
makro
Lotus's
MALL
CP AXTRA
รายงานความยั่งยืน
ประจำปี 2568
บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน)

สารบัญ

03 ยุทศาสตร์ความยั่งยืน

04 ภาพรวม และประเด็นสำคัญ ด้านความยั่งยืน

13 การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ขององค์การสหประชาชาติ

16 การกำกับดูแลกิจการ

38 สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน

71 การศึกษา และการลดความเหลื่อมล้ำ

82 การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล

97 ความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูล

116 สุขภาพและสุขภาวะที่ดี

139 คุณค่าและการสร้างประโยชน์ ทางเศรษฐกิจแก่สังคม

153 ความมั่นคงทางอาหาร และการเข้าถึงโภชนาการ

158 นวัตกรรม

165 การสร้างความผูกพัน กับผู้มีส่วนได้เสีย

181 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ

196 ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

213 การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ

222 การปกป้องระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ

228 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน อย่างรับผิดชอบ

เอกสารอ้างอิง

256 ลิงค์รายงาน GRI และ ใบรับรองการตรวจประเมิน

ยุทธศาสตร์ความยั่งยืนสู่ปี 2573

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	ระบบบริหาร ซีพี สู่ความเป็นเลิศ	The 10 UNGC Principles 17 UN SDGs & UNGP	กฎระเบียบข้อบังคับและมาตรฐาน

HEART
Living Right

- การกำกับดูแลกิจการ
- สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน
- การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ
- การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล
- ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล

HEALTH
Living Well

- สุขภาพและสุขภาวะที่ดี
- คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้สังคม
- ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ
- การบริหารจัดการนวัตกรรม
- การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

HOME
Living Together

- การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน
- การดูแลทรัพยากรน้ำ
- การปกป้องระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ
- การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

ภาพรวมด้านความยั่งยืน และประเด็นความเสี่ยง

ห่วงโซ่อุปทาน

1 การจัดหาสินค้า

คัดสรรวัตถุดิบและสินค้าที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัยทางอาหาร ราคายุติธรรม จากคู่ค้าทางธุรกิจที่ได้รับรองมาตรฐาน และผ่านการประเมิน ESG

2 การกระจายสินค้า

บริหารคลังสินค้า และการจัดส่งสินค้าไปยังศูนย์จำหน่ายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่สร้างผลกระทบเชิงลบด้านสิ่งแวดล้อมต่อชุมชน

3 การจัดจำหน่ายค้าปลีกและค้าส่ง

จำหน่ายสินค้าผ่านธุรกิจค้าปลีก (Lotus's) ธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบค้าส่ง (Makro) สามารถชำระเงินสดหรือบริการตนเอง ทั้งช่องทางออนไลน์ และ ออฟไลน์

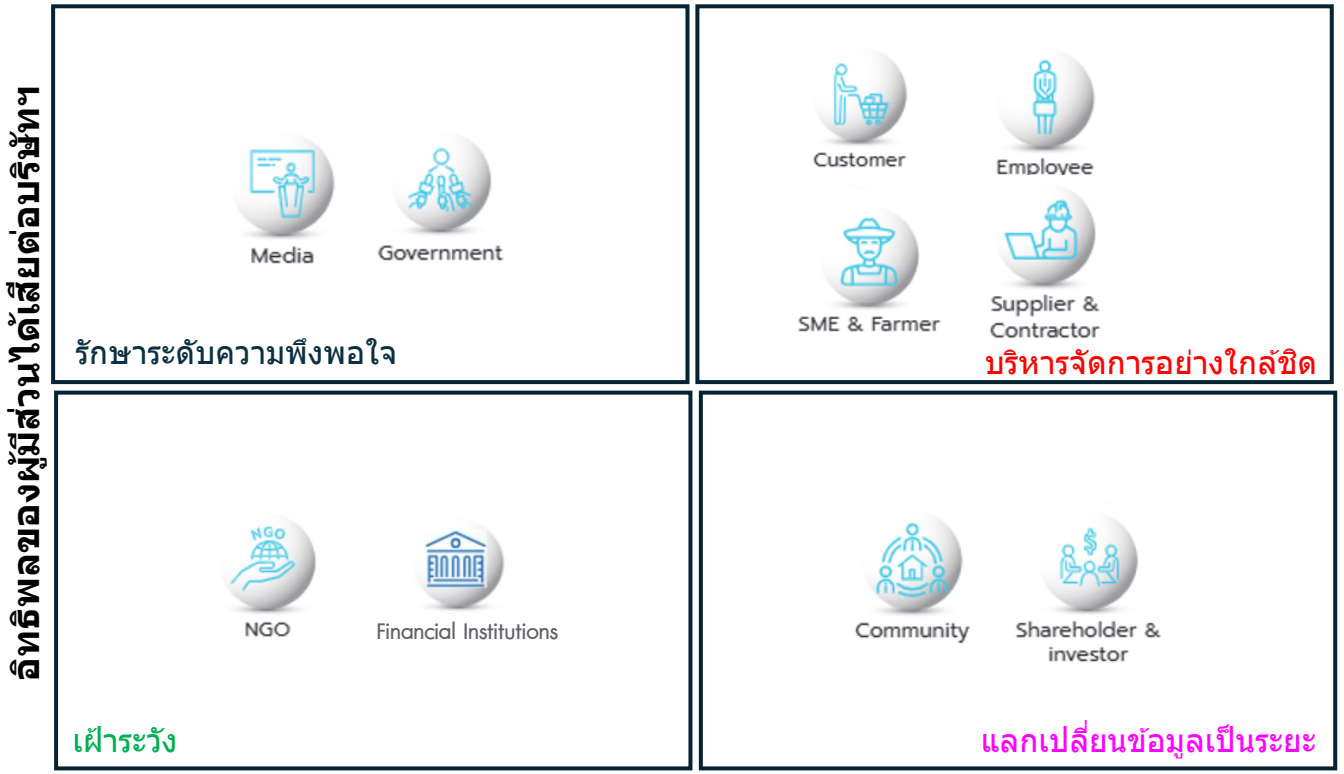


4 การตลาด และบริการหลังการขาย

บริหารแบรนด์ให้เป็นที่จดจำของลูกค้า ส่งเสริมการขายอย่างเป็นธรรม ให้บริการหลังการขายที่ดี เพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้า

การบ่งชี้ และจัดลำดับผู้มีส่วนได้เสีย





ผู้มีส่วนได้เสียที่ร่วมให้ข้อมูลผ่านการสำรวจความผูกพันประจำปี



ผลการสำรวจความผูกพันด้าน ESG ของผู้มีส่วนได้เสีย ประจำปี 2568 จากผู้เข้าร่วมจำนวน **781 คน** โดยจำแนกตามรายกลุ่มดังนี้





บ่งชี้ประเด็นความสำคัญด้านความยั่งยืนจากช่องทางต่าง ๆ

ข้อมูลป้อนกลับที่ได้จากแหล่งต่าง ๆ จะถูกนำมารวบรวมวิเคราะห์เป็นประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน แม้ว่าข้อมูลเชิงลบ เช่น ข้อร้องเรียน กรณีละเมิด สถิติอุบัติเหตุ ฯลฯ โดยถือเป็นประเด็นเชิงลบ ในขณะที่ข้อมูลป้อนกลับเชิงบวก เช่น ข้อเสนอแนะ ความคาดหวังจากผู้มีส่วนได้เสียภายนอก จะได้รับการนำมาพิจารณาเป็นประเด็นเชิงบวกด้วยเช่นกัน ตัวอย่างเช่น ข้อแนะนำจากองค์กรอิสระ เพื่อป้องกันขยะพลาสติกตกค้างในทะเล ได้รับการนำมาพิจารณาเป็นประเด็นใหม่ในปีนี้ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงด้านการดำเนินธุรกิจที่เริ่มมีแรงงานข้ามชาติมาปฏิบัติงานภายในศูนย์จำหน่ายสินค้า ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญจากความเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานที่ต้องวิเคราะห์ความเสี่ยงประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน และการไม่เลือกปฏิบัติ และความปลอดภัยในการทำงาน เป็นต้น

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร	ความคาดหวัง / การเปลี่ยนแปลง / การดำเนินงาน	ประเด็นความยั่งยืน
 ผู้ถือหุ้น และนักลงทุน (ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก)	• การประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี • การประชุมกับนักวิเคราะห์รายไตรมาส • กิจกรรมนักลงทุนสัมพันธ์	• การเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันต่อเหตุการณ์ • ความโปร่งใสในการบริหารจัดการ • ปกป้องสิทธิผู้ถือหุ้น • ศักยภาพการแข่งขัน และการเติบโตทางธุรกิจ • ปฏิบัติตามข้อกำหนดจากตลาดหลักทรัพย์ด้าน CG และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส	• การกำกับดูแลกิจการ • การสร้างความผูกพันกับผู้ส่วนได้เสีย • สินค้า และบริการที่เป็นนวัตกรรม • ความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล
 พนักงาน (ผู้มีส่วนได้เสียภายใน)	• การสำรวจความผูกพันด้าน ESG ประจำปี • ช่องทางสื่อสาร และรับข้อร้องเรียน กล่องเสนอแนะ เว็บไซต์ และสายด่วน • การสำรวจความผูกพันของพนักงานประจำปี • การประชุมคณะกรรมการสวัสดิการรายไตรมาส	• ผลตอบแทน สวัสดิการ และการเติบโตในสายงาน • สภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย และอุปกรณ์ เพื่อความปลอดภัย • สมดุลการทำงานและชีวิตส่วนตัว • การพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับการทำงานในอนาคต • ความเท่าเทียม การไม่เลือกปฏิบัติ การยอมรับความหลากหลาย และการอยู่ร่วมกัน โดยเฉพาะแรงงานข้ามชาติที่ทำงานในสาขา	• สิทธิมนุษยชน – การไม่เลือกปฏิบัติ • สุขภาพ และความปลอดภัย • การพัฒนาทุนมนุษย์ • สิทธิมนุษยชน - แรงงานข้ามชาติในงานบริการ (หัวข้อใหม่) • สิทธิมนุษยชน - การเลือกปฏิบัติ (หัวข้อใหม่
 ลูกค้า (ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก)	• การสำรวจความผูกพันด้าน ESG ประจำปี • ช่องทางรับข้อร้องเรียน เว็บไซต์ และศูนย์รับข้อร้องเรียน	• การจัดส่งที่ตรงเวลา สินค้ามีคุณภาพ ปลอดภัย และสร้างสุขภาวะที่ดีของผู้บริโภค • ราคาเหมาะสมต่อภาวะเศรษฐกิจ • มีปริมาณเพียงพอ ไม่ขาดแคลน • ฉลากสินค้าที่มีข้อมูลน่าเชื่อถือ และสอบย้อนกลับได้ • การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล • สินค้า และบริการที่ส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการ	• การบริหารห่วงโซ่อุปทาน • สินค้าส่งเสริมสุขภาพ และสุขภาวะ • สินค้า และบริการที่มีนวัตกรรม • ความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล • การศึกษา และลดความเหลื่อมล้ำ

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร	ความคาดหวัง / การเปลี่ยนแปลง / การดำเนินงาน	ประเด็นความยั่งยืน
 คู่ค้า (ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก)	• การสำรวจความผูกพันด้าน ESG ประจำปี • การตรวจประเมินคู่ค้า และโปรแกรมพัฒนาคู่ค้า • การตรวจประเมินหน้างาน	• สนับสนุนสินค้าจากผู้ประกอบการรายงาน และเกษตรกรในท้องถิ่น • ขั้นตอนการคัดเลือกคู่ค้าอย่างโปร่งใส เป็นธรรม • เพิ่มความเข้าใจด้านข้อกำหนดด้านการรับรองสินค้าเกษตรยั่งยืน	• สร้างงานแก่ผู้รับเหมา และคนงานในท้องถิ่น • การบริหารห่วงโซ่อุปทาน • การสร้างความผูกพันต่อผู้มีส่วนได้เสีย
 ผู้รับเหมา (ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก)	• การสำรวจความผูกพันด้าน ESG ประจำปี Complaint and suggestions channels • ประชุมผู้รับเหมา • การตรวจประเมินหน้างาน	• การคัดเลือกผู้รับเหมาอย่างโปร่งใส เป็นธรรม • สร้างความเข้าใจการปฏิบัติด้านแรงงาน และสิทธิมนุษยชนตามคู่มือการปฏิบัติของคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) • ส่งเสริมความรู้การป้องกันอุบัติเหตุระหว่างขนส่ง	• การสร้างงาน และอาชีพให้กับผู้ประกอบการท้องถิ่น • การบริหารห่วงโซ่อุปทาน • สิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติด้านแรงงาน • สุขภาพ และ ความปลอดภัย - อุบัติเหตุบนท้องถนน
 ชุมชน (ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก)	• การสำรวจความผูกพันด้าน ESG ประจำปี • ช่องทางสื่อสาร และรับข้อร้องเรียน กล่อง เสนอแนะ เว็บไซต์ และศูนย์รับข้อร้องเรียน • การพูดคุย และพบปะกับตัวแทนชุมชน	• ร่วมมือกับองค์กรท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน • สร้างงาน และอาชีพให้กับสมาชิกในชุมชน • ป้องกันอุบัติเหตุ และผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมต่อชุมชน • ร่วมกิจกรรมชุมชน บริจาค และมอบอาหาร น้ำดื่มในช่วงภาวะวิกฤต • สนับสนุนการศึกษาของนักเรียนในชุมขน	• สร้างงาน และเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนโดยรอบ • ควบคุมน้ำเสีย และขยะ • ป้องกันผลกระทบด้านความปลอดภัย และสุขภาพต่อชุมชน • การเข้าถึงอาหาร และส่งเสริมโภชนาการ • การศึกษา เพื่อลดความเหลื่อมล้ำของคนในชุมชน
 สถาบันการเงิน (ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก)	• ช่องทางสื่อสารทางอีเมล • การประชุมอย่างสม่ำเสมอ • เอกสารรายงานผลการดำเนินงาน เช่น รายงานประจำปี และงบการเงิน	• ปฏิบัติตามข้อกำหนดโดยยึดหลักความถูกต้อง โปร่งใส • การชำระหนี้ตรงตามเงื่อนไข และปฏิบัติตามสัญญา • เพิ่มการเปิดเผยข้อมูลเป้าหมาย และแผนงานด้านการเปลี่ยนแปลง ภูมิอากาศ • เพิ่มกิจกรรมส่งเสริมด้านชุมชน สังคม และการสนับสนุนเกษตรกร ท้องถิ่น	• การกำกับดูแลกิจการ • การสร้างงาน และรายได้ให้ท้องถิ่น • เป้าหมาย และแผนงานการปรับตัวต่อ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร	ความคาดหวัง / การเปลี่ยนแปลง / การดำเนินงาน	ประเด็นความยั่งยืน
 ภาครัฐ (ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก)	• จัดการประชุมร่วมกับหน่วยงานรัฐ • การนำหน่วยงานภาครัฐเข้าเยี่ยมชมการปฏิบัติงาน • การลงนามความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ (MOU)	• ดำเนินงานสอดคล้องตามกฎหมาย และข้อกำหนด • สนับสนุนกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม • นำโมเดล BCG มาปฏิบัติ และปกป้องทรัพยากรธรรมชาติ • ส่งเสริม และปกป้องสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า • ให้ความร่วมมือกับภาครัฐ เพื่อป้องกันการขาดแคลนอาหารจากอุปสงค์ และอุปทาน รวมถึงควบคุม หรือ ลดราคา เพื่อช่วยผู้บริโภคจากปัญหาเศรษฐกิจ	• การกำกับดูแลกิจการ • การบริหารห่วงโซ่อุปทาน • สิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติด้านแรงงาน • เศรษฐกิจหมุนเวียน • การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ • การดูแลทรัพยากรน้ำ • ความมั่นคงทางอาหาร และการเข้าถึงโภชนาการ
 สื่อมวลชน (ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก)	• การสำรวจความผูกพันด้าน ESG ปรูมีจำปี • ช่องทางการสื่อสารภายนอก ได้แก่ เป็นรัชต์ สังคมออนไลน์ อีเมล รายการโทรทัศน์ ฯลฯ • การแถลงข่าว และให้สัมภาษณ์	• การสื่อสารที่ชัดเจน ข้อมูลที่ถูกต้อง ทันต่อเวลา • กลยุทธ์ของบริษัทฯ ที่อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อม	• ความโปร่งใส ตรวจสอบได้ • การสร้างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
 สถาบันจัดอันดับด้าน ESG และ NGO (ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก)	• ประชุมหารือ และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร • การค้นคว้าวิจัย • ร่วมโครงการเปิดเผยข้อมูล เพื่อจัดอันดับ	• สิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทาน • การคัดเลือกคู่ค้าด้วยเกณฑ์ด้าน ESG • กลยุทธ์การลดการปล่อยคาร์บอนของบริษัทฯ รวมถึงห่วงโซ่อุปทาน • การเปิดเผยข้อมูลการเงินที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางชีวภาพ • การป้องกันขยะพลาสติกในทะเล • ส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศของผู้ประกอบการในกลุ่มคู่ค้า	• การบริหารห่วงโซ่คุณค่า • การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ • บรรจุภัณฑ์ยั่งยืน • การปกป้องระบบนิเวศ และความหลากหลาย ทางชีวภาพ • สิทธิมนุษยชน - ชนเผ่าพื้นเมือง (หัวข้อใหม่) • สิทธิมนุษยชน - การเลือกปฏิบัติในห่วงโซ่อุปทาน (หัวข้อใหม่)

การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนประจำปี พิจารณาจากกิจกรรมขององค์กร การสร้างคุณค่าทางธุรกิจ ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียภายนอก รวมถึงการรับฟังผู้มีส่วนได้เสีย โดยอ้างอิงกระบวนการประเมินตามมาตรฐานการรายงานด้านความยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1

ระบุประเด็นด้านความยั่งยืนทั้งเชิงบวก และลบ ของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก

บ่งชี้ทั้งประเด็นสำคัญเชิงบวก และลบ ที่ส่งผล หรืออาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน บริษัทฯ ได้รวบรวมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายใน และภายนอก จากหลายช่องทาง เช่นการสำรวจความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียประจำปี ข้อร้องเรียน ผลการดำเนินงาน เช่น สถิติอุบัติเหตุ ข้อร้องเรียน ผลการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน เป็นต้น รวมถึงแนวทางของดัชนีด้านความยั่งยืน ต่าง ๆ เช่น GRI, SDG, CDP, S&P CSA, FTSE4Goods, SASB, TH-ESG Rating เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2

ประเมินผลกระทบและจัดลำดับความสำคัญ

ประเมินความสำคัญของผลกระทบจากประเด็นความยั่งยืน โดยตัวแทนผู้มีส่วนได้เสีย (179 ราย)[1] ทั้งจากภายนอก และภายใน โดยการให้คะแนนระดับความคาดหวัง หรือผลกระทบทั้งในเชิงธุรกิจ และผลกระทบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งในแง่ระดับความเสี่ยงจากความรุนแรง และโอกาสการเกิด

ขั้นตอนที่ 3

ทวนสอบ และการอนุมัติ

นำประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน นำเสนอต่อประธานคณะผู้บริหารฯ เพื่อพิจารณายืนยันและอนุมัติ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ว่าจ้างหน่วยงานอิสระจากภายนอกทวนสอบ (LR เพื่อรับรองความถูกต้องของกระบวนการจัดทำ ซึ่งผลการรับรองสามารถศึกษาจากเอกสารหน้าสุดท้ายของรายงานฉบับนี้ และได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริหาร

ขั้นตอนที่ 4

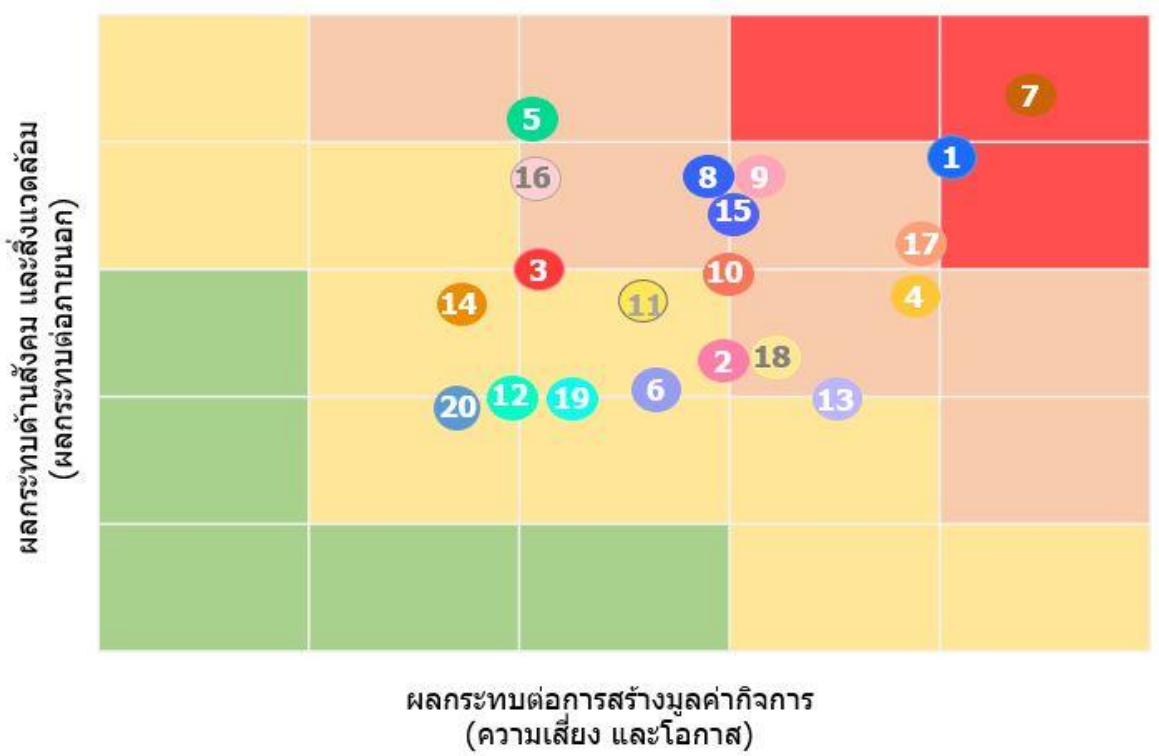
บูรณาการกับระบบบริหารความเสี่ยงทั้งองค์กร

ประเด็นด้านความยั่งยืน ได้รวมเป็นส่วนหนึ่งในความเสี่ยงขององค์กร และบริหารข้อมูลความเสี่ยงผ่านแพลท์ฟอร์มความเสี่ยง รวมถึงติดตามผลการดำเนินงานโดยรายงานในที่ประชุมรายไตรมาสของคณะกรรมการจัดการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการบริหารอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า



การประเมินผลกระทบ และประเด็นสำคัญปี 2568*



หมายเหตุ: (+) = ผลกระทบเชิงบวก

1. การกำกับกิจการ
2. สิทธิมนุษยชน – พนักงาน
3. สิทธิมนุษยชน – คู่ค้า
4. สุขภาพและความปลอดภัย – พนักงาน
5. สุขภาพและความปลอดภัย – คู่ค้า
6. การพัฒนาบุคคลากร
7. ความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูล
8. การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
9. ขยะไปหลุมฝังกลบ
10. ขยะพลาสติก - เศรษฐกิจหมุนเวียน
11. การดูแลทรัพยากรน้ำ
12. ความหลากหลายทางชีวภาพ
13. การบริหารห่วงโซ่อุปทาน
14. การส่งเสริมการศึกษา (+)
15. สินค้าส่งเสริมสุขภาพ และสุขภาวะที่ดี (+)
16. การสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และสังคม (+)
17. ความมั่นคงปลอดภัย และคุณภาพของอาหาร
18. นวัตกรรม (+)
19. ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย
20. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคอัลกอฮอล์ (หัวข้อใหม่)

*ผ่านการอนุมัติโดยคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ และการพัฒนาอย่างยั่งยืน

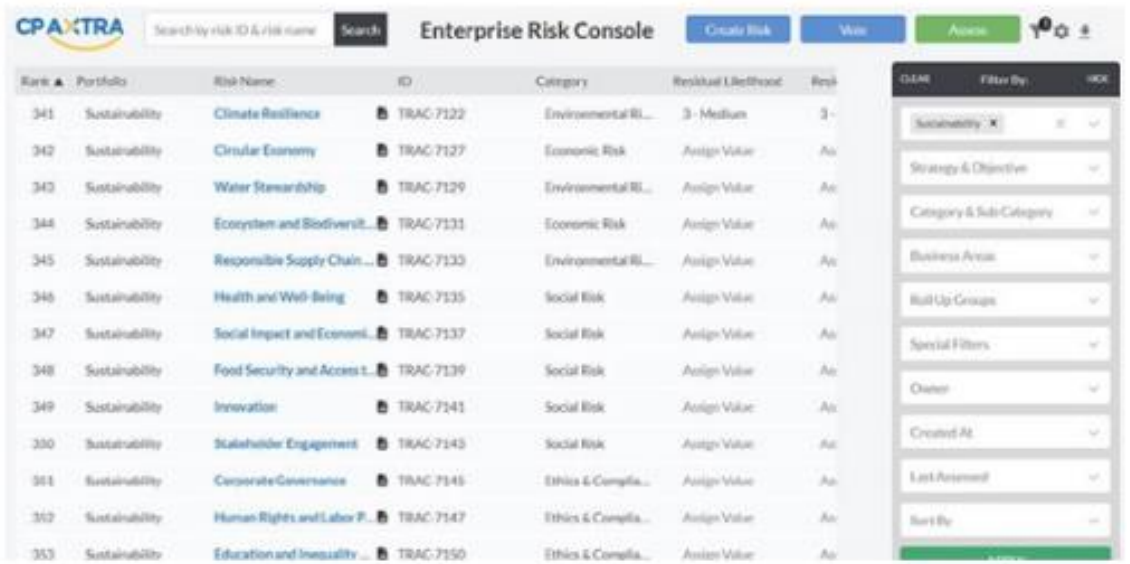
บูรณาการความเสี่ยงด้าน ESG เข้ากับการบริหารความเสี่ยงทั้งองค์กร

Strategic Risk	Operation Risk	Reputation Risk	Compliance Risk	ESG Risk [1]	Emerging Risk
• Strategic Execution • Strategic Project Management • Overseas Investment and Other Business • Mall business risk	• Organizational and Workforce Readiness • Food Safety and Product Quality • Cybersecurity • End-to-End Operation	• Company image and reputation	• Ethical and Regulatory Compliance • Personal Data Protection Act	• Climate resilience and disasters • Human rights and labor practices	• Liquidity (Economic & Financial risk) • Digital Technology and AI • Consumer Preference Change

ประเด็นสำคัญด้าน ESG ได้รับการบูรณาการเข้าเป็นส่วนหนึ่งของระบบบริหารความเสี่ยงทั้งองค์กร โดยนำแพลท์ฟอร์มออนไลน์ที่เรียกว่า “Essential ERM” มาประยุกต์ใช้ เพื่อเป็นเครื่องมือให้ผู้บริหารระดับสูงติดตามผลการดำเนินงาน วิเคราะห์ข้อมูล และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการความเสี่ยง โดยระบบดังกล่าว จะแสดงผลการดำเนินงานเรียลไทม์ ในรูปแบบ Dashboard รวมถึงแสดงผลวิเคราะห์ สถานะการปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ผู้บริหารที่รับผิดชอบความเสี่ยงในแต่ละหน่วยงาน ใช้ประเมิน ติดตาม และปรับปรุงข้อมูลการดำเนินงานให้ทันสมัย ตอบสนองเป้าหมายของแต่ละหน่วยงาน โดยคณะกรรมการจัดการการบริหารความเสี่ยงทบทวน ติดตามผลการดำเนินงาน และภาพรวมความเสี่ยงของทั้งองค์กรในที่ประชุมทุกไตรมาส







สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ - I

HEART

Living Right

การกำกับดูแลกิจการ

100%

ของกลุ่มธุรกิจได้รับการประเมินผลที่ได้รับการยอมรับของการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ



สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน

100%

ของกลุ่มธุรกิจ มีการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนจากกิจกรรมขององค์กรและคู่ค้าโดยตรงที่มีความเสี่ยงสูงเป็นประจำ



การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ

150,000 คน

ผู้ได้รับโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต และเสริมสร้างทักษะที่จำเป็น



การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล

100%

พนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรมและมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือโครงการด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี



ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล

100%

ของบริษัทฯ ได้รับการรับรองด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และความเป็นส่วนตัวของข้อมูลตามมาตรฐานระดับสากล



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ - II

HEALTH
Living Well

สุขภาพและสุขภาวะที่ดี

70%

ของยอดขายมาจากผลิตภัณฑ์และบริการแบบ B2B และ B2C ที่ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี



คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม

400,000 ราย

สร้างงานหรือรายได้ให้กับชุมชน



ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ

150,000 คน

เยาวชน และประชาชน สามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการ



การบริหารจัดการนวัตกรรม

6 ฉบับ

สิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตรได้รับการขึ้นทะเบียน



การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

80%

คะแนนความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ - III

HOME

Living Together

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2573 และบรรลุการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593



ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

100%

ขยะอาหาร ไปสู่หลุมฝังกลบเป็นศูนย์ และใช้บรรจุภัณฑ์ยั่งยืน เพื่อมุ่งสู่ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน



การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ

20%

ความเข้มข้นของน้ำต่อหน่วยรายได้ลดลง เมื่อเทียบกับปีฐาน 2563



การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

- 100% ของหน่วยธุรกิจ และคู่ค้าลำดับ 1 ไม่บุกรุกพื้นที่ที่ประกาศเป็นแหล่งอนุรักษ์ธรรมชาติ
- 100% ของวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูงสามารถ ตรวจสอบย้อนกลับได้



การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

- 100% คู่ค้าทุกรายผ่านการประเมินคู่ค้าด้วยหลักเกณฑ์ด้าน ESG
- 100% คู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงได้รับการประเมินด้านความยั่งยืนหน้างาน และแก้ไขปรับปรุง



การกำกับดูแลกิจการ

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมายระยะยาวปี 2573

บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายระยะยาว ให้ผ่านการประเมินอย่างต่อเนื่องทุกปี จากสถาบันที่ได้รับการยอมรับด้านการกำกับดูแลกิจการ



ผลการดำเนินงานปี 2568: บรรลุตามเป้าหมายระยะยาว โดยบริษัทฯ ผ่านการประเมินด้านการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย จากสถาบันกรรมการบริษัทไทยในระดับดีเลิศ (5 ดาว) ติดต่อกันเป็นปีที่ 7



100% นโยบายการกำกับดูแลกิจการได้รับการปรับปรุงให้ทันสมัยและเปิดเผยสาธารณะ

100% ความเสี่ยงด้าน ESG ได้รับการบูรณาการเข้ากับระบบบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กร

100% ของกรรมการได้รับการสื่อสารด้านการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจ

100% ของผู้บริหารและพนักงานได้รับการสื่อสารด้านการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจ

100% ของกลุ่มธุรกิจ ไม่มีการละเมิดสิทธิมนุษยชน แรงงาน ชุมชน สิ่งแวดล้อม และข้อกฎหมาย

100% ข้อร้องเรียน ได้รับการสอบสวน และติดตามการแก้ไขเป็นระยะ พร้อมทั้งดำเนินการลงโทษทางวินัยกับกรณีการละเมิดกฎเกณฑ์

ความเสี่ยงและโอกาส

เพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี การสร้างวัฒนธรรมต่อต้านการทุจริตและบริหารจัดการความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการแข่งขันและการขยายโอกาสทางธุรกิจในระยะยาว

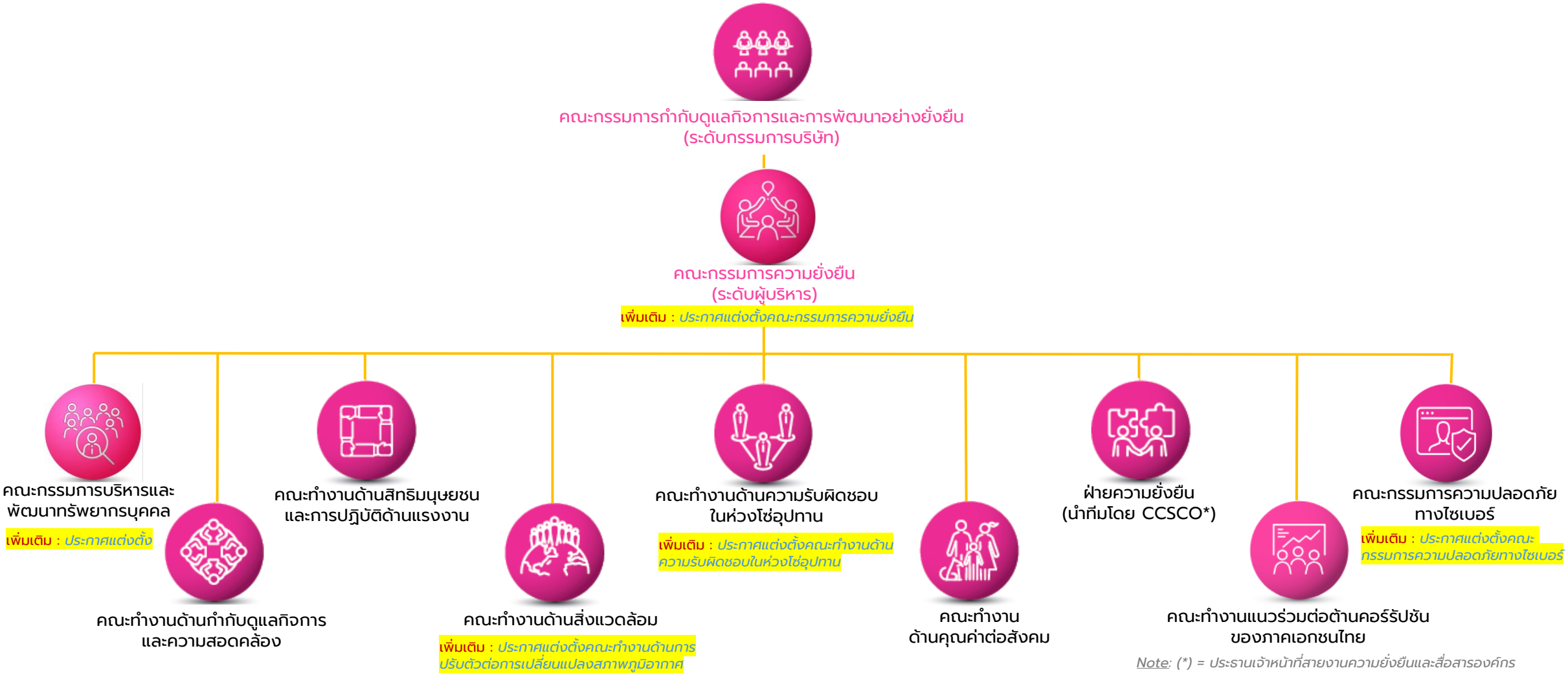
นโยบายและแนวทางการดำเนินงาน

บริษัทฯ มีนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจอย่างเคร่งครัด (Zero tolerance policy) โดยจัดทำคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจ เพื่อให้ผู้บริหารพนักงาน ลูกจ้าง ตลอดจนตัวแทนของบริษัทฯ ยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติงาน โดยมีคู่มือเป็นภาษาไทยอังกฤษ และกัมพูชา เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างทั่วถึง ทั้งนี้พนักงานทุกคนต้องลงนามรับทราบและปฏิบัติตามคู่มือดังกล่าวอย่างเคร่งครัด เพื่อรักษามาตรฐานสูงสุดในด้านจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

ดูเพิ่มเติม ***_นโยบายและเอกสารสำคัญของบริษัทฯ_***

คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ แต่งตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาอย่างยั่งยืนขึ้น เพื่อกำกับดูแลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลทั่วทั้งองค์กร และมีคณะทำงานย่อยที่ประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูงและตัวแทนจากทั้งแม็คโคร และโลตัส โดยมีคณะทำงานย่อยทุกภาคส่วนตามมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มีหน้าที่ผลักดันผลการดำเนินงานตามเป้าหมาย แนวทางการดำเนินงาน และทบทวนการดำเนินงานให้สำเร็จตาม กลยุทธ์และเป้าหมายความยั่งยืน พ.ศ. 2573 และปรับรายชื่อคณะกรรมการฯ ตามความเหมาะสมเพื่อให้สอดคล้องกับโครงสร้างองค์กร รวมถึงแต่งตั้งคณะทำงานแต่ละด้าน เพื่อช่วยผลักดันยุทธศาสตร์ความยั่งยืน 2573 ให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้



การดำเนินงานด้านจริยธรรม

กลยุทธ์	รายละเอียด และผลการดำเนินการในปี 2568
นโยบายและระเบียบปฏิบัติได้รับการปรับปรุงให้ทันสมัย	• ปฏิบัติสำคู่มือการกำกับดูแลกิจการ และจรรยาบรรณธุรกิจ • แนวปฏิบัติทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันทางการค้า • นโยบายต่อต้านคอรัปชั่น • หลักปฏิบัติสำหรับคู่ค้า
กระบวนการติดตามจรรยาบรรณ	• มีการคัดกรองข้อร้องเรียน สอบสวน แก้ไข และเยียวยา • **100%** ข้อร้องเรียนได้รับการสอบสวนแล้วเสร็จภายใน 2 สัปดาห์ • **100%** รายงานผลต่อคณะกรรมการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยง (ระดับกรรมการบริษัท) เป็นประจำทุกไตรมาส
การให้คำปรึกษาและรับข้อร้องเรียน	• เผยแพร่ความรู้ และช่องทางขอรับคำปรึกษาผ่านทางวารสาร CG รายไตรมาส • มีช่องทางการร้องเรียนและการคุ้มครองผู้ร้องเรียน
สื่อสารและฝึกอบรม	• **100%** ของคณะกรรมการบริษัทได้รับการฝึกอบรม Code of Conduct และการต่อต้านทุจริต • **100%** ของผู้บริหารระดับสูงได้รับการฝึกอบรม Code of Conduct และการต่อต้านทุจริต • **100%** ของผู้บริหารระดับกลางได้รับการฝึกอบรม Code of Conduct และการต่อต้านทุจริต • **100%** ของผู้บริหารระดับต้นได้รับการฝึกอบรม Code of Conduct และการต่อต้านทุจริต • **100%** พนักงานได้รับการฝึกอบรม Code of Conduct และการต่อต้านทุจริต • **100%** ผู้รับเหมาและคู่ค้าได้รับการฝึกอบรม และลงนามในคู่มือหลักปฏิบัติสำหรับคู่ค้า
รางวัลและการลงโทษทางวินัย	• มีผลต่อการขึ้นค่าจ้าง และการรับโบนัสประจำปี • ใช้ประกอบประเมินผลงาน และการเลื่อนตำแหน่ง • มีบทลงโทษทางวินัยตามคู่มือพนักงาน
ตรวจประเมินรับรองจากภายนอก	• โครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทฯ จดทะเบียนไทยระดับ "ดีเลิศ" ต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 • ใบรับรองจาก CAC ระดับ Change agent

การฝึกอบรมและสื่อสารนโยบายด้านการต่อต้านการคอร์รัปชัน และจรรยาบรรณธุรกิจ



ของคณะกรรมการบริษัทฯ ได้รับการสื่อสารนโยบาย ต่อต้าน การคอร์รัปชัน และจรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct)



ผู้บริหารระดับบังคับบัญชา



เจ้าหน้าที่และพนักงานระดับปฏิบัติการ



พนักงานใหม่



ของคู่ค้าธุรกิจได้รับการสื่อสารนโยบายต้านคอร์รัปชันและจรรยาบรรณคู่ค้าธุรกิจ (Supplier's Code of Conduct)

การร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

นอกเหนือจากการร่วมประกาศความมุ่งมั่นตามข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact: UN Global Compact) ในการดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับหลักปฏิบัติสากล 10 ประการ ในด้านสิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการทุจริต รวมถึงเข้าร่วมกับสภานักธุรกิจโลก เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (World Business Council on Sustainable Development: WBCSD) แล้ว ในปี 2564 บริษัทฯ ยังลงนามรับหลักการเสริมสร้างศักยภาพสตรี (Women's Empowerment Principles: WEPs) เพื่อผลักดันนโยบายและแนวทางปฏิบัติ ที่ส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศตลอดห่วงโซ่อุปทาน และ 2566 ได้เข้าร่วมเปิดเผยข้อมูลด้านภูมิอากาศกับ CDP โดยสามารถศึกษารายงานที่เปิดเผยได้จากเวบไซด์บริษัทฯ ได้ที่ cdp-report-en.pdf

สมาคมที่บริษัทฯ เข้าร่วมเป็นสมาชิกประจำปี 2568

หอการค้าไทย	Netherlands Thai Chamber of Commerce
สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย	สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็ก
สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย	สภาเศรษฐกิจโลก
สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย	สมาชิกเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย
สมาคมผู้ค้าปลีกไทย	Italian Chamber of Commerce
สมาคมผู้ประกอบการข้าวถุงไทย	สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย
สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	World Business Council for Sustainable Development
สมาคมเภสัชกรรมทะเบียนและกฎหมายผลิตภัณฑ์ (ประเทศไทย)	สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี
Thai-Russian Chamber of Commerce	CDP (Carbon Disclosure Project)
Asia-Pacific Economic Cooperation	

จำนวนเงินค่าสมาชิกสำหรับการเข้าร่วมสมาคมการค้าของบริษัทฯ

กิจกรรม	2563 (บาท)	2564 (บาท)	2565 (บาท)	2566 (บาท)	2567 (บาท)	2568 (บาท)
การวิ่งเต้นเพื่อเปลี่ยนแปลง โน้มน้าว หรืออย่างอื่นที่คล้ายกัน	0	0	0	0	0	0
การรณรงค์หาเสี่ยงทางการเมือง / สมาคม / ผู้สมัครระดับท้องถิ่น ภูมิภาค หรือประเทศ	0	0	0	0	0	0
สมาคมการค้าหรือกลุ่มที่ได้รับการยกเว้นภาษี (เช่นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ)	248,988.85	1,028,817.14	1,048,253.77	1,797,483.76	1,867,682.38	2,623,233.09
อื่น ๆ (เช่น การใช้จ่ายที่เกี่ยวกับมาตรการการลงคะแนนเสียงหรือประชามติ	0	0	0	0	0	0
การเปิดเผยข้อมูลภูมิอากาศกับ CDP	0	0	0	101,332.50	113,026	100,502
รวม	**248,988.85**	**1,028,817.14**	**1,048,253.77**	**1,898,816.26**	**1,980,708.38**	**2,723,735.09**

ค่าสมาชิกองค์กรภายนอกและสมาคมต่าง ๆ 3 อันดับแรก

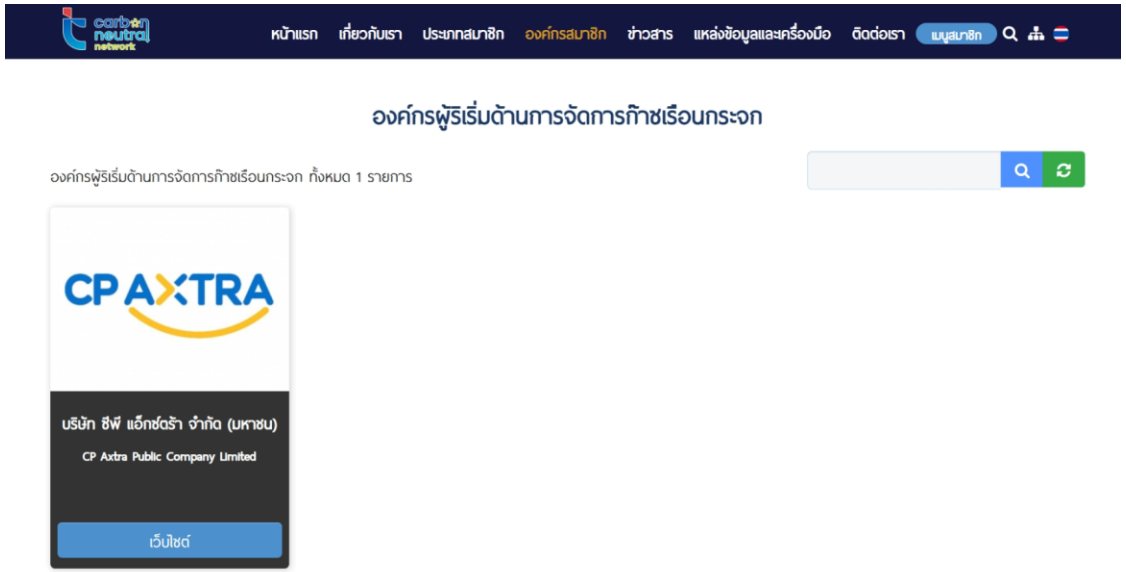
ลำดับที่	ชื่อสมาคม	รายละเอียดสมาคม	จำนวนเงินสนับสนุนในปีงบประมาณ 2568 (บาท)
1	สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็ก	เป็นเครือข่ายการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยดำเนินการเชิงยุทธศาสตร์ที่ช่วยผลักดันเป้าหมาย ของสังคมในวงกว้าง มุ่งเน้นที่การสร้างภาคีความร่วมมือและการพัฒนานวัตกรรม รวมทั้งวางยุทธศาสตร์และการปฏิบัติการที่สอดคล้องกับหลักสากล 10 ประการ ของ UN Global Compact ซึ่งครอบคลุม 4 เรื่องสำคัญ คือ การต่อต้านทุจริต การปกป้องสิ่งแวดล้อม มาตรฐานแรงงาน และสิทธิมนุษยชน	1,400,000
2	สภาเศรษฐกิจโลก	องค์กรระหว่างประเทศที่ไม่แสวงหาผลกำไร สำนักงานใหญ่อยู่ที่เมืองเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ มีบทบาทสำคัญในการรวมผู้นำระดับสูงจากภาครัฐ ธุรกิจ และภาคประชาสังคม เพื่อหารือแนวทางแก้ปัญหาและกำหนดทิศทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมระดับโลก	566,700
3	สภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน	เป็นองค์กรระดับโลกที่รวบรวม CEO ธุรกิจชั้นนำจากทั่วโลกกว่า 200 แห่ง ที่ต้องการกระตุ้นให้ภาคธุรกิจ ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างอนาคตที่ยั่งยืน ทั้งในแง่เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยสภาฯ ทำงานในหลายประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) 17 ประการ	346,762.5
รวม			**2,313,462.5**

ความร่วมมือเพื่อผลักดันนโยบายและเป้าหมาย – ด้านสภาพภูมิอากาศ

บริษัทฯ มีเป้าหมายมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนในปี 2573 และ Net Zero ในปี 2593 บริษัทฯ เข้าใจถึงความสำคัญของการร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เช่น สมาชิกเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทยโดยกำหนดให้ทุกประเทศที่มีการดำเนินธุรกิจ ผ่านระบบบริหารจัดการที่มีผู้บริหารสูงสุดและคณะทำงานประเมินและตรวจติดตาม พร้อมเปิดเผยบนเว็บไซต์[ขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)]







Whistleblowing

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน จึงได้จัดทำนโยบายการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน (Whistleblowing Policy) เพื่อเป็นเครื่องมือในการป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นต่อทรัพย์สินและชื่อเสียงของบริษัทฯ และเป็นการสนับสนุนให้บุคลากรของบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มทั้งภายในและภายนอก สามารถติดต่อหรือร้องเรียนถึงการปฏิบัติขัดแย้งหรือสงสัยว่าเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย กฎระเบียบ จรรยาบรรณ หรือละเมิดสิทธิ และเพื่อให้บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้วยความถูกต้อง โปร่งใส เป็นธรรมกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและเป็นไปตามมาตรฐานสากล

ดูเพิ่มเติม ***เว็บไซท์ การแจ้งเบาะแสการทุจริต***
ดูเพิ่มเติม ***นโยบายการแจ้งเบาะแส***

ช่องทางการแจ้งเบาะแส / ร้องเรียน

ทางไปรษณีย์ โดยระบุหน้าซองแจ้งถึง:

ประธานกรรมการ / ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ / ประธานคณะผู้บริหารกลุ่มบริษัท / หัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายใน

บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน)

1468 ถนนพัฒนาการ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250

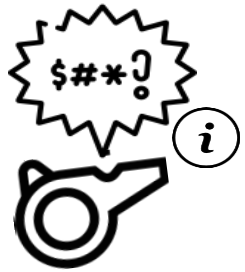
อีเมล: cgoffice@cpaxtra.co.th

โทรฟรีที่หมายเลข: 1800019099 (ทุกวัน เวลา 08.00 น. - 19.00 น.) ดำเนินการโดยบุคคลที่สามซึ่งเป็นอิสระ

โทรสาร: 0-2067-9119

กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน และการเยียวยา

กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน และการเยียวยา



ผู้ร้องเรียน
(พนักงาน/ผู้รับเหมา)



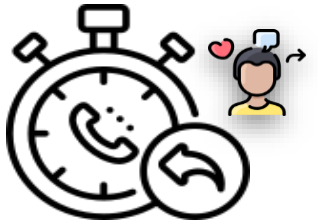
แยกประเภทเรื่องร้องเรียน
จากทุกช่องทาง



บุคคลที่สาม ส่งรายงานไปยัง
หน่วยรับเรื่องร้องเรียน
ภายใน 24 ชั่วโมง



ทุกกรณีจะต้องได้รับการตรวจสอบ
และสอบสวนอย่างทันท่วงที และ
การไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ ต้อง
ได้รับการแก้ไขและปรับปรุง รวมถึง
การดำเนินการแก้ไข และการป้องกัน



บุคคลที่สาม แจ้งให้ผู้
ร้องเรียนทราบผลลัพธ์ และ
การเยียวยา (ถ้ามี) ภายใน 3
วันหลังจากปิดคดี

การรายงานข้อละเมิด / พิพาท

การละเมิดด้านจริยธรรม

ข้อร้องเรียนด้านจริยธรรม	จำนวนข้อร้องเรียน	Makro	Lotus's (Thailand)	Lotus's (Malaysia)	CP Axtra	ยืนยันกระทำผิดจริง	อยู่ระหว่างสอบสวน	มาตรการทางวินัย					
								ตักเตือนด้วยวาจา	ตักเตือนด้วยลายลักษณ์อักษร	อบรม	พักงาน / โอนย้าย	ดำเนินคดี	เลิกจ้าง / ลาออก
จำแนกตาประเภท	กรณี												
• **ผลประโยชน์ทับซ้อน**	กรณี	5	3	0	8	4		2	0	0	1	0	1
• **การฟอกเงิน หรือการใช้ข้อมูลภายในการซื้อขาย**	กรณี	0	0	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-
• **ทุจริต**	กรณี	0	0	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-
• **ฉ้อโกง และติดสินบน**	กรณี	5	26	1	32	26	0	2	13	0	0	0	10
• **การไม่ปฏิบัติตามระเบียบ**	กรณี	17	98	2	117	84	12	19	37	13	0	0	15
• **ความเป็นส่วนตัวลูกค้า**	กรณี	0	0	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-
• **การเลือกปฏิบัติ**	กรณี	41	114	37	192	104	7	18	35	27	1	0	17
• **การคุกคาม**	กรณี	33	99	1	133	96	9	23	38	29	1	0	1
• **การคุกคามทางเพศ**	กรณี	0	3	0	3	2	0	0	1	1	0	0	0
ค่าปรับ และบทลงโทษที่เกิดขึ้น	บาท	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
การเยียวยาแก้ไขแล้วเสร็จ	%	65%						21%	37%	22%	1%	0%	12%
มาตรการการแก้ไขได้ดำเนินการ	%	94%						14%	24%	14%	1%	0%	8%

หมายเหตุ รายงานระหว่าง 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 68

การละเมิด / ข้อพิพาทกับชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

รายละเอียด	หน่วย	รวมทั้งบริษัทฯ	Makro	Lotus’s
จำนวนข้อพิพาทที่เกิดขึ้น	กรณี	0	0	0
ค่าปรับที่เกิดขึ้น	บาท	0	0	0
การเยียวยาแก้ไขแล้วเสร็จ	%	-	-	-
มาตรการแก้ไข	ชำระค่าเสียหายจากการก่อสร้างสาขา ให้บุคคลที่ได้รับผลกระทบ			

กิจกรรมการกำกับดูแลกิจการ

AXTRA CG DAY 2025: Good Governance for Sustainable Growth ขับเคลื่อนธุรกิจยั่งยืน ด้วยหลักธรรมาภิบาล

ซีพี แอ็กซ์ตร้า เดินหน้าเสริมสร้างและยกระดับธรรมาภิบาล โดยจัดงาน “AXTRA CG DAY: Good Governance for Sustainable Growth ขับเคลื่อนธุรกิจยั่งยืน ด้วยหลักธรรมาภิบาล” เมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2568 ณ สำนักงานใหญ่ ซีพี แอ็กซ์ตร้า สะท้อนความมุ่งมั่นเสริมสร้างธรรมาภิบาลให้เป็นรากฐานขององค์กร พร้อมขับเคลื่อนวัฒนธรรมการทำงานที่โปร่งใส มีความรับผิดชอบ และให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

ซีพี แอ็กซ์ตร้า เดินหน้าเสริมสร้างวัฒนธรรมธรรมาภิบาลให้เป็นส่วนหนึ่งของ DNA องค์กร โดยขับเคลื่อนผ่านทุกกระบวนการทำงาน ทั้งในสำนักงานใหญ่และกว่า 2,600 สาขาแม็คโคร-โลตัส ทั่วประเทศ แนวทางนี้ช่วยให้มั่นใจได้ว่าความยั่งยืนที่แท้จริงเริ่มต้นจากภายในองค์กร และขยายผลไปสู่การสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชนและสังคมในวงกว้าง

งานดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นอย่างแข็งแกร่งจากทุกระดับในองค์กร โดยมีคณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารระดับสูงของ ซีพี แอ็กซ์ตร้าเข้าร่วม นำโดยคุณศุภชัย เจียรวนนท์ ประธานคณะผู้บริหาร เครือเจริญโภคภัณฑ์ ประธานกรรมการและประธานกรรมการบริหาร บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน) พร้อมด้วยพนักงานจากสำนักงานใหญ่และสาขาแมคโคร โลตัส กว่า 2,800 แห่งทั่วประเทศ ที่เข้าร่วมภายในงานและออนไลน์นอกจากนี้ยังมีสื่อมวลชนและแขกผู้มีเกียรติ คุณสินีนาฎ แจ่มศรีผู้อำนวยการอาวุโส หัวหน้าฝ่ายพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเข้าร่วมงาน เพื่อเสริมสร้างความมุ่งมั่นร่วมกันในการยกระดับมาตรฐานธรรมาภิบาล



กิจกรรมการกำกับดูแลกิจการ

ฝึกอบรมหลักสูตรประจำปี เรื่อง กลไกการร้องเรียนและการแจ้งเบาะแส

บริษัทฯ จัดให้มีการฝึกอบรมและกิจกรรมสร้างความตระหนักรู้ประจำปี เกี่ยวกับกลไกการร้องเรียนและการแจ้งเบาะแส ให้กับพนักงานทุกคน เพื่อให้พนักงานเข้าใจและสามารถใช้ช่องทางการรายงานได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย และส่งเสริมวัฒนธรรมการกล้าพูดภายในองค์กร การฝึกอบรมที่ครอบคลุมนี้ช่วยให้พนักงานทุกคนเข้าใจสิทธิและความรับผิดชอบของตนเกี่ยวกับการรายงานการกระทำผิด กิจกรรมที่ผิดกฎหมาย หรือพฤติกรรมที่ขาดจริยธรรมภายในองค์กร พร้อมทั้งกระตุ้นให้พนักงานกล้าแสดงความกังวลเมื่อพบเห็นการกระทำที่ไม่ถูกต้อง การฝึกอบรมนี้ให้คำแนะนำที่ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีการระบุประเด็นปัญหาที่อาจเกิดขึ้น ขั้นตอนการรายงาน และการทำความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้พนักงานก้าวออกมาและกล้าพูด เราเชื่อว่าพนักงานทุกคนมีบทบาทสำคัญในการปกป้องความซื่อตรงขององค์กรโดยการรายงานความกังวลอย่างทันท่วงทีไม่ว่าจะดูเล็กน้อยเพียงใดก็ตาม การฝึกอบรมประจำปีนี้ช่วยให้มั่นใจในการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านกฎระเบียบ และการรักษาความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสีย









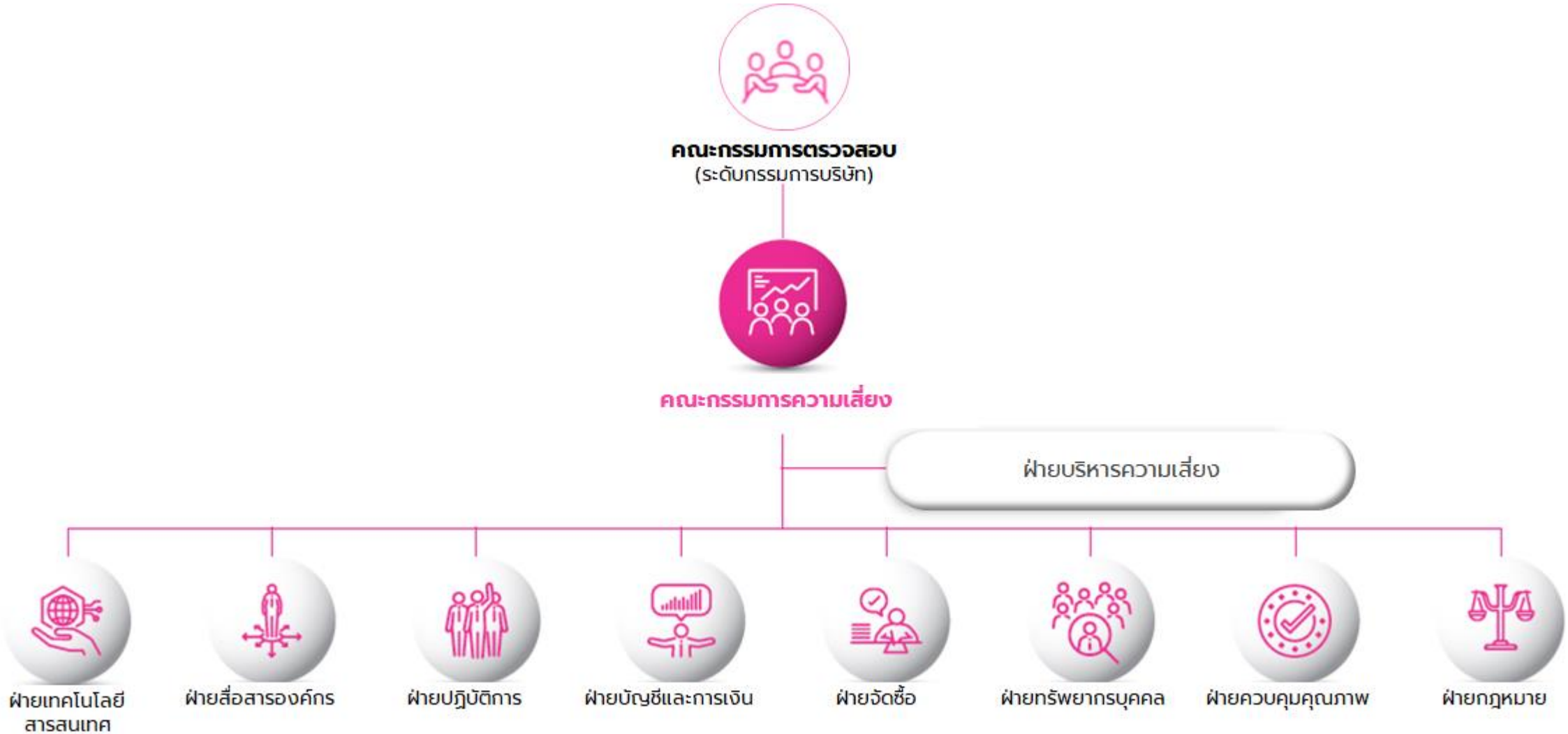






การบริหารจัดการความเสี่ยง

โครงสร้างคณะกรรมการตรวจสอบ และการบริหารความเสี่ยง



ระบบบริหารความเสี่ยง

เพื่อเพิ่มโอกาสให้สามารถบรรลุตามเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้ ลดความเสี่ยงขององค์กร หรือผลกระทบในเชิงลบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งในด้านการกำกับดูแลกิจการ สังคม และสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญต่อระบบบริหารความเสี่ยงนำมาปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร โดยมีกลยุทธ์การดำเนินงาน 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์	รายละเอียด และผลการดำเนินการในปี 2568
ทบทวนความเสี่ยง	• **100%** หน่วยงานที่มีความเสี่ยงได้รับการประเมิน • **100%** ความเสี่ยงได้รับการประเมินผลกระทบ • **100%** ความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk appetite) • **80%** แผนงานลดความเสี่ยงรับการแก้ไขแล้วเสร็จ
วิเคราะห์ความอ่อนไหวและภาวะวิกฤต	• **25%** ความเสี่ยงด้านการเงิน • **25%** ความเสี่ยงอื่น
รายงานความคืบหน้าต่อคณะกรรมการ	• **100%** รายงานความเสี่ยงต่อคณะกรรมการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยง (ระดับกรรมการบริษัท) ทุกไตรมาส • **100%** ประชุมทบทวนความเสี่ยง ทุกไตรมาส
ตรวจประเมินระบบบริหารความเสี่ยง	☑ การตรวจประเมินภายในประจำปี ☑ การตรวจประเมินโดยภายนอก-LRQA *ดังรายละเอียด* https://sustainability.cpaxtra.com/th/document/viewer/271/external-audit-report

การปลูกฝังวัฒนธรรมด้านความเสี่ยงให้กับองค์กร

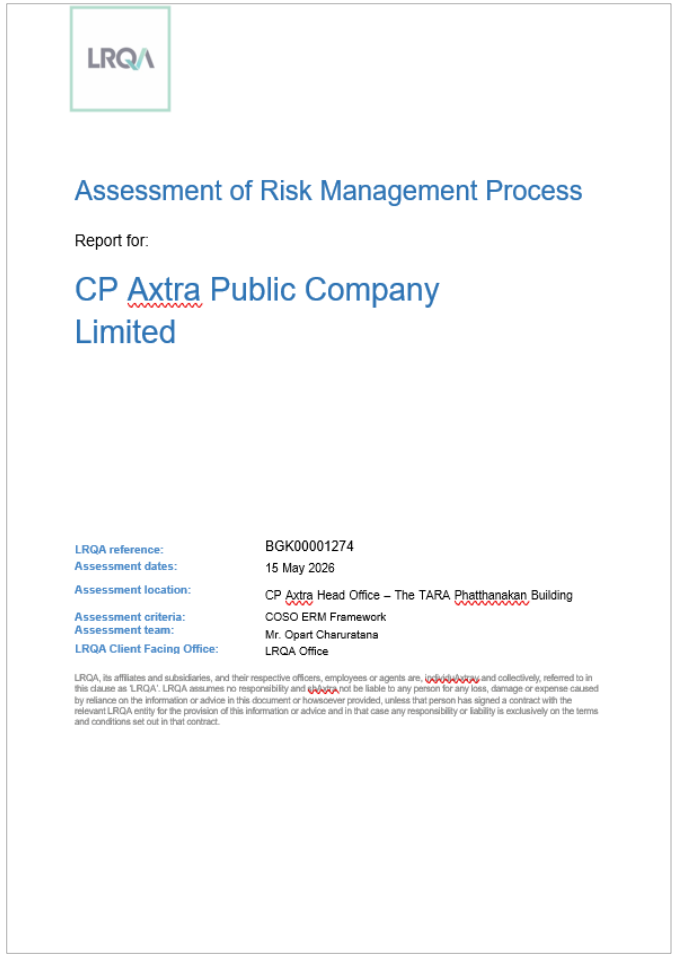
กลยุทธ์	รายละเอียด และผลการดำเนินการในปี 2568
การฝึกอบรมหลักสูตรการบริหารจัดการความเสี่ยง	• **100%** กรรมการ ผู้บริหารระดับสูง และผู้จัดการได้รับการอบรม หลักสูตร "Compliance and Risk Management" รวมถึงสื่อสารความรู้ด้านการบริหารความเสี่ยง • **100%** พนักงานได้รับฝึกอบรม หลักสูตร "การบริหารความเสี่ยงในงานแคชเชียร์" 
พิจารณาประกอบค่าตอบแทน และโบนัสประจำปี	• **100%** ระดับผู้บริหารระดับสูง • **100%** เลื่อนขั้นในสายงานระดับผู้จัดการ
กำหนดเป็น KPI ชี้วัดผลงานประจำปี	• **100%** ผู้บริหารระดับสูง • **100%** ผู้บริหารระดับกลาง • **100%** ผู้บริหารระดับต้น
พนักงานรายงานความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น	• **5** รายงานความเสี่ยงจากพนักงาน • **5** รายงานจาก Champion risk
เกณฑ์การพิจารณาอนุมัติผลิตภัณฑ์ใหม่	• **100%** รูปแบบธุรกิจใหม่ ผ่านการพิจารณาตามเกณฑ์ความเสี่ยง • **100%** อนุมัติผลิตภัณฑ์ ภายใต้ตราบริษัทผ่านการพิจารณาตามเกณฑ์ความเสี่ยง
ปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง	ติดตามในที่ประชุมคณะกรรมการจัดการการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำทุกไตรมาส และทบทวนเป็นแผนงานประจำปีอย่างต่อเนื่อง
การสำรวจวัฒนธรรมด้านความเสี่ยง	• **100%** Risk champion เข้าร่วมสำรวจแบบสอบถาม • **100%** ทบทวนผลลัพธ์และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง

กระบวนการตรวจประเมินระบบบริหารความเสี่ยง

บริษัทจัดให้มีการตรวจสอบกระบวนการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำทุกปี ทั้งโดยผู้ตรวจสอบภายในและผู้ตรวจสอบภายนอก โดยใช้กรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กรตามแนวทาง COSO ERM เป็นเกณฑ์ในการประเมิน เพื่อระบุ ประเมิน ควบคุม ติดตามผล และรายงานความเสี่ยง ตลอดจนประเมินการนำกระบวนการประเมินความเสี่ยงไปปฏิบัติใช้จริงภายในองค์กร

การตรวจประเมินภายใน

การตรวจประเมินโดยภายนอก - LRQA



LRQA

Assessment of Risk Management Process

Report for:

CP Axtra Public Company Limited

LRQA reference:	BGK00001274
Assessment dates:	15 May 2026
Assessment location:	CP Axtra Head Office – The TARA Phatthanakan Building
Assessment criteria:	COSO ERM Framework
Assessment team:	Mr. Opart Charuratana
LRQA Client Facing Office:	LRQA Office

LRQA, its affiliates and subsidiaries, and their respective officers, employees or agents are, individually and collectively, referred to in this clause as 'LRQA'. LRQA assumes no responsibility and shall not be liable to any person for any loss, damage or expense caused by reliance on the information or advice in this document or howsoever provided, unless that person has signed a contract with the relevant LRQA entity for the provision of this information or advice and in that case any responsibility or liability is exclusively on the terms and conditions set out in that contract.

CLICK HERE *รายงานผลการตรวจประเมินครั้งล่าสุด (15 พฤษภาคม 2569)*

การดำเนินงานด้านภาษีตามหลักธรรมภิบาล

บริษัทฯ มีนโยบายปฏิบัติตามข้อกำหนด กฎหมาย ด้านภาษี และหลักธรรมาภิบาล ในทุกประเทศที่ดำเนินธุรกิจ รวมถึงเปิดเผยข้อมูลรายงานด้านภาษีอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียสามารถพิจารณาความเสี่ยงด้านภาษีของบริษัทฯตามรายละเอียดในตารางด้านล่าง และบทที่ 3 งบการเงิน ในรายงานประจำปี โดยมีเนื้อหาโดยสรุปภาพรวมและเปรียบเทียบย้อนหลัง ดังต่อไปนี้

ลักษณะการประกอบธุรกิจ	รายชื่อบริษัทฯ และบริษัทย่อย	
กลุ่มธุรกิจค้าส่ง (Makro) **กิจกรรม:** จำหน่ายสินค้าอาหารสด สินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าทั่วไป แบรนด์ของบุคคลภายนอก และเครื่องหมายการค้าของตัวเอง (“Private label”) ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจโฮเรก้า (“HoReCa”) ร้านค้าปลีกรายย่อย และผู้บริโภค (“Prosumer”)	• บริษัท แม็คโคร อาร์โอเอช จำกัด • ARO Commercial Company Limited • Makro (Guangzhou) Food Company Limited	• CP Wholesale India Private Limited • Makro (Cambodia) Company Limited • CP Axtra AC Corporate
กลุ่มธุรกิจฟูดเซอร์วิส **กิจกรรม:** นำเข้า ส่งออก และจัดจำหน่ายสินค้าอาหารพรีเมี่ยม เช่น เนื้อสัตว์ อาหารทะเล อาหารที่ทำจากพืช ผลิตภัณฑ์จากนม เบเกอรี่และขนมอบ เครื่องดื่ม เนื้อสัตว์แปรรูป อาหารคุณภาพสูง และอาหารสำเร็จรูป รวมถึงผักและผลไม้	• บริษัท สยามฟูด เซอร์วิส จำกัด, • Indoguna Vina Food Service Company Limited • Indoguna (Cambodia) Private Limited • Indoguna (Singapore) Private Limited • Indoguna Dubai L.L.C. • Indoguna Lordly Company Limited	• Just Meat Company Limited • Maxzi The Good Food Restaurant & Café Limited Liability Company • Maxzi Global FZCO • Indoguna Muscat L.L.C. • Renewed Hope Pte.Ltd.
กลุ่มธุรกิจค้าปลีก (Lotus’s) **กิจกรรม:** ธุรกิจค้าปลีกและบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าในประเทศไท	• บริษัท ซี.พี. รีเทล ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (100%-Lotuss Stores (Malaysia) Sdn Bhd) • บริษัท สมาร์ท ดิสทริบิวชั่น เซอร์วิส จำกัด • บริษัท แอ็กซ์ตร้า โกรท พลัส จำกัด (100% - บ. แฮปปี้แทท แอท เดอะ ฟอเรสเทียส์ จก.) • บริษัท รีเทล พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด • บริษัท โลตัสส์ มันนี่ เซอร์วิสเซส จำกัด	• บริษัท แอ็กซ์ตร้า ฟิวเจอร์ ซิตี้ พร็อพเพอร์ตี้ รีท จำกัด • บริษัท ซินเนอร์จิสติก พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเมนท์ จำกัด • บริษัท สุขุมวิท มิกซ์-ยูส จำกัด, • บริษัท สุขุมวิท ลีฟวิ่ง จำกัด • ทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่า แอ็กซ์ตร้า ฟิวเจอร์ ซิตี้

การดำเนินงานด้านภาษีตามหลักธรรมภิบาล รวมทั่วโลก

การดำเนินงานด้านภาษีรวมทั่วโลก แสดงตามตารางด้านล่าง: (สรุปข้อมูลภาษี ปีงบประมาณ 2565-2568)

ข้อมูลชี้วัด	2565	2566	2567	2568
จำนวนพนักงาน (คน)	71,591	64,645	74,643	77,899
รายได้ (บาท)	469,131,439,242	489,949,167,345	512,041,888,147	520,706,351
กำไรก่อนหักภาษี (บาท)	10,410,668,467	11,133,839,204	13,570,923,194	11,970,188,128
ภาษีรายได้ที่โอนมา (บาท)	951,189,844	971,087,422	1,079,071,579	644,428,564
ภาษีรายได้ที่จ่าย (บาท)	3,635,698,357	3,345,399,017	2,901,796,214	3,539,719,966
รายได้ก่อนหักภาษี (บาท)	10,410,668,467	11,133,839,204	13,570,923,194	11,970,188,128
ภาษีที่รายงาน (บาท)	2,728,827,225	2,534,760,158	3,026,147,516	2,644,996,976
จำนวนปรับเปลี่ยนสะสม	0	0	0	0
ภาษีที่จ่ายไว้ (บาท)	3,635,698,357	3,345,399,017	2,901,796,214	3,539,719,966

การดำเนินงานด้านภาษีตามหลักธรรมภิบาล (จำแนกรายประเทศ)

การดำเนินงานด้านภาษีในแต่ละประเทศ แสดงตามตารางด้านล่าง: (สรุปข้อมูลภาษี ปีงบประมาณ 2567-2568)

(หน่วย:บาท)

ประเทศ	ลักษณะธุรกิจ	ปีรายงาน	จำนวนพนักงาน (คน)	รายได้	กำไรก่อนหักภาษี*	ภาษีรายได้ที่โอนมา*	ภาษีรายได้ที่จ่าย
การรายงานภาษีรวมทั่วโลก	**ค้าส่งและค้าปลีก**	**2567**	**74,643**	**512,041,888,147**	**13,570,923,194**	**1,079,071,579**	**2,901,796,214**
		2568	**77,899**	**520,706,351,252**	**11,970,188,128**	**644,428,564**	**3,539,719,966**
ไทย	ค้าส่งและค้าปลีก	2567	66,176	235,005,975.28	(320,615,333,052.10)	0	0
		2568	66,361	90,962,750.18	68,767,525.83	0	0
กัมพูชา	ค้าส่ง	2567	620	3,972,252,142.96	(13,166,589.93)	0	49,498,635.05
		2568	586	3,046,626,171.20	(68,728,013.75)	0	28,268,703.92
จีน	ค้าส่ง	2567	n/a	70,366.37	(23,293,615.63)	0	0
		2568	n/a	19,170.63	(12,730,676.88)	0	0
อินเดีย	ค้าส่ง	2567	517	4,253,600,299.20	(352,753,865.72)	0	0
		2568	569	3,942,267,681.35	(279,940,417.95)	0	0
มาเลเซีย	ค้าปลีก	2567	7,092	39,357,707,800.95	744,412,708.10	305,749,032.92	(7,833,506.22)
		2568	9,883	42,422,959,810.86	1,119,669,982.04	517,647,521.53	(117,166,298.73)
พม่า	ค้าส่ง	2567	238	3,063,681,917.36	41,280,558.18	0	22,666,343.36
		2568	500	4,018,143,681.51	15,076,856.72	0	25,039,267.33
อื่นๆ (เช่น ฮ่องกง โอมาน สิงคโปร์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เวียดนาม และอื่น ๆ)	ค้าส่งและค้าปลีก	2567	n/a	461,159,569,645	333,789,777,051	773,322,546.08	2,966,127,686.19
		2568	n/a	467,185,342,661.17	11,137,013,419.28	126,781,042.47	3,475,861,638.52

สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมายระยะยาวปี 2573

100% ของกลุ่มธุรกิจมีการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนจากกิจกรรมขององค์กรและคู่ค้าโดยตรงที่มีความเสี่ยงสูงเป็นประจำ



ผลการดำเนินงานปี 2568: บรรลุเป้าหมายระยะยาว โดยประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนขององค์กรและคู่ค้าเป็นประจำทุกปี



100% หน่วยปฏิบัติการ และห่วงโซ่คุณค่าได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

100% ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่มีโอกาสเกิดขึ้น ได้รับการแก้ไข

100% พนักงาน และผู้รับเหมารายสำคัญ (ลำดับ 1 และไม่ใช่ลำดับ 1)ผ่านการฝึกอบรมนโยบายสิทธิมนุษยชน

100% คู่ค้าลงนามปฏิบัติตามนโยบายสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน

100% ผู้รับเหมา และคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง ได้รับการตรวจประเมินหน้างาน และ **100%** ดำเนินการแก้ไขเพื่อลดความเสี่ยงจนแล้วเสร็จ

ความเสี่ยงและโอกาส

การยอมรับความแตกต่างและเคารพในสิทธิของผู้อื่นเป็นพื้นฐานสำคัญของการอยู่ร่วมกันในสังคมซึ่งหากไม่ได้รับการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อธุรกิจได้บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงานอาทิ การส่งเสริมความเท่าเทียม การไม่เลือกปฏิบัติ การบริหารความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน เป็นต้น เพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนในทุกกิจกรรมการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมถึงปกป้องบุคลากรจากการเลือกปฏิบัติและการถูกคุกคาม

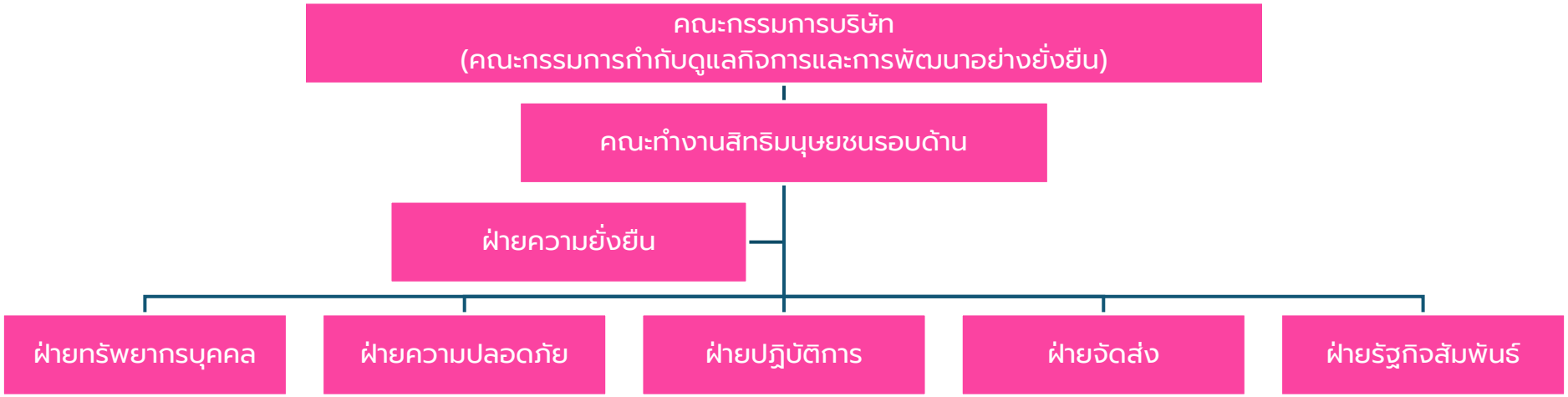
นโยบายและแนวทางการดำเนินงาน

บริษัทฯ เคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน ตามหลักมาตรฐานสากล ได้แก่ ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (Universal Declaration of Human Rights: UDHR) หลักการข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact: UN Global Compact) หลักปฏิบัติของสหประชาชาติว่าด้วยการดำเนินธุรกิจและสิทธิมนุษยชน (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs) และปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน(Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work) ขององค์กรแรงงานระหว่างประเทศ(International Labour Organization: ILO) รวมถึงข้อกำหนดกฎหมายในทุกประเทศที่ประกอบธุรกิจโดยบริษัทฯ ดำเนินกระบวนการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence; HRDD) อย่างต่อเนื่อง และประกาศนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงานให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบอย่างทั่วถึง

ดูเพิ่มเติม ****นโยบายและเอกสารสำคัญของบริษัท****

คณะทำงานสิทธิมนุษยชนรอบด้าน

คณะทำงานเพื่อการทำงานสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence; HRDD) มีหน้าที่ทบทวนนโยบายให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล รวมถึงผลักดันผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนการปฏิบัติด้านแรงงาน และความปลอดภัย อาชีวอนามัย ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมทั้งภายในองค์กรและตลอดห่วงโซ่อุปทาน และนำเสนอผลการดำเนินงานทุกไตรมาสต่อคณะทำงานด้านความยั่งยืน



นโยบายสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน

บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ยึดมั่นต่อการดำเนินธุรกิจ โดยให้เคารพสิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเป็นธรรม ให้ครอบคลุมถึงของบุคลากร ลูกค้า คู่ค้าธุรกิจ ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายตลอด ห่วงโซ่อุปทาน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการละเมิดหรือสร้างผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนในทุกกิจกรรมการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ปกป้องบุคลากรจากการเลือกปฏิบัติและการถูกคุกคามทุกประเภท และให้โอกาสบุคลากรสามารถพัฒนาตนเองอย่างเท่าเทียมกัน

บริษัทฯ ตระหนักความสำคัญของการส่งเสริมการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน ตามหลักมาตรฐานสากล และข้อกำหนดกฎหมายในทุกประเทศที่ประกอบธุรกิจ รวมถึงมุ่งมั่นการดำเนินงานตามหลักปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน แห่งสหประชาชาติ (Universal Declaration of Human Rights: UDHR) หลักการข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact: UN Global Compact) หลักปฏิบัติของสหประชาชาติว่าด้วย การดำเนินธุรกิจและสิทธิมนุษยชน (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs) และปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน (Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work) ขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization: ILO)

เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการละเมิดหรือสร้างผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนในทุกกิจกรรมการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์และบริการของเครือเจริญโภคภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่คุณค่า ด้วยแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนดังต่อไปนี้

การเคารพสิทธิมนุษยชน	การปฏิบัติด้านแรงงาน
• สิทธิพลเมืองและสิทธิทางการเมือง • สิทธิทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม • สิทธิความเท่าเทียมระหว่างเพศ • สิทธิของชุมชน • สิทธิมนุษยชนในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน • สิทธิในที่ดินและทรัพยากรธรรมชาติ • สิทธิความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคล	• การค้ามนุษย์และแรงงานบังคับ • แรงงานเด็ก สตรี ผู้สูงอายุ คนพิการ และแรงงานข้ามชาติ • การไม่เลือกปฏิบัติและการให้โอกาสอย่างเท่าเทียมกัน • การป้องกันการคุกคามทุกกรณี และการล่วงละเมิดทางเพศ • สิทธิในการรวมตัว และเจรจาโดยสันติ • สิทธิในการทำงาน ในสภาพแวดล้อมที่ดี การเข้าถึงน้ำที่ปลอดภัยและถูกสุขอนามัย • การแจ้งเบาะแส

นโยบายฉบับนี้ใช้กับการดำเนินธุรกิจของ บริษัทซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน) บริษัทย่อย คู่ค้า ผู้รับเหมา และพันธมิตรทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ดูเพิ่มเติม ****นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน****

กระบวนการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence)

ความมุ่งมั่น	• ทบทวน และปรับปรุงนโยบายสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงานให้สอดคล้องกับระเบียบและข้อกำหนด • จัดตั้งคณะทำงานด้านสิทธิมนุษยชน ทำหน้าที่ทบทวนนโยบายให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล รวมถึงผลักดันผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติด้านแรงงาน และความปลอดภัย อาชีวอนามัย ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมทั้งภายในองค์กร และตลอดห่วงโซ่อุปทาน และนำเสนอผลการดำเนิน งานทุกไตรมาสต่อคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืน
การปลูกฝังในองค์กร	• สื่อสารและอบรมพนักงานด้านสิทธิมนุษยชนแก่พนักงานทุกคน และผ่านการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ • บังคับใช้นโยบายและแนวปฏิบัติ โดยบูรณาการเข้ากับเกณฑ์ค่าตอบแทนพนักงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงาน
การประเมินผลกระทบความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน	• ประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินงาน อย่างน้อยทุก 2 ปี หรือเมื่อมีการควบรวมกิจการ การซื้อกิจการ หรือการร่วมลงทุน หรือ เปิดสาขาใหม่ หรือการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการใดที่อาจส่งผลกระทบต่อสิทธิมนุษยชน • ประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนของคู่ค้าธุรกิจ และผู้รับเหมาหลักลำดับ 1 อย่างน้อยทุก 3 ปี • ประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าธุรกิจ และผู้รับเหมารายใหม่ทุกราย
การบูรณาการเข้ากับแผนความเสี่ยง	• ทบทวนทุกประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญ และบูรณาการเข้ากับระบบบริหารความเสี่ยงองค์กร (ERM) • วิเคราะห์สาเหตุที่แท้จริง และแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม
การติดตามประสิทธิผล	• นำเสนอผลการดำเนินงานคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืน และคณะกรรมการจัดการบริหารความเสี่ยง • ติดตามผลการดำเนินงานของคู่ค้าธุรกิจที่มีความเสี่ยงในการละเมิดสิทธิมนุษยชนทุกไตรมาส
ตรวจสอบประเมินภายนอก	• ตรวจประเมินรับรองโดยหน่วยงานภายนอก (ในหน้าสุดท้ายของเอกสารแนบที่ 9 ใบรับรองการตรวจประเมิน)
การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	• สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียระหว่างการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน และตรวจประเมินหน้างาน • หลักสูตรพัฒนาคู่ค้าธุรกิจ • เปิดเผยผลการดำเนินงานในรายงานประจำปี
การเยียวยารับข้อร้องเรียน	• พัฒนาช่องทางรับเรื่องร้องเรียนที่สอดคล้องกับหลักการสิทธิมนุษยชน • กำหนดหลักการพิจารณาเยียวยาประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ

ความก้าวหน้าของกระบวนการรตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

ในปี 2568 คณะทำงานสิทธิมนุษยชนรอบด้าน ประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Risk Assessment; HRRA) ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท รวมถึงกลุ่มธุรกิจค้าปลีก และแรงงานข้ามชาติภายในศูนย์จำหน่ายสินค้า ตลอดจนผลกระทบที่อาจส่งผลต่อสิทธิของชนเผ่าพื้นเมือง ซึ่งพิจารณาประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนจาก 16 หัวข้อ ซึ่งพบว่าประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ (Silent Human Rights Issue) 7 ประเด็น ซึ่งคณะทำงานด้านสิทธิมนุษยชน ทำหน้าที่ติดตามสาเหตุ แผนงานลดความเสี่ยง ตลอดจนผลการเยียวยาของทุกประเด็นสำคัญ

ประเภท	%ของการประเมินทั้งหมด ในช่วง 3 ปี	% ของการประเมินทั้งหมด ได้รับการบ่งชี้	% ของความเสี่ยง ที่ได้รับการเยียวยา แก้ไข
การดำเนินงานของบริษัทฯ	100	100	100
ผู้รับเหมา	100	100	100
บริษัทร่วมทุน	100	100	100



ประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ครบทุกกิจกรรมรวมถึงกิจการ หรือการดำเนินงานใหม่เช่น กลุ่มธุรกิจค้าปลีกและแรงงานข้ามชาติ



ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนมีแผนลดความเสี่ยงและดำเนินการแล้วเสร็จ



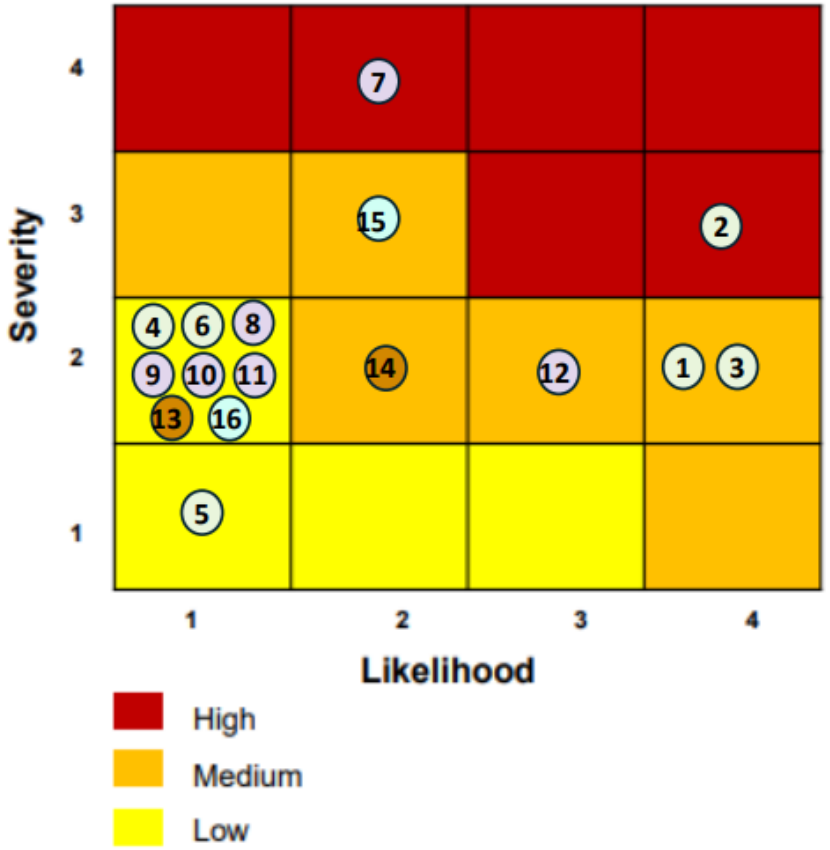
ผู้จัดการสาขาประจำศูนย์จำหน่ายสินค้า ได้รับการฝึกอบรมหลักสูตรด้านสิทธิมนุษยชน



คู่ค้า ที่มีความเสี่ยงได้รับการฝึกอบรมนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

ในปี 2568 คณะทำงานสิทธิมนุษยชนรอบด้าน ประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Risk Assessment; HRRA) ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท รวมถึงกลุ่มธุรกิจค้าปลีก และแรงงานข้ามชาติภายในศูนย์จำหน่ายสินค้า ตลอดจนผลกระทบที่อาจส่งผลต่อสิทธิของชนเผ่าพื้นเมือง ซึ่งพิจารณาประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนจาก **16** หัวข้อ ซึ่งพบว่าประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ (Silent Human Rights Issue) **7** ประเด็น ซึ่งคณะทำงานด้านสิทธิมนุษยชน ทำหน้าที่ติดตามสาเหตุ แผนงานลดความเสี่ยง ตลอดจนผลการเยียวยาของทุกประเด็นสำคัญ



#	ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน
การปฏิบัติต่อพนักงาน	
1	สภาพการทำงาน
2	อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
3	การเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิด รวมถึงการจ่ายค่าตอบแทนที่เท่าเทียม
4	รูปแบบแรงงานที่ผิดกฎหมาย
5	เสรีภาพในการสมาคมและสิทธิในการเจรจาต่อรองร่วม
การปฏิบัติต่อคู่ค้าและผู้รับเหมา	
6	สภาพการทำงาน
7	อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
8	การเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิด
9	รูปแบบแรงงานที่ผิดกฎหมาย
10	การปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรมต่อคู่ค้าในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง

การปฏิบัติต่อชุมชน	
11	สุขภาพและความปลอดภัย
12	มาตรฐานการดำรงชีพ
การปฏิบัติต่อลูกค้า	
13	สุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า (ความปลอดภัยด้านอาหารและความเป็นอยู่ที่ดี)
14	การเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิด
15	ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล / ความมั่นคงทางไซเบอร์
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย	
16	การบริหารจัดการด้านความปลอดภัย / กองกำลังรักษาความปลอดภัย

ผลการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และการดำเนินงาน ปี 2568

ประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน	กลุ่มที่อาจได้รับผลกระทบ	ระดับความเสี่ยง	มาตรการลดความเสี่ยง และผลการดำเนินงาน
สุขภาพและความปลอดภัย	พนักงาน ผู้รับเหมาด้านการจัดส่งสินค้า	สูง	• ประกาศกฎพิทักษ์ชีวิต ตรวจประเมินความสอดคล้องหน้างาน และจัดทำแผนฉุกเฉินสำหรับการขนส่ง • **100%** ของผู้รับเหมา ได้รับการฝึกอบรม และผ่านการทดสอบการขับขี่ปลอดภัย • **100%** กลุ่มผู้รับเหมาบริการขนส่ง ที่มีความเสี่ยงสูง ได้รับการตรวจประเมินหน้างาน ด้านสิทธิมนุษยชน และความปลอดภัยและ **100%** แก้ไขจนแล้วเสร็จ
การเลือกปฏิบัติและการคุกคาม	พนักงานและแรงงานข้ามชาติ คู่ค้า ผู้รับเหมา แรงงานสตรี แรงงานเพศทางเลือก	ปานกลาง	• **100%** ของพนักงานได้รับการฝึกอบรมจรรยาบรรณธุรกิจและการไม่ยอมรับการคุกคามในทุกรูปแบบ เอกสารการอบรมครอบคลุมทุกภาษาของแรงงานข้ามชาติ • **100%** แรงงานข้ามชาติได้รับการฝึกอบรม และพัฒนาโอกาสอย่างเท่าเทียม เหมือนพนักงานท้องถิ่น • **100%** คู่ค้า ผู้รับเหมา ได้รับการฝึกอบรมหลักสูตรการไม่เลือกปฏิบัติ ความหลากหลายและการยอมรับในความแตกต่าง ในระหว่างการประชุมประจำปี
การจ่ายค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรมและมาตรฐานการครองชีพ	พนักงานและแรงงานข้ามชาติ แรงงานสตรี	ปานกลาง	• **100%** แรงงานข้ามชาติได้รับค่าจ้าง และสวัสดิการเทียบเท่ากับพนักงานท้องถิ่น • ได้รับการรับรองการจ่ายค่าตอบแทนเสมอภาคในทุกเพศ จากผู้ตรวจประเมินภายนอก • **100%** พนักงาน รวมถึงแรงงานข้ามชาติ และแรงงานชนกลุ่มพื้นเมืองได้รับการทบทวนการจ่ายค่าตอบแทนตามมาตรฐานการครองชีพ
สภาพการทำงาน เสรีภาพในการสมาคม สิทธิในการเจรจาต่อรอง	พนักงานและแรงงานข้ามชาติ คู่ค้า ผู้รับเหมา	ปานกลาง	• **100%** ใช้ AI ในการตรวจติดตามชั่วโมงการทำงาน เพื่อป้องกันการทำงานมาเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด • พนักงาน และผู้รับเหมา ได้รับการตรวจสอบ เพื่อป้องกันการทำงานมาเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด และควบคุมไม่ให้เกิดจำนวนการทำงานที่มากเกินไป
แรงงานบังคับ แรงงานเด็ก การค้ามนุษย์ และการใช้แรงงานผิดกฎหมายทุกรูปแบบ	พนักงานและแรงงานข้ามชาติ คู่ค้า ผู้รับเหมา สตรีและเด็ก	ปานกลาง	• ไม่ใช้แรงงานบังคับ แรงงานเด็ก และแรงงานที่ผิดกฎหมายทุกรูปแบบ มีผลบังคับทั้งบริษัทฯ คู่ค้า และผู้รับเหมา • คณะกรรมการสวัสดิการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานและบริษัท
ความปลอดภัยด้านอาหารและความเป็นอยู่ที่ดี การคุ้มครองข้อมูลของลูกค้า	ลูกค้า ชุมชน ชนพื้นเมือง สตรีและเด็ก	ปานกลาง	• เข้มงวดในมาตรการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของข้อมูล และการตรวจสอบคุณภาพอาหาร • ส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าที่ส่งเสริมสุขภาพที่ดี ทำให้มียอดขายสินค้ากลุ่มนี้เพิ่มขึ้น **3%** จากปีก่อน • จัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพให้กับชุมชน เช่น ตรวจสุขภาพ ตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านม เต้นแอโรบิก • สนับสนุนเทศกาลวัฒนธรรมท้องถิ่นตลอดทั้งปี
การคุกคามทางเพศ	พนักงานและแรงงานข้ามชาติ แรงงานสตรี ผู้รับเหมา สตรีและเด็ก	ปานกลาง	• **100%** เรื่องร้องเรียนได้รับการสอบสวน แก้ไข และเยียวยาครบ **100%** เสร็จสิ้นภายใน 2 สัปดาห์ • **100%** พนักงาน ได้รับการฝึกอบรมและลงนามรับทราบ นโยบายไม่ยอมรับการคุกคามทางเพศ และการคุกคามทุกรูปแบบ รวมถึงบทลงโทษ ซึ่งระบุในจรรยาบรรณทางธุรกิจ • **100%** พนักงาน และแรงงานข้ามชาติได้รับการฝึกอบรมให้ทราบช่องทางร้องเรียน เป็นประจำทุกปี

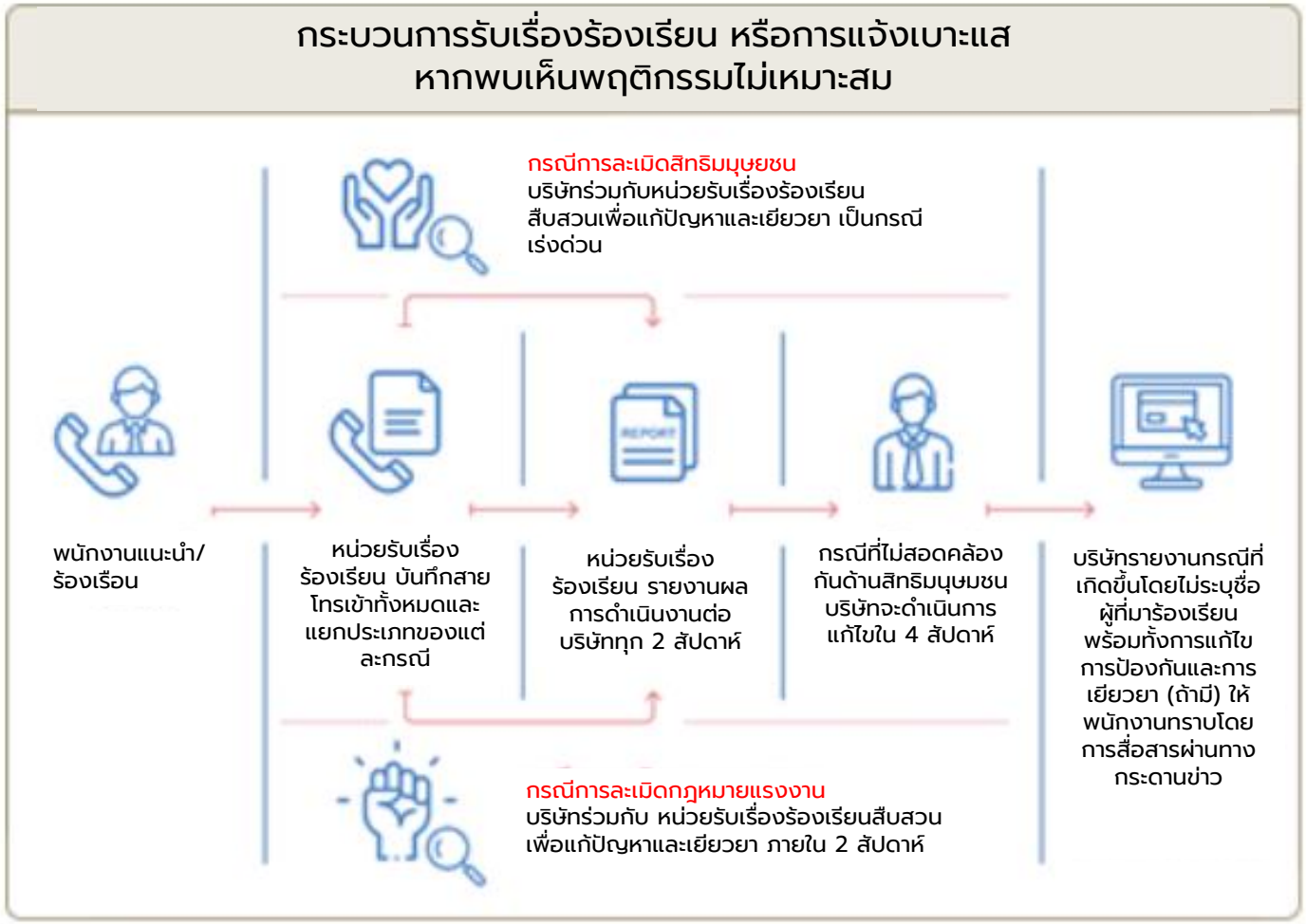
จำนวนข้อพิพาทหรือข้อร้องเรียนการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชนและแรงงาน

บริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูล จำนวนและกรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน ครอบคลุมทุกพื้นที่ของบริษัทฯ ผู้รับเหมา คู่ค้าธุรกิจ พร้อมมาตรการแก้ไขที่ได้ดำเนินการ ดังนี้

ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน	จำนวนข้อร้องเรียน	Makro	Lotus's (Thailand)	Lotus's (Malaysia)	CP Axtra	ยืนยันกระทำผิดจริง	อยู่ระหว่างสอบสวน	มาตรการทางวินัย (ถ้ามี)					
								ตักเตือนด้วยวาจา	ตักเตือนด้วยลายลักษณ์อักษร	อบรม	พักงาน / โอนย้าย	ดำเนินคดี	เลิกจ้าง / ลาออก
การเลือกปฏิบัติ	กรณี	41	114	37	192	104	7	18	35	27	1	0	17
การใช้แรงงานเด็ก	กรณี	0	0	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-
การใช้แรงงานบังคับ	กรณี	12	33	0	45	25	3	5	9	9	0	0	0
การคุกคามทางเพศ	กรณี	0	3	0	3	2	0	0	1	1	0	0	0
การคุกคาม	กรณี	33	99	1	133	96	9	23	38	29	1	0	1
สิทธิของชนเผ่าพื้นเมือง	กรณี	0	0	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-
สิทธิในการรวมตัวและเจรจาโดยสันติ	กรณี	0	0	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าปรับที่เกิดขึ้น	บาท	-	-	-	-								
การเยียวยาแก้ไขแล้วเสร็จ	%												

ในปี 2568 มีข้อร้องเรียนที่พิสูจน์แล้วว่าผู้กระทำมีความผิดจริงจำนวน 227 กรณี ซึ่งบริษัทฯ ดำเนินการลงโทษตามข้อกำหนดที่ได้ระบุไว้ในนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน บทลงโทษตามกฎระเบียบบริษัท

กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน และการเยียวยา



ตัวอย่างการเยียวยา

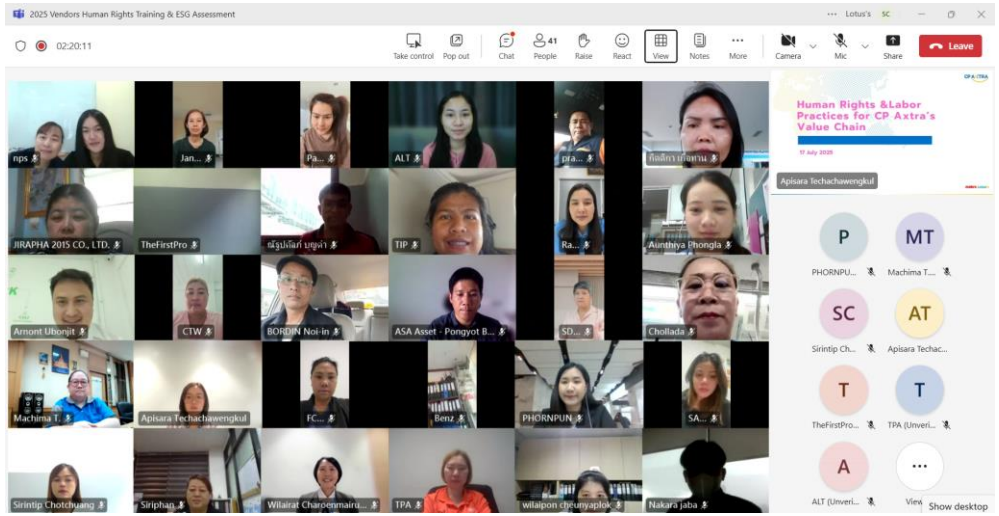
- ชดเชยเงินค่าล่วงเวลา
- คำนวนและปรับเงินเดือนขึ้นและโบนัส ย้อนหลัง

เงินที่เยียวยาทั้งหมดจำนวน 157,230.5 บาท

การฝึกอบรมออนไลน์ หลักสิทธิมนุษยชน และการไม่เลือกปฏิบัติ

บริษัทฯ ยังจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับหลักสิทธิมนุษยชนให้กับพนักงาน และผู้บริหาร ให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับหลักสิทธิมนุษยชนในการทำงาน ข้อปฏิบัติด้านแรงงาน ความหลากหลายและการทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงนโยบายไม่ยอมรับการคุกคามทางเพศและการคุกคามทุกรูปแบบ รวมถึงการปฏิบัติผิดหลักจริยธรรม ซึ่งปี 2568 ได้ขยายขอบเขตการฝึกอบรมดังกล่าวไปยังห่วงโซ่อุปทานด้วย





ผลการดำเนินงาน ปี 2568

100% ของพนักงานใหม่ พนักงาน ผู้รับเหมา และคู่ค้าได้รับการฝึกอบรมนโยบายสิทธิมนุษยชนการป้องกันการเลือกปฏิบัติ การคุกคาม และการคุกคามทางเพศ

100% จำนวนคู่ค้าที่ได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน และการเลือกปฏิบัติไปปฏิบัติใช้

ความหลากหลาย การอยู่ร่วมกัน การไม่เลือกปฏิบัติ และความเท่าเทียมทางเพศ

"ที่ ซีพี แอ็กซ์ตร้า เราเคารพในตัวตนของพนักงานทุกคน และเปิดกว้างในการจ้างงานยึดมั่นในความเท่าเทียม และยอมรับความหลากหลายทางเพศเพราะเราเชื่อว่า ความหลากหลายจะช่วยเสริมสร้างศักยภาพที่ไร้ขีดจำกัด ให้กับตัวพนักงานและองค์กร"

บริษัทฯ ยอมรับในความหลากหลายและความแตกต่าง สอดคล้องตามนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน และคู่มือการดำเนินธุรกิจสำหรับคู่ค้า ที่พนักงาน คู่ค้า และผู้รับเหมาต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมโดยไม่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติ สัญชาติ เผ่าพันธุ์ สีผิว ศาสนา สถานะทางสังคม เพศ อายุ ความพิการ แนวคิดทางการเมือง ตลอดจนสถานภาพเกี่ยวกับการสมรส ฯลฯ จากผลงานในปี 2565 ที่ได้รับชนะเลิศอันดับ 1 รางวัล WEP สาขาสถานประกอบการที่มีความเท่าเทียมทางเพศ จาก UN Women

เป้าหมาย: สัดส่วนผู้หญิงในระดับผู้บริหารสูงสุด
มากกว่า 50% ภายในปี 2026

57% เพศหญิงจากพนักงานทั้งหมด
58% เพศหญิงในตำแหน่งผู้บริหาร (ระดับสูง กลาง และต้น)
47% เพศหญิงในตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง
55% เพศหญิงในตำแหน่งผู้บริหารระดับกลาง
60% เพศหญิงในตำแหน่งผู้บริหารระดับต้น
57% เพศหญิงในหน่วยงานสร้างรายได้
47% เพศหญิงในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ STEM*

*หมายเหตุ: * STEM หมายถึง Science, Technology, Engineering และ Mathematics*

WEPs AWARDS
TRANSPARENCY & REPORTING
For exemplary practice embracing the Women's Empowerment Principles (WEPs) in Asia-Pacific

WEPs AWARDS
COMMUNITY ENGAGEMENT & PARTNERSHIPS
For exemplary practice embracing the Women's Empowerment Principles (WEPs) in Asia-Pacific



ตัวชี้วัดค่าตอบแทนระหว่างเพศ

บริษัทฯ ยังวิเคราะห์ข้อมูล ให้มั่นใจได้ว่าพนักงานทั้งหญิงและชาย ได้รับค่าตอบแทนเท่าเทียม และเป็นธรรม รวมถึงทบทวนการพิจารณาค่าตอบแทน และสวัสดิการสำหรับพนักงานให้สามารถแข่งขันกับกลุ่มอุตสาหกรรมใกล้เคียงและบริษัทชั้นนำในประเทศไทยเป็นประจำทุกปี ซึ่งในปีนี้ข้อมูลดังกล่าวยัง ได้รับการตรวจประเมินจากหน่ายงานตรวจประเมินรับรองจากภายนอก ดังรายละเอียดในใบรับรองที่หน้าสุดท้ายของรายงานความยั่งยืนประจำปี

ระดับ*	สัดส่วนค่าตอบแทน (หญิง:ชาย)	
	ปี 2567	ปี 2568
พนักงานทั้งหมด (เฉพาะฐานเงินเดือน)	0.99 : 1.00	0.95 : 1.00
พนักงานทั้งหมด (เฉพาะฐานเงินเดือน และค่าตอบแทนอื่นๆ)	0.97 : 1.00	0.94 : 1.00
ผู้บริหารระดับสูง (เฉพาะฐานเงินเดือน)	0.77 : 1.00	0.73 : 1.00
ผู้บริหารระดับสูง (เฉพาะฐานเงินเดือน และค่าตอบแทนอื่นๆ)	0.69 : 1.00	0.70 : 1.00
ระดับผู้บริหารทั้งหมด (เฉพาะฐานเงินเดือน)	0.90 : 1.00	0.89 : 1.00
ระดับผู้บริหารทั้งหมด (เฉพาะฐานเงินเดือน และค่าตอบแทนอื่นๆ)	0.89 : 1.00	0.89 : 1.00
ระดับพนักงาน (เฉพาะฐานเงินเดือน)	1.02 : 1.00	1.02 : 1.00
ระดับพนักงาน (เฉพาะฐานเงินเดือน และค่าตอบแทนอื่นๆ)	1.00 : 1.00	1.00 : 1.00

ตัวชี้วัดค่าตอบแทน*	% แตกต่างระหว่างพนักงานชาย และ หญิง	
	ปี 2567	ปี 2568
Mean gender pay gap สูตรคำนวณ = [รายได้เฉลี่ยเพศชาย - รายได้เฉลี่ยเพศหญิง] / รายได้เฉลี่ยเพศหญิง	1.33%	4.90%
Median gender pay gap สูตรคำนวณ = [ค่า Median รายได้เพศชาย - ค่า Median รายได้เพศหญิง] / ค่า Median รายได้เพศหญิง	-2.79%	-1.89%
Mean bonus gap สูตรคำนวณ = [ค่า Mean โบนัสเพศชาย - ค่า Mean โบนัสเพศหญิง] / ค่า Mean โบนัสเพศหญิง	-1.30%	4.77%
Median bonus gap สูตรคำนวณ = [ค่า Median โบนัสเพศชาย - ค่า Median โบนัสเพศหญิง] / ค่า Median โบนัส เพศหญิง	-3.20	-4.76%
** ขอบเขตการคำนวณ: ครอบคลุมพนักงานประจำทุกระดับ (100%)*		

สิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อสนับสนุนความหลากหลาย และการอยู่ร่วมกัน



การจัดพื้นที่จอดรถ และห้องน้ำสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุ

100% ทุกสาขามีพื้นที่จอดรถทางลาด และห้องน้ำสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุ



ห้องเตรียมน้ำนม

100% ทุกสาขามีพื้นที่ เครื่องใช้ไฟฟ้า และอุปกรณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้พนักงานหญิงจัดเตรียมนมบุตร





ห้องประกอบพิธีตามหลักศาสนา

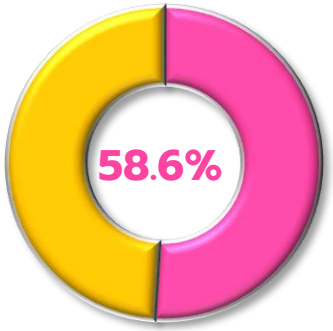
100% สำนักงานใหญ่จัดให้มีพื้นที่และเวลาสำหรับประกอบพิธีกรรมทางศาสนา

สนับสนุนบทบาทสตรีในห่วงโซ่อุปทาน และพัฒนาผู้หญิงในชุมชน

บริษัทฯ ได้นำหลักสิทธิมนุษยชน การบริหารจัดการด้วยความเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ ทำให้บริษัทฯ ได้รับรางวัลชนะเลิศอันดับ 1 ของประเทศไทย ในสาขาสถานที่ทำงานที่มีความเท่าเทียมทางเพศจาก UN Women และต่อมาได้รับรางวัลชนะเลิศอันดับ 1 ระดับเอเชียแปซิฟิค สาขาความโปร่งใส และการรายงาน เพื่อส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศ ในปี 2565 และ 2567 ตามลำดับ

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ร่วมโครงการกับ UN Women ตลาดหลักทรัพย์ และพันธมิตร ถ่ายทอดประสบการณ์การประยุกต์ความเท่าเทียมทางเพศ กับกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง ที่ยึดหลักการคัดเลือกคู่ค้าอย่างเป็นธรรม ตามศักยภาพและไม่เลือกปฏิบัติ โดยผลสำรวจข้อมูลทั่วไปของคู่ค้าธุรกิจ พบว่าสัดส่วนของเจ้าของกิจการที่เป็นเพศหญิงมีถึง 51% เป็นเครื่องพิสูจน์ถึงความยึดมั่นต่อการปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเป็นธรรม และหลักการ Women's Empowerment Principles (WEPs) ที่สนับสนุนบทบาทสตรี เพื่อยกระดับความเท่าเทียมทางเพศตลอดห่วงโซ่อุปทาน

คู่ค้าเจ้าของกิจการเพศหญิง



Australian Government
Department of Foreign Affairs and Trade



สนับสนุน และพัฒนาผู้หญิงในชุมชน

บริษัทฯ โครงการต่างๆ ที่สนับสนุน และพัฒนาผู้หญิง และกลุ่มเปราะบางในชุมชนให้มีทักษะอาชีพ และสามารถสร้างรายได้เพื่อเลี้ยงดูตนเอง และครอบครัว อาทิ โครงการคู่คิดคนมีฝัน

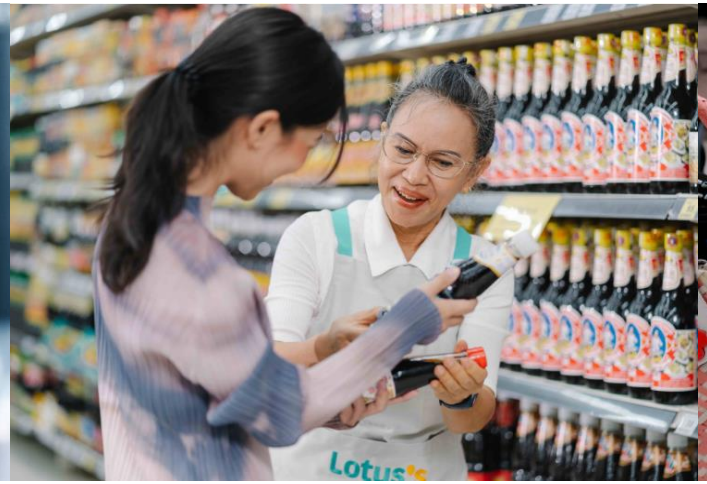


คลิ๊กเพื่อดู ชีวิตที่ต้องสู้ กับคำนินทา | อีจัน EJAN
***For English subtitle, you can switch on Closed captioning (CC) auto-translate to English on YouTube*



คลิ๊กเพื่อดู หนังชีวิต "แม่อ้อย" | อีจัน EJAN
***For English subtitle, you can switch on Closed captioning (CC) auto-translate to English on YouTube*







รางวัล HR Asia Best Companies to Work for in Asia 2025 – ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3

บริษัทฯ ยึดมั่นการดำเนินธุรกิจโดยเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน เสริมสร้างความเคารพสิทธิขั้นพื้นฐานอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม เพื่อเป็นองค์กรที่ส่งมอบประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้เพื่อนพนักงานในทุกมิติของการทำงาน พร้อมยกระดับทักษะความสามารถเพื่อนพนักงานเพื่อโอกาสในการเติบโต และตอบโจทย์องค์กรเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจไปสู่เป้าหมายที่สำเร็จร่วมกัน



รางวัล The UN Women 2024 Asia-Pacific and Thailand WEPs Awards*

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้รับรางวัลชนะเลิศ WEPs Awards 2024 ระดับเอเชียแปซิฟิค สาขาความโปร่งใสและการรายงานเพื่อส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศ จาก UN Women ซึ่งเป็นรางวัลสำหรับองค์กรที่มีการชี้วัด วิเคราะห์ และทำรายงานกำหนดตัวชี้วัดเพื่อประเมินประสิทธิภาพของนโยบายและการดำเนินงานขององค์กรในการส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศและเพิ่มศักยภาพสตรี โดยมีการกำหนดเป้าหมายและการรายงานผลอย่างโปร่งใส ชัดเจน และสม่ำเสมอ

(*การประกวดจัดทุก 2 ปี)



รางวัลองค์กรต้นแบบส่งเสริมการสร้างงาน สร้างรายได้ผู้สูงอายุ

บริษัทฯ สนับสนุนการสร้างงาน สร้างอาชีพให้แก่ผู้สูงอายุในทุกมิติ ผ่านโครงการ “60 ยังแจ๋ว” ประกอบด้วย 3 กิจกรรมหลัก ได้แก่

1. การจ้างงานผู้สูงอายุปฏิบัติงานในสาขาของแม็คโคร และ โลตัส
2. “เถ้าแก่วัยเก๋า” ฝึกอาชีพ สร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุที่ต้องการทำงานอิสระ หรือมีธุรกิจของตนเอง
3. “ตลาดสุขใจวัยเก๋า” เปิดพื้นที่จำหน่ายสินค้าในแม็คโคร-โลตัส ให้กับพ่อค้าและแม่ค้าที่สูงวัยได้นำสินค้ามาออกบูธ โดยไม่มีค่าใช้จ่าย

โครงการนี้สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นอันแน่วแน่ของเราในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ครอบคลุมทุกภาคส่วน และการส่งมอบผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม และจากความพยายามดังกล่าว บริษัทจึงได้รับการยกย่องให้เป็น 'องค์กรต้นแบบในการส่งเสริมการจ้างงานและสร้างรายได้สำหรับผู้สูงอายุ' ซึ่งมอบโดยอธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

Click: ลองดูคลิปนี้ให้จบ... แล้วคุณจะรู้ว่า “60ยังแจ๋ว” หน้าตาเป็นยังไง 😎💚 ยั... | TikTok









แนวปฏิบัติด้านแรงงาน

โครงการ	การดำเนินการ	ผลลัพธ์
ดูแลการจ่ายค่าจ้างที่เหมาะสม ในระดับเท่ากับหรือสูงกว่าการประเมินค่าครองชีพ หรือเกณฑ์มาตรฐานค่าครองชีพ	**ความมุ่งมั่นด้านค่าแรงที่เพียงพอต่อการดำรงชีพ:** บริษัทมุ่งมั่นที่จะประเมินค่าแรงที่เพียงพอต่อการดำรงชีพสำหรับพนักงาน ผู้รับเหมา และคู่ค้า (ซัพพลายเออร์) ทั้งหมด ภายในปี 2025 เพื่อรับรองว่าระดับรายได้จะสามารถรองรับความต้องการขั้นพื้นฐานของค่าครองชีพได้ **ระเบียบวิธีของแองเคอร์ (Anker Methodology):** ใช้กระบวนการคำนวณ 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) กำหนดค่าครองชีพของครัวเรือน ซึ่งรวมถึงค่าอาหาร ค่าที่อยู่อาศัย สิ่งจำเป็นพื้นฐาน และกรณีฉุกเฉิน (2) หารด้วยจำนวนคนทำงานต่อครอบครัวเพื่อให้ได้ค่าแรงสุทธิ (3) บวกภาษีและเงินหักต่าง ๆ เพิ่มเข้าไปเพื่อให้ได้ค่าแรงขั้นต้นที่เพียงพอต่อการดำรงชีพ	• **100%** พนักงานประจำได้รับการประเมินแล้ว • **100%** พนักงานสัญญาจ้างได้รับการประเมินแล้ว • **100%** คู่ค้าสำคัญได้รับการประเมินแล้ว • **100%** พนักงานประจำ ได้รับการปรับค่าจ้างสอดคล้องกับ Gross living wage
ตรวจสอบและควบคุมชั่วโมงการทำงาน รวมถึงการทำงานล่วงเวลา	**ระบบติดตามชั่วโมงการทำงานด้วย AI :** ในปี 2025 บริษัทได้นำระบบจัดตารางงานอัตโนมัติด้วย AI มาใช้งาน โดยระบบนี้จะทำการตรวจสอบ แจ้งเตือน และระงับการมอบหมายงานโดยอัตโนมัติ หากแนวโน้มชั่วโมงทำงานล่วงเวลา (OT) ใกล้ถึงขีดจำกัดที่กำหนด ซึ่งถือเป็นมาตรการเชิงรุกในการควบคุมชั่วโมงการทำงานที่มากเกินไปอย่างเข้มงวด และช่วยให้มั่นใจว่าพนักงานทุกคนได้รับการพักผ่อนที่เพียงพอ 	• **100%** พนักงานอยู่ภายใต้ระบบการตรวจสอบชั่วโมงการทำงานและการทำงานล่วงเวลา (OT) แบบอัตโนมัติ • **0%** พนักงาน ทำงานเกินกว่าชั่วโมงการทำงานสูงสุดที่กฎหมายกำหนด 
พนักงานได้รับค่าตอบแทนสำหรับการทำงานล่วงเวลา (OT) อย่างถูกต้อง	• **ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำงานล่วงเวลา (Provision for overtime work):** บริษัทจัดให้มีค่าตอบแทนที่เป็นธรรมสำหรับการทำงานล่วงเวลา (OT) ให้เป็นไปตามกฎหมายแรงงาน เพื่อรับรองว่าพนักงานจะได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมสำหรับการขยายเวลาปฏิบัติงาน ตลอดจนรักษาแนวปฏิบัติที่ชัดเจนเพื่อป้องกันการเอาเปรียบแรงงาน และส่งเสริมความสมดุลระหว่างการทำงานและการใช้ชีวิต (Work-life balance)	• **100%** พนักงานที่ทำงานล่วงเวลา ได้รับค่าตอบแทนอย่างถูกต้องและครอบคลุมครบถ้วน"

แนวปฏิบัติด้านแรงงาน

โครงการ	การดำเนินการ	ผลลัพธ์
หารือร่วมกับผู้แทนพนักงานอย่างสม่ำเสมอเกี่ยวกับสภาพการจ้างและสภาพแวดล้อมในการทำงาน	• **หารือร่วมกับผู้แทนพนักงานอย่างสม่ำเสมอ:** บริษัทรับรองว่าเรื่องร้องเรียนต่าง ๆ ของพนักงานจะได้รับการตอบสนอง และสภาพการทำงานจะเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด โดยการจัดการประชุมและหารือร่วมกับคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการเป็นประจำทุกเดือน	• พนักงาน **2,030 คน** ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนพนักงานในนามคณะกรรมการสวัสดิการ และเข้าประชุมประจำทุกไตรมาส
ติดตามส่วนต่างค่าจ้างระหว่างเพศ (Gender Pay Gap) อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการจ่ายค่าตอบแทนที่เท่าเทียมกันระหว่างชายและหญิง	• **การจ่ายค่าตอบแทนที่เท่าเทียมกัน:** บริษัทจ่ายค่าตอบแทนที่เท่าเทียมกันระหว่างพนักงานหญิงและชายที่ปฏิบัติงานในบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบเทียบเท่ากัน ซึ่งผ่านการทวนสอบจากผู้สอบทานภายนอกและมีการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะเป็นประจำทุกปี *สามารถดูหนังสือรับรองประจำปี 2025 ได้ที่ลิงก์: CIN template (GRI 405-2 อัตราส่วนของเงินเดือนพื้นฐานและค่าตอบแทนของผู้หญิงต่อผู้ชาย)*	**อัตราส่วนค่าตอบแทน พนักงานหญิง:พนักงานชาย** • **ภาพรวมองค์กร: 0.99:1.00** (เฉพาะเงินเดือน) และ **0.97:1.00** (รวมค่าตอบแทนอื่น) • **ระดับบริหาร: 0.90:1.00** (เฉพาะเงินเดือน) และ **0.89:1.00** (รวมค่าตอบแทนอื่น) • **ระดับปฏิบัติการ / ทั่วไป : 1.02:1.00** (เฉพาะเงินเดือน)
ขยายความคุ้มครองทางสังคมให้แก่พนักงาน นอกเหนือไปจากโครงการหรือสวัสดิการของภาครัฐ	**การยกระดับความคุ้มครองทางสังคมและความมั่นคงทางการเงิน:** • ประกันสุขภาพและประกันชีวิตกลุ่มที่ครอบคลุมสำหรับพนักงาน นอกเหนือไปจากที่กฎหมายกำหนด • สิทธิ์วันลาคลอดสำหรับมารดาและวันลาเพื่อดูแลบุตรสำหรับบิดาที่เกินกว่าข้อกำหนดตามกฎหมาย • กองทุนสำรองเลี้ยงชีพเพื่อสร้างความมั่นคงทางการเงินในระยะยาวหลังการเกษียณอายุ • มอบทุนการศึกษาให้แก่ตัวพนักงานเองและบุตรของพนักงาน (รวมถึงบุตรที่บรรลุนิติภาวะแล้ว) • การจัดสรรหุ้นให้แก่พนักงานผ่านโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP) • บริการรถทันตกรรมเคลื่อนที่ ตลอดจนการจัดให้มีแพทย์และพยาบาลประจำการแบบเต็มเวลา และสวัสดิการอื่น ๆ	• **100%** พนักงานประจำ ได้รับความคุ้มครองจากประกันสุขภาพและประกันชีวิตกลุ่มที่ครอบคลุม นอกเหนือจากสวัสดิการภาครัฐ • **100%** พนักงานที่มีคุณสมบัติครบถ้วน ได้รับสิทธิ์ในการเข้าร่วมกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของบริษัท เพื่อความมั่นคงในวัยเกษียณ











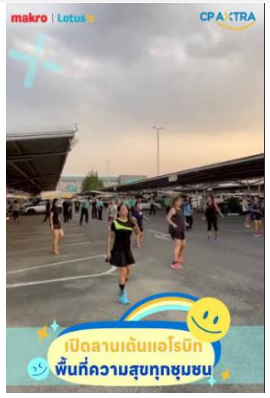


แนวปฏิบัติด้านแรงงาน

โครงการ	การดำเนินการ	ผลลัพธ์
ดูแลให้มั่นใจว่าพนักงานได้ใช้สิทธิ์วันหยุดพักผ่อนประจำปี (วันลาพักร้อน) แบบได้รับค่าจ้างครบถ้วนตามสิทธิ์	• **วันหยุดพักผ่อนประจำปีแบบได้รับค่าจ้าง:** บริษัทจัดให้มีสิทธิ์วันหยุดพักผ่อนประจำปี (วันลาพักร้อน) ที่ครอบคลุมและสอดคล้องกับข้อกำหนดตามกฎหมาย เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานมีเวลาที่เพียงพอสำหรับการพักผ่อน จัดการธุระส่วนตัว และการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ ควบคู่ไปกับการรักษาความต่อเนื่องในการดำเนินงานขององค์กร ตลอดจนสนับสนุนสุขภาวะที่ดีของพนักงาน	• **100%** พนักงานได้รับสิทธิ์และเข้าถึงวันหยุดพักผ่อนประจำปีแบบได้รับค่าจ้างอย่างครอบคลุมครบถ้วน
จัดให้มีการฝึกอบรมหรือการเพิ่มทักษะใหม่ เพื่อบรรเทาผลกระทบเชิงลบจากการเปลี่ยนแปลงทางอุตสาหกรรมหรือการเปลี่ยนผ่านด้านสภาพภูมิอากาศ	**การเพิ่มทักษะและการเคลื่อนย้ายบุคลากรภายในองค์กร :** เพื่อบรรเทาผลกระทบเชิงลบด้านการจ้างงาน (เช่น การสูญเสียงาน หรือภาวะทักษะล้นเกิน/ล้าสมัย) ที่เกิดจากการเปลี่ยนผ่านของอุตสาหกรรมค้าปลีกไปสู่ระบบอัตโนมัติ บริษัทจึงได้ดำเนินมาตรการเชิงรุกในการเพิ่มทักษะใหม่ (Reskill) ให้แก่พนักงานกลุ่มเสี่ยง ผ่านแนวทางต่าง ๆ ดังนี้: a) การเพิ่มทักษะด้านดิจิทัล (Digital Reskilling): ร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญ (เช่น Skooldio, LinkedIn และอื่น ๆ) เพื่อเสริมสร้างทักษะด้านปัญญาประดิษฐ์ (AI) และการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) ให้แก่พนักงานที่ได้รับผลกระทบ เพื่อเปลี่ยนผ่านจากการทำงานแบบดั้งเดิม ไปสู่บทบาทหน้าที่ที่มีคุณค่าและสร้างมูลค่าได้มากกว่า b) การเปลี่ยนผ่านสายงานข้ามฟังก์ชัน (Cross-Functional Transition): พนักงานที่มีความเสี่ยงจากภาวะทักษะล้าสมัยจะได้รับการหลอมรวมเข้ากับทีมบริหารโครงการแบบคล่องตัว (Agile Project Teams) เพื่อเปิดโอกาสให้พวกเขาได้ศึกษาและปรับตัวเข้าสู่ตำแหน่งงานใหม่ ๆ เช่น นักวิเคราะห์ข้อมูล การตลาดออนไลน์ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร เป็นต้น c) การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง (Change Management): กำหนดให้หลักสูตรผู้นำเรื่อง "การรับมือและการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง" (Dealing and Managing Change) เป็นข้อบังคับที่ต้องเรียน เพื่อให้เกิดการปรับตัวที่ราบรื่นท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมอย่างรวดเร็ว	• **100%** พนักงานที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากระบบปฏิบัติการอัตโนมัติ (Process Automation) ได้เข้าร่วมโครงการเพิ่มทักษะด้านดิจิทัล (Digital Reskilling) • **100%** เข้าร่วมการฝึกอบรมด้านการรับมือและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Resilience Training)









ชมรมและกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยคณะกรรมการสวัสดิการ









การดูแลสุขภาพ

นอกเหนือไปจากโครงการด้านสุขภาพและสังคมของภาครัฐ บริษัทได้จัดให้มีระบบนิเวศการดูแลสุขภาพภายในสถานประกอบการ (On-site Healthcare Ecosystem) ที่เข้มแข็งและได้รับทุนสนับสนุนเต็มจำนวนจากบริษัท โดยมีประกันสุขภาพกลุ่มที่เป็นรูปธรรม รวมถึงห้องพยาบาลประจำสถานประกอบการ และรถทันตกรรมเคลื่อนที่

โดยห้องพยาบาลของเรามีแพทย์และพยาบาลวิชาชีพประจำการแบบเต็มเวลาทุกวันทำการ ณ สำนักงานใหญ่และสำนักงานนวมินทร์ โดยไม่มีการเก็บค่าใช้จ่าย พนักงานสามารถเข้ารับการรักษาพยาบาลและการดูแลทางทันตกรรมในระหว่างชั่วโมงทำงานปกติ โดยถือเป็นเวลาทำงานที่ได้รับค่าจ้างเต็มจำนวน และไม่มีการหักค่าจ้างหรือหักวันลาใด ๆ ทั้งสิ้น

โครงการดูแลสุขภาพที่ครอบคลุมนี้ ได้เปลี่ยนผ่านจากการปฐมพยาบาลในที่ทำงานแบบมาตรฐานทั่วไป ให้กลายเป็นเครือข่ายการดูแลสุขภาพที่ครอบคลุมทุกภาคส่วนซึ่งสนับสนุนทุนโดยองค์กร เพื่อสุขภาวะที่ดีในระยะยาวของพนักงานทุกคน







โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน

เพื่อส่งเสริมการรักษาบุคลากรในระยะยาวและขับเคลื่อนกำลังพลให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การเติบโตทางธุรกิจและเป้าหมายด้านความยั่งยืนขององค์กร บริษัทจึงได้ดำเนินแผนงานจัดสรรหุ้นตามผลการดำเนินงาน (Performance Share Unit หรือ PSU) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ 'โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP)' โดยครอบคลุมสัดส่วนที่สำคัญของพนักงานในระดับที่ต่ำกว่าผู้บริหารระดับสูง แผนงานจัดสรรหุ้นนี้มีเงื่อนไขระยะเวลาถือครองหุ้นก่อนได้รับสิทธิ์จริง (Vesting Period) เป็นเวลา 3 ปี โดยอ้างอิงจากความสำเร็จของเป้าหมายผลการดำเนินงานขององค์กรที่กำหนดไว้ ซึ่งรวมถึงดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs) เฉพาะทางด้านธุรกิจและความยั่งยืน

สิ่งที่โดดเด่นคือ เมื่อครบกำหนดเงื่อนไขการได้รับสิทธิ์ (Vesting) ภายใต้โครงการ EJIP บริษัทจะสมทบเงินทุนเพิ่มเติม (Matching Contribution) ร่วมกับเงินลงทุนภาคสมัครใจของพนักงาน พร้อมทั้งมีการจ่ายเงินปันผลทุก ๆ 6 เดือน ซึ่งกองทุนเงินออมเพื่อการเกษียณอายุส่วนเพิ่มภาคเอกชน หรือกองทุนประกันทางการเงินที่ได้รับการยกระดับนี้ ถือเป็นมาตรการเชิงรุกในการขยายขอบเขตความคุ้มครองทางสังคมให้แก่พนักงานของเรา นอกเหนือไปจากโครงการภาคบังคับของรัฐ"



ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในสถานที่ทำงานผ่านนโยบายและแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสถานที่ทำงานที่ครอบคลุม เพื่อให้การดำเนินนโยบายนี้มีประสิทธิภาพ เราได้แต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยและอาชีวอนามัย (คณะกรรมการ OSH) และเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยทั้งในระดับหัวหน้างานและระดับบริหาร มาตรการเหล่านี้ช่วยป้องกันการเสียชีวิต อุบัติเหตุ และการเจ็บป่วยจากการทำงานในสถานที่ทำงาน บริษัทได้จัดทำคู่มือความปลอดภัยของพนักงานเพื่อสนับสนุนโครงการริเริ่มเหล่านี้ มีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในการรณรงค์ด้านความปลอดภัยกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และปรับปรุงมาตรการด้านความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ ตั้งเป้าหมาย ลดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงานเป็นศูนย์ ภายในปี 2573 โดยมุ่งเน้นไปที่พนักงานหัวหน้างานและพนักงานปฏิบัติการในร้านค้าปลีกและศูนย์กระจายสินค้าของเราเป็นหลัก นอกจากนี้ เรายังได้จัดเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยมืออาชีพประจำสาขาของเราอีกด้วย

ดูเพิ่มเติม ***นโยบายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน***

โครงสร้างหน่วยงานความปลอดภัยฯ

ผู้รับผิดชอบการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย	คน
คณะกรรมการความปลอดภัยฯ	1,119
จป บริหาร	2,295
จป. หัวหน้างาน	2,908
จป. วิชาชีพ	135

บริษัทฯ ได้นำแนวทางระบบการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย ISO 45001 โดยมีระเบียบปฏิบัติงาน 15 เรื่อง เพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุและโรคจากการทำงาน พร้อมผลักดันการบริหารด้านความปลอดภัย ให้เกิดประสิทธิผล ควบคู่กับปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และได้ประกาศ กฎพิทักษ์ชีวิต 10 ข้อ เป็นหลักปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร ด้วยความเข้มงวดในระดับสูงสุด เพื่อป้องกันอุบัติเหตุร้ายแรง ทั้งยังเพิ่มตัวชี้วัดใหม่ ได้แก่ อุบัติเหตุจากการขนส่ง และรายงานเหตุการณ์เกือบเกิดอุบัติเหตุ

ดูเพิ่มเติม ***ใบรับรองระบบ ISO45001***

100% พื้นที่ปฏิบัติงานการตรวจประเมินความสอดคล้องกับกฎพิทักษ์ชีวิต

100% พนักงาน และผู้รับเหมาได้รับการฝึกอบรม และทราบว่ามีต่อการพิจารณาผลงาน และการจ่ายค่าตอบแทน

ดูเพิ่มเติม ***กฎพิทักษ์ชีวิต***

เป้าหมาย และสถิติอุบัติเหตุปี 2568

เป้าหมาย: อัตราการเสียชีวิตและการบาดเจ็บจนต้องหยุดงาน ต่ำกว่า 0.50									
พนักงาน					ผู้รับเหมา				
อัตราการบาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด (TRIFR)					อัตราการบาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด (TRIFR)				
CP AXTRA	Makro-TH	Makro-INT	Lotus's-TH	Lotus's-MY	CP AXTRA	Makro-TH	Makro-INT	Lotus's-TH	Lotus's-MY
1.81 (411 cases)	3.12 (198 cases)	8.12 (3 cases)	0.62 (92 cases)	8.20 (118 cases)	0.75 (121 cases)	1.28 (99 cases)	0.00 (0 cases)	0.26 (21 cases)	0.43 (1 case)
อัตราการหยุดงานจากการเกิดอุบัติเหตุ (LTIFR)					อัตราการหยุดงานจากการเกิดอุบัติเหตุ (LTIFR)				
CP AXTRA	Makro-TH	Makro-INT	Lotus's-TH	Lotus's-MY	CP AXTRA	Makro-TH	Makro-INT	Lotus's-TH	Lotus's-MY
1.57 (355 cases)	2.44 (155 cases)	0.00 (0 case)	0.56 (83 cases)	8.13 (117 cases)	0.55 (89 cases)	0.92 71 cases)	0.00 (0 case)	0.21 (17 cases)	0.43 (1 case)
อัตราผู้สียชีวิตจากอุบัติเหตุจากการทำงาน (Fatality Rate)					อัตราผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจากการทำงาน (Fatality Rate)				
CP AXTRA	Makro-TH	Makro-INT	Lotus's-TH	Lotus's-MY	CP AXTRA	Makro-TH	Makro-INT	Lotus's-TH	Lotus's-MY
0.013 (3 cases)	0.02 (1 case)	0.00 (0 case)	0.01 (1 case)	0.07 (1 case)	0.012 (2 case)	0.01 (1 case)	0.00 (0 case)	0.01 (1 case)	0.00 (0 case)

หมายเหตุ:

- *อัตราการเกิดอุบัติเหตุ ต่อ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน*
- *ครอบคลุมถึงการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และผู้รับเหมา*

ระบบบริหารจัดการด้านความปลอดภัย และอาชีวอนามัย

บริษัทฯ นำแนวทางจากระบบบริหารจัดการด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ISO 45000 มาประยุกต์ใช้ โดยมีกระบวนการทำงาน เพื่อให้สามารถควบคุมความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องดังต่อไปนี้

กระบวนการ	ขั้นตอน	มาตรการ และผลลัพธ์ ปี 2568
บ่งชี้และประเมินความเสี่ยง	การประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยถูกรวมเข้ากับระบบการประเมินความเสี่ยงขององค์กร ในปี 2566 การตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎพิทักษ์ชีวิต พบความเสี่ยงอุบัติเหตุทางถนนและการบาดเจ็บเป็นปัจจัยที่สำคัญ และถูกนำเข้าสู่คณะกรรมการความเสี่ยงและบูรณาการเข้ากับแผนความเสี่ยงของ ERM เพื่อวางแผนเชิงป้องกันเชิงรุก	• ประกาศกฎพิทักษ์ชีวิต และตรวจประเมินความสอดคล้องหน้างาน **100%** ของพื้นที่และกิจกรรมหลัก ได้รับการบ่งชี้ และประเมิน ครอบคลุมหน่วยธุรกิจใหม่ ความเปลี่ยนแปลง ภาวะปกติ ภาวะผิดปกติ และภาวะวิกฤต • **5** รายการความเสี่ยงได้รับการบ่งชี้และประเมิน และนำไปจัดลำดับความเสี่ยง ความเสี่ยงตั้งแต่ระดับปานกลางขึ้นไป ทุกข้อได้รับการแก้ไข และนำเสนอความก้าวหน้าต่อคณะกรรมการจัดการการบริหารความเสี่ยงทุกไตรมาส • ปี 2025 อุบัติเหตุและการบาดเจ็บจากอุบัติเหตุบนท้องถนนเป็นปัญหาที่สำคัญที่สุด และถูกยกขึ้นมาพิจารณาโดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง รวมถึงผนวกรวมเข้ากับแผนที่ความเสี่ยงของ ERM แล้ว
จัดลำดับความสำคัญ	เกณฑ์พิจารณาระดับความเสี่ยง จากความรุนแรง x โอกาสการเกิด และแบ่งความสำคัญเป็น 4 ระดับ คือ สำคัญมาก สำคัญ ปานกลาง ความเสี่ยงต่ำ (นัยสำคัญลำดับตั้งแต่ปานกลางเป็นต้นไป) ความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญทุกประเด็นต้องได้รับการแก้ไข และรวบรวมนำเสนอในที่ประชุมคณะกรรมการจัดการการบริหารความเสี่ยง ทุกไตรมาส	• บูรณาการเข้ากับระบบบริหารความเสี่ยงองค์รวม (ERM) และรายงานความคืบหน้าในการประชุมคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงรายไตรมาส • ความเสี่ยงที่สำคัญทั้งหมด **100%** จะต้องได้รับการแก้ไขภายใน 12 เดือน และรายงานเข้าสู่ระบบ ERM พร้อมทั้งรายงานให้คณะกรรมการตรวจสอบ (ระดับคณะกรรมการบริหาร) ทราบ
จัดทำแผนงานปรับปรุง	นำประเด็นหัวข้อความเสี่ยงที่ต้องความได้รับการแก้ไข ประกอบกับข้อมูลจากการทบทวนข้อกำหนดกฎหมาย เพื่อจัดทำแผนงานความปลอดภัยประจำปี และในปี 2566 เป็นต้นไป ความปลอดภัย จัดเป็นหนึ่งในเกณฑ์การพิจารณาการจ่ายค่าตอบแทน และผลงานประจำปีของพนักงาน และผู้รับเหมา	• แผนงานความปลอดภัยประจำปี 4 ด้าน และผลการดำเนินงาน **100%** โครงการ PPE App **100%** โครงการฝึกอบรมด้านความปลอดภัย **100%** โครงการการขับขี่ปลอดภัย **31 สาขา** ประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AI ร่วมกับ **100%** สาขาที่กล้องวงจรเพื่อตรวจจับการกระทำที่ไม่ปลอดภัย
การเตรียมการและตอบสนองภาวะฉุกเฉิน	แผนซ้อมตอบสนองภาวะเหตุฉุกเฉิน ตลอดจนจัดให้มีการซ้อมดับเพลิงและอพยพหนีไฟเป็นประจำทุกปี ตามข้อกำหนดของกฎหมาย รวมถึงการซ้อมแผนดำเนินธุรกิจต่อเนื่อง เช่น แผนน้ำท่วม แผนโรคระบาด ฯลฯ เพื่อให้บริษัทฯ สามารถตอบสนองและควบคุมภาวะวิกฤต	• **100%** ซ้อมแผนฉุกเฉิน • **100%** ซ้อมแผนดำเนินธุรกิจต่อเนื่อง • **100%** พนักงาน เข้าร่วมการอบรมปฐมพยาบาล การช่วยชีวิตด้วยการปั๊มหัวใจ และการใช้เครื่อง AED

กระบวนการ	ขั้นตอน	ผลลัพธ์ ปี 2568
การติดตามและประสิทธิผล	แผนงาน เป้าหมาย และผลการดำเนินการ จะถูกนำเสนอที่ประชุมคณะกรรมการความปลอดภัยให้ผู้บริหารระดับสูง และคณะทำงานด้านความปลอดภัยฯ ทราบเป็นรายไตรมาส	• **100%** รายงานผลการดำเนินในที่ประชุมคณะกรรมการความปลอดภัยและคณะการบริหารจัดการความเสี่ยงทุกไตรมาส • จัดกิจกรรมออกกำลังกายในทุกสถานที่ (ทุกสัปดาห์)
การตรวจตราความปลอดภัยและการตรวจสอบภายใน	ผู้จัดการพื้นที่ กำกับดูแลการประเมินและตรวจสอบความปลอดภัยประจำวัน (SHE Daily Inspection) ที่ศูนย์จำหน่ายสินค้า และคลังจัดเก็บสินค้าทุกสาขา เพื่อให้มั่นใจว่ามีการปฏิบัติตามมาตรการด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานตลอดเวลาการปฏิบัติงานของพนักงานและผู้รับเหมาในพื้นที่ รวมถึงความปลอดภัยของลูกค้าระหว่างใช้บริการ	• **100%** การตรวจความปลอดภัยรายเดือน • **100%** การตรวจความปลอดภัยรายวัน • **100%** ป้องกันการกระทำไม่ปลอดภัยด้วยกล้องวงจรปิด • **100%** ปฏิบัติตามกฎพิทักษ์ชีวิต และตรวจสอบณ สถานที่ปฏิบัติงาน • **60%** ของศูนย์กระจายสินค้า (**6** ใน 10 แห่ง) ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 45001:2018
การสอบสวนอุบัติเหตุ อุบัติการณ์	กำหนดให้พนักงานผู้เห็นเหตุการณ์แจ้งเหตุ ให้ผู้บังคับบัญชาตามสายงานทราบ และเมื่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้บริหารสาขา และผู้บริหารสูงสุด และเมื่อรับทราบรายละเอียดเหตุการณ์ สอบสวนเหตุการณ์ หาแนวทางแก้ไขและป้องกัน ภายใน 24 ชั่วโมง นับจากการเกิดเหตุ รวมถึงต้องกำหนดแผนงานป้องกันแก้ไขมอบหมายผู้รับผิดชอบและกำหนดแล้วเสร็จ	• **100%** อุบัติเหตุ / อุบัติการณ์ได้รับการสอบสวนสาเหตุที่แท้จริง • **100%** มาตรการป้องกันแก้ไขดำเนินการแล้วเสร็จ
ฝึกอบรม ให้ความรู้ ปลูกจิตสำนึก	ส่งเสริมการฝึกอบรมสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความตระหนักด้านความปลอดภัยให้กับผู้ปฏิบัติงาน ผ่านการฝึกอบรมความปลอดภัยทั่วไปและความปลอดภัยเฉพาะงาน เช่น การฝึกอบรมขับขี่รถยก (Forklift Training) อย่างปลอดภัยเป็นต้น ผู้จัดการประจำสาขาสื่อสารประเด็นด้านอาชีวอนามัยความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Safety Talk) และการตรวจประเมินความปลอดภัยศูนย์จำหน่ายสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าประจำปี (SHE Audit) ให้เกิดความตระหนักด้านความปลอดภัยให้แก่พนักงาน และผู้รับเหมา	• หัวข้อการฝึกอบรมที่สำคัญ **100%** พนักงานได้รับการฝึกอบรม เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมาย **100%** ผู้รับเหมา และคู่ค้า ได้รับการฝึกอบรมด้านความปลอดภัย **100%** จัดให้มี safety talk ประจำวัน • ป้ายประกาศปลอดอุบัติเหตุ และรางวัลเชิดชูเกียรติ
ใช้เกณฑ์ความปลอดภัยอาชีวอนามัย ในกระบวนการการจัดซื้อจัดจ้าง	ผู้รับเหมา และคู่ค้า (ทั้งลำดับ 1 และไม่ใช่ลำดับ 1) ต้องผ่านเกณฑ์ประเมินด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และพิจารณาสถิติอุบัติเหตุในผ่านมา พร้อมด้วยการกำหนดเกณฑ์ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยเป็นหนึ่งในข้อตกลงภายในสัญญาจ้าง โดยระบุเงื่อนไขการบอกเลิกจ้าง หากพบว่าผู้รับเหมา หรือคู่ค้ารายใด ไม่ปฏิบัติตามสัญญา ผิดมาตรฐานความปลอดภัยของบริษัทฯ หรือผิดกฎหมายข้อบังคับ	• **100%** ผู้รับเหมา และคู่ค้าได้รับการประเมินและผ่านเกณฑ์ด้านความปลอดภัย • **100%** คู่ค้าด้านบริการที่มีความเสี่ยงสูง ได้รับการตรวจประเมินความปลอดภัยหน้างาน • **100%** ผู้รับเหมา และคู่ค้าที่รับทราบในเงื่อนไขการจ้างงานตามมาตรฐานด้านความปลอดภัย

ตัวอย่างการฝึกอบรมให้ความรู้ และสร้างความตระหนักด้านความปลอดภัย

หลักสูตร "อบรมการขับรถโฟล์คลิฟท์อย่างปลอดภัยและถูกวิธี"

เพื่อให้เกิดความปลอดภัยในการทำงานและความปลอดภัยในการบริการลูกค้าในพื้นที่ ขายทางบริษัทฯกำหนดให้ผู้ขับรถโฟล์คลิฟท์ต้องผ่านหลักสูตรการอบรมการขับรถโฟล์คลิฟท์อย่างปลอดภัยและถูกวิธีทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติรวมถึงกำหนดให้มีผู้เฝ้าระวัง (Spotter) เพื่อกั้นพื้นที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ขายระหว่างการใช้งานรถโฟล์คลิฟท์ เพื่อให้ปฏิบัติงานอย่างถูกวิธีและปลอดภัยต่อพนักงานและลูกค้า





ผลการดำเนินงาน ปี 2568

100% ของพนักงานทั้งหมดเกี่ยวข้องกับรถโฟล์คลิฟท์ ผ่านการฝึกอบรม

หลักสูตร "การขับขี่เชิงป้องกัน"

หลักสูตรการขับขี่เชิงป้องกัน (Defensive Driving) มีหลักการขับขี่เชิงป้องกัน 6 ขั้นตอนประกอบไปด้วย ตรวจสอบก่อนและหลังออกเดินทาง ปฏิบัติตามกฎพิทักษ์ชีวิต เทคนิคขับขี่ป้องกันอุบัติเหตุ ระวังจุดบอดรอบคัน ป้องกันการเสียสมาธิ และหลักการจอดรถที่ปลอดภัย ทำให้พนักงานและผู้รับเหมา ขับรถด้วยความรู้ ไปพร้อมกับตระหนักถึงความปลอดภัยขณะปฏิบัติงานนำไปสู่การลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุบนท้องถนนที่อาจเกิดขึ้นกับผู้ขับขี่ ผู้ร่วมใช้ถนน ผู้สัญจรผ่านและลดผลกระทบต่อชุมชนอีกด้วย









ผลการดำเนินงาน ปี 2568

100% ผู้ที่มีความเสี่ยงจากการปฏิบัติงานด้านการขับขี่ผ่านการอบรม

แอปพลิเคชั่น PPE Management

บริษัทฯ ได้พัฒนาแอปพลิเคชั่น PPE Management ที่ช่วยจัดประเภทของอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลตามความเสี่ยงของงาน รวมทั้งคำนวณระยะเวลาและส่งแจ้งเตือนตามรอบอายุการใช้งาน เพื่อให้อุปกรณ์มีประสิทธิภาพตลอดการทำงาน โดยลงทะเบียนหรือสแกนคิวอาร์โค้ด ทำให้เบิกPPE ได้สะดวก ตรงตามความเสี่ยงของงาน และลดการใช้กระดาษ

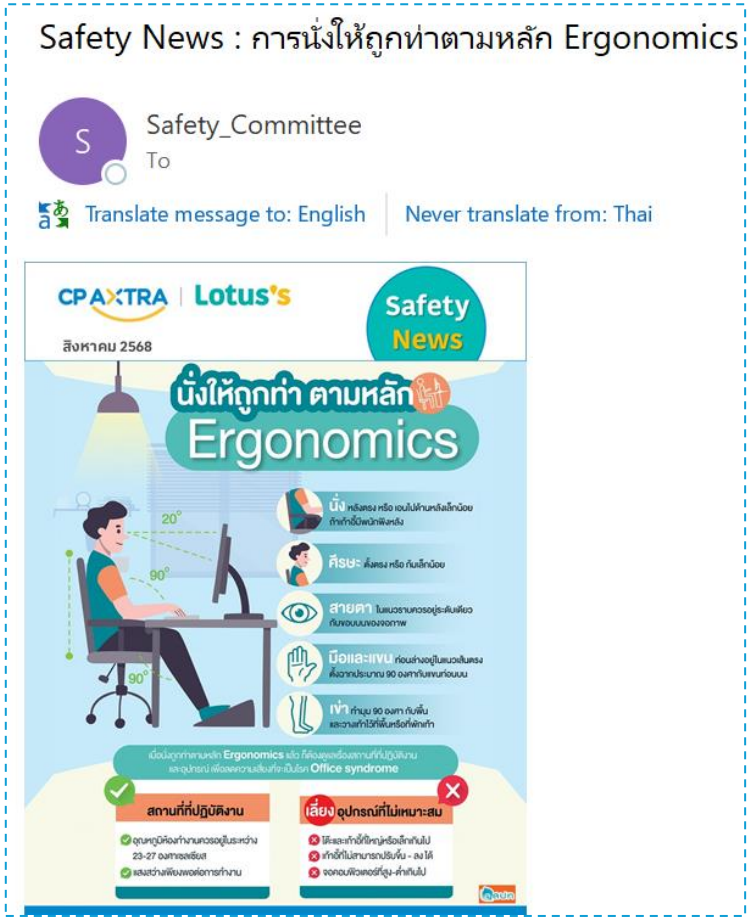




ผลลัพธ์ ปี 2568:

100% พนักงานทุกสาขาสามารถเข้าใช้งานระบบ

การสร้างความตระหนักรู้ด้านการยศาสตร์ผ่านทางประกาศด้านความปลอดภัย



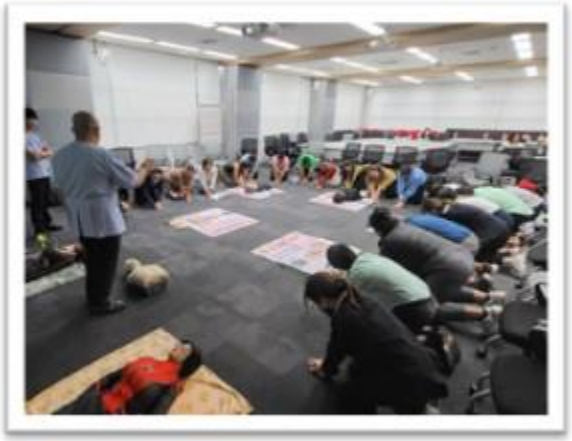
.

ผลการดำเนินงานปี 2568

100% พนักงานได้รับการสื่อสาร

การอบรมปฐมพยาบาลเบื้องต้น การช่วยชีวิตด้วยการปั๊มหัวใจ และการใช้เครื่องกระตุ้นหัวใจไฟฟ้าอัตโนมัติ (AED)

บริษัทฯ จัดการฝึกอบรมการช่วยชีวิตขั้นพื้นฐาน (BLS) และการใช้เครื่องกระตุ้นหัวใจไฟฟ้าอัตโนมัติ (AED) เป็นประจำทุกปี เพื่อให้ผู้เข้าร่วมมีทักษะการช่วยชีวิตที่จำเป็น โครงการนี้ช่วยเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉินได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยเพิ่มโอกาสรอดชีวิตของผู้ป่วยและผู้บาดเจ็บ













ผลการดำเนินงาน ปี 2568

100% ของพนักงานในกลุ่มเป้าหมาย ผ่านการฝึกอบรมเรียบร้อยแล้ว

การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมายระยะยาวปี 2573

ประชาชน 150,000 คน เข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต และเสริมสร้างทักษะที่จำเป็น



ผลการดำเนินงานปี 2568: บรรลุเป้าหมายระยะยาว โดยประชาชน 191,901 คน ได้รับการส่งเสริมการเรียนรู้และเสริมสร้างทักษะที่จำเป็น



191,901 คน เข้าร่วมโครงการมิตรแท้โชห่วย และ Chef's Club by makro

1,145 ทุนการศึกษา ให้กับบุตรหลานพนักงาน ลูกค้า ทายาทร้านโชห่วย และพนักงานรวมกว่า **101,187,300** บาท

โอกาสและความท้าทาย

ประเทศไทยถูกจัดอันดับให้เป็นประเทศที่มีความเหลื่อมล้ำทางรายได้อันดับต้น ๆ ของโลกความแตกต่างของรายได้ดังกล่าวส่งผลต่อเนื่องไปยังความเหลื่อมล้ำด้านอื่น ๆ ของสังคม เช่นความไม่เสมอภาคทางการศึกษา รวมทั้งการเข้าถึงความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพ ดังนั้นบริษัทฯ จึงมุ่งมั่นลดความเหลื่อมล้ำด้วยการยกระดับคุณภาพและการเข้าถึงการศึกษารวมทั้งการพัฒนาศักยภาพผู้ขาดโอกาสอย่างทั่วถึง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตโดยรวมของประชาชน

นโยบายและแนวทางการดำเนินงาน

1. ส่งเสริมโอกาสการเรียนรู้ตลอดชีวิตและพัฒนาการศึกษา
2. ส่งเสริมกิจกรรมสนับสนุนสังคมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ
3. ลดอัตราการว่างงาน

การส่งเสริมโอกาสการเรียนรู้ตลอดชีวิตและพัฒนาการศึกษา

ด้วยตระหนักถึงความสำคัญของการเรียนรู้ที่ไม่มีที่สิ้นสุด บริษัทฯ ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตและพัฒนาการศึกษา ส่งเสริมกิจกรรมสนับสนุนสังคมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ ลดอัตราการว่างงาน สร้างทักษะที่จำเป็นต่อการทำธุรกิจ และสนับสนุนลูกค้า ผู้ประกอบการ รวมไปถึงกลุ่มเปราะบาง ให้สามารถนำความรู้และข้อแนะนำจากการเข้าร่วมโครงการของบริษัทฯ ประกอบอาชีพที่สร้างเสริมรายได้

โครงการ "มิตรแท้โชห่วย"

บริษัทฯ ดำเนินโครงการมิตรแท้โชห่วยเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการร้านโชห่วยซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทมีการเติบโต โดยนอกจากเป็นศูนย์จำหน่ายสินค้าครบวงจรสำหรับร้านค้าปลีกรายย่อยและร้านโชห่วย บริษัทฯ ยังสนับสนุนและยกระดับศักยภาพของร้านโชห่วยตั้งแต่การเปิดร้านใหม่ไปจนถึงการปรับปรุงร้าน ผ่านหลักสูตร
“8 ขั้นตอนสู่ความสำเร็จ" และเสริมสร้างความรู้ร้านค้าปลีกให้เท่าทันสถานการณ์เพื่อสามารถปรับตัวต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยผู้ประกอบการร้านโชห่วยสามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้เหล่านี้ได้ทางเว็บไซต์ และ Facebook ทางการของบริษัท นอกจากนี้ ยังยกระดับการพัฒนาร้านค้า โดยรวบรวมวิเคราะห์ ปัญหา และพัฒนารูปแบบธุรกิจร้านค้าพันธมิตร ภายใต้โครงการ "มิตรแท้โชห่วย"



ผลการดำเนินงานปี 2568

- ร้านมิตรแท้โชห่วยที่เป็นสมาชิกของแม็คโคร **12,308** ร้าน มีสมาชิกเพิ่มขึ้นจากปีก่อน **8,426** ร้าน
- ผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกมิตรแท้โชห่วย มียอดขายเฉลี่ยเติบโตขึ้น **2.96%**
- ยอดขายของบริษัทที่เกิดขึ้นจากโครงการมิตรแท้โชห่วย **802** ล้านบาท



จำนวนร้านโชห่วยเข้าร่วมโครงการ
2565: 199 ราย
2566: 854 ราย
2567: 3,882 ราย
2568: 12,308 ราย

ดูรายละเอียดเพิ่มเติม ได้ที่ https://www.facebook.com/MitrtaeShohuay/

โครงการ "Chef's Club"

เพื่อนคู่คิดแบบครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่ปรับเปลี่ยนชื่อจากโครงการ MHA เป็น **Chef's Club by Makro** ที่ยังคงมุ่งมั่นเป็นคู่คิดธุรกิจอาหาร สร้างความเติบโต ให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไป ที่สนใจเปิดกิจการ เป็นธุรกิจกลุ่ม HORECA ภัตตาคาร ร้านอาหาร หรือสตรีทฟูด หรือนำความรู้ไปปรับปรุงกิจการ ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัท โดย Chef's Club รวบรวมความรู้ด้านการบริหารจัดการและทักษะการประกอบอาหาร ผ่านระบบออฟไลน์และออนไลน์โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ครอบคลุมทุกขั้นตอนตั้งแต่การจัดเตรียมวัตถุดิบ ปรุงสูตร เมนูอาหารและตั้งราคา รวมไปถึงการตลาด ประชาสัมพันธ์และโฆษณา เพื่อให้ผู้ที่สนใจเรียนรู้ได้ทุกที่และทุกเวลา ตัวอย่างหลักสูตร ได้แก่ TikTok Marketing ปั้นร้านดังยอดขายปัง และ หลักสูตรก๋วยเตี๋ยวเรือ (สูตรโบราณ) เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีห้องเรียนปฏิบัติการ แก่ผู้ประกอบการมืออาชีพที่เป็นสมาชิก MHA โดยสนับสนุนสินค้าในราคาสมาชิก รวมไปถึงมอบอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจอาหารจากการสะสมยอดสั่งซื้อ ซึ่งเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ ให้แก่ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ

การดำเนินโครงการ **Chef's Club by Makro** เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจของ ซีพี แอ็กซ์ตร้า เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมและชุมชน โดยเฉพาะกลุ่ม HORECA ภัตตาคาร ร้านอาหาร หรือสตรีทฟูด ที่เป็นลูกค้ากลุ่มสำคัญของบริษัท พร้อมกับโครงการที่สร้างการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนของบริษัทอีกด้วย

ผลลัพธ์ ปี 2568:

- ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ **179,593** ราย
- ยอดขายผู้ประกอบการแต่ละรายเฉลี่ยเติบโตขึ้น **11%** จากปีก่อน
- ยอดขายของบริษัทที่เกิดขึ้นจากโครงการ Chef's Club by Makro **88,057.19** ล้านบาท

ดูรายละเอียดเพิ่มเติม ได้ที่ http://chefsclub.makro.co.th









"ตลาดนัดโชห่วย ครั้งที่ 15"

ในปี 2568 งานตลาดนัดโชห่วย ครั้งที่ 15 ได้รวบรวมองค์ความรู้ที่จะช่วยโชห่วยให้ประสบความสำเร็จได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว สู่ ผ่านกลยุทธ์ 3ส. ได้แก่ สมาร์ท สร้างกำไร ใส่ใจทุกความสำเร็จเพื่อพัฒนาให้ความรู้ผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วย ร้านค้าปลีก ให้สามารถสร้างรายได้และผลกำไรได้อย่างมั่นคง ตอกย้ำผู้นำธุรกิจที่อยู่เคียงข้างโชห่วยไทยในทุกสถานการณ์

ผลลัพธ์ ปี 2568:

- จำนวนผู้ร่วมงาน **30,806** คน





"กิจกรรมเชิงปฏิบัติการให้กับผู้ประกอบการรายย่อย"

โครงการคู่คิดคนมีฝัน สร้างอาชีพให้กับผู้ที่ขาดโอกาส (ร่วมกับ เพจอีจัน) โครงการสร้างงานสร้างอาชีพ ด้วยหลักสูตรทำธุรกิจอาหารให้กับคนพิการที่อยากมีอาชีพ มีรายได้ หลักสูตร SMART Restaurant ให้ความรู้ด้านการบริการจัดการร้านอาหารหลักสูตรศาสตร์และศิลป์กับเครื่องดื่มยุคใหม่ โดยผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจอาหารและการตลาดออนไลน์ร่วมกับ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพานิชย์ หลักสูตร EATucation ฝึกอบรมให้ความรู้ด้านบริหารจัดการวัตถุดิบ หลักสูตรสุขาภิบาลผู้สัมผัสอาหาร ร่วมกับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) โดยวิทยากรที่ผ่านการรับรองจากกรมอนามัย เพื่อยกระดับการบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพพัฒนาทักษะผู้ประกอบการให้มีศักยภาพแข่งขัน และเกิดกำไรสูงสุด

ผลลัพธ์ ปี 2568:

- กว่า **25** ราย เข้าร่วมหลักสูตรอบรม
- มูลค่าการสนับสนุน โครงการสร้างงานสร้างอาชีพกว่า **500,000** บาท

ดูคลิป โครงการคู่คิดคนมีฝัน เพิ่มเติม

***For English subtitle, you can switch on Closed captioning (CC) auto-translate to English on YouTube*



ลุงโยธิน อดีตนักแสดง ป่วยจนไร้งาน เจอทางสร้างอาชีพ "หมูสะเต๊ะ" | อีจัน EJAN



ชีวิตที่เกือบมืดมน ของแม่ค้าเครป ประสบภัย น้ำท่วมเชียงราย | อีจัน EJAN

“แม็คโครยืนหยัด ให้คุณยิ้มได้” โดยChef’s Club by Makro หนุนผู้ประกอบการร้านอาหารไทยเติบโตทุกมิติ

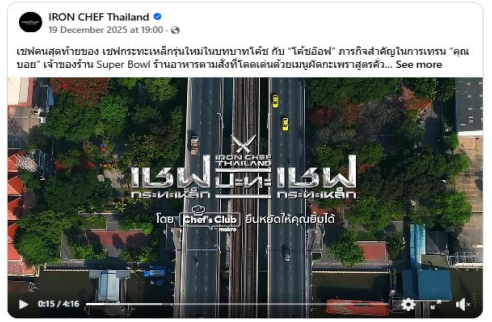
Chef’s Club by Makro เดินหน้าขับเคลื่อนโครงการ “แม็คโครยืนหยัด ให้คุณยิ้มได้” เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการร้านอาหารทุกขนาดอย่างแท้จริง ผ่านสิทธิประโยชน์แบบครบวงจรที่ออกแบบมาเพื่อผู้ประกอบการ HoReCa โดยเฉพาะ โดยมุ่งช่วยลดต้นทุน เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ และต่อยอดการเติบโตอย่างยั่งยืนโครงการมาพร้อม 6 สิทธิประโยชน์หลัก ที่ช่วยสนับสนุนผู้ประกอบการตั้งแต่การเข้าถึงวัตถุดิบในราคาที่เหมาะสม การสนับสนุนการตลาด และการพัฒนาศักยภาพ ไปจนถึง การเปิดพื้นที่ขายภายในสาขาโดยไม่มีข้อผูกมัด เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถขยายฐานลูกค้าและเพิ่มยอดขายได้อย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ยังให้การสนับสนุนด้านสื่อแบบครบวงจร ทั้งออนไลน์–ออฟไลน์ รวมถึง การโปรโมตร้านอาหารบนสื่อบิลบอร์ดทั่วกรุงเทพฯ เพื่อเพิ่มการมองเห็นและเสริมภาพลักษณ์ทางธุรกิจอย่างแข็งแกร่งอีกหนึ่ง

ไฮไลต์สำคัญของโครงการ คือ ความร่วมมือกับ Heliconia H Group ในการผลักดันร้านอาหารของผู้ประกอบการเข้าสู่เวทีระดับประเทศ ผ่านรายการ Iron Chef Thailand เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวของร้านอาหารไทยให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ช่วยสร้างโอกาสใหม่ ๆ และสร้างแรงบันดาลใจแก่ผู้ประกอบการทั่วประเทศ

ผลลัพธ์ ปี 2568:

- ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ “แม็คโครยืนหยัด ให้คุณยิ้มได้” **2,808 ราย**
- แม็คโครเปิดพื้นที่ขายภายในสาขาแบบไม่มีข้อผูกมัด มีผู้ประกอบการเข้าร่วมกว่า **20 ร้านค้า** และสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้นรวมมากกว่า **1 ล้านบาท** (ในระยะทดลองเพียง 1 เดือน)

คลิปเพื่อดูคลิป โครงการ“แม็คโครยืนหยัด ให้คุณยิ้มได้” เพิ่มเติม













มอบทุนการศึกษาแก่เยาวชน

บริษัทฯ มุ่งหวังพัฒนาเยาวชนเพื่อให้มีโอกาสศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา และก้าวสู่การเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ และองค์กร โดยในปี 2568 บริษัทฯ ได้มอบทุนการศึกษาให้กับเยาวชนในระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี จำนวน **1,145** ทุน รวมเป็นมูลค่า **101,187,300** บาท

นอกจากนี้ ยังเปิดโอกาสต่อยอดการศึกษาให้กับพนักงานแม็คโคร-โลตัสที่มีวุฒิปวส. และสนใจเรียนต่อปริญญาตรี แต่ไม่มีโอกาสในเรื่องของเวลาและทุนทรัพย์ ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้ความรู้กับงานที่ทำได้รวมถึงหลังจากเรียนจบ พนักงานยังมีโอกาสเติบโตที่แม็คโครได้มากขึ้นจากวุฒิการศึกษาที่เพิ่มขึ้นด้วย

ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **1,145** ทุน ให้กับบุตรหลานพนักงาน ลูกค้า ทายาทร้านโชห่วย และพนักงานรวมกว่า **101,187,300** บาท

โครงการ ConnextED

บริษัทฯ ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมการศึกษาให้กับเยาวชนไทย โดยบริษัทฯ ได้เข้าร่วมโครงการผู้นำเพื่อการพัฒนาการศึกษาที่ยั่งยืน (CONNEXT-ED) โดยมูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี (CONNEXT ED Foundation) ซึ่งโครงการคอนเน็กซ์อีดี มุ่งมั่นขับเคลื่อนการศึกษาไทยสู่ความยั่งยืน ผ่าน 5 ยุทธศาสตร์หลัก คือ การเปิดเผยข้อมูลสถานศึกษาสู่สาธารณะอย่างโปร่งใส กลไกตลาดและวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม การพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน เด็กเป็นศูนย์กลาง เสริมสร้างคุณธรรมและความมั่นใจ การเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลของสถานศึกษา ซึ่งผ่านดำเนินงานด้วยมาตรการต่างๆ อาทิการใช้ระบบ School Management System ครอบคลุมทุกโรงเรียนในสังกัดสพฐ. เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและประสิทธิภาพการบริหารจัดการ การระดมทุนในโครงการ "โน้ตบุ๊กเพื่อการศึกษา"

อีกทั้งยังได้จัดตั้งศูนย์ Learning Center นำร่องในโรงเรียนคุณภาพ 1 โรงเรียนต่อ 1 เขตพื้นที่เพื่อเป็นต้นแบบในการพัฒนาหลักสูตรที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เสริมสร้างคุณธรรมและความมั่นใจให้เด็กไทย โดยบริษัทฯ ทำงานร่วมกับบุคลากรของโรงเรียน เพื่อร่วมพัฒนาหลักสูตรการเรียนรู้ให้กับเด็ก นับเป็นการสนับสนุนโรงเรียนและบุคลากร ตลอดจนการมอบโอกาสให้เยาวชนทุกคนได้พัฒนาศักยภาพของตนเอง เพื่อสามารถนำความรู้ไปต่อยอดสร้างอาชีพ และสร้างสรรค์สังคมและประเทศให้ก้าวไกลต่อไป

ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **7** สถาบันการศึกษา (6 โรงเรียน และ 1 วิทยาลัยเทคนิคมีนบุรี) ที่บริษัทฯ ให้การสนับสนุน
- นักเรียน **3,839** คนได้เข้าร่วมโครงการ ConnextED
- งบประมาณที่บริษัท สนับสนุน **1,095,500** บาท





โครงการมอบทุนการศึกษา AXTRA STAR SCHOLARSHIP

บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด มุ่งมั่นในการมอบโอกาสทางการศึกษาให้เยาวชนไทยที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ ผ่านการมอบทุนการศึกษาในรูปแบบต่างๆ โดยมอบให้นิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรี สาขาด้านอาหารและเทคโนโลยี จาก 3 สถาบัน ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่มีผลการเรียนดี แต่ขาดทุนทรัพย์ในการศึกษา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนและแรงผลักดันในการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ รวมถึงมอบโอกาสให้เยาวชนไทยเข้าถึงการศึกษาที่ดีมีคุณภาพ เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมอบทุนการศึกษาให้บุตรพนักงานที่เรียนดี, ทุนการศึกษาบุตรพนักงานที่เสียชีวิต (มอบต่อเนื่องจนถึงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6), ทุนการศึกษาสำหรับนักเรียน ระดับประถมศึกษาที่เรียนดี ได้แก่ โรงเรียนอนุบาลเทศบาลตำบลลำนารายณ์ จังหวัดลพบุรี, โรงเรียนวัดนาพร้าว จังหวัดชลบุรี, โรงเรียนรังสีสุทธาวาส จังหวัดชลบุรี และโรงเรียนวัดเวฬุวัน จังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงทุนปริญญาโทสำหรับครู โรงเรียนเจียรวนนท์อุทิศ 2 จังหวัดนครราชสีมา เพื่อพัฒนาศักยภาพครู และยกระดับการศึกษาไทย

ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **210** ทุน ที่บริษัทฯ ให้การสนับสนุน
- งบประมาณที่บริษัทฯ สนับสนุน **1,125,500** บาท









CP AXTRA Campus Connect

บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน) ผู้ดำเนินธุรกิจ แม็คโคร–โลตัส จัดกิจกรรม “CP AXTRA Campus Connect” ลงพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อยกระดับความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและภาคธุรกิจ มุ่งพัฒนาศักยภาพนักศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมอาหารสด พร้อมเปิดโอกาสทางอาชีพให้กับนักศึกษาที่กำลังจะสำเร็จการศึกษา

ภายในงาน CPAXTRA ยังได้ร่วมบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มสายงานและโอกาสทางอาชีพ แก่นักศึกษาคณะเทคโนโลยีการประมงและทรัพยากรทางน้ำ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนก้าวเข้าสู่โลกการทำงาน นอกจากนี้ ยังมีการถ่ายทอดประสบการณ์และสร้างแรงบันดาลใจจากศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยแม่โจ้ ซึ่งปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้บริหารในธุรกิจแม็คโคร มาร่วมแบ่งปันมุมมองและแนวทางการเตรียมตัวสู่การทำงาน

กิจกรรม “CP AXTRA Campus Connect” สะท้อนความมุ่งมั่นในการสร้างความร่วมมือกับภาคการศึกษา เพื่อพัฒนากำลังคนคุณภาพ รองรับการเติบโตของธุรกิจ และขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอาหารสดของประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป

ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **124** โรงเรียนที่บริษัทฯ ให้การสนับสนุน
- นักเรียน **34,108** คนได้เข้าร่วมโครงการ ConnextED
- งบประมาณที่บริษัท สนับสนุน **2,451,000** บาท







การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมายระยะยาวปี 2573

พนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการทำงาน



ผลการดำเนินงานปี 2568: บรรลุเป้าหมายระยะยาว โดย 100% ของพนักงานได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการทำงาน



100% ของพนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรม

- **619** หลักสูตร การฝึกอบรมที่จัด
- พนักงาน **94.86%** ได้รับการฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพ
- **2,109** คน พนักงานที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาศักยภาพผู้นำทั้งหมด
- **46,019** คน คิดเป็นละ **71.19%** ของพนักงานที่ได้รับการฝึกอบรมหลักสูตรด้าน ESG
- **76.13** ชั่วโมงต่อคนต่อปี จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ยของพนักงาน
- **892.84** บาทต่อคนต่อปี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน

ความเสี่ยงและโอกาส

พนักงานถือเป็นทรัพยากรที่ล้ำค่าที่สุดในการขับเคลื่อนธุรกิจ เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทฯ ดำเนินการจนบรรลุเป้าหมายได้ ดังนั้นการดูแลและเพิ่มศักยภาพพนักงานให้สอดคล้องกับสภาพสังคมและความต้องการของพนักงานในปัจจุบันจึงเป็นภารกิจหลักที่นำไปสู่การดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างคุณค่าต่อสังคม

นโยบายและแนวทางการดำเนินงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความคิดและทัศนคติของพนักงานอันนำไปสู่สภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีผ่านแนวทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ทั้ง 3 มิติ ได้แก่ การพัฒนาบุคลากร (Human Capital Development) การพัฒนาภาวะผู้นำ (Leadership Development) และการดึงดูดและรักษาพนักงานที่มีความสามารถ (Talent Attraction & Retention) เพื่อที่จะพัฒนาศักยภาพให้แก่พนักงานได้อย่างครอบคลุมและดูแลพนักงานให้มีความสุขที่ได้ร่วมงานกับบริษัทฯ

การพัฒนาบุคลากร (Human Capital Development)

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเปลี่ยนแปลงลักษณะการทำงานเป็นรูปแบบที่มีความคล่องแคล่วและรวดเร็ว (Agile) เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของโลกปัจจุบัน โดยนำเทคโนโลยีและกลยุทธ์ทางดิจิทัลมาประยุกต์ใช้เข้ากับการดำเนินธุรกิจ (Digital Transformation) ควบคู่ไปกับการพัฒนาศักยภาพและสร้างโอกาสในการเติบโตในหน้าที่การงานให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น บริษัทฯ จึงกำหนดกลยุทธ์ทั้ง 5 ด้านเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำงานอย่างมีพลวัต คล่องตัว และแม่นยำให้แก่พนักงานทุกระดับทั้งในรูปแบบห้องเรียนและการฝึกอบรมออนไลน์ (i-Learning)

จำนวนหลักสูตรการฝึกอบรมทั้งหมดในปี 2568 = **619** หลักสูตรคิดเป็น **100%** ของพนักงาน และพนักงานชั่วคราว ได้รับการฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพ

5 กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์	
การทำงานที่มีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง	**47,375** คน
ความคล่องตัว	**496** คน
พนักงานศักยภาพสูง	**168** คน
การขับเคลื่อนโดยข้อมูล	**824** คน
การเพิ่มขีดความสามารถ	**5,301** คน

ประเภทของโปรแกรมพัฒนาพนักงาน

การพัฒนาความเป็นผู้นำ **506** คน

การให้ความรู้ด้านวัฒนธรรม **960** คน

โปรแกรมสำหรับพนักงานเกษียณ หรือสิ้นสุดการทำงาน **589** คน

การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล **1,792** คน

วิธีการเรียนรู้ (ภายใน/ภายนอก) สำหรับการพัฒนาพนักงาน

การโค้ชหรือการให้คำปรึกษาแนะนำ	**7%**
ทีมและเครือข่าย (โครงการ เถ้าแก่ SPLD และ PLP)	**8%**
การฝึกอบรมออนไลน์	**53%**
การฝึกอบรมภายในองค์กร	**28%**
การฝึกอบรมภายนอกองค์กร	**4%**

ผลกระทบทางธุรกิจเชิงปริมาณทั้งหมด	**95,132** ล้านบาท
% ของพนักงาน ครอบคลุมพนักงานตามสัญญาจ้าง หรือพนักงานพาร์ทไทม์ ในกำลังแรงงานของบริษัทเอง	**100%**

บริษัทฯ จัดหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อสนับสนุนทักษะที่จำเป็น เช่น การปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับ และกฎหมาย (Compliance Skill) ความรู้ที่จำเป็นต่อการทำงาน (Functional Skill) ภาวะการเป็นผู้นำ(Leadership skill) ทักษะด้านดิจิทัล (Digital transformation skill) ตลอดจนความฉลาดทางอารมณ์และการบริหารจัดการความคิดอย่างเป็นระบบ (Soft Skills) จากผู้เชี่ยวชาญทั้งภายในและภายนอกบริษัทฯเพื่อพัฒนาให้พนักงานในทุกระดับมีศักยภาพที่สูงขึ้น สร้างคุณค่าให้กับตนเอง และมีทักษะรองรับการเติบโตของธุรกิจอย่างเหมาะสม

โครงการฝึกอบรม หลักสูตร "การพัฒนาทักษะความรู้ธุรกิจ"

หลักสูตรการพัฒนาทักษะความรู้ธุรกิจ ผ่านการสอนงาน การให้คำแนะนำ การโค้ช และการฝึกอบรม โดยถูกจัดให้เหมาะสมกับระดับตำแหน่งงานของพนักงาน แบ่งหลักสูตรออกเป็น 4 ส่วน คือ 1) หลักสูตร STAR สำหรับพนักงานในระดับผู้ช่วยผู้จัดการสาขาและผู้จัดการในสายงานที่เกี่ยวข้อง เตรียมพร้อมสู่ผู้บริหารระดับกลาง เช่น ผู้จัดการทั่วไปประจำสาขา (Store General Manager) 2) หลักสูตร Food Service Academy สำหรับผู้ช่วยผู้จัดการประจำสาขาฟูดเซอร์วิสและผู้จัดการในสายงานที่เกี่ยวข้องเลื่อนขั้นสู่ผู้บริหารระดับกลาง เช่น ผู้จัดการทั่วไปประจำสาขาฟูดเซอร์วิส (Food Service Store Manager) 3) หลักสูตร SAP (Supervisor Academy) สำหรับพนักงานในระดับหัวหน้าแผนกเตรียมพร้อมสู่ผู้จัดการแผนกและ 4) หลักสูตร Staff-2 Development Program สำหรับพนักงานในระดับพนักงาน เตรียมพร้อมสู่หัวหน้าแผนก หลักสูตรทั้งหมดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานตามสายงาน เข้าใจคุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้นำที่ดีตลอดจนสามารถต่อยอดทางธุรกิจให้เติบโตได้

ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **122** คน เข้าร่วมฝึกอบรม คิดเป็น **100%** ของจำนวนพนักงานที่ต้องได้รับทักษะด้านธุรกิจ
- สร้างผลกระทบต่อธุรกิจ โดยทำยอดขายเพิ่มขึ้น **1,392.16** ล้านบาท
- พนักงานที่เข้าร่วมโครงการฝึกอบรมได้ค่าตอบแทนเพิ่มขึ้นรวมกัน **1.19** ล้านบาท

โครงการพัฒนาภาวะผู้นำ – เถ้าแก่เล็ก และ เถ้าแก่กลาง

หลักสูตรการพัฒนาผู้นำผ่านการเรียนรู้การสร้างเครือข่าย โดยผนึกกำลัง ระหว่างธุรกิจภายในเครือผ่านการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างหน่วยธุรกิจ มุ่งพัฒนาความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวโน้มโลกและทิศทางเทคโนโลยี ใหม่ ๆ เพื่อนำมาเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและขับเคลื่อนธุรกิจให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น รวมถึงเป็นการสร้างผู้นำผ่านการทำงานร่วมกันของผู้เข้าร่วมโครงการโดยปฏิรูปกระบวนการทำงานให้รวดเร็วขึ้น ลดขั้นตอนการทำงาน ผ่านการลดลำดับขั้นในการตัดสินใจ และช่วยให้ผู้เข้าอบรมตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ในการพัฒนาตนเอง พัฒนางาน และพัฒนาการทำงานร่วมกับผู้อื่น เพื่อให้พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยและการแข่งขันใน ธุรกิจ

ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **279** คน เข้าร่วมโครงการพัฒนาภาวะผู้นำ – หลักสูตรเถ้าแก่เล็ก และ เถ้าแก่กลาง
- สร้างให้เกิดโครงการที่เพิ่มยอดขาย กำไร และลดค่าใช้จ่าย กว่า **60** โครงการ
- พนักงานที่เข้าร่วมโครงการฝึกอบรมได้รับการปรับตำแหน่ง จำนวน **17** คน

โครงการฝึกอบรม หลักสูตร “พัฒนาทักษะความรู้ที่จำเป็นต่อธุรกิจออนไลน์”

เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจบนช่องทางออนไลน์ ให้เชื่อมต่อกับช่องทางออฟไลน์ พนักงานและผู้บริหารจึงได้รับการพัฒนาทักษะที่จำเป็นผ่านการฝึกอบรมในห้องเรียนออนไลน์ บนระบบ e-learning โดยมีวัตถุประสงค์สร้างความเข้าใจกระบวนการจัดการ และสามารถปฏิบัติงานในห่วงโซ่เดียวกันทั้งในระบบธุรกิจแบบออนไลน์และออฟไลน์ และทักษะใหม่ เช่น Design thinking เพื่อเพิ่มทักษะในการออกแบบและสร้างสรรค์วิธีการใหม่ๆ โดยอาศัยการทำความเข้าใจความต้องการและปัญหาของกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าอย่างแท้จริง หรือ Data visualization เพื่อให้มีทักษะในการนำข้อมูลที่มีความซับซ้อนมานำเสนอให้เข้าใจง่ายขึ้น และ Creative thinking เพื่อพัฒนาทักษะด้านกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ ที่ช่วยให้เกิดวิธีการแก้ไขปัญหาที่หลากหลายและไร้ขีดจำกัด รวมถึง Effective time management เพื่อให้มีทักษะในการบริหารและจัดสรรเวลาอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **1,808** คน เข้าร่วมฝึกอบรม คิดเป็น **100%** ของพนักงานที่ต้องได้รับทักษะเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์
- สร้างผลกระทบต่อธุรกิจ โดยทำให้ยอดขายออนไลน์ (O2O) เพิ่มขึ้น **110,910.45** ล้านบาท

การเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรม

บริษัท ส่งเสริมความหลากหลายและการมีส่วนร่วมทั่วทั้งองค์กร โดยบริษัทมีเพื่อนร่วมงานจากหลากหลายสัญชาติ และเชื้อชาติทำงานร่วมกัน ทั้งที่สำนักงานและศูนย์กระจายสินค้าของเรา เพื่อสนับสนุนการปรับตัวของเพื่อนร่วมงานต่างชาติ เราจัดหลักสูตรภาษาไทยเบื้องต้น ที่มีการพูดถึงเรื่องวัฒนธรรม ช่วยพนักงานต่างชาติเข้าใจบริบทของไทย ขนบธรรมเนียมในสถานที่ทำงาน มารยาทในสังคม และแนวปฏิบัติเพื่อการปรับตัวที่ดีต่อสภาพแวดล้อมการทำงาน และชีวิตในประเทศไทย

ผลลัพธ์ ปี 2568:

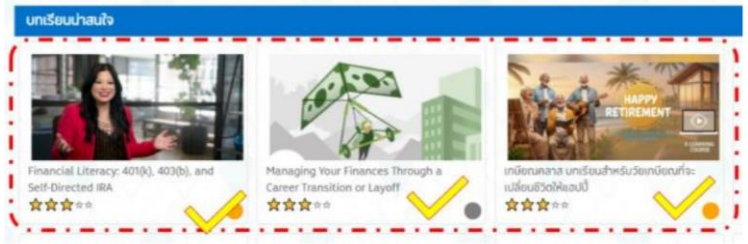
- พนักงานมากกว่า **1,341** คน เข้าร่วมการเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรม

หลักสูตรการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุ

บริษัทฯ ส่งเสริมการสร้างความมั่นคงทางการเงินและคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับพนักงานที่จะเกษียณอายุ ซึ่งถือเป็นหนึ่งส่วนสำคัญในการดูแลทรัพยากรบุคคลอย่างยั่งยืนของบริษัท หลักสูตรอบรมวางแผนการเงินเตรียมความพร้อม ก่อนเกษียณอายุจึงถูกจัดขึ้น โดยมีวิทยากรเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านที่ปรึกษาทางการเงินการลงทุน เป็นผู้ให้ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนการเงินส่วนบุคคล การจัดการพอร์ตโฟลิโอการลงทุน และการเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตหลังเกษียณ เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานที่จะเกษียณอายุได้รับการเตรียมความพร้อมอย่างครอบคลุมสำหรับช่วงชีวิตใหม่ที่จะมาถึง

ผลลัพธ์ ปี 2568:

- พนักงานมากกว่า **120** คน เข้าร่วมหลักสูตร



การดึงดูดและรักษาพนักงานที่มีความสามารถ

บริษัทฯ มุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมให้เกิดขึ้นภายในองค์กร อันนำไปสู่ การยอมรับและการสนับสนุนความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การเปิดโอกาสให้พัฒนาตนเองอย่างไม่หยุดยั้ง รวมถึงการดำเนินงานที่มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานของบริษัทฯ ให้เหมาะสมและน่าดึงดูดต่อผู้มีความสามารถ

การวิเคราะห์ และวางแผนกำลังคน

หัวข้อ	รายละเอียด	ผลลัพธ์ ปี 2566
การประเมินผลปฏิบัติงาน	• การติดตามข้อมูลประสิทธิภาพของบุคลากร • กระบวนการบริหารผลปฏิบัติงานและแผนพัฒนา (PMP) อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง	• **100%** ของพนักงานได้รับการประเมินประสิทธิภาพตามเป้าหมาย
การวางแผนกลยุทธ์ด้านกำลังคน	• วิเคราะห์โครงสร้างองค์กร และโครงสร้างกำลังคน เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับการเติบโตทางธุรกิจ โดยจัดทำ Human resource dashboard ติดตามกำลังคนอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง • สร้างความต่อเนื่องในการบริหารเพื่อสืบทอดตำแหน่ง (Success profile) ทุก 1 ปี • กำหนดความก้าวหน้าในสายอาชีพอย่างเป็นรูปธรรม จากการพูดคุยอย่างใกล้ชิด (One-on-One) ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ปฏิบัติงาน ความถี่ทุก 1 ปี	• **100%** ของพนักงานที่ได้ รับการคัดเลือก เข้าร่วมแผนพัฒนาศักยภาพเพื่อสืบทอดตำแหน่ง • **36%** ของอัตราการเลื่อนตำแหน่งมาจากภายในองค์กร
บ่งชี้ทักษะที่จำเป็น	• วิเคราะห์งาน และกำหนดทักษะที่จำเป็นต่อการธุรกิจ เพื่อจัดทำแผนพัฒนาหรือสรรหาจ้างงาน ซึ่งทบทวนทักษะที่จำเป็นทุก ๆ 1 ปี ผ่านโครงการพัฒนาศักยภาพพนักงาน	• **100%** ของตำแหน่งงานทั้งหมดได้รับการบ่งชี้ทักษะที่จำเป็น • **100%** ของตำแหน่งสำคัญได้รับการทบทวนผู้สืบทอดแล้ว • **75%** มีผู้สืบทอดตำแหน่งแล้ว

หัวข้อ	รายละเอียด	ผลลัพธ์ ปี 2568
การสรรหาและจ้างงาน	• กลยุทธ์การสรรหา หรือพัฒนาบุคลากรที่มีทักษะตรงกับความต้องการ ในระยะเวลาที่เหมาะสม ซึ่งจัดให้มีแผนพัฒนาตนเอง (Individual Development Plan: IDP) • เพื่อสร้างจุดแข็งและลดอุปสรรคข้อจำกัดในการเติบโตทางสายอาชีพ • วิเคราะห์ค่าตอบแทนในอุตสาหกรรมเดียวกัน และอุตสาหกรรมอื่น แต่ความต้องการบุคคลากรที่มีทักษะนั้นเช่นกัน	• 100% ของตำแหน่งงานทั้งหมด มีแผนการเติบโตทางสายอาชีพ • 100% ของตำแหน่งงานทั้งหมดได้รับค่า การทบทวนค่าตอบแทนที่จูงใจในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน และกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ
ระบุความเสี่ยง เพื่อจัดทำแผนรักษากำลังคน	• ประเมินความเสี่ยงของการลาออก เกษียณอายุ และกำหนดมาตรการรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพ ให้เพียงพอกับการเติบโตของธุรกิจ • จัดทำโครงการสนับสนุนพนักงาน เพื่อลดอุปสรรค หรือข้อจำกัดการทำงาน • นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์พนักงานที่ลาออกทุกคน (Exit interview analysis) มาวางแผนรักษากำลังคน	• 100% ของตำแหน่งงานทั้งหมด ได้รับการประเมินความเสี่ยง • 100% ของจำนวน Exit interview หรือเหตุผลของการลาออกได้รับการตรวจสอบและแก้ไข

ระบบการประเมินผลปฏิบัติงาน

การประเมินผลการปฏิบัติงานแบบรายบุคคลและแบบทีม เริ่มต้นจากการกำหนดเป้าหมาย ติดตาม และทบทวนผลการปฏิบัติงานประจำปีร่วมกับผู้บังคับบัญชาอย่างใกล้ชิด ทำให้พนักงานตระหนักถึงจุดแข็งและจุดอ่อนที่มี เพื่อนำไปจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพของพนักงานได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี 2568 การประเมินผลการปฏิบัติงาน แบบ Agile Conversation ได้นำมาประยุกต์ใช้กับทีมงานที่ทำงานแบบ Agile

รูปแบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน

รูปแบบการประเมิน	พนักงานที่ได้รับการประเมิน	ความถี่
Management by objective	4%	2 ครั้งต่อปี
Team-based performance	94%	2 ครั้งต่อปี
360 Degree Feedback	1%	2 ครั้งต่อปี
Agile Conversation	1%	ทุก 6 เดือน

การทบทวนค่าครองชีพ

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะประเมินค่าครองชีพของพนักงาน ผู้รับเหมา และคู่ค้าทั้งหมดภายในปี 2568 ซึ่งในปี 2566 นี้มีการทบทวนค่าครองชีพเพื่อให้แน่ใจว่าพนักงาน ผู้รับเหมา และคู่ค้าได้รับค่าจ้างที่สอดคล้องกับค่าครองชีพ ตามวิธีของ Anker ดังนี้

Step 1 : Calculate cost of a basic, decent standard of living for a household

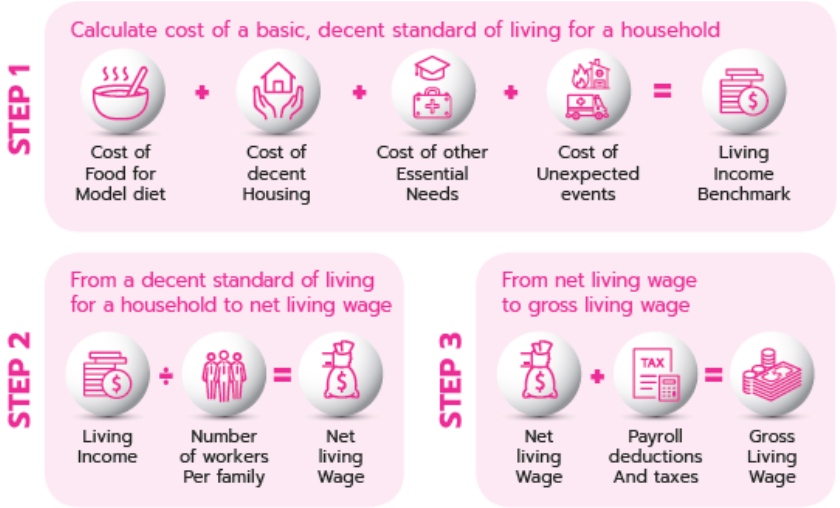
Cost of Food for Model diet + Cost of decent Housing + Cost of other Essential Needs + Cost of Unexpected events = Living Income Benchmark

Step 2 : From a decent standard of living for a household to net living wage

Living Income + Number of workers Per family = Net living Wage

Step 3 : From net living wage to gross living wage

Net living Wage + Payroll deductions And taxes = Gross Living Wage



ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **100%** ของพนักงานได้รับการประเมินค่าครองชีพ
- **100%** ของพนักงานสัญญาจ้าง ได้รับการเมินค่าครองชีพ
- **2%** ของผู้รับเหมาสำคัญลำดับ 1 ได้รับการประเมินค่าครองชีพ
- **100%** ของพนักงานทั้งหมดได้รับค่าจ้างค่าตอบแทนที่ตอบสนองต่อค่าครองชีพอย่างเหมาะสม

การมอบสวัสดิการเพื่อส่งเสริมการดำรงชีพ

บริษัทฯ จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวก และโปรแกรมต่าง ๆ เช่น ตรวจสุขภาพประจำปี โดยแพทย์เฉพาะทางด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และการให้คำปรึกษาความเครียดโดยนักจิตวิทยา การตรวจร่างกายประจำปี การให้คำปรึกษาทางการแพทย์ทางเลือก (แพทย์แผนจีน) สิทธิประโยชน์ทางการแพทย์สำหรับพนักงานทุกคน สิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬา และโปรแกรมการส่งเสริมสุขภาพ

- การบริหารจัดการความเครียดภายในสถานที่ทำงาน
  - โปรแกรมปรึกษาสุขภาพจิตโดยนักจิตวิทยา
  - นวดบรรเทาความตึงของกล้ามเนื้อและความเครียด โดยผู้พิการทางสายตา
  - โปรแกรมลดความเครียดจากการทำงาน ปรับสมดุลชีวิต



- ห้องออกกำลังกายและกิจกรรมสุขภาพ
- โปรแกรมการแพทย์ทางเลือก (แพทย์แผนจีน)
- โปรแกรมการตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านมเบื้องต้น
- ห้องประกอบพิธีกรรมทางศาสนา
- ห้องให้นมบุตร


ห้องออกกำลังกาย


ห้องพยาบาล



ห้องให้นมบุตร


ห้องพระ


ห้องละหมาด


กิจกรรมออกกำลังกาย เช่นโยคะ และเต้นแอโรบิก


นวดเพื่อผ่อนคลายความเครียด

โครงการสนับสนุนการดูแลสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน โดยจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมออกกำลังกายหลากหลาย อาทิ คลาสโยคะ กิจกรรมเต้นแอโรบิค สนามบาสเก็ตบอลและสนามฟุตบอลภายในพื้นที่สำนักงาน รวมถึงการจัดแข่งขันฟุตบอล โดยแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการดูแลพนักงานอย่างรอบด้าน และตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาสุขภาพพนักงานและการสร้างวัฒนธรรมองค์กร ที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพกายและใจของทุกคนในทีม







ตัวอย่างสวัสดิการครอบครัว

- สถานที่รับฝากลูกสำหรับพนักงาน
- ห้องให้นมบุตร
- การลาเพื่อเลี้ยงดูบุตรโดยได้รับค่าจ้าง 7 สัปดาห์
- การลาเพื่อเลี้ยงดูบุตรที่ไม่ใช่ผู้ดูแลหลัก 1 สัปดาห์
- การลาเพื่อดูแลครอบครัวหรือการลานอกเหนือจากเลี้ยงดูบัตรโดยได้รับค่าจ้าง 1 สัปดาห์นอกเหนือจากการลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร (การดูแลเด็ก คู่สมรส คู่ชีวิตผู้อยู่ในอุปการะ พ่อแม่ พี่น้อง เป็นต้น)



ห้องให้นมบุตร



สถานที่รับฝากลูกสำหรับพนักงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมสุขภาพ และสุขภาวะที่ดีของพนักงานอย่างรอบด้าน โดยจัดให้มีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพกายและใจอย่างต่อเนื่อง อาทิ การเต้นแอโรบิก คลาสโยคะ และบริการนวดผ่อนคลายโดยคนตาบอด ณ พื้นที่ภายในสำนักงาน และสาขา เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการทำงานและการดูแลสุขภาพ ส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดี และเสริมสร้างพลังในการทำงานอย่างยั่งยืน ทั้งนี้บริษัทฯ เชื่อว่าการลงทุนในสุขภาวะของพนักงานคือการวางรากฐานสู่ความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว

สวัสดิการเงินยืมเพื่อการศึกษาบุตรพนักงาน

บริษัทให้การสนับสนุนเงินยืมเพื่อการศึกษาสำหรับบุตรของพนักงาน เพื่อช่วยขจัดอุปสรรคทางการเงินในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ โครงการนี้แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของเราในการสนับสนุนพนักงานทั้งในฐานะพนักงานในองค์กรและในฐานะผู้ปกครอง โดยตระหนักว่าความเป็นอยู่ที่ดีทางการเงินของพนักงานมีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการทำงานและความสุขของพวกเขา การสนับสนุนการศึกษาของบุตรหลาน พนักงานไม่เพียงแต่ช่วยเสริมสร้างความเป็นอยู่ที่ดีทางการเงินของพนักงานเท่านั้น แต่ เรายังสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ให้การสนับสนุน โอกาสในการสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่มี คุณภาพและยั่งยืนสำหรับอนาคตอีกด้วย

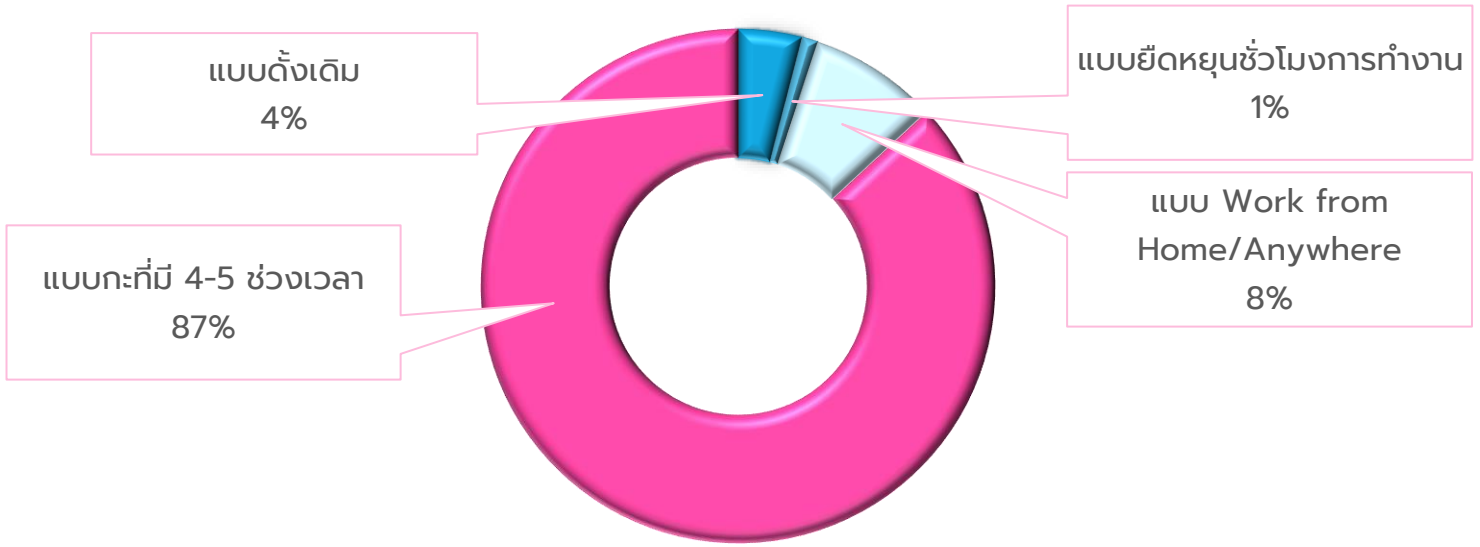


การป้องกันชั่วโมงการทำงานที่มากเกิน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม โดยปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนด เช่น ระยะเวลาการทำงาน และการทำงานล่วงเวลา เป็นต้น ซึ่งพนักงานระดับหัวหน้างาน โดยเฉพาะพนักงานสาขา และพนักงานศูนย์กระจายสินค้า ได้รับการอบรมเรื่องกฎหมายแรงงานอยู่เป็นประจำ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าพนักงานของบริษัทจะได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม

รูปแบบการทำงานผสมผสาน และชั่วโมงการทำงานยืดหยุ่น (Hybrid & Flexible Working Hours)

บริษัทฯ มุ่งมั่นสร้างสภาพแวดล้อมการทางานที่ยืดหยุ่น เอื้อต่อประสิทธิภาพในการทำงาน และเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป บริษัทฯ ประกาศรูปแบบการทำงานแบบผสมผสาน หรือ "Hybrid Working"มีหลากหลายรูปแบบโดยมีวัตถุประสงค์ที่ส่งเสริมผู้ปฏิบัติงานสามารถบริหารจัดการเวลาทำงานได้อย่างเหมาะสม ไม่ยึดติดกับสถานที่ทำงานที่ใดที่หนึ่ง หรือจำกัดเวลาการทำงานเวลาใดเวลาหนึ่ง แต่มุ่งเน้นไปที่ผลลัพธ์ผลสัมฤทธิ์ของงานเป็นสำคัญ เพื่อสนับสนุนไปสู่การเปลี่ยนแปลงไปสู่การทำงานยุคดิจิตอล (Digital transformation)



การสำรวจความผูกพันของพนักงาน

เป้าหมาย: ผลการสำรวจความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงาน ไม่ต่ำกว่า **80%**

ผลลัพธ์ ปี 2568: มีระดับคะแนนสูงถึง **85%** จากการตอบแบบสอบถามของพนักงาน **100%** แบบสำรวจเป็นคะแนนรายละเอียด ดังนี้;

- **85.53%** ความพึงพอใจในงาน (แรงจูงใจภายนอก เช่น ฉันพอใจกับงานของฉัน)
- **85.73%** วัตถุประสงค์ (แรงจูงใจภายใน เช่น งานของฉันมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน)
- **84.60%** ความสุข (เช่น ฉันรู้สึกมีความสุขในการทำงานเป็นส่วนใหญ่)
- **83.10%** ความเครียด (เช่น ฉันรู้สึกเครียดกับการทำงานเป็นส่วนใหญ่)

แรงจูงใจระยะยาวสำหรับพนักงาน

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ได้พัฒนาโปรแกรมแรงจูงใจระยะยาว (Long-Term Incentive: LTI) ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อดึงดูดและรักษาพนักงานที่มีผลงานดีเด่นและผู้บริหารที่มีความสามารถ โปรแกรมนี้ออกแบบมาเพื่อส่งเสริมความมุ่งมั่นในระยะยาว เพิ่มความผูกพันของพนักงาน และสอดคล้องความพยายามของแต่ละบุคคลเข้ากับเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ของบริษัท โดยกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของและจูงใจพนักงานให้มีส่วนร่วมอย่างมีความหมายต่อความสำเร็จของบริษัท

หุ้นนตามผลการปฏิบัติงาน

- มีสิทธิ์ได้รับสำหรับพนักงานที่ปฏิบัติงานมาแล้วอย่างน้อย 3 ปีและอยู่ในระดับต่ำกว่าผู้บริหารระดับสูง (คิดเป็นร้อยละ 97.42 ของพนักงานทั้งหมด)
- ผู้เข้าร่วมโปรแกรมสามารถใช้สิทธิในหุ้นเพื่อรับผลกำไรหลังจากระยะเวลาถือครอง 3 ปีหรือเก็บหุ้นไว้เพื่อผลตอบแทนการลงทุนระยะยาว

โบนัสเงินสดตามผลการปฏิบัติงาน

- เงินพิเศษจะได้รับตาม:
    - ผลการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคล
    - ความสำเร็จของบริษัทในการบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ระยะยาวตาม KPI ขององค์กร

ตัวอย่าง KPI ขององค์กรที่เชื่อมโยงกับสิทธิประโยชน์ระยะยาวส าหรับพนักงาน

- ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)
- ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)
- การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสีย (คุณภาพผลิตภัณฑ์ ความปลอดภัยทางไซเบอร์ สุขภาพและความปลอดภัย)

ผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนในทรัพยากรมนุษย์

	ปีงบประมาณ 2564	ปีงบประมาณ 2565	ปีงบประมาณ 2566	ปีงบประมาณ 2567	ปีงบประมาณ 2568
a) รายได้รวม (บาท)	266,367,279,275	469,131,439,242	489,949,167,345	512,041,888,147	520,706,351,252
b) ค่าใช้จ่ายรวม (บาท)	255,940,524,611	452,430,286,966	473,242,322,988	493,408,633,615	503,918,125,120
c) ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์ของพนักงาน (บาท)	6,577,000,000	24,533,000,000	25,693,000,000	26,210,000,000	26,171,000,000
ผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนในทรัพยากรมนุษย์(a - (b-c)) / c	2.58534	1.68076	1.65025	1.71092	1.64148
พนักงานทั้งหมด	68,096	71,591	64,645	73,268	75,233

หมายเหตุ:
อ้างอิงจาก รายงานประจำปี 2568
- รายได้รวม หน้า 352
- ค่าใช้จ่ายรวม หน้า 352
- ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์ของพนักงาน หน้า 464 หัวข้อ 24. ค่าใช้จ่ายตามธรรมชาติ
- จดหมายตรวจสอบบัญชีโดยบุคคลที่สาม โดย KPMG สำหรับงบการเงินรวม หน้า 348-497

ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมายระยะยาวปี 2573

บริษัทฯ ได้รับการรับรองด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และความเป็นส่วนตัวของข้อมูลตามมาตรฐานระดับสากล



ผลการดำเนินงานปี 2568: บรรลุตามเป้าหมายระยะยาว โดยบริษัทฯ ได้รับการประเมินคะแนน NIST ติดต่อกันเป็นปีที่ 3 โดยมีคะแนน 4.22 (ค่าเฉลี่ยระดับประเทศ เท่ากับ 1.91)



100% ของบริษัทฯ ผ่านเกณฑ์ความปลอดภัยทางไซเบอร์และข้อมูลส่วนบุคคลตามมาตรฐานเครือเจริญโภคภัณฑ์และหน่วยงานภายนอก

- ข้อร้องเรียนการคุกคามทางไซเบอร์ = **0** ราย
- ข้อร้องเรียนข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล = **0** ราย
- จำนวนลูกค้า พนักงาน และคู่ค้าที่ได้รับผลกระทบจากการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล = **0** กรณี
- **100%** ของพนักงานบริษัทฯ ได้รับการฝึกอบรมหรือสร้างความตระหนักด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการหลอกลวงทางอีเมล (Phishing Email)
- **100%** ช่องทางการเข้าถึงข้อมูลของบริษัทฯได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์
- **100%** เว็บไซต์และแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์สื่อสารของบริษัทฯได้รับการทดสอบด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

ความเสี่ยงและโอกาส

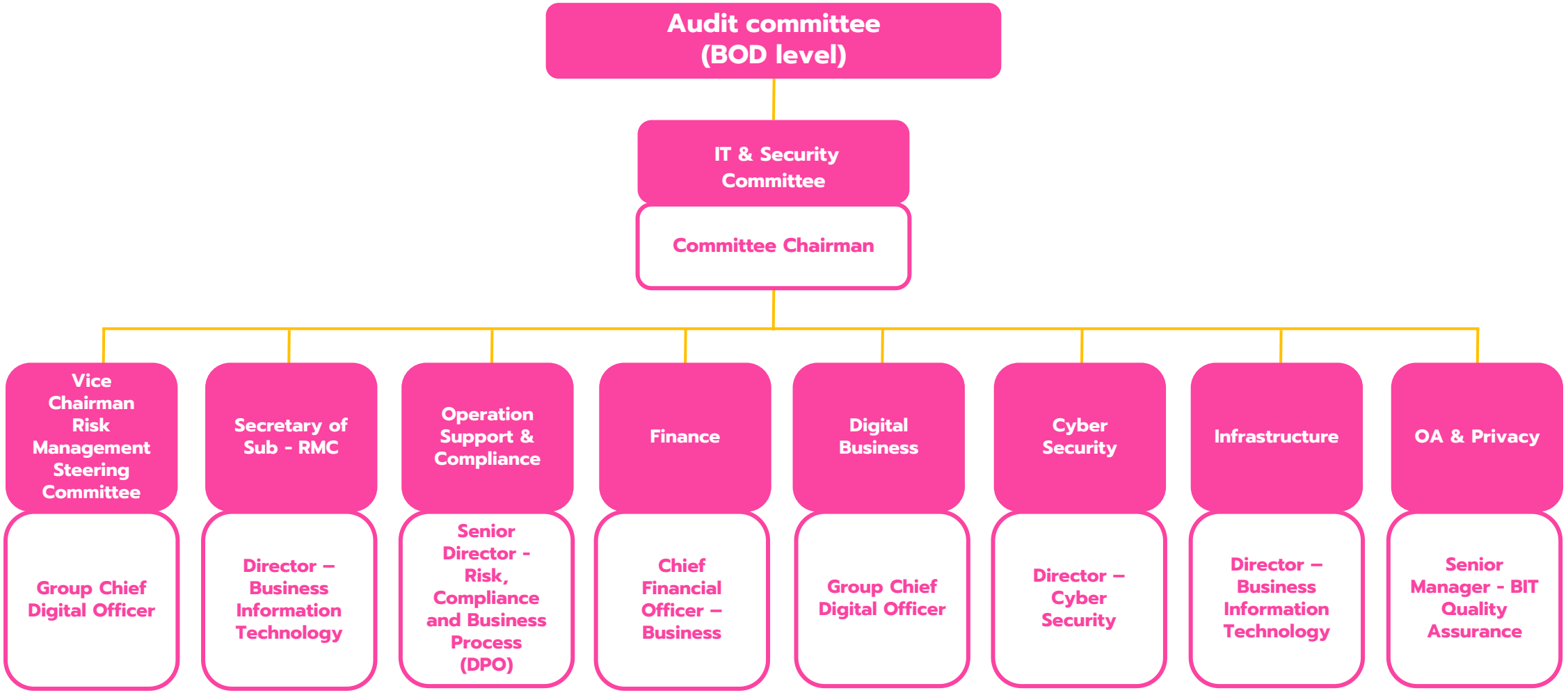
การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันจำเป็นต้องนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้งาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้รวดเร็ว แม่นยำ และมีความสร้างสรรค์มากขึ้น อย่างไรก็ตามการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินธุรกิจนั้น นำมาซึ่งความเสี่ยงที่จะถูกโจรกรรมข้อมูลหรือถูกคุกคามทางไซเบอร์ บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นที่จะยกระดับความปลอดภัยทางไซเบอร์ และพัฒนาระบบการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า

นโยบายและแนวทางการดำเนินงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยทางไซเบอร์และข้อมูลส่วนบุคคล โดยเริ่มจากการประเมินความเสี่ยงเพื่อเตรียมแผนรับมือต่อภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่มีหลากหลายรูปแบบ และประกาศนโยบายแก่พนักงานในบริษัทฯได้รับทราบอย่างทั่วถึง เพื่อเป็นแนวปฏิบัติสำหรับสร้างความตระหนักทางไซเบอร์และมุ่งสู่ความปลอดภัยของข้อมูล ตามมาตรฐานระดับสากล ISO 27001 ตลอดจนมาตรฐานตามเครือเจริญโภคภัณฑ์

การบริหารความปลอดภัยทางไซเบอร์

ความปลอดภัยทางไซเบอร์เป็นส่วนหนึ่งของคณะกรรมการจัดการการบริหารความเสี่ยง โดยมีคณะกรรมการบริษัท (BOD) เป็นประธาน เพื่อการมีส่วนร่วมในกระบวนการด้านกลยุทธ์ในส่วนของความปลอดภัยทางไซเบอร์ และมีทีมผู้บริหารระดับสูงที่มีพื้นฐานด้านไอที (Chief Information Technology Officer CIO) ทำหน้าที่ดูแลกลยุทธ์ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ของบริษัท



โครงสร้างนโยบายความปลอดภัยทางไซเบอร์

บริษัทฯ ปรับปรุงนโยบายความปลอดภัยทางไซเบอร์ให้เป็นปัจจุบัน และครอบคลุมแนวทางปฏิบัติเพื่อรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์มากขึ้น



การบริหารความปลอดภัยทางไซเบอร์



การประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์



การรับมือต่อความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์



การบริหารความต่อเนื่องทางความปลอดภัยไซเบอร์



การสร้างความตระหนักด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

โปรแกรมการจัดการความปลอดภัยทางไซเบอร์

ขอบเขตและการดำเนินการ	ผลลัพธ์ปี 2568
แผนความต่อเนื่องทางธุรกิจด้านความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล	• ปฏิบัติตามกรอบมาตรฐาน ISO 22301 เพื่อเตรียมความพร้อมรับมือกับวิกฤตต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานหลักของธุรกิจ รวมถึงมาตรการบริหารความเสี่ยงของบริษัท ในปี 2025 มีการจัดฝึกซ้อมแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ จำนวน 2 ครั้ง” • ดูรายละเอียดเพิ่มเติม หน้า 7 (แผนความต่อเนื่องทางธุรกิจด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์)
การวิเคราะห์ข้อบกพร่องด้านความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล	• ผ่านการวิเคราะห์ข้อบกพร่องด้านความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล (Verification and Vulnerability Analysis by External Party)
การตรวจสอบระบบการจัดการความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลโดยผู้ตรวจสอบจากภายนอก	• การประเมินประจำปี NIST Function บริษัทฯ ได้คะแนน 4.22 จาก 5 ซึ่งเป็นคะแนนสูงสุดในจำนวน 202 บริษัทที่เข้าร่วมการประเมิน • การตรวจสอบภายนอกโดย KPMG ในด้าน IT Controls Review
กระบวนการรายงานและส่งต่อเหตุการณ์ ความเสี่ยง หรือกิจกรรมที่น่าสงสัยสำหรับพนักงาน	• **100%** พนักงานได้รับการฝึกอบรมและสื่อสารนโยบาย ข้อมูล และแนวทางปฏิบัติ ผ่านการฝึกอบรมการสื่อสารภายในองค์กรและป้ายประชาสัมพันธ์
การสร้างความตระหนักรู้ด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ	• **100%** พนักงานได้รับการฝึกอบรมและสื่อสารนโยบายความปลอดภัยทางไซเบอร์
ข้อร้องเรียนการคุกคามทางไซเบอร์	• **0** กรณี

การประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

ปัจจุบันความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์มีความซับซ้อนมากขึ้น บริษัทฯ จึงประเมินความเสี่ยงใน 5 มิติ ครอบคลุมช่องทางเข้าถึงข้อมูลของบริษัท ตั้งแต่ สำนักงานใหญ่ แอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ เว็บไซต์ ศูนย์กระจายสินค้าของบริษัทฯ และคู่ค้า

แนวทางการประเมินความเสี่ยง	ขอบเขตการประเมินความเสี่ยง
การเชื่อมต่อกับเครือข่ายสาธารณะ	เซิร์ฟเวอร์ของบริษัทฯ
การฟิชชิ่งและมัลแวร์เรียกค่าไถ่	พนักงานของบริษัทฯ
การโจรกรรมเอกลักษณ์บุคคล	ผู้ดูแลระบบและพนักงานของบริษัทฯ
การโจมตีห่วงโซ่อุปทาน	กลุ่มบุคคลที่ 3 (ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ)
การรั่วไหลของข้อมูล	พนักงานของบริษัทฯ

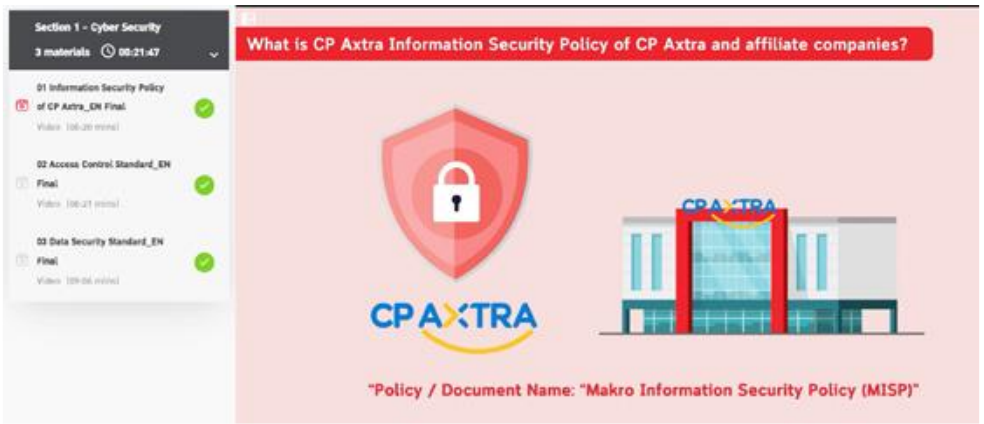
การสร้างความตระหนักรู้ และอบรมด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

ความตระหนักของพนักงานต่อการคุกคามทางไซเบอร์ เป็นองค์ประกอบสำคัญเพื่อสร้างความปลอดภัยของระบบสารสนเทศ และป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล บริษัทฯ จึงมีแนวทางการสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ ประกอบด้วย การอบรมและสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนัก (Awareness Communication) ระบบการแจ้งเตือนให้เกิดความตระหนัก (Awareness Response) และการตรวจสอบความตระหนัก (Awareness Testing)

ความปลอดภัยด้านไซเบอร์เป็นหนึ่งในความรับผิดชอบของพนักงานทุกคน โดยนำมาเป็นเกณฑ์ประเมินผลงานประจำปีและโบนัสสิ้นปีสำหรับพนักงานทั้งในระดับเจ้าหน้าที่ไปจนถึงระดับผู้จัดการที่ต้องได้รับการทบทวนการปฏิบัติงานตามระเบียบที่เกี่ยวข้องกับนโยบายความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล

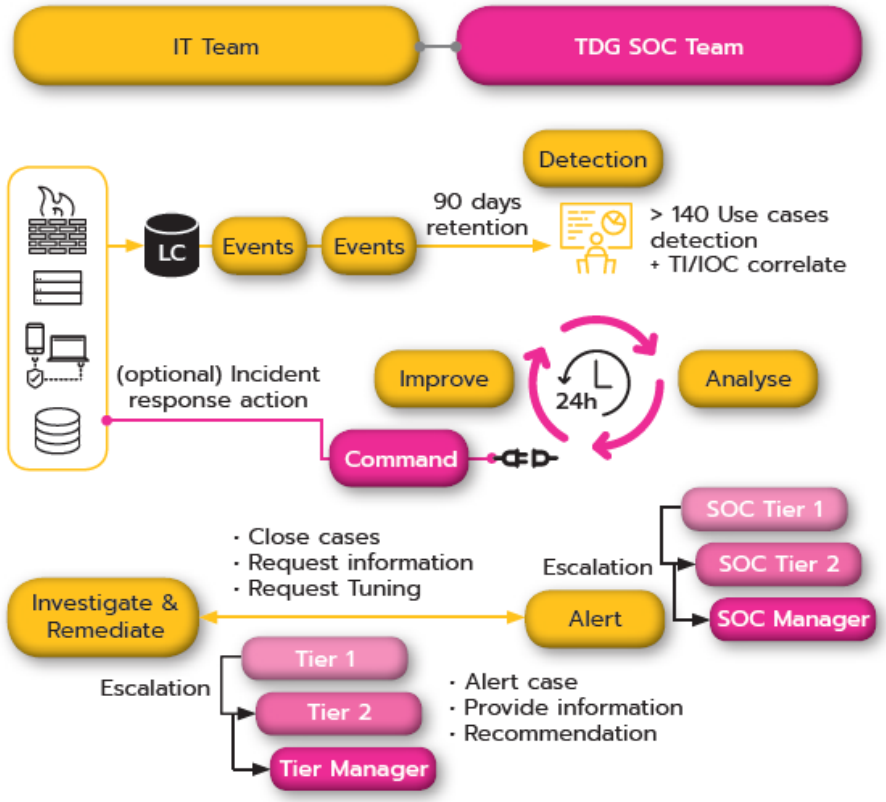
การเข้าถึงนโยบาย	• **100%** ของพนักงาน สามารถเข้าถึงนโยบายผ่านทางเว็บไซต์สื่อสารภายในขององค์กร
การสื่อสาร	• **100%** ของพนักงาน ได้รับการอบรม และสื่อสารให้ข้อมูลนโยบายและแนวทางปฏิบัติผ่านการฝึกอบรมช่องทางอีเมล และกระดานข่าวสารภายในองค์กร
การแจ้งเตือน	• **100%** ของพนักงาน ได้รับการแจ้งเตือนการรั่วไหล • ของข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต และอีเมลที่มีความเสี่ยงต่อการโจรกรรมข้อมูล
การตรวจสอบ	• จำลองสถานการณ์โจรกรรมข้อมูล (Phishing Test) เพื่อตรวจสอบความตระหนักของพนักงาน
ระเบียบข้อปฏิบัติ	• **100%** ของพนักงาน รับทราบข้อปฏิบัติความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูลก่อนเข้าสู่ระบบทุกครั้งคอมพิวเตอร์ก่อนดังภาพด้านล่าง





โครงการ "รักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ตลอด 24 ชั่วโมง หรือ Security Operation Center (SOC)"

บริษัทฯ เห็นถึงความเสี่ยงต่อการถูกคุกคามทางไซเบอร์ จึงจัดตั้งทีมดูแลรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ ตลอด 24 ชั่วโมง หรือ Security Operation Center (SOC) เพื่อเฝ้าระวัง ติดตามและตอบสนองต่อภัยคุกคามในด้านต่าง ๆ ได้ทันท่วงที ตามกำหนดของ SLA และมาตรฐานความปลอดภัยสารสนเทศตามมาตรฐานของเครือเจริญโภคภัณฑ์

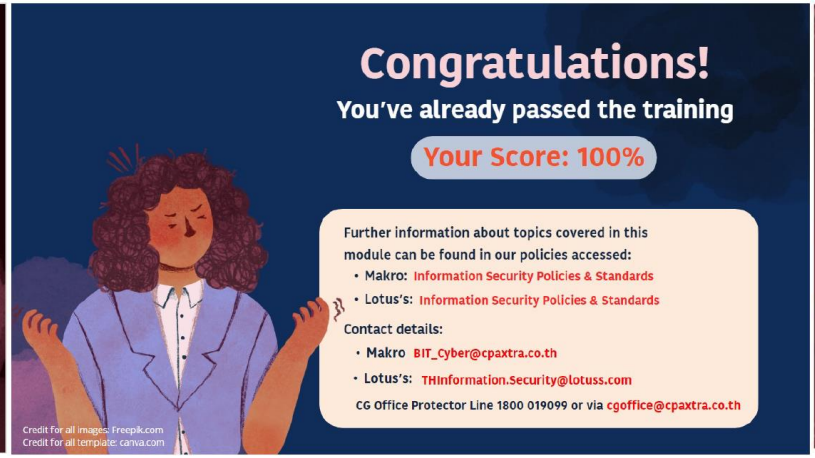


ฝึกอบรม เสริมสร้างความตระหนักด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

บริษัทฯ จัดฝึกอบรมเพื่อสร้างความตระหนัก ตามนโยบายด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์แก่พนักงานทุกคนเป็นประจำทุกปี ซึ่งหลักสูตรดังกล่าวให้ความรู้เกี่ยวกับ วิธีสังเกตรูปแบบและลักษณะการหลอกลวง 4 ประการ ได้แก่

1) เนื้อหาของอีเมลกระตุ้นอารมณ์
2) ลิงค์เชื่อมโยงไม่ถูกต้อง
3) ชื่ออีเมลผู้ส่งไม่ถูกต้อง
4) ไฟล์แนบไม่ถูกต้อง รวมถึงให้คำแนะนำในการตอบกลับอีเมลหรือเหตุการณ์ที่น่าสงสัยทุกครั้งที่พบ





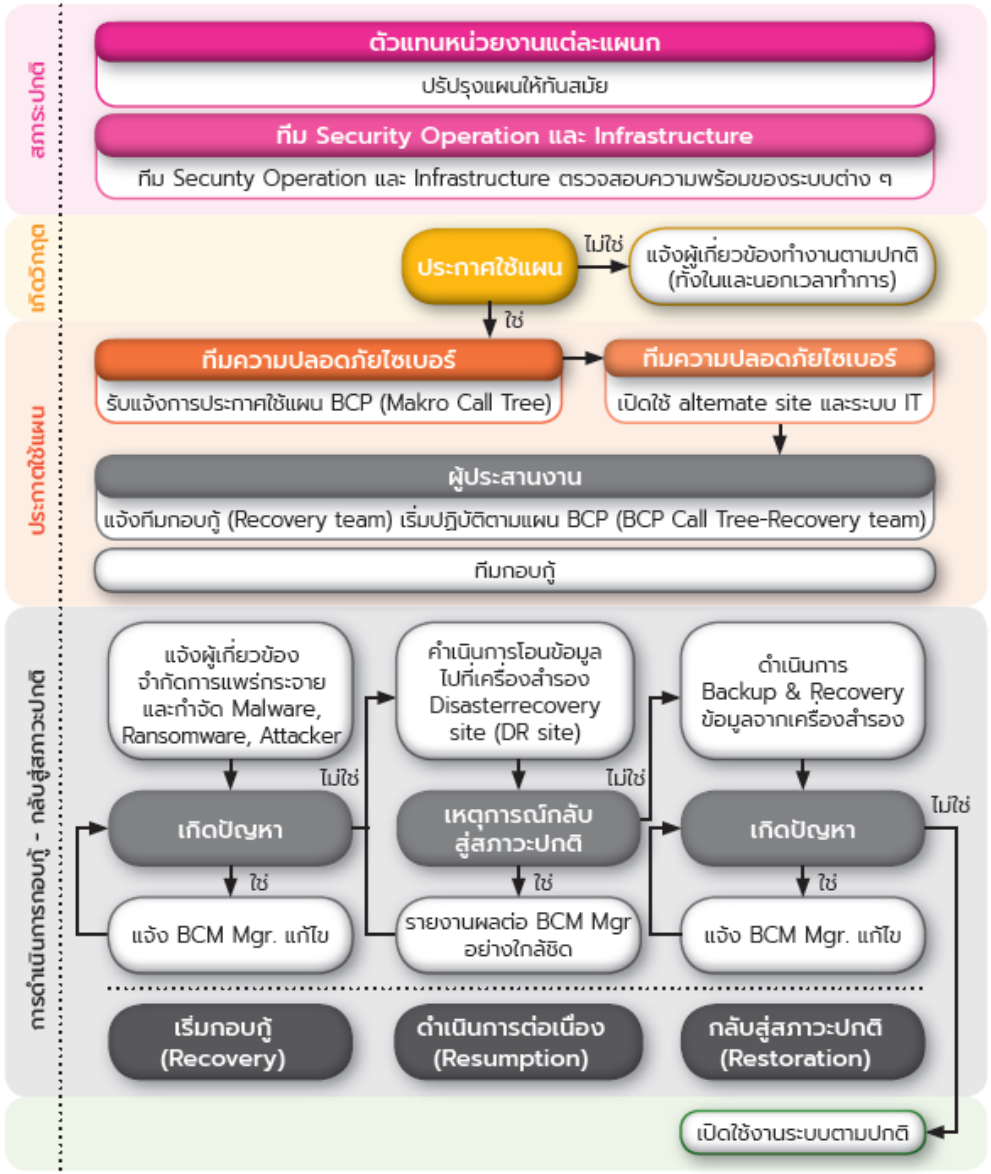


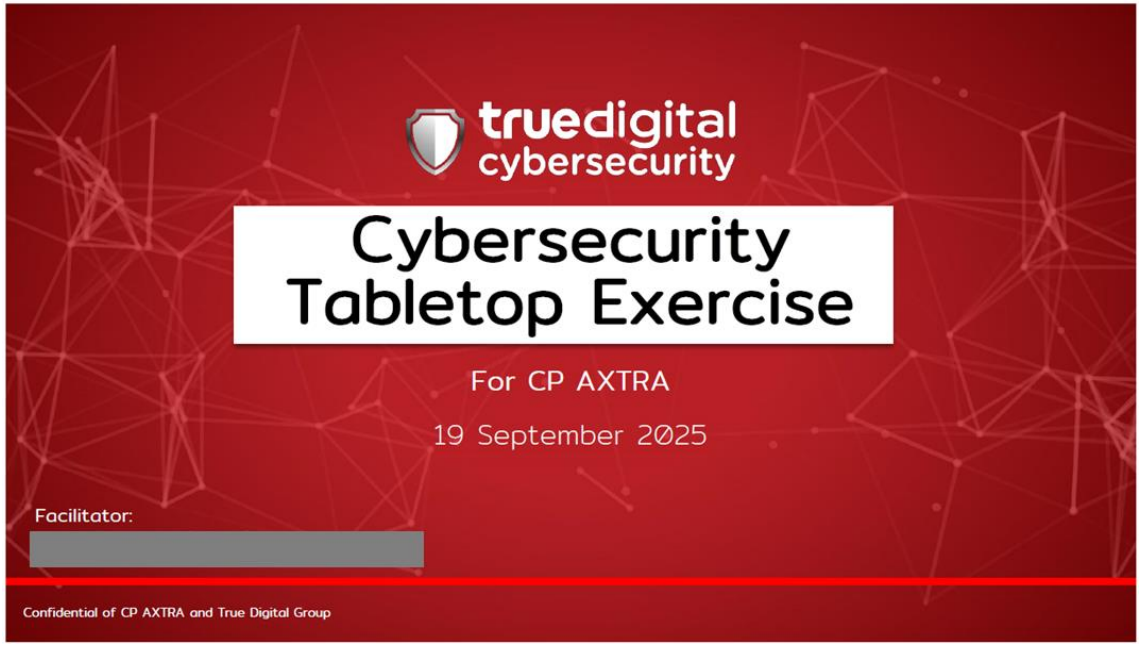


- **2,953** คน จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมการอบรม (**100%**)
- **2,110** คน จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมการทดสอบหลอกลวงทางอีเมล
- **73%** ของจำนวนพนักงาน ไม่กระทำการใด ๆ กับการหลอกลวงทางอีเมลและ **4%** รายงานการหลอกลวงทางอีเมล

แผนบริหารความต่อเนื่องทางความปลอดภัยทางไซเบอร์

ตามกรอบมาตรฐานสากล ISO 22301 เพื่อเตรียมความพร้อมรับมือวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ และเพื่อเป็นแนวทางการบริหารความเสี่ยงของบริษัท ซึ่งในปี 2568 บริษัทฯมีการฝึกซ้อมตอบสนองเหตุการณ์จำลองภาวะฉุกเฉินทางไซเบอร์ (BCP) ไปแล้วสองครั้ง





"การจำลองสถานการณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์หรือเหตุการณ์การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลที่อาจเกิดขึ้นภายในองค์กร จัดทำขึ้นเพื่อทดสอบแผนการตอบสนองต่อเหตุการณ์ (Incident Response Plan) และการประสานงานระหว่างทีมงาน เพื่อให้มั่นใจว่าองค์กรมีความพร้อมในการรับมือได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อเกิดเหตุการณ์จริง"

การตรวจสอบและการวิเคราะห์ช่องโหว่โดยบุคคลภายนอก

บริษัทฯ ได้ดำเนินการตรวจสอบและวิเคราะห์ช่องโหว่ จากหน่วยงานภายนอกโดย NIST เพื่อตรวจสอบประสิทธิผลของระบบการจัดการกระบวนการด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ และโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

หน่วยงานตรวจสอบภายใน

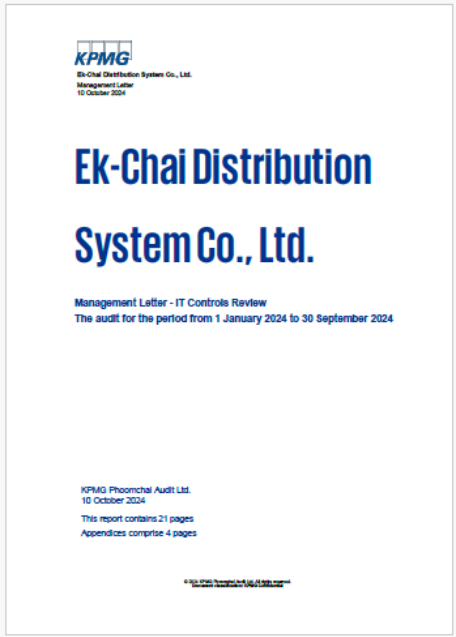

Internal Audit & Advisory

IT Application Control
Smart One and Smart Soft (2024-9)

June 2024

Distribution	
Stakeholders	Dr. Viriya U., Wipak T., Malai B., Panu P., Angsuthon S., Sakrit N.
For Information	External Auditor, Risk Management
Internal Audit Contacts	Busakorn R., Pongsatorn P., Niracha I.

โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบการจัดการได้รับการตรวจสอบ


KPMG

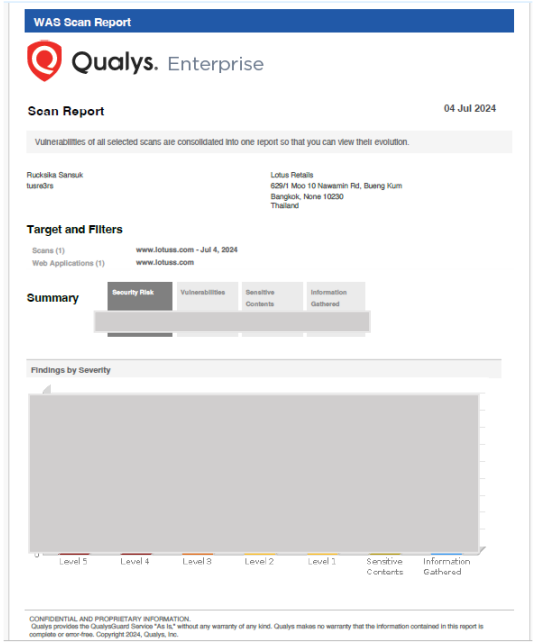
Ek-Chai Distribution System Co., Ltd.

Management Letter - IT Controls Review
The audit for the period from 1 January 2024 to 30 September 2024

KPMG Phoomchai Audit Ltd.
10 October 2024

This report contains 21 pages
Appendices comprise 4 pages

การวิเคราะห์ช่องโหว่จากหน่วยงานภายนอก


WAS Scan Report

Qualys. Enterprise

Scan Report 04 Jul 2024

Vulnerabilities of all selected scans are consolidated into one report so that you can view their evolution.

Rucksika Sansuk
tusre3rs

Lotus Retails
629/1 Moo 10 Nawamin Rd, Bueng Kum
Bangkok, None 10230
Thailand

Target and Filters

Scans (1) www.lotuss.com - Jul 4, 2024
Web Applications (1) www.lotuss.com

Summary

Security Risk | Vulnerabilities | Sensitive Contents | Information Gathered

Findings by Severity

Level 5 | Level 4 | Level 3 | Level 2 | Level 1 | Sensitive Contents | Information Gathered

CONFIDENTIAL AND PROPRIETARY INFORMATION.
Qualys provides the QualysGuard Service "As Is," without any warranty of any kind. Qualys makes no warranty that the information contained in this report is complete or error-free. Copyright 2024, Qualys, Inc.

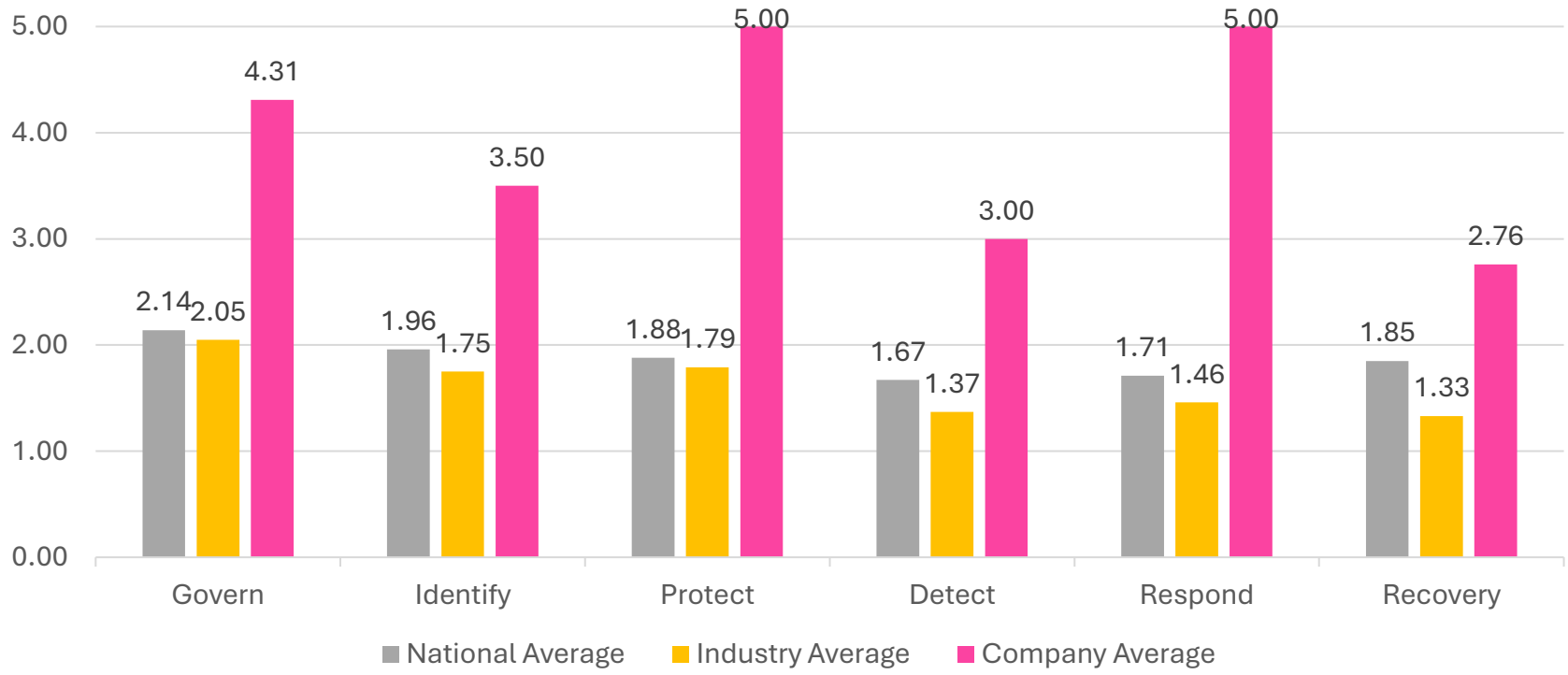
จำลองเหตุการณ์เจาะระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์จากหน่วยงานภายนอก

" ดูรายละเอียดเพิ่มเติม หน้า 10"

การจัดอันดับ ตาม NIST Function

บริษัทฯ ยังเข้าร่วมโครงการวัดระดับความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ กับสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) โดยใช้กรอบการทำงานด้านไซเบอร์ หรือ NIST Cybersecurity frameworkจัดกลุ่มคะแนนความมั่นคง โดยโครงการนี้เป็นการตรวจสอบตาม NIST Function ทั้ง 6 มิติ ประกอบไปด้วย Govern, Identify, Protect, Detect, Respond และ Recovery โดยผลการดำเนินงานด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ของบริษัทฯ ได้คะแนน **4.22** จาก 5 คะแนน ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มบริษัทที่มีคะแนนเฉลี่ยระดับสูงสุด จากทั้งหมด 202 บริษัท

Score 4.22
Above NIST Function Average Rating



การทดสอบความปลอดภัยของโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (เจาะระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์)

บริษัทฯ ว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษา ภายนอก เพื่อทดสอบความปลอดภัยแบบ End-to-End ของบริษัทฯและบริษัทในเครือ โดยการทดสอบความปลอดภัย เครือข่าย และโครงสร้างพื้นฐาน ผ่านโครงการ Red Teaming โดยเจาะระบบตาม Cyber Kill Chain and MITRE ATT&CK Methodologyทดสอบความปลอดภัย Web Application ผ่านโครงการ Web Penetration Testingตาม OWASP Top 10 and Web&API Security Methodology การทดสอบความปลอดภัยMobile Application ผ่านโครงการ Mobile Penetration Testing ตาม OWASP Top 10 and Mobile Security Methodology

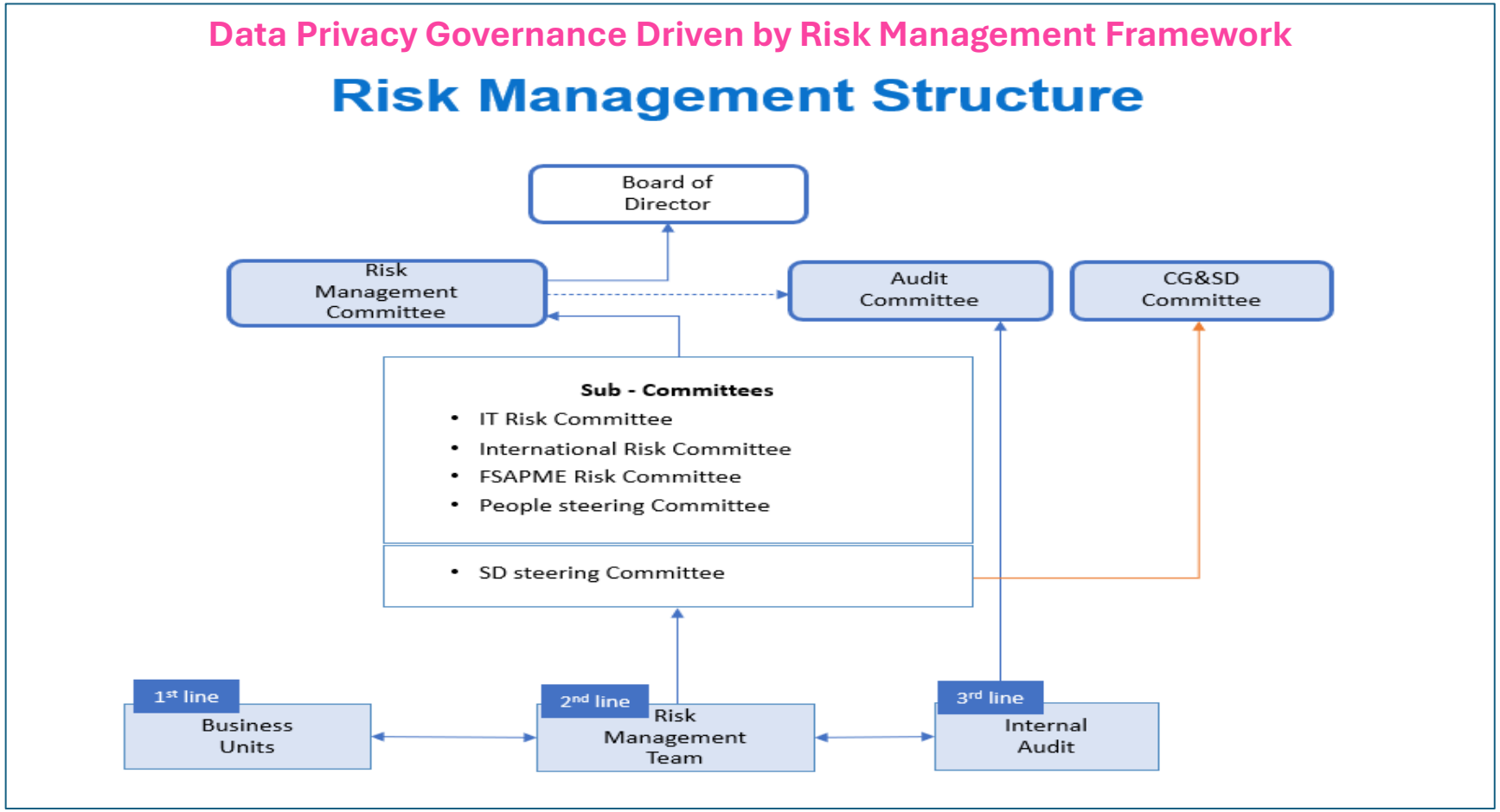
ผลลัพธ์ ปี 2565:

- **100%** ระบบความปลอดภัยทางไซเบอร์ ผ่านการทดสอบทุกหัวข้อ
- ไม่พบเหตุการณ์การโจมตีทางไซเบอร์



การคุ้มครองข้อมูล

เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Officer: DPO) และคณะกรรมการ มีหน้าที่ควบคุมดูแลการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล การใช้ และการเปิดเผย ตลอดจนนำเสนอรวบรวมผลการดำเนินงาน และความเสี่ยง ต่อคณะกรรมการจัดการการบริหารความเสี่ยง เพื่อดำเนินการประเมินความเสี่ยงขององค์กรประจำปี ตลอดจนให้คำปรึกษา และสื่อสารให้ทั่วทั้งองค์กรทราบถึงระเบียบปฏิบัติบทลงโทษทางวินัยที่เกี่ยวข้อง และมาตรการแก้ไข พร้อมและการเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบ



เอกสารกำกับดูแลด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

ประกอบด้วย นโยบาย ขั้นตอน คู่มือ และแนวปฏิบัติที่เป็นกรอบการดำเนินงานของบริษัทในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เอกสารเหล่านี้กำหนดบทบาทและความรับผิดชอบ ให้แนวทางการปฏิบัติงานและรับรองการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนนบุคคล รวมถึงมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เอกสารดังกล่าวถือเป็นรากฐานส าคัญในการส่งเสริมความรับผิดชอบ ความโปร่งใส และความสม่ำเสมอในการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคลทั่วทั้งองค์กร

เอกสารกำกับดูแลด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูล (Privacy Governance Documents) มีผลบังคับใช้กับทั้งบริษัทและบริษัทย่อยทั้งหมด รวมถึงมูลนิธิหรือกองทุนที่บริษัทได้จัดตั้งขึ้น หรือจะจัดตั้งขึ้นในอนาคต นอกจากนี้ยังครอบคลุมถึงซัพพลายเออร์(ในกรณีที่เกี่ยวข้อง) ผ่านข้อผูกพันตามสัญญา และต้องปฏิบัติให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

รายละเอียดเพิ่มเติม

https://www.cpaxtra.com/en/personal-data-protection-policy



การบริหารและจัดการข้อมูลส่วนบุคคล



นโยบายความเป็นส่วนตัวสำหรับลูกค้า



นโยบายความเป็นส่วนตัวสำหรับคู่ค้าธุรกิจ



นโยบายความเป็นส่วนตัวสำหรับนักลงทุน



การขอรับความยินยอม (Consent)



นโยบายคุกกี้ (Cookie Policy)



นโยบายความเป็นส่วนตัวสำหรับกล้องวงจรปิด

1. ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเป็นธรรมและถูกต้องตามกฎหมาย
2. ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ได้แจ้งไว้ในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผย
3. ตรวจสอบให้แน่ใจว่าการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลมีความเหมาะสม เกี่ยวข้อง และไม่เกินความจำเป็น
4. ดูแลให้ข้อมูลส่วนบุคคลมีความถูกต้องและเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ
5. ไม่เก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลไว้นานเกินกว่าระยะเวลาที่จำเป็น
6. ประมวลผลข้อมูลให้สอดคล้องกับสิทธิของเจ้าของข้อมูลในการเข้าถึงและแก้ไขข้อมูลของตนเอง
7. มาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลให้มั่นคงปลอดภัย
8. ห้ามโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังประเทศที่มีมาตรฐานการคุ้มครองข้อมูลไม่เพียงพอ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมหรือเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด
9. ใช้ข้อมูลส่วนบุคคลอย่างถูกต้องและไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อเจ้าของข้อมูลบุคล

ระบบบริหารจัดการการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

เพื่อให้สามารถบริหารความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ ได้จัดตั้งโครงการกำกับดูแลการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy Compliance Program) ซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการสำคัญเพื่อบรรเทาความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวที่ได้รับการจัดให้เป็นหนึ่งในความเสี่ยงระดับองค์กร โครงการนี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการระบุ จัดการ และติดตามความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวอย่างเหมาะสมในทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

บริษัทฯ ดำเนินมาตรการเพื่อป้องกันการเข้าถึงข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต และลดความเสี่ยงจากการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล โดยสอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) บริษัทฯ ให้ความสำคัญสูงสุดกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่สามารถระบุตัวบุคคลได้ (Personally Identifiable Information: PII) และได้ประกาศใช้นโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างครอบคลุม พร้อมเอกสารแนวทางประกอบเพิ่มเติมนอกจากนี้บริษัทยังนำเครื่องมือบริหารจัดการข้อมูล เช่น ระบบจัดประเภทและติดฉลากข้อมูลตามระดับความลับ (Data Classification and Labelling) และระบบป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล (Data Loss Prevention: DLP) มาใช้เพื่อช่วยตรวจจับและป้องกันความเสี่ยงจากการรั่วไหลของข้อมูลโดยอัตโนมัติ

ประสิทธิผลของมาตรการดังกล่าวได้รับการติดตามและรายงานผลอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการเก็บสถิติต่าง ๆ เช่น จำนวนพนักงานที่เข้ารับการประเมิน จำนวนพนักงานที่พบการละเมิดข้อกำหนดด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และตัวชี้วัดประสิทธิภาพอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผลการติดตามทั้งหมดจะถูกรวบรวมและรายงานภายใต้กรอบการบริหารความเสี่ยงของบริษัท เพื่อให้เกิดความรับผิดชอบ (Accountability) และการพัฒนาอย่างต่อเนื่องให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติในระดับสากล

บริษัทฯ ส่งเสริมวัฒนธรรมการกล้าแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ (Speak-up Culture) โดยจัดให้มีช่องทางการแจ้งเบาะแสที่ปลอดภัยหลายช่องทางสำหรับพนักงานและซัพพลายเออร์เพื่อให้สามารถรายงานเหตุหรือข้อกังวล รวมถึงประเด็นด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ได้อย่างเป็นความลับและไม่เปิดเผยชื่อ ทั้งนี้บริษัทฯ ยังจัดให้มีช่องทางการรายงานผ่านบุคคลที่สาม (Independent Third Party) เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและความเชื่อมั่นรายงานทุกกรณีจะได้รับการดำเนินการด้วยความเคร่งครัดในเรื่องการรักษาความลับ โดยบริษัทฯ มีความมุ่งมั่นอย่างชัดเจนในการไม่ตอบโต้ผู้แจ้งเบาะแส (Non-retaliation) และให้การคุ้มครองสิทธิของผู้แจ้งเบาะแสอย่างเต็มที่

สิ่งที่ดำเนินการ	ผลลัพธ์ ปี 2568
บูรณาการอยู่ในระบบการบริหารความเสี่ยง	• บริษัทฯ ได้บูรณาการนโยบายความเป็นส่วนตัวเข้ากับกรอบการบริหารความเสี่ยงในระดับกลุ่มธุรกิจ โดยมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (RMSC) ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการตรวจสอบ ทำหน้าที่สนับสนุนการดำเนินงานตามกรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กร รวมถึงการกำกับดูแลความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ซึ่งถือเป็นหนึ่งในความเสี่ยงสำคัญของบริษัทฯ ทั้งนี้การดำเนินงานของ RMSC เป็นไปตามแนวปฏิบัติสากล เพื่อเสริมสร้างการบริหารความเสี่ยงเชิงรุก ความรับผิดชอบในทุกหน่วยงาน และสร้างความมั่นใจให้แก่คณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทว่าความเสี่ยงสำคัญได้รับการกำกับดูแลอย่างมีประสิทธิภาพ • **100%** ได้รับการประเมิน และได้จัดทำแผนลดความเสี่ยง (Mitigation Plan) อย่างครบถ้วน
มาตรการทางวินัยในกรณีที่มีการฝ่าฝืน	• **100%** ของพนักงานได้รับการประเมินการปฏิบัติตามนโยบายของบริษัท รวมถึงนโยบายความเป็นส่วนตัว โดยการประเมินความปฏิบัติตามข้อกำหนดนี้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางวินัยและการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี รวมถึงการพิจารณาโบนัสปลายปี • **100%** ของพนักงาน คู่ค้าและผู้รับเหมา ได้รับการสื่อสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ ละความรับผิดชอบในการป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล ให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) • หากบุคลากรของบริษัทฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามนโยบาย แนวปฏิบัติ หรือมาตรการต่าง ๆ โดยตรงหรือโดยอ้อม บุคลากรดังกล่าวจะถูกดำเนินการทางวินัยตามข้อบังคับการทำงานของบริษัท
การตรวจประเมินความสอดคล้องของนโยบายความเป็นส่วนตัวโดยหน่วยงานภายนอก	• ได้รับการตรวจสอบโดยหน่วยงานภายนอก (3rd party audite CLICK HERE *to external audit report on web*
การตรวจประเมินความสอดคล้องของนโยบายความเป็นส่วนตัวโดยหน่วยงานภายใน	• **100%** การดำเนินโครงการกำกับดูแลการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความเป็นส่วนตัว ได้รับการตรวจสอบภายใต้แผนตรวจสอบภายในประจำปี

การตรวจสอบโดยหน่วยงานภายนอก ผลการประเมินระดับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยPDPC สคส.

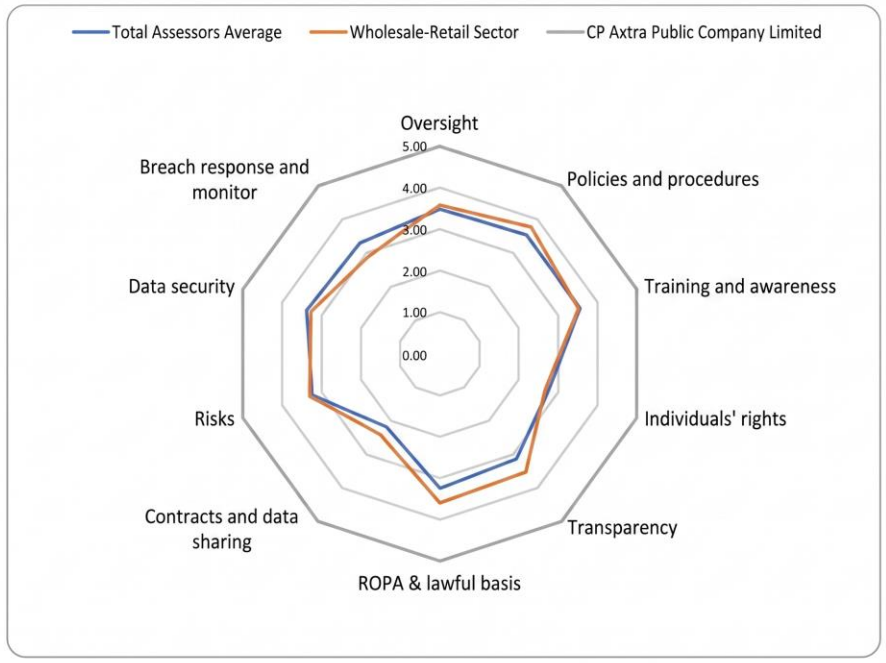
รายงานผลการประเมินระดับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

(Privacy Maturity Model)

บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน)

External privacy policy compliance audit report:
Office of the Personal Data Protection Commission
Personal Data Protection Level Assessment Report (Privacy Maturity Model)
CP Axtra Public Company Limited.

Evaluation Score 5.00 Points	Your current score is higher than the average score of all participating organizations. (Average score of all assessors is 3.18 points)	Your current score is higher than the average score in the Wholesale-Retail and Online Commerce group. (Average score for your industry group is 3.26 points)



ข้อมูลความเป็นส่วนตัวของลูกค้า

เพื่อปกป้องข้อมูลความเป็นส่วนตัวของลูกค้าไม่ให้รั่วไหลออกภายนอกบริษัทฯ หากไม่ได้มีการอนุญาตอย่างถูกต้อง และลดความเสี่ยงจากการรั่วไหลข้อมูลและรักษาประสิทธิภาพข้อมูลว่ามีความปลอดภัยขณะใช้งาน จึงมีนโยบายความเป็นส่วนตัวของบุคคลภายนอก ซึ่งครอบคลุมดังหัวข้อต่อไปนี้

- ขอบเขตของประกาศความเป็นส่วนตัว
- วิธีที่บริษัทฯ ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลส่วนบุคคลที่จัดเก็บ
- วัตถุประสงค์ของการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล
- การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล
- การส่งหรือโอนข้อมูลไปยังต่างประเทศ
- ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล
- สิทธิของลูกค้า
- การปรับปรุงข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า
- มาตรการในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า
- ข่าวสารทางการตลาด
- โปรแกรมคุกกี้(Cookies) และข้อมูลเชิงเทคนิค
- กรณีการเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์ของบุคคลอื่น
- การเปลี่ยนแปลงนโยบายความเป็นส่วนตัว
- การแจ้งเตือนกรณีข้อมูลลูกค้ารั่ว ไหลหรอื เกิดเหตุละเมิดข้อมูล
- ช่องทางการติดต่อ
- เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล



https://www.cpaxtra.com/th/privacy-notice-for-customer

ผลลัพธ์ ปี 2565:

- **3%** ของข้อมูลลูกค้า ถูกนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์รอง (Secondary Purpose) โดยเป็นไปภายใต้ความยินยอมและตามกรอบ PDPA

ข้อมูลความเป็นส่วนตัวของลูกค้า



1. NATURE OF INFO CAPTURED

Personal Information We Collect...

Details categories of collected data: profiles, purchase history, device info.



2. USE OF COLLECTED INFO

Purposes of Collection, Use and Disclosure

Specifies primary objectives: enhance services, operations, customer experience.



3. OPT-OUT OPTION AVAILABLE

Customer Rights (Right to Object / Withdraw)

Ensures right to decline data processing or revoke consent.



4. OPT-IN CONSENT REQUIRED

Consent Basis

Explicit and proactive consent acquired prior to data collection.



5. REQUEST ACCESS TO DATA

Customer Rights (Right to Access)

Empowers customers to request access and obtain copies of held data.



6. REQUEST DATA PORTABILITY

Customer Rights (Right to Data Portability)

Request data in structured format and transfer to another controller.



7. REQUEST DATA RECTIFICATION

Customer Rights (Right to Rectification)

Channel for correcting inaccurate or incomplete personal information.



8. REQUEST DATA DELETION

Customer Rights (Right to Erasure / Deletion)

Request deletion or anonymization under legal conditions.



9. RETENTION PERIOD

Retention Period of Customer Personal Information

Strict timeframes and criteria for data retention.



10. INFORMATION PROTECTION

Security Measures for Customer Personal Information

Rigorous cybersecurity protocols, encryption, data protection.



11. THIRD-PARTY DISCLOSURE

Disclosure of Customer Personal Information

Transparentizes conditions, purposes, and entities for data sharing.



12. MONITORING SECONDARY USE

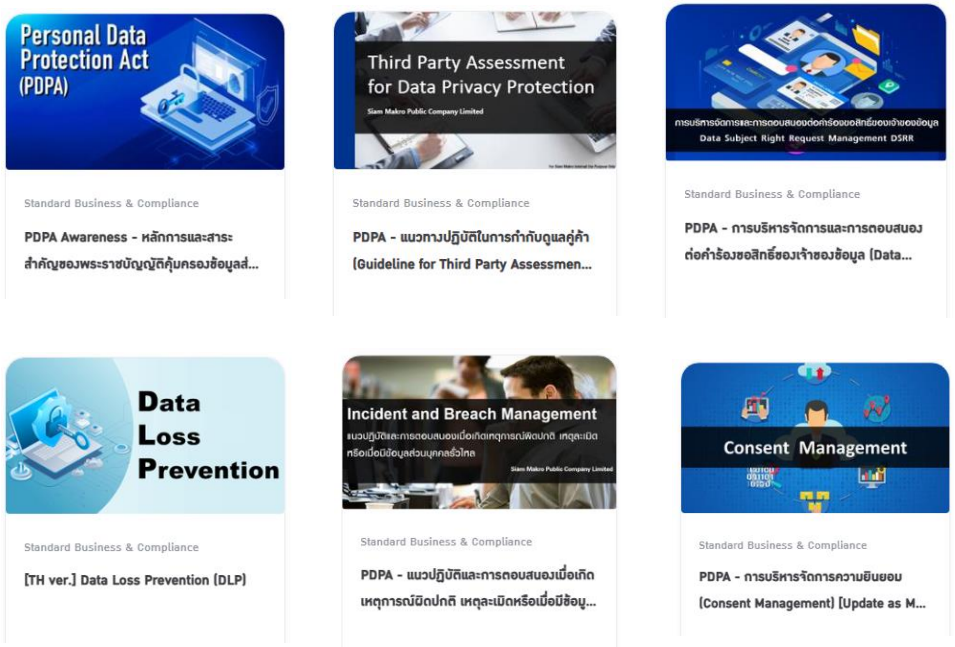
Percentage of users whose data is used for secondary purposes.

2025 RESULT: 3%

หมายเหตุ: (*) หมายถึงหัวข้อของประกาศความเป็นส่วนตัวสำหรับลูกค้าซึ่งเปิดเผยที่เว็บไซต์บริษัทฯ https://www.cpaxtra.com/th/privacy-notice-for-customer

การส่งเสริมความมุ่งมั่นของทั้งองค์กรในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทฯ กำหนดให้พนักงานทุกคนต้องผ่านการอบรมประจำปี ด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งมีอัตราการผ่านการอบรมครบ 100% นอกจากนี้ยังมีหลักสูตร e-learning หลากหลายรูปแบบให้พนักงานสามารถทบทวนความรู้และเสริมสร้างความเข้าใจด้านการคมุ้ ครองข้อมลู และการปฏิบัติตามข้อกำหนดได้ด้วยตนเองตลอดทั้งปี นอกจากนี้บริษัทฯ ยังขยายความตระหนักรู้ด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลไปยังซัพพลายเออร์ผ่านข้อผูกพันตามสัญญาที่สอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) รวมถึง จรรยาบรรณของซัพพลายเออร์ (Supplier Code of Conduct) และช่องทางการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมความเข้าใจและการปฏิบัติที่สอดคล้องกันในห่วงโซ่อุปทานด้วยการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องให้กับพนักงาน และการเสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านความเป็นส่วนตัว แก่ซัพพลายเออร์บริษัทฯ มุ่งมั่นให้การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นไปอย่างรอบคอบ โปร่งใส และมีความรับผิดชอบ







ผลลัพธ์ ปี 2568

- **100%** พนักงานทุกคนได้รับการอบรมหลักสูตรภาคบังคับประจำปี
- **0** กรณี พนักงาน คู่ค้า และผู้รับเหมา ได้รับผลกระทบจากข้อมูลส่วนตัวรั่วไหลหรือถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล

สุขภาพและสุขภาวะที่ดี

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมายระยะยาวปี 2573:

70% ของยอดขายมาจากผลิตภัณฑ์และบริการแบบ B2B และ B2C ที่ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี



เป้าหมายปี 2568:

50% ของยอดขายมาจากผลิตภัณฑ์และบริการแบบ B2B และ B2C ที่ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

ผลการดำเนินงานปี 2568:



ตามเป้าหมาย

52% ของยอดขายมาจากผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

3% ของผลิตภัณฑ์อาหารเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปรับลดไขมัน ไขมันทรานส์ ไซเดียม และน้ำตาลลง

6% ของผลิตภัณฑ์อาหารเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปรับเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ เช่น ไฟเบอร์ วิตามิน แร่ธาตุ สารพฤกษเคมี (Phytochemicals) หรือวัตถุเจือปนอาหาร (Functional Food Additives)

34% ของผลิตภัณฑ์อาหารเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคทุกช่วงวัย ตั้งแต่เด็กจนถึงผู้สูงอายุ

9% ของยอดขายมาจากผลิตภัณฑ์และบริการที่ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

3% ของยอดขายมาจากสินค้าบริโภคที่ดีต่อสุขภาพผ่านการปรับปรุงหรือพัฒนาสูตร

Product Quality Programs

นโยบาย: "เราส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและปลอดภัย ด้วยความมุ่งมั่นต่อความปลอดภัยของผู้บริโภคและความรับผิดชอบต่อสังคม"

เป้าหมาย: 100% ของสถานประกอบการได้รับใบรับรองมาตรฐานคุณภาพที่เกี่ยวข้อง และผลิตภัณฑ์แบรนด์ของบริษัทฯ ทั้งหมดสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ ผ่านระบบ i-Trace ภายในปี 2030

ผลการดำเนินงาน ปี 2568: 100% ของสถานประกอบการได้รับการรับรองมาตรฐาน และผลิตภัณฑ์แบรนด์ของบริษัทฯ 100% สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้บนระบบ i-Trace

ซีพี แอ็กซ์ตร้า มุ่งมั่นที่จะสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยทางอาหารและการพัฒนาคุณภาพ ผ่านแนวทางปฏิบัติดังต่อไปนี้

การจัดหาอย่างรับผิดชอบ:

- การจัดซื้อ การผลิต และการจัดจำหน่าย เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพและปลอดภัยได้รับการส่งมอบไปยังลูกค้า มีการทบทวนรายละเอียดของผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดตามกฎหมายและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย
- การสื่อสารข้อกำหนดเพื่อให้คู่ค้าปฏิบัติตามมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทฯ รวมถึงการบังคับใช้กับคู่ค้าทุกรายผ่านสัญญาข้อตกลง ใบรับรองมาตรฐานและจรรยาบรรณทางธุรกิจสำหรับคู่ค้า

การควบคุมกระบวนการ: ควบคุมและกำกับดูแลให้ทุกกระบวนการดำเนินไปอย่างเหมาะสม

- การตรวจประเมินภายใน (Internal Audit) สาขาและศูนย์กระจายสินค้า (DCs) 100% เป็นประจำทุกปี
- สาขาและศูนย์กระจายสินค้าได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 22000:2018 และมาตรฐานอื่น ๆ จากหน่วยงานภายนอก *(รายละเอียดเพิ่มเติมในหน้า 4 หัวข้อการรับรองโปรแกรมคุณภาพผลิตภัณฑ์)*
- ผลิตภัณฑ์ 100% ได้รับการตรวจสอบ และหากพบผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐาน จะทำการคัดแยก ชี้บ่ง และควบคุมก่อนส่งมอบให้แก่ลูกค้า เพื่อป้องกันการเรียกคืนสินค้า

บุคลากรและทรัพยากร:

- กำหนดบทบาทและความรับผิดชอบอย่างชัดเจน พร้อมสื่อสารให้แก่บุคลากรทราบ
- จัดการฝึกอบรมประจำปีเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการคุณภาพสำหรับผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กร (เช่น ฝ่ายประกันคุณภาพ ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายปฏิบัติการ ฝ่ายจัดส่ง)
- การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ

การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง:

- จัดให้มีกลไกรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่สมบูรณ์หรือชำรุด สำหรับพนักงาน ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียภายนอก (เช่น ผู้บริโภค หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน/NGOs เป็นต้น) เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตัดสินใจที่ดีขึ้น
- นำการวิเคราะห์ข้อมูล มาใช้เพื่อเจาะข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภค สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น

การตรวจสอบย้อนกลับ:

- นำระบบ "i-Trace" ซึ่งเป็นเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) มาใช้ในการตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งกำเนิดและข้อมูลทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์ โดยลูกค้าและผู้บริโภคสามารถตรวจสอบข้อมูลได้ผ่านการสแกน QR Code บนบรรจุภัณฑ์









เกณฑ์การพิจารณาสารอาหารในสินค้า

ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพสินค้า



การตรวจสอบอุณหภูมิ*	การตรวจสอบเอกสาร	การตรวจสอบคุณภาพสินค้า		ผลการตรวจสอบ
การตรวจอุณหภูมิ 1. รถขนส่งของคู่ค้า 2. สินค้า *สำหรับสินค้าที่มีการควบคุมอุณหภูมิ	ตรวจสอบเอกสารที่กำหนด 1. ใบอนุญาตเคลื่อนย้าย/เอกสารแสดงแหล่งที่มา ของสินค้ากลุ่มเนื้อสัตว์ (ทุกรอบส่ง) 2.ผลการตรวจสอบจากแลป เช่น ASF (ทุกรอบส่ง) 3.ใบตรวจสอบการชั่งน้ำหนัก คู่ค้า หมู ไก่ (ทุกรอบส่ง)	1.การตรวจสอบทางกายภาพทั้งภายนอกและภายในขนาด, น้ำหนัก, ตำหนิ, รูปร่าง, สี, ความหวาน (Brix) 2.การตรวจสอบทางเคมี ด้วย test kit • ยาฆ่าแมลง (ผักสด/ผลไม้สด) • ฟอร์มาลีน (ปลาสด) • สารเร่งเนื้อแดง (เนื้อหมู/เนื้อวัว) • สารฟอกขาว (เครื่องในวัว)	3.บรรจุภัณฑ์ 4.ฉลาก 5.อายุสินค้า	1. ยอมรับสินค้า 2. ปฏิเสธการรับสินค้า **สินค้า import จาก Makro** • กรณีส่งจาก DC Makro อ้างอิงผลตรวจจาก Makro • กรณีส่งตรง DC โลตัส : French fries ,import produce QC โลตัสตรวจ

หมายเหตุ เกณฑ์ในการตรวจรับสินค้าต้องไม่พบสารเร่งเนื้อแดง สารเร่งเนื้อขาว ฟอร์มาลีน สำหรับยาฆ่าแมลงให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด









ดู VDO เพิ่มเติมที่ https://youtu.be/8k0eL5BL1X0

แนวทางการบริหารจัดการสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

บริษัทฯ พัฒนา MIA หรือแนวทางการผลิตสินค้าการเกษตรให้เป็นไปตามมาตรฐาน เข้ามาใช้งานกับกลุ่มเกษตรและคู่ค้า โดยสามารถทำการประเมินตนเองเพื่อเพิ่มความรู้ด้านการผลิตและส่งมอบสินค้าที่มีมาตรฐานให้แก่ผู้บริโภค ดังนั้นระบบ MIA จึงถูกพัฒนาต่อยอดเพื่อใช้ประเมินภายในศูนย์กระจายสินค้าและศูนย์จำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ เพื่อเตรียมความพร้อมขอรับรองมาตรฐาน นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้นำระบบที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบและข้อมูลด้านโภชนาการของสินค้า หรือ i-Trace มาใช้อย่างต่อเนื่อง

ต้นน้ำ: ยกระดับความปลอดภัยตั้งแต่เพาะปลูก	กลางน้ำ: ควบคุมคุณภาพ และความปลอดภัยของสินค้า ตลอดกระบวนการจัดจำหน่าย					ปลายน้ำ: สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้
	มาตรฐาน	Makro	Lotus's	ศูนย์กระจายสินค้าแบบค้าส่ง*	ศูนย์กระจายสินค้าแบบค้าปลีก**	
- คัดเลือกจากฟาร์มที่ได้รับมาตรฐาน Good Agriculture Practices (GAP) - ผ่านการรับรองมาตรฐานแบรนด์ของบริษัท "MQP" และ "Selected" - เกษตรและคู่ค้ากว่า 900 ราย ได้รับมาตรฐานแบรนด์ "MQP", "aro" และ "Selected"	GMP (1)	166	98	2	1	- 100% สินค้าที่วางจำหน่ายในสาขาของแม็คโครและโลตัส ต้องระบุที่มาของแหล่งผลิต ล็อตการผลิต บนฉลากเพื่อให้ผู้บริโภคตรวจสอบได้ - ระบบ i-Trace ครอบคลุมสินค้ากลุ่มอาหารสด และกลุ่มเบเกอรี่ กว่า 12,000 รายการ (100% ของสินค้าอาหารภายใต้แบรนด์ aro ทั้งหมด) - Smart CoA ระบบรับรองคุณภาพสินค้าให้กับลูกค้า
	GHP (CODEX) (2)	166	2	3	n/a	
	HACCP (CODEX) (3)	142	2	3	n/a	
	ISO22000:2018 Compliance Certified (4)	166	n/a	n/a	n/a	
	ISO22000:2018 Accredit Certified (5)	13	2	2	n/a	
	HALAL (6)	11	10	1	0	
	Livestock – Ok (7)	167	2,446	0	0	
	Q-Modern Trade (8)	167	0	0	0	
	Organic Shop (9)	167	0	0	0	
	TISI Shop (10)	167	226	0	0	

(1) GMP no. 420 ให้การรับรองโดยสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ (MASCI)
(2) GHP (Codex) ให้การรับรองโดยบริษัท บูโร เวอริทัส (ประเทศไทย) จำกัด
(3) HACCP (Codex) ให้การรับรองโดยบริษัท บูโร เวอริทัส (ประเทศไทย) จำกัด
(4) ISO22000:2018 Compliance Certified ให้การรับรองโดยบริษัท บีเอสไอ กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด
(5) ISO 22000:2018 Accredit Certified ให้การรับรองโดยบริษัท บูโร เวอริทัส (ประเทศไทย) จำกัด
(6) HALAL (มาตรฐานฮาลาล) ให้การรับรองโดยคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย
(7) Livestock – Ok (มาตรฐานปศุสัตว์โอเค) ให้การรับรองโดยกรมปศุสัตว์
(8) Q-Modern Trade ให้การรับรองโดยสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ
(9) Organic Shop ให้การรับรองโดยสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ
(10) TISI Shop (มาตรฐานร้าน มอก.) ให้การรับรองโดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
** ศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบค้าส่งมีจำนวน 167 สาขา (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568)*
*** ศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบค้าปลีกมีจำนวน 2,526 สาขา (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568)*

การเรียกคืนสินค้า

	2564	2565	2566	2567	2568
จำนวนเหตุการณ์เรียกคืนสินค้า • สินค้า Own Brand • สินค้าแบรนด์ทั่วไป	**10** • 0 • 10	**2** • 0 • 2	**0** • 0 • 0	**0** • 0 • 0	**0** • 0 • 0
ปริมาณสินค้าที่เรียกคืน (ตัน)	NA	9.85	0	0	0
ผลกระทบด้านต้นทุนของบริษัท	0	0	0	0	0

ในช่วงปี 2564–2568 มีการเรียกคืนสินค้าที่เกิดจากสินค้าภายใต้แบรนด์ของซัพพลายเออร์ซึ่งจำหน่ายภายในร้าน แต่ไม่เคยเกิดขึ้นกับสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัทเอง ทั้งนี้บริษัทได้ดำเนินการติดตามและพัฒนามาตรฐานสินค้าทั้งแบรนด์ของบริษัทและของซัพพลายเออร์ให้มีคุณภาพสูงสุด เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค และป้องกันความเสียหายต่อชื่อเสียงอันอาจเกิดจากความลังเลของผู้บริโภคต่อความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของสินค้า

นอกจากนี้บริษัทได้ติดตามค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเรียกคืนสินค้าในฐานะความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับองค์กร ซึ่งรวมถึงความเสียหายจากการหยุดชะงักของยอดขาย ต้นทุนการก าจัดของเสียที่เพิ่มขึ้น การสูญเสียจากสินค้าทดแทน ค่าธรรมเนียมจากหน่วยงานกำกับดูแล และค่าปรับต่าง ๆ เพื่อบรรเทาความเสี่ยงด้านความรับผิดและต้นทุนการลงทุนของบริษัท

การบูรณาการเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ

link to website: Digital Transformation | CP Axtra

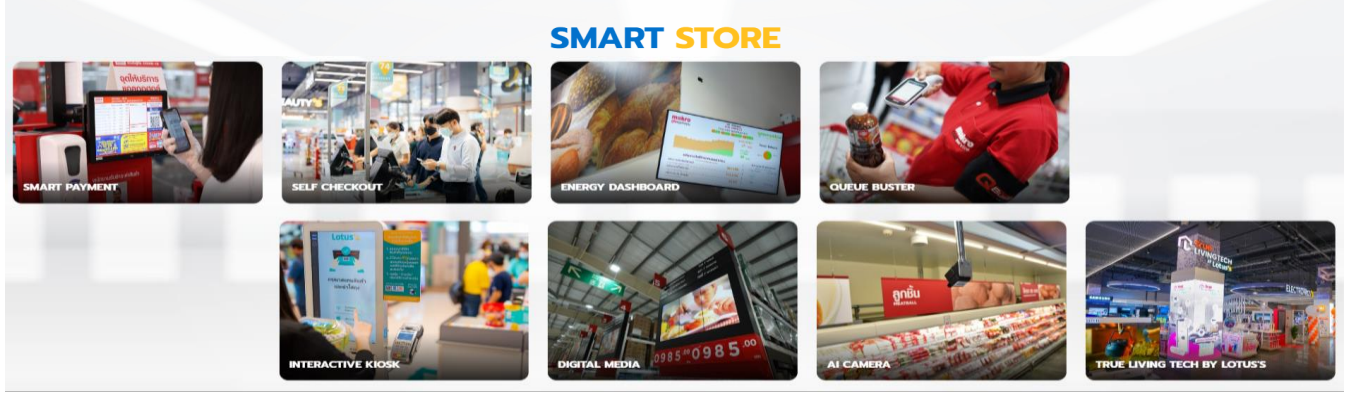
ซีพี แอ็กซ์ตร้า นำเทคโนโลยีดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชันมาใช้ เพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้าผ่าน;

SMART STORE: การยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการ

- **การคาดการณ์ความต้องการและการบริหารจัดสรรสินค้า:** CP AXTRA ร่วมมือกับ Tencent Cloud นำเทคโนโลยี Machine Learning มาใช้คาดการณ์ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแม่นยำ และบริหารจัดการกลุ่มสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยลดปัญหาสินค้าขาดสต็อกในกลุ่มอาหารสด ขณะเดียวกันยังคงคุณภาพที่ดีที่สุดของสินค้าไว้ได้
- **ผังจัดวางสินค้าด้วย AI:** ผ่านความร่วมมือกับ Cainiao บริษัทฯ ได้นำระบบ AI มาใช้จัดผังร้านค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขายหน้าร้านและการจัดวางสินค้าคงคลัง ช่วยให้ผู้บริโภคค้นหาสินค้ายอดนิยมได้สะดวกและง่ายยิ่งขึ้น
- **การสร้างความแตกต่างของสินค้าแบรนด์ตนเอง:** CP AXTRA ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) เพื่อออกแบบและขยายกลุ่มสินค้าแบรนด์ตนเอง (Own Brand) ที่มีอัตรากำไรสูง โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งในด้านสุขภาพ สุขภาวะ และไลฟ์สไตล์ได้อย่างตรงจุด

SMART APPLICATION: การจัดส่งที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และความสะดวกสบายผ่านทุกช่องทาง ประสบความสำเร็จในการเป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซสินค้าอุปโภคบริโภค (Grocery E-commerce) อันดับ 1 ของประเทศไทย โดยการผสานสาขาหน้าร้านเข้ากับความสะดวกสบายทางดิจิทัลได้อย่างลงตัว:

- **การเชื่อมโยงโครงข่ายเทคโนโลยี (The Digitalized Ecosystem):** แอปพลิเคชัน **Makro PRO** และ **Lotus's SMART App** ทำหน้าที่เป็นระบบนิเวศที่เชื่อมโยง B2B และ B2C ได้อย่างไร้รอยต่อ มาพร้อมระบบสมาชิก (Loyalty System) ที่ออกแบบมาโดยเฉพาะ และการนำเสนอโปรโมชันที่ตอบโจทย์เฉพาะบุคคลขั้นสูง (Hyper-personalized Promotions) โดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลประวัติการสั่งซื้อสินค้า
- **การยกระดับขีดความสามารถในการจัดส่งอย่างรวดเร็ว (Rapid Delivery Scaling):** การปรับโครงสร้างพื้นฐานของแอปพลิเคชันให้ทันสมัย ช่วยเพิ่มความเร็วในการให้บริการอย่างก้าวกระโดด รองรับยอดสั่งซื้อและจัดส่งทางออนไลน์ได้มากกว่า 1,000 รายการต่อวัน
- **นวัตกรรมการบริหารการจัดส่งสินค้า (Fulfillment Innovation):** ความร่วมมือกับ CJ Logistics ในการบูรณาการเทคโนโลยีหุ่นยนต์ ข้อมูลการจัดการคำสั่งซื้อขั้นสูง และระบบบริหารจัดการคลังสินค้าอัจฉริยะ (iWMS) ช่วยลดระยะเวลาการขนส่ง (Lead Time) จากศูนย์กระจายสินค้าไปยังหน้าร้าน การันตีการส่งมอบสินค้าที่สดใหม่ยิ่งขึ้นให้แก่ลูกค้า





การบูรณาการเทคโนโลยีเกิดใหม่เพื่อยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ

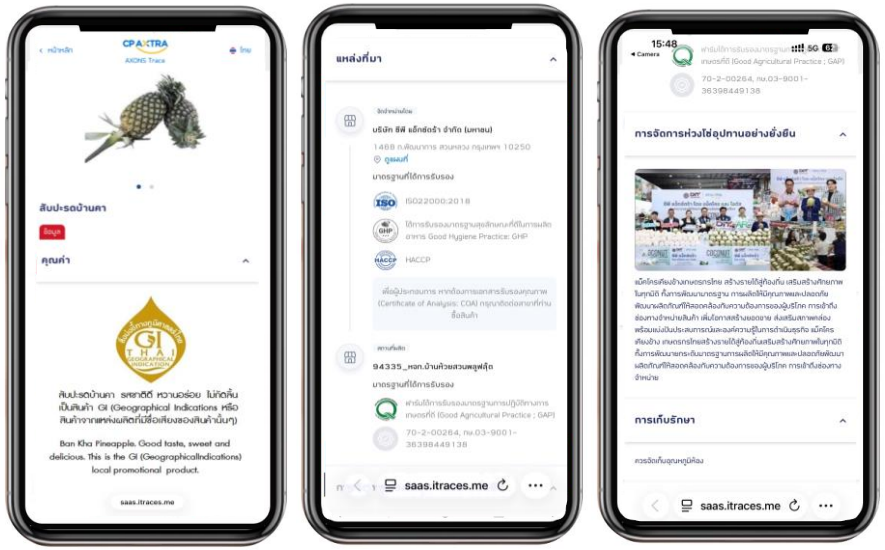
การตรวจสอบย้อนกลับด้วยเทคโนโลยีบล็อกเชน (i-Trace)

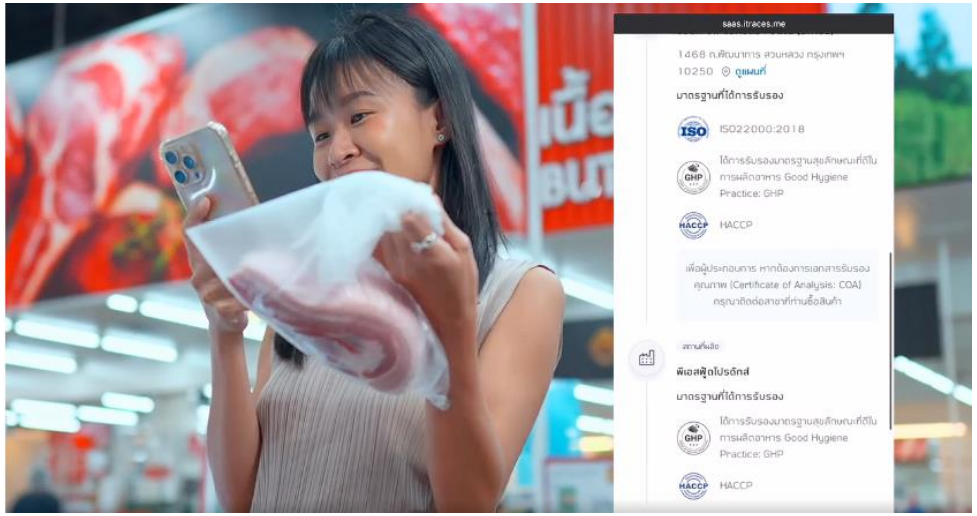
ระบบ i-Trace เชื่อมโยงคิวอาร์โค้ด (QR Code) สำหรับผู้บริโภคเข้ากับระบบการตรวจสอบย้อนกลับของผลิตภัณฑ์ ข้อมูลคุณภาพ และข้อมูลโภชนาการได้อย่างไร้รอยต่อ โดยประยุกต์ใช้โครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) ที่ไม่สามารถแก้ไขเปลี่ยนแปลงข้อมูลได้ แทนการพึ่งพาฐานข้อมูลแบบดั้งเดิมซึ่งสุ่มเสี่ยงต่อการถูกดัดแปลงได้ง่าย

ระบบดังกล่าวนำระบบบัญชีแยกประเภทแบบกระจายศูนย์มาใช้ โดยทุกขั้นตอนในห่วงโซ่อุปทานทางการเกษตร—ตั้งแต่ข้อมูลการเก็บเกี่ยวเริ่มต้นและแหล่งกำเนิด ไปจนถึงการขนส่งและโลจิสติกส์ของศูนย์กระจายสินค้า—จะถูกบันทึกไว้อย่างปลอดภัย และเชื่อมโยงกันทางคณิตศาสตร์ในรูปแบบบล็อกที่ป้องกันการดัดแปลงแก้ไข

คิวอาร์โค้ดที่พิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่เป็นกุญแจดิจิทัลที่โปร่งใส ช่วยให้ผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถตรวจสอบเส้นทางของผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้นี้ได้ในทันที ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยรับประกันคุณภาพสินค้าและสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เท่านั้น แต่ยังให้ข้อมูลปฐมภูมิที่มีความน่าเชื่อถือสูง ช่วยป้องกันการฟอกเขียว (Greenwashing) ตลอดจนสนับสนุนการประเมินความยั่งยืนที่สำคัญขององค์กร เช่น การติดตามการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 การตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน และการลดการสูญเสียอาหาร

Example: i-Trace QR Code





การพัฒนาศักยภาพคู่ค้าด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิตสินค้า

โครงการ “จัดอบรมฮาลาลประจำปี 2568 เสริมสร้างความรู้บุคลากร”

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการปฏิบัติตามหลักการทางศาสนาและความปลอดภัยทางอาหารอย่างเคร่งครัด จึงร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย จัดอบรม์ความรู้ด้านระเบียบและข้อบังคับฮาลาลให้แก่พนักงานในทุกระดับ บูรณาการมาตรฐานฮาลาลเข้ากับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ การจัดเก็บ ไปจนถึงการส่งมอบสินค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้บริโภคผ่านสินค้าและบริการที่ถูกต้องตามหลักศาสนบัญญัติ ควบคู่ไปกับการตอกย้ำภาพลักษณ์องค์กรที่ให้ความสำคัญกับความหลากหลายทางวัฒนธรรม





ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **130 ราย (100%)** ของพนักงานที่เกี่ยวข้องได้รับการรับการอบรม
- **21 สาขา และ 1 ศูนย์กระจายสินค้า** ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล

การพัฒนาศักยภาพคู่ค้าด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิตสินค้า

โครงการ “ซีพี แอ็กซ์ตร้า ร่วมมือ อย. ยกระดับความปลอดภัยอาหาร สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค”

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) จัดสัมมนาสำหรับคู่ค้า ผู้นำเข้า และผู้ผลิต เพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยอาหารและสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค ภายในงาน มีตัวแทนจาก อย. ให้แนวทางการบริหารจัดการคุณภาพสินค้า ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ นอกจากนี้ยังมีผู้เชี่ยวชาญจากห้องปฏิบัติการชั้นนำมาให้ความรู้ด้านการตรวจสอบสารตกค้างในผักผลไม้ ครอบคลุมทั้งสินค้าผลิตในประเทศและนำเข้า ความร่วมมือครั้งนี้ สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการผลักดันมาตรฐานความปลอดภัยอาหารให้สูงขึ้น ผ่านการทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและผู้เชี่ยวชาญ เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และเป็นไปตามมาตรฐานระดับสากล









ผลลัพธ์ ปี 2568:
ซีพี แอ็กซ์ตร้า เพิ่มขีดความสามารถของเกษตรกร คู่ค้า SME และวิสาหกิจชุมชน ผ่านการส่งเสริมความรู้ด้านการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐาน

- **925 ราย** ได้รับการรับรองมาตรฐานและสามารถส่งมอบสินค้าภายใต้แบรนด์คุณภาพ ได้แก่ MQP (Makro Quality Pro), aro Gold และ Selected
- **990 ราย** ยกระดับมาตรฐานโรงคัดบรรจุสินค้าเกษตร จนได้รับการรับรอง GMP

โครงการ “พัฒนาผู้ประกอบการรายย่อยและเกษตรกรไทย ด้านการบริหารจัดการมาตรฐานสินค้า”

บริษัทฯ เดินหน้าสนับสนุนผู้ประกอบการ SME และเกษตรกรไทย โดยร่วมมือกับพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชนมุ่งพัฒนาศักยภาพ และเพิ่มโอกาสการแข่งขันในทุกมิติ ผ่านการอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้ พัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตร ให้สอดคล้องกับมาตรฐานของห้างแม็คโครและโลตัส เพื่อส่งเสริมการจ้างงานในชุมชน สร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยและเกษตรกรกว่า 60 ราย ในพื้นที่จังหวัดสระบุรี และปทุมธานี ตอกย้ำพันธสัญญาการเป็นแพลตฟอร์มแห่งโอกาสในการช่วยเหลือ SME ให้เติบโตอย่างแข็งแกร่ง






ผลลัพธ์ ปี 2568:

- พัฒนาผู้ประกอบการรายย่อยและเกษตรกรกว่า **60 ราย** ในพื้นที่นำร่องจังหวัดสระบุรี และปทุมธานี

โครงการ “ซีพี แอ็กซ์ตร้า จับมือ กรมปศุสัตว์ พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานเนื้อสัตว์ หนุนช่องทางจัดจำหน่าย พร้อมยกระดับระบบตรวจสอบย้อนกลับ”

ร่วมลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MoU) กับกรมปศุสัตว์ สนับสนุนเกษตรกรไทย ผ่านการส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายที่เป็นธรรม ควบคู่การพัฒนาคุณภาพสินค้า โดยเฉพาะการยกระดับกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับตลอดห่วงโซ่อุปทานแบบครบวงจร (Traceability System) และการรับรองมาตรฐานคุณภาพ เพื่อสร้างความมั่นคงและยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมปศุสัตว์ไทย







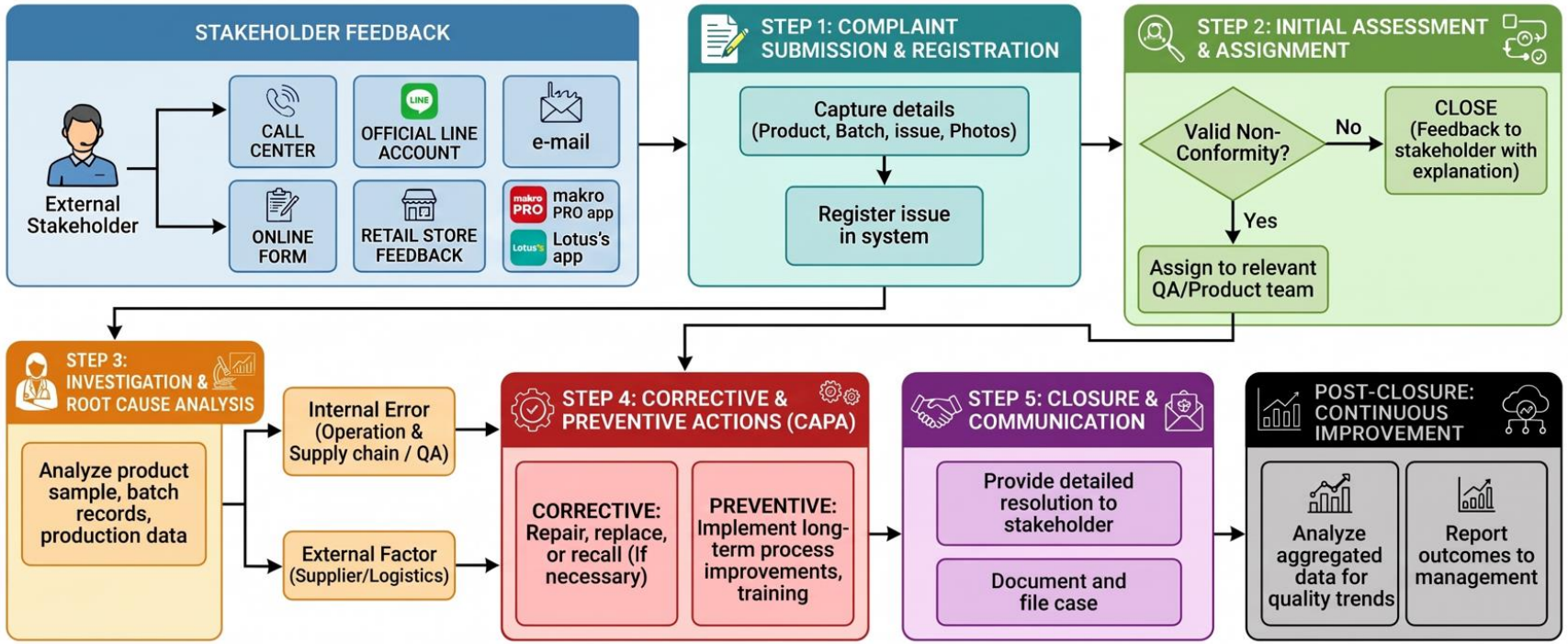


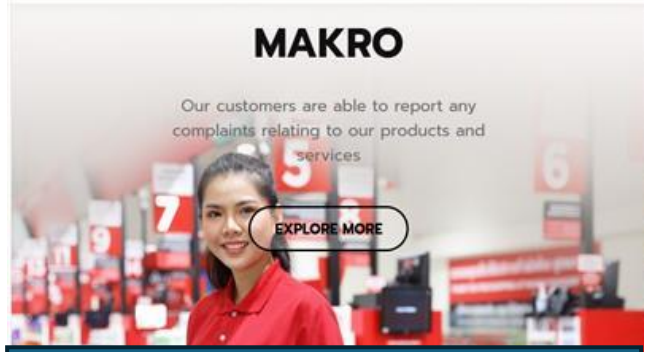
ผลลัพธ์ ปี 2568:

- ร่วมพัฒนามาตรฐานด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และระบบการสอบกลับได้ของสินค้า เพื่อผลักดันและยกระดับมาตรฐานเนื้อวัวจากกลุ่มเกษตร
- เกษตรกรรายย่อยสามารถส่งสินค้าจำหน่ายที่แม็คโครสาขาภาคเหนือ **5 สาขา** ในพื้นที่นำร่องครอบคลุมจังหวัดเชียงใหม่

กลไกการรับข้อร้องเรียนเรื่องผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดจากผู้มีส่วนได้เสียภายนอก

การนำข้อร้องเรียนเกี่ยวกับความบกพร่องของสินค้าทั้งหมดมาใช้ เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตลอดจนการประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) เพื่อเจาะลึกข้อมูลของผู้บริโภคสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น





☎ สายตรง **1432**



☎ สายตรง **1430**

สุขภาพและโภชนาการ

นโยบาย: เพื่อส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชนผ่านการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ตลอดจนสนับสนุนการออกกำลังกาย และการเข้าถึงบริการและองค์ความรู้ด้านสุขภาพ

เป้าหมายระยะยาว: ภายในปี 2573 สัดส่วน **60%** ของยอดขายจะมาจากผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ **20%** มาจากผลิตภัณฑ์ที่ลดปริมาณไขมัน โซเดียม และน้ำตาล และ **30%** มาจากอาหารที่มีการเสริมคุณค่าทางโภชนาการ ซึ่งเพิ่มส่วนประกอบที่มีประโยชน์ เช่น ใยอาหาร วิตามิน แร่ธาตุ สารพฤกษเคมี หรือวัตถุเจือปนอาหารเชิงหน้าที่

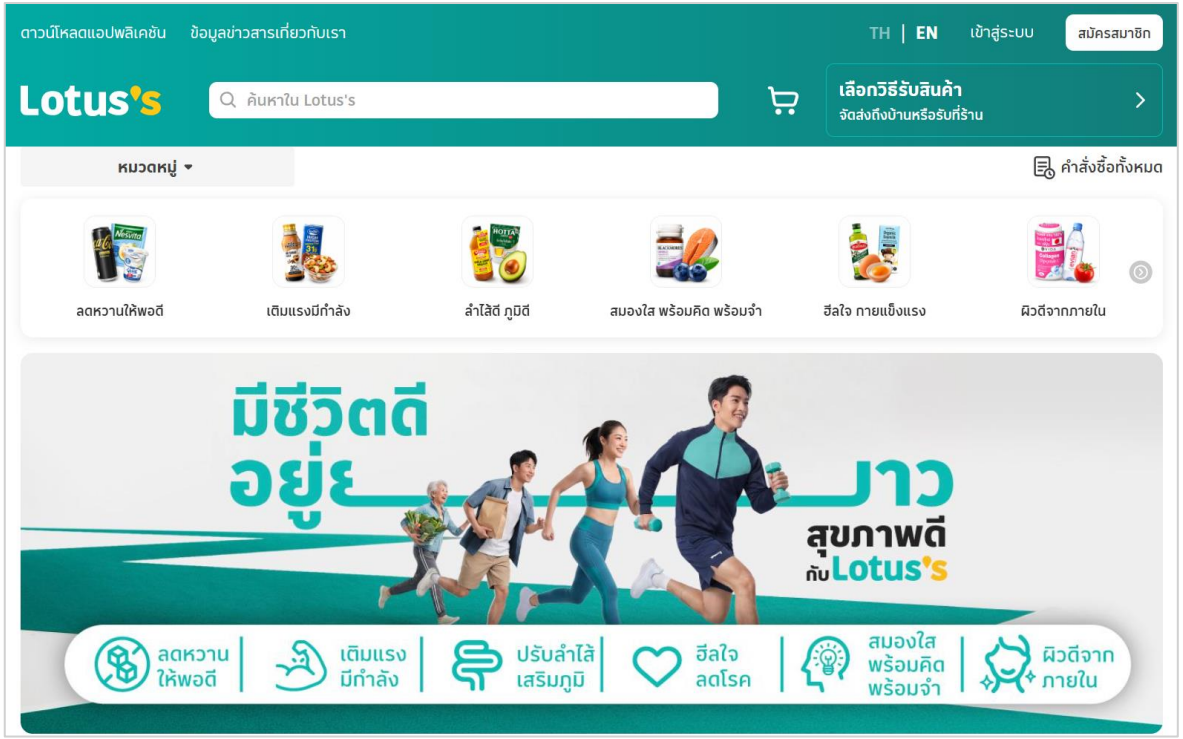
เป้าหมายปี 2568: **54%** ของยอดขายจะมาจากผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ **14%** มาจากผลิตภัณฑ์ที่มีการลดปริมาณไขมัน โซเดียม และน้ำตาล และ **25%** มาจากผลิตภัณฑ์อาหารที่เสริมคุณค่าทางโภชนาการและเพิ่มส่วนผสมที่มีประโยชน์

ผลการดำเนินงานปี 2568: บรรลุเป้าหมายประจำปี

57% ของยอดขายจะมาจากผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

15% ของยอดขายมาจากผลิตภัณฑ์ที่มีการลดปริมาณไขมัน โซเดียม และน้ำตาล

25.43% มาจากผลิตภัณฑ์อาหารที่เสริมคุณค่าทางโภชนาการและเพิ่มส่วนผสมที่มีประโยชน์



บริษัทฯ สนับสนุนการสร้างสังคมที่มีสุขภาวะและความเป็นอยู่ที่ดีด้วยการ



รายงานความคืบหน้าเป้าหมายสุขภาพและโภชนาการ

บริษัทฯ ใช้ระบบการประเมินคุณค่าทางโภชนาการ (Nutritional Profiling System) และเกณฑ์ด้านสุขภาพและโภชนาการที่สอดคล้องกับมาตรฐานอ้างอิงภายนอก เช่น สัญลักษณ์ "ทางเลือกสุขภาพ" (Healthier Choice) ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และระบบดาวโภชนาการ (Health Star Rating: HSR) โดยอ้างอิงข้อมูลคุณค่าทางโภชนาการจากฐานข้อมูลของมหาวิทยาลัยมหิดล ทั้งนี้ ได้กำหนดว่าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจะต้องได้รับคะแนน HSR ไม่น้อยกว่า 3.5 ดาว หรือได้รับการรับรองสัญลักษณ์ "ทางเลือกสุขภาพ"

เพื่อบรรลุเป้าหมายการเพิ่มสัดส่วนยอดขายจากผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพให้ถึง 60% ภายในปี พ.ศ. 2573 บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการปรับปรุงด้านสุขภาพและโภชนาการในหลายมิติ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์แบรนด์ของบริษัทฯ (Own Brand) ที่มุ่งเน้นส่งเสริมสุขภาพ การปรับปรุงระบบการตรวจสอบย้อนกลับของผลิตภัณฑ์ผ่านระบบ i-Trace การยกระดับความปลอดภัยของอาหารผ่านการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า และการส่งเสริมทางเลือกเพื่อสุขภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดทำโครงการ ให้ความรู้ด้านสุขภาพแก่ประชาชน เปิดให้บริการด้านสุขภาพภายในร้านค้า ตลอดจนร่วมมือกับหน่วยงานกำกับดูแลและพันธมิตรภาควิชาการ เพื่อส่งมอบอาหารที่มีความปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการ และมีความโปร่งใสให้แก่ผู้บริโภคทุกคน

Category	ยอดขาย (บาท)					
	เป้าหมาย ปี 2573	2565	2566	2567	เป้าหมาย ปี 2568	ผลลัพธ์ ปี 2568
ยอดขายจากผลิตภัณฑ์ที่มีการลดปริมาณไขมัน โซเดียม และน้ำตาล	20%	8,935,562,540.67	7,561,999,436.82	9,427,294,861.72	14%	11,466,568,382.51
ยอดขายรวมของสินค้ากลุ่มนี้ทั้งหมด		76,308,292,461.29	61,159,046,113.74	68,549,362,312.71		76,034,764,852.77
คิดเป็น %		**11.71%**	**12.36%**	**13.75%**		**15.08%** Achieved annual target
ยอดขายจากผลิตภัณฑ์อาหารที่มีการเพิ่มสารอาหารที่มีประโยชน์ เช่น ใยอาหาร วิตามิน แร่ธาตุ สารพฤกษเคมี หรืออาหารเชิงฟังก์ชันอื่น ๆ	30%	9,640,135,893.00	20,322,612,193.72	18,912,145,424.04	25%	24,058,010,328.45
ยอดขายรวมของสินค้ากลุ่มนี้ทั้งหมด		50,511,851,970.24	91,255,555,427.57	76,207,948,346.00		94,604,838,098.51
คิดเป็น %		**19.08%**	**22.27%**	**24.82%**		**25.43%** Achieved annual target

ยอดขายสินค้าสุขภาพและโภชนาการที่ดี

Category	Revenue (THB)			
	2022	2023	2024	2025
สินค้าที่ได้รับการจัดอันดับคุณภาพทางโภชนาการ (HRS)	121,696,547,819.00	119,033,213,679.87	128,235,134,337.27	129,957,379,339.67
สินค้าที่ได้รับมาตรฐานทางเลือกสุขภาพ	18,575,698,433.60	27,884,611,630.54	28,339,440,285.76	35,524,578,710.96
ยอดขายรวมของสินค้าทั้งสองกลุ่ม*	140,272,246,252.67	146,917,825,310.41	156,574,574,623.03	165,481,958,050.63
ยอดขายทั้งหมดของสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม	266,684,790,118.28	285,447,305,778.15	302,253,699,129.05	288,697,268,955.35
คิดเป็น %	52.60	51.47	51.80	57.32
ยอดขายจากสินค้าสุขภาพและสุขภาวะที่ดี **	163,457,958,873.19	176,574,129,564.42	190,956,640,890.98	201,472,771,503.58
ยอดขายจากสินค้าอุปโภคบริโภคทั้งหมด	359,395,094,588.00	363,131,513,872.30	379,728,363,532.50	384,903,044,471.36
คิดเป็น %	45.48	48.63	50.13	52.34

หมายเหตุ:

** เฉพาะสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม (อาหารสด อาหารแห้ง และ เครื่องดื่ม ไม่รวมสินค้าที่ไม่ใช่อาหารทุกหมวด)*
*** สินค้าทุกกลุ่ม (ยกเว้น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่)*

การยกระดับคุณค่าทางโภชนาการ ในราคาที่เข้าถึงได้และทั่วถึง

การลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อปรับปรุงสูตรผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยลดปริมาณน้ำตาล โซเดียม ไขมันทรานส์ และเพิ่มสารอาหารที่จำเป็น เพื่อส่งเสริมสุขภาวะที่ดีขึ้นของประชาชน ตลอดจนการดำเนินงานวิจัยและพัฒนาที่มุ่งเน้นการทำให้อาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการมีความคุ้มค่าและเข้าถึงได้ง่ายยิ่งขึ้นสำหรับกลุ่มผู้ขาดแคลนโอกาส โดยเฉพาะผู้ที่มีข้อจำกัดทางเศรษฐกิจ ผ่านนวัตกรรมการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์การกระจายสินค้า

ผลลัพธ์ ปี 2568:

การส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและการบริโภคที่ยั่งยืน:

- ลงทุน 11,850,000 บาท/ปี ส่งผลให้สินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัท ได้รับการรับรองสัญลักษณ์ทางเลือกสุขภาพ (Healthier Choice) รวม 25 รายการ (เพิ่มขึ้น 5 รายการจากปีที่ผ่านมา) มียอดขายรวม 161,137,360.39 บาท
- เปิดตัวสินค้าใหม่ 69 รายการ ในกลุ่มวีแกน (Vegan) แพลนต์เบส (Plant-based) และสินค้าโปรตีน มียอดขายรวม 98,787,875 บาท

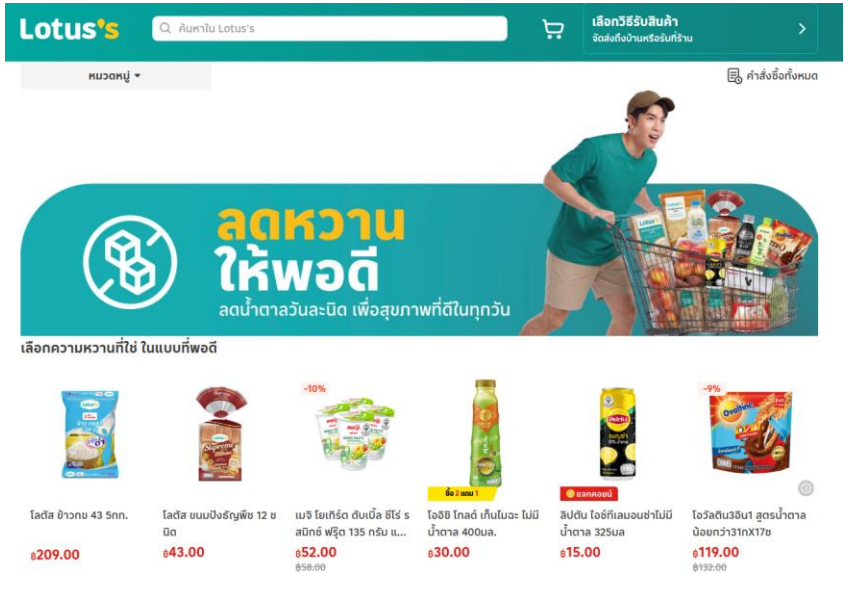
การพัฒนานวัตกรรมและการยกระดับการเข้าถึง:

- ลงทุน 20,328,000 บาท ในด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อปรับลดราคา ยืดอายุการเก็บรักษา (Shelf Life) และเพิ่มโอกาสการเข้าถึงอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค
- ขยายบริการกลุ่มสินค้าสุขภาพ เช่น มุมไก่อบไขมันต่ำ (Low-Fat Rotisserie Corner) และซอฟต์เสิร์ฟนมสดธรรมชาติ (Natural Milk Soft Serve) รวมทั้งสิ้น 84 สาขา (เพิ่มขึ้น 5 สาขาจากปีที่ผ่านมา)









ผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นกลุ่มประชากรเป้าหมายหลักโดยเฉพาะ

การยกระดับคุณค่าทางโภชนาการสำหรับทุกคน รวมถึงการพัฒนาสูตรเฉพาะที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายสำคัญ ได้แก่ ทารก เด็กเล็ก หญิงตั้งครรภ์และหญิงให้นมบุตร ผู้สูงอายุ ผู้มีโรคเรื้อรัง (เช่น เบาหวาน) ผู้มีภาวะแพ้อาหาร หรือผู้ที่ต้องควบคุมอาหาร ตลอดจนชุมชนผู้มีรายได้น้อย เพื่อให้มั่นใจว่าทุกคนได้รับสารอาหารที่เพียงพอต่อความต้องการในราคาที่เข้าถึงได้ พร้อมโภชนาการที่เหมาะสม อาทิ สูตรน้ำตาลต่ำ โซเดียมต่ำ และไขมันต่ำ

ผลลัพธ์ ปี 2568:

บริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมาเพื่อกลุ่มเป้าหมายสำคัญโดยเฉพาะ ซึ่งมีส่วนช่วยเพิ่มโอกาสการเข้าถึงอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการให้แก่กลุ่มคนดังกล่าว โดยมียอดขายรวม **8,498,880,858.93** บาท



สำหรับกลุ่มเบาหวาน ภูมิแพ้ วีแกน และอื่นๆ





สินค้าสุขภาพสำหรับทารกและเด็ก



สินค้าแบรนด์บริษัท สำหรับกลุ่มผู้มีรายได้น้อย

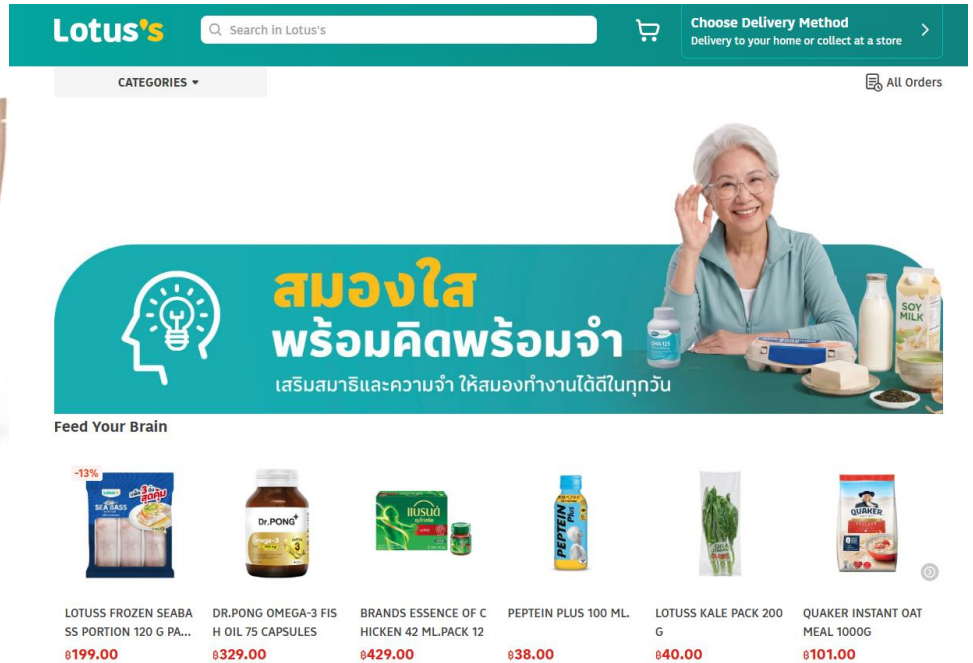
ผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นกลุ่มประชากรเป้าหมายหลักโดยเฉพาะ (ต่อ)



สำหรับหญิงตั้งครรภ์และให้นมบุตร



สำหรับผู้สูงวัย

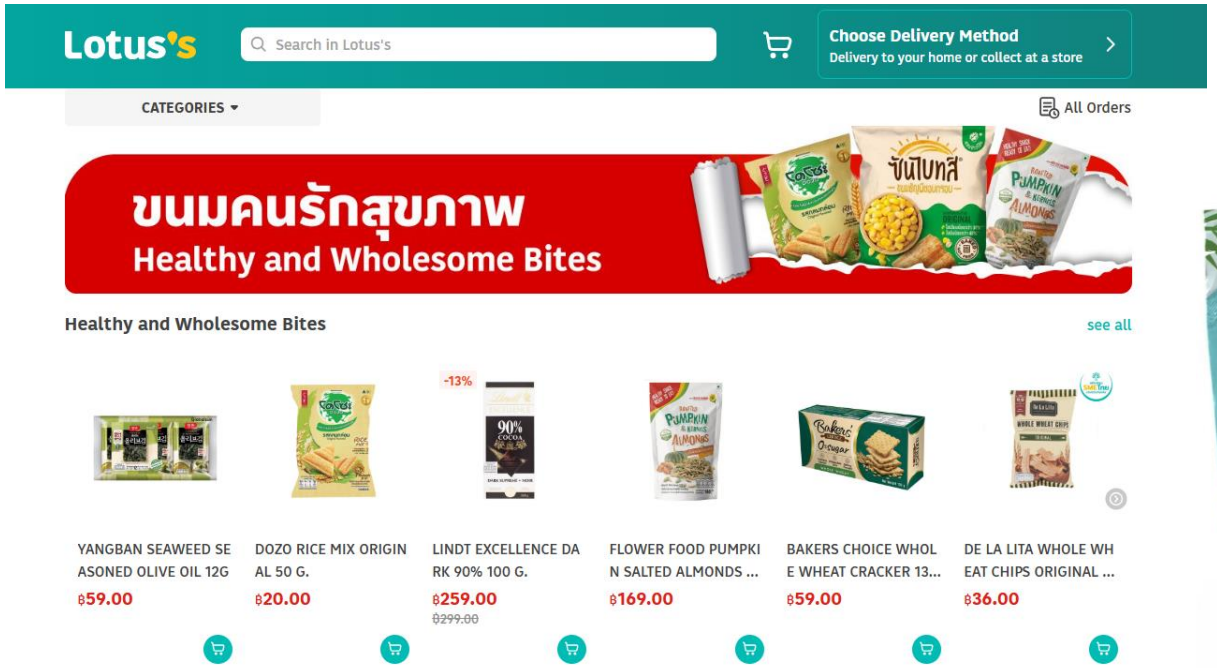


การออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนาดพอเหมาะต่อการบริโภค

บริษัทฯ มุ่งมั่นยกระดับความโปร่งใสและการเข้าถึงข้อมูลด้านสุขภาพ โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีส่วนช่วยส่งเสริมการบริโภคเพื่อสุขภาพที่ดีขึ้น ผ่านการสนับสนุนให้ควบคุมปริมาณการบริโภคอย่างเหมาะสม และการเน้นย้ำทางเลือกผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ เช่น การแสดงข้อมูลคุณค่าทางโภชนาการ ส่วนประกอบ และขนาดหน่วยบริโภค เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจให้แก่ผู้บริโภค ผ่านภาพสื่อความหมาย ฉลากที่อ่านง่าย และสัญลักษณ์ทางเลือกสุขภาพ (Healthier Choice Logo) นอกจากนี้ ยังได้ปรับออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กสำหรับเด็ก พร้อมทั้งเพิ่มฟังก์ชันซองซิปล็อก (Zip Lock) หรือภาชนะบรรจุ เพื่อช่วยรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์สำหรับการแบ่งบริโภคได้หลายครั้ง

ผลลัพธ์ ปี 2568:

100% สินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัททุกรายการ ได้นำบรรจุภัณฑ์แบบควบคุมปริมาณการบริโภคมาใช้ ซึ่งมีส่วนช่วยเสริมสร้างความเข้าใจของผู้บริโภคเกี่ยวกับขนาดหน่วยบริโภคและคุณค่าทางโภชนาการตามสัดส่วนการบริโภค คิดเป็นยอดขายรวม **598,467,453.73** บาท





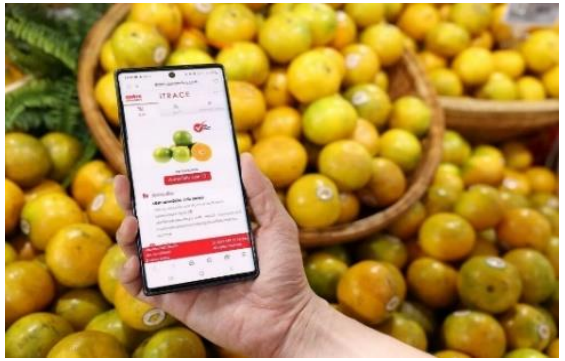
การส่งเสริมความปลอดภัยอาหารตั้งแต่แหล่งผลิต

โครงการ “ส้มปลอดภัย คนไทยยิ้มได้ ปีที่ 12”

บริษัทฯ ร่วมมือกับ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สนับสนุนเกษตรกรผู้ปลูกส้ม ในการจัดการเพาะปลูกตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน เช่น การใช้สารชีวภัณฑ์ทดแทนสารเคมี การจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการตรวจสอบสารเคมีด้วยห้องปฏิบัติ ISO 17025 ระดับสากลทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้ง ยังได้รับรองมาตรฐานการปฏิบัติที่ดีทางการเกษตร (GAP) ทำให้มั่นใจได้ว่า ส้มทุกผลมีคุณภาพและปลอดภัยจากสารตกค้าง รวมถึงสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ผ่านการสแกน QR Code ระบบ i-Trace ที่ติดอยู่ในบรรจุภัณฑ์หรือป้ายแสดง QR Code ณ จุดจำหน่าย เป็นการส่งเสริมการผลิตส้มไทยสร้างอาชีพสร้างรายได้ให้เกษตรกรไทยอย่างยั่งยืน







ผลลัพธ์ ปี 2568:

- เกษตรกร **60 ราย** เข้าร่วมโครงการ ครอบคลุมพื้นที่ 23,000 ไร่ จากทั้งสิ้น 7 จังหวัด
- สนับสนุนส้มจากเกษตรกรจำนวน **8,400 ตัน**ต่อปี

ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทางเลือกเพื่อสุขภาพในห่วงโซ่อุปทาน

เพื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของคู่ค้าธุรกิจที่ได้รับการรับรอง “Healthier Choice” ในปี 2568 บริษัทฯ ได้คัดเลือกและยกย่องผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของคู่ค้าธุรกิจ ผ่านรางวัล “Supply Chain Sustainability Excellence Award” ในประเภท “Health and Well-Being” ในงาน Makro’s HoReCa ครั้งที่ 18 ที่เมืองทองธานี ระหว่างวันที่ 30 ตุลาคม – 2 พฤศจิกายน 2568





ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **263 ผลิตภัณฑ์** ที่เข้าร่วมโครงการ เพิ่มขึ้น **180** รายการ
- ยอดขายผลิตภัณฑ์ทางเลือกสุขภาพ เพิ่มขึ้น **5,036,657,051 บาท** เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ผนึก CheckGo เปิดบริการตรวจสุขภาพแห่งใหม่ที่ แม็คโคร รังสิต

ซีพี แอ็กซ์ตร้า และ CheckGo by Occicare ประกาศความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ เปิดตัวบริการตรวจสุขภาพแห่งใหม่ที่แม็คโคร รังสิต พร้อมเดินหน้าขยายบริการผ่านระบบแฟรนไชส์ครอบคลุม 50 สาขาในแม็คโครและโลตัสทั่วประเทศภายในสิ้นปี 2569 โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายธุรกิจปี 2568 ของซีพี แอ็กซ์ตร้า ในการพัฒนาพื้นที่เช่าอย่างต่อเนื่อง ภายใต้แนวคิด “พื้นที่ความสุขของชุมชน” โดยออกแบบพื้นที่ให้สอดคล้องกับบริบทของแต่ละท้องถิ่น เสริมบทบาท ซีพี แอ็กซ์ตร้า ในฐานะแหล่งอาหารและสุขภาพที่ดี พร้อมก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการใช้ชีวิตของชุมชน (Community Center) ที่รวบรวมสินค้า บริการ และประสบการณ์ไว้อย่างครบครัน เพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใส่ใจสุขภาพมากขึ้น







โครงการ "มุมสุขภาพ ทรู เฮลท์" บริการให้คำปรึกษาทางการแพทย์ฟรีที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบค้าส่ง

บริษัทฯ ร่วมกับ ทรู ดิจิทัล เปิดตัวร้านขายยา มุมสุขภาพ "ทรู เฮลท์" มอบประสบการณ์ใหม่ในการดูแลสุขภาพ สำหรับลูกค้าทุกกลุ่มให้เข้าถึงบริการทางการแพทย์ได้ง่าย ผ่านแพลตฟอร์มดูแลสุขภาพอัจฉริยะ "หมอดี" ที่เชื่อมโยงบริการด้านสุขภาพทั้งออนไลน์และออฟไลน์เข้าด้วยกันครบครัน ทั้งการเช็คสุขภาพเบื้องต้น ให้คำปรึกษาโดยแพทย์และผู้เชี่ยวชาญ พร้อมซื้อยาตามแพทย์สั่งได้ทันที





ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **2 สาขา** ที่เปิดให้บริการ "ทรู เฮลท์"
- **21 สาขา** ของศูนย์จำหน่ายสินค้าที่เปิดให้บริการมุมสุขภาพ
- ยอดขายจากมุมสุขภาพ และผลิตภัณฑ์ยา **6,242,824,638 ล้านบาท**

คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่สังคม

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมายระยะยาว ปี 2573

สร้างงานหรือรายได้ให้กับชุมชนรวม **400,000 ราย**



เป้าหมายปี 2568

การสร้างงานหรือรายได้ให้กับชุมชนอย่างน้อย **219,000 ราย**

ผลการดำเนินงานปี 2568:



ตามเป้าหมาย

252,274 คน มีอาชีพ และมีรายได้

สนับสนุนรายได้ทางตรง การจ้างงาน หรือรับซื้อสินค้า

- **73,281 ราย** ได้รับการว่าจ้าง หรือรับซื้อวัตถุดิบ
- **19,268 ราย** เกษตร/SME ที่ได้รับการอุดหนุนสินค้า

สนับสนุนรายได้ทางอ้อม การจ้างงานในห่วงโซ่อุปทาน

- **57,446 ราย** ที่เป็นลูกจ้าง SME และลูกไร่เกษตร
- **102,279 ราย** ลูกจ้างของผู้รับเหมา

การสนับสนุนชุมชนอย่างยั่งยืน – โครงการ “เคียงข้างเกษตรกรไทย”



สนับสนุนเนื้อสัตว์ และสินค้าโปรตีนทางเลือกกว่า
682.21 ตัน คิดเป็น **162 ล้านบาท**



รับซื้อเนื้อไก่ ไข่ไก่ออร์แกนิค และนมกว่า
6,323.11 ตัน ยอดสนับสนุนกว่า **566 ล้านบาท**



รับซื้อผลไม้ตามฤดูกาลกว่า **15,242.74 ตัน**
ยอดสนับสนุนกว่า **881 ล้านบาท**



รับซื้อสัตว์น้ำ และอาหารทะเลกว่า **15,464.33 ตัน**
ยอดสนับสนุนกว่า **6,174 ล้านบาท**



รับซื้อผัก และผักพื้นบ้านกว่า **56,665.18 ตัน**
ยอดสนับสนุนกว่า **1,921 ล้านบาท**



สนับสนุนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น **188 รายการ**
มูลค่ากว่า **923,332 บาท**

หมายเหตุ รวมยอดรับซื้อเกษตรกรทั้งหมด **9,704.92 ล้านบาท** บริษัทฯ มียอดขายสินค้าอาหารสด **35,945.57 ล้านบาท**

ตัวอย่างกิจกรรมเชิงพาณิชย์

โครงการ “ลำไย ปันสุข คืนสุข สู่ชุมชน” ปีที่ 6

บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงปัญหาของวิถีการปลูกลำไยแบบดั้งเดิม จึงเข้าไปยกระดับพัฒนาเกษตรกรให้เกิดการร่วมกลุ่มสหกรณ์ส่งเสริมเกษตรกรป่าซาง อ. ป่าซาง จ. ลำพูน โดยได้ร่วมมือกับกรมส่งเสริมวิชาการเกษตรในยกระดับมาตรฐานการผลิต GAP เพื่อสินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัย สามารถสอบย้อนกลับได้ และตรงตามความต้องการของตลาด อีกทั้ง ยังร่วมพัฒนาก่อสร้างโรงคัดบรรจุ และยืดอายุการจัดเก็บสินค้า โดยใช้แผนการตลาดนำการผลิตเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ ให้พึ่งพาตนได้ โดยส่วนหนึ่งจากยอดขายนำไปเป็นเงินสนับสนุนชุมชนในจังหวัดภาคเหนือ ยกระดับให้เกษตรกรและคนในชุมชนอย่างยั่งยืน





ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **650 ครัวเรือน** เกษตรกรผู้ปลูกลำไยมีรายได้
- **1,100 ตัน** ผลผลิตลำไยทั้งปีที่รับซื้อ คิดเป็นจำนวนเงินกว่า **58,046,197 บาท**

โครงการ “สนับสนุนผลผลิต และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจากเกษตรกร”

แม็คโครและโลตัส ให้การสนับสนุนสินค้าและผลิตผลทางการเกษตรจากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยในท้องถิ่น รวมถึงผลิตผลจากเกษตรกรชาวเขา มูลนิธิโครงการหลวง อาทิ แม่เหียะ แม่แฮ และเลอตอ จำหน่ายที่สาขาของแม็คโครและโลตัสทั่วประเทศ ผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า ยกระดับการผลิตอาหารให้ได้มาตรฐาน มีคุณภาพและปลอดภัย ตลอดจนส่งเสริมการมีรายได้ที่มั่นคงและยั่งยืน









ผลลัพธ์ ปี 2568:

- ยอดรับซื้อ **94,377.57 ตัน**
- มูลค่าการสนับสนุน **9,704.92 ล้านบาท**

ตัวอย่างการสร้างงานสร้างอาชีพแก่สังคม

โครงการ “60 ยังแจ๋ว”

โครงการ 60 ยังแจ๋ว มอบโอกาสให้ผู้สูงวัย โดย ซีพี แอ็กซ์ตร้า ร่วมกับกระทรวงแรงงาน รับสมัครผู้สูงวัยอายุ 60 ปีขึ้นไป เข้ามาร่วมงานเพื่อ**ปฏิบัติงานประจำสาขา** จำนวนรวม 292 คน

นอกจากนั้น ยังได้ร่วมกับกรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เปิดโอกาสให้ผู้สูงวัยร่วมกิจกรรม **“เถ้าแก่วัยเก๋า”** ฝึกอาชีพสำหรับผู้งอายุเพื่อสร้างรายได้ที่ยั่งยืน กิจกรรม **“ตลาดสุขใจวัยเก๋า”** เปิดพื้นที่จำหน่ายสินค้าเพื่อสร้างรายได้ให้กับผู้สูงอายุที่ต้องการทำงานอิสระหรือมีธุรกิจของตนเอง โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ภายในงานยังมีบูทตรวจสุขภาพและบูทชิมอาหาร ซึ่งกิจกรรมเหล่าน้เป็นหนึ่งในความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการสร้างคุณค่าและประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ผู้สูงอายุและสังคมไทย โดยทั้งโครงการ มีผู้สูงวัยเข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 352 ราย










โครงการ “สร้างงาน สร้างอาชีพ พร้อมส่งเสริมอาชีพคนพิการทั่วประเทศ”

บริษัทฯ ร่วมมือ (MOU) กับกรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ (พก.) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาทักษะอาชีพ และสินค้าของผู้พิการมาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 โดยในปีนี้ บริษัทฯ เพิ่มการรับซื้อกระเช้ากระจูด 79,542 ใบ สำหรับลูกค้าที่ต้องการจัดเป็นกระเช้าผลไม้ โดยมีจำหน่ายภายในสาขาในแผนกผักผลไม้ ทำให้สร้างอาชีพ และรายได้ที่ยั่งยืนให้แก่ผู้พิการ และครอบครัว








ผลลัพธ์ ปี 2568:

- ยอดรับซื้อกระเช้ากระจูด มูลค่า **12,810,420 บาท**
- ยอดขายเพิ่มขึ้น **1,320,155 บาท**
- สร้างอาชีพให้แก่ผู้พิการ **491 คน**

ตัวอย่างการร่วมลงทุนทางสังคม

โครงการ “แพลตฟอร์มแห่งโอกาส (PLATFROM OF OPPORTUNITY)”

กิจกรรมจับคู่เจรจาทางธุรกิจ (Business Matching) ภายใต้โครงการ แพลตฟอร์มแห่งโอกาส (PLATFROM OF OPPORTUNITY) เป็นกิจกรรมที่ช่วยขยายโอกาสให้กับคู่ค้าธุรกิจที่เป็น SME ทุกระดับและเกษตรกร ให้มีโอกาสเจรจาธุรกิจ นำเสนอสินค้าทุกประเภท ทั้งอุปโภคและบริโภค เพื่อจัดจำหน่ายกับบริษัทฯ นอกจากนี้ ยังจัดช่องทางจำหน่ายสำหรับสินค้าวิสาหกิจชุมชน และ SME ทั่วประเทศ ผ่านร้านค้า และช่องทางออนไลน์ เพื่อช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น สนับสนุนผู้ประกอบการและสินค้าท้องถิ่นให้มีโอกาสเติบโต เพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้าให้ตอบโจทย์ของผู้บริโภค คุณภาพการผลิตให้มีความพร้อมในการวางจำหน่าย และขยายสู่ตลาดส่งออกไปยังต่างประเทศ







ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **205 ราย** ผู้ประกอบการที่สมัครร่วมโครงการ SME Business Matching
- **36 รายการ** ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดเลือก

ตัวอย่างการช่วยเหลือสังคม

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ร่วมส่งกำลังใจให้กับเจ้าหน้าที่และผู้ประสบภัยแผ่นดินไหว

จากเหตุการณ์แผ่นดินไหวและตึกถล่ม เมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2568 ในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายและส่งผลกระทบต่อประชาชนในวงกว้าง บริษัทฯ จึงมอบอาหารและสิ่งของอุปโภคบริโภค เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่และช่วยเหลือประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อน ซึ่งความช่วยเหลือดังกล่าวไม่เฉพาะภายในประเทศ แต่ยังได้ส่งต่อความช่วยเหลือดังกล่าวไปยังประเทศเพื่อนบ้าน โดยร่วมกับ อีกด้วย







ผลลัพธ์ ปี 2568:

- ส่งมอบชุดอาหารและน้ำดื่ม เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยธรรมชาติ จำนวน **60,0000 ชุด**
- มูลค่าสนับสนุน **393,760.77 บาท**

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ช่วยเหลือผู้ประสบภัย สถานการณ์ชายแดนไทย-กัมพูชา

จากสถานการณ์ชายแดนไทย-กัมพูชา บริษัทฯ เคียงข้างสังคมไทยในทุกช่วงเวลา มอบวัตถุดิบอาหาร เครื่องดื่ม อาหารกล่องพร้อมทาน สินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ผู้ประสบภัยในชุมชนที่ได้รับผลกระทบใน 22 อำเภอ 8 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดอุบลราชธานี, ศรีสะเกษ, สุรินทร์, บุรีรัมย์, ปราจีนบุรี, สระแก้ว, จันทบุรี และตราด

ผลลัพธ์ ปี 2568:

- ส่งมอบวัตถุดิบอาหาร เครื่องดื่ม อาหารกล่องพร้อมทาน สินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่างๆ เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัย จำนวน **48,936** คน
- มูลค่าสนับสนุนรวม **380,374** บาท







ซีพี แอ็กซ์ตร้า เคียงข้างสังคมไทยในทุกช่วงเวลา ช่วยผู้ประสบภัยจากภัยพิบัติต่างๆ

ตลอดปี 2568 ประเทศไทยประสบภัยพิบัติต่างๆ ทั้งแผ่นดินไหว อาคารถล่ม ไฟป่า อุทกภัยภาคใต้ น้ำท่วมฉับพลัน และน้ำป่าไหลหลากในภาคเหนือและภาคอีสาน ฯลฯ ซึ่งส่งผลกระทบต่อประชาชนเป็นจำนวนมาก บริษัทฯ ยืนหยัดเคียงข้างสังคมไทยในทุกช่วงเวลา ให้การช่วยเหลือผู้ประสบภัยอย่างทันท่วงที ด้วยการมอบสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ผู้ประสบภัยในชุมชนที่ได้รับผลกระทบ

โดยในส่วนอุทกภัยครั้งใหญ่ที่ภาคใต้ บริษัทฯ ได้สนับสนุนวัตถุดิบอาหาร เครื่องปรุง เครื่องดื่ม อาหารกล่อง สินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่างๆ มอบให้ผู้ประสบอุทกภัยที่เดือดร้อนใน 17 อำเภอ 10 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดระนอง, ชุมพร, สุราษฎร์ธานี, นครศรีธรรมราช, พัทลุง, สงขลา, ปัตตานี, ยะลา, สตูล และตรัง

ผลลัพธ์ ปี 2568:

- ส่งมอบวัตถุดิบอาหาร เครื่องดื่ม อาหารกล่อง สินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่างๆ เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัย จำนวน **25,478** คน
- มูลค่าสนับสนุนรวม **1,084,979** บาท











โครงการหลวงรับซื้อผลผลิตอย่างต่อเนื่อง

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ขยายความร่วมมือมูลนิธิโครงการหลวงต่อเนื่องกว่า 30 ปี ส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้เกษตรกรชาวเขา รวมถึงช่วยลูกค้าและประชาชนเข้าถึงสินค้า ผัก และผลไม้สดคุณภาพสูงในราคาที่เข้าถึงได้ โดยรับซื้อผลผลิตจาก “ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงเลอตอ” จังหวัดตาก ส่งจำหน่ายที่สาขาของโลตัสทั่วประเทศและช่องทางออนไลน์







ผลลัพธ์ ปี 2568:

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

โครงการต่อเนื่อง รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร (โนนเขวาโมเดล)

โลตัส รับซื้อผลผลิตโดยตรงจากเกษตรกรช่วยสร้างรายได้ที่เป็นธรรมและมั่นคงให้แก่เกษตรกร ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ อาทิ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายให้กลุ่มเกษตรกรสามารถบริหารจัดการการเพาะปลูกได้อย่างมีประสิทธิภาพ สนับสนุนให้เกษตรกรในพื้นที่ใกล้เคียงรวมตัวกันตามนโยบายเกษตรแปลงใหญ่ของภาครัฐ ยกระดับมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าเกษตร วางแผนการเพาะปลูกและจัดการรับซื้อล่วงหน้าตามนโยบายการตลาดนำการผลิต รวมไปถึงการสนับสนุนโอกาสในการส่งสินค้าเกษตรภายในเครือข่าย ในปัจจุบัน โลตัสมีแปลงปลูกผักในรูปแบบ Farm Model 4 แหล่งหลัก ในทั้ง 4 ภูมิภาคของประเทศไทย สร้างอาชีพรายได้ที่เป็นธรรม และมั่นคงให้กับเกษตรกรกว่า 546 ครัวเรือน โดยการทำงานโดยใกล้ชิดกับกลุ่มเกษตรกรในรูปแบบ Farm Model ส่งผลให้การควบคุมและกำกับดูแลมาตรฐานด้านความปลอดภัยและคุณภาพสินค้าดียิ่งขึ้น ปัจจุบัน โลตัสรับซื้อผัก 27 ชนิด จากกลุ่มเกษตรกรบ้านโนนเขวากว่า 94 ครัวเรือน ครอบคลุมพื้นที่กว่า 282 ไร่ ในปริมาณกว่า 750 ตันต่อปี สร้างรายได้เสริมต่อครัวเรือน 12,000 บาท ต่อเดือน





ผลลัพธ์ ปี 2568:

- จำนวนเกษตรกรทุกภูมิภาคที่เข้าร่วมโครงการ **1,092 ราย**
- ปริมาณการรับซื้อผลิตผลทางการเกษตร **750 ตัน** ต่อปี

โครงการปิดเทอมสร้างสรรค์ เล่นสนุกทุกวันที่โลตัส

โลตัส ร่วมกับ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ทดลองนำร่องโครงการ ปิดเทอมสร้างสรรค์ เล่นสนุกทุกวันที่โลตัส โดย เปิดพื้นที่ในสาขา 4 สาขาของ โลตัส จัดมุม โลตัส เอาใจคิดส์ ให้ครอบครัวที่มีลูกเล็กได้เข้ามาใช้เวลาในมุมดังกล่าวร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ พร้อมได้สนับสนุนการจ้างงานกลุ่มแม่เลี้ยงเดี่ยวเกือบ 30 ราย สามาถทำรายได้เสริมได้ โดยการทำหน้าที่ผู้อำนวยการเล่น หรือที่เรียกว่า เพลย์ เวิร์กเกอร์ (Play Worker) ซึ่งกลุ่มแม่เลี้ยงเดี่ยวสามารถดูแลลูกเล็กพร้อมกับทำงานหาเลี้ยงชีพไปด้วย และยังมีรายได้เสริมจากการพาเด็กเล่น โดยร่วมร่วมือจาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ให้จัดอบรมแก่กลุ่มแม่เลี้ยงเดี่ยวที่สนใจอยากจะทำงานด้านนี้ และโลตัสให้การสนับสนุน โดยให้โอกาสในการจ้างงาน และให้พื้นที่ในการจัดเป็นมุมเล่นสำหรับเด็ก ๆ








สรุปกิจกรรมด้านสังคม

จำนวนชั่วโมงจิตอาสาของพนักงาน
74,081 ชั่วโมง

ค่าใช้จ่ายจากการเข้าร่วมกิจกรรม
ของพนักงาน **340,655 บาท**



15% การร่วมลงทุนทางสังคม
12 ล้านบาท

56% กิจกรรมเชิงพาณิชย์
44 ล้านบาท

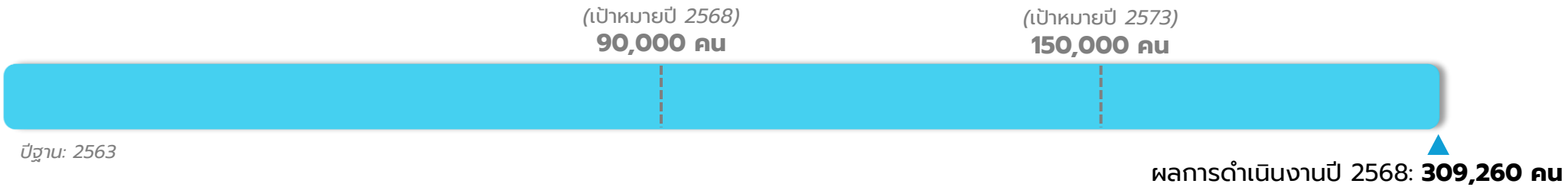
29% การบริจาคเพื่อการกุศล
23 ล้านบาท

ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมายระยะยาวปี 2573

เยาวชนและประชาชน **150,000 คน** มีสุขภาพดี สามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการ



เป้าหมายปี 2568

90,000 ราย ของเยาวชน และประชาชนสามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการ

ผลการดำเนินงานปี 2568:



309,260 คน สามารถเข้าถึงอาหารปลอดภัย และมีโภชนาการ

296,952 คน ได้รับการบริจาคอาหาร

12,308 ราย เป็นสมาชิกโครงการมิตรแท้โชห่วย

โครงการ “บริจาคอาหาร และน้ำดื่ม ช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติ และวิกฤตการณ์”

บริษัทฯ ให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติ โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจเคียงข้างชุมชน ในปี 2568 ภัยพิบัติทางธรรมชาติจากเหตุแผ่นดินไหว บริษัทฯ สนับสนุนผู้ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติ ไม่ว่าจะเป็น ประชาชน เจ้าหน้าที่ และทีมกู้ภัย โดยส่งมอบน้ำดื่มสะอาด อาหาร และสิ่งของที่จำเป็น ให้กับผู้ได้รับผลกระทบและทีมกู้ภัย ทั้งในประเทศไทยและพม่า









บริจาคน้ำดื่มให้แก่ประชาชนที่เดินทางในช่วงสงกรานต์

บริษัทฯ ร่วมกับ กรมทางหลวงและหน่วยงานท้องถิ่น เปิดจุดบริการประชาชน 50 จุด ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ มอบน้ำดื่ม ผ้าเย็น ไอศกรีม และซองกันน้ำ ให้ผู้ใช้รถใช้ถนนได้แวะพักคลายร้อน เติมความสดชื่น และลดความเหนื่อยล้าระหว่างเดินทาง โดยจุดบริการกระจายครอบคลุมทุกเส้นทางหลัก ทั้งขาเข้าและออกจากกรุงเทพฯ อาทิ จังหวัดอยุธยา สระบุรี ชัยนาท ปราจีนบุรี กาญจนบุรี และนครราชสีมา เป็นต้น ซึ่งเป็นจุดที่ประชาชนส่วนใหญ่ใช้สัญจรไปมา เพื่อกลับไปเยี่ยมภูมิลำเนาและเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดยาว



โครงการ "กินได้ไม่ทิ้งกัน"

เพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดีให้คนไทยเข้าถึงอาหารปลอดภัยและน้ำสะอาด ร้านค้าปลีก 350 สาขา ส่งมอบอาหารและวัตถุดิบส่วนเกินให้กับให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายรักษาความสะอาดของกรุงเทพมหานครทั้ง 50 เขต รวมแล้วกว่า 36 ตัน โดยเจ้าหน้าที่สามารถเข้ารับอาหารได้ที่สาขาในเขตที่ตนปฏิบัติหน้าที่ ช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการครองชีพปันความอิ่มท้อง ลดภาระค่าใช้จ่าย









โครงการ "ครัวชุมชน"

เพื่อเพิ่มความสะดวกของลูกค้าในการเข้าถึงสินค้าอาหารสดจากร้านขายของชำในชุมชน บริษัทฯ จึงส่งเสริมโครงการ "ครัวชุมชน" อย่างต่อเนื่อง และพัฒนาตู้แช่เย็นคาร์บอนต่ำ ปรับขนาดของสินค้าอาหารสดให้เหมาะสมเพื่อป้องกันอาหารเหลือทิ้ง ทั้งยังมีราคาที่เป็นมิตร และเป็นแหล่งโปรตีนให้แก่ชุมชน



ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **30,619** ราย ที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกของโครงการ
- **12,308** ราย สมาชิกมิตรแท้โซห่วย

นวัตกรรม

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมายระยะยาวปี 2573

สิทธิบัตร หรืออนุสิทธิบัตรได้รับการขึ้นทะเบียน **6 ฉบับ**



เป้าหมายปี 2568

สิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตรได้รับการขึ้นทะเบียน **4 ฉบับ** ภายในปี 2568

ผลการดำเนินงานปี 2568:



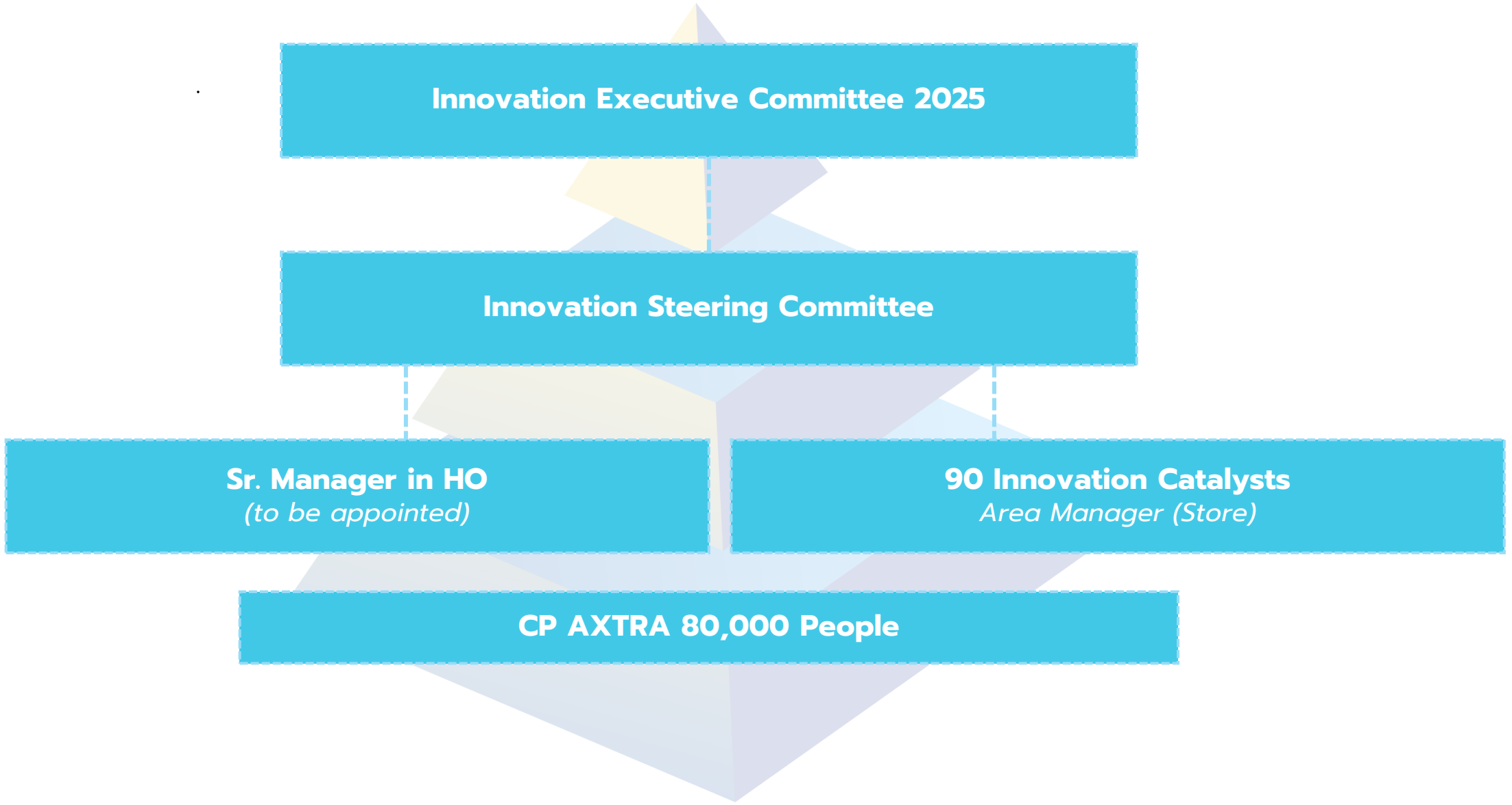
ตามเป้าหมาย

4 ฉบับ ของสิทธิบัตร หรืออนุสิทธิบัตร อยู่ระหว่างรอผลการตรวจสอบจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา

5,837 ราย พนักงานที่เป็นนวัตกร

2 โครงการ ที่เป็นนวัตกรรมจากการประกวด ช่วยลดต้นทุนทั้งสิ้นกว่า **172 ล้านบาท**
2 โครงการ ที่เป็นนวัตกรรมจากการประกวด ช่วยด้านยอดขาย **741 ล้านบาท**

คณะกรรมการ


Innovation Executive Committee 2025
Innovation Steering Committee
Sr. Manager in HO
(to be appointed)
90 Innovation Catalysts
Area Manager (Store)
CP AXTRA 80,000 People

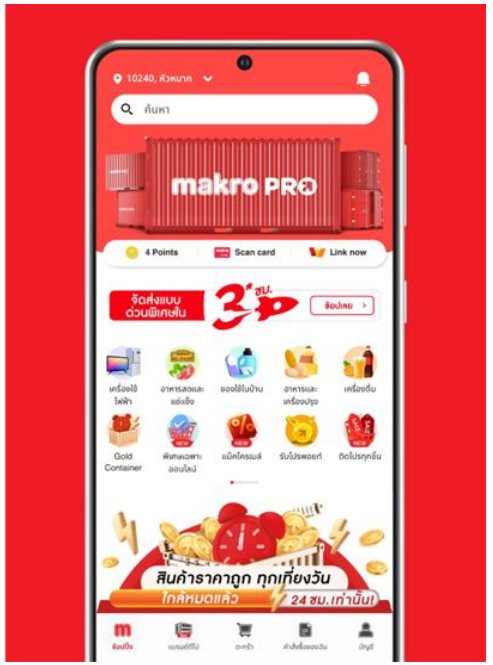
ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565		ปี 2566		ปี 2567		ปี 2568	
			Makro	Lotus’s	Makro	Lotus’s	Makro	Lotus’s	Makro	Lotus's
นวัตกร (คน)	560	1,118	1,189	294	1,150	111	512	147	806	184
ผลงานนวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดในเครือ CP All และ CPG (ผลงาน)	20	11	13	8	6	5	5	2	28	5
ผลงานนวัตกรรมที่ได้รับรางวัลในเครือ CP All และ CPG (ผลงาน)	10	6	11	6	6	2	5	1	4	0
มูลค่าทางธุรกิจ (Business Impact) (ล้านบาท)	315.04	3,975	3,882	1,507	1,369	1,208	20,483	29,250	913	0

ตัวอย่างนวัตกรรมที่จดสิทธิบัตร



VIP Cool Box



การสืบค้นแบบผสมเชิงศัพท์และเชิงความหมาย
สำหรับการค้นหาบนแอพ Makro pro

โครงการ "Smart Cool Box"

ปัญหาขยะสะสมจากกล่องโฟมที่ไม่สามารถซ่อมแซมได มีอัตราการทิ้งสูงถึง 20% ต่อปี รวมถึงการสูญเสียพื้นที่ในการจัดเก็บ บริษัทฯ จึงคิดค้นนวัตกรรม Smart cool box ที่สามารถรักษาอุณหภูมิได้คงที่เกิน 24 ชั่วโมง และรองรับการจัดส่งแบบ Multi-temperature ในกล่องเดียว ลดปัญหาขยะอาหาร (Food Waste) และพื้นที่ในการขนส่งได้อย่างมีนัยสำคัญ นวัตกรรมนี้ยังช่วยขจัดปัญหาขยะพลาสติกจากกล่องโฟมแบบใช้แล้วทิ้งที่มีอัตราการชำรุดสูงถึง 20% ต่อปี โดยเปลี่ยนมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีความทนทานและสามารถแยกซ่อมแซมได้ (Modular Design) เพื่อหมุนเวียนทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นอกจากการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นวัตกรรมนี้ยังให้ความสำคัญกับ หลักสรีรศาสตร์ (Ergonomics) โดยออกแบบสายหิ้วและโครงสร้างกล่องเพื่อผ่อนแรง และลดอุบัติเหตุจากการปฏิบัติงาน เป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตพนักงาน พร้อมกับสร้างมาตรฐานการส่งมอบสินค้าที่ยั่งยืนและประหยัดทรัพยากรอย่างสูงสุด







ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **38** ตัน ลดกล่องโฟมไปหลุมฝังกลบ (2kg x 19,000 บาท)
- ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า **43,200** กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี (160 สาขา x 270 kwh)
- หลีกเลี่ยงการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **20** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี
- ประหยัดต้นทุน **170** ล้านบาท

โครงการ "ระบบสั่งสินค้าอัตโนมัติเพื่อเพิ่มอัตราสินค้าพร้อมขาย"

เพื่อแก้ไขปัญหาสินค้าหน้าร้านไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้พลาดโอกาสการขาย และเพิ่มต้นทุนการจัดเก็บสินค้าโดยไม่จำเป็น บริษัทฯ จึงได้พัฒนาระบบสั่งซื้อสินค้าอัตโนมัติ โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อพยากรณ์ยอดขายล่วงหน้าอย่างมีประสิทธิภาพ ลดกระบวนการวางแผนสั่งซื้อและจัดการสินค้า ลดต้นทุนการจัดเก็บสินค้าคงคลังที่ไม่สมดุล เพิ่มโอกาสในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลาและต่อเนื่อง จากการบริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด สร้างยอดขายรวมกว่า 1,000,000,000 บาทต่อปี เมื่อเทียบกับปี 2566



ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **97%** อัตราสินค้าพร้อมขายเพิ่มขึ้น กำไรจากยอดขายที่เพิ่มขึ้น **83,200,000 บาท** ต่อปี เมื่อเทียบกับปี 2566
- กว่า **1,280 ล้านบาท** ลดการสูยเสียโอกาสในการขาย
- **138.9%** ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้น (ROI)

โครงการ "ระบบบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน End-to-End ครบวงจร"

บริษัทฯ พัฒนาระบบ E2E Operation Visibility Dashboard เครื่องมือแสดงผลวิเคราะห์ข้อมูลการบริหารจัดส่งสินค้าครบวงจรแบบอัตโนมัติ ทำหน้าที่เป็นฐานข้อมูลกลาง ช่วยให้สาขาสามารถบริหารการส่งสินค้าถึงมือลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดปัญหาด้านการจัดส่ง เช่น ความล่าช้าหรือข้อผิดพลาดในกระบวนการ พร้อมทั้งแสดงข้อมูลสถานะการจัดส่ง ออเดอร์คงค้าง อีกทั้งเพิ่มศักยภาพในการรองรับคำสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันเวลา เสริมสร้างประสบการณ์การซื้อสินค้าที่ดี และสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจออนไลน์ในระยะยาว





ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **30,210 ชั่วโมง/ปี** ระยะเวลาในการทำงานที่ลดลง หรือคิดเป็น **1,678,333 บาท/ปี**
- ลดค่าใช้จ่ายรวมกว่า **5.7 ล้านบาท/ปี**
- **18,532,000,000 บาท** ยอดขายเพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับปี 2565

การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมายระยะยาวปี 2573

คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียต่อประเด็นด้าน ESG ไม่ต่ำกว่า **80%**



เป้าหมายปี 2568

คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียต่อประเด็นด้าน ESG ไม่ต่ำกว่า **80%**

ผลการดำเนินงานปี 2568:

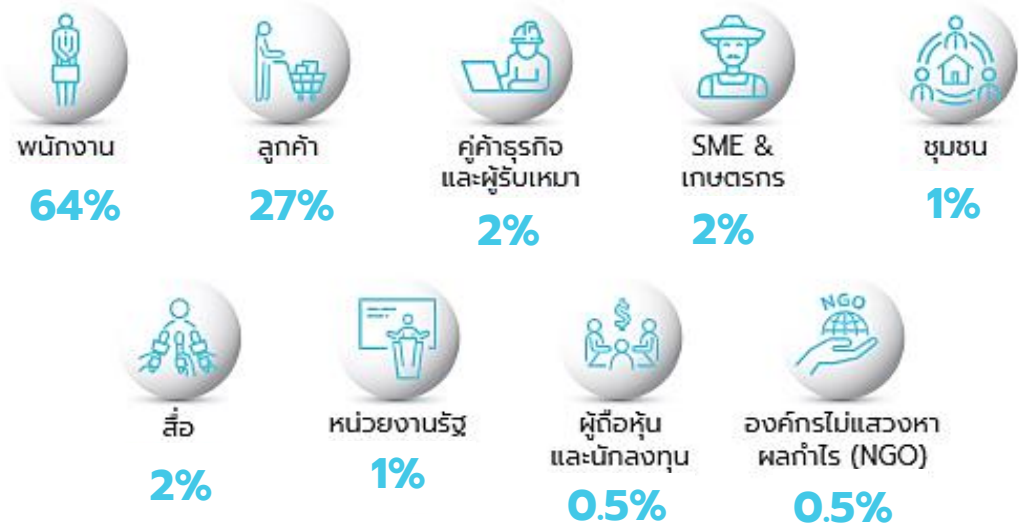


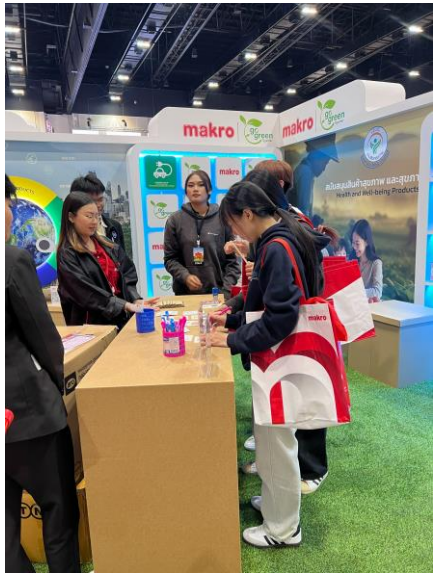
88% ได้รับคะแนนความพึงพอใจประเด็น ESG จากผู้มีส่วนได้เสีย

- คะแนนความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียภายนอก **93%**
- คะแนนความผูกพันของพนักงาน **85%**
- คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า **86%**

ผลสำรวจความผูกพันของด้าน ESG ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

จัดทำในช่วงเดือนมีนาคม 2568 จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปี จำนวน 781 คน ดังนี้

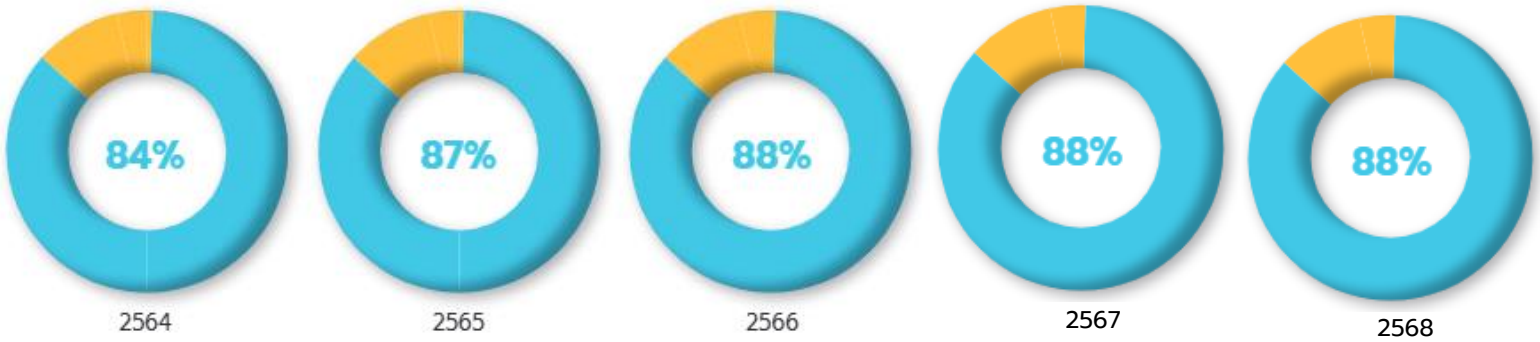






ความผูกพันของด้าน ESG ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เป้าหมาย ปี 2568 = 80%

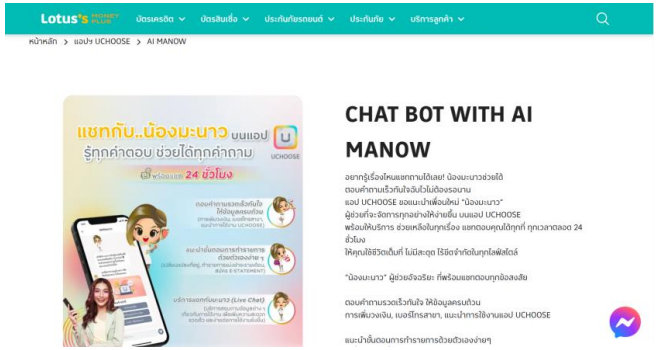


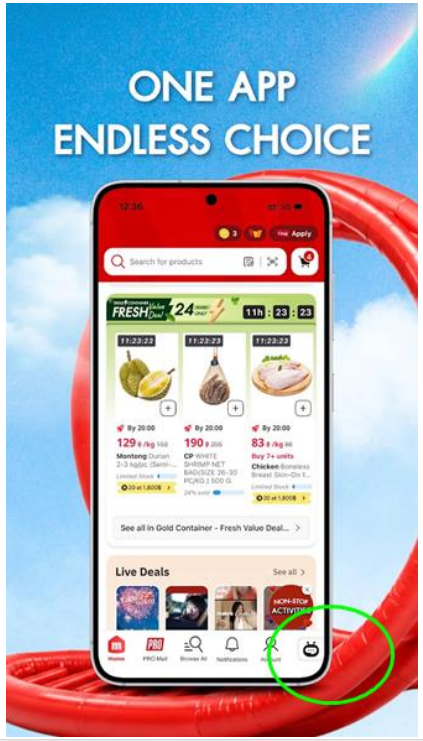
การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relations Management)

Scope	Action
ช่องทางสำหรับลูกค้าในการขอรับความช่วยเหลือและให้ข้อเสนอแนะ	• ระบบสนทนาอัตโนมัติ (AI-based chatbot) • โซเชียลมีเดีย (ช่องของบริษัท & ช่องสาธารณะ) • การส่งผ่านแบบฟอร์มออนไลน์ ที่เว็บไซต์ **https://www.makro.co.th/en/contact-us** และ การส่ง e-mail ไปที่ **customer-service@lotuss.com** • สายตรงรับเรื่องร้องเรียน : **1430, 1432** • ติดต่อโดยตรง : **แผนกบริการลูกค้า ประจำสาขา**
กระบวนการนำข้อเสนอแนะของลูกค้ามาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ	กระบวนการประสานและทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง *(รายละเอียดเพิ่มเติม หน้า 5)* • การส่งข้อร้องเรียนให้แก่ผู้รับผิดชอบโดยตรง (รายวัน) • การสรุปข้อร้องเรียน สาเหตุ แนวทางการแก้ไขปัญหาและการป้องกัน เพื่อแจ้งแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (รายสัปดาห์) • Customer Care ประชุมร่วมกับฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการแก้ไขปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการ ดังนี้ - ฝ่ายปฏิบัติการสาขาและร้านค้าเช่า *...ทุกวันจันทร์* - ฝ่ายกำกับดูแลร้านค้าออนไลน์ *...ทุกวันพุธ* - ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ *.... ทุกวันพฤหัสบดี* - ฝ่ายพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ *..... ทุกวันพฤหัสบดี* - คณะทำงานร้านค้าออนไลน์ *..... ทุกวันศุกร์*
กลไกการยกระดับการให้บริการสำหรับลูกค้าคนพิการหรือผู้สูงอายุ	• ให้ความสำคัญกับข้อเสนอแนะจากลูกค้าผู้พิการและผู้สูงอายุเป็นอันดับแรก เพื่อนำมาใช้ขับเคลื่อนการปรับปรุงและยกระดับการดำเนินงาน *(ตัวอย่างการปรับปรุง จากข้อเสนอแนะลูกค้าผู้พิการ หน้า 6-8)*
กระบวนการจัดการและแก้ไขข้อร้องเรียน	• กระบวนการการตอบรับและแจ้งยืนยันการรับข้อร้องเรียนแก่ลูกค้า *(ดูรายละเอียด หน้า 10-12)* ☑ กระบวนการรับและจัดการเรื่องร้องเรียน – กรณีปกติทั่วไป ☑ กระบวนการรับและจัดการเรื่องร้องเรียน – กรณีเร่งด่วน ☑ การบริหารจัดการข้อร้องเรียนจากช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ • การเปิดเผยกรอบเวลาในการจัดการข้อร้องเรียนอย่างโปร่งใส *(ดูรายละเอียด หน้า 9)* ☑ ระดับการให้บริการตามประเภทของข้อร้องเรียน • อยู่ระหว่างกระบวนการทวนสอบสำหรับกระบวนการจัดการข้อร้องเรียน โดยหน่วยงานภายนอก

ช่องทางติดต่อสำหรับลูกค้า (เมื่อต้องการความช่วยเหลือ ติชม จากสินค้าหรือบริการ)

ระบบสนทนาอัตโนมัติ (AI-based chatbot)





โซเชียลมีเดีย (ช่องตนเอง)

Lotus's Official : www.facebook.com/lotussth
Go Fresh Official : www.facebook.com/lotussgofreshth?locale=th_TH
Lotuss Shop Online Official : www.facebook.com/LotussShopOnlineOfficial
FB Lotus's Prive : www.facebook.com/lotussprive?locale=th_TH

https://www.instagram.com/lotuss

https://www.tiktok.com/@lotussthailand

https://x.com/LotussTh

https://www.youtube.com/c/Lotussth

เว็บไซต์

- Makro : https://www.makro.co.th/en/contact-us
- My lotuss : https://my.lotuss.com/en/
- Lotus : https://www.lotuss.com/en/

แบบฟอร์มออนไลน์

https://www.makro.co.th/en/contact-us

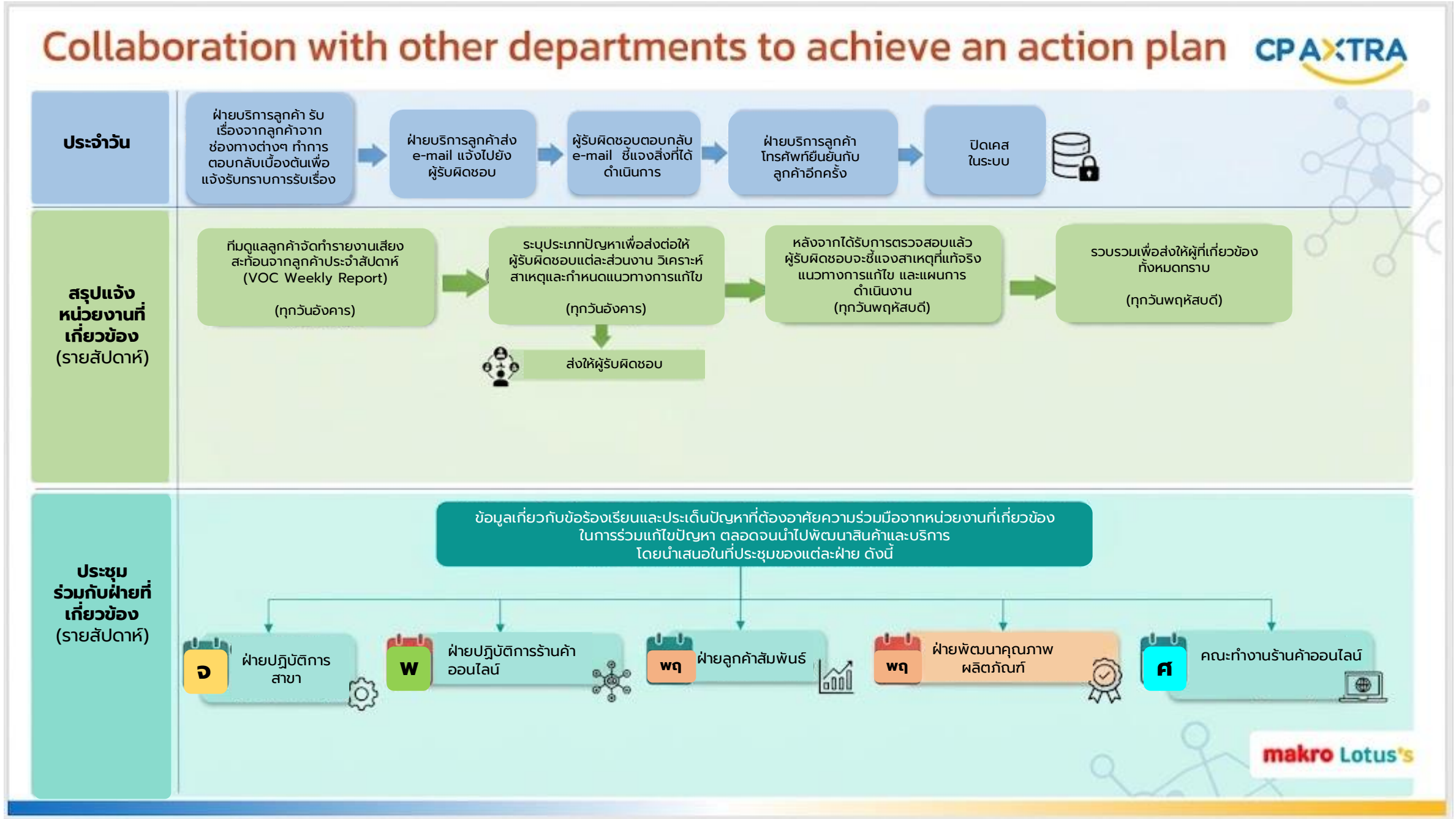
อีเมลล์

customer-service@lotuss.com

สายตรงบริการลูกค้า

1430, 1432

กระบวนการนำข้อเสนอแนะของลูกค้ามาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ



กลไกการยกระดับการให้บริการสำหรับลูกค้าคนพิการหรือผู้สูงอายุ – 1/3

กรณีตัวอย่าง : ข้อเสนอแนะจากลูกค้าผู้พิการและการดำเนินการ

โลตัสไฮเปอร์มาร์เกต หนองบัวลำภู

Accessibility Is Freedom เข้าถึงและเท่าเทียม
3 สิงหาคม 2025 ·

สำรวจการปรับปรุง #โลตัสหนองบัวลำภู
"Survey on Improvements at Lotus Nong Bua Lamphu" <English👇👇👇>

เมื่อ 4 เดือนที่แล้วเราได้พูดคุยกับทีม ผบห. โลตัสหนองบัวลำภู, สรุปรายการที่เราร้องขอให้แก้ไขตามนี้ครับ:

#ที่จอดรถคนพิการ
ขอให้ตรวจสอบจำนวน + เพิ่มการดูแล + ติดป้ายเพิ่ม
ปัจจุบัน:
1. เห็นมีป้ายเพิ่ม(ดีใจX คนใจพิการน่าจะถูกกระตุ้นได้ไม่มากก็น้อย(ปะ?)
2. รปภ. ไปมาหลายครั้งไม่พบครับ
3. ที่จอดรถยังถูกคนใจพิการจอดหน้าตาเฉย เหมือนเดิม
4. จำนวนช่องจอดที่จอดรถคนพิการมี 4 ช่องจอด, ได้รับข้อมูลยืนยันตอนที่คุยกันว่า เพียงพอ(ผมจำช่องจอดทั้งหมดไม่ได้ คงต้องไปนับมัง ใครว่างช่วยเดินนับหน่อยจ้า)
5. แปลกใจ ทำไมเอาถังขยะมากองไว้ตรงที่จอดรถคนพิการ

#ทางเข้าอาคาร
ทางลาดตรงทางเข้า ชันมาก อันตรายอยู่ ลูกค้าทุกคนแหละครับ เพราะมีรถวิ่งเข้ามาตลอดเวลา แต่กลุ่มคนที่ใช้รถเข็น โดยเฉพาะคนที่ช่วยเหลือตัวเองได้น้อยนี่อันตรายมากกว่าเยอะ
ปัจจุบัน:
1. เห็นมีการเปิดปีกฝั่งขวาให้แล้ว ผมลองแล้ว ดีขึ้นครับ, แต่แผงขายสลากกินแบ่ง ยังนั่งบังทางขึ้น/ลงครับ

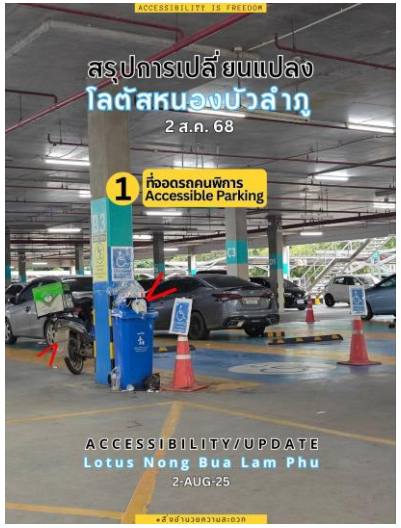
#ห้องน้ำคนพิการ
ขอให้เพิ่มการดูแล ประกาศ ควบคุม
ปัจจุบัน:
ผมไปหลายรอบ ก็เหมือนเดิมครับ พนักงานจากไหนไม่รู้ ชอบใช้ เอาไว้วันหน้าสงสัยต้องไปนั่งถ่ายคลิปอีก

และได้รับข้อมูลคร่าวๆ ว่าเป็นทีม ผบห. ชุดนี้ เป็นทีมที่ดูแลทั้งภูมิภาค เป็นความหวังครับ อยากเห็นโลตัสภาคอีสาน และทั่วประเทศปรับปรุง ให้ความสำคัญในเรื่องนี้เพิ่มขึ้น สิ่งดีๆ เหล่านี้จะกลับคืนร้อยเท่าพันทวีครับ

ถ้าไม่เห็นการเปลี่ยนแปลงที่เป็นรูปธรรม ผมจะเดินหน้ายื่นจดหมายแล้วครับ

03 สค. 68
/ชาบะ
Accessibility Is Freedom









Link: https://www.facebook.com/share/p/1JxtUou7qZ/

กลไกการยกระดับการให้บริการสำหรับลูกค้าคนพิการหรือผู้สูงอายุ – 2/3

กรณีตัวอย่าง : เสียงชื่นชมจากลูกค้า หลังการดำเนินการปรับปรุง
โลตัสไฮเปอร์มาร์เกต หนองบัวลำภู

Accessibility Is Freedom เข้าถึงและเท่าเทียม อยู่ที่ **โลตัสหนองบัวลำภู**
15 ตุลาคม 2025 · เทศบาลเมืองหนองบัวลำภู, หนองบัวลำภู ·

#ที่จอดรถคนพิการ #โลตัสหนองบัวลำภู

1. หลังจากโลตัสช่วยติดป้ายประกาศเพิ่ม แม้จะป้ายเล็กไปซักนิดแต่อย่างน้อยก็ส่งผล เกิดการกระตุ้นคนได้พอสมควร ผมอยู่ตรงนั้นซักเกือบๆ 2ชั่วโมง พื้นที่ดูดี ตามภาพครับ

2. ถังขยะที่วางไว้ เอาออกไปแล้ว

3. ทางเข้าอาคาร จุดที่มีขายล็อตเตอรี่-ด้านขวา ถูกยกเลิกและเปิดเป็นทางให้เข็นรถขึ้นง่าย ปลอดภัยกว่าเดิมแล้ว

ขอบคุณทีมบริหารที่รับฟังเสียงสะท้อนจากเราครับ

* * *

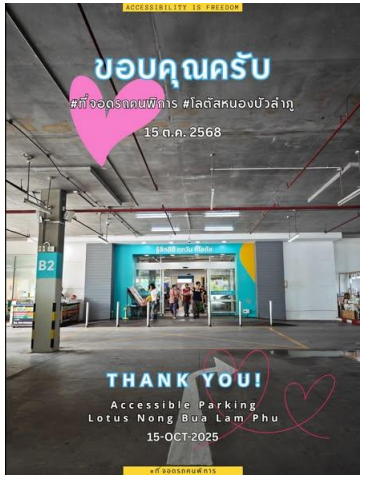
Accessible Parking And Accessibilities Update at Lotus Nong Bua Lamphu:

1. After Lotus helped put up additional signs — though they're a bit small — they've had a noticeable positive effect in raising awareness. I stayed there for almost two hours, and the area looks good, as shown in the pictures.

2. The trash bin that was placed right closed to the accessible parking has now been removed.

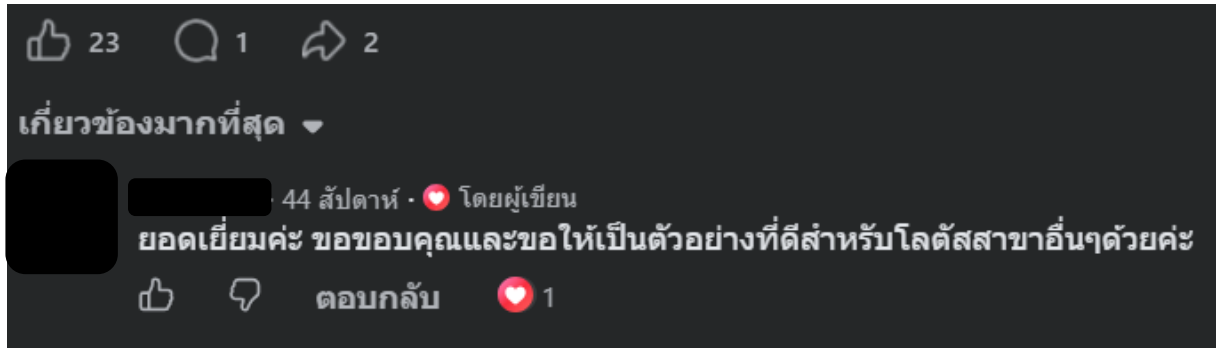
3. The building entrance, where lottery tickets were being sold on the right side, has been cleared and turned into an accessible ramp, making it easier and safer for wheel-users.

Many thanks to the management team for listening to our feedback.







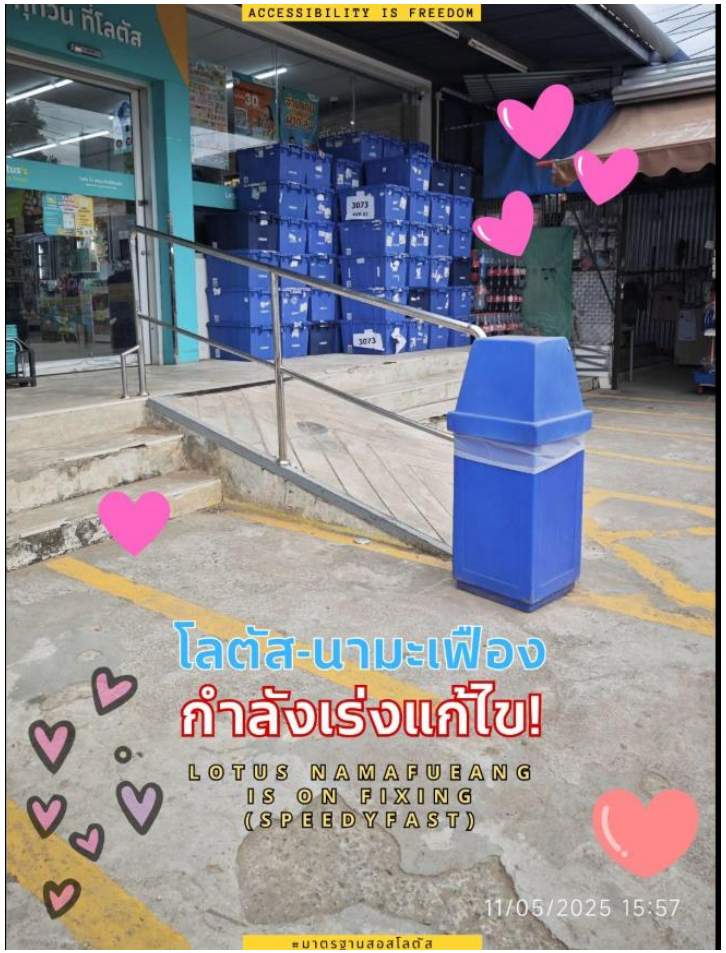


Link: https://www.facebook.com/share/p/1E8M5RQEge/

กลไกการยกระดับการให้บริการสำหรับลูกค้าคนพิการหรือผู้สูงอายุ – 3/3

กรณีตัวอย่าง : ข้อเสนอแนะจากลูกค้าผู้พิการ การดำเนินการและเสียงชื่นชม

โลตัสโกเฟรช นามะเฟือง



Accessibility Is Freedom เข้าถึงและเท่าเทียม

6 พฤศจิกายน 2025 ·

[ข่าวล่ามาด่วน] #โลตัสนามะเฟือง กำลังเร่งแก้ไขทางลาด!

เมื่อหัวค่ำได้พูดคุยกับทีมบริหารโลตัสหนองบัวลำภูครับ สรุป กำลังแก้ไข เร่งด่วน และทีมบริหารจะลุยงานแบบโปรแอ๊ฟทีฟ เร่งตัวสอบสาขาอื่นๆ ผมฝากตรวจสอบ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานอื่นๆ อ้างอิงตามกฎกระทรวงฯ เพิ่มเติมไปด้วยครับ

กราบขอบพระคุณโลตัสที่ติดต่อประสานงาน แก้ไขปัญหากันอย่างรวดเร็ว

เพิ่มเติม: จากระดับถนน ผ่านขึ้นทางเท้า ด้านหน้า ไม่มีทางลาด, หากต้องแจ้ง อบต. สามารถแจ้งโดยใช้ชื่อ ใช้ภาพและให้เบอร์โทรผมไป ได้เลยครับ

รอเชียร์แน่นอนครับ

* * *

[Breaking Update] Lotus Namafueang is urgently fixing the ramp!

Earlier this evening, I spoke with the management team at Lotus Nong Bua Lamphu.
Summary:
They are urgently addressing the ramp issue, and management will take a proactive approach by checking other branches as well.
I also requested that they review all basic accessibility facilities in accordance with the Ministerial Regulations.

Many thanks to Lotus for reaching out and responding quickly.
I'll be cheering you on!

#มาตรฐานสอสโลตัส
#มาตรฐานสอส ดูน้อยลง

30 2 4

Link: https://www.facebook.com/share/p/1Bjaybk2HK/

กรอบเวลาการให้บริการตามประเภทของข้อร้องเรียน

CP AXTRA

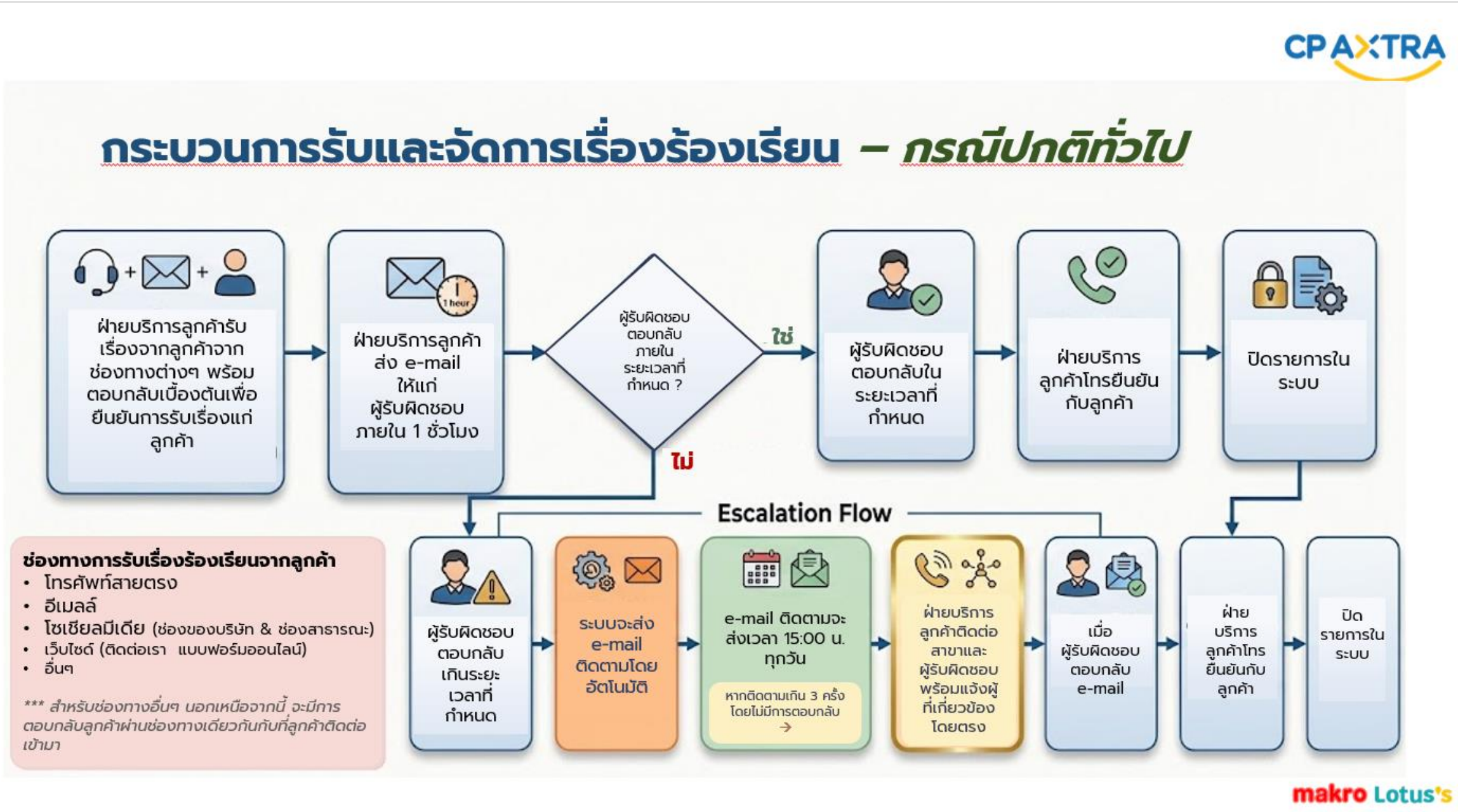
ช็อปออนไลน์

SLA	Case Type
24 Hours	• Delivery Issue • Incorrect Items • Late Delivery • Missing Items • Order Cancellation • Product Quality • Refund • Request Remedy • Staff
48 Hours	• Promotion Issue • Payment Issues • Web / App Issue
72 Hours	• VAT Receipt Request

ช็อปที่สาขา

SLA	Case Type
24 Hours	• Accident • Basket / Trolley • Car Park • Cashier (Helpful & Friendly) • Cleanliness • Convenience • Customer Service • Mall • Offline Coupon Issue • Offline Payment Issue • Offline VAT Receipt Request • Price Accuracy • Price Competitive (Price / Promotion) • Product Availability • Product Quality • Queue • Sales Floor Staff • Store Service

กระบวนการจัดการและแก้ไขข้อร้องเรียน - 2 / 4



กระบวนการรับและจัดการเรื่องร้องเรียน – *กรณีเร่งด่วน ฉุกเฉิน*

CP AXTRA

1. ฝ่ายบริการลูกค้ารับเรื่องจากลูกค้าจากช่องทางต่างๆ พร้อมตอบกลับเบื้องต้นเพื่อยืนยันการรับเรื่องแก่ลูกค้า
   - โทรศัพท์สายตรง
   - อีเมลล์
   - โซเชียลมีเดีย (ช่องบริษัท & ช่องสาธารณะ)
   - เว็บไซด์ (ติดต่อเรา แบบฟอร์มออนไลน์)
   - อื่นๆ
2. ฝ่ายบริการลูกค้า ส่งอีเมลล์ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทันที พร้อมติดตามผลทางโทรศัพท์และช่องทางอื่นๆภายในองค์กร
3. ผู้รับผิดชอบดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องทันทีและตอบกลับลูกค้าทางอีเมลภายใน 1 ชั่วโมง
4. เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริการลูกค้าโทรติดต่อเพื่อยืนยันความถูกต้องเรียบร้อยกับลูกค้าก่อนปิดการให้บริการ
5. ปิดเคสในระบบ

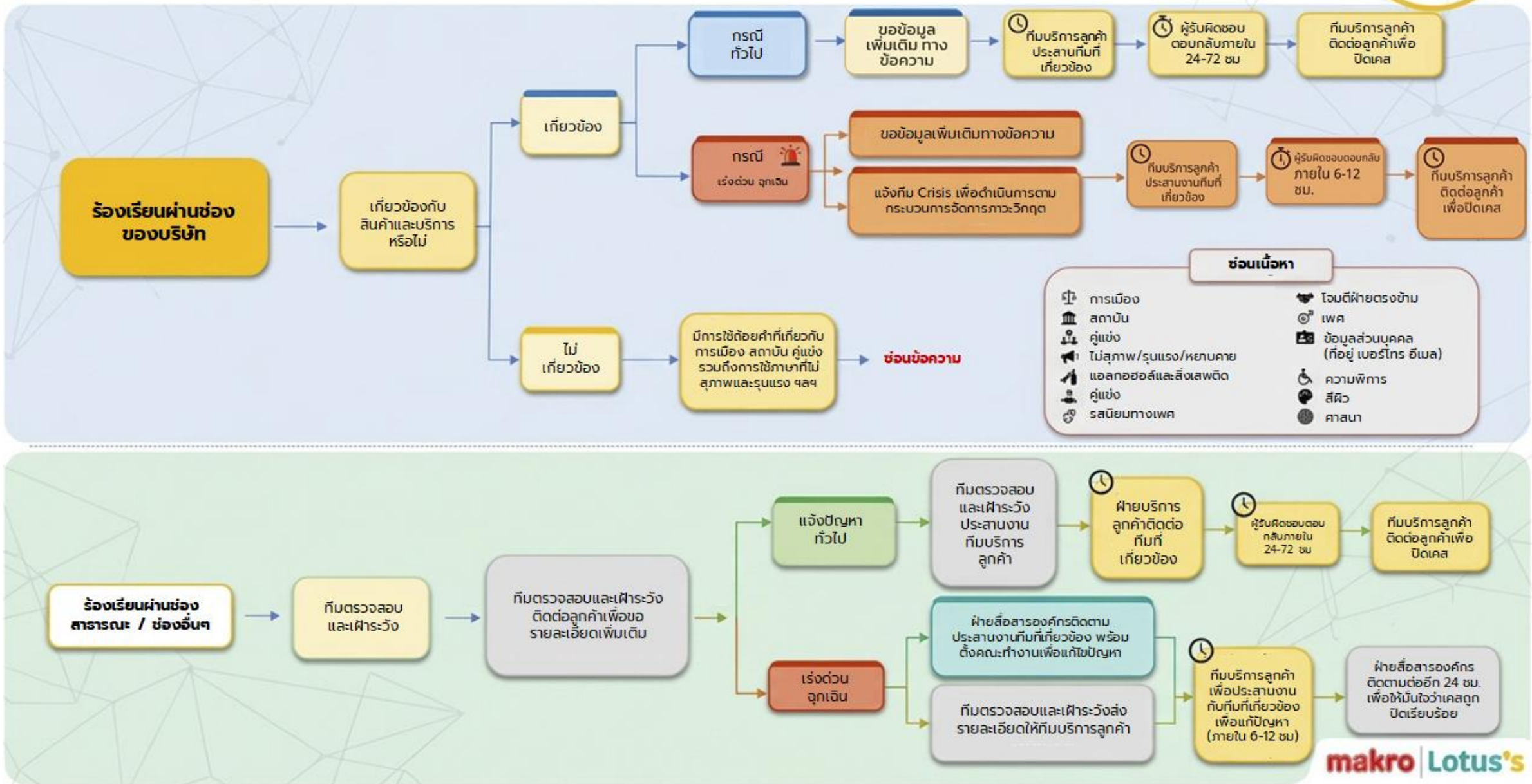
ลักษณะของความเร่งด่วน /ฉุกเฉิน

1. **ประเภทที่ 1**
   มีการติดต่อจากลูกค้าหลายครั้ง แต่ยังไม่มีการดำเนินการหรือการตอบสนองความต้องการของลูกค้า
2. **ประเภทที่ 2**
   ลูกค้าปฏิเสธการวางสาย
3. **ประเภทที่ 3**
   ลูกค้าไม่ได้รับการติดต่อกลับจากสาขาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
4. **ประเภทที่ 4**
   ลูกค้ามีแนวโน้มแจ้งความร้องเรียนต่อหน่วยงานภาครัฐ หรือโพสต์ข้อความผ่านสื่อสังคมออนไลน์
5. **ประเภทที่ 5**
   ประเด็นที่เกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า

makro Lotus's

กระบวนการจัดการและแก้ไขข้อร้องเรียน - 4 / 4

การบริหารจัดการข้อร้องเรียนจากสื่อสังคมออนไลน์



บ่งชี้ประเด็นความสำคัญด้านความยั่งยืนจากช่องทางต่าง ๆ

ข้อมูลป้อนกลับที่ได้จากแหล่งต่าง ๆ จะถูกนำมารวบรวมวิเคราะห์เป็นประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน แม้ว่าข้อมูลเชิงลบ เช่น ข้อร้องเรียน กรณีละเมิดสถิติอุบัติเหตุ ฯลฯ โดยถือเป็นประเด็นเชิงลบ ในขณะที่ข้อมูลป้อนกลับเชิงบวก เช่น ข้อเสนอแนะ ความคาดหวังจากผู้มีส่วนได้เสียภายนอก จะได้รับการนำมาพิจารณาเป็นประเด็นเชิงบวกด้วยเช่นกัน ตัวอย่างเช่น ข้อแนะนำจากองค์กรอิสระ เพื่อป้องกันขยะพลาสติกตกค้างในทะเล ได้รับการนำมาพิจารณาเป็นประเด็นใหม่ในปีนี้ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงด้านการดำเนินธุรกิจที่เริ่มมีแรงงานข้ามชาติมาปฏิบัติงานภายในศูนย์จำหน่ายสินค้า ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญจากความเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานที่ต้องวิเคราะห์ความเสี่ยงประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน และการไม่เลือกปฏิบัติ และความปลอดภัยในการทำงาน เป็นต้น

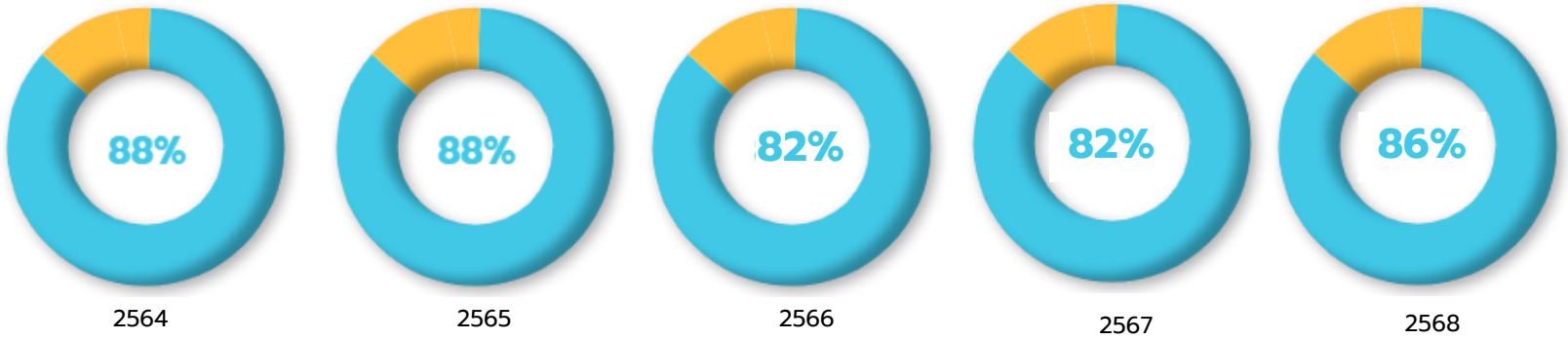
ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร	ความคาดหวัง / การเปลี่ยนแปลง / การดำเนินงาน	ประเด็นความยั่งยืน
 ผู้ถือหุ้น และนักลงทุน (ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก)	• การประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี • การประชุมกับนักวิเคราะห์รายไตรมาส • กิจกรรมนักลงทุนสัมพันธ์	• การเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันต่อเหตุการณ์ • ความโปร่งใสในการบริหารจัดการ • ปกป้องสิทธิผู้ถือหุ้น • ศักยภาพการแข่งขัน และการเติบโตทางธุรกิจ • ปฏิบัติตามข้อกำหนดจากตลาดหลักทรัพย์ด้าน CG และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส	• การกำกับดูแลกิจการ • การสร้างความผูกพันกับผู้ส่วนได้เสีย • สินค้า และบริการที่เป็นนวัตกรรม • ความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล
 พนักงาน (ผู้มีส่วนได้เสียภายใน)	• การสำรวจความผูกพันด้าน ESG ประจำปี • ช่องทางสื่อสาร และรับข้อร้องเรียน กล่องเสนอแนะ เว็บไซต์ และสายด่วน • การสำรวจความผูกพันของพนักงานประจำปี • การประชุมคณะกรรมการสวัสดิการรายไตรมาส	• ผลตอบแทน สวัสดิการ และการเติบโตในสายงาน • สภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย และอุปกรณ์ เพื่อความปลอดภัย • สมดุลการทำงานและชีวิตส่วนตัว • การพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับการทำงานในอนาคต • ความเท่าเทียม การไม่เลือกปฏิบัติ การยอมรับความหลากหลาย และการอยู่ร่วมกัน โดยเฉพาะแรงงานข้ามชาติที่ทำงานในสาขา	• สิทธิมนุษยชน – การไม่เลือกปฏิบัติ • สุขภาพ และความปลอดภัย • การพัฒนาทุนมนุษย์ • สิทธิมนุษยชน - แรงงานข้ามชาติในงานบริการ (หัวข้อใหม่) • สิทธิมนุษยชน - การเลือกปฏิบัติ (หัวข้อใหม่
 ลูกค้า (ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก)	• การสำรวจความผูกพันด้าน ESG ประจำปี • ช่องทางรับข้อร้องเรียน เว็บไซต์ และศูนย์รับข้อร้องเรียน	• การจัดส่งที่ตรงเวลา สินค้ามีคุณภาพ ปลอดภัย และสร้างสุขภาวะที่ดีของผู้บริโภค • ราคาเหมาะสมต่อภาวะเศรษฐกิจ • มีปริมาณเพียงพอ ไม่ขาดแคลน • ฉลากสินค้าที่มีข้อมูลน่าเชื่อถือ และสอบย้อนกลับได้ • การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล • สินค้า และบริการที่ส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการ	• การบริหารห่วงโซ่อุปทาน • สินค้าส่งเสริมสุขภาพ และสุขภาวะ • สินค้า และบริการที่มีนวัตกรรม • ความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล • การศึกษา และลดความเหลื่อมล้ำ

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร	ความคาดหวัง / การเปลี่ยนแปลง / การดำเนินงาน	ประเด็นความยั่งยืน
 คู่ค้า (ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก)	• การสำรวจความผูกพันด้าน ESG ประจำปี • การตรวจประเมินคู่ค้า และโปรแกรมพัฒนาคู่ค้า • การตรวจประเมินหน้างาน	• สนับสนุนสินค้าจากผู้ประกอบการรายงาน และเกษตรกรในท้องถิ่น • ขั้นตอนการคัดเลือกคู่ค้าอย่างโปร่งใส เป็นธรรม • เพิ่มความเข้าใจด้านข้อกำหนดด้านการรับรองสินค้าเกษตรยั่งยืน	• สร้างงานแก่ผู้รับเหมา และคนงานในท้องถิ่น • การบริหารห่วงโซ่อุปทาน • การสร้างความผูกพันต่อผู้มีส่วนได้เสีย
 ผู้รับเหมา (ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก)	• การสำรวจความผูกพันด้าน ESG ประจำปี Complaint and suggestions channels • ประชุมผู้รับเหมา • การตรวจประเมินหน้างาน	• การคัดเลือกผู้รับเหมาอย่างโปร่งใส เป็นธรรม • สร้างความเข้าใจการปฏิบัติด้านแรงงาน และสิทธิมนุษยชนตามคู่มือการปฏิบัติของคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) • ส่งเสริมความรู้การป้องกันอุบัติเหตุระหว่างขนส่ง	• การสร้างงาน และอาชีพให้กับผู้ประกอบการท้องถิ่น • การบริหารห่วงโซ่อุปทาน • สิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติด้านแรงงาน • สุขภาพ และ ความปลอดภัย - อุบัติเหตุบนท้องถนน
 ชุมชน (ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก)	• การสำรวจความผูกพันด้าน ESG ประจำปี • ช่องทางสื่อสาร และรับข้อร้องเรียน กล่อง เสนอแนะ เว็บไซต์ และศูนย์รับข้อร้องเรียน • การพูดคุย และพบปะกับตัวแทนชุมชน	• ร่วมมือกับองค์กรท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน • สร้างงาน และอาชีพให้กับสมาชิกในชุมชน • ป้องกันอุบัติเหตุ และผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมต่อชุมชน • ร่วมกิจกรรมชุมชน บริจาค และมอบอาหาร น้ำดื่มในช่วงภาวะวิกฤต • สนับสนุนการศึกษาของนักเรียนในชุมขน	• สร้างงาน และเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนโดยรอบ • ควบคุมน้ำเสีย และขยะ • ป้องกันผลกระทบด้านความปลอดภัย และสุขภาพต่อชุมชน • การเข้าถึงอาหาร และส่งเสริมโภชนาการ • การศึกษา เพื่อลดความเหลื่อมล้ำของคนในชุมชน
 สถาบันการเงิน (ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก)	• ช่องทางสื่อสารทางอีเมล • การประชุมอย่างสม่ำเสมอ • เอกสารรายงานผลการดำเนินงาน เช่น รายงานประจำปี และงบการเงิน	• ปฏิบัติตามข้อกำหนดโดยยึดหลักความถูกต้อง โปร่งใส • การชำระหนี้ตรงตามเงื่อนไข และปฏิบัติตามสัญญา • เพิ่มการเปิดเผยข้อมูลเป้าหมาย และแผนงานด้านการเปลี่ยนแปลง ภูมิอากาศ • เพิ่มกิจกรรมส่งเสริมด้านชุมชน สังคม และการสนับสนุนเกษตรกร ท้องถิ่น	• การกำกับดูแลกิจการ • การสร้างงาน และรายได้ให้ท้องถิ่น • เป้าหมาย และแผนงานการปรับตัวต่อ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร	ความคาดหวัง / การเปลี่ยนแปลง / การดำเนินงาน	ประเด็นความยั่งยืน
 ภาครัฐ (ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก)	• จัดการประชุมร่วมกับหน่วยงานรัฐ • การนำหน่วยงานภาครัฐเข้าเยี่ยมชมการปฏิบัติงาน • การลงนามความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ (MOU)	• ดำเนินงานสอดคล้องตามกฎหมาย และข้อกำหนด • สนับสนุนกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม • นำโมเดล BCG มาปฏิบัติ และปกป้องทรัพยากรธรรมชาติ • ส่งเสริม และปกป้องสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า • ให้ความร่วมมือกับภาครัฐ เพื่อป้องกันการขาดแคลนอาหารจากอุปสงค์ และอุปทาน รวมถึงควบคุม หรือ ลดราคา เพื่อช่วยผู้บริโภคจากปัญหาเศรษฐกิจ	• การกำกับดูแลกิจการ • การบริหารห่วงโซ่อุปทาน • สิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติด้านแรงงาน • เศรษฐกิจหมุนเวียน • การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ • การดูแลทรัพยากรน้ำ • ความมั่นคงทางอาหาร และการเข้าถึงโภชนาการ
 สื่อมวลชน (ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก)	• การสำรวจความผูกพันด้าน ESG ปรูมีจำปี • ช่องทางการสื่อสารภายนอก ได้แก่ เป็น รัชต์ สังคมออนไลน์ อีเมล รายการโทรทัศน์ ฯลฯ • การแถลงข่าว และให้สัมภาษณ์	• การสื่อสารที่ชัดเจน ข้อมูลที่ถูกต้อง ทันต่อเวลา • กลยุทธ์ของบริษัทฯ ที่อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อม	• ความโปร่งใส ตรวจสอบได้ • การสร้างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
 สถาบันจัดอันดับด้าน ESG และ NGO (ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก)	• ประชุมหารือ และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร • การค้นคว้าวิจัย • ร่วมโครงการเปิดเผยข้อมูล เพื่อจัดอันดับ	• สิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทาน • การคัดเลือกคู่ค้าด้วยเกณฑ์ด้าน ESG • กลยุทธ์การลดการปล่อยคาร์บอนของบริษัทฯ รวมถึงห่วงโซ่อุปทาน • การเปิดเผยข้อมูลการเงินที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางชีวภาพ • การป้องกันขยะพลาสติกในทะเล • ส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศของผู้ประกอบการในกลุ่มคู่ค้า	• การบริหารห่วงโซ่คุณค่า • การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ • บรรจุภัณฑ์ยั่งยืน • การปกป้องระบบนิเวศ และความหลากหลาย ทางชีวภาพ • สิทธิมนุษยชน - ชนเผ่าพื้นเมือง (หัวข้อใหม่) • สิทธิมนุษยชน - การเลือกปฏิบัติในห่วงโซ่อุปทาน (หัวข้อใหม่)

การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า %

เป้าหมาย
ปี 2568
= 80%

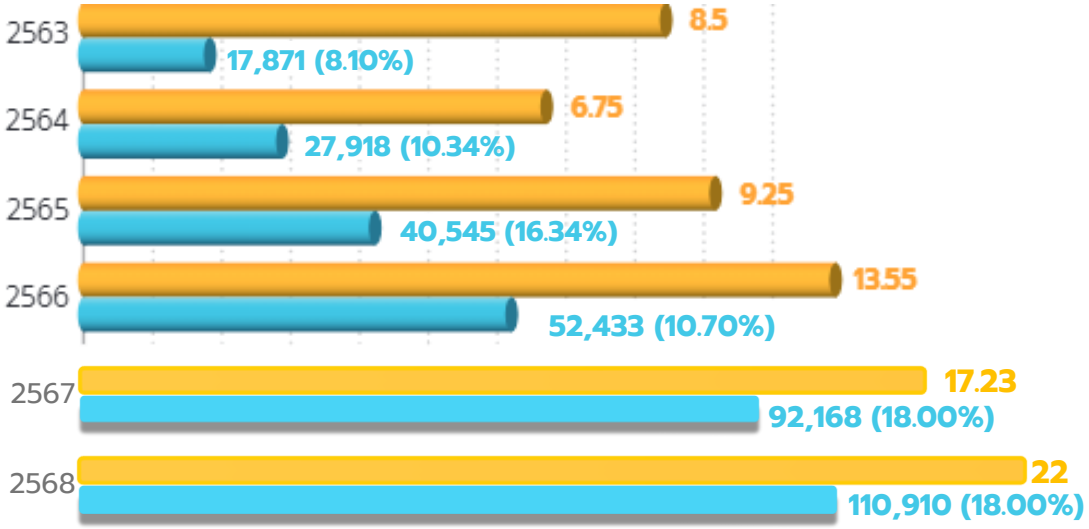


การขยายฐานลูกค้าออนไลน์

บริษัทฯ ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมดิจิทัล และสังคมไร้เงินสด รวมถึงสถานการณ์ระบาด ของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งส่งผลให้พฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้าเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง และ คาดหวังความสะดวกสบาย และความรวดเร็วในการทำธุรกรรมซื้อขายและใช้บริการ โดยช่องการจัดจำหน่าย ออนไลน์ มีความเติบโตอย่างรวดเร็วทั้งในแง่จำนวนลูกค้า และยอดขาย



เป้าหมายปี 2568 : ลูกค้าออนไลน์ และ รายได้จากช่องทางออนไลน์ ***ไม่น้อยกว่า 20%***



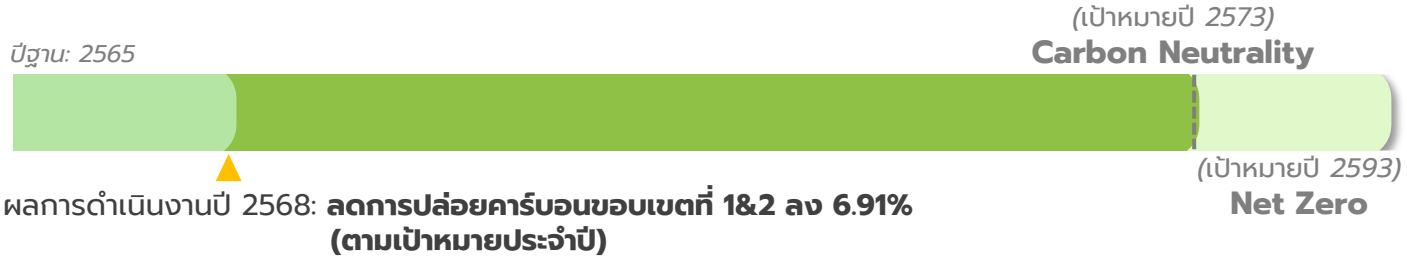
การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมายระยะยาวปี 2573

มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน ภายในปี 2573 โดยลดขอบเขต 1+2 ลงร้อยละ 42 (เทียบกับปีฐาน 2565) และลดขอบเขต 3 ลงร้อยละ 25 (เทียบกับปีฐาน 2568) และบรรลุการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593 โดยลดขอบเขต 1+2 ลงร้อยละ 90 และลดขอบเขต 3 ลงร้อยละ 90

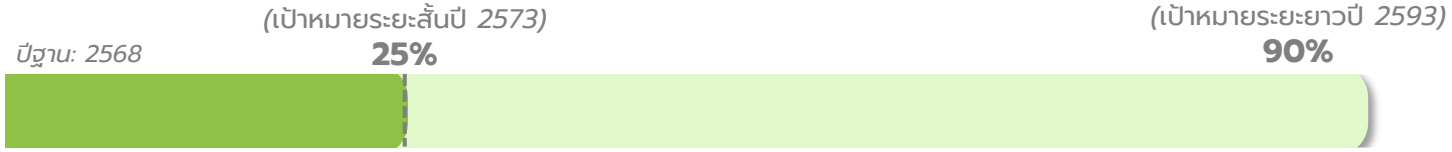
- บรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน Carbon Neutrality (ขอบเขตที่ 1+2) ภายในปี 2573 และ Net Zero ในปี 2593



- SBT Target: ขอบเขตที่ 1+2 ลดลง 42% ภายในปี 2573, 90% ภายในปี 2593



- SBT Target: ขอบเขตที่ 3 ลดลง 25% ภายในในปี 2573, 90% ภายในปี 2593



เป้าหมายประจำปี 2568

- ลดการปล่อยคาร์บอนขอบเขตที่ 1&2 ลงจากปี 2565 อย่างน้อย **8%**
- เพิ่มสัดส่วนการใช้ พลังงานสะอาดอย่างน้อย **2%**



บรรลุเป้าหมายประจำปี 2568
เพิ่มสัดส่วนการใช้ พลังงานสะอาด

ผลการดำเนินงานปี 2568:

- ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขตที่ 1 และ2) เท่ากับ **909,830.30** ลดลง **67,489.24** ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (คิดเป็น **6.91%** จากปีฐาน)
- สัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดเพิ่มขึ้น **307,046.97** เมกะวัตต์ชั่วโมง คิดเป็น **16%** ของพลังงานที่ใช้ทั้งหมด

โอกาสและความท้าทาย

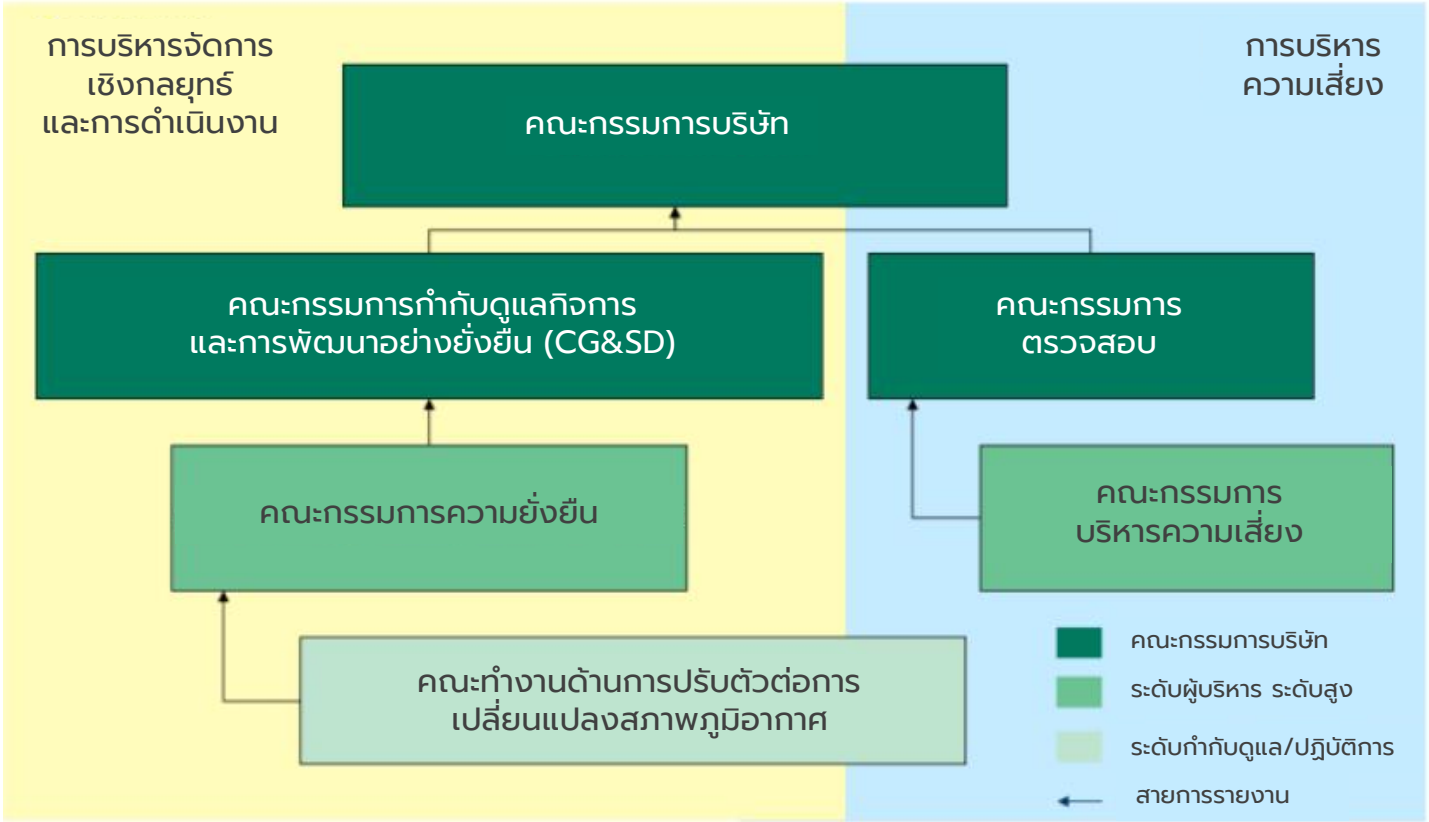
ภาวะวิกฤตด้านสิ่งแวดล้อมที่นับวันทวีความรุนแรง เนื่องมาจาก การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งถือเป็นปัญหาเร่งด่วนที่ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน บริษัทฯ จึงตั้งเป้าหมายมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน ภายในปี 2573 และบรรลุการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593 รวมถึงเตรียมพร้อมรับความท้าทายจากผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สนับสนุนการพัฒนาโครงการ และนวัตกรรมที่มุ่งสู่สังคมคาร์บอนต่ำอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยความเชื่อมั่นว่าการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจ สามารถดำเนินควบคู่ไปกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรับผิดชอบและเกิดประโยชน์สูงสุด

นโยบายและแนวทางการดำเนินงาน

นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและแผนการจัดการก๊าซเรือนกระจก หัวข้อ 5.1 กลยุทธ์ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ศึกษาเพิ่มเติมได้ที่ https://www.cpaxtra.com/storage/document/sustainability/environmental-policy-th.pdf บริษัทฯ จัดทำกลยุทธ์รับมือการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ โดยมีแนวทางลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อม ด้วยการใช้พลังงานหมุนเวียนและ การใช้พลังงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดภายในบริษัทฯ รวมไปถึงการปฏิบัติตามกฎหมาย พระราชกฤษฎีกา กำหนดอาคารควบคุม พ.ศ. 2538 โดยต้องดำเนินการตามกฎหมายกฎกระทรวง กำหนดมาตรฐาน หลักเกณฑ์ และวิธีการจัดการพลังงานในโรงงานควบคุมและอาคารควบคุม พ.ศ. 2552 ในการดำเนินงาน ระบบการจัดการพลังงานตามกฎหมาย และมาตรฐานสากล ISO 50001:2018 และธุรกิจค้าปลีกได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14000 ระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

คณะกรรมการการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ซีพี แอ็กซ์ตร้า มีโครงสร้างการกำกับดูแลที่แข็งแกร่งเพื่อช่วยในการกำกับดูแลประเด็นด้านสภาพภูมิอากาศ โดยคณะกรรมการบริษัทเป็นองค์กรที่มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดและรับผิดชอบการกำกับดูแลภาพรวมของบริษัท ซึ่งรวมถึงการกำกับดูแลและอนุมัติแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจและแนวทางการดำเนินงาน ตลอดจนผลักดันมาตรการตอบสนองที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) ซึ่งครอบคลุมถึงการจัดการความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศด้วย ทั้งนี้ คณะกรรมการจะพิจารณาและทบทวนประเด็นและผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน รวมถึงพันธกิจและแผนกลยุทธ์อย่างน้อยปีละครั้ง และมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อจัดการกับประเด็นเหล่านี้ต่อไป



ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการบริษัท มีการจัดตั้งคณะกรรมการชุดย่อยหลายชุดเพื่อสนับสนุนคณะกรรมการในการจัดการความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศของบริษัท ตลอดจนกำกับดูแลการดำเนินงานประจำวันและรายงานกลับไปยังคณะกรรมการอย่างทันท่วงที คณะกรรมการประกอบด้วย:

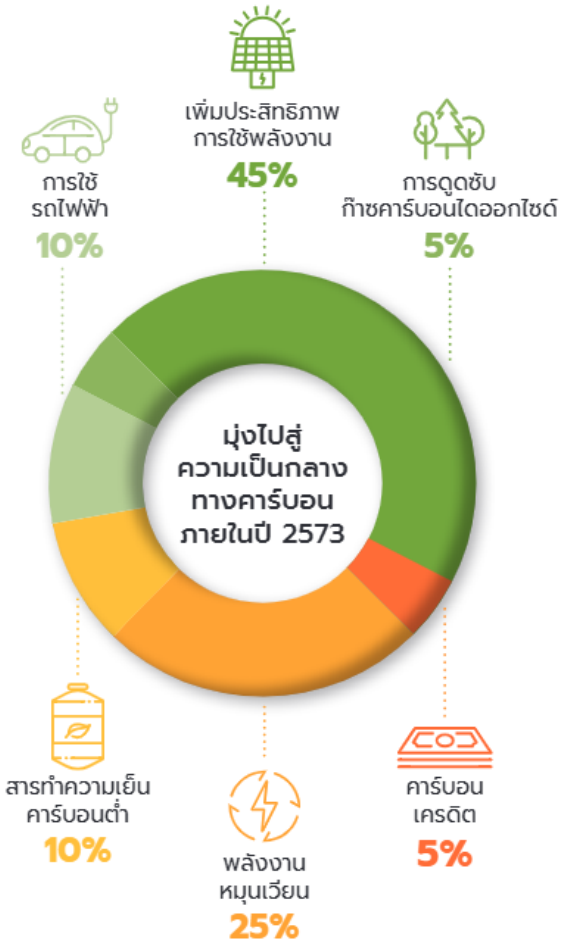
- คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (CG&SD)
- คณะกรรมการความยั่งยืน
- คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ภายใต้คณะกรรมการตรวจสอบ

นอกจากนี้ ได้มีการจัดตั้งคณะทำงานด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ขึ้นในเดือนมิถุนายน 2565 ภายใต้คณะกรรมการความยั่งยืน เพื่อยกระดับการดำเนินงานตามกลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศ โดยบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการแต่ละชุดสรุปไว้ในตารางด้านล่างนี้

โครงสร้าง	องค์ประกอบ	บทบาทและความรับผิดชอบที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ
ระดับคณะกรรมการ		
คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาอย่างยั่งยืน	ประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ และประกอบด้วยกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร ซึ่งมีความรู้และประสบการณ์ในประเด็นด้านความยั่งยืน	• ระบุและติดตามตรวจสอบความเสี่ยงและโอกาสที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ • ให้ความเห็นชอบนโยบาย กรอบการดำเนินงาน และกลยุทธ์ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนและการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในบริษัท เพื่อเสนอให้คณะกรรมการบริษัทอนุมัติ • กำกับดูแล ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานของบริษัทเทียบกับกลยุทธ์ แผนปฏิบัติการ และเป้าหมายด้านสภาพภูมิอากาศ ผ่านการกำกับดูแลในระดับองค์กร • รายงานตรงต่อคณะกรรมการบริษัท
ระดับผู้บริหารระดับสูง		
คณะกรรมการความยั่งยืน	ประธานกรรมการเป็นหนึ่งในสมาชิกคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูงจากทุกแผนกที่รับผิดชอบด้านผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม	• กำกับดูแลประสิทธิภาพและประสิทธิผลของผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนและสภาพภูมิอากาศทั่วทั้งบริษัท • กำหนดเป้าหมาย พัฒนากลยุทธ์ แนวทางการจัดการ และดัชนีชี้วัดผลการดำเนินงานสำหรับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ • มอบหมายคณะทำงานเพื่อขับเคลื่อนผลการดำเนินงานขององค์กรให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของบริษัท • ติดตามและทบทวนความคืบหน้าของการดำเนินงานด้านสภาพภูมิอากาศเป็นรายไตรมาส จัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีในประเด็นที่สำคัญและความเสี่ยงด้าน ESG เพื่อเสนอให้คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาอย่างยั่งยืนอนุมัติ • สื่อสารความคืบหน้าและความมุ่งมั่นในมิติด้านสภาพภูมิอากาศภายใต้กลยุทธ์ความยั่งยืน ให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกได้รับทราบ
คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง	คณะกรรมการประกอบด้วยผู้บริหารของบริษัทและผู้บริหารจำนวน 12 ท่านที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ด้านการบริหารความเสี่ยง โดยมีโครงสร้างที่เป็นอิสระจากสายธุรกิจและรายงานตรงต่อผู้บริหารระดับสูงของบริษัท	• จัดทำกรอบการประเมินความเสี่ยงและนโยบายการบริหารความเสี่ยงที่ครอบคลุมความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม (รวมถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ) • กำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ • กำหนดทิศทางการบริหารความเสี่ยงของบริษัทตามระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) และนโยบายความเสี่ยง • ทบทวนกลยุทธ์องค์กรเพื่อให้มั่นใจว่ามีการบริหารความเสี่ยงสำหรับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศอย่างเพียงพอและเหมาะสม • รายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกปี
ระดับกำกับดูแล / ระดับปฏิบัติการ		
คณะทำงานด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ประธานเป็นสมาชิกของคณะกรรมการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน และประกอบด้วยผู้แทนจำนวน 17 คน จากแผนกต่างๆ รวมถึงแผนกขายและปฏิบัติการ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน การก่อสร้างและอาคารสถานที่ การบริหารความเสี่ยงและการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ ความยั่งยืน การวางแผนและการวิเคราะห์ทางการเงิน งานทั่วไปขององค์กรและบัญชี	• กำหนดเป้าหมายการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่น การเพิ่มสัดส่วนของพลังงานหมุนเวียนและพลังงานคาร์บอนต่ำ ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ความยั่งยืนของบริษัท • ดำเนินโครงการลดและชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก พร้อมทั้งรายงานความคืบหน้าเป็นรายไตรมาสต่อคณะกรรมการความยั่งยืน • ตรวจสอบทางเลือกด้านเทคโนโลยีและระบุแนวทางแก้ไขปัญหาสำหรับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมกับบริษัท • ติดตามและกำกับดูแลให้เกิดการปฏิบัติตามนโยบายและแนวทางปฏิบัติภายในด้านสิ่งแวดล้อม ตลอดจนกฎหมายและข้อบังคับเกี่ยวกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจก • สร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อสร้างความตระหนักรู้ในประเด็นด้านสภาพภูมิอากาศ และร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในการจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ • สื่อสารผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมต่อคณะกรรมการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ผ่านรายงานและช่องทางการเปิดเผยข้อมูลอื่นๆ อย่างน้อยปีละครั้ง

แผนการจัดการ และผลลัพธ์ด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก

กลยุทธ์การมุ่งไปสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน



มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน ภายในปี 2573 และบรรลุการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593

กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศ	โครงการและการดำเนินการ	ผลลัพธ์ ปี 2568:
ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน	• เครื่องชิลเลอร์ประสิทธิภาพสูง • ปรับใช้หลอดไฟ LED • เครื่องปรับอากาศประสิทธิภาพสูงในศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบค้าปลีก • โครงการอาคารประหยัดพลังงาน ที่สำนักงานใหญ่	• สามารถลดการปลดปล่อยคาร์บอนขอบเขตที่ 1&2 ลงเท่ากับ **1,878** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
พลังงานหมุนเวียน	• พลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Rooftop) ที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า • เครื่องทำน้ำร้อนจากพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Thermal Water Heater) • เทคโนโลยีท่อนำแสงอาทิตย์ (Solar tube) ภายในอาคารสำนักงานใหญ่	• สัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดเพิ่มขึ้นเป็น **16%**พลังงานหมุนเวียนรวม **307,046,970** กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี
สารทำความเย็นคาร์บอนต่ำ	• ใช้สารทำความเย็นคาร์บอนต่ำ • สารทำความเย็นที่มีค่าแฟกเตอร์การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำ เช่น R290, R-448A	• ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า **9,250,764** กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี คิดเป็นมูลค่า **37,011,550** บาทต่อปี • ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **4,623.70** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี
การใช้รถไฟฟ้า	• ปรับเปลี่ยนเป็นรถยกชนิดไฟฟ้า (Forklift) • ขนส่งสินค้าด้วยรถพลังงานไฟฟ้าและไฮโดรเจน	• ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **10,011.57** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี
การดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์	• รณรงค์การปลูกไม้ยืนต้นภายใน พื้นที่ที่ดำเนินธุรกิจ และพื้นที่ที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์	• ปลูกต้นไม้สะสมจำนวน **7,204** ต้น ที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบค้าส่ง จำนวน **119** สาขา

ปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 2 และ 3 (หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

ขอบเขตที่ 1+2 Market-based

2563	878,069.83
2564	875,582.16
2565	977,319.54
2566	871,977.51
2567	864,829.73
2568	**909,830.30**

ขอบเขตที่ 1+2 Location-based

2563	898,447.20
2564	914,863.64
2565	1,058,272.68
2566	972,122.34
2567	982,711.84
2568	**1,052,455.19**

ขอบเขตที่ 2 Market-based

2563	748,814.82
2564	702,343.63
2565	738,482.83
2566	714,098.94
2567	739,871.90
2568	**764,399.39**

ขอบเขตที่ 2 Location-based

2563	769,192.19
2564	741,625.11
2565	819,435.98
2566	814,243.78
2567	857,745.01
2568	**907,024.28**

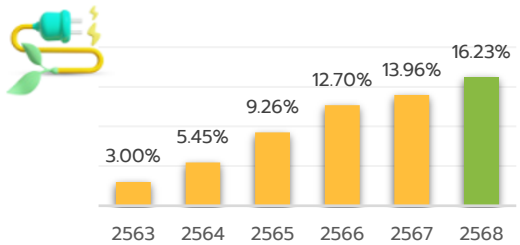
ขอบเขตที่ 1

2563	129,255.00
2564	173,226.99
2565	238,836.70
2566	157,878.57
2567	124,957.83
2568	**145,430.91**

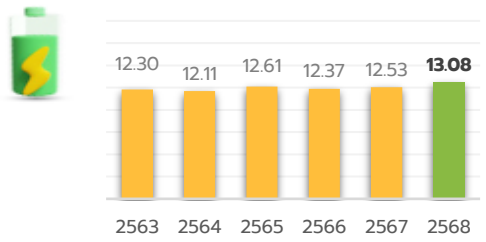
ขอบเขตที่ 3

	'64	'65	'66	'67	'68
การซื้อสินค้าและบริการ	6,445,363.00	6,731,804.00	7,261,018.37	24,139,475.70	**22,954,703.43**
สินค้าทุน	n/a	n/a	4,158	37,960.88	**54,348.42**
กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงและพลังงาน	n/a	n/a	149,744.86	181,871.33	**191,770.03**
การขนส่งและกระจายสินค้าต้นน้ำ	58,921.83	105,365.34	128,127.13	264,790.28	**247,934.77**
การจัดการของเสียองค์กร	n/a	n/a	24,679.35	32,407.76	**21,423.01**
การขนส่งและกระจายสินค้าปลายน้ำ	n/a	n/a	n/a	1,242,585.84	**1,282,266.97**
การเดินทางเพื่อธุรกิจ	21.89	1,755.11	724.11	2,076.26	**2,321.21**
การเดินทางของพนักงาน	241,320.66	227,659.38	233,125.13	236,169.89	**264,547.35**
พื้นที่เช่า	n/a	n/a	217,432.92	214,017.97	**191,614.09**
การแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย	n/a	n/a	n/a	1,020.24	**864.32**
การใช้สินค้าที่ขายไป	n/a	n/a	n/a	10,123,583.52	**10,098,151.12**
การกำจัดผลิตภัณฑ์ที่ขายแล้วเมื่อสิ้นอายุการใช้งาน	n/a	n/a	6,111.77	11,232.45	**5,405.44**

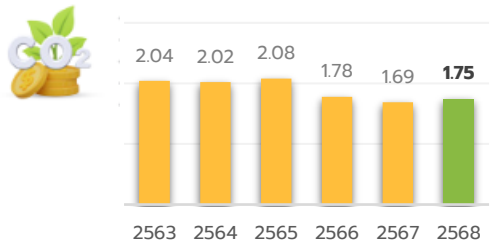
พลังงานหมุนเวียน
(หน่วย: %ของการใช้พลังงาน)



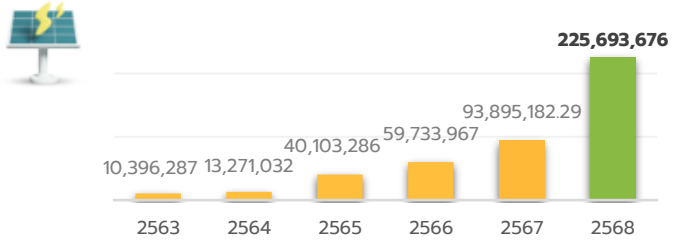
ความเข้มข้นของการใช้พลังงานต่อรายได้
(หน่วย: กิกะจูลต่อล้านบาท)



ความเข้มข้นของก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้
(หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์ต่อล้านบาท)



ประหยัดจากโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน
(หน่วย: บาท)

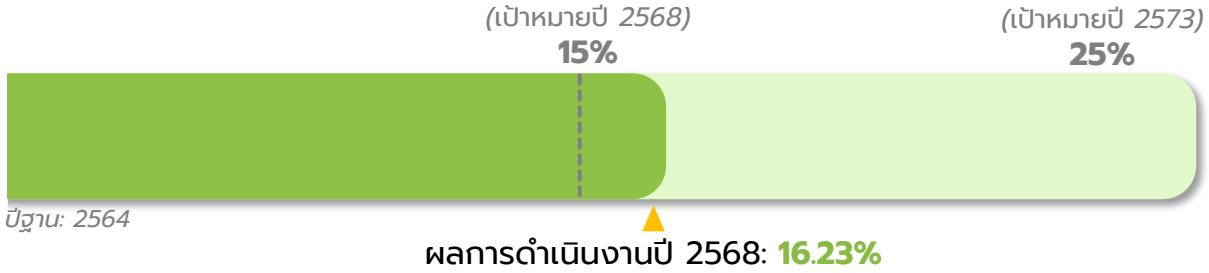


การจัดการ และผลลัพธ์ด้านการจัดการพลังงาน

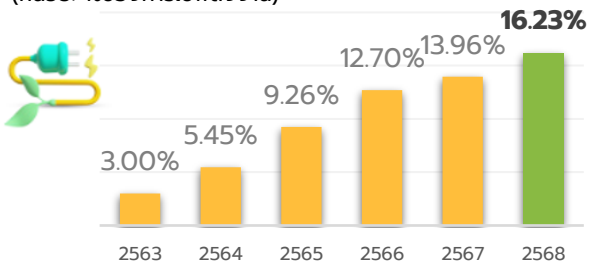
เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมายระยะยาวปี 2573

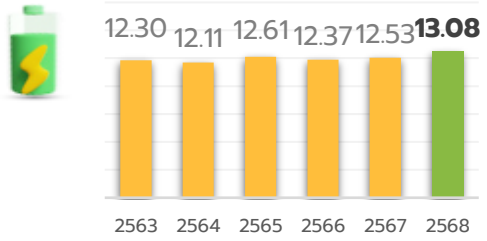
การใช้ไฟฟ้าและน้ำมันเชื้อเพลิงจากพลังงานทดแทนเพิ่มขึ้น 25%
และลดการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้ลง 25% ภายในปี 2573



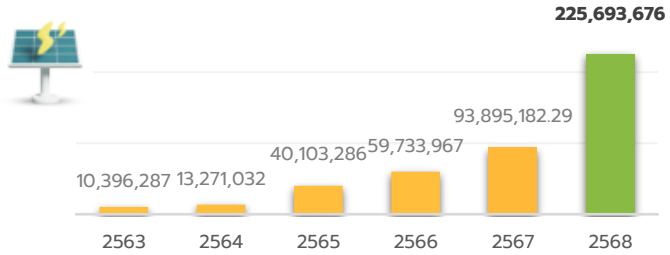
พลังงานหมุนเวียน
(หน่วย: %ของการใช้พลังงาน)



ความเข้มข้นของการใช้พลังงานต่อรายได้
(หน่วย: กิกะจูลต่อล้านบาท)



ประหยัดจากโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน
(หน่วย: บาท)



การจัดการพลังงาน

บริษัทฯ ถือว่าระบบการจัดการพลังงานเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจ
มุ่งเน้นให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์พลังงาน ทรัพยากรธรรมชาติ
และสิ่งแวดล้อมเป็นที่ตั้ง ผู้บริหารทุกระดับและพนักงาน ต้องให้การสนับสนุน
และถือเป็นความรับผิดชอบโดยตรง ในการนำพลังงานมาใช้อย่าง
มีประสิทธิภาพให้เกิดความยั่งยืนอย่างต่อเนื่องและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน
ตามแนวทางดังต่อไปนี้

1) กำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย แผนปฏิบัติด้านการอนุรักษ์พลังงาน และมีการทบทวนประสิทธิผลอย่างสม่ำเสมอทุกๆ ปี
2) ดำเนินกิจกรรมการอนุรักษ์พลังงานในด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนและมั่นคง ต่อการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่สมดุลอย่างเหมาะสม ควบคู่กับการขยายตัวของธุรกิจและองค์กร
3) ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการใช้พลังงาน ปริมาณการใช้พลังงาน และประสิทธิภาพการใช้พลังงาน
4) ปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์พลังงานทุกภาคส่วน
5) ออกแบบ จัดซื้อ จัดหาเครื่องจักร เครื่องมือ อุปกรณ์การผลิต และบริการอื่นๆ ที่จำเป็นเพื่อการปรับปรุงสมรรถนะด้านพลังงาน
6) ปรับปรุงสมรรถนะด้านพลังงานอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายในการเพิ่มสมรรถนะด้านพลังงานและประยุกต์ใช้ในกิจกรรมต่างๆ อย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดแก่องค์กร
7) สนับสนุนด้านทรัพยากรที่จำเป็น และข้อมูลสารสนเทศอย่างเพียงพอเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายด้านพลังงาน และดำรงรักษาระบบการจัดการพลังงานไว้



สาขาที่ติดตั้งโซล่ารูฟท็อป (สาขา)



การจัดการพลังงานทดแทน/พลังงานสะอาด

บริษัทฯ มีเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดอย่างต่อเนื่องในทุกปี เพื่อมุ่งสู่ RE100 จากโครงการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป โซลาร์เทอร์มอล การปรับเปลี่ยนรถยนต์ รถโฟล์คลิฟท์ และรถขนส่งสินค้าที่ใช้เชื้อเพลิงไปเป็นการใช้พลังงานไฟฟ้า และไฮโดรเจน เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของวงการธุรกิจค้าส่ง ในการปรับระบบโลจิสติกส์สู่พลังงานสะอาด มุ่งเน้นการสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจสีเขียวตลอดห่วงโซ่อุปทาน ในปี 2568 บริษัทฯ มีสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดเป็น **16.23%** ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 13.96% ในปี 2567

คณะกรรมการพลังงาน

คณะกรรมการพลังงานมีหน้าที่ในการเพิ่มประสิทธิการใช้พลังงานอย่างต่อเนื่อง สนับสนุนงบประมาณที่จำเป็นเพื่อการปรับปรุงสมรรถนะด้านพลังงาน และติดตามความคืบหน้าของโครงการทุกไตรมาส ดังนี้

หัวข้อ	การดำเนินงานและโครงการ	ผลลัพธ์ ปี 2568:
การติดตามเป้าหมายและความคืบหน้า	• การตรวจสอบการใช้พลังงาน (Energy Audits) เพื่อระบุโอกาสในการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน เป้าหมาย: • 100% ของอาคารสถานที่ ได้รับการตรวจสอบการใช้พลังงาน และระบุโอกาสในการปรับปรุงได้อย่างน้อย 1 โอกาสต่อสถานที่	• **100%** ได้รับการตรวจสอบการใช้พลังงาน และได้ระบุโอกาสในการปรับปรุงเรียบร้อยแล้ว • จัดทำโครงการพัฒนา เพื่อส่งเสริมแนวคิดและการริเริ่มด้านการประหยัดพลังงานจากพนักงาน
การดำเนินการเพื่อลดปริมาณการใช้พลังงาน	เป้าหมาย: • ปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน 45% ในการดำเนินงานภายในปี 2573 • ประหยัดพลังงาน อย่างน้อย 70 ล้าน บาท/ปี • ลดการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้ลง 25% ภายในปี 2573 ผ่านโครงการ - โครงการเครื่องชิลเลอร์ประสิทธิภาพสูง - โครงการติดตั้งหลอดไฟ LED - เปลี่ยนจากเครื่องปรับอากาศจากระบบ Fixed-speed air เป็นระบบ VRF (Variable Refrigerant Flow)	• ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน**เพิ่มขึ้น 6.34 %** • **ลด**ค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน **225,693,676.23** บาทต่อปี หรือ **79,777.55** เมกะวัตต์ต่อชั่วโมงต่อปี • การใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้ **13.08%** เพิ่มขึ้น **0.55%** จากปีก่อนหน้า
การปรับไปสู่พลังงานสะอาดหรือพลังงานหมุนเวียน	เป้าหมาย: เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน 25% ภายในปี 2573 ผ่านโครงการ • เครื่องทำน้ำร้อนจากพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Thermal) • แสงสว่างภายในอาคารสำนักงานใหญ่จาก เทคโนโลยีท่อนำแสงอาทิตย์ (Solar Tube) • ปรับเปลี่ยนเป็นรถยกชนิดไฟฟ้า (Forklift) • ขนส่งสินค้าออนไลน์ด้วยรถพลังงานไฟฟ้า และไฮโดรเจน	พลังงานหมุนเวียนเพิ่มขึ้น **16.23%** (ปี2567=13.96%) หรือ **307,046.97** เมกะวัตต์ต่อชั่วโมงต่อปี ซึ่งเกิดจาก • พลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ (Solar Rooftop) ที่ศูนย์จัดจำหน่ายสินค้า และศูนย์กระจายสินค้า จำนวน **1,239** สาขา • เครื่องทำน้ำร้อนจากพลังงานแสงอาทิตย์ • แสงสว่างภายในอาคารสำนักงานใหญ่จาก เทคโนโลยีท่อนำแสงอาทิตย์ (Solar Tube) • ปรับเปลี่ยนเป็นรถยกชนิดไฟฟ้า (Forklift) **867** คัน • ขนส่งสินค้าออนไลน์ด้วยรถพลังงานไฟฟ้า และไฮโดรเจน **201** คัน (โดยผู้รับเหมา)
การใช้นวัตกรรมเพื่อการประหยัดพลังงาน	โครงการนวัตกรรมเพื่อการประหยัดพลังงานโดยพนักงาน • ติดตั้งท่อและตะแกรงเพื่อนำน้ำเย็นกลับมาใช้ใหม่ • ติดตั้งท่อเพื่อลดพลังงานในการสูบน้ำ	• มูลค่าลงทุนรวม **310,200,000** บาท • ลดการใช้พลังงาน **321,796.30** เมกะวัตต์ต่อชั่วโมงต่อปี • ผลตอบแทนจากการลงทุน ประหยัดค่าไฟฟ้า **213,763,016** บาทต่อปี
การฝึกอบรมและแรงจูงใจ	ฝึกอบรมพนักงานและผู้รับเหมา • ฝึกอบรมการประหยัดพลังงานแก่พนักงาน • ฝึกอบรมการอนุรักษ์พลังงานสำหรับผู้รับเหมา • ประชาสัมพันธ์/รณรงค์สร้างจิตสำนึกด้านการประหยัดพลังงาน • กิจกรรมรณรงค์ประหยัดพลังงานประจำปี	• **100%** ของพนักงานที่เกี่ยวข้องได้รับการฝึกอบรม และสื่อสาร • **100%** ของพนักงาน เข้าร่วมโครงการประหยัดพลังงาน

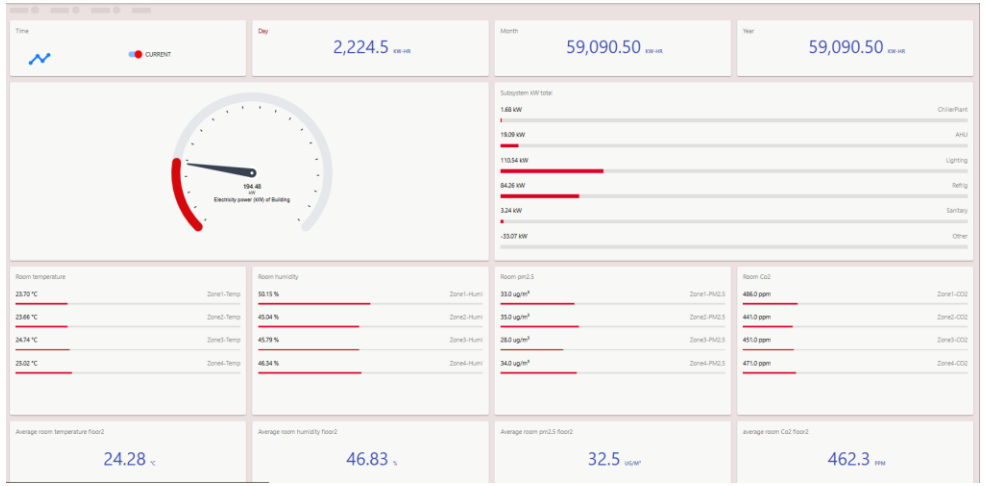
การใช้พลังงาน

พลังงานที่ใช้ทั้งหมด	หน่วย	2564	2565	2566	2567	2568	เป้าหมาย ปี 2568
พลังงานที่ใช้ทั้งหมด	MWh	1,458,710.85	1,643,105.62	1,683,613.64	1,782,703.09	1,891,904.46	
พลังงานใช้แล้วหมดไปทั้งหมด	MWh	1,376,345.76	1,491,099.65	1,469,720.95	1,533,852.38	1,584,857.25	150,000,00
พลังงานหมุนเวียนทั้งหมด	MWh	79,494.97	152,174.92	213,892.56	248,850.56	307,046.97	253,827.5712 (15%)
ความครอบคลุมข้อมูล	(as % of business operation sites)	100	100	100	100	100	

โครงการ “ระบบบริหารจัดการอาคารอัตโนมัติ Smart AI Building Automation (SBEMS)”

การบริหารจัดการพลังงานในอาคารด้วยระบบ SBEMS เป็นการเชื่อมโยงระบบวิศวกรรมอาคารทั้งหมดไว้ในแพลตฟอร์มเดียว และใช้ปัญญาประดิษฐ์บริหารพลังงานได้อย่างแม่นยำ ระบบนี้ควบคุมและตรวจสอบระบบไฟฟ้าอัตโนมัติ ผ่านเซ็นเซอร์ IoT ที่เก็บข้อมูลแบบเรียลไทม์ เช่น เพิ่มประสิทธิภาพระบบตู้แช่ (Refrigeration Optimization) รวมถึงตรวจจับความผิดปกติเชิงพยากรณ์ โดยเฉพาะการรั่วซึมของสารทำความเย็น ปรับระดับแสงสว่างภายในอาคารอัตโนมัติ ให้สมดุลกับแสงภายนอก รักษาอุณหภูมิระบบปรับอากาศให้คงที่ โดยคำนวณภาระความร้อน (Heat Load) ภายในอาคาร ควบคุมสภาวะแวดล้อมให้พอดีกับการใช้งานจริง นอกจากนี้ ระบบยังครอบคลุมถึงการจัดการระบบสาธารณูปโภค (Utility System) และระบบแจ้งเตือนเหตุฉุกเฉิน ผ่าน Cloud ตลอด 24 ชั่วโมง โดยข้อมูลทั้งหมดจะถูกประมวลผลผ่านกระดานสื่อสารดิจิทัล (Digital Monitoring Dashboard)

ทำให้บริษัทฯ สามารถติดตามการใช้พลังงานได้ทันที ลดการสูญเสียพลังงานไฟฟ้า ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ป้องกันความสูญเสีย ลดภาระงานซ่อมบำรุง รักษาคุณภาพยืดอายุของสินค้าและเครื่องจักร รวมถึงช่วยสร้างความสบายแก่ผู้ใช้บริการ ดำเนินการติดตั้งแล้ว **127** สาขา





ผลลัพธ์ ปี 2568:

- ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า **9,889,363** กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี
- ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน **39,557,452** บาทต่อปี
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **4,943.69** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี

ตัวอย่างโครงการ ลดผลกระทบด้านสภาพภูมิอากาศและพลังงาน

โครงการ "โซล่าร์รูฟท็อป"

ผลจากความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป (Solar Rooftop) ผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์แบบติดตั้งบนหลังคาของศูนย์กระจายสินค้าและศูนย์จำหน่ายสินค้าทั้งแบบค้าส่ง และค้าปลีก รวม **1,239** สาขา (แม็คโคร 134 สาขา โลตัส 1,055 สาขา โลตัสมาเลเซีย 50 สาขา) นอกจากนี้ ธุรกิจค้าส่ง ยังได้รางวัลโครงการอาคารประหยัดพลังงาน ส่งเสริมการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานและคุณภาพอากาศที่ดีภายในอาคาร จากการไฟฟ้านครหลวง (MEA)





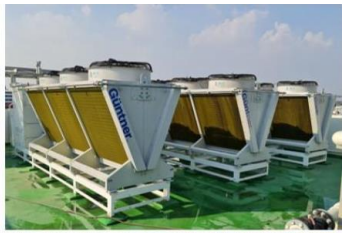


ผลลัพธ์ ปี 2568:

- ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า **296,938,430** กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี
- ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน **112,950,798** บาทต่อปี
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **142,624.89** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี

โครงการ "ระบบทำความเย็นแบบ Water-Loop Cooling และสารทำความเย็นคาร์บอนต่ำ"

สารทำความเย็นมีการใช้พลังงานอย่างมีนัยสำคัญ และส่งผลต่อปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอน การเปลี่ยนสารทำความเย็นด้วยระบบหมุนเวียนน้ำ สามารถปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานได้ ด้วยขนาดคอมเพรสเซอร์ที่เล็กลง และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเติมสารทำความเย็นระหว่างการบำรุงรักษา จากโครงการนำร่องที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบค้าส่ง ปัจจุบันมีสาขาที่เปลี่ยนมาใช้สารทำความเย็นธรรมชาติแล้วทั้งหมด **170** สาขา รวมกว่า **12,355** ตู้แช่ และมีแผนขยายการดำเนินการไปยังสาขาอื่น ต่อไปในอนาคต



ผลลัพธ์ ปี 2568:

- ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า **9,250,764** กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี
- ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน **37,011,550** บาทต่อปี
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **4,623.70** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี

ตัวอย่างโครงการ ลดผลกระทบด้านสภาพภูมิอากาศและพลังงาน

โครงการ “เครื่องปรับแรงดันอัตโนมัติ “

บริษัทฯ ประยุกต์ใช้เครื่องปรับแรงดันอัตโนมัติ (Automatic Voltage Regulator: AVR) เพื่อปรับลดแรงดันไฟฟ้าจากแหล่งจ่ายไฟฟ้าให้อยู่ในค่าที่เหมาะสมและคงที่ ทำให้สามารถประหยัดพลังงานจากความสูญเสียทางไฟฟ้าที่ระดับแรงดันเกินความจำเป็น จำนวนกว่า 23 สาขา





ผลลัพธ์ ปี 2568:
- ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า **5,717,739** กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี
- ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน **24,243,216** บาทต่อปี
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **11,435** ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี

โครงการ “ใช้ยานยนต์ไฟฟ้าในการขนส่งและจัดส่งสินค้า”

รถหัวลากไฟฟ้า และรถบรรทุกไฟฟ้าถูกนำมาใช้ขนส่งสินค้าระหว่างศูนย์กระจายสินค้ามายังศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบค้าส่งและศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบค้าปลีก นอกจากนี้ศูนย์จำหน่ายสินค้ายังใช้รถยกชนิดไฟฟ้าภายในทั้งหมด และกระบะรถบรรทุกสินค้าชนิด EV และจักรยานยนต์ไฟฟ้า เพื่อจัดส่งสินค้าเดลิเวรี่ให้กับลูกค้า ทำให้ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และลดค่าใช้จ่ายทางด้านพลังงาน







ผลลัพธ์ ปี 2568:
- ใช้รถไฟฟ้าในการขนส่งสินค้า **201** คัน และรถยกชนิดไฟฟ้า **867** คัน
- ลดการใช้น้ำมัน **119,306,606.23** บาทต่อปี
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **10,011.57** ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี

โครงการ “โลตัส โอเอซิส”

ถูกพัฒนาในแนวคิด “โอเอซิสแห่งความสุขของชุมชน” สร้างพื้นที่สีเขียวเชื่อมโยงกับธรรมชาติ และวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นองค์ประกอบในการออกแบบ เช่น การนำผ้าพิมพ์ลุนตยา ไม้ไผ่ และงานจักสานท้องถิ่น พร้อมการออกแบบให้เป็นอาคารประหยัดพลังงานด้วยการติดตั้งโซลาร์เซล ระบบแสงสว่าง และระบบทำความเย็นที่เน้นประสิทธิภาพ และลดการใช้พลังงาน



ตัวอย่างการพัฒนาสินค้าคาร์บอนต่ำ

การร่วมมือกับคู่ค้าพัฒนาสินค้าคาร์บอนต่ำ

ต่อยอดยุทธศาสตร์ความยั่งยืน สู่ความร่วมมือดำเนินกิจกรรมต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยมีเป้าหมายลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม ร้อยละ 15 จากกิจกรรมภายใต้การดำเนินธุรกิจให้ครอบคลุมถึงบุคลากร ลูกค้า คู่ค้าธุรกิจ ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายตลอดห่วงโซ่อุปทาน ผ่านการสนับสนุนให้คู่ค้าหลักทางธุรกิจ ผู้ให้บริการ และผู้รับเหมาตั้งแต่การผลิต ขนส่ง จัดเก็บ กระจายสินค้า และจัดจำหน่าย ลดการปลดปล่อยคาร์บอน ผ่านกิจกรรมรับมอบรางวัล Supply Chain Sustainability Excellence Award ในสาขา Climate Action Network ภายในงานแม็คโคร โฮเรก้า 2568 โดยคัดเลือกคู่ค้าธุรกิจที่สินค้าได้การรับรองขึ้นทะเบียน "ฉลากลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์" จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) และนำสินค้าที่ได้รับการคัดเลือกมาประชาสัมพันธ์ภายในบูธนิทรรศการของฝ่ายความยั่งยืนของบริษัทฯ รวมถึงการวางจำหน่ายสินค้าในศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบค้าส่ง เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าลดโลกร้อนให้กับผู้บริโภค รวมถึงติดตามยอดขายสินค้าลดโลกร้อน และประเมินผลการดำเนินงานพัฒนาสินค้าคาร์บอนต่ำ ผ่านกระบวนการ ESG Assessment อีกด้วย







ผลลัพธ์ ปี 2568:

- ยอดจำหน่ายสินค้าคาร์บอนต่ำ **9,705,973,068** บาท (เพิ่มขึ้น **94%** จากปีก่อนหน้า)
- เทียบการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **173,677.26** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- สินค้าที่ได้รับการคัดเลือกรวมทั้งสิ้น **120** รายการ (เพิ่มจากปีก่อนหน้า **52** รายการ)
- **27** ราย คู่ค้าที่ได้รับการคัดเลือก (คู่ค้าเพิ่มขึ้น **14** ราย)

ตัวอย่างโครงการ กิจกรรมการมีส่วนร่วมของพนักงาน

รางวัลด้านประสิทธิภาพการใช้พลังงานยอดเยี่ยม

เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทฯ สู่เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จึงส่งเสริม การมีส่วนร่วมของพนักงาน ในกิจกรรมการปรับตัวต่อสภาพภูมิอากาศ ในปี 2567 บริษัทฯ ลงทุนเป็นจำนวน 10 ล้านบาท พัฒนาความตระหนักรู้ และขีดความสามารถที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ นอกจากนี้ ยังส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงาน ผ่านการแข่งขันด้านประสิทธิภาพการประหยัดพลังงานประจำปี เพื่อชิง "รางวัลความเป็นเลิศด้านการประหยัดพลังงาน" (Excellence in Energy Saving Awards) พร้อมเงินรางวัล 30,000 บาท สนับสนุนเป้าหมาย มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) พิธีมอบรางวัลดังกล่าวจัดขึ้นเมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2568 โดยผู้ชนะรางวัลจากสาขาสาทร สระแก้ว และกัลปพฤกษ์ ได้รับเชิญให้เข้าร่วมรับประกาศนียบัตร และรางวัลในระหว่างการประชุมผู้บริหารประจำปี







ผลลัพธ์ ปี 2568:

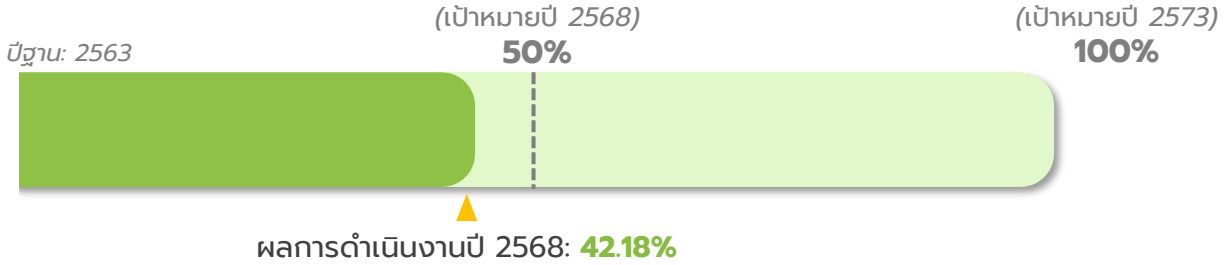
- พนักงาน **25,282** ราย จาก **165** สาขา เข้าร่วมการแข่งขัน
- ประหยัดพลังงาน **21,113.00** เมกะวัตต์ต่อชั่วโมง หรือคิดเป็นมูลค่า **84,451,986.48** บาท

ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมายระยะยาวปี 2573

เป้าหมายการลดขยะ และขยะอาหารไปสู่หลุมฝังกลบเป็นศูนย์

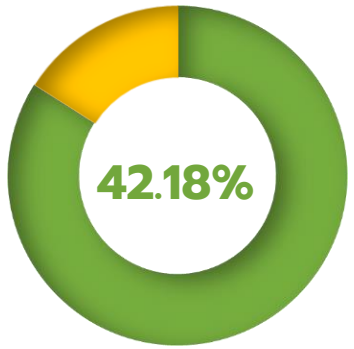


เป้าหมายการใช้บรรจุภัณฑ์ยั่งยืน 100%



เป้าหมายประจำปี 2568

- ขยะอาหาร ไปยังหลุมฝังกลบลดลง 50%



บรรลุเป้าหมายประจำปี 2568

ผลการดำเนินงานปี 2568:

- ลดปริมาณขยะอาหารไปหลุมฝังกลบได้ **42.18%**
  - อาหารส่วนเกิน **236.08** ตัน
  - อาหารสัตว์ **13,091.26** ตัน
  - ทำปุ๋ย **2,683.13** ตัน
- ความเข้มข้นของขยะ **0.04** ตันต่อล้านบาท
- ปริมาณขยะที่นำกลับมาใช้ประโยชน์ทั้งหมด **148,993.02** ตัน
  - ปริมาณขยะนำไปรีไซเคิล/ใช้ซ้ำ **132,977.23** ตัน
  - การแปรรูปเป็นพลังงาน **5.32** ตัน
  - ขยะอาหารที่นำกลับมาใช้ประโยชน์ **16,010.47** ตัน
- การใช้บรรจุภัณฑ์ยั่งยืน **99.95%**

โอกาสและความท้าทาย

โอกาสและความท้าทายในฐานะผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค บริษัทฯ จึงตระหนักและเล็งเห็นถึงความสำคัญของแนวคิดหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) มาประยุกต์ใช้บริหารจัดการการใช้ทรัพยากร รวมถึงของเสียภายในองค์กรให้เกิดคุณค่าสูงสุดตลอดจนการส่งเสริมบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน โดยสามารถย่อยสลายหรือแปรรูปนำกลับมาใช้ใหม่ได้ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมให้ได้มากที่สุด เพื่อบรรลุเป้าหมายความยั่งยืนในปี 2573

นโยบายและแนวทางการดำเนินงาน

บริษัทฯ มุ่งสู่การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจหมุนเวียน และการบริหารจัดการขยะ ซึ่งเป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญสู่การบรรลุเป้าหมายความยั่งยืนในปี 2573 โดยมีการจัดเก็บข้อมูลของเสียจำแนกตามประเภทและวิธีการกำจัดเพื่อหาผลกระทบที่เกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่อุปทาน พร้อมทั้งผนวกหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียนที่ครอบคลุมหลักสำคัญ 3 ประการ เข้ามาปรับใช้กับการดำเนินงานอย่างเหมาะสม ประการแรก ลดการเกิดของและผลกระทบเชิงลบ ประการที่สอง ออกแบบสินค้าและบริการที่เน้นรักษาต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ และประการที่สาม เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและแผนการจัดการขยะของเสีย สามารถศึกษาเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ของบริษัทฯ

การบริหารจัดการ และผลลัพธ์ด้านการจัดการขยะ ปี 2568

เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ขยะไปหลุมฝังกลบเป็นศูนย์ภายในปี 2573 บริษัทดำเนินการ ตรวจสอบขยะรายเดือน (Monthly Waste Audits) เพื่อระบุโอกาสในการปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดการขยะ และรายงานผลต่อทีมบริหารจัดการของเสีย (Waste Management Team) นอกจากนี้ พนักงานและพนักงานระดับผู้จัดการทุกคนจะได้รับ การฝึกอบรมด้านการลดปริมาณขยะ และหัวข้อดังกล่าวจะถูกนำไปประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (KPI) ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมดต้องมีแผนปฏิบัติการเพื่อลดการเกิดของเสีย และต้องรายงานความคืบหน้าให้ผู้บริหารระดับสูงทราบเป็นรายไตรมาส

- ตรวจประเมินพื้นที่เพื่อระบุโอกาส และความเสี่ยงเพื่อลดปริมาณขยะ
- **100%** ของพื้นที่ที่เป็นแหล่งกำเนิดขยะ ได้รับการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล กำหนดแผนปฏิบัติการและติดตามประเมินผลทุกเดือน
- ป้องกันการเกิดของเสีย และมีคณะทำงานจากทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ติดตามผลการดำเนินงานทุกสัปดาห์
- พนักงาน **100%** ได้รับการฝึกอบรมนโยบาย และแนวทางการลดขยะ
- ใช้ประโยชน์จากขยะอาหาร และขยะทั่วไป แทนการนำไปทิ้งในหลุมฝังกลบ
- ลงทุนด้านนวัตกรรม และการค้นคว้าวิจัยเพื่อลดการเกิดขยะ เช่น ระบบลดราคาสินค้าป้ายเหลือง การพัฒนาสูตรอาหารสำหรับสินค้าใกล้หมดอายุนำไปแปรรูปเป็นอาหารพร้อมรับประทาน และจัดจำหน่ายในสาขา ระบบบริหารจัดการของเสียอัตโนมัติ หรืองานวิจัยอาหารหนอนแมลงลายเสือ (ศึกษาร่วมกับมหาวิทยาลัย)
- นำกลับขยะเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลในทุกหน่วยงาน เพื่อลดปริมาณขยะสู่หลุมฝังกลบ
- ปริมาณขยะที่ไม่ได้ไปสู่หลุมฝังกลบได้รับการรับรอง โดยผู้ตรวจประเมินภายนอก
- หลักปฏิบัติ 5Rs เพื่อลดปริมาณขยะ ไปหลุมฝังกลบ



โครงการ ลดขยะไปสู่หลุมฝังกลบเป็นศูนย์

หัวข้อ		รายละเอียด	ผลลัพธ์ ปี 2568:
โครงการป้องกัน/ลดการเกิดขยะ	 Reduce	• ไม่แจกถุงพลาสติกให้กับลูกค้า • ไม่จำหน่ายสินค้าที่มีพลาสติกผสมสารอ๊อกโซ พลาสติกไมโครบีดส์ (Plastic Microbeads) และพลาสติกหุ้มฝาขวดน้ำดื่ม (Cap Seal)	• **100%** ของศูนย์จำหน่ายสินค้า ดำเนินการแล้ว • **100%** ไม่มีสินค้าที่มีพลาสติกผสมสารอ๊อกโซ พลาสติกไมโครบีดส์ (Plastic Microbeads) และพลาสติกหุ้มฝาขวดน้ำดื่ม (Cap Seal)
	 Reuse	• ศูนย์จำหน่ายสินค้า และศูนย์กระจายสินค้า นำสิ่งของกลับมาใช้ซ้ำ เช่น ฟิล์มห่ออาหาร (Plastic wrap) กล่องกระดาษ และพาเลท	• ปริมาณของเสียที่สามารถนำกลับมาใช้ได้ **72,915.62** ตัน • ปริมาณขยะอาหารที่นำกลับไปใช้ประโยชน์ **16,010.47** ตัน
	 Refuse	• นำถาด PET มาใช้บรรจุ เนื้อสัตว์ หรือ ผลไม้ • ใช้วัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ (หยวกกล้วย) บรรจุผักพื้นบ้าน • ใช้ถุงม้วนที่มีความหนามากกว่า 40 ไมครอน (สามารถนำไปรีไซเคิลได้)	• **1,796.45** ตัน ของบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ไม่สามารถรีไซเคิลได้ ถูกเปลี่ยนไปเป็นพลาสติกที่สามารถกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้ จากการนำถาด PET มาทดแทน • **1.20** ตัน สินค้าถาดหยวกกล้วยที่ใช้ทดแทนบรรจุภัณฑ์พลาสติก และมียอดขาย **3,431,430** บาท • **99.95%** เป็นวัสดุรีไซเคิล
ลดขยะที่ถูกส่งไปยังหลุมฝังกลบ	 Recycle	• คัดแยกพลาสติกและวัสดุจากการใช้งานภายในศูนย์กระจายสินค้า และศูนย์จัดจำหน่ายสินค้า (ธุรกิจค้าส่ง **10,337.36** ตัน และ ธุรกิจค้าปลีก **49,625.99** ตัน ส่งไปยังกระบวนการรีไซเคิล และเป็นจุด Drop point เพื่อเก็บกลับรับคืนพลาสติกหลังการบริโภค เข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล รวม **44.52** ตัน	• รวบรวมขยะบรรจุภัณฑ์พลาสติก **60,007.87** ตัน • กระดาษ **58,008.60** ตัน กลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล
	 Renewable	• โครงการ Axtra green together เปิดจุดรับกลับ (Drop point) และตู้รับเพื่อรับพลาสติกอัตโนมัติ (RVM) เพื่อเก็บรวบรวมขวด PET ใช้แล้วจากพนักงาน ลูกค้าและประชาชน ที่ 120 สาขาของแม็คโคร และโลตัส รวบรวมขวด PET จำนวน 42.20 ตันนำกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล เพื่อนำไปแปรรูปเป็นเสื้อบริจาคให้แก่นักเรียนต่อไป นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมการ “ตลาดนัดรีไซเคิล” ให้ลูกค้าและประชาชนสามารถนำวัสดุรีไซเคิลมาขายให้กับผู้รับซื้อฯ ที่แม็คโครและโลตัสรวม 11 สาขา • รวบรวมขวด PET ที่เป็นขยะพลาสติกหลังการบริโภคจากพนักงานและครอบครัวจำนวน 9 สาขา จำนวน 1.99 ตัน ส่งมอบไปยังโรงงานรีไซเคิอล บริษัท อินโดรามา เวนเจอรส์ จำกัด (มหาชน) และแปรรูปเป็นเสื้อกีฬา เพื่อร่วมมอบให้แก่นักเรียน ในจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 200 ตัว และสาขาเพชรบูรณ์ได้ส่งมอบเงินจากการรวบรวมขวด PET อีก 328.66 กิโลกรัม เข้าสู้กระบวนการรีไซเคิล และบริจาคเงินจำนวน 1,976 บาท ให้วัดจากแดง	• **44.52** ตัน บรรจุภัณฑ์พลาสติกถูกนำไปแปรรูปเป็นวัสดุ หรือสินค้าใหม่ • ลงทุนในการพัฒนานวัตกรรมด้านฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์สำหรับการจัดการสินค้าทำลาย (Shrinkage Management) รวมถึงการจัดฝึกอบรมการลดปริมาณขยะให้กับพนักงานครบ 100% กลยุทธ์การลดปริมาณขยะได้รับการนำไปปฏิบัติ และสื่อสารให้พนักงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคนทราบ

ตัวอย่างโครงการการบริหารจัดการขยะ

การดำเนินงาน	ผลลัพธ์ ปี 2568:
	• โครงการ Axtra green together เปิดจุดรับกลับ (Drop point) และตู้รับเพื่อรับพลาสติกอัตโนมัติ (RVM) เพื่อเก็บรวบรวมขวด PET ใช้แล้วจากพนักงาน ลูกค้าและประชาชน ที่ 120 สาขาของแม็คโคร และโลตัส รวบรวมขวด PET จำนวน **42.20** ตันนำกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล เพื่อนำไปแปรรูปเป็นเสื้อบริจาคให้แก่นักเรียนต่อไป นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมการ “ตลาดนัดรีไซเคิล” ให้ลูกค้า และประชาชนสามารถนำวัสดุรีไซเคิลมาขายให้กับผู้รับซื้อฯ ที่แม็คโครและโลตัสรวม 11 สาขา • บรรจุภัณฑ์พลาสติก **60,007.87** ตัน กระดาษ **58,008.60** ตัน ขยะที่เก็บรวบรวมและส่งไปรีไซเคิล
	• **58,008.60** ตัน กระดาษ จากศูนย์กระจายสินค้า และศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบค้าส่ง รวบรวมให้ SCGP นำกลับมาใช้ใหม่ นอกจากนี้ยังช่วยปรับปรุงกระบวนการรวบรวมและนำกลับมาใช้ เพื่อลดการใช้ทรัพยากร
	• **100%** ของชุดพนักงาน ผลิตจากขวดพลาสติก (PET) ที่ผ่านการนำกลับมาใช้ใหม่ (Upcycling) หรือวัสดุรีไซเคิล (PCR) • สาขาเพชรบูรณ์ได้ส่งมอบเงินจากการรวบรวมขวด PET อีก **328.66** กิโลกรัม เข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล และบริจาคเงินจำนวน **1,976** บาท ให้วัดจากแดง

Activities	ผลลัพธ์ ปี 2568:
	• **1.99** ตัน ส่งมอบไปยังโรงงานรีไซเคิล บริษัท อินโดรามา เวนเจอรส์ จำกัด (มหาชน) และแปรรูปเป็นเสื้อกีฬา เพื่อร่วมมอบให้แก่นักเรียน ในจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน **200** ตัว และ
	• โลตัส จับมือกับทรู คอร์ปอเรชั่น ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 เดินหน้า โครงการ “e-Waste ทิ้งถูกที่ ดีต่อใจ” ขยายจุดรับขยะอิเล็กทรอนิกส์ ณ โลตัส **20** สาขาทั่วกรุงเทพฯ และปริมณฑล





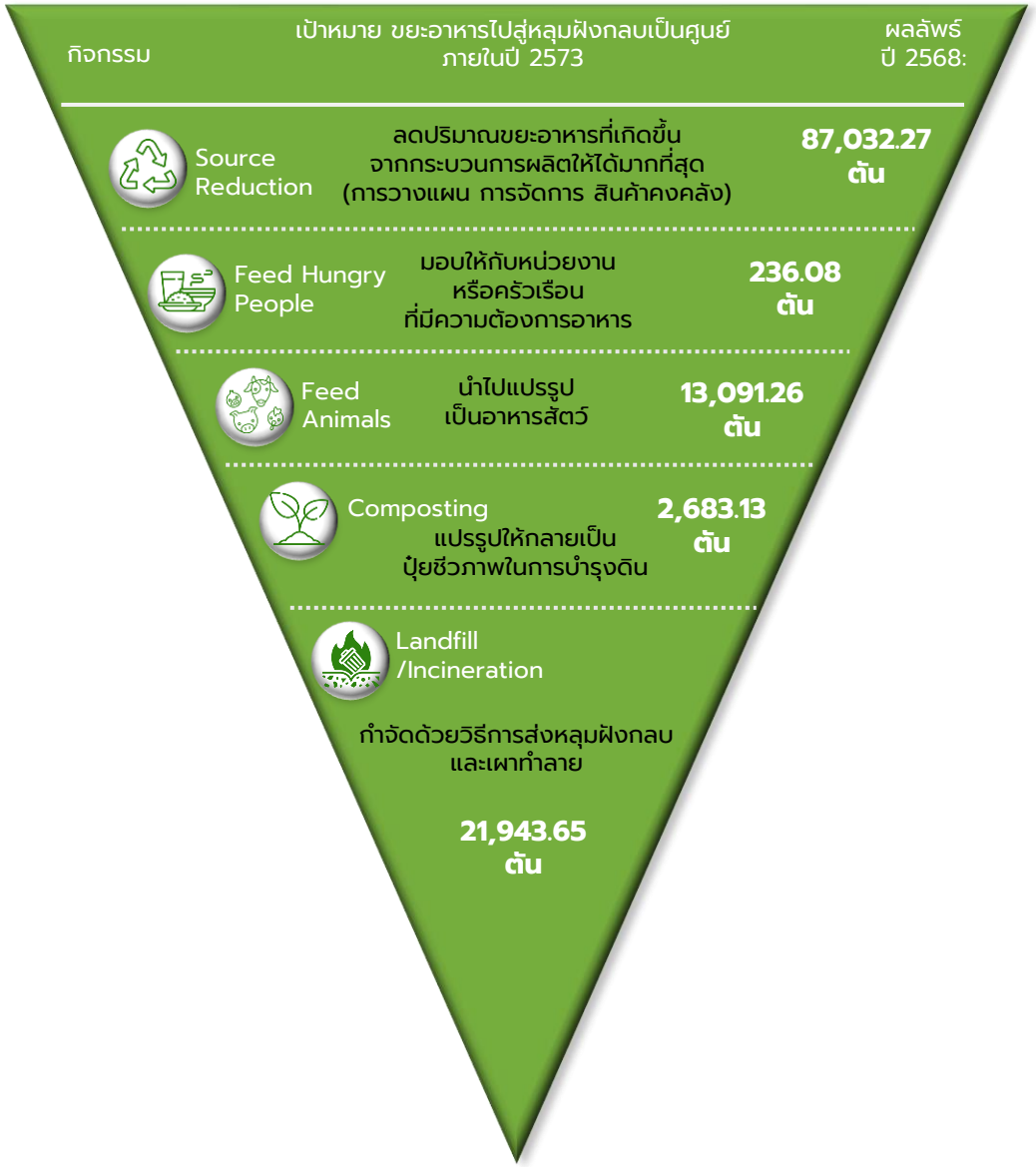


การบริหารจัดการขยะอาหาร

บริษัทฯ มีเป้าหมายลดปริมาณขยะอาหารไปยังหลุมฝังกลบให้เป็นศูนย์ ภายในปี 2573 ภายใต้กรอบการ ทำงานดังต่อไปนี้

1) ตรวจวัดปริมาณ และจำแนกคุณภาพ ด้วยวิธีที่เหมาะสม โดยแยกประเภทชนิดอาหารสูญเสีย-ขยะอาหาร ตามหมวดหมู่ และ/หรือ ตามระยะในวงจรชีวิต หรือตามกระบวนการ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์หากลุ่ม หรือพื้นที่สำคัญที่ต้องปรับปรุงแก้ไข
2) จัดทำแผนงาน และเป้าหมายที่เหมาะสม เพื่อลดปริมาณอาหารสูญเสียและขยะอาหาร โดยพิจารณาประโยชน์ด้าน เศรษฐศาสตร์ สังคม และสิ่งแวดล้อม แทนการทิ้งโดยเปล่าประโยชน์ โดยเริ่มจากการวางแผนสินค้าคงคลังที่เหมาะสม การย้ายไปจำหน่ายในสาขาที่ต้องการสินค้า การนำไปแปรรูป การนำไปใช้กระบวนการอื่น รวมถึงการนำขยะ และขยะอาหารไปใช้ประโยชน์ใหม่ ภายใต้หลักการความปลอดภัยทางอาหาร
3) สื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักเกี่ยวกับอาหารสูญเสีย และขยะอาหาร ให้กับบุคลากร พนักงานชั่วคราว ผู้รับเหมา และคู่ค้าธุรกิจในห่วงโซ่อุปทาน
4) สนับสนุนให้คู่ค้า ผู้ให้บริการ และผู้รับเหมา ทั้งต้นน้ำและปลายน้ำ ตั้งแต่การผลิต ขนส่ง จัดเก็บ กระจายสินค้า และการจัดจำหน่าย ดำเนินโครงการลดการสูญเสีย และขยะอาหารในห่วงโซ่คุณค่า
5) เปิดเผยผลการดำเนินงานโครงการลดขยะอาหาร เทียบกับเป้าหมายที่กำหนดต่อสาธารณะเป็นประจำทุกปี
6) แสวงหาความร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ เช่น ภาครัฐ สถาบันการศึกษา ชุมชน สมาคม และหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาด้านอาหารสูญเสีย หรือขยะอาหาร เช่น The World Business Council for Sustainable Development นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีดำเนินกิจกรรมเพื่อลดปริมาณขยะอาหาร และอาหารสูญเสีย โดยมุ่งเน้นตามลำดับความสำคัญดังนี้
   1) ป้องกันของเสีย: ลดปริมาณขยะอาหารที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตให้ได้มากที่สุด (การวางแผน การจัดการ สินค้าคงคลัง การลดราคา)
   2) บริจาคอาหาร: มอบให้กับหน่วยงาน หรือผู้ที่มีความต้องการอาหาร
   3) อาหารสัตว์: นำไปใช้เลี้ยงสัตว์4) ผลิตปุ๋ย: หมักเป็นปุ๋ยอินทรีย์ หรือน้ำหมักชีวภาพ

โครงการเพื่อลดขยะอาหาร ไปสู่หลุมฝังกลบเป็นศูนย์



ตัวอย่างโครงการการบริหารจัดการขยะ และขยะอาหาร

โครงการ "ไม่เทรวม" ปีที่ 2

นับจากปี 2567 ศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบค้าส่ง และค้าปลีก ขยายการดำเนินงานโครงการ แยกขยะเท่ากับลดขยะ โดยร่วมมือกับกรุงเทพมหานคร ลงนามในสัญญา (MOU) เข้าร่วมโครงการ "ไม่เทรวม" เป็นโครงการแยกขยะอาหารและขยะทั่วไป สำหรับเศษอาหารจะถูกนำไปหมักเป็นปุ๋ยนำไปใช้ประโยชน์ในสวนสาธารณะในกรุงเทพฯ





ผลลัพธ์ ปี 2568:

- ลดปริมาณขยะอาหารได้ **16,010.46** ตัน (ธุรกิจค้าส่ง 12,098.09 ตัน, ธุรกิจค้าปลีก 3,912.37 ตัน)

โครงการ "ส่งมอบขยะอาหารให้กับสวนสัตว์" ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 และ โครงการ "ขยะอาหารนำไปเป็นอาหารหนอนแมลงลายเสือ"

ศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบค้าส่ง และค้าปลีกเดินหน้าบริจาคเศษอาหารให้อาหารสัตว์ในสวนสัตว์และอุทยานแห่งชาติ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 ร่วมลงนาม (MOU) กับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่า และพันธุ์พืช องค์การสวนสัตว์แห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ และองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ โดยบริษัทฯ ให้การสนับสนุนศูนย์อนุรักษ์และคุ้มครองสัตว์ป่ามากกว่า **18** แห่ง นอกจากนี้ศูนย์จำหน่ายสินค้าในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร่วมกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น ส่งต่ออาหารส่วนเกินให้กับเกษตรกรในเครือข่ายมหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อนำไปใช้เป็นวัตถุดิบเพาะเลี้ยงแมลงโปรตีน (Black Soldier Flies : BSF) ซึ่งเป็นแมลงที่ปลอดภัยต่อพืชและชุมชน นอกจากนี้ แม็คโครสาขามหาชัย และเพชรบุรี ยังร่วมกับวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีเพชรบุรี ในการศึกษาวิจัยเรื่องขยะอาหารจากสาขาสำหรับเพาะเลี้ยงแมลงโปรตีน เพื่อหาสูตรเศษอาหาร ผลผลิต และโภชนาการที่เหมาะสมจาก BSF







ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **13,091.26** ตัน ส่งมอบอาหารสัตว์ และนำไปเป็นอาหารเพาะเลี้ยงหนอนแมลงลายเสือ (ธุรกิจค้าส่ง 11,675.14 ตัน ธุรกิจค้าปลีก 1,416.11 ตัน)

ตัวอย่างโครงการการบริหารจัดการขยะ และขยะอาหาร

โครงการบริจาคอาหารให้กับผู้ที่มีความต้องการ ภายใต้โครงการ “กินได้ไม่ทิ้งกัน”

เพื่อลดปริมาณอาหารส่วนเกินจากศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบค้าปลีก จึงส่งมอบอาหารให้กับชุมชนบริเวณใกล้เคียงศูนย์จำหน่ายสินค้าโลตัส (รูปแบบหลัก) ทั่วประเทศ ผ่านมูลนิธิ เช่น มูลนิธิ SOS มูลนิธิ VV Share และสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของอนุษย์จังหวัด นอกจากนี้ ยังได้มอบอาหารที่จำหน่ายไม่หมด ให้แก่นักศึกษาราชภัฏเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยแขนแก่น เพื่อช่วยลดค่าครองชีพ





ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **236.08** ตัน บริจาคอาหารให้กับผู้ที่มีความต้องการ (สาขามาเลเซีย) โครงการกินได้ไม่ทิ้งกัน **132.84** ตัน (สาขาในไทย) รวม **368.92** ตัน

โครงการ “น้ำหมักชีวภาพจากขยะอาหาร”

เป็นโครงการลดอาหารสู่หลุมฝังกลบ โดยการนำขยะอาหารไปหมัก เช่น ผลไม้รสเปรี้ยว และสับปะรด ผสมในน้ำหมักชีวภาพ (EM) สามารถใช้กำจัดกลิ่นและไขมันและน้ำมันที่ย่อยสลายได้แบบไร้สารเคมีในท่อระบายน้ำและพื้นของศูนย์จำหน่ายสินค้าได้ ปัจจุบันแม็คโคร ที่เข้าร่วมโครงการแล้วกว่า 116 สาขา นอกจากนี้ยังบริจาคเศษอาหารเพื่อเป็นเป็นปุ๋ยหมักแก่ชุมชนรอบข้าง







ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **2,683.13** ตัน บริจาคเศษอาหารเพื่อทำเป็นปุ๋ยหมัก มอบให้แก่ชุมชน (ธุรกิจค้าส่ง 422.95 ตัน ธุรกิจค้าปลีก 2,260.18 ตัน)
- **0.39** ตัน ขยะอาหารนำไปทำเป็นน้ำหมักชีวภาพ

การกำจัดขยะ (ไม่รวมขยะอาหาร)

การกำจัดขยะ (ไม่รวมขยะอาหาร)	หน่วย	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	เป้าหมาย ปี 2568
ปริมาณขยะ นำไปรีไซเคิล/ใช้ซ้ำ	เมตริกตัน	103,546.24	129,914.14	116,124.71	132,977.23	
ของเสียทั้งหมดที่ถูกกำจัด	เมตริกตัน	46,873.68	21,349.91	28,973.80	11,190.57	15,000
- การฝังกลบ	เมตริกตัน	45,412.79	21,348.83	28,971.83	11,179.86	
- การแปรรูปเป็นพลังงาน	เมตริกตัน	1,454.10	0.00	0.95	5.32	
- การเผาทำลาย (ไม่ได้พลังงาน)	เมตริกตัน	6.79	1.08	1.02	5.40	
- การกำจัดในรูปแบบอื่นๆ	เมตริกตัน	0	0	0	0	
- ไม่ทราบวิธีการกำจัด	เมตริกตัน	0	0	0	0	
ความครอบคลุมของข้อมูล (as % of denominator)	% การดำเนินธุรกิจ	100	100	100	100	

อาหารสูญเสีย และผลกระทบจากขยะอาหาร

การกำจัดขยะอาหาร	หน่วย	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	เป้าหมาย ปี 2568
ปริมาณอาหารสูญเสียและขยะอาหาร	เมตริกตัน	32,917.72	42,065.24	42,447.87	37,954.12	40,000
ปริมาณอาหารสูญเสียและขยะอาหาร ที่นำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น	เมตริกตัน	2,229.66	3,940.04	6,032.92	16,010.47	20,000
ปริมาณอาหารสูญเสียและขยะอาหารที่กำจัด	เมตริกตัน	30,688.06	38,125.20	36,414.96	21,943.65	20,000
ความครอบคลุมของข้อมูล	% การดำเนินธุรกิจ	100	100	100	100	

บรรจุภัณฑ์ยั่งยืน

บริษัทฯ ส่งเสริมบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนให้กับประชาชนและการใช้ประโยชน์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน เริ่มจากหยุดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์โฟมแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง ควบคู่ไปกับร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ทางเลือกที่ดีสำหรับธุรกิจขนส่งอาหาร ราคาที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทฯ มีแนวทางการดำเนินการเพื่อบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนตามโปรแกรมดังต่อไปนี้

- โครงการเพิ่มการใช้บรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ซ้ำได้
- โครงการเพิ่มการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้
- โครงการเลิกใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว
- โครงการเพิ่มการใช้วัสดุที่มีส่วนผสมของวัสดุรีไซเคิล
- โครงการเพื่อสร้างความมั่นใจว่าบรรจุภัณฑ์ที่รีไซเคิลได้ถูกนำไปรีไซเคิลอย่างแท้จริง
- โครงการวิจัยและพัฒนาสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน และบรรจุภัณฑ์ทางเลือก

เป้าหมายการใช้บรรจุภัณฑ์ยั่งยืน 100%



ปีฐาน: 2563

ผลการดำเนินงานปี 2568: **99.95%**

ผลลัพธ์ปี 2568: นำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ซ้ำ เช่น ฟิล์มพันพาเลท กล่องกระดาษจากสาขาและศูนย์กระจายสินค้า รวม **72,915.62** ตัน

กลยุทธ์ในการสร้างความมั่นใจว่า บรรจุภัณฑ์ที่รีไซเคิลได้ จะถูกนำไปรีไซเคิลจริง	
ออกแบบ	• **ข้อกำหนดทางกายภาพ** บรรจุภัณฑ์สามารถนำกลับมารีไซเคิลได้ เช่น ข้อกำหนดด้านสี การใช้ถุงพลาสติกที่มีความหนาไม่น้อยกว่า 40 ไมครอน (สามารถนำกลับมารีไซเคิลได้) • **ข้อกำหนดด้านเคมี 100%** ไม่มีสินค้าที่มีพลาสติกผสมสารอ๊อกโซ พลาสติกไมโครบีดส์ สารเคมีอันตาย โลหะหนัก และ อื่น ๆ
ขยะหลังการบริโภค	• Drop point เพื่อเก็บกลับรับคืนพลาสติกหลังการบริโภคจากพนักงาน ลูกค้า และชุมชน เข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล รวม **44.52** ตัน
ความร่วมมือกับโรงงานรีไซเคิล	• รวบรวม และคัดแยกพลาสติกและวัสดุจากการใช้งานภายในศูนย์กระจายสินค้า และศูนย์จัดจำหน่ายสินค้า **60,007.87** ตัน ส่งไปยังกระบวนการรีไซเคิล
สินค้าใหม่	• รับซื้อกลับมาเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของพลาสติกรีไซเคิล และจำหน่ายในสาขา **4,315** ตัน (เพิ่มขึ้น 61% จากปีก่อน)

ตัวอย่าง โครงการเพิ่มการใช้บรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ซ้ำได้

โครงการ “Shelf Ready Display”

บรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่ สินค้าจะถูกบรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์ชนิดต่างๆ ห่อหุ้มด้วยฟิล์มหด ก่อนบรรจุใส่ลังเพื่อขนส่งมายังผู้จำหน่าย ซึ่งผู้จำหน่ายต้องแกะสินค้าออกมาเพื่อวางจำหน่ายต่อ ทำให้เกิดขยะจำนวนมาก เพื่อเป็นการลดขยะจากต้นทาง ส่งเสริมการนำกลับมาใช้ซ้ำ สามารถรีไซเคิลได้

ในปี 2567 ซีพี แอ็กซ์ตร้า จึงเริ่มส่งเสริมให้คู่ค้าปรับเปลี่ยนมาใช้บรรจุภัณฑ์พร้อมชั้นวาง (Shelf Ready Display)* ซึ่งนอกเหนือจากประโยชน์ด้านสิ่งแวดล้อมแล้ว บรรจุภัณฑ์พร้อมชั้นวาง ยังมีจุดเด่นอยู่ที่ ความสะดวกและง่ายในการจัดเรียงและยกเติมสินค้า สามารถเปิดใช้งานได้ทันที สินค้าอยู่ในรูปแบบสำเร็จพร้อมจำหน่าย สินค้าดูโดดเด่นสวยงาม ลูกค้าหยิบสินค้าได้ง่ายขึ้น





*ดูคลิปเพิ่มเติม ได้ที่
https://youtu.be/Dl-HQzrIZsM?si=h5SvTNn-fxxVLBm1

โครงการนวัตกรรม “บรรจุภัณฑ์ยั่งยืน ด้วยหยวกกล้วย”

สร้างประโยชน์เชิงปริมาณต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการนำถาดบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากหยวกกล้วยมาใช้ทดแทนบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง สามารถลดการทิ้งขยะพลาสติก และช่วยเกษตรกรให้มีรายได้เพิ่มขึ้น









ผลลัพธ์ ปี 2568:

- สินค้าถาดหยวกกล้วยที่ใช้ทดแทนบรรจุภัณฑ์พลาสติกได้ **1.20 ตัน** และมียอดขาย **3,431,430** บาท

ตัวอย่างโครงการเพิ่มการใช้วัสดุที่มีส่วนผสมของวัสดุรีไซเคิล

โครงการ “ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของเม็ดพลาสติกรีไซเคิล”

บริษัทฯ รวบรวม พลาสติกจากสาขา และสำนักงาน เข้าสู่กระบวนการ รีไซเคิล (Recycling) และอัพไซเคิล (Upcycling) เพื่อผลิตเป็นสินค้าใหม่ เช่น ถุงขยะที่มีส่วนผสมของวัสดุรีไซเคิล แล้วนำกลับมาจำหน่ายในร้านค้า



ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **4,315** ตัน (เพิ่มขึ้น 61% จากปีก่อน) ของขยะพลาสติกจากศูนย์จำหน่ายสินค้าถูกนำไปเป็นส่วนผสมของถุงขยะพลาสติก (ถุงขยะ rPE) และนำกลับมาจัดจำหน่ายใหม่ ยอดขายกว่า **213,459,850** บาท

โครงการ "การปรับเปลี่ยนสู่บรรจุภัณฑ์ยั่งยืน ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน”

ปรับเปลี่ยนสู่บรรจุภัณฑ์ยั่งยืน ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน กับพันธมิตรคู่ค้าชั้นนำ ร่วมกันเดินหน้าเปลี่ยนผ่านสู่การใช้ ‘บรรจุภัณฑ์ยั่งยืน’ โดยใช้วัสดุที่สามารถรีไซเคิล ย่อยสลาย นำกลับมาใช้ใหม่ได้ หรือมีส่วนผสมของวัสดุรีไซเคิล รวมถึงปรับเปลี่ยนป้ายจัดรายการกระตุ้นยอดขายสินค้าของคู่ค้าที่เป็นพลาสติก ให้เป็นกระดาษ หรือวัสดุที่ย่อยสลายได้ เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกสู่ความยั่งยืนในอุตสาหกรรมค้าส่งและค้าปลีกของไทย



บรรจุภัณฑ์ผลิตจาก rPET

บรรจุภัณฑ์ผลิตจาก กระดาษ

ผลลัพธ์ ปี 2568:

- ยอดขาย **825,829,724** บาท เพิ่มขึ้น **46.91%** จากปีก่อนหน้า

ตัวอย่าง โครงการวิจัยและพัฒนาสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน และบรรจุภัณฑ์ทางเลือก

"Sustainable Packaging Product" Project

บริษัทฯ มีเป้าหมายหยุดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์โฟมแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง ซึ่งดำเนินการครั้งแรกในปี 2562 อย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการจัดสัมนาให้ความรู้และจัดกิจกรรมรณรงค์แก่ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้บริโภคทั่วไป ด้วยการร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจทำให้มีรูปแบบของผลิตภัณฑ์รักษ์โลกที่หลากหลายกว่า 530 รายการ และราคาที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ทำให้ได้ชื่อว่าเป็นศูนย์รวมบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย ปลุกกระแสบรรจุภัณฑ์ยั่งยืน





บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้









ผลลัพธ์ ปี 2568:

- ยอดขายบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ **6,067.56** ตัน (**16.18%**) คิดเป็น **64,492,812.98** บาท
- สร้างรายได้ **470,689,817.77** บาท

ตัวอย่าง โครงการเลิกใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว

“เปลี่ยน (การใช้) แผ่นพลาสติก PP แบบใช้ครั้งเดียว สู่วัสดุที่ผลิตจากกระดาษ”

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือร่วมกับพันธมิตรคู่ค้าสำคัญทั้ง 4 องค์กร ร่วมกันเดินหน้าเปลี่ยนผ่านสู่การใช้ ‘บรรจุภัณฑ์ยั่งยืน’ โดยใช้วัสดุที่สามารถรีไซเคิล (Recyclable) ย่อยสลาย (Biodegradable) นำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Recycled material) หรือ
มีส่วนผสมของวัสดุรีไซเคิล (Recycled Content) สร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกสู่ความยั่งยืนในอุตสาหกรรมค้าส่งและค้าปลีกของไทย











วัสดุบรรจุภัณฑ์

วัสดุบรรจุภัณฑ์-	ความครอบคลุม (% ของสินค้าที่ขาย)	ปี 2568 น้ำหนักรวม (เมตริกตัน)	วัสดุรีไซเคิลและ/หรือได้รับการรับรอง (% ของน้ำหนักรวม)	เป้าหมาย ปี 2568 (% ของน้ำหนักรวม)	มาตรฐานวัสดุที่ได้รับการรับรอง
บรรจุภัณฑ์ไม้/เส้นใยกระดาษ	99.98	91,343.63	99.98	100	1% มาตรฐาน : FCS
บรรจุภัณฑ์โลหะ (เช่น อลูมิเนียมหรือเหล็ก)	100	356.48	100	100	n/a
บรรจุภัณฑ์แก้ว	100	261.78	100	100	n/a

บรรจุภัณฑ์ที่เป็นพลาสติก

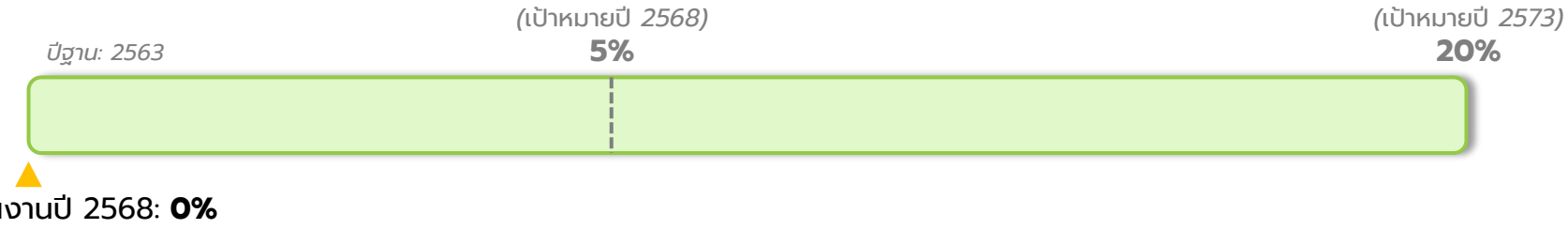
บรรจุภัณฑ์พลาสติก	หน่วย	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	เป้าหมายปี 2568
น้ำหนักรวมของบรรจุภัณฑ์พลาสติกทั้งหมด	ตัน	12,202.81	16,713.11	18,532.25	18,098.40	18,460.65	13,772.82	18,000
ร้อยละของบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่รีไซเคิลได้	%	0	0	0	97	99	99.95	100
ร้อยละของบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ย่อยสลายได้	%	0	0	0	24.33	25.69	26.69	26.00
ร้อยละของบรรจุภัณฑ์พลาสติกของบริษัทฯ ที่มีส่วนผสมของวัสดุรีไซเคิล	%	0	0	0	13.26	18.87	15.66	10.00
ความครอบคลุมของข้อมูล	(% สินค้าที่ขาย)	83	83	83	83	93	100	

การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

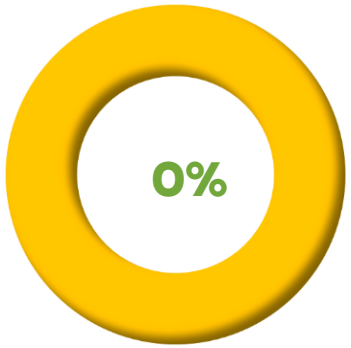
เป้าหมายระยะยาวปี 2573

ความเข้มข้นของน้ำใช้ต่อหน่วยรายได้ลดลง 20% เมื่อเทียบกับปีฐาน 2563



เป้าหมายประจำปี 2568

- ความเข้มข้นของน้ำใช้ ต่อหน่วยรายได้ลดลงอย่างน้อย 5% เมื่อเทียบกับปีฐาน



บรรลุเป้าหมายประจำปี 2568

ผลการดำเนินงานปี 2568:

- ความเข้มข้นของน้ำใช้ ต่อหน่วยรายได้ **11.01** ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท
- ปริมาณการใช้น้ำสุทธิ **5,732,300.35** ลูกบาศก์เมตร
- 72 สาขา และ 1 ศูนย์กระจายสินค้า นำน้ำทิ้งกลับมาใช้ใหม่
- **7,505,240.63** ลูกบาศก์เมตร ปริมาณน้ำที่ดึงมาใช้ จากพื้นที่ขาดแคลนน้ำ ลดลง **15.02%** เทียบกับปีที่ผ่านมา

โอกาสและความท้าทาย

ปัจจุบันปัญหาน้ำท่วมและน้ำแล้งนั้นนับวันยิ่งทวีความรุนแรง และยาวนานขึ้นทุกปี ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ บริษัทฯ จึงตระหนักและให้ความสำคัญต่อการจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพตลอดวัฏจักร (Water Life Cycle) เพื่อรักษาสมดุลการเติบโตทางธุรกิจโดยไม่เบียดเบียนทรัพยากรธรรมชาติ สังคมและชุมชน

นโยบายและแนวทางการดำเนินงาน

บริษัทฯ มุ่งเน้นลดการดึงน้ำมาใช้ โดยเฉพาะในพื้นที่เสี่ยงต่อสภาวะการขาดแคลนน้ำและจัดการน้ำทิ้งให้เกิดประโยชน์สูงสุดพร้อมด้วยสร้างจิตสำนึกถึงคุณค่าน้ำโดยบริหารจัดการผ่าน 3 แนวทาง อันประกอบด้วย การประเมินความเสี่ยง (Water Risk Assessment) การสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Creating Awareness) และการลดปริมาณน้ำทิ้งที่เกิดจากการดำเนินงาน (Waste Water Management) นอกจากนี้ยังได้ประกาศนโยบายให้แก่พนักงานทุกคน เพื่อสร้างความตระหนักเกี่ยวกับการบริหารจัดการน้ำ

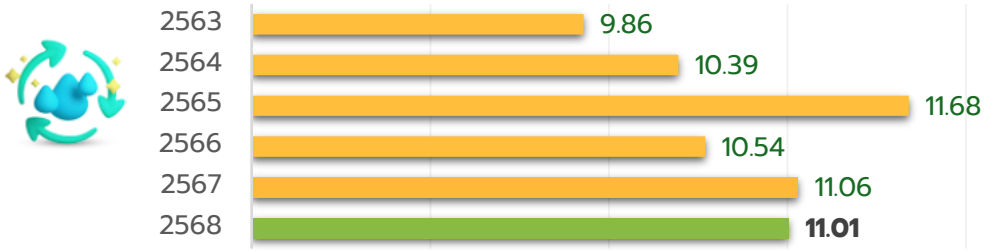
โครงการจัดการประสิทธิภาพการใช้น้ำและผลลัพธ์ปี 2568

เป้าหมายระยะยาว: ลดความเข้มข้นของน้ำลง 20% หรือลดปริมาณน้ำลง 2% เมื่อเทียบกับปีฐาน 2563
เป้าหมายปี 2568: ลดความเข้มข้นของน้ำลงอย่างน้อย 5% หรือ **5,500,000** ลูกบาศก์เมตร เมื่อเทียบกับปีฐาน

กลยุทธ์/มาตรการด้านการบริหารจัดการน้ำ	ผลลัพธ์ ปี 2568:
การประเมินความเสี่ยงด้านทรัพยากรน้ำ	• ทุกพื้นที่การดำเนินงานของบริษัทฯ และคู่ค้า ได้รับการประเมินพื้นที่ขาดแคลนน้ำเป็นประจำทุกปี โดยประยุกต์ใช้เครื่องมือ Aqueduct Water Risk Atlas มาใช้ดำเนินการสำรวจ และใช้วางแผนการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านทรัพยากรน้ำตลอดห่วงโซ่อุปทาน • 100% ของพื้นที่ที่ดำเนินธุรกิจ ได้รับการประเมินการใช้น้ำรายเดือน เพื่อระบุโอกาสในการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้น้ำ
การประหยัดและอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ	• 100% ของพื้นที่ที่ดำเนินธุรกิจ ติดตั้งอุปกรณ์ประหยัดน้ำ เช่น ก๊อกประหยัดน้ำ สุขภัณฑ์ อ่างล้างหน้า ฯลฯ • โครงการอนุรักษ์น้ำ เช่น **โครงการรักษ์น้ำ รักษ์อนาคต** และ **โครงการกักเก็บน้ำฝน** • โครงการลดการดึงน้ำจากพื้นที่มีความเสี่ยงต่อสภาวะขาดแคลนน้ำ ได้แก่ **โครงการธนาคารน้ำใต้ดินในพื้นที่ขาดแคลนน้ำ**
การดำเนินการเพื่อปรับปรุงคุณภาพน้ำ	• 100% ของพื้นที่ มีโรงบำบัดน้ำเสียแบบเติมอากาศ พร้อมการบำรุงรักษาและตรวจสอบเป็นประจำ • 100% ของพื้นที่ ดำเนินการเก็บตัวอย่างน้ำเสียแบบจ้วง (grab sampling) และส่งวิเคราะห์ห้องปฏิบัติการ เพื่อให้มั่นใจว่าเป็นไปตามมาตรฐานน้ำทิ้งภายในประเทศ และผลวิเคราะห์ค่า BOD ของน้ำทิ้งต่ำกว่า 20 มก./ล.
การประยุกต์ใช้การรีไซเคิลน้ำ	• น้ำเสียจากโรงบำบัดน้ำเสีย ถูกเก็บรวบรวมและนำกลับมาใช้ใหม่ เช่น การทำความสะอาดพื้นภายนอก รดน้ำต้นไม้ในพื้นที่สีเขียว ในศูนย์จำหน่ายสินค้า และศูนย์กระจายสินค้า 75 แห่ง
การสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	• สื่อสารนโยบายและเป้าหมาย ให้แก่พนักงานทุกคน และสื่อสารผ่านสื่อของบริษัทฯ รวมถึงภาพและสติ๊กเกอร์เพื่อสร้างความตระหนักถึงคุณค่า ของทรัพยากรน้ำให้แก่พนักงาน ลูกค้า และ ประชาชนทั่วไป • การใช้น้ำเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานและผู้จัดการ (KPI) • สื่อสาร และฝึกอบรมให้กับคู่ค้าในพื้นที่ขาดแคลนน้ำ ควบคู่กับการส่งเสริมให้คู่ค้าจัดทำโครงการลดการใช้น้ำ เช่น **โครงการ "เพื่อชีวิตที่ดีขึ้นของเกษตรกรบนที่ราบสูง"** และ**โครงการ "ข้าวคาร์บอนต่ำ"** • พนักงาน **100%** ได้รับการฝึกอบรมเรื่องการประหยัดน้ำผ่านระบบ e-learning และการลดการใช้น้ำ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการปฏิบัติงาน (KPI) ของพนักงานและผู้จัดการ

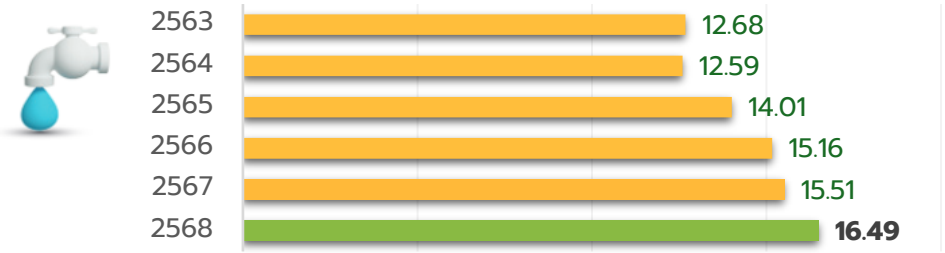
ความเข้มข้นของน้ำ

(หน่วย ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท)



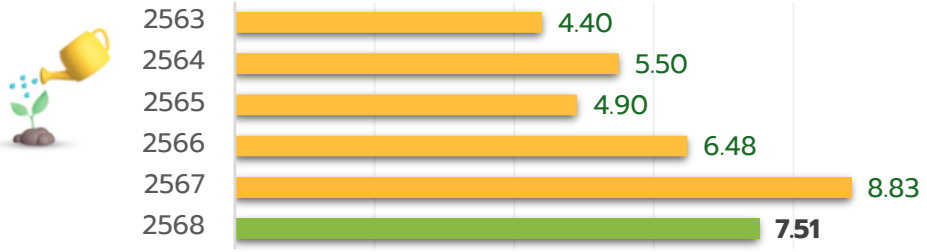
ปริมาณการใช้น้ำ

(หน่วย ล้านลูกบาศก์เมตร)



ปริมาณน้ำที่ดึงมาใช้จากพื้นที่ขาดแคลนน้ำ

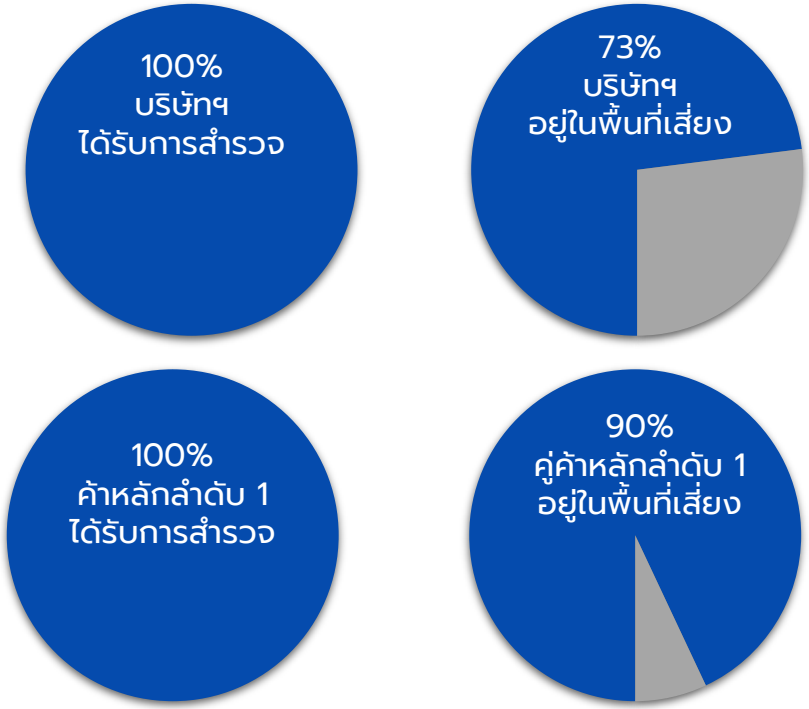
(หน่วย ล้านลูกบาศก์เมตร)

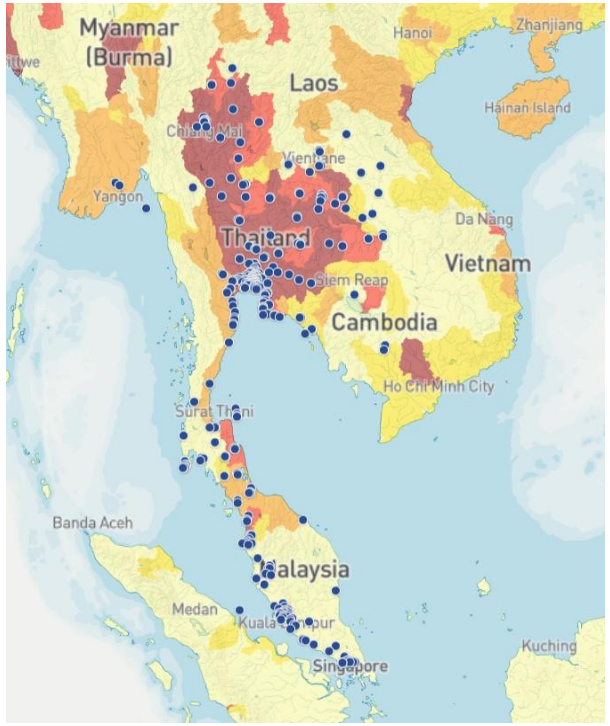


ผลการประเมินความเสี่ยงในพื้นที่ขาดแคลนน้ำ

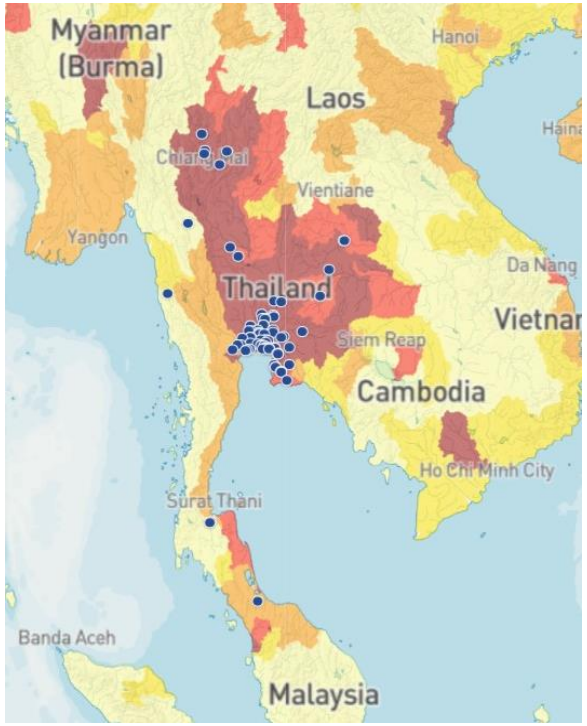
ผลการประเมินความเสี่ยงต่อสภาวะขาดแคลน
กำหนดเป้าหมายประจำปีที่ต้องการประเมินพื้นที่การดำเนินงานของบริษัทฯ และคู่ค้าหลักลำดับ 1 ให้ครบถ้วน ผลการดำเนินได้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนี้

- 100% พื้นที่การดำเนินงานของบริษัทฯ และคู่ค้าหลักลำดับ 1 ทุกราย ได้รับการประเมินพื้นที่ขาดแคลนน้ำเป็นประจำทุกปี โดยประยุกต์ใช้เครื่องมือ ***WRI's Aqueduct Global Water tool*** มาใช้ดำเนินการสำรวจ โดยได้ดำเนินการแล้วเสร็จ **100%** ของศูนย์จัดจำหน่ายสินค้า และศูนย์กระจายสินค้าทุกสาขา กลุ่มคู่ค้าหลักลำดับ 1 บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้
- ผลจากการสำรวจผลว่า หน่วยธุรกิจของบริษัท **73%** เท่ากันกับปีก่อน และของคู่ค้า **90%** ลดลงจากปีก่อน 3% อยู่ในพื้นที่ที่เสี่ยงต่อสภาวะขาดแคลนน้ำ ดูภาพแผนที่ประกอบ

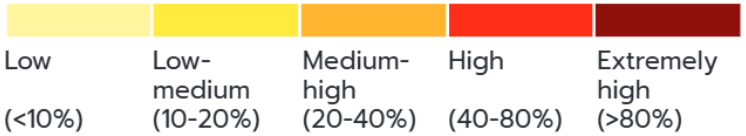




บริษัทฯ



คู่ค้าหลักลำดับ 1



ผลการสำรวจและมาตรการบรรเทาความเสี่ยงต่อสภาวะขาดแคลนน้ำตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้สำรวจ 100% ของสินค้าเกษตรที่มาจากพื้นที่ที่มีความเสี่ยงต่อสภาวะขาดแคลนน้ำ โดยทุกหมวดมีตัวเลขสูงขึ้นกว่าปีก่อน อันเป็นผลกระทบจากสภาวะอากาศของประเทศไทย ซึ่งผลสำรวจ 53-98% ของสินค้าเกษตรที่มาจากพื้นที่ที่มีความเสี่ยงต่อสภาวะขาดแคลนน้ำ โดยมีผลการสำรวจแต่ละหมวดหมู่ ดังนี้

% ของสินค้าเกษตรที่มีแหล่งที่มาจากพื้นที่ที่มีสภาวะขาดแคลนน้ำ		
หมวดหมู่	จากยอดซื้อ	จากตำแหน่งที่ตั้งของคู่ค้า
ผลิตภัณฑ์จากวัว	99%	52/61 (85%)
ข้าวโพด	77%	216/293 (74%)
น้ำมันปาล์ม	99%	8/9 (89%)
ข้าว	75%	57/95 (60%)
ถั่วเหลือง	52%	35/53 (66%)
น้ำตาล	94%	19/26 (73%)
ยาสูบ	99.7%	73/83 (88%)
ฝ้าย	66%	78/139 (57%)
มันสำปะหลัง	96%	35/40 (87.5%)
กาแฟ	99.7%	78/83 (94%)
โกโก้	100%	21/21 (100%)
% ยอดซื้อสินค้าในปี 2568	27%	-

ประเภทของความเสี่ยงต่อการบริหารจัดการน้ำของคู่หลักลำดับ 1	มาตรการ
81% มีความเสี่ยงด้านปริมาณและคุณภาพน้ำ	ที่มุ่งเน้นการให้ความรู้ และส่งเสริมเกษตรกรในภาคเหนือ และตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นพื้นที่ประสบปัญหาน้ำแล้งเรื้อรัง นำไปสู่การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร และป้องกันการสูญเสียอาหาร (Food loss) บริษัทฯ ร่วมกับกรมส่งเสริมการเกษตรและมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ส่งเสริมให้เกษตรกรหันมาทำวิถีเกษตรอินทรีย์ เพื่อชีวิตที่ดีขึ้น เช่น ใช้ระบบหยดน้ำ หยุดใช้ยาฆ่าแมลง และปรับเปลี่ยนสู่การทำเกษตรอินทรีย์ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้ความรู้แก่เกษตรกร โดยแนะนำชนิดของผักผลไม้ที่ใช้น้ำน้อย และมีความต้องการสูงจากผู้บริโภค เพื่อป้องกันการสูญเสียอาหาร และรับซื้อผลิตผลจากเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ เพื่อไปจัดจำหน่ายที่สาขาทั่วประเทศ
18% มีความเสี่ยงด้านกฎหมาย และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างราคา โดยปัญหาที่พบ คือ คู่ค้าขาดความรู้ความเข้าใจด้านกฎหมาย และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรน้ำและสิ่งแวดล้อม	จัดการประชุมคู่ค้าประจำปี ภายใต้โครงการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบในด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีเนื้อหาการเสวนา เรื่องบทบาทของคู่ค้าในการเตรียมความพร้อมมาตรการด้านน้ำ และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้คู่ค้าทราบถึงกฎหมายด้านน้ำและสิ่งแวดล้อมที่กำลังมีผลกระทบ และแนวทางการรับมือต่อความเปลี่ยนแปลงด้านกฎหมาย ตลอดจนข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ ต่อคู่ค้า โดยในปี 2568 มีคู่ค้า 1,110 ราย หรือคิดเป็น 100% ที่ได้รับการพัฒนาจากโครงการดังกล่าว
1% มีความเสี่ยงด้านละเมิดและข้อพิพาทด้านการบริหารจัดการน้ำ ซึ่งผลการสำรวจพบว่าคู่ค้ากลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตข้าว เป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงสุด	จัดฝึกอบรมคู่ค้าจากกลุ่มผู้ผลิตข้าว จัดทำเป็นโครงการต้นแบบการผลิตข้าว ที่มีการจัดการน้ำ และดินอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การทำนาเปียกสลับแห้ง การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ การจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดการฟางข้าวอย่างถูกวิธี (ไม่เผาฟางข้าว) เพื่อลดความเสี่ยงด้านการละเมิด และข้อพิพาทด้านการบริหารจัดการน้ำ และสิ่งแวดล้อมกับชุมชน และในปีนี้ มีสินค้าข้าวตราฉัตรที่ได้รับการรับรองเป็น "ข้าวคาร์บอนต่ำ" มาจัดจำหน่าย

ตัวอย่างโครงการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ

มาตรการลดความเสี่ยงต่อสภาวะขาดแคลนน้ำ ผ่านการมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กร

โครงการ “รักษ์น้ำรักอนาคต”

สานต่อโครงการ “รักษ์น้ำรักอนาคต” ตั้งแต่ปี 2561 เพื่อลดการใช้ทรัพยากรน้ำ โดยนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับมาใช้ใหม่ในพื้นที่สีเขียว และทำความสะอาดอาคารทิ้งขยะ โครงการนี้สามารถลดปริมาณน้ำที่ใช้ และหมุนเวียนน้ำเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของทรัพยากร และลดต้นทุนการดำเนินงาน



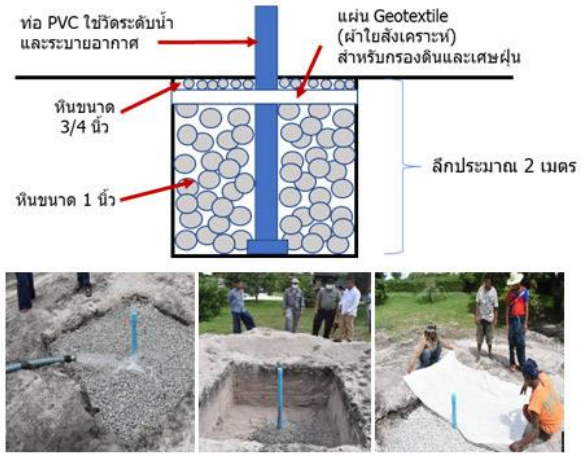


ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **72** สาขา และ 1 ศูนย์กระจายสินค้า มีระบบนำน้ำทิ้งที่ผ่านกระบวนการบำบัดกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่
- **2** สาขา ติดตั้งถังกักเก็บน้ำฝนมาใช้รดน้ำต้นไม้ และทำความสะอาดถนน
- **3** สาขา ดำเนินโครงการธนาคารน้ำใต้ดิน เพื่อคืนน้ำใช้ที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับสู่สิ่งแวดล้อม เพื่อเพิ่มความชุ่มชื้นแก่พื้นดินโดยรอบศูนย์จำหน่ายสินค้า
- **78,495** ลูกบาศก์เมตร ปริมาณน้ำที่นำกลับมารีไซเคิล

โครงการต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 "ธนาคารน้ำใต้ดินในพื้นที่ขาดแคลนน้ำ"

บริษัทได้ประยุกต์ใช้ธนาคารน้ำใต้ดินภายในพื้นที่ที่มีสภาวะขาดแคลนน้ำโดยติดตั้งบ่อพักน้ำพร้อมท่อแนวตั้งเพื่อรวบรวมน้ำเสียที่ได้รับการบำบัดอย่างดีและไหลลงสู่อ่างเก็บน้ำหรือเพิ่มการดูดซึมน้ำลงสู่ดิน แนวคิดนี้ช่วยลดผลกระทบจากการขาดแคลนน้ำ จากโครงการนำร่องที่จังหวัดยโสธร และได้ขยายไปยังพื้นที่ที่มีสวภาวะขาดแคลนน้ำอีกแห่งในจังหวัดมหาสารคาม ความรู้นี้จะถูกแบ่งปันให้กับเกษตรกรและชุมชนใกล้เคียงด้วย







ผลลัพธ์ปี 2568:

- **32** ลูกบาศก์เมตรต่อวัน คืนน้ำสู่ธรรมชาติผ่านธนาคาน้ำใต้ดิน
- ลดค่าใช้จ่ายได้ กว่า **155,520** บาทต่อปี
- **20** ราย เกษตรกร และชุมชนที่ประสบปัญหาเรื่องน้ำได้รับการฝึกอบรม

ตัวอย่างโครงการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ

โครงการ “เพื่อชีวิตที่ดีขึ้นของเกษตรกรบนที่ราบสูง”

โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจ ให้ความรู้ และส่งเสริมเกษตรกรในภาคเหนือ และตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นพื้นที่ประสบปัญหาน้ำแล้งเรื้อรัง นำไปสู่การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร และป้องกันการสูญเสียอาหาร (Food loss) บริษัทฯ ร่วมกับกรมส่งเสริมการเกษตรและมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ส่งเสริมให้เกษตรกรหันมาทำวิถีเกษตรอินทรีย์ เพื่อชีวิตที่ดีขึ้น เช่น ใช้ระบบน้ำหยด หยุดใช้ยาฆ่าแมลง และปรับเปลี่ยนสู่การทำเกษตรอินทรีย์ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้ความรู้แก่เกษตรกร โดยแนะนำชนิดของผักผลไม้ที่ใช้น้ำน้อย และมีความต้องการสูงจากผู้บริโภค เพื่อป้องกันการสูญเสียอาหาร และรับซื้อผลิตผลจากเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ เพื่อไปจัดจำหน่ายที่สาขาทั่วประเทศ







ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **286** ราย เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ (เป้าหมาย 100% ในปี 2573)

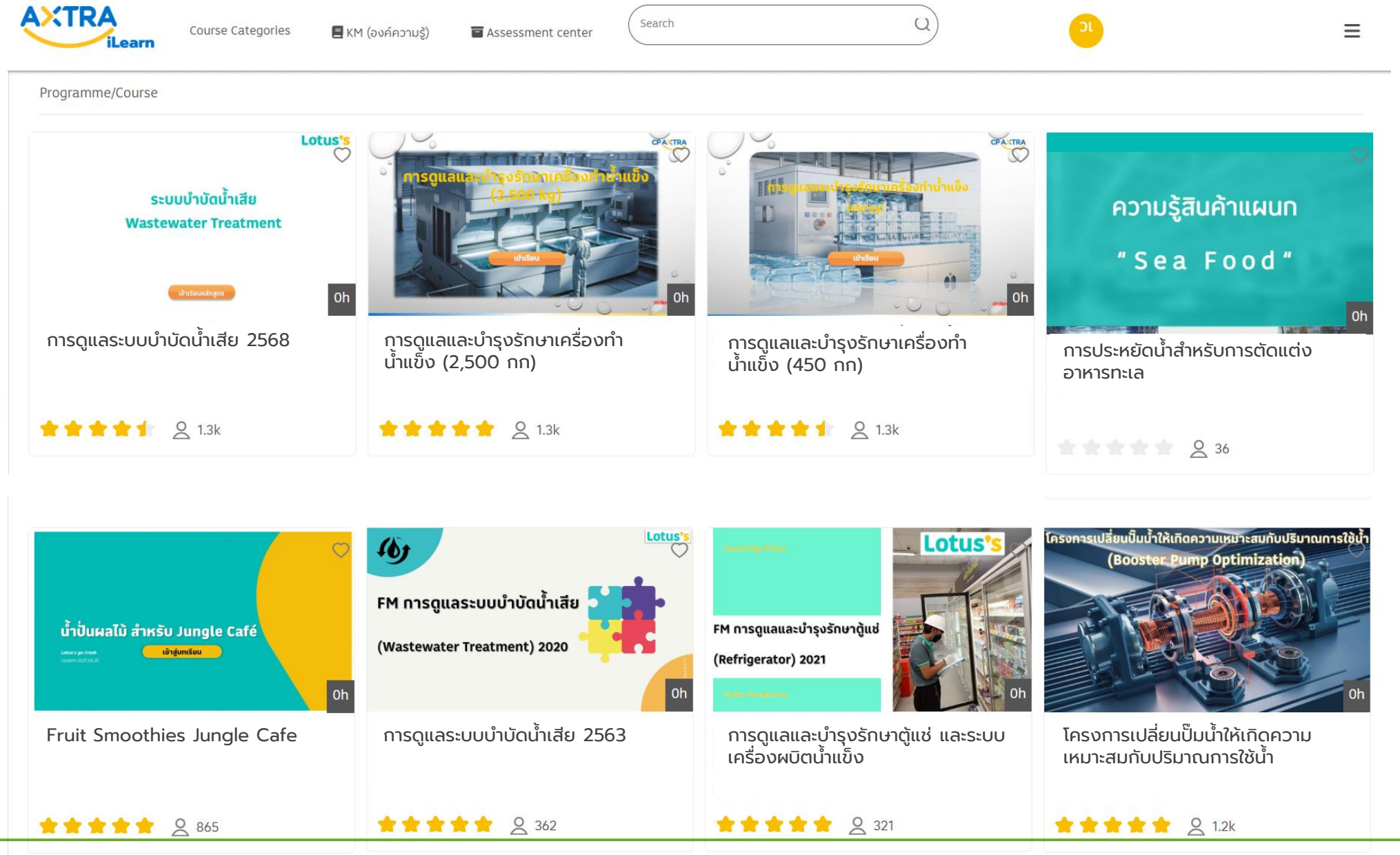
โครงการข้าวคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Rice)

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานของสินค้าเกษตรในประเทศ ได้บูรณาการความร่วมมือกับหลายภาคส่วนตั้งแต่เกษตรกร นักวิชาการเกษตร นักวิชาการด้านสิ่งแวดล้อม กลุ่มผู้ผลิตข้าว โรงสีครหลวงค้าข้าว และการนำผลิตภัณฑ์จำหน่ายที่สาขา เพื่อผลักดันต้นแบบ “ข้าวคาร์บอนต่ำ” จังหวัดกำแพงเพชร ที่ผลิตและแปรรูปด้วยวิธีการและเทคโนโลยีที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ไม่ว่าจะเป็นการทำนาเปียกสลับแห้ง การใช้ปุ๋ยอินทรีย์แทนปุ๋ยเคมี การจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดการเศษวัสดุเหลือใช้จากการเกษตร (เช่น ไม่เผาฟางข้าว) เพื่อบรรเทาปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมทั้งเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจกับสิ่งแวดล้อม (Green Consumer) อีกทั้งเป็นการเพิ่มมูลค่าเพื่อเจาะตลาดข้าวพรีเมียม รวมถึงเตรียมความพร้อมรับมือกับกฎระเบียบและมาตรการระหว่างประเทศที่นำประเด็นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมาเป็นเงื่อนไขทางการค้า





ตัวอย่าง โครงการฝึกอบรมพนักงาน



ปริมาณน้ำใช้สุทธิ

ปริมาณน้ำใช้สุทธิ	หน่วย	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	เป้าหมาย ปี 2568
ปริมาณการดึงน้ำมาใช้ (ไม่รวมแหล่งน้ำเค็ม)	ลบ.ม.	14,096,238.49	15,164,231.33	15,505,427.77	16,485,945.63	
	ล้าน ลบ.ม.	14.10	15.16	15.51	16.49	
น้ำที่ปล่อยออกสู่ภายนอก (ไม่รวมแหล่งน้ำเค็ม)	ลบ.ม.	8,618,533.66	10,001,643.87	9,840,085.10	10,753,645.27	
	ล้าน ลบ.ม.	8.62	10.00	9.84	10.75	
ปริมาณน้ำใช้สุทธิ จากแหล่งน้ำจืด	ลบ.ม.	5,477,704.83	5,162,587.47	5,665,342.67	5,732,300.35	5,500,000
	ล้าน ลบ.ม.	5.48	5.16	5.65	5.73	5.5
ความครอบคลุมของข้อมูล	% ของพื้นที่	100	100	100	100	

การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมายระยะยาวปี 2573

- 100% ของหน่วยธุรกิจ และคู่ค้าลำดับ 1 ไม่บุกรุกพื้นที่ที่ประกาศเป็นแหล่งอนุรักษ์ธรรมชาติ
- 100% ของวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูงสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้



เป้าหมายประจำปี 2568

- 100% ศูนย์กระจายสินค้า และศูนย์จำหน่ายสินค้าได้รับการประเมินความเสี่ยง และไม่อยู่ในพื้นที่เขตอนุรักษ์



บรรลุเป้าหมายประจำปี 2568

ผลการดำเนินงานปี 2568:

- **100%** หน่วยธุรกิจและคู่ค้าลำดับ 1 ไม่รุกพื้นที่แหล่งอนุรักษ์ธรรมชาติ และ
- **100%** ของวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูงตรวจสอบย้อนกลับได้
- ผลิตภัณฑ์ Ocean gems ในเครือบริษัทฯ ได้รับการรับรอง MSC และ ASC **42** รายการ
- **0** ข้อพิพาท ข้อร้องเรียนด้านระบบนิเวศ ทั้งจากบริษัทฯ คู่ค้า และพันธมิตรตลอดห่วงโซ่คุณค่า

โอกาสและความท้าทาย

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ส่งผลต่อความหลากหลายทางชีวภาพ ดังนั้นการสร้างสมดุลในระบบนิเวศ ส่งผลต่อชะลอการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการดำรงไว้ซึ่งสมดุลของห่วงโซ่อาหาร จึงเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และได้กำหนดเป็นนโยบาย ให้เกิดความมั่นใจว่าทุก ๆ กิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทฯ จะไม่ส่งผลกระทบเชิงลบต่อระบบนิเวศไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม

นโยบายและแนวทางการดำเนินงาน

ปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพ และส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืนของสิ่งมีชีวิตทุกชนิด ด้วยการลดผลกระทบเชิงลบจากการดำเนินธุรกิจต่อระบบนิเวศ ควบคู่กับการเชิงผลกระทบเชิงบวก บริษัทฯ มีเป้าหมายเพื่อรักษาและฟื้นฟูแหล่งที่อยู่อาศัยที่สำคัญ ปกป้องสัตว์ที่ใกล้สูญพันธุ์ และส่งเสริมสินค้าเกษตร ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การปลูกป่า อนุรักษ์สัตว์ป่า การฟื้นฟูแหล่งน้ำ การนำขยะกลับเข้าสู่กระบวนรีไซเคิล และโครงการอื่น ๆ เพื่อดำรงความหลากหลายทางชีวภาพ
ศึกษาเพิ่มเติมได้ที่ https://www.cpaxtra.com/storage/document/sustainability/biodiversity-policy-th.pdf

แผนการจัดการ และผลลัพธ์ด้านการปกป้องระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ

กรอบการดำเนินงาน	
ประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ	ประเมินความเสี่ยงของผลกระทบ ที่มีตอระบบนิเวศของพื้นที่โดยรอบ และกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำกลางน้ำปลายน้ำ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้มั่นใจว่าพื้นที่และกิจกรรม ไม่สร้างผลกระทบในเชิงลบต่อระบบนิเวศ ตามแนวทางของ TNFD ประกาศของ UNESCO World Heritage ประกาศของ IUCN และกฎหมายท้องถิ่น โดยประเมินความเสี่ยงด้วยโปรแกรม Integrated Biodiversity Assessment Tool (IBAT)
ลดความเสี่ยง	กำหนดแผนป้องกัน ลด ฟื้นฟู หรือชดเชยความสูญเสีย เพื่อป้องกันผลกระทบต่อระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพจากการดำเนินธุรกิจ และจัดกิจกรรมส่งเสริม อนุรักษ์ระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพในระยะยาว
สื่อสารและให้ความรู้	สื่อสารและให้ความรู้เกี่ยวกับความหลากหลายทางชีวภาพแก่บุคลากร พนักงานชั่วคราว ผู้รับเหมา และคู่ค้าหลักลำดับ 1
พัฒนาห่วงโซ่อุปทาน	ตรวจประเมินผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพของคู่ค้าตลอดจนร่วมกับคู่ค้าและพันธมิตร จัดทำโครงการต่าง ๆ ที่ช่วยส่งเสริมความหลากหลายทางชีวภาพ
เปิดเผยผลการดำเนินงาน	สื่อสารผลการดำเนินงานด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ผ่านรายงานประจำปี และเว็บไซต์

ผลลัพธ์ ปี 2568:

เป้าหมาย **100%** ศูนย์กระจายสินค้า ศูนย์จำหน่ายสินค้า และคู่ค้าหลักอันดับ 1 ได้รับการประเมินความเสี่ยง และไม่อยู่ในพื้นที่เขตอนุรักษ์



ศูนย์จำหน่าย และศูนย์กระจายสินค้า
(**2,706** สาขา)



คู่ค้าหลักอันดับ 1
(**1,052** ราย)



คู่ค้าลำดับ 1
(**3,490** ราย)

เป้าหมาย **100%** พนักงาน และคู่ค้าได้รับการสื่อสารฝึกอบรม



พนักงาน



คู่ค้าหลักอันดับ 1

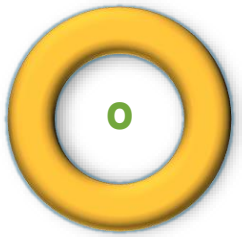


คู่ค้าลำดับ 1

ผลการสำรวจ



สาขาของบริษัทฯ
และสถานประกอบการของคู่ค้า
ไม่อยู่ในพื้นที่อนุรักษ์



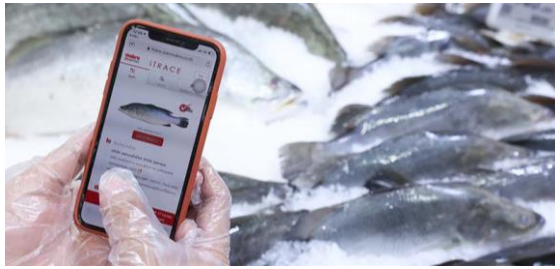
ข้อพิพาท ข้อร้องเรียน
หรือการละเมิด ทั้งจากบริษัทฯ คู่ค้า
และพันธมิตรตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ตัวอย่างโครงการลดความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ

โครงการ "ไม่จับ-ไม่ซื้อ-ไม่ขาย สัตว์น้ำทะเลวัยอ่อน"

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดหาอย่างยั่งยืน โดยแม็คโคร และโลตัส ผนึกกำลังประกาศนโยบาย "ไม่จับ ไม่รับซื้อ และไม่จำหน่าย สัตว์น้ำทะเลวัยอ่อน" ที่ยังไม่ได้ขนาด เพื่อให้เกิดการอนุรักษ์ปริมาณสัตว์น้ำวัยอ่อน ซึ่งเป็นฐานปิรามิดที่สำคัญในห่วงโซ่อาหารของสัตว์ต่าง ๆ ในทะเล ทั้งยังได้กำหนด และสื่อสารมาตรการต่าง ๆ ต่อคู่ค้าที่เกี่ยวข้องทุกราย ตั้งแต่การตรวจสอบถึงแหล่งที่มา กำหนดและตรวจสอบขนาด ชนิดพันธุ์ของสัตว์น้ำอุปกรณ์ และวิธีการทำประมงต้องไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ รวมถึงการอบรม การสร้างความตระหนักรู้ให้กับผู้ผลิต คู่ค้า และกลุ่มประมงตลอดห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ เพื่อให้การผลักดันให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการจับสัตว์น้ำวัยอ่อน ผ่านกลไกของอุปสงค์อุปทาน ตลอดจนร่วมมือกับภาครัฐ และภาคประชาสังคม เพื่อผลักดันให้เกิดการประมงยั่งยืนต่อไป





โครงการ "จัดหาอย่างยั่งยืนสำหรับวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวเนื่องกับปลาทูน่า"

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดหาอย่างยั่งยืนสำหรับวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวเนื่องกับปลาทูน่า โดยปลาทูน่าที่เลือกซื้อต้องไม่เป็นสายพันธุ์ที่ถูกคุกคามหรือถูกขึ้นบัญชีแดง อ้างอิงจากองค์การระหว่างประเทศเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ (IUCN) มีการตรวจสอบถึงแหล่งที่มา ชนิดพันธุ์ของทูน่า วิธีการทำการประมงที่ไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ ตลอดจนตรวจสอบคู่ค้าให้มั่นใจว่าได้ปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน กฎหมายคุ้มครองแรงงาน และความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติงาน และครอบคลุม 100% สินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท ทั้งนี้ศึกษานโยบายดังกล่าวที่ https://www.cpaxtra.com/en/sustainability/sustainability-policy-and-guideline



โครงการ "สนับสนุนสถานีเพาะเลี้ยงสัตว์ป่า" ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3

สัตว์ป่าเป็นดัชนีวัดระดับความหลากหลายทางระบบนิเวศ ทั้งนี้หน่วยงานที่รับผิดชอบดัชนีดังกล่าว คือ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลสัตว์ป่าพ่อแม่พันธุ์ สัตว์ป่าของกลาง และสัตว์ป่าจากปัญหาการลักลอบค้าสัตว์ป่า ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มจำนวนขึ้นทุกปี ในขณะที่งบประมาณในการดูแลมีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้น บริษัทฯ จึงลงนามบันทึกข้อตกลงกับกรมอุทยานฯ เพื่อสนับสนุนอาหารสัตว์ให้กับศูนย์อนุรักษ์พันธุ์ และสถานีเพาะเลี้ยงสัตว์ป่า และขยายสาขาการส่งมอบให้มากยิ่งขึ้น









ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **18** ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์ และสถานีเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าได้รับการสนับสนุน
- **13,091.26** ตัน ได้ส่งมอบเพื่อเป็นอาหารสัตว์ป่าในศูนย์ และสถานีฯ

ตัวอย่างโครงการลดความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ผ่านการมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กร

โครงการ “เพิ่มไม้ยืนต้นภายในศูนย์การค้า”

พนักงานร่วมกันปลูกไม้ยืนต้น โดยนำพรรณไม้ยืนต้นตามหลักการปลูกป่าในเมือง โดยนำไม้ยืนต้นพันธุ์ต่าง ๆ ได้แก่ สัก มะม่วง กล้วย ขนุน ไผ่ เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวภายในศูนย์จำหน่ายสินค้าค้าส่ง และยังเป็นแหล่งอาหารให้กับพนักงาน และชุมชนใกล้เคียง โดยนำน้ำทิ้งที่ผ่านการบำบัดแล้วมาใช้รดน้ำเพื่ออนุรักษ์พันธุ์ไม้พื้นเมืองในท้องถิ่นสาขาดำเนินการ พร้อมเปิดเป็นพื้นที่สีเขียวให้เกิดประโยชน์กับพนักงาน และชุมชนใกล้เคียง

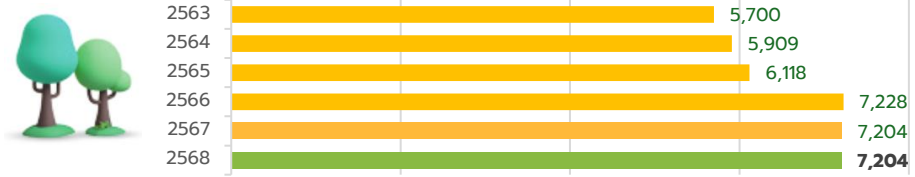






ผลลัพธ์ ปี 2568:

จำนวนไม้ยืนต้นในพื้นที่สาขา



โครงการ “ปลูกต้นไม้ร่วม กับพันธมิตรเครือข่าย”

พนักงานร่วมกับมูลนิธิพิทักษ์อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ภายใต้โครงการ Next Gen New World จัดกิจกรรมอบรมเยาวชน ในกิจกรรมปลูกป่า และทำแนวป้องกันไฟป่าต่อเนื่องที่เป็นปีที่ 19 ภายในเขตอุทยานต่าง ๆ ของจังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี และชัยภูมิ ตลอดจนกิจกรรมปลูกป่าชายเลน เพื่อฟื้นฟูพื้นที่ชายฝั่ง ความหลากหลายของสิ่งมีชีวิต ยังรวมถึงโครงการที่พนักงานมีส่วนร่วมปลูกต้นกล้า เพิ่มพื้นที่สีเขียวในบริเวณสาขา ศูนย์กระจายสินค้า และในพื้นที่ชุมชน ภายใต้โครงการ “ปลูก ลด ร้อน” นอกจากนี้ ยังจัดแคมเปญ “เรารักกัน เรารักโลก” ร่วมกับคู่ค้า โดยนำรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ล้างจานไลปอนเอฟที่มีฉลากลดโลกร้อน 1 ถุงเท่ากับ 1 บาท มาสมทบทุนโครงการปลูกป่าผ่านการร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน







ผลลัพธ์ ปี 2568:

- ปลูกไม้กล้ารวมกว่า **61,000** ต้น
- บริจาคจากโครงการปลูกป่า **1,000,000** บาท

ตัวอย่างโครงการลดความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ผ่านการมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กร

โครงการ “ซีพี ร้อย รักษ์ โลก ทะเลไทยยั่งยืน” เนื่องในวันอนุรักษ์ชายฝั่งสากล (International Coastal Cleanup Day)

ในฐานะส่วนหนึ่งของความมุ่งมั่นในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ระบบนิเวศชายฝั่ง เครือเจริญโภคภัณฑ์ (Charoen Pokphand Group) และ บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน) (CPAXTRA) ได้ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา เยาวชน และชุมชนบ้านปากดวด จัดโครงการ “ซีพี ร้อย รักษ์ โลก– ทะเลไทยยั่งยืน: SEACOSYSTEM” ณ บ้านปากดวด ตำบลกลาย อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช โครงการนี้จัดขึ้นเนื่องในวันทำความสะอาดชายฝั่งสากล (International Coastal Cleanup Day) โดยประกอบด้วยกิจกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยความยั่งยืนหลายด้าน มุ่งเน้นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ได้แก่:

- โครงการทำความสะอาดและคัดแยกขยะชายหาด: อาสาสมัครได้ร่วมกันเก็บและคัดแยกขยะทะเลเพื่อลดการสะสมของเสีย และส่งเสริมความตระหนักในการจัดการขยะอย่างถูกต้อง
- โครงการให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่เยาวชน: ปลูกฝังความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ให้แก่เด็กและเยาวชนผ่านกิจกรรมภาคปฏิบัติ ตอกย้ำความสำคัญในระยะยาวของการคุ้มครองระบบนิเวศทางทะเล
- โครงการปลูกป่าชายฝั่ง: ปลูกต้นไม้ตลอดแนวชายหาด เพิ่มพื้นที่สีเขียว และช่วยลดการกัดเซาะของชายฝั่ง
- โครงการปล่อยสัตว์ทะเลคืนสู่ธรรมชาติ: ปล่อยลูกพันธุ์ปลาซีกอ (สัตว์ทะเลท้องถิ่น) กว่า 10 ล้านตัวลงสู่ทะเล เพื่อฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพทางทะเลและสนับสนุนการประมงพื้นบ้าน

นอกจากนี้ มีการเปิดตัวศูนย์เพาะฟักสัตว์น้ำชายฝั่งชุมชน ภายใต้แนวคิดนวัตกรรม "ธนาคารสัตว์น้ำ" เพื่อให้สามารถเพาะพันธุ์สัตว์น้ำได้อย่างยั่งยืน และสนับสนุนการฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเลในระยะยาว โดยมีชุมชนเป็นแกนนำเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเยาวชน ได้มีการจัดกิจกรรมทำความสะอาดไข่ปูม้า ซึ่งเป็นการให้การศึกษาเชิงอนุรักษ์ภาคปฏิบัติ เน้นวงจรชีวิตและการขยายพันธุ์สัตว์ทะเลอย่างยั่งยืน โครงการนี้สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นด้านความยั่งยืนในวงกว้างของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ในด้านการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ การใช้ทรัพยากรอย่างรับผิดชอบ และการยกระดับคุณภาพชีวิตในชุมชนท้องถิ่น







การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมายระยะยาวปี 2573

- 100% คู่ค้าทุกรายผ่านการประเมินด้าน ESG
- 100% คู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงได้รับการตรวจประเมินและแก้ไขปรับปรุง

95.67% คู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงได้รับการตรวจประเมินและแก้ไขปรับปรุง



100% คู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงได้รับการตรวจประเมินและแก้ไขปรับปรุง



เป้าหมายประจำปี 2568

- 100% ของคู่ค้านัยสำคัญ ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนภายในปี 2568



บรรลุเป้าหมายประจำปี 2568

ผลการดำเนินงานปี 2568:

- **100%** คู่ค้านัยสำคัญ ได้รับการประเมินด้านความยั่งยืน
- **100%** คู่ค้า ได้รับการฝึกอบรมและลงนามจรรยาบรรณทางธุรกิจ
- **100%** คู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง ได้รับการประเมินหน้างาน
- **100%** คู่ค้าที่มีผลกระทบเชิงลบ ดำเนินการแก้ไขปรับปรุงแล้วเสร็จ
- **100%** คู่ค้านัยสำคัญเข้าร่วมโครงการพัฒนาศักยภาพ

โอกาสและความท้าทาย

บริษัทฯ ในฐานะศูนย์กลางเชื่อมระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคมุ่งสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าและผู้บริโภคจะยังสามารถเข้าถึงสินค้าที่มีคุณภาพและปลอดภัย ควบคู่ไปกับส่งเสริมสินค้าจากผู้ผลิตที่มีความน่าเชื่อถือ ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทฯ ได้เพิ่มความเข้มข้นในการบริหารความเสี่ยงความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน ร่วมมือกับผู้ผลิต ผู้ส่งมอบ คู่ค้าธุรกิจ และพันธมิตรทางธุรกิจมุ่งสู่การยกระดับการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้มั่นใจว่าปริมาณสินค้ามีความปลอดภัย มาจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ และสามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบได้

นโยบายและแนวทางการดำเนินงาน

บริษัทฯ มีนโยบายยกระดับการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ร่วมกับคู่ค้า (คู่ค้าที่มีนัยยะลำดับที่ 1 และลำาดับอื่น ๆ) ตลอดห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ เพื่อให้เกิดโครงการพัฒนาความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืน มาตรการแก้ไขเยียวยา นำไปสู่ผลดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม บริษัทฯ ได้บูรณาการโครงการพัฒนาความยั่งยืนของคู่ค้า เข้าเป็นส่วนหนึ่งของแผนยุทธศาสตร์ความยั่งยืนพ.ศ. 2573 และติดตามผลการปฏิบัติงานอย่างใกล้ชิด รวมถึงสื่อสารเป้าหมายการยกระดับความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทานให้กับคู่ค้าทุกราย (Supply Chain's ESG Risk Assessment & Management) รวมถึงคู่ค้าทุกรายที่ต้องผ่านเกณฑ์การประเมินด้านความยั่งยืนอย่างน้อย 33% และไม่ตกในข้อสำคัญ ก่อนเริ่มดำเนินธุรกิจกับบริษัทฯ

กรอบการพัฒนาความยั่งยืนในคู่ค้า



คณะกรรมการการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ



คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ และการพัฒนาอย่างยั่งยืน มีหน้าที่กำกับดูแล และอนุมัติอนุมัติแผนดำเนินการในทางโซ่อุปทาน โดยมีคณะทำงานการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูงจากฝ่ายประกันคุณภาพสินค้า จัดซื้อ และฝ่ายปฏิบัติการ ทำหน้าที่ผลักดันให้กระบวนการจัดซื้อสอดคล้องกับจริยธรรมของคู่ค้า และป้องกันความขัดแย้งกับข้อกำหนดด้านความยั่งยืน คู่ค้าทุกรายได้รับทราบว่าผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน จัดเป็นเงื่อนไขในสัญญาจัดซื้อจัดจ้าง จะถูกยกเลิกสัญญา หากไม่สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความยั่งยืนภายในระยะเวลาที่กำหนด (โดยต้องมีคะแนนผ่านเกณฑ์คัดเลือกด้าน ESG ไม่ต่ำกว่า 33% และต้องไม่น้อยกว่า 55% ภายในระยะเวลา 3 ปี หรือก่อนต่อสัญญา) ทั้งนี้คู่ค้าที่มีผลการประเมินด้านความยั่งยืนในระดับที่ดี จะถูกนำมาเป็นหนึ่งในเกณฑ์พิจารณาคัดเลือกคู่ค้า เพื่อจัดซื้อสินค้า ว่าจ้าง หรือต่อสัญญา นอกจากนี้ พนักงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ได้แก่ ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่าย QA และฝ่ายปฏิบัติการ จะได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของตนในโครงการ ESG สำหรับคู่ค้าเป็นประจำทุกปี

ผลการประเมินความเสี่ยงบริษัท ที่เกิดจากคู่ค้า

ด้านธุรกิจ / ด้านเศรษฐกิจ

ความเสี่ยงที่เกิดจากคู่ค้า ได้แก่ ความปลอดภัยของอาหารและคุณภาพของสินค้าจากคู่ค้า เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อสุขภาพ ความพึงพอใจ และความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัย และได้มาตรฐานส่งผลต่อชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ และความไว้วางใจจากกลุ่มลูกค้า นอกจากนี้ การเกิดวิกฤตด้านความปลอดภัยของอาหารอาจก่อให้เกิดความเสียหายทั้งในแง่ของธุรกิจและความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนั้น บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญสูงสุดในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและปลอดภัย พร้อมทั้งส่งเสริมสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภค เพื่อสร้างความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจและรักษาความเชื่อมั่นในระยะยาว

มาตรการจัดการความเสี่ยง:

บริษัทฯ ได้พัฒนากระบวนการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยของอาหารและคุณภาพของสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล เริ่มตั้งแต่การสรรหาวัตถุดิบ การเลือกผู้ผลิต ไปจนถึงการขนส่งสินค้า โดยมีการตรวจสอบและประเมินผู้ผลิตสินค้าและแหล่งที่มาอย่างเข้มงวด เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าที่นำมาจำหน่ายมาจากแหล่งผลิตที่มีคุณภาพ บริษัทฯ ได้พัฒนามาตรฐานด้านความปลอดภัยของอาหารตามแนวทางที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล เช่น GLP, Q Mark, GHP, HACCP, และ GMP Codex และได้จัดให้มีระบบตรวจสอบย้อนกลับ ที่ชื่อว่า “i-Trace” ซึ่งใช้ QR Code แสดงข้อมูลต้นทางของสินค้า ลูกค้าสามารถสแกน QR Code ที่บรรจุภัณฑ์เพื่อรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งผลิต การตรวจสอบคุณภาพ และมาตรฐานความปลอดภัยของสินค้าได้โดยตรง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการเฝ้าระวังและติดตามสถานการณ์โรคติดต่ออย่างใกล้ชิด โดยร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องในการติดตามข่าวสารและพัฒนามาตรการป้องกันที่มีประสิทธิภาพ การจัดการด้านความปลอดภัยครอบคลุมทั้งการป้องกัน การควบคุม และการตอบสนองต่อภาวะวิกฤตอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้บริษัทฯ มีความพร้อมในการรับมือและลดผลกระทบจากวิกฤตด้านความปลอดภัยของอาหาร

ตัวอย่างผลประเมินความเสี่ยงต่อเศรษฐกิจของบริษัท จากคู่ค้าหลักลำดับที่ 1 (Critical Tier 1) และคู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1) ในด้านต่างๆ

Supplier Name	ประเภทของคู่ค้า	คะแนนประเมินด้านคุณภาพและการตรวจสอบย้อนกลับ	คะแนนประเมินด้านความต่อเนื่องของห่วงโซ่อุปทาน	คะแนนประเมินด้านสิทธิมนุษยชนและหลักปฏิบัติที่ดีด้านแรงงาน	คะแนนประเมินด้านความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน	คะแนนประเมินด้านสิ่งแวดล้อม	คะแนนประเมินรวม
Supplier Name xxxx1	คู่ค้าธุรกิจหลักลำดับที่ 1	4.0	1.0	4.0	4.0	5.0	31
Supplier Name xxxx2	คู่ค้าธุรกิจหลักลำดับที่ 1	4.0	4.0	8.0	6.0	5.8	31
Supplier Name xxxx3	คู่ค้าธุรกิจหลักลำดับที่ 1	4.0	1.0	1.0	1.0	3.0	15
Supplier Name xxxx4	คู่ค้าธุรกิจหลักลำดับที่ 1	4.0	0.0	5.0	5.0	7.4	31
Supplier Name xxxx5	คู่ค้าธุรกิจหลักลำดับที่ 1	4.0	1.0	1.0	1.0	4.0	15
Supplier Name xxxx6	คู่ค้าธุรกิจหลักลำดับที่ 1	4.0	4.0	8.0	6.0	7.8	31
Supplier Name xxxx7	คู่ค้าธุรกิจหลักลำดับที่ 1	4.0	4.0	8.0	6.0	6.2	31
Supplier Name xxxx8	คู่ค้าธุรกิจหลักลำดับที่ 1	4.0	4.0	8.0	6.0	7.6	31
Supplier Name xxxx37	คู่ค้าธุรกิจลำดับที่ 1	4.0	4.0	8.0	5.0	9.0	31
Supplier Name xxxx38	คู่ค้าธุรกิจลำดับที่ 1	2.0	0.0	6.0	3.0	5.0	31
Supplier Name xxxx39	คู่ค้าธุรกิจลำดับที่ 1	2.0	4.0	8.0	6.0	2.0	31
Supplier Name xxxx40	คู่ค้าธุรกิจลำดับที่ 1	4.0	1.0	7.0	5.0	7.0	31
Supplier Name xxxx41	คู่ค้าธุรกิจลำดับที่ 1	3.0	4.0	6.0	6.0	7.0	31
Supplier Name xxxx42	คู่ค้าธุรกิจลำดับที่ 1	4.0	4.0	7.9	6.0	5.5	31

ผลการประเมินความเสี่ยงบริษัท ที่เกิดจากคู่ค้า

ด้านสิ่งแวดล้อม

ความเสี่ยงจากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ได้แก่ ความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศและผลกระทบที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ ห่วงโซ่อุปทาน และความยั่งยืนขององค์กร ภาวะวิกฤติด้านทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำ อากาศ ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เป็นหนึ่งในความท้าทายสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจในทุกภาคส่วน บริษัทฯ ตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจ การใช้พลังงาน และต้นทุนในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไม่เพียงเพิ่มแรงกดดันต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

มาตรการจัดการความเสี่ยง:

บริษัทฯ สนับสนุนให้คู่ค้าหลักทางธุรกิจ ผู้ให้บริการ และผู้รับเหมา ตั้งแต่การผลิต ขนส่ง จัดเก็บ กระจายสินค้า และจัดจำหน่าย ร่วมกันลดการปลดปล่อยคาร์บอน ผ่านกิจกรรมรับมอบรางวัล Supply Chain Sustainability Excellence Award รวมไปถึงกำหนดให้คู่ค้าต้องมีเป้าหมายการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก เป็นหนึ่งในเกณฑ์ที่ใช้ประเมินประจำปีของคู่ค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังดำเนินโครงการ "เพื่อชีวิตที่ดีขึ้นของเกษตรกรบนที่ราบสูง"โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจ ให้ความรู้ และส่งเสริมเกษตรกรในภาคเหนือ และตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นพื้นที่ประสบปัญหาน้ำแล้งเรื้อรัง นำไปสู่การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร และป้องกันการสูญเสียอาหาร (Food loss) บริษัทฯ ร่วมกับกรมส่งเสริมการเกษตร และมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ส่งเสริมให้เกษตรกรหันมาทำวิถีเกษตรอินทรีย์ เพื่อชีวิตที่ดีขึ้น เช่น ใช้ระบบหยดน้ำ หยุดการใช้สารเคมีฆ่าแมลง และปรับเปลี่ยนสู่การทำเกษตรอินทรีย์ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้ความรู้แก่เกษตรกร โดยแนะนำชนิดของผักผลไม้ที่ใช้น้ำน้อย และมีความต้องการสูงจากผู้บริโภค เพื่อป้องกันการสูญเสียอาหาร และรับซื้อผลิตผลจากเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ เพื่อจัดจำหน่ายที่สาขาทั่วประเทศ

ผลการประเมินความเสี่ยงบริษัท ที่เกิดจากคู่ค้า

ด้านสังคม

ความเสี่ยงจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน ได้แก่ ความเสี่ยงที่เกิดจากการที่คู่ค้า ไม่ปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อองค์กรในแง่กฎหมาย ชื่อเสียง และความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งนี้การไม่ให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชนและแรงงาน อาจส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือขององค์กร และนำไปสู่การละเมิดสิทธิมนุษยชนในกิจกรรมการดำเนินธุรกิจ รวมถึงความเสี่ยงด้านการเลือกปฏิบัติและการถูกคุกคามในสถานที่ทำงาน ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและภาพลักษณ์ของบริษัทฯ นอกจากนี้ การไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมายหรือมาตรฐานด้านแรงงาน อาจนำไปสู่ผลกระทบทางกฎหมาย และการสูญเสียความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ลูกค้า พนักงาน และพันธมิตรทางธุรกิจ

มาตรการจัดการความเสี่ยง:

กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน ได้ถูกนำมาใช้ในการประเมินและปรับปรุงนโยบายสิทธิมนุษยชน และอบรมคู่ค้าให้ทราบนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน ตรวจสอบคู่ค้าธุรกิจและผู้รับเหมาหลัก เพื่อประเมินความเสี่ยงและผลกระทบต่อสิทธิมนุษยชนอย่างสม่ำเสมอ ในด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายลดอุบัติเหตุขั้นหยุดงานให้เป็นศูนย์ ภายในปี 2573 โดยมีการพัฒนาระบบบริหารจัดการด้านความปลอดภัยที่สอดคล้องกับมาตรฐาน ISO 45001 และประกาศกฎพิทักษ์ชีวิต 10 ข้อ เพื่อป้องกันอุบัติเหตุและโรคจากการทำงานอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดอบรม

การพัฒนาความยั่งยืนในคู่ค้า

บริษัทฯ มีนโยบายยกระดับการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ร่วมกับคู่ค้า (คู่ค้าที่มีนัยยะลำดับที่ 1 และลำดับอื่น ๆ) ตลอดห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ เพื่อให้เกิดโครงการพัฒนาความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืน มาตรการแก้ไขเยียวยา นำไปสู่ผลดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม บริษัทฯ ได้บูรณาการโครงการพัฒนาความยั่งยืนของคู่ค้า เข้าเป็นส่วนหนึ่งของแผนยุทธศาสตร์ความยั่งยืนพ.ศ. 2573 และติดตามผลการปฏิบัติงานอย่างใกล้ชิด รวมถึงสื่อสารเป้าหมายการยกระดับความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทานให้กับคู่ค้าทุกรายภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ



คณะกรรมการ CG & SD (ในระดับคณะกรรมการบริษัท) เป็นหน่วยงานที่มีอำนาจสูงสุดในการกำกับดูแลและตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินโครงการ ESG ในห่วงโซ่อุปทาน โดยมีคณะทำงานขับเคลื่อน (Steering Team) ประกอบด้วยหัวหน้าฝ่ายประกันคุณภาพ (QA) ฝ่ายจัดซื้อ และฝ่ายปฏิบัติการ เพื่อร่วมกันกำหนดแนวทางการดำเนินโครงการและตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (KPI) ให้มั่นใจได้ว่าการดำเนินงานด้านการจัดซื้อกับผู้จัดหามีการทบทวนอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับ Supplier Code of Conduct และหลีกเลี่ยงความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นกับข้อกำหนดด้าน ESG ทั้งนี้ ทีมจัดซื้อ ทีม QA และทีมปฏิบัติการของบริษัท ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของตนภายใต้โครงการ Supplier ESG

คู่ค้าทุกรายได้รับทราบว่าผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน จัดเป็นเงื่อนไขในสัญญาจัดซื้อจัดจ้าง ซึ่งจะถูกยกเลิกสัญญา หากไม่สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความยั่งยืนภายในระยะเวลาที่กำหนด (โดยต้องมีคะแนนผ่านเกณฑ์คัดเลือกด้าน ESG ไม่ต่ำกว่า 33% และต้องไม่น้อยกว่า 55% ภายในระยะเวลา 3 ปี หรือก่อนต่อสัญญา) ทั้งนี้คู่ค้าที่มีผลการประเมินด้านความยั่งยืนในระดับที่ดี จะถูกนำมาเป็นหนึ่งในเกณฑ์พิจารณาคัดเลือกคู่ค้า เพื่อจัดซื้อสินค้า ว่าจ้าง หรือต่อสัญญา

กรอบการพัฒนาความยั่งยืนในคู่ค้า



แนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของบริษัท

คู่มือการดำเนินธุรกิจสำหรับคู่ค้า

บริษัทฯ ได้ส่งมอบคู่มือการดำเนินธุรกิจสำหรับคู่ค้า หรือ Supplier’s Code of Conduct ให้กับคู่ค้าทุกราย โดยบริษัทฯ ได้สื่อสารฝึกอบรม และเผยแพร่คลิปวีดีโอเพื่อการเรียนรู้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ ให้กับคู่ค้า ทั้งนี้คู่ค้าทุกรายจะได้รับการฝึกอบรม โดยผู้บริหารสูงสุดหรือผู้ได้รับมอบหมายต้องลงนามปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความยั่งยืน และถือเป็นหนึ่งในสัญญาจัดซื้อจัดจ้าง





ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **100%** คู่ค้าลำดับหนึ่ง และคู่ค้าลำดับอื่น ได้รับการฝึกอบรม และลงนามปฏิบัติตามคู่มือ
- **100%** ฝ่ายจัดซื้อ ประกันคุณภาพ และผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับคู่ค้า ได้รับการฝึกอบรมให้ทราบถึงหน้าที่และขั้นตอนปฏิบัติ

การคัดกรองคู่ค้า

คู่ค้าที่มีนัยสำคัญ คือคู่ค้าที่ได้รับการระบุว่าเป็นคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืน โดยการคัดกรองคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืนนั้นจะได้รับการทบทวนความเสี่ยงด้านผลกระทบเชิงลบทั้งทาง ESG และความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจที่อาจเกิดขึ้น โดยพิจารณาครอบคลุมถึงความเสี่ยงจากปัจจัยประเทศ ภาคธุรกิจ และความเสี่ยงที่เฉพาะเจาะจงต่อสินค้า

เกณฑ์ในการคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ และคู่ค้ารายปัจจุบัน

เชิงธุรกิจ	สิ่งแวดล้อม	ประเด็นสังคม	ข้อกำหนดและกฎหมาย
• มูลค่าจัดซื้อจัดจ้าง • วัตถุดิบที่สำคัญ • คู่ค้าน้อยราย หรือที่ไม่สามารถทดแทนได้	• การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า • ก๊าซเรือนกระจก • การใช้พลังงาน • น้ำและน้ำเสีย • ของเสีย • ความหลากหลายทางชีวภาพ • การไม่ตัดไม้ทำลายป่า	• สิทธิมนุษยชน เช่น แรงงานบังคับ แรงงานเด็ก แรงงานหญิง • การปฏิบัติด้านแรงงาน ครอบคลุม พนักงาน ผู้รับเหมา • ความปลอดภัยในการทำงาน • การเลือกปฏิบัติ • การคุกคามและการคุกคามทางเพศ • สิทธิชุมชน • อื่นๆ	• คุณภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค • กฎหมายในประเทศที่ดำเนินธุรกิจ • การคอรัปชัน • การติดสินบน • การขัดแย้งทางผลประโยชน์ • ทรัพย์สินทางปัญญา • การรับรองหรือข้อกำหนดเฉพาะของสินค้า • อื่น ๆ

โดยต้องมีคะแนนผ่านเกณฑ์คัดเลือกด้าน **ESG ไม่ต่ำกว่า 33%** ในปีแรก และต้อง**ไม่น้อยกว่า 55% ภายในระยะเวลา 3 ปี หรือก่อนต่อสัญญา**

ผลลัพธ์ ปี 2568: การคัดกรองคู่ค้า	
คู่ค้าลำดับ 1 ทั้งหมด	**3,490**
คู่ค้านัยสำคัญในกลุ่มไม่ใช่คู่ค้าลำดับ 1	**3**
คู่ค้าทั้งหมด (Unique Supplier)	**3,493**
คู่ค้าสำคัญในกลุ่มคู่ค้าทั้งหมด (Unique Significant suppliers)	**2,771**
คู่ค้าสำคัญในกลุ่มคู่ค้าทั้งหมด ที่สนับสนุนมาตรการพัฒนาศักยภาพ	**2,771**
% คู่ค้าที่สนับสนุนมาตรการพัฒนาศักยภาพ	**100%**
% ของคู่ค้าสำคัญ	**99.94%**

กระบวนการประเมินและพัฒนาด้าน ESG คู่ค้า

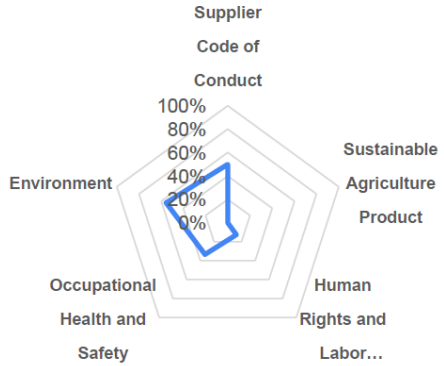
- **การตรวจประเมินด้วยแบบประเมิน:**
  - คู่ค้ารายใหม่ และคู่ค้าปัจจุบันทุกราย ต้องผ่านการประเมินด้วยแบบสอบถามประเมินคู่ค้า ตามมาตรฐาน SMETA, ISO 17025 และ ISO 20400โดยต้องแนบหลักฐานการ ดำเนิน งานที่เกี่ยวข้องกับข้อคำถาม โดยบริษัทมีการฝึกอบรมชี้แจงและมีเกณฑ์การให้คะแนนที่ชัดเจน
  - คู่ค้ารายใหม่ และคู่ค้าปัจจุบันทุกราย ได้รับการสื่อสารให้ทราบว่าผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน จัดเป็นเงื่อนไขในสัญญาจัดซื้อจัดจ้าง จะถูกยกเลิกสัญญา หากไม่สามารถปฏิบัติ ตามข้อกำหนดด้านความยั่งยืนภายในระยะเวลาที่กำหนด (โดยต้องมีคะแนนผ่านเกณฑ์คัดเลือกด้าน ESG ไม่ต่ำกว่า 33% ในปีแรก และต้องไม่น้อยกว่า 55% ภายในระยะเวลา 3 ปี หรือก่อนต่อสัญญา) ทั้งนี้คู่ค้าที่มีผลการประเมินด้านความยั่งยืนในระดับที่ดี จะถูกนำมาเป็นหนึ่งในเกณฑ์พิจารณาคัดเลือกคู่ค้า เพื่อจัดซื้อสินค้า ว่าจ้าง หรือต่อสัญญา
- **การตรวจประเมินหน้างาน:**
  - เกณฑ์การพิจารณาคู่ค้าที่ต้องได้รับการประเมินหน้างาน คือ **คู่ค้าที่มีคะแนนต่ำ (ต่ำกว่า 33%) หรือ มีความเสี่ยงด้าน ESG** เช่น ความปลอดภัยและคุณภาพสินค้า ความเสี่ยงด้านการละเมิด สิทธิมนุษยชน การปฏิบัติด้านแรงงาน ผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม มีข้อร้องเรียน/พิพาท ฯลฯ จะถูกพิจารณาการประเมินหน้างานสถานประกอบการ ของคู่ค้า

โปรแกรมประเมินด้านความยั่งยืนของคู่ค้า และ การเปรียบเทียบระดับคะแนนกับคู่ค้ารายอื่น





ผลลัพธ์ ปี 2568:	
การประเมินด้วยแบบสอบถาม	**100%** คู่ค้าได้รับการประเมินอย่างโปร่งใส บนระบบดิจิตอล โดยแนบคู่ค้าต้องแนบหลักฐานการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับข้อคำถาม และมีระบบการให้คะแนนอย่างชัดเจน
การประเมินหน้างาน	**100%** คู่ค้าที่มีคะแนนต่ำ (ต่ำกว่า 33%) หรือ มีความเสี่ยงด้าน ESG ได้รับการตรวจประเมินหน้างานที่สถานประกอบการของคู่ค้า โดยทีมงานประเมินของบริษัทฯ และประเมินหน้างานโดยผู้ตรวจประเมินจากหน่วยงานให้การรับรอง (ตรวจประเมินด้วยบุคคลที่สาม)
มาตรฐานสำหรับอ้างอิง	**100%** คู่ค้าทุกรายผ่านการประเมินด้วยแบบสอบถามประเมินคู่ค้า และแนบหหลักฐานตามมาตรฐาน SMETA, ISO 17025 และ ISO 20400
การปรับปรุงและพัฒนาคู่ค้า	• **100%**ฝึกอบรมด้านความยั่งยืนให้แก่คู่ค้าตามโครงการและข้อกำหนด • **100%** คู่ค้าทุกรายสามารถเปรียบเทียบระดับคะแนนกับคู่ค้ารายอื่น • **100%** ร่วมกับคู่ค้าปรับปรุงแก้ไขผลการดำเนินงาน • คู่ค้า **119** ราย ได้รับคำปรึกษาเชิงลึก และคู่ค้า **2,771** ราย ได้รับการพัฒนาศักยภาพ และผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน



ตัวอย่างผลลัพธ์ของคู่ค้า ช่วยให้คู่ค้าสามารถติดตามคะแนน ESG และจัดอันดับ เมื่อเทียบกับคู่แข่งได้

ตัวชี้วัดสำหรับแผนงาน การประเมินและพัฒนาคู่ค้า

เป้าหมาย: **100%** คู่ค้านัยสำคัญได้รับการประเมิน ภายในปี 2568 **100%** คู่ค้าที่ได้รับการประเมิน และพบว่าส่งผล หรืออาจส่งผลกระทบเชิงลบ ดำเนินการแก้ไขปรับปรุงจนแล้วเสร็จ **100%** คู่ค้านัยสำคัญเข้าร่วมโครงการพัฒนาศักยภาพ	**ผลลัพธ์ ปี 2568:**
คู่ค้าที่ตรวจประเมินทั้งหมด (แบบสอบถาม/หน้างาน) (คู่ค้าลำดับ 1 และที่ไม่ใช่ลำดับ 1)	**3,493**
• คู่ค้า*รายใหม่*ได้รับการประเมิน	**192 (100%)**
• คู่ค้า*นัยสำคัญ*ได้รับการประเมิน	**2,771 (100%)**
คู่ค้าพบว่าส่งผล หรืออาจส่งผลกระทบเชิงลบจากการประเมิน	**120**
คู่ค้าที่ได้รับการตรวจประเมินหน้างานตามแผน	**120**
คู่ค้าพบว่าส่งผล หรืออาจส่งผลกระทบเชิงลบจากการประเมิน	**104**
คู่ค้าพบว่าส่งผล หรืออาจส่งผลกระทบเชิงลบ ที่ถูกยกเลิกสัญญา	**1**
ร้อยละ ของคู่ค้าส่งผล หรืออาจส่งผลกระทบเชิงลบ และตกลงตามแผนงานปรับปรุงแก้ไข	**99.17%**
การสนับสนุนแผนงานปรับปรุงแก้ไข	
คู่ค้าที่ดำเนินงานปรับปรุงแก้ไขจนแล้วเสร็จ	**119**
ร้อยละ ของคู่ค้าส่งผล หรืออาจส่งผลกระทบเชิงลบ ที่ดำเนินงานตามแผนงานปรับปรุงแก้ไข	**99.17%**
การพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า	
คู่ค้านัยสำคัญที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพ	**2,771**
ร้อยละ ของคู่ค้านัยสำคัญที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพ	**2,771 (100%)**

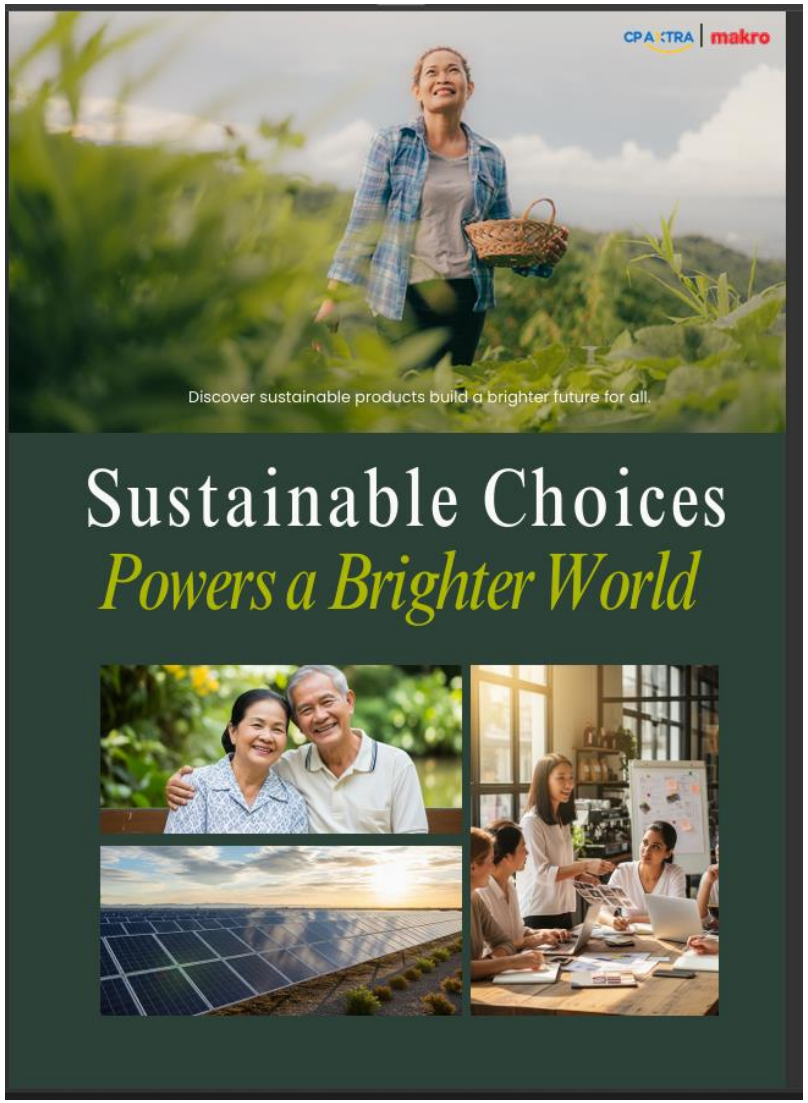
ผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน

เราได้กำหนดเป้าหมายไว้ว่า: "**ร้อยละ 70** ของรายได้จะต้องมาจากสินค้าและบริการเพื่อความยั่งยืน ภายในปี 2573"

โครงการผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน (Sustainable Products Program)
โครงการผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน ครอบคลุมภายใต้กลุ่มผลิตภัณฑ์ชื่อ "Sustainable Choices" (ทางเลือกเพื่อความยั่งยืน) ซึ่งออกแบบมาเพื่อขับเคลื่อนรายได้ที่ยั่งยืน และบูรณาการหลักการ ESG เข้าสู่โมเดลธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งหลักของเรา

การจัดประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน
ราใช้ระบบการจัดประเภทที่มีประสิทธิภาพ โดยมีเกณฑ์การวัดผลที่ชัดเจนและสอดคล้องกับเกณฑ์อ้างอิงภายนอก สินค้าจะถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ "Sustainable Choices" ของเรา หากผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่เข้มงวดใน 5 หมวดหมู่ดังนี้:

- **สินค้าคาร์บอนต่ำ:** เป็นสินค้าที่ได้รับการรับรองผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ TGO หรือมาตรฐานสากลอื่นๆ ปัจจุบันมีจำนวน 560 รายการ
- **สินค้าที่ได้รับการรับรองด้านความยั่งยืน:** ต้องได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากลที่เป็นที่ยอมรับและวัดผลได้ เช่น มาตรฐานรับรองการทำประมงอย่างยั่งยืน (MSC) และมาตรฐานการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำอย่างยั่งยืน (ASC) สำหรับสินค้าอาหารทะเลแบรนด์ "ocean gems" และ "aro" รวมถึงแบรนด์อื่นๆ จำนวน 236 รายการ
- **บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม:** ต้องเป็นไปตามข้อกำหนดเฉพาะด้านวัสดุและสอดคล้องกับกฎระเบียบ เช่น เป็นวัสดุที่ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ 100% วัสดุที่สามารถรีไซเคิลได้ และต้องไม่มีส่วนประกอบของพลาสติกโพลีสไตรีน (โฟม) แบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง รวมทั้งสิ้น 247 รายการ
- **สินค้าเพื่อสุขภาพและสุขภาวะที่ดี (Health & Well-being):** ต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐานทางโภชนาการที่กำหนด เช่น ได้รับตราสัญลักษณ์ "ทางเลือกสุขภาพ" (Healthier Choice - ลดน้ำตาล โซเดียม ไขมัน) และเป็นสินค้าออร์แกนิก รวม 1,586 รายการ
- **การส่งเสริมพลังทางสังคม (Social Empowerment):** เป็นสินค้าที่จัดซื้อจากธุรกิจที่มีผู้หญิงเป็นเจ้าของ (Women-Owned Businesses: WOB) ที่ผ่านการตรวจสอบและสอดคล้องกับหลักการเสริมสร้างพลังสตรี (Women's Empowerment Principles: WEPs) หรือจัดซื้อจากเกษตรกรท้องถิ่นภายใต้โครงการยกระดับศักยภาพเฉพาะด้าน รวม 1,502 รายการ



sustainability-choices
Link to online product brochure

2025 Result: 4,095 items are merchandized and generate revenue 22,820,844,791.2 THB per year.

ผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน

การตรวจสอบยืนยันการจัดประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืนโดยหน่วยงานภายนอก
เราให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการตรวจสอบยืนยันจากหน่วยงานภายนอก การพิจารณานำสินค้าเข้าสู่กลุ่มผลิตภัณฑ์นี้จะต้องได้รับการรับรองจากองค์กรภายนอก เช่น มาตรฐาน ASC, MSC, TGO, ตราสัญลักษณ์ทางเลือกสุขภาพ (Healthier Choice) เป็นต้น นอกจากนี้ ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (KPI) ด้านรายได้จากผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน รวมถึงวิธีการจัดประเภท ยังต้องผ่านการตรวจสอบรับรองจากหน่วยงานภายนอก เป็นประจำทุกปีโดยผู้ตรวจสอบอิสระ เพื่อให้มั่นใจถึงความถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนที่จะเปิดเผยต่อสาธารณะ

มูลค่าการลงทุน (CAPEX, OPEX)
ในปี 2568 บริษัทได้จัดสรร ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน (OPEX) จำนวน 33,892.54 ล้านบาท เพื่อส่งเสริมกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน ซึ่งรวมถึงการลงทุนทางการตลาดสำหรับแคตตาล็อกสินค้า "Sustainable Choices" และการอุดหนุนส่วนต่างราคาเพื่อรักษาระดับราคาของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (กว่า 530 รายการ) ให้เทียบเท่ากับสินค้าทั่วไป เพื่อสนับสนุนให้ลูกค้ากลุ่ม B2B เปลี่ยนมาใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวนอกจากนี้ บริษัทยังมีการจัดสรรรายจ่ายฝ่ายทุน (CAPEX) จำนวน 202 ล้านบาทอย่างต่อเนื่อง สำหรับเทคโนโลยีด้านการจัดซื้อจัดหาและระบบตรวจสอบย้อนกลับในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อตรวจสอบยืนยันแหล่งที่มาที่ยั่งยืนของสินค้าคิดเป็นงบประมาณการลงทุนรวมทั้งสิ้น 34,094.54 ล้านบาทต่อปี

R&D resources to develop sustainable products
บริษัทได้จัดสรรทรัพยากรและบุคลากรให้แก่ทีมวิจัยและพัฒนา (R&D) และทีมดูแลแบรนด์ของบริษัท (Own Brand) โดยเฉพาะ เพื่อพัฒนาสินค้าเพื่อความยั่งยืนที่เป็นเอกสิทธิ์เฉพาะของบริษัท การปรับสูตรผลิตภัณฑ์แบรนด์ของบริษัท เพื่อให้ได้รับตราสัญลักษณ์ "ทางเลือกสุขภาพ"การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ประเภทพืช (Plant-based)และโปรตีนทางเลือก รวมถึงผลิตภัณฑ์ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะ เช่น อาหารสำหรับผู้ป่วยเบาหวาน ผู้แพ้อาหาร ผู้สูงอายุ สตรีมีครรภ์และสตรีระยะให้นมบุตร ทารกและเด็ก เป็นต้น รวมทั้งสิ้น **339 items งบประมาณกว่า 32,178,000 ล้านบาท**

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืนได้รับการจัดเก็บและกระจายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เราได้ลงทุนในการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์ ซึ่งรวมถึงการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์เพื่อรองรับการใช้งานรถขนส่งพลังงานไฟฟ้า (EV) เพื่อลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของการขนส่งสินค้า ควบคู่ไปกับโครงสร้างพื้นฐานระบบ Cold Chain แบบประหยัดพลังงาน เพื่อลดการเกิดขยะอาหาร ให้ได้มากที่สุด

การฝึกอบรมภายในองค์กรเกี่ยวกับหลักการออกแบบเพื่อความยั่งยืน
พัฒนาศักยภาพอย่างสม่ำเสมอแก่ทีมงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ฝ่ายประกันคุณภาพ ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายขาย และฝ่ายการตลาดแบรนด์ของบริษัท (Own Brand) โดยเนื้อหาครอบคลุมเกณฑ์การจัดซื้อจัดหาอย่างยั่งยืน เช่น การปฏิบัติตามมาตรฐาน ASC/MSC,สินค้าที่มีคาร์บอนฟุตพริ้นท์ต่ำ หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน และแนวทางการสร้างความร่วมมือกับคู่ค้าเพื่อเตรียมความพร้อมและเสริมสร้างทักษะให้บุคลากรสามารถนำแนวคิดความยั่งยืนไปบูรณาการเข้ากับการคัดเลือกและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลตอบแทนจูงใจสำหรับพนักงานขายสินค้า
ผลตอบแทนจูงใจตามผลงานจะถูกเชื่อมโยงโดยตรงกับยอดขายสินค้าเพื่อความยั่งยืน โดยทีมขาย B2B และฝ่ายบริหารจัดการสาขาจะมีตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (KPI) เฉพาะที่ผูกกับการขับเคลื่อนรายได้ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ "Sustainable Choices" ซึ่งมุ่งเป้าหมายไปที่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของลูกค้ากลุ่ม HoReCa (โรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจจัดเลี้ยง) จากการใช้สินค้าและบรรจุภัณฑ์แบบเดิมไปสู่การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสินค้าที่ได้รับการรับรองด้านความยั่งยืน เพื่อสร้างอุปสงค์ (Demand) สำหรับสินค้ากลุ่มนี้ในตลาดอย่างต่อเนื่อง



CP AXTRA SUSTAINABLE PRODUCTS PROGRAM WORKFLOW

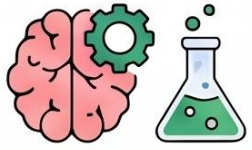
SUSTAINABLE CHOICES PORTFOLIO



STEP 1: STRATEGY & INVESTMENT

- **Target Setting:** 70% of total sales from sustainable products by 2030
- **Investment (CAPEX/OPEX):** Allocate dedicated funds to drive sustainable innovation

CP AXTRA



STEP 2: PRODUCT CREATION & SOURCING

- **Internal Training:** Commercial, Purchasing, and R&D teams learn sustainable design principles
- **R&D Resources:** Dedicated innovation teams reformulate Private Label (e.g., reduced sugar/sodium) and develop new sustainable lines (e.g., Piant-based)

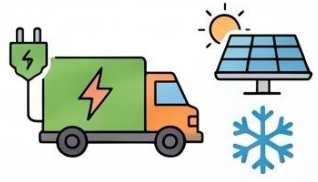
CP AXTRA



STEP 3: SCREENING & ASSURANCE

- **Classification System:** Define products as sustainable based on quantified external banchmarks (e.g., TBD Low Carbon, Healthier Choice, WEPs, MSC/ASC certified)
- **External Verification:** Classification and Sustainable Revenue KPI verified by a third-party auditor

CP AXTRA



STEP 4: OPERATIONS & INFRASTRUCTURE

- **Infrastructure Improvements:** Upgrade logistics and cold chains (e.g., EV trucks, energy-efficient efficient storage) to produce and maintain products sustainably

CP AXTRA



STEP 6: COMMERCIALIZATION

- **Sales Training:** B2B/store teams trained on seiling the “Sustainable Choices” portfolio and catalog
- **Sales Incentives:** Tie KPIs and performance bonuses for sales staff to driving sustainable product sales volume
- **Result:** Achieve Sustainable Revenue Goals

CP AXTRA

makro | Lotus's

makro | Lotus's

CP AXTRA

รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน

รายได้	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025
ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิคส์	**73,872,218**	**4,700,899,916**	**5,891,529,091.89**	**6,790,051,949.84**
กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน	**15,231,775,704.60**	**30,288,873,747.27**	**49,371,926,327.99**	**55,514,100,360.56**
- สินค้าคาร์บอนต่ำ	-	12,590,717,209.13	29,241,888,754.88	32,693,255,569.31
- สินค้าที่ได้รับการรับรอง MSC/ASC	5,590,514,256.67	6,708,617,108.00	7,135,771,385.00	7,873,054,247.00
- บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	316,483,506.21	367,912,631.53	406,275,997.71	474,193,436.69
- สินค้าที่ได้รับ Healthier Choice	8,935,562,540.67	7,561,999,436.82	9,427,294,861.72	11,466,568,382.51
- สินค้าที่ผู้หญิงเป็นเจ้าของธุรกิจ	389,215,401.05	3,059,627,361.79	3,160,695,328.68	3,007,028,725.05
รายได้รวมของกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน	15,305,647,922.60	34,989,773,663.27	55,263,455,419.88	62,304,152,310.40
% ต่อรายได้ทั้งหมด	3.26%	7.14%	10.79%	11.97%

ส่งเสริมการบริโภคสินค้าที่ได้รับการรับรองด้านความยั่งยืน

ในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ มุ่งเน้นการส่งเสริมให้ห่วงโซ่อุปทาน ผลิตและส่งมอบสินค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐานความยั่งยืนต่าง ๆ โดยในปี 2568 ทำให้มียอดซื้อสินค้าที่ได้รับการรับรองเพิ่มขึ้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ยอดซื้อกลุ่มพืชผลทางการเกษตรยั่งยืน

ประเภท	การรับรองมาตรฐานการผลิตด้านสังคม หรือสิ่งแวดล้อม	% ยอดซื้อสินค้าที่ได้รับการรับรอง	น้ำหนักสินค้ารวม:ตัน (% น้ำหนักของสินค้าที่ได้รับการรับรอง)	% ยอดการสั่งซื้อ
น้ำมันปาล์ม	RSPO, RSB, ISCC	100%	225,057.01 (100%)	2.17%
ถั่วเหลือง	RTRS, Pro Terra, CRS, ISCC+	81.26%	125,454.48 (88.8%)	1.87%
น้ำตาล	BON Sucro, Fairtrade, Vive	92.25%	171,110.67 (93.79%)	1.09%
โกโก้/กาเกา	Fair trade, UTZ , Rainforest Alliance, Bird Friendly	42.91%	7,000.94 (70.33%)	0.51%
กาแฟ	IRTAC, SRP, Global G.A.P, BRC , Rainforest Alliance, UTZ, Fairtrade	33.51%	128,016.89 (13.68%)	2.86%
ธัญพืช	GAP,FTA Gold, Global G.A.P, BRC	42.28%	282,868.56 (45.49%)	2.54%
ฝ้าย	Fair Trade-certified cotton, BCI, GOTS, OCS, GRS, RCS , Global organic textile standard	12.34%	7,416.46 (10%)	0.44%
ยาสูบ	ISO 26000, ISO 14001, GOTHIATEK	77.86%	3,018.79 (93.94%)	2.88%

หมายเหตุ: % ยอดซื้อสินค้าที่ได้รับการรับรอง = ยอดซื้อกลุ่มที่ได้รับการรับรอง/ยอดซื้อพืชผลเกษตรทั้งหมดของกลุ่มนั้น
% น้ำหนักสินค้าที่ได้รับการรับรอง = น้ำหนักกลุ่มที่ได้รับการรับรอง/น้ำหนักพืชผลเกษตรทั้งหมดของกลุ่มนั้น
% ยอดการสั่งซื้อ = ยอดซื้อพืชผลเกษตรชนิดนั้น/ยอดซื้อสินค้าทั้งหมด

ยอดซื้อกลุ่มโภคภัณฑ์เกษตร

ประเภท	การรับรองมาตรฐานการผลิตด้านสังคม หรือสิ่งแวดล้อม	% ยอดซื้อสินค้าที่ได้รับการรับรอง	น้ำหนักสินค้ารวม:ตัน (% น้ำหนักของสินค้าที่ได้รับการรับรอง)	% ยอดการสั่งซื้อ
Aquaculture	ASC, G.A.P., BAP, Non-GMO, BRC, GMP	31.16%	6,406.41 (57.32%)	0.47%
Cattle	G.A.P., AAWC, BRC, GMP	20.17%	4,375.64 (6.25%)	0.53%
Dairy	G.A.P., AAWC, BRC, GMP, Fairtrade	30.87%	327,849.32 (19.12%)	3.82%
Swine	G.A.P., AAWC, BRC, GMP, Fairtrade	76.41%	169,219.84 (59.81%)	7.81%
Poultry&Egg	G.A.P., AAWC, BRC, GMP	59.35%	192,794.41 (88.37%)	6.96%
Wild fishery	MSC, MSC Chain of Custody, G.A.P., ATBF	39.31%	17,091.14 (60.66%)	1.47%

หมายเหตุ: % ยอดซื้อสินค้าที่ได้รับการรับรอง = ยอดซื้อกลุ่มที่ได้รับการรับรอง/ยอดซื้อโภคภัณฑ์เกษตรทั้งหมดของกลุ่มนั้น
% น้ำหนักสินค้าที่ได้รับการรับรอง = น้ำหนักกลุ่มที่ได้รับการรับรอง/น้ำหนักโภคภัณฑ์เกษตรทั้งหมดของกลุ่มนั้น
% ยอดการสั่งซื้อ = ยอดซื้อโภคภัณฑ์เกษตรชนิดนั้น/ยอดซื้อสินค้าทั้งหมด

สินค้าของบริษัทฯ ที่ได้รับการรับรอง ASC MSC และสินค้าออร์แกนิค

สินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ได้รับการรับรอง ASC & MSC "ocean gems" คือ สินค้าในกลุ่มธุรกิจฟูดเซอร์วิสรวมทั้งสิ้น 42 รายการ ได้รับการรับรองจาก Marine Stewardship Council (MSC) และ Aquaculture Stewardship Council (ASC) มีสินค้า 6 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ปลา ปู หอย กุ้ง ปลาหมึก หอย และไข่ (Roe) โดยมียอดขายในปี 2568 เป็น 332.33 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากเดิมที่ขายได้ 113.47 ล้านบาท ในปีก่อน แสดงให้เห็นถึงกระแสการตอบรับสินค้าที่ได้รับการรับรองด้านความยั่งยืน

สามารถดูใบรับรองเพิ่มเติมได้จากเว็บไซต์บริษัทฯ
- https://www.cpaxtra.com/storage/document/sustainability/asc-certificate.pdf
- https://www.cpaxtra.com/storage/document/sustainability/msc-certificate.pdf



ผลลัพธ์ ปี 2568:
26% ยอดขาย ASC & MSC ในกลุ่มสินค้า เครื่องหมายการค้าของบริษัท

นโยบายสวัสดิภาพสัตว์ และสินค้าออร์แกนิค

บริษัทฯ กำหนดให้คู่ค้าที่ผลิตเนื้อสัตว์ทุกราย ต้องผ่านประเมินแรกเข้า และประเมินซ้ำทุก 3 ปี เพื่อให้มั่นใจว่าในกระบวนการผลิตที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยคู่ค้าทุกรายต้องมีผลการทดสอบสารเคมี และสารตกค้างไม่เกินค่ามาตรฐานสากล จากสุ่มตรวจสอบทุกลอตตลอดปี

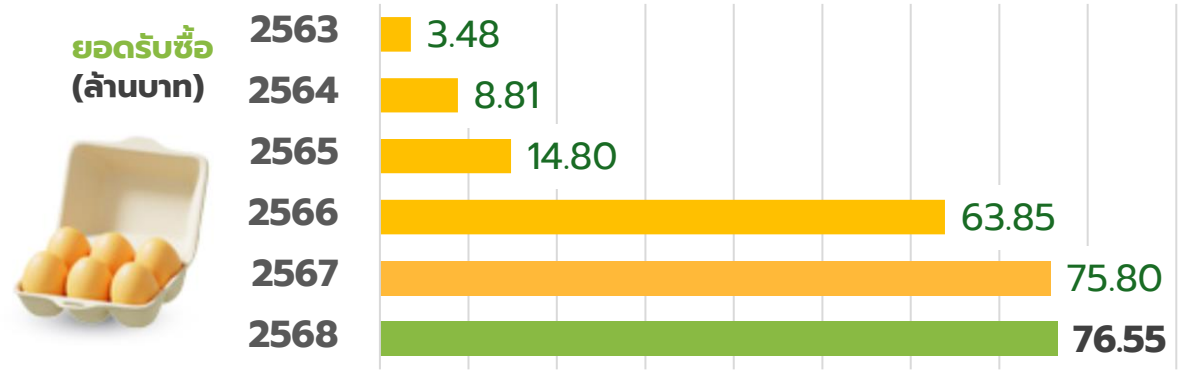
ไม่ใช้ยาปฏิชีวนะ	ไม่ใช้เนื้อสัตว์ GMO หรือโคลนนิ่ง	ไม่ใช้ฮอร์โมนกระตุ้นการเติบโต	สุ่มประเมินทุกล็อตสินค้า
100%	**100%**	**100%**	**100%**

ผลลัพธ์ ปี 2568:
36.14% ยอดรับซื้อสินค้าออร์แกนิคต่อสินค้าอาหารสดทั้งหมดเพิ่มขึ้นจากปีก่อน (2567 = 33.82%)

โครงการส่งเสริมไข่ไก่ไร้กรง

บริษัทฯ ร่วมกับคู่ค้าและหน่วยงานภาครัฐ เพื่อพัฒนาเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไม่ขังกรง พร้อมส่งเสริมความรู้ให้แก่ลูกค้าและผู้บริโภค และจัดจัดหน่ายไข่ไก่ที่มาจากแม่ไก่ที่เลี้ยงแบบธรรมชาติในทุกสาขาให้เป็นทางเลือกแก่ลูกค้าตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นมา ในปี 2568 มียอดรับซื้อ **76.55** ล้านบาท เพิ่มขึ้น **0.75** ล้านบาทจากปีก่อน (2567 = **75.80** ล้านบาท)

ผลลัพธ์ ปี 2568:



โครงการ “ประมงเพื่อความยั่งยืน (Sustainable Fishery)”

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ประมงเพื่อความยั่งยืน ผ่านการรับรองมาตรฐานสากล เช่น ASC (Aquaculture Stewardship Council), MSC (Marine Stewardship Council) ซึ่งเป็นการรับรองห่วงโซ่ของการคุ้มครองสัตว์น้ำ สร้างความมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายมาจากการทำประมงที่ผ่านการประกันคุณภาพ ร่วมถึงการรับรองผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน และมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังสามารถสอบย้อนกลับได้ตลอดห่วงโซ่อุปทานไปถึงแหล่งที่มาของสัตว์น้ำ







ทั้งนี้ศึกษานโยบายดังกล่าวที่
https://www.cpaxtra.com/storage/document/sustainability/asc-certificate.pdf
https://www.cpaxtra.com/storage/document/sustainability/msc-certificate.pdf

ผลลัพธ์ ปี 2568:

- กว่า **200** รายการสินค้า ที่ได้การรับรองมาตรฐาน MSC, ASC
- ยอดซื้อสินค้าที่ได้การรับรองฯ กว่า **7 พันล้านบาท**
- คิดเป็น **44% (เพิ่มขึ้น 6%)** ของยอดซื้อสินค้ากลุ่มอาหารทะเลในปี 2568

โครงการเพื่อลดการใช้น้ำ

โครงการ “เพื่อชีวิตที่ดีขึ้นของเกษตรกรบนที่ราบสูง”

มีเป้าหมายเพื่อลดความเสี่ยงด้านปริมาณน้ำโดยตรง ผ่านการปรับเปลี่ยนวิถีการเกษตรในพื้นที่ที่ประสบปัญหาการขาดแคลนน้ำในภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยความร่วมมือกับกรมวิชาการเกษตร มหาวิทยาลัย และผู้เชี่ยวชาญด้านการเกษตร โครงการนี้ส่งเสริมให้เกษตรกรนำระบบชลประทานที่ช่วยประหยัดน้ำมาใช้รวมถึงปลูกพืชที่ต้องการน้ำน้อยและเหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศในพื้นที่ การดำเนินการเหล่านี้ช่วยลดความต้องการใช้น้ำในการเกษตรโดยรวม ทำให้ชุมชนที่เข้าร่วมโครงการมีความเข้มแข็งและสามารถรับมือกับภาวะแห้งแล้งและการขาดแคลนน้ำได้ดียิ่งขึ้น

โครงการนี้มุ่งจัดการความเสี่ยงด้านคุณภาพน้ำโดยการส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพื้นฐานในวิธีการเพาะปลูก โดยสนับสนุนให้เกษตรกรเปลี่ยน มาทำเกษตรอินทรีย์ซึ่งหลีกเลี่ยงการใช้ปุ๋ยเคมี และสารกำจัดศัตรูพืช การเปลี่ยนแปลงนี้ช่วยป้องกันการไหลบ่าของสารเคมีที่อาจปนเปื้อนแหล่งน้ำในท้องถิ่น อีกทั้งยังช่วยยกระดับแนวปฏิบัติทางการเกษตรของคู่ค้า เกษตรกร และชุมชนโดยรอบในที่สุด บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน) ยังได้สนับสนุนเกษตรกรโดยการรับซื้อผลิตผลเหล่านี้ไปจำหน่ายในสาขาต่างจังหวัดของบริษัทอีกด้วย







ผลลัพธ์ ปี 2568:

- **286** ราย เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ โดยเป็นคู่ค้าแมคโคร 281 ราย และ โลตัส 5 ราย **(เป้าหมาย 100% ในปี 2573)**

โครงการต้นแบบในการบริหารจัดการน้ำ

“โนนเขวาโมเดล" เกษตรแปลงใหญ่

บ้านโนนเขวา เป็นพื้นที่ต้นแบบในการดำเนินโครงการบริหารจัดการน้ำเพื่อการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามพระราชดำริ เริ่มดำเนินโครงการโดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์หน่วยงานท้องถิ่นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 จากการปรับเปลี่ยนจากการปลูกข้าวซึ่งใช้น้ำมาก มาสู่การปลูกผักซึ่งเป็นพืชล้มลุก ใช้ระยะเวลาปลูกสั้นกว่า

CP Axtra จึงได้ร่วมศึกษาและสนับสนุนแนวคิดนโยบายเกษตรแปลงใหญ่ เพื่อเติมเต็มห่วงโซ่อุปทานและสร้างผลผลิตที่สด สะอาด ปลอดภัย ตรงความต้องการของผู้บริโภค จึงได้สนับสนุนเงินทุนกว่า 1 ล้านบาทเพื่อการก่อสร้างโรงคัดและบรรจุ รวมไปถึงการวางแผนการปลูกและการเก็บเกี่ยว การปลูกพืชที่ปลอดภัยจากสารเคมี การพัฒนาการผลิตให้ได้การรับรองมาตรฐาน GAP









ผลลัพธ์ ปี 2568:

- ผลิตผลทางการเกษตรวางจำหน่ายใน ซีพี แอ็กซ์ตร้า กว่า **28 รายการ** สร้างรายรับแก่กลุ่มเกษตรกรกว่า **11,116,028.71 บาท**

โครงการเพื่อลดมลพิษทางสิ่งแวดล้อม

โครงการนวัตกรรม “บรรจุภัณฑ์ยั่งยืน ด้วยหยวกกล้วย”

สร้างประโยชน์เชิงปริมาณต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการนำถาดบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากหยวกกล้วยมาใช้ทดแทนบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง สามารถลดการทิ้งขยะพลาสติกได้ **1.20** ตันในปี 2568 และช่วยเกษตรกรให้มีรายได้เพิ่มขึ้น



ผลลัพธ์ ปี 2568:

- สินค้าถาดหยวกกล้วยที่ใช้ทดแทนบรรจุภัณฑ์พลาสติกได้ **1.20** ตัน และมียอดขาย **3,431,430** บาทต่อปี

โครงการ “Shelf Ready Display”

บรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่ สินค้าจะถูกบรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์ชนิดต่างๆ ห่อหุ้มด้วยฟิล์มหด ก่อนบรรจุใส่ลังเพื่อขนส่งมายังผู้จำหน่าย ซึ่งผู้จำหน่ายต้องแกะสินค้าออกมาเพื่อวางจำหน่ายต่อ ทำให้เกิดขยะจำนวนมาก เพื่อเป็นการลดขยะจากต้นทาง ส่งเสริมการนำกลับมาใช้ซ้ำ สามารถรีไซเคิลได้
ในปี 2567 ซีพี แอ็กซ์ตร้า จึงเริ่มส่งเสริมให้คู่ค้าปรับเปลี่ยนมาใช้บรรจุภัณฑ์พร้อมชั้นวาง (Shelf Ready Display)* ซึ่งนอกเหนือจากประโยชน์ด้านสิ่งแวดล้อมแล้ว บรรจุภัณฑ์พร้อมชั้นวาง ยังมีจุดเด่นอยู่ที่ ความสะดวกและง่ายในการจัดเรียงและยกเติมสินค้า สามารถเปิดใช้งานได้ทันที สินค้าอยู่ในรูปแบบสำเร็จพร้อมจำหน่าย สินค้าดูโดดเด่นสวยงาม ลูกค้าหยิบสินค้าได้ง่ายขึ้น





*ดูคลิปเพิ่มเติม ได้ที่
https://youtu.be/Dl-HQzrlZsM?si=h5SvTNn-fxxVLBm1

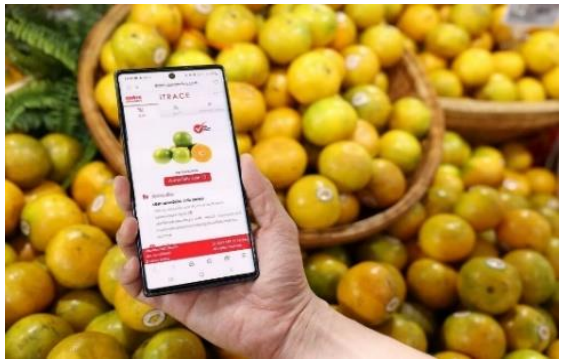
โครงการเพื่อปกป้องคุณภาพดิน

โครงการต่อเนื่อง “ส้มปลอดภัย คนไทยยิ้มได้ปีที่ 12”

บริษัทฯ ร่วมมือกับ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สนับสนุนเกษตรกรผู้ปลูกส้ม ในการจัดการเพาะปลูกตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน เช่น การใช้สารชีวภัณฑ์ทดแทนสารเคมีการจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการตรวจสอบ สารเคมีด้วยห้องปฏิบัติ ISO 17025 ระดับสากลทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้ง ยังได้รับรองมาตรฐานการปฏิบัติที่ดีทางการเกษตร (GAP) ทำให้มั่นใจได้ว่า ส้มทุกผลมีคุณภาพและปลอดภัยจากสารตกค้าง รวมถึงสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ผ่านการสแกน QR Code ระบบ i-Trace ที่ติดอยู่ในบรรจุภัณฑ์หรือป้ายแสดง QR Code ณ จุดจำหน่าย เป็นการส่งเสริมการผลิตส้มไทยสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้เกษตรกรไทยอย่างยั่งยืน







ผลลัพธ์ ปี 2568:

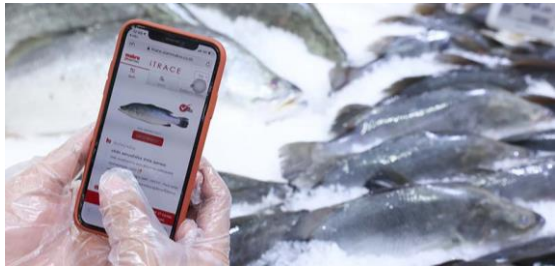
- เกษตรกรเข้าร่วมกว่า **60** ราย ครอบคลุมพื้นที่ **23,000** ไร่ ใน **7** จังหวัด
- สนับสนุนภาคเกษตรกรรมจำนวน **8,400** ตันต่อปี

โครงการเพื่อป้องกันการทำลายระบบนิเวศ

โครงการ “ไม่จับ-ไม่ซื้อ-ไม่ขาย สัตว์น้ำทะเลวัยอ่อน”

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดหาอย่างยั่งยืน โดยแม็คโครและโลตัส ผนึกกำลังประกาศนโยบาย “ไม่จับ ไม่รับซื้อ และไม่จำหน่ายสัตว์น้ำทะเลวัยอ่อน” ที่ยังไม่ได้ขนาดเพื่อให้เกิดการอนุรักษ์ปริมาณสัตว์น้ำวัยอ่อน ซึ่งเป็นฐานปิรามิดที่สำคัญในห่วงโซ่อาหารของสัตว์ต่าง ๆ ในทะเล ทั้งยังได้กำหนด และสื่อสารมาตรการต่าง ๆ ต่อคู่ค้าที่เกี่ยวข้องทุกราย ตั้งแต่การตรวจสอบถึงแหล่งที่มา กำหนดและตรวจสอบขนาด ชนิด พันธุ์ของสัตว์น้ำ อุปกรณ์และวิธีการทำประมงต้องไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ รวมถึงการอบรม การสร้างความตระหนักรู้ให้กับผู้ผลิต คู่ค้า และกลุ่มประมงตลอดห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ เพื่อให้การผลักดันให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการจับสัตว์น้ำวัยอ่อน ผ่านกลไกของอุปสงค์อุปทาน ตลอดจนร่วมมือกับภาครัฐ และภาคประชาสังคม เพื่อผลักดันให้เกิดการประมงยั่งยืนต่อไป





https://www.youtube.com/watch?v=PRJ15TVRJKg

โครงการ "จัดหาอย่างยั่งยืนสำหรับวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวเนื่องกับปลาทูน่า"

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดหาอย่างยั่งยืน สำหรับวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวเนื่องกับปลาทูน่า โดยปลาทูน่าที่เลือกซื้อต้องไม่เป็นสายพันธุ์ที่ถูกคุกคามหรือถูกขึ้นบัญชีแดง อ้างอิงจากองค์การระหว่างประเทศเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ (IUCN) มีการตรวจสอบถึงแหล่งที่มา ชนิดพันธุ์ของทูน่า วิธีการทำการประมงที่ไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ ตลอดจนตรวจสอบคู่ค้าให้มั่นใจว่าได้ปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน กฎหมายคุ้มครองแรงงาน และความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติงาน และครอบคลุม 100% สินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท ทั้งนี้ศึกษานโยบายดังกล่าวที่ https://www.cpaxtra.com/en/sustainability/sustainability-policy-and-guidelines



โครงการเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

โครงการ “ข้าวคาร์บอนต่ำ”

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานภาคการเกษตรภายในประเทศและได้บูรณาการความร่วมมือระหว่างหลายภาคส่วน ได้แก่ เกษตรกร ผู้เชี่ยวชาญด้านการเกษตรและสิ่งแวดล้อม กลุ่มผู้ผลิตข้าว โรงสีข้าวนครหลวง และสาขาค้าปลีก เพื่อขับเคลื่อน “โครงการต้นแบบข้าวลดคาร์บอน” ในจังหวัดกำแพงเพชร โครงการนี้ได้นำกระบวนการ “Alternate Wetting and Drying (AWD)” หรือการทำนาแบบเปียกสลับแห้ง ซึ่งช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHG Emission) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โครงการนี้มุ่งเน้นการผลิตและแปรรูปข้าวโดยใช้วิธีการและเทคโนโลยีที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น การทำนาแบบเปียกสลับแห้ง (Alternate Wetting and Drying: AWD) การใช้ปุ๋ยอินทรีย์แทนปุ๋ยเคมีการจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ และการจัดการเศษวัสดุทางการเกษตรอย่างเหมาะสม (เช่น การหลีกเลี่ยงการเผาตอซังข้าวในที่โล่ง) โครงการนี้มีเป้าหมายเพื่อลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม (Green Consumers) เพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตข้าวในตลาดพรีเมียม และเตรียมความพร้อมให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการปรับตัวต่อกฎระเบียบและมาตรการทางการค้าระหว่างประเทศ ที่เชื่อมโยงการปล่อยก๊าซเรือนกระจกกับการเข้าถึงตลาดมากยิ่งขึ้น





ตัวอย่างโครงการการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

“ซีพี แอ็กซ์ตร้า จับมือ อย. ยกระดับอาหารปลอดภัยสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค”

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ได้จัดสัมมนากับพันธมิตรทางธุรกิจ คู่ค้า ผู้นำเข้า และผู้ผลิตอาหารสด เพื่อยกระดับและเพิ่มความเข้มงวด มุ่งสู่การสร้าง “มาตรฐานอาหารปลอดภัย สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค” โดยมีตัวแทนจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) มาให้แนวทางในการสร้างกระบวนการบริหารจัดการคุณภาพสินค้า ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ พร้อมกับผู้เชี่ยวชาญจาก AMARC ห้องปฏิบัติการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสากล มาให้ความรู้ในการตรวจสอบสารตกค้างในผักผลไม้ เพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยให้อาหารสด ทั้งที่ผลิตในประเทศและนำเข้า ตอกย้ำการเป็นผู้นำด้านอาหารสดของ ซีพี แอ็กซ์ตร้า













ตัวอย่างโครงการการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

“ซีพี แอ็กซ์ตร้า ร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่น ยกระดับภาคเกษตรกรรมท้องถิ่นและขยายช่องทางเข้าสู่ตลาดโมเดิร์นเทรด”

ซีพี แอ็กซ์ตร้าร่วมกับสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดสุรินทร์ ได้ร่วมให้ความรู้และคำแนะนำด้านมาตรฐานสินค้าเกษตร การพัฒนาโรงคัดบรรจุ และแนวทางการเชื่อมโยงผลผลิตเข้าสู่ตลาดโมเดิร์นเทรด แก่ **“วิสาหกิจชุมชนเกษตรผสมผสานและแปรรูปสวนจันทกานต์”** ณ บ้านโคกจ๊ะ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ เพื่อยกระดับศักยภาพการผลิตสินค้าเกษตรและการรับซื้อผลผลิตตรงจากเกษตรกร โดยมี กำนันตำบลท่าสว่าง ผู้แทนสำนักงานเกษตรจังหวัดสุรินทร์ ผู้แทนสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุรินทร์ ผู้แทน อบต.ท่าสว่าง และผู้แทนโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลฯ ร่วมขับเคลื่อน






การพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบในด้านสิ่งแวดล้อมและหลักปฏิบัติที่ดีสำหรับคู่ค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน ได้จัดงานเสวนาให้ความรู้แก่คู่ค้า เรื่อง “การพัฒนาธุรกิจสู่ห่วงโซ่อุปทานคาร์บอนต่ำ” โดยมี ดร.จุฑารัตน์ พัฒนาทร ผู้อำนวยการอาวุโส และผู้ทรงคุณวุฒิจากทุกภาคส่วนร่วมให้ความรู้ รวมถึงการอบรมหลักปฏิบัติที่ดีสำหรับคู่ค้า Supplier Code of Conduct เพื่อให้ตระหนักถึงความรับผิดชอบในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล่อม ประเทศชาติ เมื่อวันที่ วันที่ 14 กรกฎาคม 2568



ผลลัพธ์ ปี 2568:

- คู่ค้า **3,646** ราย คิดเป็น **100%** ได้รับทราบถึงหลักปฏิบัติที่ดีสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct)
  ** อ้างอิงตามจำนวนคู่ค้ารวม ซึ่งรวมถึงคู่ค้ารายใหม่ ที่ได้ลงนามในหลักจรรยาบรรณธุรกิจ (COC) ของทั้ง CPAXTRA และ Lotus’s แล้ว*

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้ ตารางข้อมูล GRI กับ GRI Index และ ใบรับรองการทวนสอบข้อมูลด้านความยั่งยืนลิงก์ URL ของเอกสารแนบ: https://www.cpaxtra.com/storage/document/sustainability-reports/2025/appendix-for-e-one-report-th.pdf

LRQA Independent Assurance Statement

Relating to CP Axtra Public Company Limited's Sustainability Report for the calendar year 2025

This Assurance Statement has been prepared for CP Axtra Public Company Limited (CP Axtra) in accordance with our contract but is intended for the readers of this Report.

Terms of Engagement

LRQA (Thailand) Limited (LRQA) was commissioned by CP Axtra Public Company Limited (CP Axtra) to provide independent assurance on its Sustainability Report 2025 "the report" against the assurance criteria below to a moderate level of assurance and at the materiality of the professional judgement of the verifier, using AccountAbility's AA1000AS v3, where the scope was a Type 2 engagement.

Our assurance engagement covered CP Axtra's subsidiaries in Cambodia, Malaysia, Myanmar and Thailand, and specifically the following requirements:

- Evaluating CP Axtra's adherence to AA1000 AccountAbility Principles (2018) of Inclusivity, Materiality, Responsiveness and Impact.
- Confirming that the report is in accordance with GRI Standards[1] (2021).
- Reviewing the double materiality assessment process, Codes of conduct compliance system and integrity of CP Axtra's supplier screening, assessment and development process.
- Evaluating the reliability of data and information for only the selected indicators listed below:
  - *Environmental*:
    GRI 302-1 Energy consumption within the organization, GRI 302-3 Energy intensity, GRI 303-3 to 5 Water withdrawal, discharge and consumption, GRI 305-1 Direct (scope 1) GHG emissions, GRI 305-2 Energy indirect (scope 2) GHG emissions, GRI 305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions (Purchased goods & services, Capital goods, Fuel and energy related activities, Upstream transport and distribution, Waste generated in operations, Business travel, Employee commuting, Downstream leased, Downstream transport and distribution, processing of sold product and used of sold products only), GRI 305-4 GHG emissions intensity, (GRI 306- 3 to 5) Waste generated/diverted form disposal and direct to disposal and food loss & waste and GRI 308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken.
    Social:
    GRI 403-9 to 10 Work-related injuries and ill health, GRI 405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men and GRI 414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken.
    Non-GRI : Board Performance review

Our assurance engagement excluded the data and information of CP Axtra's operations and activities outside of Cambodia, Malaysia, Myanmar and Thailand and suppliers and any third-parties mentioned in the report.

LRQA's responsibility is only to CP Axtra. LRQA disclaims any liability or responsibility to others as explained in the end footnote. CP Axtra's responsibility is for collecting, aggregating, analysing and presenting all the data and information within the report and for maintaining effective internal controls over the systems from which the report is derived. Ultimately, the report has been approved by, and remains the responsibility of CP Axtra.

LRQA's Opinion

Based on LRQA's approach nothing has come to our attention that would cause us to believe that CP Axtra has not, in all material respects:

- Met the requirements above.
- Disclosed reliable performance data and information for the selected indicators as no errors or omissions were detected.
- Covered all the issues that are important to the stakeholders and readers of this report.

The opinion expressed is formed on the basis of a moderate level of assurance and at the materiality of the professional judgement of the verifier.

Note: The extent of evidence-gathering for a moderate level of assurance engagement is less than for a high level of assurance engagement. Moderate assurance engagements focus on aggregated data rather than physically checking source data at sites. Consequently, the level of assurance obtained in a moderate assurance engagement is substantially lower than the assurance that would have been obtained had a high assurance engagement been performed.

[1] https://www.globalreporting.org

LRQA's approach

LRQA's assurance engagements are carried out in accordance with AA1000AS v3. The following tasks though were undertaken as part of the evidence gathering process for this assurance engagement:

- Assessing CP Axtra's approach to stakeholder engagement to confirm that issues raised by stakeholders were captured correctly. We did this by interviewing CP Axtra's management who engage directly with stakeholder groups as well as reviewing documents and associated records.
- Reviewing CP Axtra's process for identifying and determining double material issues to confirm that the right issues were included in their report. We also tested the filters used in determining material issues to evaluate whether CP Axtra makes informed business decisions that may create opportunities which contribute towards sustainable development.
- Auditing CP Axtra's data management systems to confirm that there were no significant errors, omissions or mis-statements in the report. We did this by reviewing the effectiveness of data handling process, and systems, including those for internal verification. We also spoke with key people in various departments responsible for compiling the data and drafting the report.
- Visiting CP Axtra's operations in Malaysia and Thailand as business representative to sampling performance data and information for only the selected indicators to confirm its reliability.

Observations

Further observations and findings, made during the assurance engagement, are:

- Stakeholder inclusivity: We are not aware of any key stakeholder groups that have been excluded from CP Axtra's stakeholder engagement process. Stakeholders have the opportunity to express their concerns about how CP Axtra's operations may impact on them.
- Materiality: We are not aware of any material issues concerning CP Axtra's sustainability performance that have been excluded from the report. CP Axtra has processes for identifying and determining material issues from either ESG impact or financial materiality accordingly.
- Responsiveness: CP Axtra has addressed and response the concerns of stakeholders in relation to GHG emissions reduction and OH&S statistics.
- Impact: CP Axtra has processes to evaluate negative ESG impacts from its operations for example, input materials and food loss/waste.
- Reliability: Data management systems are considered to be well defined, but the implementation of these systems varies across CP Axtra's business unit. CP Axtra should consider interim verification to further improve the reliability and of its disclosed data and information.

LRQA's standards, competence and independence

LRQA ensures the selection of appropriately qualified individuals based on their qualifications, training and experience. The outcome of all verification and certification assessments is then internally reviewed by senior management to ensure that the approach applied is rigorous and transparent.

This verification is the only works undertaken by LRQA for CP Axtra and as such does not compromise our independence or impartiality.

Dated: 20 February 2026

Opart Charuratana
LRQA Lead Verifier
On behalf of LRQA (Thailand) Limited
No. 252/123 (C), Muang Thai – Phatra Complex Tower B.
26th floor, Ratchadaphisek Road., HuayKwang, Bangkok, 10310, THAILAND
LRQA reference: BGK00001274

LRQA Group Limited, its affiliates and subsidiaries, including LRQA (Thailand) Limited, and their respective officers, employees or agents are, individually and collectively, referred to in this clause as 'LRQA'. LRQA assumes no responsibility and shall not be liable to any person for any loss, damage or expense caused by reliance on the information or advice in this document or howsoever provided, unless that person has signed a contract with the relevant LRQA entity for the provision of this information or advice and in that case any responsibility or liability is exclusively on the terms and conditions set out in that contract.

The English version of this Assurance Statement is the only valid version. LRQA Group Limited assumes no responsibility for versions translated into other languages.

This Assurance Statement is only valid when published with the Report to which it refers. It may only be reproduced in its entirety.

Copyright © LRQA Group Limited, 2026.