

For a Better Tomorrow



เครือเจริญโภคภัณฑ์
รายงานความยั่งยืนประจำปี 2566



กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม



CP ร้อยเรียงความดี



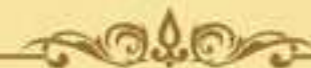
ซีพี...เพื่อความยั่งยืน



ทรงพระเจริญ

เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา ๖ รอบ

๒๘ กรกฎาคม ๒๕๖๗



ด้วยเกล้าด้วยกระหม่อม ขอเดชะ

ข้าพระพุทธเจ้า บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด และบริษัทในเครือ
บริษัท ซีอีโต้ จำกัด บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัท ซีพี เอ็กส์ตรา จำกัด (มหาชน)



สารบัญ

หน้า	4
สารจากผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์	
สารจากประธานอาวุโส	4
สารจากประธานกรรมการ	6
สารจากประธานคณะผู้บริหาร	8
สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ	10
ความคืบหน้าการดำเนินงานสู่เป้าหมายความยั่งยืน เครือฯ ปี 2573	12
รางวัลและความภาคภูมิใจ ปี 2566	14
เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	16
รู้จักเครือเจริญโภคภัณฑ์	20
ห่วงโซ่คุณค่าของเครือเจริญโภคภัณฑ์	22
ภาพรวมธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์	24
การวิเคราะห์รับการดำเนินงาน	26
คำนิยามองค์กร 6 ประการ	30

การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน	32
การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน	34
การวิเคราะห์ผลกระทบภายนอก	38
ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่	41
การสร้างความปลอดภัยกับผู้มีส่วนได้เสีย	43
การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	46
กลยุทธ์และเป้าหมายความยั่งยืน	50
กระบวนการสร้างคุณค่า	52
การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน	54
ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	56

HEART: Living Right	60
การกำกับดูแลกิจการ	64
สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน	76
การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ	90
การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล	100
ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล	112

HEALTH: Living Well	118
สุขภาพและสุขภาวะที่ดี	122
คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม	134
ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ	148
การบริหารจัดการนวัตกรรม	156
การสร้างความปลอดภัยกับผู้มีส่วนได้เสีย	166

HOME: Living Together	174
การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	178
ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน	200
การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ	212
การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ	224
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	240

ภาพผนวก	252
ขอบเขตการรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2566	254
GRI Content Index	256
การรับรองจากหน่วยงานภายนอก	272





สารจากประธานอาวุโส

Message from THE SENIOR CHAIRMAN



สถานการณ์โลกและวิถีการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ได้ส่งผลกระทบต่อการค้าในธุรกิจหลากหลายมิติ เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการเตรียมรับมือกับปัจจัยเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น จึงได้บัญญัติค่านิยมองค์กรเพื่อให้บุคลากรใช้ยึดมั่นเป็นหลักในการปฏิบัติภารกิจหน้าที่ จากวิถีการทำงานกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร ด้วยตระหนักว่า องค์กรที่มีความยืดหยุ่น และพร้อมที่จะปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับทุกวิกฤตการณ์ได้อย่างรวดเร็วเท่านั้น จึงจะสามารถนำพาธุรกิจสู่เป้าหมายความสำเร็จที่ยั่งยืนได้ และบุคลากรเครือเจริญโภคภัณฑ์ คือ หัวใจสำคัญที่จะนำเอาแก่นแท้ค่านิยมมาบูรณาการ เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถก้าวทันโลกอนาคตได้อย่างมั่นคงยั่งยืน

ในขณะที่หลายภาคส่วนต่างแสดงความกังวลถึงเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) จะเข้ามามีบทบาทแทนที่มนุษย์ แต่แท้จริงแล้วความล้ำสมัยเหล่านี้ ล้วนเป็นความฉลาดที่เกิดจากการประดิษฐ์คิดค้นของมนุษย์ทั้งสิ้น เครือเจริญโภคภัณฑ์เล็งเห็นถึงความสำคัญในการลงทุนเพื่อพัฒนาบุคลากร ตลอดจนได้เตรียมพร้อมรับมือกับวิกฤตการณ์ขาดแคลนแรงงานที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้ ด้วยการฝึกทักษะฝีมือแรงงาน จัดการอบรมหลักสูตรความรู้คู่คุณธรรมให้แก่พนักงานน้อย เก้าแก่ใหญ่ จนถึงระดับบริหาร ผ่านสถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ฯลฯ โดยให้ความสำคัญกับบุคลากรในทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกเพศ อายุ ศาสนา หรือเชื้อชาติ พร้อมสนับสนุนโอกาส

ให้บุคลากรจากทุกกลุ่มธุรกิจทั่วโลกได้แสดงศักยภาพ ความคิดสร้างสรรค์ในการค้นคว้าวิจัย การประดิษฐ์ หรือต่อยอดงานนวัตกรรมที่สร้างประโยชน์ในการขับเคลื่อนประเทศเข้าสู่ยุค 5.0 เพื่อให้เครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นองค์กรที่สามารถเติบโตขึ้นอย่างแข็งแกร่งในทุกมิติของความยั่งยืน

ก้าวสู่ศตวรรษใหม่อย่างมั่นคง เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังคงเปี่ยมด้วยพลังใจที่จะสร้างสรรค์ธุรกิจบนพื้นฐานของความซื่อสัตย์ สุจริต กตัญญู สร้างความเชื่อถือไว้วางใจแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ในกิจการอันเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม ควบคู่กับการดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยปณิธานที่จะเป็นองค์กรคุณธรรมที่สร้างคุณค่า เพื่อส่งต่ออนาคตความยั่งยืนให้กับประเทศชาติ สังคม และองค์กรต่อไป

นายนิทัศน์ เจียรนวนนท์

ประธานอาวุโส

เครือเจริญโภคภัณฑ์



สารจากประธานกรรมการ

Message from THE CHAIRMAN



“ความยั่งยืน” เป็นรากฐานสำคัญที่ทำให้องค์กรเติบโตและก้าวไปข้างหน้าอย่างเข้มแข็ง

ท่ามกลางสถานการณ์โลกที่เต็มไปด้วยความท้าทายและโอกาสใหม่ๆ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์การเติบโตสู่ยุคอุตสาหกรรมที่ล้ำหน้า ด้วยการพัฒนาและใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยในการพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่องตามแนวทางปฏิบัติของ “ค่านิยมองค์กร 6 ประการ” ที่มุ่งเน้นการสร้างประโยชน์ให้กับประเทศชาติและประชาชนในทุกๆ ประเทศที่เครือฯ เข้าไปลงทุนด้วย “ความซื่อสัตย์และมีคุณธรรม” อันสร้างความไว้วางใจและประโยชน์ต่อผู้มีส่วนร่วมตลอดห่วงโซ่คุณค่ามากกว่าหนึ่งศตวรรษ

ด้วยความตระหนักรู้และเข้าใจในความท้าทายต่าง ๆ ของโลกในปัจจุบัน เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงทางอาหารเพื่อการเข้าถึงที่เพียงพอสำหรับทุกคน และการปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อรักษาสมดุลตามธรรมชาติของสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการดำรงชีวิต อีกทั้งการสร้างบุคลากรรุ่นใหม่ที่ดีและเก่งมาช่วยขับเคลื่อนธุรกิจด้วยความยั่งยืนจากรุ่นสู่รุ่น เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงได้ประกาศ

เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ในปี 2573 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ในปี 2593 เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจของเราเข้าสู่เศรษฐกิจสีเขียว และร่วมสร้างความเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีให้กับประชาคมโลก

ทั้งนี้ เป้าหมายที่ตั้งไว้จะสำเร็จได้ด้วยความร่วมมือร่วมใจของบุคลากรและผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนตลอดห่วงโซ่คุณค่า ขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่งที่ได้ร่วมกันสร้างความเปลี่ยนแปลงทางบวกทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมตลอดมา และขอให้เราทุกคนมีความมุ่งมั่นในการสร้างอนาคตที่ยั่งยืนในทุกด้านเช่นนี้เพื่อก้าวสู่เป้าหมายความยั่งยืนร่วมกันและสร้างวันพรุ่งนี้ที่ดีกว่าให้กับโลกของเรา

นายสุกhit เจียรวณก

ประธานกรรมการ

เครือเจริญโภคภัณฑ์



สารจากประธานคณะกรรมการผู้บริหาร

Message from THE CEO



ปี 2566 ที่ผ่านมามาต่อเนื่องมาถึงปัจจุบัน สิ่งที่ทำให้โลกให้ความสำคัญสูงสุด 3 เรื่อง และเป็นเรื่องที่ถูกจากนานาประเทศให้ความสำคัญมากด้วยเช่นกัน คือ 1. การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digitalization) 2. การลดภาวะโลกร้อน (Decarbonization) 3. การสร้างความสมดุลในภาวะโลกแบ่งขั้ว (Deglobalization) ซึ่งในบทบาทของภาคเอกชน การปรับตัวท่ามกลางความท้าทายในหลายด้านที่ส่งผลกระทบต่อโลก เป็นสิ่งที่องค์กรต้องสร้างการมีส่วนร่วมจากหลายภาคส่วน ไม่เพียงแต่องค์กรใดองค์กรหนึ่ง แต่การตอบโจทย์ให้ครบทุกมิติ ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ต้องร่วมมือกันตลอดห่วงโซ่คุณค่า และมีหลายเรื่องที่ต้องเชื่อมโยงคนรุ่นใหม่ และภาคการศึกษา เช่นเดียวกับเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่มีเป้าหมายความยั่งยืนที่ชัดเจน ครอบคลุมทั้ง 3 ด้านของ ESG แต่การขับเคลื่อนเครือข่าย เน้นย้ำเรื่องการสร้างผู้นำที่มีมิติของความยั่งยืน การเปิดเวทีให้คนรุ่นใหม่ ตอบโจทย์เป้าหมายความยั่งยืน SDGs และการเชื่อมโยงตลาด และมีการใช้เทคโนโลยีมาตอบโจทย์ ไม่เพียงแต่เทคโนโลยีดิจิทัล แต่ยังครอบคลุมถึงบล็อกเชน การใช้เทคโนโลยีดาวเทียม โดรนในภาคการเกษตร การเข้าถึงทุน การลดความเหลื่อมล้ำ การตรวจสอบย้อนกลับ ล้วนเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี และสุดท้าย สิ่งที่จะเกิดขึ้นหากทำได้ครบถ้วนคือ สังคมแห่งภูมิปัญญาที่ยั่งยืน (Sustainable Intelligence) ที่จะทำให้องค์กรเกิดความยั่งยืนและทันสมัยต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในโลกปัจจุบัน

สำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์นั้น เรายังเดินหน้าสู่เป้าหมายความยั่งยืนในปี 2573 โดยกำหนดเป้าหมายใหญ่ครอบคลุมทั้ง 3 มิติของความยั่งยืน ได้แก่ 1. การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ หรือ Net Zero 2. การลดการเกิดขยะของเสียสู่หลุมฝังกลบให้เป็นศูนย์ หรือ Zero Waste to Landfill 3. การลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ซึ่งถือเป็นประเด็นสำคัญและเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของเรา

นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญมากขึ้นกับประเด็นเรื่องการปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ เนื่องจากการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ อาจทำให้ผลผลิตของระบบนิเวศลดลง และลดความสามารถในการรับมือกับภัยพิบัติทางธรรมชาติต่าง ๆ จึงถือเป็นอีกภารกิจที่เราต้องประสานความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ในการฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

เรามุ่งหวังให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งนี้ ในทุกเป้าหมายสำคัญของเรา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การลดการเกิดขยะของเสียสู่หลุมฝังกลบ และการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม เราจะขับเคลื่อนอย่างเต็มที่ และจะมีการบูรณาการความร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตรธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อก้าวไปให้ถึงเป้าหมายที่กำหนด รวมถึงจะสร้างความร่วมมือกับประชาคมโลกเพื่อแก้ไขปัญหาและความท้าทายเหล่านี้ไปด้วยกัน

ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีก้าวล้ำอย่างรวดเร็ว แต่ปรากฏว่าการเข้าถึงข้อมูลและเทคโนโลยีเป็นไปตามพื้นที่และความสามารถทางเศรษฐกิจจึงเกิดความไม่เท่าเทียมกันในเรื่องนี้ ช่องว่างทางสังคมจึงขยายออกมากขึ้นและกลายเป็นปัญหาแพร่กระจายไปในหลายประเทศทั่วโลก สำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์นั้นมีความตั้งใจที่จะแก้ไขปัญหานี้ ด้วยการเน้นไปที่การศึกษาและการพัฒนาทักษะแก่เยาวชน เพื่อเสริมสร้างสังคมที่ยั่งยืนและเข้มแข็งขึ้นอย่างสมดุล

สำหรับผลการดำเนินงานตามเป้าหมายความยั่งยืน ปี 2573 ของเรามีทั้งที่เป็นไปตามแผนงาน ล้ำช้ากว่าแผนงาน และก้าวหน้าเกินแผนงาน ซึ่งเราจะติดตามประเด็นที่ล่าช้ากว่าแผนงานอย่างใกล้ชิดเพื่อที่จะปรับปรุง พัฒนา ให้สามารถเดินหน้าไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้

อย่างไรก็ตาม สามารถกล่าวได้ว่า ปี 2566 เป็นอีกปีที่มีความสำเร็จสำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์ในการก้าวไปข้างหน้าสู่การเป็นผู้นำในด้านความยั่งยืน โดยได้รับการประเมินด้านความยั่งยืนจาก S&P Global อยู่ในระดับ “Top 5%” ในกลุ่มอุตสาหกรรม Industrial Conglomerates ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 นอกจากนี้ ยังได้รับการประเมินจาก World Benchmarking Alliance ให้ติดอันดับ Top 10 ในด้าน Food and Agriculture, Seafood Stewardship Index และ Nature Benchmarking ความสำเร็จต่อยอดความมุ่งมั่นในการเป็นผู้นำธุรกิจไทยที่พร้อมมุ่งสู่ “องค์กรชั้นนำด้านความยั่งยืนระดับโลก”

ท้ายที่สุด ผมเห็นว่าท่ามกลางความท้าทายและวิกฤตต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ผู้บริหารและพนักงานถือเป็นพลังสำคัญที่ทำให้องค์กรขับเคลื่อนฝ่าด่านพายุแห่งการเปลี่ยนแปลงมาได้ ขอขอบคุณทุกคนที่ทุ่มเทกำลังกายและใจให้กับองค์กรเพื่อความยั่งยืนในทุกมิติ และขอขอบคุณผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนที่เชื่อมั่นในการดำเนินงานของเรา เราเชื่อมั่นที่จะทำมากกว่าเดิม เพื่อสร้างโลกที่ดีขึ้นให้กับรุ่นต่อ ๆ ไป

นายสุภชัย เจียรวนนท์
ประธานคณะกรรมการ
เครือเจริญโภคภัณฑ์



สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ

HEART: Living Right

ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการปรับปรุงกระบวนการและริเริ่มโครงการใหม่ ๆ ในหลายด้าน เช่น การขยายแผนการสื่อสารเรื่องการกำกับดูแลให้ทั่วถึงเครือฯ และการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน เป็นต้น การดำเนินงานเหล่านี้ส่งเสริมให้เครือฯ สามารถคงไว้ซึ่งการเป็นองค์กรที่มีจริยธรรม คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน และ มุ่งเน้นพัฒนาทรัพยากรบุคคลอย่างเท่าเทียม

รายได้รวม 3,320,897 ล้านบาท ▲ +14%	ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับพนักงานทั้งหมด 237,251 ล้านบาท ▲ +6%	สัดส่วนพนักงานที่ผ่านการอบรมด้านจรรยาบรรณธุรกิจ 100% = 0%
สัดส่วนของกลุ่มธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน 100% = 0%	จำนวนภัยคุกคามทางไซเบอร์ 0 กรณี = 0%	
สัดส่วนของพนักงานหญิงทั้งหมด 50.80% ▼ -0.4%	จำนวนพนักงานที่ได้รับการโปรโมทในสายงานอาชีพ 72,013 คน ▲ +37%	จำนวนคนทั่วโลกที่ได้รับโอกาสเข้าถึงการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีพ (ทั้งรูปแบบ Online และ Offline) 48,361,902 คน ▲ +6%

หมายเหตุ: เป็นการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานระหว่างปี 2565 และ 2566 ในรูปแบบร้อยละ

HEALTH: Living Well

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังคงให้ความสำคัญต่อการนำนวัตกรรมเข้ามาร่วมใช้ในการผลิตสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มว่าจะได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย พร้อมกับมีความเหมาะสมสำหรับแต่ละช่วงวัย และสามารถเข้าถึงได้โดยทุกคน

จำนวนเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย กลุ่มเปราะบาง และกลุ่มอื่น ๆ ที่ได้รับการส่งเสริมความรู้ ความสามารถ และสนับสนุนในด้านต่าง ๆ 2,929,229 ราย ▲ +36%	จำนวนเด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ และผู้ที่อยู่ในสถานการณ์เสี่ยงที่ได้รับโอกาสในการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย 8,459,092 ราย ▲ +62%	
ค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อสินค้าและบริการในท้องถิ่น 1,110,331 ล้านบาท ▲ +35%	จำนวนผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและสุขภาวะที่ดี 921 ผลิตภัณฑ์ ▲ +2%	สัดส่วนของผลิตภัณฑ์อาหารที่มีการสื่อสารอย่างชัดเจนและโปร่งใส 82.6% ▲ +39%
ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา 28,264 ล้านบาท ▼ -2%	จำนวนมื้ออาหารที่มอบให้กับผู้ด้อยโอกาส โดยเฉพาะเด็ก เยาวชน ผู้ยากไร้ และผู้ที่อยู่ในสถานการณ์เสี่ยง 8.80 ล้านมื้อ ▲ +238%	

HOME: Living Together

ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้าน นอกจากนี้ ยังได้มีการดำเนินงานกับภาคส่วนต่าง ๆ ตลอดจนโซ่คุณค่า เพื่อลดการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ และส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชนทุกคน

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 และ Scope 2 5.82 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี ▼ -5%	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 3 73.52 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี ▲ +0.4%	
ปริมาณการลดการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้ 16.85 กิโลวัตต์ต่อล้านบาท ▼ -14%	สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน 17% ▲ +2%	สัดส่วนการนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์ 88.73% ▲ +4.43%
ปริมาณน้ำที่นำไปใช้ต่อหน่วยรายได้ 120.91 ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท ▼ -11%	จำนวนการปลูกต้นไม้เพื่อปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศบนบก 11.29 ล้านต้น ▲ +38%	



ความคืบหน้าการดำเนินงานสู่เป้าหมายความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573

เป้าหมายเครือฯ	ตัวชี้วัด	ปีฐาน	ความคืบหน้า		ความคืบหน้าการดำเนินงานในปี 2566	ความเกี่ยวข้อง				ห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ		ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง	การสนับสนุนต่อ SDGs	
			2565	2566		เกษตรกรรม	การผลิต	การบรรจุ	การขนส่ง	การตลาด	การบริการ			
HEART: Living Right	การกำกับดูแลกิจการ	ร้อยละร้อยละของกลุ่มธุรกิจได้รับการยอมรับของการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ	2563				78.46%	95.06%	100%					
	สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน	ร้อยละร้อยละของกลุ่มธุรกิจมีการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนจากกิจกรรมมองค์กรและคู่ค้าโดยตรงที่มีความเสี่ยงสูงเป็นประจำ	2563				100%	100%	100%					
	การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ	50 ล้านคนได้รับการสนับสนุนโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต หรือการเสริมทักษะ	2563				91%	97%	100%					
	การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล	ร้อยละร้อยละของพนักงานได้รับการฝึกอบรมด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี	2563				100%	100%	100%					
	ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล	ร้อยละร้อยละของกลุ่มธุรกิจได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากลด้านการจัดการความมั่นคงและความปลอดภัยของข้อมูลและสารสนเทศ	2563				44%	46%	100%					
HEALTH: Living Well	สุขภาพและสุขภาวะที่ดี	ร้อยละ 70 ของสัดส่วนยอดขายจากผลิตภัณฑ์และบริการแบบ B2B และ B2C ที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี	2563				49.5%	45.3%	70%					
	คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม	5 ล้านคนได้รับการส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้สำหรับผู้ที่มีความต้องการ เช่น เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) และกลุ่มเปราะบางตลอดห่วงโซ่คุณค่า	2563				46.3%	58.6%	5 ล้านคน					
	ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ	10 ล้านคน ของเด็ก ประชาชน และคนยากจนได้รับการสนับสนุนโอกาสในการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการ	2563				52.2%	84.6%	10 ล้านคน					
	การบริหารจัดการนวัตกรรม	7,500 ฉบับของสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรที่ได้รับการขึ้นทะเบียน	2563				48.8%	54.2%	7,500 ฉบับ					
	การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย	ร้อยละ 80 ของคะแนนความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียหลักจากการสำรวจของทุกกลุ่มธุรกิจ	2563				80%	81%	80%					
HOME: Living Together	การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	บรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอน (Scope 1 + 2)	2564				3.71%	9.45%	100%					
	ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน	SBT เป้าหมายระยะสั้น Scope 1 + 2 ลดลงร้อยละ 42 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2564	2564				8.84%	22.50%	100%					
		SBT เป้าหมายระยะสั้น Scope 3 ลดลงร้อยละ 25 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2564	2564				0%	0%	100%					
		ลดปริมาณของเสียที่ถูกนำไปฝังกลบเป็นศูนย์	2563				3%	18%	100%					
	การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ	ร้อยละร้อยละของบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ทั้งหมดสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ใช้ซ้ำ หรือย่อยสลายได้	2563				93.5%	94.49%	100%					
		ลดปริมาณการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ให้ร้อยละ 20 เทียบกับปีฐาน 2563	2563				100%	100%	100%					
	การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ	ร้อยละร้อยละของวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูงที่ตรวจสอบย้อนกลับได้	2563				53.26%	33.4%	100%					
		ร้อยละร้อยละของกลุ่มธุรกิจดำเนินโครงการร่วมกับพันธมิตรที่เกี่ยวข้องในระดับสากลเพื่อบริหารจัดการและติดตามความหลากหลายทางชีวภาพ	2563				36.84%	45%	100%					
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	ร้อยละร้อยละของคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงได้รับการตรวจประเมิน	2563				73.76%	69.81%	100%						

รางวัลและความภาคภูมิใจ ปี 2566

ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้รับรางวัลและความภาคภูมิใจจากหลายสถาบันที่มีการดำเนินงานและเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน รางวัลและความภาคภูมิใจเหล่านี้ เป็นเครื่องยืนยันความสำเร็จและความมุ่งมั่นของเครือฯ ที่มีต่อการดำเนินงานด้านความยั่งยืนมาอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นการแสดงถึงความยอมรับของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ

S&P Global

S&P Global The Sustainability Yearbook 2024

เครือเจริญโภคภัณฑ์ และบริษัทในเครือฯ ได้เข้าร่วมการประเมินความยั่งยืนองค์กรของ S&P Global และได้รับการคัดเลือกให้ติดอันดับองค์กรชั้นนำใน The Sustainability Yearbook 2024



Top 1%
S&P Global
CSA Score

ในกลุ่มอุตสาหกรรม
Telecommunication
Services



Top 5%
S&P Global
CSA Score

ในกลุ่มอุตสาหกรรม
Food Product



Top 5%
S&P Global
CSA Score

ในกลุ่มอุตสาหกรรม
Industrial
Conglomerates



Sustainability
Yearbook Member

ในกลุ่มอุตสาหกรรม
Food & Staples
Retailing



Industry Mover
และ Sustainability
Yearbook Member

ในกลุ่มอุตสาหกรรม
Food & Staples
Retailing



World Benchmarking Alliance (WBA)

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เข้าร่วมการประเมินผลการดำเนินงานกับ WBA ใน 3 ด้าน ได้แก่ Food and Agriculture (FAB), Seafood Stewardship (SSI) และ Nature (NAT) โดยได้ผลการประเมินอยู่ใน Top 10 ของทั้ง 3 ด้าน

Food and
Agriculture
อันดับที่ 10

จาก 350 บริษัททั่วโลก

Seafood
Stewardship
อันดับที่ 8

จาก 30 บริษัททั่วโลก

Nature
อันดับที่ 6

จาก 350 บริษัททั่วโลก



CDP

เครือเจริญโภคภัณฑ์ และบริษัทในเครือฯ ได้เข้าร่วมการประเมินด้านการบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (CDP Climate Change) การบริหารจัดการน้ำ (CDP Water) และการบริหารจัดการผลกระทบจากการตัดไม้ทำลายป่า (CDP Forest) โดยผลการประเมินของเครือฯ ในด้าน Climate, Water และ Forest (ป่าล้ม และถั่วเหลือง) อยู่ที่ A-, B, B, และ A- ตามลำดับ



Reporting Matters 2023

รายงานความยั่งยืน และการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้รับการยกย่องโดย World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) ให้ติดอยู่ใน Top 10 Performers ใน Reporting Matters 2023 เป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน



HR Asia Best Companies to Work for in Asia 2023

โลดส์ได้รับการยกย่องเป็นองค์กรโดดเด่นที่นำทำงานด้วยที่สุดในเอเชีย โดยได้รับรางวัล HR Asia Best Companies to Work for in Asia 2023 โดยนิตยสาร HR Asia ของบริษัท Business Media International (BMI) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 สะท้อนความมุ่งมั่นของโลดส์ในการเป็นผู้นำองค์กรที่เป็นเลิศด้านการดูแลเพื่อนพนักงาน



The Most Impactful Corporate

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัล The Most Impactful Corporate จากงาน Future Trends Ahead & Awards 2024 ซึ่งสะท้อนถึงการเป็นองค์กรที่ปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลได้ครบถ้วน มีผลงานเป็นที่ยอมรับในระดับประเทศและนานาชาติ ส่งเสริมการเติบโตให้กับเศรษฐกิจของประเทศไทยใฝ่ใจการดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทาน และสามารถต่อยอดธุรกิจให้กับหน่วยงานอื่น ๆ ได้



Ethisphere (The 2024 World's Most Ethical Companies)

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้รับการพิจารณาคัดเลือกให้เป็นบริษัทที่มีจริยธรรมมากที่สุดในโลก ประจำปี 2567 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4



Thailand Top Company Awards 2023

แม็คโครรับรางวัลจากเวที Thailand Top Company Awards 2023 ประเภท MOST TRUSTED BRAND สุดยอดองค์กรธุรกิจไทย ที่สร้างแบรนด์ได้แข็งแกร่งจนได้รับการยอมรับทั้งทางด้านคุณภาพและบริการ มอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า สะท้อนความสำเร็จของแบรนด์ “แม็คโคร” ที่เข้าไปอยู่ในใจของลูกค้าทุกกลุ่ม



Global Good Governance Awards

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ได้รับ 2 รางวัลเกียรติยศจากเวทีระดับโลก Global Good Governance Awards (3G Awards) 2023 ซึ่งจัดโดยบริษัทที่ปรึกษาทางการเงิน Cambridge IFA International Financial Advisory ในสหราชอาณาจักร ในฐานะองค์กรที่มีความมุ่งมั่นและโดดเด่นในการขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืน และการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

แนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักดีว่าประเด็นด้านความยั่งยืนได้อยู่ในความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียมาโดยตลอด ประกอบกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนที่เพิ่มขึ้น และความใส่ใจต่อการปกป้องทรัพยากรทางธรรมชาติ ล้วนแล้วแต่เพิ่มความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรไปอีกระดับ ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงมีการเปิดเผยผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในทุกมิติอย่างสม่ำเสมอ และในหลากหลายช่องทาง เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงข้อมูลที่อยู่ในความสนใจได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยรายงานความยั่งยืนก็เป็นหนึ่งในช่องทางหลักที่เครือฯ ใช้ในการสื่อสารผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือฯ รวมไปถึงการวิเคราะห์ความเสี่ยงและโอกาสสำหรับแต่ละประเด็น เพื่อจัดหาแนวทางการบริหารจัดการที่เหมาะสม

รายงานความยั่งยืนประจำปี 2566 ได้ถูกจัดทำขึ้นโดยอ้างอิงตามมาตรฐานและกรอบการรายงานต่าง ๆ



สำหรับการจัดทำเล่มรายงานความยั่งยืนประจำปี 2566 คณะกรรมการบริหารด้านความยั่งยืน ธรรมชาติ และสื่อสารองค์กร เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้มอบหมายให้สำนักบริหารความยั่งยืน ธรรมชาติ และสื่อสารองค์กร เป็นหน่วยงานหลักในการรวบรวมเนื้อหาที่ปรากฏในรายงานฯ ซึ่งสำนักบริหารความยั่งยืนฯ จะนำเสนอเนื้อหาให้คณะกรรมการฯ ทบทวนความถูกต้องของข้อมูล และอนุมัติให้เปิดเผย

ช่องทางการเข้าถึงรายงานของเรา

หากต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติมสามารถเยี่ยมชมได้ที่

<https://www.cpgroupglobal.com/th/document/sustainability-reports>

ขอบเขตการรายงาน

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการจัดทำและเปิดเผยรายงานความยั่งยืนเป็นประจำทุกปีมาตั้งแต่ปี 2559 และสำหรับรายงานความยั่งยืนประจำปี 2566 นี้ เป็นเล่มที่ 8 ของเครือฯ ซึ่งข้อมูลครอบคลุมขอบเขตการดำเนินงานของเครือฯ และกลุ่มธุรกิจทั้ง 14 กลุ่มในเครือฯ ทั้งในและต่างประเทศตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2566 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2566 สำหรับการรวมข้อมูลจากกลุ่มบริษัทในเครือฯ เครือฯ ได้พิจารณาถึงสัดส่วนการถือครองหุ้น ซึ่งต้องมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 10 และมีอำนาจในการควบคุมการปฏิบัติงาน ซึ่งขอบเขตการรายงานปี 2566 นี้ มีความแตกต่างจากปี 2565 ดังนี้ เพิ่มเติมการรายงานข้อมูลครอบคลุมกลุ่มบริษัท ออลล์ นาว และบริษัท อัลเตอร์วิม จำกัด

เนื้อหาของรายงานความยั่งยืนประจำปี 2566 ครอบคลุมผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนทั้ง 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจและการกำกับดูแล สังคม และสิ่งแวดล้อม ผลและทิศทาง การดำเนินงานตามกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนทั้ง 15 เป้าหมายประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ และที่อยู่ในความสนใจของผู้มีส่วนได้เสีย แนวทางการสร้างคุณค่าในระยะยาวให้แก่ประเด็นที่มีความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียและเครือฯ รวมถึงการวิเคราะห์แนวโน้มต่าง ๆ ทั้งของสากลและที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมของเครือฯ เพื่อระบุผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ และการบริหารจัดการเพื่อแก้ไขหรือบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้น



การรับรองรายงานโดยองค์กรภายนอก

ความครบถ้วนและความถูกต้องของข้อมูลที่ถูกเปิดเผยในรายงานความยั่งยืนเป็นหนึ่งในประเด็นหลักที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญ เพราะสิ่งเหล่านี้ส่งเสริมความมุ่งมั่นของเครือฯ ในการเป็นองค์กรแห่งความโปร่งใสในทุกด้าน ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงได้ว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาภายนอกที่มีความเป็นอิสระจากธุรกิจ และการดำเนินงานของเครือฯ เข้ามาทำการตรวจสอบรับรองความครบถ้วน ความถูกต้อง และความสอดคล้องของเนื้อหาในรายงานฯ ตามมาตรฐานการรายงาน GRI Standards 2021 ในระดับความเชื่อมั่นแบบปานกลาง (Moderate) และมาตรฐานการตรวจสอบรับรอง AA1000AS v3

ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการเพิ่มตัวชี้วัดสำหรับการตรวจสอบ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ และของผู้มีส่วนได้เสีย

นอกจากนี้ เพื่อให้มีความครอบคลุมการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ มากขึ้น เครือฯ ได้กำหนดให้ผู้ทวนสอบทำการตรวจสอบรับรองความถูกต้องของข้อมูลทั้งหมด 20 ตัวชี้วัดซึ่งมากกว่าของปี 2565 จำนวน 1 ตัวชี้วัด นอกเหนือจากการตรวจสอบข้อมูลตามตัวชี้วัดที่ได้ระบุไว้แล้ว เครือฯ ยังได้ให้บริษัทที่ปรึกษาดำเนินการตรวจสอบกระบวนการและผลการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน แนวทางการบริหารจัดการสำหรับแต่ละประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ความคืบหน้าการดำเนินงาน ความสอดคล้อง และความท้าทายของเป้าหมายความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573 อีกทั้งยังให้ดำเนินการตรวจสอบระบบการบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กร หรือ Enterprise Risk Management System และข้อมูลการคัดกรองคู่ค้าของเครือฯ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าการดำเนินงานของเครือฯ และคู่ค้าเป็นไปอย่างมีจริยธรรม และมีความรับผิดชอบ

ตัวชี้วัดที่ได้รับการตรวจสอบความถูกต้องโดยองค์กรภายนอก

ตัวชี้วัด	2564	2565	2566
GRI 2-23 Policy Commitment	■		
GRI 2-24 Embedding Policy Commitments		■	■
GRI 2-25 Process to Remediate Negative Impacts		■	■
GRI 2-26 Mechanisms for Seeking Advice and Raising Concerns	■	■	■
GRI 301-1 Materials Used by Weight or Volume		■	■
GRI 301-2 Recycled Input Materials Used		■	
GRI 302-1 Energy Consumption within Organization	■	■	■
GRI 303-3 Water Withdrawal	■	■	■
GRI 303-4 Water Discharge	■	■	■
GRI 303-5 Water Consumption	■	■	■
GRI 305-1 Direct (Scope 1) GHG Emissions	■	■	■
GRI 305-2 Energy Indirect (Scope 2) GHG Emissions	■	■	■

ตัวชี้วัด	2564	2565	2566
GRI 305-3 Other Indirect (Scope 3) GHG Emissions	■	■	■
GRI 305-7 Nitrogen oxides (Nox), Sulfur oxides (Sox), and other significant air emissions	■	■	■
GRI 306-3 Waste Generated	■	■	■
GRI 306-4 Waste Diverted from Disposal	■	■	■
GRI 306-5 Waste Directed to Disposal	■	■	■
GRI 308-1 New Suppliers that were Screened using Environmental Criteria			■
GRI 403-9 Work-related Injury	■	■	■
GRI 403-10 Work-related Ill Health	■	■	■
GRI 414-1 New Suppliers that were Screened using Social Criteria			■
Food Loss and Food Waste		■	■

หากต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติม

➔ สามารถเยี่ยมชมได้ที่หน้า 256-271

รูปแบบของรายงานของเรา

สำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์ การดูแล สนับสนุน และส่งเสริมให้ลูกค้า และพันธมิตรทางธุรกิจที่อยู่ในต้นน้ำของเครือฯ มีการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องและสามารถสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนของเครือฯ พร้อมกับไม่มีการละเมิดข้อกำหนด และกฎหมายที่เกี่ยวข้องนั้นเป็นเรื่องที่สำคัญ ด้วยเหตุนี้ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมากว่า 100 ปี เครือฯ ได้มีการดำเนินงานร่วมกับลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจมาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการอบรมให้ความเข้าใจในข้อกำหนดต่าง ๆ การพัฒนาแนวทางการดำเนินงาน และการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ รวมถึงนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานที่ยั่งยืน

สำหรับรายงานความยั่งยืนประจำปี 2566 นี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้มีการร้อยเรียงเรื่องราว พร้อมนำเสนอกรณีศึกษาภายใต้ธีม **“Inclusive Supply Chain Actions for Sustainable Tomorrow”** เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จและการส่งต่อเป้าหมาย และแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือฯ สู่ลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ

การเชื่อมโยงข้อมูลไปยังรายงานเล่มอื่น ๆ และเว็บไซต์เครือฯ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการจัดทำรายงานเฉพาะเรื่อง เพื่ออธิบายแนวทางและผลการดำเนินงานในแต่ละเรื่องอย่างละเอียด เช่นเดียวกับรายงานความยั่งยืนฯ เนื้อหาที่ปรากฏในรายงานเฉพาะเรื่องจะต้องได้รับการทบทวนและอนุมัติให้เปิดเผยโดยคณะกรรมการบริหารความยั่งยืน สำหรับปี 2566 เครือฯ ได้จัดทำรายงานเฉพาะเรื่องทั้งหมด 8 รายงาน



[Double & Dynamic Materiality Assessment Report 2023](#)



[Stakeholder Engagement Report 2023](#)



[Sustainability Performance Report 2023](#)



[Sustainable Development Goals Report 2023](#)



[Task Force on Climate-related Financial Disclosure \(TCFD\) Report 2023](#)



[Biodiversity \(TNFD\) Report 2023](#)



[รายงานการกำกับดูแลกิจการที่ดี ประจำปี 2565](#)



[รายงานสิทธิมนุษยชน ประจำปี 2565](#)



ช่องทางการติดต่อ

สำนักบริหารความยั่งยืน ธรรมาภิบาลและสื่อสารองค์กร เครือเจริญโภคภัณฑ์
 เลขที่ 1 อาคารซี.พี. ทาวเวอร์ 2 ชั้น 17 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
 อีเมล: cpg-sd@cp.co.th

รู้จักเครือเจริญโภคภัณฑ์

วิสัยทัศน์เครือเจริญโภคภัณฑ์

“เราเป็นองค์กรที่เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ในการสร้างอาหารคน อาหารสมอง โอกาสในการเข้าถึงคุณค่า เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน”

สัดส่วนรายได้ และพนักงานตามกลุ่มประเทศ

ไทย (สำนักงานใหญ่)

ร้อยละ **47.67**
ของรายได้

ร้อยละ **63.43**
ของพนักงาน

จีน

ร้อยละ **41.57**
ของรายได้

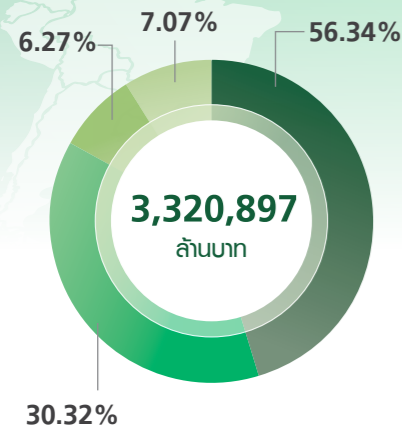
ร้อยละ **19.16**
ของพนักงาน

อื่น ๆ

ร้อยละ **10.76**
ของรายได้

ร้อยละ **17.41**
ของพนักงาน

สัดส่วนรายได้ แยกตามสายธุรกิจ



ภาษีที่จ่ายให้แก่รัฐบาล

TAX **15,356**
ล้านบาท

ภาพรวมของเครือเจริญโภคภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีบริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด เป็นบริษัทแม่ ซึ่งดำเนินกิจกรรม ในลักษณะบริษัท Holding Company ถือหุ้นบริษัทในเครือฯ ทั้งในและต่างประเทศ รวม 21 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลก

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการดำเนินธุรกิจที่หลากหลาย แบ่งออกเป็น 8 สายธุรกิจหลัก และ 14 กลุ่มธุรกิจ สายของธุรกิจสามารถแบ่งออกเป็นธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม ธุรกิจอีคอมเมิร์ซและดิจิทัล ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์ ไปจนถึงธุรกิจการเงินและการธนาคาร

21 ประเทศและเขตเศรษฐกิจ

8 สายธุรกิจหลัก

14 กลุ่มธุรกิจ

	ไทย (สำนักงานใหญ่)	จีน	อื่น ๆ	รวมทั้งหมด
โรงงานผลิต (แห่ง)	127	104	99	330
ฟาร์มเลี้ยงสัตว์บก/สัตว์น้ำ (แห่ง)	433	212	430	1,075
ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น (สาขา)	14,545	-	85	14,630
ศูนย์จำหน่ายสินค้าฯ Makro (สาขา)	160	-	8	168
ไฮเปอร์มาร์เก็ต / ซูเปอร์มาร์เก็ต / มินิซูเปอร์มาร์เก็ต ของ Lotus's และ Lotus Supercenter (สาขา)	2,454	83	68	2,605
ศูนย์วิจัย / พัฒนา (แห่ง)	44	42	5	91
พนักงาน (คน)	287,179	86,762	78,853	452,794
สายธุรกิจหลัก	(A)(B)(C)(D)(E)(F)(G)	(A)(B)(E)(F)(G)(H)	(A)(B)(D)(F)(H)	(A)(B)(C)(D)(E)(F)(G)(H)

สัญลักษณ์ของสายธุรกิจหลัก

- (A) เกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร
- (B) ค้าปลีก
- (C) สื่อสารและโทรคมนาคม
- (D) อีคอมเมิร์ซและดิจิทัล
- (E) อสังหาริมทรัพย์
- (F) ยานยนต์และอุตสาหกรรม
- (G) ยาและเวชภัณฑ์
- (H) การเงินและการธนาคาร



ห่วงโซ่คุณค่า ของเครือเจริญโภคภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการดำเนินงานธุรกิจที่หลากหลาย ตั้งแต่ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจยานยนต์ และอุตสาหกรรม ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์ ไปจนถึงธุรกิจการเงินและการธนาคาร ซึ่งเครือฯ ได้บูรณาการประโยชน์ด้านต่าง ๆ จากแต่ละกลุ่มธุรกิจเข้าด้วยกัน เพื่อขยายผลประโยชน์และส่งมอบคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่ประเทศ ประชาชน และบริษัทสืบไป

8 สายธุรกิจหลัก ครอบคลุม 14 กลุ่มธุรกิจ

- 1 กลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร
- 2 กลุ่มธุรกิจการค้าวัตถุดิบอาหารสัตว์
- 3 กลุ่มธุรกิจพืชครบวงจร
- 4 กลุ่มธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง
- 5 กลุ่มธุรกิจเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ยและผลิตภัณฑ์อารักขาพืช
- 6 กลุ่มธุรกิจยาและเวชภัณฑ์
- 7 กลุ่มธุรกิจยานยนต์
- 8 กลุ่มธุรกิจบรรจุกภัณฑ์
- 9 กลุ่มธุรกิจการตลาดและการจัดจำหน่าย
- 10 กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ
- 11 กลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซและดิจิทัล
- 12 กลุ่มธุรกิจโทรคมนาคม
- 13 กลุ่มธุรกิจการเงินและการธนาคาร
- 14 กลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์



ภาพรวมธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีบริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด เป็นบริษัทแม่ ซึ่งดำเนินกิจกรรมในลักษณะบริษัท Holding Company ถือหุ้นบริษัทในเครือฯ ทั้งในและต่างประเทศ มีการดำเนินธุรกิจที่หลากหลาย ทั้งอุตสาหกรรมการผลิตและการบริการ

8 **8** **21**
 สายธุรกิจหลัก กลุ่มธุรกิจ ประเทศและเขตเศรษฐกิจ

1. ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร

- บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ¹ และบริษัทย่อย
- Agro-Industry and Food Business Group (China)
- Chia Tai Enterprises International Limited
- Myanmar C.P. Livestock Company Limited
- C.P. Bangladesh Company Limited
- Charoen Pokphand Pakistan (Pvt.) Limited
- Chia Tai Feedmill Pte. Limited
- บริษัท เจียไต๋ จำกัด และบริษัทย่อย
- บริษัท ซี.พี. อินเทอร์เน็ต จำกัด และบริษัทย่อย
- บริษัท เจริญโภคภัณฑ์โปรตีนสูง จำกัด และบริษัทย่อย
- บริษัท เจริญโภคภัณฑ์การเกษตร จำกัด
- บริษัท เจริญโภคภัณฑ์วิศวกรรม จำกัด
- บริษัท เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรู๊ป จำกัด

2. ธุรกิจค้าปลีก

- บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ¹ และบริษัทย่อย
- บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
- C.P. Lotus Corporation

3. ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม

- บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ¹ และบริษัทย่อย

4. ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจดิจิทัล

- บริษัท แอสเซนด กรู๊ป จำกัด และบริษัทย่อย
- บริษัท พีวีแอล โซลูชั่นส์ จำกัด

5. ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

- บริษัท ซี.พี. แลนด์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
- บริษัท ซีพี พร็อพเพอร์ตี้ โฮลดิ้ง จำกัด
- บริษัท ซีพี พีแควเจอร์ ซิตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด
- Shanghai Kinghill Limited
- Chia Tai Land Company Limited
- Chia Tai Di Jing (Shanghai) Investment Management Limited

6. ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม

- บริษัท อีซีโอ กรู๊ป จำกัด และบริษัทย่อย
- บริษัท ซีพีพีซี จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

7. ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์

- บริษัท แอ็ดวานซ์ฟาร์มา จำกัด
- CPBIO
- CP Pharmaceutical Group

8. ธุรกิจการเงินและการธนาคาร

- Zheng Xin Bank Company Limited

ธุรกิจอื่น ๆ

- บริษัท ธนเทเลคอม จำกัด และบริษัทย่อย
- บริษัท พัฒนาผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด
- บริษัท เค.เอส.พี อูปรกรณ์ จำกัด
- บริษัท เกษตรภัณฑ์อุตสาหกรรม จำกัด
- บริษัท ออลล์ นาว โลจิสติกส์ จำกัด
- บริษัท อัลเตอร์วิม จำกัด
- บริษัท เอเซีย เอรา วัน จำกัด
- บริษัท ซีพี เมดิคัล เซ็นเตอร์ จำกัด
- บริษัท ซีพี โซเชียลอิมแพคท์ จำกัด
- บริษัท ซีพี ซิตติ้ง โซเชียลอิมแพคท์ จำกัด

หมายเหตุ: ¹ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[ธุรกิจของเรา](#)



การวิเคราะห์บริบทการดำเนินงาน

เครื่องจักรยุคใหม่กับวิเคราะห์บริบทการดำเนินงานของเครือฯ เป็นประจำทุกปี อีกทั้งยังได้นำผลจากการวิเคราะห์รวมเข้าไปในกระบวนการบริหารความเสี่ยงองค์กร และการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน เพื่อให้เครือฯ มีความสามารถในการรับมือต่อความท้าทายต่าง ๆ พร้อมทั้งสามารถจัดทำแผนกลยุทธ์องค์กร เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างเหมาะสม ในการวิเคราะห์บริบทการดำเนินงาน เครือฯ ได้นำปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงตลอดห่วงโซ่คุณค่า การเปลี่ยนแปลงของข้อกำหนดและกฎหมาย ความแปรปรวนของระดับภูมิภาค และแนวโน้มของตลาด มาเป็นองค์ประกอบในการพิจารณา



ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร

ภายใต้สถานการณ์ในปัจจุบัน กลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารต้องเผชิญกับความท้าทายที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การรับรองความปลอดภัยและคุณภาพของอาหาร การปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของผู้บริโภค และการพัฒนาของเทคโนโลยี หากธุรกิจเกษตรฯ ไม่สามารถรับมือได้ทัน ก็จะนำไปสู่การสูญเสียความสามารถในการแข่งขันได้ด้วยเหตุนี้ กลุ่มธุรกิจฯ จึงได้นำเทคโนโลยีและดิจิทัลเข้ามาใช้ในการเกษตร เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ นอกจากนี้ ธุรกิจเกษตรฯ ยังมีภาระดำเนินงานด้านการตรวจสอบย้อนกลับ เพื่อเสริมสร้างความปลอดภัยของอาหาร และป้องกันการดำเนินงานที่ไม่สอดคล้องกับข้อกำหนดและกฎหมาย

ธุรกิจค้าปลีก

ธุรกิจค้าปลีกได้เผชิญกับความท้าทาย เช่น การแข่งขันที่รุนแรง ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และความจำเป็นในการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล เพื่อรับมือกับความท้าทายเหล่านี้ ธุรกิจค้าปลีกได้กำหนดกลยุทธ์ และนำมาตราการต่าง ๆ มาใช้ เช่น การขยายแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ การเปิดโอกาสให้ลูกค้าเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายช่องทาง (Omnichannel) เพื่อมอบประสบการณ์การช้อปปิ้งที่ราบรื่น และการนำดิจิทัลมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทำความเข้าใจและคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ความพยายามเหล่านี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและตอบสนองความต้องการของตลาดที่กำลังพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ



ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม

ความท้าทายที่ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคมต้องเผชิญในยุคปัจจุบัน ได้แก่ เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว การแข่งขันที่สูง และความคาดหวังของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อรับมือต่อความท้าทายเหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ธุรกิจสื่อสารฯ ได้ลงทุนในการอัปเดตโครงสร้างพื้นฐานเครือข่ายเพื่อรองรับเทคโนโลยี 5G และปรับปรุงการบริการลูกค้าผ่าน AI นอกจากนี้ ธุรกิจสื่อสารฯ ยังมุ่งเน้นไปที่ความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อสร้างประสบการณ์การใช้บริการที่รวดเร็วและเชื่อถือได้



ธุรกิจอีคอมเมิร์ซและธุรกิจดิจิทัล

ในยุคสมัยที่เทคโนโลยีและดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ และการใช้ชีวิตประจำวัน สิ่งเหล่านี้ทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างรวดเร็ว แต่อย่างไรก็ตาม การแข่งขันในตลาดที่รุนแรง ภัยคุกคามด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ และความต้องการนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องก็เป็นหนึ่งในความท้าทายที่ธุรกิจอีคอมเมิร์ซและธุรกิจดิจิทัลต้องเผชิญ เพื่อเป็นการป้องกันธุรกิจอีคอมเมิร์ซได้ใช้มาตรการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ที่แข็งแกร่งเพื่อปกป้องข้อมูลและธุรกรรมของลูกค้า อีกทั้งยังได้ลงทุนในเครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูงและ AI เพื่อปรับแต่งประสบการณ์ของลูกค้าให้เป็นแบบส่วนตัวและปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เผชิญกับความท้าทายหลายประการ เช่น ความผันผวนของตลาด การเปลี่ยนแปลงด้านกฎระเบียบอาคารและความต้องการที่มีต่อการอยู่อาศัยที่ยั่งยืนและชาญฉลาดที่เพิ่มขึ้น เพื่อรับมือกับความท้าทายเหล่านี้ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ได้นำแนวปฏิบัติด้านอาคารที่ยั่งยืนมาใช้ โดยผสมผสานเทคโนโลยีสีเขียวและระบบประหยัดพลังงาน นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นไปที่นวัตกรรมบ้านอัจฉริยะ โดยใช้ประโยชน์จาก Internet of Things และระบบอัตโนมัติ เพื่อยกระดับประสบการณ์การใช้ชีวิต และร่วมรักษาสิ่งแวดล้อม



ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม

สถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นความขัดแย้งระหว่างประเทศ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และความต้องการของผู้บริโภค ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่ขับเคลื่อนให้เกิดการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการเปลี่ยนไปใช้ยานพาหนะไฟฟ้าและรถยนต์ขับเคลื่อนอัตโนมัติ ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรมจึงจำเป็นต้องปรับแผนกลยุทธ์การดำเนินงานให้มีความเหมาะสมกับความท้าทายเหล่านี้ ธุรกิจยานยนต์ฯ ได้เริ่มเพิ่มความยืดหยุ่นของห่วงโซ่อุปทาน โดยเน้นไปที่การจัดหาจากแหล่งใหม่และลดการพึ่งพาแหล่งเดียว ธุรกิจยานยนต์ฯ ยังได้ลงทุนในการวิจัยและพัฒนาเพื่อให้อยู่ในระดับแนวหน้าของนวัตกรรมทางเทคโนโลยี โดยมุ่งเน้นไปที่ส่วนประกอบของรถยนต์ไฟฟ้าและกระบวนการผลิตขั้นสูง นอกจากนี้ ธุรกิจยานยนต์ฯ ยังได้จัดตั้งความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับบริษัทเทคโนโลยีเพื่อเร่งการพัฒนาเทคโนโลยีการขับเคลื่อนอัตโนมัติ เพื่อให้มั่นใจว่าจะยังคงสามารถแข่งขันได้ในอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว



ธุรกิจการเงินและการธนาคาร

ธุรกิจการเงินและการธนาคารต้องเผชิญกับความท้าทาย เช่น ความผันผวนของตลาด การเปลี่ยนแปลงด้านกฎระเบียบ และความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อรับมือกับความท้าทายเหล่านี้ ธุรกิจการเงินและการธนาคารได้ใช้กลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงที่แข็งแกร่ง รวมถึงการกระจายพอร์ตการลงทุนและการป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของตลาด อีกทั้งยังได้ปรับปรุงมาตรการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์เพื่อปกป้องข้อมูลทางการเงินและธุรกรรมที่ละเอียดอ่อน นอกจากนี้ ธุรกิจการเงินฯ ยังคงความคล่องตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงด้านกฎระเบียบโดยการติดตามกฎระเบียบของอุตสาหกรรมอย่างใกล้ชิด และปรับกลยุทธ์การลงทุนให้สอดคล้องกัน ความร่วมมือเชิงกลยุทธ์และความร่วมมือกับบริษัทฟินเทคยังได้รับการติดตามเพื่อใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรมและรักษาความสามารถในการแข่งขันในภาคการเงิน



ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์

จากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้ประชาชนหันมาให้ความสำคัญต่อสุขภาพและสุขอนามัยที่ดี ซึ่งการสนใจของประชาชนนี้ ทำให้องค์กรนานาชาติได้ออกกฎระเบียบที่เข้มงวดมากขึ้น เพื่อเป็นการรักษาไว้ซึ่งความปลอดภัยและสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค ซึ่งกฎระเบียบที่เข้มงวดขึ้นส่งผลให้ต้นทุนด้านการวิจัยและพัฒนาสูงขึ้น และการแข่งขันในตลาดก็มีความรุนแรงมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์ได้ปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติตามกฎระเบียบโดยการนำระบบการควบคุมคุณภาพขั้นสูงมาใช้ และรักษาการสื่อสารที่โปร่งใสกับหน่วยงานกำกับดูแล ธุรกิจยาฯ ได้เพิ่มการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างสรรค์และนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ ยังได้ติดตามความร่วมมือเชิงกลยุทธ์และความร่วมมือกับบริษัทเภสัชกรรมและสถาบันการวิจัยอื่น ๆ เพื่อแบ่งปันความรู้ วัตถุดิบ และเร่งการพัฒนาใหม่ เพื่อให้มั่นใจว่ายาเหล่านั้นจะยังคงแข่งขันได้และตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ธุรกิจอื่น ๆ

เพื่อเป็นการส่งเสริมวิสัยทัศน์ และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและความต้องการของผู้บริโภค เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดตั้งกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ ได้แก่ ธุรกิจด้านพลังงานสีเขียว ธุรกิจด้านการขนส่ง และธุรกิจด้านบริการทางการแพทย์ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งธุรกิจทั้งหลายนี้ คือเพื่อลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ลดความเหลื่อมล้ำของสังคม เพิ่มความสะดวกสบายในการเข้าถึงทรัพยากรต่าง ๆ ที่จำเป็น



ค่านิยมองค์กร 6 ประการ

ค่านิยม 6 ประการหล่อหลอมให้บุคลากรมีความเชื่อ ความประพฤติ และการปฏิบัติไปในแนวทางเดียวกัน นำมาให้องค์กรสามารถก้าวข้ามอุปสรรคต่าง ๆ สามารถดำเนินธุรกิจให้เติบโตในทุกด้าน ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน เพื่อนำประโยชน์ที่สร้างส่งต่อให้คนรุ่นถัดไปอย่างยั่งยืน



สามประโยชน์

ไม่มีองค์กรธุรกิจใดในโลกที่เติบโตอย่างมั่นคง แข็งแรงได้โดยลำพัง หากแต่ต้องมีความเข้มแข็งของประชาชน สังคม และประเทศชาติเคียงข้างด้วยเสมอ เช่นเดียวกับกับเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่สามารถนำพาองค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน เพราะดำเนินธุรกิจโดยยึดหลัก “3 ประโยชน์” ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ได้แก่ ประโยชน์ต่อประเทศที่เข้าไปลงทุน ประโยชน์ต่อประชาชนในทุกประเทศที่เข้าไปลงทุน และประโยชน์ต่อบริษัท ซึ่งเครือฯ ได้ปลูกฝังแนวคิดค่านิยมนี้มาตั้งแต่ยุคบุกเบิกธุรกิจสู่การกระทำที่มุ่งหวังให้ประเทศที่ได้ลงทุนเกิดประโยชน์และธุรกิจเติบโตก้าวหน้า



ทำเร็วมีคุณภาพ

การดำเนินธุรกิจในยุคโลกไร้พรมแดนเช่นปัจจุบัน สิ่งสำคัญที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโตก้าวหน้าได้อย่างยั่งยืนคือ “ทำเร็ว” และ “มีคุณภาพ” เพื่อให้ธุรกิจก้าวทันการเปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงในด้านเทคโนโลยี ข้อมูลข่าวสาร พฤติกรรมผู้บริโภค และกฎระเบียบ การค้าต่าง ๆ เครือฯ จึงต้องคิดเร็ว ทำเร็ว และทำอย่างมีคุณภาพ ถือเป็นนโยบายสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่ทุกคนในองค์กรได้ยึดถือและปฏิบัติ



ทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการลงทุนใน 21 ประเทศ และเขตเศรษฐกิจ มีบริษัทในเครือมากกว่า 200 บริษัท และมีพนักงานทั้งหมดกว่า 450,000 คน โดยเครือฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาปรับปรุง ขั้นตอน และกระบวนการทำงานให้รวดเร็ว ลดขั้นตอนต่าง ๆ ที่ไม่จำเป็น โดยมีนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทำให้การทำงานง่ายขึ้น สะดวกขึ้น เพื่อให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล “การทำเรื่องยากเป็นเรื่องง่าย” จึงเป็นข้อปฏิบัติที่สำคัญของทุกคนในองค์กรที่จะนำมาซึ่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของเครือฯ นับแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน



ยอมรับการเปลี่ยนแปลง

โลกเต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลง ทั้งการเปลี่ยนแปลงทางสภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภค รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงทางด้านภูมิอากาศและภัยพิบัติต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นอย่างฉับพลัน ดังนั้นกลยุทธ์สำคัญที่ทำให้เครือเจริญโภคภัณฑ์เกิดความยั่งยืนได้คือ “การยอมรับการเปลี่ยนแปลง” เพื่อให้สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ได้ตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ช่วยให้เครือฯ เกิดการปรับตัวพยายามค้นหา ศึกษา วิจัย มองหาโอกาสใหม่ไม่หยุดนิ่งทั้งยังมุ่งมั่นพัฒนาเพื่อสิ่งที่ดีกว่า เพื่อตอบสนองทุกความต้องการของผู้บริโภค และประเทศชาติ



สร้างสรรค์สิ่งใหม่

บนวิถีแห่งการดำเนินธุรกิจ ความคิดสร้างสรรค์คือพลังขับเคลื่อนให้เกิดความก้าวหน้าในทุกระดับของการดำเนินธุรกิจ ทั้งแนวคิด วิธีการ กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ และบริการ เพราะโลกไม่หยุดนิ่งธุรกิจจึงต้องสร้างสรรค์นวัตกรรมตลอดเวลา พนักงานเครือเจริญโภคภัณฑ์จึงทำงานด้วยความพร้อมที่จะ “สร้างสรรค์สิ่งใหม่” ที่ดีกว่า “องค์กรแห่งนวัตกรรม” คือเป้าหมายที่ทุกองค์กรในเครือฯ กำลังมุ่งมั่นขับเคลื่อน และแน่นอนว่าผลสุดท้ายย่อมนำมาซึ่งการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีที่สุดสำหรับผู้บริโภคนั่นเอง



คุณธรรมและความซื่อสัตย์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินกิจการมายาวนานมาหนึ่งศตวรรษด้วยยึดมั่นในหลักการของความซื่อสัตย์และมีคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง จวบจนปัจจุบันที่ธุรกิจเครือฯ แดกแขนงไปมากมาย ความซื่อสัตย์และมีคุณธรรมยังคงเป็นเสาหลักขององค์กร เราคำนึงอยู่เสมอว่าธุรกิจการค้าที่มุ่งหวังผลประโยชน์แต่เพียงฝ่ายเดียว ย่อมไม่อาจดำรงยืนนาน และไม่อาจได้รับความไว้วางใจได้ทั้งจากลูกค้า ผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ในภาคสังคม ดังนั้น ไม่ว่าจะจำหน่ายสินค้าเพียงหนึ่งชิ้น หรือจำหน่ายสินค้าเป็นร้อย ๆ ตัน เราก็ต้องตั้งมั่นบนหลักการของ “คุณธรรมและความซื่อสัตย์”



การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน

ในฐานะที่เครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นบริษัทแนวหน้าของธุรกิจการเกษตร และอุตสาหกรรมอาหาร การดำเนินงานด้านความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่าจึงเป็นหนึ่งในความมุ่งมั่นของเครือฯ ดังนั้น ในบทนี้เราจะอธิบายถึงบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการการบริหารความยั่งยืน และคณะกรรมการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลการดำเนินงานของเครือฯ รวมถึงบริษัทในเครือฯ เพื่อให้ทุกฝ่ายมีการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่เป็นเลิศ พร้อมเผชิญกับความท้าทายใหม่ ๆ ที่ซับซ้อน ในขณะเดียวกันเครือฯ ได้ส่งเสริมการดูแลสังคม สิ่งแวดล้อม ความเท่าเทียมทางสังคม และความยืดหยุ่นทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ในบทนี้ยังได้อธิบายถึงการสร้างความผูกพันและการร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน รวมถึงการบูรณาการประเด็นที่อยู่ในความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียเข้ามาในกระบวนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ซึ่งเป็นกระบวนการสำคัญสำหรับการทบทวนกลยุทธ์และวางแผนการดำเนินงานต่อไป

การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน	34
การวิเคราะห์ผลกระทบต่อภายนอก	38
ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่	41
การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย	43
การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	46
กลยุทธ์และเป้าหมายความยั่งยืน	50
กระบวนการสร้างคุณค่า	52
การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน	54
ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	56



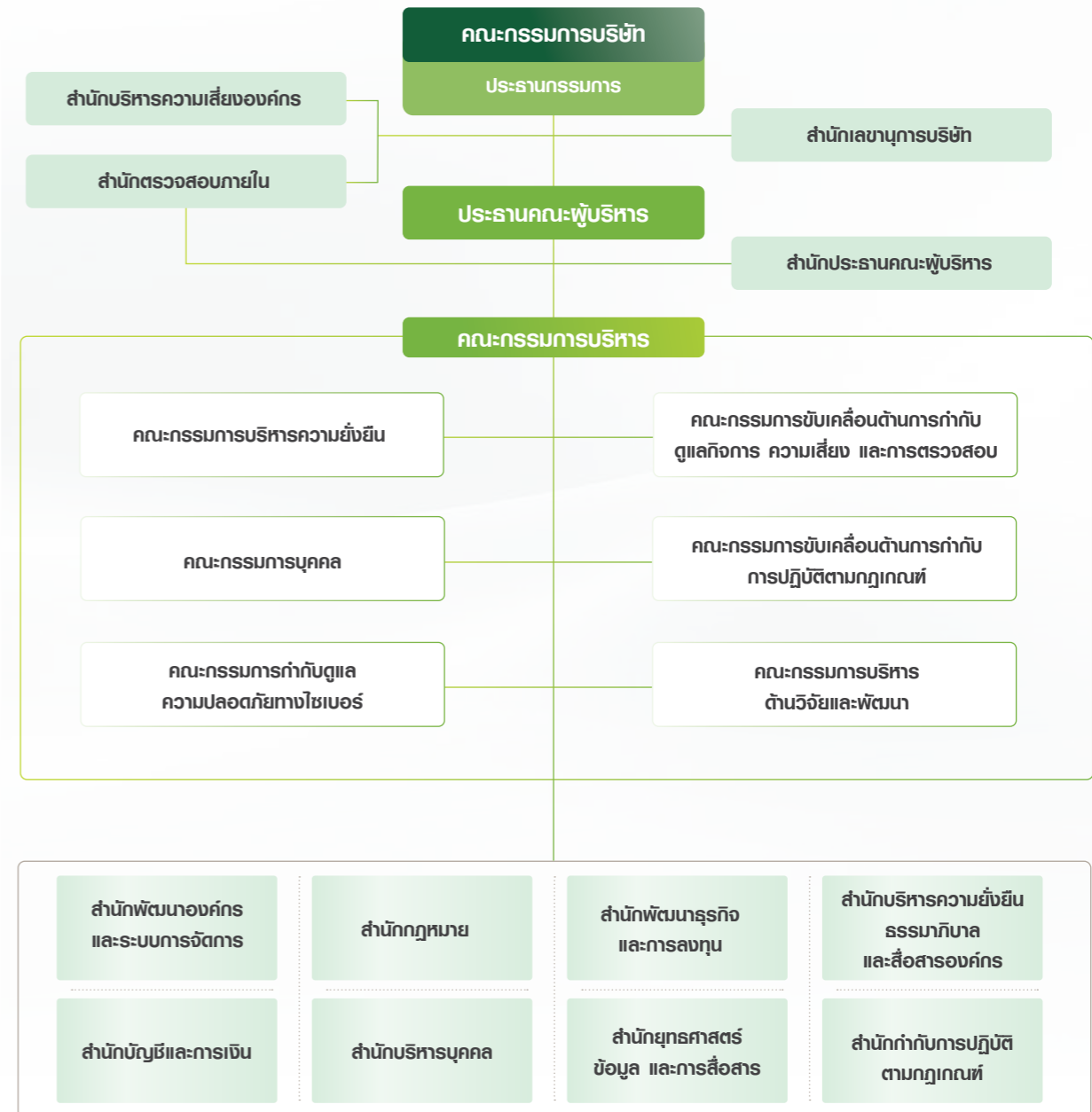
การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน



เพื่อให้ธุรกิจมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการบูรณาการความยั่งยืนเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจและการตัดสินใจที่สำคัญ และเป็นไปอย่างทั่วถึง คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารเครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อกำกับดูแลการดำเนินงานในภาพรวมของเครือฯ และกลุ่มบริษัท ครอบคลุมทั้ง 21 ประเทศและเขตเศรษฐกิจให้เป็นไปตามทิศทางและวิสัยทัศน์องค์กร โดยในปี 2566 มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ได้แก่ เครือฯ ได้แต่งตั้งให้ ดร. วีระพล วัฒนอมศักดิ์ยุทธ ดำรงตำแหน่งประธานคณะผู้บริหารด้านความยั่งยืน องค์กรและการพัฒนากลยุทธ์ โดยภายใต้คณะกรรมการบริหารเครือฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความยั่งยืน และคณะกรรมการด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน (ดูโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ) คณะกรรมการเหล่านี้จะมีการดำเนินงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยแต่ละคณะกรรมการจะประกอบไปด้วยผู้บริหารระดับสูงและผู้เกี่ยวข้องที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญที่สามารถให้นำพาการดำเนินงานในแต่ละด้านไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย

เครือเจริญโภคภัณฑ์สนับสนุนให้ผู้บริหารและพนักงานเข้าถึงการเรียนรู้ และการเพิ่มประสบการณ์และทักษะใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพราะสิ่งเหล่านี้ไม่เพียงแต่ส่งเสริมให้ผู้บริหารและพนักงานมีความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานในยุคปัจจุบัน แต่ยังช่วยให้ผู้บริหารและพนักงานมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ด้วยเหตุนี้ ผู้บริหารและพนักงานจึงได้เข้าร่วมการสัมมนาและการอบรมในหัวข้อต่าง ๆ ทั้งที่จัดโดยองค์กรภายนอก และโดยหน่วยงานของเครือฯ เองอย่างต่อเนื่องตลอดปี โดยหัวข้อที่เครือฯ ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในปี 2566 ได้แก่ การดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรแห่ง Net Zero การลดการเกิดของเสีย การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน และการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมผ่านการส่งเสริมการศึกษาแห่งอนาคต

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความยั่งยืน มีจริยธรรม และโปร่งใส เพื่อสร้างพหุผลที่ดีกว่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างไม่มีวันหมดอายุ เครือฯ จึงได้กำหนดให้ผลการดำเนินงานตามเป้าหมายสู่ความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573 เป็นหนึ่งในดัชนีชี้วัดของประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการประเมินผลงานประจำปีและพิจารณาคำตอบแทน





โครงสร้างและบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน

คณะกรรมการบริหารความยั่งยืน

กำกับดูแลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ และกลุ่มบริษัทให้เป็นไปตามเป้าหมายและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน ประกาศและทบทวนนโยบายที่เกี่ยวข้อง ติดตามผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติ ประเมินผลการดำเนินงานตามดัชนีชี้วัด นอกจากนี้ ยังมีหน้าที่ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสีย วิเคราะห์และบริหารความเสี่ยงและโอกาสด้านความยั่งยืน อาทิ ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความหลากหลายทางชีวภาพ และด้านความมั่นคงของห่วงโซ่อุปทาน เป็นต้น

คณะกรรมการบุคคล

กำกับดูแลการดำเนินงานด้านทรัพยากรบุคคลของเครือเจริญโภคภัณฑ์ให้เป็นไปตามกลยุทธ์ กำหนดและทบทวนกลยุทธ์ด้านบุคคล ผลักดันการดำเนินงานให้เป็นไปตามกลยุทธ์และมีมาตรฐานที่เทียบเท่าสากล คณะกรรมการฯ ประกอบด้วย ผู้บริหารจากสายงานที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการ

คณะกรรมการกำกับดูแลความปลอดภัยทางไซเบอร์

ขับเคลื่อนและดำเนินงานด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ให้เป็นไปตามนโยบายและแนวปฏิบัติที่ได้กำหนดไว้ รวมถึงการตอบสนองต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และวางแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ คณะกรรมการฯ จะมีการประชุมเป็นประจำทุก 6 เดือน โดยมี Chief Digital Officer เป็นประธาน และมีผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือความปลอดภัยทางไซเบอร์จากกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ในเครือฯ เป็นกรรมการ

คณะกรรมการขับเคลื่อนการกำกับดูแลกิจการ ความเสี่ยง และการตรวจสอบ

สนับสนุนคณะกรรมการบริหารภายใต้การกำกับดูแลให้การดำเนินงานของเครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการ และมีการบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน และการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ พร้อมกับพิจารณาถ่วงดุลของกลยุทธ์ แผนงานและแนวทางในการกำกับดูแลกิจการฯ คณะกรรมการฯ จะรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริหารเป็นประจำ

คณะกรรมการขับเคลื่อนการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

พิจารณาถ่วงดุลและทบทวนนโยบาย มาตรฐานและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ ติดตามดูแลให้มีระบบการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่มีประสิทธิภาพและมีความเป็นอิสระ และพิจารณารายงานการสืบสวนสอบสวนเรื่องที่ได้รับการร้องเรียน แจ้งเบาะแสหรือแจ้งข้อมูลจากผู้มีส่วนได้เสีย คณะกรรมการฯ จะรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริหารเป็นประจำ

คณะกรรมการบริหารด้านวิจัยและพัฒนา

กำหนดทิศทางด้านวิจัยและพัฒนา และการตัดสินใจในเรื่องเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนาของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาด และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยคณะกรรมการฯ ต้องนำเสนอโดยตรงต่อประธานคณะผู้บริหารและประธานเครือฯ ตามลำดับ



The Next Chapter สู่เป้าหมายความยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงความยั่งยืนมาโดยตลอดกว่า 103 ปี ผ่านหลัก “คุณธรรมและความซื่อสัตย์” และยึดมั่นในปรัชญา “3 ประโยชน์” ที่คำนึงถึงประเทศชาติเป็นลำดับแรก ประชาชนในลำดับถัดมา และองค์กรเป็นลำดับสุดท้าย สิ่งที่สำคัญคือการนำเป้าหมายและตัวชี้วัดมาขับเคลื่อนบูรณาการทั้งเครือ การมีส่วนร่วมทั้งภายในและภายนอกองค์กรคือหัวใจสำคัญ

การรับฟังความเห็นแบบรอบด้าน เพื่อนำมาปรับองค์กรให้ครบทุกมิติ จะทำให้องค์กรปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว สอดรับกับความท้าทายของการเปลี่ยนแปลงโลก ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ดังนั้น การดำเนินธุรกิจของเครือฯ จากวันนี้ไปจนอีก 100 ปีข้างหน้า จึงต้องขับเคลื่อนองค์กรด้วยการ “สร้างระบบ” เพื่อสร้างความยั่งยืนในทุกมิติ ต้องทำให้การทำงานธุรกิจและความยั่งยืนเป็นเนื้อเดียวกัน เพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับสังคมและประเทศชาติให้ได้มากที่สุด

The Next Chapter หรือก้าวต่อไปในการสร้างความยั่งยืนของเรา จะผนึกกำลังทุกกลุ่มธุรกิจขับเคลื่อนด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนให้มีประสิทธิภาพและเป็นเนื้อเดียวกันกับธุรกิจ โดยจะดำเนินโครงการที่เป็นความท้าทายใน 5 เรื่องหลักที่เป็นนโยบายของประธานคณะผู้บริหาร เครือเจริญโภคภัณฑ์ คือ 1. การนำองค์กรสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ หรือ Net Zero 2. การมุ่งสู่องค์กรที่สามารถลดขยะและของเสียให้เป็นศูนย์ หรือ Zero Waste 3. การพัฒนาสินค้าและบริการด้านความยั่งยืน 4. การสร้างคนรุ่นใหม่ขับเคลื่อนความยั่งยืน 5. การสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านความยั่งยืนร่วมกัน

เรามีความมั่นใจว่าทุกก้าวเดินของเราสู่อีก 100 ปีข้างหน้าในการดำเนินธุรกิจของเรา ความสำเร็จของเราจะสร้างอนาคตที่ยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม แก่ชุมชน สังคม ประเทศ และโลกของเรา ในเรื่องความยั่งยืนในอีก 100 ปีข้างหน้า



The Next Chapter หรือก้าวต่อไปในการสร้างความยั่งยืนของเราจะผนึกกำลังทุกกลุ่มธุรกิจขับเคลื่อนด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนให้มีประสิทธิภาพและเป็นเนื้อเดียวกันกับธุรกิจ

ดร. สิริพล นอนทกิตติยุทธ

ประธานคณะผู้บริหารด้านความยั่งยืนองค์กร และการพัฒนากลยุทธ์เครือเจริญโภคภัณฑ์

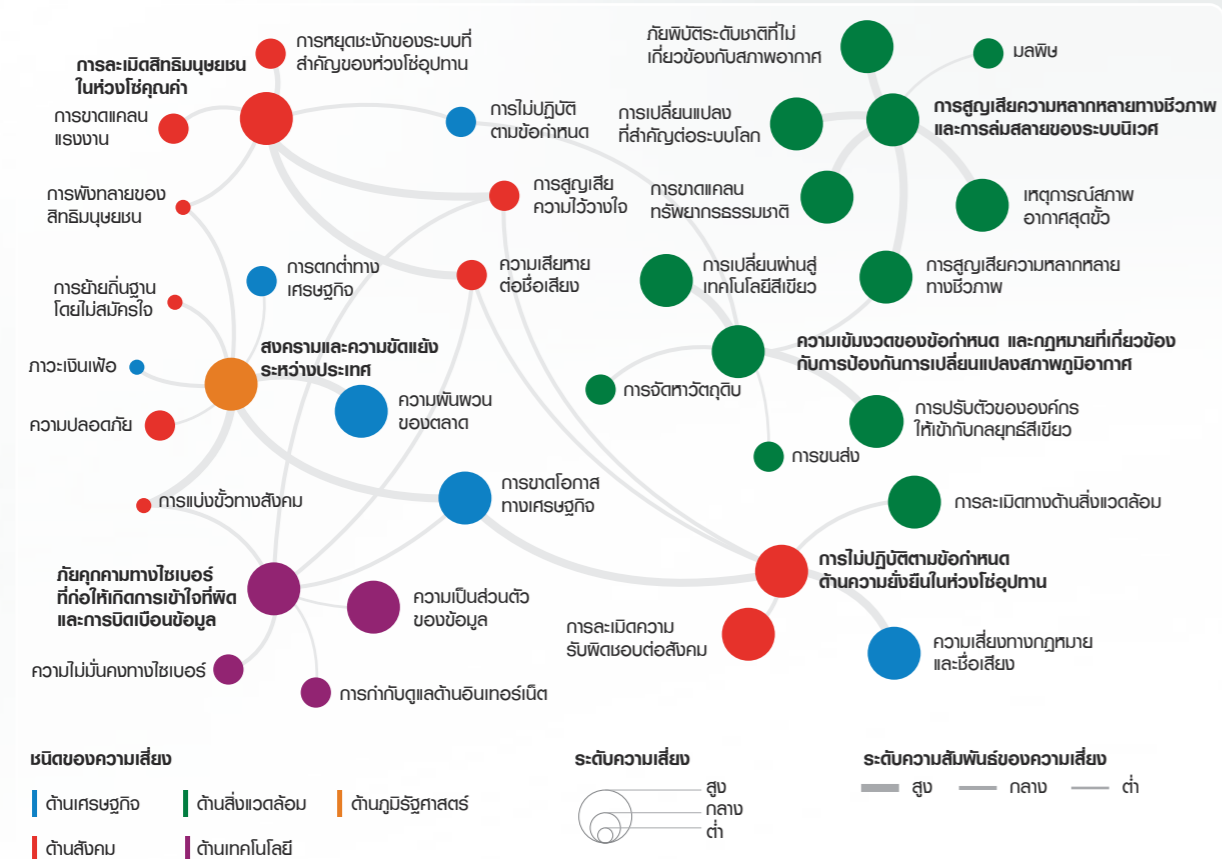
การวิเคราะห์ผลกระทบภายนอก

บริบทของการดำเนินธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงองค์กรที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการดำเนินงานที่ยั่งยืน เครือฯ มีแนวทางการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่ครอบคลุมจากมุมมองที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทั้งหมดของเครือฯ คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม อีกทั้งยังมีการวิเคราะห์ถึงผลกระทบในช่วงระยะเวลาต่าง ๆ เพื่อประเมินระดับผลกระทบของความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น พร้อมกำหนดมาตรการรองรับ นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้นำประเด็นความสำคัญด้านความยั่งยืนมาเป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงองค์กร

และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่ เพื่อให้มั่นใจว่าการบริหารความเสี่ยงองค์กรจะไม่เพียงแต่พิจารณาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเท่านั้น แต่ได้คำนึงถึงความเสี่ยงและผลกระทบที่มีต่อการกำกับดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ทำการวิเคราะห์ความเสี่ยงองค์กร และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่เป็นประจำทุกปี และมีการทบทวนระดับของความเสี่ยงที่ได้ถูกระบุ รวมถึงมาตรการหรือแผนจัดการความเสี่ยงเพื่อบรรเทาผลกระทบอย่างต่อเนื่อง สำหรับปี 2566 ประเด็นความเสี่ยงองค์กรที่มีนัยสำคัญ มีดังนี้

การแสดงความเชื่อมโยงประเด็นความเสี่ยง



สงครามและความขัดแย้งระหว่างประเทศ

ชนิดของความเสี่ยง: ด้านภูมิรัฐศาสตร์
ผลกระทบต่อ Capital: Manufacturing Human Relationship
ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง: การกำกับดูแลกิจการ | สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน | การบริหารจัดการนวัตกรรม | การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการนำเข้าวัตถุดิบที่จำเป็นต่อกระบวนการผลิตจากหลากหลายแหล่งทั่วโลก อีกทั้งยังมีการส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังประเทศต่าง ๆ เช่นกัน โดยสงครามและความขัดแย้งระหว่างประเทศทำให้การนำเข้าและส่งออกนั้นมีความล่าช้าหรือไม่สามารถดำเนินการได้ ซึ่งอาจทำให้เกิดการหยุดชะงักของธุรกิจ นอกจากนี้ ความผันผวนของตลาด ความเข้มงวดของกฎระเบียบและข้อกำหนด ความกังวลด้านความปลอดภัย และการละเมิดสิทธิมนุษยชน ล้วนแล้วแต่เป็นผลกระทบต่อเนื่องที่เกิดขึ้นจากสงครามและความขัดแย้งระหว่างประเทศ

การบริหารความเสี่ยง
 ติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด พร้อมประเมินผลกระทบและโอกาสที่อาจเกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่อุปทาน และจัดทำมาตรการรองรับต่อปัจจัยต่าง ๆ อย่างเหมาะสม อาทิ แผนการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบ แผนการจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งใหม่หรือทดแทน แผนการปรับปรุงสูตรการผลิตสำหรับกรณีที่ต้องเปลี่ยนไปใช้วัตถุดิบทดแทน แผนการเพิ่มความปลอดภัยให้แก่พนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องที่ปฏิบัติงานในเขตที่มีความเสี่ยง

ความเข้มงวดของข้อกำหนด และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ชนิดของความเสี่ยง: ด้านสิ่งแวดล้อม
ผลกระทบต่อ Capital: Relationship Natural
ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง: การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ | การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นความเสี่ยงสำคัญของโลกประเทศต่าง ๆ จึงได้มีการออกข้อกำหนด กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ข้อกำหนดเหล่านี้มีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละประเทศ ซึ่งส่งผลให้การดำเนินงานระหว่างประเทศ โดยเฉพาะการนำเข้าหรือส่งออกวัตถุดิบและสินค้ามีความยากลำบากมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ในบางกรณีธุรกิจก็อาจไม่สามารถดำเนินการได้ตามข้อกำหนด หรือทันช่วงระยะเวลาที่ถูกกำหนดไว้ ซึ่งทำให้เกิดการหยุดชะงักของธุรกิจ

การบริหารความเสี่ยง
 เข้าร่วมเป็นสมาชิกกับองค์กรต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงด้านสภาพภูมิอากาศ เพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงของข้อกำหนด กฎหมายเป็นประจำ และนำมาปรับปรุงเป้าหมาย และแผนการดำเนินงานให้เกิดความสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น นอกจากนี้ เครือฯ ได้ทำการสื่อสารกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจได้รับทราบอย่างชัดเจน เพื่อให้คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจมีการดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกันกับเครือฯ เพื่อร่วมสร้างห่วงโซ่อุปทานที่มั่นคง

การละเมิดสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน

ชนิดของความเสียหาย: ด้านสังคม

wangs:nucio Capital: Financial Human Relationship

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง: สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน | การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

การละเมิดสิทธิมนุษยชน ก่อให้เกิดผลกระทบได้ในวงกว้าง เช่น กระทบต่อพนักงาน คู่ค้า หรือชุมชน ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน โดยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการขาดการควบคุมอย่างเหมาะสม การปฏิบัติที่ไม่สอดคล้องกับข้อกำหนดด้านต่าง ๆ เครือฯ อาจมีความเสี่ยงในการสูญเสียความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้เสีย และส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

การบริหารความเสี่ยง

แนวปฏิบัติสำคัญที่เครือเจริญโภคภัณฑ์และกลุ่มธุรกิจยึดมั่น คือ การตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD) และการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Impact Assessment: HRIA) ของทุกกลุ่มธุรกิจ เพื่อให้กลุ่มธุรกิจนำไปกำหนดมาตรการและยกระดับการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างต่อเนื่อง

ภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่ก่อให้เกิดการเข้าถึงที่ผิดและการบิดเบือนข้อมูล

ชนิดของความเสียหาย: ด้านเทคโนโลยี

wangs:nucio Capital: Intellectual Relationship

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง: ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล

ทุกวันนี้ เทคโนโลยีและดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตและการทำธุรกิจเป็นอย่างมาก เพราะเทคโนโลยีและดิจิทัลมีส่วนสนับสนุนให้การทำงานเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตาม ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและดิจิทัลก็นำพามาซึ่งภัยคุกคามทางไซเบอร์ ที่ไม่ได้มีเพียงการเจาะระบบเพื่อขโมยข้อมูลที่สำคัญ เช่น ข้อมูลการดำเนินงาน ข้อมูลการซื้อขาย และข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น แต่ยังมีมีการนำข้อมูลขององค์กรไปใช้ในทางที่ผิด อาทิ การสื่อสารข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง หรือการบิดเบือนข้อมูลให้แก่สาธารณะ เพื่อสร้างความไม่พอใจ หรือการเข้าใจที่ผิดต่อเครือเจริญโภคภัณฑ์ ภัยคุกคามเหล่านี้เป็นความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงองค์กร ความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย และความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ

การบริหารความเสี่ยง

ประกาศนโยบายและแนวปฏิบัติด้านไซเบอร์ที่ครอบคลุมกิจกรรมต่าง ๆ ของเครือฯ พนักงาน และคู่ค้า และสื่อสารนโยบายและความรู้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องไปยังผู้บริหาร พนักงาน และคู่ค้า เพื่อสร้างความตระหนักเกี่ยวกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ และการป้องกัน นอกจากนี้ เครือฯ ยังทำการทดสอบระบบความปลอดภัยเป็นประจำโดยหน่วยงานภายนอก อีกทั้งยังมีการเฝ้าระวังกิจกรรมที่ผิดปกติทางไซเบอร์ตามมาตรฐานสากล

ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่

นอกจากการวิเคราะห์และระบุความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในปัจจุบันแล้ว การวิเคราะห์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่ก็มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่มีความหลากหลายทางธุรกิจ และมีความซับซ้อนในห่วงโซ่อุปทานสูง ดังนั้น การมีแผนการดำเนินงานหรือแผนการรองรับต่อความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตจะช่วยให้เครือฯ คงไว้ซึ่งความสามารถในการจัดการกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ ในเชิงรุก สามารถปรับปรุงการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์คว้าโอกาสใหม่ ๆ บรรเทาภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้น รักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันในสภาพแวดล้อมที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว และสามารถส่งมอบคุณค่าให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ และการล่มสลายของระบบนิเวศ

ชนิดของความเสียหาย: ด้านสิ่งแวดล้อม

wangs:nucio Capital: Manufacturing Natural

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง: การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ | การปกป้องระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ | การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ และการล่มสลายของระบบนิเวศมีสาเหตุมาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น การทำลายถิ่นที่อยู่อาศัย การตัดไม้ทำลายป่า มลพิษ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติเกินขีดจำกัด การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการรุกล้ำของสายพันธุ์ต่างถิ่น กิจกรรมที่เกิดจากมนุษย์เหล่านี้รบกวนระบบนิเวศ เสื่อมโทรมแหล่งที่อยู่อาศัย และนำไปสู่ความหลากหลายทางชีวภาพที่ลดลง รวมถึงการสูญเสียความหลากหลายทางพันธุกรรม และบริการของระบบนิเวศ

ดังนั้น การแก้ปัญหาการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ และการล่มสลายของระบบนิเวศจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับเครือฯ

การบริหารความเสี่ยง

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดมาตรการบรรเทาผลกระทบที่ครอบคลุม เพื่อจัดการกับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ และการล่มสลายของระบบนิเวศ ซึ่งรวมถึงการจัดลำดับความสำคัญของแนวทางปฏิบัติในการจัดหาวัตถุดิบที่ยั่งยืน เช่น ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและอาหารทะเล เป็นต้น การส่งเสริมการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ การจัดการป่าไม้อย่างมีความรับผิดชอบ และการลงทุนในโครงการริเริ่มด้านการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ นอกจากนี้ เครือฯ ยังดำเนินการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมอย่างเข้มงวดเพื่อประเมินผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อความหลากหลายทางชีวภาพ และระบบนิเวศ มีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อส่งเสริมการทำงานและการตัดสินใจร่วมกัน และลงทุนในการวิจัยและนวัตกรรมสำหรับเทคโนโลยีและแนวปฏิบัติที่ยั่งยืน มากไปกว่านี้ เครือฯ มีการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด และสนับสนุนการเกษตรและการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่เป็นมิตรต่อความหลากหลายทางชีวภาพอย่างจริงจัง ความพยายามเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของเครือฯ ในการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ ปกป้องระบบนิเวศ และมีส่วนสนับสนุนเชิงบวกต่อความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมและความพยายามในการอนุรักษ์

การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ และการล่มสลายของระบบนิเวศมีความสำคัญต่อเครือเจริญโภคภัณฑ์ เนื่องจากเครือฯ มีการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติและบริการระบบนิเวศในการดำเนินงาน เช่น การทำเกษตรกรรม และการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ เป็นต้น ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงความหลากหลายทางชีวภาพ และความสมบูรณ์ของระบบนิเวศสามารถส่งผลโดยตรงต่อความพร้อมของวัตถุดิบ ทรัพยากรน้ำ บริการการผสมเกสร และความยืดหยุ่นโดยรวมของห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ และการล่มสลายของระบบนิเวศยังก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ ชื่อเสียง และการเข้าถึงตลาดสำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์ นอกจากนี้ ความคาดหวังของสังคมและความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียยังมีบทบาทสำคัญ ผู้บริโภค นักลงทุน และองค์กรภาคประชาสังคมได้ให้ความสำคัญกับบริษัทที่แสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ และการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนมากขึ้น

การไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน

ชนิดของความเสี่ยง: ด้านสังคม

ความเสี่ยง: **Capital:** Manufacturing Relationship

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง: การกำกับดูแลกิจการ | การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีห่วงโซ่อุปทานที่ซับซ้อนและเกี่ยวข้องกับคู่ค้าที่หลากหลาย ซึ่งการดำเนินงานของคู่ค้าบางรายอาจไม่เป็นไปตามข้อกำหนดด้านจริยธรรมที่เกี่ยวข้องของแต่ละประเทศ และของเครือฯ โดยประเด็นที่มีความเสี่ยงต่อการละเมิดโดยคู่ค้า ได้แก่ การละเมิดสิทธิแรงงาน การจัดหาที่ผิดจริยธรรม การละเมิดสิทธิมนุษยชน และการขาดความโปร่งใสภายในห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งการละเมิดของคู่ค้าสามารถส่งผลกระทบต่อเครือฯ เช่น ความเสียหายต่อชื่อเสียง ความไม่ไว้วางใจของผู้มีส่วนได้เสีย และการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน

การบริหารความเสี่ยง

เครือเจริญโภคภัณฑ์ต้องใช้กลยุทธ์ที่หลากหลาย เพื่อลดความเสี่ยงจากการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านจริยธรรมในห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งรวมถึงการประกาศใช้จรรยาบรรณสำหรับคู่ค้า การกำหนดแนวทางปฏิบัติในสัญญาการจัดซื้อจัดจ้าง การดำเนินการตรวจสอบสถานะอย่างละเอียดถี่ถ้วนกับคู่ค้า และการลงโทษหากผลการประเมินต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ หรือพบว่ามีกรณีละเมิดข้อกำหนด นอกจากนี้ เครือฯ ริเริ่มการตรวจสอบย้อนกลับและความโปร่งใสโดยใช้เทคโนโลยี เช่น บล็อกเชน และระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทาน เป็นต้น เทคโนโลยีนี้ช่วยให้เครือฯ สามารถติดตามและตรวจสอบกิจกรรมของคู่ค้าได้อย่างแม่นยำ



การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อการรับฟังและการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย เพราะความสัมพันธ์และความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียเปรียบเสมือนแรงขับเคลื่อนที่นำพาเครือฯ สู่อุปสรรคและความก้าวหน้าและมั่นคงไปอีก 100 ปี ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้เสียช่วยให้เครือฯ มีความเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลก ซึ่งสามารถนำมาระบุโอกาสและลดความเสี่ยงพร้อมนำมาพัฒนากลยุทธ์และแผนการดำเนินงาน เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับโลก

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีกระบวนการระบุและจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียหลักผ่านการหารือร่วมกับหน่วยงานและผู้เชี่ยวชาญภายในที่เกี่ยวข้องเป็นประจำ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มจะได้รับการสื่อสาร และบริหารจัดการประเด็นข้อห่วงกังวลอย่างถูกต้องและเหมาะสม โดยเครือฯ ระบุผู้มีส่วนได้เสียจากลักษณะการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย และจัดลำดับความสำคัญโดยพิจารณาปัจจัยด้านอิทธิพลของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อการดำเนินงาน

ของเครือฯ และผลกระทบจากการดำเนินงาน หรือกลยุทธ์ของเครือฯ ที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งในปัจจุบันและอนาคต นอกจากนี้ เครือฯ ยังมีการทบทวนความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียจากช่องทาง การรับเรื่องร้องเรียนและการมีส่วนร่วมต่าง ๆ รวมถึงการสำรวจความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียประจำปี ข้อมูลทั้งหมดนี้ เครือฯ ได้นำมากำหนดแนวทางการดำเนินงานที่ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดี และความไว้วางใจซึ่งกันและกัน สำหรับปี 2566 ประเด็นที่อยู่ในความสนใจและเป็นข้อห่วงกังวลของผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ การปรับตัวต่อสภาพภูมิอากาศ และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การปกป้องและการฟื้นฟูธรรมชาติ การจัดการของเสียและเศรษฐกิจหมุนเวียน และการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีพ

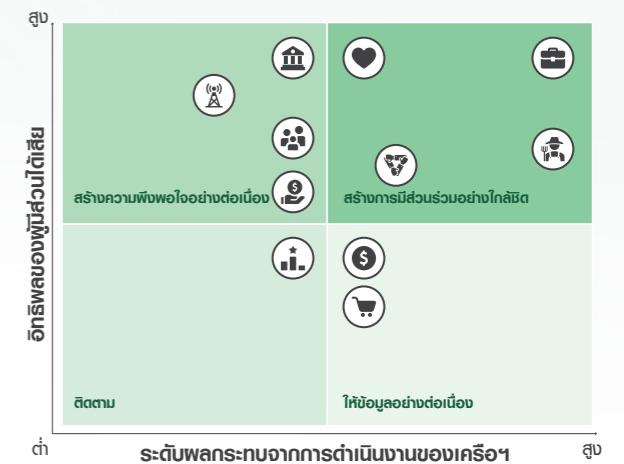
สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้



[Stakeholder Engagement Report 2023](#)

การระบุและการจัดลำดับความสำคัญผู้มีส่วนได้เสีย

- | | |
|--------------------|---------------------|
| เกษตรกร | ภาครัฐ |
| ชุมชน สังคม | คู่แข่งทางการค้า |
| คู่ค้าธุรกิจ | สื่อมวลชน |
| เจ้าหน้าที่ | ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน |
| พนักงานและครอบครัว | ลูกค้า และพันธมิตร |
| NGOs | |





	ความสำคัญในการมีส่วนร่วม	ประเด็นที่อยู่ในความสนใจ	การดำเนินงานเพื่อตอบสนอง	คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย
incentives	เกษตรกรคือผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญด้านการจัดหาวัตถุดิบที่จำเป็นต่อการดำเนินงานของเครือเจริญโภคภัณฑ์ การมีส่วนร่วมกับเกษตรกรเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาไว้ซึ่งความมั่นคงของห่วงโซ่คุณค่า	<ul style="list-style-type: none"> การส่งเสริมศักยภาพเกษตรกร การเข้าถึงทรัพยากรต่าง ๆ อย่างเพียงพอและรวดเร็ว การรับประกันรายได้ การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม การควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนการทำเกษตรอย่างยั่งยืนเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมด้านเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาผลผลิตให้มีคุณภาพ รับประกันแหล่งที่มาของรายได้ จัดทำสัญญาที่เป็นธรรมตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ 	<ul style="list-style-type: none"> การสร้างงาน สร้างอาชีพ และรายได้ที่มั่นคง การปกป้อง และรักษาสีงแวดล้อมโดยรวม ความมั่นคงของระบบอาหารโลก
แบบ สัมภาษณ์	การสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับชุมชนและสังคมถือเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาชื่อเสียงที่ดี ส่งเสริมความไว้วางใจ และสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการดำเนินงานของเครือเจริญโภคภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> การมีส่วนร่วมในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตชุมชน การส่งเสริมการจ้างงานในชุมชน ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจที่มีต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม การนำนวัตกรรมเข้ามาปรับปรุงกระบวนการทำงาน 	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำโครงการเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน รวมถึงกลุ่มเปราะบาง สนับสนุนการจ้างแรงงาน และการสร้างธุรกิจใหม่ในชุมชน จัดทำโครงการพัฒนาองค์ความรู้ของชุมชน และสังคม โดยเฉพาะด้านนวัตกรรม และเทคโนโลยี 	<ul style="list-style-type: none"> การจ้างงานภายในชุมชน ความเข้มแข็งของสังคมและชุมชน การปกป้อง และรักษาสีงแวดล้อมโดยรวม
คู่ค้าธุรกิจ	คู่ค้าธุรกิจจัดหาสินค้า บริการ และทรัพยากรที่จำเป็นซึ่งช่วยให้เครือเจริญโภคภัณฑ์สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	<ul style="list-style-type: none"> การส่งเสริมศักยภาพคู่ค้าในการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นระบบ การคุ้มครองสิทธิมนุษยชนและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ สื่อสารและตรวจประเมินคู่ค้า และประกาศใช้จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า เพื่อให้เกิดการปฏิบัติต่อคู่ค้าทุกรายด้วยความเสมอภาคและยุติธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาความรู้ และความสามารถของคู่ค้า ความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก ความมั่นคงของระบบอาหารโลก การปกป้อง และรักษาสีงแวดล้อมโดยรวม
เจ้าหนี้	เจ้าหนี้ช่วยให้เครือเจริญโภคภัณฑ์สามารถดำเนินงานได้อย่างไร้รอยต่อ ดังนั้น การปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญากู้เงินอย่างเคร่งครัดจึงเป็นเรื่องสำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> การกำกับดูแลกิจการที่ดี การเปิดเผยผลการดำเนินงานอย่างโปร่งใส และมีประสิทธิภาพ การเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการแข่งขันทางธุรกิจ การตอบแทนผู้มีส่วนได้เสีย 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจตามกฎหมาย และหลักธรรมาภิบาล ปฏิบัติตามเงื่อนไขของเจ้าหนี้ อย่างเคร่งครัด ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงาน และสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> ความมั่นคงทางการเงิน และเศรษฐกิจของประเทศ การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม การเป็นพันธมิตรระยะยาว
พนักงานและครอบครัว	พนักงานและครอบครัวเป็นแรงขับเคลื่อนหลักในการนำพาเครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งสู่เป้าหมายธุรกิจ จึงมีการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานเชิงบวก	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาศักยภาพและความก้าวหน้าในอาชีพ การดำเนินการตามหลักสิทธิมนุษยชน สภาพแวดล้อมในการทำงาน และอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ความคล่องตัวในการทำงาน 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง กำหนด และประกาศใช้แนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน ประกาศใช้มาตรฐานการจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ความมั่นคงในสายงานอาชีพ ความรู้ และทักษะสำหรับการเติบโต ความปลอดภัย และความเท่าเทียม

	ความสำคัญในการมีส่วนร่วม	ประเด็นที่อยู่ในความสนใจ	การดำเนินงานเพื่อตอบสนอง	คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย
NGOs	NGO มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชนและการกำหนดนโยบาย การมีส่วนร่วมถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการทำความเข้าใจต่อข้อกังวลของสังคม	<ul style="list-style-type: none"> ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจที่มีต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม การเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะอย่างครบถ้วน และโปร่งใส 	<ul style="list-style-type: none"> รับฟังความคิดเห็นและหาวิธี แนวทางการป้องกันผลกระทบร่วมกันอย่างต่อเนื่อง สื่อสาร และเปิดเผยข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ และโปร่งใส 	<ul style="list-style-type: none"> การเป็นพันธมิตรระยะยาว เพื่อพัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อม การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม
ภาครัฐ	การมีส่วนร่วมกับภาครัฐอย่างมีประสิทธิภาพถือเป็นสิ่งสำคัญในการรับรองการปฏิบัติตามกฎระเบียบ การจัดการความเสี่ยงได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง การเป็นตัวอย่างในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ การดำเนินงานเพื่อส่งเสริมประเทศ และชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> ติดตามและปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด ร่วมมือ และสนับสนุนการพัฒนาโครงการที่สร้างประโยชน์ต่อประเทศและชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> ความมั่นคงทางการเงิน และเศรษฐกิจของประเทศ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม
คู่แข่งทางการค้า	การติดตามและทำความเข้าใจกลยุทธ์ จุดแข็ง และจุดอ่อนของคู่แข่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาด	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามจริยธรรม การแข่งขัน กฎหมาย และกฎระเบียบทางการค้า การตอบแทนผู้มีส่วนได้เสีย 	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติตามกฎกติกา / จริยธรรมการแข่งขันที่ดี ไม่มีการดำเนินการใด ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งความลับทางการค้าของคู่แข่ง ไม่ทำลายชื่อเสียงคู่แข่ง ด้วยการให้ร้ายโดยปราศจากความจริง 	<ul style="list-style-type: none"> การริเริ่มนวัตกรรมด้านการผลิตและผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ การรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการ การเป็นพันธมิตรเพื่อพัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อม
สื่อมวลชน	สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ และกิจกรรมของเครือเจริญโภคภัณฑ์ เครือฯ จึงมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนเชิงกลยุทธ์และโปร่งใส	<ul style="list-style-type: none"> การกำกับดูแลกิจการ การเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะอย่างครบถ้วน และโปร่งใส ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจที่มีต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติต่อสื่อมวลชนด้วยความสัมพันธ์ที่ดี ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง และทันต่อเหตุการณ์ 	<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม การเปิดเผยข้อมูลโปร่งใส และรวดเร็ว
ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน	การลงทุนของผู้ถือหุ้น / นักลงทุนส่งเสริมให้เกิดการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมกับผู้ถือหุ้นและนักลงทุนอย่างโปร่งใส	<ul style="list-style-type: none"> การกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง การเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะอย่างครบถ้วน และโปร่งใส การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล ชี้อับดับบริษัท ประกาศใช้นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการบริหารความเสี่ยง เปิดเผยผลการดำเนินงานอย่างโปร่งใส 	<ul style="list-style-type: none"> ความมั่นคงทางการเงิน และเศรษฐกิจของประเทศ การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม
ลูกค้าและผู้บริโภค	เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งคิดค้นผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค และเสริมสร้างความไว้วางใจของลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองของผู้บริโภค การตรวจสอบย้อนกลับของผลิตภัณฑ์ การลดความซ้ำซ้อนของระบบ การซื้อของ ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดีให้กับผู้บริโภคแต่ละช่วงวัย พัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ พัฒนาระบบการสั่งซื้อออนไลน์ให้มีความสะดวก และเชื่อมโยง 	<ul style="list-style-type: none"> การริเริ่มนวัตกรรมด้านการผลิตและผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ การรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการ การจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน

การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีกระบวนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่ครอบคลุมมุมมองจากภายในสู่ภายนอก ซึ่งเป็นการพิจารณาผลกระทบ และความเสี่ยงจากการดำเนินงานของเครือฯ ที่มีต่อภายนอกและผู้มีส่วนได้เสีย ในขณะที่อิทธิพลจากภายนอกที่มีต่อการดำเนินงานของเครือฯ หรือการมองจากภายนอกสู่ภายในก็นำมาพิจารณาด้วยเช่นกัน กระบวนการนี้เรียกว่า Double Materiality ในขณะเดียวกัน เครือฯ ยังได้ทำการพิจารณาการเปลี่ยนแปลงและระดับผลกระทบที่มีต่อการเงินของแต่ละประเด็นด้านความยั่งยืนที่อาจเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาต่าง ๆ กระบวนการนี้เรียกว่า Dynamic Materiality

เครือเจริญโภคภัณฑ์ระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับเครือฯ และผู้มีส่วนได้เสียตามหลักการของ AA1000 Stakeholder Engagement Standards โดยจะจัดทำทุก ๆ 3 ปี และกระบวนการทบทวนลำดับความสำคัญของประเด็นฯ จะจัดทำเป็นประจำทุกปี เพื่อพิจารณาความสอดคล้องกับแนวโน้มและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานจะถูกปรับปรุงให้มีความเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยผลการประเมินจะถูกนำไปให้คณะกรรมการบริหารความยั่งยืน พิจารณาความเหมาะสม และรายงานผลไปยังคณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการบริษัทต่อไป

การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนแบบ Double และ Dynamic



การทบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนประจำปี 2566

ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์ทำการทบทวนลำดับความสำคัญและความสอดคล้องของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน โดยมี 5 ขั้นตอนหลักดังนี้

- ### 1. การวิจัยขั้นทุติยภูมิ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินการประเมินว่าประเด็นความสำคัญด้านความยั่งยืนที่ได้ถูกระบุไว้ในปี 2565 นั้นยังมีความสำคัญต่อเครือฯ และผู้มีส่วนได้เสียอยู่หรือไม่ โดยวิเคราะห์จากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น อาทิ แนวโน้มโอกาส และความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ ทิศทางของตลาด ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก
- ### 2. การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียภายใน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินการสื่อสารผลจากการวิจัยขั้นทุติยภูมิให้แก่คณะกรรมการบริหารความยั่งยืน และผู้บริหารจากหน่วยงานต่าง ๆ ได้รับความพร้อมทำการสัมภาษณ์ เพื่อรับฟังถึงข้อคิดเห็นที่มีต่อลำดับความสำคัญของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน รวมถึงเป้าหมาย กลยุทธ์ และแนวทางการปฏิบัติ
- ### 3. การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียภายนอก

เครือเจริญโภคภัณฑ์ทำการวิเคราะห์ข้อคิดเห็น และข้อห่วงกังวลที่ได้รับจากช่องทางความร่วมมือของผู้มีส่วนได้เสียประจำปี นอกจากนี้ ยังได้มีการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้เชี่ยวชาญจากด้านต่าง ๆ เพื่อทำความเข้าใจต่อข้อมูลเชิงลึก ซึ่งผลจากการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียภายนอก
- ### 4. การทวนสอบโดยองค์กรภายนอก

เครือเจริญโภคภัณฑ์กำหนดให้กระบวนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนต้องได้รับการทวนสอบโดยองค์กรภายนอกที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นอิสระจากธุรกิจและการดำเนินงานของเครือฯ โดยการทวนสอบจะให้ความสำคัญไปที่ความโปร่งใส และความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับได้
- ### 5. การทบทวนและการอนุมัติ

คณะกรรมการบริหารความยั่งยืน มีหน้าที่ในการทบทวนผลของการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน และผลจากการทวนสอบโดยองค์กรภายนอก ก่อนจะนำไปรายงานให้คณะกรรมการบริหารได้รับทราบและเห็นชอบก่อนการเปิดเผย

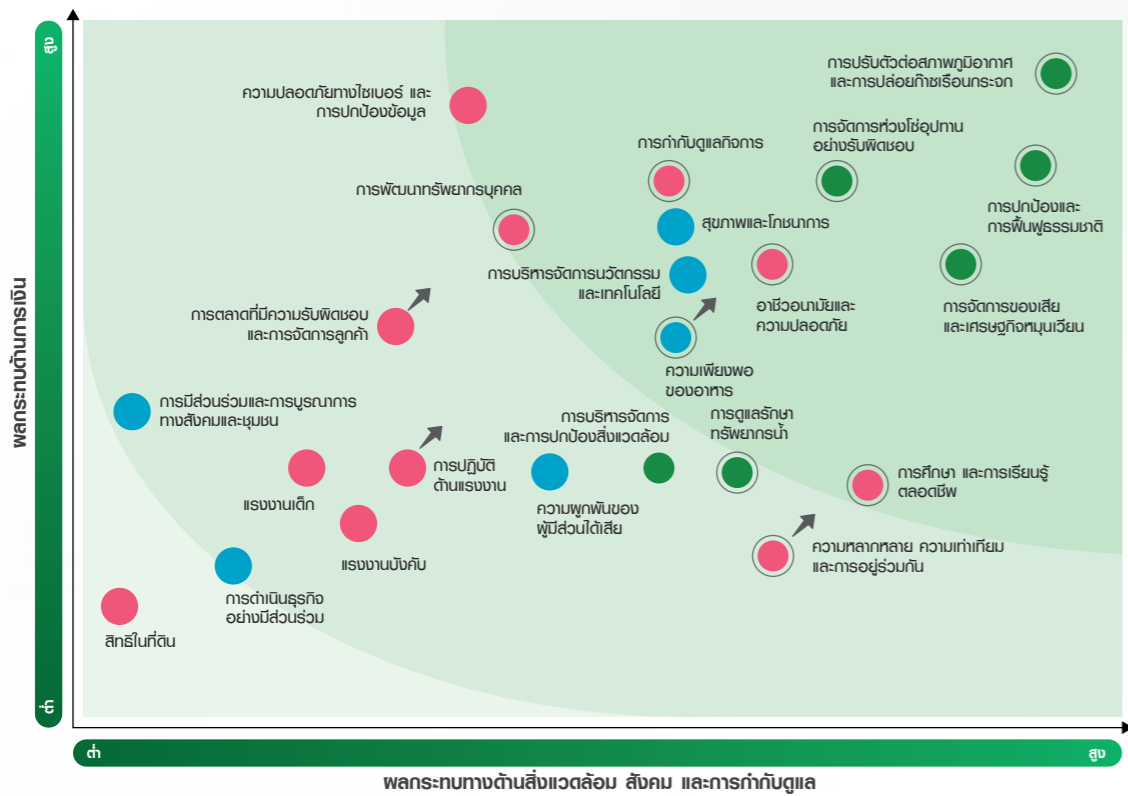
ผลการทบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนประจำปี 2566

จากการทบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนในปี 2566 พบว่า ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่ได้ถูกระบุไว้ในปี 2565 ยังคงเหมือนเดิม แต่มีการเปลี่ยนแปลงด้านลำดับของบางประเด็น เช่น การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบที่ได้ขยับขึ้นมา มีความสำคัญ เนื่องจากผลกระทบจากภายนอกสู่เครือฯ นั้นมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะหากเกิดการดำเนินงานที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด กฎหมายโดยคู่ค้า ในขณะที่เดียวกัน ผู้มีส่วนได้เสียก็หันมาให้ความสนใจต่อการได้มาซึ่งวัตถุดิบในการผลิตสินค้าและบริการ สำหรับประเด็นด้านการบริหารจัดการ และการปกป้องสิ่งแวดล้อมนั้น

ได้ลดระดับลง เนื่องจากนโยบายและการดำเนินงานของเครือฯ มีความเข้มข้น และมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ กระบวนการทบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่ดำเนินการในปี 2566 และผลของการทบทวนฯ ได้รับการตรวจสอบโดยองค์กรภายนอกที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นอิสระจากธุรกิจและการดำเนินงานของเครือฯ รายละเอียดและคำรับรองสามารถศึกษาได้ที่หน้า 272-273

การจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนมีนัยสำคัญต่อเครือฯ และผู้มีส่วนได้เสีย



ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และสิทธิมนุษยชน	ชนิดของผลกระทบ
การปรับตัวต่อสภาพภูมิอากาศ และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมีผลกระทบต่อตรงต่อการดำเนินงานของเครือฯ และผู้มีส่วนได้เสีย การดำเนินงานผ่านแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืนไม่เพียงแต่ปรับปรุงประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลเท่านั้น แต่ยังปกป้องสิทธิมนุษยชนด้วยการสนับสนุนการเข้าถึงทรัพยากร	ผลกระทบด้านลบที่เกิดขึ้นแล้ว -
การอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ	ระบบนิเวศที่ดีและความหลากหลายทางชีวภาพเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการรักษาความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติ นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้ชุมชนสามารถเข้าถึงน้ำสะอาด ที่ดินอันอุดมสมบูรณ์ และทรัพยากรอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อความเป็นอยู่ที่ดี	ผลกระทบด้านลบที่อาจจะเกิดขึ้น -
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	การดำเนินการจัดหายั่งยืนจะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การตัดไม้ทำลายป่าและมลพิษ นอกจากนี้ ยังส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านแรงงานที่เป็นธรรม และการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนทั่วทั้งเครือข่ายอุปทาน	ผลกระทบด้านบวกที่เกิดขึ้นแล้ว +
การจัดการของเสีย และระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน	การนำแนวปฏิบัติการจัดการของเสียที่มีประสิทธิภาพมาใช้จะช่วยลดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม และอนุรักษ์ทรัพยากร นอกจากนี้ การใช้โมเดลเศรษฐกิจหมุนเวียนส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน สนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น และส่งเสริมนวัตกรรม	ผลกระทบด้านบวกที่เกิดขึ้นแล้ว +
การกำกับดูแลกิจการ	กรอบการกำกับดูแลที่แข็งแกร่งรับประกันความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการตัดสินใจตามหลักจริยธรรม ซึ่งจำเป็นสำหรับการบริหารความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม และการรักษามาตรฐานระดับสูงของการดำเนินธุรกิจ	ผลกระทบด้านบวกที่เกิดขึ้นแล้ว +
อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	อาชีวอนามัยและความปลอดภัยผลกระทบต่อความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียในชุมชน มาตรการด้านอาชีวอนามัยฯ ช่วยให้มั่นใจได้ถึงสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและดีต่อสุขภาพ ลดอุบัติเหตุในที่ทำงาน การบาดเจ็บ และความเจ็บป่วย	ผลกระทบด้านลบที่เกิดขึ้นแล้ว -
การศึกษาและเรียนรู้ตลอดชีวิต	เครือฯ ส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนเข้าถึงทักษะและความรู้ที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิต และการมีอาชีพที่มั่นคง นอกจากนี้ ยังช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม	ผลกระทบด้านบวกที่เกิดขึ้นแล้ว +
ความเพียงพอของอาหาร	การรับประกันความเพียงพอและความมั่นคงด้านอาหารเกี่ยวข้องกับหลักปฏิบัติด้านการเกษตรที่ยั่งยืน และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ประเด็นนี้ยังสนับสนุนสิทธิมนุษยชนด้วยการเข้าถึงอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการและราคาไม่แพง	ผลกระทบด้านลบที่อาจจะเกิดขึ้น -

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



Double & Dynamic Materiality Assessment Report 2023

กลยุทธ์และเป้าหมายความยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายความยั่งยืนสู่ปี 2573 ที่ครอบคลุมมิติด้านความยั่งยืนทั้ง 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์และเป้าหมายฯ นี้เปรียบเสมือนแนวทางการดำเนินงานที่เครือฯ และกลุ่มบริษัทภายใต้เครือฯ ได้นำไปประยุกต์ใช้เพื่อก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ทั้งต่อองค์กรและผู้มีส่วนได้เสีย กลยุทธ์และเป้าหมายฯ จะได้รับการทบทวนเป็นประจำทุกปี และปี 2566 ได้มีการทวนสอบโดยผู้ตรวจประเมินภายนอกที่มีความเป็นอิสระ

สำหรับปี 2566 กลยุทธ์และเป้าหมายฯ ยังคงมีทั้งหมด 15 เป้าหมาย เช่นเดิม โดยมี 3 เรื่องที่ได้ถูกนำขึ้นมาเป็นกลยุทธ์และเป้าหมายหลัก ได้แก่ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ การลดขยะและของเสียเป็นศูนย์ และการศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม การให้ความสำคัญต่อทั้ง 3 ประเด็นนี้เป็นการตอบรับต่อข้อห่วงกังวลและความสนใจของผู้มีส่วนได้เสีย และยังเป็นการลดความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของเครือฯ



เราเป็นองค์กรที่เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

ในการสร้างอาหารคน อาหารสมอง โอกาสในการเข้าถึงคุณค่า เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน

ค่านิยม 3 ประโยชน์

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	ระบบบริหารซีพีสู่ความเป็นเลิศ	The 10 UNGC Principle 17 UN SDGs & UNGP	กฎระเบียบข้อบังคับและมาตรฐาน
HEART: Living Right	HEALTH: Living Well	HOME: Living Together	
<ul style="list-style-type: none"> การกำกับดูแลกิจการ สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติตามแรงงาน การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล 	<ul style="list-style-type: none"> สุขภาพและสุขภาวะที่ดี คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ การบริหารจัดการนวัตกรรม การสร้างความปลอดภัยกับทุกส่วนได้เสีย 	<ul style="list-style-type: none"> การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ 	

ความร่วมมือ การเสริมสร้างขีดความสามารถ ทักษะ ทักษะ และวัฒนธรรมความยั่งยืน

แนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ



องค์กรที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์



ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ประเด็นด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการดำเนินงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้อยู่ในความสนใจของเวทีนานาชาติ และผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งเครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อประเด็นนี้ด้วยเช่นกัน เพราะเครือฯ ตระหนักดีว่าการดำเนินงานของเครือฯ ตลอดห่วงโซ่คุณค่านั้นมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นจำนวนมาก ดังนั้นเพื่อเป็นการลดผลกระทบ และสร้างความมั่นคง เครือฯ ได้มีการตั้งเป้าหมายในการเป็น Carbon Neutral ภายในปี 2573 และมุ่งสู่การเป็นองค์กรที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ หรือ Net Zero ภายในปี 2593 โดยเครือฯ มีแผนที่จะนำเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และนำพลังงานสะอาดมาใช้ภายในองค์กร พร้อมกับร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย โดยเฉพาะคู่ค้า ในการคำนวณจำนวนการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และสรรหาเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก



องค์กรที่ลดขยะและของเสียเป็นศูนย์



เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักดีว่าขยะของเสียที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต การขนส่ง และการอุปโภคและบริโภค นั้นมีจำนวนมาก ซึ่งจำนวนของขยะของเสียเหล่านี้ ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทั้งบนบกและในทะเล แต่ยังส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงกำหนดเป้าหมายการเป็นองค์กรที่ลดขยะและของเสียสู่หลุมฝังกลบเป็นศูนย์ ภายในปี 2573 โดยหนึ่งในกลยุทธ์เพื่อบรรลุเป้าหมายนี้คือ การดำเนินงานตามหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียน ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้ส่งเสริมการบริหารจัดการพลาสติกอย่างเป็นระบบ โดยมุ่งกำจัดบรรจุภัณฑ์ที่มีปัญหาหรือไม่จำเป็นในองค์กร และลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบใช้ได้เพียงครั้งเดียวทิ้งผ่านโครงการความร่วมมือกับหลายภาคส่วน



องค์กรที่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม



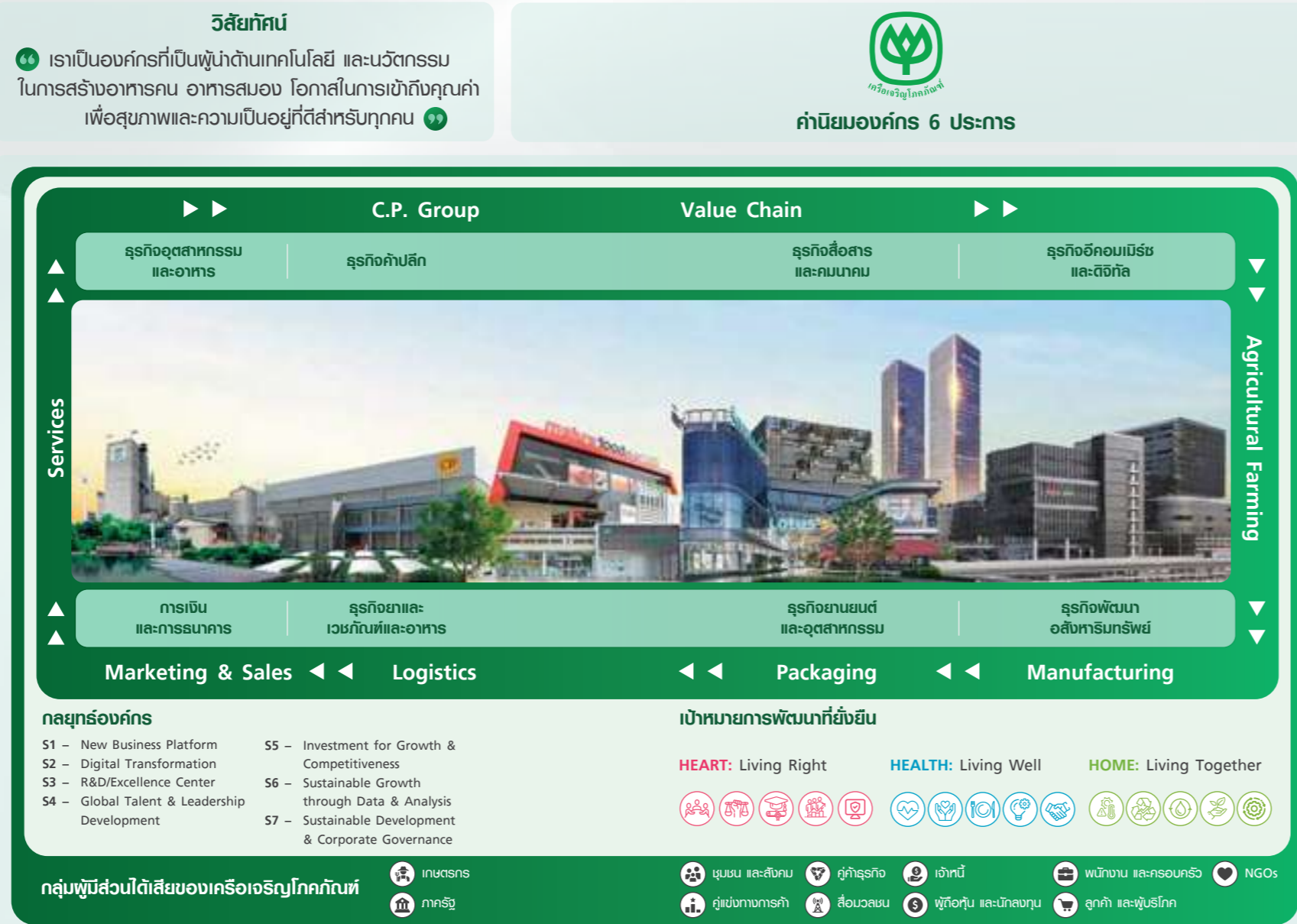
การระบาดของ COVID-19 ประกอบกับสถานการณ์และความเสี่ยงในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นภาวะเศรษฐกิจถดถอย ความขัดแย้งระหว่างประเทศ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และความต้องการของตลาดแรงงานทำให้เกิดปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคมที่มีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมีความมุ่งมั่นที่จะเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยลดปัญหาความเหลื่อมล้ำ ซึ่งเครือฯ มีกลยุทธ์และเป้าหมายการดำเนินงานในหลายด้าน โดย 2 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ การส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพให้แก่เยาวชนและผู้ด้อยโอกาสทั่วประเทศผ่านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการร่วมมือกับพันธมิตรจากภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อขยายขอบเขตของการดำเนินงาน สำหรับกลยุทธ์ที่ 2 เครือฯ มุ่งพัฒนาความรู้ และทักษะใหม่ ๆ ให้แก่พนักงานและคู่ค้าของเราอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทุกฝ่ายสามารถดำเนินงานได้เต็มประสิทธิภาพ และมีโอกาสในการเติบโตภายใต้ยุคที่เทคโนโลยีและดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

กระบวนการสร้างคุณค่า

ปัจจัยนำเข้า

- Financial Capital**
 - 2,281,772 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายทั้งหมด
- Manufacturing Capital**
 - 330 โรงงานผลิต
 - 1,075 ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ และฟาร์มพืชสวน - พืชไร่
 - 14,630 สาขาร้านเซเว่น อีเลฟเว่น
 - 2,605 ไฮเปอร์มาร์เก็ต / ซูเปอร์สโตร์
- Intellectual Capital**
 - 91 ศูนย์วิจัยและพัฒนา
 - 28,264 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา
- Human Capital**
 - 452,794 คน จำนวนพนักงาน
 - 45 สัญชาติที่เป็นพนักงาน
 - 597 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายในการอบรม
 - 237,251 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับพนักงานทั้งหมด
- Relationship Capital**
 - ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย
 - การเข้าร่วมเป็นสมาชิกกับองค์กรต่าง ๆ
- Natural Capital**
 - 55.91 ล้านกิโลจูล การใช้พลังงาน
 - 401.32 ลูกบาศก์เมตร การดื่มน้ำมาใช้
 - 351 พันตัน ทรัพยากรหมุนเวียนทางธรรมชาติ (ชีวมวล) ที่นำมาใช้

กระบวนการสร้างคุณค่าผ่านการดำเนินธุรกิจ



การวิเคราะห์ผลกระทบและความเสี่ยงจากภายนอก

- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของระบบนิเวศ ความหลากหลายทางชีวภาพ และความเพียงพอของทรัพยากรธรรมชาติ
- การหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทานที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของห่วงโซ่อุปทาน
- การขาดแคลนทรัพยากรบุคคลที่มีทักษะสำหรับอนาคต และการรักษาพนักงานที่ดีและเก่ง
- การเปลี่ยนแปลงของตลาดไปสู่ผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และได้รับการรับรองหรือตรวจสอบ

ของเครือเจริญโภคภัณฑ์

ผลลัพธ์

- Financial Capital**
 - รายได้จากการขาย 3,320,897 ล้านบาท
- Manufacturing Capital**
 - จำนวนโรงงานการผลิตที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล 330 แห่ง
 - ร้อยละ 100 ของธุรกิจได้มีการรับรองความปลอดภัยด้านข้อมูล
- Intellectual Capital**
 - จำนวนบุคลากรด้าน R&D 8,968 คน
 - จำนวนสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรที่เครือข่าย ได้รับในปี 2566 4,068 ฉบับ
 - จำนวนผลิตภัณฑ์และบริการแห่งนวัตกรรมมากกว่า 2,000 รายการ
- Human Capital**
 - ร้อยละ 100 ของธุรกิจมีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน
 - ร้อยละ 100 ของพนักงานที่ได้รับการอบรม
 - ร้อยละ 50.80 ของพนักงานผู้หญิงในเครือฯ
 - 28.07 ชั่วโมงของการอบรมเฉลี่ยต่อพนักงานต่อปี
 - จำนวนการเสียชีวิตของพนักงานและผู้รับเหมา 17 ราย
 - พนักงานลาออกจำนวน 168,125 คน
- Relationship Capital**
 - คะแนนความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียร้อยละ 81
 - การสร้างเครือข่ายสมาชิกด้านความยั่งยืนทั่วโลกกว่า 13 องค์กร
 - เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย กลุ่มเปราะบาง และอื่น ๆ ที่ได้รับการสนับสนุน 2,929,229 ราย
 - ผลกระทบต่อชื่อเสียงองค์กร
- Natural Capital**
 - ปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 & 2) ลดลง 0.36 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
 - เพิ่มปริมาณการใช้พลังงานหมุนเวียน 197 เมกะวัตต์
 - ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ 54.7 ล้านลูกบาศก์เมตร
 - ลดการเกิดปริมาณขยะของเสียจากกระบวนการผลิต 21,442 ตัน

คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย

- Financial Capital**
 - สร้างโอกาสในการส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม และปกป้องสิ่งแวดล้อมผ่านการดำเนินงานที่ยั่งยืน
- Manufacturing Capital**
 - สร้างความปลอดภัยของกระบวนการผลิต และสินค้าและบริการที่ส่งมอบสู่ลูกค้าและผู้บริโภค
 - ส่งเสริมความปลอดภัยให้แก่ชุมชน สังคม และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง
- Intellectual Capital**
 - ส่งมอบผลิตภัณฑ์และสินค้าแห่งนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
 - แบ่งปันองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมสู่สังคม
- Human Capital**
 - สร้างสถานที่ทำงานที่มีความปลอดภัย เท่าเทียม และไม่มีการแบ่งแยก
 - ปกป้องพนักงานของเครือฯ และคู่ค้าได้ตามหลักการด้านสิทธิมนุษยชน
 - สร้างความมั่นใจว่าเครือฯ มีความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ
 - มอบสิทธิประโยชน์ให้แก่พนักงานอย่างเท่าเทียม
 - มอบโอกาสในการเข้าถึงความรู้ ความสามารถ และทักษะที่เป็นประโยชน์ต่อพนักงาน
 - เป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือ และมีชื่อเสียงสำหรับการรักษาพนักงานที่ดีและเก่ง พร้อมสามารถดึงดูดบุคลากรที่มีความสามารถ
- Relationship Capital**
 - เพิ่มโอกาสในการเติบโตอย่างยั่งยืนของคู่ค้าตลอดห่วงโซ่อุปทาน
 - มอบผลตอบแทนจากการลงทุนที่น่าดึงดูด
 - สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในการปกป้องสภาพแวดล้อม และยกระดับการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนอย่างทั่วถึง
 - การเป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือ
- Natural Capital**
 - ลดผลกระทบที่เกิดต่อดิน น้ำ อากาศ และความเป็นอยู่ของสิ่งมีชีวิตทั่วไป
 - ลดการพึ่งพาทรัพยากรทางธรรมชาติ
 - สนับสนุนการบรรลุเป้าหมายของสากลในการจำกัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์

SDGs



การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ประเด็นด้านความยั่งยืนได้ก้าวขึ้นมาเป็นบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานของภาครัฐและภาคเอกชน เพราะความยั่งยืนนั้นมีความจำเป็นเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยขับเคลื่อนการบริหารจัดการและการดำเนินธุรกิจไปสู่อนาคตที่มีความรับผิดชอบและเท่าเทียมกันมากขึ้น ไม่ใช่แค่ภาครัฐและภาคเอกชนที่ให้ความสำคัญต่อประเด็นด้านความยั่งยืน แต่ประชาชนทั่วไปก็เริ่มหันมาให้ความสำคัญเช่นกัน ทุกวันนี้ ความต้องการต่อสินค้าและบริการที่คำนึงถึงความยั่งยืนนั้นเพิ่มมากขึ้น และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การนำกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล อาทิ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals: SDGs มาประยุกต์ใช้ จะช่วยให้องค์กรสามารถวิเคราะห์ถึงความเสี่ยง โอกาส และผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจได้อย่างรอบด้าน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังคงให้การสนับสนุนต่อการบรรลุเป้าหมาย Sustainable Development Goals: SDGs อย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี เครือฯ จะดำเนินการทบทวนลำดับความสำคัญของ SDGs ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจและผู้มีส่วนได้เสียของเครือฯ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าการดำเนินงานของเครือฯ จะมุ่งเน้นไปที่กิจกรรมที่มีผลกระทบมากที่สุด ในกระบวนการทบทวน เครือฯ ได้นำทิศทางการดำเนินงานและกลยุทธ์ขององค์กรกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน กิจกรรมของเครือฯ ตลอดจนห่วงโซ่คุณค่า และข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียมาพิจารณา

ผลจากการทบทวนลำดับความสำคัญของ Sustainable Development Goals: SDGs ของปี 2566 พบว่า SDG ทั้ง 8 เป้าหมายยังคงเป็นเป้าหมายที่มีความสำคัญเชิงกลยุทธ์สำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์ ผลการดำเนินงานของเครือฯ ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน ซึ่งเป็นสองด้านที่มีส่วนช่วยสนับสนุนการบรรลุเป้าหมาย SDG 12 และ SDG 13 มีความล่าช้ากว่าเป้าหมายรายปีของเครือฯ ที่ได้กำหนดไว้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเครือฯ ได้มีการทบทวนแนวทางการดำเนินงานเพื่อเร่งผลการดำเนินงานให้สามารถบรรลุเป้าหมายของเครือฯ และสนับสนุนเป้าหมายของ SDGs ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



[Sustainable Development Goals Report 2023](#)

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS	กิจกรรม กลยุทธ์ และเป้าหมายของเครือฯ			อันดับความสำคัญ	เนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้อง
	ห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ	กลยุทธ์องค์กร	เป้าหมายความยั่งยืนเครือฯ		
SDG 1: ขจัดความยากจน	■■■	■■■	■■■	●	• คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม
SDG 2: ขจัดความหิว	■■■	■■■	■■■	●	• ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ • สุขภาพและสุขภาวะที่ดี
SDG 3: การมีสุขภาพและความปลอดภัย	■■■	■■■	■■■	●	• ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ
SDG 4: การศึกษาที่มีคุณภาพ	■■■	■■■	■■■	●	• การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ • การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล
SDG 5: ความเท่าเทียมทางเพศ	■■■	■■■	■■■	●	• สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน
SDG 6: การจัดการน้ำ และสุขาภิบาล	■■■	■■■	■■■	●	• การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ
SDG 7: พลังงานสะอาดที่ทุกคนเข้าถึงได้	■■■	■■■	■■■	●	• การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
SDG 8: งานที่มีคุณค่า เศรษฐกิจที่เติบโต	■■■	■■■	■■■	●	• สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน • คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม
SDG 9: อุตสาหกรรม นวัตกรรม โครงสร้างพื้นฐาน	■■■	■■■	■■■	●	• การบริหารจัดการนวัตกรรม
SDG 10: ลดความเหลื่อมล้ำ	■■■	■■■	■■■	●	• สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน
SDG 11: เมืองและชุมชนที่ยั่งยืน	■■■	■■■	■■■	●	• การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
SDG 12: การผลิตและการบริโภคที่รับผิดชอบ	■■■	■■■	■■■	●	• การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ • ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน • การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ
SDG 13: การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	■■■	■■■	■■■	●	• การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
SDG 14: อนุรักษ์และใช้ประโยชน์ทางทะเล	■■■	■■■	■■■	●	• การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ
SDG 15: อนุรักษ์และใช้ประโยชน์ทางบก	■■■	■■■	■■■	●	• การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ
SDG 16: สันติภาพและสถาบันที่เข้มแข็ง	■■■	■■■	■■■	●	• การกำกับดูแลกิจการ
SDG 17: คู่สนับเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	■■■	■■■	■■■	●	• การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย • ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการป้องกันข้อมูล

ระดับความเชื่อมโยง: ■■■ ปานกลาง ■■■ สูง ■■■ สูงมาก | ● เป้าหมายที่มีความสำคัญเชิงกลยุทธ์ ● เป้าหมายหลัก

เป้าหมายที่มีความสำคัญเชิงกลยุทธ์

3 สุขภาพและความปลอดภัย

เครือฯ มุ่งยกระดับสุขภาพ และสุขอนามัย โดยให้ความสำคัญต่อการวิจัยและพัฒนาอาหาร รวมถึงเวชภัณฑ์ที่จำเป็น

กว่า 400,000 คน ที่เข้าถึงแพลตฟอร์ม “หมอดี”

8 งานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ

เครือฯ ได้ทำการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนทั่วทั้งเครือฯ และมีแผนที่จะขยายให้ครอบคลุมทั้งห่วงโซ่อุปทาน

0 กรณี

ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการจ้างแรงงานอย่างผิดกฎหมายภายในเครือฯ และห่วงโซ่อุปทาน

13 การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

เครือฯ ตั้งเป้าหมายมุ่งสู่ Net Zero Emissions ภายในปี 2593 แผนงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การเปลี่ยนถ่ายสู่การใช้พลังงานทดแทน การพลังงานหมุนเวียนภายในองค์กร และลดการเกิดก๊าซเรือนกระจกในห่วงโซ่คุณค่า

0.36 ล้านตัน

จำนวนคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่สามารถลดได้ในปี 2566

15 อนุรักษ์และใช้ประโยชน์ทางบก

เครือฯ ได้ประกาศเป้าหมายในการลดผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพเป็นศูนย์ อีกทั้งยังเร่งดำเนินการฟื้นฟู และปกป้องทรัพยากรป่าไม้ผ่านการร่วมมือกับพันธมิตร

11.29 ล้านตัน

จำนวนการปลูกต้นไม้ทั่วโลก

4 การศึกษาที่มีคุณภาพ

เครือฯ มุ่งเน้นการขยายเครือข่ายการสื่อสารแบบไร้พรมแดน พร้อมกับพัฒนาความรู้ความสามารถที่จำเป็นต่อโลกอนาคต เพื่อให้ทุกคนสามารถเติบโตได้อย่างเท่าเทียมกัน

48,361,902 คน

เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ที่ได้รับการส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาและพัฒนาทักษะที่จำเป็น

12 การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน

เครือฯ ได้เปิดโอกาสให้คู่ค้าและพันธมิตรเข้าร่วมในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และลดการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างต่อเนื่อง

94.49%

สัดส่วนการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติสามารถใช้ซ้ำ ใช้ใหม่ และย่อยสลายได้

14 อนุรักษ์และใช้ประโยชน์ทางทะเล

เครือฯ ได้ดำเนินการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลร่วมกับพันธมิตร ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน

17 องค์กร

จังหวัดชายฝั่งทะเลประเทศไทยที่มีการดำเนินโครงการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเล

17 คู่สนับเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

เครือฯ ให้ความสำคัญต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกับเครือข่ายด้านความยั่งยืนทั้งในระดับประเทศ และระดับสากล เพื่อร่วมขับเคลื่อนสู่อนาคตที่ยั่งยืน และดีกว่าสำหรับทุกคน

13 องค์กร

องค์กรด้านความยั่งยืนที่เครือฯ เข้าร่วมเป็นสมาชิก และมีการร่วมมืออย่างต่อเนื่อง

ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักดีว่าการที่เราทุกคนจะสามารถบรรลุเป้าหมายของสากลที่เกี่ยวข้องกับการปกป้องสิ่งแวดล้อม และยกระดับความเป็นอยู่ของสังคมให้มีความน่าอยู่นั้น จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงได้เข้าร่วมเป็นพันธมิตร หรือสมาชิกกับองค์กรต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ พร้อมกับให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่ เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ยั่งยืน และเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่าย นอกจากนี้ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าการร่วมมือกับองค์กรภายนอกจะเป็นไปอย่างไร้ข้อสงสัย เครือฯ จะทำการพิจารณาเป้าหมายและแนวทางการดำเนินงาน และผลการดำเนินงานที่ผ่านมาขององค์กรนั้น ๆ หลังจากการพิจารณาแล้ว หน่วยงานที่รับผิดชอบจะแจ้งให้ผู้บริหารในสายงานได้รับทราบ

ในกรณีที่เป็นการเข้าร่วมกับองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน คณะกรรมการบริหารงานด้านความยั่งยืน ธรรมภิบาล และสื่อสารองค์กรจะเข้ามาร่วมพิจารณาการเข้าร่วมเป็นสมาชิกหรือการให้ความสนับสนุน นอกจากนี้ เครือฯ ยังกำหนดให้มีการติดตามผลการดำเนินงานขององค์กรที่เครือฯ เข้าร่วมเป็นสมาชิกหรือให้การสนับสนุนเป็นประจำ และหากพบการดำเนินงานที่ไม่โปร่งใส ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของเครือฯ หรือไม่ปฏิบัติตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ เครือฯ จะนำมาพิจารณาสถานการณ์เป็นสมาชิกหรือการให้ความสนับสนุนต่อไป โดยในปี 2566 เครือฯ ไม่พบการละเมิดหรือการดำเนินงานที่ไม่เหมาะสมขององค์กรที่เครือฯ เข้าร่วมเป็นสมาชิกหรือให้การสนับสนุน



สภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum: WEF)



วัตถุประสงค์หลักขององค์กร

WEF เป็นองค์กรความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยมุ่งเน้นไปที่การดำเนินงานร่วมกับองค์กรสมาชิก ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ธุรกิจ สถาบันการศึกษา และภาคประชาสังคม ในการแก้ไขความท้าทายที่สำคัญที่โลกกำลังเผชิญอยู่ ในปีที่ผ่านมาการดำเนินงานของ WEF มุ่งเน้นไปที่การแก้ไขปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความไม่เท่าเทียมกันในสังคม และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

แนวทางการร่วมมือของเครือฯ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เข้าร่วมงานสัมมนาต่าง ๆ ของ WEF อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเข้าร่วมการประชุมประจำปีของ WEF เพื่อสนับสนุนข้อมูลเชิงลึกและสร้างเครือข่ายกับผู้ในระดับโลก เครือฯ ได้มีการแลกเปลี่ยนความรู้และความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ เช่น เกษตรกรรมที่ยั่งยืน พลังงานหมุนเวียน และการพัฒนาการของเทคโนโลยีดิจิทัล

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



การสนับสนุนภาคส่วนต่าง ๆ



สภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (The World Business Council for Sustainable Development: WBCSD)



วัตถุประสงค์หลักขององค์กร

WBCSD มีความมุ่งมั่นในการส่งเสริมความยั่งยืนให้เกิดขึ้นในภาคธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย ส่งเสริมการค้าเสรีอย่างมีความรับผิดชอบ และปรับกิจกรรมให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs) โดยให้ความสำคัญไปทางด้านลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม และการปกป้องสภาพแวดล้อม



แนวทางการร่วมมือของเครือฯ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการแบ่งปันองค์ความรู้กับองค์กรสมาชิกในงานประชุมประจำปีของ WBCSD และยังเป็นคณะทำงานด้านการจัดปัญหาความเหลื่อมล้ำ และ Food Reform for Sustainability and Health (FReSH) เพื่อลดปัญหาการขาดแคลนอาหารที่เกิดขึ้นในหลายประเทศทั่วโลก



ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact: UNGC)



วัตถุประสงค์หลักขององค์กร

UNGc มุ่งส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนและการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อโลก โดยระดมธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ส่งเสริมหลักปฏิบัติทางจริยธรรมในด้านสิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงาน สิ่งแวดล้อม และมาตรการต่อต้านการทุจริต



แนวทางการร่วมมือของเครือฯ

นอกเหนือจากการเข้าร่วมเป็นสมาชิก และปฏิบัติตามหลักการ 10 ประการของ UNGC อย่างเคร่งครัดแล้ว เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังเป็นสมาชิกผู้ร่วมก่อตั้งสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (Global Compact Network Thailand: GCNT) เพื่อขยายหลักการของ UNGC ให้ทั่วถึง และในปี 2566 เครือฯ ได้มุ่งดำเนินการกับ UNGC ในเรื่องการพัฒนากระบวนการศึกษาขั้นพื้นฐานให้แก่เยาวชนในประเทศไทย



มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี (Connex ED)



วัตถุประสงค์หลักขององค์กร

Connex ED เป็นโครงการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อขับเคลื่อนระบบการศึกษาของประเทศสู่มาตรฐานสากล และร่วมสร้างพื้นฐานของการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน



แนวทางการร่วมมือของเครือฯ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ร่วมขับเคลื่อนและยกระดับมาตรฐานการศึกษาพื้นฐานและการพัฒนาผู้นำ เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน และลดความเหลื่อมล้ำของคนในสังคมอย่างยั่งยืนด้วยการศึกษาที่นับเป็นพื้นฐานของการพัฒนาประเทศ

การเข้าร่วมเป็นสมาชิกกับองค์กรด้านการปกป้องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ตั้งเป้าหมายในการเป็น Carbon Neutral ภายในปี 2573 และมุ่งสู่การเป็นองค์กรที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ หรือ Net Zero ภายในปี 2593 ซึ่งสอดคล้องกับ Science-based Targets และ Paris Agreement นอกจากนี้ เครือฯ ยังตระหนักดีว่าการบรรลุเป้าหมายเหล่านี้มีความท้าทาย และต้อง

ได้รับความร่วมมือกับทุกฝ่าย เพื่อร่วมกันบรรลุเป้าหมาย ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงได้มีการร่วมมือและให้การสนับสนุนพันธมิตรภายนอกที่มีเป้าหมายและแนวทางในการปกป้องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในทิศทางเดียวกัน มากไปกว่านั้นเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดบทบาทหน้าที่ในการเข้าร่วมหรือให้การสนับสนุนไว้ดังนี้

ระดับ	บทบาทหน้าที่
กรรมการ / ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	<ul style="list-style-type: none"> เป็นตัวแทนของเครือฯ ในการสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร เพื่อขับเคลื่อนการปกป้องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ นำเสนอแนวทางการดำเนินงานที่ส่งเสริมการดำเนินงานทั้งของเครือฯ และองค์กร เป็นตัวแทนในการแบ่งปันความรู้ และความเชี่ยวชาญในเวทีต่าง ๆ
ผู้บริหาร	<ul style="list-style-type: none"> เข้าร่วมการประชุมกับองค์กร และให้ข้อคิดเห็นต่อการดำเนินงาน นำเสนอแนวทางการดำเนินงานที่ส่งเสริมการดำเนินงานทั้งของเครือฯ และองค์กร เป็นตัวแทนในการแบ่งปันความรู้ และความเชี่ยวชาญในเวทีต่าง ๆ
พนักงาน / เจ้าหน้าที่	<ul style="list-style-type: none"> เข้าร่วมการประชุมกับองค์กร และให้ข้อคิดเห็นต่อการดำเนินงาน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและแม่นยำแก่ผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในวงกว้าง



หอการค้าไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย The Thai Chamber of Commerce



วัตถุประสงค์หลักขององค์กร

เป็นสถาบันหลักทางด้านการค้าและบริการของประเทศ ที่ใช้ข้อมูล ความรู้ เครือข่าย และความร่วมมือที่เข้มแข็ง เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน และขับเคลื่อนประเทศไทยให้เติบโตได้ในตลาดโลกอย่างยั่งยืน โดยหนึ่งในเป้าหมายของการดำเนินงาน คือ การปกป้องสภาพภูมิอากาศและจำกัดการเพิ่มอุณหภูมิโลกตามข้อกำหนดของสากล



แนวทางการร่วมมือของเครือฯ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ร่วมสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนของประเทศ ใน 30 คณะกรรมการยุทธศาสตร์ รวมถึงคณะกรรมการยุทธศาสตร์เพื่อความยั่งยืนด้าน ESG พลังงาน เศรษฐกิจหมุนเวียนและสิ่งแวดล้อม เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน



Thailand Institute of Packaging and Recycling Management for Sustainable Environment: TIPMSE



วัตถุประสงค์หลักขององค์กร

TIPMSE มุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมแนวทางปฏิบัติด้านบรรจุภัณฑ์และการรีไซเคิลที่ยั่งยืนในประเทศไทย สนับสนุนวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปรับปรุงระบบรีไซเคิล ให้ความรู้ผู้มีส่วนได้เสียเกี่ยวกับความยั่งยืน สนับสนุนนวัตกรรม และร่วมมือกับพันธมิตรจากหลากหลายภาคส่วน เพื่อดำเนินนโยบายและโครงการเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



แนวทางการร่วมมือของเครือฯ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ร่วมสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อส่งเสริมการคัดแยกบรรจุภัณฑ์ใช้แล้วและวัสดุรีไซเคิลอย่างต่อเนื่อง



HEART

Living Right

การดำเนินงานธุรกิจบนรากฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี และมีความโปร่งใสในทุก ๆ กิจกรรมจะส่งเสริมให้เครือเจริญโภคภัณฑ์บรรลุเป้าหมายของการเป็นองค์กรที่ยั่งยืน ดังนั้น เครือฯ จึงได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการบริหารคอยติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับให้คำแนะนำที่เหมาะสมเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานที่เป็นเลิศ ซึ่งนอกจากการกำกับดูแลในภาพรวมแล้ว คณะกรรมการฯ ยังให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานทางด้านการปกป้องสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า การดูแลพนักงานให้มีความรู้ และทักษะที่เพียงพอพร้อม และการสนับสนุนการศึกษาให้แก่เยาวชน เพื่อส่งเสริมความเท่าเทียมกันในองค์กรและสังคม เครือฯ ยังได้ขยายแนวทางการดำเนินงานไปสู่ผู้ค้า วัตถุดิบ ประสงค์ ที่ต้องการให้คู่ค้ามีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับเครือฯ สามารถส่งมอบสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดและลูกค้า และเติบโตอย่างยั่งยืนไปพร้อมกับเครือฯ นอกเหนือจากประเด็นดังกล่าวแล้ว เครือฯ ยังให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูลทั้งขององค์กร และลูกค้า เพื่อสร้างความไว้วางใจและความปลอดภัยของข้อมูล

การกำกับดูแลกิจการ	64
สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน	76
การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ	90
การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล	100
ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล	112



กระบวนการสร้างคุณค่า



ปัจจัยนำเข้า

กระบวนการสร้างคุณค่าผ่านการดำเนินธุรกิจของเครื่องเจริญโภคภัณฑ์

ผลลัพธ์

คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย

SDGs



Manufacturing Capital

- ร้อยละ 100 ของธุรกิจได้รับการรับรองความปลอดภัยด้านข้อมูล



Human Capital

- 452,794 คน จำนวนพนักงาน
- 45 สัญชาติที่เป็นพนักงาน
- 597 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายในการอบรม
- 237,251 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับพนักงานทั้งหมด



Relationship Capital

- การสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคงระหว่างเครือฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม
- ความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อสร้างสังคมและองค์กรที่ยั่งยืน



กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

เครื่องเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้นการสร้างมาตรฐานและการกำกับดูแลกิจการที่ดีทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดให้แก่ประเทศชาติ ประชาชน และพนักงานของเครือฯ โดยมีความมุ่งหวังในการลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเท่าเทียมทางสังคม ปกป้องสิทธิมนุษยชน ยกกระดับความปลอดภัยและอาชีวอนามัย รวมถึงการพัฒนากระบวนการศึกษาและการสนับสนุนการพัฒนาคณะความรู้ใหม่ ๆ ในยุคดิจิทัลและเทคโนโลยี นอกจากนี้ เครือฯ ยังให้ความสำคัญกับการป้องกันและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ทั้งของเครือฯ คู่ค้า พันธมิตร ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ เพื่อรักษาความเชื่อถือและความเป็นส่วนตัวในยุคนี้ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วด้วยเทคโนโลยี เพื่อให้เครื่องเจริญโภคภัณฑ์สามารถเติบโตอย่างยั่งยืนไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเศรษฐกิจได้ในทุกมิติ



Manufacturing Capital

- + จำนวนพนักงานที่มีความรู้ด้าน STEM จำนวน 44,951 ตำแหน่ง



Human Capital

- + จำนวนข้อร้องเรียนด้านจรรยาบรรณ และจริยธรรมลดลงร้อยละ 5.88 เมื่อเทียบกับปี 2565
- + ร้อยละ 100 ของธุรกิจมีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนทุก 3 ปี และร้อยละ 38 มีการประเมินรายปีในปี 2566
- + ร้อยละ 100 ของพนักงานที่ได้รับการอบรม
- + ร้อยละ 50.80 ของพนักงานผู้หญิงในเครือฯ
- + 28.07 ชั่วโมงของการอบรมเฉลี่ยต่อพนักงานต่อปี
- จำนวนการเสียชีวิตของพนักงานและผู้รับเหมา 17 ราย
- พนักงานลาออกจำนวน 168,125 คน



Relationship Capital

- + คะแนนความผูกผันของพนักงานอยู่ที่ร้อยละ 75



Manufacturing Capital

- ส่งเสริมความรู้ ทักษะที่จำเป็นต่อการดำเนินงานและการใช้ชีวิตในยุคแห่งเทคโนโลยีและดิจิทัล



Human Capital

- สร้างสถานที่ทำงานที่มีความโปร่งใส มีจริยธรรม
- สร้างสถานที่ทำงานที่มีความปลอดภัยเท่าเทียม และไม่มีการแบ่งแยก
- ปกป้องพนักงานของเครือฯ และคู่ค้าได้ตามหลักการด้านสิทธิมนุษยชน
- มอบสิทธิประโยชน์ให้แก่พนักงานอย่างเท่าเทียม
- มอบโอกาสในการเข้าถึงความรู้ ความสามารถ และทักษะที่เป็นประโยชน์ต่อพนักงาน
- เป็นองค์กรที่นำเชื่อถือ และมีชื่อเสียงสำหรับการรักษาพนักงานที่ดีและเก่ง พร้อมทั้งสามารถดึงดูดบุคลากรที่มีความสามารถ

3	3.6		
4	4.1	4.3	4.4
	4.5	4.7	4.A
	4.B	4.C	
5	5.1	5.2	5.3
	5.5		
8	8.5	8.6	8.7
	8.8		
9	9.C		
10	10.3	10.4	10.7
12	12.6	12.8	
16	16.2	16.5	16.7
	16.B		
17	17.6	17.8	

การกำกับดูแลกิจการ Corporate Governance



การดำเนินงานธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) เป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความมั่นใจให้กับผู้ลงทุน ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ทำให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้อย่างยั่งยืน เครือฯ ให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูล (Transparency) ข่าวสารของบริษัทอย่างครบถ้วน ถูกต้อง และทันต่อเหตุการณ์ ผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของเครือฯ ได้อย่างสะดวก คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานมีความรับผิดชอบต่อการกระทำของตนเอง (Accountability) มีความเป็นอิสระ (Independence) ในการทำงาน มีการตรวจสอบถ่วงดุลเพื่อป้องกันการใช้อำนาจโดยมิชอบ โดยคณะกรรมการทำหน้าที่กำกับดูแลการบริหารงานของบริษัทอย่างโปร่งใสและมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารมีหน้าที่บริหารจัดการธุรกิจตามนโยบายและกรอบการกำกับดูแลกิจการที่กำหนดไว้ พนักงานมีหน้าที่ปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรมและมีความรับผิดชอบ ปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม (Fairness) ทำให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพ มีระบบการตรวจสอบภายในที่เข้มงวดเพื่อป้องกันความเสี่ยงและตรวจสอบการดำเนินงานขององค์กร

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



12.6 นุรณการข้อมูลด้านความยั่งยืนในการรายงานของบริษัท



16.5 ลดการทุจริตและการรับสินบนทุกรูปแบบ
16.7 มีกระบวนการตัดสินใจที่มีความรับผิดชอบ
16.b ส่งเสริมการไม่เลือกปฏิบัติเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- [Sustainable Development Goals Report 2023](#)
- [Sustainability Performance Report 2023](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

84%

ผลการประเมินการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริหารทั้งคณะ

86%

ผลการประเมินการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริหารรายบุคคล

100%

ของพนักงานผ่านการเรียนรู้และทดสอบจรรยาบรรณธุรกิจ

เป้าหมายและความคืบหน้า

ทุกกลุ่มธุรกิจได้รับการประเมินด้านการกำกับดูแลกิจการ



แผนการดำเนินงานในอนาคต



จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติระดับเครือฯ ให้ครอบคลุมหัวข้อด้านความยั่งยืนทั้ง 3 มิติ



เพิ่มประสิทธิภาพของแพลตฟอร์มดิจิทัลด้านการกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง และการปฏิบัติตามกฎหมาย

การกำกับดูแลกิจการ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักดีว่า การกำกับดูแลกิจการอย่างมีจริยธรรมและโปร่งใส ทำให้เกิดการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนอย่างเป็นธรรม ได้รับการปกป้องสิทธิมนุษยชนอย่างเท่าเทียม เป็นการเพิ่มความเชื่อมั่นและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของเครือฯ ระบบการกำกับดูแลกิจการที่เข้มแข็งยังทำให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบ นโยบาย และมีประสิทธิภาพ เครือฯ และบริษัทในเครือฯ จึงปลูกฝังให้บุคลากรปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจและนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่พัฒนาขึ้นตามบริบททางธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งทำให้เครือฯ และบริษัทในเครือฯ สามารถปรับตัวได้ตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการแข่งขันทางธุรกิจ



การสร้างจริยธรรมและธรรมาภิบาลที่ดี คือรากฐานในการนำองค์กรสู่ความเป็นเลิศและยั่งยืน

คุณศุภชัย เอี่ยมสุวรรณ
ประธานคณะกรรมการ
เครือเจริญโภคภัณฑ์

คณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการ 11 ท่าน เป็นกรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหาร 10 ท่าน และกรรมการที่เป็นผู้บริหาร 1 ท่าน ซึ่งเป็นประธานคณะกรรมการ สำหรับตำแหน่งประธานกรรมการบริษัทและประธานคณะกรรมการนั้นแยกออกจากกัน เนื่องจากประธานกรรมการมีหน้าที่กำกับดูแลขณะที่ประธานคณะกรรมการนำกลยุทธ์และนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ทำให้เกิดระบบการถ่วงดุลอำนาจ กรรมการทุกท่านมีทักษะที่หลากหลาย ทั้งทางด้านความรู้ ประสบการณ์ ความชำนาญ อายุ เพศสภาพ เชื้อชาติ สัญชาติ และภูมิสำเนา ซึ่งความหลากหลายนี้มีความสำคัญต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ ค่านิยม ทิศทางยุทธศาสตร์ นโยบาย และเป้าหมายของเครือฯ

คณะกรรมการบริหาร

คณะกรรมการบริหารของเครือเจริญโภคภัณฑ์ประกอบด้วยประธาน คณะผู้บริหารเครือฯ และผู้บริหารสูงสุดของแต่ละกลุ่มธุรกิจ ซึ่งมีหน้าที่ในการกำกับดูแลให้การดำเนินงานของเครือฯ เป็นไปตามกลยุทธ์ แนวทาง นโยบายและแนวปฏิบัติที่ได้กำหนดไว้ โดยคณะกรรมการบริหารมีทักษะที่หลากหลายทั้งทางด้านความรู้ ความชำนาญ อายุ เพศสภาพ เชื้อชาติ สัญชาติ ภูมิสำเนา และประสบการณ์การทำงานในด้านต่าง ๆ ทำให้สามารถทำหน้าที่ในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจที่มีความหลากหลายของเครือฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความรู้ความสามารถของคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการบริหาร

คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการบริหารมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์อย่างรอบด้าน ตลอดจนเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยความเสี่ยงทั้งภายในและภายนอกที่อาจมีผลกระทบต่อธุรกิจของเครือฯ

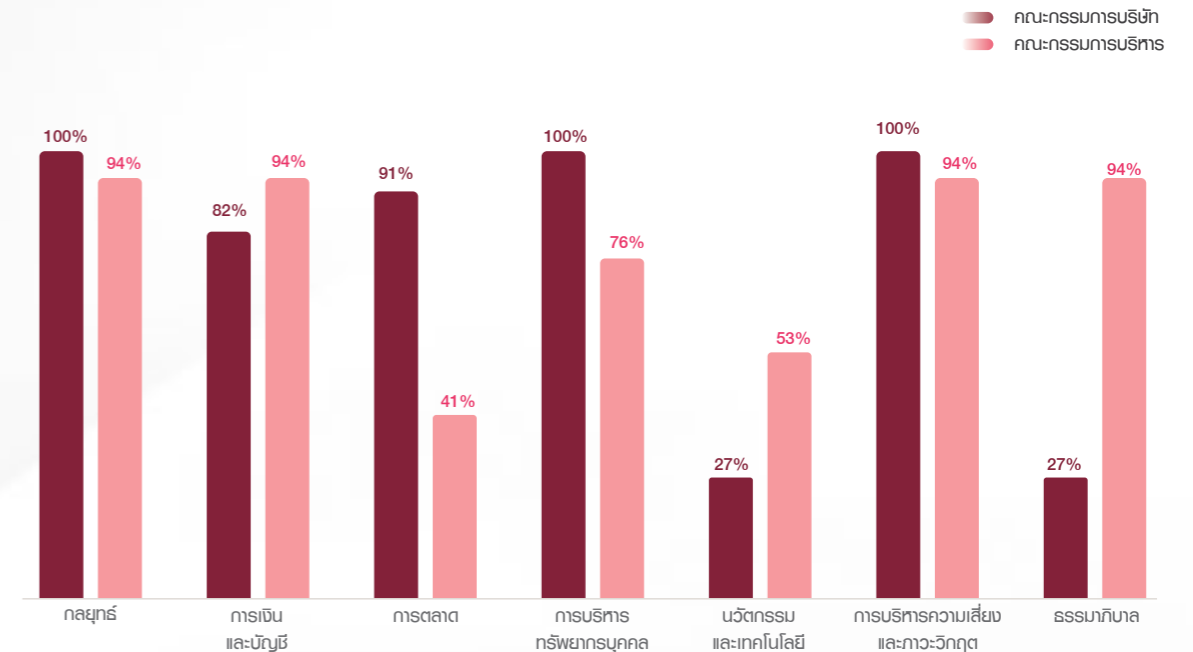
เครือฯ จึงส่งเสริมให้กรรมการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ เช่น การฝึกอบรม การสัมมนา การพบปะแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานที่จัดโดยหน่วยงานกำกับดูแลของภาครัฐหรือองค์กรอิสระ เช่น สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) รวมถึงกิจกรรมที่จัดภายในเครือฯ อย่างต่อเนื่อง

เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียว่า เครือเจริญโภคภัณฑ์จะสามารถรับมือกับความท้าทายใหม่ ๆ และมีแผนกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับแนวโน้มของโลก รวมถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[การกำกับดูแลกิจการ](#)

Board Skill Matrix ของคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการบริหาร สอดคล้องกับหลักเกณฑ์การจัดกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจของ Global Industry Classification Standard (GICS) ในหมวดอุตสาหกรรม Industrial Conglomerates



การยกระดับการกำกับดูแลกิจการ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นยกระดับการกำกับดูแลกิจการให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และเป็นไปด้วยมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการวางโครงสร้างและพัฒนากระบวนการในการกำกับดูแลไปสู่รูปแบบดิจิทัล ในปี 2566 เครือฯ ได้ขับเคลื่อนการดำเนินงานเพื่อให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม ดังนี้



เครือฯ สร้างการตระหนักรู้แก่ผู้บริหารและพนักงาน และส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมการทำงานที่มีจริยธรรม เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านจริยธรรมและการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของทุกกลุ่มธุรกิจในเครือฯ อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ เครือฯ ยังสนับสนุนและส่งเสริมศักยภาพการดำเนินธุรกิจของคู่ค้าภายใต้กรอบจริยธรรมทางธุรกิจโดยเชื่อมโยงแนวทางการกำกับดูแล สังคม และสิ่งแวดล้อมเข้ามาในกระบวนการบริหารจัดการคู่ค้าตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทำให้เกิดการเติบโตทางธุรกิจร่วมกันได้อย่างยั่งยืน

CASE STUDY

Train the Trainer นโยบายและแนวปฏิบัติระดับเครือ

เครือเจริญโภคภัณฑ์จัดการอบรมนโยบายและแนวปฏิบัติระดับเครือรวม 4 นโยบาย ได้แก่ นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ด้านการให้รับของขวัญและประโยชน์อื่นใด ด้านการแจ้งเบาะแส และด้านการป้องกันการฟอกเงินและการต่อต้านการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูงให้แก่ตัวแทนจากบริษัทในเครือ (Train the Trainer) ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ทำให้ผู้แทนของกลุ่มธุรกิจในเครือฯ เข้าใจเนื้อหาสาระของนโยบายและแนวปฏิบัติ สามารถถ่ายทอดภายในบริษัทของตนเองเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติทั่วทั้งเครือฯ และมีกระบวนการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพเพื่อส่งเสริมให้เกิดการป้องกันและการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ



มีผู้ผ่านการอบรมรวม **316** คนจากทุกกลุ่มธุรกิจ

Relationship Capital

Human Capital

CASE STUDY

CG Network Recognition Awards 2023



เครือเจริญโภคภัณฑ์ขับเคลื่อนกำกับดูแลกิจการตามยุทธศาสตร์เป้าหมายด้านความยั่งยืน โดยได้รับความร่วมมือจากตัวแทนของกลุ่มธุรกิจหรือ CG Network ที่ได้รับการแต่งตั้งจาก CEO ของแต่ละกลุ่มธุรกิจ ทำให้เกิดความตื่นตัวในการกำกับดูแลกิจการตามเป้าหมายและแผนงานอย่างต่อเนื่อง และเพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริหารและพนักงานมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนงานด้านธรรมาภิบาล และทำให้ CG Network มีความแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น เครือฯ จึงจัดให้มีพิธีมอบเกียรติบัตร “CG Network Recognition Awards” เป็นประจำทุกปี

การมอบรางวัลดังกล่าวสนับสนุนให้การดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการของกลุ่มธุรกิจในเครือฯ เป็นไปตามมาตรฐานเดียวกัน อีกทั้งเครือฯ สามารถติดตามผลการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการของกลุ่มธุรกิจในเครือฯ ได้อย่างต่อเนื่อง มีการแบ่งปันความรู้ ประสบการณ์ระหว่าง CG Network ทำให้เกิดการยกระดับมาตรฐานการปฏิบัติงาน และพนักงานมีจิตสำนึกในการปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรม

68 กลุ่มธุรกิจที่ได้รับรางวัล
แบ่งเป็น **21** กลุ่มธุรกิจในประเทศไทย และ
45 กลุ่มธุรกิจในต่างประเทศ และเขตประเทศจีน

Relationship Capital Human Capital

CG Network จำนวน **171** คน

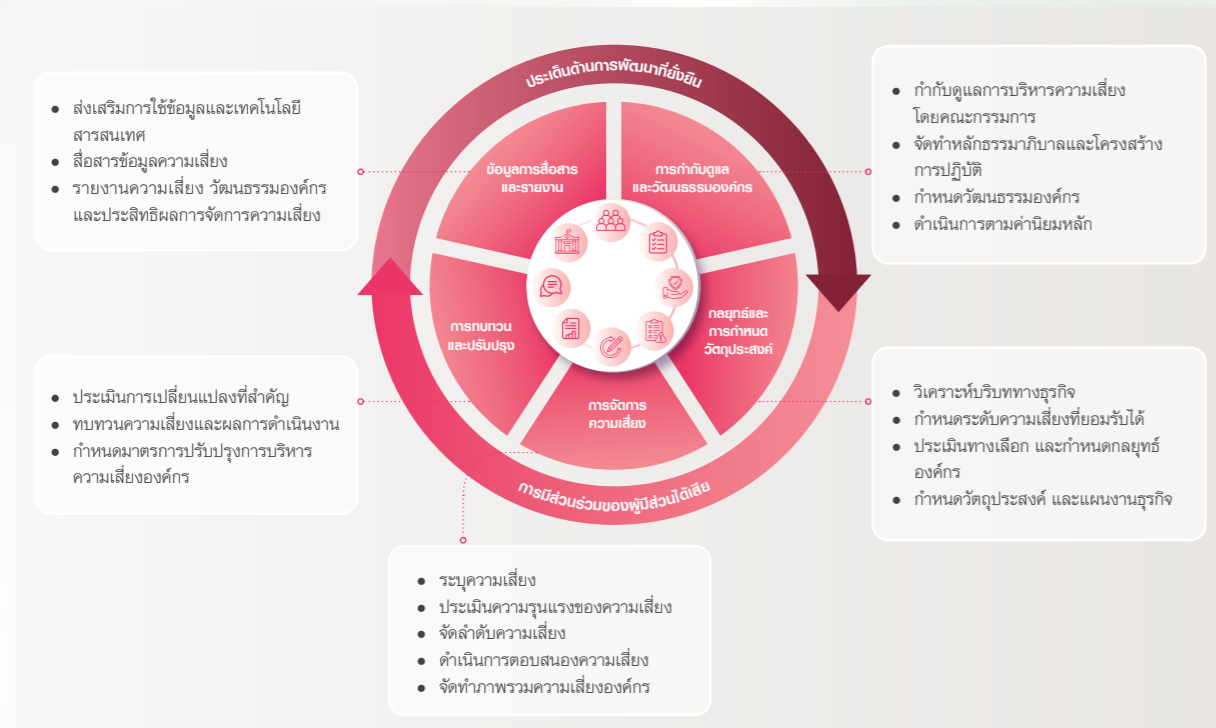
Relationship Capital Human Capital

การบริหารความเสี่ยงองค์กร

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อการบริหารความเสี่ยงองค์กร เพราะกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่ครอบคลุมจะช่วยให้เครือฯ สามารถบรรลุวิสัยทัศน์องค์กร และเป้าหมายด้านความยั่งยืน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เครือเจริญโภคภัณฑ์มีสำนักบริหาร ความเสี่ยงองค์กร โดยมีประธานคณะผู้บริหารความเสี่ยงองค์กร เป็นผู้คอยดูแลและกำกับกับการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยง ให้เป็นไปตามกรอบการดำเนินงานของสากล อาทิ COSO อีกทั้งยังมีคณะกรรมการขับเคลื่อนการกำกับดูแลกิจการความเสี่ยง และการตรวจสอบ ทำหน้าที่ติดตามดูแลการบริหารความเสี่ยง ของเครือฯ ในภาพรวม เพื่อกลั่นกรองผลการดำเนินงาน และให้ ข้อเสนอแนะนำฝ่ายจัดการในการปรับปรุงให้เกิดประสิทธิผลสูง นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้มีการบูรณาการกระบวนการบริหารความเสี่ยงเข้ากับ ทุกกระบวนการทำงาน และการตัดสินใจ เพื่อให้การดำเนินงาน มีความเหมาะสมและทันเหตุการณ์ รวมถึงส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ปลอดภัยต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

สำหรับการระบุปัจจัยเสี่ยงขององค์กร สำนักบริหารความเสี่ยง องค์กร ผู้บริหาร เจ้าของความเสี่ยง และหน่วยงานกำกับดูแล จะร่วมกันวิเคราะห์ และระบุความเสี่ยง ซึ่งต้องทำเป็นประจำทุกปี และมีการทบทวนระดับความรุนแรง และโอกาสในการเกิดความเสี่ยง เป็นประจำรายไตรมาส โดยนำสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก รวมถึงแนวโน้มทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงของตลาดและกฎเกณฑ์ และมุมมองของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องมาร่วมพิจารณา เพื่อกำหนดและประเมิน ความเสี่ยงที่ครอบคลุม และมั่นใจได้ว่าองค์กรจะสามารถรับมือได้ เมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิด เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดทำนโยบาย และแนวปฏิบัติด้านการบริหารความเสี่ยง เพื่อส่งเสริมการบริหาร ความเสี่ยงที่มีประสิทธิผลทั่วทั้งองค์กร และได้กำหนดความถี่ ของการทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการบริหารความเสี่ยง อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

กรอบการบริหารความเสี่ยง



การสร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร พนักงาน และทุกหน่วยงานเป็น เจ้าของความเสี่ยง (Risk Owners) มีหน้าที่รับผิดชอบดำเนินการ ประเมิน ติดตาม และสนับสนุนให้การจัดการความเสี่ยงเป็นไปอย่าง มีประสิทธิผล เครือเจริญโภคภัณฑ์ส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรม องค์กรผ่านการกำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยง การสื่อสาร

ด้านระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite Statement) เพื่อสร้างความรับรู้ และนำไปแนะนำปฏิบัติ กำกับดูแลงาน ที่รับผิดชอบให้เป็นไปตามกรอบระดับการยอมรับความเสี่ยงใน ทุกกิจกรรมการดำเนินงาน จนกลายเป็นวัฒนธรรมขององค์กร ด้านการบริหารความเสี่ยง

CASE STUDY



การตอบสนองกรอบการบริหารความเสี่ยงของเครือฯ และการประเมินความเสี่ยงขององค์กร

ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการจัดการฝึกอบรมหลักสูตร การบริหารความเสี่ยงให้กับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อสร้างความ ตระหนักรู้ด้านการบริหารความเสี่ยง ความเข้าใจตามบทบาทหน้าที่ การกำกับดูแลงานบริหารความเสี่ยงองค์กร โดยหัวข้อของ การอบรม ได้แก่ หลักสูตรประสิทธิภาพของการควบคุมความเสี่ยง ซึ่งจัดขึ้นสำหรับผู้บริหารและหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบ ด้านการบริหารความเสี่ยงของกลุ่มธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ สร้างความเข้าใจของผู้บริหารและพนักงานเกี่ยวกับมาตรการ ควบคุมความเสี่ยง หลักสูตรการประเมินความเสี่ยงองค์กร จัดขึ้น สำหรับผู้บริหารและพนักงานของกลุ่มธุรกิจ เพื่อสร้างความเข้าใจ

เกี่ยวกับแนวปฏิบัติด้านการบริหารความเสี่ยงที่เป็นมาตรฐานของ องค์กร และช่วยให้ผู้บริหารและพนักงานสามารถระบุ ประเมิน และจัดทำแผนจัดการความเสี่ยงของตนได้ Risk Management Network/Champion เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องแลกเปลี่ยน เรียนรู้แนวทางการดำเนินงานในมุมมองต่าง ๆ และจัดสัมมนา ผู้บริหาร หัวหน้าหน่วยธุรกิจ ด้านการประเมินความเสี่ยง

จำนวนผู้ที่เข้ารับการอบรมในปี 2566
ทั้งสิ้น 827 คน

Relationship Capital

Human Capital

การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

การบริหารจัดการการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดนโยบายการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของกลุ่มบริษัทในเครือฯ ซึ่งมีการจัดทำเป็นภาษาไทย ภาษาจีน และภาษาอังกฤษ และมีการประกาศใช้เพื่อสื่อสารเจตนารมณ์ด้านการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และกำหนดทิศทางการปฏิบัติงานให้พนักงานทั่วโลก รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ทราบโดยทั่วกัน และมีการดำเนินการขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ ยังได้จัดทำกรอบการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

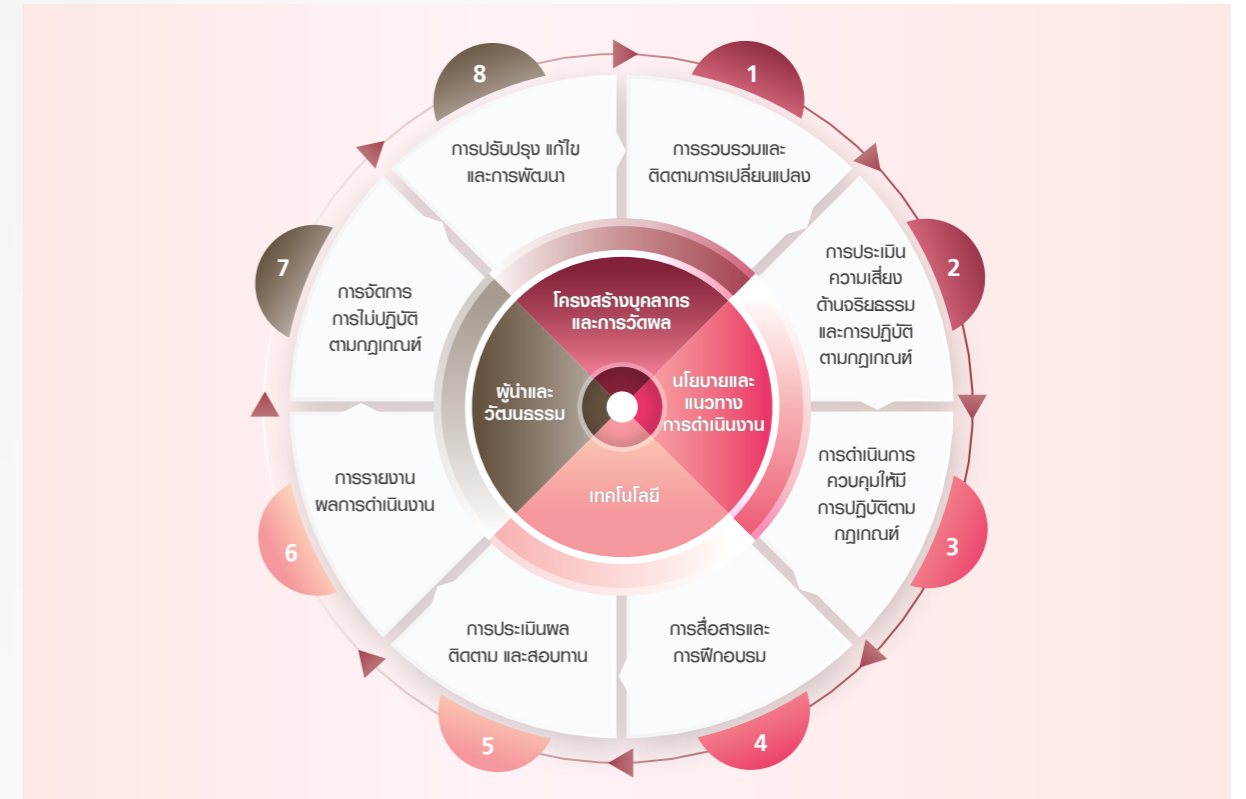
ตามแนวทางและมาตรฐานระดับโลก รวมถึงมีการพัฒนาระบบสารสนเทศ เพื่อใช้ในการติดตามการรายงานและประเมินผลการดำเนินงานด้านการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของบริษัทในเครือฯ โดยระบบนี้เชื่อมโยงกับการบริหารความเสี่ยงด้านจริยธรรมและการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ (Ethics and Compliance Risk) และการตรวจสอบด้านการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของเครือฯ สนับสนุนให้มีการกำกับและการตัดสินใจที่ยั่งยืน

โครงสร้างการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

สำหรับกรอบการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ (Compliance Framework) นั้น ประกอบด้วย 4 โครงสร้างพื้นฐานหลัก คือ

1. การให้ความสำคัญโดยผู้บริหารระดับสูงและการสร้างวัฒนธรรมองค์กร เป็นการกำหนดให้แต่ละชั้นตอนมีจุดเริ่มต้นจากการให้ความสำคัญโดยผู้บริหารระดับสูง เช่น กำหนดนโยบายค่านิยมองค์กร และเน้นย้ำในเรื่องของการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ในทุกระดับของการทำงาน และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้พนักงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น คู่ค้า เป็นต้น มีส่วนร่วมและตระหนักถึงความสำคัญของการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ในทุกกระบวนการทำงานจนเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร
2. การกำหนดโครงสร้างสายการรายงาน บุคลากรและตัวชี้วัด เพื่อเป็นเครื่องมือในการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ทั่วทั้งองค์กร
3. การกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติ เพื่อให้มีความชัดเจนและเป็นลายลักษณ์อักษรสามารถนำไปอ้างอิง
4. การจัดให้มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการกำกับ เป็นการสนับสนุนให้กระบวนการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์มีประสิทธิภาพทันกาล แม่นยำ ถูกต้อง เชื่อถือได้ มีความปลอดภัยตามลำดับชั้นความลับของการจัดการข้อมูลสารสนเทศ และเป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งเครือฯ สนับสนุนการกำกับและการตัดสินใจเพื่อความยั่งยืน โดยคำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน ความรู้ และคุณธรรมอย่างมีประสิทธิผลในทุกระดับและตามค่านิยมเครือฯ

จากโครงสร้างพื้นฐานหลักทั้ง 4 เครือฯ ได้จัดทำกระบวนการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ 8 กระบวนการย่อย เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ดังนี้



ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการในการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล เพื่อให้การกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของเครือฯ เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือของผู้มีส่วนได้เสียในระดับโลก เช่น

- การนำข้อมูลจากการประเมินความเสี่ยงด้านจริยธรรมและการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ การไม่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ และรายงานการแจ้งเบาะแสเรื่องร้องเรียนที่เครือฯ ได้รับ รวมถึงผลสำรวจด้านการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์จากบุคลากรในเครือฯ มาใช้ปรับปรุงมาตรการควบคุม และพัฒนาโปรแกรมการอบรมและสื่อสาร ปรับปรุงเกณฑ์การประเมิน Compliance Maturity Self-Assessment เพื่อยกระดับให้กลุ่มธุรกิจมีระบบการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์เทียบเท่ามาตรฐานสากล
- พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ GRC Platform และ Regulatory and Compliance Management System เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการกำกับดูแล





กระบวนการรับเรื่องร้องเรียน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนไว้ทั้งหมด 6 ช่องทาง ได้แก่ จดหมาย จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์ เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน CPG Connect และสำนักกำกับการปฏิบัติ ตามกฎหมาย โดยผู้แจ้งเบาะแสหรือผู้ร้องเรียน รวมถึงผู้ได้รับ

ผลกระทบจากกระบวนการสืบสวนสอบสวนจะได้รับการพิจารณาเยียวยาและบรรเทาความเสียหายที่เกิดขึ้นด้วยมาตรการที่เหมาะสมและเป็นธรรม

จำนวนเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำผิดของพนักงาน และมาตรการในการจัดการสำหรับปี 2566

	2566			มาตรการในการจัดการ			
	กรณีร้องเรียน	อยู่ระหว่างการสืบสวน	เสร็จสิ้น	ดำเนินการด้วยวาจา	ดำเนินการด้วยลายลักษณ์อักษร	พักงาน	เลิกจ้าง
บ้ร้องเรียนด้านจรรยาบรรณและจริยธรรม (กรณี)							
การฉ้อโกง	2	-	2	-	-	1	1
ผลประโยชน์ทับซ้อน	2	-	2	-	1	-	1
การไม่ดำเนินงานตามกฎหมาย	5	-	5	5	-	-	-
การเลือกปฏิบัติ	3	-	3	3	-	-	-
การล่วงละเมิด	3	-	3	2	-	-	1
คอร์รัปชัน	1	-	1	-	1	-	-
การซื้อขายโดยใช้ข้อมูลภายใน	-	-	-	-	-	-	-
การต่อต้านการแข่งขัน	-	-	-	-	-	-	-
บ้ร้องเรียนด้านความปลอดภัยของข้อมูล (กรณี)							
การละเมิดความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า	-	-	-	-	-	-	-
รวม (กรณี)	16	0	16	10	2	1	3

การตรวจสอบเพื่อความโปร่งใส

การตรวจสอบภายในองค์กร

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความมุ่งมั่นในการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความซื่อสัตย์ จริยธรรม และความโปร่งใส ดังนั้น เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นกับผู้มีส่วนได้เสีย เครือฯ จึงให้ความสำคัญในการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติทางการกำกับดูแลกิจการให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน จึงทำการตรวจประเมินการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจของกลุ่มบริษัทในเครือฯ ในปี 2566 อีกครั้ง ซึ่งเครือฯ ได้ทำการตรวจประเมินไปในปี 2563 มาแล้ว และเครือฯ ยังคงให้ความสำคัญถึงการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการให้ความสำคัญในด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน จึงทำการตรวจประเมินประสิทธิภาพของการนำนโยบายและแนวปฏิบัติในการต่อต้านการทุจริตและการนำนโยบายและแนวปฏิบัติในการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันไปประยุกต์ใช้และปฏิบัติ และการนำกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD) ไปปฏิบัติตามแนวปฏิบัติเพื่อการจัดการด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน ที่เครือฯ ประกาศใช้ โดยบริษัทในเครือฯ ที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศไทย และรายงานผลตรวจประเมินดังกล่าวต่อคณะกรรมการขับเคลื่อนการกำกับดูแล

กิจการ ความเสี่ยง และการตรวจสอบ เครือฯ เพื่อให้เกิดการปรับปรุงการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ไปจนถึงระดับปฏิบัติการในเครือฯ และการบริหารจัดการบุคคลภายนอก เพื่อการกำกับดูแลกิจการอย่างเป็นรูปธรรม พร้อมรับความท้าทายที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในโลกปัจจุบัน

ทั้งนี้ สาระสำคัญในการปรับปรุงการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ได้รวมถึง

1. การประเมินและทบทวนความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชันให้ครอบคลุมในต่างประเทศที่เครือฯ มีการค้าดำเนินกิจการ และการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Impact Assessment: HRIA) ตามแนวทางที่เครือฯ ประกาศ
2. การสื่อสารและอบรมนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บุคคลภายนอกรับทราบ และมีแนวทางดำเนินการร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ
3. การควบคุม ติดตาม สัญญาณเตือน (Red Flag) ต่าง ๆ ที่มีแนวโน้มหรือโอกาสที่นำไปสู่การไม่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

หมายเหตุ: เป็นจำนวนข้อร้องเรียนเฉพาะที่ได้รับผ่านช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน สำหรับผู้มีส่วนได้เสียบนเว็บไซต์ของเครือฯ <https://grc.cpgroupsustainability.com/GRC/whistleblower/WBforms/GlobalWB>

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[รายละเอียดกรณีการละเมิดจรรยาบรรณและจริยธรรม](#)

สิทธิมนุษยชนและ การปฏิบัติด้านแรงงาน

Human Rights and Labor Practices

แนวโน้มด้านสิทธิมนุษยชนมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว โดยมีปัจจัยต่าง ๆ เป็นตัวขับเคลื่อน เช่น ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการเพิ่มความเข้มงวดของข้อกำหนดต่าง ๆ เมื่อสังคมเชื่อมโยงกันมากขึ้น ความต้องการให้บริษัทยึดมั่นในมาตรฐานสิทธิมนุษยชนในการดำเนินงาน และห่วงโซ่อุปทานก็เพิ่มมากขึ้น ประเด็นต่าง ๆ เช่น สิทธิแรงงาน ความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน และความหลากหลายและการไม่แบ่งแยก ได้รับความสนใจมากขึ้นจากผู้มีส่วนได้เสีย นอกจากนี้ แนวโน้มที่เกิดขึ้นใหม่ เช่น การเปลี่ยนแปลงแนวทางในการทำงานเป็นดิจิทัลมากขึ้น เศรษฐกิจขนาดใหญ่ และการเพิ่มขึ้นของปัญญาประดิษฐ์ เป็นต้น ก่อให้เกิดความท้าทายและโอกาสในการปกป้องสิทธิมนุษยชน สำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์เราให้ความสำคัญในการปกป้องและคุ้มครองสิทธิมนุษยชนให้กับผู้มีส่วนได้เสียเสมอมา ด้วยเครือข่าย ๓ าระหนักตัวการยึดมั่นในหลักการด้านสิทธิมนุษยชน นอกจากนี้จะเป็นการป้องกันและลดผลกระทบต่อผู้ทรงสิทธิ์ (Rights Holder) ตลอดห่วงโซ่มูลค่าแล้ว ยังเป็นการป้องกันและลดความเสี่ยงของบริษัทอีกด้วย ยิ่งไปกว่านั้น การขยายขอบเขตการจัดการด้านสิทธิมนุษยชนไปยังคู่ค้าทางธุรกิจยังเป็นอีกเรื่องที่เราให้ความสำคัญไม่น้อยไปกว่าการจัดการภายในขอบเขตการปฏิบัติภายในเครือฯ อันจะนำไปสู่สังคมที่อยู่ร่วมกันด้วยความเคารพ มีจริยธรรม และพัฒนาอย่างยั่งยืน

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

<p>3 สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี</p> <p>3.6 ลดจำนวนการตายและบาดเจ็บจากอุบัติเหตุจากการจราจรทางถนน</p>	<p>5 ความเท่าเทียมทางเพศ</p> <p>5.1 ยุติการเลือกปฏิบัติทุกรูปแบบ</p> <p>5.2 ขจัดความรุนแรงทุกรูปแบบ</p> <p>5.3 ขจัดแนวปฏิบัติที่เป็นภัยทุกรูปแบบ</p> <p>5.5 เปิดโอกาสให้ผู้หญิงมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่</p>	<p>8 การเติบโตอย่างยั่งยืน</p> <p>8.5 การจ้างงานที่มีคุณภาพและเท่าเทียม</p> <p>8.7 ขจัดแรงงานที่ถูกบังคับ และแรงงานเด็ก</p> <p>8.8 ส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย</p>
<p>10 ลดความเหลื่อมล้ำ</p> <p>10.3 สร้างโอกาสที่เท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ</p> <p>10.4 ดำเนินการใช้นโยบายด้านสังคมเพื่อความเสมอภาค</p> <p>10.7 อำนาจความระดมทุนในการโยกย้ายถิ่นฐาน</p>	<p>16 ความสงบสุขและความยุติธรรม</p> <p>16.2 ยุติการข่มเหง การค้ามนุษย์ ความรุนแรง และการทรมานทุกรูปแบบที่มีต่อเด็ก</p>	

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- [Sustainable Development Goals Report 2023](#)
- [Sustainability Performance Report 2023](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

100%

ของหน่วยงานธุรกิจของเครือฯ ที่ได้รับการตรวจสอบความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

50.80%

สัดส่วนพนักงานหญิงทั้งหมด

อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานของพนักงานและผู้รับเหมา

พนักงาน	ผู้รับเหมา
1.63	1.11

ราย/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน ราย/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน

เป้าหมายและความคืบหน้า

100% ทุกกลุ่มธุรกิจ มีการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนจากกิจกรรมขององค์กรและผู้ค้าโดยตรงที่มีความเสี่ยงสูงเป็นประจำ



แผนการดำเนินงานในอนาคต



ยกระดับการกำกับดูแลด้านสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่มูลค่า โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีแนวโน้มความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนสูงขึ้น พร้อมทั้งสร้างเครื่องมือพร้อมใช้งานให้กับคู่ค้า



ความร่วมมือในการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนของกลุ่มธุรกิจ และหน่วยงานระดับเครือฯ เพื่อสร้างความเข้าใจและพัฒนาศักยภาพบุคลากร รวมถึงจัดทำแนวทางการดำเนินงานและมาตรการเยียวยาให้เป็นรูปธรรม

การดำเนินงานเพื่อปกป้องสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า

การดำเนินงานที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล



เมื่อปี 2491 ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนได้ถูกตอบรับโดยสหประชาชาติ เพื่อให้ทุกคนมีเสรีภาพและความเท่าเทียม โดยไม่คำนึงถึงเชื้อชาติ เพศ ศิวิล ศาสนา หรือเอกลักษณ์ใด ๆ ต่อมาในปี 2559 หลักการชี้แนะแห่งสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนได้ถูกนำมาปฏิบัติใช้ ซึ่งเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้บูรณาการหลักการเหล่านี้เข้ามาในนโยบาย กลยุทธ์ เป้าหมาย และแนวทางการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนของเครือฯ การนำมามาใช้หลักการนี้ ช่วยให้เครือฯ สามารถจัดการความเสี่ยงและโอกาสด้านสิทธิมนุษยชนได้อย่างรอบด้าน พร้อมทั้งสามารถจัดทำมาตรการรองรับได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้จัดทำรายงานสิทธิมนุษยชนเป็นประจำทุกปี ตั้งแต่ปี 2564 เพื่อเปิดเผยและสื่อสารผลการดำเนินงานให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



รายงานสิทธิมนุษยชนประจำปี 2565

การบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชน

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนได้มีความรุนแรงมากขึ้นในหลายภูมิภาคทั่วโลก โดยปัญหาส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย จำนวนทรัพยากรที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ และความไม่แน่นอนของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเครือเจริญโภคภัณฑ์มีการดำเนินธุรกิจในทุกภูมิภาคที่ตรวจพบประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ดังนั้น เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียว่าการดำเนินธุรกิจของเครือฯ รวมถึงคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจของเครือฯ ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า เครือฯ ได้จัดทำมีนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน พร้อมทั้งมีการสื่อสารอบรมให้พนักงานและคู่ค้ามีความเข้าใจ และสามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้อย่างถูกต้อง โดยเครือฯ มีคณะทำงานด้านสิทธิมนุษยชนเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนการปฏิบัติตามนโยบายและแผนงาน อีกทั้งยังมีหน้าที่คอยติดตามประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนของเครือฯ ทุกกลุ่มธุรกิจ และคู่ค้า คณะทำงานฯ ทำการรายงานความคืบหน้า และประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่มีความเสี่ยงสูงให้แก่คณะกรรมการด้านความยั่งยืนได้รับทราบเป็นประจำ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน



นโยบายการป้องกันการเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิด



นโยบายความหลากหลาย ความเสมอภาค และการอยู่ร่วมกัน



นโยบายและแนวทางการปฏิบัติในการจ้างงานแรงงานข้ามชาติ

กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านเป็นกระบวนการสำคัญสำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์ กระบวนการนี้ช่วยให้เครือฯ สามารถระบุ ป้องกัน บรรเทา และจัดการกับผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ผลิตภัณฑ์ หรือบริการของเครือฯ นอกจากนี้ กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านยังช่วยเพิ่มความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และความไว้วางใจในหมู่ผู้มีส่วนได้เสีย ด้วยการบูรณาการการพิจารณาประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจ เครือฯ สามารถเสริมสร้างชื่อเสียงลดความเสี่ยงในการดำเนินงาน และสร้างมูลค่าระยะยาวให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม สำหรับปี 2566 ประเด็นสำคัญด้านสิทธิมนุษยชนของเครือฯ มีดังนี้

การทบทวนความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ประจำปี 2566

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ทำการทบทวนความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนเป็นประจำทุกปี สำหรับผลการทบทวนของปี 2566 พบการเปลี่ยนแปลงในหลายประเด็นที่ต้องติดตามอย่างใกล้ชิด ไม่ว่าจะเป็นแรงงานบังคับและแรงงานข้ามชาติ ที่มีแนวโน้มที่จะสร้างผลกระทบมากขึ้น โดยเฉพาะในหน่วยงานของผู้รับเหมา คู่ค้าของเครือฯ ที่อยู่ในภาคการผลิตสินค้าอุปโภค ซึ่งมีความจำเป็นต้องใช้แรงงานจำนวนมาก ประเด็นด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย



อาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน



แรงงานบังคับและแรงงานข้ามชาติ



ข้อมูลส่วนบุคคลและความปลอดภัยทางไซเบอร์

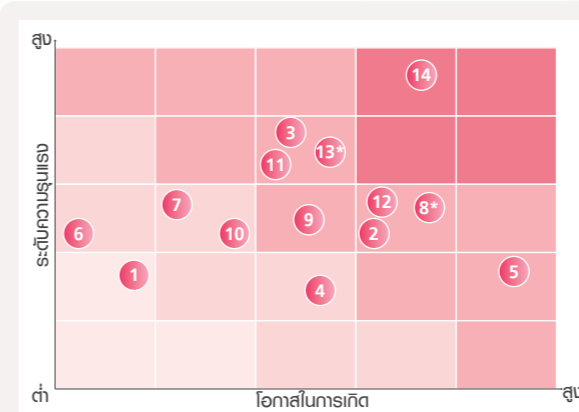


สิทธิทางด้านแรงงานและการเลือกปฏิบัติ



ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิทธิมนุษยชน

ของคองงและผู้รับเหมาก็ยังมีแนวโน้มไม่ดีขึ้น เนื่องจากยังพบการเกิดอุบัติเหตุรุนแรง นอกจากนี้ ปัญหาที่สืบเนื่องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงก็ส่งผลกระทบต่อสิทธิมนุษยชนในหลายประเด็น เช่น ปัญหาการขาดแคลนน้ำที่ส่งผลกระทบต่อดำรงชีวิต และจำนวนการผลิตลดลงซึ่งส่งผลให้เกิดปัญหาเศรษฐกิจ เป็นต้น นอกจากนี้ จำนวนการทำธุรกรรมออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ข้อมูลสำคัญส่วนบุคคลของลูกค้าอยู่ในความเสี่ยง



หมายเหตุ: * ประเด็นที่มีความซับซ้อนและต้องติดตามอย่างใกล้ชิด

- 1 เสรีภาพในการรวมตัวเพื่อเจรจาต่อรองร่วม
- 2 สิทธิในการเข้าถึงน้ำและสุขอนามัย
- 3 ความหลากหลายและความเท่าเทียม (DE&I)
- 4 สิทธิในที่ดิน
- 5 แร่ธาตุแห่งความขัดแย้ง
- 6 การรักษาความปลอดภัยและสิทธิมนุษยชน
- 7 สิทธิของกลุ่มเปราะบาง
- 8 ความเป็นส่วนตัวของข้อมูลและความปลอดภัยทางไซเบอร์*
- 9 สิทธิของเด็ก พุ้ยเยาว์ แรงงานเด็ก
- 10 สิทธิทางด้านแรงงาน
- 11 การเลือกปฏิบัติและการคุกคาม
- 12 บลพิษด้านสิ่งแวดล้อมกระทบต่อสิทธิมนุษยชน
- 13 แรงงานข้ามชาติและการบังคับใช้แรงงาน*
- 14 อาชีวอนามัยและความปลอดภัย



เครือเจริญโภคภัณฑ์จะสามารถเติบโตอย่างยั่งยืนได้ต่อเมื่อเราไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง เราต้องการสร้างสังคมที่เคารพซึ่งกันและกัน เคารพสิทธิมนุษยชน ความต้องการขั้นพื้นฐานได้รับการตอบสนอง และทุกคนมีโอกาสที่เท่าเทียม

ดร. นตธีร ประดิษฐ์สาร
 ผู้ช่วยบริหารประธานคณะผู้บริหาร รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส สำนักความร่วมมือระหว่างประเทศด้านความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร เครือเจริญโภคภัณฑ์

มาตรการสำคัญในการจัดการความเสี่ยง และลดผลกระทบต่อสิทธิมนุษยชน

	อาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน	แรงงานบังคับและแรงงานข้ามชาติ	ข้อมูลส่วนบุคคลและความปลอดภัยทางไซเบอร์	สิทธิทางด้านแรงงานและการเลือกปฏิบัติ	ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิทธิมนุษยชน
ผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบ	พนักงาน คนงาน ผู้รับเหมา 5 หน่วยงาน	แรงงานข้ามชาติในห่วงโซ่อุปทาน 10 หน่วยงาน	ลูกค้า พนักงาน คนงาน 10 หน่วยงาน	พนักงาน คนงาน 10 หน่วยงาน	ชุมชน และภาคเกษตร ใน 21 ประเทศ
กลุ่มธุรกิจหลัก	ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม	ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	ธุรกิจค้าปลีก	ทุกกลุ่มธุรกิจ	ทุกกลุ่มธุรกิจ
ตัวอย่างเหตุการณ์ที่พบ	ผู้รับเหมาตกจากที่สูง ขณะปฏิบัติงานบนเสาส่งสัญญาณ	แรงงานชาวพม่าของผู้รับเหมาต้องจ่ายค่าแรงที่ต่ำกว่าที่กำหนด ในการทำงานในเมืองไทย	พบร่องรอยการใช้งานผิดปกติก เช่น การพยายามเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าของเครือฯ โดยบุคคลภายนอก เป็นต้น	พนักงานได้ร้องเรียนว่าโดนคุกคามโดยเพื่อนร่วมงานด้วยวาจาที่ไม่สุภาพ	ปัญหาการขาดแคลนน้ำจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
แผนการแก้ไข	ทบทวนระบบ Work Permit ขั้นตอนการทำงานเพื่อความปลอดภัยในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงจำเพาะ และปรับปรุงขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อความปลอดภัย SSOP	การส่งเสริมให้มี การปฏิบัติตามนโยบาย การจ้างแรงงานต่างด้าว ให้กับหน่วยงานสรรหาแรงงาน ในประเทศต้นทาง	ทบทวนและปรับปรุงระบบชุดข้อมูลที่ต้องการเก็บให้ลดลงเพื่อความปลอดภัย และให้ความรู้กับลูกค้า พนักงาน ในการป้องกันการบุกรุกในการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน	สื่อสารถึงสิทธิดังกล่าว รวมทั้งมาตรการทางวินัยและการชดเชยที่จะเกิดขึ้นหากมีการละเมิดเกิดขึ้น	นโยบายและมาตรการทางด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม 11 ฉบับ
แผน USG	สื่อสารให้เกิดการปฏิบัติตาม Life Saving Rules ไปยัง 470 พื้นที่ และเพิ่มมาตรการในการบังคับใช้อุปกรณ์ PPE ให้กับพนักงานทุกคนที่เกี่ยวข้อง	สื่อสารและทำความเข้าใจในการปฏิบัติให้สอดคล้องกับนโยบาย จัดจ้างแรงงานข้ามชาติ ไปยัง 470 พื้นที่ในประเทศไทย และตรวจสอบหน่วยงานในห่วงโซ่อุปทาน ไปยัง 20 พื้นที่	ดำเนินการติดตามและแจ้งเตือนธุรกรรมที่ผิดปกติไปยังลูกค้า ส่งเสริมให้หน่วยงานจำนวน 470 พื้นที่ และประยุกต์ใช้ ISO/IEC 27001:2022	สื่อสารถึงความคืบหน้าของข้อร้องเรียนในเรื่องดังกล่าว เช่น ผลความคืบหน้า และการเยียวยาที่เกิดขึ้น เป็นต้น	การสร้างตระหนักรู้และการปฏิบัติตามนโยบาย รณรงค์โครงการทางด้านสิ่งแวดล้อม เช่น Net Zero เป็นต้น
ผลลัพธ์	สถิติการเกิดอุบัติเหตุร้ายแรงในพนักงานลดลง แต่สถิติการเกิดอุบัติเหตุในกลุ่มผู้รับเหมา ยังไม่เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ	จำนวน Agency ที่ปฏิบัติตาม Ethical Recruitment เพิ่มขึ้น	ตรวจการติดตามการคุกคามทางไซเบอร์จำนวนมากขึ้น แต่การตอบสนองยังสามารถควบคุมการโจมตีได้	สถิติการร้องเรียนในเรื่องดังกล่าวยังไม่เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ	ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึงร้อยละ 9.45 ในปี 2566

การแก้ไขและเยียวยา ปี 2566

ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์พบการเลือกปฏิบัติ จำนวน 3 กรณี และการล่วงละเมิด จำนวน 3 กรณี ซึ่งได้มีการลงโทษผู้กระทำผิด โดยแบ่งออกเป็นการเลิกจ้าง 1 กรณี และมาตรการทางวินัยอื่น ๆ จำนวน 5 กรณี

การละเมิดข้อกำหนด

- การเลือกปฏิบัติ **3 กรณี**
- การล่วงละเมิด **3 กรณี**

การลงโทษผู้กระทำผิด

- การเลิกจ้าง **1 กรณี**
- มาตรการทางวินัยอื่น ๆ **5 กรณี**

CASE STUDY

Human Rights Impact Assessment (HRIA)

ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์ร่วมมือกับแต่ละกลุ่มธุรกิจ ในการจัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เพื่อประเมินสถานการณ์ การบริหารด้านสิทธิมนุษยชน และประเมินผลกระทบทางด้าน สิทธิมนุษยชนที่เกิดขึ้นจริงและมีโอกาสเกิด (Actual and Potential Impacts) ให้กับกลุ่มธุรกิจเครือฯ ทั้งหมด 81 หน่วยงาน ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ สำหรับการประเมินหน่วยงาน ในประเทศไทย มีบริษัททั้งหมดจำนวน 150 บริษัทที่ได้รับการ ประเมิน ซึ่งเป็นการประเมินในพื้นที่ทั้งหมด เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิง ลึกของหน่วยงาน จึงทำให้สามารถค้นหาประเด็นที่เข้าข่ายกระทบ กับผู้ทรงสิทธิของคู่ค้าตลอดห่วงโซ่อุปทาน จากการประเมินครั้งนี้ เครือฯ สามารถจำแนกผู้ได้รับผลกระทบเป็นกลุ่ม ๆ ได้ดังนี้

พนักงาน คนงาน ผู้รับเหมา คู่ค้า ชุมชน และลูกค้า ซึ่งทำให้เครือฯ สามารถกำหนดแนวทางการแก้ไขเพื่อลดผลกระทบและป้องกันการเกิดความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ร้อยละ 100 ของหน่วยงานในประเทศไทยที่ได้รับ การประเมินผลกระทบต่อสิทธิมนุษยชนในพื้นที่

- Relationship Capital
- Human Capital



การปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเท่าเทียม

การสร้างวัฒนธรรมแห่งความเท่าเทียม

การส่งเสริมความหลากหลายและความเท่าเทียมกันในสถานที่ทำงานถือเป็นหนึ่งในหัวข้อสำคัญของเครือเจริญโภคภัณฑ์ เครือฯ ตระหนักดีว่าความหลากหลายและความเท่าเทียมไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และการแก้ปัญหา แต่ยังส่งเสริมวัฒนธรรมแห่งความเคารพ การเอาใจใส่ และความเข้าใจในกลุ่มพนักงานอีกด้วย ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเท่าเทียม ไม่ให้เกิดการเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิด สนับสนุนให้เกิดความหลากหลาย ความเท่าเทียม และการมีส่วนร่วม โดยการปลูกฝังแนวคิดเกี่ยวกับการปฏิบัติที่เป็นธรรมและการยอมรับซึ่งกันและกันในวัฒนธรรมขององค์กรโดยการผลักดันให้เกิดวัฒนธรรมแห่งการใช้ความคิดสร้างสรรค์และบรรยากาศที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรม ซึ่งเป็นหนึ่งใน 6 ค่านิยมของเครือฯ โดยมีนโยบายความหลากหลาย ความเสมอภาคและการอยู่ร่วมกัน และนโยบายป้องกันการเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิด เครือเจริญโภคภัณฑ์ เป็นแนวทางในการสร้างความมั่นใจว่าพนักงานจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้มีการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมให้เกิดความเท่าเทียมในองค์กร เช่น การติดตามข้อมูลความหลากหลายและความเท่าเทียมของพนักงานเพื่อสร้างความมั่นใจว่าพนักงานทุกคน

มีโอกาสเท่าเทียมกันในการพัฒนาก้าวหน้า โดยไม่คำนึงถึงเพศ เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ ศาสนา รสนิยมทางเพศ หรือลักษณะอื่น ๆ นอกจากนี้ ในปี 2566 เครือฯ ได้จัดงาน Pride Month เพื่อเน้นย้ำเรื่องความเคารพในความหลากหลายทางเพศ เป็นต้น

นอกจากการดำเนินงานภายในเครือเจริญโภคภัณฑ์แล้ว เครือฯ ยังสนับสนุนการเคารพในความหลากหลายและความเท่าเทียมกันให้กับคู่ค้า โดยได้มีการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นจรรยาบรรณธุรกิจของคู่ค้า และสื่อออนไลน์ เช่น CP Knowledge Channel บน Youtube และสื่อในรูปแบบคลิปสั้นที่เผยแพร่บนเว็บไซต์ความยั่งยืนของเครือฯ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้



[นโยบายความหลากหลาย ความเสมอภาค และการอยู่ร่วมกัน](#)



[นโยบายป้องกันการเลือกปฏิบัติ และการล่วงละเมิด](#)

CASE STUDY

งาน Pride Month

ตลอดเดือนมิถุนายน 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์จัดงาน Pride Month เพื่อส่งเสริมความภาคภูมิใจในความหลากหลายภายในองค์กร โดยเครือฯ และกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ร่วมกันจัดกิจกรรมในพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งที่เป็นพื้นที่ของเครือฯ และพื้นที่สาธารณะ เพื่อเปิดโอกาสในการเข้าถึงทั้งคนในองค์กรและนอกองค์กรในการร่วมกิจกรรมดังกล่าว โดยมีผู้บริหารทางด้านความยั่งยืนองค์กร ทรัพยากรบุคคลของเครือฯ และหน่วยงานองค์กรอิสระภายนอก เข้าร่วมในกิจกรรม



จำนวนกิจกรรมมากกว่า **20** ครั้ง

Relationship Capital

Human Capital

การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เป็นสุข

การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่มีความสุขถือเป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรเชิงบวก ยกกระดับความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน และขับเคลื่อนความสำเร็จทางธุรกิจโดยรวม เมื่อพนักงานมีความสุขและพึงพอใจในบทบาทหน้าที่ของตน พวกเขาที่มีส่วนร่วม มีแรงบันดาลใจ และมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ ความสุขของพนักงานยังสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงานที่สูงขึ้น อัตราการลาออกที่ลดลง และการรักษาผู้มีความสามารถระดับสูงที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมุ่งมั่นในการดูแลพนักงานซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีค่าที่สุดขององค์กรให้มีสุขภาพกายและใจที่แข็งแรง และมีความสุขในการทำงาน ซึ่งเครือฯ ได้มีการดำเนินงานทั้งในส่วนของสถานที่ทำงานที่เป็นสุขและสวัสดิการต่าง ๆ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการหรือไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกัน อาทิ สวัสดิภาพด้านสุขภาพที่ครอบคลุมไปถึงเรื่องสุขภาพใจ ชั่วโมงการทำงานที่ยืดหยุ่น การทำงานจากที่บ้านหรือนอกสถานที่ (Work-from Home or Work-from Anywhere) อุปกรณ์การทำงานที่เหมาะสม วันหยุดและวันลาพักร้อนที่เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมาย วันลาคลอดเพิ่มเติมให้กับพนักงานทั้งหญิงและชาย การจัดสถานที่ทำงานให้เหมาะสมต่อพนักงานผู้เปราะบาง ผู้พิการ ส่งเสริมให้มีห้องนมแม่ และสถานที่สำหรับดูแลบุตรหลานพนักงาน

นอกจากการดำเนินงานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เครือเจริญโภคภัณฑ์มอบให้แก่พนักงานแล้ว เครือฯ ยังได้มีกระบวนการประเมินผลการดำเนินงานของพนักงานทุกคนเป็นประจำทุกปี ซึ่งการประเมินผลฯ เป็นไปอย่างโปร่งใส และเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถหรือผลการประเมินฯ กับหัวหน้างานเป็นประจำ ซึ่งไม่จำเป็นต้องอยู่ในช่วงการประเมินฯ ประจำปี เพื่อให้พนักงานสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง

CASE STUDY



SMART Office

การมีสถานที่ทำงานที่เป็นสุขจะช่วยสนับสนุนให้เกิดการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความผูกพันที่ดีของพนักงาน สำนักงานใหญ่ของ Lotus's จึงได้ออกแบบพื้นที่เพื่อส่งเสริมการสร้างสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัวให้พนักงานได้มีความสุข สนุกกับการทำงานในทุก ๆ วัน โดยจัดพื้นที่แบบยืดหยุ่น (Flexible Office Space) ตอบสนองการทำงานที่เป็นแบบผสมผสาน ซึ่งพนักงานไม่จำเป็นต้องเข้าออฟฟิศทุกวัน มีการจัดมุมเก้าอี้แนว มุมกาแฟ ห้องอาหารราคาพิเศษให้พนักงาน ห้องนมแม่พร้อมตู้เย็นและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกอื่น ๆ อีกทั้งยังมีห้องน้ำไม่ระบุเพศ (Inclusive Restrooms) เพื่อส่งเสริมความหลากหลายในการทำงานอีกด้วย

ได้รับการรับรองจาก Great Place to Work® องค์กรระดับโลกที่มุ่งเน้นด้านการวิจัยและสนับสนุนการสร้างวัฒนธรรมการทำงาน

ความผูกพันของพนักงานในปี 2566

อยู่ที่ **ร้อยละ 75**

Relationship Capital

Human Capital

การปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเท่าเทียม



เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อความเท่าเทียมและความหลากหลายของพนักงานทุกคน โดยเปิดโอกาสให้พนักงานทุกเพศ ทุกวัย และทุกระดับชั้นได้แสดงความสามารถในการขับเคลื่อน การดำเนินงานให้สู่เป้าหมายและวิสัยทัศน์ที่ได้ตั้งไว้ และไม่ปิดกั้น โอกาสในการเติบโตของพนักงาน อีกทั้งยังมีการส่งเสริมความรู้

ความสามารถทักษะที่จำเป็นโดยอ้างอิงจากการดำเนินงาน ไม่มี การเลือกปฏิบัติ รวมทั้งเปิดโอกาสและสนับสนุนให้ผู้บริหาร และพนักงานหญิง รวมถึงเพศทางเลือกได้แสดงความสามารถ ด้วยทักษะความสามารถ รวมไปถึงทัศนคติและบริหารคนด้วยความเท่าเทียม

การส่งเสริมความเท่าเทียมในองค์กร



ร้อยละ 44.92

สัดส่วนพนักงานหญิงในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างรายได้



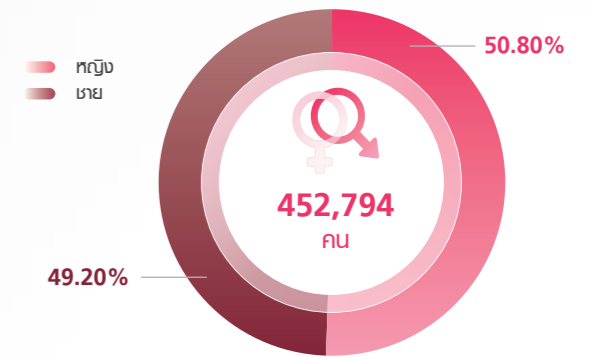
ร้อยละ 42.20

ของพนักงานหญิงที่ทำงานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (STEM)

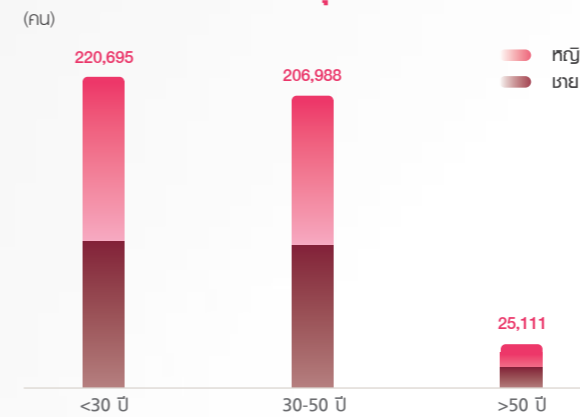
ข้อมูลความหลากหลายของพนักงาน

จำนวนพนักงานทั้งหมด

ประเภทการจ้างงาน	หญิง (คน)	ชาย (คน)	รวม (คน)
พนักงานประจำ	221,578	214,471	436,049
พนักงานชั่วคราว	8,433	8,312	16,745
รวม	230,011	222,783	452,794
พนักงานเต็มเวลา	219,987	213,808	433,795
พนักงานพาร์ทไทม์	1,591	663	2,254
รวม	221,578	214,471	436,049



จำนวนพนักงานตามช่วงอายุ



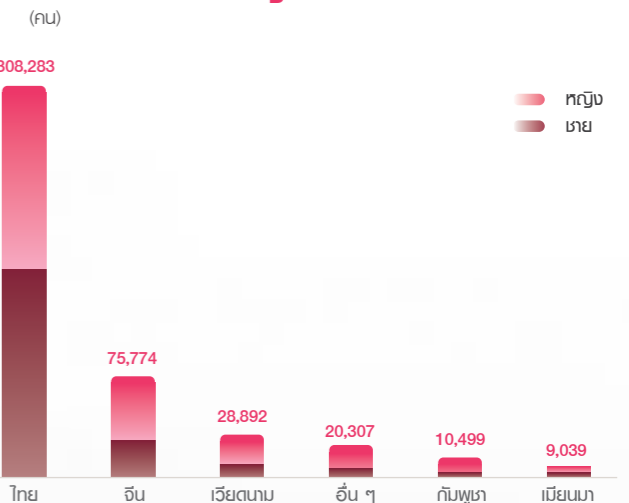
จำนวนพนักงานตามระดับพนักงาน

	หญิง (%)	ชาย (%)	รวม (%)
ผู้บริหารระดับสูง	26.1	73.9	0.36
ผู้บริหารระดับกลาง	37.9	62.1	2.91
ผู้บริหาร	43.1	56.9	20.82
พนักงาน / เจ้าหน้าที่	53.5	46.5	75.91

จำนวนพนักงานตามภูมิภาค

	หญิง (คน)	ชาย (คน)	รวม (คน)
ประเทศไทย	168,786 (37.28%)	118,393 (26.15%)	287,179 (63.43%)
ประเทศจีน	32,147 (7.10%)	54,615 (12.06%)	86,762 (19.16%)
อื่น ๆ	29,078 (6.42%)	49,775 (10.99%)	78,853 (17.41%)

จำนวนพนักงานตามสัญชาติ



ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในสถานที่ทำงาน

การบริหารจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

เครือเจริญโภคภัณฑ์เล็งเห็นถึงความสำคัญและตระหนักถึงคุณค่าของบุคคลในเรื่องความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงการใส่ใจดูแลความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน คู่ค้า ผู้รับเหมา รวมทั้งผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มอื่น ๆ ที่อาจได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของเครือฯ ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงได้ประกาศนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมทั้งได้กำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดด้านความปลอดภัยฯ และแผนงานที่จัดลำดับความสำคัญ (Priority and Action Plan) เพื่อให้ทุกกลุ่มธุรกิจ ทุกเขตประเทศ หน่วยงานภายในเครือฯ และคู่ค้านำไปใช้ในการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด พร้อมส่งเสริมการบรรลุเป้าหมาย

แห่งการเป็นองค์กรที่อุบัติเหตุเป็นศูนย์ นอกจากนี้ เครือฯ ยังจัดให้มีระบบบริหารจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในการทำงานซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐานสากล ISO 45001 ด้วยการดูแล ส่งเสริม สนับสนุน และยกระดับแนวทางการจัดการเพื่อให้พนักงาน และผู้รับเหมาของเครือฯ รวมไปถึงคู่ค้าของบริษัทได้มีการทำงานอย่างปลอดภัย มีสุขอนามัย และความเป็นอยู่ที่ดี

นอกจากนี้ แนวปฏิบัติด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในการทำงานได้รับการทบทวนและแสดงความคิดเห็นจากกลุ่มธุรกิจ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและสร้างความมั่นใจว่าแนวทางการดำเนินงานนั้นมีความเหมาะสม และสามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริง

การประเมินความปลอดภัยจากการทำงาน

ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสมสำหรับพนักงานเป็นหนึ่งในประเด็นสำคัญของเครือฯ และผู้มีส่วนได้เสีย โดยเฉพาะพนักงาน ผู้รับเหมา และคู่ค้า ซึ่งการประกาศใช้นโยบายและแนวปฏิบัติ รวมถึงข้อบังคับและระบบความปลอดภัยต่าง ๆ อาจไม่เพียงพอที่จะนำองค์กรบรรลุเป้าหมายอุบัติเหตุเป็นศูนย์ได้ ดังนั้น เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมีกระบวนการประเมินความปลอดภัยจากการทำงาน ซึ่งกระบวนการนี้จะสามารถช่วยให้เครือฯ และผู้ที่เกี่ยวข้องทราบถึงสาเหตุที่แท้จริงของการเกิดอุบัติเหตุ พร้อมกับสามารถจัดทำแผนการป้องกัน ในปี 2566 หนึ่งในแผนการป้องกันคือกำหนดให้หน่วยงานปฏิบัติตามมาตรฐาน

การทำงานในพื้นที่อับอากาศและกฏพิทักษ์ชีวิต หลังจากที่ได้ผ่านการป้องกันได้ถูกนำไปปฏิบัติใช้แล้ว หน่วยงานที่รับผิดชอบจะเข้าไปทำการประเมินประสิทธิภาพของแผนงานอีกครั้ง

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้ขยายแนวทางการดำเนินงานนี้ไปยังคู่ค้า เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยในปี 2566 เครือฯ ได้ทำการประเมินความปลอดภัยจากการทำงานของแต่ละกลุ่มธุรกิจของภายในเครือฯ เช่น กลุ่มธุรกิจเจริญโภคภัณฑ์อาหาร กลุ่มธุรกิจการตลาดและการจัดจำหน่าย และกลุ่มธุรกิจในประเทศจีน เป็นต้น

CASE STUDY

กฎพิทักษ์ชีวิต

ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดทำสื่อการฝึกอบรมในรูปแบบวิดีโอการสอนในเรื่องกฎพิทักษ์ชีวิต (Life Saving Rules) เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจให้กับพนักงานทุกระดับ พร้อมทั้งจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติในเรื่องกฎพิทักษ์ชีวิตให้กับกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ เพื่อให้ได้เรียนรู้แนวทางการลดอุบัติเหตุ พร้อมทั้งแลกเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานและยกระดับการจัดการให้เทียบเท่าระดับสากล



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



[กฎพิทักษ์ชีวิต](#)



[ระบบการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม](#)

CASE STUDY

การตรวจประเมินประสิทธิภาพการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมการทำงาน



ดำเนินการตรวจประเมินประจำปีครอบคลุม ร้อยละ 100 ของพื้นที่

Human Capital

ในปี 2566 กลุ่มธุรกิจการตลาดและการจัดจำหน่าย (CPALL) ได้ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในเรื่อง กฎพิทักษ์ชีวิต กับทุกบริษัท และจัดให้มีการตรวจประเมินประสิทธิผลประจำปี ครอบคลุมทุกพื้นที่ร้อยละ 100 โดยแบ่งเป็นสายโรงงาน ศูนย์กระจายสินค้า สำนักงานการศึกษาและร้านสาขา รวมทั้งสิ้น 108 พื้นที่ สำหรับทีมตรวจประเมินมาจากตัวแทนของทุกพื้นที่ ซึ่งได้รับการประกาศแต่งตั้งจากผู้บริหาร จำนวน 357 ท่าน ประกอบด้วยบริษัทต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินการตรวจประเมิน ดังนี้

CP ALL-DC-Shop: 38 พื้นที่, กรรมการ 186 คน; CP Ram: 7 พื้นที่, กรรมการ 42 คน; Makro: 45 พื้นที่, กรรมการ 49 คน; CP Retailink: 2 พื้นที่, กรรมการ 7 คน; Lotus's: 8 พื้นที่, กรรมการ 32 คน; และ Building: 8 พื้นที่, กรรมการ 41 คน

โดยมีผลการตรวจประเมินประสิทธิผล การจัดการบริหารด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมการทำงาน ร้อยละ 91.11 และผลการรับรู้กฎพิทักษ์ชีวิตร้อยละ 100

ข้อมูลด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานทั้งหมด

1.54 ราย/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน



พนักงาน
1.63

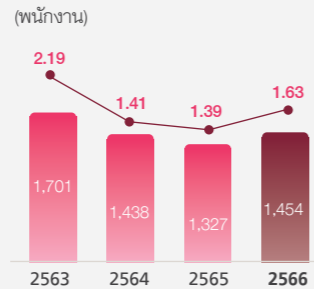
ราย/1,000,000
ชั่วโมงการทำงาน



ผู้รับเหมา
1.11

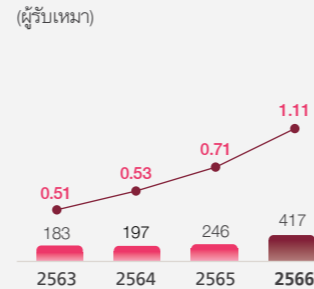
ราย/1,000,000
ชั่วโมงการทำงาน

การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (พนักงาน)



■ จำนวนผู้บาดเจ็บฯ คน
● อัตราการบาดเจ็บฯ ราย/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน

การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (ผู้รับเหมา)

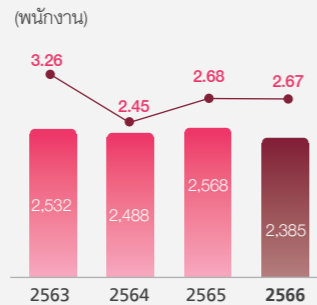


อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานแบ่งตามภูมิภาค

	พนักงาน	ผู้รับเหมา	รวม
ประเทศไทย	1.51	1.13	1.39
อาเซียน	3.48	1.37	2.97
ประเทศจีน	1.84	0.47	1.69

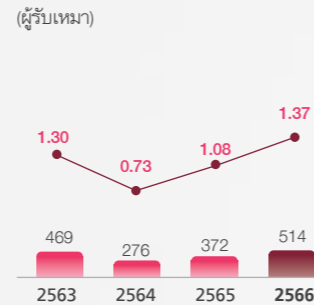
หน่วย: ราย/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน

การบาดเจ็บทุกประเภท (พนักงาน)



■ จำนวนผู้บาดเจ็บฯ คน
● อัตราการบาดเจ็บฯ ราย/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน

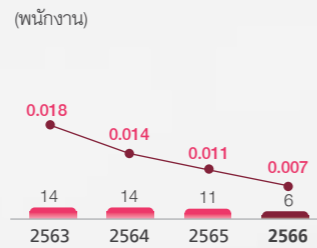
การบาดเจ็บทุกประเภท (ผู้รับเหมา)



จำนวนผู้เสียชีวิตจากการทำงานแบ่งตามประเภท ปี 2566

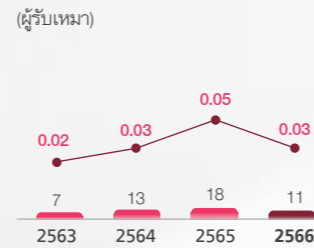
	พนักงาน (คน)	ผู้รับเหมา (คน)	รวม (คน)
ยานยนต์	3	8	11
เครื่องจักร	3	-	3
ไฟฟ้าช็อต	-	1	1
ตกจากที่สูง	-	1	1
อื่น ๆ	-	1	1

การเสียชีวิตจากการทำงาน (พนักงาน)



■ จำนวนผู้เสียชีวิตฯ คน
● อัตราการเสียชีวิตฯ ราย/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน

การเสียชีวิตจากการทำงาน (ผู้รับเหมา)



การบริหารจัดการด้านยานยนต์

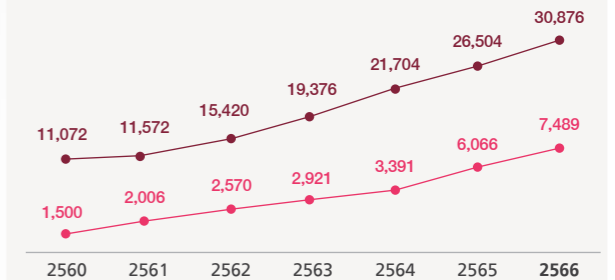
เครือเจริญโภคภัณฑ์กำหนดนโยบายความปลอดภัยทางด้านการขนส่งและการขนส่งเพื่อกำกับดูแลควบคุมการขับขี่และการขนส่งสินค้าเพื่อความปลอดภัยของพนักงาน คู่ค้าและสินค้ารวมทั้งการป้องกันอุบัติเหตุที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบอย่างร้ายแรงต่อสิ่งแวดล้อม สังคม ชีวิตร และทรัพย์สินขององค์กร คู่ค้า และชุมชนเครือฯ จึงมุ่งเน้นพัฒนาส่งเสริมให้ความรู้และสิ่งที่ดีที่สุดเพื่อสร้างบุคลากรและคู่ค้าที่มีคุณภาพมีจิตสำนึกในการขับขี่และการขนส่งสินค้าที่ปลอดภัย ลดอุบัติเหตุบนท้องถนน และเป็นตัวอย่างการเรียนรู้ที่สำคัญให้กับชุมชนและสังคม



พนักงานของเครือฯ และพนักงานขับรถขนส่งของคู่ค้าธุรกิจ

เสียชีวิตรวม 11 ราย
ลดลง 3 รายจากปี 2565

ข้อมูลด้านความปลอดภัยยานยนต์



● พนักงานขับรถขนส่งที่ผ่านการอบรมและได้รับใบขับขี่จากเครือฯ (คน)
● จำนวนคู่ค้าธุรกิจที่ผ่านการอบรมการขับขี่ปลอดภัยจากเครือฯ (คน)

CASE STUDY

การขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เพื่อเป็นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจากภาคการขนส่ง เครือเจริญโภคภัณฑ์สนับสนุนการใช้ยานยนต์ไฟฟ้า และมีคณะทำงานจากแต่ละกลุ่มธุรกิจร่วมกันพิจารณามาตรการความปลอดภัยสำหรับสถานที่จอดยานยนต์ไฟฟ้า สถานีชาร์จไฟฟ้า และแผนรองรับกรณีฉุกเฉิน เพื่อให้เกิดความปลอดภัยแก่พนักงาน คู่ค้า และคู่ค้าทางธุรกิจ



จำนวนยานยนต์ไฟฟ้าในการขนส่งของเครือฯ และคู่ค้าธุรกิจกว่า **1,766 คัน**

Relationship Capital

จำนวนก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการใช้ยานยนต์ไฟฟ้าของเครือฯ และคู่ค้าธุรกิจ **2,531 ตันคาร์บอนไดออกไซด์ต่อปี**

Natural Capital



สมาคมการศึกษา
CONNEXT ED
CONFERENCE 2023
การประชุมแนวทางการร่วมมือ 3 ภาคส่วน ในการสนับสนุนการศึกษาไทย ประจำปี 2566
มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี

การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ

Education and Inequality Reduction

ปัจจุบันโลกกำลังมุ่งไปสู่ยุค 5.0 หรือยุคที่มนุษย์และเทคโนโลยีมีการผสมผสานกัน ทว่าสิ่งที่น่ากังวลในวันนี้คือระบบการศึกษาไทยยังอยู่ในยุค 2.0 จากผลสำรวจพบว่าเด็กไทยยังขาดทักษะดิจิทัลและภาษาอังกฤษที่ยังตามหลังประเทศอื่น ทาตุการจัดอันดับการแข่งขันในเวทีโลก GDP ของไทยอยู่อันดับที่ 30 และ GDP/CAPITA อยู่อันดับที่ 73 ซึ่งเป็นโจทย์ใหญ่ของไทยในการลงทุนด้านทรัพยากรมนุษย์ รวมถึงการลงทุนด้านเทคโนโลยี ด้วยเหตุนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมุ่งมั่นที่จะเป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่จะสนับสนุนการศึกษาไทยให้เท่าทันความท้าทายในอนาคต พร้อมส่งเสริมการสร้างสตาร์ทอัพ และร่วมขับเคลื่อนให้ประเทศไทยเป็น HUB ด้านนวัตกรรมด้วยการสร้างสังคมแห่งภูมิปัญญาที่ยั่งยืน ผ่าน Sustainable Intelligence Transformation Model ส่งเสริมให้เด็กไทยมีศักยภาพด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence หรือ AI) ควบคู่กับการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม และความยั่งยืน คู่ขนานไปกับพื้นฐานการให้ความรัก ความเข้าใจ ความมั่นคง ความมั่นใจ และการเห็นคุณค่าในตัวเอง (Self-esteem) พร้อมทั้งต่อยอดการศึกษาตลอดชีวิต เพื่อสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ อันจะนำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำที่สุด

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

<p>4 การศึกษาที่มีคุณภาพ</p> <p>4.1 ส่งเสริมให้เด็กทุกเพศเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ</p> <p>4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็นต่อการทำงาน</p> <p>4.7 ส่งเสริมการศึกษาสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน</p> <p>4.a ยกระดับสถานศึกษาให้เหมาะสมต่อเด็ก ผู้พิการ และเพศภาวะ</p> <p>4.b เพิ่มจำนวนทุนการศึกษา</p> <p>4.c เพิ่มจำนวนครูที่มีคุณภาพ</p>	<p>5 ความเท่าเทียมทางเพศ</p> <p>5.5 มอบโอกาสที่เท่าเทียมในการเป็นผู้นำในทุกระดับของการตัดสินใจ</p>	<p>8 งานที่ยุติธรรมและการเติบโตทางเศรษฐกิจ</p> <p>8.6 ลดสัดส่วนของเยาวชนที่ไม่ทำงาน ไม่ได้รับการศึกษา และการฝึกอบรม</p>
<p>10 ลดความเหลื่อมล้ำ</p> <p>10.1 ส่งเสริมการเติบโตของรายได้ของกลุ่มประชากร</p>	<p>17 ความเข้มแข็งของพันธมิตร</p> <p>17.6 เพิ่มพูนความร่วมมือระหว่างประเทศในการเข้าถึงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และนวัตกรรม</p>	

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[Sustainable Development Goals Report 2023](#)

[Sustainability Performance Report 2023](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

48,361,902 คน

จำนวนเด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ที่ได้รับโอกาสเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ และการพัฒนาทักษะที่จำเป็น (สะสม)

142,577 คน

จำนวนนักเรียนและนักศึกษาที่ได้รับการฝึกงาน (สะสม)

193,029 คน

จำนวนผู้ได้รับการศึกษา (สะสม) ซึ่งเพิ่มจากปี 2565 จำนวน 51,950 คน

เป้าหมายและความคืบหน้า

50 ล้านคนที่ได้รับการสนับสนุนโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต หรือการเสริมทักษะ



แผนการดำเนินงานในอนาคต



ส่งเสริมให้เด็กทุกคนมีคอมพิวเตอร์เป็นพาร์ทเนอร์ส่วนตัวด้วยเทคโนโลยีเป็นตัวเลือกต้นและขับเคลื่อน โดยเน้นการพัฒนาทักษะความรู้ด้านดิจิทัล เช่น AI, Coding, Network System, Communication และ Management เป็นต้น

มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี

ความร่วมมือในการยกระดับคุณภาพการศึกษา

การดำเนินโครงการคอนเน็กซ์อีดี หรือ Connext ED เป็นตัวอย่างโครงการระดับชาติที่เป็นรูปธรรมชัดเจนของคำว่า “การมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของทุกภาคส่วน” ซึ่งทำให้เกิดโรงเรียนคุณภาพทุกพื้นที่ เด็กไทยทุกคนได้รับโอกาสทางการศึกษาที่มีคุณภาพเสมอภาค เท่าเทียม ลดความเหลื่อมล้ำ เป็นความร่วมมือที่สอดคล้องกับเป้าหมายของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ที่ต้องการส่งเสริมให้เด็กไทยมีศักยภาพด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และปัญญาประดิษฐ์ ควบคู่กับการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม เพื่อยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษา และเกิดเป็นผลสัมฤทธิ์ที่สามารถวัดผลได้อย่างชัดเจน

กลุ่มธุรกิจเครือฯ ได้เข้าไปร่วมพัฒนาโรงเรียนให้สอดคล้องกับกระแสโลก โดยส่งเสริมพัฒนาผู้อำนวยการและคุณครูให้มีศักยภาพสูง พัฒนาหลักสูตรส่งเสริมให้นักเรียนเป็นศูนย์กลาง และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล ยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาไทยในศตวรรษที่ 21 ดำเนินการสร้างรากฐานการศึกษา ส่งเสริมด้านวิชาชีพ ด้านวิชาการ ด้านศิลปะวัฒนธรรม ด้านเทคโนโลยี และด้านความยั่งยืน มุ่งสู่การสร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิต หรือ Lifelong Learning ตลอดจนการได้เรียนรู้และปฏิบัติจริงเพื่อให้เกิดผลเป็นการสร้างอาชีพ และการสร้างรายได้ที่ยั่งยืน

CASE STUDY



พลิกโฉมการศึกษา รับมือความท้าทายในยุคดิจิทัล

บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จัดเวิร์คช็อป “โครงการผู้นำด้านเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา ICT Talent ประจำปี 2566” โดยปัจจุบันมี ICT Talent ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐมากกว่า 2,000 คน ดูแล 4,100 โรงเรียนทั่วประเทศ มีบทบาทสำคัญในการร่วมสร้างความเปลี่ยนแปลงให้แก่สังคมการศึกษาไทย จากผลวิจัยของทีดีอาร์ไอ พบว่านักเรียนมีความรู้ความเข้าใจด้านเทคโนโลยี (ICT Literacy) สูงขึ้น ครูใช้เทคโนโลยีในการสอนมากขึ้นถึงร้อยละ 76 และมั่นใจที่จะใช้เทคโนโลยีในการสอนถึงร้อยละ 88

สร้างผู้นำ ICT Talent กว่า 2,000 คน

Intellectual Capital

Human Capital

นักเรียนที่เข้าถึงการเรียนรู้ และข้อมูลสารสนเทศ 1.6 ล้านคน

Intellectual Capital

Human Capital

ผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์และระดับคุณภาพการจัดการศึกษาปี 2566 (สะสม)

Transparency
แสดงรายละเอียดโรงเรียนคอนเน็กซ์อีดี **5,570 แห่ง**
ผ่านเว็บไซต์ www.connected.org/foundation/

Market Mechanisms
พนักงานจิตอาสา (School Partner) **1,567 คน**
ICT Talent **2,000 คน**

Hight-quality Principals & Teachers
อบรมครู และผู้บริหารโรงเรียนกว่า **60,000 คน**

Child Centric & Curriculum
จัดตั้ง Learning Center **27 แห่ง**

Digital Infrastructures
3,351 โรงเรียน ติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
4,188 เครื่อง คอมพิวเตอร์จากทศนบ้านชวน-อิลพ่วน (สะสม)



สังคมแห่งภูมิปัญญาที่ยั่งยืน

Sustainable Intelligence Transformation Model (SI Transformation Model)

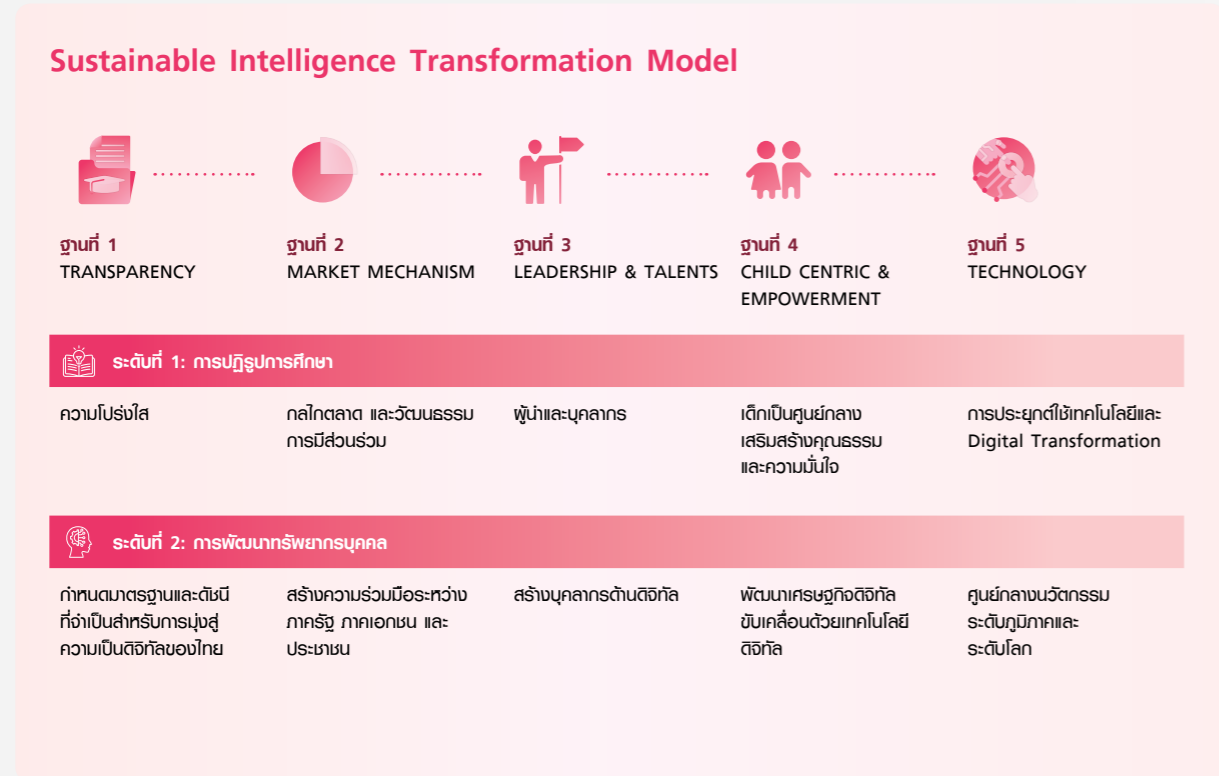
เศรษฐกิจโลกกำลังก้าวเข้าสู่ยุค 5.0 คือ ยุคที่มนุษย์และเทคโนโลยีผสมผสานกันอย่างลงตัว รวมถึงต้องมีความตระหนักรู้เรื่องความยั่งยืน ประกอบกับคุณธรรมและจริยธรรม เราเรียกยุค 5.0 นี้ว่า Sustainable Intelligence-based หรือ “SI” Society หรือ “สังคมแห่งภูมิปัญญาอย่างยั่งยืน หรืออีกนัยหนึ่ง คือ เราควรร่วมกันสร้างสังคม “SI Over AI”

ปัจจุบันและในหลายทศวรรษข้างหน้า โลกของเรากำลังเผชิญความท้าทายหลายด้าน อาทิ ปัญหาความเหลื่อมล้ำ การเปลี่ยนแปลงผันผวนอันเกิดจากเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ

ความเปลี่ยนแปลงของชีวอำนาจเศรษฐกิจโลก การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคประชาชน และการเปลี่ยนแปลงทางสุขภาพมนุษย์ ซึ่งความท้าทายดังกล่าวส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมในวงกว้าง ดังนั้น การสร้างองค์ความรู้ให้กับทรัพยากรมนุษย์ผ่านระบบการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ โดยการนำ Sustainable Intelligence Transformation (SI Transformation Model) ที่เน้นนำความยั่งยืนเข้ากับเทคโนโลยีเพื่อความเปลี่ยนแปลง โดยเริ่มต้นที่คนและทัศนคติที่ดี โดยแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ แรกเริ่มที่การปฏิรูปการศึกษา และการพัฒนา

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญและร่วมสนับสนุนการพัฒนาการศึกษาของประเทศ โดยการร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนผ่านการสนับสนุนมูลนิธิคอนเน็กซ์อีดี และการเป็นสมาชิก Global Compact Network Thailand (GCNT) เพื่อมีส่วนร่วมในการปฏิรูปการศึกษาและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่จะช่วยพาบริษัท และประเทศสู่การบรรลุเป้าหมาย SDGs โดยเฉพาะในยุคเศรษฐกิจ 5.0 ต้องมี Growth Mindset ที่พร้อมหาโอกาสใหม่ในโลกที่ท้าทาย มีความคิดสร้างสรรค์ และได้รับการศึกษาที่เน้นการลงมือทำ (Action-Based) ตั้งแต่ในโรงเรียน เพื่อให้สามารถเข้าสู่โลกการทำงานที่วัดผลงานและจ่ายค่าตอบแทนได้อย่างเป็นธรรม ที่สำคัญที่สุด

คือการตระหนักรู้ถึงคุณค่า ESG อย่างลึกซึ้งและสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมีแนวทางในการดำเนินการขับเคลื่อนผ่าน 6 วิธีร่วมกัน ได้แก่ บูรณาการวิทยาการคอมพิวเตอร์เข้ากับหลักสูตร นักเรียนทุกคนมีคอมพิวเตอร์หรือแล็ปท็อปของตนเอง ศูนย์การเรียนรู้ทุกโรงเรียนภายในปี 2568 ส่งเสริมเนื้อหาหัวใจ ผู้คน 3 ล้านคนต้องติดตั้งระบบดิจิทัลระดับสูง การรู้หนังสือภายในปี 2571 และสตาร์ทอัพ 20,000 รายภายในปี 2570 โดยเครือฯ มุ่งมั่นที่จะเป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่ช่วยขับเคลื่อนการศึกษา และร่วมสร้างสังคมแห่งภูมิปัญญาที่ยั่งยืน



แนวทางในการขับเคลื่อนการศึกษาที่เครือฯ สนับสนุนผ่านโครงการและความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน

วิทยาการคอมพิวเตอร์ เป็นวิชาบังคับ

มี Incentive Content ในช่วง Prime Time

นักเรียนทุกคน มีคอมพิวเตอร์

3 ล้านคน เป็นผู้มีทักษะดิจิทัลขั้นสูง ภายในปี 2571

ทุกโรงเรียนมีศูนย์การเรียนรู้ ภายในปี 2568

20,000 Startups ภายในปี 2570

อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมและโครงการที่เกี่ยวข้องได้ใน [การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ](#)



การส่งเสริมการศึกษา

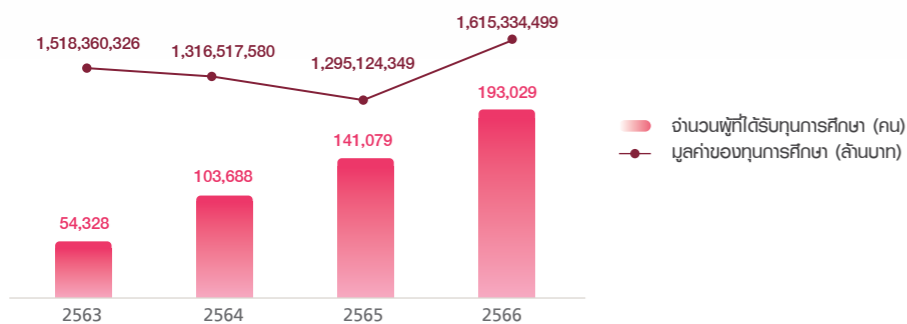
การส่งเสริมการศึกษาของเครือเจริญโภคภัณฑ์



ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาในประเทศไทยเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นมาอย่างยาวนาน ซึ่งเป็นผลมาจากความเหลื่อมล้ำในด้านต่าง ๆ เช่น คุณภาพของโรงเรียนที่แตกต่างกัน การศึกษาไม่ทั่วถึงในพื้นที่ห่างไกล การขาดแคลนทุนการศึกษา เครือเจริญโภคภัณฑ์ร่วมสนับสนุนเพื่อส่งเสริมการศึกษาทั้งในและต่างประเทศ โดยใช้

ศักยภาพที่เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาเป็นแรงขับเคลื่อน เพิ่มโอกาสให้เด็กและเยาวชนสามารถเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ที่มีประโยชน์ และใช้งานอย่างถูกต้องปลอดภัย ผ่านโครงการต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อร่วมสร้างสังคมแห่งภูมิปัญญาที่ยั่งยืน

จำนวนผู้ได้รับทุนการศึกษาและมูลค่าของทุนการศึกษา



Work-based Education Model มากกว่าการศึกษา คือ “ประสบการณ์” ทำงานจริง

ส่งเสริมเยาวชนไทยให้มีทักษะที่หลากหลายจากสถานประกอบการจริง ไม่เฉพาะสถานประกอบการในไทย แต่รวมถึงในต่างประเทศ PIM มหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจ (Corporate University) ให้ความสำคัญกับการพัฒนา “คน” จึงสร้างความร่วมมือกับภาครัฐ เอกชน และภาคการศึกษาในระดับนานาชาติทั่วโลก เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ไปเรียนรู้ประสบการณ์จริงจากองค์กรชั้นนำในหลากหลายประเทศ เพื่อฝึกทักษะใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการในกระแสโลก



ขับเคลื่อนการศึกษา อินเทอร์เน็ตคือศูนย์กลางความรู้

“Learning Center” มีบทบาทสำคัญในการสร้างระบบนิเวศและเสริมกระบวนการเรียนรู้ ให้ผู้เรียนได้เพิ่มพูนประสบการณ์และสนุกไปกับการเรียนการสอนที่เด็กเป็นศูนย์กลาง ขยายผลจนเมืององค์กรเอกชน และภาครัฐ ร่วมสนับสนุน ปัจจุบันมีศูนย์ Learning Center 27 แห่ง

True Digital Academy

สถาบันสร้างทักษะดิจิทัลชั้นนำ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาคนและองค์กรในประเทศไทยให้มีทักษะที่สอดคล้องกับปัจจุบันและอนาคต ให้สามารถแข่งขันในภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมในระดับนานาชาติได้อย่างทัดเทียม มีการอบรมในรูปแบบออนไลน์และแบบห้องเรียนมากกว่า 60 หลักสูตร เช่น Digital Foundations, Data Champion, Digital Marketing และ Product Management โดยปี 2566 ได้รับความไว้วางใจจากผู้เรียนและองค์กรต่าง ๆ (Net Promoter Score) สูงถึงร้อยละ 78



การส่งเสริมโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต

การฝึกฝนด้านเทคนิคและทักษะวิชาชีพ Lifelong Learning

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีเป้าหมายเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาชุมชน และการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม จึงสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้ อย่างต่อเนื่อง ให้ผู้เรียนเป็น Lifelong Learner สร้างระบบนิเวศที่เอื้อ ต่อการเรียนรู้ สร้างแรงบันดาลใจ และแนวอาชีพเพื่อสร้างรายได้ พัฒนาความรู้ความสามารถ ผูกอบรม สร้างเสริมทักษะด้านวิชาชีพ เรียนรู้วิธีการทำงานแบบใหม่ นอกจากนี้ ยังสนับสนุนเด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึงการศึกษาทั้งในระบบและ นอกกระบบ ให้มีทักษะทางเทคนิคที่จำเป็นต่ออาชีพการทำงาน



เสริม Skill เกษตรดิจิทัล สร้าง “นักจัดการเกษตรนวัตกรรม”

ความก้าวหน้าของโลกดิจิทัลทำให้เกษตรกร ก้าวเข้าสู่การเป็น สมาร์ทฟาร์มเมอร์ ใช้นวัตกรรมเพิ่มประสิทธิผลของการผลิต สร้าง มูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ด้วยการเรียนรู้ควบคู่ไปกับการปฏิบัติทำให้ ผู้เรียนมีทักษะ สามารถเป็นนักเกษตรยุคใหม่ (Young Smart Farmer) ที่ประสบความสำเร็จ นางสาวบุษบง จีสันเทียะ หรือ น้องแจจ เจ้าของผลิตภัณฑ์ “เด็กขายนม Boonchu Dairy Farm” ศิษย์เก่า คณะเกษตรนวัตกรรมและการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ให้โอกาสการเรียนรู้แก่พนักงาน

ความร่วมมือกันระหว่างบริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน) และ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ต่อยอดการศึกษาให้กับพนักงาน ได้เรียนฟรีในหลักสูตรการจัดการธุรกิจร้านอาหาร 2 ปี ซึ่งสามารถ ประยุกต์ใช้ความรู้กับงานที่ทำอยู่ได้ และหลังจากเรียนจบยังมีโอกาส เติบโตที่ซีพี แอ็กซ์ตรา ได้มากขึ้นจากวุฒิการศึกษาที่เพิ่มขึ้น



CP Future Campus

มหาวิทยาลัยเครือเจริญโภคภัณฑ์ แบ่งปันความรู้สู่ภาคสังคม ภาคการศึกษาและภาคธุรกิจผ่านผู้มีประสบการณ์ทั้งในและ ต่างประเทศ รวมถึงนักวิชาการที่มีชื่อเสียงระดับโลกมารวมอยู่ใน CP Future Campus เพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงการศึกษา อย่างเท่าเทียม และเรียนรู้สิ่งใหม่ ตามความสนใจที่แตกต่างกัน ได้ในทุกที่ ทุกเวลา

CASE STUDY

เสียงสะท้อนของการเรียนรู้จาก Learning Center

โรงเรียนบ้านหนองเงือก จ.ลำพูน เป็นโรงเรียนต้นแบบและประสบความสำเร็จจากการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาบูรณาการ ส่งเสริม กระบวนการเรียนรู้แบบเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ทำให้สามารถ ดึงศักยภาพของนักเรียน จนวันนี้ ทุกคนสามารถทอผ้าฝ้ายและมี ทักษะการออกแบบงานประดิษฐ์อย่างโดดเด่น พร้อมทั้งตั้งชุมชน เข้ามามีส่วนร่วม



จำนวนเด็กและเยาวชนที่มีส่วนร่วม **5,700 คน**

Human Capital

Relationship Capital

สร้างโอกาสทางอาชีพแก่กลุ่มเปราะบาง

จัดอบรมเตรียมความพร้อมให้กับตัวแทนนักเรียนที่มีความบกพร่อง ทางการได้ยิน ตั้งแต่กระบวนการคัดสรรวัตถุดิบ การขงเครื่องตีไม้ให้ ได้มาตรฐาน การจัดทำบัญชี การขาย การบริการ ปรับปรุงต่อเติม อาคารที่อยู่ริมรั้วของโรงเรียนจนเกิดเป็นร้านกาแฟสร้างอาชีพ เป็นแหล่งพัฒนาการเรียนรู้ทั้งทฤษฎีและปฏิบัติ ให้นักเรียน เป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณค่า สร้างอาชีพ สร้างงาน สร้างเงิน สร้างเศรษฐกิจระดับฐานรากให้กับชุมชน สังคม



การพัฒนาผู้นำ และทรัพยากรบุคคล

Leadership and Human Capital Development



ทุกวันนี้ เราอาศัยอยู่ในยุคที่ทุกอย่างเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและสังคมต่าง ๆ เชื่อมโยงกันทั่วโลก โดยมีความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและดิจิทัลเป็นตัวขับเคลื่อนหลัก สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นความท้าทายขององค์กรต่าง ๆ รวมทั้งเครือเจริญโภคภัณฑ์ ในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีความเหมาะสมต่อยุคแห่งดิจิทัลและเทคโนโลยี สำหรับเครือฯ การพัฒนาทรัพยากรบุคคลเป็นหนึ่งในกลยุทธ์หลัก เพราะเราตระหนักดีว่าทรัพยากรบุคคลมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานขององค์กรสู่การสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนในระยะยาวให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อสรรหา ดึงดูด พัฒนา และรักษาพนักงานที่มีความสามารถไว้กับองค์กร เครือฯ จำเป็นต้องมีกลยุทธ์ที่ครอบคลุมและยืดหยุ่น ไม่ว่าจะเป็นการยกระดับทักษะของพนักงาน เพื่อให้พัฒนาความรู้ที่เกี่ยวข้องและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลได้ การส่งเสริมวัฒนธรรมการเรียนรู้และนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี และการให้โอกาสในการก้าวหน้าทางอาชีพโดยไม่มีการแบ่งแยก นอกจากนี้ การพัฒนาความรู้ ความสามารถเพื่อสร้างคนเก่งแล้ว เครือฯ ยังปลูกฝังค่านิยม 6 ประการของเครือฯ เพื่อหล่อหลอมให้บุคลากรของเครือฯ เป็นคนดี สร้างสังคมที่น่าอยู่ เพื่อการสร้างวัฒนธรรมความยั่งยืนทั่วทั้งองค์กร

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

- | | |
|---|--|
| <p>4 การศึกษาที่มีคุณภาพ</p> <p>4.3 สร้างหลักประกันให้ชายและหญิงทุกคนเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ</p> <p>4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็นต่อการจ้างงาน</p> <p>4.5 ขจัดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา และส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาอย่างเท่าเทียม</p> | <p>8 การเติบโตอย่างมีคุณภาพ</p> <p>8.5 สนับสนุนการจ้างงานเต็มที่มีคุณภาพสำหรับหญิง ชาย และผู้มีภาวะทุพพลภาพ</p> |
|---|--|

▶ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- [Sustainable Development Goals Report 2023](#)
- [Sustainability Performance Report 2023](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

28.07 ชั่วโมง/คน/ปี

เฉลี่ยชั่วโมงการฝึกอบรมในปี 2566 เพิ่มขึ้นร้อยละ 32.22 จากปี 2565

100%

สัดส่วนพนักงานที่ได้รับการประเมินผลการดำเนินงานประจำปี

44,951 คน

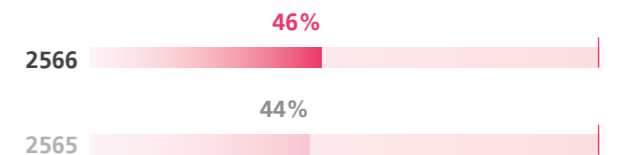
จำนวนพนักงานที่มีความรู้ด้าน Science, Technology, Engineering, and Mathematics หรือ STEM

เป้าหมายและความคืบหน้า

พนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรมด้านความยั่งยืน เป็นประจำทุกปี



พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือโครงการด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี



แผนการดำเนินงานในอนาคต

- ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อร่วมกันพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่
- พัฒนาศูนย์การเรียนรู้ (Learning Center) ตาม 17 เป้าหมายของ UN Sustainable Development Goals (SDGs)

การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล

ยุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรบุคคลของเครือฯ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มียุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรบุคคล เป็นกรอบในการบริหารบุคลากรภายใต้การดำเนินการของเครือฯ ที่มีพนักงานกว่า 4 แสนคนที่มีความแตกต่างและหลากหลาย ด้วยจำนวนบุคลากรที่มีเป็นจำนวนมาก และกระจายอยู่ทั่วโลก การมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาศักยภาพบุคลากรของเครือฯ ให้เป็นคนดี คนเก่ง เพื่อร่วมสร้างองค์กรที่ยั่งยืนจึงเป็นเรื่องสำคัญในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง เครือฯ มีการกำหนดกลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคลของเครือฯ โดยเน้นไปที่การสร้างองค์กรแห่งอนาคต

โดยสามารถผสมผสานการทำงานของคนและเครื่องจักร หรือ เทคโนโลยีได้อย่างกลมกลืน การดึงดูดและสรรหาคนดีคนเก่งทั่วโลก เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการร่วมขับเคลื่อนเครือฯ ให้เติบโตอย่างยั่งยืน การสร้างผู้นำรุ่นใหม่ผ่านการเรียนรู้จริง โดยมีสถาบันผู้นำเครือฯ เป็นศูนย์กลาง และเสริมสร้างวัฒนธรรมการรักเครือฯ โดยหล่อหลอมให้คนซีพีใช้ค่านิยม 6 ประการในการดำเนินการและมีความภูมิใจที่ได้เป็นพนักงานของเครือฯ



การดึงดูดและสรรหาคนดีคนเก่งทั่วโลก

- คัดเลือกคนดีและคนเก่งเพื่อขับเคลื่อนกลยุทธ์ และสร้างความยั่งยืนให้แก่องค์กร
- รักษาบุคลากรที่มีศักยภาพให้อยู่กับองค์กรในระยะยาว โดยให้ทำงานที่ท้าทาย และให้อำนาจในการตัดสินใจ โดยมีผู้ใหญ่ชี้แนะ แต่ไม่ชี้นำ



การสร้างผู้นำและพัฒนากักขะแห่งอนาคต

- เน้นการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง (Action Learning Program)
- สร้างโอกาสความก้าวหน้า พัฒนาทักษะด้านดิจิทัล แก้ไขปัญหา ความเป็นผู้นำและสมรรถนะบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบตามความเหมาะสม



สร้างองค์กรในรูปแบบสตาร์ทอัพและโมดูลาร์

- เป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง
- ส่งเสริมให้มีการทำงานข้ามสายงานภายในเครือฯ เพื่อการพัฒนาบุคลากรรอบด้าน



เสริมสร้างวัฒนธรรมรักเครือฯ

- ปลูกฝังค่านิยม 6 ประการ
- เน้นการสร้างแรงบันดาลใจ สร้างความรัก ความผูกพัน และความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งของเครือฯ

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติ

เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรบุคคลไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารทรัพยากรบุคคล โดย คุณศุภชัย เจียรวนนท์ ประธานคณะผู้บริหาร เป็นประธานคณะกรรมการฯ และคุณพิมพ์รัตน์ ธิพัฒน์ นาวิจิตรกุล ประธานผู้บริหารทรัพยากรบุคคล เป็นรองประธานอนุกรรมการฯ และมีผู้บริหารด้านทรัพยากรบุคคลจากทุกกลุ่มธุรกิจและทุกเขตประเทศเป็นกรรมการ บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการฯ คือ ผลักดันและดำเนินงานตามกลยุทธ์ด้านบุคคล นำเสนอนโยบายด้านทรัพยากรบุคคลของเครือฯ รายงานผลการดำเนินงาน

ด้านทรัพยากรบุคคล ร่วมกับสถาบันผู้นำเครือฯ ในการพัฒนาผู้นำของเครือฯ ให้เป็นคนดี คนเก่ง เพื่อตอบสนองการเป็นองค์กรที่ยั่งยืน รวมทั้งแบ่งปันแนวทางปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practices) เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลและองค์ความรู้ในการดำเนินงานด้านทรัพยากรบุคคลของเครือฯ คณะอนุกรรมการฯ ได้กำหนดให้มีการประชุมเป็นประจำทุกเดือน ซึ่งในปี 2566 คณะอนุกรรมการฯ มีการประชุมและตัดสินใจในเรื่องสำคัญ ได้แก่ การจัดทำและทบทวนกลยุทธ์ด้านบุคคลที่สอดคล้องกับเป้าหมายการเติบโตทางธุรกิจ โดยสร้างการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่การเป็นองค์กรไบโอเนติก

CASE STUDY

สร้างการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่การเป็นองค์กรไบโอเนติก (Bionic Organization)

จัดทำและทบทวนกลยุทธ์ด้านบุคคลที่สอดคล้องกับเป้าหมายการเติบโตทางธุรกิจ โดยสร้างการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่การเป็นองค์กรไบโอเนติก (Bionic Organization) ที่ยกระดับขีดความสามารถองค์กร ด้วยการผสมผสานการทำงานและเทคโนโลยีกับคน ดึงดูดและสร้างผู้นำยุคใหม่ที่มุ่งเน้นด้านดิจิทัล (Digital Talent) ผลานความร่วมมือระหว่างกลุ่มธุรกิจในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรในด้านเทคโนโลยี

สร้างวัฒนธรรมการขับเคลื่อนนวัตกรรม (Innovation-driven Culture) เพื่อพัฒนาผู้นำไบโอเนติก (Bionic Leader) ในทุกระดับ ที่นำไปสู่รูปแบบการทำงานแบบการใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีเป็นศูนย์กลาง และสร้างความรักและความภาคภูมิใจต่อองค์กรของพนักงาน

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการลงทุนในทรัพยากรบุคคลซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีค่าที่สุดของเครือฯ และมีแนวทางในพิจารณามูลค่าของพนักงานที่มีต่อองค์กร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจในเชิงกลยุทธ์ในเรื่องทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสม โดยมีการวัดประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานรายบุคคล หรือ Human Capital Return on Investment (HCROI) เป็นประจำทุกปี

ผลตอบแทนการลงทุนการพัฒนาบุคลากร Human Capital Return on Investment (HCROI)

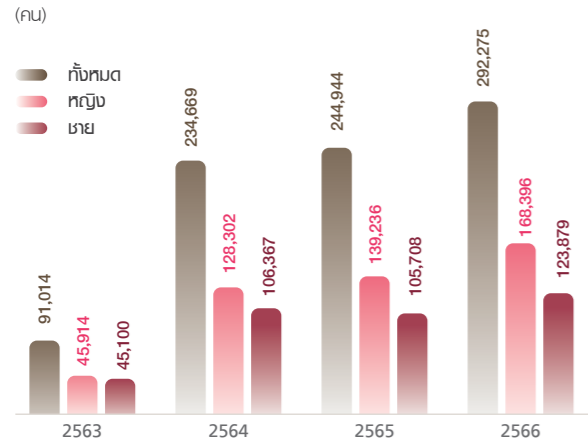
14.02 เท่า

การสรรหาและดึงดูดคนดีคนเก่งทั่วโลก

การสรรหาบุคลากรสำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์

การที่องค์กรจะสามารถประสบความสำเร็จ และบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้นั้น หนึ่งในปัจจัยสำคัญคือบุคลากรขององค์กร ต้องมีคุณสมบัติที่สอดคล้องกับค่านิยม เป็นคนดี และมีความรู้ความสามารถ ดังนั้น เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงได้มีการผนวกค่านิยมขององค์กรเข้าไปในการสรรหาบุคลากรของเครือฯ เพื่อสรรหาคดีและคนเก่งที่พร้อมร่วมเติบโตไปกับองค์กรอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสรรหาคนรุ่นใหม่ทั่วโลก มุ่งมั่นพัฒนาคนรุ่นใหม่ที่มีทัศนคติความเป็นผู้นำ ใฝ่รู้รอบ กล้าคิดกล้าทำ มีวินัย และร่วมกันพัฒนาบุคลากรขององค์กร ผ่านโครงการผู้นำ โดยการสรรหาบุคลากรผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ การบอกต่อจากเพื่อนสู่เพื่อน การสร้างความร่วมมือทวิภาคีกับหน่วยงานภายนอก และพันธมิตรต่าง ๆ เช่น ความร่วมมือ Sandbox กับมหาวิทยาลัยในสังกัด กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม รวมถึงการโรดโชว์ไปยังสถาบันการศึกษาชั้นนำและประเทศเป้าหมายที่ต้องการ เป็นต้น ด้วยความมุ่งมั่นทั้งหมดนี้ เครือฯ ได้รับคัดเลือกให้เป็นหนึ่งในนายจ้างดีเด่นประจำปี 2566 หรือ Employer Brand Perception 2023 โดย Ancor Thailand

จำนวนการจ้างพนักงานใหม่



CASE STUDY

กิจกรรม “Lotus Cup” คันทาและพัฒนาศักยภาพนักศึกษาในประเทศจีน มุ่งส่งเสริมประสบการณ์การเป็นผู้ประกอบการเพื่อสร้างรากฐานในการพัฒนาอาชีพในอนาคต

โครงการ “Lotus Cup” เป็นความร่วมมือระหว่างสถานกงสุลใหญ่ นครกวางโจวกับเครือเจริญโภคภัณฑ์ประเทศไทย จัดขึ้นเพื่อค้นหาและพัฒนาศักยภาพนักศึกษาไทยกับนักศึกษาต่างชาติในประเทศจีน เพื่อการเรียนรู้และนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนนวัตกรรมด้านการตลาด รวมถึงมุ่งส่งเสริมประสบการณ์การเป็นผู้ประกอบการเพื่อสร้างรากฐานในการพัฒนาอาชีพในอนาคต ถือเป็นโอกาสอันดีสำหรับนักศึกษาไทยที่ได้มีส่วนร่วมในการบริหารธุรกิจผ่านการแข่งขันการตลาด โดยแสดงผลงานของคนรุ่นใหม่ในการเรียนรู้ สร้างผลงาน และเติบโตผ่านการลงมือปฏิบัติจริง



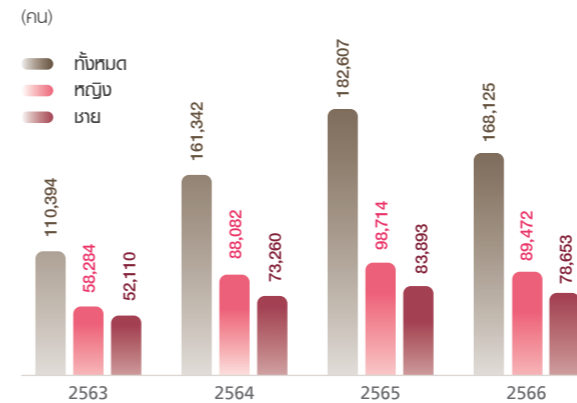
จำนวนนักศึกษาเข้าร่วมกว่า 200 คน

- Relationship Capital
- Human Capital

การรักษาไว้ซึ่งพนักงานที่ดี และเก่ง

ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี การคำนึงถึงทัศนคติการใช้ชีวิตและการทำงานของคนรุ่นใหม่ และการรักษาไว้ซึ่งพนักงานที่มีคุณค่าจึงเป็นเรื่องสำคัญ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการปรับปรุงโครงสร้างชั้นงานรูปแบบใหม่ ปรับขอบเขตงานที่ทับซ้อน ลดขั้นตอนการทำงาน ส่งเสริมการให้อำนาจผู้นำรุ่นใหม่ได้ตัดสินใจ รวมทั้งมีการพัฒนาความรู้ ความสามารถ และทักษะที่จำเป็นของแต่ละบุคคล การกำหนดเป้าหมายและการประเมินผลรายบุคคลโดยเป็นการวัดผลที่โปร่งใส ให้ผลตอบแทนเหมาะสมกับผลงาน อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนมีสิทธิที่เท่าเทียมกันในการเติบโตในสายอาชีพที่พนักงานสนใจ เครือฯ ยังจัดให้มีสวัสดิการต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานของเราสามารถใช้ชีวิตในการทำงานได้อย่างสบายใจและมีคุณภาพ รวมทั้งมีการประเมินค่าจ้างค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับค่าครองชีพอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้ทำการประเมินความผูกพันของพนักงานเป็นประจำทุกปี เพื่อนำผลมาปรับปรุงระบบการบริหารจัดการบุคลากรของเครือฯ ต่อไป

จำนวนการลาออกของพนักงาน



จากความมุ่งมั่นของเครือเจริญโภคภัณฑ์ด้านการรักษาไว้ซึ่งพนักงานที่ดี และเก่ง ส่งผลให้จำนวนการลาออกของพนักงานนั้น ลดลงร้อยละ 7.93

CASE STUDY

ประเมินค่าจ้างค่าตอบแทนที่ตอบสนองต่อค่าครองชีพอย่างเหมาะสม

บริษัท ซีพี อีแอกซ์ตรา จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นที่จะประเมินค่าจ้างค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับค่าครองชีพของพนักงานตามแนวทางของ Anker และในปี 2566 ได้ขยายการประเมินค่าครองชีพไปยังผู้รับเหมาสำคัญลำดับที่ 1 ซึ่งได้รับการประเมินไปแล้วร้อยละ 2



ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมดได้รับค่าจ้างค่าตอบแทนที่ตอบสนองต่อค่าครองชีพอย่างเหมาะสม

- Financial Capital
- Human Capital

CASE STUDY

บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด เป็นหนึ่งใน 50 บริษัทที่คนรุ่นใหม่อยากร่วมงานด้วยมากที่สุด ประจำปี 2566 โดยผลสำรวจของบริษัท เวิร์คเวเนเจอร์ เทคโนโลยีส์ จำกัด



การสร้างผู้นำและพัฒนาทักษะแห่งอนาคต โดยสถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์

การพัฒนาศักยภาพของพนักงาน



เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้นการสร้างผู้นำรุ่นใหม่และธุรกิจให้เติบโตไปพร้อมกันแบบก้าวกระโดด เครือฯ จึงได้มีการพัฒนาหลักสูตรการพัฒนาผู้นำที่มีศักยภาพ ผ่านสถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ วางแผนพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่อย่างเป็นระบบ ให้มีความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่สอดคล้องกับค่านิยมและยุทธศาสตร์ของเครือฯ เรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง โดยการดำเนินโครงการยุทธศาสตร์และรับคำปรึกษาจากผู้บริหารระดับสูง และคณะที่ปรึกษาของเครือฯ โดยเน้นให้ผู้เข้าอบรมได้รับการปฏิบัติงานจริง ผู้เข้าอบรมจะเกิดทักษะในหลากหลายมิติ พร้อมทั้งเรียนรู้รอบด้านจากประสบการณ์ของผู้บริหารระดับสูง วิทยากรผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์แขนงต่างๆ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากผู้เข้าอบรมด้วยกัน เพื่อพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ สู่งานเป็นผู้นำทางธุรกิจอย่างมืออาชีพ และผนึกกำลังเพื่อสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจเครือฯ ทั้งในและต่างประเทศ รวบรวม พัฒนา และนำเสนอองค์ความรู้ที่เกิดขึ้น เพื่อส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น โดยหลักสูตรสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

- โครงการเชิงกลยุทธ์ มุ่งเน้นการยกระดับและพัฒนาเครือฯ (เจ้าแกใหญ่)**
 เน้นการยกระดับและพัฒนาเครือฯ ทำโครงการเชิงยุทธศาสตร์เพื่อขยายผล
- โครงการพัฒนาผู้นำระดับปฏิบัติการ เน้นการปฏิรูประบบราชการ (เจ้าแกกลาง)**
 เน้นการปฏิรูปตลอดห่วงโซ่อุปทานและการผนึกกำลัง
- โครงการพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ เน้นการพัฒนาธุรกิจ (เจ้าแกเล็ก)**
 เน้นการพัฒนาธุรกิจและบริหารทีมผ่านการเป็นสปอนเซอร์
- โครงการสำหรับพนักงานรุ่นใหม่ (เจ้าแกน้อย)**
 ผู้นำรุ่นใหม่ มุ่งสร้างผู้นำที่ครบเครื่อง (เจ้าแก)

โครงการพัฒนาผู้นำ (โครงการเจ้าแก) พลักดันให้ธุรกิจเติบโตแบบก้าวกระโดด

โครงการเจ้าแก เป็นการพัฒนาผู้นำที่มีศักยภาพ ซึ่งเป็นการให้ผู้เข้าอบรมได้ปฏิบัติจริง ทำให้เกิดการพัฒนาในเชิงกลยุทธ์ การปรับปรุงกระบวนการ สินค้า และบริการต่าง ๆ ผลักดันให้ธุรกิจเติบโตแบบก้าวกระโดด ในปี 2566 พนักงานและผู้นำที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาผู้นำ ช่วยเพิ่มรายได้ให้เครือฯ กว่า 58,000 ล้านบาท

CASE STUDY

ระบบพลัสเซลล์ปัญญาประดิษฐ์

ผู้นำในโครงการเจ้าแกกลาง (LDP 7 เดลิเวอรี่) เป็นการพัฒนานำระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาประมวลผลจากประวัติการค้นหา การสั่งซื้อ ควบคู่กับสินค้าขายดีและสินค้าโปรโมชัน มาแสดงผลแบบรายบุคคล (Personalized) เพื่อส่งเสริมการขายให้ลูกค้าเลือกหยิบเพิ่มได้ทันที

ลูกค้ากดสินค้าลงตะกร้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 27

สั่งซื้อสำเร็จร้อยละ 16.7

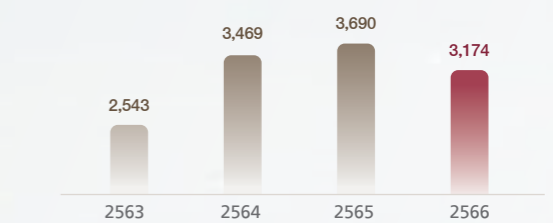
Financial Capital



จำนวนผู้บริหารและพนักงานที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาผู้นำ ประจำปี 2566



จำนวนผู้บริหารและพนักงานที่เข้าร่วม (คน)



ประเภทโครงการ	หญิง (คน)	ชาย (คน)	รวม (คน)
เจ้าแกน้อย	782	724	1,506
เจ้าแกเล็ก	909	683	1,592
เจ้าแกกลาง	23	17	40
เจ้าแกใหญ่	25	11	36
รวม	1,739	1,435	3,174



สถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ มุ่งมั่นส่งเสริมให้พนักงานได้รับความรู้และทักษะที่มีคุณภาพอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง เน้นการเรียนรู้ผ่านการทำจริง ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต และส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการยอมรับความแตกต่าง การปฏิบัติต่อกันอย่างเท่าเทียม

คุณพิมพ์ลรัตน์ ธิพัฒน์วิจิตรกุล

ผู้อำนวยการ สถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ และประธานผู้บริหารทรัพยากรบุคคลเครือเจริญโภคภัณฑ์

การส่งเสริมความรู้ความสามารถของพนักงาน

การส่งเสริมความรู้ความสามารถของพนักงานทุกระดับ

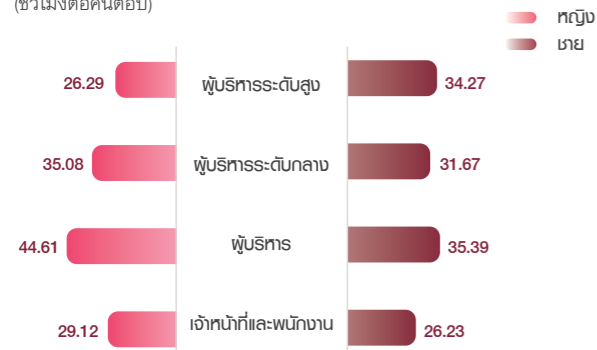


ในปัจจุบัน ดิจิทัลและเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตของธุรกิจ ซึ่งเครือเจริญโภคภัณฑ์ก็มีความมุ่งมั่นที่จะก้าวสู่การเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง ผ่านการนำเครื่องจักรเทคโนโลยีมาประยุกต์ในการทำงานร่วมกับซอฟต์แวร์ที่พัฒนาขึ้น อย่างไรก็ตาม ด้วยจำนวนพนักงานของเครือฯ ที่มีมากกว่า 4 แสนคน ทั่วทั้งโลก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพนักงานที่อยู่ในระดับแรงงาน การพัฒนาทักษะของพนักงานทุกคนให้สอดคล้องกับการเติบโตขององค์กร และสามารถนำดิจิทัลและเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประสิทธิผลนั้น เป็นความท้าทายสำคัญของเครือฯ

ด้วยเหตุนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงได้ดำเนินการพัฒนาบุคลากรมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบ มีความรู้ ความสามารถ พร้อมทั้งจะเติบโตอย่างก้าวหน้าในสายอาชีพอย่างมั่นคงและยั่งยืนกับองค์กร นอกจากนี้ เครือฯ ยังมีการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับวิธีการทำงานในปัจจุบัน พร้อมทั้งวัดประสิทธิผลการเรียนรู้และการดำเนินงานของพนักงานทุกระดับตามเป้าที่วางไว้ เพื่อระบุโอกาสในการพัฒนา (Competency Gap) และพัฒนาจุดแข็งต่อไป นอกจากนี้ ยังมีการเพิ่มทักษะที่จำเป็นให้กับพนักงานในทุกระดับ ได้แก่ การเพิ่มทักษะของพนักงานที่มีอยู่ให้มีความเฉพาะทางเพิ่มขึ้น และเสริมสร้างทักษะใหม่ เช่น การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และการวิเคราะห์ข้อมูลให้กับพนักงานทุกคน

จำนวนชั่วโมงการอบรมสำหรับพนักงาน

(ชั่วโมงต่อคนต่อปี)



CASE STUDY

ต่อยอดความสำเร็จด้วยระบบ

Knowledge Management: KM

เครือเจริญโภคภัณฑ์โดยสถาบันผู้นำ เครือฯ ได้มีการต่อยอดความสำเร็จโดยการพัฒนาศักยภาพที่เกิดจากการสั่งสมจากการปฏิบัติงานจริงทั้งข้อสังเกต ความท้าทายและผลสำเร็จที่เกิดขึ้นเพื่อเป็นฐานข้อมูล จัดทำเป็นระบบการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) เพื่อให้พนักงานที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ได้อย่างรวดเร็ว ทันที่ ทุกที่ ทุกเวลา และหลากหลายช่องทาง



กว่า **2,500** หลักสูตรออนไลน์ (E-Learning) เรียนได้เร็ว ใช้ได้จริง

142,000 องค์กรความรู้ (Knowledge on Demand) เข้าถึงง่ายตามต้องการ

Intellectual Capital Human Capital

CASE STUDY

การพัฒนาบุคลากรให้พร้อมเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลแพลตฟอร์ม

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญในการพัฒนาด้านดิจิทัลของพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัท ซีพีออลล์ จำกัด (มหาชน) ยกระดับการพัฒนาทักษะดิจิทัลของพนักงานสู่ระดับ Intermediate พร้อมมีการวัดประเมินทักษะที่สำคัญ ซึ่งมีหลักสูตรในการพัฒนาตามทักษะที่ต้องการ ได้แก่



หลักสูตร “Data Analytic Upskilling for Business Strategy” เรียนรู้การใช้ Advanced Excel เพื่อจัดเตรียมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล

หลักสูตร “การปรับปรุงกระบวนการทำงานด้วย Power App & Power Automate” เพื่อเพิ่มทักษะการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี

หลักสูตร “Advanced Digital Marketing Program” เพื่อเสริมทักษะ Digital Marketing สร้างการตลาดแบบดิจิทัลที่น่าสนใจ

โครงการปรับปรุงกระบวนการทำงานด้วย **96** โครงการ จากพนักงาน **1,160** ราย ที่ร่วมอบรม

Human Capital

ระบบการประเมินผลปฏิบัติงาน และความก้าวหน้าในสายงานอาชีพ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการประเมินผลการทำงานของพนักงานในหลากหลายรูปแบบ เพื่อให้การประเมินผล มีความเหมาะสมกับลักษณะการปฏิบัติงานและสะท้อนผลการปฏิบัติงานได้อย่างครบถ้วน อาทิ การประเมินตามเป้าหมายในการทำงาน (Management by Objectives) การประเมินผลการทำงานหลายมิติ (Multidimensional Performance Appraisal) ประเมินผลแบบทีม (Team-based Appraisal) และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นแบบอจีล์ (Agile Conversations) ซึ่งการประเมินผล ที่เครือฯ จะเป็นไปอย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ และไม่มีการแบ่งแยก กระบวนการประเมินผลจะเริ่มต้นตั้งแต่การกำหนดเป้าหมาย ติดตาม และทบทวนผลการปฏิบัติงานประจำปี

ร่วมกับผู้บังคับบัญชาอย่างใกล้ชิด นอกเหนือจากการประเมินผลแล้ว เครือฯ ยังส่งเสริมให้เกิดการสร้างบรรยากาศในการให้คำแนะนำ (Feedback) ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา เพื่อให้พนักงานตระหนักถึงจุดแข็งและจุดอ่อนที่มี และจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพของพนักงานได้อย่างต่อเนื่อง

ผลของการประเมินผลการทำงานของพนักงานไม่เพียงใช้ในการพิจารณาผลตอบแทน แต่ก็นำมาประกอบใช้ในการพัฒนาความรู้ ความสามารถ และทักษะของพนักงานให้สามารถเติบโตในสายงานอาชีพที่สนใจ



เสริมสร้างวัฒนธรรมการรักเครือฯ

การสร้างวัฒนธรรมเครือฯ ที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง ส่งเสริม และสนับสนุนให้พนักงานเป็นคนดี คนเก่ง มีคุณธรรม มีความรักและความภาคภูมิใจในองค์กร โดยขับเคลื่อนผ่านการปลูกฝังค่านิยม 6 ประการของเครือฯ อย่างเข้มแข็งและต่อเนื่อง

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดแนวทางการสร้างวัฒนธรรมองค์กร ความรักเครือฯ ให้แก่พนักงานทุกระดับตั้งแต่วันแรกในการเป็นพนักงานของเครือฯ ยึดหลักในการสร้างวัฒนธรรมองค์กร ตามกรอบการสร้างวัฒนธรรมองค์กร 3P ได้แก่



Process ขั้นตอนเป็นระบบ มีขั้นตอนการสื่อสารที่เป็นระบบ สามารถถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ และวิถีชีวิตองค์กรไปสู่พนักงานทุกระดับ



People ประกอบด้วยกลุ่ม CP Ambassador โดยคัดเลือกตัวแทนจากทุกกลุ่มธุรกิจ เพื่อขับเคลื่อนกิจกรรมต่าง ๆ



Platform แพลตฟอร์มเพื่อการสื่อสารทั้ง 2 ทาง และระบบการเรียนรู้ที่จะช่วยเรื่องการสื่อสาร สร้างองค์ความรู้ รับผิดชอบต่อสังคมจากพนักงานในรูปแบบแพลตฟอร์มที่มีประสิทธิภาพ

การสำรวจ CP Love Index

เครือเจริญโภคภัณฑ์จัดให้มีการสำรวจ CP Love Index Survey เพื่อสำรวจบุคลากรของเครือฯ ในสองมิติ คือ องค์ความรู้เกี่ยวกับภาพรวมธุรกิจของเครือฯ และความรักต่อเครือฯ โดยใช้ชุดข้อคำถามเชิงพฤติกรรมที่สามารถแปรผลเป็นอัตราความรักที่พนักงานมีต่อองค์กร หรือที่เรียกว่า Superfan Index ผลสำรวจพบว่าพนักงานที่ทำแบบสำรวจจากทุกกลุ่มธุรกิจ 92,752 คน มีพนักงานที่เป็น Superfans และมีความรู้เกี่ยวกับเครือฯ จำนวน 35,808 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 ของจำนวนผู้ตอบแบบสำรวจ

ช่องทางการสื่อสารภายในของพนักงาน

เครือฯ จัดทำแพลตฟอร์ม C.P. LOVE และ CP Connect เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารทั่วทั้งองค์กร สร้างการมีส่วนร่วม รับฟังความคิดเห็นจากพนักงาน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 มีจำนวนพนักงานในเครือลงทะเบียนใช้งาน C.P. LOVE อยู่ที่ 47,873 คน คิดเป็นร้อยละ 66 จากเป้าหมาย 73,000 คน โดยภายในแพลตฟอร์ม C.P. LOVE ประกอบด้วยกิจกรรม ข่าวสาร ศูนย์รวมสิทธิประโยชน์สำหรับพนักงานในเครือฯ โดยสามารถร่วมกิจกรรมพร้อมสะสมคะแนนเพื่อแลกของขวัญรางวัลภายในเครือฯ อีกด้วย



Superfan Index

ร้อยละ 38.6



ร้อยละ 100

ของพนักงานที่ได้รับการประเมินผล และพัฒนาศักยภาพและความก้าวหน้าในอาชีพ



ร้อยละ 24.64

ของพนักงานที่ได้เลื่อนตำแหน่งภายในองค์กร

ความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูล Cybersecurity & Data Protection

ในปัจจุบันเทคโนโลยีต่าง ๆ มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว และมีความพร้อมในการสนับสนุนการดำเนินงานและการใช้ชีวิตประจำวัน ให้เป็นไปอย่างสะดวกสบาย แต่ในขณะเดียวกัน อาชญากรทางไซเบอร์ก็มีการพัฒนาเครื่องมือในการละเมิดและเข้าถึงระบบ/ข้อมูลของบริษัทได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น ความปลอดภัยด้านไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล โดยเฉพาะการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลที่อยู่ในความรับผิดชอบของบริษัท จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน หากบริษัทไม่มีระบบและการดำเนินงานที่รัดกุม ข้อมูลที่มีความสำคัญอาจตกไปอยู่ในมือของอาชญากรทางไซเบอร์ ซึ่งอาจนำมาซึ่งความเสียหายต่อองค์กรได้ ด้วยเหตุนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมีการกำหนดนโยบาย กระบวนการ รวมถึงมาตรการต่าง ๆ เพื่อดูแลความปลอดภัยและป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับระบบไซเบอร์และข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงกำหนดผู้รับผิดชอบ และมาตรการที่ต้องดำเนินการเมื่อเกิดการละเมิดความปลอดภัยด้านไซเบอร์หรือการรั่วไหลของข้อมูลอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อป้องกันหรือลดผลกระทบอันอาจเกิดขึ้นกับองค์กร และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม นอกจากการพัฒนาภายในองค์กรแล้ว เครือฯ ยังมีการแบ่งปันองค์ความรู้และแนวทางการดำเนินการให้กับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจทุกราย เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียถึงความปลอดภัยของข้อมูล

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



9.C เพิ่มการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และมุ่งจัดให้มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตโดยถ้วนหน้า



17.6 เพิ่มทุนการเข้าถึงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรม
17.8 เพิ่มทุนการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนที่สำคัญ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[Sustainable Development Goals Report 2023](#)

[Sustainability Performance Report 2023](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

100%

โครงสร้างพื้นฐานด้านไอที
ได้รับการรับรองโดยมาตรฐานด้านไอทีระดับสากล

100%

ของกลุ่มธุรกิจมีการประเมินตนเองตามแนวทาง NIST

166,979 คน

จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรมหัวข้อความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล

เป้าหมายและความคืบหน้า

ทุกกลุ่มธุรกิจได้รับการรับรองมาตรฐานสากลด้านการจัดการความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและสารสนเทศ



แผนการดำเนินงานในอนาคต



ปรับปรุงนโยบายและแนวทางปฏิบัติให้ครอบคลุมความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่ และมีความทันสมัยมากขึ้น



ประเมินความปลอดภัยทางไซเบอร์แบบรวดเร็ว (Rapid Cybersecurity Assessment) และความเสี่ยงตามแนวทางการประเมินความเสี่ยงด้านไซเบอร์ของเครือฯ (C.P. Group Cyber Risk Assessment) ให้ครอบคลุมทั้งเครือฯ



ยกระดับโปรแกรมความปลอดภัยสำหรับคำสั่งในการเขียนโปรแกรม (Source Code) และชุดคำสั่งต่าง ๆ (Library)

การรักษาความมั่นคงและความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูล

การบริหารจัดการความมั่นคงและความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูล

การนำเทคโนโลยีและระบบดิจิทัลมาใช้ภายในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความรวดเร็วของการดำเนินงานนั้นมีความแพร่หลายมากขึ้น ซึ่งการนำเทคโนโลยีและระบบดิจิทัลมาใช้ไม่เพียงแต่ส่งผลประโยชน์ให้แก่องค์กรและผู้มีส่วนได้เสีย แต่ยังทำให้องค์กรต้องเผชิญกับความเสียด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งความเสี่ยงจากการถูกโจมตีทางไซเบอร์อาจนำมาซึ่งผลกระทบต่อองค์กร ลูกค้า หรือพันธมิตรทางธุรกิจ ความสูญเสียทางการเงิน การสูญเสียชื่อเสียง และกระทบต่อความเชื่อมั่นของลูกค้า ด้วยเหตุนี้ เพื่อเป็นการรักษาความลับของข้อมูล

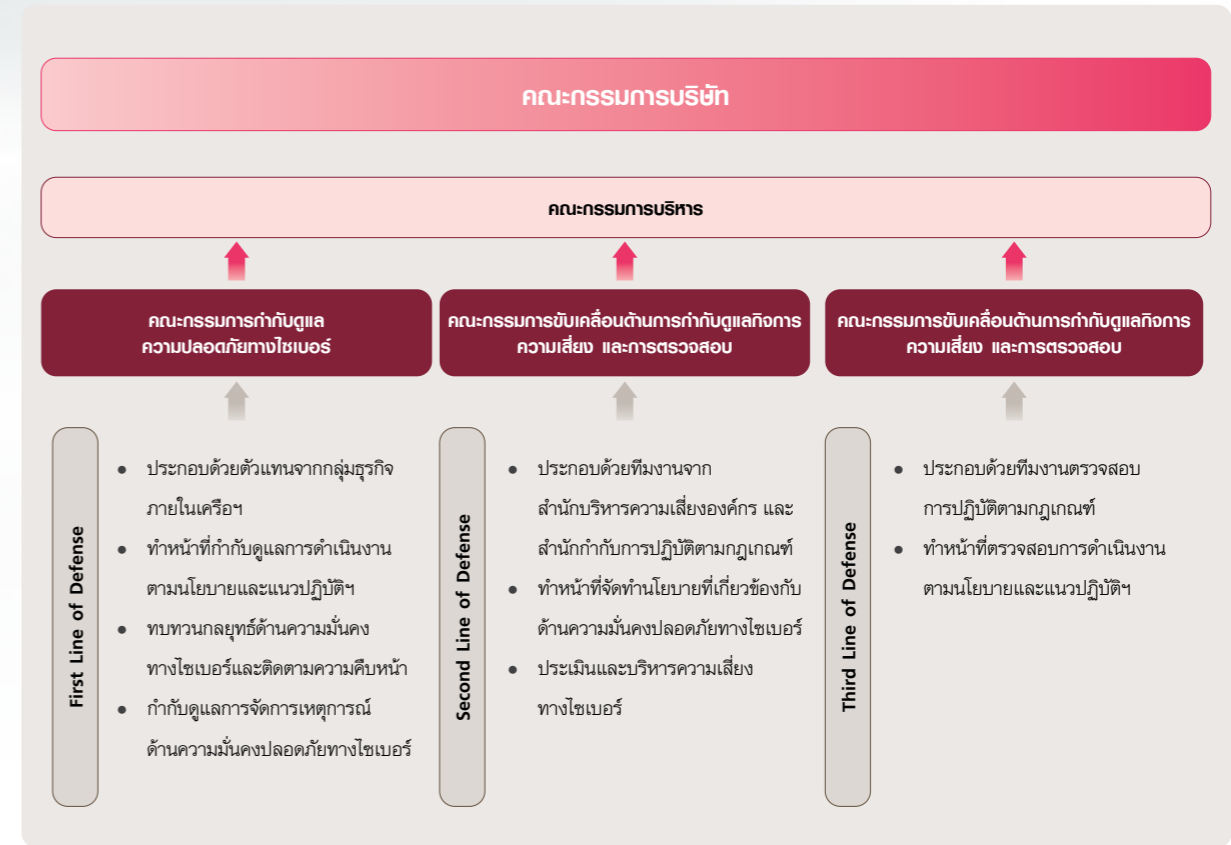
ทั้งที่เป็นของเครือฯ คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และลูกค้า ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ทำการทบทวนแนวทางการดำเนินการด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ให้มีความครอบคลุมและตอบรับต่อยุคสมัยมากยิ่งขึ้น และกำหนดให้แต่ละกลุ่มธุรกิจมีการประเมินความเสี่ยงด้านไซเบอร์อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่สำคัญ เช่น การควบรวมธุรกิจ เป็นต้น ประเด็นความเสี่ยงที่ได้จากการประเมินฯ จะถูกนำไปจัดลำดับความสำคัญตามระดับผลกระทบ และโอกาสที่จะเกิด แล้วจึงกำหนดมาตรการรองรับ รวมถึงแนวทางการเยียวยา

โครงสร้างการกำกับดูแลด้านความมั่นคงและความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูล

เพื่อให้การดำเนินงานด้านการบริหารจัดการความมั่นคงและความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูลเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั่วทั้งเครือเจริญโภคภัณฑ์ พร้อมกับส่งเสริมการดำเนินการให้เป็นไปอย่างเต็มประสิทธิภาพ เครือฯ จึงมีการกำหนดโครงสร้างในการกำกับดูแลความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูลโดยคณะกรรมการกำกับดูแลความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cybersecurity Steering Committee) ซึ่งมีหน้าที่ในการขับเคลื่อนและดำเนินงานด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ กำกับดูแลการจัดการเหตุการณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ รวมถึง

การตอบสนองต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ดูแลความเพียงพอของการเตรียมความพร้อมต่อการรับมือภัยคุกคามทางไซเบอร์ และแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ และรายงานผลการดำเนินงานให้แก่ Chief Digital Officer เป็นประจำ โดยคณะกรรมการที่เป็นสมาชิกในคณะกรรมการกำกับดูแลความปลอดภัยทางไซเบอร์ ประกอบไปด้วยผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือความปลอดภัยทางไซเบอร์ จากกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ในเครือฯ และสำหรับประเด็นที่มีความเสี่ยงสูง คณะกรรมการฯ จะทำการรายงานไปยังคณะกรรมการบริหารเพื่อการตัดสินใจในขั้นต่อไป

การจัดการความเสี่ยงทางไซเบอร์ของเครือฯ



การป้องกันความเสี่ยงทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล

มาตรการป้องกันความเสี่ยงทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล

นอกเหนือจากการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติเพื่อป้องกันความเสี่ยงทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล พร้อมกับมีการเปิดเผยนโยบายเหล่านั้นในเว็บไซต์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียสามารถเข้ามาศึกษาแนวทางการดำเนินงานของเครือฯ ได้อย่างสะดวกแล้ว เครือฯ ยังมีการสื่อสารนโยบายและแนวปฏิบัติฯ ไปยังทุกกลุ่มธุรกิจ เพื่อให้ทุกกลุ่มธุรกิจมีแนวทางการดำเนินงานที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน นอกจากนี้ เครือฯ ยังสนับสนุนให้คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจทุกรายมีนโยบายและการดำเนินงานที่เคร่งครัด เพื่อป้องกันความเสี่ยงทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล ซึ่งเครือฯ ได้กำหนดให้ประเด็นนี้เป็นหนึ่งในข้อกำหนดในจรรยาบรรณสำหรับคู่ค้า เพื่อให้องค์กรที่จะมาร่วมเป็นคู่ค้าของเครือฯ มีความตระหนักและมีการดำเนินงานในเรื่องนี้อย่างเป็นระบบ รวมทั้งเป็นหนึ่งในหัวข้อของการตรวจประเมินคู่ค้าอีกด้วย

เพื่อให้พนักงานทุกคนมีความรู้ในการป้องกันความเสี่ยงทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล พร้อมทั้งสามารถแบ่งปันองค์ความรู้ให้กับคู่ค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจ รวมถึงสังคมภายนอกได้อย่างถูกต้องและชัดเจน เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดให้มีการอบรมในหัวข้อดังกล่าว เพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้กับพนักงานทั่วทั้งเครือฯ เป็นประจำทุกปี ผ่านระบบการเรียนรู้แบบ E-learning นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจต่างๆ ยังมีการทดสอบการตอบสนองภัยคุกคามทางไซเบอร์ เช่น การทดสอบส่งอีเมลหลอกลวงไปยังพนักงานเป็นต้น เพื่อให้มั่นใจว่าเมื่อเกิดการโจมตีหรือภัยทางไซเบอร์ขึ้น พนักงานจะสามารถปฏิบัติตามนโยบาย และแนวทางที่เครือฯ ได้กำหนดไว้

ช่องทางการแจ้งข้อกังวลกรณีมีข้อสงสัย

หากพนักงานพบการกระทำที่เข้าข่ายการฝ่าฝืนนโยบายความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ หรือพบเหตุการณ์ต้องสงสัยหรือผิดปกติที่มีความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและภัยคุกคามทางไซเบอร์ สามารถแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนได้ตามช่องทาง ดังนี้



เว็บไซต์
WWW.CPGROUPGLOBAL.COM



จดหมาย



โทรศัพท์



CPG CONNECT



อีเมล



แจ้งด้วยตนเอง

CASE STUDY

การอบรมและทดสอบหลักสูตร พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการอบรมและทดสอบหลักสูตร พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) ในรูปแบบ E-learning เพื่อให้พนักงานและทุกกลุ่มธุรกิจร้อยละ 100 มีความรู้พื้นฐานในด้าน PDPA โดยเนื้อหาของหลักสูตรฯ ครอบคลุมประเด็นด้านความสำคัญของการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ประเภทของข้อมูลส่วนบุคคล หลักการในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในทางปฏิบัติพร้อมตัวอย่าง และการจัดการกรณีข้อมูลส่วนบุคคลมีการรั่วไหลหรือเกิดการละเมิด หลังการอบรมพนักงานต้องทำการทดสอบความเข้าใจ และต้องได้รับคะแนนสูงกว่าร้อยละ 80 จึงจะนับว่าผ่านการอบรม



ร้อยละ 100 ของพนักงานผ่านการอบรม PDPA

Human Capital

CPG Cybersecurity Day 2023



ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดงาน “CPG Cybersecurity Day 2023” ซึ่งเป็นการรวมตัวของผู้เชี่ยวชาญด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ของเครือฯ เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ รวมถึงทิศทางของเครือฯ ในด้านดิจิทัล และความปลอดภัยทางไซเบอร์ โดยผู้บริหารที่เข้าร่วมและแบ่งปันความรู้ ได้แก่ Chief Digital Officer เครือเจริญโภคภัณฑ์ คุณสรเสริญ สมัยสุต Group Chief Information Office และคุณประกอบ ฤกษ์ปริดาพงศ์ รองกรรมการผู้จัดการอาวุโสของบริษัท ซีพีเอฟ ไอทีเซ็นเตอร์ จำกัด

“วัคซีนไซเบอร์” สร้างภูมิคุ้มกัน (Cyber Vaccine)

ปัจจุบันทุกภาคส่วนล้วนแล้วแต่จะได้รับผลกระทบจากกลโกงต่าง ๆ ของอาชญากรรมไซเบอร์ ดังนั้น การสร้างองค์ความรู้ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ให้แก่ประชาชนทั่วไปจึงเป็นอีกหนึ่งความตั้งใจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงได้ร่วมมือกับสำนักงานตำรวจแห่งชาติในโครงการ “วัคซีนไซเบอร์” สร้างภูมิคุ้มกัน (Cyber Vaccine) นำร่องด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้เกี่ยวกับกลโกงต่าง ๆ ของอาชญากรรมไซเบอร์ เป็นองค์กรแรก เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันวัคซีนไซเบอร์ให้ประชาชนชาวไทย ให้มีความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยีในรูปแบบต่าง ๆ





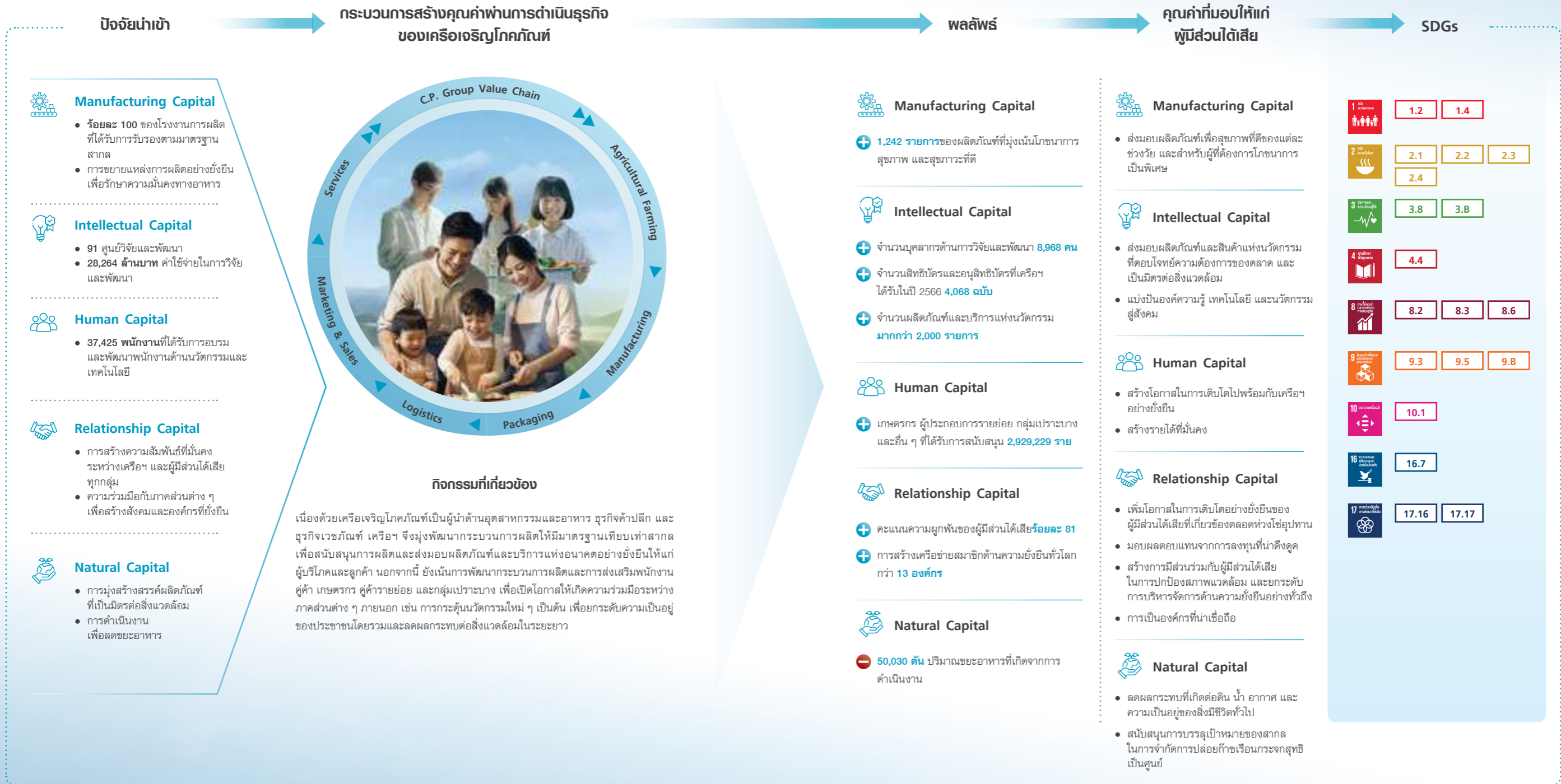
HEALTH Living Well

ในปัจจุบัน ความต้องการของตลาดและผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีต่อสุขภาพนั้นเพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสภาพภูมิอากาศ และโครงสร้างประชากรที่ทำให้ความตระหนักต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมสุขภาพที่ดีของแต่ละช่วงวัยยังเป็นที่ต้องการมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงเพิ่มระดับความเข้มข้นในการคิดค้น วิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการแห่งนวัตกรรม และสร้างความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ นอกจากการดำเนินงานภายในแล้ว เครือฯ ยังดำเนินการสนับสนุนการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เพื่อสร้างคุณค่าและสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับสังคม พร้อมกันนี้ยังได้แสวงหาความร่วมมือไปยังองค์กรภายนอก ไม่ว่าจะเป็นคู่ค้า ภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อขยายแนวทางการดำเนินงาน และเปิดรับแนวคิดใหม่ ๆ ที่สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่ยั่งยืนให้แก่ทุกคน รวมถึงการสร้างความปลอดภัยของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อสังคม

สุขภาพและสุขภาวะที่ดี	122
คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม	134
ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ	148
การบริหารจัดการนวัตกรรม	156
การสร้างความปลอดภัยกับผู้มีส่วนได้เสีย	166



กระบวนการสร้างคุณค่า





สุขภาพและสุขภาวะที่ดี Health & Well-being

จากสถานการณ์จำนวนประชากรโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงก่อให้เกิดความเสี่ยงในการขาดแคลนพืชและสัตว์ที่เป็นแหล่งอาหารสำคัญ ทำให้ประชาชนไม่สามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการอย่างเพียงพอและในราคาที่จับต้องได้ จึงทำให้ผู้คนจำนวนมากทั่วโลกต้องเผชิญกับภาวะทุพโภชนาการ จนกลายเป็นปัญหาสาธารณสุข และก่อให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจในหลายประเทศ เครือเจริญโภคภัณฑ์ในฐานะที่เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมได้ตระหนักถึงหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคมในการขับเคลื่อนสร้างระบบที่ดีกว่าในการผลิตอาหารที่ยั่งยืน และภายใต้แนวคิด “เพื่อฟรุ้งนี้ ที่ดีกว่า” และ “ความดีไม่มีวันหมดอายุ” เครือฯ จึงมุ่งเน้นในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อปรับระบบการผลิตให้รองรับความต้องการอาหารที่ให้ความสำคัญกับการมีสุขภาพดีและมีคุณค่าทางโภชนาการเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้ร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนตลอดห่วงโซ่คุณค่าในการตรวจสอบแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ซึ่งเน้นไปที่การสรรหาวัตถุดิบจากแหล่งที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ ส่งเสริมคู่ค้าธุรกิจปรับเปลี่ยนนำระบบการผลิตแบบดิจิทัลมาใช้ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลโภชนาการอย่างครบถ้วน เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



- 2.1 ส่งเสริมให้ทุกคนได้เข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีโภชนาการ และเพียงพอ
- 2.2 ยุติภาวะทุพโภชนาการทุกรูปแบบ
- 2.4 ส่งเสริมระบบการผลิตอาหารที่ยั่งยืน



- 3.8 ส่งเสริมการเข้าถึงการบริการสาธารณสุขจำเป็นที่มีคุณภาพ
- 3.B สนับสนุนการวิจัยและการพัฒนาวัคซีน และยาสำหรับโรคติดต่อ และส่งเสริมให้มีการเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นอย่างเท่าเทียม

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[Sustainable Development Goals Report 2023](#)

[Sustainability Performance Report 2023](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

31.7%

สัดส่วนยอดขายรวมจากผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพ และสุขภาวะที่ดีในปี 2566

42.3%

สัดส่วนซื้อร่องเรียนเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านอาหารที่ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2565

37.8%

สัดส่วนผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นสุขภาพ และสุขภาวะที่ดีที่เพิ่มขึ้นจากปี 2565

เป้าหมายและความคืบหน้า

70% ของยอดขายมาจากผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งแบบ B2B และ B2C ที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

45.3%



49.5%



แผนการดำเนินงานในอนาคต



นำเทคโนโลยีและวิทยาการที่ทันสมัยมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตตลอดห่วงโซ่คุณค่า ภายใต้ความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างระบบการผลิตอาหารที่ยั่งยืนทั้งในปัจจุบันและอนาคต



สนับสนุนและส่งเสริมให้คู่ค้าและเกษตรกรไปโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ปฏิบัติตามนโยบายและข้อกำหนดด้านสวัสดิภาพสัตว์อย่างเคร่งครัด

การส่งเสริมการเข้าถึงสุขภาพและสุขภาวะที่ดีให้แก่ทุกคน



ในฐานะที่เครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นผู้นำด้านธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจเวชภัณฑ์ เครือฯ จึงมีความมุ่งมั่นในการพัฒนากระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหารให้กับประชากรโลก โดยมีนวัตกรรมเป็นหัวใจหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีคุณภาพ เพื่อส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดีอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมตามเป้าหมาย “สุขภาพดีถ้วนหน้า” (Health for All) ขององค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) เครือฯ ยังคงเดินหน้านวัตกรรม วิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อคิดค้นนวัตกรรมในการพัฒนาอาหารที่ส่งเสริมสุขภาพ ตลอดจนนำระบบดิจิทัลและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อลดการสูญเสีย สร้างระบบอาหารมั่นคงและยั่งยืน รวมถึงคิดค้นผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ที่ผสานแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

เพื่อส่งเสริมให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ จึงทำให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของเราคุณภาพ ปลอดภัย พร้อมทั้งได้ผ่านการรับรองมาตรฐานทั้งในประเทศและระดับสากล เช่น GMP/GHPs, HACCP, ISO 9001, ISO 22000, GAP และ BAP เป็นต้น นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้ดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าธุรกิจที่มีความสำคัญสูงอย่างใกล้ชิด เพื่อพัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและความปลอดภัย โดยการปลูกฝังวัฒนธรรมความปลอดภัยด้านอาหาร สนับสนุนให้ทุกคนที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทานได้ปฏิบัติตามมาตรฐานเดียวกัน เครือฯ ยังได้นำเทคโนโลยี Blockchain มายกระดับระบบตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอดห่วงโซ่อุปทานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าและผู้บริโภค



สัดส่วนของหน่วยงานผลิตและฟาร์มในประเทศไทยของเครือฯ ได้รับการรับรองโดยโครงการริเริ่มด้านความปลอดภัยด้านอาหารระดับโลก (Global Food Safety Initiative: GFSI)

ร้อยละ 26.1*

* ข้อมูลประเทศไทยและเวียดนาม

CASE STUDY

โครงการ สัมปลอดภัยคนไทยยิ้มได้ ปีที่ 10

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นในการให้ผู้บริโภคได้รับอาหารที่ปลอดภัย มีปริมาณที่สม่ำเสมอ ตรวจสอบย้อนกลับได้ และมาจากแหล่งผลิตที่ยั่งยืน ยกย่องโครงการ “สัมปลอดภัย คนไทยยิ้มได้” โดยร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ยกย่องมาตรฐานเกษตรกรผู้ปลูกส้มในเรื่องของการจัดการเพาะปลูกที่สอดคล้องกับมาตรฐาน GAP ทำให้มั่นใจได้ว่าส้มทุกรุ่นมีคุณภาพและปลอดภัยจากสารตกค้าง รวมถึงสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ผ่านการสแกน QR Code Makro i-Trace ที่ติดอยู่ในบรรจุภัณฑ์ หรือป้ายแสดงคิวอาร์โค้ด ณ จุดจำหน่าย เป็นการส่งเสริมการผลิตส้มไทย สร้างอาชีพสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรไทยอย่างยั่งยืน



เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ **70 ราย**

Relationship Capital

สนับสนุนส้มจากเกษตรกรจำนวน **1,826.60 ตันต่อปี**

ยอดขายส้มจากโครงการนี้ **132 ตันต่อปี**

Manufacturing Capital



ความรับผิดชอบต่อสวัสดิภาพสัตว์และสุขภาพของผู้บริโภค

การเลี้ยงสัตว์ตามหลักสวัสดิภาพสัตว์

สวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) มีความเชื่อมโยงกับคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารประเภทเนื้อสัตว์ และส่งเสริมความมั่นคงและความยั่งยืนระบบอาหารของโลก เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจโดยให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาเพื่อยกระดับการส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ควบคู่กับการเลี้ยงตามหลักสวัสดิภาพสัตว์สากล หรือหลักอิสระ 5 ประการ (Five Freedoms) ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สนับสนุนให้สัตว์อยู่ด้วยความสะดวกสบาย ได้รับอาหารอย่างเพียงพอ และแสดงออกทางพฤติกรรมของสัตว์ได้อย่างอิสระ เมื่อสัตว์มีสุขภาพดี ไม่เจ็บป่วย ก็ไม่มีความจำเป็นให้มีการใช้ฮอร์โมนเพื่อเร่งการเจริญเติบโต และยารักษาโรค

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้นำระบบความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity) เข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการป้องกันโรคในฟาร์ม ตามแนวทางการผลิตอาหารปลอดภัย อีกทั้งยังได้จัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิภาพสัตว์ประจำแต่ละประเทศที่มีกิจการเลี้ยงสัตว์ และมีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญเพื่อขับเคลื่อนนโยบายและการดำเนินงานด้านสวัสดิภาพสัตว์อย่างเป็นระบบ ครอบคลุมทั้งฟาร์มของบริษัท ฟาร์มของเกษตรกรในโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ (Contract Farming) และคู่ค้าที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่าทุกฝ่ายมีการดำเนินงานเป็นไปตามกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับของประเทศที่เครือฯ มีการดำเนินกิจการ รวมถึงกฎระเบียบของสหภาพยุโรปซึ่งเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

CASE STUDY

Smart Hatchery ยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารคุณภาพปลอดภัย



บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ยกระดับมาตรฐานกระบวนการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีทันสมัย ตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ พร้อมระบบตู้ฟักแบบ Single Stage ยกระดับคุณภาพลูกไก่และประสิทธิภาพการฟัก รวมทั้งระบบ Biosecurity เพื่อคุณภาพและความปลอดภัยสูงสุดของผลิตภัณฑ์ ภายใต้โครงการ “Smart Hatchery and Automation” และตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอดห่วงโซ่คุณค่า นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังประยุกต์ใช้ระบบควบคุมอัตโนมัติ ระบบดิจิทัล และระบบอนุรักษ์พลังงาน เพื่อส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พร้อมสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อลูกค้า

โรงฟักอัจฉริยะมีกำลังการผลิต 1.3 ล้านตัว/สัปดาห์ ซึ่งก่อให้เกิดผลประโยชน์ 18.8 ล้านบาท/ปี

- Manufacturing Capital
- Financial Capital

ข้อมูลด้านการส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์

การวัดผลการส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์ (Welfare Outcome Measures: WOMs) เพื่อประเมินว่าสัตว์เหล่านี้ได้รับสวัสดิภาพขั้นสูงตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ อันส่งผลโดยตรงต่อสุขภาพกายและใจที่ดีของสัตว์

	WOMs	2564	2565	2566
ไก่เนื้อ	อัตราการมีชีวิตระหว่างขนส่ง (ร้อยละ) (Transport Livability)	99.76	99.82	99.80
ไก่ไข่	อัตราการมีชีวิตระหว่างขนส่ง (ร้อยละ) (Transport Livability)	99.98	99.98	99.59
เป็ดเนื้อ	อัตราการมีชีวิตระหว่างขนส่ง (ร้อยละ) (Transport Livability)	99.84	99.86	99.02
สุกร	อัตราการรอดของแม่สุกร (ร้อยละ) (Sow Livability)	95.73	98.02	96.86
กุ้ง	ร่องรอยบาดแผล (ร้อยละ) (Black Scar Lesion)	2.09	3.67	3.13
ปลา	อัตราการมีชีวิตระหว่างขนส่ง (ร้อยละ) (Transport Livability)	n/a	99.90	99.07

การใช้ยาปฏิชีวนะอย่างมีความรับผิดชอบต่อ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งสู่ระบบการผลิตอาหารที่ยั่งยืน ยึดมั่นในหลักการใช้ยาปฏิชีวนะอย่างรับผิดชอบและสมเหตุสมผลตลอดกระบวนการเลี้ยงสัตว์ พร้อมประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อลดปัญหาการเกิดเชื้อดื้อยา และปัญหา ยาปฏิชีวนะตกค้างในผลิตภัณฑ์จากสัตว์ พร้อมส่งเสริมให้สัตว์มีสุขภาพที่ดีและปลอดภัย เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม เครือฯ ได้ดำเนินงานตามหลักปฏิบัติด้านการใช้ยาต้านจุลชีพในสัตว์อย่างเคร่งครัดตลอดห่วงโซ่การผลิตอาหารทั่วโลก ครอบคลุมฟาร์มของกลุ่มบริษัทในเครือฯ และของเกษตรกรในโครงการส่งเสริมการ

การประเมินการดำเนินงานด้านสวัสดิภาพสัตว์ในผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทตลอดห่วงโซ่คุณค่าทั่วโลก ปี 2566

การส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์	กำลังการผลิต
จากการเสริมสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (ร้อยละ)	88.00
จากการเลี้ยงแบบปล่อยอิสระในโรงเรือน (ล้านฟอง)	110
จากการเสริมสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (ร้อยละ)	83.34
จากแม่สุกรที่เลี้ยงแบบคอกขังรวม (ร้อยละ)	42.00
จากแม่พันธุ์กุ้งที่ไม่ตัดก้านตา (ตัน)	4,300
จากการไม่ตัดครีบ (ร้อยละ)	100

เลี้ยงสัตว์ทั้งหมด โดยการใช้ยาปฏิชีวนะจะต้องเป็นไปเพื่อการรักษา (Therapeutic Uses) สำหรับตำรับไว้ซึ่งหลักสวัสดิภาพสัตว์ ภายใต้การดูแลอย่างใกล้ชิดของสัตวแพทย์ผู้ควบคุมฟาร์มเท่านั้น (Under Veterinary Prescription Only) เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมตามหลักการ “สุขภาพหนึ่งเดียว” (One Health)

[สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ สุขภาพและสุขภาพที่ดี](#)

การดูแลสัตว์น้ำ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อการดูแลสัตว์น้ำ ผ่านการส่งเสริมให้มีการค้นคว้าวิจัยพร้อมกับการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาช่วยยกระดับการส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดการสูญเสีย บริหารจัดการฟาร์มและข้อมูล รวมถึงวางแผนการผลิตและการขนส่งได้ตรงตามความต้องการของตลาด เพื่อให้ลูกค้าและผู้บริโภคได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ อีกทั้งในทุกขั้นตอนการเลี้ยง เราได้คำนึงถึงเรื่องการประหยัดพลังงาน การรักษาสสมดุลด้านสิ่งแวดล้อม และลดผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้ถ่ายทอดองค์ความรู้การเลี้ยงสัตว์น้ำให้แก่เกษตรกรและคู่ค้าธุรกิจ เพื่อพัฒนาการเลี้ยงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปลอดภัย ปลอดภัย สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ และยกระดับมาตรฐานการเลี้ยงสัตว์น้ำเติบโตอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเกษตรกร ชุมชน ผู้บริโภค และประเทศชาติอย่างยั่งยืน

CASE STUDY

การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำอย่างยั่งยืน

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ได้รับมอบรางวัลแห่งความสำเร็จสูงสุด The Lifetime Achievement Award ด้านการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำอย่างยั่งยืน จาก The Center for Responsible Seafood (TCRS) สถาบันระดับโลกด้านการส่งเสริมการผลิตอาหารทะเลที่ยั่งยืน ในฐานะที่เป็นผู้สร้างคุณูปการต่ออุตสาหกรรมการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำโลก ในการบุกเบิกการพัฒนาสายพันธุ์และกระบวนการเลี้ยงกุ้งสมัยใหม่



CASE STUDY

ซี.พี. เวียดนาม ร่วมพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตสัตว์น้ำและการประมงที่ยั่งยืน

ซี.พี. เวียดนาม ร่วมมือกับพันธมิตรใน “โครงการปรับปรุงการประมงอวนลากสำหรับสัตว์น้ำหลากหลายสายพันธุ์ในเขตป่าเรียด-หุงเต่า” (Vung Tau Multispecies Trawl Fishery Improvement Project) ทางชายฝั่งด้านตะวันออกของเวียดนาม ที่ผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการของ MarinTrust องค์การสากลด้านมาตรฐานปลาปนและน้ำมันปลา โดย ซี.พี. เวียดนาม ได้นำความรู้และประสบการณ์จากการดำเนินโครงการพัฒนาการประมงอย่างยั่งยืนของธุรกิจสัตว์น้ำ ซีพีเอฟ ในประเทศไทย ที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการของ MarinTrust มาต่อยอดใช้กับโครงการในเขตป่าเรียด-หุงเต่า เพื่อส่งเสริมการทำประมงตามหลักสากล เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมประมงในประเทศเวียดนาม



ร้อยละ 100 ของวัตถุดิบปลาปนที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้จากแหล่งที่มา

ร้อยละ 7.51 ของปลาปน เป็นพลอยยัติจากการทำประมง (Bycatch) และอยู่ภายใต้แผนการทำประมงอย่างยั่งยืน (Fishery Improvement Plan) (เขตหุงเต่า)

Manufacturing Capital

CASE STUDY

ซีพีเอฟ ร่วมมือ SeaBOS เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ ไร้อาหารเร่งโต



บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ได้ร่วมมือกับ SeaBOS (Seafood Business for Ocean Stewardship) ดำเนินการโครงการนำร่องการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ โดยไม่ใช้ยาต้านจุลชีพ และสารเร่งการเจริญเติบโต ด้วยการพัฒนาสูตรอาหารโปรไบโอติกและส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งในโรงเรือนระบบปิดโดยใช้ Biofloc เพื่อจัดการแบคทีเรียและของเสียต่าง ๆ ในบ่อเลี้ยง ลดความเสี่ยงการนำเชื้อโรคจากภายนอกเข้าสู่ระบบการเลี้ยง ควบคู่กับการพัฒนาพันธุ์กุ้ง เพื่อให้ได้ลูกกุ้งที่สะอาด ปลอดภัย แข็งแรง และที่สำคัญสินค้ายังสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ถึงแหล่งที่มา นอกจากนี้ ยังได้มีการถ่ายทอดวิธีการเลี้ยงกุ้งให้แก่กลุ่มเกษตรกรพันธมิตรเพื่อยกระดับเกษตรกรไทยให้มีแนวทางการเพาะเลี้ยงระดับสากล

แนวทางต้นแบบสำหรับเกษตรกรในการเลี้ยงกุ้งโดยไม่ใช้ยาต้านจุลชีพและสารเร่งการเจริญเติบโต

Manufacturing Capital Relationship Capital

การดูแลสัตว์บก

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีการผลิตอาหารสัตว์ ควบคู่กับระบบความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity) ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการป้องกันโรคในฟาร์ม ตามแนวทางการผลิตอาหารปลอดภัย นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้สนับสนุนและส่งเสริมให้คู่ค้าและเกษตรกรในโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ปฏิบัติตามนโยบายและข้อกำหนดด้านสวัสดิภาพสัตว์ของเครือฯ อย่างเคร่งครัด รวมถึงการสร้างความร่วมมือและเครือข่ายพันธมิตร ได้แก่ คู่ค้าธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคประชาสังคม สถาบันด้านการวิจัยและวิชาการ ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องในการสร้างความตระหนักรู้และร่วมยกระดับการเลี้ยงสัตว์ตามหลักสวัสดิภาพสัตว์

CASE STUDY

รางวัลความมุ่งมั่นในการผลิตไก่ดีเด่น (Good Chicken Production Award)



บริษัท Fujian Chia Tai Food จำกัด ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจเครือเจริญโภคภัณฑ์ เขตประเทศจีน ได้รับรางวัล Good Chicken Production Award 2023 ระดับ 3 ดาว จาก Compassion in World Farming International (CIWF) ซึ่งเป็นรางวัลการผลิตไก่ที่ให้ความสำคัญกับสวัสดิภาพสัตว์ดีเด่น โดยผ่านการพิจารณาตามข้อกำหนด ดังนี้

- มีนโยบายข้อกำหนดพื้นฐาน (โดยระบุถึงความหนาแน่นในการเลี้ยงไก่ไม่เกิน 33 กก./ตร.ม. และมีการเก็บบันทึกข้อมูลประจำวัน)
- มีความมุ่งมั่นในการส่งเสริมสภาพสิ่งแวดล้อมในโรงเรือน
- มีความมุ่งมั่นการเพิ่มพื้นที่ในการเลี้ยง (ความหนาแน่นในการเลี้ยงไก่อ้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 กก./ตร.ม.)

บริษัทได้รับรางวัล Good Chicken Production Awards ระดับ 3 ดาว

Manufacturing Capital Relationship Capital

CASE STUDY

ซีพีเอฟ สนับสนุนเกษตรกรคอนแทรคฟาร์มมิ่ง ชูความสำเร็จระบบ Biosecurity สร้างอาหารมั่นคง

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยอาหารตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยเฉพาะในกระบวนการเลี้ยงสัตว์ภายในฟาร์ม ด้วยการนำระบบ Biosecurity ซึ่งเป็นมาตรการความปลอดภัยทางชีวภาพมาใช้ ป้องกันโรคระบาดจากภายนอกติดต่อกับสัตว์ที่เลี้ยงไว้ในฟาร์ม ถือเป็นปราการป้องกันตั้งแต่ต้นทาง ระบบนี้เป็นหนึ่งใน 5 หัวใจของการเลี้ยงสัตว์ ได้แก่ พันธุ์ดี-อาหารดี-โรงเรือนดี-การจัดการดี-การป้องกันโรคดี ซีพีเอฟได้ถ่ายทอดระบบ Biosecurity และการนำระบบอัตโนมัติและเทคโนโลยีดิจิทัล เข้ามาช่วยดำเนินงานในฟาร์มเลี้ยงสัตว์อัจฉริยะ ส่งเกษตรกรรายย่อยโครงการส่งเสริมอาชีพการเลี้ยงสัตว์ หรือคอนแทรคฟาร์มมิ่ง เพื่อให้ได้ผลผลิตที่ปลอดภัย ปลอดภัย ปราศจากสารตกค้าง ได้มาตรฐาน สนับสนุนความมั่นคงด้านอาหาร



ร้อยละ 100 ฟาร์มบริษัทและคอนแทรคฟาร์มมิ่งใช้ระบบ Biosecurity

Manufacturing Capital

45 ราย ฟาร์มเกษตรกรคอนแทรคฟาร์มมิ่ง เข้าร่วมโครงการการเลี้ยงสุกรแบบไม่ใช้ยาปฏิชีวนะ ตลอดจนการเลี้ยงและฟาร์มการรับรองจาก NSF

Human Capital Relationship Capital

ความรับผิดชอบต่อความปลอดภัยของผู้บริโภค

การสื่อสารเพื่อผู้บริโภคอย่างยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ รสชาติอร่อยถูกใจผู้บริโภค และมีความปลอดภัย โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาพัฒนาอาหารและเครื่องดื่ม จนได้สินค้าที่ติดต่อสุขภาพ และตอบโจทย์ความต้องการด้านสุขภาพของผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย รวมถึงผู้ที่ต้องการโภชนาการเฉพาะเจาะจง นอกจากนี้ เครือฯ ได้ตระหนักดีว่าการสร้างความรู้และการยกระดับองค์ความรู้ให้กับผู้บริโภคจะเป็นกุญแจสำคัญในการป้องกันโรคภัยไข้เจ็บ โดยเฉพาะการป้องกันพฤติกรรมเสี่ยงและการสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมกรดูแลสุขภาพ เครือฯ จึงได้พัฒนาวิธีการสื่อสารและการแสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์อาหาร รวมถึงสินค้าอื่น ๆ ในรูปแบบเชิงรุก เพื่อให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภคที่ถูกต้อง แม่นยำ โปร่งใส และสอดคล้องตามกฎหมายและมาตรฐานตามที่กำหนดอย่างชัดเจน และไม่แสดงข้อมูลที่เกินจริงหรือก่อให้เกิดการโฆษณาชวนเชื่อ โดยรายละเอียด

สำคัญที่เครือฯ ได้ทำการแสดงหรือสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับทราบ ได้แก่ ส่วนประกอบที่สำคัญ ข้อมูลโภชนาการ สัดส่วนปริมาณ การบริโภคที่แนะนำ วิธีการเก็บรักษา วิธีการใช้ และข้อมูลการบริโภคสำหรับเด็กและสตรีมีครรภ์ เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคใช้ประกอบการตัดสินใจและพร้อมเป็นส่วนหนึ่งของการส่งมอบอาหารที่มีคุณค่า ถูกหลักโภชนาการ และตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคแต่ละช่วงวัยในราคาที่เข้าถึงได้



สัดส่วนของฉลากบนฉลากของบรรจุภัณฑ์ ทั้งที่กำกับกับตามกฎหมาย และภาคสมัครใจที่ให้อินโฟกราฟิกที่มองเห็นง่าย และเข้าใจง่าย

ร้อยละ 41.1



“ฉลากทางเลือกเพื่อสุขภาพ” สำหรับผลิตภัณฑ์ อาหารเนื้อหลัก



GDA (Guideline Daily Amounts) คือ การแสดงค่าพลังงาน น้ำตาล โซเดียม บนฉลากบนฉลากของบรรจุภัณฑ์ โดยแสดงปริมาณสารอาหารต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ที่เข้าถึงได้

- ปราศจากเชื้อซัลโมเนลลา
- ปลอดภัยปฏิชีวนะ
- ปลอดภัยฮอร์โมน



การรับรองผลิตภัณฑ์ที่สามารถรับประทานแบบดิบได้



การรับรองผลิตภัณฑ์ปลอดภัยปฏิชีวนะ



- ไข่ไก่ฟาร์มที่ผ่านการรับรองเพื่อให้นักกีฬาทีมชาติบริโภคระหว่างเตรียมการฝึกซ้อม แข่งขัน
- ไข่ไก่ฟาร์มที่ผ่านการตรวจสอบและฆ่าเชื้อ
- ผลิตภัณฑ์ที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

การยกระดับสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคน

การส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักและให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนาสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงการมีสุขภาพที่ดีได้อย่างเต็มที่และเท่าเทียมกัน เครือฯ จึงได้จัดให้มีโครงการสนับสนุนและส่งเสริมสุขภาพของประชาชนที่เครือฯ ได้มีการดำเนินกิจการทั้งภายในและต่างประเทศที่หลากหลายและต่อเนื่อง เช่น โครงการตรวจคัดกรองสุขภาพ บริการตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านมฟรีด้วยเครื่องแมมโมแกรม (Mammogram) เคลื่อนที่ การคัดกรองเบาหวานเบื้องต้น การสนับสนุนกีฬาฟุตบอลเยาวชน การสนับสนุนนักกีฬาในการแข่งขันระดับภายในประเทศ และระดับสากล รวมถึงการส่งมอบอุปกรณ์ทางการแพทย์ เป็นต้น

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้นำนวัตกรรมสุขภาพยุคดิจิทัลอย่างหมอดี แอปพลิเคชัน มาอำนวยความสะดวกในการดูแลสุขภาพให้ประชาชนสามารถพบแพทย์ได้ทุกที่ทุกเวลา โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง เพียงมีสมาร์ทโฟนและอยู่ในพื้นที่ที่มีสัญญาณครอบคลุม รวมถึงได้นำศักยภาพเครือข่าย 5G ผลิตเทคโนโลยีดิจิทัล ร่วมพัฒนาระบบการให้บริการด้านการแพทย์ การรักษาพยาบาลและบริการสาธารณสุขในรูปแบบใหม่ ประกอบด้วย เทคโนโลยี MEC (Multi-access Edge Computing) รถพยาบาลอัจฉริยะ (5G Smart Ambulance) ที่ให้บริการช่วยเหลือผู้ป่วยฉุกเฉิน และยานยนต์อัจฉริยะไร้คนขับ (5G Unmanned Vehicle) ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ปลอดภัย และประหยัดพลังงาน

CASE STUDY

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งสู่ 100 ปี ทำความดีด้วยการบริจาคโลหิต



เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ผนึกกำลังกับภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มโอกาสให้ประชาชนสามารถเข้าถึงการมีสุขภาพที่ดีได้อย่างเต็มที่ผ่านโครงการ “เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งสู่ 100 ปี ทำความดีด้วยการบริจาคโลหิต” โดยสำนักบริหารโครงการพิเศษภายใต้การดูแลของนายวัลลภ เจียรนนท์ รองประธานอาวุโสเครือเจริญโภคภัณฑ์ ร่วมกับศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย ส่งเสริมให้บุคลากรของทุกกลุ่มธุรกิจ ในเครือฯ ร่วมทำความดีด้วยการบริจาคโลหิตต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2534 - 2566 โดยได้โลหิตจำนวน 593,205 ยูนิต หรือปริมาณทั้งสิ้น 221,653,200 ซี.ซี. โดยในปี 2566 มีหน่วยงานที่จัดกิจกรรมจำนวน 276 แห่ง ได้โลหิต 33,492 ยูนิต หรือปริมาณ 13,396,800 ซี.ซี.

ปริมาณโลหิตที่ได้รับบริจาคจากโครงการในปี 2566 13.4 ล้าน ซี.ซี.

Relationship Capital

CASE STUDY



โลตัสจับมือคนไทยต้านภัยมะเร็ง

โลตัส ร่วมกับ มูลนิธิกาญจนบารมี และสำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร เปิดบริการ “ตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านมด้วยเครื่องแมมโมแกรมเคลื่อนที่ (Mammogram)” โดยผู้เชี่ยวชาญประจำเครื่องแมมโมแกรมฟรีต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 เพื่อสนับสนุนให้คนไทยมีสุขภาพและสุขภาพที่ดี จึงได้ขยายโอกาสเข้าถึงการตรวจคัดกรองมะเร็งเบื้องต้นสำหรับพี่น้องชาวไทย

ผู้เข้ารับบริการคัดกรองแล้วกว่า 946 ราย

Relationship Capital

CASE STUDY

ทรู พาร์ค สิริราช ไรวันนวัตกรรม 5G Smart Hospital ใช้งานได้จริง ร่วมเปิดตัว Siriraj Innovation Open Lab



บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ช่วยคนไทยเข้าถึงบริการทางการแพทย์และสาธารณสุขได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง ด้วยการร่วมมือกับโรงพยาบาลศิริราชในโครงการ “ศิริราชต้นแบบโรงพยาบาลอัจฉริยะระดับโลก ด้วยเทคโนโลยีเครือข่าย 5G” ทรูได้นำศักยภาพเครือข่าย 5G ผลิตเทคโนโลยีดิจิทัล ร่วมพัฒนาระบบการให้บริการด้านการแพทย์ การรักษาพยาบาล และบริการสาธารณสุขในรูปแบบใหม่ ประกอบด้วยเทคโนโลยี Multi-access Edge Computing รถพยาบาลอัจฉริยะ และยานยนต์อัจฉริยะไร้คนขับ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ปลอดภัย และประหยัดพลังงาน

มีผู้ป่วยฉุกเฉินที่ได้รับการช่วยเหลือมาแล้วกว่า 2,700 เคส

Relationship Capital

CASE STUDY

โรงพยาบาลอุพลาฯ – เครือซีพี ส่งเครื่องบินเช่าเหมาลำบินลัดฟ้าขนส่งอวัยวะช่วยชีวิตผู้ป่วยโรคหัวใจขั้นวิกฤต



บริษัท สยามแลนด์ ฟลายอิง จำกัด ได้สนับสนุนเครื่องบินเช่าเหมาลำโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 จนถึงปัจจุบัน รวมเที่ยวบินทั้งหมด 18 เที่ยวบิน ซึ่งช่วยลดระยะเวลาของการขาดเลือดของหัวใจได้ ส่งผลให้อัตราการรอดชีวิตและการฟื้นตัวของคนไข้ที่ได้รับการผ่าตัดเปลี่ยนหัวใจดีขึ้นอย่างมาก

จำนวนอวัยวะที่ได้รับการขนส่งตลอด 3 ปี 41 ชิ้น

18 ชิ้น 4 ชิ้น 13 ชิ้น 6 ชิ้น

Relationship Capital

คุณค่าและการสร้างประโยชน์ ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม

Social Impact and Economic Contribution

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นในการสร้างองค์กรที่ยั่งยืนและตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาสังคมและชุมชนในทุกมิติ และตลอดห่วงโซ่มูลค่า เครือฯ ให้ความสำคัญและคำนึงถึงการสะท้อนมุมมองทั้งในด้านบวกและด้านลบที่มาจากผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่ม การพิจารณาผลกระทบต่อสังคมและชุมชนที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของเครือฯ โดยเครือฯ พยายามที่จะระบุและจัดการผลกระทบด้านลบที่เกิดขึ้นและแก้ไขผลกระทบที่เครือฯ อาจเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้อง โดยยึดมั่นในนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน ตลอดจนมาตรการเยียวยาจากผลกระทบที่เกิดขึ้น เครือฯ สร้างผลกระทบเชิงบวกด้วยการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ที่ดีให้กับผู้คน อาทิ กลุ่มที่ต้องการความช่วยเหลือ เกษตรกร กลุ่มเปราะบาง และผู้ประกอบการรายย่อย ผ่านโครงการต่าง ๆ สิ่งที่เป็นข้อกังวลของผู้มีส่วนได้เสียจะเป็นบทเรียนให้กับเครือฯ นำมาปรับปรุงแก้ไข ตลอดจนหามาตรการที่เหมาะสมเพื่อเสริมสร้างความยืดหยุ่นให้กับคนในสังคมโดยรวมเข้าเป็นกลยุทธิ์หนึ่งขององค์กรเพื่อกำหนดเป็นนโยบายและแนวปฏิบัติ รวมถึงการพิจารณาป้องกันผลกระทบอื่น ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในอนาคต

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

- | | | |
|---|---|---|
| <p>1 1.2 ลดสัดส่วน ชาย หญิง และเด็ก ในทุกช่วงวัย ที่อยู่ภายใต้ความยากจนในทุกมิติ</p> <p>1.4 สนับสนุนให้กลุ่มเปราะบางเข้าถึงเทคโนโลยีและบริการทางการเงินที่เหมาะสม</p> | <p>2 2.3 เพิ่มผลิตภาพทางการเกษตรและรายได้ของผู้ผลิตอาหารรายเล็ก</p> | <p>4 4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่เกี่ยวข้องจำเป็นสำหรับการจ้างงานและการเป็นผู้ประกอบการ</p> |
| <p>8 8.3 สนับสนุนการสร้างงานที่มีคุณภาพ และความเป็นผู้ประกอบการ</p> <p>8.6 ลดสัดส่วนของเยาวชนที่ไม่มีงานทำ</p> | <p>9 9.3 เพิ่มการเข้าถึงบริการทางการเงิน โดยรวมถึงเครดิตในราคาที่สามารถจ่ายได้ให้แก่วิสาหกิจขนาดเล็ก</p> | <p>10 10.1 บรรลุการเติบโตของรายได้ของกลุ่มประชากรร้อยละ 40 ที่มีรายได้ต่ำสุดอย่างทั่วหน้าและยั่งยืน</p> |

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- [Sustainable Development Goals Report 2023](#)
- [Sustainability Performance Report 2023](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

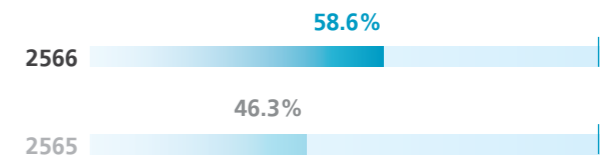


304.67 ล้านบาท

จำนวนการลงทุนเพื่อการพัฒนาสังคม และชุมชน

เป้าหมายและความคืบหน้า

5 ล้านคนได้รับการส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้สำหรับผู้ที่มีความต้องการ เช่น เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) และกลุ่มเปราะบางตลอดห่วงโซ่มูลค่า



แผนการดำเนินงานในอนาคต

- ส่งเสริมเกษตรกรด้านเทคโนโลยีการผลิตควบคู่กับการทำเกษตรแบบยั่งยืน
- เพิ่มโอกาสการเข้าถึงเทคโนโลยีของแพลตฟอร์มต่าง ๆ ของกลุ่มเปราะบางและผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพ
- ลดความเสี่ยงการเกิดผลกระทบเชิงลบต่อสังคมและชุมชนในโครงการที่เครือฯ ไปดำเนินการ

กลยุทธ์การสร้างคุณค่าสู่สังคม

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้บูรณาการแนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิต และส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืนโดยมุ่งเน้นใน 3 กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ เกษตรกร กลุ่มเปราะบาง และผู้ประกอบการรายย่อย ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยได้กำหนดกลยุทธ์ที่สำคัญเพื่อลดผลกระทบเชิงลบ สร้างผลกระทบเชิงบวก และตอบสนองต่อข้อกังวลของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนที่เครือฯ เข้าไปดำเนินธุรกิจ เครือฯ ได้ริเริ่มโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับชุมชนมากมายตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา แต่การวิเคราะห์ผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบอาจยังไม่ครอบคลุมในทุกมิติ โดยเฉพาะมิติทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งในปี 2566 ที่ผ่านมาเครือฯ จึงได้จัดทำแนวทางการประเมินมูลค่าผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ทุกกลุ่มธุรกิจสามารถนำไปใช้ประเมินผลกระทบทางสังคมได้ครบทุกมิติ

สำหรับกลยุทธ์การสร้างคุณค่าสู่สังคมของเครือเจริญโภคภัณฑ์ เราได้รับความร่วมมือจากพันธมิตรหลายภาคส่วนทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการและภาคประชาสังคม เพื่อให้เกิดการบูรณาการของสมรรถนะหลักอันจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชน ลดความเสี่ยงของการละเมิดสิทธิมนุษยชน เช่น สิทธิการดำรงชีพและปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคครัวเรือน โดยเฉพาะอย่างยิ่งครัวเรือนกลุ่มเปราะบางที่ได้รับผลกระทบมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ แต่อย่างไรก็ตาม การที่เครือฯ มีพื้นที่ปฏิบัติงานอยู่ใกล้แหล่งชุมชนย่อมส่งผลกระทบเชิงลบในด้านการดำรงชีวิตของคนในชุมชน เช่น ความเสี่ยงในเรื่องของค่าครองชีพที่สูงขึ้น ในขณะที่รายได้ของคนในชุมชนเท่าเดิม หรือความเสี่ยงด้านความปลอดภัยจากรถขนส่งที่มีเพิ่มมากขึ้น เครือฯ ได้พิจารณาความเสี่ยงอย่างรอบด้าน เช่น เพิ่มการจ้างงานให้แก่คนในชุมชน สร้างอาชีพเพื่อเพิ่มรายได้ สร้างการรับรู้ และจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน เป็นต้น



การประเมินผลกระทบจากการดำเนินงานสร้างคุณค่าสู่สังคมโดยเครือฯ
Social & Human Capital Protocol

ส่งเสริมและพัฒนาชีวิตเกษตรกรและชาวประมง

การส่งเสริมเกษตรกร

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นสร้างสรรค์การดำเนินงานเพื่อพัฒนาและเสริมทัพความเข้มแข็งให้กับภาคการเกษตร รวมถึงสร้างคุณค่าร่วมกับสังคมไทยตลอดระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจ การส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้แก่เกษตรกรเป็นหนึ่งในกลยุทธ์การสร้างคุณค่าสู่สังคม การเกษตรเป็นธุรกิจต้นน้ำที่เครือฯ ได้สั่งสมองค์ความรู้มาอย่างยาวนานจนสามารถถ่ายทอดเป็นองค์ความรู้และพัฒนาทักษะให้เกษตรกร สามารถสร้างบุคลากรที่จะถ่ายทอดองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่น โดยอาศัยการมีส่วนร่วมจากพันธมิตรหลายภาคส่วน เครือฯ ให้การสนับสนุนด้านการเงิน ด้านการบริหารจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายตลอดจนเทคโนโลยีที่ทันสมัย ใช้การตลาดนำการผลิตเพื่อให้เกษตรกรสามารถผลิตสินค้าได้มาตรฐานตรงตาม

ความต้องการของตลาดในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม เครือฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงที่เกษตรกรต้องเผชิญ เช่น จำนวนผลผลิตทางการเกษตรลดลงเนื่องจากคุณภาพดินที่ต่ำลง ความเพียงพอของน้ำที่สะอาด และการไม่สามารถเข้าถึงวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ซึ่งความเสี่ยงเหล่านี้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบความมั่นคงของอาหาร และเพื่อเป็นการบริหารความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น เครือฯ ได้จัดทำนโยบายการจัดการอย่างยั่งยืนที่มุ่งเน้นไปที่การสรรหาวัตถุดิบทางการเกษตรอย่างรับผิดชอบต่อว่าวัตถุดิบดังกล่าวไม่ได้มาจากการรุกรานพื้นที่อนุรักษ์ ไม่มีการตัดไม้ทำลายป่าเพื่อการเกษตร

CASE STUDY

โครงการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรโดยตรง

บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน) มุ่งเน้นนโยบายรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรโดยตรง ซึ่งนอกจากผู้บริโภคจะได้สินค้าคุณภาพ สด สะอาด ปลอดภัย ในราคาประหยัด ยังเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้ชาวไร่ชาวนาในท้องถิ่น สร้างรายได้ที่มั่นคง โดยในปี 2566 ที่ผ่านมา มีการรับซื้อผัก-ผลไม้จากเกษตรกรเพื่อจำหน่ายผ่าน 2,800 สาขาของแม็คโคร โลตัส ทั้งนี้ ซีพี แอ็กซ์ตรา เดินหน้าสนับสนุนเกษตรกรในหลายมิติ ทั้งการจัดอบรมเพิ่มทักษะความรู้ให้กับเกษตรกร ช่วยต่อยอดในการพัฒนาสินค้า สร้างมาตรฐานเพื่อให้สามารถนำเข้ามาจำหน่ายในห้างโมเดิร์นเทรดได้

ยอดรับซื้อผัก-ผลไม้จากเกษตรกร
กว่า **9,800** ล้านบาท

Relationship Capital



การพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีของกลุ่มชาวประมง



แม้ว่าเครือเจริญโภคภัณฑ์จะไม่ได้ทำธุรกิจประมง แต่ก็เป็นหนึ่งในบริษัทใหญ่ในประเทศไทยที่มีการสรรหาวัตถุดิบบางชนิดมาจากทะเล ซึ่งเรือฯ ตระหนักดีว่าปลาเล็กปลาน้อยที่ถูกส่งเข้าโรงงานผลิตปลาแปรรูปประเภทผลพลอยได้ (Bycatch) เกิดจากการทำประมงอย่างไร้ความรับผิดชอบและส่งผลกระทบต่อประมงชายฝั่งและได้ออกแถลงการณ์เพื่อยุติการซื้อวัตถุดิบปลาแปรรูปประเภท Bycatch เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2558 คงไว้เพียงการรับซื้อเฉพาะปลาแปรรูปประเภทที่เป็นส่วนเหลือจากโรงงานอุตสาหกรรม (By Product) จากโรงงานที่ได้รับมาตรฐานสากลเท่านั้น สิ่งเหล่านี้ถือเป็นหน้าที่ของภาคเอกชนที่จะเป็นผู้วางมาตรฐานที่เหมาะสม และร่วมกันรักษาสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงเรื่องของสิทธิมนุษยชน นอกจากนี้ เครือฯ ได้ประกาศเจตนารมณ์อย่างชัดเจนในการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งที่จะส่งเสริมและฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเล โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการด้านประมง ภาคประชาสังคม รวมถึงตัวแทนจากภาครัฐ

ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการ เพื่อส่งเสริมการฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเลพร้อมทั้งการพัฒนาวิถีประมงซึ่งจะนำไปสู่การฟื้นฟูอย่างยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักถึงการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเล ตลอดจนการพัฒนาและยกระดับคุณภาพชีวิตชาวประมงพื้นบ้าน ทำให้ชาวประมงพื้นบ้านมีคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ขณะเดียวกันยังทำให้เกิดการกระจายรายได้และสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชน เครือฯ จึงเข้าร่วมเป็นหนึ่งในองค์กรที่ร่วมจัดตั้งศูนย์ FLEC (Fishermen Life Enhancement Center) ตั้งแต่ปี 2559 จนถึงปัจจุบัน เพื่อบูรณาการความร่วมมือและผนึกองค์ความรู้ของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม การร่วมมือนี้ประกอบด้วยบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) องค์กรสะพานปลา กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน สมาคมวางแผนครอบครัวแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี ศูนย์อภิมหาสมุทรและสัตว์น้ำทางทะเลสงขลา (บ้านสุขสันต์) บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) และบริษัท จีอีพีที สะอาด จำกัด เพื่อจัดการและป้องกันปัญหาการค้ามนุษย์และการทำประมงที่ฝ่าฝืนและละเมิดกฎหมาย (Illegal Unreported and Unregulated Fishing: IUU Fishing) ตลอดจนยกระดับคุณภาพชีวิตแรงงานข้ามชาติและครอบครัวแบบครบวงจรครอบคลุมถึงมิติต่าง ๆ



CASE STUDY

FLEC ต้นแบบเปิดโอกาส “เด็กข้ามชาติ” เข้าถึง การศึกษาอย่างเท่าเทียม

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ชู “ห้องเรียนรู้ เพื่อเด็กและครอบครัวแรงงานเพื่อนบ้าน” ของศูนย์สวัสดิภาพ และธรรมาภิบาลแรงงานประมงสงขลา (Fishermen Life Enhancement Center) หรือศูนย์ FLEC เป็นต้นแบบการบูรณาการที่สนับสนุนให้ลูกหลานของแรงงานข้ามชาติในภาคการประมง ได้มีโอกาสเข้าถึงการศึกษาอย่างเท่าเทียม สามารถเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพ ตั้งแต่ปี 2559 จนถึงปัจจุบัน ศูนย์ FLEC มีส่วนช่วยลูกหลานแรงงานข้ามชาติได้เข้าถึงโอกาสทางการศึกษา และเรียนรู้ทักษะการส่งเสริมคุณภาพชีวิต



ได้เข้าถึงโอกาสทางการศึกษาปี 2559 - ปัจจุบัน
263 คน

Human Capital

CASE STUDY

“SEACOSYSTEM เพื่อทะเลไทยยั่งยืน” ฟื้นฟูระบบนิเวศทางทะเลเชิงบูรณาการ สร้างรายได้ให้ชาวประมงอย่างยั่งยืน



เครือเจริญโภคภัณฑ์เดินหน้าขับเคลื่อนการดำเนินงานที่มุ่งเน้นความสำคัญ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ขับเคลื่อนตัวชี้วัดและมาตรฐาน 2) การผลักดันนโยบาย 3) การพัฒนาชุมชน 4) การพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และ 5) นวัตกรรม และเทคโนโลยีดิจิทัล รวมทั้งให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเล ควบคู่ไปกับการยกระดับคุณภาพชีวิตชุมชน ทำให้ชาวประมงสามารถมีรายได้เลี้ยงตัวเองจากปูและสัตว์น้ำ และยังเริ่มเรียนรู้ที่จะต่อยอดสู่การแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในการสร้างรายได้ ปัจจุบันเครือฯ ได้ทำงานร่วมกับชุมชนกว่า 100 ชุมชนในพื้นที่ 21 จังหวัด

ชาวประมงพื้นบ้านมีรายได้เลี้ยงตัวเอง
มากกว่า **2,500 บาท/วัน**

Relationship Capital Human Capital

ชาวประมงพื้นบ้านได้รับประโยชน์
มากกว่า **5,550 ครั้ง/เดือน**

Relationship Capital Human Capital

ส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย

การส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อยเป็นหนึ่งในกลยุทธ์หลักของการสร้างคุณค่าทางสังคมที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินการมาโดยตลอดที่ผ่านมาผู้ประกอบการรายย่อยต้องเผชิญกับความเสี่ยงและความท้าทายหลากหลายประการ เช่น การปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด การเข้าถึงเงินทุนหมุนเวียน การจัดหาแรงงานที่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และการบริหารจัดการ เป็นต้น ซึ่งหากปัญหาอุปสรรคเหล่านี้ไม่ได้รับการช่วยเหลืออย่างเหมาะสมอาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศและความเป็นอยู่ของสังคมโดยรวม ดังนั้นเครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมุ่งสนับสนุนการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยผ่านโครงการที่มีความหลากหลายโดยใช้ความเชี่ยวชาญของเครือฯ และความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจมาช่วยส่งเสริมศักยภาพของคู่ค้า เช่น การส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการประกอบธุรกิจให้มากยิ่งขึ้น การส่งมอบโอกาสการเริ่มต้นการดำเนินธุรกิจ การสนับสนุนช่องทางในการจำหน่ายสินค้าเพื่อให้ผู้ประกอบการมีความก้าวหน้าในการดำเนินธุรกิจและสามารถขยายธุรกิจให้เติบโต เป็นต้น



นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีมาตรฐานระดับสากล เพื่อยกระดับเศรษฐกิจในท้องถิ่นและประเทศให้มีศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันมากยิ่งขึ้น เครือฯ จัดให้มีการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพของผู้ประกอบการรายย่อยอย่างต่อเนื่อง โดยร่วมมือกับภาคีเครือข่ายองค์กรที่สนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยให้มีขีดความสามารถสูงขึ้นและเติบโตอย่างแข็งแกร่ง นอกจากนี้ เครือฯ ยังมี “แพลตฟอร์มแห่งโอกาส” ซึ่งดำเนินการโดย บริษัท ซีพี ซีดีดีง โซเชียลอิมแพคท์ จำกัด ที่มุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมทางด้านเศรษฐกิจ การสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม เปิดประตูสู่โอกาสให้กับผู้ประกอบการไทยได้ค้นพบศักยภาพสูงสุด เปิดตลาดสินค้าไทยให้ก้าวสู่การเป็นที่ยอมรับทั้งในระดับประเทศและสากล สามารถตอบโจทย์เวทีการค้าโลกที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนมากขึ้น

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[แพลตฟอร์มแห่งโอกาสเพื่อผู้ประกอบการและเกษตรกรไทย](#)

CASE STUDY

ซีพี แอ็กซ์ตรา พนิกกำลัง แม็คโคร-โลตัส จัดงาน “SME FOODIES’ PARADISE ตลาดนัด SME สัญจร” สนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่น ขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน

ซีพี แอ็กซ์ตรา พนิกกำลัง แม็คโคร – โลตัส ขยายแพลตฟอร์มแห่งโอกาสสำหรับ SME และเกษตรกรไทย สนับสนุนนโยบายส่วนราชการท้องถิ่นด้านการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน ส่งเสริมการสร้างงานสร้างอาชีพให้ผู้ประกอบการ พร้อมสนับสนุนการทำงานของคนในชุมชนโดยรอบพื้นที่สาขาและศูนย์กระจายสินค้า จัดกิจกรรม “SME FOODIES’ PARADISE ตลาดนัด SME สัญจร” ครั้งที่ 1 ประจำปี 2566 ที่โลตัส สาขาพระนครศรีอยุธยา



เปิดพื้นที่จำหน่ายสินค้าในสาขาของแม็คโครและโลตัสทั่วประเทศกว่า 2,800 แห่ง

Relationship Capital

CASE STUDY



สร้างผู้ประกอบการ SMEs หน้าใหม่ที่มีศักยภาพได้ 197 ราย

Relationship Capital Human Capital

เพิ่มจำนวนสินค้า SMEs ในเชvron อีเลฟเว่น รวมถึงสิ้น 9,763 รายการ

Relationship Capital

ซีพี ออลล์ และผู้ประกอบการ SMEs ขอบคุณคนไทยที่ร่วมสนับสนุนสินค้า SMEs ผ่านร้านเซเว่นฯ ปี 2566

ในปี 2566 บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มีโครงการ “Giving & Sharing” ซึ่งเป็นโครงการสนับสนุน SMEs ให้มีศักยภาพในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ โครงการนี้ได้รับแรงสนับสนุนจากกลุ่มต่าง ๆ อาทิ กลุ่มผู้บริโภคที่เปรียบเสมือนครูคนสำคัญที่คอยให้โจทย์ในการพัฒนาสินค้า และกลุ่มร้านค้าเซเว่น อีเลฟเว่นที่จัดกิจกรรมและการให้ความรู้ในหลากหลายด้าน ทั้งด้านการตลาดยุคใหม่ การเขียนคอนเทนต์ที่กระตือรือร้น ขยายมาตรฐานการผลิต ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางอาหาร ซึ่งความรู้และทักษะเหล่านี้ได้ถูกส่งต่อไปยังชุมชนและท้องถิ่นก่อให้เกิดการสร้างรายได้และอาชีพ โดยที่ผ่านมามีการดำเนินงานในด้านการนี้ได้สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจรวมกว่า 20,000 ล้านบาท

ส่งเสริมกลุ่มเปราะบาง



ประชากรกลุ่มเปราะบางมีความอ่อนแอและมีความเสี่ยงสูงที่จะถูกคุกคามจากปัจจัยเสี่ยงด้านต่าง ๆ เช่น สุขภาพ สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และภัยพิบัติทางธรรมชาติต่าง ๆ เป็นต้น ตลอดจนขาดศักยภาพในการจัดการกับปัจจัยเสี่ยงที่เผชิญอยู่และผลกระทบที่ตามมา การส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ประชากรกลุ่มเปราะบางได้รับความเท่าเทียมในสังคมเป็นสิ่งสมควรให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมที่เกิดขึ้นจากภายใต้แนวคิดที่ว่า “การสร้างรากฐานทางธุรกิจให้แข็งแรงต้องดำเนินควบคู่ไปพร้อมกับการสร้างรากฐานคุณภาพชีวิตของคนในสังคม” จึงทำให้เครือเจริญโภคภัณฑ์มีแนวคิดและตระหนักถึงการสนับสนุนแก่คนในสังคมอย่างต่อเนื่อง ในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมาเครือฯ ได้ดำเนินการโครงการช่วยเหลือประชากรกลุ่มเปราะบาง อาทิ ผู้พิการ และผู้สูงอายุ เด็ก และผู้ด้อยโอกาสทางสังคมมาอย่างต่อเนื่อง พร้อมกันนี้ยังได้มีการส่งเสริมอาชีพ พัฒนาศักยภาพ



ทักษะ และความรู้ พร้อมทั้งขยายโอกาสในการประกอบอาชีพที่ยั่งยืนให้แก่ประชากรกลุ่มเปราะบาง โดยการร่วมมือกับพันธมิตรและองค์กรต่าง ๆ ที่ร่วมกันเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญเพื่อการพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืน

CASE STUDY

โครงการ เน็ตทำกิน ตัดปีกทักษะดิจิทัลผู้สูงวัย

บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ยังคงเดินหน้าให้ความสำคัญกับการสร้างความเติบโตแก่เศรษฐกิจและสังคมไทยอย่างยั่งยืน ทูจึงได้เข้าร่วมโครงการความร่วมมือกับกรมกิจการผู้สูงอายุ เพื่อส่งเสริมสุขภาวะที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ สนับสนุนให้มีการนำทักษะและประสบการณ์ของผู้สูงอายุมานำใช้ให้เกิดประโยชน์ในการจัดหางานที่เหมาะสม และมุ่งมั่นจะปิดช่องว่างทางดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อผู้สูงวัยในประเทศ ซึ่งทูได้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตร “ตัดปีกทักษะดิจิทัล” โดยเป็นการต่อยอดโครงการเน็ตทำกิน ตอบโจทย์การสร้างคุณค่าด้านสังคมที่มีเป้าหมายสำคัญคือ การให้ความรู้และทักษะดิจิทัล ซึ่งทูมีเป้าหมายที่จะสร้างงานและรายได้แก่กลุ่มเปราะบางต่าง ๆ จำนวน 500,000 รายภายในปี 2573



จัดอบรมให้กับผู้สูงอายุไปแล้ว
กว่า **900** รายในปี 2566

 Relationship Capital
  Human Capital

CASE STUDY

โครงการ มอบความรักแก่เด็กออทิสติก เขตกุยหลิน



Guilin Chia Tai Co., Ltd. ได้เข้าร่วมทำกิจกรรมฟื้นฟูเด็กออทิสติก ที่แผนกฟื้นฟูสมรรถภาพของสถาบันสวัสดิการสังคมกุยหลิน ที่เป็นสถาบันฟื้นฟูและช่วยเหลือเด็กพิการระดับเทศบาล มี 9 ชั้นเรียน นักเรียน 87 คน กิจกรรมหลัก ได้แก่ การฝึกอบรมการฟื้นฟูสมรรถภาพช่วยเหลือเด็กออทิสติกที่ยากจน ตลอดจนการส่งเสริมการโภชนาการให้เด็กออทิสติก ในส่วนของผู้ปกครองเด็กออทิสติกได้จัดให้มีการฝึกอบรมและจัดหาตำแหน่งงานให้มีรายได้ประจำอย่างมั่นคง จากการดำเนินการเด็กออทิสติกได้มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่เสริมสมรรถภาพและช่วยในการรักษาและบำบัดภาวะออทิสติกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สนับสนุนการจ้างงานและเพิ่มรายได้ให้ครอบครัว
กว่า **60,000** หยวน/ปี

 Relationship Capital

มูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบท

การดำเนินโครงการตลอดระยะเวลา 36 ปี ภายใต้ศาสตร์พระราชชาติ โดยยึดมั่นในปรัชญา 3 ประโยชน์ คือ ประโยชน์ต่อประเทศชาติ ประโยชน์ต่อประชาชน และประโยชน์ต่อองค์กร มูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบทได้ดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชน และเกษตรกรที่อยู่ในชนบท โดยเริ่มต้นจากพระมหากรุณาธิคุณ ในหลวงรัชกาลที่ 9 ให้ใช้พื้นที่ภายในศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยทราย อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี เป็นที่ตั้งของ “ศูนย์ฝึกอาชีพเยาวชนเกษตร” เพื่อให้เยาวชนในชนบทที่อยู่ นอกการศึกษาภาคบังคับมีโอกาสได้รับการฝึกอาชีพ ฝึกระเบียบวินัย เรียนรู้ทักษะชีวิต และเติบโตเป็น “คนดี พลเมืองดี และมีอาชีพดี”

จากนั้นมูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบทก็ได้ริเริ่มดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับผู้คนในชนบท ได้แก่ เด็กและเยาวชนที่ขาดโอกาส ในชนบท เกษตรกรที่มีฐานะยากจน และผู้สูงอายุในชนบทที่ห่างไกล มีพันธกิจหลักเพื่อขับเคลื่อนพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้ด้อยโอกาส มูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบทมีเป้าหมายการดำเนินงาน “มุ่งสร้าง 4 ดี พัฒนา 4 ด้าน” ได้แก่ ด้านพัฒนาเด็กและเยาวชน ด้านพัฒนาชุมชนและเกษตรกร ด้านพัฒนาคุณภาพชีวิต และ ด้านปกป้องและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม โดยร่วมมือกับหน่วยงานภาคี เครือข่ายร่วมกันสร้างประโยชน์แก่ประเทศชาติและประชาชน กว่า 1,089 หน่วยงาน

กระบวนการบริหารจัดการ



ผลการดำเนินงานของมูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบทในปี 2566



โครงการเลี้ยงไก่ไข่เพื่ออาหารกลางวันนักเรียน

- เสริมสร้างโภชนาการที่ดีแก่นักเรียน จำนวน 935 โรงเรียน
- นักเรียนได้รับโภชนาการโปรตีน (ไข่ไก่) 1.88 แสนคน
- ชุมชนเข้าถึงอาหารปลอดภัย 1,981 ชุมชน



โครงการพัฒนาอาชีพด้านการบริการ

- เยาวชนผู้สนใจได้รับการฝึกฝน แล้วนำไปประกอบอาชีพ พึ่งพาตนเองได้อย่างมั่นคง
- จำนวนรวมถึงปัจจุบัน 249 คน**



โครงการครอบครัวอุปการะในชุมชนวัฒนธรรม

- ได้รับความรัก ความอบอุ่น จากครอบครัวอุปการะ และการศึกษาอย่างมีคุณภาพ
- จำนวนรวมถึงปัจจุบัน 358 คน**



โครงการสนับสนุนทุนการศึกษานักเรียน ในพระราชานุเคราะห์ฯ อ.ประจวบคีรีขันธ์

- นักเรียนจากโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน มีโอกาสศึกษาต่อและประกอบอาชีพที่มั่นคง
- จำนวนรวมถึงปัจจุบัน 249 คน**



โครงการเกษตรผสมผสาน อ.บุรีรัมย์

- ส่งเสริมอาชีพ เพื่อสร้างรายได้ที่ยั่งยืน จัดตั้งกลุ่มชุมชน เพิ่มทักษะและองค์ความรู้
- จำนวนเกษตรกร 3,073 คน**



ศูนย์แลกเปลี่ยนความรู้ชุมชน (สวนเทพหยาด อ.สงขลา)

- ขยายแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
- จำนวนผู้เข้าดูงาน 6,533 คน**



โครงการบ้านปลาในทะเลสาบสงขลา อ.สงขลา

- อนุรักษ์ พื้นที่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทำอาชีพประมงพื้นบ้านอย่างยั่งยืน
- จำนวนบ้านปลา 100 ชั่ง**



อมก๋อยโมเดล อ.เชียงใหม่

- อนุรักษ์ พื้นที่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พัฒนาคุณภาพชีวิตคนบนพื้นที่สูง สัตว์ป่า
- จำนวนต้นไม้ที่ปลูก 99,000 ต้น**



พื้นที่ป่าได้รับการปกป้องดูแล อ.เชียงใหม่

- ปกป้องพื้นที่ป่าต้นน้ำ ต้นไม้ที่ปลูกตามโครงการดูแลรักษาป่าชุมชนให้มีความยั่งยืน
- จำนวนพื้นที่ป่า 1,324 ไร่**

การประเมินผลลัพธ์จากการดำเนินโครงการ สนับสนุนทุนการศึกษานักเรียนในพระราชานุเคราะห์ฯ

โครงการ “สนับสนุนทุนการศึกษาให้นักเรียนในพระราชานุเคราะห์ฯ” เป็นหนึ่งในโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็กและเยาวชน สนองแนวพระราชดำริ สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งมีพระราชหฤทัยมุ่งมั่นช่วยเหลือเด็กและเยาวชนที่ขาดโอกาสในถิ่นทุรกันดารให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยสนับสนุนการศึกษาให้แก่แก่นักเรียนที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา หรือเท่าที่มีการเปิดการเรียนการสอนในโรงเรียนสังกัดตำรวจตระเวนชายแดน ให้เยาวชนมีโอกาสศึกษาต่อพัฒนาตนเองให้เป็นคนดี พึ่งตนเอง และกลับไปช่วยเหลือพัฒนาชุมชน ที่ผ่านมามูลนิธิฯ ร่วมกับหน่วยงานและสถาบันการศึกษา ดำเนินโครงการสนับสนุนทุนการศึกษาให้นักเรียนในพระราชานุเคราะห์ฯ สร้างโอกาสทางการศึกษาให้แก่แก่นักเรียนศิษย์เก่าโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน ตลอดระยะเวลาที่อยู่ในโครงการ เด็ก ๆ ได้เรียนรู้การใช้ชีวิตที่ศูนย์ฝึกอาชีพเยาวชนเกษตร จังหวัดเพชรบุรี

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment)

มูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบท ได้นำกรอบมาตรฐานตามแนวทางการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) มาประเมินโครงการสนับสนุนทุนการศึกษาให้นักเรียนในพระราชานุเคราะห์ฯ ครอบคลุม 3 มิติ ได้แก่ มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคม และมิติด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อบริหารจัดการผลสัมฤทธิ์ทางสังคมจากการดำเนินโครงการเปรียบเทียบกับโอกาสการลงทุนในด้านต่าง ๆ เพื่อการเลือกจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณได้อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิผล โดยมีขอบเขตการประเมินโครงการตามปีงบประมาณ 2561-2565 ครอบคลุมจำนวนนักเรียนในพื้นที่โครงการ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

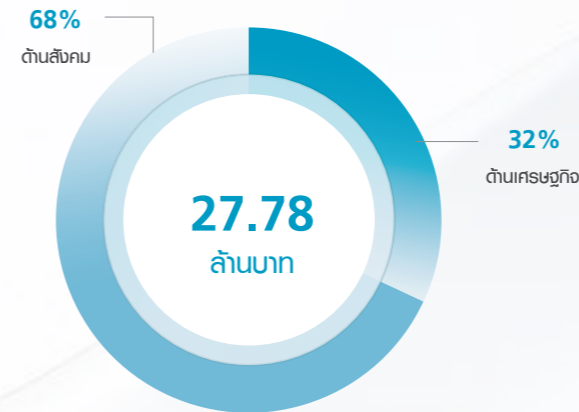


ผลการประเมิน

ในการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน โครงการสนับสนุนทุนการศึกษาให้นักเรียนในพระราชานุเคราะห์ฯ ได้ทำการประเมินผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ นักเรียนทุนฯ ผู้ปกครองของนักเรียนทุนฯ และคุณครูตำรวจตระเวนชายแดน เพื่อพิจารณาถึงความเปลี่ยนแปลงและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งพบว่านักเรียนทุนฯ มีผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจนทั้งทางตรงและทางอ้อม

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้เสีย

ในการประเมินผลลัพธ์จะทำการประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบ และจากการประเมินผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนักเรียนทุนฯ ในช่วงปีงบประมาณ 2561-2565 พบว่ามีมูลค่าผลลัพธ์รวมทั้งสิ้น 27,780,958 บาท เมื่อเทียบกับเงินลงทุนคิดเป็น SROI เท่ากับ 1.34



ผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจและด้านสังคม

จากการประเมินผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจและสังคมของนักเรียนทุนฯ พบทั้งผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบ ทั้งนี้ ผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ คิดเป็นมูลค่ารวม 8,974,623 บาท และผลลัพธ์ด้านสังคม คิดเป็นมูลค่ารวม 18,806,335 บาท โดยมีรายละเอียดมูลค่าของผลลัพธ์ดังนี้

ด้านเศรษฐกิจ



มีโอกาสในอาชีพเพิ่มมากขึ้น
7,138,446 บาท



มีรายได้เพิ่มขึ้น
1,836,176 บาท

ด้านสังคม



มีความนับถือและเห็นคุณค่าในตัวเอง
1,058,138 บาท



มีภาวะความเป็นผู้นำ
690,900 บาท



สร้างประสบการณ์ในการเรียนรู้
440,000 บาท



มีโภชนาการที่ดี
8,195,416 บาท



มีสุขภาพกายที่ดี
326,800 บาท



สร้างความเป็นจิตอาสา
8,316,000 บาท



ความวิตกกังวล
-32,917 บาท



อาการเจ็บป่วยและอุบัติเหตุ
-188,000 บาท

ความมั่นคงทางอาหาร และการเข้าถึงโภชนาการ Food Security & Access to Nutrition

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักถึงวิกฤตความไม่มั่นคงทางอาหาร ซึ่งยังส่งผลกระทบต่ออย่างต่อเนืองทั่วโลก จากรายงานองค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ ได้มีการรายงานว่าในปี 2566 มีผู้คนบนโลก ระหว่าง 691 ถึง 783 ล้านคน ต้องเผชิญกับความหิวโหย โดยในปี 2567 จะมีประชากรเพิ่มขึ้น 122 ล้านคนที่ต้องเผชิญกับความอดอยาก มากกว่าในปี 2562 ก่อนเกิดโรคระบาด COVID-19 สาเหตุหลักเกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ระบบนิเวศที่เสื่อมโทรมลง ภัยธรรมชาติ ความขัดแย้งในระดับท้องถิ่นจนถึงระดับโลกซึ่งทำให้เกิดความขัดแย้ง พลพืดทางการเกษตรน้อยลง ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคที่สูงขึ้น ตลอดจนทำให้เกิดภาวะทุพโภชนาการในกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและกลุ่มเปราะบาง สิ่งเหล่านี้นำไปสู่การละเมิดสิทธิในอาหาร ซึ่งเป็นความท้าทายสำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์ เราจึงมุ่งเน้นไปที่การขับเคลื่อนไปสู่ระบบอาหารที่ยั่งยืนมากขึ้น เครือฯ ให้ความสำคัญทั้งด้านเทคโนโลยี นวัตกรรมต่าง ๆ รวมถึงการประสานงานความร่วมมือระหว่างองค์กรระดับสากลเพื่อส่งเสริมและบรรเทาผลกระทบอันเกิดจากข้อจำกัดในการเข้าถึงอาหาร ส่งเสริมทุกคนได้เข้าถึงอาหารอย่างเท่าเทียม เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของทุกคน

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

- 2 **ลดความเหลื่อมล้ำ**
- 2.1 ส่งเสริมให้ทุกคนได้เข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีโภชนาการ และเพียงพอ
- 2.2 ยุติภาวะทุพโภชนาการทุกรูปแบบ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
[Sustainable Development Goals Report 2023](#)
[Sustainability Performance Report 2023](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

30.1%

สัดส่วนงบประมาณด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ

8,802,762 มื้อ

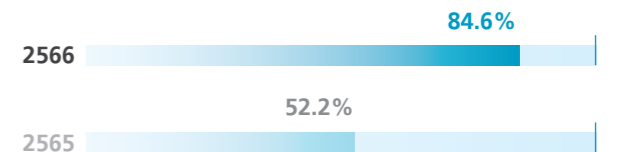
จำนวนมื้ออาหารที่มอบให้กับผู้ด้อยโอกาส โดยเฉพาะเด็ก เยาวชน ผู้ยากไร้ และผู้ที่อยู่ในสถานการณ์เสี่ยง

8,459,092 ราย

จำนวนเด็ก เยาวชน ที่ได้รับโอกาสในการเข้าถึงอาหาร รวมทั้งความรู้ด้านความปลอดภัยอาหาร และคุณค่าทางโภชนาการ (จำนวนตัวเลขสะสม)

เป้าหมายและความคืบหน้า

10 ล้านรายของเด็ก ประชาชน และคนยากจนที่ได้รับการสนับสนุนโอกาสในการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการ



แผนการดำเนินงานในอนาคต

- ขยายแนวทางการเกษตรอย่างยั่งยืนให้เกิดทั่วทั้งองค์กร และคู่ค้าทางการเกษตร
- นำแนวปฏิบัติด้านการผลิตและการจัดหาที่ยั่งยืนมาใช้เพื่อปรับปรุงสุขภาพของดินและฟื้นความหลากหลายทางชีวภาพ
- สนับสนุนให้ผู้คนได้เข้าถึงอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ปลอดภัย และในราคาที่เอื้อมถึง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเปราะบาง
- ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ในการริเริ่มโครงการแจกจ่ายอาหารส่วนเกินที่เกิดจากการจัดจำหน่าย

การบริหารจัดการความมั่นคงทางอาหาร

จากรายงานองค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ ในปี 2565 ร้อยละ 29.6 ของประชากรโลกอยู่ในภาวะความอดอยาก ในระดับปานกลางถึงขั้นรุนแรง ในจำนวนนี้ประมาณ 900 ล้านคน อยู่ในภาวะความอดอยากรุนแรง โดยมีปัจจัยสำคัญจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่มีแนวโน้มรุนแรงขึ้น ทำให้เกิดภาวะโลกร้อน การเกิดภัยพิบัติ การขาดแคลนน้ำ ที่ส่งผลกระทบต่อผลผลิตทางการเกษตร เช่นเดียวกับจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น ขณะที่พื้นที่การเกษตรลดลง การเกิดโรคระบาดและความขัดแย้งระหว่างประเทศที่ส่งผลกระทบต่อผลผลิตและราคาสินค้า และก่อให้เกิดความไม่มั่นคงทางอาหาร ดังนั้น การผลิตอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ เปี่ยมด้วยโภชนาการ รวมถึงมีความเพียงพอต่อความต้องการของประชากรโลก เป็นหนึ่งในเป้าหมายการดำเนินงานของเครือเจริญโภคภัณฑ์ เครือฯ ให้ความสำคัญทั้งด้านเทคโนโลยี

และนวัตกรรม เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ การพัฒนาแหล่งโปรตีนที่หลากหลายเพื่อสร้างสรรค์อาหารแห่งอนาคต รวมถึงการตระหนักเรื่องสิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมทฤษฎีเกษตรฟื้นฟู (Regenerative Agriculture) นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้นำหลักปฏิบัติภายใต้นโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืนมาใช้ในการดำเนินการผลิตของเครือฯ และของคู่ค้า เพื่อส่งเสริมความยั่งยืนที่ดีของชุมชน รวมทั้งสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค และการเข้าถึงผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอย่างเท่าเทียมและเพียงพอต่อความต้องการ อีกทั้งเครือฯ ได้มีการประสานความร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ ในการส่งเสริมและบรรเทาผลกระทบอันเกิดจากข้อจำกัดในการเข้าถึงอาหารผ่านโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการสร้างอาหารคน อาหารสมอง และการสร้างโอกาสส่งเสริมทุกคนได้เข้าถึงคุณค่านี้ อย่างเท่าเทียม เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคน

การบริหารจัดการความมั่นคงทางอาหาร



การปฏิรูประบบอาหาร เพื่อการผลิตและบริโภคอย่างยั่งยืน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน

ทุกวันนี้ ผู้บริโภคหันมาดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ด้วยการเติมเต็มชีวิตในด้านสังคมและจิตใจ รวมถึงสถานการณ์โลกที่กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารทางเลือกใหม่ ๆ และอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีกว่า เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีขึ้น ลดความเสี่ยงต่อการเป็นโรคติดต่อไม่เรื้อรัง จึงเป็นหนึ่งในภารกิจหลักของเครือเจริญโภคภัณฑ์ในปัจจุบัน เครือฯ มีผลิตภัณฑ์อาหารที่มุ่งเน้นสุขภาพโภชนาการ สุขภาพ และสุขภาพที่ดีจำนวน 1,242 ผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งออกเป็นผลิตภัณฑ์ปรับลดไขมัน น้ำตาล โซเดียม ผลิตภัณฑ์เพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงสูตร และอาหารเฉพาะบุคคล นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้มีการร่วมมือระหว่างบริษัท องค์กร และภาครัฐเพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมผ่านโครงการวิจัยของเครือฯ

ด้วยแนวโน้มอนาคต การขาดแคลนทรัพยากรอาหารที่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงวิถีการผลิตอาหารเดิม ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงได้มีแนวคิดการสร้างอาหารแห่งอนาคตที่ส่งเสริมความมั่นคงทางด้านอาหาร และสร้างที่ยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม โดยเครือฯ สร้างสรรค์วัตถุดิบต่าง ๆ ให้เกิดเป็นอาหารรูปแบบใหม่ มีรสชาติดี และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ เช่น กลุ่มโปรตีนทางเลือกโดยได้คัดเลือกวัตถุดิบที่ทำจากพืชที่โปรตีนสูง พัฒนารสชาติ กลิ่น สีกลิ่นให้เหมือนผลิตภัณฑ์จากสัตว์ เช่น MEAT ZERO และกลุ่มผลิตภัณฑ์ VG for Love เป็นต้น นอกจากนี้ เครือฯ ยังมี การพัฒนาผลิตภัณฑ์ติดฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์และผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำมากกว่า 971 รายการ เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคเข้าถึงอาหารคุณภาพและปลอดภัย ควบคู่กับการมีส่วนร่วมบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

CASE STUDY

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคที่ห่วงใยสุขภาพ (VG for Love)



บริษัท ซีพีแรม จำกัด มุ่งมั่นในการสร้างอาหารคุณภาพให้กับผู้บริโภคทุกคนได้มีสุขภาพที่ดีและมีความเป็นอยู่ที่ดี โดยได้พัฒนาอาหารพร้อมรับประทานภายใต้ตราสินค้า VG for Love อาหารกลุ่มใหม่สำหรับผู้บริโภคที่มีการบริโภคพืชเป็นหลัก Plant Based Diet ภายใต้แนวคิดพัฒนาสู่ความยั่งยืน ซึ่งเป็นทิศทางเดียวกับ CPRAM มาในรูปแบบ 4 ความรัก คือ รักสุขภาพ รักชีวิตสัตว์ รักสิ่งแวดล้อม และรักโลก โดยแบ่งอาหาร 5 ประเภท ครบตามความต้องการ ได้แก่ อาหารเจ อาหารวีแกน อาหารมังสวิรัตกับนม อาหารมังสวิรัตกับไข่ อาหารมังสวิรัตกับนมและไข่

ปัจจุบันมีสินค้า Plant Based 25 รายการ สร้างรายได้จากสินค้า VG for Love กว่า 51 ล้านบาท

Manufacturing Capital

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการผลิตและบริโภคอย่างยั่งยืน และผลิตภัณฑ์ที่ช่วยเพิ่มภูมิคุ้มกัน

เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศอังกฤษ)
TASTE INC - ไท่ย่างสปีซี่

- มีโปรตีนสูง
- ไขมันอิ่มตัวต่ำ
- โซเดียมต่ำ
- ย่างด้วยถ่านที่มาจากแหล่งผลิตที่ยั่งยืน

บริษัท เบลลิโอ ฟู้ด อิงค์ (ประเทศสหรัฐอเมริกา)
Michellina's Grande : Rigatoni Alfredo with Chicken & Broccoli

- มีวิตามินบี
- 0% Trans Fat
- Michellina's Grande ได้รับรางวัลเหรียญทองจากการแข่งขันฟู้ดเทคในช่วง COVID-19 ส่งผลให้ได้รางวัลสุดยอดทีมวิจัยและพัฒนาอาหารแห่งปี 2566 (The 2023 R&D Teams of the Year Award) โดยนิตยสาร Food Processing Magazine

ซีพีแรม (ประเทศไทย)
ข้าวหอมมะลิผสมข้าวไรซ์เบอร์รี่ ยำอกไก่ย่าง

- มีโปรตีนจากเนื้ออกไก่ล้วน
- ไขมันต่ำ ไขมันอิ่มตัวต่ำ
- โกลาสเตอโรลต่ำ
- เป็นแหล่งโปรตีน

เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศไทย)
CP FI-FIT (CP ฟิต): ไส้ทอดอกไก่พร้อมไทยดำ

- โปรตีนสูงเทียบเท่ากับไข่ขาว 5 ฟอง
- ไขมันและโซเดียมลดลง
- ปลอดภัย ปลอดภัย ปราศจากฮอร์โมนเร่งการเจริญเติบโตตามหลักสวัสดิภาพสัตว์
- ปลอดภัยสาร 0% ไม่มีสารอันตราย
- ได้รับรางวัล "สุดยอดนวัตกรรมอาหาร" (THAIFEX-Anuga Taste Innovation Show 2023) และ "สุดยอดรสชาติอาหารระดับโลก ประจำปี 2566" จากประเทศเบลเยียม

ท็อปส์ฟู้ดส์ (ประเทศเบลเยียม)
ข้าวโพดฟัดเบรียหวาน

- วัตถุดิบจากธรรมชาติ ร้อยละ 100
- ปราศจากกลูเตน
- ปราศจากน้ำตาลแลคโตส
- บรรจุภัณฑ์ลดการใช้พลาสติก ร้อยละ 80

ซูเปอร์ดรอป (ประเทศโปแลนด์)
ซูเปอร์ดรอป (ประเทศโปแลนด์) ปลาดีจากพืช

- โปรตีนจากข้าว
- ไลโก "V-Label" พืชมาตรวจสอบและรับรองตามข้อกำหนดกลุ่มสหภาพยุโรป (European Vegetarian Union)

เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศจีน)
ข้าวฟักอกไก่ผสมควินัว

- ไขมันต่ำ
- แหล่งโปรตีนที่ดีเยี่ยม
- อุดมไปด้วยไฟเบอร์

เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศสิงคโปร์)
MEAT ZERO X TASTE ASIA มาซาโกะจากพืชพร้อมข้าวกล้องงอก

- ปราศจากเนื้อสัตว์
- ตัวเหลืองไม่ดัดแปลงพันธุกรรม
- เหมาะสำหรับ: วีแกน นิ่งสวีตตี้ และนึ่งสวีตตี้แบบยืดหยุ่น

การสร้างความมั่นคงทางอาหาร

ผู้คนจำนวนมากทั่วโลกประสบปัญหาความอดอยากและการเข้าถึงอาหาร โดยมีสาเหตุหลักมาจากประชากรโลกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างรุนแรงกระทบต่อจำนวนพื้นที่ด้านการเกษตรที่ลดลง หลายพื้นที่เกิดปัญหาขาดแคลนน้ำ อันเป็นต้นเหตุสำคัญที่ผลผลิตต้องหยุดชะงัก รวมถึงการบริโภคในปัจจุบันมีการสูญเสียอาหารและมีขยะอาหารมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยการเข้าถึงอาหารที่เพียงพอและมีคุณค่าทางโภชนาการถือเป็นสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานที่ทุกคนพึงได้รับอย่างเสมอภาค ด้วยเหตุนี้ ความมั่นคงทางอาหารจึงเป็นประเด็นสำคัญสำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์ และทำให้เครือฯ มุ่งมั่นในการส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดีเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางอาหารให้ประชาชนสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอย่างเท่าเทียมเพียงพอต่อความต้องการในราคาที่เข้าถึงได้ สุขลักษณะและหลักโภชนาการ

รวมทั้งส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และการสร้างทักษะในด้านการผลิตอาหาร เพื่อมีส่วนร่วมในการบรรเทาภาวะทุพโภชนาการ นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้ผนึกกำลังในการสร้างความร่วมมือกับหลายภาคส่วน อาทิ เกษตรกรผู้ผลิตวัตถุดิบ เกษตรกรเลี้ยงสัตว์ พันธมิตรทางธุรกิจ รวมถึงหน่วยงานภาคการศึกษา ภาครัฐ ควบคุมไปกับการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อสร้างหลักประกันการผลิตอาหารคุณภาพที่ได้มาตรฐาน ปลอดภัย สะอาด มีคุณค่าทางโภชนาการ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าในการผลิตอาหาร และการส่งเสริมทฤษฎีเกษตรฟื้นฟู (Regenerative Agriculture) เพื่อปกป้องและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม รวมทั้งได้ร่วมมือกับหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ในการส่งมอบอาหารให้กับผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือ เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการที่ดีให้แก่สังคมอย่างทั่วถึง





CASE STUDY

การหาอัตราการผลิตเชื้อ Bacillus ในปุ๋ยอินทรีย์ เพิ่มประสิทธิภาพการควบคุมโรครากเน่าโคนเน่าในข้าวโพด ประเทศเมียนมา



ที่ผ่านมาเกษตรกรในรัฐฉาน ประเทศเมียนมา ได้รับความเสียหายจากการระบาดของโรครากเน่าโคนเน่าในต้นข้าวโพด เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีฝนตกชุก นอกจากข้าวโพดมีคุณภาพผลผลิตต่ำแล้ว บางแปลงอาจเสียหายได้มากถึงร้อยละ 100 ดังนั้น เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร ที่มีวิจัยประกันคุณภาพดินและปุ๋ยในประเทศไทยจึงได้เริ่มวิจัยและพัฒนาแนวทางการป้องกันอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งพบว่าหากนำเชื้อ *Bacillus* B87 มาผสมกับปุ๋ยอินทรีย์ สามารถช่วยป้องกันโรครากเน่าโคนเน่าได้ ผลการทดสอบพบว่าเชื้อ *Bacillus* B87 สามารถปกป้องผลผลิตข้าวโพดของเกษตรกรที่เสียหายจากโรครากเน่าโคนเน่า จากเดิมที่เคยเสียหายมากถึง 440 กก./เอเคอร์ เหลือเพียง 167 กก./เอเคอร์ หรือคิดเป็นร้อยละ 4.4 เมื่อเทียบกับแปลงที่ไม่ได้ใช้ปุ๋ยอินทรีย์เชื้อ *Bacillus* B87

ในปี 2566 สามารถช่วยปกป้องผลผลิตของเกษตรกร โดยใช้กับพื้นที่ได้มากถึง 38,400 เอเคอร์

Manufacturing Capital

Relationship Capital



CASE STUDY

Sustainable Agriculture

บริษัท ซี.พี. อินเตอร์เทรด จำกัด และบริษัทในธุรกิจข้าว ชนส่งและบริการ ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ผนึกกำลังทำโครงการพัฒนาการทวนสอบย้อนกลับผ่านมาตรฐานข้าวยั่งยืนในโครงการข้าวประชารัฐ เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรคู่ค้ามีความรู้ความสามารถในการเพาะปลูกข้าวอย่างถูกวิธี ตามหลักความปลอดภัยของอาหาร มีระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ และอยู่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม



จำนวนผลิตภัณฑ์ข้าวที่ได้รับตราสัญลักษณ์ KHAO C.P. SUSTAINABILITY 59,574 ตัน

Manufacturing Capital



CASE STUDY



การร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อขับเคลื่อน “ธนาคารอาหารแห่งชาติ”

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นในการยุติความหิวโหย และส่งเสริมการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการ ด้วยการส่งต่ออาหารส่วนเกินที่เหลือจากการดำเนินงาน หรือส่วนที่จำหน่ายไม่หมดแต่ยังรับประทานได้และปลอดภัย ให้กับกลุ่มคนเปราะบางได้เข้าถึงอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการอย่างทั่วถึง โดยเครือฯ ได้มีการผนึกกำลังกับบริษัทภายในเครือฯ และเครือข่ายพันธมิตรต่าง ๆ ในหลายประเทศ เช่น มูลนิธิสโกลาร์ส ออฟ ชีสที่แนนซ์ ประเทศไทย (SOS ประเทศไทย) Food Aid Foundation และ Kechara Soup Kitchen (ประเทศมาเลเซีย) Food Bank (ประเทศเวียดนาม) รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน

ปริมาณอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการเทียบเท่ากับจำนวนมื้ออาหารที่บริจาคทั้งหมด 5.79 ล้านมื้อ

ส่งมอบอาหารส่วนเกินกว่า 3.09 ล้านคน

Relationship Capital Natural Capital



การบริหารจัดการนวัตกรรม Innovation

ปัจจุบันความต้องการของลูกค้า เทคโนโลยี หรือแม้แต่สภาพภูมิอากาศต่างมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต ประสิทธิภาพการผลิต แนวโน้มของตลาด รวมถึงความมั่นคงของห่วงโซ่อุปทาน เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักดีถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว และเพื่อเป็นการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว นวัตกรรมจึงเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้เกิดเครือข่าย สามารถรับมือและก้าวทันการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ มุ่งสู่การเป็นผู้นำในธุรกิจ เครือฯ ให้ความสำคัญกับการลงทุน พัฒนาและส่งเสริมนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ไม่เพียงแต่การพัฒนา นวัตกรรมภายในเท่านั้น เครือฯ ยังร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เช่น มหาวิทยาลัย ภาครัฐ หรือคู่ค้าในการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและแนวโน้มของตลาด ไม่ว่าจะเป็น เรื่องการให้ความสำคัญกับสุขภาพ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เป็นต้น ทั้งยังนำนวัตกรรมเชิงกระบวนการและดิจิทัลมาใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ด้วยต้นทุนที่เหมาะสม

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



8.2 บรรลุการมีผลิตภาพทางเศรษฐกิจในระดับที่สูงขึ้นผ่านการยกระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรม



9.5 เพิ่มพูนการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ระดับขีดความสามารถทางเทคโนโลยีของภาคอุตสาหกรรม
9.b สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยี การวิจัย และนวัตกรรมที่นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าของสินค้าโภคภัณฑ์

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[Sustainable Development Goals Report 2023](#)

[Sustainability Performance Report 2023](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

4,068 ฉบับ

จำนวนสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรสะสม เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ร้อยละ 11.2

2.2%

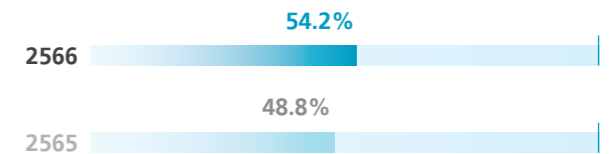
สัดส่วนรายได้จากสินค้าและบริการใหม่

28,264 ล้านบาท

มูลค่าเงินลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา ลดลงจากปี 2565 ร้อยละ 1.7

เป้าหมายและความคืบหน้า

7,500 ฉบับของสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรที่ได้รับการขึ้นทะเบียน



แผนการดำเนินงานในอนาคต



ลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ เช่น เอไอ (AI) และบิกดาต้า เป็นต้น



พัฒนาแพลตฟอร์มแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านนวัตกรรม เพื่อส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมทั้งในองค์กรและภายนอก



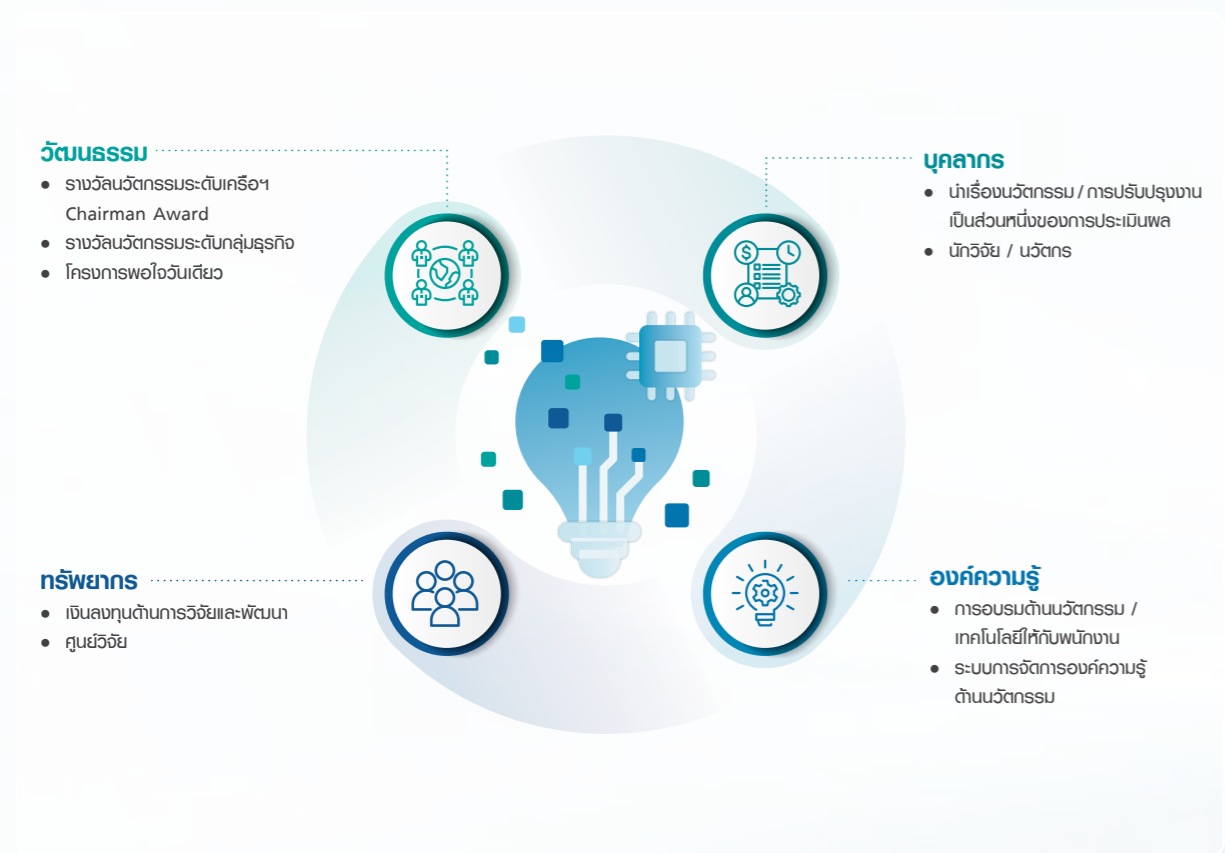
พัฒนาระบบนิเวศทางนวัตกรรม (Innovation Ecosystem) ของเครือเจริญโภคภัณฑ์

การบริหารจัดการนวัตกรรมเพื่อพรุ่งนี้ที่ดีกว่า

การบริหารจัดการนวัตกรรม

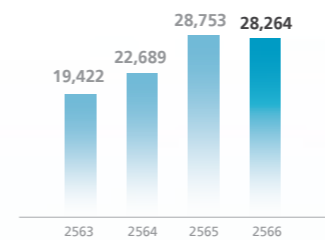
หนึ่งในยุทธศาสตร์ด้านนวัตกรรมของเครือเจริญโภคภัณฑ์ คือ การพลิกโฉมองค์กรด้วยดิจิทัล ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงมีการลงทุน การจัดสรรบุคลากร การจัดสรรทรัพยากร การสร้างบรรยากาศแห่ง การสร้างสรรค์นวัตกรรม รวมถึงการพัฒนาและแบ่งปันองค์ความรู้ เพื่อให้การสร้างนวัตกรรมเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ในปี 2566 เครือฯ ได้จัดตั้งคณะกรรมการด้านนวัตกรรม เพื่อส่งเสริมให้เกิดการ ผนึกกำลังและการบริหารจัดการงานด้านนวัตกรรมของเครือฯ ดำเนินการไปอย่างมีประสิทธิภาพตามกรอบนโยบายและกลยุทธ์ ของเครือฯ

นอกจากนั้น เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังมีการติดตามผลด้านการ พัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เช่น เงินลงทุนวิจัยและพัฒนา จำนวนทรัพย์สินทางปัญญา รายได้ที่เกิดจากสินค้าใหม่ และต้นทุน ที่ลดลงจากการนำนวัตกรรมมาเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการ เป็นต้น เพื่อให้มั่นใจว่าการพัฒนานวัตกรรมและผลลัพธ์เป็นไป ในทิศทางที่เครือฯ กำหนด นอกจากนี้ เครือฯ ยังสร้างบรรยากาศ องค์กรแห่งนวัตกรรมผ่านโครงการมหกรรมนวัตกรรมบ้านและ โครงการพอใจวันเดียว เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานมีความสร้างสรรค์ และต่อยอดสู่การสร้างนวัตกรรม

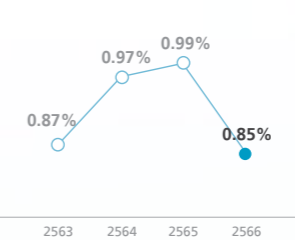


การลงทุน

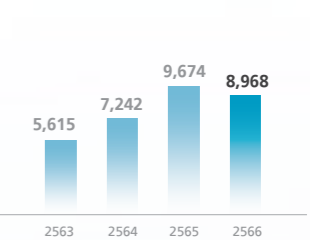
ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา (ล้านบาท)



สัดส่วนค่าใช้จ่าย R&D ต่อรายได้



จำนวนบุคลากรด้าน R&D (คน)



กระบวนการ



จำนวนศูนย์วิจัย 91 แห่ง

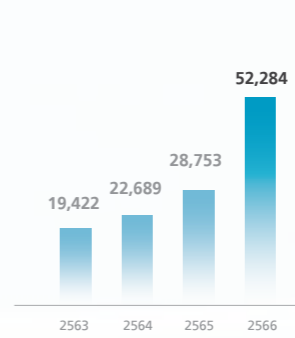


จำนวนนักวิจัย 8,968 คน



จำนวนนวัตกรรม 37,425 คน

จำนวนโครงการพอใจวันเดียว



นวัตกรรมโครงการแบบเปิด 616 โครงการ



การมีส่วนร่วมในโครงการนวัตกรรม 46,121 คน

ผลลัพธ์



สัดส่วนรายได้จากสินค้าใหม่ 2.2%




ค่าใช้จ่ายที่ลดลงจากนวัตกรรม 2,509 ล้านบาท



จำนวนทรัพย์สินทางปัญญา 4,068 เรื่อง

การพัฒนานวัตกรรมในกระบวนการผลิต

นวัตกรรมกระบวนการผลิต



การพัฒนานวัตกรรมด้านความยั่งยืนของเครือฯ ต้องมุ่งเน้นลูกค้า ครอบคลุม ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ รวมถึงการตรวจสอบย้อนกลับ และพัฒนาให้กลายเป็น Product Sustainability ส่งถึงผู้บริโภค

คุณณรงค์ เอี่ยมสวนนท์
รองประธานอาวุโส
เครือเจริญโภคภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีวิสัยทัศน์ที่จะมุ่งสู่การเป็นองค์กรที่เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการสร้างอาหารคน อาหารสมอง โอกาสในการเข้าถึงคุณค่า เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน เราจึงมุ่งมั่นที่จะนำนวัตกรรมเชิงกระบวนการ เทคโนโลยีใหม่ อาทิ เอไอ ออโตเมชัน และดิจิทัล มาพัฒนากระบวนการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต หรือการบริการ รวมถึงป้องกัน หรือลดผลกระทบที่อาจเกิดต่อสิ่งแวดล้อม พนักงาน หรือชุมชนรอบข้าง

นอกจากการนำนวัตกรรมมาพัฒนากระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นแล้ว เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังสนับสนุนให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ ซึ่งเป็นไปตามค่านิยมองค์กรของเครือฯ คือการสร้างสรรคสิ่งใหม่ และการยอมรับการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมองค์กรทั้ง 2 ข้อนี้ ทำให้เครือฯ ไม่ปิดกั้นที่จะส่งเสริมและปลูกฝังให้พนักงานทุกระดับไม่มีติดกับกระบวนการปัจจุบัน แต่ในขณะเดียวกันก็มองหานวัตกรรมหรือ

เทคโนโลยีใหม่ ๆ มาเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการ ส่งเสริมการทำงานที่ง่ายขึ้น และเปิดโอกาสให้นำเสนอผลงาน ซึ่งหากมีความคุ้มค่า เครือฯ ก็มีการลงทุนในนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีดังกล่าว

ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์มีนวัตกรรมเชิงกระบวนการจำนวน 2,085 เรื่อง ซึ่งส่งผลให้เราเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการต่าง ๆ ทำให้ค่าใช้จ่ายลดลงมากกว่า 2,000 ล้านบาท นอกจากนี้ เครือฯ ยังมีการอบรมให้ความรู้ในด้านเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมให้แก่พนักงานจำนวน 16,232 คน นอกจากนี้ เครือฯ ยังมีพนักงานที่มีส่วนร่วมในโครงการปรับปรุงงานหรือโครงการนวัตกรรมรวมแล้ว 46,121 คน แม้ว่าการดำเนินงานด้านการวิจัยและพัฒนาของเครือฯ จะมีการเติบโต แต่เครือฯ ก็ยังไม่หยุดที่จะส่งเสริมลงทุนในเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่จะมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต การบริการ หรือการสนับสนุนต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อทิศทางการเติบโตธุรกิจ

CASE STUDY




แอปพลิเคชันด้านการบริหารจัดการงานขนส่ง


และโลจิสติกส์อัจฉริยะ: AXONS Move

อาหารมีข้อจำกัดเรื่องอายุเก็บรักษา มีความเสี่ยงต่อการปนเปื้อนและเสียหายในระหว่างการขนส่ง จึงจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ ช่วยป้องกันความเสียหายและลดโอกาสการล้มแพ้กับสินค้าที่นำไปสู่การปนเปื้อนและอาหารเน่าเสีย รวมถึงลดความเสี่ยงเกิดอุบัติเหตุของผู้ปฏิบัติงาน AXONS จึงได้พัฒนาแอปพลิเคชัน AXONS Move ซึ่งใช้ Big Data ที่รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นพิกัดของยานพาหนะ อุณหภูมิ และความเร็วเข้ามาวิเคราะห์และปรับปรุงเส้นทางโลจิสติกส์ ลดระยะเวลาการจัดส่งพร้อมรายงานข้อมูลการขนส่งแบบเรียลไทม์ และแพลตฟอร์มนี้ยังได้รางวัลการันตีจาก Asian Technology Excellence Award สาขา Smart Technology - Food Manufacturing Solutions อีกด้วย

ประหยัดค่าใช้จ่าย **ร้อยละ 30**

พัฒนาองค์ความรู้และประสบการณ์ของทีมงานเพื่อต่อยอดสู่ธุรกิจอื่น ๆ

 Financial Capital

 Human Capital


CASE STUDY

โครงการ Shared Services Center (SSC)

ศูนย์ Shared Services Center (SSC) ซึ่งเป็นศูนย์ปฏิบัติการด้านบัญชีและการเงินได้พัฒนาเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล 4.0 โดยนำนวัตกรรมสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน อาทิ Robotic Process Automation (RPA) ขึ้นมาทดแทนการทำงานที่มีลักษณะประจำ เพื่อปรับโครงสร้างองค์กรให้มีลักษณะดินสอด่ภายในปี 2568 และเพิ่มความคล่องตัวและประสิทธิภาพในการทำงาน นอกจากนี้ นักบัญชีในองค์กรได้รับการพัฒนา Reskill/ Upskill เพื่อยกระดับเป็น Business Partner และยังมีมีการนำเทคโนโลยีอื่น ๆ มาใช้ เช่น Blockchain และ ACL เป็นต้น



รายได้ **10-53** ล้านบาท/ปี

 Financial Capital

การพัฒนานวัตกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์แห่งนวัตกรรม



ในปัจจุบันความต้องการของตลาดและลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและรวดเร็ว ซึ่งหากบริษัทไม่สามารถคิดค้นผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการได้ทันทั้งที่ก็มีความเสี่ยงในการสูญเสียพื้นที่ทางการตลาดและความสามารถในการแข่งขัน ด้วยเหตุนี้ เครื่องเจริญโภคภัณฑ์จึงไม่เคยหยุดที่จะพัฒนาสินค้าและบริการออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังและความต้องการของลูกค้าและสังคม ซึ่งเกณฑ์ที่เครื่องฯ ใช้ในการคิดค้นและการพัฒนาสินค้าหรือบริการ ได้แก่ ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยทางสุขภาพของผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย ความปลอดภัยและความสะอาดสบายของการใช้งาน และความต้องการของตลาด

ในปี 2566 เครื่องเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ตามแผนงาน เพื่อตอบสนองต่อทิศทางการดูแลสุขภาพ และความปลอดภัยทางอาหาร เทคโนโลยีพลังงานและบ้านอัจฉริยะ อาทิ โครงการไก่ไทยจะไปอวกาศ ผลิตภัณฑ์ Meat Zero ผลิตภัณฑ์ไฮสตรูเมริมซีลีเนี่ยมและปลอดภัยปฏิบัติชีวเวช อุปกรณ์บ้านอัจฉริยะ และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ อีกมากมาย



สัดส่วนรายได้จากสินค้าและบริการใหม่

ร้อยละ 2.2



ผลิตภัณฑ์ Soyirun ของเครื่องเจริญโภคภัณฑ์ ได้รับรางวัลนวัตกรรมแบบ USS ถูกใจจาก iF Design Award 2024

ภายใต้ความมุ่งมั่นและความพยายามที่จะปรับปรุงด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ในปี 2566 เครื่องเจริญโภคภัณฑ์มีสินค้าและบริการใหม่มากกว่า 2,000 ผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดรายได้จากสินค้าและบริการใหม่คิดเป็นร้อยละ 2.2 ซึ่งเครื่องฯ จะไม่หยุดการวิจัยและพัฒนาเพียงเท่านั้น เรายังมุ่งมั่นที่จะคิดค้น พัฒนา ต่อยอดสินค้าและบริการใหม่อย่างต่อเนื่อง

CASE STUDY

โครงการ True GIGATEX Intelligent Fiber Router

True GIGATEX Intelligent Fiber Router คือนวัตกรรมที่เกิดขึ้นในองค์กร จากบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในการพัฒนาคุณภาพของโครงข่ายและบริการ พร้อมไปกับการแก้ปัญหาการผูกขาดจากผู้ผลิตอุปกรณ์ เดิมโครงข่ายของบริการทรูอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีลักษณะเป็นแบบถูกผูกขาดจากผู้ผลิตรายเดียวกัน ในขณะที่ผู้ผลิตมีถึง 6 ราย ทำให้มีข้อจำกัดและค่าใช้จ่ายสูง บริษัทจึงได้ออกแบบพัฒนาให้มีการใช้ภาษากลางที่ทำให้อุปกรณ์ตัวส่งกับตัวรับสัญญาณจากผู้ผลิตกันสามารถทำงานร่วมกันได้ ทำให้กำจัดข้อจำกัดของอุปกรณ์ไปได้



รายได้ **480 ล้านบาท/ปี**

Financial Capital

ลูกค้าเพิ่มขึ้น **50,000 ราย**

Relationship Capital

CASE STUDY

โครงการฟักทองทนไวรัสสายพันธุ์แรกของไทย

“ฟักทอง ทองสยาม” ฟักทองทนไวรัสสายพันธุ์แรกของไทย ทนทานต่อไวรัส SLCNV (Squash Leaf Curl China Virus) ที่ทำให้เกิดโรคใบหงิก ใบเจริญเติบโตผิดรูป ต้นเตี้ยแคระ และติดผลไม่สมบูรณ์หรือไม่ติดผล กลุ่มธุรกิจเจียไต๋ได้วิจัยและปรับปรุงสายพันธุ์ฟักทองทนไวรัสด้วยนวัตกรรมที่ทันสมัยและใช้เทคนิคทางโมเลกุลทำให้ได้ผลผลิตฟักทองสายพันธุ์แรกในไทยที่สามารถทนไวรัสที่ทำให้เกิดอาการใบหงิกเหลืองบนฟักเขียว (Squash Leaf Curl China Virus: SLCNV) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังได้รางวัล “นวัตกรรมดีเด่น” ประเภทการวิจัยและพัฒนา จากการปรับปรุงสายพันธุ์พืช “ฟักทอง ทองสยาม” ฟักทองทนไวรัสสายพันธุ์แรกของไทย และรางวัล “องค์กรที่มีความเป็นเลิศ” สาขาวัตกรรมการเกษตรอีกด้วย



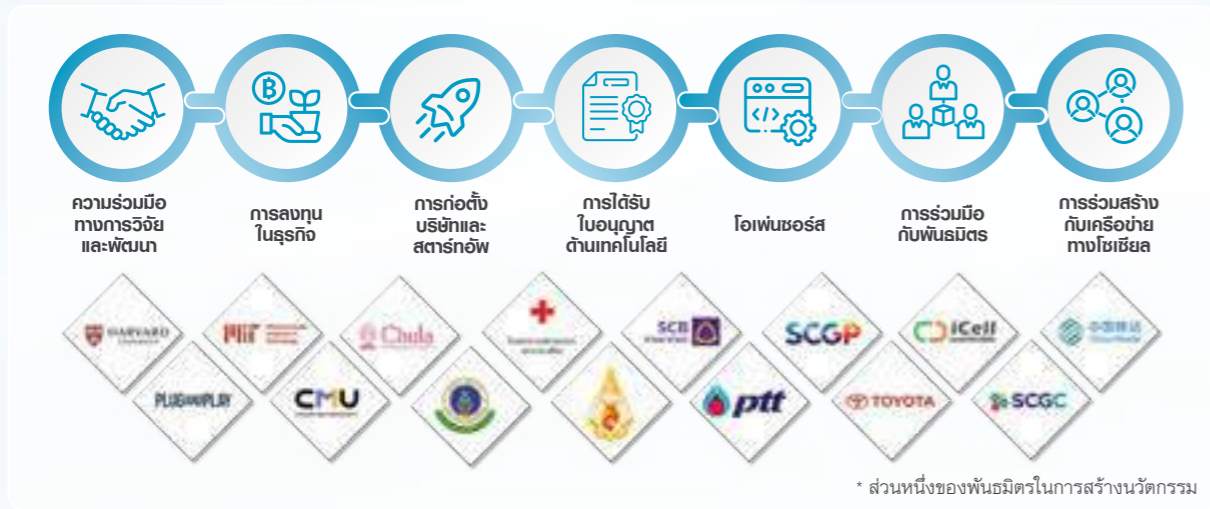
รายได้ **7.38 ล้านบาท/ปี**

Financial Capital

Intellectual Capital

การสร้างความร่วมมือด้านนวัตกรรม

นอกจากความพยายามในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมจากความเชี่ยวชาญภายในเครือเจริญโภคภัณฑ์แล้ว เรายังเชื่อมั่นว่าการร่วมมือกำลังและแบ่งปันความรู้และประสบการณ์กับหน่วยงานภายนอกจะช่วยเพิ่มศักยภาพ ความรวดเร็วในการพัฒนานวัตกรรมไปอีกระดับ อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ความเชี่ยวชาญกับหน่วยงานภายนอกองค์กร เกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ ซึ่งจะทำให้องค์ความรู้หรือผลงานการพัฒนานวัตกรรมสามารถต่อยอดออกไปได้ในวงกว้างและสามารถนำไปใช้งานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย



CASE STUDY

โครงการเนื้อจากพืช “Nasi Kerabu Bliss Bowl”

เนื้อจากพืช “Nasi Kerabu Bliss Bowl” พัฒนาโดยนำเอกลักษณ์อาหารพื้นเมืองมาเลย์ เน้นคุณค่าทางโภชนาการเพื่อสุขภาพที่ดี ผลิตตามหลักฮาลาล มีรสชาติที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคชาวมุสลิมในเอเชีย เป็นโครงการความร่วมมือระหว่าง บมจ. เครือเจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ซีพีเอฟ) และ The ProVeg Food Innovation Challenge APAC โดยซีพีเอฟเป็นผู้ให้คำปรึกษาแบบองค์รวมทั้งด้านวิชาการและการตลาด นอกจากนี้ ยังมีภาพถ่ายทอดความรู้แก่ทีม Protein-Packed Power Bowl ซึ่งเป็นคณะนักศึกษาระดับปริญญาโท จากสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอาหาร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 3



คว้ารางวัลรองชนะเลิศอันดับที่ 3

Human Capital

CASE STUDY

โครงการหุ่นยนต์ด้านเวชศาสตร์นิวเคลียร์ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการผู้ป่วยโรคมะเร็งต่อมไทรอยด์ด้วยสารรังสีไอโอดีน



โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย ร่วมกับ ทูรู ดิจิทัล กรุ๊ป นำเทคโนโลยีดิจิทัล ยกระดับการให้บริการทางการแพทย์ ด้วยนวัตกรรมสนับสนุนการบริการในการรักษาโรคมะเร็งต่อมไทรอยด์ด้วยสารรังสีไอโอดีน ออกแบบโดยผสมผสานความเป็นมนุษย์และเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน หรือ Human-Tech Technology สามารถสั่งการและควบคุมผ่านแท็บเล็ต เชื่อมต่อบนเครือข่าย 5G รองรับการสื่อสารแบบเรียลไทม์ มีความเสถียร และความปลอดภัยสูงสุดของข้อมูล ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ แบ่งเบาภาระบุคลากรทางการแพทย์ และมีส่วนช่วยลดปริมาณรังสีที่แพทย์และบุคลากรทางการแพทย์จะได้รับ

โอกาสในการสร้างรายได้ 40 ล้านบาท/ปี

Financial Capital

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้อยละ 90

Relationship Capital

CASE STUDY

“นึ่มนึ่ม เส้นโซ่ข้าวพร้อมทาน”

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับคู่ค้าทางธุรกิจในการพัฒนาอาหารที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคที่มีความจำเป็นในการรับประทานอาหารเพื่อรักษาโรค เช่น ผู้ป่วยโรคไตหรือผู้ป่วยโรคมะเร็งที่ต้องบริโภคโซ่ข้าวประมาณ 10-20 ฟองต่อวัน แต่ไม่สามารถทานได้ตามปริมาณ จึงเป็นแรงบันดาลใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “นึ่มนึ่ม เส้นโซ่ข้าวพร้อมทาน” ที่คิดค้นโดยใช้เทคนิคการแลกเปลี่ยนไอออนของสารสกัดสาหร่ายสีน้ำตาล ซึ่งเป็นส่วนประกอบหนึ่งในเส้นโซ่ข้าวกับไอออนในน้ำเกลือที่ใช้แช่เส้นบวกรับธรรมชาติของโซ่ข้าวที่เมื่อสุกแล้วจะเปลี่ยนสถานะจากของเหลวเป็นของแข็ง จึงทำให้เส้นแข็งตัวได้และมีเนื้อสัมผัสที่เหนียวนุ่ม ไม่มีส่วนผสมของแป้งและไขมัน ให้พลังงานต่ำ มีกรดอะมิโนครบถ้วน มีโปรตีนสูงเทียบเท่าโซ่ข้าว 3 ฟองต่อน้ำหนักเส้น 100 กรัม เก็บได้นาน 1 ปี



รายได้ 20 ล้านบาท/ปี

Financial Capital

การสร้าง ความผูกพัน กับผู้มีส่วนได้เสีย Stakeholder Engagement



การสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่สำคัญสำหรับการดำเนินงาน เพราะการได้รับการยอมรับและความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสียจะส่งเสริมให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งไม่เพียงแต่สนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ แต่ยังช่วยย้กับบริษัทสามารถส่งมอบคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มได้ในระยะยาว ที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ เรามีกระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียที่ครอบคลุม และมีการทบทวนอยู่เป็นประจำ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าประเด็นที่อยู่ในความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียได้ถูกนำมาบูรณาการเข้าในกระบวนการตัดสินใจอย่างครบถ้วน แต่อย่างไรก็ตาม ด้วยบริบททางธุรกิจของเครือฯ ทำให้กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของเครือฯ มีความหลากหลาย ซึ่งจำเป็นต้องใช้ช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มสามารถเข้าถึงข้อมูลการดำเนินงานของเครือฯ รวมถึงการเสนอข้อคิดเห็นหรือข้อห่วงกังวลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว นอกจากนี้การทำให้มีช่องทางการสื่อสารที่ครอบคลุมแล้ว การเปิดเผยผลการสร้าง ความมีส่วนร่วมอย่างโปร่งใสและตรงไปตรงมาก็เป็นอีกหนึ่งประเด็นที่เครือฯ ให้ความสำคัญมาโดยตลอด

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



16.7 สร้างหลักประกันว่าจะมีกระบวนการตัดสินใจที่ครอบคลุม และมีส่วนร่วมในทุกๆระดับการตัดสินใจ



17.16 ยกกระดับความร่วมมือระดับโลก เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
17.17 สนับสนุนและส่งเสริมหุ้นส่วนความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาครัฐ-ภาคเอกชน และประชาสังคม

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[Sustainable Development Goals Report 2023](#)

[Sustainability Performance Report 2023](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

81%

คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ร้อยละ 1

78%

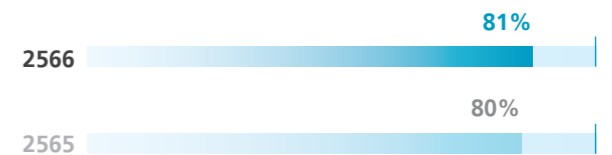
คะแนนความพึงพอใจต่อการสื่อสาร รับฟัง และตอบสนองของเครือฯ ลดลงจากปี 2565 ร้อยละ 1

84%

คะแนนความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือฯ เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ร้อยละ 4

เป้าหมายและความคืบหน้า

80% คะแนนความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียหลักจากการสำรวจของทุกกลุ่มธุรกิจ



แผนการดำเนินงานในอนาคต



พัฒนากระบวนการสำรวจความคิดเห็นและการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย



แสวงหาความร่วมมือกับพันธมิตรภายนอกเพิ่มเติม เพื่อริเริ่มโครงการที่ส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน

กระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

หนึ่งในปัจจัยที่จะส่งเสริมให้เครือเจริญโภคภัณฑ์สามารถดำรงไว้ซึ่งการเป็นองค์กรที่มั่นคงและยั่งยืน คือการสร้างการผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย การบูรณาการประเด็นที่อยู่ในความสนใจเข้ามาในกระบวนการบริหารจัดการองค์กร และความสามารถในการบริหารจัดการผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงได้พัฒนาแนวปฏิบัติในการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียตามแนวทางสากล AA1000 Stakeholder Engagement Standards 2015 หรือ AA1000SES เครือฯ ดำเนินการระบุผู้มีส่วนได้เสียเป็นขั้นตอนแรก โดยพิจารณาจากลักษณะการมีส่วนร่วมต่อเครือฯ ได้แก่ การพึ่งพาอาศัยเครือฯ (Dependency) ความรับผิดชอบ

ของเครือฯ (Responsibility) ความช่วยเหลือของเครือฯ (Tension) การมีอิทธิพลต่อเครือฯ (Influence) และการมีความเห็นต่อเครือฯ (Diverse Perspectives) แล้วจึงจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียเพื่อกำหนดแนวทางการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียที่มีประสิทธิภาพและภายในระยะเวลาที่เหมาะสม สุดท้าย เครือฯ ดำเนินการสร้างการผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งกระบวนการนี้ รวมถึงการสื่อสารอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ข้อมูลที่ชัดเจนและถูกต้อง การปรึกษาเพื่อขอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ การพัฒนาแผนการปฏิบัติงาน และการสื่อสารผลการสร้างความผูกพันฯ

การสำรวจความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย

นอกเหนือจากกระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียแล้ว เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ทำการสำรวจความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มเป็นประจำทุกปี เพื่อพัฒนากระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สำหรับปี 2566 เครือฯ ได้ทำการสำรวจความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด 11 กลุ่ม หรือทั้งหมด 10,257 คน โดยแบ่งออกเป็นเพศหญิงร้อยละ 58 เพศชายร้อยละ 41 และไม่ระบุร้อยละ 1 จากจำนวนผู้ตอบแบบสำรวจฯ ทั้งหมด พบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้มีส่วนได้เสียที่อยู่ในช่วงอายุ 30-39 ปี ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียที่อยู่ในวัยทำงานที่มีต่อการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือฯ โดยข้อคิดเห็นข้อห่วงกังวล และความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียในกลุ่มนี้เป็นเรื่อง การดูแลและการดำเนินงานเพื่อปกป้องหรือบรรเทาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การดูแลและค่าตอบแทนพนักงานอย่างเท่าเทียม และการพัฒนาความรู้ และทักษะที่เหมาะสมต่ยุคสมัยปัจจุบันและอนาคต หัวข้อของการสำรวจฯ ปี 2566 ครอบคลุมความพึงพอใจโดยรวม ประสิทธิภาพของการดำเนินงานด้านความยั่งยืนทั้ง 15 ด้านของเครือฯ และประสิทธิภาพของการสื่อสาร รับฟัง และตอบสนอง ซึ่งผลของการสำรวจพบว่าคะแนนในส่วนของคุณภาพของการดำเนินงานด้านความยั่งยืนฯ นั้นเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากปี 2565

ซึ่งเป็นผลมาจากการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่เข้มข้นมากขึ้น และการร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อขยายขอบเขตการดำเนินงานและสร้างผลกระทบเชิงบวกไปยังวงกว้าง นอกจากนี้ เครือฯ ยังมีการนำมาตรฐาน และกรอบการรายงานมาใช้เพิ่มเติม เพื่อรายงานผลการดำเนินงานที่อยู่ในความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างตรงจุด สำหรับคะแนนด้านประสิทธิภาพของการสื่อสารฯ นั้นอยู่ที่ร้อยละ 78 ซึ่งลดลงจากปี 2565 และโดยรวมแล้ว ผู้มีส่วนได้เสียมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของเครือฯ อยู่ที่ร้อยละ 81 นอกเหนือจากคะแนนสำรวจฯ แล้ว เครือฯ ยังได้รับคำชี้แนะที่มีคุณค่าจากผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม ซึ่งเครือฯ จะนำคำชี้แนะทั้งหลายมาพัฒนาแนวทางการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ [Stakeholder Engagement Report 2023](#)

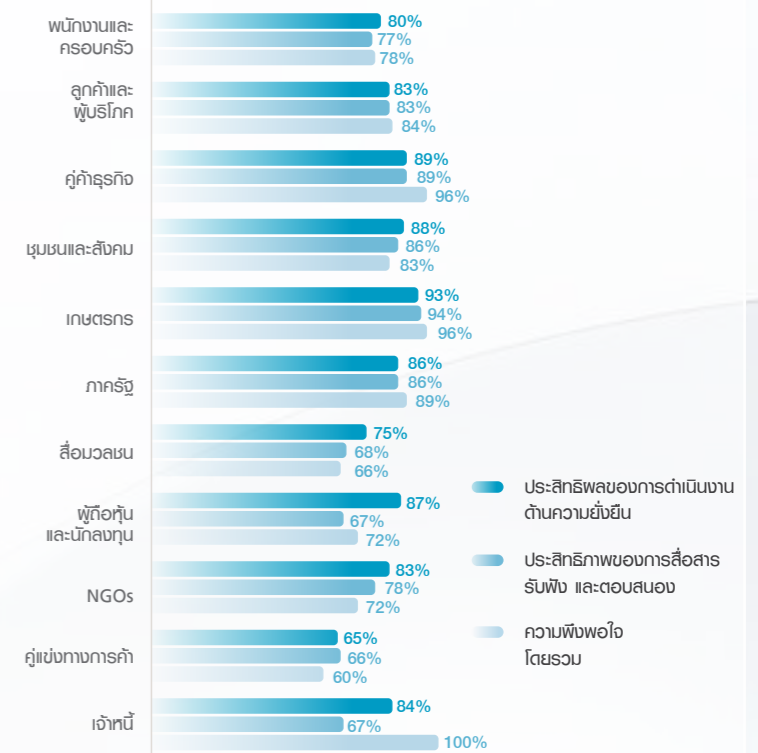


ผลสำรวจความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียประจำปี 2566

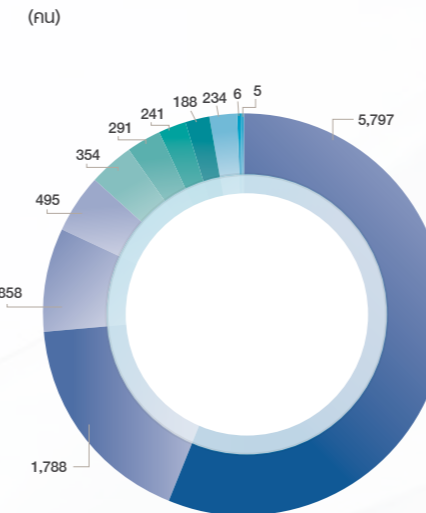
คะแนนความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย



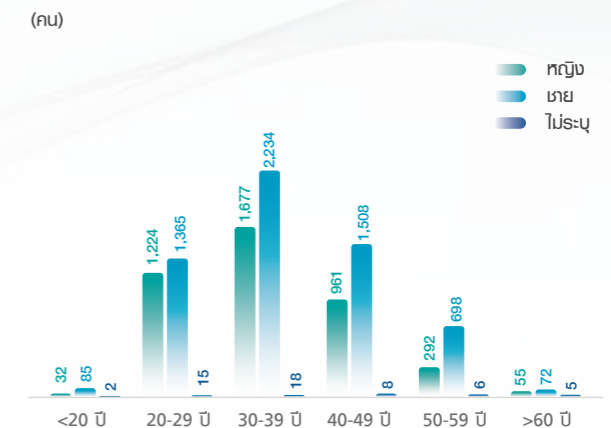
คะแนนความพึงพอใจแต่ละด้าน



สัดส่วนผู้ตอบแบบสำรวจ



ความหลากหลายของผู้ตอบแบบสำรวจ



- พนักงานและครอบครัว
- ลูกค้าและผู้บริโภค
- คู่ค้าธุรกิจ
- ชุมชนและสังคม
- เกษตรกร
- ภาครัฐ
- สื่อมวลชน
- ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน
- NGOs
- คู่แข่งทางการค้า
- เจ้าหน้าที่

การรับฟังและตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสีย

หนึ่งในแนวปฏิบัติด้านการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียของเครือเจริญโภคภัณฑ์คือ การปรึกษาเพื่อขอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม รวมถึงการรับฟังความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญภายนอก ซึ่งความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียและผู้เชี่ยวชาญนั้นมีความสำคัญและส่งเสริมให้เครือฯ มีความเข้าใจลึกซึ้งซึ่งต่อแนวโน้มและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง และนำมาปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานให้สามารถตอบสนองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

พนักงาน

ในฐานะพนักงาน พนักงานให้ความสำคัญกับการส่งเสริมความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน โดยเน้นไปที่การสร้างความรู้ ความสามารถใหม่ ๆ และการเปิดโอกาสให้มุมมองที่นอกกรอบ โดยเครือฯ มีโครงการสร้างผู้นำและพัฒนากษะแห่งอนาคต ซึ่งเป็นการร่วมมือข้ามแผนกหรือข้ามบริษัท และเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถนำสิ่งที่ได้เรียนรู้ไปใช้กับการทำงานจริง และช่วยพัฒนาพนักงานให้เรียนรู้และเติบโตในทางปฏิบัติและปรับปรุงความสามารถในการแก้ปัญหาได้อย่างต่อเนื่อง

คุณหวั่ง เพ็ง
บริษัท C.P. Food (Hengshui) จำกัด



คู่ค้าทางธุรกิจ

วันนี้ เครือฯ เข้ามามีบทบาทในการเป็นผู้นำด้วยนโยบายที่ชัดเจนในการไม่ทนต่อการตัดไม้ทำลายป่าและความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับได้ร้อยละ 100 ความเป็นผู้นำที่แข็งแกร่งนี้สอดคล้องกับความมุ่งมั่นของ Bunge ที่จะปราศจากการตัดไม้ทำลายป่าร้อยละ 100 ภายในปี 2568 ซึ่งการทำงานร่วมกันจะสามารถสร้างแพลตฟอร์มที่เป็นตัวอย่างในอุตสาหกรรม และช่วยพัฒนาระบบนิเวศที่เอื้อต่อการจัดหาอย่างมีความรับผิดชอบ เรามุ่งมั่นที่จะมีอิทธิพลต่อทิศทางของอุตสาหกรรม เพื่อให้แน่ใจว่าการดำเนินการเชิงบวกของเราจะส่งผลผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในผู้อื่น

Mr. Mohit Purbey
Bunge Asia Ptd, Ltd.



ลูกค้า

ในฐานะลูกค้า พมขอยกย่องความมุ่งมั่นของ C.P. Group ในการทำงานอย่างใกล้ชิดกับเกษตรกรและส่งเสริม GAP+ ในด้านคุณภาพและความปลอดภัย โครงการปลูกข้าวอย่างยั่งยืนได้ช่วยปรับปรุงความเป็นอยู่ของชาวทอมะลิเกย์ให้ดีขึ้นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม การจัดการกับการปล่อยก๊าซมีเทนจากนาข้าวที่ถูกน้ำท่วมและผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นสิ่งสำคัญ เป้าหมายความยั่งยืนระยะกลาง/ระยะยาวของเครือฯ ในห่วงโซ่อุปทานและกลยุทธ์สำหรับการรับมือกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต้นน้ำและปลายน้ำมีแนวโน้มที่ดี พมแนะนำให้พัฒนาบรรพบุรุษที่ยั่งยืนและปรับปรุงการจัดการของเสีย ความพยายามของคณกลุ่ม C.P. ถือเป็นเรื่องน่าทึ่ง แต่การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องในด้านเหล่านี้ถือเป็นสิ่งสำคัญ

Mr. Ching Yong Hai
Topseller Pte Ltd., a subsidiary of PSC Corporation Ltd.



เกษตรกร

โครงการอมก๋อยโมเดล ของมูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบท เข้ามาช่วยพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนผ่านการสร้างอาชีพ และส่งเสริมรายได้ที่มั่นคง โดยโครงการฯ ดำเนินงานภายใต้แผนงานเกษตรมูลค่าสูง ใช้การส่งเสริมการเกษตรแบบ “ตลาดนำการผลิต” โดยมีการวางแผนการผลิตร่วมกับกลุ่มเกษตรกรฯ ทำให้การผลิตพืชเกษตรมูลค่าสูง “ใช้พื้นที่ในการผลิตน้อย แต่ได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่า” มีการบริหารจัดการแปลงปลูกที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ ส่งผลให้เกษตรกรมีพื้นที่เหลือใช้ประโยชน์เพิ่มเติมจากการปลูกพืชรายได้

คุณสมชัย เพียงขวัญทภัย
สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรมูลค่าสูง บ้านทุ่งจำเริง ต.อมก๋อย อ.เขียงใหญ่



ชุมชนสังคม

เครือฯ มีการดำเนินงานกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง แต่ก็อยากจะทำให้ต่อยอดพัฒนาในเรื่องอาชีพของชุมชนอย่างยั่งยืน เช่น การส่งเสริมอาชีพเรื่องพืช เรื่องสัตว์ และการพัฒนาพันธุ์ต่างๆ เมื่อไรที่ครอบครัวเขาสามารถอยู่ได้ด้วยตนเองสังคมก็ควรจะมีความสุข นอกจากนี้ อยากให้ช่วยในด้านเศรษฐกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำ แล้วก็พัฒนาต่อยอดทางนวัตกรรมเรื่องการผลิต

คุณสุรสิทธิ์ แสงโทโพธิ์
นายกองค์การบริหารส่วนตำบลบุโพธิ์ อ.บุรีรัมย์



ภาครัฐ

เครือฯ มีการดำเนินงานด้านการปกป้องสิทธิมนุษยชนที่ค่อนข้างเข้มข้น โดยเฉพาะการสื่อสารและอบรมให้พนักงานได้รับทราบและนำไปปฏิบัติอย่างถูกต้อง อีกทั้งยังได้ดำเนินการกับภาคส่วนภายนอกต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม หากเป็นไปได้ก็อยากให้การยกระดับในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการปกป้องสิทธิมนุษยชนผ่านทาง E-learning ให้บริษัทอื่น ๆ ได้ศึกษา และนำไปพัฒนาการดำเนินงานเพื่อสร้างสังคมที่ยั่งยืน นอกจากนี้ ประเด็นด้านการปกป้องสิทธิมนุษยชนในการลงทุนข้ามพรมแดนของประเทศไทยก็เป็นเรื่องที่ยังไม่ค่อยมีการดูแล ดังนั้น หากเครือฯ จะเข้ามาให้การสนับสนุนก็จะประโยชน์ในการให้ความรู้ และการทำความเข้าใจกับภาคธุรกิจ

คุณนารีลักษณ์ แฟ้มไขกุ่ม
ผู้อำนวยการกองสิทธิมนุษยชนระหว่างประเทศ, กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ, กระทรวงยุติธรรมประเทศไทย



NGOs

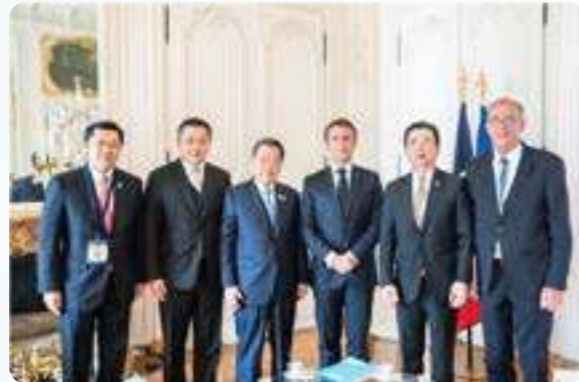
เครือฯ ได้ดำเนินการตามกลยุทธ์ความยั่งยืนที่ครอบคลุม และมีการเปิดเผยผลการดำเนินงานที่ชัดเจน เครือฯ ยังได้เปิดเผยกระบวนการตรวจสอบสถานะด้านสิทธิมนุษยชน พร้อมด้วยนโยบายที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมสิทธิมนุษยชน รวมถึงสิทธิของแรงงานข้ามชาติ หัวข้อเรื่องสิทธิมนุษยชนมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น เพื่อให้เครือฯ สามารถรักษากฎหมายที่เข้มงวดเรื่องธุรกิจและสิทธิมนุษยชนได้ พมต้องการให้เครือฯ ดำเนินการตามนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนอย่างต่อเนื่อง และควรคำนึงถึงการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลลัพธ์และการบังคับใช้นโยบายเพื่อเพิ่มความโปร่งใสให้กับผู้มีส่วนได้เสียด้วยเหตุนี้ เรจึงขอสนับสนุนให้เครือฯ เพิ่มบทบาทมากขึ้นในการเจรจาต่อรองประเทศที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและสิทธิมนุษยชน

Mr. Maximilian Potter
หัวหน้าฝ่ายการเคลื่อนย้ายแรงงานและการรวมตัวทางสังคม, องค์การระหว่างประเทศเพื่อการโยกย้ายถิ่นฐาน



การร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักดีว่าการบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนในมิติต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น การลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม การพัฒนาอาหารที่เพียงพอต่อความต้องการ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพนั้น จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ ซึ่งความร่วมมือจะช่วยให้องค์กรสามารถเรียนรู้แนวปฏิบัติใหม่ ๆ รวมถึงแบ่งปันเทคโนโลยีที่ส่งเสริมการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม



การร่วมสร้างความมั่นคงทางอาหาร สร้างงาน สร้างรายได้ เชื่อมเศรษฐกิจการค้าไทย-ฝรั่งเศส

คุณธนิษฐ์ เจียรนวนนท์ ประธานอาวุโส คุณสุภกิต เจียรนวนนท์ ประธานกรรมการ และคุณศุภชัย เจียรนวนนท์ ประธานคณะผู้บริหาร เครือเจริญโภคภัณฑ์ พร้อมด้วยคณะผู้บริหารจากเครือฯ เข้าร่วมประชุมหารือกับผู้นำฝรั่งเศสในโครงการและความร่วมมือด้านการค้า และการลงทุนระหว่างไทยและฝรั่งเศส นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมขั้นสูงเข้ามาในประเทศไทย และสร้างโอกาสการจ้างงานในเศรษฐกิจท้องถิ่นทั้งของประเทศไทยและฝรั่งเศส

ความร่วมมือในการบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอนในประเทศไทย

คุณธนิษฐ์ เจียรนวนนท์ ประธานอาวุโส เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้ลงนามในบันทึกความเข้าใจกับโตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น และ Commercial Japan Partnership Technologies Corporation (CJPT) เพื่อร่วมมือกันหาทางออกสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนในประเทศไทย ภายใต้แนวคิด “เริ่มจากสิ่งที่เราทำได้ตอนนี้ ร่วมกับพันธมิตรที่มีเป้าหมายเดียวกัน” โดยได้มีการบรรลุข้อตกลงเพื่อหาทางออกใน 3 ด้าน ได้แก่ ทางออกด้านพลังงาน ทางออกผ่านการใช้อุปกรณ์ และทางออกด้านการเดินทาง โดยใช้ประโยชน์จากทรัพยากรของประเทศ



เครือฯ นำทีมสภาดิจิทัล ดึงดูดการลงทุนจากสิงคโปร์ ใน SVCA Conference 2566

คุณศุภชัย เจียรนวนนท์ ประธานคณะผู้บริหาร เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้ร่วมเสวนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หัวข้อ Building Successful Businesses in Southeast Asia ภายในงาน Singapore Venture Capital & Private Equity Association Conference 2566 โดยได้แบ่งปันมุมมองเกี่ยวกับความท้าทายที่ประเทศไทยเผชิญ โดยเฉพาะด้านการเปลี่ยนผ่านด้านดิจิทัลด้วย AI, IOT และแนวทางที่จะก้าวข้ามความท้าทาย อาทิ การสร้างความร่วมมือภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ด้านดิจิทัล และการเป็นศูนย์กลางนวัตกรรมของภูมิภาค

ความร่วมมือเพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านพลังงาน

คุณสุภกิต เจียรนวนนท์ ประธานกรรมการ เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้ลงนามบันทึกความเข้าใจกับมิตซูบิชิ คอร์ปอเรชั่น เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ร่วมกันในการลดการปล่อยคาร์บอนของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย ซึ่งเครือฯ และมิตซูบิชิ คอร์ปอเรชั่น นั้นมีความตั้งใจที่จะร่วมกันดำเนินการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาแหล่งพลังงานปลอดคาร์บอนในประเทศต่าง ๆ รอบประเทศไทย และจัดหาพลังงานปลอดคาร์บอนให้กับอุตสาหกรรมการผลิตของไทย



ร่วมแสดงวิสัยทัศน์บนเวที Thailand Supply Chain Network

คุณศุภชัย เจียรนวนนท์ ประธานคณะผู้บริหาร เครือเจริญโภคภัณฑ์ ร่วมแสดงวิสัยทัศน์บนเวทีเสวนา “TSCN CEO PANEL: ปรับตัวอย่างไรให้อยู่รอดอย่างยั่งยืน” พร้อมผู้บริหารองค์กรชั้นนำ เพื่อนำเสนอแนวทางด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนมาปรับใช้ในการบริหารธุรกิจ รวมถึงแบ่งปันประสบการณ์จากการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนหวังพัฒนาขีดความสามารถของผู้นำองค์กรภาคธุรกิจอื่น ๆ ให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนไปด้วยกัน

HOME

Living Together

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อเราที่มีต่อการปกป้องสิ่งแวดล้อมสำหรับคนรุ่นปัจจุบันและอนาคต ในฐานะที่เครือฯ มีภาระดำเนินงานในธุรกิจที่หลากหลาย รวมถึงธุรกิจการเกษตร อาหาร การค้าปลีก และโทรคมนาคม เราเข้าใจถึงความเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมทางธุรกิจของเรา กับความสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อม ความมุ่งมั่นของเครือฯ ในการปกป้องสิ่งแวดล้อมไม่ได้เป็นเพียงภาระผูกพันขององค์กรเท่านั้น แต่ยังเป็นเสาหลักของกลยุทธ์ความยั่งยืนของเครือฯ เครือฯ จึงได้บูรณาการเรื่องสิ่งแวดล้อมเข้าไว้ในการดำเนินงานทุกด้านของเรา ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืน ไปจนถึงการลดการใช้พลังงาน การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การอนุรักษ์น้ำ การจัดการของเสีย และการปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ เราทุ่มเทให้กับการนำแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดไปปฏิบัติ เพื่อลดความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมและเพิ่มประสิทธิภาพของการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ตลอดจนเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน นอกจากนี้ เรายังตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกมิติ

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	178
ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน	200
การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ	212
การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ	224
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	240



กระบวนการสร้างคุณค่า

ปัจจัยนำเข้า

กระบวนการสร้างคุณค่าผ่านการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์

ผลลัพธ์

คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย

SDGs

Financial Capital

- 4,345 ล้านบาท การลงทุนทางด้านสิ่งแวดล้อม

Manufacturing Capital

- ร้อยละ 94.6 ของโรงงานการผลิตหรืออาคารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- 1,929 สาขาที่ได้รับการปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

Human Capital

- ร้อยละ 100 ของพนักงานที่ได้รับการอบรมนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมความตระหนักรู้ด้านการปกป้องทรัพยากรทางธรรมชาติ
- 18,711 ราย คู่ค้าและเกษตรกรที่ได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะต่าง ๆ รวมถึงด้านการเกษตรใหม่ ๆ

Relationship Capital

- การสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคงระหว่างเครือฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม
- ความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อสร้างสังคมและองค์กรที่ยั่งยืน

Natural Capital

- 55.91 ล้านกิโลจูล การใช้พลังงาน
- 401.32 ล้านลูกบาศก์เมตร การดื่มน้ำมาใช้
- 351 พันตัน ทรัพยากรหมุนเวียนทางธรรมชาติ (ชีวมวล) ที่นำมาใช้



กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นในการดำเนินงานอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการดูแล ปกป้อง และรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติ ซึ่งไม่เพียงแต่เน้นไปที่การลดการพึ่งพาการใช้ทรัพยากร แต่ยังพิจารณาใช้วัตถุดิบทดแทนที่มีความยั่งยืน และมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เพื่อสร้างกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ เครือฯ ยังมีมาตรการด้านการลดการเกิดขยะของเสีย เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนที่เครือฯ มีการดำเนินงาน มากไปกว่านี้ เครือฯ ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาขีดความสามารถของคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมนวัตกรรมที่สามารถช่วยลดการใช้ทรัพยากรและมลพิษต่าง ๆ และสร้างความยั่งยืนในการเป็นอยู่ของสังคม และความสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อม

Relationship Capital

+ คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจที่มีการดำเนินงานด้านการปกป้อง รักษาสิ่งแวดล้อม 105 ราย

Natural Capital

+ ปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1&2) ลดลง 0.36 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

+ เพิ่มปริมาณการใช้พลังงานหมุนเวียน 197 เมกะวัตต์

+ ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ 54.7 ล้านลูกบาศก์เมตร

+ ลดการเกิดปริมาณขยะของเสียจากกระบวนการผลิต 21,442 ตัน

- ผลกระทบที่เกิดต่อดิน น้ำ อากาศ และความเป็นอยู่ของสิ่งมีชีวิตทั่วไป

Manufacturing Capital

• ส่งมอบผลิตภัณฑ์และสินค้าแห่งนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

• แบ่งปันองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมสู่สังคม

Human Capital

• สร้างโอกาสในการเติบโตไปพร้อมกับเครือฯ อย่างยั่งยืน

Relationship Capital

• เพิ่มโอกาสในการเติบโตอย่างยั่งยืนของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทาน

• สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในการปกป้องสภาพแวดล้อม และยกระดับการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนอย่างทั่วถึง

• การเป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือ

Natural Capital

• ลดผลกระทบที่เกิดต่อดิน น้ำ อากาศ และความ เป็นอยู่ของสิ่งมีชีวิตทั่วไป

• ลดการพึ่งพาทรัพยากรทางธรรมชาติ

• สนับสนุนการบรรลุเป้าหมายของสากลในการจำกัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์

2	2.4		
4	4.4		
6	6.1	6.3	6.4
	6.5	6.6	6.8
7	7.1	7.2	7.3
8	8.3	8.4	8.8
9	9.2	9.4	
11	11.6		
12	12.2	12.3	12.4
	12.5	12.7	12.A
13	13.3		
14	14.1	14.2	14.4
	14.5	14.B	
15	15.1	15.2	
	15.4	15.5	
16	16.2		

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

Climate Resilience

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นปัจจัยสำคัญอย่างมากสำหรับทุกภาคส่วน เนื่องจากมีผลกระทบที่กระจายไปทั่วและมีแนวโน้มที่จะเริ่มรุนแรงมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลก หรือผลกระทบต่อความเป็นอยู่และระบบนิเวศทั่วโลก เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มุ่งมั่นในการลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในทุกวิถีทาง เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยการสนับสนุนการลงทุนในพลังงานทดแทนอย่างเต็มกำลัง การเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593 ด้วยความท้าทายนี้ เครือฯ จึงเพิ่มโอกาสในการลงทุนในธุรกิจพลังงานทดแทน และสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคมที่ช่วยสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น ลดความเหลื่อมล้ำและเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรอย่างเท่าเทียม นอกจากนี้ เครือฯ ได้สนับสนุนและร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ พัฒนาและเพิ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และดำเนินโครงการร่วมกับคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

<p>7 พลังงานสะอาดที่ผลิตได้</p> <p>7.2 เพิ่มสัดส่วนของพลังงานหมุนเวียน</p> <p>7.3 เพิ่มอัตราการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน</p>	<p>8 งานที่ยุติธรรมและการเติบโตทางเศรษฐกิจ</p> <p>8.4 ปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรในการบริโภคและการผลิตอย่างต่อเนื่อง</p>	<p>9 โครงสร้างพื้นฐานที่ทนทาน</p> <p>9.4 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและการใช้เทคโนโลยีและกระบวนการทางอุตสาหกรรมที่สะอาดและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</p>
<p>11 เมืองและชุมชนที่ยั่งยืน</p> <p>11.6 ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการให้ความสำคัญกับคุณภาพอากาศ</p>	<p>12 การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน</p> <p>12.a สนับสนุนความสามารถด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่จะขับเคลื่อนไปสู่แบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนยิ่งขึ้น</p>	<p>13 การรับมือกับผลกระทบสภาพภูมิอากาศ</p> <p>13.3 พัฒนาการศึกษ และสร้างความตระหนักรู้ในเรื่องการลดผลกระทบและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ</p>

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- [Sustainable Development Goals Report 2023](#)
- [Sustainability Performance Report 2023](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

9.45%

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 และ 2 ในปี 2566 สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 และ 2 ลดลง 0.36 ล้านตัน CO₂e เทียบกับปีฐาน 2564

20%

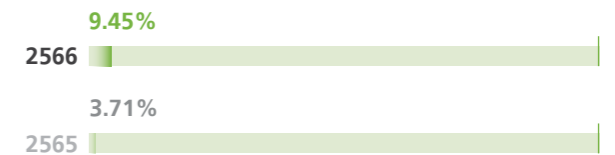
ปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ในปี 2566 เครือฯ ดำเนินโครงการอนุรักษ์พลังงานและเพิ่มประสิทธิภาพ สามารถประหยัดการใช้พลังงานได้ 0.82 ล้านกิกะจูล

17%

สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน ในปี 2566 เครือฯ เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน คิดเป็นลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 0.97 ล้านตัน CO₂e

เป้าหมายและความคืบหน้า

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานธุรกิจ (Scope 1 และ Scope 2) จากเป้าหมายร้อยละ 42 ตาม Science-base Targets



แผนการดำเนินงานในอนาคต

- เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน
- จัดทำ Carbon Neutral (Scope 1 & 2) Roadmap สู่ปี 2573 สำหรับทุกกลุ่มธุรกิจ
- ส่งเสริมและสนับสนุนให้คู่ค้าและผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า มีารดำเนินงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

Net Zero Transition Plan

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดแผนเพื่อมุ่งสู่องค์กรที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการพลังงานและทรัพยากรเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการปรับเปลี่ยนการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด โดยเลือกใช้พลังงานสะอาดและเทคโนโลยีสีเขียว ตลอดจนส่งเสริมผู้มีส่วนได้เสียในการร่วมมือในการลดก๊าซเรือนกระจกได้อย่างยั่งยืน



การใช้พลังงานอย่างคุ้มค่าและลดคาร์บอน

เป้าหมาย: เพิ่มประสิทธิภาพพลังงานร้อยละ 20

การปฏิบัติตามวิธีการหรือนโยบายที่ทำให้การใช้พลังงานลดลง โดยทำให้ได้ผลผลิตหรือบริการเทียบกับปริมาณพลังงานที่ใช้มีความคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพที่สูงขึ้นในด้านการเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม

- ระบบทำความเย็นที่มีประสิทธิภาพสูง
- หม้อไอน้ำและเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน
- ระบบอัดอากาศแบบรวมศูนย์
- ระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์
- เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต



พลังงานสะอาดและพลังงานทางเลือก

เป้าหมาย: เพิ่มการใช้พลังงานหมุนเวียนร้อยละ 50

การใช้พลังงานที่ผลิตขึ้นโดยไม่ก่อให้เกิดมลพิษ หรือกิจกรรมที่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยลง รวมถึงการนำเข้าหรือใช้แหล่งพลังงานสะอาด เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างความยั่งยืนในการผลิตพลังงาน

- แสงอาทิตย์ในการผลิตไฟฟ้า
- ก๊าซชีวภาพเพื่อผลิตไฟฟ้า
- พลังงานชีวมวลทดแทนเชื้อเพลิงพลังงานจากฟอสซิล
- ระบบกักเก็บพลังงาน

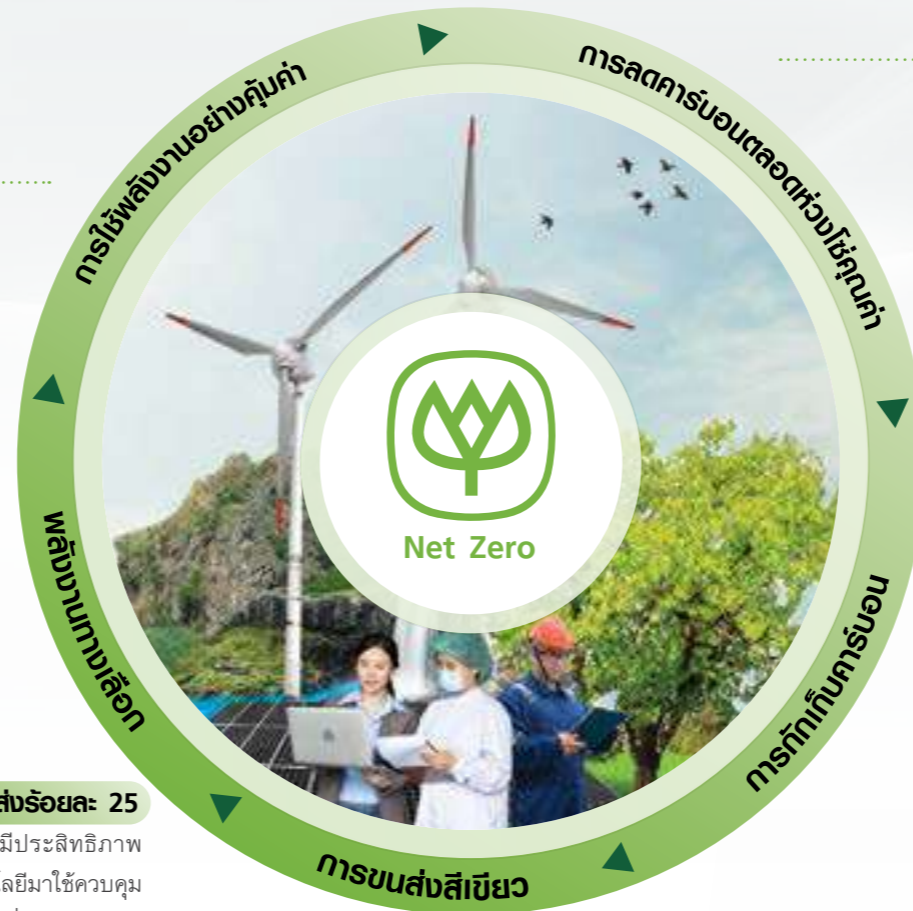


การขนส่งสีเขียว

เป้าหมาย: ลดคาร์บอนจากการขนส่งร้อยละ 25

พัฒนาระบบบริหารจัดการเส้นทางที่มีประสิทธิภาพ ใช้เชื้อเพลิงให้คุ้มค่า โดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ควบคุมเส้นทางอัจฉริยะ และใช้ข้อมูลสารสนเทศ เพื่อวางแผนและติดตามการขนส่งให้มีประสิทธิภาพสูงสุด รวมถึงส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาดในรถขนส่งตลอดห่วงโซ่อุปทาน

- รถบรรทุกไฟฟ้าเพื่อขนส่ง
- ระบบไฮโดรเจนและแบตเตอรี่
- Logistic Management System เพิ่มประสิทธิภาพ
- การวิเคราะห์และควบคุมการลดคาร์บอนของภาคขนส่ง



เป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกของเครือเจริญโภคภัณฑ์

บรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอน (Scope 1+2) ภายในปี 2573 โดยเทียบกับปีฐาน 2564



เป้าหมายระยะสั้นภายในปี 2573

SBT: เป้าหมายระยะสั้นสำหรับ Scope 1+2 ลดลงร้อยละ 42 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2564

SBT: เป้าหมายระยะสั้น Scope 3 ลดลงร้อยละ 25 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2564

เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593

SBT: บรรลุเป้าหมาย Net Zero Emissions (Scope 1+2+3) เมื่อเทียบกับปีฐาน 2564



ส่งเสริมการลดคาร์บอนตลอดห่วงโซ่อุปทาน

เป้าหมาย: ลดคาร์บอนร่วมกับคู่ค้าร้อยละ 25

สนับสนุนกิจกรรมที่เน้นการลดปริมาณคาร์บอนไดออกไซด์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน สนับสนุนเกษตรกรและคู่ค้าทางธุรกิจโดยการถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคโนโลยี เพื่อลดก๊าซเรือนกระจกให้กับคู่ค้า และส่งเสริมการทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์ ซึ่งนำไปสู่ความยั่งยืนและพัฒนาธุรกิจในระยะยาว

- ส่งเสริมติดตั้ง Solar PPA ให้คู่ค้า
- ร่วมมือกับคู่ค้าเพื่อลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์
- ส่งเสริมการปลูกนาข้าวเปียกสลับแห้ง
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการปลูกพืชเกษตรกรรม



การกักเก็บคาร์บอน

เป้าหมาย: ส่งเสริมเทคโนโลยีดักจับและกักเก็บคาร์บอน

สนับสนุนเทคโนโลยีในการกักเก็บคาร์บอนเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้บรรลุเป้าหมาย Net-Zero นอกจากนี้ ยังส่งเสริมตลาดคาร์บอนให้ทุกคนเกิดการตระหนักและใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

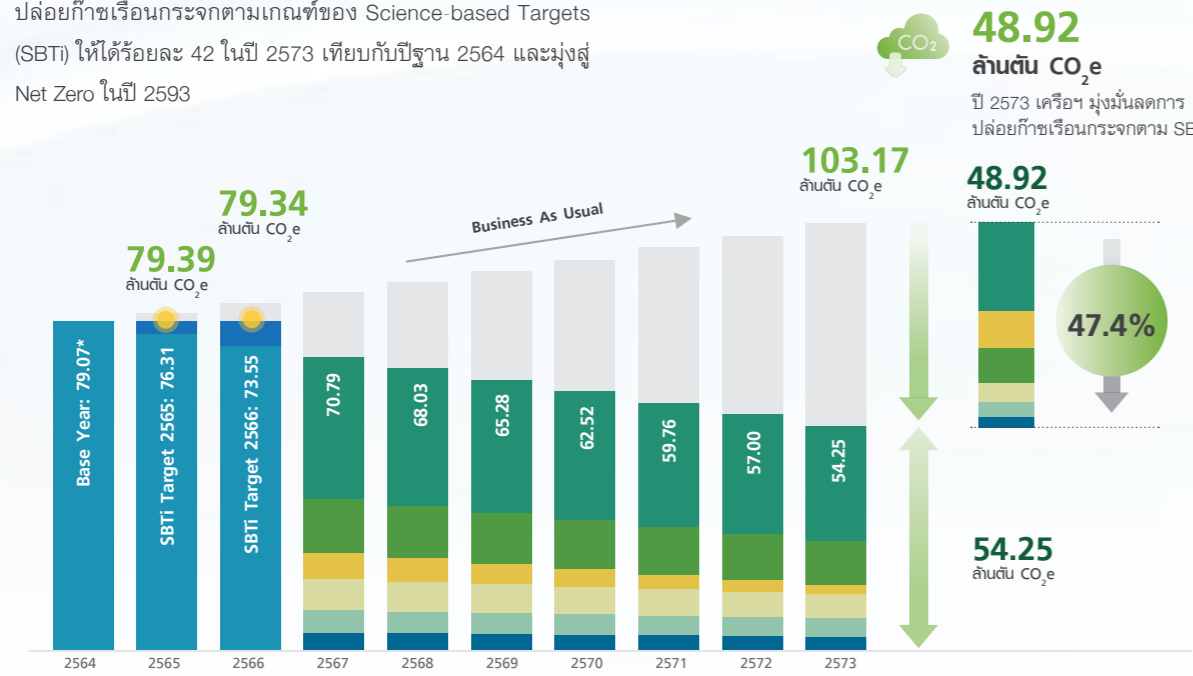
- ส่งเสริมโครงการปลูกป่า และโครงการร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- ส่งเสริมโครงการฟื้นฟูป่าชุมชน
- ส่งเสริมโครงการเกษตรกรรมฟื้นฟู (Regenerative Agriculture)
- ลงทุนในเทคโนโลยีดักจับและกักเก็บคาร์บอนไดออกไซด์ เช่น CCUS, DAC เป็นต้น



แนวทางสู่เป้าหมาย Carbon Neutral และ Near-term ปี 2573 (Scope 1, 2, และ 3)

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการดูแลสภาพภูมิอากาศ พร้อมดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ มุ่งเน้นที่การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า และป้องกันความเสี่ยงจากผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เครือฯ มุ่งมั่นในการลดก๊าซเรือนกระจกตามข้อตกลงปารีสที่กำหนดให้มีการเพิ่มอุณหภูมิโลกไม่เกิน 1.5 องศาเซลเซียส และมีเป้าหมายระยะสั้นในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามเกณฑ์ของ Science-based Targets (SBTi) ให้ได้ร้อยละ 42 ในปี 2573 เทียบกับปีฐาน 2564 และมุ่งสู่ Net Zero ในปี 2593

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังสนับสนุนการลดก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่คุณค่า ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดการใช้พลังงาน เพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียน และปกป้องสิ่งแวดล้อมทั้งความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ



หมายเหตุ: เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงขอบเขตการเก็บข้อมูลและวิธีการคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก S1, S2 และ S3 ตั้งแต่ปี 2564 จนถึงปัจจุบัน

9.25 ล้านตัน CO₂e: 9%

เพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียน และเพิ่มประสิทธิภาพพลังงาน

ส่งเสริมพลังงานหมุนเวียนและพลังงานสะอาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เช่น การผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ การใช้เชื้อเพลิงชีวมวล การผลิตพลังงานจากก๊าซชีวภาพ รวมถึงส่งเสริมการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดการใช้พลังงาน และเลือกใช้เทคโนโลยีทันสมัยที่มีประสิทธิภาพสูงในการผลิต

2.88 ล้านตัน CO₂e: 1.5%

ของเสียเป็นศูนย์และใส่ใจบรรจุกักตังที่ยั่งยืน

ลดของเสียและใช้ทรัพยากรในการผลิตให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด เช่น การลดขยะอาหารและนำไปทำปุ๋ยกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาที่นำไปสู่การเกิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างเป็นรูปธรรม พร้อมจัดการบรรจุภัณฑ์พลาสติกอย่างครบวงจรและขยายความรับผิดชอบต่อขยะจากบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่

20.71 ล้านตัน CO₂e: 20%

ลดการปล่อยก๊าซจากเกษตรกรรม และสามารถตรวจสอบย้อนกลับแหล่งที่มาของวัตถุดิบ

ร่วมพัฒนาเกษตรกรและคู่ค้าทางธุรกิจในการสนับสนุนองค์ความรู้ถ่ายทอดเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำถึงปลายน้ำ เช่น การทำนาเปียกสลับแห้ง การลดการปล่อยก๊าซจากการปลูกพืชไร่ และสามารถตรวจสอบย้อนกลับวัตถุดิบว่าต้องไม่มาจากแหล่งที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

7.89 ล้านตัน CO₂e: 9%

ลดคาร์บอนร่วมกับคู่ค้า และเพิ่มสัดส่วนผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ

เพิ่มสัดส่วนผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green Product) โดยเฉพาะสินค้าที่วางขายในร้านค้าปลีก ต้องมีกระบวนการประเมินคาร์บอนผลิตภัณฑ์เพื่อหาแนวทางการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์และสนับสนุนให้คู่ค้ามีการใช้พลังงานทดแทนเพิ่มขึ้น เช่น การติดตั้ง Solar PV บนหลังคาโรงงานของคู่ค้า

4.91 ล้านตัน CO₂e: 5%

การขนส่งสีเขียว

ในทุกขั้นตอนของการขนส่งสีเขียวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม เครือฯ ได้มีระบบบริหารจัดการเส้นทางเพื่อใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า โดยนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น ระบบควบคุมเส้นทางอัจฉริยะ ระบบนำทางและการใช้ข้อมูลสารสนเทศ เปลี่ยนมาใช้รถบรรทุกไฟฟ้าและรถยนต์ไฟฟ้าเพิ่มขึ้น และติดตั้งสถานีชาร์จรถไฟฟ้าให้ครอบคลุมเส้นทางที่ใช้ในการขนส่ง

3.28 ล้านตัน CO₂e: 3%

การลงทุนเพื่อสิ่งแวดล้อม

เครือฯ ได้ลงทุนในธุรกิจที่ผลิตพลังงานไฟฟ้าที่ใช้แสงอาทิตย์และการติดตั้ง (ALTERVIM) และการลงทุนในโครงการพลังงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นที่การเพิ่มผลประโยชน์ทางสิ่งแวดล้อมและสังคม



ทำนาเปียกสลับแห้ง ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเฉลี่ย 600 กิโลกรัม CO₂e/ไร่/ฤดูกาล



จำนวนกำลังไฟฟ้ารวม 197 MWp ที่ติดตั้ง Solar PV



130 สถานีติดตั้งระบบชาร์จรถไฟฟ้าส่งเสริมพลังงานไฟฟ้าสะอาด



ในปี 2566 สามารถนำของเสียไปทำปุ๋ยได้ 736,000 ตัน

การบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ความเร่งด่วนด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นสิ่งที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศสามารถส่งผลกระทบต่อปริมาณน้ำฝนและอุณหภูมิ ซึ่งก่อให้เกิดความไม่เสถียรในการผลิตและการจัดหาวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงมีการพิจารณาอย่างรอบด้าน เพื่อสร้างความมั่นใจว่าธุรกิจจะสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เครือฯ มีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานและการผลิต เพื่อลดการใช้พลังงานและลดก๊าซเรือนกระจก และเตรียมความพร้อมต่อความไม่แน่นอนที่อาจจะเกิดขึ้น

ภายใต้สถานการณ์ความไม่แน่นอนของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และความซับซ้อนของการดำเนินธุรกิจ ทำให้เครือฯ ต้องขับเคลื่อนทุกบริษัทให้ไปในทิศทางเดียวกัน จึงมีการตั้งเป้าหมายและระบบการบริหารจัดการที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั่วทั้งเครือฯ โดยเฉพาะเรื่องการจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งต้องขยายแนวทางการดำเนินงานไปตลอดห่วงโซ่อุปทาน ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พร้อมทั้งระบุแนวทางการป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น และหาโอกาสสำหรับการเติบโตอย่างยั่งยืน

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

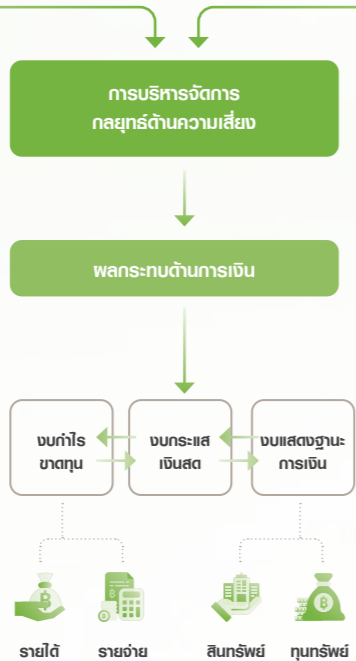


TCFD Report 2023

กรอบการบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ความเสี่ยง

- ความเสี่ยงทางกายภาพ**
- นโยบายและข้อบังคับ**
- ราคาคาร์บอนและข้อผูกพัน
 - กฎระเบียบและข้อบังคับของสินค้าและบริการ
 - การร้องเรียนและการผิดสัญญา
- เทคโนโลยี**
- ทดแทนสินค้าและบริการที่มีอยู่ด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีการปล่อยมลพิษต่ำกว่า
 - การลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ไม่ประสบความสำเร็จ
- การตลาด**
- การเปลี่ยนความไม่แน่นอนของพฤติกรรมลูกค้าในสัญญาณตลาด
 - ต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้น
- ชื่อเสียง**
- ข่าวดังลบและภาพลักษณ์ทางธุรกิจ
 - ทัศนคติเชิงลบของผู้มีส่วนได้เสีย
- ความเสี่ยงทางกายภาพ**
- เฉียบพลัน:** เหตุการณ์สภาพอากาศสุดขั้ว
- เรื้อรัง:** รูปแบบสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงและเพิ่มขึ้นตามอุณหภูมิโลก และระดับน้ำทะเลที่สูงขึ้น



โอกาส

- ประสิทธิภาพของทรัพยากร**
- การเพิ่มประสิทธิภาพและลดการใช้พลังงานในทุกกิจกรรม
 - การรีไซเคิล
 - ลดการใช้น้ำและการบริโภค
- แหล่งพลังงาน**
- การใช้แหล่งพลังงานที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำ
 - การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย
 - การมีส่วนร่วมในตลาดคาร์บอน
- ผลิตภัณฑ์และบริการ**
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการคาร์บอนต่ำ
 - โมเดลธุรกิจใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของสภาพภูมิอากาศ เช่น ธุรกิจการค้าคาร์บอนเครดิต และธุรกิจประกันภัย เป็นต้น
- การตลาด**
- ตลาดคาร์บอนใหม่
 - การเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด
 - การสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง
- ความพร้อมในการรับมือ**
- การเข้าร่วมโครงการพลังงานทดแทนและการประหยัดพลังงาน
 - ทรัพยากรหมุนเวียนและความหลากหลาย

CASE STUDY

ซีพีพีนักกำลังพันธมิตรพลักดันศักยภาพผลิตพลังงานไฮโดรเจนบนเวทีระดับโลก



เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เข้าร่วมประชุมสมัชชาประเทศภาคีอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศครั้งที่ 28 ได้ประกาศความสำเร็จความร่วมมือกับโตโยต้าและ Commercial Japan Partnership Technologies Corporation (CJPT) ในโครงการนำร่องการผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานไฮโดรเจนจากก๊าซชีวภาพจากของเสียจากฟาร์มสัตว์ปีก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนในภาคขนส่ง เป็นจุดเริ่มต้นในการปฏิวัติการใช้พลังงานสะอาดในอนาคต โดยคุณสุภกิต เจียรวนนท์ ประธานกรรมการ เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้กล่าวว่า ถือเป็นโอกาสที่ดีในการรวมตัวกันของผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อสภาพภูมิอากาศ เพื่อสร้างนวัตกรรมและพัฒนาแนวทางใหม่ในการใช้พลังงานในอนาคต

ความยั่งยืนสู่คู่ค้าธุรกิจ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการสร้างการมีส่วนร่วมกับทุกภาคส่วนในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และปกป้องรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยหนึ่งในแนวทางหลักคือการสื่อสารและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยเครือฯ ได้นำข้อคิดเห็นที่ได้รับจากผู้มีส่วนได้เสียมาวางแผนและปรับปรุงกระบวนการทำงานให้เหมาะสมกับเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม และผลิตสินค้าและบริการที่มีคาร์บอนต่ำ นอกจากนี้ เครือฯ มีการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อจัดเตรียมแผนการป้องกัน หรือแผนการดำเนินงานในภาวะฉุกเฉินที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พร้อมแบ่งปันแนวทางการดำเนินงานให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบ โดยเฉพาะคู่ค้า เพื่อให้คู่ค้าสามารถเตรียมตัวและดำเนินกิจกรรมในสภาพภูมิอากาศที่ไม่แน่นอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ



Net Zero ต้องทำไปถึงห่วงโซ่อุปทานของเรา นี่เป็นการแสดงความรับผิดชอบขององค์กรในการดำเนินงานเรื่อง Climate Change ทำให้เราต้องปรับ Mindset ในการวิเคราะห์ปัญหาและหาโอกาสทางธุรกิจ ซึ่งเทคโนโลยีและนวัตกรรมจะเป็นเครื่องมือสำคัญ แต่สิ่งสำคัญที่สุดคือความร่วมมือกับกลุ่มคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ สร้างการมีส่วนร่วมในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปพร้อมกับเราด้วย

คุณสมเจตนา ภาสกาณท์
ผู้อำนวยการ ด้านพัฒนาความยั่งยืน
สำนักบริหารความยั่งยืน ธรรมาภิบาลและสื่อสารองค์กร
เครือเจริญโภคภัณฑ์

การบริหารความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ประเภท	ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น	ตัวแปรสำคัญ	มาตรการป้องกัน	ระดับความเสี่ยงทางธุรกิจ
ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลง	นโยบายและกฎหมาย (ช่วงเวลา: ระยะกลาง) <ul style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในการดำเนินงานจากกฎระเบียบที่บังคับไม่เรื่องการเปลี่ยนแปลงทางภูมิอากาศ ซึ่งทำให้ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการดำเนินงานที่มีการปล่อยคาร์บอนสูง 7,350 ล้านบาท ระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับพลาสติกทำให้ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นสำหรับการจัดซื้อวัสดุทดแทนที่มีคุณสมบัติเดียวกัน เลิกใช้ทรัพย์สินที่มีอยู่ก่อนเวลาเนื่องจากเปลี่ยนแปลงนโยบายและความกังวลที่เพิ่งปรากฏเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อกฎหมาย ค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการเพิ่มขึ้น 538 ล้านบาท 		<ul style="list-style-type: none"> จัดเตรียมความพร้อมตามแผนการปรับเปลี่ยนโลกเพื่อกำหนดเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามหลักเกณฑ์ของ Science Based Targets (SBT) เช่น โครงการเพิ่มประสิทธิภาพพลังงานภายในองค์กร โครงการพลังงานแสงอาทิตย์ และโครงการตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ส่งเสริมให้ลดการใช้ถุงพลาสติกใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง พัฒนานวัตกรรมที่ออกแบบเพื่อบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน การส่งเสริมการเรียกบรรจุภัณฑ์ (Take-back) 	
	การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (ช่วงเวลา: ระยะสั้น) <ul style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนจากเทคโนโลยีที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ต่ำ 4,970 ล้านบาท การลงทุนที่ไม่สำเร็จในเทคโนโลยีใหม่ เทคโนโลยีใหม่ที่ทำให้ตลาดผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง 		<ul style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในการพัฒนาเทคโนโลยีที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำ รายได้ที่ลดลงและค่าใช้จ่ายในต้นทุนด้านพลังงานเพิ่มขึ้น ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทน 	
	การเปลี่ยนแปลงของตลาด (ช่วงเวลา: ระยะกลาง) <ul style="list-style-type: none"> ความต้องการสำหรับบางผลิตภัณฑ์และบริการลดลงเนื่องจากลูกค้าใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น ทำให้ค่าใช้จ่ายจัดตลาดเพิ่มขึ้น 6,580 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายในการผลิตเพิ่มขึ้น เนื่องจากราคาพลังงานเพิ่มขึ้น ค่าใช้จ่ายในการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น 29,610 ล้านบาท 		<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมโครงการเพื่อลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การขนส่ง การนำไปใช้ และการจัดการของเสีย ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือฯ ทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ ขอการรับรองขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานระดับสากล และสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงความสำคัญผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ 	
ความเสี่ยงด้านสภาพ	ชื่อเสียง (ช่วงเวลา: ระยะสั้น) <ul style="list-style-type: none"> ความคาดหวังที่เพิ่มขึ้นจากผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อภูมิอากาศและการเข้าใจปัญหาทางภูมิอากาศ การเปลี่ยนแปลงในค่านิยมของผู้บริโภค ทำให้รายได้ลดลง อาจส่งผลต่อชื่อเสียงและมูลค่าแบรนด์ 		<ul style="list-style-type: none"> จัดทำจรรยาบรรณสำหรับคู่ค้าธุรกิจ และส่งเสริมให้คู่ค้าธุรกิจตระหนักถึงความสำคัญและปฏิบัติตาม เพื่อให้การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม และธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน แสดงความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม และสร้างความมั่นใจในการบริหารจัดการของเครือฯ 	
	แบบฉบับพลัง (ช่วงเวลา: ระยะสั้น ถึง ระยะกลาง) <ul style="list-style-type: none"> การหยุดชะงักตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า รายได้ลดลงและมูลค่าทรัพย์สินเสียหาย เช่น ร้าน 7-Eleven ที่ต้องรับมือกับความเสียหายจากน้ำท่วม คิดเป็นมูลค่า 2,177 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 20% จากการป้องกันปัญหาที่เกิดขึ้น ผู้มีส่วนได้เสียตลอดจนชุมชนได้รับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากน้ำท่วม และไฟป่า 		<ul style="list-style-type: none"> ได้นำแผนธุรกิจต่อเนื่อง (BCP) มาใช้ในการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่เป็นไปได้ทั้งจากปัญหาน้ำท่วม ฝุ่น และไฟป่า พร้อมแผนการปฏิบัติย่อยเมื่อเกิดเหตุการณ์ขึ้นจริง วางแผนการผลิตให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า ร่วมกับคู่ค้าและพันธมิตรในการวางแผนป้องกันปัญหาที่เกี่ยวข้องกับปัญหา เช่น น้ำท่วม และเส้นทางขนส่ง 	
ความเสี่ยงด้านสภาพ	แบบบูรณาการ (ช่วงเวลา: ระยะกลาง ถึง ระยะยาว) <ul style="list-style-type: none"> ต้นทุนสินค้าเพิ่มขึ้น และการผลิตและคุณภาพของสินค้าและบริการลดลง ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศในเชิงลบ ค่าใช้จ่ายประกันเพิ่มขึ้น และค่าดำเนินการป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น คิดเป็นมูลค่า 55,195 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาในระบอบต่าง ๆ เช่น ระบบทำความเย็น ระบบปรับอากาศ และมอเตอร์ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 		<ul style="list-style-type: none"> วางแผนสิ่งชี้วัดดูดีล่วงหน้าและควบคุมคุณภาพของวัสดุ ใช้ระบบควบคุมและอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพสูง เช่น เครื่องทำความเย็นและระบบปรับอากาศประสิทธิภาพสูง มอเตอร์ประสิทธิภาพสูง และใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 	

โอกาสที่สำคัญด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

โอกาสที่เกี่ยวข้อง	ตัวแปรสำคัญ	ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น	ระดับโอกาสทางธุรกิจ
การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า <ul style="list-style-type: none"> การใช้วัสดุที่มีความยั่งยืนมากขึ้น การใช้ระบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดการสูญเสียและปรับปรุงความมีประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรและพลังงาน 		<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มรายได้และลดต้นทุนการดำเนินงาน รวมทั้งต้นทุนพลังงาน เพิ่มความสามารถในการผลิตผ่านโครงการนวัตกรรมและการปรับปรุงกระบวนการขึ้นไปถึง 3,780 ล้านบาท 	
การใช้แหล่งพลังงานที่สะอาด <ul style="list-style-type: none"> การใช้แหล่งพลังงานที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำ เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ ลม น้ำ หรือชีวมวล การใช้เทคโนโลยีที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำ การเข้าร่วมในตลาดคาร์บอน และกลไกการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 		<ul style="list-style-type: none"> ลดต้นทุนการดำเนินงานลงไป 1,925 ล้านบาท และลดความเสี่ยงต่อความผันผวนของราคาเชื้อเพลิงฟอสซิล การลงทุนในเทคโนโลยีที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำ เพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านการประหยัดค่าพลังงานและการสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า 	
ผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม <ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำ แนวโน้มความต้องการของลูกค้าที่ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม 		<ul style="list-style-type: none"> ตอบใจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม เช่น ผลิตภัณฑ์ที่มีระดับคาร์บอนต่ำ ฉลากคาร์บอน เพิ่มรายได้จากความต้องการในผลิตภัณฑ์และบริการที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำ 35,420 ล้านบาท 	
การแข่งขันทางการตลาด <ul style="list-style-type: none"> การค้นหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ เช่น ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับพลังงานทดแทน แพลตฟอร์มบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม และตลาดการซื้อขายคาร์บอน เพื่อสนับสนุนเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระดับโลก 		<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มรายได้ผ่านการเข้าถึงตลาดใหม่ การลงทุนในธุรกิจพลังงานทางเลือกหรือพลังงานทดแทนที่สามารถทำกำไรได้ถึง 1,540 ล้านบาท เพิ่มชื่อเสียงและมูลค่าแบรนด์ 	
ชื่อเสียง <ul style="list-style-type: none"> ความร่วมมือกับองค์กรภายนอกเพื่อสร้างเครือข่ายจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม ตลอดจนสื่อสารและวัดผลได้ และตอบสนองต่อความรู้อันสนับสนุนผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน 		<ul style="list-style-type: none"> สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ได้เป้าหมายในระดับสากล เพิ่มชื่อเสียงขององค์กร เพิ่มความเชื่อถือในห่วงโซ่อุปทาน และความสามารถในการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 	

ตัวแปรที่มีผลกระทบต่อความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

กฎหมายประเทศ, ข้อบังคับต่าง ๆ, กลไกการค้าคาร์บอน, การเปลี่ยนเทคโนโลยี

ต้นทุนเทคโนโลยีใหม่, พหุกรรมของผู้บริโภค, ส่วนแบ่งการตลาด, ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ตัวแปรที่มีผลกระทบต่อความเสี่ยงทางกายภาพ

อุณหภูมิเฉลี่ย, อุณหภูมิเพิ่มขึ้น, พายุ, ปริมาณน้ำฝน

ระดับน้ำทะเลสูงขึ้น, น้ำท่วม, การขาดแคลนน้ำ, ไฟป่า

ตัวแปรที่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

กฎหมายประเทศ, ข้อบังคับต่าง ๆ, กลไกการค้าคาร์บอน, การเปลี่ยนเทคโนโลยี

ต้นทุนเทคโนโลยีใหม่, พหุกรรมของผู้บริโภค, ส่วนแบ่งการตลาด, ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ระดับความเสี่ยงและโอกาส: น้อย ปานกลาง สูง

การจัดการและเพิ่มประสิทธิภาพพลังงาน และส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้สูงขึ้น โดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยใช้ในทุกระบวนการเพื่อลดการใช้พลังงานให้ได้มากที่สุด และส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียนต่าง ๆ เช่น ระบบผลิตพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ การใช้เชื้อเพลิงชีวมวลและก๊าซชีวภาพ โดยดำเนินการทั้งโรงงาน ฟาร์ม ศูนย์กระจายสินค้าและร้านสะดวกซื้อ จนถึงถึงสถานีฐานส่งสัญญาณของบมจ. ทูร คอร์ปอเรชั่น เป็นต้น

การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ของเครือฯ

กลุ่มธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินการติดตั้งระบบพลังงานแสงอาทิตย์แบบต่าง ๆ ทั้งแบบติดตั้งบนหลังคา แบบบนพื้นดิน และแบบลอยน้ำ โดยมีกำลังการผลิตไฟฟ้ารวมติดตั้งทั้งหมดในปี 2566 คิดเป็นปริมาณ 197 MWp สามารถผลิตพลังงานไฟฟ้าได้มากกว่า 171 ล้าน kWh/ปี คิดเป็นปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ 144,388 ตัน CO₂e/ปี



ฟาร์มและโรงงาน
17.66 MW, 27 ไร่
14,374 ตัน CO₂e



Supercenter
27.74 MW, 48 ไร่
22,579 ตัน CO₂e



Supercenter
46.53 MW, 134 ไร่
37,873 ตัน CO₂e



ร้านสะดวกซื้อและ ศูนย์กระจายสินค้า
64 MW, 2,669 ไร่
25 ศูนย์ 45,492 ตัน CO₂e



แผงโซลาร์ฐานส่งสัญญาณ
17.32 MW, 7,800 ไร่
14,098 ตัน CO₂e



ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ
0.9 MW, 2 ไร่
733 ตัน CO₂e



แผงโซลาร์บนหลังคา
4 MW, 1 ไร่
3,256 ตัน CO₂e



แผงโซลาร์บนหลังคา
0.03 MW, 1 ไร่
24 ตัน CO₂e

ปี 2566
กำลังผลิตติดตั้งรวม **197 MWp**
สามารถผลิตพลังงานไฟฟ้าได้ **มากกว่า 171 ล้าน kWh/ปี**
คิดเป็นปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ **ลดได้ 110,608 tCO₂e/ปี**

CASE STUDY

โครงการความร่วมมือในการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อผลิตไฟฟ้าในเขตประเทศจีน

ความสำเร็จของโครงการไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ในประเทศจีน ที่ Xinbaiqin Special Vehicle Co.,Ltd., CP QINGDAO, CP GURUI และโดยความร่วมมือบริษัท CHIATAI HANDING และ HONGKONG CHINA ENERGY INVESTMENT ได้ติดตั้ง Solar Rooftop กำลังไฟฟ้ารวม 5 MW สามารถผลิตไฟฟ้าได้ 4.91 ล้านกิโลวัตต์ชั่วโมง/ปี ตลอดโครงการ 25 ปี จะผลิตไฟฟ้าสะสม 123 ล้านกิโลวัตต์ชั่วโมง จะสามารถประหยัดค่าไฟฟ้าได้ 22 ล้านบาท โครงการนี้ได้ผ่านการออกแบบและตรวจรับรองจากหน่วยงานภายนอก เลือกใช้อุปกรณ์และแผงโซลาร์เซลล์ประสิทธิภาพสูงที่ผลิตไฟฟ้าได้มากขึ้น แสดงให้เห็นถึงการส่งเสริมโครงการพลังงานหมุนเวียนของเครือฯ ในเขตประเทศจีน และในอนาคตโครงการนี้จะถูกบูรณาการเข้ากับโรงงานอื่น ๆ เพื่อสนับสนุนเป้าหมาย NET ZERO ในปี 2593



ติดตั้ง Solar Rooftop กำลังไฟฟ้า 5 MW สามารถลดก๊าซเรือนกระจกได้ 90,000 ตัน CO₂e

Natural Capital

CASE STUDY

อาคารเดอะ ทารา (THE TARA)

อาคารเดอะ ทารา ซึ่งเป็นอาคารสำนักงานของซีพี ออลล์ เป็นอาคารสำนักงานแห่งใหม่ในรูปแบบ Smart Building พร้อมกับโมเดล “จากความมุ่งหวังสู่นามธรรม” จุดเด่นอาคารด้วยรูปทรงคล้ายพีระมิด มีผนังที่ทรงสี่เหลี่ยมปลายสอบ เมื่อมองมายังอาคารขณะกำลังเคลื่อนที่ผ่าน จะเห็นภาพเสมือนสายน้ำตกที่กำลังไหลจากยอดอาคารลงสู่ด้านล่าง มีการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ เลือกใช้กระจกที่มีประสิทธิภาพสูง ร่วมกับการออกแบบแผงบังแดดแนวตั้งทำให้ลดความร้อนที่เข้ามายังตัวอาคาร ออกแบบช่องแสง Skylight สูงจากพื้น 6 เมตร เพื่อรับแสงธรรมชาติทั้งหมด 3 ด้าน ระบบปรับอากาศเป็นระบบน้ำเย็น โดยเครื่องทำน้ำเย็น (Chiller) ประสิทธิภาพสูงเป็นแบบรวมศูนย์ (District Plant) ระบบไฟฟ้าแสงสว่างใช้หลอดไฟ LED มีระบบควบคุมอัตโนมัติที่สามารถควบคุมการเปิด-ปิด ระบบเติมอากาศประสิทธิภาพสูง



รางวัลความภาคภูมิใจ: ได้รับรางวัล New and Existing Building และ Winner of the Energy Efficient Building-new and Existing Building of the ASEAN Energy Efficiency and Conservation Best Practices Awards 2023

Natural Capital

การร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียในการลดก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Scope 3)

การลดก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Scope 3) เป็นความท้าทายอย่างยิ่งสำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์ เนื่องจากครอบคลุมกิจกรรมที่ไม่ได้เป็นของเครือฯ โดยตรง แต่มีผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมโดยอุปสรรคที่เครือฯ พบ ได้แก่ ความซับซ้อนของห่วงโซ่อุปทาน การเข้าถึงข้อมูล และการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานของคู่ค้า อย่างไรก็ตาม เครือฯ มีการร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ

เพื่อหาแนวทางในการลดก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรมในห่วงโซ่อุปทาน ไม่ว่าจะเป็นการแบ่งปันองค์ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีให้กับคู่ค้า เพื่อต่อยอดและพัฒนาเทคโนโลยีร่วมกัน การสร้างระบบนิเวศสีเขียวให้เกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่อุปทาน และการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการคาร์บอนต่ำ

โครงการลดก๊าซเรือนกระจก Scope 3 ของเครือเจริญโภคภัณฑ์



ฟาร์มวัน (FarmOne)

ผู้ช่วยเกษตรกรครบวงจร สำหรับเกษตรกรที่อยู่ใน Contract Farming ที่จะทำให้การวางแผนจัดการแปลงเป็นเรื่องง่าย สามารถจัดการแปลงปลูกอย่างมีประสิทธิภาพ พยากรณ์อากาศแม่นยำละเอียดทุกแปลง ควบคุมต้นทุนได้ และเพิ่มคุณภาพผลผลิตให้ดียิ่งขึ้น ด้วยข้อมูลที่แม่นยำและ AI เทคโนโลยีที่ทันสมัย



การเกษตรกรรมฟื้นฟู

ถ่ายทอดความรู้ให้เกษตรกรในการทำเกษตรกรรมฟื้นฟู โดยมุ่งเน้นไปที่การฟื้นฟูและสร้างความอุดมสมบูรณ์ในดิน การบำบัดทรัพยากรน้ำ การเพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพ และลดการใช้สารเคมีที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยในการลดก๊าซเรือนกระจก



ติดตั้งพลังงานสะอาด (Solar PV) ให้กับคู่ค้า

Altervim สนับสนุนการใช้พลังงานสะอาด โดยติดตั้งระบบการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ทั้งบนหลังคา (Rooftop) และแบบทุ่นลอยน้ำ (Floating) ให้กับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ ส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและรักษาสีเขียว



ร่นบรรทุกไฟฟ้า เพื่อการขนส่งสีเขียว

ซีพี โฟตอน ส่งเสริมการขนส่งสีเขียวและใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยส่งมอบรถบรรทุกไฟฟ้ารุ่น TM iBlue 45 จำนวน 17 คันที่โรงงานปูนซีเมนต์ที่ฟิโพลิน จ.สระบุรี สามารถช่วยลดต้นทุนการขนส่ง ประหยัดเชื้อเพลิง และช่วยการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการขนส่งให้กับลูกค้า

CASE STUDY

การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเกษตรกรรมร่วมกับคู่ค้า ด้วยมาตรฐานเกษตรยั่งยืน



ธุรกิจพืชครบวงจร เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ให้ความรู้กับเกษตรกรในการสร้างบุคลากร เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้และหลักวิชาการที่ถูกต้องในการทำเกษตรยั่งยืนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและแนวทางการเพิ่มคาร์บอนในดิน ช่วยลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และลดการเกิดขยะในกระบวนการแบบเกษตรครบวงจร

- ลดการไถและการใช้ปุ๋ยที่เหมาะสม
- ลดการเผาในพื้นที่เกษตร
- การทำนาเปียกสลับแห้ง
- การทำเตาชีวมวล
- การใช้พลังงานงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตร
- มาตรฐานเกษตรยั่งยืน

ทั้งนี้ โครงการจะขยายผลต่อยังเกษตรกรสมาชิกกว่า 7,000 ราย ของธุรกิจฟาร์มโปรและเกษตรกรในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศ เมียนมา เพื่อยกระดับอาชีพเกษตรกรสู่มาตรฐานสากลในด้านการเพาะปลูก ส่งผลให้เกษตรกรสมาชิกมีคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดี

ส่งเสริมเกษตรกรกว่า 7,000 ราย ให้เข้าถึงความรู้ด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากเกษตรกรรม

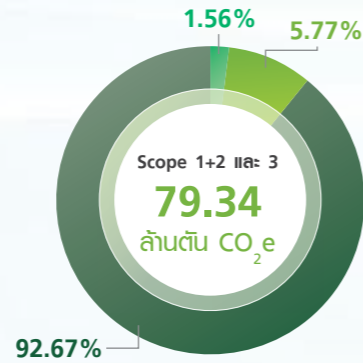
Natural Capital Human Capital

ข้อมูลการจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

จำนวนการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1+2 และ 3

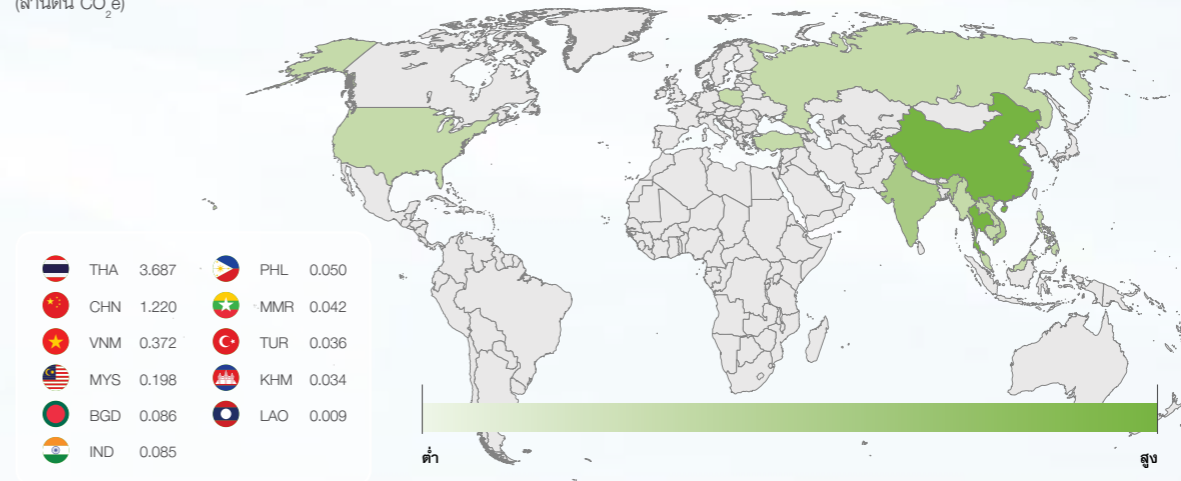
(ล้านตัน CO₂e)

Scope 1:		
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงขององค์กร	1.24	1.56%
Scope 2:		
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน	4.58	5.77%
Scope 3:		
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ	73.52	92.67%

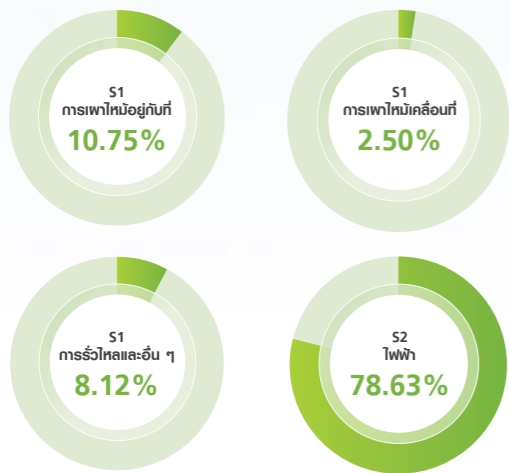


การปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 และ 2 แยกตามรายประเทศ

(ล้านตัน CO₂e)



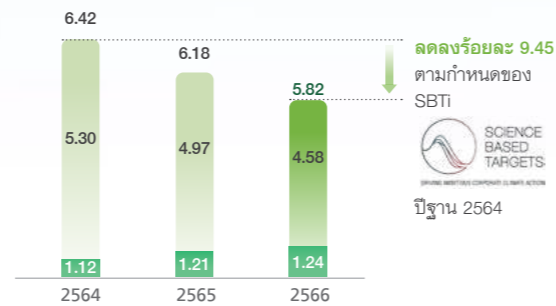
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1+2



การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อปี

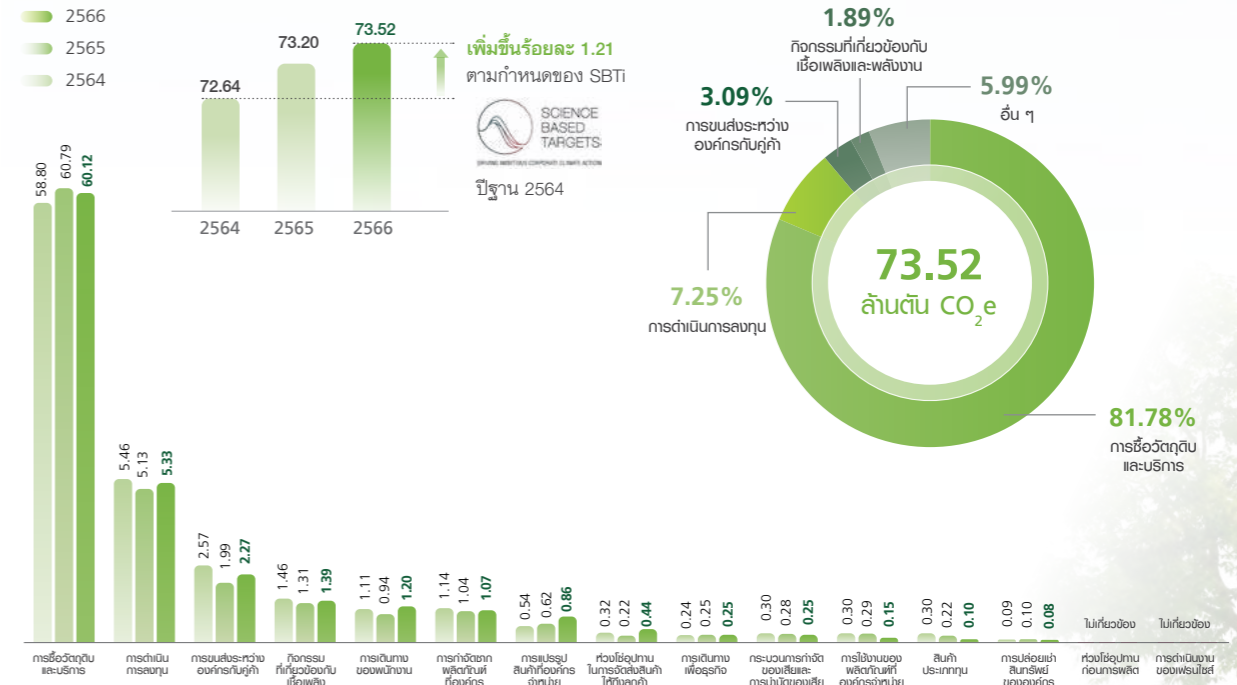
(ล้านตัน CO₂e)

Scope 1 Scope 2

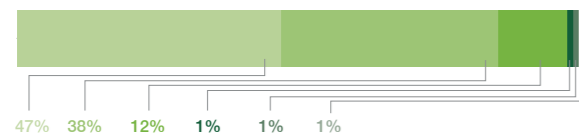


การปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 3

(ล้านตัน CO₂e)

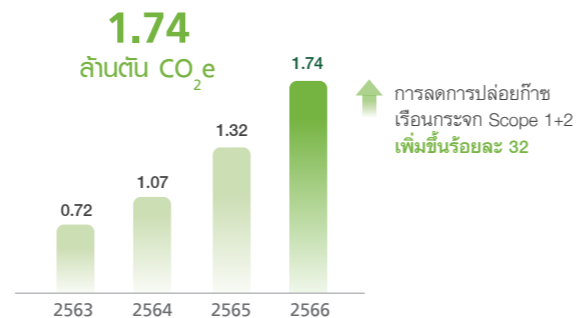


แบ่งตามกลุ่มธุรกิจ



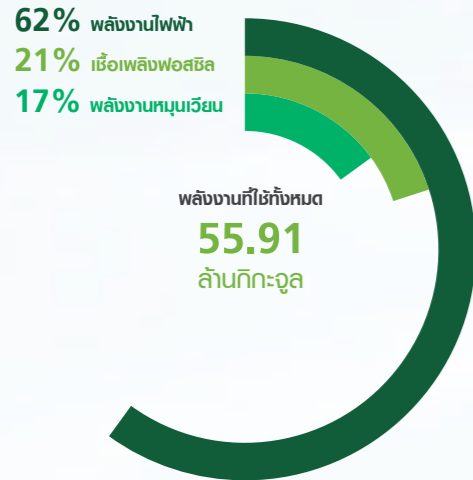
- เกษตรอุตสาหกรรม
- ค้าปลีก
- สื่อสารและโทรคมนาคม
- อีคอมเมิร์ซและดิจิทัล
- อสังหาริมทรัพย์
- กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ

การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากโครงการต่าง ๆ



หมายเหตุ: เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงขอบเขตการเก็บข้อมูลและวิธีการคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม ขอบเขตที่ 3 ตั้งแต่ปี 2564 จนถึงปัจจุบัน

ข้อมูลการจัดการพลังงาน



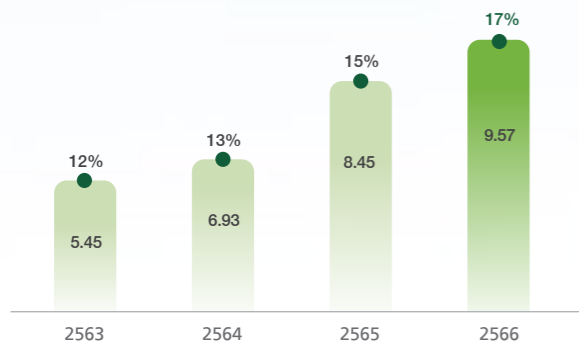
(หน่วย: ล้านกิกะจูล)

ไฟฟ้า	34.39	61.52%
พลังงานหมุนเวียน	9.57	17.11%
ก๊าซธรรมชาติ	6.57	11.75%
น้ำมันดีเซลและแก๊สโซลีน	2.96	5.29%
LPG	1.10	1.98%
น้ำมันเตา	0.89	1.59%
ถ่านหิน	0.43	0.76%

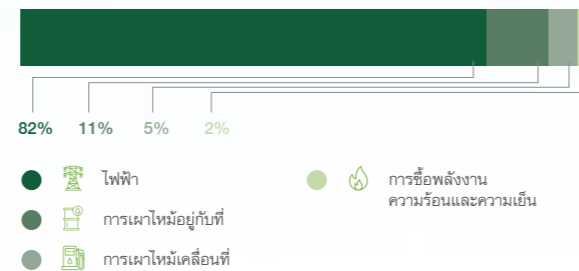
การใช้พลังงานทั้งหมด

การใช้พลังงานหมุนเวียน 2563-2566

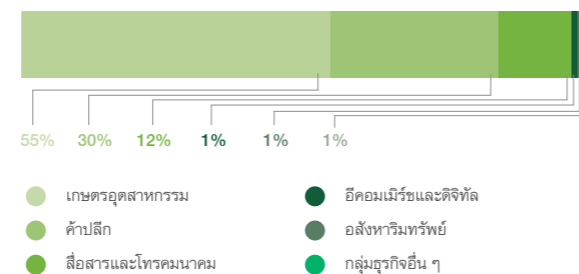
- การใช้พลังงานหมุนเวียน 2563-2566 (ล้านกิกะจูล)
- สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน (ร้อยละ)



ประเภทของพลังงานและกิจกรรม

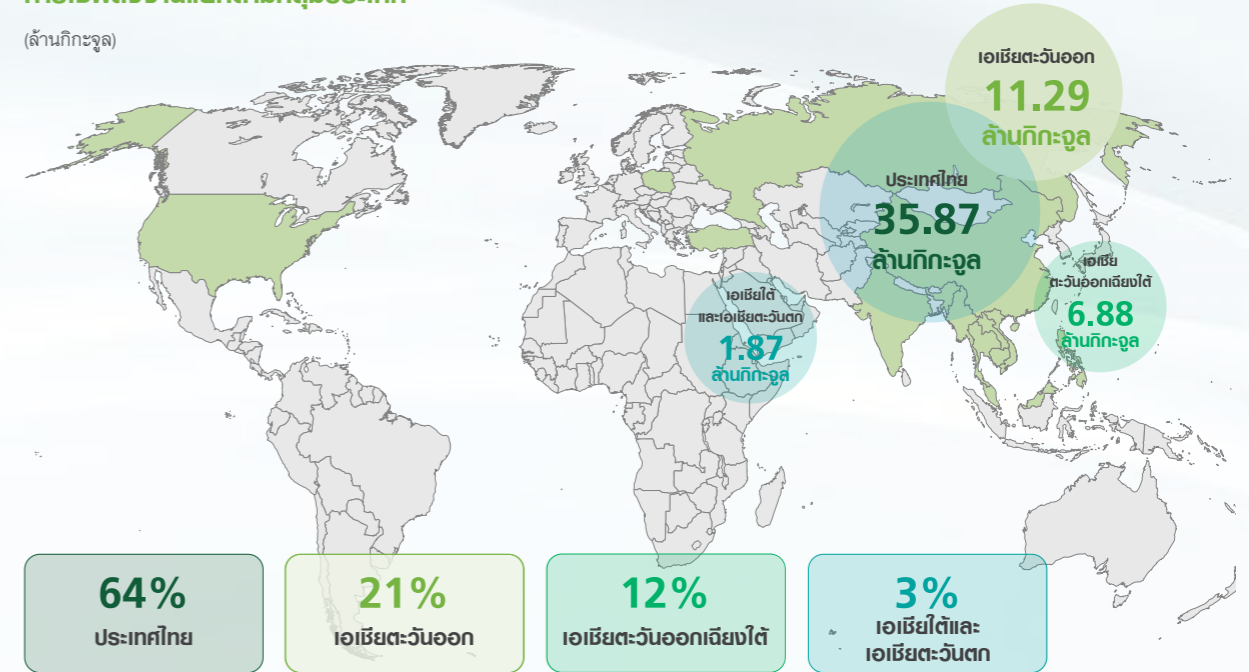


แบ่งตามหน่วยธุรกิจ



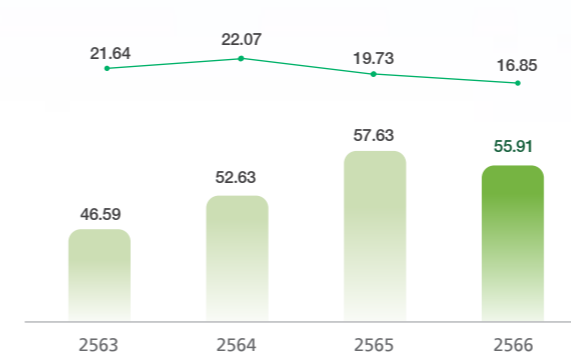
การใช้พลังงานแยกตามกลุ่มประเทศ

(ล้านกิกะจูล)



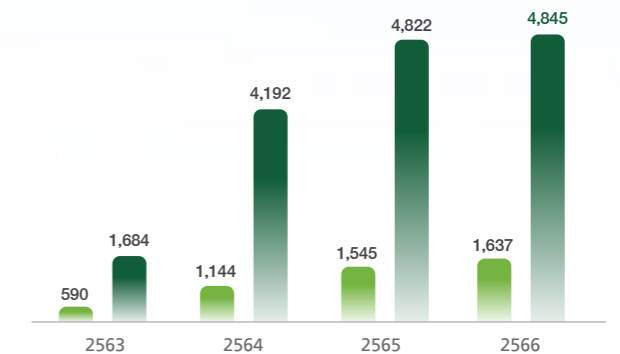
การใช้พลังงานทั้งหมดต่อหน่วยรายได้

- การใช้พลังงานทั้งหมดต่อหน่วยรายได้ (กิกะจูล/ล้านบาท)



สรุปการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม

- การลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม (ล้านบาท)
- ผลประโยชน์ (ล้านบาท)



ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรับผิดชอบต่อผู้บริโภค โดยนำแนวคิดการบริหารจัดการวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์มาใช้ ตั้งแต่การออกแบบ การเพาะปลูก การจัดหาวัตถุดิบ การผลิตสินค้า บริการและโซลูชัน การจัดจำหน่าย และการขนส่ง รวมทั้งการจัดการของเสียและการสิ้นสุดของผลิตภัณฑ์ที่ใช้แล้ว

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการตามหลักการด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง และสนับสนุนให้คู่ค้าพันธมิตรทางธุรกิจ รวมถึงผู้รับเหมาให้ปฏิบัติตามหลักการดังกล่าวเพื่อสร้างคุณค่าและความยั่งยืนระยะยาวร่วมกัน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และเป้าหมายความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์

CASE STUDY

อาหารสัตว์รักษ์โลก

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) พัฒนาอาหารสุกรและไก่ที่สามารถลดปริมาณไนโตรเจนส่วนเกินในสิ่งขับถ่ายตามหลักของโภชนศาสตร์แม่นยำ มาผลิตเป็นสูตรอาหารสัตว์ให้ตรงกับความต้องการของสัตว์ โดยที่สัตว์ยังคงได้รับสารอาหารครบถ้วน เน้นความสมดุลของโปรตีนร่วมกับคัดเลือกเอนไซม์ที่เหมาะสมกับสัตว์ในช่วงวัย ผลสำเร็จสามารถลดส่วนเกินที่ไม่จำเป็นของสารอาหารส่วนเกิน ช่วยลดต้นทุนการผลิต ลดมลพิษ และยังได้ช่วยลดก๊าซเรือนกระจก



ปริมาณไนโตรเจนส่วนเกินที่ลดลงจากมูล

ร้อยละ 20-30 จากมูลสุกร

ร้อยละ 12-13 จากมูลไก่

ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก
74,700 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

Natural Capital

CASE STUDY

ไข่ไก่แบรนด์ “ยูฟาร์ม” ควา “ฉลากคาร์บอนนิวทรัล” รายแรกของเอเชีย



บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) นำไข่ไก่ Cage Free รับ “ฉลากคาร์บอนนิวทรัล” เป็นรายแรกของภูมิภาคเอเชีย เพื่อยืนยันถึงทางเลือกของผู้บริโภคในการช่วยลดปัญหาโลกร้อน โดยกระบวนการเลี้ยงไก่ที่ลดการปล่อยคาร์บอน โดยยังคงปลอดภัย โปรตีนสูง สะอาด ดีต่อผู้รักสุขภาพ เพื่อร่วมลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากผลิตภัณฑ์อาหารของบริษัทฯ รวมถึง “ไข่ไก่” ที่ซีพีเอฟได้ดำเนินการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์ไข่ไก่อย่างต่อเนื่อง ให้เหลือน้อยที่สุดผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น การใช้สายพานลำเลียงไข่อัตโนมัติ การลดการสูญเสียไข่ไก่ (Food Loss) ตามแนวทางขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) รวมถึงการนำของเสียจากเปลือกไข่ไปใช้ประโยชน์ และการใช้พลังงานทางเลือก เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ และพลังงานชีวมวลจากระบบบำบัดน้ำเสีย ปัจจุบันซีพีเอฟมี 818 ผลิตภัณฑ์ที่มีการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานสากล โดยกว่า 56 ผลิตภัณฑ์ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของไข่ไก่ทั่วไปถึงร้อยละ 30

ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก
617,000 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

Natural Capital

การบริหารจัดการวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญในความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องเพื่อผลิตสินค้าที่ช่วยลดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ลดการสร้างของเสียในระหว่างขั้นตอนผลิต ตลอดจนการรีไซเคิลตลอดอายุของผลิตภัณฑ์ สามารถตรวจสอบและติดตามได้ทุกขั้นตอนเพื่อให้เกิดแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดที่ได้ถูกพัฒนาขึ้นมาใหม่ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของความมุ่งมั่นของเครือฯ ที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและช่วยให้ผู้บริโภคมีข้อมูลที่จำเป็นในการตัดสินใจการซื้อสินค้า

- 

877 ผลิตภัณฑ์
คาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์ (CFP)
- 

92 ผลิตภัณฑ์
ฉลากลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (CFR)
- 

2 ผลิตภัณฑ์
ผลิตภัณฑ์ฉลากคาร์บอนนิวทรัล
- 

35 แห่ง
คาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO)
- 

12 โครงการ
การลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตามมาตรฐานของประเทศไทย (TVERs)



ข้าวกะเพราหมู (Ezygo)

ได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์อยู่ที่

789 กรัม CO₂e ต่อกล่อง

โดย องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) ประเทศไทย



ข้าวผัดคะน้าปลาเค็ม

ได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์

อยู่ที่ **1.12 กิโลกรัม CO₂e**

ต่อกล่อง โดย องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) ประเทศไทย



อาหารไก่พื้นเมือง เอรಾವัน ซี5 ขนาด 30 กิโลกรัม

ได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์

อยู่ที่ **21.5 กิโลกรัม CO₂e** ต่อถุง

โดย องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) ประเทศไทย



เจอร์โฮ มีท แอส มิล (สูตรไก่) (309 กรัม)

ได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์อยู่ที่ **5.09 กิโลกรัม CO₂e**

ต่อถุง 1.2 กิโลกรัม โดย องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) ประเทศไทย



ข้าวกะเพราเนื้อเต้าหู้ พืช 250 กรัม

ได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์อยู่ที่

555 กรัม CO₂e ต่อถุง

โดย องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) ประเทศไทย



บะหมี่กึ่งสุญญากาศเข้มข้นและผักตราซีพี (309 กรัม)

ได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์

อยู่ที่ **1.25 กิโลกรัม CO₂e** ต่อถ้วย

โดย องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) ประเทศไทย

ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน Circular Economy

ฟาร์มสุกรท่าจะหลุง อ.โชคชัย จ.นครราชสีมา

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนในทุกกลุ่มธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพทั่วทั้งองค์กร ตั้งแต่การพัฒนาศักยภาพบุคลากร การจัดสรรงบประมาณในการวิจัยและพัฒนา ควบคู่ไปกับการแสวงหาวิธีการ เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ ๆ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้ส่งเสริมความร่วมมือในการสร้างเครือข่ายกับกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่มูลค่า ครอบคลุมกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนับว่าเป็นความท้าทายที่สำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการสร้างความตระหนักเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของสังคมให้มีความรู้ และความเข้าใจถึงบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบต่อสภาพปัญหาและผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น ด้วยเหตุพลดังกล่าว เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงได้พยายามในการผลักดันและให้ความสำคัญต่อการวางรากฐานให้กับกลุ่มเด็ก เยาวชน และคนรุ่นใหม่ของประเทศ ในการดำเนินงานภายใต้กรอบระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อช่วยกันส่งเสริมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโลก ควบคู่ไปกับการพัฒนาอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและอย่างยั่งยืนสืบต่อไป

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

- | | | | | |
|--|---|--|--|--|
| <p>8 ขยายขีดความสามารถของธุรกิจ</p> | <p>8.4 ปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรของโลกในการบริโภคและการผลิตอย่างต่อเนื่อง</p> | <p>12 ผลิตและบริโภคอย่างรับผิดชอบ</p> | <p>12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>12.3 ลดของเสียอาหาร และลดการสูญเสียอาหาร ตลอดจนการลดและห่วงโซ่ปทาน รวมถึงการสูญเสียหลังการเก็บเกี่ยว</p> <p>12.4 บรรลุเรื่องการจัดการสารเคมีและของเสียทุกชนิดตลอดวงจรชีวิตด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</p> | <p>12.5 ลดการเกิดของเสียโดยให้มีการป้องกันการลดปริมาณ การใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้ใหม่</p> <p>12.a สนับสนุนความสามารถด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่จะขับเคลื่อนไปสู่แบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนยิ่งขึ้น</p> |
|--|---|--|--|--|

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- [Sustainable Development Goals Report 2023](#)
- [Sustainability Performance Report 2023](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

94.49% **78.94%**

บรรลุเกณฑ์พลาสติกที่ใช้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ใช้ซ้ำ หรือย่อยสลายได้ การนำของเสียกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ

442.86 ตัน

การลดปริมาณการสูญเสียอาหาร และอาหารส่วนเกิน ด้วยการส่งต่อไปยังกลุ่มคนเปราะบางในสังคม โดยกลุ่มธุรกิจภายในเครือฯ

แผนการดำเนินงานในอนาคต

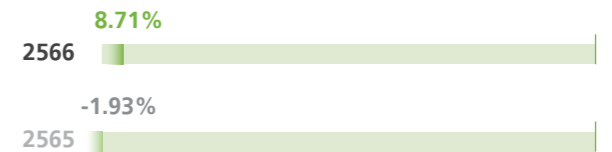
ส่งเสริมการพนักงาคลัง และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการบริหารจัดการอาหารส่วนเกินและขยะอาหารตลอดห่วงโซ่มูลค่า

ดำเนินงานร่วมกับพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง เพื่อผลักดันมาตรการด้านบรรจุดัชนียั่งยืน

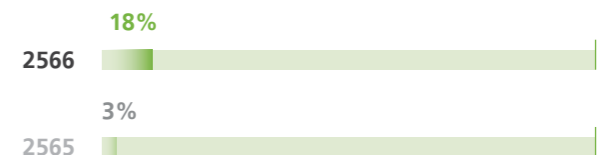
ส่งเสริมเด็ก เยาวชน และคนรุ่นใหม่ให้เข้าใจและเห็นถึงความสำคัญในการเป็นส่วนหนึ่งของกลไกการดำเนินงาน ตามกรอบระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

เป้าหมายและความคืบหน้า

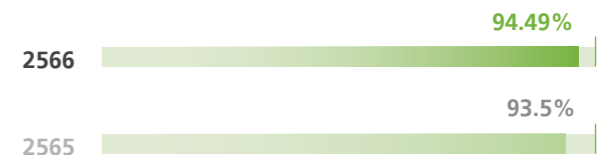
ลดปริมาณขยะอาหารที่ถูกนำไปฝังกลบให้เป็นศูนย์



ลดปริมาณของเสียที่ถูกนำไปฝังกลบให้เป็นศูนย์



บรรลุเกณฑ์พลาสติกที่ใช้ทั้งหมดสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ใช้ซ้ำ หรือย่อยสลายได้



กรอบการดำเนินงานตามระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

ตลอดหลายทศวรรษที่ผ่านมา เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการตามระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างต่อเนื่อง ผ่านการส่งเสริมและสนับสนุนโครงการริเริ่มต่าง ๆ เพื่อให้เกิดกลไกในการขับเคลื่อน และสร้างความเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่คุณค่า พร้อมทั้งมีความสอดคล้องและเป็นไปตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลกอุตสาหกรรมยุคใหม่ โดยที่เครือฯ ยังคงยึดมั่นต่อแนวทางการดำเนินงาน 3 มาตรการ ประกอบด้วย

- (1) การลดการฝังกลบขยะให้เป็นศูนย์ (Zero Waste to Landfill)
- (2) บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน (Sustainable Packaging)
- (3) การลดขยะอาหารให้เป็นศูนย์ (Zero Food Waste)

ซึ่งเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดทำนโยบายที่เกี่ยวข้อง พร้อมกับสื่อสารให้กลุ่มธุรกิจเครือฯ พันธมิตร และคู่ค้าได้รับทราบและนำไปปฏิบัติใช้



การจัดการแหล่งวัตถุดิบ

การแสวงหาแหล่งวัตถุดิบที่ได้มาจากแหล่งที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างเช่น

- จัดหาแหล่งวัตถุดิบข้าวโพดที่ยั่งยืนในการผลิตอาหารสัตว์โดยที่ไม่ได้ซื้อมาจากแหล่งพื้นที่ที่มีการเผา พื้นที่ที่ไม่ได้ปลูกป่าตามหลักการ “ไม่เผา ไม่เผา เราซื้อ”



การออกแบบ

มุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาการออกแบบ และการใช้งาน ควบคู่ไปกับการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมี ในการผลิต ตัวอย่างเช่น

- บรรจุผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูปแช่แข็ง Flaming Chicken Tenders ลดปริมาณกระดาษร้อยละ 40 ขณะที่ยังคงคุณภาพและความแข็งแรงเท่ากับกล่องรูปแบบเดิม



การผลิตสินค้าและบริการ

การปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าและบริการ ในทุกขั้นตอน ควบคู่ไปกับการประยุกต์ใช้ Technology Digital 5G ในการกำกับและควบคุมการผลิตสินค้าและบริการ ตัวอย่างเช่น

- การประยุกต์ใช้ระบบ Sensors ในการตรวจวัดและตรวจติดตามข้อมูล รวมไปถึงการรายงานผล Online ที่เกิดขึ้นผ่านระบบมือถือ



การบริหารจัดการของเสีย 3Rs (Reduce-Reuse-Recycle)

มุ่งเน้นการให้ความสำคัญต่อการนำของเสีย หรือผลิตผลพลอยได้ที่เกิดขึ้น กลับไปใช้ใหม่ ใช้ซ้ำ รวมถึงแปรรูปเพิ่มมูลค่า ก่อนที่จะนำไปกำจัดด้วยวิธีการที่ถูกต้องและเหมาะสม ทดแทนการนำไปกำจัดด้วยหลุมฝังกลบขยะ

- การเก็บกลับขวดพลาสติก PET ไปแปรรูปเพื่อใช้ในการผลิตเส้นพริกงาน 7-11



การบริโภคและใช้งานอย่างรู้คุณค่า

ส่งเสริมการบริโภคและการใช้งานสินค้าและบริการอย่างรู้คุณค่า และการบริโภคอย่างพอเพียง ตัวอย่างเช่น

- การใช้ถุงปุ๋ย กลับไป Upcycling ในการผลิตเป็นกระเป๋าเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน



การขนส่ง

ส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้าทดแทนการใช้รถยนต์สันดาปภายใน ต่อสิ่งแวดล้อม และหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดมลพิษที่จะเกิดขึ้น ตามมาให้น้อยที่สุด ตัวอย่างเช่น

- การใช้รถยนต์ไฟฟ้าทดแทนการใช้รถยนต์สันดาปภายใน เพื่อส่งเสริมการลดปริมาณควันและฝุ่น PM 2.5



การบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ยั่งยืน



เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้การสนับสนุนและส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน พร้อมแสวงหาโอกาสและช่องทางความร่วมมือกับพันธมิตรจากภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อต่อยอดและแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างครบวงจร และสร้างจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับกลุ่มผู้บริโภคอย่างเป็นรูปธรรม

ในปีที่ผ่านมา เครือเจริญโภคภัณฑ์ในนามบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ได้ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับกลุ่มธุรกิจเอสซีจี (SCG) ทั้งในส่วนเอสซีจี แพคเกจจิ้ง (SCGP) และ

เอสซีจี เคมิคอลส์ (SCGC) เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2566 เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน พร้อมทั้งแก้ไขปัญหาการกำจัดบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการใช้งานแล้วอย่างครบวงจร

อีกทั้ง เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกับสถาบันการจัดการบรรจุภัณฑ์และรีไซเคิลเพื่อสิ่งแวดล้อม สภาคอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (TIPMSE) ซึ่งเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร เพื่อร่วมขับเคลื่อนในการแก้ไขปัญหาบรรจุภัณฑ์พลาสติก ภายใต้แนวคิดที่ว่า บรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการใช้งานแล้วจะไม่ไร้ประโยชน์ และจะไม่ก่อให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมอีกต่อไป



CASE STUDY

โครงการ “ซีพี-เมจิ รีไซเคิล”

บริษัท ซีพี-เมจิ จำกัด ได้จัดกิจกรรมรณรงค์เชิญชวนให้ประชาชนส่งกล่องนมเมจิกลับสู่บริษัท ซึ่งบริษัทฯ จะนำกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล และนำไปผลิตเป็นเม็ดพลาสติกชนิดขึ้นรูปเป็น “ถังขยะเพื่อแยกขยะ” แล้วส่งมอบกลับให้ทางจังหวัดสระบุรี โครงการนี้นับว่าเป็นตัวอย่างที่ผลักดันให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน

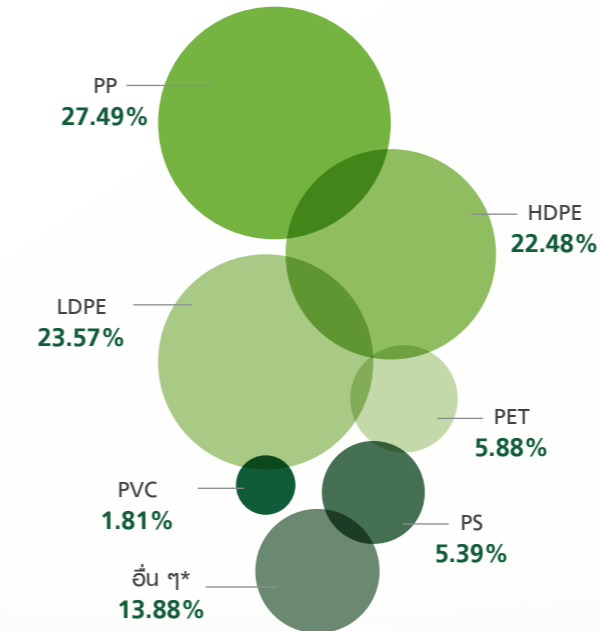
เป้าหมายในการจัดเก็บขวดนม **15,000** แกลลอน
ซึ่งสามารถนำไปผลิตถังขยะได้ **500** ถัง

Natural Capital



ข้อมูลภาพรวมประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์พลาสติกในปี 2566

ประเภทของพลาสติกที่ใช้ในแต่ละชนิดของเครือฯ ในปี 2566

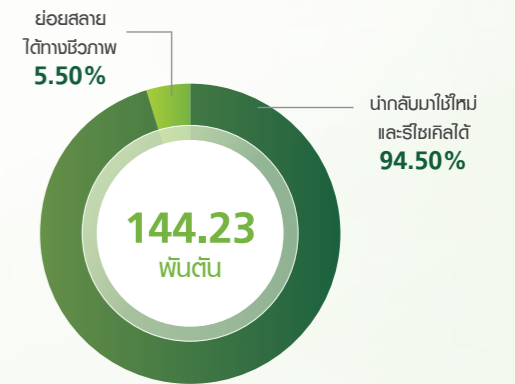
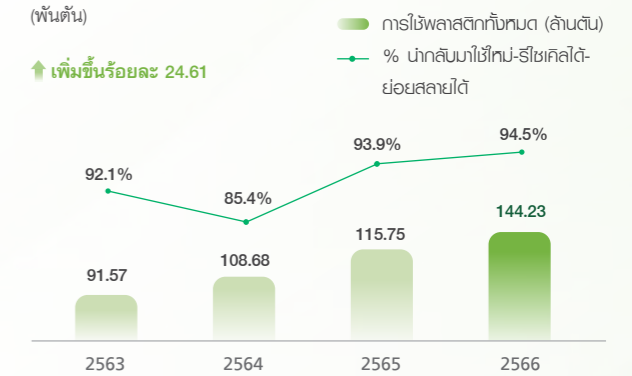


การลดปริมาณบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง **24.78** พันตัน

สรุปภาพรวมสัดส่วนของชนิดพลาสติกของเครือฯ ในปี 2566

บรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบขึ้นเดียวที่นำกลับมาใช้ใหม่ และรีไซเคิลได้	136.30	94.50%
บรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบย่อยสลายได้ทางชีวภาพ	7.94	5.50%

แนวโน้มบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนของเครือฯ (2563-2566) (พันตัน)



ภาพรวมการใช้วัสดุรีไซเคิล สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่เป็นพลาสติกและบรรจุภัณฑ์ที่ไม่มีพลาสติกในปี 2566

วัสดุหมุนเวียน	จำนวนการใช้	การใช้วัสดุจากการรีไซเคิล	ร้อยละ
กระดาษและไม้	60,670.14	22,262.21	36.69
วัสดุไม่หมุนเวียน	จำนวนการใช้	การใช้วัสดุจากการรีไซเคิล	ร้อยละ
พลาสติก	144,231.14	2,969.00	2.05
โลหะ (เหล็กและอลูมิเนียม)	383.55	83.50	21.77
แก้ว	1,424.29	785.56	55.15
รวม	146,038.98	3,838.06	2.62

การบริหารจัดการของเสีย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการของเสียที่เกิดขึ้น พร้อมยึดมั่นต่อการดำเนินงานตามแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยมีเป้าหมายในการที่จะนำขยะของเสียไปกำจัดด้วยวิธีการหลุมฝังกลบให้เป็นศูนย์ ภายใต้กรอบการดำเนินงาน Zero Waste to Landfill ในปี 2573 จากนโยบายดังกล่าว เครือเจริญโภคภัณฑ์จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกับพันธมิตร คู่ค้า และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ในการกำหนดมาตรการสำคัญทั้งในส่วนการลดปริมาณของเสียจากแหล่งกำเนิด เพิ่มการแปรรูปเพิ่มมูลค่า รวมถึงส่งเสริมการกำจัดของเสียให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

CASE STUDY



โครงการเกษตรผสมผสานเพื่อความยั่งยืนของฟาร์มสุกร ซีพี หลายปี ประเทศจีน

กลุ่มธุรกิจฟาร์มสุกร บริษัท เกษตรทันสมัย ซีพี หลายปี (Laibin Zhengda Modern Agriculture Co., Ltd.) ได้ส่งเสริมความร่วมมือกับกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ โดยการนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วของฟาร์มกลับไปใช้เป็นแหล่งน้ำ รองรับพื้นที่ปลูกอ้อยและไม้ยูคาลิปตัส ครอบคลุมพื้นที่ 10,074 ไร่จีน (4,197.5 ไร่) โดยการเดินท่อน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้ว แจกจ่ายให้กับเกษตรกรในพื้นที่ ส่งผลให้ผลผลิตอ้อยเพิ่มขึ้น 46.71% ประหยัดค่าปุ๋ย 400 บาทต่อไร่จีนต่อปี และผลผลิตไม้ยูคาลิปตัสเติบโตเพิ่มขึ้น 29.89% ประหยัดค่าปุ๋ย 360 บาทต่อไร่จีนต่อปี ซึ่งนับว่าเป็นตัวอย่างความร่วมมือการบริหารจัดการของเสียตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

เพิ่มจำนวนผลผลิตอ้อยและไม้ยูคาลิปตัสได้ถึง **ร้อยละ 46.71** และ **ร้อยละ 29.89**

Natural Capital

CASE STUDY

โครงการ “e-Waste ที่ถูกที่ ดีต่อใจ” รวบรวมจัดการขยะ e-Waste อย่างถูกวิธี

บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้กำหนดเป้าหมายในการเป็นองค์กรที่ร่วมขับเคลื่อนการบริหารจัดการปัญหาขยะอิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Waste ตามกรอบตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างควมรับผิดชอบจากภาคประชาชน ด้วยการเป็นจุดรีไซเคิล e-Waste เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนสามารถนำสมาร์ตโฟน โทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์เสริม และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ขนาดเล็กที่เลิกใช้งานแล้วมาทิ้งที่กล่องจัดรับขยะ e-Waste ทั้งที่ร้านทรู ซุปเปอร์สเฟียร์ และศูนย์บริการดีแทค รวม 154 สาขาทั่วประเทศ



จำนวน e-Waste สะสมถึงในปี 2566 **1,991,808 ชิ้น**

Natural Capital

ภาพรวมข้อมูลการบริหารจัดการของเสีย ปี 2566

ปริมาณของเสีย

แยกตามประเภท

ปริมาณของเสีย

ทั้งหมด

1,612
พันตัน

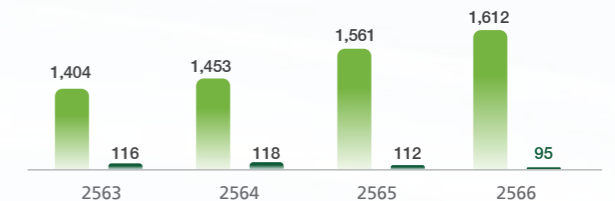


88.73%
การนำของเสีย
กลับไปใช้ประโยชน์

ปริมาณของเสียทั้งหมด

(พันตัน)

- แนวโน้มปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นทั้งหมด
- ปริมาณของเสียที่ถูกนำไปกำจัดด้วยวิธีการฝังกลบ



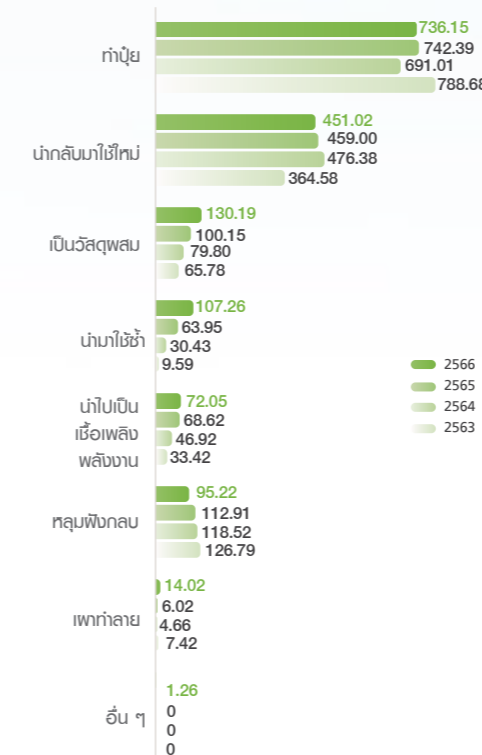
ปริมาณของเสีย

แยกตามวิธีกำจัด

ของเสียทั่วไป



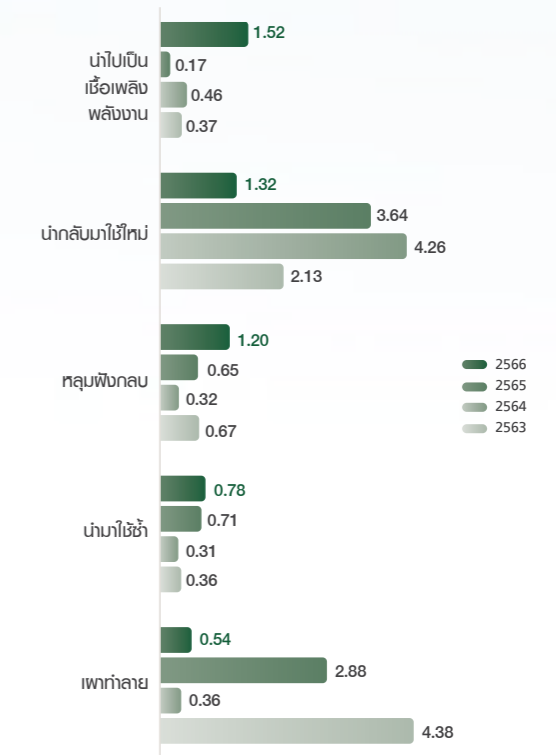
1,607.16 พันตัน



ของเสียอันตราย



5.37 พันตัน



การจัดการปัญหาสูญเสียอาหารและขยะอาหาร

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญในการผลักดันการบริหารจัดการการสูญเสียอาหาร และขยะอาหารที่เกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้บรรลุตามนโยบายการลดขยะอาหารให้เป็นศูนย์ (Zero Food Waste) โดยเครือฯ ได้กำหนดกรอบแนวทางการดำเนินงานร่วมกับ

ทุกกลุ่มธุรกิจ รวมถึงให้การสนับสนุนการผนึกกำลังความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจและทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ในการนำอาหารส่วนเกินและขยะอาหารที่เกิดขึ้นกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

CASE STUDY

โครงการ CP Food World: Food Waste Management at The United Nations in Bangkok Office in Thailand

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ได้ผลักดันมาตรการในการบริหารจัดการสูญเสียอาหาร และลดปริมาณขยะอาหารที่เกิดขึ้น เพื่อนำกลับไปเป็นวัตถุดิบในการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ ตัวอย่างเช่น CP Food World ได้ถูกคัดเลือกจากองค์การสหประชาชาติ ประเทศไทย เพื่อรองรับพนักงานภายในองค์การสหประชาชาติ ~300 - 500 คนต่อวัน โดยที่องค์การสหประชาชาติได้มีนโยบายและเป้าหมายในการลดการสูญเสียอาหารและลดปริมาณขยะอาหารให้เป็น "ศูนย์" เช่นกัน



จำนวนขยะอาหารในปี 2566
1,230 ตัน ได้ถูกนำกลับไปใช้ประโยชน์
726 ตัน คิดเป็นร้อยละ **59**

Natural Capital

CASE STUDY

โครงการ “ธนาคารอาหารแห่งชาติ” มอบพื้นที่เป็นศูนย์เก็บและกระจายอาหารบริจาค ลดการสูญเสียที่ต้นทาง



บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน) ในนามโลตัส ได้ร่วมมือกับมูลนิธิโกลาร์ส ออฟ ซัสทีแนนซ์ ประเทศไทย (SOS) ในการขับเคลื่อน “ธนาคารอาหารแห่งชาติ” โดยผ่านทางโลตัส สาขาบ้านป่า ล่าลูกกา ซึ่งได้จัดสรรพื้นที่บางส่วนให้กับมูลนิธิ SOS ใช้เป็นโกดังจัดเก็บและกระจายอาหารส่วนเกิน ที่จะส่งต่อให้กับชุมชนที่ขาดแคลนและกลุ่มเปราะบาง

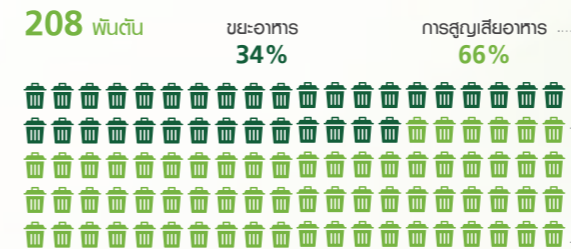
พื้นที่จัดสรรในการดำเนินงาน 324 ตารางเมตร

Relationship Capital

ภาพรวมข้อมูลการบริหารจัดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร ปี 2566

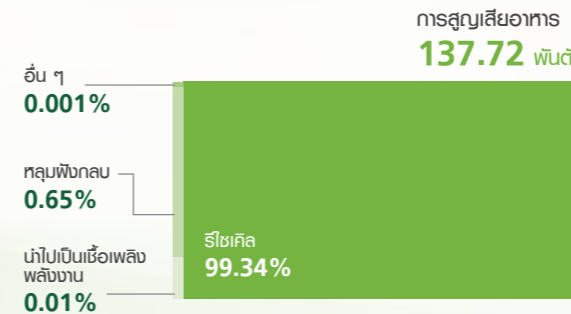
จำนวนการสูญเสียอาหารและขยะอาหารทั้งหมด (พันตัน)

การสูญเสียอาหาร และขยะอาหาร



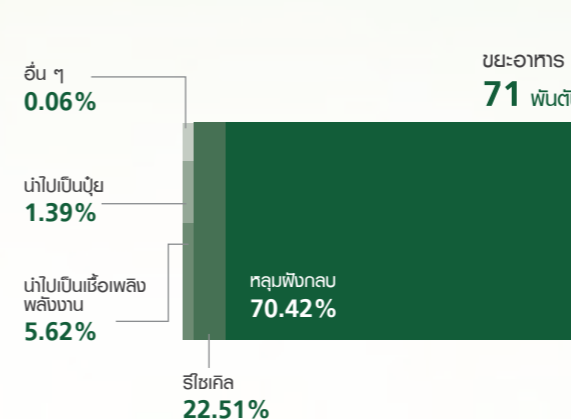
จำนวนการสูญเสียอาหารทั้งหมด

แยกตามวิธีกำจัด

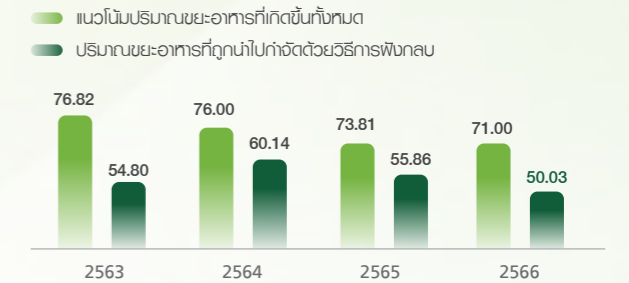


จำนวนขยะอาหารทั้งหมด

แยกตามวิธีกำจัด



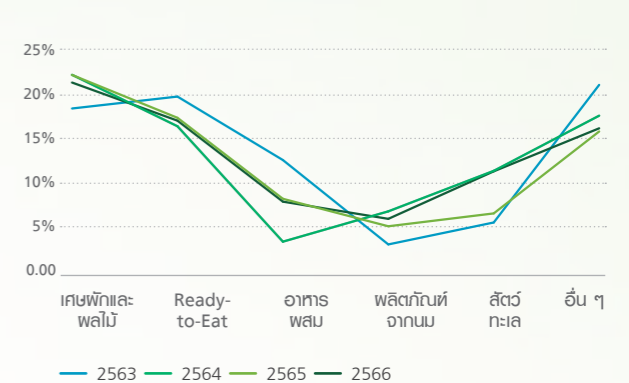
แนวโน้มปริมาณขยะอาหารที่เกิดขึ้นทั้งหมด และ ปริมาณขยะอาหารที่ถูกนำไปกำจัดด้วยวิธีการฝังกลบ (พันตัน)



แยกตามประเภท



แยกตามประเภท



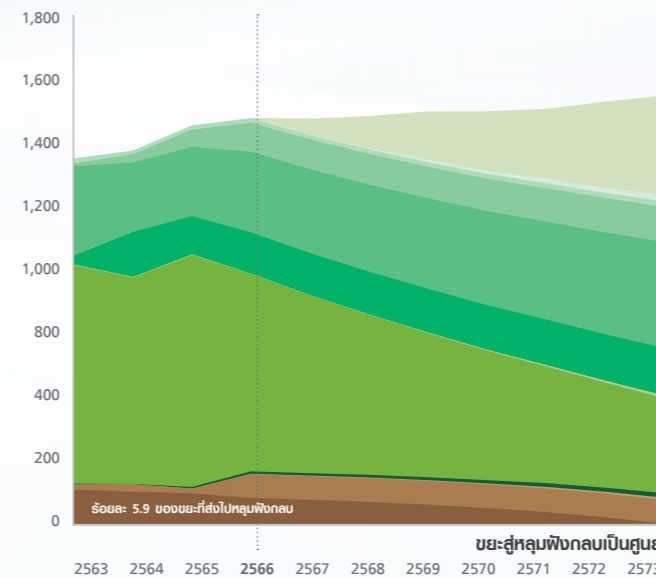
สรุปภาพรวมการบริหารจัดการของเสีย และแนวทางสู่การกำจัดด้วยวิธีหลุมฝังกลบเป็นศูนย์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ ควบคู่ไปกับการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมการกำจัดของเสียด้วยวิธีการหลุมฝังกลบเป็นศูนย์ การดำเนินงานของเครือฯ มุ่งเน้นไปที่การลดการเกิดของเสียจากแหล่งกำเนิด ตลอดจนห่วงโซ่คุณค่า รวมไปถึงให้ความสำคัญในการแปรรูปและเพิ่มมูลค่าของเสียที่เกิดขึ้น



การวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการมุ่งสู่การมีขยะสู่หลุมฝังกลบเป็นศูนย์ ภายในปี 2573 ของเครือฯ

(พื้นฐาน)



การดำเนินงาน	2563	2566	2568	2573
ใช้ประโยชน์มูลสัตว์ชั้นสูง	-	1	120	370
บริจาคอาหารส่วนเกิน	0.46	0.95	4.0	25
บริจาคส่วนสัตว์	18	16	17	20
การนำกลับมาใช้ซ้ำ	10	108	114	131
การนำกลับมาแปรรูป	333	300	324	394
วัตถุดิบอาหารสัตว์	33	153	159	176
ปุ๋ยจากขยะอาหาร	3	1	2	12
ปุ๋ยจากมูลสัตว์	813	735	595	352
วัสดุก่อสร้าง	3	9	10	17
Anaerobic Digester	1	2	3	9
เผาแบบได้พลังงานและไม่ได้พลังงาน	18	88	88	88
หลุมฝังกลบ	127	96	81	0
รวม	1,360	1,509	1,517	1,594



กลุ่มขยะอาหาร

คิดเป็นสัดส่วน ประมาณร้อยละ 74

โดยมีตัวอย่างมาตรการในการบริหารจัดการ ดังนี้

ชนิด	แนวทางการดำเนินงานหลัก
อาหารส่วนเกิน	บริจาคอาหารส่วนเกิน ให้กับกลุ่มผู้เปราะบาง หรือคัดจำหน่ายให้กับพนักงาน และลูกค้าที่สนใจ
เศษผักและผลไม้	บริจาคเป็นอาหารสัตว์ วัตถุดิบในการผลิตปุ๋ย สารปรับปรุงคุณภาพดิน และน้ำหมักชีวภาพ รวมถึงนำไปเป็นอาหารเลี้ยงหนอนแมลงวันลายเสือ (BSF) เพื่อเป็นอาหารสัตว์โปรตีนสูง
เศษอาหารรวม	นำไปผลิตปุ๋ย และสารปรับปรุงคุณภาพดิน รวมถึงส่งกำจัดหลุมฝังกลบภายนอก



กลุ่มที่ไม่ใช่ขยะอาหาร

คิดเป็นสัดส่วน ประมาณร้อยละ 26

โดยมีตัวอย่างมาตรการในการบริหารจัดการ ดังนี้

ชนิด	แนวทางการดำเนินงานหลัก
เปลือกไข่	ผลิตปุ๋ย และกองเก็บในพื้นที่
ขี้ไก่ (หมื่อไต่จากก เชื้อเพลิงชีวมวล)	นำไปใช้ในการผลิตปุ๋ย
กากมูลสัตว์ที่ผ่านระบบก๊าซชีวภาพ (Biogas)	นำไปใช้ในการผลิตปุ๋ย และนำไปใช้ผลิตก๊าซชีวภาพ รวมถึงใช้ผลิตเชื้อเพลิงอัดแท่ง
กากตะกอนจากระบบบำบัดน้ำเสีย	นำไปย่อยด้วยระบบ Digester เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้า และส่งกำจัดภายนอก
เศษพลาสติกบรรจุภัณฑ์ขยะอื่น ๆ	รวบรวมปนไปกับขยะหลุมฝังกลบ รวมถึงเผาทำลาย (Mass Burn)



การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ

Water Stewardship

ทรัพยากรน้ำมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการใช้ชีวิตประจำวันและการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของประชากรทั่วโลก อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และความขัดแย้งระหว่างประเทศ ทำให้ประชาชนเข้าถึงทรัพยากรน้ำที่สะอาดได้อย่างจำกัด ดังนั้น ภาครัฐและภาคเอกชนทั่วโลกจึงให้ความสนใจในการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด พร้อมส่งเสริมสิทธิมนุษยชนในเรื่องการเข้าถึงน้ำที่สะอาดและปลอดภัย ในฐานะที่เครือเจริญโภคภัณฑ์มีธุรกิจต้องพึ่งพาการใช้น้ำในจำนวนมาก เราจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงการรักษาความสมดุลระหว่างการนำน้ำมาใช้และการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ ในขณะเดียวกัน เพื่อลดความเสี่ยงต่อการขาดแคลนน้ำในอนาคตได้ เครือฯ จึงได้ดำเนินธุรกิจตามนโยบายการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ มีการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำ ส่งเสริมการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำแบบหมุนเวียน มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการทรัพยากรน้ำ รวมไปถึงการบริหารจัดการน้ำเสียให้ได้คุณภาพตามมาตรฐานระดับประเทศก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ อีกทั้งยังร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย อาทิ ชุมชนท้องถิ่น รัฐบาล องค์กรพัฒนาเอกชน และผู้เชี่ยวชาญในการสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งน้ำและสุขาภิบาลที่ดีสำหรับชุมชนโดยรอบอีกด้วย

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

- | | | |
|--|--|--|
| <p>6 มีสถานะ: บรรลุเกิน</p> <p>6.1 ดำเนินการเพื่อให้ทุกคนเข้าถึงน้ำดื่มที่ปลอดภัย</p> <p>6.3 ปรับปรุงคุณภาพน้ำ โดยการลดมลพิษ และเพิ่มการนำกลับมาใช้ใหม่และการใช้ซ้ำที่ปลอดภัย</p> <p>6.4 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำในทุกภาคส่วน และสร้างหลักประกันว่าจะมีการใช้น้ำและจัดหาน้ำที่ยั่งยืน</p> | <p>6.5 ดำเนินการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำแบบองค์รวมในทุกระดับ</p> <p>6.6 ปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องกับแหล่งน้ำ</p> <p>6.b สนับสนุนและเพิ่มความเข้มแข็งในการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการจัดการน้ำและสุขาภิบาล</p> | <p>14 มีสถานะ: บรรลุเกิน</p> <p>14.1 ป้องกันและลดมลพิษทางทะเลทุกประเภท</p> |
|--|--|--|

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- [Sustainable Development Goals Report 2023](#)
- [Sustainability Performance Report 2023](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

120.91

ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท

ปริมาณน้ำที่นำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ ลดลงร้อยละ 11 จากปี 2565

16.49

ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท

ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำต่อหน่วยรายได้ ลดลงร้อยละ 31 จากปี 2565

14%

น้ำนำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ ลดลงร้อยละ 4 จากปี 2565

เป้าหมายและความคืบหน้า

20% ลดปริมาณการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้เทียบกับปีฐาน 2563

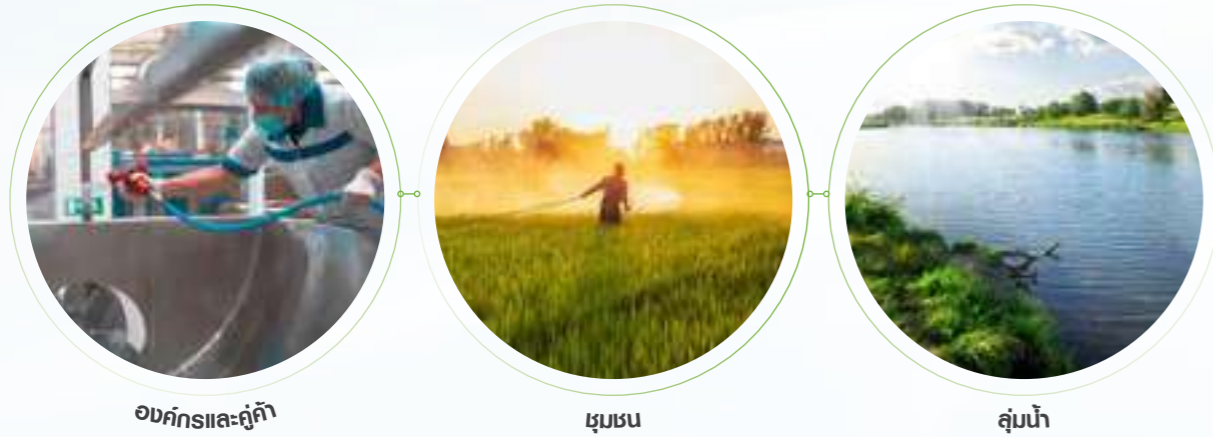


แผนการดำเนินงานในอนาคต

- พัฒนาและปรับปรุงโดยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ
- ขยายขอบเขตในการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำและร่วมกันจัดทำแผนบริหารจัดการน้ำกับคู่ค้า
- พกอบมเรื่องการจัดการประสิทธิภาพในการใช้น้ำให้แก่มหาวิทยาลัย
- ส่งเสริมการจัดทำโครงการการเข้าถึงแหล่งน้ำและสุขาภิบาลที่ดีให้กับชุมชน ครอบคลุมทุกประเทศที่เข้าไปดำเนินงาน

การบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า

กรอบการดำเนินงานด้านการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ



เครือเจริญโภคภัณฑ์กำหนดกรอบการดำเนินงานด้านการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำตามหลักการของ CEO Water Mandate ภายใต้ UN Global Compact ครอบคลุมทั้งกิจกรรมขององค์กรและคู่ค้าตลอดห่วงโซ่คุณค่า รวมไปถึงส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำของชุมชนและดูแลรักษาลุ่มน้ำในพื้นที่ที่เข้าไปดำเนินธุรกิจ โดยเครือฯ ได้มีการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำให้กับทุกหน่วยงานที่ดำเนินธุรกิจ เพื่อระบุโอกาสในการจัดทำแผนบริหารจัดการประสิทธิภาพการใช้น้ำตามหลักการจัดการน้ำแบบหมุนเวียน 5Rs; Reduce ลดการใช้น้ำ Reuse การนำน้ำมาใช้ซ้ำ Recycle การนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ Restore การปล่อยน้ำกลับสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ หลังจากปรับปรุงคุณภาพน้ำทั้งตามมาตรฐาน และ Recover การแยกของเสียอื่น ๆ ออกจาก

น้ำเสียและนำกลับไปใช้ให้เกิดประโยชน์ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายปี 2573 ลดการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ร้อยละ 20 เทียบจากปีฐาน 2563 นอกจากนี้ ยังส่งเสริมกิจกรรมที่สร้างความตระหนักรู้ให้กับพนักงาน ชุมชน และผู้มีส่วนได้เสียให้เห็นถึงความสำคัญในการร่วมมือกันดูแลรักษาทรัพยากรน้ำให้คงอยู่ต่อไป

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



[การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ](#)

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เข้าร่วมเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการน้ำ (Water Security) ประจำปี 2566 เป็นปีแรก และได้รับผลการประเมินในระดับ B (Management Level) ภายใต้กรอบการประเมินของ CDP ที่เป็นองค์กรที่มีมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมระดับโลก



Water

B

การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำแบบบูรณาการขององค์กร

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำให้กับทุกหน่วยงานที่เครือฯ เข้าไปดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงระดับความเครียดน้ำ (Water Stress) และปริมาณน้ำที่นำมาใช้ เพื่อจัดทำแผนบริหารจัดการด้านน้ำตามความเสี่ยงในแต่ละระดับ

ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์ร่วมกับบริษัท Keystone จัดทำโครงการศึกษานำร่องในการประเมินความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจแบบ TNFD LEAP ด้านความหลากหลายทางชีวภาพในระดับพื้นที่ปฏิบัติงาน (Site-specific Assessment) ซึ่งทรัพยากรน้ำถือเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดที่สำคัญในการประเมิน โดยมีแนวทางการประเมินและผลสรุปโดยย่อ ดังนี้

L Locate Interface with Nature

ดำเนินการคัดเลือกพื้นที่สำหรับการประเมิน ซึ่งพื้นที่ที่นำมาประเมินต้องอยู่ในพื้นที่ความเครียดน้ำ (Water Stressed Area)

1. ฟาร์มโกโก้ 🇵🇸
2. ฟาร์มหมู 🇹🇼
3. ฟาร์มไก่ 🇵🇸
4. ฟาร์มหมู 🇹🇼
5. ฟาร์มเกษตร (ข้าว ข้าวโพด และถั่วเหลือง) 🇵🇸

E Evaluate Dependencies & Impacts

ดำเนินการประเมินการพึ่งพาและผลกระทบของแต่ละพื้นที่ ซึ่งพบว่าฟาร์มโกโก้ ฟาร์มหมู และฟาร์มเกษตรมีการพึ่งพาการใช้น้ำทรัพยากรน้ำในการเลี้ยงสัตว์ที่สูงมาก อันก่อให้เกิดความเสี่ยงของแหล่งน้ำจืดจากการผันน้ำ และสูญเสียความอุดมสมบูรณ์ของสายพันธุ์ ในขณะที่ฟาร์มไก่ในบึงกลาเทศยังพบมลพิษทางน้ำ ซึ่งทำให้คุณภาพน้ำลดลง

A Assess Material Risks & Opportunities

ดำเนินการประเมินความเสี่ยงของการพึ่งพาที่ได้ถูกระบุ พร้อมกำหนดแผนการบรรเทาผลกระทบ สำหรับประเด็นการพึ่งพาการใช้น้ำทรัพยากรน้ำในการเลี้ยงสัตว์นั้น พื้นที่ที่พบความเสี่ยงมีการอนุรักษ์และลดการใช้น้ำสอดคล้องกับเป้าหมายการลดน้ำของเครือฯ สำหรับการบรรเทาประเด็นด้านมลพิษทางน้ำ พื้นที่ที่มีความเสี่ยงมีการบำบัดน้ำเสียด้วยวิธีการฟื้นฟูทางชีวภาพ

P Prepare To Respond & Report

กำหนดเป้าหมายการดำเนินงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายรอบความหลากหลายทางชีวภาพระดับโลก ได้แก่ ลดการนำน้ำมาใช้ร้อยละ 20 ต่อรายได้เทียบกับปีฐาน 2563 และนำนโยบายการจัดการควบคุมศัตรูพืชแบบไม่ใช้สารเคมีมาใช้ในฟาร์มที่เป็นเจ้าของทั้งหมดหากเป็นไปได้ ลดความเสี่ยงจากสารกำจัดศัตรูพืชลงร้อยละ 50

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



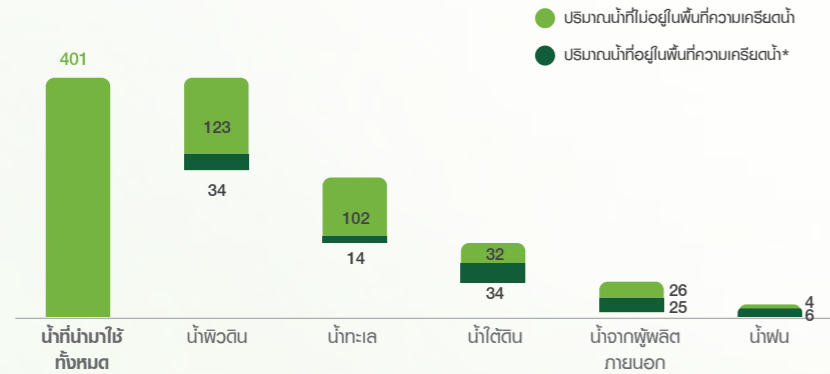
[การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ](#)



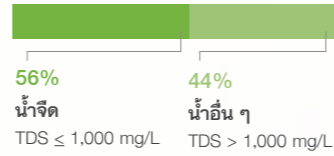
ข้อมูลด้านทรัพยากรน้ำปี 2566

ปริมาณน้ำที่นำมาใช้แบ่งตามแหล่งน้ำ

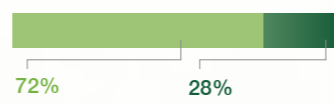
(ล้านลูกบาศก์เมตร)



สัดส่วนน้ำแบ่งตามประเภท



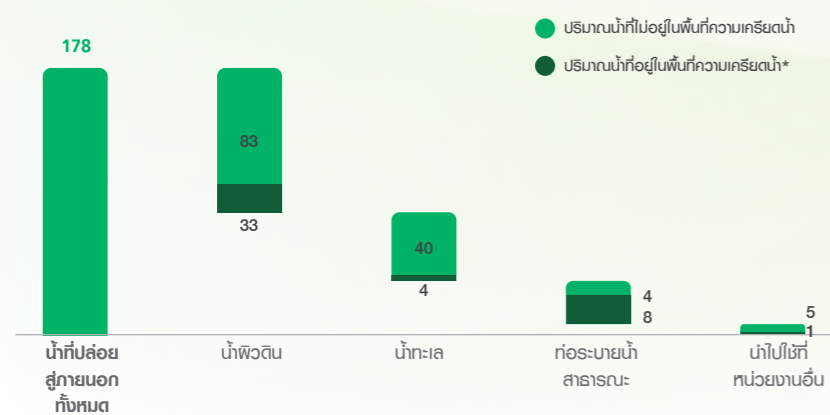
สัดส่วนน้ำที่อยู่ในพื้นที่ความเครียดน้ำ



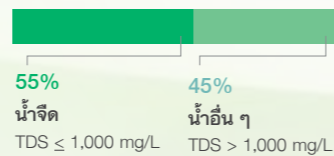
* หน่วยงานที่อยู่ในพื้นที่ความเครียดน้ำระดับสูงและสูงมากตาม Aqueduct Water Risk Atlas

ปริมาณน้ำที่ปล่อยสู่ภายนอกแบ่งตามแหล่งน้ำ

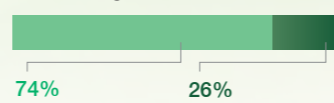
(ล้านลูกบาศก์เมตร)



สัดส่วนน้ำแบ่งตามประเภท



สัดส่วนน้ำที่อยู่ในพื้นที่ความเครียดน้ำ



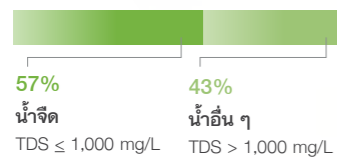
* หน่วยงานที่อยู่ในพื้นที่ความเครียดน้ำระดับสูงและสูงมากตาม Aqueduct Water Risk Atlas



ปริมาณน้ำใช้ทั้งหมด

223 ล้านลูกบาศก์เมตร

สัดส่วนน้ำแบ่งตามประเภท



ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ

55 ล้านลูกบาศก์เมตร



คุณภาพน้ำทิ้ง

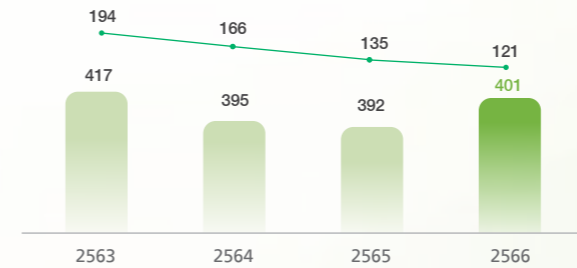
ค่า BOD **16.86** มิลลิกรัม/ลิตร
ค่า COD **57.21** มิลลิกรัม/ลิตร

* ค่า BOD และ COD คำนวณจากค่าเฉลี่ยในทุกหน่วยธุรกิจทั่วโลก

ปริมาณน้ำที่นำมาใช้

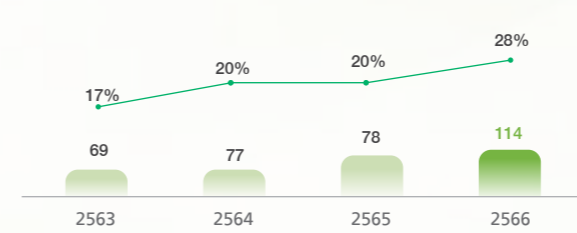
(ล้านลูกบาศก์เมตร)

(ลูกบาศก์เมตร/ล้านบาท)



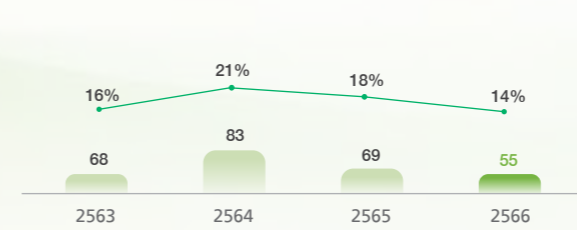
ปริมาณน้ำที่นำมาใช้ที่อยู่ในพื้นที่ความเครียดน้ำ*

(หน่วย: ล้านลูกบาศก์เมตร)



ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ

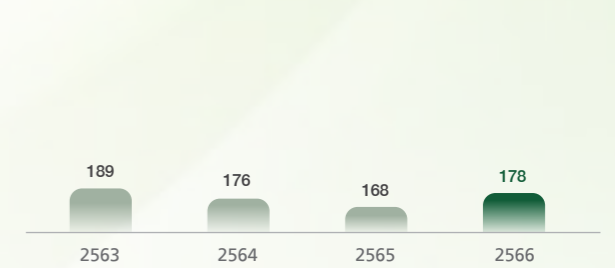
(ล้านลูกบาศก์เมตร)



* ปริมาณน้ำที่อยู่ในพื้นที่ความเครียดน้ำปี 2566 มีปริมาณสูงขึ้นอย่างมีนัยยะเนื่องจากการอัปเดตพื้นที่ตาม Aqueduct Water Risk Atlas 4.0

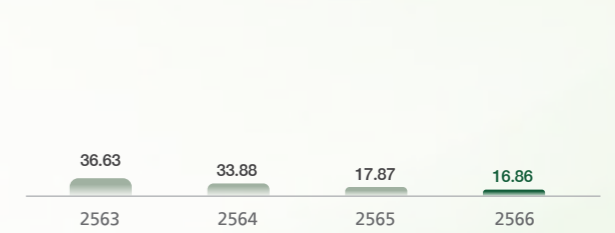
ปริมาณน้ำที่ปล่อยสู่ภายนอก

(ล้านลูกบาศก์เมตร)



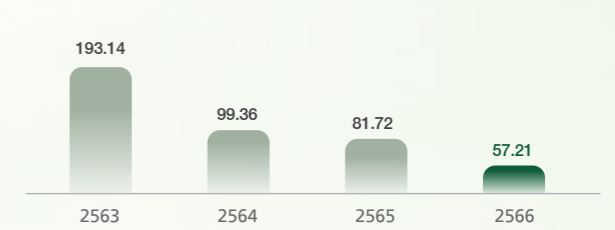
คุณภาพน้ำทิ้ง – ค่า BOD (Biological Oxygen Demand)

(หน่วย: มิลลิกรัม/ลิตร)



คุณภาพน้ำทิ้ง – ค่า COD (Chemical Oxygen Demand)

(มิลลิกรัม/ลิตร)



ปี 2566

สามารถลดปริมาณการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้

ร้อยละ 38 เทียบกับปีฐาน 2563

นอกจากนี้ เครือฯ ได้มีการตรวจวัดคุณภาพน้ำทิ้ง โดยมีค่า BOD เฉลี่ย 16.86 มิลลิกรัม/ลิตร และค่า COD เฉลี่ย 57.21 มิลลิกรัม/ลิตร ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานการควบคุมระบายน้ำทิ้งของแต่ละประเทศ

การบริหารจัดการน้ำแบบหมุนเวียนขององค์กร

เนื่องด้วยเครือเจริญโภคภัณฑ์มีเป้าหมายความยั่งยืนด้านทรัพยากรน้ำในการลดการนำน้ำมาใช้ ทำให้เครือข่ายยังคงพัฒนาและลงทุนกับนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ สามารถนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ โดยประยุกต์แนวคิดมาจากการจัดการน้ำแบบหมุนเวียน (Circular Water Management) ตามหลักการ 5Rs (Reduce, Reuse, Recycle, Restore และ Recover) ของ The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) มาใช้ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



[การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ](#)

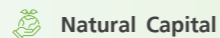
CASE STUDY

โครงการธนาคารน้ำใต้ดิน



บริษัท ซีพี อัครชีตรา จำกัด (มหาชน) มุ่งสร้างความตระหนักถึงสภาวะขาดแคลนน้ำ โดยการน้อมนำแนวพระราชดำริของในหลวงรัชกาลที่ 9 ในการพัฒนาพื้นที่อุ้มน้ำเพื่อบรรเทาผลกระทบจากสภาวะแห้งแล้ง บริษัทฯ ได้นำน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วมากักเก็บไว้ใช้ยามจำเป็นและผันน้ำส่วนเกินไหลตามรางไปยังพื้นที่ที่จัดสรรลงสู่พื้นดิน เพื่อเติมเต็มความชุ่มชื้นจนนำไปสู่ประโยชน์สำหรับชุมชนรอบข้างในการเพาะปลูก โครงการดังกล่าวสามารถลดผลกระทบจากสภาวะขาดแคลนน้ำ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน

ปริมาณน้ำที่คืนสู่ธนาคารน้ำใต้ดิน
5,840 ลูกบาศก์เมตร/ปี/ศูนย์จำหน่ายสินค้า
 คิดเป็นร้อยละ **44** ของปริมาณน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้ว



Natural Capital

การบริหารจัดการน้ำเสียก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติขององค์กร

การปล่อยน้ำเสียที่ยังไม่ได้รับการบำบัดลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในหลาย ๆ ด้าน ทั้งด้านสิ่งแวดล้อมในการทำลายสิ่งมีชีวิตและพันธุ์พืชในน้ำ ด้านสุขภาพของมนุษย์จากการเป็นแหล่งก่อให้เกิดเชื้อโรคและมลพิษทางน้ำ รวมถึงทำลายแหล่งน้ำที่มนุษย์ใช้เพื่ออุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักดีถึงการดำเนินธุรกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพแหล่งน้ำ จึงมีความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการน้ำเสียและตรวจสอบคุณภาพน้ำให้ได้มาตรฐานก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ

กรอบการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการน้ำเสีย

กำหนดมาตรฐานคุณภาพน้ำเสีย

กำหนดเป้าหมายและวางแผนเพื่อปรับปรุงคุณภาพน้ำเสียให้ตรงตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ตามแต่ละประเทศ

จัดการและกำจัดน้ำเสีย

ใช้เทคโนโลยีและกระบวนการต่าง ๆ ที่เหมาะสมในการกำจัดสารประกอบที่ไม่พึงประสงค์จากน้ำเสีย สามารถนำน้ำเสียที่ได้คุณภาพไปใช้ใหม่ได้ มุ่งสู่การเป็นองค์กร Water Zero Discharge



กรอบการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการน้ำเสีย

รายงานและติดตามผลคุณภาพน้ำเสีย

หลังจากได้รับการตรวจสอบคุณภาพน้ำเสียแล้ว ต้องมีการรายงานผ่านระบบความยั่งยืนเพื่อติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

ตรวจสอบและวัดคุณภาพของน้ำเสีย

ตรวจสอบคุณภาพน้ำเสียก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติเป็นประจำทุกเดือน เพื่อให้มั่นใจว่ามีการจัดการน้ำเสียที่ถูกต้องตามมาตรฐานที่แต่ละประเทศกำหนดไว้

การบริหารจัดการน้ำเสียก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ

CASE STUDY

โครงการป็นน้ำปุ๋ยสู่เกษตรกร



บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) นำน้ำจากระบบไบโอแก๊ส (Biogas) ที่ผ่านการบำบัดแล้วจากระบบบำบัดของฟาร์มสุกรและคอมเพล็กซ์ไก่ไข่ ส่งให้แก่เกษตรกรผู้เพาะปลูกพืชในพื้นที่ใกล้เคียง ใช้ในสวนปาล์ม น้ำมัน ไร้แดงโม ฟักทอง อ้อย ข้าวโพด และหญ้าเนเปียร์

ซีพีเอฟ มีเป้าหมายในการไม่ปล่อยน้ำทิ้งออกภายนอกฟาร์ม หรือ Zero Discharge โดยน้ำหลังการบำบัดด้วย Biogas และยังคงมีแร่ธาตุที่เหมาะสมกับพืชที่เรียกว่า “น้ำปุ๋ย” ถูกนำกลับมาใช้ประโยชน์ในฟาร์มที่รดต้นไม้ สนามหญ้า และแปลงผักปลอดภัยที่บุคลากรปลูกในพื้นที่ว่างของฟาร์ม เมื่อเกษตรกรรอบฟาร์มเห็นผลสำเร็จพืชพันธุ์เติบโตดี จึงติดต่อขอรับน้ำไปใช้รดพืชผลทั้งในช่วงแล้งและช่วงปกติตลอดปี น้ำปุ๋ยและกากตะกอนที่ส่งต่อสู่เกษตรกรมีส่วนช่วยเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุนค่าปุ๋ย ลดการใช้ปุ๋ยเคมี ช่วยเพิ่มรายได้แก่เกษตรกรได้เป็นอย่างดี

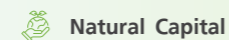


สำหรับปี 2566 คอมเพล็กซ์ไก่ไข่จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ ฟาร์มสันกำแพง ฟาร์มจักรราช ฟาร์มหนองซ้อง ฟาร์มอุดร และฟาร์มจระเข้แม่ปิ่นน้ำปุ๋ยไปกว่า 181,000 ลูกบาศก์เมตร ให้กับพื้นที่การเกษตรมากกว่า 145 ไร่ ช่วยบรรเทาปัญหาภัยแล้งแก่พี่น้องเกษตรกรและมีส่วนสำคัญในการสร้างความมั่นคงทางทรัพยากรน้ำให้กับชุมชน

ลดการปล่อยน้ำเสียไปเป็นน้ำปุ๋ย
181,000 ลูกบาศก์เมตร/ปี

คอมเพล็กซ์ไก่ไข่จำนวน 5 แห่ง
ไม่ปล่อยน้ำทิ้งออกภายนอกฟาร์ม

Zero Wastewater Discharge



การบริหารจัดการน้ำของคู่ค้า

ร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียในการจัดการน้ำตลอดห่วงโซ่อุปทาน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้พัฒนาแนวทางการบริหารจัดการด้านน้ำของคู่ค้าซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญต่อธุรกิจ เป็นการสนับสนุนและส่งเสริมให้คู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Suppliers) มีการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ลดความเสี่ยงต่อการขาดแคลนน้ำ และร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำให้คงอยู่ต่อไป โดยหนึ่งในการดำเนินงานที่สำคัญคือ จัดทำการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำให้กับคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 เพื่อจัดกลุ่มตามระดับความเครียดน้ำ (Water Stress) โดยใช้เครื่องมือที่เชื่อถือได้ระดับสากล

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



[การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ](#)

CASE STUDY

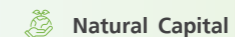
การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำให้กับคู่ค้าของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)



บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินการตรวจประเมินความเสี่ยงด้านน้ำสำหรับคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 จำนวน 115 ราย ด้วยเครื่องมือ Aqueduct ของ World Resource Institute ซึ่งผลการประเมินพบว่า คู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 จำนวน 34 ราย ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำ (Water Stressed Area) บริษัทฯ จึงได้ร่วมมือกับคู่ค้าเพื่อดำเนินงานลดความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับน้ำ อาทิ ร่วมมือกับหน่วยงานและชุมชนที่เกี่ยวข้องจัดทำแผนลดความเสี่ยงด้านน้ำ การนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ ตลอดจนฟื้นฟู และพัฒนาแหล่งน้ำในชุมชนเพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้งกับชุมชน



ประเมินความเสี่ยงด้านน้ำให้กับคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1
115 ราย คิดเป็นร้อยละ 100



การบริหารจัดการน้ำของชุมชน

ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำและสุขภาพของชุมชน

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความมุ่งมั่นที่จะร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม ในการสนับสนุนสิทธิในการเข้าถึงน้ำและสุขภาพของชุมชน และสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ระบบลำเลียงน้ำ บ่อเก็บน้ำและแหล่งต้นน้ำที่จะสามารถช่วยเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงน้ำสะอาดและสุขอนามัยที่ดีของชุมชน

▶ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ

โครงการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำและสุขภาพของชุมชนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

1 เอเชียตะวันออก

- 🇰🇷 **ประเทศจีน**
 - โครงการสร้างบ่อน้ำและสถานีสูบน้ำหมู่บ้านไป๋เตียน มณฑลหูเป่ย์
 - โครงการติดตั้งระบบน้ำประปาหมู่บ้านฉางชุน มณฑลเสฉวน
 - โครงการติดตั้งน้ำประปาหมู่บ้านโถ้วฮวา มณฑลเสฉวน

2 เอเชียใต้

- 🇮🇳 **ประเทศบังกลาเทศ**
 - โครงการสร้างบ่อน้ำบาดาลให้ชุมชน
- 🇮🇩 **ประเทศอินโดนีเซีย**
 - โครงการ Water For Life

3 เอเชียตะวันออกเฉียงใต้

- 🇻🇳 **ประเทศเวียดนาม**
 - โครงการติดตั้งน้ำ หมู่บ้าน Ka Nau จ.บิญติญ
 - โครงการสร้างบ้านให้น้ำอยู่ อ.จางบ่าง จ.เตนินห์
- 🇸🇲 **ประเทศเมียนมา**
 - โครงการน้ำดื่มสะอาดในโรงเรียนพื้นที่เขต Aung Za Bu
 - โครงการแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรที่ยั่งยืนในพื้นที่เขต Bago และ Naypyitaw
- 🇲🇲 **ประเทศกัมพูชา**
 - โครงการห้องน้ำสะอาดเพื่อน้อง ๆ จ.กำปงสปรือ
- 🇵🇭 **ประเทศฟิลิปปินส์**
 - โครงการแบ่งปันน้ำให้กับชุมชน Barangay Gugo

- 🇹🇮 **ประเทศไทย**
 - โครงการธรรมชาติปลอดภัย อ.แม่แจ่ม จ.เชียงใหม่
 - โครงการน้ำพางโมเดล
 - โครงการพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรบ้านแม่วาก จ.เชียงใหม่
 - โครงการฝายมีชีวิตในพื้นที่ 17 จังหวัดทางภาคเหนือ
 - โครงการพื้นที่ความร่วมมือ ต.เมืองจาง จ.น่าน
 - โครงการคืนน้ำใสให้บ้านโสมง จ.ปราจีนบุรี
 - โครงการน้ำดื่มธรรมชาติ บ้านธรรมชาติล่าง จ.ตราด
 - โครงการน้ำดื่มสุรสักชุมชน บ้านห้วยน้ำดิบ จ.เชียงใหม่
 - โครงการสร้างห้องน้ำ กองทุนซีพีเอฟคืนสุขผู้สูงวัย ต.ดอนกระเบื้อง จ.ราชบุรี
 - โครงการซ่อมแซมฝายชะลอน้ำ เขาพระยาเดินธง
 - โครงการห้องสุขสโมสรร
 - โครงการน้ำกินชีวิต บ้านสบซุ่น จ.น่าน
 - โครงการน้ำกินชีวิต บ้านยอดดอยวัฒนา จ.น่าน
 - โครงการส่งมอบน้ำประปาเพื่อชุมชนพูนพิน จ.สุราษฎร์ธานี
 - โครงการสนับสนุนระบบผลิตน้ำ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงเลอตอ

การฟื้นฟูแหล่งน้ำเพื่อความสมบูรณ์โดยรวม

ปกป้องและฟื้นฟูแหล่งน้ำที่อยู่ในพื้นที่ความเสี่ยงด้านน้ำสูง

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการจัดทำโครงการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำให้กับทุกพื้นที่การผลิตของเครือฯ จากผลการประเมินพบว่ามียังทั้งหมด 15 แหล่งน้ำหลักใน 7 ประเทศที่เครือฯ เข้าไปดำเนินธุรกิจที่อยู่ในพื้นที่ความเสี่ยงด้านน้ำสูง ดังนั้น เครือฯ จึงให้ความสำคัญในการร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการปกป้องและฟื้นฟูต้นน้ำ ที่เป็นแหล่งต้นกำเนิดของทรัพยากรน้ำที่เราทุกคนต้องการนำมาใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน

CASE STUDY

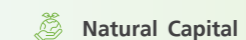
สร้างบ้านปลาในเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำ ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา



มูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบทผนึกกำลังร่วมกับภาคีเครือข่าย ได้เข้าร่วมกิจกรรมสร้างบ้านปลาในเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำ ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เพื่อรณรงค์สร้างจิตสำนึกและตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาด้านการลดลงของทรัพยากรสัตว์น้ำ ช่วยกันปกป้องและฟื้นฟูทะเลสาบสงขลา จ.สงขลา แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมและชุมชนในพื้นที่ โดยนำร่องสร้างบ้านปลาในเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำ 3 จุด จุดละ 20 ซึ่ง บริเวณรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ได้แก่ ทะเลสาบตอนบน ชุมชนบ้านหว้าปาด ต.บ้านขาว อ.ระโนด ทะเลสาบตอนกลาง ชุมชนบ้านบางไทร ต.ปากอ อ.สิงหนคร และทะเลสาบตอนล่าง ชุมชนวัดแหลมจาก ต.ป่าขาด อ.สิงหนคร

ซึ่งต่อจากนี้จะดำเนินการสร้างบ้านปลาในอีก 2 จุด คือ ชุมชนวัดป่าขาด ต.ป่าขาด อ.สิงหนคร และชุมชนบ้านท่าหิน ต.ท่าหิน อ.สทิงพระ จ.สงขลา ให้แล้วเสร็จ รวม 100 ซึ่ง

สร้างบ้านปลาในเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำ บริเวณรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 5 แห่ง จำนวน 100 ชั่ง



การปกป้องระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ Ecosystem & Biodiversity Protection

ทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ และคู่ค้า นอกจากนี้ยังมีความสำคัญต่อการดำรงชีพของสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ เนื่องจากเราทุกคนต้องพึ่งพาระบบนิเวศบริการในกิจกรรมผลิตสินค้าและบริการ ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานและของเครือฯ ดังนั้น การลดลงของทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพจะส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อภาคธุรกิจ และการดำรงชีพต่างกันไป ปัจจุบันภาคธุรกิจเริ่มให้ความสำคัญกับประเด็นด้านธรรมชาติและ ความหลากหลายทางชีวภาพมากขึ้นและถือเป็นหนึ่งในความเสี่ยงที่ต้องผนวกเข้าไปในกลยุทธ์ของบริษัท เนื่องจากผลกระทบของการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพนั้นเริ่มชัดเจนขึ้น ด้วยเหตุนี้ องค์กรนานาชาติเริ่มมีการออกกลไกต่าง ๆ เช่น การออกกฎหมาย มาตรการทางการเงิน ทั้งบังคับและจูงใจให้ภาคธุรกิจปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานหรือการรายงาน เพื่อคุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติและฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ และการประกาศเป้าหมายการลดการดำเนินงานที่สอดคล้องกับความหลากหลายทางชีวภาพของโลก (Post-2020 Global Biodiversity Framework) ซึ่งเครือฯ ได้บูรณาการการจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ และการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้เข้ามาในการดำเนินธุรกิจ เพื่อเปลี่ยนผ่านเข้าสู่การดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความเป็นอยู่ของธรรมชาติ

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

- | | |
|---|---|
| <p>2 ผลิตอย่างมีจริยธรรม</p> <p>2.4 สร้างหลักประกันว่าจะมีระบบการผลิตอาหารที่ยั่งยืน รักษาระบบนิเวศ เสริมขีดความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ</p> | <p>14 ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง</p> <p>14.2 บริหารจัดการและปกป้องระบบนิเวศทางทะเลและชายฝั่งเพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบทางลบ</p> <p>14.4 สนับสนุนการประมงอย่างมีประสิทธิผลและยุติการประมงเกินขีดจำกัด</p> <p>14.5 อนุรักษ์พื้นที่ทางทะเลและชายฝั่ง</p> <p>14.6 จัดให้ชาวประมงพื้นบ้านรายเล็กเข้าถึงทรัพยากรทางทะเลและตลิ่ง</p> |
| <p>6 น้ำสะอาดและการสุขาภิบาล</p> <p>6.6 ปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องกับแหล่งน้ำ</p> | <p>15 ระบบนิเวศบนบก</p> <p>15.1 อนุรักษ์การฟื้นฟู และการใช้ระบบนิเวศบนบกและแหล่งน้ำจืด</p> <p>15.2 หยุดยั้งการตัดไม้ทำลายป่า ฟื้นฟูป่าที่เสื่อมโทรม และเพิ่มการปลูกป่า</p> <p>15.4 อนุรักษ์ระบบนิเวศภูเขาและความหลากหลายทางชีวภาพ</p> <p>15.5 หยุดยั้งการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ</p> |

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[Sustainable Development Goals Report 2023](#)

[Sustainability Performance Report 2023](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

27.9% **11.29** ล้านตัน

วัตถุดิบที่มีหลักฐานว่ามาจากพื้นที่ ปริมาณต้นไม้ที่ปลูกสะสมในปี 2566 ที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า

1,991 แห่ง

พื้นที่ดำเนินงานของเครือฯ ที่ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้วยโปรแกรม IBAT

แผนการดำเนินงานในอนาคต



จัดทำนโยบายต่อต้านการตัดไม้ทำลายป่า



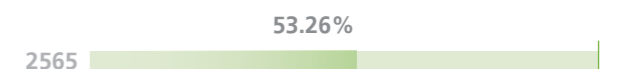
จัดทำแนวปฏิบัติเรื่องความหลากหลายทางชีวภาพระดับเครือฯ



ขยายขอบเขตการดำเนินงานตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability System) วัตถุดิบที่มีความเสี่ยงที่ประเทศจีน

เป้าหมายและความคืบหน้า

100% ของวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูงที่ตรวจสอบย้อนกลับได้ภายในปี 2573



100% ของทุกกลุ่มธุรกิจดำเนินโครงการร่วมกับพันธมิตรที่เกี่ยวข้องในระดับสากล เพื่อบริหารจัดการและติดตามความหลากหลายทางชีวภาพในการดำเนินงานธุรกิจ



หมายเหตุ:

* ในปี 2566 เป้าหมายการตรวจสอบย้อนกลับของวัตถุดิบหลักที่มีความเสี่ยงทั้งหมด ขยายขอบเขตไปจนถึงแปลงเพาะปลูกและแหล่งทำประมง

การยกระดับการดำเนินงานด้านความหลากหลายทางชีวภาพ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักถึงความสำคัญของการปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของเครือฯ และของคู่ค้าต้องพึ่งพาทรัพยากรที่มีค่าทั้งหลายเหล่านี้เป็นอย่างมาก และบางครั้งอาจมีส่วนทำให้เกิดการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพและการเสื่อมโทรมของระบบนิเวศ เช่น การตัดไม้ทำลายป่า การปล่อยก๊าซเรือนกระจกหรือการระบาดของพืชและสัตว์ต่างถิ่น เป็นต้น ซึ่งผลกระทบจากการสูญเสียความหลากหลายนั้นไม่ใช่แค่ในระดับองค์กร แต่ยังขยายความรุนแรงไปยังด้านอื่น ๆ เช่น ความมั่นคงทางอาหาร และสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี เป็นต้น

นโยบายและแนวปฏิบัติ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความมุ่งมั่นในการดำเนินงานโดยไม่ก่อให้เกิดความสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน จึงกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติเพื่อเป็นกรอบการดำเนินงานให้กับบริษัทในเครือฯ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องประกอบด้วย นโยบายปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ และนโยบายการต่อต้านการตัดไม้ทำลายป่า ซึ่งครอบคลุมการดำเนินงานภายในเครือฯ และตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ทั้งนี้ กลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ของเครือฯ ได้มีการนำนโยบายและแนวปฏิบัตินี้ไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทการดำเนินงานในแต่ละกลุ่มธุรกิจ โดยเครือฯ สนับสนุนให้แต่ละกลุ่มธุรกิจพิจารณาถึงการพึ่งพา (Dependency) และผลกระทบ (Impact) ที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติ และนำไปสู่การวิเคราะห์ความเสี่ยงเพื่อกำหนดมาตรการดำเนินงานที่เหมาะสม

ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงได้ผนวกประเด็นด้านความสมบูรณ์ของระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพเข้าไปในกระบวนการกำกับดูแล การประเมินความเสี่ยง และการดำเนินธุรกิจของเครือฯ นอกจากนี้ เครือฯ ได้มีการอบรมและติดตามการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ และการต่อต้านการตัดไม้ทำลายป่า เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจว่าทุกกลุ่มธุรกิจของเครือฯ และคู่ค้าจะมีการดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

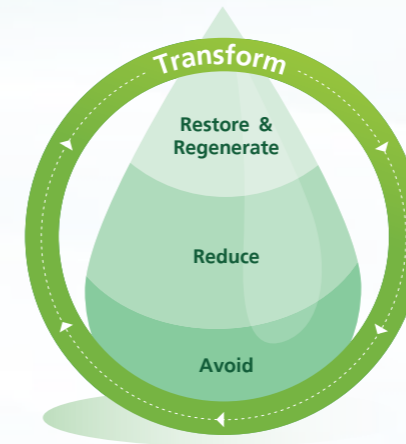


[นโยบายปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ](#)



[ความมุ่งมั่นในการต่อต้านการตัดไม้ทำลายป่า](#)

กลยุทธ์ เป้าหมาย และการดำเนินการเพื่อจัดการผลกระทบ



เครือเจริญโภคภัณฑ์และบริษัทในเครือฯ มีกรอบการจัดการความเสี่ยงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อความหลากหลายทางชีวภาพจากการดำเนินธุรกิจของเครือฯ โดยยึดถือแนวทางการบรรเทาผลกระทบตามลำดับขั้น (Mitigation Hierarchy) ตาม AR³T Framework ที่พัฒนาขึ้นโดย Science Based Target for Nature (SBTN) ครอบคลุมการหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดผลกระทบทางลบ (Avoid) การลดผลกระทบ (Reduce) การฟื้นฟูหรือสร้างขึ้นใหม่ (Restore & Regenerate) หากไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบได้ และการปรับเปลี่ยนเพื่อสร้างผลกระทบทางบวก (Transform) ต่อธรรมชาติ ตามลำดับ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการอยู่ร่วมกับธรรมชาติอย่างยั่งยืน

การดำเนินงานกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อลดผลกระทบ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการจัดซื้อวัตถุดิบทางการเกษตรจากคู่ค้าเป็นจำนวนมาก ซึ่งการดำเนินงานของคู่ค้าที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดและกฎหมาย ไม่ว่าจะเป็นด้านการกำกับดูแล ความปลอดภัย สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม และการได้มาซึ่งวัตถุดิบที่มาจากแหล่งผลิตที่ไม่มีความยั่งยืน นำไปสู่ความเชื่อมั่นต่อบริษัทของคู่ค้าและเครือฯ ได้ ดังนั้น เพื่อเป็นการป้องกันผลกระทบเหล่านี้ โดยเฉพาะทางด้าน การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ เครือฯ จึงได้สนับสนุนให้คู่ค้ามีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ และของเครือฯ พร้อมส่งเสริมให้คู่ค้านำหลักการการบริหารความเสี่ยง โดยยึดหลักการหลีกเลี่ยง การจำกัดผลกระทบ การฟื้นฟู และการชดเชย ไปปรับใช้ในธุรกิจ

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้ริเริ่มโครงการความร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ ได้แก่ การลดความเสี่ยงและผลกระทบด้านการตัดไม้ทำลายป่าโดยใช้ระบบการจัดการหากากถั่วเหลืองอย่างยั่งยืน (Traceability) ในกลุ่มธุรกิจการค้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ เพื่อต่อยอดนโยบายจัดหายั่งยืนและตรวจสอบย้อนกลับตลอดห่วงโซ่การผลิตของทั้งคู่ค้าและบริษัท เพื่อสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม



การประเมินความเสี่ยงต่อความหลากหลายทางชีวภาพ

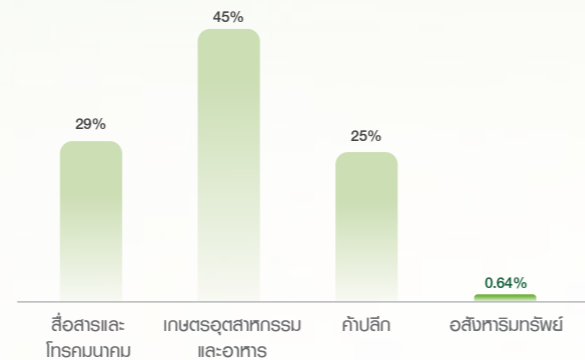
พื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ

ในบทการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ ได้มีการเสนอข้อมูลการคัดกรองพื้นที่ที่การดำเนินงานของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่ตั้งอยู่ในหรือใกล้กับบริเวณที่มีความสำคัญต่อความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อใช้ข้อมูลเชิงพื้นที่ในการวิเคราะห์ความเสี่ยงและนำไปกำหนดเป็นแนวทางการดำเนินงานต่อไป

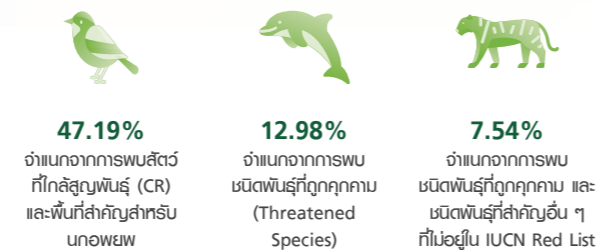
ข้อมูลจาก Global Forest Watch พบว่าพื้นที่ปฏิบัติงานของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่อยู่ใน 21 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลกตั้งอยู่ในเขตชีวนิเวศ (Biomes) ป่าในเขตร้อนและกึ่งเขตร้อน (Tropical and Subtropical Forest) มากที่สุด หรือประมาณร้อยละ 75 รองลงมาคือป่าชายเลน (Mangrove) อยู่ที่ร้อยละ 13 และป่าผลัดใบเขตอบอุ่น (Temperate Broadleaf and Mixed Forests) ร้อยละ 10.21

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เริ่มประเมินความเสี่ยงในเชิงพื้นที่ตั้งแต่ปี 2565 โดยขอเขตการประเมินครอบคลุมพื้นที่ดำเนินงานของเครือจำนวน 1,991 แห่ง ใน 8 สายธุรกิจ เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินคือ Integrated Assessment Tool (IBAT) และได้กำหนดครีตมีในการศึกษาที่ 5 กิโลเมตร เกณฑ์ที่ใช้บ่งชี้ว่าเป็นพื้นที่ที่มีคุณค่าด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ประกอบไปด้วย

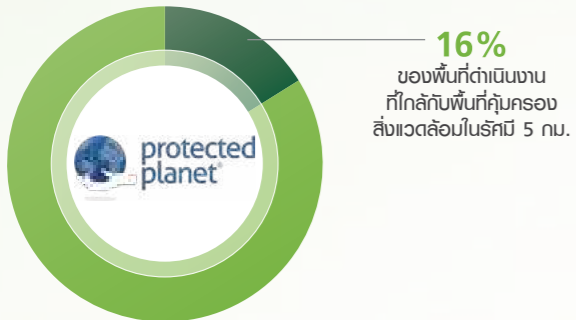
- พื้นที่คุ้มครองสิ่งแวดล้อม
- พื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพที่สำคัญ
- พื้นที่ที่พบชนิดพันธุ์ที่ถูกคุกคามตามบัญชีแดงของ The International Union for Conservation of Nature



พื้นที่ KBA ที่พบในรัศมี 5 กม. ตามการจัดจำแนกด้วยเกณฑ์ IUCN Global Standard for KBA ได้ดังนี้



ข้อมูลเขตชีวนิเวศ (Biomes) ในประเทศต่าง ๆ ที่มีพื้นที่ปฏิบัติงานของเครือฯ ตั้งอยู่



การประเมินการพึ่งพาริการของระบบนิเวศ

การศึกษาเพื่อระบุว่าธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์พึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติใดบ้าง (Dependency) รวมทั้งสถานะภาพปัจจุบันของระบบนิเวศบริการที่เครือฯ พึ่งพามีสถานะอย่างไร จะช่วยให้เครือฯ สามารถบ่งชี้ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานในอนาคตได้ เครือฯ ใช้โปรแกรม ENCORE มาช่วยในการประเมินการพึ่งพาการบริการของระบบนิเวศบริการ เบื้องต้นร่วมกันศึกษาข้อมูลการดำเนินงานระดับพื้นที่ปฏิบัติงานของแต่ละสายธุรกิจซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นระดับมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละสายธุรกิจ จากการศึกษาพบว่า เครือฯ มีการพึ่งพาการบริการของระบบนิเวศหลัก ดังนี้

- การเป็นแหล่งผลิต
- การบริการด้านการควบคุมมลพิษของระบบ
- การบริการด้านการสนับสนุน

นอกจากนี้ ระบบนิเวศบริการยังให้บริการกับผู้ใช้ทรัพยากรจากภาคส่วนอื่นด้วย ถ้าหากระบบนิเวศเสื่อมโทรมลงจนไม่สามารถให้บริการได้ จะก่อให้เกิดความเสี่ยงกับธุรกิจที่พึ่งพาระบบนิเวศบริการต่าง ๆ และผู้ใช้ทรัพยากรอื่น ๆ เช่น ความเสี่ยงจากกฎหมายหรือข้อบังคับที่เข้มงวดขึ้น และความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นต้น

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



รายงาน Biodiversity (TNFD) Report
ประจำปี 2566

การประเมินภาวะกดดันต่อธรรมชาติ

การดำเนินธุรกิจส่งผลให้เกิดการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ ไม่ว่าจะเป็นจากการบริโภคทรัพยากร ผลกระทบจากการผลิต การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินรวมทั้งกิจกรรมอื่น ๆ การลดลงของทรัพยากรธรรมชาติ และการเสื่อมโทรมของระบบนิเวศจนทำให้ความสามารถในการให้ผลผลิตและบริการที่จำเป็นต่อมนุษย์ลดลง ซึ่งเป็นความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจเครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักดีว่าธรรมชาติและ ความหลากหลายทางชีวภาพเป็นประเด็นที่มีความซับซ้อนและเชื่อมโยงกัน ดังนั้น เครือฯ จึงทำการประเมินผลกระทบที่มีต่อการดำเนินงานของเครือฯ โดยใช้โปรแกรม ENCORE ร่วมกับผลการศึกษา โดยบริษัท Keystone และการศึกษากิจกรรมการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ และห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ จากนั้น เครือฯ นำผลการศึกษามากำหนดเป็นมาตรการในการลดผลกระทบและเพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพ

ตัวอย่างของผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจเครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้แก่



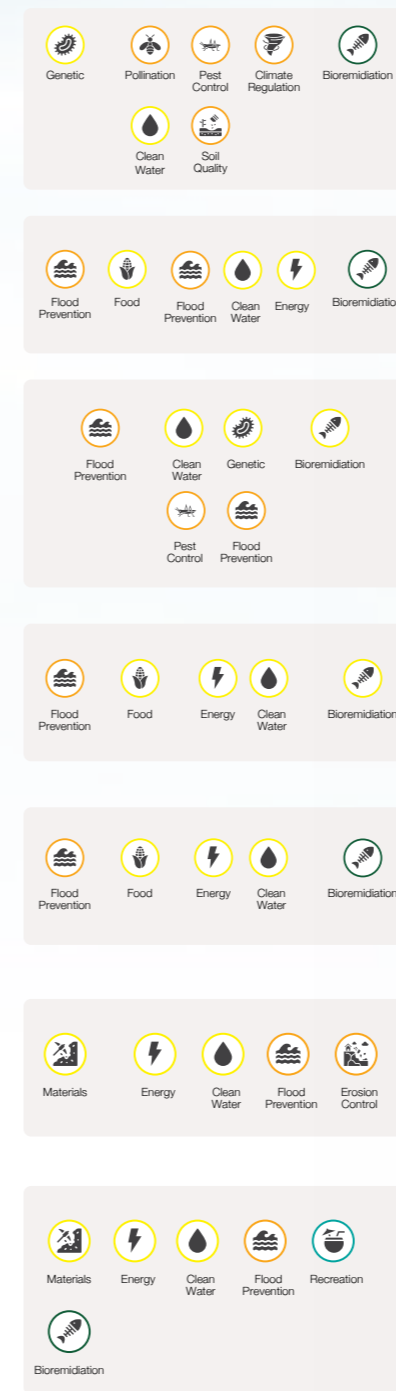
ธุรกิจเกษตรและอาหาร - ที่มีการใช้น้ำผิวดินจนทำให้ปริมาณน้ำผิวดินตามธรรมชาติลดลง การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ที่ดินและจากมูลสัตว์ และการนำพืชหรือสัตว์ต่างถิ่นเข้ามาในพื้นที่



ธุรกิจค้าปลีก - อาจส่งผลกระทบต่อปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้พลังงานและของเสีย

ผลจากการประเมินนี้เป็นแนวทางเริ่มต้นสำหรับธุรกิจต่าง ๆ ในการเปลี่ยนผ่านการดำเนินธุรกิจไปพร้อมกับการคำนึงถึงความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายของโลกและของประเทศไทยในการลดการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพในอนาคต และดำรงทรัพยากรธรรมชาติยังคงอยู่ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ

การพึ่งพาระบบชาติ (Dependency)



wan:งน (Impact)



หมายเหตุ:
○ บริการด้านจัดเตรียมทรัพยากร
○ บริการด้านการควบคุมระบบธรรมชาติ
○ บริการด้านวัฒนธรรมและสังคม
○ บริการด้านการสนับสนุนระบบนิเวศ



การอนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ*

การอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศบนบก	การปลูกป่าเพื่อฟื้นฟูป่าเสื่อมโทรม	วนเกษตร	การบำรุงรักษาป่าให้ฟื้นตัวตามธรรมชาติ
6,917 ไร่	1,184 ไร่	6,298 ไร่	75 ไร่
กำหนดพื้นที่กันชนบริเวณที่ติดกับระบบนิเวศ	การอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศทางทะเลและชายฝั่ง	การปล่อยซูเอียปูลงสู่ทะเลจำนวน	
374 ไร่	5 โครงการ	7,900,000,000 ตัว	



เพิ่มรายได้ให้กับชุมชน
>64 ล้านบาท



ชุมชนที่ได้รับประโยชน์
จากโครงการ
>99 ชุมชน

หมายเหตุ: * ตัวเลขผลการดำเนินงานสะสม



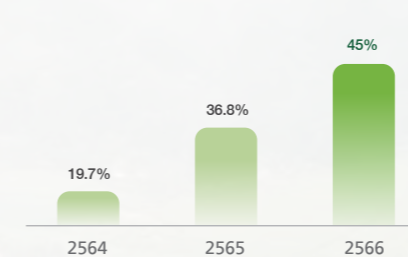
เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินการปลูกต้นไม้ในพื้นที่ต้นน้ำ ปิง วัง ยม น่าน มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวและปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศ ซึ่งการปลูกต้นไม้เพิ่มขึ้นยังช่วยดูดซับคาร์บอน ที่เป็นต้นเหตุสำคัญของภาวะโลกร้อน และลดภาวะการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ อีกทั้งในการสร้างป่าต้นน้ำทางภาคเหนือ ตลอดจนทำให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างสมดุลระหว่างมนุษย์ ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

คุณจอมกิตติ ศิริกุล

รองกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส ด้านพัฒนาความยั่งยืนภาครัฐและกิจการสัมพันธ์
เครือเจริญโภคภัณฑ์

กลุ่มธุรกิจดำเนินโครงการร่วมกับพันธมิตรที่เกี่ยวข้องเพื่อบริหารจัดการและติดตามความหลากหลายทางชีวภาพในการดำเนินธุรกิจ

ความคืบหน้าการปลูกต้นไม้ให้ได้ 20 ล้านต้นภายในปี 2568 (ล้านต้น)



ตัวอย่างโครงการด้านการอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศบนบก

CASE STUDY

ค่ายเยาวชน “สร้างอมก๋อยน่าอยู่ คู่ป่าต้นน้ำ”



มูลนิธิเครือเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบทให้ความสำคัญกับการปกป้อง ฟื้นฟู อนุรักษ์ทรัพยากร สัตว์ป่า และป่าไม้ในอำเภออมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติขนาด 1,059,860 ไร่ (ร้อยละ 74.66 ของพื้นที่) และพื้นที่เขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า พื้นที่ 337,640 ไร่ (ร้อยละ 23.78 ของพื้นที่) มีลักษณะเป็นป่าดิบเขา ป่าดิบแล้ง ป่าผลัดใบ และป่าเต็งป่าแดง รวมทั้งอุดมไปด้วยสัตว์ป่าหายากใกล้สูญพันธุ์หลายชนิด โดยเฉพาะ “กวางผา” สัตว์ป่าสงวนของไทย

มูลนิธิเครือเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบท จึงได้ร่วมกับกลุ่มครู และสถานศึกษาในพื้นที่กว่า 20 โรงเรียน เปิดค่ายเยาวชน “อมก๋อยน่าอยู่ คู่ป่าต้นน้ำ” ร่วมกับที่มีจุดประสงค์เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกให้กับเยาวชนมีความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของ

ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ของตนเอง อาทิ กวางผา ป่าไม้ ต้นกาแพ รวมไปถึงการปกป้องพื้นที่ป่าให้ไม่ถูกรุกล้ำ ทำลาย ทั้งนี้ การเข้าร่วมกิจกรรมของเด็กและเยาวชนอมก๋อย ได้สร้างความรักความหวงแหนในพื้นที่ป่าไม้ อันเปรียบเสมือนบ้านของเด็ก ๆ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้เกิดการบอกต่อ และเผยแพร่สิ่งที่ได้เรียนรู้ไปสู่เพื่อน พ่อแม่ และคนในชุมชน เกิดการพัฒนาต่อยอดให้ “อมก๋อยน่าอยู่ คู่ป่าต้นน้ำ” ต่อไป

จำนวนเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ 50 คน

Relationship Capital Natural Capital

ตัวอย่างโครงการด้านการฟื้นฟูทรัพยากรทางน้ำ

CASE STUDY

โครงการส่งเสริมการอนุรักษ์ปลาตะกรับและอาชีพประมงพื้นบ้าน

ปลาตะกรับ (ปลาชี่ตัง) ในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเป็นปลาที่มีเนื้อรสชาติดีเป็นที่ต้องการของตลาดและราคาสูง แตกต่างจากปลาตะกรับในพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศไทย เนื่องจากมาจกลักษณะเฉพาะทางภูมิศาสตร์และการไหลเวียนของน้ำในทะเลสาบสงขลา แต่ในปัจจุบันผลผลิตการประมงปลาตะกรับลดจำนวนลงอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลกระทบต่อชาวประมงพื้นบ้านที่มีรายได้ลดลง

ปลาตะกรับ (Spotted Scat, *Scatophagus Argus*) เป็นปลาท้องถิ่นชนิดที่พบอาศัยอยู่ในทะเลสาบสงขลา เป็นปลาที่เนื้ออร่อยรสชาติดี จึงมักมีการจับขึ้นมารับริโภค รวมทั้งลูกปลาตะกรับยังเป็นที่ต้องการของตลาดปลาสวยงาม ทำให้ปลาตะกรับในธรรมชาติลดจำนวนลงอย่างรวดเร็ว

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เล็งเห็นถึงปัญหาดังกล่าว จึงได้ร่วมมือกับกรมประมงจัดฝึกอบรมและถ่ายทอดองค์ความรู้วิธีการเพาะเลี้ยงปลาตะกรับแบบครบวงจร ตั้งแต่วิธีการผสมเทียมปลา การอนุบาลลูกปลาวัยอ่อน การเลี้ยงปลาในกระชัง รวมถึงการเลี้ยงปลาตะกรับแบบผสมผสาน ให้กับชุมชนชาวประมงรอบ ๆ ทะเลสาบสงขลาที่มีความสนใจ เพื่อเพาะเลี้ยงและปล่อยลูกพันธุ์ปลากลับคืนสู่ธรรมชาติ เพื่อการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลต่อไป

จำนวนลูกพันธุ์ปลาที่ได้รับการอนุบาลและปล่อยคืนสู่ธรรมชาติ 3,000 ตัว

Relationship Capital Natural Capital



การจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญเรื่องการตรวจสอบย้อนกลับของสินค้า จึงบูรณาการระบบการตรวจสอบย้อนกลับที่มาของสินค้า (Integrated Traceability System) ตั้งแต่ที่มาของวัตถุดิบ โดยได้กำหนดไว้ว่า วัตถุดิบที่ส่งให้เครือฯ ต้องมาจากแหล่งที่ไม่มี การบุกรุกพื้นที่ป่า แหล่งเพาะปลูกและฟาร์มเลี้ยงสัตว์ต้องมี มาตรฐานความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ใส่ใจสวัสดิภาพสัตว์ รวมทั้ง มีการดำเนินงานเพื่อป้องกันผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นต่อ

ระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพที่อาจเกิดขึ้นใน ห่วงโซ่คุณค่าโรงงานผลิตอาหารสัตว์และโรงงานแปรรูปอาหาร ทั้งของมนุษย์และสัตว์ต้องใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีการบวนการผลิต ตามมาตรฐานสากล ทั้งยังดำรงรักษาสิ่งแวดล้อมตั้งแต่คลังสินค้า ไปจนถึงระบบกระจายสินค้าต้องผ่านมาตรฐานความสะอาดของ อุปกรณ์ ระบบการบริหารจัดการที่ดี และระบบจัดจำหน่ายสินค้า ส่งตรงถึงมือผู้บริโภค



ความก้าวหน้าการดำเนินงานด้านการตรวจสอบย้อนกลับวัตถุดิบหลัก

วัตถุดิบหลัก	จุดตรวจสอบย้อนกลับ	ร้อยละของผลิตภัณฑ์ที่ตรวจสอบย้อนกลับได้	ร้อยละของผลิตภัณฑ์ที่มาจากแหล่งไม้ตัดไม้ทำลายป่า
ข้าวโพด	พื้นที่เพาะปลูก	39.88%	27.97%
	พื้นที่รวบรวม	60.12%	
ถั่วเหลือง	พื้นที่เพาะปลูก	26.36%	0%
	พื้นที่รวบรวม	73.64%	
น้ำมันปาล์ม	พื้นที่เพาะปลูก	0%	0%
	พื้นที่รวบรวม	100%	
มันสำปะหลัง	สถานที่แปรรูป	100%	0%
ปลาป่น	แหล่งประมง	37.43%	NA
	พื้นที่รวบรวม	62.57%	
รวม	พื้นที่เพาะปลูก / แหล่งประมง	33.44%	17.90%

หมายเหตุ: วัตถุดิบหลักสำหรับกิจการอาหารสัตว์ในประเทศไทย เวียดนาม อินเดีย ลาว กัมพูชา มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เมียนมา บังกลาเทศ และจีน

CASE STUDY

ความร่วมมือในการใช้แผนที่ดาวเทียมตรวจสอบย้อนกลับห่วงโซ่ถั่วเหลือง

การขยายตัวของพื้นที่เกษตรกรรมมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดไม้ทำลายป่า เราตระหนักดีว่าห่วงโซ่อุปทานของถั่วเหลืองและกากถั่วเหลือง ซึ่งเป็นหนึ่งในวัตถุดิบหลักที่สำคัญของการผลิตอาหารสัตว์ มีความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการตัดไม้ทำลายป่า และวิธีการปลูกยังอาจทำให้เกิดการปล่อยคาร์บอนออกสู่ชั้นบรรยากาศ

ด้วยสาเหตุเหล่านี้บริษัท กรุงเทพโปรดิ๊วส จำกัด (มหาชน) (บีเคพี) ซึ่งมีการกิจสำคัญในการจัดหาวัตถุดิบทางการเกษตรให้กับบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) (ซีพีเอฟ) จึงได้จับมือร่วมกับคู่ค้าที่สำคัญ คือ บริษัท หลุยส์ เดเรย์ฟัส (แอลดีซี) ผู้ค้าและแปรรูปสินค้าเกษตรชั้นนำระดับโลก ลงนามบันทึกความเข้าใจ เพื่อสร้างความร่วมมือในการใช้แผนที่ดาวเทียม



ในการตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งปลูก เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในกระบวนการจัดหาถั่วเหลืองและผลิตภัณฑ์จากถั่วเหลืองจากประเทศบราซิล สำหรับใช้เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ในประเทศไทย รวมถึงกิจการในภูมิภาคเอเชีย ทั้งนี้ บีเคพีและซีพีเอฟตั้งเป้าหมายในการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานถั่วเหลืองและกากถั่วเหลืองที่ปลอดภัยจากการตัดไม้ทำลายป่าภายในปี 2568

CASE STUDY

ซีพีร่วมกับลูกค้าในการใช้ภาพถ่ายดาวเทียมและข้อมูลจุดความร้อนตรวจจับการเผา

บริษัท กรุงเทพโปรดิ๊วส จำกัด (มหาชน) หรือ บีเคพี และบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) หรือ ซีพีเอฟ เดินหน้าแก้ปัญหาฝุ่น PM 2.5 ให้ลูกค้าของบริษัททั่วประเทศทุกรายใช้ข้อมูลจุดความร้อนจากภาพถ่ายดาวเทียม ตรวจจับการเผาแปลงข้าวโพดของเกษตรกรแบบระบุเป็นรายแปลง และกำกับดูแลห่วงโซ่อุปทานข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ให้เป็นไปตามเป้าหมายและแผนงานของโครงการ “Partner To Green คู่ค้าข้าวโพดพันธุ์มิตร พืชดีหมอกควัน” เพื่อลดการเผาในพื้นที่เกษตร หนึ่งในต้นเหตุปัญหาฝุ่นและหมอกควัน บริษัทเดินหน้าทำงานร่วมกับคู่ค้าทุกรายทั่วประเทศใช้ระบบตรวจจับแปลงเผา ติดตามจุดความร้อนที่เกิดขึ้นในแปลงข้าวโพดของเกษตรกรที่จำหน่ายผลผลิตให้บริษัทผ่านระบบตรวจสอบย้อนกลับ กรณีที่พบจุดความร้อนในแปลงเกษตรกร คู่ค้าพันธุ์มิตรจะต้องลงพื้นที่พูดคุยกับเกษตรกรภายใน 7 วัน หลังจากได้รับการรายงาน เพื่อชี้แจงมาตรการการรับซื้อตามนโยบาย “ไม่เผา ไม่เผา เราซื้อ”

โดยบีเคพีมีมาตรการในการส่งเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่ให้ความรู้เกษตรกรเปลี่ยนวิธีการจัดการต่อซัง ทางบริษัทฯ มีมาตรการหยุดซื้อ 1 ปี ในกรณีที่พบว่าเกษตรกรยังมีการเผาซ้ำ บีเคพีจะส่งข้อมูลภาพถ่ายดาวเทียมจุดความร้อนให้กับคู่ค้าทุกรายทั่วประเทศทุกวันตั้งแต่เดือนมกราคม 2567



▶ รับชมวิดีโอการทำงานของระบบตรวจสอบย้อนกลับได้ที่



หยุดฝุ่นควันภาคเหนือ ด้วยกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับ โดย THE STANDARD

ร้อยละ 100 การตรวจสอบย้อนกลับข้าวโพดในประเทศไทย

ร้อยละ 39.8 การตรวจสอบย้อนกลับข้าวโพดใน 10 ประเทศ

“ฟ.ฟาร์ม” บีเคพียังนำเทคโนโลยี Blockchain Traceability มาช่วยตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ทั้งในและต่างประเทศ โดยเกษตรกรสามารถลงทะเบียนเพื่อยืนยันตัวตนผ่านแอปพลิเคชัน โดยเทคโนโลยี Blockchain สามารถเชื่อมโยงและตรวจสอบแหล่งที่มาของข้าวโพดตั้งแต่แปลงเพาะปลูกจนถึงโรงงานอาหารสัตว์ ซึ่งช่วยเพิ่มความโปร่งใสในระบบตรวจสอบย้อนกลับข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ในปัจจุบัน ข้าวโพดที่เครือฯ จัดหาในเขื่อนมาทั้งหมดได้รับการตรวจสอบย้อนกลับว่าได้มาจากพื้นที่ที่มีเอกสารสิทธิ์ถูกต้อง โดยเกษตรกรร่วมลงทะเบียนเอกสารสิทธิ์พร้อมพิกัดดาวเทียมจีพีเอสของพื้นที่มาใช้เพื่อยืนยันว่าเป็นข้าวโพดที่มีแหล่งที่มาไม่บุกรุกพื้นที่ป่าได้ร้อยละ 100

บีเคพี และซีพีเอฟยังส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนให้มีส่วนช่วยเฝ้าระวังการเผาแปลงของเกษตรกร โดยเปิดช่องทางแจ้งเบาะแสการเผาแปลงข้าวโพด “เจอเผาแปลง แจ้งแอปฟ.ฟาร์ม” หากพบว่าเกษตรกรรายใดมีการเผาแปลง ทางบริษัทและคู่ค้าพร้อมร่วมมือกันเข้าไปดูแล ให้ความรู้และคำแนะนำ เพื่อให้เกษตรกรร่วมมืองดการเผาตอซัง และหาวิธีการจัดการที่เหมาะสมทดแทน แต่ในกรณีที่แปลงเผาที่ถูกร้องเรียนไม่อยู่ในเครือข่ายเกษตรกรที่ลงทะเบียนจำหน่ายผลผลิตให้กับซีพีบริษัทฯ จะประสานข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

>40,000 จำนวนลูกค้าที่เข้าร่วมโครงการ

>2 ล้านไร่ พื้นที่เป้าหมาย

Relationship Capital Natural Capital

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน อย่างรับผิดชอบ

Responsible Supply Chain Management



ด้วยจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ก่อปรกับปัญหาความขัดแย้งระหว่างประเทศ และการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ล้วนแล้วแต่มีความเชื่อมโยงอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจและภาคการผลิตในหลากหลายบริษัท ซึ่งก่อให้เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบ ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น และโอกาสในการละเมิดต่อกฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ รวมถึง เกิดการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการผลิตในต้นน้ำ (Upstream) ของห่วงโซ่อุปทาน เพื่อเป็นการป้องกันหรือบรรเทาประเด็นความเสี่ยงเหล่านี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมีความมุ่งมั่นในการยกระดับการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าครบทุกมิติของความยั่งยืน เพื่อสร้างความสำเร็จและการเติบโตไปด้วยกัน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร ครอบคลุมถึงการสร้างความมั่นคงด้านอาหาร โดยต่อยอดสู่การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างรับผิดชอบ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการที่คำนึงถึงการลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม เป็นการสร้างแต้มต่อให้ขีดความสามารถทางการแข่งขันสูงขึ้น พร้อมปรับตัวรับความท้าทายและการเปลี่ยนแปลงของบริบทโลก

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

- | | |
|--|---|
| <p>2 ผลิตความพอเพียง</p> <p>2.4 สร้างหลักประกันว่าจะมีระบบการผลิตอาหารที่ยั่งยืน รักษาระบบนิเวศ เสริมขีดความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ</p> | <p>4 การศึกษา คุณภาพ</p> <p>4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่เกี่ยวข้องจำเป็น รวมถึงทักษะทางด้านเทคนิคและอาชีพสำหรับการมีงานที่มีคุณค่า</p> |
| <p>9 โครงสร้างพื้นฐาน นวัตกรรม และอุตสาหกรรม</p> <p>9.2 ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ครอบคลุมและยั่งยืน</p> | <p>12 การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน</p> <p>12.7 ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านการจัดซื้อจัดจ้างที่ยั่งยืน</p> <p>12.a เสริมความแข็งแกร่งด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่จะขับเคลื่อนไปสู่การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน</p> |
| <p>8 การเติบโตอย่างครอบคลุมและยั่งยืน</p> <p>8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งเน้นการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลผลิตภาพ</p> <p>8.8 ปกป้องสิทธิแรงงานและส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยและมั่นคงสำหรับผู้ทำงานทุกคน</p> | <p>13 การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ</p> <p>13.3 สร้างความตระหนักรู้ และขีดความสามารถในเรื่องการลดผลกระทบ และการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ</p> |

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[Sustainable Development Goals Report 2023](#)

[Sustainability Performance Report 2023](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

99.3%

การสื่อสาร/อบรมผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดหา

89.5%

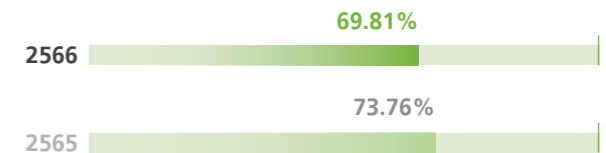
มูลค่าการซื้อขายในประเทศ

87.4%

คู่ค้ารายใหม่ที่ผ่านการคัดเลือกโดยใช้เกณฑ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายและความคืบหน้า

การตรวจประเมินด้านความยั่งยืนกับคู่ค้าที่มีความสำคัญ*



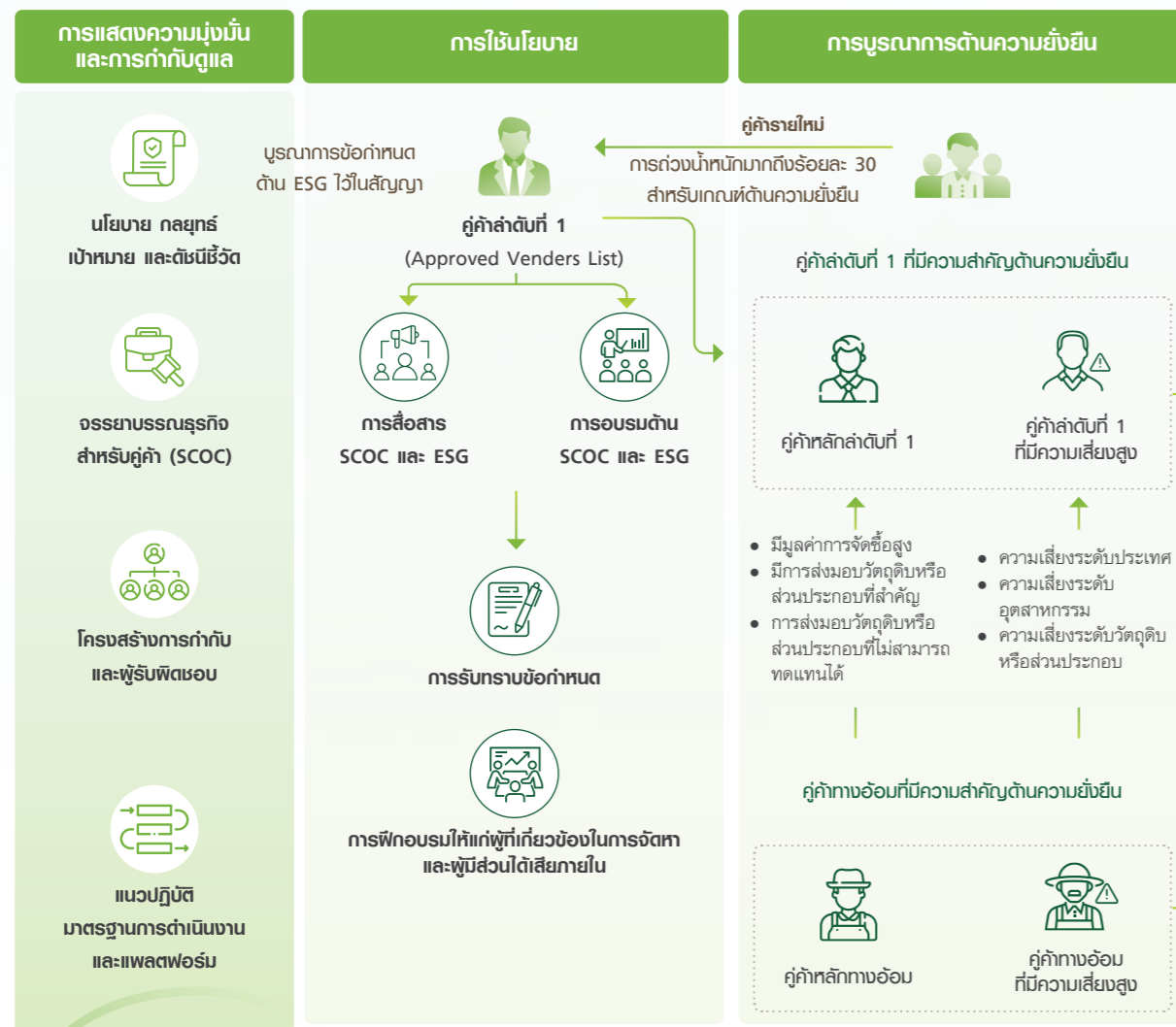
* ปี 2566 มีการขยายขอบเขตให้ครอบคลุมถึงความเสี่ยงทางธุรกิจและความเสี่ยงด้านความยั่งยืน

แผนการดำเนินงานในอนาคต

- ยกระดับการจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบก้าวกระโดดด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและดิจิทัล
- ปลูกพัฒนาคู่ค้า เสริมศักยภาพ เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน
- ส่งเสริมให้ภาคการผลิตปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมตลอดห่วงโซ่อุปทานขององค์กร (Scope 3)

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการพัฒนาระบบการบริหารจัดการคู่ค้าให้เกิดประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดนโยบายและแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ (Supplier ESG Program) ที่สอดคล้องกับข้อกำหนดของกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับประเทศและสากล รวมถึงเป้าหมายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของเครือฯ และคู่ค้า ทำให้คู่ค้ามีศักยภาพ ประสิทธิภาพ และเติบโตร่วมกับเครือฯ ได้อย่างยั่งยืน



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



[นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดทําอย่างยั่งยืน](#)



[การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ](#)



[จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า](#)



[การตรวจประเมินด้านความยั่งยืนสำหรับคู่ค้า](#)



แนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ (Supplier ESG Program) 5 ขั้นตอน



CASE STUDY

ศูนย์ 7-Eleven สนับสนุน SME

จัดตั้งขึ้นภายใต้แนวคิด “SME โตไกลไปด้วยกัน” เพื่อให้การสนับสนุน ส่งเสริม และอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มธุรกิจ SME ในการเข้าถึงแหล่งข้อมูล ความรู้ งานวิจัย ตลอดจนเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงเครือข่ายพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชนให้กับ SME ผ่าน 7 บริการ SME Service Solution ที่ตอบโจทย์ทุกความต้องการของ SME

7 บริการ SME Service Solution ประกอบด้วย

1. บริการให้คำปรึกษา
2. บริการวิเคราะห์ทดสอบคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์
3. ปรับปรุงกระบวนการผลิต
4. พัฒนาระบบบัญชี การตลาดและประชาสัมพันธ์
5. Matching Supplier / OEM
6. จัดหาแหล่งเงินทุน
7. อบรมให้ความรู้คอร์สพิเศษ



197 รายของผู้ประกอบการ SME ที่เข้าร่วมโครงการ

Relationship Capital

7,500 สาขาที่มอบโอกาสแก่ SME ด้วยการเพิ่ม SME Shelf ที่ร้านสาขา

Manufacturing Capital

Relationship Capital

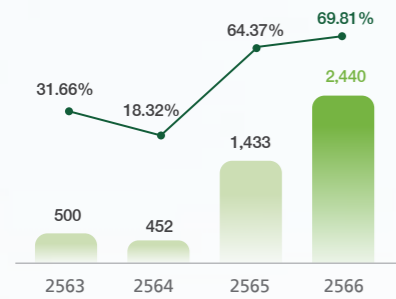
ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

การคัดกรองผู้ค้า (Supplier Screening)



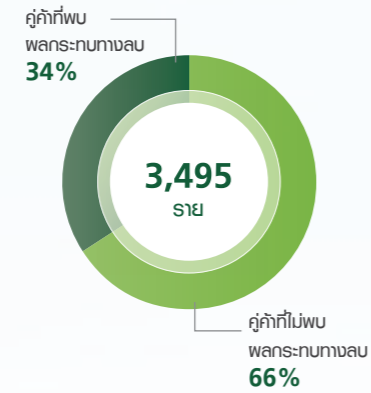
การประเมินผู้ค้า (Supplier Assessment)

ผู้ค้าที่มีความสำคัญที่ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืน* (ร้อยละ)



หมายเหตุ: *ข้อมูลของปี 2563-2566 ได้รับการทบทวนเพื่อรวมเฉพาะผู้ค้าที่มีความสำคัญ

ผู้ค้าที่ถูกประเมินพบผลกระทบทางลบหรือมีโอกาสเกิดผลกระทบทางลบในอนาคต

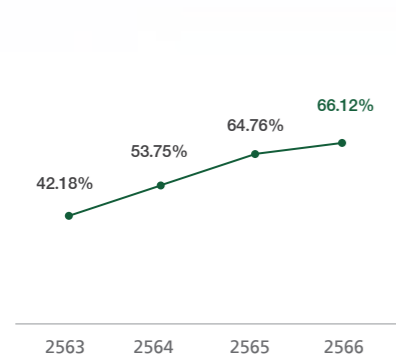


ผู้ค้าที่ได้รับความเห็นชอบต่อแผนการดำเนินการแก้ไขและปรับปรุง



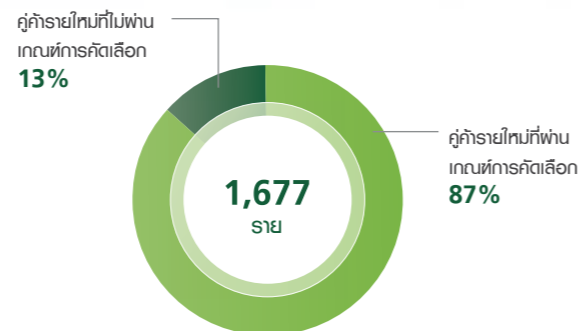
การพัฒนาศักยภาพผู้ค้า (Supplier Development)

ผู้ค้าที่เข้าร่วมโปรแกรมการพัฒนาคุณภาพผู้ค้า (ร้อยละ)



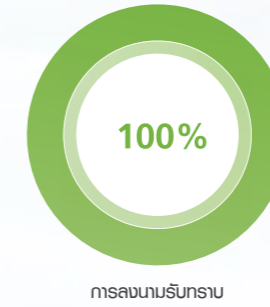
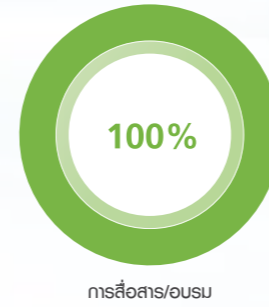
การคัดเลือกผู้ค้ารายใหม่

ผู้ค้ารายใหม่ที่ผ่านการคัดเลือก โดยใช้เกณฑ์ด้านความยั่งยืน



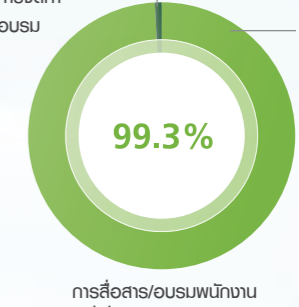
การสร้างความตระหนัก

จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับผู้ค้าของผู้ค้าลำดับที่ 1 ที่มีความสำคัญ



นโยบายการจัดหาอย่างยั่งยืน

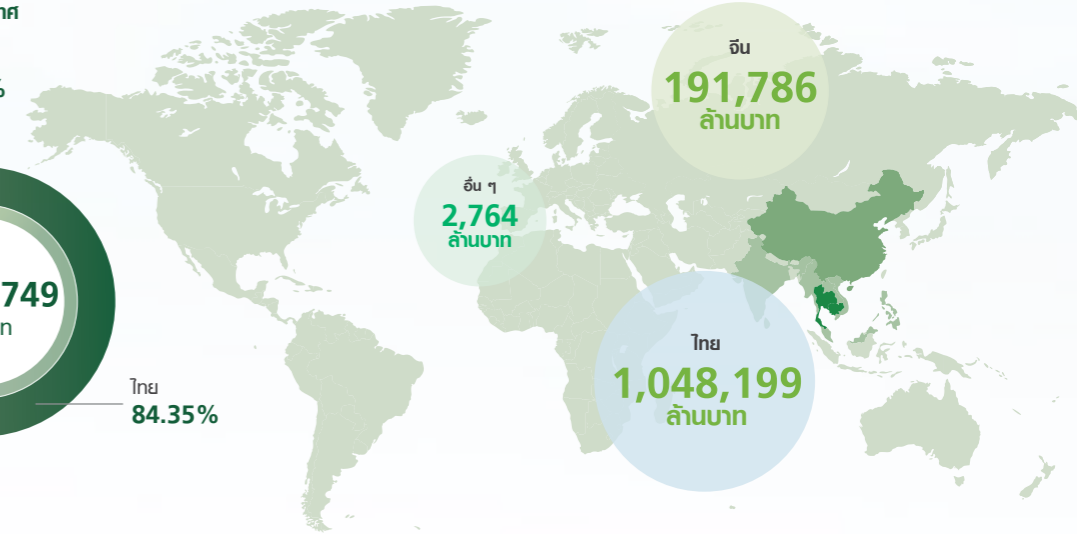
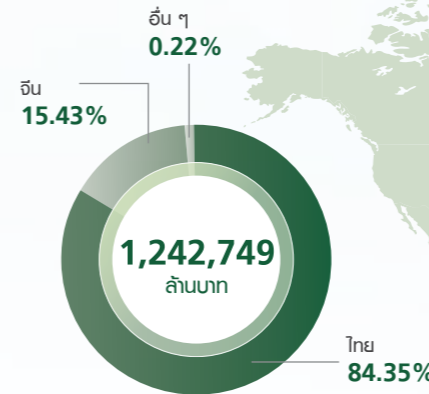
สัดส่วนพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาที่ยังไม่ได้รับการอบรม **0.7%**



สัดส่วนพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาที่ได้รับการอบรม **99.3%**

มูลค่าการซื้อขาย

มูลค่าการซื้อขายแยกตามเขตประเทศ

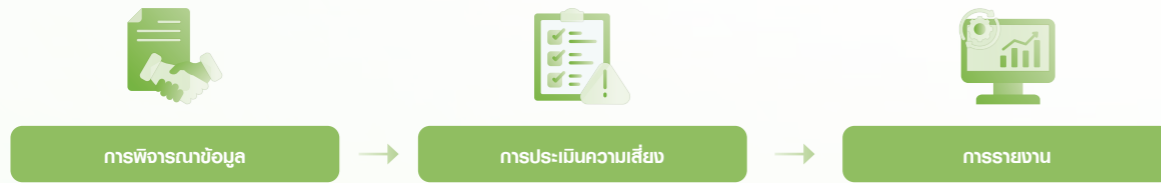


การประเมินความเสี่ยงการดำเนินงานของลูกค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ

การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญที่จะส่งเสริมให้องค์กรสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมุ่งเน้นการบริหารจัดการลูกค้าตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อลดความเสี่ยงด้าน ESG และผลกระทบต่อการดำเนินงาน ธุรกิจของเครือฯ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ด้วยเกณฑ์ในมิติต่าง ๆ

นอกเหนือจากการประเมินขีดความสามารถในด้านต่าง ๆ แล้ว เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังพัฒนาแพลตฟอร์ม 360 Supplier Due Diligence เพื่อใช้ในการตรวจสอบข้อมูลและการดำเนินการของลูกค้าอย่างรอบด้าน ก่อนการตัดสินใจทำธุรกิจร่วมกัน ซึ่งคู่ค้าที่ได้รับผลการประเมิน “ผ่าน” เท่านั้น จึงจะทำธุรกิจร่วมกับเครือฯ ได้

แพลตฟอร์ม 360 Supplier Due Diligence



ข้อมูลของลูกค้า

- ชนิดของธุรกิจ
- ภูมิศาสตร์
- สถานะทางการเงิน
- ผู้ถือหุ้น และอื่น ๆ

ข้อมูลอื่น ๆ

- ข้อมูลจากแบบสอบถาม
- การเยี่ยมชมพื้นที่
- การตรวจสอบ
 - ข้อมูลควรระวัง
 - ประวัติอาชญากรรม
 - ประวัติด้านการโดนลงโทษ

- การกำหนดกฎเกณฑ์
- การประเมิน และการให้คะแนน
- การกำหนดมาตรฐาน และข้อกำหนดของผู้ซื้อ

- การออกรายงาน
- การสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากคู่ค้า
- การบูรณาการข้อมูลเข้ากับระบบอื่น ๆ



เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้กำหนดให้มีการประเมินการปฏิบัติงานตามข้อกำหนดในจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า และข้อกำหนดด้านความยั่งยืนสำหรับคู่ค้าที่มีความสำคัญอย่างสม่ำเสมอทุกปี ด้วยวิธีการที่เหมาะสม ได้แก่



แบบสอบถาม / แบบประเมินตนเอง



การตรวจประเมินสถานประกอบการ โดยผู้ตรวจสอบของเครือฯ



การตรวจประเมินสถานประกอบการ โดยผู้ตรวจสอบอิสระ



การวิเคราะห์ข้อมูลการดำเนินงานของลูกค้าจากการประเมินของผู้ให้บริการที่น่าเชื่อถือ

ซึ่งที่ผ่านมา เครือฯ ได้ร่วมมือกับบริษัทภายนอกที่เป็นอิสระ ทำการตรวจประเมินด้านความยั่งยืนกับคู่ค้าโดยอ้างอิงตามข้อกำหนดของจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้าของเครือฯ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

สำหรับคู่ค้าที่ตรวจพบว่ามีความเสี่ยง หรือมีการดำเนินงานที่ไม่สอดคล้องกับข้อกำหนด เครือฯ จะเข้าไปให้คำแนะนำเพื่อพัฒนาแนวทางการดำเนินงานให้เกิดความสอดคล้อง พร้อมทำการติดตามความคืบหน้าในการปรับปรุงแก้ไขความไม่สอดคล้องที่พบอย่างใกล้ชิดเพื่อลด บรรเทา และขจัดความเสี่ยงในทุกมิติ

➤ **ดูรายละเอียดตัวอย่างประเด็นที่พบจากการตรวจประเมินที่**
[การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ](#)



การดำเนินงานร่วมกับลูกค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อธุรกิจที่ยั่งยืน

ลูกค้า ถือเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ที่มีส่วนช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค และลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงให้ความสำคัญต่อการเสริมสร้างศักยภาพของคู่ค้าให้เติบโตอย่างยั่งยืนมาอย่างต่อเนื่อง ด้วยการบริหารจัดการ

ที่เหมาะสมกับปัจจัยความเสี่ยง และการดำเนินธุรกิจของลูกค้าที่แตกต่างกัน อาทิ การจัดอบรมให้ความรู้ การวิจัยและพัฒนา และการร่วมจัดซื้อจัดจ้างต่าง ๆ ที่ครบทุกมิติทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

CASE STUDY

โครงการ SMEs PLUS

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) หรือ ซีพีเอฟ ดำเนินโครงการ “SMEs PLUS” โดยนำความเชี่ยวชาญของซีพีเอฟ มาพัฒนาศักยภาพลูกค้าแบบครบวงจร เช่น การเพิ่มประสิทธิภาพลดต้นทุน ด้านความปลอดภัย ด้านบริหารพลังงานและสิ่งแวดล้อม และด้านระบบดิจิทัล รวมถึงการประสานความร่วมมือกับองค์กรบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) ในการส่งเสริมความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ เพื่อมุ่งสู่การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และร่วมลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งถือเป็นการต่อยอดถึงการแสดงความมุ่งมั่นต่อองค์กร Science Based Target Initiative (SBTI) และการบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ของซีพีเอฟและเครือเจริญโภคภัณฑ์



6,500 คู่ค้าที่เข้าร่วมโครงการ (ราย)

Relationship Capital

CASE STUDY

โครงการ “ข้าวชาวนาไทย ปี 5”

กลุ่มธุรกิจพืชครบวงจร ข้าว ขนส่งและบริการ ยืนเคียงข้างพี่น้องเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมมะลิสู้วิกฤติราคาข้าวตกต่ำ ด้วยการจัดโครงการ “ข้าวชาวนาไทย” ขึ้น ซึ่งปีนี้ได้สานต่อเป็นปีที่ 5 โดยขยายการเปิดจุดรับซื้อข้าวเปลือกตรงจากเกษตรกรชาวนารวมทั้งหมด 38 จุด ทั่วประเทศ อาทิ จังหวัดเชียงราย พะเยา ยโสธร สุรินทร์ บุรีรัมย์ ร้อยเอ็ด เป็นต้น ภายใต้พื้นที่โครงการพัฒนาระบบการปลูกข้าวเพื่อความยั่งยืน โดยการวิจัยและพัฒนามาตรฐานการเพาะปลูกที่ดี พร้อมจัดนักวิชาการลงพื้นที่ให้ความรู้แก่เกษตรกรสมาชิกทุกขั้นตอนการผลิต เพื่อช่วยลดต้นทุนเพิ่มคุณภาพ และผลผลิตข้าว ควบคู่กับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการรักษาความหลากหลายทางชีวภาพ ที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดีของเกษตรกรและการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน



5,529 เกษตรคู่ค้าที่เข้าร่วมโครงการ (ราย)

127,453 พื้นที่การเกษตร (ไร่)

Relationship Capital Natural Capital

CASE STUDY

โครงการพัฒนาระบบขนส่งตู้เหล็กทางรถไฟ



25 หยวนต่อตัน ต้นทุนขนส่งและบรรจุดักที่ลดลงได้

Relationship Capital Natural Capital

ซีพี เขตประเทศจีน ร่วมกับบริษัทรถไฟกวางโจว และบริษัท Shenzhen CIMC Special Equipment Supply Chain ผู้ผลิตตู้คอนเทนเนอร์ ร่วมกันพัฒนาการขนส่งทางรถไฟเพื่อป้อนโรงงานอาหารสัตว์โดยใช้รถไฟ ซึ่งเดิมไม่สามารถทำได้เนื่องจากเป็นวัสดุที่สามารถติดไฟเองจากความร้อนสะสมในสภาพแวดล้อมปิดสนิท จึงถือเป็นนวัตกรรมที่ปลอดภัยจากปัญหาดังกล่าว ทั้งสองฝ่ายได้ร่วมกันศึกษาวิจัยและพัฒนาตู้คอนเทนเนอร์ที่มีระบบระบายอากาศใช้ในการขนส่งทางรถไฟ ซึ่งนับเป็นครั้งแรกของประเทศจีน สามารถขนส่งทางรถไฟในปริมาณมากขึ้น 5% ประหยัดต้นทุนขนส่งและบรรจุดักที่ 25 หยวนต่อตัน เมื่อเทียบกับการใช้รูปแบบดั้งเดิม ลดการใช้พลาสติก และลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการขนส่งได้อีกด้วย



ภาพผนวก

นอกเหนือจากการรายงานข้อมูลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ตามประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนสำหรับเครือฯ แล้ว เครือฯ ยังได้เปิดเผยผลการดำเนินงานในแต่ละมิติของความยั่งยืนตามมาตรฐานและกรอบการรายงานที่เป็นที่ยอมรับในสากล อาทิ Global Reporting Initiative: GRI Standards 2021, Sustainability Accounting Standards Board (SASB), และ United Nations Global Compact (UNGC), WBCSD Reporting Matters เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงข้อมูลที่อยู่ในความสนใจได้อย่างครบถ้วน นอกจากนี้การรายงานตามมาตรฐานและกรอบการรายงานแล้ว เครือฯ ยังได้จัดทำจ้างบริษัทที่ปรึกษาภายนอกที่มีความเป็นอิสระจากธุรกิจและการดำเนินงานของเครือฯ เข้ามาร่วมตรวจสอบรับรองความถูกต้องและความสอดคล้องของเนื้อหาในรายงานตามมาตรฐานการรายงาน GRI Standards 2021 ในระดับความเชื่อมั่นปานกลาง หรือ Moderate นอกจากนี้การตรวจสอบข้อมูลที่มีความสำคัญสำหรับเครือฯ แล้ว เครือฯ ยังได้ให้ที่ปรึกษาฯ ทำการตรวจสอบกระบวนการและผลการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ และกระบวนการบริหารความเสี่ยง เพื่อสร้างความมั่นใจว่าการดำเนินงานของเครือฯ เป็นไปตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียและการดำเนินงานของเครือฯ

ขอบเขตการรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2566	254
GRI Content Index	256
การรับรองจากหน่วยงานภายนอก	272





ขอบเขตการรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2566

เนื้อหาที่ปรากฏในรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2566 เป็นการนำเสนอผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ และกลุ่มธุรกิจภายใต้เครือฯ ทั้งหมด 8 สายธุรกิจ โดยข้อมูลด้านเศรษฐกิจเป็นการรวบรวมข้อมูลการดำเนินงานของเครือฯ ใน 21 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลก ข้อมูลผลการดำเนินงานสิ่งแวดล้อม และสังคม (เฉพาะความปลอดภัย และอาชีวอนามัย) ครอบคลุมข้อมูลของบริษัทและบริษัทย่อยที่มีการดำเนินงานในประเทศไทย เวียดนาม อินเดีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย กัมพูชา ตูรเคีย ลาว จีน เมียนมา อินโดนีเซีย บังกลาเทศ และได้หวัน และข้อมูลผลการดำเนินงานด้านสังคม (เฉพาะทรัพยากรบุคคล) ครอบคลุมข้อมูลของบริษัทตั้งรายชื่อในตารางด้านล่างนี้

ธุรกิจ/บริษัท	เศรษฐกิจ	สิ่งแวดล้อม				สังคม	
		พลังงาน	ก๊าซเรือนกระจก	น้ำ	ของเสีย	ความปลอดภัย	บุคคล
1 บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด และบริษัทย่อย	●	○	○	○	○	○	●
ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร							
1 บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
2 Agro-Industry and Food Business Group (China)	●	●	●	●	●	●	●
3 Chia Tai Enterprises International Limited	●	●	●	●	●	●	●
4 Myanmar C.P. Livestock Company Limited	●	●	●	●	●	●	●
5 C.P. Bangladesh Company Limited	●	●	●	●	●	●	●
6 Charoen Pokphand Pakistan (Pvt.) Limited	●	○	○	○	○	○	●
7 Chia Tai Feedmill Pte. Limited	●	○	○	○	○	○	●
8 บริษัท เจียไต๋ จำกัด และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
9 บริษัท ซี.พี. อินเตอร์เนต จำกัด และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
10 บริษัท เจริญโภคภัณฑ์โปรดิ๊วส จำกัด และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
11 บริษัท เจริญโภคภัณฑ์การเกษตร จำกัด	●	●	●	●	●	●	●
12 บริษัท เจริญโภคภัณฑ์วิศวกรรม จำกัด	●	○	○	○	○	○	●
13 บริษัท เพอร์เฟค คอมพานี กู๊ป จำกัด	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจค้าปลีก							
1 บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
2 บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
3 C.P. Lotus Corporation	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม							
1 บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจอื่น							
1 บริษัท แอสเซนส์ กู๊ป จำกัด และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
2 บริษัท พีวีแอล โฮลดิ้งส์ (จำกัด)	●	●	●	●	●	●	●

ธุรกิจ/บริษัท	เศรษฐกิจ	สิ่งแวดล้อม				สังคม	
		พลังงาน	ก๊าซเรือนกระจก	น้ำ	ของเสีย	ความปลอดภัย	บุคคล
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์							
1 บริษัท ซี.พี. แลนด์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
2 บริษัท ซีพี พร็อพเพอร์ตี้ โฮลดิ้ง จำกัด	●	○	○	○	○	○	●
3 บริษัท ซีพี พีแอร์ ซิตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด	●	○	○	○	○	○	●
4 Shanghai Kinghill Limited	●	●	●	●	●	●	○
5 Chia Tai Land Company Limited	○	●	●	●	○	○	●
6 Chia Tai Di Jing (Shanghai) Investment Management Limited	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม							
1 บริษัท อีซีโอ กู๊ป จำกัด และบริษัทย่อย	●	○	○	○	○	○	●
2 บริษัท ซีพีพีซี จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์							
1 บริษัท แอ็ดวันซ์ฟาร์มา จำกัด	●	●	●	●	●	●	●
2 CP Bio	●	●	●	●	●	●	●
3 CP Pharmaceutical Group	●	○	○	○	○	○	●
ธุรกิจการเงินและการธนาคาร*							
1 Zheng Xin Bank Company Limited			● ⁽¹⁾				
2 Ping An Insurance (Group) Company of China, Limited			● ⁽¹⁾				
3 ITOCHU Corporation			● ⁽¹⁾				
4 CITIC Group Corporation Limited			● ⁽¹⁾				
ธุรกิจอื่น ๆ							
1 บริษัท ธนทะเลคอม จำกัด และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
2 บริษัท พัฒนาผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด	●	●	●	●	●	●	●
3 บริษัท เค.เอส.พี. อูปรณ์ จำกัด ⁽²⁾	●	●	●	●	●	●	●
4 บริษัท เกษตรภัณฑ์อุตสาหกรรม จำกัด ⁽²⁾	●	●	●	●	●	●	●
5 บริษัท ออลล์ นาว โลจิสติกส์ จำกัด ⁽²⁾	●	●	●	●	●	●	●
6 บริษัท เอเชีย เอรา วัน จำกัด	●	●	●	●	●	●	●
7 บริษัท อัลเตอร์วิม จำกัด	●	●	●	●	●	●	●
8 บริษัท ซีพี เมดิคัล เซ็นเตอร์ จำกัด	●	○	○	○	○	○	●

หมายเหตุ:

* ปัจจุบัน กลุ่มธุรกิจการเงินและการธนาคารไม่ได้อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของเครือเจริญโภคภัณฑ์

¹ ขอบเขตข้อมูลเฉพาะก๊าซเรือนกระจก Scope 3

² ขอบเขตข้อมูลเฉพาะธุรกิจหลักในประเทศไทย

● หมายถึง ผลการดำเนินงานของบริษัทครอบคลุมอยู่ในรายงานฉบับนี้

○ หมายถึง ผลการดำเนินงานของบริษัทไม่ได้ครอบคลุมอยู่ในรายงานฉบับนี้

GRI Content Index

GRI Content Index (GRI Standards 2021)

Foundation 2021

Statement of Use Charoen Pokphand Group has reported in accordance with the GRI Standards for the period between 1 January 2023 to 31 December 2023

GRI 1 Used GRI 1: Foundation 2021

Applicable GRI Sector Standard(s) GRI 13: Agriculture, Aquaculture and Fishing Sectors 2022

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
General Disclosure 2021									
The Organization and its Reporting Practices									
GRI 2	2-1 Organizational details	page 20-21 C.P. Group website: Our Business							
GRI 2	2-2 Entities included in the organization's sustainability reporting	page 254-255							
GRI 2	2-3 Reporting period, frequency and contact point	page 16-17							
GRI 2	2-4 Restatement of information	Sustainability Performance Report 2023				G4			
GRI 2	2-5 External assurance	page 272-273					G13		
Activities and Workers									
GRI 2	2-6 Activities, value chain and other business relationships	page 22-23 C.P. Group website: Overview					S1 31 S1 32		
GRI 2	2-7 Employees	page 84-85 Sustainability Performance Report 2023							
GRI 2	2-8 Workers who are not employees	Sustainability Performance Report 2023	a, b, c	information unavailable / incomplete	Data is not available due to the collection system is under development This data will be reported in the next 1-2 years.				

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Governance									
GRI 2	2-9 Governance structure and composition	page 34-37 C.P. Group website: Sustainability Governance					G5, G11	S2 27	
GRI 2	2-10 Nomination and selection of the highest governance body	page 66-67							
GRI 2	2-11 Chair of the highest governance body	page 34-35, 66-67 C.P. Group website: Sustainability Governance						S2 27	
GRI 2	2-12 Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	page 36, 46-49					G1, G7		
GRI 2	2-13 Delegation of responsibility for managing impacts	page 36, 46-49					G5		
GRI 2	2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting	page 16-17					G1		
GRI 2	2-15 Conflicts of interest	page 74-75 C.P. Group website: Corporate Governance							
GRI 2	2-16 Communication of critical concerns	page 74-75 C.P. Group website: Corporate Governance							
GRI 2	2-17 Collective knowledge of the highest governance body	page 66-67 C.P. Group website: Corporate Governance							
GRI 2	2-18 Evaluation of the performance of the highest governance body	page 64-65							
GRI 2	2-19 Remuneration policies		a, b	confidentiality constraints	The information is internally confidential information		G10		
GRI 2	2-20 Process to determine remuneration		a, b	confidentiality constraints	The information is internally confidential information				
GRI 2	2-21 Annual total compensation ratio		a, b, c	confidentiality constraints	The information is internally confidential information				



GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Indirect Economic Impacts 2016									
GRI 203	203-1 Infrastructure investments and service supported	page 136-145				13.22.3			
GRI 203	203-2 Significant indirect economic impacts	page 136-145				13.22.4			
Procurement Practice 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 240-241 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023							
GRI 204	204-1 Proportion of spending on local supplier	C.P. Group website: Responsible Supply Chain Management							
Anti-corruption 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 64-65 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.26.1			
GRI 205	205-1 Total number and percentage of operations assessed for risks related to corruption.	page 72-73				13.26.2	G6, AC1, AC4, AC6, AC7, AC8		
GRI 205	205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures	Page 68-69 Sustainability Performance Report 2023				13.26.3	AC1, AC3, AC4, AC6, AC7, AC8		
GRI 205	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	page 74-75 C.P. Group website: Corporate Governance				13.26.4	AC1, AC4, AC5, AC6, AC7, AC8		
Anti-competitive Behavior 2016									
GRI 206	206-1 Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices	page 74-75				13.25.1 13.25.2			
Materials 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 200-201 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023							

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Materials 2016									
GRI 301	301-1 Materials used by weight or volume	page 204-205 Sustainability Performance Report 2023	Data on materials that are used to produce is excluded	Information Unavailable	See remark 1 on this page				☑ packaging
GRI 301	301-2 Recycled input materials used	page 204-207 Sustainability Performance Report 2023	Data on the used of recycled materials is excluded	Information Unavailable	See remark 1 on this page				
GRI 301	301-3 Reclaimed products and their packaging materials	page 204-205 Sustainability Performance Report 2023	a, b	Information Unavailable	See remark 1 on this page				
Energy 2016 ⁽²⁾									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 178-179 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023							
GRI 302	302-1 Energy consumption within the organization	page 194-195 Sustainability Performance Report 2023						E1, E2, E3, E4, E4.1, E5, E10, E11	☑
GRI 302	302-2 Energy consumption outside the organization	page 194-195 Sustainability Performance Report 2023	a, b, c	information unavailable / incomplete	See remark 2 on this page			E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	
GRI 302	302-3 Energy intensity	page 194-195 Sustainability Performance Report 2023						E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	
GRI 302	302-4 Reduction of energy consumption	page 194-195 Sustainability Performance Report 2023						E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	
GRI 302	302-5 Reductions in energy requirement of products and services	page 194-195 Sustainability Performance Report 2023	a, b, c	information unavailable / incomplete	See remark 3 on this page			E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	

Remark:

- 1 C.P. Group reports only data on materials used for packaging. Data for other materials are excluded due to the collection system is under development. This data will be reported in the next 3-5 years.
- 2 Information on energy consumption outside the organization is currently unavailable, due to the data collection system is under development. This data will be reported in the next 3-5 years.
- 3 Data is not available due to the collection system is under development. This data will be reported in the next 3-5 years.



GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Water and Effluents 2018									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 212-213 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.7.1			
GRI 303	303-1 Interactions with water as a shared resource	page 214-223				13.7.2	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5		
GRI 303	303-2 Management of water discharge-related impacts	page 214-223				13.7.3	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5		
GRI 303	303-3 Water withdrawal	Sustainability Performance Report 2023				13.7.4	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E13		☑
GRI 303	303-4 Water discharge	page 216-217 Sustainability Performance Report 2023	303-4-d-iii	Information unavailable	See remark 4 on this page	13.7.5	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5		☑
GRI 303	303-5 Water consumption	page 216-217 Sustainability Performance Report 2023				13.7.6	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E13		☑
Biodiversity 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 224-225 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.3.1			
						13.4.1			
						13.23.1			
GRI 304	304-1 Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	page 228-229 Biodiversity (TNFD) Report 2023				13.3.2	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E15, E16		
GRI 304	304-2 Significant impacts of activities, products, and services on biodiversity	page 228-229 Biodiversity (TNFD) Report 2023				13.3.3	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5		
GRI 304	304-3 Habitats protected or restored	page 232-233 Biodiversity (TNFD) Report 2023				13.3.4	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E17		
GRI 304	304-4 IUCN Red List species and national conservation list species with habitats in areas affected by operations	Page 228-229				13.3.5			

Remark:

4 The data on the number of incidents of non-compliance with discharge limits is currently unavailable. The data collection system is under development. This data will be reported in the next 1-2 years.

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Emissions 2016⁽¹⁾									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 178-179 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.1.1		S1 27 S1 30 S2 29	
GRI 305	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	page 192-193 Sustainability Performance Report 2023	b	Information Unavailable	See remark 5 on this page	13.1.2	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E6	S2 29 S1 B29-30 S2 B20 S2 B21 S2 B22 S2 B27 S2 B38-57 S2 BC81	☑
GRI 305	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	page 192-193 Sustainability Performance Report 2023				13.1.3	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E6	S2 29 S2 B20 S2 B21 S2 B22 S2 B27 S2 B29 S2 B31 S2 B38-57 S2 BC81	☑
GRI 305	305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions	page 192-193 Sustainability Performance Report 2023				13.1.4	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E7, E7.1	S2 29 S2 B20 S2 B21 S2 B22 S2 B29 S1 B29-30 S2 B38-57 S2 BC81	☑
GRI 305	305-4 GHG emissions intensity	page 192-193 Sustainability Performance Report 2023				13.1.5	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5		
GRI 305	305-5 Reduction of GHG emissions	page 192-193 Sustainability Performance Report 2023				13.1.6	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5		
GRI 305	305-6 Emissions of ozone-depleting substances (ODS)		a, b, c, d	Information Unavailable	See remark 6 on this page	13.1.7	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5		
GRI 305	305-7 Nitrogen oxides (NOx), Sulfur oxides (SOx), and other significant air emissions	Sustainability Performance Report 2023	NOx, SOx, POP, HAP, and PM	Information Unavailable	See remark 7 on this page	13.1.8	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E18		☑ (VOCs)

Remark:

5 C.P. Group's GHG emission data cover only CO2, CH4, SF6, N2O, refrigerant leak, flaring, fire extinguishing agents, CH4 from wastewater treatment, and landfill waste within operating areas of business groups of C.P. Group. The reporting data excluded GHG emissions from septic tank and industrial welding. This calculation excludes all kinds of fugitives and leaks, as well as combustion at flare stacks originating from CPF. C.P. Group's will integrate these requirements into data collection system and will report the data in the next 3-5 years.

6 Data is not available due to the collection system is under development. This data will be reported in the next 3-5 years.

7 In 2023, C.P. Group reports only VOC data. For data of NOx and SOx will be included in the data collection, which will be reported in 2024. While, data of POP, HAP, and PM will also be integrated into the data collection system, and will be reported in the next 3-5 years.



GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Waste 2020									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 200-201 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.8.1 13.9.1			
GRI 306	306-1 Waste generation and significant waste-related impacts	page 204-209				13.8.2	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5		
GRI 306	306-2 Management of significant waste-related impacts	page 204-209				13.8.3	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5		
GRI 306	306-3 Waste generated	page 204-209 Sustainability Performance Report 2023	Electronic waste from Ascend group	Information unavailable	See remark 8 on this page	13.8.4	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E19		☑
			Waste data from ALLNOW Group only included data from ALLNOW Complex						
GRI 306	306-4 Waste diverted from disposal	page 204-209 Sustainability Performance Report 2023	d	Information Unavailable	See remark 9 on this page	13.8.5 13.9.2	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E20		☑
GRI 306	306-5 Waste directed to disposal	page 204-209 Sustainability Performance Report 2023	d	Information Unavailable	See remark 10 on this page	13.8.6	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E20		☑
Supplier Environmental Assessment 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 240-241 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023							
GRI 308	308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria	page 246-247 Sustainability Performance Report 2023							☑
GRI 308	308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	page 246-247 Sustainability Performance Report 2023							
Employment 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 76-77 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.20.1			

Remark:

8 Data is not available due to the collection system is under development. Data will be reported in the next 1-2 years.

9 Data is not categorized into onsite and offsite. The categorization will be integrated into the data collection system. Data will be reported in the next 1-2 years

10 Data is not categorized into onsite and offsite. The categorization will be integrated into the data collection system. Data will be reported in the next 1-2 years.

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Employment 2016									
GRI 401	401-1 New employee hires and employee turnover	page 104-105 Sustainability Performance Report 2023	a, b	Information Unavailable	See remark 11 on this page				
GRI 401	401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	page 82-83 C.P. Group website: Human Rights and Labor Practices							
GRI 401	401-3 Parental leave	page 82-83 Sustainability Performance Report 2023							
Labor / Management Relations 2016									
GRI 402	402-1 Minimum notice periods regarding operational changes	At C.P. Group, minimum notice periods regarding operational changes is 30 days in advance.				13.15.5			
Occupational Health and Safety 2018									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 76-77 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.19.1			
GRI 403	403-1 Occupational Health and Safety Management System	page 86-87				13.19.2	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L13		
GRI 403	403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	page 86-87				13.19.3	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		
GRI 403	403-3 Occupational health services	page 86-87			See remark 12 on this page	13.19.4	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		
GRI 403	403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	C.P. Group highly values workers engagement, even the amid of COVID-19 pandemic. C.P. Group communicates with worker regarding occupational health and safety on regular basis to ensure that highest occupational health and safety standards are uphold. In case of uncertainty, C.P. Group has consultation channels for workers to file questions.				13.19.5	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		

Remark:

11 Data is not available due to the collection system is under development. Data will be reported in the next 1-2 years.

12 C.P. Group has the system in place to protect confidentiality data on employees' health, however, this data is not disclosed yet, we will report this data in the next 1-2 years.



GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Occupational Health and Safety 2018									
GRI 403	403-5 Worker training on occupational health and safety	page 86-87 C.P. Group website: Human Rights and Labor Practices				13.19.6	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		
GRI 403	403-6 Promotion of worker health	page 86-87	a, b	Information Unavailable	See remark 13 on this page	13.19.7	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		
GRI 403	403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	page 86-87				13.19.8	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		
GRI 403	403-8 Workers covered by an occupational health and safety management system		a, b, c	Not applicable	See remark 13 on this page	13.19.9	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		
GRI 403	403-9 Work-related injuries	page 88-89 Sustainability Performance Report 2023	The number and hour worked of small distributors are excluded	Information Unavailable	See remark 14 on this page	13.19.10	L1, L2, L3, L4, L5, L9, L10, L11, L12		☑
GRI 403	403-10 Work-related ill health	Sustainability Performance Report 2023				13.19.11	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		☑
Training and Education 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 100-101 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023							
GRI 404	404-1 Average hours of training per year per employee	page 108-109 Sustainability Performance Report 2023							
GRI 404	404-2 Program for upgrading employee skills and transition assistance	page 106-109 Sustainability Performance Report 2023							
GRI 404	404-3 Percentage of employees receiving regulation performance and career development reviews	page 110-111 Sustainability Performance Report 2023							

Remark:

13 Data is not available due to the collection system is under development. Data will be reported in the next 1-2 years.

14 The scope of work-related injuries for workers excluded third's party consultants, delivery staff members and drivers of external agencies, student trainees or visitors because information was not available for CPF data. Also, the number and hour worked of small distributors are excluded.

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Diversity and Equal Opportunity 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 76-77 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.15.1			
GRI 405	405-1 Diversity of governance bodies and employees	C.P. Group's Board of Director consists of 11 members, of which 10 members are non-independent directors, and 1 is executive directors. A total of 100% of members are male. However, C.P. Group does not discriminate from having female director, and this has been stated in CG Policy, which is internal document.				13.15.2	G11		
GRI 405	405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men	Sustainability Performance Report 2023	a, b	Confidentiality constraints	The information is internally confidential information	13.15.3	L8		
Non-discrimination 2016									
GRI 406	406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken	C.P. Group website: Corporate Governance				13.15.4 13.18.1	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		
Freedom of Association and Collective Bargaining 2016									
GRI 407	407-1 Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk	As stated in C.P. Group's Code of Conduct, human Rights and Labor Practices Policy and Guidelines, and Supplier Code of Conduct, employees, suppliers and contractors have the rights to freely exercise their rights and participate in any collective bargaining in accordance with legal procedures in the applicable jurisdiction.				13.18.2	L1, L2, L3, L4, L5, L12, L13		



GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Child Labor 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 76-77 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.17.1			
GRI 408	408-1 Operations and suppliers at significant risk for incident of child labor	page 74-75, 80-81				13.17.2	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		
Forces or Compulsory Labor 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 76-77 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.16.1			
GRI 409	409-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	page 74-75, 80-81				13.16.2	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		
Security Practices 2016									
GRI 410	410-1 Security personnel trained in human rights policies or procedures		a, b	Not applicable	See remark 15 on this page				
Rights of Indigenous Peoples 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 76-77 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.14.1			
GRI 411	411-1 Incidents of violations involving rights of indigenous people	page 74-75, 80-81				13.14.2			
Local Communities 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 134-135 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.12.1			
GRI 413	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	page 136-145				13.12.2			
GRI 413	413-2 Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	page 136-145				13.12.3			

Remark:

15 C.P. Group operates in industries where security functions are generally outsourced to third-party service providers. These third-party security service providers are responsible for the recruitment, training, and management of their personnel, including compliance with human rights policies and procedures. Whereas, C.P. Group includes requirements to uphold ESG principles in their activities within in the contract, e.g. human rights protection, safety standards, and environmental protection. Consequently, this indicator is not applicable to C.P. Group's business operations.

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Supplier Social Assessment 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 240-241 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023							
GRI 414	414-1 New suppliers that were screened using social criteria	page 246-247 Sustainability Performance Report 2023							<input checked="" type="checkbox"/>
GRI 414	414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken	page 246-247 Sustainability Performance Report 2023							
Public Policy 2016									
GRI 415	415-1 Political contributions	page 56-58 C.P. Group website: Stakeholder Engagement				13.24.1 13.24.2			
Customer Health and Safety 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 148-149 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.10.1 13.11.1			
GRI 416	416-1 Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	page 150-155				13.10.2 13.10.4			
GRI 416	416-2 Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services	C.P. Group website: Health and Well-being				13.10.3 13.10.5			
Marketing and Labelling 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 122-123 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023							
GRI 417	417-1 Requirements for product and service information and labeling	page 130-131							
GRI 417	417-2 Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling	page 74-75 C.P. Group website: Corporate Governance							
GRI 417	417-3 Incidents of non-compliance concerning marketing communications	page 74-75 C.P. Group website: Corporate Governance							



GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Customer Privacy 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 122-123 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023							
GRI 418	418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	page 74-75 C.P. Group website: Corporate Governance Cybersecurity and Data Protection							

Omission Table for Sector Standard GRI 13: Agriculture, Aquaculture and Fishing Sector 2022

Topic	Explanation
GRI 13: Agriculture, Aquaculture and Fishing Sectors 2022	
13.5 Soil Health	C.P. Group has determined that soil health is not a material issue for our operations. Our business model focuses on advanced technological farming methods and controlled environments, reducing reliance on traditional soil-based agriculture and minimizing soil health impacts. We comply with local and international agricultural regulations to ensure our practices do not adversely affect soil quality. Moreover, our commitment to sustainable farming practices, such as precision agriculture and hydroponics, further mitigates the impact on soil health. Given these factors, soil health has not been prioritized as a material issue. However, we remain vigilant and responsive to any emerging concerns or changes that may require reassessment.
13.6 Pesticides Use	C.P. Group has been actively working to minimize pesticide use and promote sustainable agricultural practices. Policies to eliminate pesticides use, both within the company and suppliers, have been announced and monitored the performance closely. Hence, the pesticides use is not C.P. Group material issues.
13.13 Land and Resource Rights	C.P. Group has determined that land and resources rights are not a material issue within the context of our operations and stakeholder engagement. Our business model primarily focuses on integrated agro-industrial and food conglomerate activities, involving advanced technological farming methods and controlled environments. As a result, our land use is primarily confined to areas specifically allocated for these purposes, minimizing potential conflicts over land and resource rights. We operate in strict adherence to local and international regulations concerning land use and resource rights, ensuring that all our land acquisitions and usages are legally compliant and ethically managed, reducing the risk of disputes or adverse impacts on local communities.
13.21 Living Income and Living Wage	C.P. Group's compensation and benefits packages are designed to exceed the legal minimum wage requirements in all regions where we operate, ensuring that our employees receive fair and competitive remuneration. We adhere to strict labor laws and international standards, providing wages that support a decent standard of living. Our commitment to employee development, health, and safety further ensures that our workforce is well-supported beyond just wages. Given these factors, living income and living wage have not been prioritized as material issues. Nevertheless, we remain committed to continuous improvement and regularly review our compensation practices to meet evolving standards and expectations.



การรับรองจากหน่วยงานภายนอก



LRQA Independent Assurance Statement

Relating to Charoen Pokphand Group Company Limited's Sustainability Report for the calendar year 2023

This Assurance Statement has been prepared for Charoen Pokphand Group Co, Ltd in accordance with our contract but is intended for the readers of this Report.

Terms of engagement

LRQA was commissioned by Charoen Pokphand Group Co, Ltd (CPG) to provide independent assurance on its Sustainability Report for the calendar year 2023 ("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 v3³ for type 2 assurance²

Our assurance engagement covered only CPG's global operations and specifically the following requirements:

- Confirming that the report is
 - adhering to the AccountAbility Principles (AA1000AP (2018))
 - in accordance with GRI Standard (2021)^b and GRI 13: Agriculture, Aquaculture and Fishing Sectors 2022.
- Reviewing the integrity of CPG's GRI 2-24 Embedding policy commitment, GRI 2-25 Processes to remediate negative impacts, and GRI 2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns.
- Evaluating the reliability of data and information for only the selected indicators listed below:
 - GRI 203-2 Significant indirect economic impacts (for Social Return of Investment of "The Scholarships for Students under the Royal Patronage Project (Support HRH Project)" only), GRI 301-1 Packaging Materials used by weight, GRI 302-1 Energy consumption within the organization, GRI 305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions^{(1) c}, GRI 305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions, GRI 305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions^c - excluded cat.8 & cat.14 which are not relevant, GRI 305-7 significant air emissions (Limited to VOCs emission only), GRI 303-3 Water withdrawal, GRI 303-4 Water discharge, GRI 303-5 Water consumption, GRI 306-3 Waste generated⁽²⁾, GRI 306-4 Waste diverted from disposal⁽²⁾, GRI 306-5 Waste directed to disposal⁽²⁾, Food loss and food waste, GRI 403-9 Work-related injuries⁽³⁾, GRI 403-10 Work-related ill health, GRI 308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria, and GRI 414-1 New suppliers that were screened using social criteria.

Notes:

1. Reporting scope of direct GHG emission excluded emission from septic tanks and CO₂ used for industrial welding from all CPG operations, flaring of biogas and all vented from CPF.
2. Reporting scope of waste generated, and disposal excluded electronic waste from Ascend Group. Waste data from ALLNOW Group is limited to ALLNOW Complex only.
3. Reporting scope of work-related injuries does not include third party consultants, delivery staff members & drivers of external agencies, student trainees and visitors of CPF and small distributors of CPG operations.

The information for these selected indicators is available at <https://www.cpgroupglobal.com/storage/document/additional-topic-specific-reports/2023/sustainability-performance-report-2023-en.pdf>

LRQA's responsibility is only to CPG. LRQA disclaims any liability or responsibility to others as explained in the end footnote. CPG'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 CPG.

LRQA's Opinion

Based on LRQA's approach nothing has come to our attention that would cause us to believe that CPG 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 assurance engagement is less than for a high level 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 level assurance engagement been performed.

LRQA's approach

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



- Assessing CPG's approach to stakeholder engagement to confirm that issues raised by stakeholders were captured correctly. We did this by reviewing documents and associated records.
- Reviewing CPG's process for identifying and determining material issues to confirm that the right issues, with no bias, were included in their Report and updated overtime.
- Auditing CPG'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 processes and systems, including collaborating information from third party assurance engagements done for CPG subsidiaries included CPF (Global), CPAll and True Corp.
- Sampling evidence presented during verification for some selected business units to confirm the reliability of the selected indicators. We also spoke with key people in various facilities responsible for compiling the data and drafting the Report.
- Visiting some sites of CPG's subsidiaries operation in People's Republic of China and Thailand to verify data and information (i.e. Perfect Companion Group Co., Ltd. (Pet Food), C.P. Starlanes Co., Ltd., Khao C.P. Co., Ltd. (Supanburi), Dynamic Transport Co., Ltd., True Internet Data Center Co., Ltd. (Bangna), C.P. LAND Public Company Limited (North Park Tower), Leadership Development Charoen Pokphand Group Co., Ltd., Altermiv Co., Ltd. (True Digital Park), CP Poly-Industry Co., Ltd. (Sikhio), Chia Tai Co., Ltd. (Om Noi), Kasetphand Industry Co., Ltd., Chengdu Chia Tai, Sichuan C.P. Egg Industry, Chengdu Chia Tai C.P. Trading Chain Store, Fuzhou Da Fu Co., Ltd., Fujian Chia Tai Agricultural and Animal, Fujian C.P. Livestock Co., Ltd., Chia Tai Food (Yiwu), Jiangsu Chia Tai Suken Pig Industry, and Shanghai Zhengyi Machinery Engineering Technology Manufacturing.)
- Verifying remotely, via ICT platforms, data and information at the selected sites of CPG's subsidiaries operation in People's Republic of China, Thailand, Bangladesh and Myanmar (i.e. C.P. LAND Public Company Limited (Fortune Saengchan Beach), ALL NOW Group, K.S.P. Equipment Co., Ltd., Advance Pharma Co., Ltd., C.P. Bangladesh Co., Ltd. (Dhaka Feed Mill), C.P. Bangladesh Co., Ltd. (Valuka Hatchery), C.P. Food (Hengshui), Shandong Chia Tai Linghua Biological Technology, Myanmar C.P. Livestock Co., Ltd. (Yangon 1 Feedmill) and Myanmar C.P. Livestock Co., Ltd. (Yangon Hatchery))

Note: LRQA did not verify the data back to its original sources, nor did it assess the accuracy and completeness of the data reported by individual locations.

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 CPG's engagement process.
- Materiality: We are not aware of any material aspects, concerning sustainability performance, that have been excluded from the Report.
- Responsiveness: CPG has processes for responding to various stakeholder groups. We believe that these communication processes are effective in explaining CPG's aim in contributing towards sustainable development. However, CPG should extend its reporting scope of direct GHG emissions to cover all emission sources and extend reporting scope of significant air emission to cover all applicable gases, e.g. PM, SO_x, NO_x, ODS, etc.
- Impact: CPG has implemented processes to measure, evaluate and manage impact(s) relevant to its material issues.
- Reliability: CPG should carry out rigorous and systematic internal verifications, at both the corporate level and across each business unit, especially those which are not third-party verified, as this will improve the reliability of reported data and information. Also, CPG should maintain, and extend, its third-party verification at subsidiary companies, since CPG now includes this 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, together with verification for CPG subsidiaries are the only works undertaken by LRQA for CPG and as such does not compromise our independence or impartiality.

Signed

Paveena Hengsrirawat

LRQA Lead Verifier

On behalf of LRQA (Thailand) Limited

No.252/123, Muang Thai – Phatra Complex Tower B, 26th Floor, Unit 252/123 (C),

Ratchadaphisek Road, Huaykwang Sub-District, Huaykwang District,

Bangkok, 10310 Thailand

LRQA Reference: BGK00001060

LRQA, 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 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, 2024

9th July 2024

^a <https://www.accountability.org/standards/aa1000-assurance-standard/>

^b <https://www.globalreporting.org/standards>

^c GHG quantification is subject to inherent uncertainty.

For a Better
Tomorrow



บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด

อาคารทรู ทาวเวอร์ 18 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

โทรศัพท์: +66(0)-2766-8000

อีเมล: propgroup@cp.co.th

เว็บไซต์: www.cpgroupglobal.com