



เพื่อพรุ่งนี้ ที่ดีกว่า

Making Today a Better Tomorrow



เครือเจริญโภคภัณฑ์
รายงานความยั่งยืนประจำปี 2565

เครือเจริญโภคภัณฑ์
รายงานความยั่งยืน
ประจำปี 2565



สารบัญ

บทนำ	2	การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน	28
สารจากผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์		การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน	30
สารจากประธานอาวุโส	4	บริบทการดำเนินงาน	34
สารจากประธานกรรมการ	6	การวิเคราะห์ผลกระทบภายนอก	36
สารจากประธานคณะผู้บริหาร	8	การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย	40
สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ	10	การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	44
ความคืบหน้าการดำเนินงานสู่เป้าหมายความยั่งยืน เครือฯ ปี 2573	12	กลยุทธ์และเป้าหมายความยั่งยืน	48
รางวัลและความภาคภูมิใจ ปี 2565	14	กระบวนการสร้างคุณค่า	50
เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	16	การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน	52
รู้จักเครือเจริญโภคภัณฑ์	18	นโยบายและกรอบการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง ความยั่งยืน	54
ท่วงโซ่คุณค่าของเครือเจริญโภคภัณฑ์	20	ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	56
ภาพรวมธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์	22		
ค่านิยมองค์กร 6 ประการ	24		
โครงการซีพีเพื่อความยั่งยืน ประจำปี 2565	26		

Heart: Living Right**58**

การกำกับดูแลกิจการ	62
สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน	74
การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ	88
การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล	98
ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล	108

Health: Living Well**114**

สุขภาพและสุขภาวะที่ดี	118
คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ให้แก่สังคม	130
ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ	142
การบริหารจัดการนวัตกรรม	150
การสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย	162

Home: Living Together**170**

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	174
ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน	192
การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ	204
การปกป้องระบบนิเวศ และความหลากหลาย ทางชีวภาพ	214
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	230
ภาคผนวก	238
ขอบเขตการรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2565	240
GRI CONTENT INDEX	242
การรับรองจากหน่วยงานภายนอก	256



สารจากประธานอาวุโส

Message from THE SENIOR CHAIRMAN



ปี 2565 นับเป็นปีที่สถานการณ์โรคระบาด COVID-19 ในหลายประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยเริ่มคลี่คลายไปในทิศทางที่ดีขึ้น และได้รับการคาดการณ์ว่าจะสามารถกลับเข้าสู่ภาวะปกติในอนาคตรวดเร็ว ตลอดเวลาที่ผ่านมา เครือเจริญโภคภัณฑ์ เรียนรู้ที่จะปรับตัวและเตรียมองค์กรให้พร้อมรับมือกับทุกวิกฤตสถานการณ์ ด้วยการยึดมั่นต่อหลักค่านิยมองค์กร 6 ประการ นำมาบูรณาการให้เกิดผลสำเร็จในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมท่ามกลางวิกฤตโรคระบาด เมื่อการเว้นระยะห่างทางสังคมทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน เครือเจริญโภคภัณฑ์ก็สามารถปรับวิธีการดำเนินงานตลอดทั้งองคาพยพ สร้างสรรค์ธุรกิจให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ค่านิยมองค์กร จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยผลักดันให้เครือเจริญโภคภัณฑ์สามารถเติบโตขึ้นได้อย่างแข็งแกร่งยั่งยืน

กว่าหนึ่งร้อยปีที่ผ่านมามีเครือเจริญโภคภัณฑ์ ผ่านวิกฤตสถานการณ์มาแล้วนับครั้งไม่ถ้วน ทั้งโรคระบาด การเมืองเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ต่างล้วนเป็นบททดสอบที่เครือเจริญโภคภัณฑ์จำเป็นต้องเรียนรู้ด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจเพื่อสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นในทุกมิติ อย่างไรก็ตาม เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความตระหนักรู้เสมอว่ารากฐานแท้จริงของความยั่งยืนนั้นเกิดจากประเทศชาติที่มีความผาสุกร่มเย็น นับเป็นความโชคดีของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่ได้รับโอกาสให้ดำเนินธุรกิจภายใต้ร่มพระบรมโพธิสมภารอยู่ในราชอาณาจักรไทย ผืนแผ่นดินที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยแหล่งทรัพยากรเป็นอู่ข้าวอู่น้ำจนได้รับการขนานนามว่า “ครัวของโลก” จึงเป็นภาระหน้าที่แห่งตนที่เครือเจริญโภคภัณฑ์และพนักงานทุกคนจะต้องตอบแทนบุญคุณของแผ่นดิน

“ เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้ปรับวิธีการดำเนินงานตลอดทั้งองคาพยพ สร้างสรรค์ธุรกิจให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ค่านิยมองค์กร จึงถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยผลักดันให้เครือเจริญโภคภัณฑ์สามารถเติบโตขึ้นได้อย่างแข็งแกร่งยั่งยืน ”

สุดท้ายนี้ ผมในนามของบริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด ขอขอบคุณผู้มีส่วนได้เสียทุกท่านที่ให้ความเชื่อมั่นและสนับสนุนการดำเนินงานของเครือเจริญโภคภัณฑ์ด้วยดีเสมอมา ขอขอบคุณผู้บริหารและพนักงานในความมุ่งมั่นพยายามนำพาเครือเจริญโภคภัณฑ์ พันฝ่าวิกฤตในทุกสถานการณ์ สามารถก้าวขึ้นเป็นบริษัทชั้นนำระดับโลกได้อย่างมั่นคงยั่งยืน เพื่อสร้างสรรค์คุณค่าและประโยชน์ให้เกิดขึ้นกับประเทศชาติและประชาชนต่อไป



นายณินท์ เจียรวนนท์

ประธานอาวุโส

เครือเจริญโภคภัณฑ์

สารจากประธานกรรมการ

Message from THE CHAIRMAN



ตลอดระยะเวลากว่า 2 ปีที่โลกและเครือเจริญโภคภัณฑ์ เผชิญกับความท้าทายและบททดสอบต่าง ๆ มากมายอย่างต่อเนื่อง จากวิกฤต COVID-19 สู่ปัญหาห่วงโซ่อุปทาน ความขัดแย้งด้านภูมิรัฐศาสตร์ ปัญหาเงินเฟ้อ ปัญหาโลกร้อน และในหลายประเทศทั่วโลกกำลังเผชิญกับปัญหาความมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน ช่วงเวลานี้เป็นช่วงเวลาที่เราได้ทบทวน ปรับตัว สร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนให้กับธุรกิจด้วยการสรรหาและพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ที่ดีและเก่ง ตลอดจนนำเอานวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการแก้ปัญหา สร้างโอกาสในวิกฤตและพัฒนาตนเอง เพื่อวางรากฐานสำคัญในด้านต่าง ๆ เตรียมความพร้อมก้าวสู่ศตวรรษที่ 2 ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ไปพร้อมกับโลกที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา เครือเจริญโภคภัณฑ์ยึดมั่นในค่านิยม 6 ประการ อันได้แก่ ปรัชญา 3 ประโยชน์คือการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างประโยชน์ให้กับประเทศชาติ ประชาชนและบริษัท การยอมรับความเปลี่ยนแปลง การทำเร็วและมีคุณภาพ โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีอันทันสมัยมาทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย อีกทั้งการดำเนินธุรกิจด้วยคุณธรรมและความซื่อสัตย์ ค่านิยมทั้ง 6 ประการนี้ช่วยให้เราสามารถปรับตัวปรับแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ เปลี่ยนแปลงและพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนมาได้จนถึงปัจจุบัน และเป็นค่านิยมที่เราจะยึดมั่นอย่างมั่นคงต่อไป เพื่อก้าวข้ามความท้าทายที่กำลังเกิดขึ้นอย่างครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้ยุทธศาสตร์ความยั่งยืนและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 2573 ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในทุกกิจกรรมการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งพิจารณาความเสี่ยงและโอกาสต่าง ๆ โดยคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน เสรีภาพขั้นพื้นฐานและการมีส่วนร่วมของบุคลากร ผู้ประกอบการรายย่อยและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในสังคม

ในปัจจุบัน เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการศึกษาและพัฒนาความร่วมมือกับพันธมิตรจากหลากหลายภาคส่วนทั้งในประเทศไทยและทั่วโลกในการคิดค้นนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ ความมั่นคงทางพลังงาน ความมั่นคงด้านอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ ซึ่งเครือเจริญโภคภัณฑ์มีความมุ่งมั่น

“ เราได้ทบทวน ปรับตัว สร้างความเข้มแข็ง และความยั่งยืนให้กับธุรกิจด้วยการสรรหาและพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ที่ดีและเก่ง ตลอดจนนำเอานวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการแก้ปัญหา สร้างโอกาสในวิกฤตและพัฒนาตนเอง เพื่อวางรากฐานสำคัญในด้านต่าง ๆ ”

ตั้งใจและพยายามที่จะแก้ไขและป้องกันให้ดีที่สุด เพื่อการมีส่วนร่วมยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ ในปี 2565 ความมุ่งมั่นและความร่วมแรงร่วมใจของผู้บริหารและเพื่อนพนักงานในการสร้างองค์กรที่มีความมั่นคงและยั่งยืน ทำให้เครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นที่ยอมรับและได้รับการยกย่องโดยสถาบันระดับโลก กล่าวคือ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้รับการคัดเลือกให้เป็นสมาชิกใน The Sustainability Yearbook 2023 ของ S&P Global และได้รับการพิจารณาให้เป็นบริษัทที่มีจริยธรรมมากที่สุดในโลกจากสถาบัน Ethisphere

ในนามของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ผมขอขอบพระคุณ ผู้บริหารอาวุโส คณะกรรมการ ผู้บริหาร และเพื่อนพนักงานทุกท่าน ผู้เป็นกำลังสำคัญในการสร้างเครือเจริญโภคภัณฑ์ให้เป็นองค์กรที่มีความมั่นคง เข้มแข็งและยั่งยืน สามารถก้าวข้ามความท้าทายต่าง ๆ มาโดยตลอด ทั้งนี้ผมหวังว่าด้วยความพลังความร่วมมือร่วมใจของเรา ผนึกกับพลังและความรู้ความสามารถของผู้รุ่นใหม่ที่ดีและเก่ง ทุกคนจะสามารถสร้างความยั่งยืน สร้าง “พรุ่งนี้ ที่ดีกว่า” ให้กับโลก ประเทศชาติ ประชาชน สังคม และชุมชนต่อไปสู่ศตวรรษหน้า



นายสุกิต เจียรนนท์

ประธานกรรมการ

เครือเจริญโภคภัณฑ์

สารจากประธานคณะกรรมการบริหาร

Message from THE CEO



ในปี 2565 เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการฟื้นตัวทางธุรกิจ ส่วนหนึ่งเป็นผลจากความรุนแรงของการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ลดลง การผ่อนคลายการเดินทางของหลาย ๆ ประเทศ และจากการที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางธุรกิจให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงของโลก ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ปัจจุบันทุกประเทศทั่วโลกกำลังเผชิญกับความท้าทายที่เป็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลก หรือ Global Megatrends ซึ่งมีด้วยกัน 6 ด้าน ได้แก่ 1. ความเหลื่อมล้ำ 2. การเปลี่ยนสู่ดิจิทัลและพลังงาน 3. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 4. ภาวะเงินเฟ้อรุนแรง 5. โลกสองขั้วอำนาจ และ 6. การเผชิญในเรื่องสุขภาพและโรคระบาด เครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นหนึ่งในองค์กรที่มีการปรับแผนกลยุทธ์และการดำเนินธุรกิจให้รับมือกับความท้าทายดังกล่าว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และเพื่อส่งมอบคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่ประเทศชาติ ประชาชน พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน

นอกเหนือจากการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 2573 ที่ครอบคลุมทั้ง 3 มิติของความยั่งยืนแล้ว เครือฯ ได้ยกระดับการดำเนินงาน โดยมุ่งเน้นไปที่ 3 เป้าหมายหลักที่มีความท้าทายสูง คือ 1. การมุ่งมั่นเป็นองค์กรที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593 2. การลดขยะอาหารและของเสียเป็นศูนย์ภายในปี 2573 และ 3. การลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม โดยมุ่งเน้นผ่านการพัฒนาการศึกษาเพื่อให้ทุกเพศ ทุกวัย สามารถเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพได้อย่างเท่าเทียม นอกจากนี้ ยังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ และเข้าถึงได้ง่าย เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของทุกคน เพราะเครือฯ เชื่อมั่นว่า การทำธุรกิจต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม ต้องคิดไปพร้อมกับ

การตั้งเป้าหมายความยั่งยืน ในการร่วมเป็นส่วนหนึ่งในประชาคมโลกในการหาแนวทางแก้ไข และลดผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ทุกประเทศและทุกคนต้องทำร่วมกัน

เป้าหมายประการแรก คือ การมุ่งสู่การเป็นองค์กรที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ถือเป็นภารกิจสำคัญที่ยิ่งใหญ่ของเครือฯ เราได้กำหนดเป้าหมายฯ ที่สอดคล้องกับเป้าหมายของข้อตกลงปารีส (Paris Agreement) โดยอยู่บนพื้นฐานของหลักการทางวิทยาศาสตร์ หรือ SBTi นอกจากนี้ เครือฯ ได้เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทางเลือกเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจ ด้วยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ตั้งแต่กระบวนการคิดค้น การออกแบบ การผลิต การขนส่ง และการให้บริการเพื่อลดผลกระทบตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และที่มากไปกว่านี้ เครือฯ ได้ร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตรจากภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อสร้างผลกระทบในเชิงกว้าง และเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ยั่งยืนและมีคุณค่า อาทิ การรวบรวมความร่วมมือการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact หรือ UN Global Compact) ภาวเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum) และสภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (World Business Council on Sustainable Development หรือ WBCSD)

เป้าหมายที่สอง คือ การลดขยะอาหารและของเสียเป็นศูนย์ภายในปี 2573 เครือฯ มุ่งเน้นไปที่การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน ลดการพึ่งพาทรัพยากรทางธรรมชาติ เพิ่มสัดส่วนการใช้ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ เพื่อส่งมอบอาหารส่วนเกินให้แก่กลุ่มเปราะบาง

เป้าหมายที่สาม คือ การลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม เรามุ่งเน้นไปที่การให้ความสำคัญกับเรื่องของ “การศึกษา” สนับสนุนส่งเสริมให้มีการพัฒนาระบบการศึกษาเพื่อให้ทุกเพศทุกวัยสามารถเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพได้อย่างเท่าเทียม นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพดียิ่งขึ้น เข้าถึงได้ง่าย เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของทุกคน

“การกำหนดยุทธศาสตร์ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม ต้องคิดไปพร้อมกับการตั้งเป้าหมายความยั่งยืน ในการร่วมเป็นส่วนหนึ่งในประชาคมโลกในการหาแนวทางแก้ไข และลดผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมที่ทุกประเทศและทุกคนต้องทำร่วมกัน”

ปี 2565 นับเป็นอีกปีแห่งความสำเร็จในด้านความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยได้เข้าร่วมการประเมินด้านความยั่งยืนของ S&P Global และได้รับการจัดอันดับให้เป็นที่ 3 ในกลุ่มอุตสาหกรรม Industrial Conglomerate โดยได้คะแนนสูงสุดในมิติด้านสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังได้รับการประเมินด้านการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจาก CDP (หรือเป็นที่รู้จักในชื่อ Carbon Disclosure Project) ซึ่งเป็นองค์กรเพื่อสาธารณประโยชน์ด้านบริหารการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ระดับ A- ความสำเร็จเหล่านี้ตอกย้ำให้เราต้องก้าวต่อไปเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นให้กับโลกของเรา

สุดท้ายนี้ ผมขอขอบคุณผู้บริหารและพนักงานทุกท่านที่ทุ่มเทกำลังอย่างเต็มความสามารถ ในการช่วยกันขับเคลื่อนเครือฯ ผ่านด้านความท้าทายครั้งสำคัญอีกครั้งหนึ่ง รวมถึงขอขอบคุณผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ในการสร้างความร่วมมือหาแนวทางการแก้ปัญหาและสร้างประโยชน์ให้กับโลกใบนี้อย่างยั่งยืน เพราะเราไม่สามารถทำเพียงลำพังได้ ต้องอาศัยความร่วมมือเชื่อมโยงทุกคนเพื่อสร้าง “วันพรุ่งนี้ ที่ดีกว่า” ไปด้วยกัน



นายสุภชัย เจียรวนนท์

ประธานคณะผู้บริหาร

เครือเจริญโภคภัณฑ์

สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ

Creating a Better Heart

รายได้รวม

2,902,000

ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับพนักงานทั้งหมด

223,207

ล้านบาท

100%

สัดส่วนของพนักงานที่ผ่านการอบรมด้านจรรยาบรรณธุรกิจ

จำนวนข้อร้องเรียนที่ยังคงอยู่ระหว่างการดำเนินงาน

(ข้อร้องเรียนที่ได้รับผ่านช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนของเครือฯ)

5 กรณี

สัดส่วนของพนักงานหญิงทั้งหมด

51.24%

จำนวนชั่วโมงการอบรมของพนักงานทั้งหมด

8,213,153

ชั่วโมง

สัดส่วนของกลุ่มธุรกิจที่ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

100%

จำนวนภัยคุกคามทางไซเบอร์

0 กรณี

จำนวนพนักงานที่ได้รับการโปรโมทในสายงานอาชีพ

52,544 คน

จำนวนคนทั่วโลกที่ได้รับโอกาสเข้าถึงการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีพผ่านการสนับสนุนของเครือฯ

45,522,730 คน

(ทั้งรูปแบบ Online และ Offline)

Establishing a **Better Health**

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมความรู้ ความสามารถ และให้การสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ให้แก่ สังคม และชุมชน เพื่อยกระดับความเป็นอยู่ที่ดีพร้อมกับลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม โดยมีกลุ่มที่ได้รับการส่งเสริม และสนับสนุน ดังนี้

เกษตรกร
1,061,524
คน

ผู้ประกอบการรายย่อย
892,715
คน

กลุ่มเปราะบาง
192,525
คน

ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและ
สุขภาวะที่ดี **901** ผลิตภัณฑ์

สัดส่วนของผลิตภัณฑ์ที่มี
การสื่อสารอย่างชัดเจน
และโปร่งใส
43.2%

ค่าใช้จ่ายใน
การวิจัยและพัฒนา
28,753
ล้านบาท



มูลค่าการสร้างคุณค่า
และประโยชน์แก่สังคม
715,200
ล้านบาท

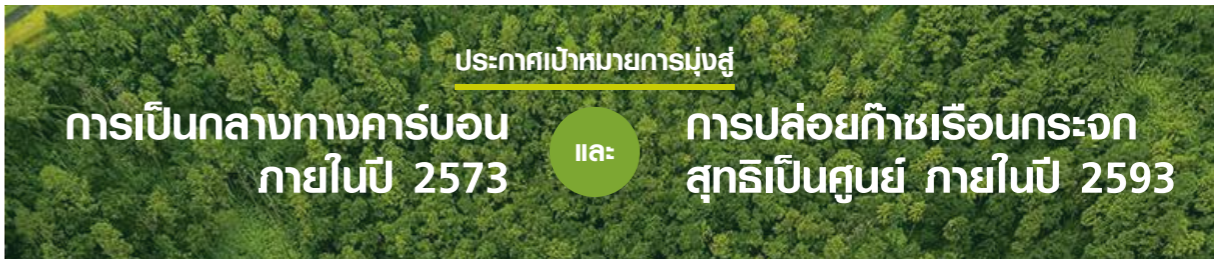
จำนวนการเข้าถึงแอปพลิเคชัน
เพื่อสุขภาพของเครือฯ
97,000 คน
(จำนวนการดาวน์โหลด
แอปพลิเคชัน “หมอดี”)



จำนวนเด็ก เยาวชน ผู้ยากไร้ และผู้ที่อยู่ในสถานการณ์เสี่ยง
ที่ได้รับโอกาสในการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย

5,218,867 คน
หรือเทียบเท่ากับ **2,658,375** มื้อ

Building a **Better Home**



ประกาศเป้าหมายการมุ่งสู่

การเป็นกลางทางคาร์บอน
ภายในปี 2573

และ

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก
สุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593

ลดการปล่อยก๊าซ
เรือนกระจก
(Scope 1 และ Scope 2)
1,320,658
ตัน CO₂e เทียบเท่าต่อปี

ลดการใช้พลังงาน
ต่อรายได้
2.34
ล้านกิโลวัตต์ต่อล้านบาท

เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงาน
หมุนเวียน
15%
ของการดำเนินงานทั้งหมด
ของเครือฯ

ร่วมมือกับพันธมิตรในการลดจำนวนอาหาร
ส่วนเกินและขยะอาหารจำนวน
31,254 ตัน หรือเทียบเท่ากับการลด
ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ถึง **79,073**
ตัน CO₂e เทียบเท่าต่อปี

ลดการนำน้ำมาใช้
ต่อหน่วยรายได้
30.7
ลูกบาศก์เมตร

ลดปริมาณของเสีย
ที่เกิดขึ้น
5,310 ตัน

จำนวนคู่ค้าธุรกิจที่ได้รับ
การพัฒนาศักยภาพ
17,637 ราย

จำนวนการปลูกต้นไม้เพื่อปกป้องและ
ฟื้นฟูระบบนิเวศบนบก
8,294,180 ต้น



ความคืบหน้าการดำเนินงานสู่เป้าหมายความยั่งยืนเครือข่าย ปี 2573

Heart: Living Right

		เป้าหมายระยะยาว ปี 2573	ความคืบหน้า ปี 2565	ห่วงโซ่คุณค่าของ					
				Agricultural Farming	Manufacturing	Packaging	Logistics		
	การกำกับดูแลกิจการ	ทุกกลุ่มธุรกิจได้รับการประเมินผลที่ได้รับการยอมรับของการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ	ร้อยละ 100	ร้อยละ 78.46		●	●	●	●
	สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน	ทุกกลุ่มธุรกิจมีการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนจากกิจกรรมองค์กรและคู่ค้าโดยตรงที่มีความเสี่ยงสูงเป็นประจำ	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100 (3 ปี) ร้อยละ 60 (1 ปี)		●	●	●	●
	การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ	50 ล้านคนที่ได้รับการสนับสนุนโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต หรือการเสริมทักษะ	50 ล้านคน	45.50 ล้านคน		●	●	●	●
	การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล	พนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรมด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100		●	●	●	●
	ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล	ทุกกลุ่มธุรกิจได้รับการรับรองมาตรฐานสากลด้านการจัดการความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและสารสนเทศ	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100		●	●	●	●

Health: Living Well

	สุขภาพและสุขภาวะที่ดี	70% ของสัดส่วนยอดขายจากผลิตภัณฑ์และบริการแบบ B2B และ B2C ที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี	ร้อยละ 70	ร้อยละ 50		●	●		
	คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม	5 ล้านคนได้รับการส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้สำหรับผู้ที่มีความต้องการ เช่น เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) และกลุ่มเปราะบางตลอดห่วงโซ่คุณค่า	5 ล้านคน	2.32 ล้านคน		●	●	●	
	ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ	10 ล้านคน ของเด็ก ประชาชน และคนยากจนได้รับการสนับสนุนโอกาสในการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการ	10 ล้านคน	5.22 ล้านราย					
	การบริหารจัดการนวัตกรรม	7,500 ฉบับของสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรที่ได้รับการขึ้นทะเบียน	7,500 ฉบับ	3,658 ฉบับ		●	●	●	●
	การสร้างความปลอดภัยกับผู้มีส่วนได้เสีย	80% คะแนนความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียหลักจากการสำรวจของทุกกลุ่มธุรกิจ	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80		●	●	●	●

Home: Living Together

	การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานธุรกิจ (Scope 1 และ Scope 2) จากเป้าหมาย 4.2% ตาม Science-based Targets	ร้อยละ 100	ร้อยละ 6.20		●	●	●	●
	ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน	ลดปริมาณขยะอาหารที่ถูกนำไปฝังกลบให้เป็นศูนย์ ลดปริมาณของเสียที่ถูกนำไปฝังกลบให้เป็นศูนย์ บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ทั้งหมดสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ใช้ซ้ำ หรือย่อยสลายได้	ร้อยละ 100	ร้อยละ -4.28		●	●	●	
	การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ	ลดปริมาณการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ 20% เทียบกับปีฐาน 2563	ร้อยละ 20	ร้อยละ 100		●	●	●	●
	การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ	100% ของวัตถุประสงค์ที่มีความเสี่ยงสูงที่ตรวจสอบย้อนกลับได้ ภายในปี 2573 100% ของทุกกลุ่มธุรกิจดำเนินโครงการร่วมกับพันธมิตรที่เกี่ยวข้องในระดับประเทศและสากล เพื่อบริหารจัดการและติดตามความหลากหลายทางชีวภาพในการดำเนินงานธุรกิจ ภายในปี 2573	ร้อยละ 100	ร้อยละ 53.26		●	●	●	
	การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	การตรวจประเมินด้านความยั่งยืนกับคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง	ร้อยละ 100	ร้อยละ 73.76		●	●	●	

เครือเจริญโภคภัณฑ์

Marketing & Sales

Services

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

การเชื่อมโยงไปยัง SDGs

●	●		
●	●		
●	●		

●			
●	●		
●	●		
●	●		

●	●		
●	●		
	●		

รางวัลและความภาคภูมิใจ ปี 2565

รางวัลและความภาคภูมิใจที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้รับ เป็นสิ่งยืนยันความสำเร็จและความมุ่งมั่นของเครือฯ ที่มีต่อการดำเนินงานด้านความยั่งยืนมาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้รางวัลและความภาคภูมิใจยังแสดงให้เห็นถึงการยอมรับและความเชื่อมั่นจากองค์กรด้านความยั่งยืนทั้งในระดับประเทศ และระดับโลกที่มีต่อเครือฯ

S&P Global

S&P Global The Sustainability Yearbook 2023

เครือเจริญโภคภัณฑ์ และบริษัทในเครือฯ ได้แก่ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ได้รับคัดเลือกให้ติดอยู่ใน The Sustainability Yearbook 2023 โดย S&P Global



**Top 1% S&P
Global ESG Score**
ในกลุ่มอุตสาหกรรม
Telecommunication
Services



**Top 5% S&P
Global ESG Score**
ในกลุ่มอุตสาหกรรม
Food & Staples Retailing



**Top 5% S&P
Global ESG Score**
ในกลุ่มอุตสาหกรรม
Food Product



**Top 5% S&P
Global ESG Score**
ในกลุ่มอุตสาหกรรม
Industrial Conglomerates
และได้คะแนนมิติสิ่งแวดล้อม
สูงสุดในอุตสาหกรรม



**Sustainability
Yearbook Member**
ในกลุ่มอุตสาหกรรม
Food & Staples Retailing



CDP

เครือเจริญโภคภัณฑ์ และบริษัทในเครือฯ ได้รับผลการประเมินด้านการบริหารจัดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจาก CDP



ได้รับผลประเมินที่ระดับ
A (Leadership)



ได้รับผลประเมินที่ระดับ
A- (Leadership)



ได้รับผลประเมินที่ระดับ
A- (Leadership)



ได้รับผลประเมินที่ระดับ
B (Management)



Ethisphere

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้รับการยกย่องโดย Ethisphere ให้เป็นหนึ่งในบริษัทที่มีการดำเนินงานด้านจริยธรรมที่โดดเด่นที่สุดในโลกต่อเนื่องเป็นปีที่ 3



2022 World's Best Employers

เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้รับคัดเลือกให้เป็นหนึ่งในนายจ้างดีเด่นประจำปี 2565 โดยได้รับรางวัล 2022 World's Best Employers จากสถาบัน Forbes ในกลุ่มบริษัทประเภท Conglomerate



CR Reporting Awards 2022

รายงานความยั่งยืน เครือเจริญโภคภัณฑ์ ประจำปี 2564 ได้รับการยกย่องให้เป็นอันดับที่ 2 ด้าน Best Carbon Disclosure Report โดย Corporate Register



รางวัล Asian Excellence Awards ครั้งที่ 12

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) และบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ได้รับ 5 รางวัลเกียรติยศด้านความเป็นเลิศแห่งภูมิภาคเอเชียประจำปี 2565 จากเวที The Asian Excellence Awards 2022 ครั้งที่ 12 จัดโดย นิตยสาร Corporate Governance Asia ได้แก่ รางวัลซีอีโอยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย รางวัลซีเอฟโอยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย รางวัลนักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย รางวัลบริษัทนักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย และรางวัลซีเอสอาร์ยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย



Asian Sustainability Reporting Awards 2022

รายงานความยั่งยืน เครือเจริญโภคภัณฑ์ ประจำปี 2564 ได้รับการยกย่องให้เป็นรายงานยอดเยี่ยมด้านการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อสิทธิมนุษยชน และการรายงานการสนับสนุนต่อเป้าหมายความยั่งยืนโลก หรือ Sustainable Development Goal: SDG นอกจากนี้ การเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ได้รับคัดเลือกให้เข้ารอบสุดท้ายของการประกวด



รางวัลธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ และบริษัทในเครือ ได้แก่ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) และบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ได้รับโล่ประกาศเกียรติคุณการประเมินและจัดระดับธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน ประจำปี 2565



รางวัล Thailand Corporate Excellence Awards

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้รับรางวัลสาขาความเป็นเลิศด้านการตลาด ขณะเดียวกัน บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ได้รางวัลสาขาความเป็นเลิศด้านการจัดการทรัพยากรบุคคล และบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ได้รางวัลสาขาความเป็นเลิศด้านผลิตภัณฑ์และบริการ



เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ทำการเปิดเผยผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือฯ ผ่านรายงานความยั่งยืนประจำปีมาตั้งแต่ปี 2559 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งรายงานความยั่งยืนประจำปี 2565 เป็นฉบับที่ 7 ของเครือฯ โดยเนื้อหาของรายงานฯ ปีนี้มุ่งเน้นไปที่ผลการดำเนินงานและทิศทางการดำเนินงานตามกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนทั้ง 15 เป้าหมายการดำเนินงานเพื่อตอบสนองต่อประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ แนวทางการสร้างคุณค่าในระยะยาวให้แก่ประเด็นที่มีความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียและเครือฯ รวมถึงการวิเคราะห์บริบทการดำเนินงานต่าง ๆ ทั้งของสากลและที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมของเครือฯ เพื่อระบุผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ และการบริหารจัดการเพื่อแก้ไขหรือบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้น

สำหรับปี 2565 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดทำรายงานความยั่งยืนโดยอ้างอิงตามมาตรฐานการรายงานของ Global Reporting Initiative: GRI Standards 2021, Sustainability Accounting Standards Board: SASB, WEF Stakeholder Capitalism Metrics, United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs และ WBCSD Reporting Matters อีกทั้งยังได้นำเสนอความก้าวหน้าการปฏิบัติงานตามเกณฑ์ของ United Nations Global Compact การดำเนินงานที่สนับสนุนต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนโลก และการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ โดยเนื้อหาที่ปรากฏในรายงานฯ ได้รับการทบทวนและอนุมัติให้เปิดเผยโดยคณะกรรมการบริหารความยั่งยืน

ขอบเขตการรายงาน

เนื้อหาภายในรายงานความยั่งยืนประจำปี 2565 ครอบคลุมผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนทั้ง 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจและการกำกับดูแลกิจการ สังคม และสิ่งแวดล้อมของ 14 กลุ่มธุรกิจ ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ โดยเป็นผลการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2565 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2565

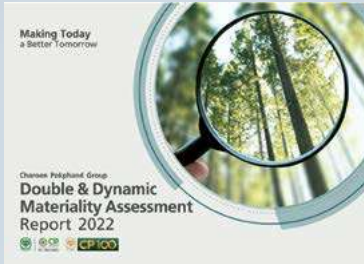
การรับรองรายงานโดยองค์กรภายนอก

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาภายนอกที่มีความเป็นอิสระจากธุรกิจและการดำเนินงานของเครือฯ เข้ามาทำการตรวจรับรองความถูกต้องและความสอดคล้องของเนื้อหาในรายงานฯ ตามมาตรฐานการรายงาน GRI Standards 2021 เครือฯ ได้มีการปรับเปลี่ยน Indicators เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของมาตรฐานการรายงานฯ และให้ครอบคลุมการดำเนินธุรกิจของเครือฯ มากขึ้น โดยได้กำหนดให้ผู้ทวนสอบทำการตรวจรับรองความถูกต้องของทั้งหมด 19 Indicators โดยได้มีการเพิ่ม GRI 2-25, GRI 301-1 Materials Used by Weight or Volume, 301-2 Recycled Input Materials Used และ Specific Indicator: Food Loss & Food Waste นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้ให้ผู้ทวนสอบภายนอกทำการตรวจสอบกระบวนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน และการบริหารความเสี่ยง เพื่อสร้างความมั่นใจว่าการดำเนินงานของเครือฯ จะสามารถสร้างประโยชน์ที่ยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

GRI Standards 2021 Indicators ที่ได้รับการตรวจรับรองความถูกต้องในปี 2565

GRI 2-24 (2021)	GRI 2-25 (2021)	GRI 2-26 (2021)	GRI 301-1 (2016)	GRI 301-2 (2016)	GRI 302-1 (2016)	GRI 303-3 (2018)
GRI 303-4 (2018)	GRI 303-5 (2018)	GRI 305-1 (2016)	GRI 305-2 (2016)	GRI 305-3 (2016)	GRI 305-7 (2016)	GRI 306-3 (2020)
GRI 306-4 (2020)	GRI 306-5 (2020)	GRI 403-9 (2018)	GRI 403-10 (2018)	Food Loss & Food Waste	สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ ➔ หน้า 256-257	

การเชื่อมโยงข้อมูลไปยังรายงานเล่มอื่น ๆ และเว็บไซต์เครือข่าย



[Double & Dynamic Materiality Assessment Report 2022](#)



[Stakeholder Engagement Report 2022](#)



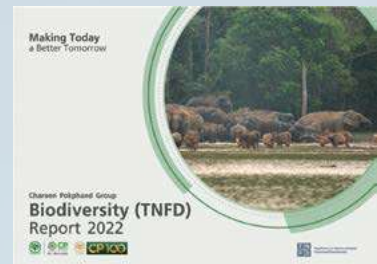
[Sustainability Performance Report 2022](#)



[Sustainable Development Goals Report 2022](#)



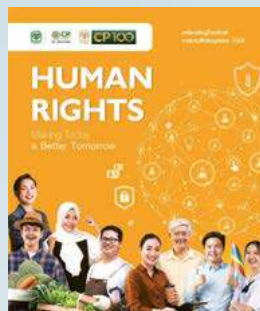
[Task Force on Climate-related Financial Disclosure \(TCFD\) Report 2022](#)



[Biodiversity \(TNFD\) Report 2022](#)



[รายงานการกำกับดูแลกิจการที่ดีประจำปี 2564](#)



[รายงานสิทธิมนุษยชน ประจำปี 2564](#)








ช่องทางการติดต่อ

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

รู้จักเครื่องเจริญโภคภัณฑ์

วิสัยทัศน์เครื่องเจริญโภคภัณฑ์

“เราเป็นองค์กรที่เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมในการสร้างอาหารคน อาหารสมอง โอกาสในการเข้าถึงคุณค่า เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน”

	ไทย (สำนักงานใหญ่)	จีน	อื่น ๆ	รวมทั้งหมด
 โรงงานผลิต (แห่ง)	119	146	98	363
 ฟาร์มเลี้ยงสัตว์บก/สัตว์น้ำ (แห่ง)	433	126	430	989
 ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น (สาขา)	13,831	-	7	13,838
 ศูนย์จำหน่ายสินค้าฯ Makro (สาขา)	152	1	9	162
 ไฮเปอร์มาร์เก็ต/ซูเปอร์มาร์เก็ต/มินิซูเปอร์มาร์เก็ต ของ Lotus's และ Lotus Supercenter (สาขา)	2,578	93	65	2,736
 ศูนย์วิจัย/พัฒนา (แห่ง)	44	42	5	91
 พนักงาน (คน)	284,859	88,798	67,949	441,606

สายธุรกิจหลัก

A B C D
E FA B E F
G H

A B D F

A B C D
E F G H

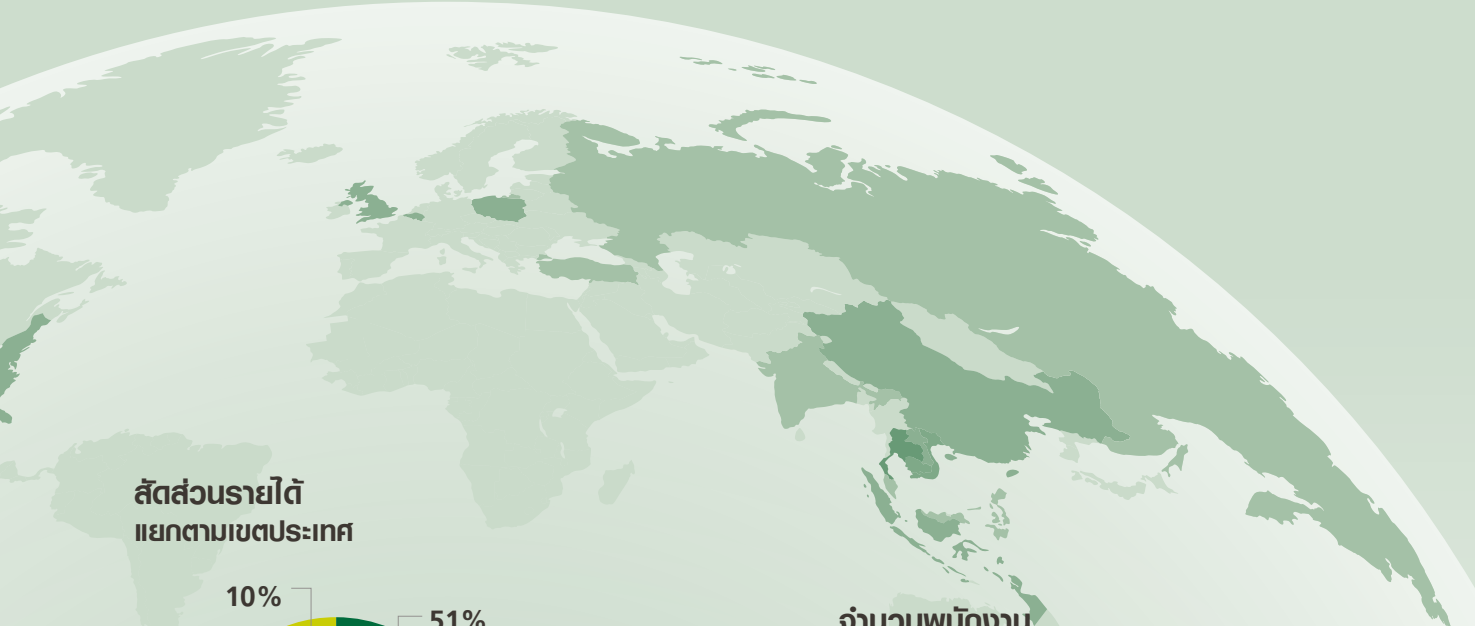
สัญลักษณ์ของสายธุรกิจหลัก

- (A) เกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร
(E) อสังหาริมทรัพย์

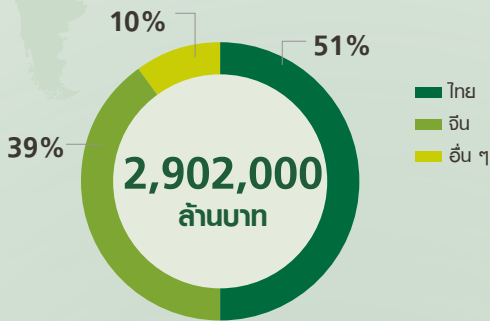
- (B) ค้าปลีก
(F) ยานยนต์และอุตสาหกรรม

- (C) สื่อสารและโทรคมนาคม
(G) ยาและเวชภัณฑ์

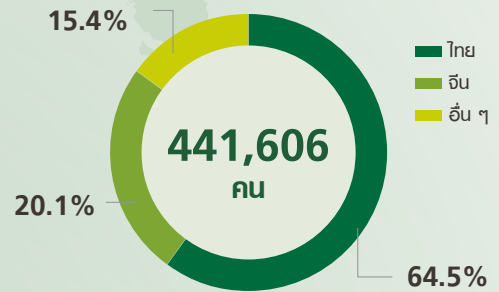
- (D) อีคอมเมิร์ซและดิจิทัล
(H) การเงินและการธนาคาร



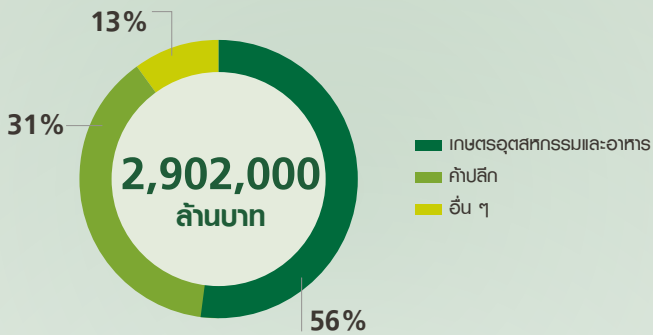
**สัดส่วนรายได้
แยกตามเขตประเทศ**



**จำนวนพนักงาน
แยกตามเขตประเทศ**



แยกตามสายธุรกิจ



ภาษีที่จ่ายให้แก่รัฐบาล

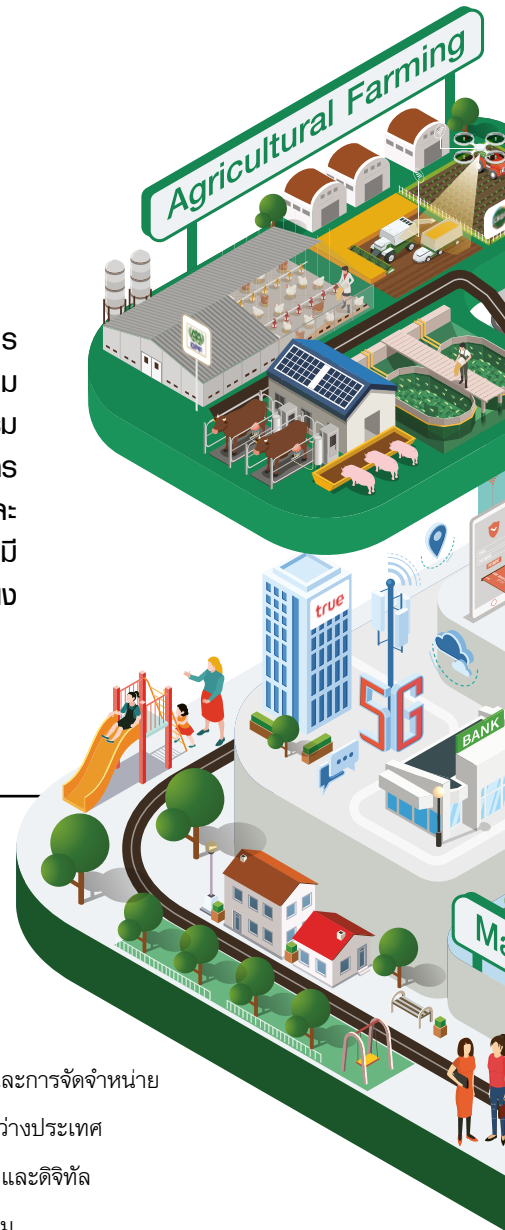


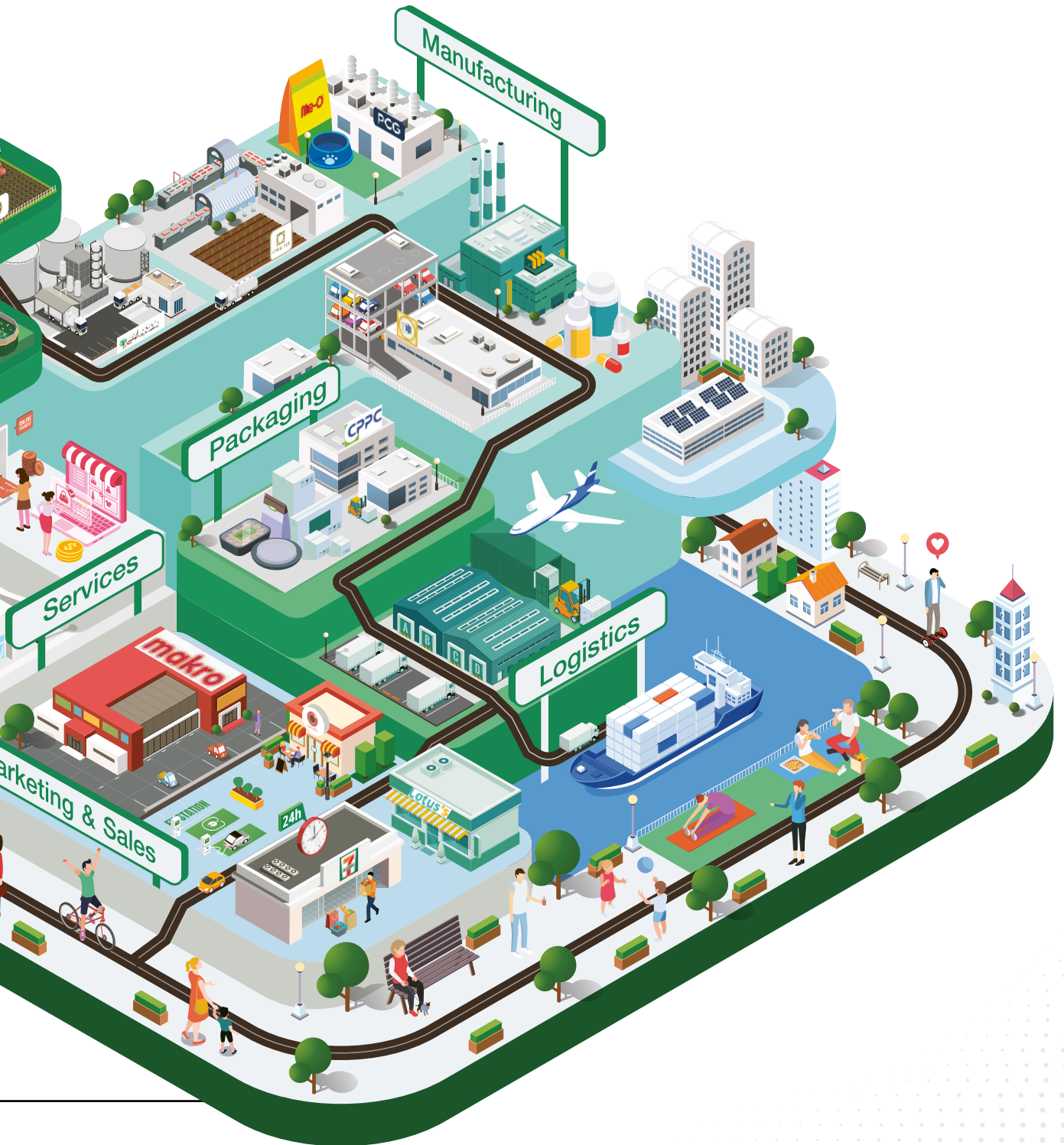
ห่วงโซ่คุณค่าของ เครือเจริญโภคภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการดำเนินงานธุรกิจที่หลากหลาย ตั้งแต่ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม ธุรกิจอีคอมเมิร์ซและดิจิทัล ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์ ไปจนถึงธุรกิจการเงินและการธนาคาร ซึ่งเครือฯ ได้บูรณาการประโยชน์ด้านต่าง ๆ จากแต่ละกลุ่มธุรกิจเข้าด้วยกัน เพื่อขยายผลประโยชน์ และส่งมอบคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่ประเทศ ประชาชน และบริษัท นอกจากนี้ เครือฯ ยังมีการประเมินความเสี่ยงแบบบูรณาการตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อจัดการความเสี่ยง โดยเฉพาะด้านความยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพ

8 สายธุรกิจหลัก ครอบคลุม 14 กลุ่มธุรกิจ

- 1 กลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร
- 2 กลุ่มธุรกิจการค้าวัตถุดิบอาหารสัตว์
- 3 กลุ่มธุรกิจพืชครบวงจร
- 4 กลุ่มธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง
- 5 กลุ่มธุรกิจเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ยและผลิตภัณฑ์อารักขาพืช
- 6 กลุ่มธุรกิจยาและเวชภัณฑ์
- 7 กลุ่มธุรกิจยานยนต์
- 8 กลุ่มธุรกิจบรรจุมันต์
- 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

สายธุรกิจหลัก

14

กลุ่มธุรกิจ

21

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 เจียใต้ จำกัด และบริษัทย่อย
- บริษัท ซี.พี. อินเตอร์เนรด์ จำกัด และบริษัทย่อย
- บริษัท เจริญโภคภัณฑ์โปรตีนดิเวล จำกัด และบริษัทย่อย
- บริษัท เจริญโภคภัณฑ์การเกษตร จำกัด
- บริษัท เจริญโภคภัณฑ์วิศวกรรม จำกัด
- บริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยียน กรุป จำกัด



2. ธุรกิจค้าปลีก

- บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)¹ และบริษัทย่อย
- บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)¹ และบริษัทย่อย
- บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด
- C.P. Lotus Corporation



3. ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม

- บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)¹ และบริษัทย่อย



4. ธุรกิจอีคอมเมิร์ซและธุรกิจดิจิทัล

- บริษัท แอสเซนดท์ กรุ๊ป จำกัด และบริษัทย่อย
- บริษัท ฟริวเวลล์ โซลูชันส์ (จำกัด)



5. ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

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



6. ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม

- บริษัท อีซีไอ กรุ๊ป จำกัด และบริษัทย่อย
- บริษัท ซีพีพีซี จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย



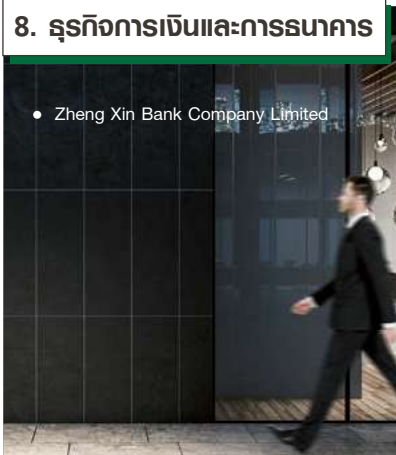
7. ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์

- Sino Biopharmaceutical Limited



8. ธุรกิจการเงินและการธนาคาร

- Zheng Xin Bank Company Limited



ธุรกิจอื่น ๆ

- บริษัท อัลเตอร์วิม จำกัด²
- บริษัท เอเชีย เอรา วัน จำกัด²
- บริษัท ซีพี เมดิคัล เซ็นเตอร์ จำกัด²



หมายเหตุ: 1. บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
2. ข้อมูลไม่รวมอยู่ในรายงานความยั่งยืน เครือเจริญโภคภัณฑ์

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

➔ [ธุรกิจของเรา](#)

ค่านิยมองค์กร 6 ประการ

ค่านิยม 6 ประการได้นำไปสู่การปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร และหล่อหลอมให้บุคลากรมีความเชื่อ ความประพฤติ และการปฏิบัติไปในแนวทางเดียวกัน นำพาให้องค์กรสามารถก้าวข้ามอุปสรรคต่าง ๆ สามารถดำเนินธุรกิจให้เติบโตในทุกด้าน ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน เพื่อนำประโยชน์ที่สร้างส่งต่อให้คนรุ่นถัดไปอย่างยั่งยืน



สามประโยชน์

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



ทำเร็วมีคุณภาพ

การดำเนินธุรกิจในยุคโลกไร้พรมแดนเช่นปัจจุบัน สิ่งสำคัญที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโตก้าวหน้าได้อย่างยั่งยืน คือ “ทำเร็ว” และ “มีคุณภาพ” เพื่อให้ธุรกิจก้าวทันการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงในด้านเทคโนโลยี ข้อมูลข่าวสาร พฤติกรรมผู้บริโภค และกฎระเบียบ การค้าต่าง ๆ เครือฯ จึงต้องคิดเร็ว ทำเร็ว และทำอย่างมีคุณภาพ ถือเป็นนโยบายสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่ทุกคนในองค์กรได้ยึดถือและปฏิบัติ



ทำเรื่องยาก ให้เป็นเรื่องง่าย

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการลงทุนใน 21 ประเทศ และเขตเศรษฐกิจ มีบริษัทในเครือมากกว่า 200 บริษัท และมีพนักงานทั้งหมดกว่า 440,000 คน โดยเครือฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาปรับปรุง ขั้นตอน และกระบวนการทำงานให้รวดเร็ว ลดขั้นตอนต่าง ๆ ที่ไม่จำเป็น โดยมีนวัตกรรม และเทคโนโลยีที่ทำให้การทำงานง่ายขึ้น สะดวกขึ้น เพื่อให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผล “การทำเรื่องยากเป็นเรื่องง่าย” จึงเป็นข้อปฏิบัติที่สำคัญของทุกคนในองค์กร ที่จะนำมาซึ่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของเครือฯ นับแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน



ยอมรับการเปลี่ยนแปลง

โลกเต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลง ทั้งการเปลี่ยนแปลงทางสภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงไปถึงการเปลี่ยนแปลงทางด้านสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นอย่างฉับพลัน ดังนั้น กลยุทธ์สำคัญที่ทำให้เครือเจริญโภคภัณฑ์เกิดความยั่งยืนได้คือ “การยอมรับการเปลี่ยนแปลง” เพื่อให้สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ได้ตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ช่วยให้เครือฯ เกิดการปรับตัวพยายามค้นคว้า ศึกษา วิจัย มองหาโอกาสใหม่ไม่หยุดนิ่งที่ยังมุ่งมั่นพัฒนาเพื่อสิ่งที่ดีกว่าเพื่อตอบสนองทุกความต้องการของผู้บริโภคและประเทศชาติ



สร้างสรรค์สิ่งใหม่

บนวิถีแห่งการดำเนินธุรกิจ ความคิดสร้างสรรค์คือพลังขับเคลื่อนให้เกิดความก้าวหน้าในทุกระดับของการดำเนินธุรกิจ ทั้งแนวคิด วิธีการ กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ และบริการ เพราะโลกไม่หยุดนิ่งธุรกิจจึงต้องสร้างสรรค์นวัตกรรมตลอดเวลา พนักงานของเครือเจริญโภคภัณฑ์จึงทำงานด้วยความพร้อมที่จะ “สร้างสรรค์สิ่งใหม่” ที่ดีกว่า “องค์กรแห่งนวัตกรรม” คือเป้าหมายที่ทุกองค์กรในเครือฯ กำลังมุ่งมั่นขับเคลื่อนและแน่นอนว่าผลสุดท้ายย่อมนำมาซึ่งการสร้างสรรค ผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีที่สุดสำหรับผู้บริโภคนั่นเอง



คุณธรรม และความซื่อสัตย์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินกิจการมายาวนานมาหนึ่งศตวรรษด้วยยึดมั่นในหลักการของความซื่อสัตย์และมีคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง จวบจนปัจจุบันที่ธุรกิจเครือฯ แดกแขนงไปมากมาย ความซื่อสัตย์และมีคุณธรรมยังคงเป็นเสาหลักขององค์กร เราคำนึงอยู่เสมอว่าธุรกิจการค้าที่มุ่งหวังผลประโยชน์แต่เพียงฝ่ายเดียว ย่อมไม่อาจดำรงยืนนาน และไม่อาจได้รับความไว้วางใจ ทั้งจากลูกค้า ผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ในภาคสังคม ดังนั้นไม่ว่าจะจำหน่ายสินค้าเพียงหนึ่งชิ้น หรือจำหน่ายสินค้าเป็นร้อย ๆ ตัน เราก็ต้องตั้งมั่นบนหลักการของ “คุณธรรมและความซื่อสัตย์”

โครงการซีพีเพื่อความยั่งยืน ประจำปี 2565

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดให้มีโครงการ “ซีพีเพื่อความยั่งยืน” เพื่อเป็นการยกย่องผู้บริหารและพนักงานของเครือฯ ที่ได้ดำเนินโครงการต้นแบบด้านความยั่งยืน ช่วยแก้ปัญหาและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคม ชุมชน และกลุ่มคนเปราะบางให้มีความเป็นอยู่ดีขึ้น และสืบทอดแนวทางและนโยบายปรัชญา 3 ประโยชน์ของเครือฯ นอกจากนี้ วัตถุประสงค์ของโครงการฯ ยังสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของเครือฯ ที่มุ่งเน้นการปกป้องดูแลสิ่งแวดล้อม และลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม โดยในปี 2565 มีโครงการที่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 63 โครงการ ซึ่งมาจาก 8 ประเทศทั่วโลก ประเภทของโครงการซีพีเพื่อความยั่งยืนสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประเภทสร้างงานสร้างอาชีพ
2. ประเภทสุขภาพอนามัย
3. ประเภทสร้างคุณค่าทางสังคม
4. ประเภทอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
5. ประเภทส่งเสริมการศึกษา

พิธีมอบรางวัล

โครงการซีพี เพื่อความยั่งยืน 2022

ณ ห้องแกรนด์ฮอลล์ ชั้น 6
ทรู ดิจิทัล พาร์ค สุขุมวิท 101





“โครงการเหล่านี้เป็นเม리트พันธุ์ที่สำคัญ ในการที่จะปลูกฝังสร้างคุณค่าและความเปลี่ยนแปลง ไม่ใช่ต่อเฉพาะสังคมที่เราอยู่ แต่แม้กระทั่งเป็นเม리트พันธุ์สำคัญในองค์กรของเราเอง”

คุณศุภชัย เจียรวนนท์

ประธานคณะกรรมการ เครือเจริญโภคภัณฑ์

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ ซีพีเพื่อความยั่งยืน

→ รายงาน ซีพีเพื่อความยั่งยืน ประจำปี 2565



โครงการซีพีเพื่อความยั่งยืน 2022

SUSTAINABILITY RECOGNITION CEREMONY 2022



ในชีวิตคนเรามักให้ความสำคัญกับ
ความมั่นคงของชีวิตและความฝันของเราเสมอ
แต่เรามักจะลืมในว่า สิ่งที่สำคัญที่สุดในชีวิต

ที่ทำให้เกิดความมั่นคงและพลังที่ช่วยทำความฝัน
อันยิ่งใหญ่ของเราให้สำเร็จได้จริงๆ คือ **รักแท้**
(ความเห็นอกเห็นใจ) รักแท้ทำให้เราเห็นและ
ยอมรับในความแตกต่าง เชื่อมเราเข้ากับ
ความเป็นจริงและช่วยให้เราเข้าใจสิ่งที่เราอยากได้ ซึ่งรวมไปถึง
ตัวตนที่แท้จริงของเรา ซึ่งช่วยให้เราสนุกไปกับชีวิต
ที่แสนงดงามนี้ได้

”

ดร.สุวิทย์ เจริญนนท์
ประธานคณะกรรมการกำกับดูแล
เครื่องมือเจริญโภคภัณฑ์

การกำกับดูแล ด้านความยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ ตระหนักถึงการดำเนินงานเรื่องการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนถือเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อการรักษาไว้ซึ่งความโปร่งใส ความยืดหยุ่น และความแข็งแกร่งขององค์กร ซึ่งการดำเนินงานในด้านดังกล่าวได้ถูกบูรณาการเข้าไปในทุกกระบวนการและกิจกรรมของการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าเครือฯ จะสามารถสร้างคุณค่าเชิงบวกให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มได้อย่างยั่งยืน และส่งมอบผลประโยชน์อย่างเท่าเทียม โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาเครือฯ ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นแนวโน้ม ความเสี่ยง และโอกาสที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของเครือฯ รวมถึงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม พร้อมนำมาพัฒนากลยุทธ์ และแนวทางการดำเนินงานให้มีความเหมาะสม สามารถตอบสนองต่อความไม่แน่นอนอย่างเต็มประสิทธิภาพ และสามารถนำพาประเทศชาติ ประชาชน และองค์กรสู่ “พรุ่งนี้ ที่ดีกว่า”

การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน	30
บริบทการดำเนินงาน	34
การวิเคราะห์ผลกระทบภายนอก	36
การสร้างความปลอดภัยกับผู้มีส่วนได้เสีย	40
การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	44
กลยุทธ์และเป้าหมายความยั่งยืน	48
กระบวนการสร้างคุณค่า	50
การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน	52
นโยบายและกรอบการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน	54
ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	56

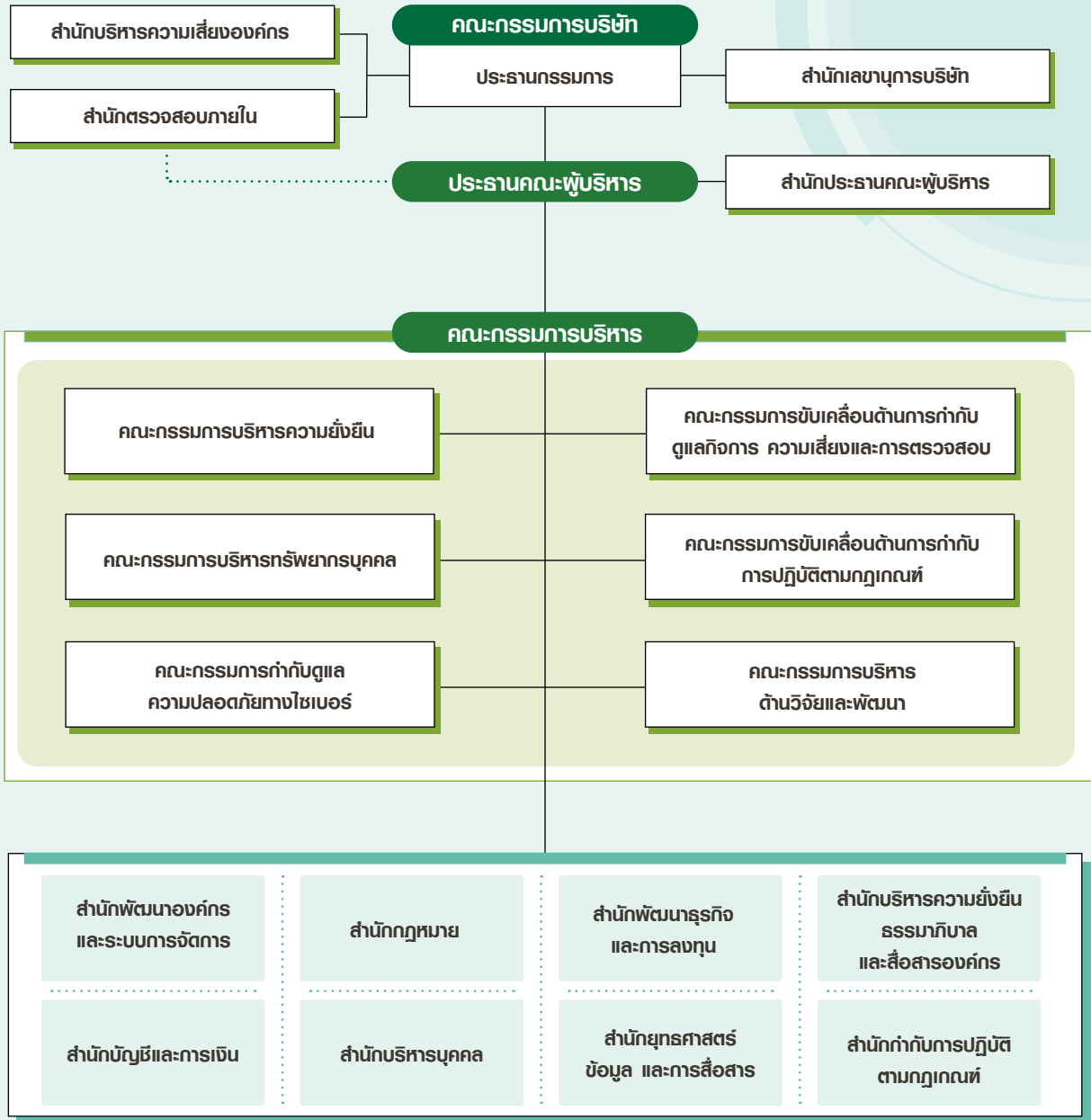
การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักดีว่าการดำเนินงานตามหลักการของความยั่งยืนไม่เพียงแต่สร้างรากฐานที่มั่นคงให้แก่องค์กรและส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันภายใต้สถานการณ์ที่มีความแปรผันสูงแล้ว แต่ยังช่วยยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนให้มีคุณภาพและเท่าเทียม รวมถึงคงไว้ซึ่งความสมบูรณ์ของสภาพแวดล้อมและทรัพยากรทางธรรมชาติ ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานด้านความยั่งยืนมาโดยตลอด พร้อมได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความยั่งยืน หรือ Sustainability Committee เพื่อกำกับดูแลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือฯ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศให้สอดคล้องกับนโยบายและกลยุทธ์ขององค์กรและด้านความยั่งยืนที่ได้กำหนดไว้ และกำหนดเป้าหมายและแนวทางการดำเนินงานให้ตอบรับกับแนวโน้มของสากล ประเด็นความยั่งยืนที่มีความสำคัญทั้งในระยะสั้น กลาง และยาว รวมถึงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

คณะกรรมการบริษัทได้มอบหมายให้ประธานคณะผู้บริหารเครือเจริญโภคภัณฑ์ เป็นประธานของคณะกรรมการบริหารความยั่งยืน และมีผู้บริหารระดับสูงจากกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ เข้าร่วมเป็นกรรมการ โดยคณะกรรมการบริหารความยั่งยืนจะรายงานผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน และประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องที่ได้มีการหารือในที่ประชุมคณะกรรมการบริหารความยั่งยืนให้คณะกรรมการบริษัทและคณะผู้บริหารระดับสูงของเครือฯ ได้รับทราบอยู่เป็นประจำ พร้อมกับนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้สนับสนุนให้ทุกกลุ่มธุรกิจมีการจัดตั้งคณะกรรมการด้านความยั่งยืนหรือคณะกรรมการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเป้าหมาย กลยุทธ์ และแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่ได้รับจากคณะกรรมการบริหารความยั่งยืนไปจัดทำแผนการดำเนินงานที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มธุรกิจ เพื่อก่อให้เกิดการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่สมดุล และสามารถสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียได้ในระยะยาว

เพื่อเป็นการรักษาไว้ซึ่งมาตรฐานและคุณภาพการดำเนินงานด้านความยั่งยืน เครือเจริญโภคภัณฑ์สนับสนุนให้คณะกรรมการบริหารความยั่งยืน ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับเข้าร่วมการสัมมนาและการอบรมในหัวข้อที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ พร้อมนำองค์ความรู้ และทักษะใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ เพื่อส่งเสริมให้การดำเนินงานของเครือฯ เป็นไปตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ และสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม นอกจากนี้ การดำเนินงานตามเป้าหมายสู่ความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573 ทั้ง 15 เป้าหมาย ได้ถูกพิจารณาให้เป็นหนึ่งในดัชนีชี้วัดผลการดำเนินงานของผู้บริหารตามขอบเขตความรับผิดชอบ ซึ่งจะมีผลต่อการพิจารณาค่าตอบแทนของผู้บริหารประจำปี



ประเด็นด้านความยั่งยืนที่ท้าทายในการประชุมคณะกรรมการบริหารความยั่งยืน

ในปี 2565 คณะกรรมการบริหารความยั่งยืนได้จัดการประชุมเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนตามยุทธศาสตร์ความยั่งยืนของเครือฯ และของกลุ่มธุรกิจ นอกจากนี้ ยังได้มีการทบทวนความสอดคล้องของเป้าหมายกลยุทธ์ และแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือฯ กับแนวโน้ม และความท้าทายของโลก รวมถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเครือฯ โดยประเด็นหลักที่ได้มีการหารือในที่ประชุมคณะกรรมการบริหารความยั่งยืน ในปี 2565 มีดังนี้

สรุปผลการดำเนินงานตามเป้าสู่ความยั่งยืน ปี 2573

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เริ่มต้นการดำเนินงานตาม 15 เป้าหมายสู่ความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573 มาตั้งแต่ปี 2564 โดยเป็นการดำเนินงานต่อเนื่องจากเป้าหมายปี 2563 ซึ่งผลการดำเนินงานใน 13 เป้าหมายเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยเฉพาะเป้าหมายด้านการศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ และการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ ซึ่งมีผลการดำเนินงานที่เกินความคาดหมายไว้มาก อย่างไรก็ตาม เครือฯ ได้พบความท้าทายในการบรรลุเป้าหมายปีในประเด็นด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเป็นผลจากความพยายามในการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนให้มากขึ้น และการขยายตัวทางธุรกิจ

นอกจากนี้ เพื่อให้การดำเนินงานของเครือฯ สามารถตอบสนองต่อทิศทางของสากลได้อย่างตรงจุด และร่วมสร้าง “พูนังนี้” ที่ดีกว่า คณะกรรมการบริหารความยั่งยืน และคณะทำงานฯ ได้จัดอันดับความสำคัญของเป้าหมายทั้ง 15 เป้าหมาย โดยพิจารณาจากผลกระทบจากการดำเนินงานของเครือฯ ที่มีต่อภายนอกความสามารถของเครือฯ ในการขับเคลื่อนประเด็นนั้น ๆ ผลกระทบจากภายนอกที่มีต่อเครือฯ ความเร่งด่วน และแนวโน้มของสากล โดยเป้าหมายที่มีความสำคัญสูงสำหรับเครือฯ ได้แก่



สภาพภูมิอากาศและระบบนิเวศ

เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการคงระดับอุณหภูมิโลกไม่ให้เกิน 1.5 องศาเซลเซียส ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพ



การบริโภคและการผลิตอย่างรับผิดชอบ

เพื่อลดการพึ่งพาทรัพยากรทางธรรมชาติ โดยเน้นไปที่การดำเนินงานตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน



ความเหลื่อมล้ำ

เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม และยกระดับความเป็นอยู่ของสังคมโดยรวม โดยเน้นไปที่การพัฒนาการศึกษา การให้ความรู้ และการเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพอย่างเท่าเทียม

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ [ความคืบหน้าการดำเนินงานสู่เป้าหมายความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573 หน้า 12-13](#)

การกำหนดเป้าหมาย ลดก๊าซเรือนกระจกของเครือฯ เพิ่มเติมตามแนวทาง Science-based Targets

เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับเป้าหมายของโลก คณะกรรมการบริหารความยั่งยืนได้เห็นชอบให้กำหนดเป้าหมายลดก๊าซเรือนกระจกของเครือฯ เพิ่มเติมตามแนวทาง Science-based Targets (SBT) คือ การลดก๊าซเรือนกระจก Scope 1 Scope 2 และ Scope 3 เพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรแห่ง Net Zero ซึ่งเครือฯ ได้กำหนดเป้าหมายระยะสั้น (Near-term SBTi) และเป้าหมายระยะยาว (Long-term SBTi) โดยใช้ข้อมูลของปี 2563 เป็นปีฐาน

สำหรับเป้าหมายระยะสั้น เครือฯ ตั้งเป้าในลดก๊าซเรือนกระจก Scope 1 และ Scope 2 อยู่ที่ร้อยละ 50 และเพิ่มการใช้พลังงานหมุนเวียนที่ร้อยละ 100 ในขณะที่ Scope 3 เครือฯ ตั้งเป้าหมายในการลดอยู่ที่ร้อยละ 25 ภายในปี 2573 ซึ่งกรรมการได้มีข้อเสนอแนะว่าการลดก๊าซเรือนกระจก Scope 3 เป็นเรื่องจำเป็นต่อการมุ่งสู่ Net Zero และจะต้องเร่งสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรและคู่ค้า เพื่อให้เกิดค้ำประกันสัญญาร่วมกัน และเครือฯ ควรส่งเสริมพันธมิตรและคู่ค้ารายย่อยในเรื่องนี้อย่างต่อเนื่องประสิทธิภาพ

การพัฒนาการศึกษา เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ

คณะกรรมการบริหารความยั่งยืน เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการติดตามผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาการศึกษาและการเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่เป็น เพื่อใหเยาวชน เกษตรกร และสังคมมีความรู้ความสามารถ และทักษะที่เท่าเทียมกัน ซึ่งในที่ประชุมได้มีการหารือเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเพิ่มโอกาสให้ประชาชนสามารถเข้าถึงการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรม เทคโนโลยี และดิจิทัล เพื่อให้ทุกคนก้าวสู่ยุคดิจิทัลได้อย่างพร้อมเพรียงกัน



การพัฒนาโครงการคาร์บอน เครดิต (T-VER) จากการปลูกป่า ของซีพีเอฟ

คณะกรรมการบริหารความยั่งยืน เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้รับทราบรายงานความคืบหน้าการปลูกป่าของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) คณะทำงานด้านการปลูกป่าซีพีเอฟได้ทำการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่ารวมทั้งสิ้นไปแล้ว 14,189 ไร่ จากเป้าหมาย 50,000 ไร่ ภายในปี 2573

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินดำเนินการขอรับการรับรองคาร์บอนเครดิตผ่านองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) ตามมาตรฐาน T-VER โดยเลือกพื้นที่ต้นแบบของโครงการเขาพญาเดินธง จ.ลพบุรี จำนวน 117 ไร่ ซึ่งสามารถกักเก็บคาร์บอนได้ประมาณ 1,100 ตัน CO₂ เทียบเท่า ภายในระยะเวลา 10 ปี อย่างไรก็ตาม คณะกรรมการบริหารความยั่งยืน ได้ให้ข้อเสนอแนะว่าเครือฯ ควรมีการหารือร่วมกับอบก. เกี่ยวกับการรับรองคาร์บอนเครดิตเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของการปลูกป่า

บริบทการดำเนินงาน

ในฐานะที่เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการดำเนินงานอยู่ใน 21 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลก การวิเคราะห์บริบทการดำเนินงาน ข้อกำหนดกฎหมายที่ออกใหม่หรือมีการเปลี่ยนแปลง รวมถึงความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจต่าง ๆ ของเครือฯ จะช่วยให้เราสามารถวางแผนกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานที่ส่งเสริมให้เกิดการเติบโตได้อย่างมั่นคง และยั่งยืน นอกจากนี้ ผลจากการวิเคราะห์บริบทการดำเนินงานกฎหมายใหม่และความเสี่ยงยังได้ถูกบูรณาการเข้าไปในกระบวนการบริหารความเสี่ยงองค์กร และการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน เพื่อให้เครือฯ สามารถระบุถึงผลกระทบและมาตรการรับมือสำหรับช่วงระยะเวลาต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภาวะฉุกเฉินด้านสภาพภูมิอากาศ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศได้ทวีความรุนแรงและขยายวงกว้างมากยิ่งขึ้น ซึ่งผลกระทบเหล่านี้ ได้ทำลายความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศ ทำให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศถดถอยและลดระดับความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชนโลก ดังนั้น เพื่อเป็นการรักษาสมดุลของสภาพภูมิอากาศ และจำกัดการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลก หลายประเทศทั่วโลกได้ประกาศภาวะฉุกเฉินด้านสภาพภูมิอากาศ รวมถึงมีการออกกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม ที่เน้นไปทางด้านการใช้และการมีพลังงานทดแทนที่เพียงพอต่อความต้องการ การลดการพึ่งพาทรัพยากรทางธรรมชาติ การฟื้นฟูสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศ และการพัฒนานวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งการประกาศใช้กฎหมายและข้อบังคับเหล่านี้ สามารถทำให้หลายบริษัทสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน และโอกาสทางการค้า โดยเฉพาะบริษัทที่ไม่สามารถดำเนินงานตามข้อบังคับได้อย่างทันทั่วทั้งที่ แต่ในขณะเดียวกัน ก็เป็นการเปิดโอกาสให้บริษัทต่าง ๆ พัฒนาระบบการผลิตภัณฑ์และบริการแห่งนวัตกรรมที่สามารถตอบสนองต่อข้อบังคับและความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างตรงจุด

การดำเนินงานเพื่อตอบสนองของเครือเจริญโภคภัณฑ์

- ขับเคลื่อนการปฏิบัติตามนโยบายด้านการปกป้องและรักษาสังแวดล้อมระดับเครือฯ อย่างต่อเนื่องและขยายแนวทางการดำเนินงานไปยังคู่ค้า พันธมิตร รวมถึงผนวกไปในเกณฑ์การตรวจสอบก่อนการควรวมกิจการในอนาคต
- ตั้งเป้าหมาย กลยุทธ์ และแนวทางการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตาม Science-based Target
- วิเคราะห์โอกาสและความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตามมาตรฐาน TCFD โดยการจัดทำ Scenario Analysis ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- ลงทุนในธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และพัฒนาระบบการผลิตให้ลดการพึ่งพาการใช้พลังงานสิ้นเปลือง
- ดำเนินงานร่วมกับภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อร่วมมือในการลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



Wangnucio Capital

- Financial
- Relationship
- Manufacturing
- Natural
- Intellectual

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมด้าน Capital ได้ที่หน้า 50-51

การพัฒนาสังคมสู่การเปลี่ยนผ่าน อย่างเป็นธรรม (Just Transition)

การดำเนินงานเพื่อนำพาเศรษฐกิจโลกก้าวสู่การเป็น Net Zero นั้น ไม่เพียงแต่สร้างงาน สร้างอาชีพให้แก่ชุมชน และบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และทักษะที่สามารถส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่ในขณะเดียวกัน ก็เป็นการทำให้ประชาชนบางกลุ่มต้องสูญเสียงาน หรืออาชีพที่ไม่สามารถพัฒนาตามทิศทางของโลกได้ ซึ่งภาครัฐของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกได้ตระหนักถึงประเด็นดังกล่าว และได้มีการออกนโยบายที่จะช่วยให้การก้าวสู่การเป็น Net Zero ส่งผลกระทบต่อแรงงานและสังคมให้น้อยที่สุด และส่งเสริมให้ทุกคนสามารถเข้าถึงพลังงานที่สะอาดอย่างเท่าเทียม

การดำเนินงานเพื่อตอบสนองของเครือข่ายธุรกิจกักกันภัย

- วิเคราะห์ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่มีต่อสังคม และชุมชน โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบาง รวมทั้งหาแนวทางป้องกันหรือลดระดับความรุนแรงของผลกระทบ
- ประกาศเป้าหมายในการสร้างงานสร้างอาชีพให้กับเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มเปราะบาง รวมถึงการพัฒนาเยาวชน และประชาชนให้สามารถเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ



Wans-nuot Capital

 Intellectual

 Human

 Relationship

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมด้าน Capital ได้ที่หน้า 50-51



Wans-nuot Capital

 Manufacturing

 Human

 Intellectual

 Relationship

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมด้าน Capital ได้ที่หน้า 50-51

การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม

จากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ประกอบกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล เทคโนโลยี และสภาพภูมิอากาศทำให้ประชาชนให้ความสำคัญต่อความเป็นอยู่ที่ดี และสุขภาพกายและใจที่แข็งแรงมากขึ้น ซึ่งธุรกิจสามารถตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าว และมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นอนาคตได้โดยคิดค้นนวัตกรรมที่อำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ในการใช้ชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะนวัตกรรมสำหรับผู้สูงอายุ การคิดค้นผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ที่ส่งเสริมการเป็นอยู่ที่ดี พร้อมเพิ่มภูมิคุ้มกันให้กับทุกเพศ ทุกวัย พัฒนาระบบการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำให้มีความสะอาด ปลอดภัยเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรค และการพัฒนาธุรกิจใหม่ที่ส่งเสริมการพัฒนาสุขภาพแบบองค์รวม

การดำเนินงานเพื่อตอบสนองของเครือข่ายธุรกิจกักกันภัย

- ประกาศกลยุทธ์ เป้าหมาย และแนวทางการดำเนินงานที่พร้อมส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี สร้างความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ
- พัฒนาศูนย์ข้อมูลใหม่ที่มุ่งเน้นไปที่การดูแลสุขภาพของประชาชนแบบบูรณาการ สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบาย และลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม
- จัดให้มีโปรแกรมการดูแลสุขภาพพนักงาน และครอบครัวที่ครอบคลุม เพื่อให้พนักงานของเรามีความสุขในการทำงานทั้งด้านกายภาพและสุขภาพจิต

การวิเคราะห์ผลกระทบภายนอก

ปัจจัยความเสี่ยงองค์กร

ความเสี่ยง: ระดับน้ำทะเลที่สูงขึ้นและคุณภาพน้ำเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่มีต่อการดำเนินงานของบริษัท
ชนิดของความเสี่ยง: ด้านสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบต่อ Capital:  Financial  Manufacturing  Natural

เป้าหมายความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573 ที่เกี่ยวข้อง: การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ หน้า 174-191

**คำอธิบายความเสี่ยง
และผลกระทบต่อ
การดำเนินงานธุรกิจ
ของเครือฯ**

หนึ่งในผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจและสินทรัพย์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์คือการเพิ่มขึ้นของระดับน้ำทะเล และปัญหาการรुक้าของน้ำกร่อย จากการวิเคราะห์แนวโน้มของระดับน้ำทะเลที่เพิ่มขึ้น พบว่าหลายธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์มีความเสี่ยงที่จะได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่การเกษตร สถานที่การผลิต กระบวนการผลิต และสถานที่ตั้งอุปกรณ์การให้บริการ ซึ่งหากไม่มีการดำเนินงานเพื่อป้องกันหรือบรรเทาความเสี่ยงจากเหตุการณ์ดังกล่าว มีความเป็นไปได้สูงที่เครือฯ จะเผชิญกับภาวะขาดแคลนวัตถุดิบทางการเกษตรที่สำคัญ และสถานที่การผลิตไม่สามารถดำเนินการผลิตสินค้าเนื่องจากขาดวัตถุดิบและจากเหตุการณ์น้ำท่วม ซึ่งเหตุการณ์เหล่านี้ สามารถทำให้เครือฯ สูญเสียความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงชื่อเสียงองค์กร และความสามารถในการจัดส่งผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นที่ต้องการของตลาดได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

**แนวทางการป้องกัน
หรือบรรเทา
ความเสี่ยง**

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำด้วยเครื่องมือ Aqueduct Water Risk Atlas เพื่อวิเคราะห์พื้นที่ที่มีความเสี่ยงจากการเพิ่มขึ้นของน้ำทะเล และดำเนินการตรวจสอบคุณภาพน้ำอย่างสม่ำเสมอเพื่อติดตามการรุก้าของน้ำกร่อย พร้อมทั้งทำการวิเคราะห์หาแนวทางการป้องกันร่วมกับภาครัฐ และภาคประชาชน อาทิ การปรับปรุงการใช้พื้นที่ให้เหมาะสม การสร้างแนวป้องกันโดยรอบพื้นที่การเกษตรและสถานที่การผลิต การยกระดับความสูงของพื้นที่การให้บริการ และการติดตั้งเครื่องกรองน้ำคุณภาพสูงที่สามารถกรองน้ำเค็มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความเสี่ยง: การขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะที่ตรงตามลักษณะงานที่มีการเปลี่ยนแปลงในอนาคต
ชนิดของความเสี่ยง: : ด้านสังคม

ผลกระทบต่อ Capital:  Human  Relationship

เป้าหมายความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573 ที่เกี่ยวข้อง: การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ หน้า 88-97
 การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล หน้า 98-107

**คำอธิบายความเสี่ยง
และผลกระทบต่อ
การดำเนินงานธุรกิจ
ของเครือฯ**

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โครงสร้างประชากรที่มีคนสูงวัยเป็นจำนวนมากและอัตราการเกิดที่ลดน้อยลง ความพร้อมของระบบการศึกษาที่ยังไม่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก รวมถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการถดถอยของเศรษฐกิจทั่วโลกที่ทำให้หลายธุรกิจต้องมีการปรับตัวเป็นประเด็นหลักที่ก่อให้เกิดการขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะที่จำเป็นต่อการขับเคลื่อนธุรกิจ และเศรษฐกิจของโลกให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และทักษะที่สามารถสนับสนุนการดำเนินงานของเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพเป็นหนึ่งในความเสี่ยงที่เครือฯ คอยติดตามและให้ความสำคัญมาโดยตลอด เพราะเครือฯ ตระหนักดีว่า การขาดแคลนบุคลากรไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการดำเนินงานเพื่อคิดค้น วิจัย และผลิตผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมที่ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของผู้มีส่วนได้เสีย แต่ยังเป็นการลดระดับความสามารถของเครือฯ ในการแข่งขัน และการบรรลุเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของเครือฯ

แนวทางการป้องกัน หรือบรรเทา ความเสี่ยง

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาความรู้ ความสามารถ และทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ให้แก่พนักงานของเราอย่างต่อเนื่อง โดยให้โอกาสพนักงานมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา ลงมือปฏิบัติ และหาทางออกร่วมกัน โดยเฉพาะการทักษะด้านเทคโนโลยีและดิจิทัลที่จำเป็นเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก ซึ่งเครือข่าย เปิดโอกาสให้พนักงานสามารถเข้าถึงคอร์สการอบรมในหัวข้อต่าง ๆ อย่างทั่วถึง อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้พนักงานเรียนรู้ข้ามสายงาน เพื่อนำแนวคิดใหม่มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อทั้งตัวพนักงานเอง นอกจากนี้ บริษัทยังมีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบการศึกษาขั้นพื้นฐานมาโดยตลอด โดยการร่วมขับเคลื่อนกับภาครัฐและองค์กรเอกชน 50 ราย ผ่านมูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี (CONNEX ED) โดยจัดทำโครงการรวมทั้งสนับสนุนงบประมาณและสนับสนุนให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรม นอกจากนี้ ยังได้มีการมอบทุนการศึกษาให้แก่นักเรียน และนักศึกษาในแขนงวิชาต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ของประเทศและของกลุ่มบริษัท

ความเสี่ยง: ความมั่นคงของห่วงโซ่อุปทาน

ชนิดของความเสี่ยง: ต้นสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบต่อ Capital:  Financial  Manufacturing  Relationship  Natural

เป้าหมายความยั่งยืนเครือข่าย ปี 2573 ที่เกี่ยวข้อง: การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ หน้า 230-237

คำอธิบายความเสี่ยง และผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ ของเครือข่าย

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการติดตามความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งระดับความรุนแรงและโอกาสในการเกิดความเสี่ยงดังกล่าวได้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีหลายปัจจัยมาเกี่ยวข้อง อาทิ ภัยพิบัติทางธรรมชาติที่ทำให้จำนวนผลผลิตลดลงและไม่สามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้า โรคระบาดในพืชและสัตว์ที่ทำให้ต้องล้มตายอย่างเลี่ยงไม่ได้ ความไม่แน่นอนทางการเมืองซึ่งส่งผลให้การนำเข้าและส่งออกวัตถุดิบต้องหยุดชะงัก รวมถึงการก่อการร้ายทางไซเบอร์ที่ทำให้กระบวนการผลิตหยุดชะงัก ซึ่งหากไม่มีการดำเนินงานเพื่อป้องกันผลกระทบที่ตามมาอันมีมากมาย เช่น รายได้ที่ลดลง ทรัพย์สินเสียหาย ผู้มีส่วนได้เสียขาดความเชื่อมั่นในบริษัท การเสียความสามารถในการแข่งขัน และการเพิ่มขึ้นของต้นทุนเพื่อสรรหาวัตถุดิบทดแทน เป็นต้น

แนวทางการป้องกัน หรือบรรเทา ความเสี่ยง

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการดำเนินงานเพื่อรักษาความมั่นคงของห่วงโซ่อุปทานและเพื่อสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการแห่งคุณภาพให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าได้อย่างต่อเนื่องไว้ดังนี้ การประกาศใช้จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า และนโยบายการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน เพื่อให้คู่ค้ามีการดำเนินงานเพื่อจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤตที่เป็นไปในทิศทางเดียวกับเครือข่าย และมาตรฐานของสากล แบ่งปันความรู้ และเทคโนโลยีเพื่อให้คู่ค้ามีการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีความปลอดภัย และลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ดำเนินการประเมินผลการดำเนินงานของคู่ค้าเป็นประจำเพื่อระบุความเสี่ยงและร่วมกันจัดทำแนวทางป้องกัน และดำเนินการวิจัยและพัฒนาร่วมกับภายนอก เพื่อคัดค้านผลิตภัณฑ์และบริการแห่งอนาคตที่ลดการพึ่งพาวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูง และลดการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด

 ความเสี่ยงด้าน Heart  ความเสี่ยงด้าน Health  ความเสี่ยงด้าน Home

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

 [การกำกับดูแลกิจการ](#)

[สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมด้าน Capital หน้า 50-51](#)

ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่

ความเสี่ยง: การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ

ชนิดของความเสี่ยง: ด้านสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบต่อ Capital:  Manufacturing  Natural

เป้าหมายความยั่งยืนเครือข่าย ปี 2573 ที่เกี่ยวข้อง: การปกป้องระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ หน้า 214-229

การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ หน้า 230-237

**คำอธิบายความเสี่ยง
และผลกระทบต่อ
การดำเนินธุรกิจ
ของเครือข่าย**

จากการวิจัยของสากลพบว่าในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและกิจกรรมของมนุษย์ทำให้สิ่งมีชีวิตกว่า 1 ล้านสายพันธุ์ทั่วโลกต้องตกในความเสี่ยงที่จะสูญพันธุ์ ซึ่งการสูญพันธุ์ของสายพันธุ์หนึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อสายพันธุ์อื่น ๆ อย่างเลี่ยงไม่ได้ และเป็นโอกาสในการเกิดโรคระบาดใหม่ ๆ ในอนาคต ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านการขาดแคลนทรัพยากรที่สำคัญต่อการดำรงชีพของสิ่งมีชีวิตทั้งหลาย รวมถึงความเป็นอยู่ของประชากรโลก และการเติบโตของธุรกิจ ในหลายอุตสาหกรรม โดยเฉพาะการดำเนินงานของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ที่มีธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารเป็นหนึ่งในธุรกิจหลักของเครือข่าย ซึ่งความเสี่ยงจากการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพที่อาจเกิดขึ้นกับเครือข่าย ได้แก่ จำนวนผลผลิตทางการเกษตรลดลงเนื่องจากคุณภาพดินที่ต่ำลง ความเพียงพอของน้ำที่สะอาด และจำนวนโรคศัตรูพืชที่เพิ่มขึ้น และการไม่สามารถเข้าถึงวัตถุดิบที่มีคุณภาพรวมถึงวัตถุดิบแห่งอนาคต เนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคต่าง ๆ หรือความขัดแย้งระหว่างประเทศ ทำให้ความสามารถในการผลิตที่ต้นน้ำลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ความต้องการของทั่วโลกเพิ่มขึ้น และการขนส่งที่จำเป็นต้องหยุดชั่วคราวหรือถาวร ซึ่งความเสี่ยงเหล่านี้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบความมั่นคงของอาหาร เช่น การหยุดชะงักของกระบวนการผลิต การขาดแคลนอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพและจำเป็น และการเพิ่มขึ้นของราคาอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น

**แนวทางการป้องกัน
หรือบรรเทา
ความเสี่ยง**

เพื่อบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นเนื่องจากการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ประกาศใช้นโยบายการปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ และขับเคลื่อนให้ทุกกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องนำไปปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นแนวทางในการปกป้อง ดูแล รักษา และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพให้แก่ทุกกลุ่มธุรกิจ และคู่ค้า อีกทั้งยังได้ประกาศเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการปกป้องและฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ ดังนี้

- ภายในปี 2568 ดำเนินการปลูกต้นไม้จำนวน 20 ล้านต้น
- ภายในปี 2573 ร้อยละ 100 ของการกำจัดวัตถุดิบหลักต้องมาจากแหล่งที่ปราศจากการบุกรุกและตัดไม้ทำลายป่า
- ภายในปี 2573 ทุกกลุ่มธุรกิจมีโครงการหรือความร่วมมือกับพันธมิตรที่เกี่ยวข้องระดับสากล เพื่อบริหารจัดการและติดตามความหลากหลายทางชีวภาพ

นอกจากนี้ การขยายขอบเขตในการปกป้องทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะความหลากหลายทางชีวภาพ เครือฯ จึงจัดทำนโยบายการจัดหาอย่างยั่งยืน ที่มุ่งเน้นไปที่การสรรหาวัตถุดิบทางการเกษตรและทางทะเลอย่างรับผิดชอบ ว่าวัตถุดิบดังกล่าวไม่ได้มาจากการการรุกรานพื้นที่อนุรักษ์ ไม่มีการตัดไม้ทำลายป่าเพื่อการเกษตร นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้มีระบบการตรวจสอบย้อนกลับสำหรับวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูง เพื่อสร้างความมั่นใจว่าคู่ค้าของเครือฯ มีการผลิตหรือสรรหาวัตถุดิบตามข้อกำหนด กฎหมายของสากล และนโยบายของเครือฯ อย่างเคร่งครัด

ความเสี่ยง: การเลิกใช้พลาสติกที่ไม่สามารถย่อยสลายได้โดยสังคมน

ชนิดของความเสี่ยง: ด้านสังคม

ผลกระทบต่อ Capital:  Financial  Manufacturing  Intellectual
 Relationship  Natural

เป้าหมายความยั่งยืนเครือข่าย ปี 2573 ที่เกี่ยวข้อง: ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน หน้า 192-203

คำอธิบายความเสี่ยง และผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ ของเครือข่าย

ในปัจจุบัน ประชาชนมีความตระหนักถึงผลกระทบของขยะพลาสติกที่มีต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพมากขึ้น จึงทำให้ ความต้องการการใช้พลาสติกที่ไม่สามารถย่อยสลายได้และพลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง ลดลง ในขณะเดียวกันความต้องการ ใช้พลาสติกที่สามารถย่อยสลายได้ก็เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งแนวโน้มความต้องการใช้พลาสติกทางเลือกเป็นทั้ง ความเสี่ยงและโอกาสในการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยเฉพาะด้านความสามารถในการสรรหาพลาสติก ทางเลือกที่มีคุณภาพดี มีความทนทานต่อสภาพแวดล้อมต่าง ๆ สามารถรักษาความสด สะอาดของผลิตภัณฑ์ได้ดี และมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยเสี่ยงสำหรับเครือข่าย เนื่องจากพลาสติกทางเลือกมีต้นทุนที่สูงกว่าพลาสติกทั่วไป และค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีความเหมาะสมต่อวัสดุพลาสติกแบบใหม่ อย่างไรก็ตาม หากเครือข่าย ไม่มีแผนที่จะปรับเปลี่ยนมาใช้พลาสติกทางเลือก เครือฯ ก็จะมีเผชิญความเสี่ยงในด้านชื่อเสียงและความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้เสีย และการสูญเสียโอกาสทางการค้า ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

แนวทางการป้องกัน หรือบรรเทา ความเสี่ยง

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่อ เพิ่มประสิทธิภาพและลดการพึ่งพาการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ อีกทั้งยังได้ประกาศเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- ภายในปี 2573 บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ทั้งหมดสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ใช้ซ้ำ หรือย่อยสลายได้

เพื่อบรรลุเป้าหมายด้านบรรจุภัณฑ์พลาสติก เครือฯ ได้กำหนดแนวทางบริหารจัดการการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ยั่งยืน ซึ่งเน้นไปที่ การยกเลิกการใช้พลาสติกที่ไม่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ อีกทั้งยังแสวงหาวัสดุพลาสติกทางเลือก หรือวัสดุ ทางธรรมชาติ; ส่งเสริมการลงทุนวิจัยและพัฒนาในนวัตกรรมการกระจายสินค้าที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์อาหารที่ปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค; สนับสนุนและร่วมผลักดันหลักการ Extended Producer Responsibility หรือ EPR เพื่อขยายความรับผิดชอบต่อผู้ผลิตสู่การขยายเครือข่ายในการร่วมรับผิดชอบต่อ การบริหารจัดการขยะจากบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคให้กลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่; วิเคราะห์วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ เพื่อประเมินศักยภาพและหาโอกาสในการปรับปรุง; สนับสนุนและให้ความร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการกำหนดมาตรฐาน การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม; และให้ความสำคัญในการขจัดปัญหาเศษพลาสติกตลอดห่วงโซ่อุปทาน

 ความเสี่ยงด้าน Heart  ความเสี่ยงด้าน Health  ความเสี่ยงด้าน Home

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

 การกำกับดูแลกิจการ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมด้าน Capital หน้า 50-51




การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย



กระบวนการการสร้างความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียถือเป็นหนึ่งในกระบวนการที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งเครือฯ มีการทบทวนกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเป็นประจำ โดยคำนึงถึงผลกระทบจากการดำเนินงานของเครือฯ ทั้งเชิงบวกและเชิงลบที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม และผลกระทบหรือความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อเครือฯ นอกจากนี้ ช่องทางการสร้างความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียยังได้รับการพัฒนาปรับปรุงเป็นประจำ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าเครือฯ มีเครื่องมือและ

ระบบที่ครอบคลุม และมีความเหมาะสมต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม รวมถึงมีความโปร่งใสและตรวจสอบได้

ความสนใจ ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่ได้รับจากผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ได้ถูกบูรณาการเข้าไปในการกำหนดกลยุทธ์องค์กร การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยง และการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน อีกทั้งยังได้มีการสื่อสารไปยังกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ เพื่อร่วมกันพัฒนาและสร้าง “พรุ่นนี้ ที่ดีกว่า”

	ช่องทางการสร้างการมีส่วนร่วม	ประเด็นที่อยู่ในความสนใจ	การดำเนินงานเพื่อตอบสนอง
เกษตรกร 	<ul style="list-style-type: none"> • การแบ่งปันความรู้ และการหารือ ผ่านการประชุม และตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • การร่วมมือผ่านโครงการต่าง ๆ • ศูนย์ส่งเสริมและเรียนรู้ • การสำรวจความพึงพอใจประจำปี • ช่องทางรับข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> • การส่งเสริมศักยภาพเกษตรกร • การเข้าถึงทรัพยากรต่าง ๆ อย่างเพียงพอและรวดเร็ว • การรับประกันรายได้ • การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> • สนับสนุนการทำเกษตรอย่างยั่งยืน เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม • ส่งเสริมด้านเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาผลผลิตให้มีคุณภาพและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย • รับประกันแหล่งที่มาของรายได้ • จัดทำสัญญาที่เป็นธรรมตามกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับ
ชุมชนและสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> • การหารือผ่านการประชุมโดยตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • การร่วมมือผ่านโครงการต่าง ๆ • ศูนย์ส่งเสริมและเรียนรู้ • การสำรวจความพึงพอใจประจำปี • ช่องทางรับข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> • การมีส่วนร่วมในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตชุมชน • การส่งเสริมการจ้างงานในชุมชน • ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจที่มีต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> • จัดทำโครงการเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน รวมถึงกลุ่มเปราะบาง • สนับสนุนการจ้างแรงงาน และการสร้างธุรกิจชุมชน • จัดทำโครงการการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ ฟื้นฟูระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ
คู่ค้าธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> • การแบ่งปันความรู้ และการหารือ ผ่านการประชุม • การร่วมมือผ่านโครงการต่าง ๆ • ศูนย์ส่งเสริมและเรียนรู้ • การสำรวจความพึงพอใจประจำปี • ช่องทางรับข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> • การส่งเสริมศักยภาพคู่ค้า ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นระบบ • การคุ้มครองสิทธิมนุษยชนและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทาน • การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม และเคารพสิ่งแวดล้อมและสังคม ในการตัดสินใจทางธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> • กำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ • สื่อสารและตรวจประเมินคู่ค้าตามนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน • ประกาศใช้จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า เพื่อให้เกิดการปฏิบัติต่อคู่ค้าทุกรายด้วยความเสมอภาคและยุติธรรม

ช่องทาง การสร้างการมีส่วนร่วม

ประเด็นที่อยู่ในความสนใจ

การดำเนินงานเพื่อตอบสนอง

เจ้าหน้าที่



- การสื่อสารและการหารือผ่านการประชุม
- รายงานทางบัญชี
- การร่วมมือผ่านโครงการต่าง ๆ
- การสำรวจความพึงพอใจประจำปี
- ช่องทางรับข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน

- การกำกับดูแลกิจการที่ดี
- การเปิดเผยผลการดำเนินงานอย่างโปร่งใส และมีประสิทธิภาพ
- การเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการแข่งขันทางธุรกิจ

- ดำเนินธุรกิจตามกฎหมายหลักธรรมาภิบาล วัตถุประสงค์ และข้อบังคับบริษัท
- ปฏิบัติตามเงื่อนไขของเจ้าหน้าที่อย่างเคร่งครัด
- ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงาน

พนักงานและครอบครัว



- การสื่อสารผ่านหัวหน้างาน
- ประกาศเครือข่าย หรือ ตัวแทนฝ่ายบุคคล
- โครงการสำหรับพนักงานต่าง ๆ
- การสำรวจความพึงพอใจประจำปี
- การประเมินผลการดำเนินงานประจำปี
- ช่องทางรับข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน

- การพัฒนาศักยภาพและความก้าวหน้าในอาชีพ
- การดำเนินการตามหลักสิทธิมนุษยชน เช่น ความเท่าเทียมและความหลากหลาย เป็นต้น
- สภาพแวดล้อมในการทำงานและอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

- พัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง ตามกลยุทธ์ Workforce 4.0
- กำหนด และประกาศใช้แนวปฏิบัติด้านความหลากหลายและการอยู่ร่วมกัน
- ประกาศใช้มาตรฐานการจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม

NGOs



- การสื่อสารและการหารือผ่านการประชุมโดยตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- การร่วมมือผ่านโครงการต่าง ๆ
- การสำรวจความพึงพอใจประจำปี
- ช่องทางรับข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน

- ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจที่มีต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม
- การดำเนินธุรกิจเพื่อพัฒนาสังคม
- การเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะอย่างครบถ้วน โปร่งใส และรวดเร็ว

- รับฟังความคิดเห็นและหารือแนวทางการป้องกันผลกระทบร่วมกันอย่างต่อเนื่อง
- สนับสนุนโครงการที่เป็นประโยชน์แก่ประเทศ และชุมชน
- สื่อสาร และเปิดเผยข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ และโปร่งใส





ภาครัฐ



- การสื่อสารและการหารือผ่านการประชุมโดยตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- การร่วมมือผ่านโครงการต่าง ๆ
- การสำรวจความพึงพอใจประจำปี
- ช่องทางรับข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน

- การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง
- การเป็นตัวอย่างในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ ต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม
- การเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานอย่างครบถ้วน โปร่งใส และรวดเร็ว

- ติดตามและปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด
- ร่วมมือ และสนับสนุนการพัฒนาโครงการที่สร้างประโยชน์ต่อประเทศ และชุมชน
- สื่อสารและเปิดเผยข้อมูลอย่างครบถ้วน โปร่งใส และรวดเร็ว

ช่องทาง การสร้างการมีส่วนร่วม	ประเด็นที่อยู่ในความสนใจ	การดำเนินงานเพื่อตอบสนอง	
<p>คู่แข่งทางการค้า</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • การสื่อสารและการหารือผ่านการประชุมโดยตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • การร่วมมือผ่านโครงการต่าง ๆ • การสำรวจความพึงพอใจประจำปี • ช่องทางรับข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> • การปฏิบัติตามจริยธรรม การแข่งขัน กฎหมาย และกฎระเบียบทางการค้า 	<ul style="list-style-type: none"> • ปฏิบัติตามกฎหมาย/จริยธรรม การแข่งขันที่ดี จัดให้มีระบบการควบคุมดูแลให้ไม่มีการดำเนินการใด ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งความเป็นเลิศทางการค้าของคู่แข่ง • ไม่ทำลายชื่อเสียงคู่แข่งด้วยการให้ร้ายโดยปราศจากความจริง
<p>สื่อมวลชน</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • การสื่อสารและการหารือผ่านการประชุมโดยตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • การดำเนินงานผ่านโครงการต่าง ๆ • การสำรวจความพึงพอใจประจำปี • ช่องทางรับข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> • การกำกับดูแลกิจการ • การเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานอย่างครบถ้วน โปร่งใส และรวดเร็ว • ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจที่มีต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> • ปฏิบัติต่อสื่อมวลชนด้วยความสัมพันธ์ที่ดี • ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์บนพื้นฐานของข้อเท็จจริงและทันต่อเหตุการณ์
<p>ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • การสื่อสารและการหารือผ่านการประชุมโดยตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • รายงานทางบัญชี • การร่วมมือผ่านโครงการต่าง ๆ • การสำรวจความพึงพอใจประจำปี • ช่องทางรับข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> • การกำกับดูแลกิจการ • การบริหารความเสี่ยง • การเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานอย่างถูกต้อง โปร่งใส และทันต่อเหตุการณ์ • การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และทิศทางการดำเนินธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> • ดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล ข้อบังคับบริษัท รวมถึงมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น • ประกาศนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการบริหารความเสี่ยง • เปิดเผยแพร่ผลการดำเนินงานอย่างโปร่งใส สอดคล้องตามมาตรฐานสากล • รับฟังความคิดเห็นจากผู้ถือหุ้นและนักลงทุน
<p>ลูกค้าและผู้บริโภค</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • การสื่อสารและการหารือผ่านการประชุมโดยตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • ผลิตภัณฑ์และบริการหลังการขาย • การร่วมมือผ่านโครงการต่าง ๆ • การสำรวจความพึงพอใจประจำปี • ช่องทางรับข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> • การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีต่อสุขภาพ และปลอดภัยต่อผู้บริโภค • การตรวจสอบย้อนกลับของผลิตภัณฑ์ • ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการหลังการขาย • ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล 	<ul style="list-style-type: none"> • พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เสริมสร้างสุขภาพและสุขภาพที่ดีให้กับผู้บริโภคแต่ละช่วงวัย • พัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ • แสดงข้อมูลสินค้า และฉลากผลิตภัณฑ์ที่มีความถูกต้อง • กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดให้มีการทบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี เพื่อนำผลจากการวิเคราะห์ประเด็นที่มีความสำคัญต่อเครือฯ และอยู่ในความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มมาปรับปรุงกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนให้มีความแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น ซึ่งในปี 2565 เครือฯ ได้ทำการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของเครือฯ ทั้งภายในและภายนอก ซึ่งพิจารณาครอบคลุมทุกประเด็นความเสี่ยงของเครือฯ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก ตลอดจนแนวโน้มและทิศทางความยั่งยืนในกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของเครือฯ โดยอาศัยหลักการตามแนวทางสากลด้านการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน (GRI Standards) หลักการและเครื่องมือการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement Standard: AA1000) ดัชนีชี้วัดด้านความยั่งยืน มาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศกำหนดโดยคณะกรรมการมาตรฐานความยั่งยืนสากล (International Financial Reporting Standards by International Sustainability Standards Board: IFRS by ISSB) ที่สอดคล้องกับการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ การเปิดเผยข้อมูลการทำธุรกิจที่มีผลกระทบต่อความหลากหลาย

ทางชีวภาพ (The Task Force on Nature-related Financial Disclosure: TNFD) สอดรับกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (UN Sustainable Development Goals: UN SDGs) อีกทั้ง ยังมีการพิจารณาความเสี่ยงและโอกาสตามหลักการบริหารความเสี่ยงขององค์กร (Enterprise Risk Management) และพิจารณาการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตทั้งระยะสั้นและระยะยาว (Double and Dynamic Materiality) โดยนำผลกระทบทั้งจากผู้มีส่วนได้เสีย ข้อคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ และการวิเคราะห์ผลกระทบทางการเงินมาจัดลำดับความสำคัญของแต่ละประเด็นด้านความยั่งยืน เพื่อจัดทำเป็นเป้าหมายและแผนการดำเนินการด้านความยั่งยืน ของเครือฯ

โดยกระบวนการและผลการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ ได้รับการติดตาม และพิจารณาความเหมาะสมโดยคณะกรรมการบริหารความยั่งยืน หรือ Sustainability Committee ซึ่งทำการรายงานไปยังคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการบริษัท เพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงกระบวนการให้มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน พร้อมกับยกระดับความสามารถในการสร้างคุณค่าในระยะยาวให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

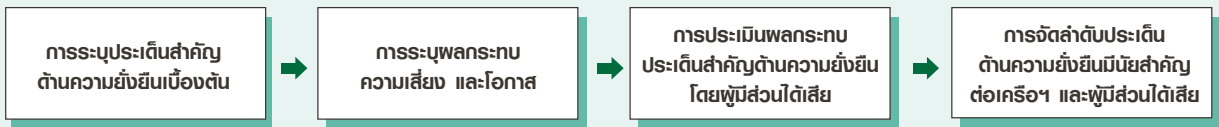
→ [การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน หน้า 30-31](#)



กระบวนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน เครือเจริญโภคภัณฑ์

กระบวนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนจำเป็นต้องมีการประเมินและกำหนดความสำคัญของประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล หรือ ESG ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจ และผู้มีส่วนได้เสียของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ดังนั้น เพื่อให้กระบวนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือ

ครอบคลุมทุกประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ ที่อยู่ในความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียและตรงตามข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญภายนอก เครือฯ ได้ประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของปี 2565 ตามกระบวนการที่ได้กำหนดขึ้นมาใหม่ ดังนี้



การระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนเบื้องต้น

ในการระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนเบื้องต้น เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้ทำการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเครือฯ และผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงมาตรฐานและกรอบการรายงานในระดับสากล รายงานของสมาคมและองค์กรที่เกี่ยวข้อง ทิศทางของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง บริษัทเทียบเคียง

รวมทั้งการพิจารณาประเด็นที่เกิดขึ้นในสื่อสาธารณะต่าง ๆ เพื่อมาจัดทำเป็นประเด็นด้านความยั่งยืนทั้งหมด โดยพบว่ามีทั้งหมด 54 ประเด็นด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของเครือฯ และอยู่ในความสนใจของผู้มีส่วนได้เสีย โดยสามารถแบ่งได้ดังนี้



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

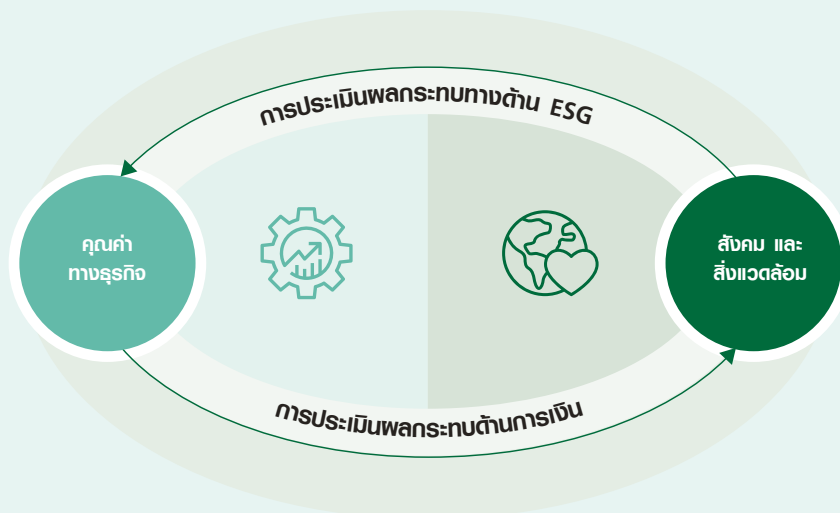
→ [Double & Dynamic Materiality Assessment Report 2022](#)

การระบุผลกระทบความเสี่ยง และโอกาส

ในขั้นตอนที่สอง เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินการศึกษา และวิเคราะห์ผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของเครือฯ เพื่อให้การวิเคราะห์ผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาสเป็นไปอย่างครอบคลุม เครือฯ ตรวจสอบการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่า ผลิตภัณฑ์/บริการ และขั้นตอนการใช้งานของผู้บริโภคและลูกค้าของเราอย่างละเอียดถี่ถ้วน นอกจากนี้ เพื่อให้เข้าใจถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล การวิเคราะห์ได้คำนึงถึงผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การปล่อยก๊าซเรือนกระจก การใช้ทรัพยากร การเกิดของเสีย การปฏิบัติด้านแรงงาน การปกป้องสิทธิมนุษยชน การมีส่วนร่วมของชุมชน การจัดหาผลิตภัณฑ์/บริการ และแนวปฏิบัติด้านบรรษัทภิบาล

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้นำแนวทางการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนในรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า Double และ Dynamic มาประยุกต์ใช้ ซึ่งช่วยให้เครือฯ มีความเข้าใจมากขึ้นเกี่ยวกับประเด็นด้านความยั่งยืนและเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นตามสถานการณ์และช่วงเวลา

การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนแบบ Double Materiality เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินการประเมินผลกระทบของเครือฯ ที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนอิทธิพลที่สังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีต่อความสามารถของเครือฯ ในการเติบโต ในขณะที่การประเมินฯ แบบ Dynamic Materiality ช่วยให้เครือฯ สามารถระบุการเปลี่ยนแปลงของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน และข้อกังวลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามช่วงเวลา ซึ่งอาจเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น แนวโน้มของสากล ความเสี่ยงของอุตสาหกรรม ข้อบังคับและกฎหมาย และแผนการดำเนินงานของเครือฯ โดยผลจากการประเมินจะบูรณาการเข้าไปในกระบวนการทบทวนกลยุทธ์องค์กร เพื่อสร้างความมั่นใจว่าเครือฯ มีการพิจารณาความเสี่ยงและโอกาสอย่างรอบด้าน และมีกลยุทธ์ที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างมีประสิทธิภาพ



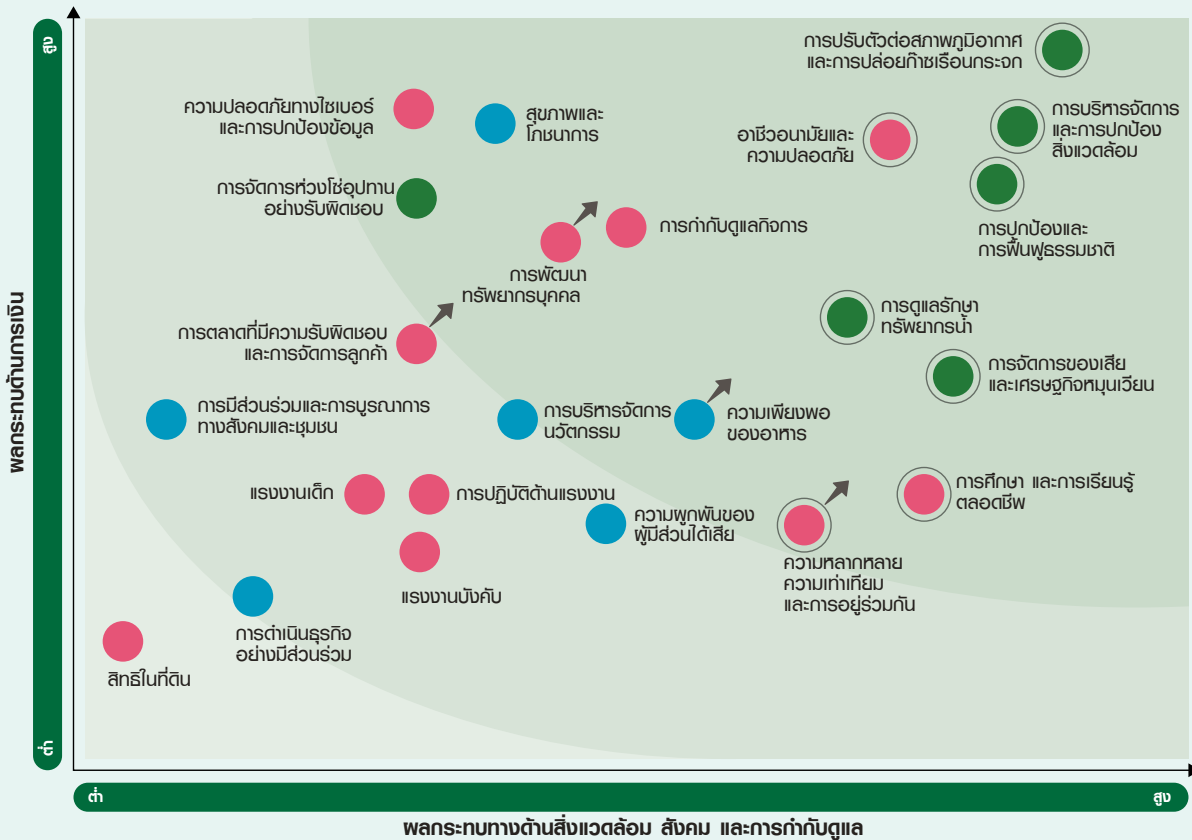
การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน
แบบ Double และ Dynamic

การประเมินผลกระทบประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนโดยผู้มีส่วนได้เสีย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดทำแบบสำรวจผลกระทบจากประเด็นด้านความยั่งยืน โดยผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าเข้าร่วมการสำรวจฯ ซึ่งใช้แนวทางในการพิจารณาผลกระทบทั้งจากระดับความรุนแรง และโอกาสที่จะเกิดขึ้นของผลกระทบจากประเด็นด้านความยั่งยืนนั้น ๆ โดยการประเมินระดับความรุนแรงของประเด็นด้านความยั่งยืน ครอบคลุมในมิติด้านเศรษฐกิจ อาชีวอนามัย ความปลอดภัยสิ่งแวดล้อม ด้านสิทธิมนุษยชน

รวมถึงด้านชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์องค์กร สำหรับการประเมินโอกาสของการเกิดผลกระทบ เครือฯ พิจารณาทั้งผลกระทบที่เกิดขึ้นแล้ว และผลกระทบที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ในอนาคต นอกจากนี้ เพื่อสร้างความมั่นใจว่ากระบวนการและผลการประเมินนั้นมีความโปร่งใส เครือฯ ได้ให้ผู้ทวนสอบที่มีความเป็นอิสระจากการดำเนินงานธุรกิจของเครือฯ เข้าทำการตรวจสอบกระบวนการ และผลของการประเมิน โดยสามารถดูคำรับรองได้ที่หน้า 256-257

การจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนมีนัยสำคัญต่อเครือฯ และผู้มีส่วนได้เสีย



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

➔ [Double & Dynamic Materiality Assessment Report 2022](#)

กลยุทธ์และเป้าหมายความยั่งยืน



เราเป็นองค์กรที่เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

ในการสร้างอาหารคน อาหารสมอง โอกาสในการเข้าถึงคุณค่า เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน

คำนิยาม 3 ประโยชน์

ปรัชญา
เศรษฐกิจพอเพียง

ระบบบริหารซีพี
สู่ความเป็นเลิศ

The 10 UNGC Principle
17 UN SDGs & UNGP

กฎระเบียบข้อบังคับ
และมาตรฐาน

Heart: Living Right

Health: Living Well

Home: Living Together



การกำกับดูแลกิจการ



สุขภาพและสุขภาวะที่ดี



การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติตามแรงงาน



คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม



ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน



การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ



ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ



การดูแลทรัพยากรน้ำ



การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล



การบริหารจัดการนวัตกรรม



การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ



ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล



การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย



การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

ความร่วมมือ การเสริมสร้างขีดความสามารถ ทักษะคน และวัฒนธรรมความยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินการทบทวนกลยุทธ์และเป้าหมายความยั่งยืนเครือข่าย สู่ปี 2573 เป็นประจำทุกปี เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับเครือฯ กลุ่มบริษัทในเครือฯ และผู้มีส่วนได้เสียว่ากลยุทธ์ฯ และการดำเนินงานของเครือฯ จะสามารถตอบสนองต่อแนวโน้มของสากลและความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างตรงจุด และพร้อมสร้างคุณค่าและอนาคตที่ยั่งยืนได้อย่างทั่วถึง โดยเครือฯ ได้นำความคิดเห็นและข้อห่วงกังวลของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม รวมถึงวิสัยทัศน์และกลยุทธ์องค์กร มาตรฐานและกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของสากล ผลการวิเคราะห์ความเสี่ยงองค์กรและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต และผลการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนมาบูรณาการเข้าไปในการทบทวนกลยุทธ์ฯ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ช่วยให้เครือฯ สามารถระบุทิศทางและกลยุทธ์การดำเนินงานทั้งในปัจจุบัน และอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยในปี 2565 กลยุทธ์และเป้าหมายความยั่งยืนหลักของเครือฯ จะมุ่งเน้นไปที่ 3 แนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ

แนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ



การดำเนินงานเพื่อมุ่งสู่ Carbon Neutral ภายในปี 2573 และ Net Zero ภายในปี 2593 โดยมีการดำเนินงานในหัวข้อดังต่อไปนี้

1. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่มุ่งเน้นไปที่การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การลดการก่อกมลพิษทางอากาศ และการเพิ่มการใช้พลังงานหมุนเวียนในกระบวนการผลิต
2. การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ โดยให้ความสำคัญไปที่การรักษาและเพิ่มประชากรป่าไม้ และการไม่รุกรานพื้นที่ป่าในการดำเนินงานทั้งห่วงโซ่อุปทาน และ
3. การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบที่เน้นไปที่การสนับสนุนให้คู่ค้ามีทิศทางการดำเนินงานที่สอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายของเครือฯ รวมถึงการตรวจสอบย้อนกลับของแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูง



การผลิตและการบริโภคอย่างรับผิดชอบ โดยมีการดำเนินงานในหัวข้อดังต่อไปนี้

1. การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจหมุนเวียน ที่มุ่งเน้นไปที่การลดการเกิดของเสียจากกระบวนการผลิต และการลดการเกิดขยะอาหารให้เป็นศูนย์ การใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างคุ้มค่า รวมถึงการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนเพื่อลดการใช้พลาสติกและช่วยลดผลกระทบจากการใช้ผลิตภัณฑ์โดยผู้บริโภค และ
2. การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ โดยให้ความสำคัญไปที่การลดการใช้น้ำในกระบวนการผลิต และการลดการปล่อยน้ำสู่ภายนอก



การลดความไม่เท่าเทียมกันในสังคม เครือฯ ได้มีการดำเนินงานในหัวข้อดังต่อไปนี้

1. สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน โดยเน้นไปที่การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนกับทุกกลุ่มธุรกิจและคู่ค้า Tier-1 และส่งเสริมความเสมอภาคของพนักงานทุกระดับ
2. การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ โดยมุ่งเน้นไปที่การยกระดับการศึกษาให้ทุกเพศ ทุกวัยสามารถเข้าถึงหัวข้อที่จำเป็นต่อการดำรงชีพในอนาคต
3. การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนสามารถเติบโตในสายงานอาชีพที่ถนัดได้อย่างเท่าเทียม
4. คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม โดยเครือฯ ได้สนับสนุนความรู้ให้แก่เกษตรกร SMEs และกลุ่มเปราะบางผ่านโครงการต่าง ๆ มาโดยตลอด และ
5. สุขภาพและสุขภาวะที่ดี และความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ โดยมุ่งเน้นไปที่การคิดค้นผลิตภัณฑ์แห่งอนาคตที่เปี่ยมไปด้วยโภชนาการและมีราคาที่เข้าถึงได้ง่าย

กระบวนการสร้างคุณค่า

ปัจจัยนำเข้า



Financial Capital

- 1,975,000 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายทั้งหมด



Manufacturing Capital

- 363 โรงงานผลิต
- 989 ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ และฟาร์มพืชสวน - พืชไร่
- 13,838 สาขาร้านเซเว่น อีเลฟเว่น
- 2,736 ไฮเปอร์มาร์เก็ต / ซูเปอร์สโตร์



Intellectual Capital

- 91 ศูนย์วิจัยและพัฒนา
- 28,753 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา



Human Capital

- 441,606 คน จำนวนพนักงาน
- 31 สัญชาติที่เป็นพนักงาน
- 871 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายในการอบรม
- 223,207 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับพนักงานทั้งหมด



Relationship Capital

- ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย
- การเข้าร่วมเป็นสมาชิกกับองค์กรต่าง ๆ



Natural Capital

- 52.16 ล้านกิโลจูล การใช้พลังงาน
- 392 ล้านลูกบาศก์เมตร การดื่มน้ำมาใช้
- 328 พันตัน ทรัพยากรหมุนเวียนทางธรรมชาติ (ชีวมวล) ที่นำมาใช้

กลยุทธ์องค์กร

S1

New Business Platform

S2

Digital Transformation

S3

R&D/Excellence Center

S4

Global Talent & Leadership Development

S5

Investment for Growth & Competitiveness

S6

Sustainable Growth through Data & Analytic

S7

Sustainable Development & Corporate Governance

เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

Heart: Living Right



Health: Living Well



Home: Living Together



การวิเคราะห์ผลกระทบและความเสี่ยงจากภายนอก

- ระดับน้ำทะเลที่สูงขึ้นและคุณภาพน้ำ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่มีต่อการดำเนินงานของบริษัท
- การขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะที่ตรงตามลักษณะงานที่มีการเปลี่ยนแปลงในอนาคต
- ความมั่นคงของห่วงโซ่อุปทาน
- การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ
- การเลิกใช้พลาสติกที่ไม่สามารถย่อยสลายได้โดยสังคม

กระบวนการสร้างคุณค่าผ่านการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์



คุณค่าและผลกระทบที่เกิดขึ้น

- + รายได้รวม 2,902,000 ล้านบาท
- + 19,186 ล้านบาท ภาษีที่จ่ายให้รัฐบาล
- + จำนวนโรงงานการผลิตที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล 363 แห่ง
- + ร้อยละ 100 ของธุรกิจได้การรับรองความปลอดภัยด้านข้อมูล
- + จำนวนนักวิจัยและนวัตกรรม 9,674 คน
- + จำนวนสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรที่เครือฯ ได้รับในปี 2565 646 ฉบับ
- + จำนวนผลิตภัณฑ์และบริการที่แข่งขันนวัตกรรม 4,119 รายการ
- + ร้อยละ 100 ของธุรกิจมีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน
- + ร้อยละ 100 ของพนักงานที่ได้รับการอบรม
- + ร้อยละ 51.24 ของพนักงานผู้หญิงในเครือฯ
- + 21.23 ชั่วโมงของการอบรมเฉลี่ยต่อพนักงานต่อปี
- จำนวนการเสียชีวิตของพนักงานและพวกรับเหมา 29 ราย
- พนักงานลาออกจำนวน 82,607 คน
- + คะแนนความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียร้อยละ 80
- + การสร้างเครือข่ายสามชิกด้านความยั่งยืนทั่วโลกกว่า 10 องค์กร
- + ประชาชนที่ได้รับการสร้างงานสร้างอาชีพ 194,256 ราย
- ผลกระทบต่อชื่อเสียงองค์กร
- + ปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1&2) ลดลง 1.32 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- + เพิ่มปริมาณการใช้พลังงานหมุนเวียน 1.06 ล้านกิโลวัตต์-ชั่วโมง
- + ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ 69 ล้านลูกบาศก์เมตร
- + ลดการเกิดปริมาณขยะของเสียจากการผลิต 0.04 ตันต่อหน่วยรายได้ล้านบาท
- ผลกระทบที่เกิดต่อดิน น้ำ อากาศ และความเป็นอยู่ของสิ่งมีชีวิตทั่วไป

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง



SDGs



การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

ในปี 2558 องค์การสหประชาชาติ หรือ United Nations (UN) ได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) โดยจุดประสงค์หลักของ SDGs คือ เพื่อให้นานาชาติประเทศทั่วโลก รวมถึงภาคเอกชนร่วมกันนำเป้าหมายทั้ง 17 เป้าหมายไปปฏิบัติ ให้บรรลุผลสำเร็จภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้คือระหว่างปี 2558 ถึงปี 2573 เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งสามมิติ ได้แก่ การเติบโตทางเศรษฐกิจ ความครอบคลุมทางสังคม และการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม

สำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่มีการดำเนินงานธุรกิจอยู่ใน 21 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลกนั้น การน้อมนำกรอบการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสากลมาประยุกต์ใช้และหลอมรวมอยู่ในห่วงโซ่คุณค่าและกลยุทธ์ของเครือฯ เป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะการดำเนินงานดังกล่าว ไม่เพียงแต่ส่งเสริมให้เกิดผลกระทบเชิงบวกให้แก่ประชาคมโลกโดยรวม แต่ยังช่วยสร้างความมั่นใจว่ากิจกรรม และการดำเนินงานต่าง ๆ ของเครือฯ นั้นจะเป็นไปตามกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ อีกทั้งสามารถระบุความเสี่ยงต่าง ๆ ได้อย่างรอบด้านพร้อมทั้งกำหนดแนวทางป้องกันการสูญเสียได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เพื่อให้เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังคงสามารถสนับสนุนต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนได้เต็มประสิทธิภาพ พร้อมกับตอบสนองต่อแนวโน้มของอุตสาหกรรม ความท้าทาย และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เครือฯ ได้ทำการจัดอันดับความสำคัญของ SDGs และเป้าหมายย่อยผ่านการประเมินความเชื่อมโยงเข้ากับบริบทของเครือฯ โดยมีเกณฑ์การจัดลำดับความสำคัญ ดังนี้

- กิจกรรมของเครือฯ ตลอดห่วงโซ่คุณค่า
- กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานของเครือฯ
- เป้าหมายสู่ความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573

ทั้งนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์พบว่าการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ หรือ SDG 13 ยังคงล่าช้ากว่าเป้าหมายรายปีของเครือฯ ที่ได้กำหนดไว้ นอกจากนี้ เครือฯ พิจารณาเล็งเห็นว่าควรมีการเร่งพัฒนาระบบการศึกษา การยกระดับความเป็นอยู่ที่ดี การเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพ และการปกป้องรักษาความหลากหลายทางชีวภาพ ดังนั้น จึงได้มีการเพิ่ม SDG 3 การมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี SDG 14 นิเวศทางทะเล และมหาสมุทร และ SDG 15 ระบบนิเวศทางบกเข้ามาเป็นหนึ่งในเป้าหมายที่มีความสำคัญเชิงกลยุทธ์ รวมถึงมีการเพิ่มเติมในส่วนของเป้าหมายย่อยเพื่อให้ครอบคลุมผลกระทบที่เกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่คุณค่า

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[Sustainable Development Goals Report 2022](#)



กิจกรรม กลยุทธ์ และเป้าหมายของเครือฯ	SDG			อันดับความสำคัญ	เนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้อง
	ห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ	กลยุทธ์องค์กร	เป้าหมายความยั่งยืนเครือฯ		
SDG 1: ขจัดความยากจน	■■■	■	■	●	• คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม
SDG 2: ขจัดความหิวโหย	■■■	■■■	■■■	●	• ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ • สุขภาพและสุขภาวะที่ดี
SDG 3: การมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี	■■■	■■■	■■■	●	• 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: นิเวศทางทะเลและมหาสมุทร	■■■	■■■	■■■	●	• การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ
SDG 15: ระบบนิเวศทางบก	■■■	■■■	■■■	●	• การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ
SDG 16: สันติภาพและสถาบันที่เข้มแข็ง	■■■	■	■■■	●	• การกำกับดูแลกิจการ
SDG 17: หุ้นส่วนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	■■■	■	■■■	●	• การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย • ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล

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

เป้าหมายที่มีความสำคัญเชิงกลยุทธ์



เครือฯ มุ่งยกระดับสุขภาพ และสุขอนามัย โดยให้ความสำคัญต่อการวิจัยและพัฒนาอาหาร รวมถึงเวชภัณฑ์ที่จำเป็น

48,848 คน

ที่เข้าถึงแพลตฟอร์ม “หมอดี”



เครือฯ มุ่งเน้นการขยายเครือข่ายการสื่อสารแบบไร้พรมแดน พร้อมกับพัฒนาความรู้ ความสามารถที่จำเป็นต่อโลกอนาคต เพื่อให้ทุกคนสามารถเติบโตได้อย่างเท่าเทียมกัน

45,522,730 คน

เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ที่ได้รับการส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาและพัฒนาทักษะที่จำเป็น



เครือฯ ได้ทำการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนทั่วทั้งเครือฯ และมีแผนที่จะขยายให้ครอบคลุมทั้งห่วงโซ่อุปทาน

0 กรณี

ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการจ้างแรงงานอย่างผิดกฎหมายภายในเครือฯ และห่วงโซ่อุปทาน



เครือฯ ได้เปิดโอกาสให้คู่ค้า และพันธมิตรเข้าร่วมในการคิดค้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และลดการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างต่อเนื่อง

ร้อยละ **94.53**

สัดส่วนการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติสามารถใช้ซ้ำ ใช้ใหม่ และย่อยสลายได้



เครือฯ ตั้งเป้าหมายมุ่งสู่ Net Zero Emissions ภายในปี 2593 แผนงานที่เกี่ยวข้องได้แก่ การเปลี่ยนถ่ายสู่การใช้พลังงานทดแทน การใช้พลังงานหมุนเวียนภายในองค์กร และการลดการเกิดก๊าซเรือนกระจกในห่วงโซ่อุปทาน

1.32 ล้านตัน

จำนวนคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่สามารถลดได้ในปี 2565



เครือฯ ได้ดำเนินการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลร่วมกับพันธมิตร ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน

17 จังหวัด

จังหวัดชายฝั่งทะเลประเทศไทยที่มีการดำเนินโครงการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเล



เครือฯ ได้ประกาศเป้าหมายในการลดผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพเป็นศูนย์ อีกทั้งยังเร่งดำเนินการฟื้นฟู และปกป้องทรัพยากรป่าไม่ผ่านการร่วมมือกับพันธมิตร

8,294,180 ต้น

จำนวนการปลูกต้นไม้ทั่วโลก



เครือฯ ให้ความสำคัญต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกับเครือข่ายด้านความยั่งยืนทั้งในระดับประเทศ และระดับสากล เพื่อร่วมขับเคลื่อนสู่อนาคตที่ยั่งยืน และดีกว่าสำหรับทุกคน

10 องค์กร

องค์กรด้านความยั่งยืนที่เครือฯ เข้าร่วมเป็นสมาชิก และมีการร่วมมืออย่างต่อเนื่อง

นโยบายและกรอบ การดำเนินงาน ที่เกี่ยวกับความยั่งยืน



ด้านสิ่งแวดล้อม

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติระดับเครือฯ รวมถึงกรอบการดำเนินงานต่าง ๆ ที่ครอบคลุมประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล เพื่อให้กลุ่มบริษัทและพนักงานทุกคนของเครือฯ มีแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนไปในทิศทางเดียวกัน และพร้อมสร้างมาตรฐานการดำเนินงานที่ดีให้แก่ลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งเครือฯ ได้ทำการสื่อสารหลักการที่ระบุไว้ในนโยบายและแนวปฏิบัติ รวมถึงกรอบการดำเนินงานให้แก่กลุ่มบริษัท พนักงาน และลูกค้าได้รับทราบและพร้อมนำไปปฏิบัติได้อย่างเคร่งครัดผ่านวิธีการต่าง ๆ เช่น การอบรม อีเมล การประชุม เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบ และหัวหน้างาน เป็นต้น นอกจากนี้ เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจและความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เครือฯ มีกระบวนการตรวจสอบแนวทางและผลการดำเนินงานของเครือฯ กลุ่มบริษัทในเครือฯ และลูกค้าที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ โดยหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง หรือโดยหน่วยงานภายนอก โดยการตรวจสอบจะเป็นไปตามมาตรฐาน โปร่งใส และตรวจสอบได้

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมที่ครอบคลุมประเด็นสำคัญต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การดูแลรักษาน้ำ การลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน เศรษฐกิจหมุนเวียน และการปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าการดำเนินงานของเครือฯ รวมถึงของคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจจะไม่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบ และพร้อมสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายของเครือฯ และของสากลด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมโดยอ้างอิงแนวทางและมาตรฐานของสากล เพื่อให้พนักงานในทุกระดับ และคู่ค้าทุกรายมีแนวทางในการดำเนินงานที่คำนึงถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม มีการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และสภาพภูมิอากาศ รวมถึงการจัดการของเสียและผลิตภัณฑ์ภายหลังการใช้งานที่เหมาะสม นอกจากนี้นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมแล้ว เครือฯ ยังได้กำหนดนโยบายย่อยเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ดังนี้

- การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ
- การลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร
- การจัดการของเสีย
- การจัดการคุณภาพอากาศ
- เศรษฐกิจหมุนเวียน
- การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ
- บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน
- ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์
- การจัดการสารเคมีและวัตถุอันตราย



ด้านสังคม

การดูแลให้บุคลากรของเครือเจริญโภคภัณฑ์ รวมถึงผู้รับเหมา คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจมีความเป็นอยู่ที่ดี มีความปลอดภัย ได้รับการดูแลอย่างเสมอภาคและเท่าเทียม และมีสุขภาพกาย และใจที่แข็งแรงนับเป็นหนึ่งในเป้าหมายการดำเนินงานที่ยั่งยืน ของเครือฯ ดังนั้น เพื่อให้ทุกฝ่ายมีการดำเนินงานที่สามารถ ตอบสนองต่อแนวโน้มของสากล และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน นโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับด้านสังคมได้ถูกจัดทำ และ บังคับใช้ทั่วทั้งเครือฯ รวมถึงผู้รับเหมา คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน
- ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน
- การป้องกันการเลือกปฏิบัติ และการล่วงละเมิด
- ความหลากหลาย ความเสมอภาค และการอยู่ร่วมกัน
- การจ้างแรงงานข้ามชาติ
- การบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้จัดทำแนวทางการดำเนินงาน มาตรฐานการจัดการ และกฎต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้พนักงาน ผู้รับเหมา คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจมีแนวทางการดำเนินงาน ที่ชัดเจน ถูกต้องและเป็นไปตามหลักการที่ได้ถูกกำหนดไว้

- แนวทางการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน
- มาตรฐานการจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม
- กฎพิทักษ์ชีวิต



ด้านการกำกับดูแล

คุณธรรมและจริยธรรมเป็นหัวใจหลักในการดำเนินธุรกิจของ เครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งเครือฯ ได้มีการจัดทำจรรยาบรรณธุรกิจ เพื่อให้พนักงานทุกระดับสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีจริยธรรม มีความโปร่งใส และมีความเสมอภาค อีกทั้งยังได้จัดทำจรรยาบรรณ ธุรกิจสำหรับคู่ค้า เพื่อให้การดำเนินงานของคู่ค้าเป็นในทิศทาง เดียวกัน พร้อมทั้งป้องกันการเกิดความเสียหายตลอดห่วงโซ่คุณค่า และเพื่อเป็นการตอกย้ำความมุ่งมั่นของเครือฯ ที่มีต่อการดำเนิน ธุรกิจอย่างโปร่งใส จรรยาบรรณธุรกิจ และนโยบายและแนวปฏิบัติ สำหรับหัวข้อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลได้ถูกจัดทำขึ้น มีดังนี้

- จรรยาบรรณธุรกิจ
- จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า
- ความยั่งยืน
- ความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- การให้ รับของขวัญหรือผลประโยชน์อื่นใด
- การแจ้งเบาะแส
- การบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศ
- การต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน
- การป้องกันการฟอกเงิน
- การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- การบริหารความเสี่ยง
- ความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ
- การจัดหาย่างยั่งยืน

ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

เครือข่ายริ้วรอยภาคภัณฑ์ตระหนักดีว่าการร่วมมือและการสร้างพันธมิตรกับภาคส่วนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน หรือภาคประชาชน จะส่งเสริมให้เราสามารถขยายสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืนได้อย่างรวดเร็วและเต็มประสิทธิภาพ อีกทั้งยังส่งเสริมให้เกิดการสร้างคุณค่าร่วมกันเพื่อ “พรุ่งนี้ ที่ดีกว่า” ให้แก่ประเทศชาติ ประชาชน และการดำเนินงานของเรา รวมถึงของพันธมิตร โดยตลอดระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมากกว่าหนึ่งศตวรรษ เครือฯ ได้มีการสร้างพันธมิตรกับภาคส่วนต่าง ๆ อย่างมากมาย แต่อย่างไรก็ตาม การสร้างพันธมิตร ไม่ว่าจะเป็นทางด้านธุรกิจหรือด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน เครือฯ จะดำเนินการศึกษาวิจัยที่ค้น กลยุทธ์ เป้าหมาย และแนวทางการดำเนินงานของพันธมิตรก่อนเป็นประจำ เพื่อวิเคราะห์ว่าเครือฯ และพันธมิตรมีเป้าหมายการดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน และการร่วมมือจะไม่เพียงส่งเสริมการดำเนินงานของกันและกัน แต่ยังเป็นการยกระดับการดูแลรักษาสุขภาพแวดล้อมให้อุตสาหกรรม และส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของประชากรโลกให้มีความเท่าเทียมกัน



ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact: UNGC)

วัตถุประสงค์หลักขององค์กร

UNGC คือโครงการหนึ่งของสหประชาชาติที่มีเป้าหมายในการกระตุ้นให้บริษัทต่าง ๆ ทั่วโลกหันมาดำเนินกิจการที่มีความยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น โดยหลักการของ UNGC ครอบคลุมเรื่องสิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านทุจริต

แนวทางการร่วมมือของเครือฯ

เครือฯ มีส่วนร่วมกับ UNGC ใน Action Platform 2 รายการ ได้แก่ การจ้างงานในระบบห่วงโซ่อุปทานอย่างมีคุณธรรม และผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อสุขภาพ นอกจากนี้ เครือฯ ยังเป็นสมาชิกผู้ร่วมก่อตั้งสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (Global Compact Network Thailand - GCNT) เพื่อขยายหลักการของ UNGC ให้ทั่วถึง



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

วัตถุประสงค์หลักขององค์กร

วัตถุประสงค์การดำเนินงานหลักของ WBCSD คือเพื่อส่งเสริมการทำธุรกิจที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นไปที่ 3 เป้าหมายหลัก ได้แก่ การระดมให้ภาคธุรกิจหันมาสนใจเกี่ยวกับการจัดการปัญหาความเหลื่อมล้ำ สร้างความร่วมมือในการระบุปัญหาและก่อให้เกิดความร่วมมือในการลงมือแก้ไข และสร้างพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อจัดการปัญหาความไม่เท่าเทียมอย่างเป็นรูปแบบ

แนวทางการร่วมมือของเครือฯ

เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมโลกในการขับเคลื่อนสู่สังคมโดยรวมการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งสามมิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เครือฯ ได้เข้าร่วมเป็นหนึ่งในคณะทำงานด้านการจัดปัญหาความเหลื่อมล้ำ (BCTI) และ Food Reform for Sustainability and Health (FRSH)



สภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum: WEF)

วัตถุประสงค์หลัก ขององค์กร

WEF เป็นองค์กรความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยมุ่งเน้นไปที่การดำเนินกิจกรรมเพื่อเสนอแนะทิศทางในการกำหนดนโยบายด้านเศรษฐกิจ สังคม และการพัฒนาในระดับประเทศ และระหว่างประเทศ ผ่านเครือข่ายผู้นำภาคการเมือง ธุรกิจ และภาคประชาสังคม

แนวทางการร่วมมือ ของเครือข่าย

เพื่อแบ่งปันแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และวิสัยทัศน์ในหัวข้อทิศทางเศรษฐกิจโลก กลยุทธ์การค้าเงินธุรกิจ การพัฒนาการของเทคโนโลยีดิจิทัล และประเด็นการพัฒนาอย่างยั่งยืนในแง่มุมต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่เครือข่าย มีการดำเนินธุรกิจ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็น และลดความเหลื่อมล้ำของสังคม



สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (Global Compact Network Thailand: GCNT)

วัตถุประสงค์หลัก ขององค์กร

GCNT ได้ถูกก่อตั้งขึ้นเพื่อขยายแนวทางการดำเนินงานอย่างยั่งยืนให้แก่กลุ่มบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียในประเทศไทย โดยการทำงานมุ่งเน้นไปที่การผลักดันการบรรลุเป้าหมายของ UN และ SDGs โดยมุ่งเน้นการสร้างภาคีความร่วมมือและการพัฒนานวัตกรรม

แนวทางการร่วมมือ ของเครือข่าย

เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของภาคเอกชนในประเทศไทยในการขับเคลื่อนสังคมของเราสู่การบรรลุเป้าหมาย SDGs และเป็นศูนย์กลางในการรวมความคิดและแนวทางการดำเนินงานเพื่อสร้างสังคมที่เป็นหนึ่งอันเดียวกัน



มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี (Connext ED)

วัตถุประสงค์หลัก ขององค์กร

Connext ED เป็นโครงการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนใน การขับเคลื่อนระบบการศึกษาของประเทศสู่มาตรฐานสากล และร่วมสร้างพื้นฐานของการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

แนวทางการร่วมมือ ของเครือข่าย

เพื่อร่วมขับเคลื่อนและยกระดับมาตรฐานการศึกษาพื้นฐานและการพัฒนาผู้นำ เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน และลดความเหลื่อมล้ำของคนในสังคมอย่างยั่งยืนด้วยการศึกษาที่นับเป็นพื้นฐานของการพัฒนาประเทศ



สภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย

วัตถุประสงค์หลัก ขององค์กร

สภาดิจิทัลฯ ได้จัดตั้งขึ้นเพื่อประสานความร่วมมือกับภาคเอกชน รัฐบาล และภาคประชาชนในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านดิจิทัล การพัฒนาบุคลากรด้านดิจิทัล ให้เกิดการประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

แนวทางการร่วมมือ ของเครือข่าย

เพื่อร่วมผลักดันแพลตฟอร์มดิจิทัลที่สามารถรวมพลังความคิดจากภาคเอกชนและภาคประชาชน พร้อมสนับสนุนการทำงานกับภาครัฐในการขับเคลื่อนเทคโนโลยีและอุตสาหกรรม 4.0 ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการมีความรู้ ความสามารถในการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง และก้าวเป็นประเทศผู้นำทางด้านเทคโนโลยี



HEART

Living Right

เพื่อเป็นการต่อยอดถึงความมุ่งมั่นของเครือเจริญโภคภัณฑ์ในการสร้างสรรค์การดำเนินงานในทุกมิติความยั่งยืน เพื่อ “พรุ่นนี้ ที่ดีกว่า” การสร้างรากฐานที่มั่นคงและแข็งแกร่งเป็นหนึ่งในประเด็นหลักที่เครือฯ ให้ความสำคัญมาโดยตลอด ซึ่งการมีกระบวนการและโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความซื่อสัตย์ จริยธรรม และความโปร่งใส นั้น เป็นหัวใจหลักในการดำเนินธุรกิจของเครือฯ ที่มีการดำเนินงานอยู่ใน 21 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลก นอกจากนี้ การยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนให้มีความเท่าเทียม และปราศจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน ตลอดห่วงโซ่คุณค่าถือเป็นอีกหนึ่งภารกิจหลักของเครือฯ โดยเครือฯ มุ่งเน้นไปที่การศึกษา การเสริมสร้างความรู้ ความสามารถ และทักษะใหม่ ๆ ให้แก่เยาวชน การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคลของเครือฯ รวมถึงของพันธมิตร และคู่ค้าเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ พนวกไปกับการปกป้องความปลอดภัยทางไซเบอร์และปกป้องข้อมูล ซึ่งจะช่วยให้เราสามารถเติบโตไปพร้อมกันได้อย่างยั่งยืน

การกำกับดูแลกิจการ	62
สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน	74
การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ	88
การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล	98
ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล	108

กระบวนการสร้างคุณค่า

ปัจจัยนำเข้า



Manufacturing Capital

- ร้อยละ 100 ของธุรกิจได้รับการรับรองความปลอดภัยด้านข้อมูล



Human Capital

- 441,606 คน จำนวนพนักงาน
- 31 สัญชาติ ที่เป็นพนักงาน
- 871 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายในการอบรม
- 223,207 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับพนักงานทั้งหมด

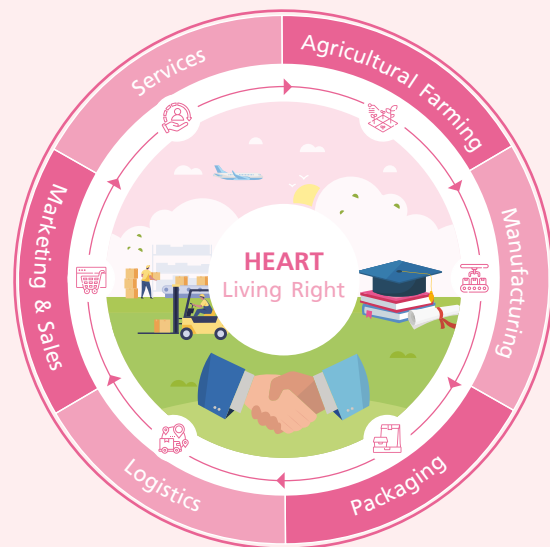


Relationship Capital

- การสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคงระหว่างเครือข่ายและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม
- ความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อสร้างสังคมและองค์กรที่ยั่งยืน

กระบวนการสร้างคุณค่าผ่านการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์

ห่วงโซ่คุณค่าของเครือเจริญโภคภัณฑ์



กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้นไปที่การสร้างมาตรฐานในการกำกับดูแลกิจการที่ดีทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร อันได้แก่ คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อสร้างประโยชน์อันสูงสุดให้แก่ประเทศไทย ประชาชน และพนักงานของเครือฯ นอกจากนี้ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเท่าเทียมทางสังคม การปกป้องสิทธิมนุษยชน การยกระดับความปลอดภัยอาชีวอนามัย รวมถึงการพัฒนาาระบบการศึกษาขั้นพื้นฐาน และการสนับสนุนการพัฒนางานองค์ความรู้ใหม่ ๆ ยังเป็นอีกหนึ่งภารกิจหลักของเครือฯ ในการสร้าง “พุงนี้ ที่ดีกว่า” นอกเหนือจากการสร้างพื้นฐานการดำเนินงานและการพัฒนาทุนมนุษย์แล้ว การป้องกัน และการรักษาความปลอดภัยข้อมูลต่าง ๆ ทั้งของเครือฯ คู่ค้า พันธมิตร ลูกค้า และอื่น ๆ ก็เป็นอีกหนึ่งภารกิจหลักของเครือฯ ภายใต้ยุคสมัยแห่งดิจิทัลและเทคโนโลยี

คุณค่าและผลกระทบที่เกิดขึ้น



Intellectual Capital

+ จำนวนพนักงานที่มีความรู้ด้าน STEM **37,845 ตำแหน่ง**



Human Capital

+ จำนวนข้อร้องเรียนด้านจรรยาบรรณ และจริยธรรม ลดลง **ร้อยละ 50** เมื่อเทียบกับปี 2564

+ **ร้อยละ 100** ของธุรกิจมีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนทุก 3 ปี และร้อยละ 60 ประเมินรายปี

+ **ร้อยละ 100** ของพนักงานที่ได้รับการอบรม

+ **ร้อยละ 51.24** ของพนักงานผู้หญิงในเครือฯ

+ **21.23 ชั่วโมง** ของการอบรมเฉลี่ยต่อพนักงานต่อปี

- จำนวนการเสียชีวิตของพนักงานและผู้รับเหมา **29 ราย**

- พนักงานลาออกจำนวน **182,067 คน**



Relationship Capital

+ คะแนนความผูกพันของพนักงานอยู่ที่ **ร้อยละ 80**

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง



เกษตรกร



ชุมชน และสังคม



คู่ค้าธุรกิจ



เจ้าหนี้



พนักงานและ
ครอบครัว



NGOs



ภาครัฐ



คู่แข่งทางการค้า



สื่อมวลชน



ผู้ถือหุ้น และนักลงทุน



ลูกค้า และพันธมิตร

SDGs



3.6



4.1	4.3	4.4
4.5	4.7	4.A
4.B	4.C	



5.1	5.2	5.5
-----	-----	-----



8.5	8.6	8.7
8.8		



9.C



10.1	10.3	10.4
10.7		



12.6



16.2	16.5	16.7
16.B		



17.6	17.8
------	------

การกำกับดูแลกิจการ

Corporate Governance

ด้วยบริบททางธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่มีความหลากหลายจากการดำเนินธุรกิจอยู่ใน 21 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลก ซึ่งมีสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความซับซ้อนและความไม่แน่นอนที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา ทำให้การดำเนินงานของเครือฯ ต้องคำนึงถึงกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่แตกต่างกันของแต่ละประเทศและเขตเศรษฐกิจ ซึ่งถือเป็นหนึ่งความท้าทายหลักของเครือฯ ในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย โดยเฉพาะภาคธุรกิจ นักลงทุน และสังคมว่าการดำเนินงานของเครือฯ จะไม่มีการละเมิดข้อกำหนดของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และพร้อมสร้าง “พຽນີ ທີ່ດີກວ່າ” ให้แก่ทุกภาคส่วนตั้งนั้นเพื่อให้เครือฯ สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถส่งมอบคุณค่าที่ยั่งยืนในระยะยาวให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม เครือฯ จึงยึดมั่นในการกำกับดูแลกิจการอย่างมีจริยธรรม โปร่งใส ซื่อสัตย์ และมีความรับผิดชอบต่อมาโดยตลอด รวมถึงบูรณาการการกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง และการกำกับปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ เพื่อให้การบริหารจัดการเป็นไปอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เป็นการส่งเสริมให้มีผลประโยชน์ที่ดีในระยะยาว นอกจากนี้ยังสร้างคุณค่าให้แก่สิ่งแวดล้อม สังคม และผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ เพื่อนำธุรกิจไปสู่การเติบโตได้อย่างยั่งยืน



การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



12.6

16.5
16.7
16.B

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ [Sustainable Development Goals Report 2022](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2565

ผลการประเมินการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริหาร

การประเมินทั้งคณะ

86%

การประเมินรายบุคคล

84%

การสร้างความตระหนักรู้ด้านจริยธรรมทางธุรกิจ

ให้แก่ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯในเครือ

การเรียนรู้

100%

การลงนามรับทราบและปฏิบัติตาม

100%

การทดสอบ

100%

เป้าหมายและความคืบหน้า

ทุกกลุ่มธุรกิจได้รับการประเมินผล

2565

78.46%

ที่ได้รับการยอมรับของการดำเนินงาน

2564

31%

ด้านการกำกับดูแลกิจการ

แผนการดำเนินงานในอนาคต



บูรณาการแพลตฟอร์มดิจิทัลของระบบการกำกับดูแลกิจการ ระบบการบริหารความเสี่ยง และระบบการกำกับการปฏิบัติตามกฎหมาย เพื่อให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลอยู่บนระบบเดียวกัน อันจะนำไปสู่การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ



ขยายผลการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยงให้ครอบคลุมทุกหน่วยงาน



“ การกำกับดูแลกิจการ คือ หัวใจของการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ เป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างสรรค์สินค้าคุณภาพและความเชื่อถือ อันส่งผลให้เราเติบโตอย่างต่อเนื่อง และยังยืนมาถึงปัจจุบัน ”

คุณสุกhit เจียรนวนนท์
ประธานกรรมการ เครือเจริญโภคภัณฑ์

การกำกับดูแลกิจการเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์เชื่อมั่นว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นรากฐานสำคัญของการดำเนินธุรกิจ อันทำให้เกิดระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งนำธุรกิจไปสู่การเติบโตในระยะยาว

คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้กำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานของเครือฯ ให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ ซึ่งครอบคลุมถึงการดำเนินงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการ และด้านความยั่งยืนทั่วทั้งเครือฯ โดยมอบหมายให้คณะกรรมการบริหารทำหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินธุรกิจ การกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง และการควบคุมภายใน การกำกับกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และการตรวจสอบให้เป็นไปตามเป้าหมาย โดยมีคณะกรรมการขับเคลื่อนการกำกับดูแลกิจการ ความเสี่ยงและการตรวจสอบช่วยกลั่นกรองงานด้านการกำกับดูแลกิจการ งานด้านการบริหารความเสี่ยง และงานด้านการตรวจสอบภายใน นอกจากนี้ ยังมีคณะกรรมการขับเคลื่อนการกำกับกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ช่วยกลั่นกรองงานด้านการกำกับกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

คณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการจำนวน 11 ท่าน เป็นกรรมการที่มีผู้บริหาร 10 ท่าน และกรรมการที่เป็นผู้บริหาร 1 ท่าน ดำรงตำแหน่งประธานคณะผู้บริหาร กรรมการทุกท่านมีทักษะที่หลากหลายทั้งทางด้านความรู้ ประสบการณ์ ความชำนาญ อายุ เพศสภาพ เชื้อชาติ สัญชาติ และภูมิสำเนา ซึ่งความหลากหลายเหล่านี้มีความสำคัญต่อการวางแผนกลยุทธ์ การบริหารจัดการองค์กร และการตัดสินใจประเด็นต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงด้านความยั่งยืน

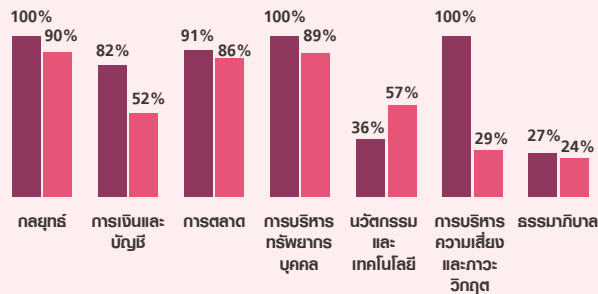
คณะกรรมการบริหาร

นอกจากคณะกรรมการบริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้จัดให้มี คณะกรรมการบริหาร เพื่อกำกับดูแลให้การดำเนินงานของเครือฯ เป็นไปตามกลยุทธ์ แนวทาง นโยบายและแนวปฏิบัติที่ได้กำหนดไว้ คณะกรรมการบริหารประกอบด้วยประธานคณะผู้บริหารและผู้บริหารระดับสูงของบริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด รวมถึงผู้บริหารระดับสูงจากบริษัทที่จดทะเบียนและไม่ได้จดทะเบียน เช่นเดียวกับคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหารมีทักษะที่หลากหลายทั้งทางด้านความรู้ ความชำนาญ อายุ เพศสภาพ เชื้อชาติ สัญชาติ ภูมิสำเนา และประสบการณ์การทำงานในด้านต่าง ๆ ทำให้สามารถทำหน้าที่ในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจที่มีความหลากหลายของเครือฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความรู้ ความสามารถของคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการบริหาร

เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียว่าเครือเจริญโภคภัณฑ์ จะสามารถรับมือกับความท้าทายใหม่ ๆ และมีแผนกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับแนวโน้มของโลก รวมถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เครือฯ ได้จัดทำแผนการบริหารทักษะในการทำงานของ คณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการบริหาร หรือ Board Skill Matrix ซึ่งพบว่าร้อยละ 100 ของคณะกรรมการ ทั้ง 2 ชุด มีความรู้ ความสามารถ และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของเครือฯ

Board Skill Matrix ของคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการบริหาร



■ คณะกรรมการบริษัท ■ คณะกรรมการบริหาร

CASE STUDY

กรอบการกำกับดูแลบริษัท ในเครือเจริญโภคภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดทำกรอบการกำกับดูแลบริษัท ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางให้บริษัท ในเครือฯ สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการ รวมถึงรับทราบหน้าที่ ความรับผิดชอบที่มีต่อบริษัทแม่ ซึ่งได้จัดอบรมให้แก่พนักงานของบริษัท ในเครือทั้งในประเทศไทย จีน และอื่น ๆ จำนวน 350 คน โดยสาระสำคัญของการอบรม ได้แก่

- การกำกับดูแลกิจการเครือเจริญโภคภัณฑ์
- ระบบการกำกับดูแลกิจการ
- การกำกับดูแลของบริษัทแม่
- การกำกับดูแลบริษัทในเครือฯ



การกำกับดูแลกิจการ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และเป็นไปด้วยมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งเครือฯ โดยให้ความสำคัญกับการวางโครงสร้างและกระบวนการในการกำกับดูแล ในปี 2565 เครือฯ ได้ขับเคลื่อนการดำเนินงานเพื่อให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม ดังนี้

- **จัดทำกรอบการกำกับดูแลบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์** และจัดฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับกรอบการกำกับดูแลดังกล่าว เพื่อให้กลุ่มบริษัทในเครือฯ นำไปจัดทำโครงสร้างการกำกับดูแลทำให้เกิดการกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง และการกำกับปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ให้เป็นไปตามกรอบเดียวกันทั่วทั้งเครือฯ
- **จัดทำและทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติระดับเครือ รวม 8 นโยบาย** ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ เป้าหมายทางธุรกิจ และความยั่งยืนของเครือฯ โดยได้บูรณาการความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้แทนจากทุกบริษัทในเครือฯ มาร่วมในกระบวนการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติ เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจ การยอมรับ และการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ของบุคลากรที่ระบุไว้ในนโยบาย โดยนำไปกำหนดกลยุทธ์ เป้าหมาย และแผนการดำเนินงานของบริษัทในเครือฯ รวมทั้งปฏิบัติตามตามแผน ติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติตามนโยบาย รวมถึงจัดทำรายงานผลการดำเนินงานเพื่อนำผลมาพัฒนาการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องให้สามารถบรรลุตามยุทธศาสตร์ เป้าหมายทางธุรกิจและความยั่งยืนของเครือฯ
- **จัดอบรมนโยบายและแนวปฏิบัติระดับเครือให้แก่ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ฝึกอบรมของบริษัทในเครือ (Train the Trainer)** ทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน พร้อมมอบคู่มือสำหรับผู้ฝึกอบรมครอบคลุมทุกกลุ่มธุรกิจ เพื่อนำไปสื่อสารแก่ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทในเครือฯ ให้มีความเข้าใจ และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้องและเป็นรูปธรรม
- **พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัล** ทำให้เครือฯ สามารถติดตามการดำเนินงานตามนโยบายและเป้าหมายของบริษัทในเครือฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้การกำกับดูแลเป็นอย่างมีระบบ บุคลากรมีความตระหนักรู้ เรียนรู้และนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมทั่วทั้งเครือ

- **สนับสนุนความรู้แก่บริษัทในเครือฯ ในการพัฒนางานด้านการกำกับดูแลกิจการ** เช่น การให้แบบฟอร์มของการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะบุคคลที่ทำหน้าที่กำกับดูแล การจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การประเมินความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชัน การจัดทำแบบสำรวจการดำเนินงานด้านจริยธรรมและการกำกับปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ เพื่อเป็นข้อมูลให้กับบริษัทในเครือฯ นำไปพัฒนางานด้านการกำกับดูแลกิจการ เป็นต้น

เครือเจริญโภคภัณฑ์ปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรด้านจริยธรรมและการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์อย่างต่อเนื่องด้วยการส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมการทำงานของผู้บริหารและพนักงานที่มีคุณธรรมและความซื่อสัตย์ นอกจากนี้ ยังสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าเกิดความตระหนักรู้ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ทำให้เครือฯ ได้รับเลือกเป็นหนึ่งในบริษัทที่มีจริยธรรมมากที่สุดในโลกต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 โดย Ethisphere



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

➔ รายงานการกำกับดูแลกิจการที่ดี ประจำปี 2564

CASE STUDY

Train the Trainer นโยบายระดับเครือ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดการอบรมในหัวข้อนโยบายและแนวปฏิบัติต่าง ๆ ให้ผู้แทนของบริษัทในเครือฯ ได้รับความรู้ เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจในเนื้อหาสาระและสามารถนำไปถ่ายทอดให้กับพนักงานของแต่ละบริษัทในเครือฯ โดยในปี 2565 นโยบายและแนวปฏิบัติที่ได้มีการอบรม ได้แก่

นโยบายและแนวปฏิบัติ	ความขัดแย้งทางผลประโยชน์	ความยั่งยืน	สิ่งแวดล้อม	สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงานและนโยบายย่อย	จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้าและการจัดหาอย่างยั่งยืน
พนักงานตัวแทนของบริษัทในเครือฯ ทั้งในประเทศไทย จีน และอื่น ๆ ที่เข้าร่วมการอบรม	461 คน	302 คน	389 คน	354 คน	525 คน



การบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของเครือฯ

กระบวนการบริหารความเสี่ยงองค์กร

การดำเนินธุรกิจภายใต้ปัจจัยเสี่ยงทางด้านต่าง ๆ ทั้งจากภาวะการตกต่ำของเศรษฐกิจโลก ความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างประเทศ และการขาดแคลนวัตถุดิบอาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจหยุดชะงักซึ่งส่งผลกระทบต่อเชิงลบเป็นวงกว้าง ไม่ว่าจะเป็นความเพียงพอของอาหารที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ และการจ้างงานตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ดังนั้น เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์ที่ไม่สามารถคาดเดาได้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินการบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กร หรือ Enterprise Risk Management (ERM) ให้เหมาะสมกับปัจจัย และบริบททางธุรกิจ โดยอ้างอิงตามมาตรฐานสากลที่เรียกว่า The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission หรือ COSO นอกจากนี้ ยังมี การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงด้านต่าง ๆ ที่ครอบคลุมทุกด้านของการดำเนินงาน และห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ ทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ดังนี้

- **ความเสี่ยงองค์กร (Enterprise Risk):** ด้านยุทธศาสตร์ ด้านการเงิน การดำเนินงาน การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ ชื่อเสียงองค์กร
- **ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk):** การฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม การปกป้องระบบนิเวศ การปกป้องสิทธิมนุษยชน และการดูแลแรงงาน

และเพื่อเป็นการควบคุมความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม หน้าที่ และกระบวนการดำเนินงานของเครือฯ พร้อมลดความเสียหายจากความเสี่ยงให้ได้มากที่สุด เครือฯ มีการตรวจประเมินตามประเด็นความเสี่ยงเป็นประจำ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบ

โครงสร้างการบริหารความเสี่ยงองค์กร

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีโครงสร้างการบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กรที่ได้รับการดูแลในระดับนโยบายโดยคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการบริหาร นอกจากนี้ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการเฉพาะด้านเพื่อให้คำแนะนำในการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กร และผู้รับผิดชอบบริหารความเสี่ยงระดับกลุ่มธุรกิจเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานให้เกิดทั่วทั้งองค์กร



การสร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง

เครือเจริญโภคภัณฑ์ต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่หลากหลาย ทุกความเสี่ยงจึงต้องได้รับการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ตามนโยบายและกรอบการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร เพื่อให้มั่นใจว่าความเสี่ยงต่าง ๆ อยู่ในระดับที่เหมาะสมกับขนาด และประเภทธุรกิจ โดยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ตามกฎหมายและกฎเกณฑ์รวมถึงชื่อเสียงเป็นความเสี่ยงที่เครือข่ายยอมรับไม่ได้ ส่วนความเสี่ยงในเชิงธุรกิจที่ได้รับการจัดการแล้ว ต้องติดตามดูแลอย่างระมัดระวังไม่ให้ระดับความเสี่ยงนั้นสูงเกินกว่าระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ตามที่กำหนดไว้

ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ที่กำหนดขึ้นนั้น จะเป็นกรอบในการสร้างวัฒนธรรม และพฤติกรรมองค์กรในการรับมือกับความเสี่ยง เป็นแนวทางปฏิบัติที่จะทำให้เครือเจริญโภคภัณฑ์สามารถก้าวข้ามความท้าทายต่าง ๆ พร้อมทั้งบรรลุเป้าหมายองค์กร นอกจากนี้ เครือฯ ได้มุ่งเน้นในการเสริมสร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง ให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร โดยการมีส่วนร่วมของผู้บริหารจนถึงพนักงานทุกระดับ ด้วยการเสริมสร้างความตระหนักรู้ ความเข้าใจ เรื่องความเสี่ยง และจัดการ อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งเครือฯ ยังได้บูรณาการประเด็นความเสี่ยงด้านความยั่งยืนเข้าไปในการจัดหาวัตถุดิบ โดยให้ความสำคัญต่อการได้มาซึ่งวัตถุดิบ โดยจะต้องมาจากแหล่งที่มีความน่าเชื่อถือและตรวจสอบได้ รวมถึงไม่มีการละเมิดข้อกำหนดกฎหมายใด ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม และสิทธิมนุษยชน นอกจากนี้ ประเด็นด้านความเสี่ยงยังได้ถูกนำไปพิจารณาในขั้นตอนการพัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า พร้อมกับสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีช่องทางให้พนักงานทุกระดับสามารถส่งข้อร้องเรียนหรือข้อสังเกตเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือการกระทำที่สามารถก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อองค์กรได้ โดยพนักงานสามารถส่งข้อร้องเรียนไปได้ที่ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนของเครือฯ โดยตรงกับหัวหน้างาน หรือเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานความเสี่ยงองค์กร

CASE STUDY

สัมมนาเชิงปฏิบัติการการประเมินความเสี่ยง และการประเมินการควบคุมความเสี่ยง ด้วยตนเอง (Risk Control Self-Assessment)

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดสัมมนาในหัวข้อดังกล่าว เพื่อให้ผู้บริหาร และหัวหน้าหน่วยงานผู้รับผิดชอบความเสี่ยงได้วิเคราะห์ต้นเหตุที่แท้จริงของความเสี่ยง และการประเมินจุดควบคุมภายในที่เกี่ยวข้อง (Control Point) ตลอดจนกระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระบวนการจัดซื้อ และกระบวนการขาย เป็นต้น



การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ให้เป็นไปตามกฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อความโปร่งใส



กระบวนการการกำกับปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์เน้นย้ำให้พนักงานของเราดำเนินงานตาม ค่านิยม 6 ประการ เพื่อให้เครือฯ สามารถสร้างประโยชน์ต่อ ประเทศชาติ ประชาชน และพนักงานของเราได้อย่างยั่งยืน โดยหนึ่งในค่านิยมคือการมีคุณธรรมและความซื่อสัตย์ ซึ่งเครือฯ ได้มีการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้มา โดยตลอดระยะเวลากว่า 100 ปี และมีความตั้งใจที่จะยกระดับ แนวทางการดำเนินงานดังกล่าว เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มได้รับ ผลประโยชน์จากการดำเนินงานของเครือฯ อย่างเท่าเทียม

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการจัดทำจรรยาบรรณธุรกิจขึ้น เพื่อเป็น แนวทางในการดำเนินงานที่ดี และมีจริยธรรมให้แก่คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน โดยได้ทำการสื่อสารให้พนักงานทุกระดับได้ รับทราบพร้อมลงนามเพื่อเป็นพันธสัญญาที่จะยึดถือเป็นหลักปฏิบัติ ในการดำเนินงาน นอกจากนี้การปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจแล้ว เครือฯ ยังได้สนับสนุนให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตามกฎหมาย และ ระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

การสร้างวัฒนธรรมแห่งการ เป็นองค์กรที่เป็นธรรม

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งกับการดำเนินงาน อย่างเป็นธรรม และโปร่งใส ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงได้มีการสื่อสาร ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านข้อกำหนดกฎหมาย และ อื่น ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อให้พนักงานมีความรู้ที่เพียงพอต่อการ นำไปปฏิบัติใช้อย่างถูกต้อง อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์การไม่ปฏิบัติ ตามกฎเกณฑ์สามารถเกิดขึ้นได้ ซึ่งเครือฯ ได้มีการกำหนดมาตรการ ลงโทษไว้อย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการระงับไว้ในเล่มจรรยาบรรณ ธุรกิจหรือภายในนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ เพื่อเป็นการสนับสนุนให้เกิดวัฒนธรรมแห่งการเป็น องค์กรที่เป็นธรรม เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการจัดเก็บประวัติ การไม่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของพนักงาน และนำมาเป็นหนึ่งใน ปัจจัยที่ใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานประจำปีของพนักงาน ทุกระดับ ซึ่งผลของการประเมินจะเป็นตัวตัดสินการปรับระดับ และการพิจารณาค่าตอบแทนของพนักงานแต่ละบุคคล นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้ส่งเสริมให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการแจ้งเบาะแส เมื่อพบเรื่องที่ไม่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

โครงสร้างการกำกับปฏิบัติตามกฎหมาย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้แต่งตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนการกำกับการปฏิบัติตามกฎหมายเพื่อดูแล กำกับ และติดตามการดำเนินงานด้านการปฏิบัติตามกฎหมายขององค์กร นอกจากนี้ เครือฯ ยังมีสำนักกำกับการปฏิบัติตามกฎหมาย หรือ Corporate Compliance Office: CCO ที่มีหน้าที่ในการติดตามการเปลี่ยนแปลงของข้อกำหนด ข้อบังคับ กฎหมายของแต่ละประเทศที่เครือฯ มีการดำเนินธุรกิจอยู่ และทำการสื่อสารการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นให้ผู้บริหารและพนักงานได้รับทราบ

เพื่อให้เกิดการดำเนินงานที่สอดคล้องทั่วทั้งเครือเจริญโภคภัณฑ์ และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย เครือฯ มีการจัดทำและทบทวนขั้นตอนการปฏิบัติ เกี่ยวกับการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล การรับเรื่องร้องเรียน และการสืบสวนสอบสวนเป็นประจำ นอกจากนี้ ยังได้มีการสื่อสารในหัวข้อต่าง ๆ ให้แก่พนักงานและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เช่น พ.ร.บ ข้อมูลส่วนบุคคล ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และการแจ้งเบาะแส เป็นต้น

10 แนวปฏิบัติเพื่อป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์



1. ไม่ใช้อิทธิพลหรือหน้าที่ในการแสวงหาผลประโยชน์
2. ไม่ใช้ทรัพย์สิน บุคลากร และโอกาสทางธุรกิจ
3. ไม่รับหรือเสนอทรัพย์สินสิ่งของ
4. ไม่เบียดบังเวลาทำงาน
5. ไม่เปิดเผยข้อมูลภายในที่เป็นความลับของบริษัท
6. ไม่เข้าร่วมงานกับบริษัทอื่นที่เป็นคู่แข่งทางการค้า
7. ไม่ใช้หรือส่งต่อข้อมูลที่ยังไม่เปิดเผยต่อสาธารณะ
8. ทำธุรกรรมกับบริษัทในเครือฯ ต้องทำภายใต้เงื่อนไขการค้าทั่วไป เสมือนบุคคลภายนอก
9. ไม่มีส่วนร่วมในการพิจารณาและงดออกเสียงในวาระที่ตนมีส่วนได้เสีย
10. เปิดเผยมูลการมีส่วนได้เสียเป็นประจำทุกปีและทุกครั้ง เมื่อมีการเปลี่ยนแปลง



ตัวอย่างของความขัดแย้งทางผลประโยชน์

1. ใช้อำนาจหน้าที่ในการช่วยเหลือคนใกล้ชิดที่ทำธุรกรรมกับบริษัท
2. นำทรัพย์สินของบริษัทไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตัว
3. รับของขวัญหรือผลประโยชน์จากคู่ค้าธุรกิจของบริษัท
4. รับงานนอกหรือทำธุรกิจส่วนตัวในเวลาว่าง
5. ใช้ข้อมูลภายในของบริษัทเพื่อประโยชน์ของตนเอง
6. เป็นที่ปรึกษาให้กับบริษัทคู่แข่ง
7. มีส่วนร่วมในการคัดเลือกคู่ค้าที่ตนเองมีความเกี่ยวข้อง

การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักถึงความสำคัญของการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน เพราะการทุจริตคอร์รัปชันไม่เพียงแต่ทำลายชื่อเสียงขององค์กร แต่ยังทำให้ความเชื่อมั่นและความเชื่อใจของผู้มีส่วนได้เสียลดน้อยลง ซึ่งส่งผลต่อการเติบโตขององค์กรโดยตรง ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงได้จัดทำและเผยแพร่**นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน** เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายว่าเครือฯ มีมาตรการในการป้องกันการทุจริตและคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ (Zero Tolerance)

เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านทุจริตคอร์รัปชันที่อาจเกิดขึ้นกับเครือฯ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับต้องดำเนินงานตามแนวปฏิบัติที่ระบุไว้ในนโยบายและแนวปฏิบัติฯ ดังนี้

- ต้องไม่ให้ และรับของขวัญที่อาจมีผลต่อการตัดสินใจ
- ห้ามจ่ายเงินเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่การดำเนินงาน
- การบริจาคเพื่อการกุศลและการให้การสนับสนุน ต้องดำเนินการอย่างโปร่งใส และตรวจสอบได้
- การสนับสนุนทางการเมืองต้องเป็นไปอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้

การรับเรื่องร้องเรียน

การรับเรื่องร้องเรียนถือเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เปิดช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียนสำหรับผู้มีส่วนได้เสียทุกคนไว้บนเว็บไซต์ของเครือฯ นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้จัดทำ **นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการแจ้งเบาะแส** เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติสำหรับผู้ร้องเรียน และผู้รับเรื่องร้องเรียน ภายในนโยบายและแนวปฏิบัติฯ ได้ระบุกระบวนการการรับเรื่องร้องเรียนที่ชัดเจน สุนทรีย โปรงใส และเป็นไปตามมาตรฐานสากล

นอกจากการร้องเรียนผ่านช่องทางบนเว็บไซต์แล้ว ผู้มีส่วนได้เสียสามารถส่งเรื่องร้องเรียนผ่านทางโทรศัพท์ และจดหมายมายังเครือฯ ได้ โดยข้อมูลของผู้ร้องเรียนทั้งหมดจะได้รับการปกป้องดูแลตามมาตรฐานสากล (Non-retaliation)

ในปี 2565 เครือเจริญโภคภัณฑ์มีกรณีร้องเรียนด้านจรรยาบรรณและจริยธรรม และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจำนวนทั้งสิ้น 17 กรณี จากจำนวนนี้เป็นเรื่องร้องเรียนที่พิสูจน์แล้วว่าผู้กระทำมีความผิดจริงจำนวน 7 กรณี ซึ่งเครือฯ ได้ดำเนินการลงโทษตามข้อกำหนดที่ได้ระบุไว้ในจรรยาบรรณธุรกิจ และนโยบายการไม่ยอมรับการละเมิดการกระทำผิดไม่ว่าจะเป็นการตักเตือน หรือการยกเลิกการเป็นพนักงานของเครือฯ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญเป็นอย่างสูงต่อการดำเนินงานขององค์กรให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงการดูแลและควบคุมผลกระทบต่อชุมชนและสังคมอย่างเคร่งครัด ส่งผลให้เครือฯ ไม่มีการละเมิดข้อบังคับหรือกฎหมายสิ่งแวดล้อมที่มีนัยสำคัญ* มาอย่างต่อเนื่อง

* เป็นการละเมิดข้อบังคับหรือกฎหมายสิ่งแวดล้อมที่มีค่าปรับเกินกว่า USD 10,000

จำนวนเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำผิดของพนักงาน และมาตรการในการจัดการสำหรับปี 2565

	2565				มาตรการในการจัดการ			
	กรณีร้องเรียน	อยู่ระหว่างการสืบสวน	ยืนยันว่ามีความเกี่ยวข้อง	ยืนยันว่าไม่มีความเกี่ยวข้อง	ตักเตือนด้วยวาจา	ตักเตือนด้วยลายลักษณ์อักษร	พักงาน	เลิกจ้าง
ข้อร้องเรียนด้านจรรยาบรรณ และจริยธรรม (กรณี)								
การฉ้อโกง	3	2	-	1	-	-	-	-
ผลประโยชน์ทับซ้อน	5	3	-	2	-	-	-	-
การไม่ดำเนินงานตามกฎระเบียบ	7	-	5	2	3	2	-	-
การเลือกปฏิบัติ	-	-	-	-	-	-	-	-
การล่วงละเมิด	1	-	1	-	1	-	-	-
คอร์รัปชัน	1	-	1	-	-	-	-	1
การซื้อขายโดยใช้ข้อมูลภายใน	-	-	-	-	-	-	-	-
การต่อต้านการแข่งขัน	-	-	-	-	-	-	-	-
ข้อร้องเรียนด้านความปลอดภัยของข้อมูล (กรณี)								
การละเมิดความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม (กรณี)	17	5	7	5	4	2	-	1

หมายเหตุ: เป็นจำนวนข้อร้องเรียนเฉพาะที่ได้รับผ่านช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียนสำหรับผู้มีส่วนได้เสียบนเว็บไซต์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์

<https://grc.cpgroupsustainability.com/GRC/Whistleblower/WBForms/GlobalWB>

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ [รายละเอียดกรณีการละเมิดจรรยาบรรณและจริยธรรม](#)

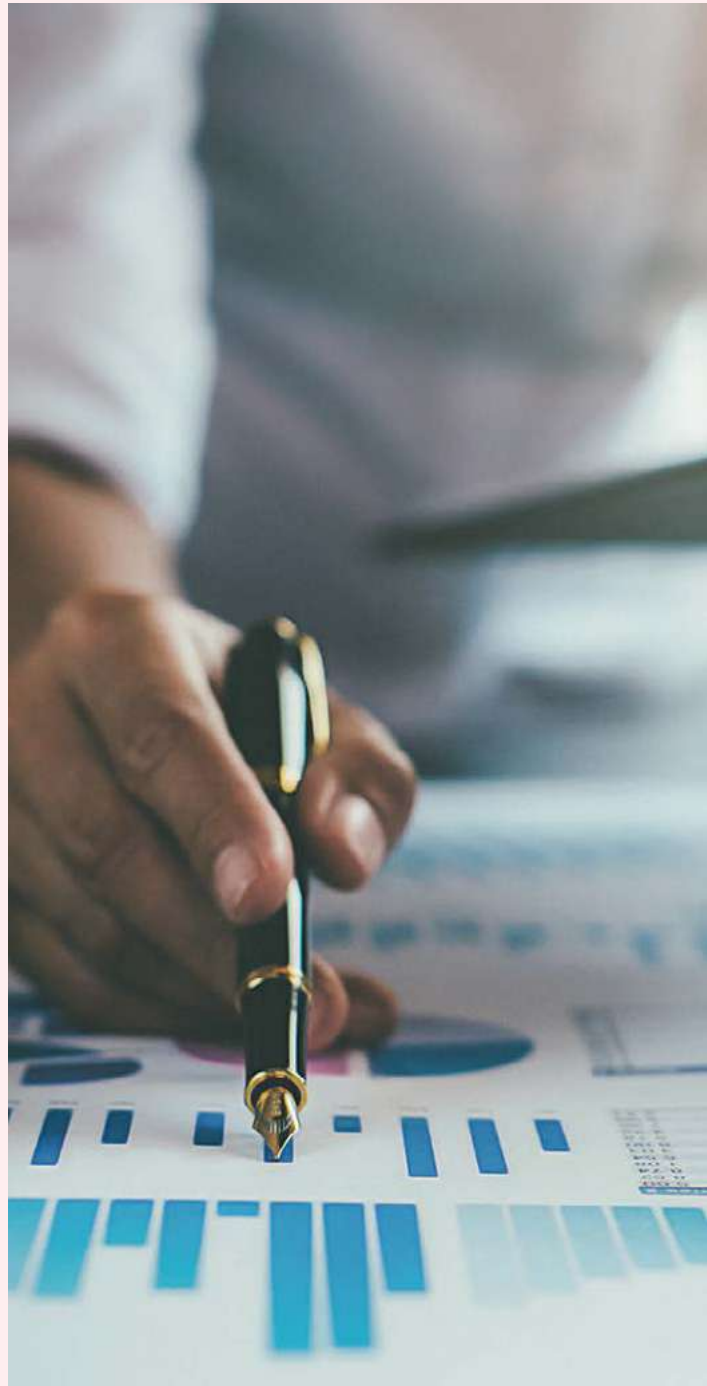
การตรวจสอบเพื่อการกำกับดูแลกิจการ อย่างโปร่งใสและเป็นธรรม

การตรวจประเมินต้นการกำกับกับการปฏิบัติ ตามกฎเกณฑ์ เครือเจริญโภคภัณฑ์ 2565

เครือเจริญโภคภัณฑ์ ตระหนักถึงความสำคัญในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันทั่วทั้งเครือฯ ซึ่งไม่ได้จำกัดเฉพาะบริษัทในเครือฯ ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เท่านั้น ดังนั้น ในช่วงไตรมาส 1 - 2 ของปี 2565 เครือฯ จึงได้ตรวจประเมินประสิทธิผลของการนำนโยบายและแนวปฏิบัติในด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน เครือเจริญโภคภัณฑ์ ไปประยุกต์ใช้ และปฏิบัติในการดำเนินกิจการโดยบริษัทในเครือฯ ที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศไทย และรายงานผลตรวจประเมินดังกล่าวต่อคณะกรรมการขับเคลื่อนการกำกับดูแลกิจการ ความเสี่ยง และการตรวจสอบ เครือฯ เพื่อให้เกิดการปรับปรุงการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ไปจนถึงระดับปฏิบัติการในเครือฯ และการบริหารจัดการบุคคลภายนอก เพื่อต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันอย่างเป็นรูปธรรม พร้อมรับความท้าทายที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในโลกปัจจุบัน

ทั้งนี้ สำคัญในการปรับปรุงการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ได้รวมถึง

1. การประเมินและทบทวนความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชันทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เครือฯ มีการดำเนินกิจการ
2. การอบรมให้มีการปฏิบัติอย่างเหมาะสมและเป็นรูปธรรมในทุกระดับ
3. การควบคุม ตรวจสอบ รายงานให้ทันการณ์ สร้างและบังคับใช้มาตรการป้องกันการเกิดซ้ำ
4. การบังคับใช้ (Enforcement) อย่างจริงจังทั้งในเครือฯ และในการบริหารจัดการบุคคลภายนอก (Third Party Management) เพื่อเป็นการป้องปราม และแสดงออกถึงการให้ความสำคัญอย่าง เป็นรูปธรรมจากผู้บริหารสูงสุด (Tone from the Top)



สิทธิมนุษยชนและ การปฏิบัติด้านแรงงาน

Human Rights and Labor Practices

ช่วงหลายปีที่ผ่านมา เครือเจริญโภคภัณฑ์ประสบความสำเร็จจากหลายปัจจัย เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และปัญหาทรัพยากรที่ขาดแคลน เป็นต้น ซึ่งล้วนส่งผลให้เกิดผลกระทบทางด้านสิทธิมนุษยชนใหม่ ๆ เช่น สิทธิของชุมชน และปัญหามลพิษ สิทธิของแรงงานและการเข้าถึงเทคโนโลยีที่สะอาด และสิทธิในการเข้าถึงทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสมต่อการดำรงชีวิต เป็นต้น ดังนั้น การดำเนินการในเชิงป้องกันอาจจะไม่เพียงพอ การแก้ไขทางด้านสิทธิมนุษยชนต้องได้รับการบูรณาการในหลายมิติของความยั่งยืนให้สอดคล้องกับผลกระทบที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ซึ่งเครือฯ ได้มีการปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งขยายการกำกับดูแลทางด้านสิทธิมนุษยชนไปสู่คู่ค้า และพันธมิตรเพื่อลดผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่มูลค่าและยกระดับความเท่าเทียมของสังคม นอกจากนี้ การดูแลพนักงานและผู้รับเหมาของเครือฯ ให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะที่เหมาะสมต่อการดำเนินงานอย่างเต็มประสิทธิภาพและมีความปลอดภัย ยังคงเป็นเป้าหมายสำคัญภายใต้ยุคที่มีการนำเทคโนโลยีมาใหม่ ๆ มาใช้มากขึ้น ย่อมมีผลกระทบต่อการดำเนินงานที่ต้องใช้แรงงานเป็นหลัก การพัฒนาแรงงานให้มีความสอดคล้องกับลักษณะงานในอนาคต การปรับปรุงมาตรฐานความปลอดภัยในการทำงาน จึงเป็นการกิจที่สำคัญที่ให้การเปลี่ยนผ่านเกิดความเป็นธรรมที่สุด (Just Transition)

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ Sustainable Development Goals Report 2022

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2565

ความหลากหลายทางเพศของพนักงาน

พนักงานชาย ร้อยละ **49**
พนักงานหญิง ร้อยละ **51**

การขาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน

พนักงานลดลง ผู้ริบเหมาเพิ่มขึ้น
↓ 2% **↑ 35%**
จากปี 2564 จากปี 2564

ผู้เสียชีวิตจากการทำงาน

พนักงานลดลง ผู้ริบเหมาเพิ่มขึ้น
↓ 21% **↑ 50%**
จากปี 2564 จากปี 2564

จำนวนการเสียชีวิตของพนักงาน เครือฯ และพนักงานขับรถขนส่ง ของผู้ค้าธุรกิจ

14 ราย

เป้าหมายและความคืบหน้า

ทุกกลุ่มธุรกิจมีการประเมินผลกระทบ
ด้านสิทธิมนุษยชนจากกิจกรรมองค์กร
และคู่ค้าโดยตรงที่มีความเสี่ยงสูง
เป็นประจำ

2565 **100%**
2564 **100%**

แผนการดำเนินงานในอนาคต



ยกระดับการจัดการความเสี่ยงและ
การเยียวยาด้านสิทธิมนุษยชนให้มีความ
เข้มข้นมากขึ้น



ส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรม
ด้านความปลอดภัย โดยให้ผู้นำ
เป็นแบบอย่างในงานด้านความปลอดภัย



ขยายขอบเขตการบริหารจัดการความปลอดภัย
ยานยนต์ออกไปยังเขตประเทศอื่น ๆ

การดำเนินงานเพื่อปกป้องสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า



กรอบการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชน

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาเครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้มีการดำเนินงานเพื่อปกป้องสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่ามาอย่างเข้มข้น ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงานที่ครอบคลุมถึงการปฏิบัติต่อแรงงานที่เป็นธรรมชาติ เช่น การห้ามใช้แรงงานบังคับและแรงงานเด็ก การจัดส่งสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย และการเคารพสิทธิของแรงงานต่อเสรีภาพในการสมาคมและการเจรจาต่อรอง เป็นต้น นอกจากนี้เครือฯ ยังมีกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านและการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนและมาตรการจัดการความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนและการเยียวยา

อย่างไรก็ตาม ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เครือเจริญโภคภัณฑ์ ยังคงพบเจอกรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชน ซึ่งส่วนใหญ่เกิดภายในกระบวนการดำเนินงานของคู่ค้าที่ส่งมอบวัตถุดิบให้กับเครือฯ ดังนั้น เพื่อเพิ่มระดับความเข้มข้นของการดำเนินงานและสามารถขยายขอบเขตไปยังคู่ค้าอันดับอื่น ๆ ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ในปี 2565 คณะกรรมการบุคคล ที่มีผู้แทนจากกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ เข้าร่วมเป็นคณะกรรมการฯ ได้มอบหมายให้คณะทำงานทางด้านสิทธิมนุษยชน ดำเนินการปรับปรุงแนวทางการกำกับดูแลคู่ค้า และแนวปฏิบัติในเรื่องความหลากหลายและการอยู่ร่วมกัน นอกจากนี้คณะทำงานฯ

ได้จัดทำเกณฑ์ในการประเมินคู่ค้าให้สอดคล้องกับผลกระทบทางด้านสิทธิมนุษยชนที่เคยเกิดขึ้นและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต โดยมีดังนี้

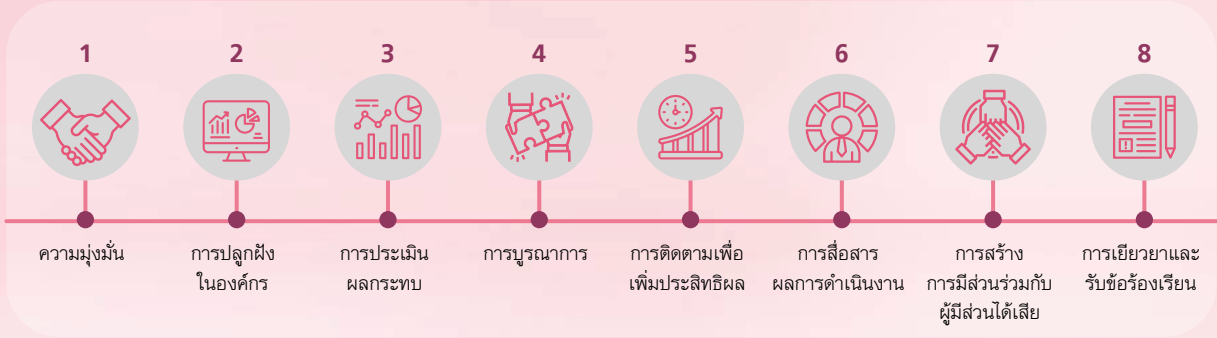
- แรงงานบังคับและแรงงานข้ามชาติ
- มลพิษด้านสิ่งแวดล้อมกระทบต่อสิทธิมนุษยชน
- ความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อมในการทำงาน
- ความหลากหลายและความเท่าเทียม
- การเลือกปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม

ซึ่งคณะทำงานฯ ได้มอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำการอบรมให้คู่ค้าต่าง ๆ ได้เข้าใจในเกณฑ์การประเมินใหม่ โดยในอนาคตคู่ค้าจะต้องทำการประเมินตนเองด้วยชุดประเมินใหม่ และเครือฯ จะเข้าทำการตรวจประเมินทุก ๆ 3 ปี เพื่อให้การดูแลและปกป้องสิทธิมนุษยชนเป็นไปตามแนวปฏิบัติของสากลและของเครือฯ ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มสามารถทำการร้องเรียนเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนของเครือฯ และคู่ค้าของเครือฯ ได้ที่ <https://grc.cpgroupsustainability.com/GRC/whistleblower/WBforms/GlobalWB>

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- [สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน](#)
- [นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน](#)
- [Human Right Impact Assessment Guideline](#)

กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน



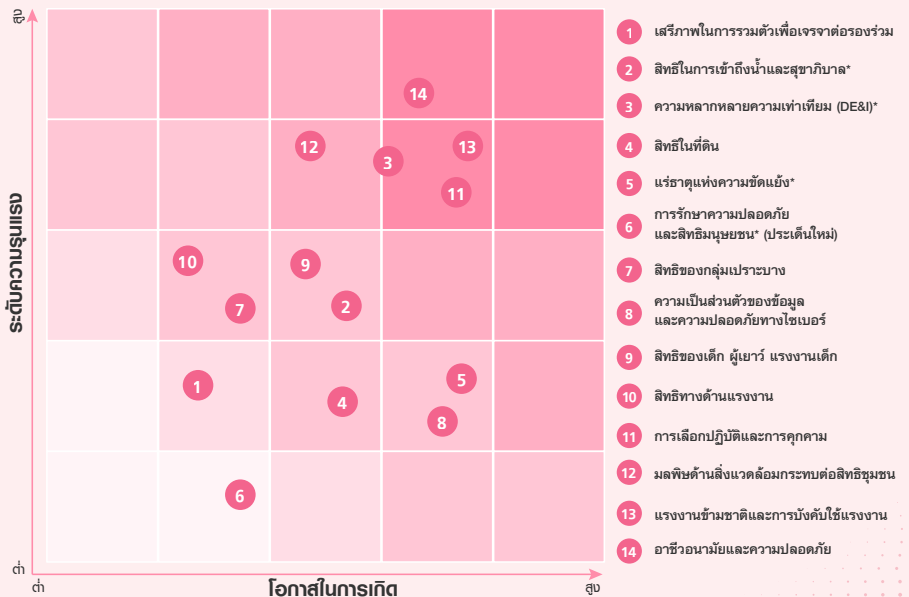
ในปี 2565 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ทำการปรับปรุงกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะกระบวนการประเมินผลกระทบผลด้านสิทธิมนุษยชน อีกทั้งยังได้มีการเผยแพร่คู่มือในการประเมินผลกระทบออกสู่สาธารณะ เพื่อให้หน่วยงานในเครือฯ สามารถใช้เป็นแนวทางในการประเมินผลกระทบฯ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของตนเอง นอกจากนี้ ยังได้มีการทบทวนนโยบายต่าง ๆ และประกาศใช้เพิ่มรวมทั้งหมด 4 ฉบับ เพื่อให้สอดคล้องกับความเสี่ยงใหม่ทางด้านสิทธิมนุษยชนที่มีความสำคัญมากขึ้น โดยนโยบายทั้ง 4 ฉบับประกอบด้วย นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน นโยบายป้องกันการเลือกปฏิบัติ และการล่วงละเมิดนโยบายความหลากหลาย ความเสมอภาคและการอยู่ร่วมกัน และนโยบายการจ้างแรงงานข้ามชาติ

การทบทวนความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน 2565

เครือเจริญโภคภัณฑ์ทำการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนเป็นประจำทุกปี เพื่อประเมินโอกาสและระดับผลกระทบที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ของโลกและอุตสาหกรรม

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ [สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติ
ด้านแรงงาน](#)



หมายเหตุ: *ประเด็นที่มีการเปลี่ยนแปลง

มาตรการจัดการความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

ในปี 2565 ร้อยละ 100 ของหน่วยธุรกิจภายใต้เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และจำนวนร้อยละ 10 ของหน่วยธุรกิจ พบว่ามีความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ซึ่งเครือฯ ได้ดำเนินการร่วมกับหน่วยธุรกิจในการวิเคราะห์หามาตรการบรรเทาผลกระทบจากความเสี่ยง ซึ่งร้อยละ 100 ของหน่วยธุรกิจ มีมาตรการในการจัดการความเสี่ยง โดยรายละเอียดมาตรการการจัดการความเสี่ยงของประเด็นทางด้านสิทธิมนุษยชนที่มีความสำคัญต่อเครือฯ ได้ถูกสรุปรวมเป็น 5 มาตรการหลัก ดังนี้



ประเด็นความเสี่ยง: อาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน

มาตรการจัดการความเสี่ยง

- สื่อสารมาตรฐานการจัดการด้านความปลอดภัย และกฎพิทักษ์ชีวิตระดับเครือฯ
- กำหนดดัชนีชี้วัดด้านความปลอดภัยให้เป็นส่วนหนึ่งในการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี

ผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบ

พนักงานของเครือฯ ผู้รับเหมา และคนงานในห่วงโซ่อุปทาน

ผลลัพธ์ที่สำคัญ

- จำนวนผู้ที่ได้รับบาดเจ็บ และจำนวนผู้เสียชีวิตจากการดำเนินงานลดลงตามลำดับ

จำนวนหน่วยธุรกิจที่มีความเสี่ยง

9 หน่วยงาน



ประเด็นความเสี่ยง: แรงงานบังคับ และแรงงานข้ามชาติ

มาตรการจัดการความเสี่ยง

- จัดทำและสื่อสารนโยบายการจ้างแรงงานข้ามชาติให้หน่วยงานตัวแทนจัดหางาน
- ตรวจสอบประเมินหน่วยงานตัวแทนจัดหางาน

ผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบ

พนักงานของเครือฯ ผู้รับเหมา และคนงานในห่วงโซ่อุปทาน

ผลลัพธ์ที่สำคัญ

- กระบวนการในการจัดหาแรงงานข้ามชาติที่เป็นระบบและมีความเท่าเทียม
- ข้อร้องเรียนจากแรงงานข้ามชาติลดลง

จำนวนหน่วยธุรกิจที่มีความเสี่ยง

1 หน่วยงาน





ประเด็นความเสี่ยง: ความหลากหลาย ความเท่าเทียม และการอยู่ร่วมกัน

มาตรการจัดการความเสี่ยง

- นโยบายความหลากหลาย ความเสมอภาคและการอยู่ร่วมกัน เครือเจริญโภคภัณฑ์
- โครงการรณรงค์ Pride Month
- โครงการปรับปรุงสวัสดิการสำหรับกลุ่ม LGBTQ+

ผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบ

พนักงานของเครือฯ ผู้รับเหมา และคนงานในห่วงโซ่อุปทาน

ผลลัพธ์ที่สำคัญ

- ข้อร้องเรียนด้านการเลือกปฏิบัติที่ลดลง
- ผลการสำรวจความผูกพันของพนักงานเพิ่มมากขึ้น

จำนวนหน่วยธุรกิจที่มีความเสี่ยง

8 หน่วยงาน



ประเด็นความเสี่ยง: การเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิด

มาตรการจัดการความเสี่ยง

- อบรมแนวทางการปฏิบัติตนเมื่ออยู่ในสถานการณ์การล่วงละเมิด เช่น “Unconscious Bias”
- เพิ่มสวัสดิการสำหรับพนักงานและครอบครัวให้ครอบคลุมและหลากหลาย

ผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบ

พนักงานของเครือฯ ผู้รับเหมา และคนงานในห่วงโซ่อุปทาน

ผลลัพธ์ที่สำคัญ

- ข้อร้องเรียนด้านการล่วงละเมิดลดลง

จำนวนหน่วยธุรกิจที่มีความเสี่ยง

9 หน่วยงาน



ประเด็นความเสี่ยง: มลพิษด้านสิ่งแวดล้อมกระทบสิทธิมนุษยชน

มาตรการจัดการความเสี่ยง

- นโยบายทางด้านสิ่งแวดล้อม
- นโยบายย่อยทางด้านสิ่งแวดล้อม (12 เรื่อง)

ผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบ

ชุมชนในพื้นที่ที่เครือฯ ดำเนินธุรกิจ และกลุ่มเปราะบาง

ผลลัพธ์ที่สำคัญ

- ความร่วมมือของชุมชนสูงขึ้น
- ไม่มีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำผิดกฎหมายทางด้านมลพิษและสิ่งแวดล้อม

จำนวนหน่วยธุรกิจที่มีความเสี่ยง

3 หน่วยงาน

ข้อมูลความหลากหลายของพนักงาน

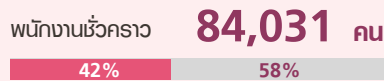
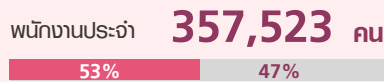
จำนวนพนักงานทั้งหมด

441,606 คน

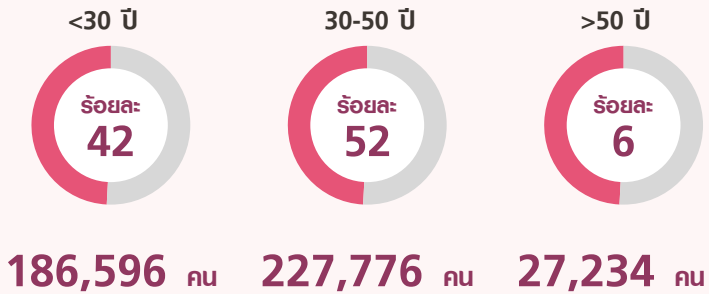


หญิง ชาย

จำนวนพนักงานตามประเภทการจ้างงาน

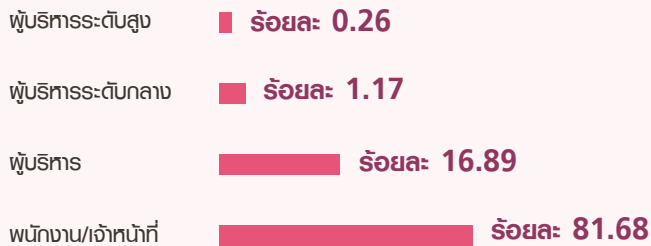


จำนวนพนักงานตามช่วงอายุ



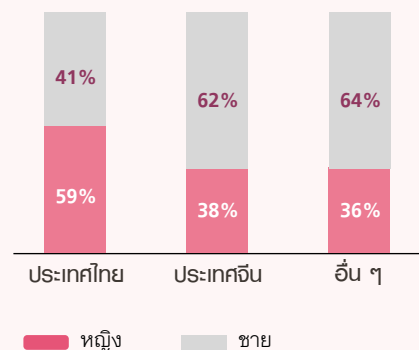
หญิง ชาย

จำนวนพนักงานตามระดับพนักงาน

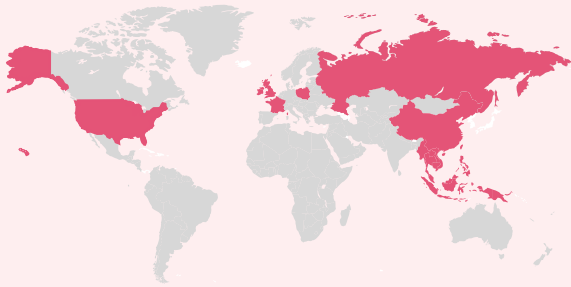


จำนวนพนักงานตามภูมิภาคประเทศ

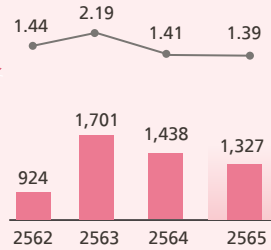
(ร้อยละ)



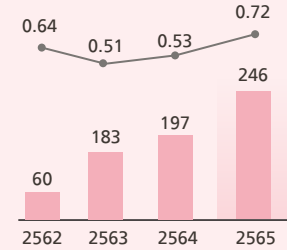
ข้อมูลด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย



การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (พนักงาน)



การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (ผู้รับเหมา)



■ พนักงาน ■ จำนวนผู้บาดเจ็บขั้นหยุดงาน
■ ผู้รับเหมา ● อัตราการบาดเจ็บ ราย/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน

ประเทศไทย



ประเทศจีน

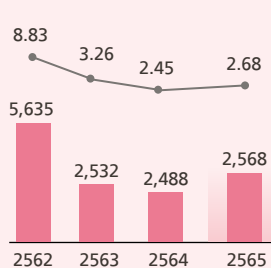


อื่น ๆ

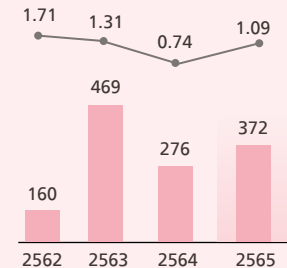


■ พนักงาน
■ ผู้รับเหมา

การบาดเจ็บทุกประเภท (พนักงาน)



การบาดเจ็บทุกประเภท (ผู้รับเหมา)

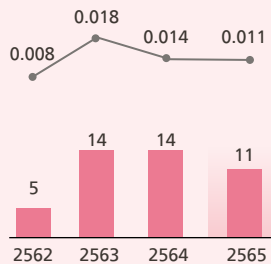


■ พนักงาน ■ จำนวนผู้บาดเจ็บทุกประเภท
■ ผู้รับเหมา ● อัตราการบาดเจ็บ ราย/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน

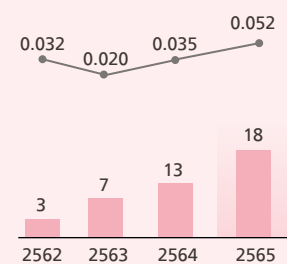
จำนวนผู้เสียชีวิตแบ่งตามประเภท ปี 2565



การเสียชีวิตจากการทำงาน (พนักงาน)



การเสียชีวิตจากการทำงาน (ผู้รับเหมา)



■ พนักงาน ■ จำนวนผู้เสียชีวิตจากการทำงาน
■ ผู้รับเหมา ● อัตราการบาดเจ็บ ราย/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน

การปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเท่าเทียม

การสร้างวัฒนธรรมแห่งความเท่าเทียม

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ประเด็นด้านความหลากหลาย ความเท่าเทียม และการอยู่ร่วมกันเป็นเรื่องที่นานาประเทศต่างให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ เพราะความเท่าเทียม และการยอมรับในความหลากหลายไม่เพียงแต่ส่งเสริมให้สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข แต่ยังเป็นอีกหนึ่งแนวทางที่ทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงโอกาสต่าง ๆ ได้อย่างอย่างเท่าเทียม ในขณะที่เดียวกัน องค์กรที่ให้ความสำคัญในประเด็นด้านความหลากหลาย ความเท่าเทียม และการอยู่ร่วมกันก็จะได้รับประโยชน์มากมาย เช่น ดึงดูดและรักษาไว้ซึ่งผู้มีความสามารถโดดเด่น ได้รับความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดี และสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กร เป็นต้น

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ตระหนักถึงความสำคัญในประเด็นดังกล่าว และมีความมุ่งมั่นในการสร้างวัฒนธรรมแห่งความเท่าเทียมภายในองค์กร จึงได้จัดทำและเผยแพร่ **นโยบายความหลากหลาย ความเสมอภาค และการอยู่ร่วมกัน** ซึ่งมีแนวทางการปฏิบัติที่ครอบคลุมและสอดคล้องกับมาตรฐานระหว่างประเทศ โดยตัวอย่างของแนวปฏิบัติ ได้แก่

- เคารพและปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน
- เคารพในความแตกต่าง
- ส่งเสริมการอยู่ร่วมกัน
- ดูแลพนักงานและผู้รับเหมาด้านสุขภาพและความปลอดภัย
- เปิดโอกาสให้มีผู้สมัครที่หลากหลาย และโอกาสในการเติบโตได้อย่างเสมอภาค และ
- กำหนดค่าตอบแทนอย่างเท่าเทียมกัน

สำหรับการกำหนดค่าตอบแทนอย่างเท่าเทียมกันกลุ่มบริษัทในเครือฯ อาทิ บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ได้นำ 12 ตัวชี้วัดค่าจ้างที่เป็นธรรมของ Fair Wage Network มาใช้ในการกำหนดค่าตอบแทนให้กับพนักงาน

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังมีความตั้งใจในการขยายขอบเขตการดำเนินงานด้านความหลากหลาย ความเท่าเทียม และการอยู่ร่วมกันไปยังคู่ค้า และพันธมิตรของเครือฯ โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือเพื่อสร้างบรรทัดฐานเดียวกันในการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน และเพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานของคู่ค้า และพันธมิตร

CASE STUDY

การประสานความร่วมมือเพื่อขจัดปัญหาความเหลื่อมล้ำ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เข้าร่วมเป็นหนึ่งในคณะกรรมการธิการเพื่อขจัดปัญหาความเหลื่อมล้ำ หรือ Business Commission to Tackle Inequality (BCTI) ที่จัดตั้งขึ้นโดยสภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน หรือ World Business Council on Sustainable Development (WBCSD) ซึ่งมี 3 เป้าหมายหลัก ได้แก่ ส่งเสริมให้ภาคธุรกิจหันมาสนใจเกี่ยวกับการจัดการปัญหาความเหลื่อมล้ำ สร้างความร่วมมือในการระบุปัญหาและแก้ไข และสร้างพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อจัดการปัญหาความไม่เท่าเทียมอย่างเป็นรูปธรรม



การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เป็นสุข

พนักงานคือแรงขับเคลื่อนหลักที่ส่งเสริมให้เครือเจริญโภคภัณฑ์สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การดูแลพนักงานของเราให้มีสุขภาพกายและใจที่แข็งแรง และมีความสุขในการทำงานนับเป็นหนึ่งในภารกิจหลักของเครือฯ ซึ่งเครือฯ ได้มีการดำเนินงานและจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการหรือไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกันของแต่ละช่วงวัย อาทิ ชั่วโมงการทำงานที่ยืดหยุ่น การทำงานจากที่บ้านหรือนอกสถานที่ (Work from Home or Work from Anywhere) การมีอุปกรณ์การทำงานที่เหมาะสม สถานที่ที่เหมาะสมต่อพนักงานผู้พิการ ห้องให้นมบุตร และห้องออกกำลังกาย

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังขยายขอบเขตการดูแลไปยังครอบครัวของพนักงาน ไม่ว่าจะเป็นสิทธิประโยชน์ด้านการรักษาพยาบาล และวันลาเพื่อดูแลบุตร

เพื่อเป็นการสร้างกระบวนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดให้มีการประเมินผลการดำเนินงานของพนักงานทุกคนเป็นประจำทุกปี เกณฑ์การประเมินจะพิจารณาถึงผลการดำเนินงาน การปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรและข้อบังคับ นโยบายต่าง ๆ และเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถหรือผลการประเมินฯ แนวทางการดำเนินงาน และชนิดของงานที่ได้รับมอบหมายกับหัวหน้างานได้อย่างต่อเนื่อง

CASE STUDY

พื้นที่การทำงานสร้างสมดุล

การสร้างสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว เป็นสิ่งสำคัญต่อความคิดสร้างสรรค์และการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ อาคารสำนักงานใหญ่ บริษัท เจียไต๋ จำกัด จึงออกแบบพื้นที่เพื่อส่งเสริมการสร้างสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัวให้พนักงานได้มีความสุข สนุกกับการทำงานในทุก ๆ วัน โดยมีพื้นที่ให้พนักงานสามารถผ่อนคลายความเหนื่อยล้าจากการทำงาน เช่น ฟิตเนส ห้อง Golf Simulator โดยมีโค้ชคอยให้คำแนะนำ และมีคลาสออกกำลังกายต่าง ๆ เช่น โยคะ หรือเดินซุมบ้า เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีห้องสมุด ห้องอาหาร และยังเผื่อแผ่ไปถึงครอบครัวของพนักงาน จึงได้สร้างพื้นที่ Kids Room เพื่อรองรับบุตรหลานของพนักงานอีกด้วย



Relationship Capital

ระดับความผูกพันของ

พนักงานอยู่ที่ร้อยละ

89

ในปี 2565

การสร้างความปลอดภัยและ อาชีวอนามัยในสถานที่ทำงาน

การบริหารจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับเรื่องความปลอดภัยของพนักงานบริษัท ผู้รับเหมาที่เข้ามาดำเนินงานภายในพื้นที่ของเครือฯ คู่ค้า และชุมชนที่อยู่โดยรอบ เครือฯ จึงได้มีการกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน และระบบการจัดการด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกกลุ่มธุรกิจภายใต้เครือฯ สามารถนำแนวทางการดำเนินงานไปปฏิบัติได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ พร้อมลดจำนวนการเกิดอุบัติเหตุและการเสียชีวิตจากการทำงาน รวมถึงลดผลกระทบต่อชุมชน และสังคมโดยรอบ

ในปี 2564-2565 เครือฯ ได้มีการปรับปรุงระบบมาตรฐานการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย และแนวปฏิบัติด้านเทคนิค ด้านอาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ในระดับเครือฯ อย่างต่อเนื่อง โดยได้มีการจัดทำเป็น 3 ภาษา ได้แก่ ไทย จีน และอังกฤษ เพื่อให้ทุกกลุ่มธุรกิจภายใต้เครือฯ ที่มีการกระจายตัวอยู่ 21 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลก มีการนำไปปฏิบัติให้เป็นมาตรฐานเดียวกันเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอุบัติเหตุ ตลอดจนจัดทำ E-Learning เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ และพัฒนาศักยภาพของพนักงานและผู้รับเหมาเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัย

การสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยภายในองค์กร

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดเป้าหมายในเรื่องของอัตราการเสียชีวิตต้องเป็นศูนย์ และไม่มีอุบัติเหตุร้ายแรงกับบุคลากรของเครือฯ รวมถึงผู้เกี่ยวข้อง จึงได้มีการกำหนดดัชนีชี้วัดด้านความปลอดภัยสำหรับผู้บริหารและพนักงานทุกคน และได้จัดทำกฎพิทักษ์ชีวิตในระดับเครือฯ เพื่อให้ทุกกลุ่มธุรกิจนำไปปฏิบัติอย่างจริงจัง นอกจากนี้ ยังได้มีการชี้แจงและจัดทำสื่อฝึกอบรมในรูปแบบ E-Learning เพื่อให้พนักงานและผู้รับเหมาสามารถศึกษา ทำความเข้าใจ และสามารถนำไปปฏิบัติเพื่อความปลอดภัยและป้องกันอันตรายในพื้นที่ทำงานอย่างชัดเจน โดยในปี 2565 พนักงานและผู้รับเหมาได้รับการฝึกอบรมแล้วกว่าร้อยละ 88 นอกจากนี้ ยังได้มีการเน้นย้ำกับทุกบริษัทภายใต้เครือฯ ในการดำเนินการเพื่อป้องกันการเสียชีวิตและความสูญเสียจากอุบัติเหตุตามกลยุทธ์ป้องกันและลดอุบัติเหตุ (Fatality Prevention Strategy) โดยมีหลักการเพื่อสร้างความตระหนักในเรื่องความปลอดภัย ส่งเสริมการเรียนรู้ รวมถึงการจัดทำมาตรฐานด้านความปลอดภัย ควบคู่กับผู้บริหารระดับสูงของบริษัทเป็นแบบอย่างที่ดีในการส่งเสริมความปลอดภัยและการสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยของเครือฯ

กฎพิทักษ์ชีวิต (Life Saving Rules)

ต้องทำ

1. ต้องได้รับอนุญาตก่อนถอดหรือปลดอุปกรณ์/ระบบความปลอดภัย
2. ต้องตรวจสอบการตัดแยกพลังงานที่เป็นอันตรายก่อนเริ่มงาน
3. ต้องได้รับอนุญาตก่อนเข้าทำงานในที่อับอากาศ
4. ต้องมีการป้องกันการตกเมื่อทำงานที่สูง
5. ต้องมีใบอนุญาตทำงานที่ได้รับอนุมัติตามลักษณะงานที่กำหนด
6. ต้องคาดเข็มขัดนิรภัยทุกครั้งเมื่อขับขี่
7. ต้องสวมหมวกกันน็อกพร้อมสายรัดคางทั้งผู้ขับขี่และผู้โดยสารทุกคน ขณะขับขี่รถจักรยายนต์

ห้ามทำ

8. ห้ามใช้โทรศัพท์มือถือขณะขับขี่รถและไม่ขับขี่ด้วยความเร็วเกินที่กฎหมายกำหนด
9. ห้ามดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์หรือยาที่มีฤทธิ์ต่อระบบประสาท ขณะทำงาน ควบคุมเครื่องจักร หรือขับขี่รถ
10. ห้ามบุคคลที่ไม่ได้รับการอบรมและอนุญาตทำงานกับเครื่องจักร อุปกรณ์หรือยานพาหนะที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายร้ายแรง



การดูแลสภาพจิตใจของพนักงาน

นอกเหนือจากการดูแลด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในสถานที่ทำงานแล้ว เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังให้ความสำคัญต่อการดูแลสภาพจิตใจของพนักงาน เพราะเราเชื่อว่าการที่พนักงานมีความสุขในการทำงาน จะยกระดับความผูกพันของพนักงาน เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ลดค่าใช้จ่ายจากการรักษาพยาบาล และลดจำนวนการลาออกของพนักงาน นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้จัดให้มีสวัสดิการและโครงการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมความสุขของพนักงาน เช่น การให้วันหยุดที่เหมาะสม การมอบประกันสุขภาพและค่ารักษาพยาบาลที่เพียงพอ โครงการส่งเสริมสุขภาพที่ดี ชมรมการออกกำลังกายต่าง ๆ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงาน และการจัดพื้นที่ทำงานที่เหมาะสมต่อหลักกายศาสตร์ เป็นต้น

CASE STUDY

การจัดการความปลอดภัย 6 ประการของ โรงงานอาหารสำเร็จรูปในจีน

กลุ่มธุรกิจอาหารทันสมัย ซีพีซีงเต่า ซีพีฉินหวงเต่า ซีพีอีอู่ และซีพีเฉิงตู ประเทศจีน มีการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และมาตรฐานด้านความปลอดภัยในการทำงาน รวมถึงกลยุทธ์การจัดการความปลอดภัยของเครือฯ อย่างเคร่งครัด โดยได้นำการจัดการความปลอดภัย 6 ประการมาใช้ในโรงงานทุกแห่ง เพื่อเสริมความแข็งแกร่งด้านการจัดการตามมาตรฐานการผลิตที่ปลอดภัย ซึ่งประกอบได้ด้วย

1. การสร้างทีมจัดการ เพื่อทำการฝึกอบรมด้านความปลอดภัย
2. การบริหารความเสี่ยงพร้อมควบคุมระบบการผลิตให้ได้มาตรฐาน
3. การมีระบบตรวจสอบอันตรายที่แฝงอยู่ และแก้ไขระบบข้อมูลตรวจสอบอันตรายตามมาตรฐาน GB13861-2022 (Classification and Code for the Hazardous and Harmful Factors in Process)
4. การตรวจสอบประเมินระบบ SHE ให้เป็นไปตามมาตรฐาน
5. การสนับสนุนให้มีวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม
6. การแข่งขันความรู้ด้านความปลอดภัย เพื่อพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการดำเนินการตามหน้าที่และความรับผิดชอบ เพื่อบรรลุเป้าหมายเปลี่ยนความคิดของพนักงานจาก “ฉันต้องปลอดภัย” เป็น “ฉันต้องการความปลอดภัย”

โดยการจัดการความปลอดภัย 6 ประการนี้ ช่วยส่งเสริมสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีให้กับพนักงาน สร้างเสริมวัฒนธรรมด้านความปลอดภัย ดูแลรักษาสิ่งแวดลอมคงคุณภาพในการผลิต รวมถึงสนับสนุนให้เกิดการดำเนินงานที่ต่อเนื่องและราบรื่นทั่วทั้งองค์กร



การบริหารจัดการด้านยานยนต์

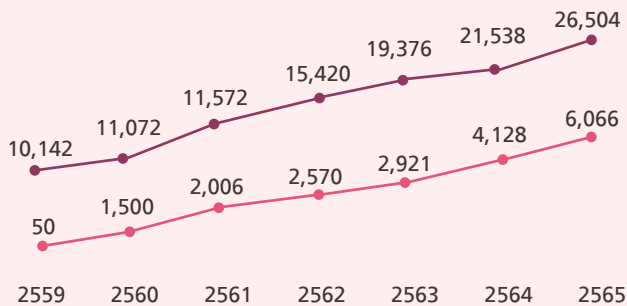
การยกระดับการดำเนินงานด้านยานยนต์

การดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์มีความเกี่ยวข้องกับการขนส่งตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ดังนั้น การยกระดับการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ให้มีความปลอดภัยสูงสุด และสามารถดูแลรักษาสิ่งแวดลอมไปพร้อม ๆ กันจึงเป็นประเด็นสำคัญของเครือฯ โดยในปี 2565 ได้มีการเพิ่มสัดส่วนการใช้ยานยนต์ไฟฟ้า มีคณะทำงานด้านความปลอดภัย และมาตรการความปลอดภัยยานยนต์ไฟฟ้า โดยมีข้อกำหนดให้หน่วยธุรกิจต่าง ๆ ของเครือฯ และบริษัทคู่ค้าธุรกิจด้านขนส่งมีการจัดหายุานยนต์ขนส่งและอุปกรณ์ประกอบที่ได้มาตรฐาน มีการตรวจสอบ ดูแลรักษา รวมทั้งซ่อมบำรุงยานยนต์ให้มีความพร้อมและปลอดภัยสำหรับการใช้งานในทุกวัน การบำรุงซึ่

อันตรายและการประเมินความเสี่ยง กำหนดขอบข่าย ระบุขั้นตอนการดำเนินงานทั้งหมด ระบุผลกระทบทุกด้านที่อาจเกิดขึ้นต่อบุคคล ชุมชนสิ่งแวดล้อม ทรัพย์สิน และชื่อเสียงขององค์กร พร้อมกำหนดมาตรการควบคุมที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์เชิงรุก ด้วยการเฝ้าระวังติดตามพฤติกรรม การขับขี่ผ่านระบบ GPS และกล้องติดรถยนต์โดยผ่านศูนย์ควบคุมส่วนกลาง เพื่อการป้องกันและลดความเสี่ยงจากการเกิดอุบัติเหตุที่จะเกิดขึ้นได้เครือฯ รมรงคิให้ผู้ประกอบการขนส่ง พนักงานทุกคนปฏิบัติตามข้อกำหนด และมาตรฐานความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด เพื่อให้สถิติการเกิดอุบัติเหตุขั้นร้ายแรงและเสียชีวิตจากการขนส่งให้เป็นศูนย์

ข้อมูลด้านความปลอดภัยยานยนต์

พนักงานของเครือฯ และพนักงาน
ขับรถขนส่งของลูกค้าธุรกิจเสียชีวิตรวม




- พนักงานขับรถขนส่งของลูกค้าธุรกิจเสียชีวิตรวม (คน)
- จำนวนลูกค้าธุรกิจที่ผ่านการอบรมการขับขี่ปลอดภัยจากเครือฯ (คน)

CASE STUDY

โครงการยกระดับขับปลอดภัย สำหรับคู่ค้าธุรกิจ

เครือเจริญโภคภัณฑ์กำหนดให้พนักงานขับรถยนต์และรถจักรยานยนต์ที่ทำหน้าที่ในการขนส่งสินค้าได้ตระหนักถึงภัยที่อาจเกิดขึ้น เพื่อแก้ปัญหาและลดอุบัติเหตุจากรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ด้วยเหตุนี้เครือฯ จึงได้จัดการอบรมหลักสูตรการขับขี่ปลอดภัยสำหรับคู่ค้า เพื่อให้ผู้ขับขี่มีความรู้ความเข้าใจอย่างถูกต้อง และตระหนักถึงความปลอดภัยในการขับขี่เครือฯ ได้ดำเนินโครงการดังกล่าวมาอย่างต่อเนื่องเพื่อลดอุบัติเหตุที่ส่งผลให้เกิดการเสียชีวิตและการบาดเจ็บอย่างรุนแรงบนท้องถนนของพนักงาน คู่ค้าธุรกิจ และสังคม




 Human Capital

พนักงานของคู่ค้าธุรกิจได้
รับการฝึกอบรมแล้วกว่า **6,000** คน


CASE STUDY

สนับสนุนการใช้ยานยนต์ไฟฟ้า ในการขนส่งจากเครือฯ และคู่ค้าธุรกิจ

 Relationship Capital

จำนวนยานยนต์ไฟฟ้าในการขนส่ง
ของเครือฯ และคู่ค้าธุรกิจจำนวนกว่า

800 คัน

 Natural Capital

จำนวนก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้กว่า
2,914 ตันคาร์บอนต่อปี
เปรียบเทียบกับการปลูกต้นไม้กว่า
278,000 ต้นต่อปี



เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ประกาศเป้าหมายมุ่งสู่การเป็น Net Zero Emissions ภายในปี 2593 ดังนั้น การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากภาคการขนส่งที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของเครือฯ จึงเป็นหนึ่งในแผนงานที่เครือฯ ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เครือฯ และบริษัทคู่ค้าธุรกิจร่วมกันวางกลยุทธ์การขนส่งด้วยระบบกรีนโลจิสติกส์ โดยใช้รถขนส่งระบบไฟฟ้า ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการประหยัดพลังงาน พร้อมทั้งให้ความสำคัญในด้านระบบขนส่งที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนที่สอดคล้องกับทิศทางของตลาดในอนาคต ในปี 2565 เครือฯ และคู่ค้าธุรกิจได้ทำการปรับเปลี่ยนจำนวนรถขนส่งที่เป็นระบบไฟฟ้าให้มีสัดส่วนมากขึ้น เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการขนส่ง

การศึกษาและ การลดความเหลื่อมล้ำ

Education and Inequality Reduction

ปัจจุบัน ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาเป็นหนึ่งในประเด็นสำคัญระดับโลกที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาคุณภาพ “คน” ซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ ปัญหาดังกล่าว ได้ทวีความรุนแรงขึ้นหลังจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่เพิ่มช่องว่างทางการศึกษามากขึ้น เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักถึงความสำคัญและความเร่งด่วนของปัญหาดังกล่าว จึงได้ตั้งเป้าหมายสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพและส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เพราะเชื่อว่าการศึกษาที่มีคุณภาพทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้เพื่อความเจริญงอกงามของบุคคลและสังคม ทั้งยังสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างคุณภาพชีวิตที่ดี โดยได้เชื่อมโยงความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ในการพัฒนาโครงสร้างและการเข้าถึงการศึกษาขั้นพื้นฐานของเยาวชนและกลุ่มเปราะบางในการถ่ายทอดความรู้ การฝึกอบรม ยกกระดับทักษะองค์ความรู้ จรรโลงความก้าวหน้าทางวิชาการ สร้างองค์ความรู้อันเกิดจากการจัดสภาพแวดล้อม สังคมการเรียนรู้และปัจจัยเกื้อหนุน ที่จะส่งผลให้บุคคลเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ [Sustainable Development Goals Report 2022](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2565

จำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่เข้าถึง
การศึกษาที่มีคุณภาพ และเข้าถึงแหล่ง
เรียนรู้ ข้อมูลสารสนเทศ (สะสม)

44 ล้านคน

จำนวนนักเรียนและนักศึกษา
ที่ได้รับการฝึกงาน (สะสม)

103,000 คน

จำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่ได้รับการ
เรียนรู้ และฝึกฝนทักษะวิชาชีพ (สะสม)

1.26 ล้านคน

จำนวนผู้ได้รับทุนการศึกษา (สะสม)

1.4 แสนคน

↑ เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.5 จากปี 2564

เป้าหมายและความคืบหน้า

50 ล้านคนที่ได้รับการสนับสนุนโอกาส
ในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ
ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต หรือการ
เสริมทักษะ

2565 **91.05%**

2564 **14.43%**

แผนการดำเนินงานในอนาคต



เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาระดับ
องค์ความรู้ และทักษะที่จำเป็นในยุค 5.0



จัดหาอุปกรณ์เทคโนโลยี/สื่อดิจิทัล
เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงบูรณาการ
เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตปัจจุบัน



พัฒนาโมเดลต้นแบบให้กับภาครัฐ
และขยายเป็น Domino Impact
กับอีก 30,000 โรงเรียนทั่วประเทศ



พัฒนาโมเดลระบบบริหารงานโรงเรียน
School Management System
(SMS) ที่สามารถจัดเก็บและรายงาน
ผลการเรียนของนักเรียนเป็นรายบุคคล
และสามารถนำไปใช้กับโรงเรียนทั่วประเทศ

มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นที่จะร่วมยกระดับคุณภาพการศึกษาขั้นพื้นฐานของไทย โดยตั้งเป้าหมายส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนสร้างศักยภาพสู่การเป็น “เด็กดีและเด็กเก่ง” ซึ่งเครือข่ายได้ขับเคลื่อนการดำเนินงานภายใต้ 5 ยุทธศาสตร์หลัก เพื่อยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษา และเกิดเป็นผลสัมฤทธิ์ที่สามารถวัดผลได้อย่างชัดเจนในการมีส่วนร่วมกับโครงการสานอนาคตการศึกษา

นอกจากนี้ ยังได้วางแผนการทำงาน พร้อมกับดำเนินการตามแผนพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งมอบความรู้ผ่านนวัตกรรมเทคโนโลยีและส่งเสริมการเรียนรู้ในหลากหลายรูปแบบ เสริมสร้างความสามารถพัฒนาศักยภาพของเด็กและเยาวชน อันจะนำมาสู่โอกาสที่ดีและสร้างอนาคตของเด็กไทยให้เติบโตเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพของสังคมต่อไป

ผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์และยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาปี 2565 (สะสม)



Transparency

แสดงรายละเอียดโรงเรียนคอนเน็กซ์อีดี **5,570 แห่ง** ผ่านเว็บไซต์

www.connexed.org/foundation/



Market Mechanisms

พนักงานจิตอาสา (School Partner)

642 คน ICT Talent ภาคเอกชน **200 คน**

ICT Talent ภาครัฐ **1,800 คน**



High-quality Principals & Teachers

อบรมครู และผู้บริหารโรงเรียน

82,000 คน



Child Centric Curriculum

จัดตั้ง Learning Center **15 แห่ง**



Digital Infrastructures

- **3,351 โรงเรียน**

ติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

- **39,839 ห้องเรียน**

ติดตั้งอุปกรณ์และสื่อไอที

- **451 เครื่อง**

คอมพิวเตอร์จากหน้าร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น

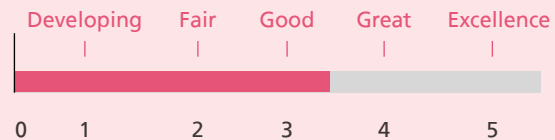
การประเมินคุณภาพโรงเรียน

5,570 แห่ง (School Grading)

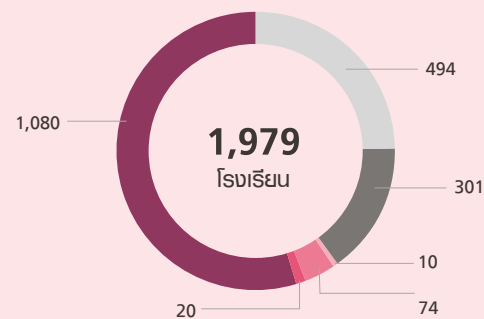
ปีการศึกษา 2565



3.45



จำนวนโรงเรียนที่บริษัทในเครือฯ ให้การสนับสนุนโครงการสานอนาคตการศึกษาคอนเน็กซ์อีดี



CP ALL CPF Lotus's
PIM CP Land TRUE



ผู้นำเพื่อการพัฒนาการศึกษา เพื่อร่วมจัดทำแผนพัฒนาโรงเรียน

บริษัท ทูร คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ส่ง “ผู้นำเพื่อการพัฒนาการศึกษาที่ยั่งยืน” (School Partner) รุ่นที่ 4 กว่า 300 คนลงพื้นที่เพื่อทำหน้าที่ “เพื่อนคู่คิด” ร่วมจัดทำแผนพัฒนาโรงเรียนร่วมกับผู้บริหารสถานศึกษาและครูโรงเรียนคอนเน็กซ์อีดีในความดูแลของบริษัทฯ ทั่วภูมิภาคโดยมีจำนวนนักเรียนที่บริษัทฯ สนับสนุนกว่า 3.6 ล้านคน (สะสม)

ส่งเสริมการเรียนรู้โดยนักเรียนเป็นศูนย์กลาง

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) พัฒนาโครงการโดยนักเรียนเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ พร้อมด้วยการตรวจติดตาม ประเมินผล และจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการให้คำแนะนำเชิงเทคนิคเพื่อพัฒนาเป็นโรงเรียนต้นแบบ (School Model) และยกระดับเป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชน (Learning Community Center)



การเรียนรู้ที่สอดคล้องเศรษฐกิจโลกยุค 5.0

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ขับเคลื่อนคอนเน็กซ์อีดีสู่ปีที่ 8 ส่งเสริมการเรียนรู้นำทักษะใหม่ ๆ ที่สอดคล้องกับศตวรรษที่ 21 เช่น การเขียนโค้ด (Coding) การจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning และบูรณาการความรู้ระหว่างวิชา ควบคู่กับต่อยอดทักษะวิชาชีพ

ส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ

ส่งมอบเครื่องคอมพิวเตอร์หมุนเวียนบริจาคจากหน้าร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ให้กับโรงเรียนในโครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED

จำนวน **451** เครื่อง



ให้แก่ 25 โรงเรียน
ทั่วประเทศ



การส่งเสริมการศึกษา ของเครือเจริญโภคภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์เล็งเห็นถึงโอกาสในการใช้ความเชี่ยวชาญและความเข้าใจในการประกอบธุรกิจขององค์กรไปสนับสนุนทุกกิจกรรมกับสถาบันการศึกษา เพื่อยกระดับการศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างบุคลากรที่มีความสามารถ การพัฒนาความเป็นผู้นำ การพัฒนาทักษะให้กับครูผู้สอนและสร้างองค์ความรู้อย่างมีคุณภาพ ให้เด็ก และเยาวชน ตลอดจนสนับสนุนให้เยาวชนสามารถประกอบอาชีพตามความถนัดของตน ร่วมกับการมีส่วนร่วมกับชุมชน รวมไปถึงนำความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมายกระดับการศึกษา เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มเข้าถึงแหล่งเรียนรู้สารสนเทศอย่างทั่วถึง และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น



จำนวนเด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ได้รับโอกาสเข้าถึงการศึกษา ที่มีคุณภาพและการพัฒนาทักษะที่จำเป็นผ่านการสนับสนุนของเครือฯ

จำนวนทั้งหมด 45,522,730 คน

Online **34,414,699 คน (76%)**
Offline **11,108,031 คน (24%)**

ผู้ได้รับการศึกษา

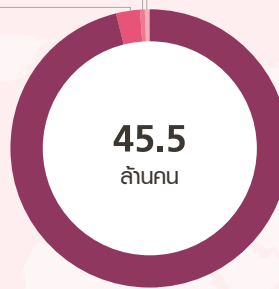
0.1%

นักศึกษาฝึกงาน

0.1%

ฝึกทักษะอาชีพ

2.8%

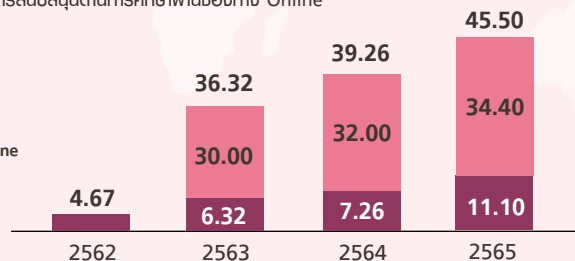


การเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ และแหล่งเรียนรู้ข้อมูลสารสนเทศ **97%**

■ จำนวนคนที่ได้รับการสนับสนุนด้านการศึกษาผ่านช่องทาง Offline
■ จำนวนคนที่ได้รับการสนับสนุนด้านการศึกษาผ่านช่องทาง Online (ล้านคน)

↑ จำนวนการเพิ่มขึ้นทั้งช่องทาง Offline และ Online

15.89%



สัมมนาการออกแบบการศึกษาให้ตอบโจทย์อนาคตเศรษฐกิจโลกยุค 5.0

เครือเจริญโภคภัณฑ์ ร่วมกับสภาเพื่อการศึกษาาระดับโลกหรือ Forum for World Education (FWE) จัดประชุมสัมมนา Forum for World Education 2022 ระดมความเห็นในการออกแบบรูปแบบการศึกษาให้ตอบโจทย์อนาคต และสอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจ ในทุกประเทศทั่วโลก ภายใต้แนวคิด “เศรษฐกิจเปลี่ยน การศึกษาปรับ รับแนวโน้มอนาคต” หรือ “Shaping The Future of Education to Match Global Economic Trends”



FWE Forum for
World Education

“ การศึกษา คือการพัฒนาคน ประเทศจะเจริญ
รุ่งเรืองได้เท่าไรขึ้นอยู่กับการศึกษา ”

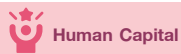
คุณธนินท์ เจียรวนนท์
ประธานอาวุโส เครือเจริญโภคภัณฑ์



CASE STUDY

ทรูปลูกปัญญา ส่งเสริมการเข้าถึง การศึกษาด้วยเทคโนโลยี

การขาดแคลนสื่อและอุปกรณ์ดิจิทัล เพื่อการเรียนรู้ของโรงเรียนในพื้นที่ห่างไกล ทำให้ขาดโอกาสเข้าถึงองค์ความรู้ส่งผล ต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและคุณภาพ การศึกษา บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นในการเปิดโอกาสให้เด็ก เยาวชนและคนไทยทั่วประเทศ ได้มีโอกาส ในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลการศึกษาที่ เท่าเทียมกัน เปิดโลกทัศน์ทางความคิด



จำนวนการเข้าถึงเว็บไซต์ทรู ปลูกปัญญา (สะสม)

34 ล้านคน



คณะพยาบาลศาสตร์ (School of Nursing) สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

การจัดการเรียนการสอนที่ได้มาตรฐานระดับสากล โดยมุ่งมั่นในการให้ความรู้ และพัฒนาพยาบาลนักจัดการเพื่อการบริการด้านสุขภาพในโลกแห่งนวัตกรรม และเทคโนโลยีสารสนเทศ เรียนรู้และฝึกปฏิบัติด้านการพยาบาลในห้องฝึกปฏิบัติการ ทางวิชาชีพพยาบาลพร้อมอุปกรณ์ครบครันที่ทันสมัยใหม่



School Adoption Program

โลตัสมาเลเซียร่วมกับมูลนิธิ PINTAR สนับสนุนการพัฒนาความรู้และทักษะตลอดชีวิต แก่เด็กด้อยโอกาสในโรงเรียนกว่า 63 แห่งทั่วคาบสมุทรมมาเลเซีย



ร่วมด้วยพนักงานจิตอาสา

750 ชั่วโมง

การสนับสนุนทุนการศึกษา

การศึกษาเป็นปัจจัยหลักในการพัฒนาเยาวชนของชาติ เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมีนโยบายสนับสนุนช่วยเหลือนักเรียน นิสิต นักศึกษา ที่มีความประพฤติดี เรียนดี มีความมุ่งมั่น และมีความเป็นผู้นำแต่ขาดแคลนทุนทรัพย์ ให้มีทุนเรียนจนสำเร็จ การศึกษา ซึ่งเปิดโอกาสให้เยาวชนทุกคนได้เข้าสู่มัธยมอย่างเท่าเทียม โดยไม่มีข้อผูกมัด นอกจากนี้ ยังมีทุนการศึกษาสำหรับพนักงานที่มีผลการทำงานดี และทุนสำหรับบุตรของพนักงานที่มีผลการเรียนดี และเพื่อต่อยอดการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ จึงได้เปิดคณะพยาบาลศาสตร์ (School of Nursing) โดยสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พร้อมทุนเรียนฟรีตลอดหลักสูตร เพื่อสร้างพยาบาลวิชาชีพให้มีทักษะ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญเป็นพยาบาล นักจัดการเพื่อบริการสุขภาพแห่งโลกเทคโนโลยี นวัตกรรม มีจิตบริการ และมีคุณธรรม จริยธรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม



“โอกาสในครั้งนี้ที่ได้รับนั้น ทำให้ได้เรียนรู้วิชาชีพการพยาบาลที่ตนตั้งใจ

เพราะที่ฟิโอเอ็มมีห้อง Simulations ซึ่งจะมีหุ่นที่สามารถฝึกปฏิบัติได้เสมือนจริงและส่งเสริมให้ลงมือปฏิบัติงานจริงที่โรงพยาบาลควบคู่กับการเรียนทางทฤษฎี ทำให้ง่ายต่อการลงมือปฏิบัติจริง”

(บีอับ) คุณอัจฉริยา เกตุพานิช
นักศึกษาทุนหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต
คณะพยาบาลศาสตร์ รุ่นที่ 1



จำนวนผู้ได้รับทุนการศึกษา

141,079 คน

มูลค่ารวมของทุนการศึกษา

1,295,124,349 บาท



“นำลงยื่นใบสมัคร จากนั้นถูกเรียกสัมภาษณ์ และได้รับเลือกในที่สุดค่ะ ในปีนั้น (2559)

มีนักศึกษาที่ได้รับทุนจากทั่วประเทศประมาณ 80 คน ตอนทีรู้ว่าเราได้ก็ดีใจมาก เพราะได้ช่วยแบ่งเบาภาระของพ่อแม่อย่างที่ตั้งใจไว้”

(น้ำ) คุณอาภาพร แจกกล้า
เจ้าหน้าที่ฝึกและส่งเสริมอาชีพ
มูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบท

ส่งเสริมโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต



การฝึกฝนด้านเทคนิคและทักษะวิชาชีพ Lifelong Learning

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ตั้งเป้าหมายในการเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาชุมชน และการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม จึงสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมแนะแนวอาชีพเพื่อสร้างรายได้ พัฒนาความรู้ความสามารถ ฝึกอบรม สร้างเสริมทักษะและขีดความสามารถเสริมสร้างประสบการณ์ เพื่อเพิ่มโอกาสที่จะดำเนินกิจการของตนเอง หรือเพิ่มโอกาสในการจ้างงาน เพื่อยุติความยากจน ในสังคมให้ชุมชนที่ขาดแคลนสามารถดำรงชีวิตตามปัจจัยขั้นพื้นฐานในสังคมได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาวันนี้เพื่อ “พรุ่งนี้ ที่ดีกว่า”

CASE STUDY

พัฒนาอาชีพด้านการบริบาล

ฝึกวิชาชีพด้านการดูแลผู้สูงอายุ เปิดโอกาสให้เยาวชนและประชาชนเข้ารับการฝึกทักษะและความรู้ด้านการบริบาล ซึ่งเป็นหนึ่งในอาชีพทางเลือกที่มีความสำคัญในยุคสังคมสูงวัย



Human Capital

จำนวนผู้จบหลักสูตร 152 คน



CASE STUDY

ส่งเสริมทักษะและความรู้การประกอบการ

Chia Tai Foods Yinhai Store ร้านฝึกอบรมทักษะการทำงานโดยร่วมกับผู้ประกอบการและประกันสังคมเมืองหนานหนิง ให้ความรู้และฝึกทักษะรวมถึงจัดหาตำแหน่งงานให้ผู้ด้อยโอกาสจนมีความชำนาญ



Human Capital

สร้างรายได้ดีกว่า

250,000 บาท/คน/ปี



CASE STUDY

ธุรกิจเพื่อสังคมโดยคนพิการ

ให้ความรู้ อบรม และพัฒนาการประกอบอาชีพเกษตรกรของคนพิการครบวงจร ตั้งแต่การปลูกวัตถุดิบคุณภาพ ตัดแต่งและส่งโรงงาน



Relationship Capital

สร้างรายได้รวมกว่า **12** ล้านบาท

CASE STUDY

การพัฒนาธุรกิจการจำหน่ายปลากีด

ร่วมจัดตั้งโรงเรียนปลากีดแห่งแรกของโลก เพื่อแบ่งปันองค์ความรู้เกี่ยวกับปลากีด พัฒนาแบรนด์สินค้าและช่องทางการจัดจำหน่ายสร้างรายได้ให้วิสาหกิจชุมชน



Relationship Capital

สร้างรายได้ให้ชุมชน **188,450** บาท/เดือน

CASE STUDY

Makro Horeca Academy

แหล่งรวมความรู้ครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการมืออาชีพ สร้างความเติบโตให้ธุรกิจและสร้างผู้ประกอบการรายใหม่อย่างต่อเนื่อง



Relationship Capital

สมาชิกเข้าร่วมโครงการ **130,000** คน (สะสม)

Relationship Capital

ผู้สมัครสอบออนไลน์กว่า **690,000** ครั้ง

ลงทะเบียนเรียน ฟรี!

ขอเชิญชวนชาวดี ดีกว่าใคร สมัครสมาชิก ฟรี! อบรม โฮเรกา จกทออี ฟรี! รับสิทธิเรียนแถมออนไลน์

Register Now!

การพัฒนาผู้นำและ ทรัพยากรบุคคล

Leadership and Human Capital Development

ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นในการพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคลเพื่อให้บุคลากรกว่า 440,000 คนของเครือฯ มีความรู้ ความสามารถ และทักษะที่พร้อมขับเคลื่อนให้เครือฯ เติบโตได้อย่างยั่งยืน เครือฯ ได้วางแผนเส้นทางความก้าวหน้าตามสายงานอาชีพของพนักงานควบคู่กับการจัดทำโครงการพัฒนาศักยภาพพนักงาน เปิดโอกาสให้พนักงานทุกภาคส่วนได้รับโอกาสในกิจกรรมที่ส่งเสริมวัฒนธรรมการเรียนรู้ สร้างประสบการณ์ และเสริมสร้างความเป็นผู้นำคุณภาพ สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคลของเครือฯ เน้นการเรียนรู้ควบคู่กับการทำงานจริง โดยมีสถาบันผู้นำเครือฯ เป็นศูนย์กลางในการพัฒนาผู้นำ อีกทั้งยังนำประโยชน์ของเทคโนโลยีมาใช้เป็นสื่อกลางในการสื่อสารและเชื่อมต่อกับพนักงานทุกพื้นที่ทั่วโลกผ่านระบบ E-learning นอกจากนี้ เครือฯ สนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์และพัฒนาสิ่งใหม่ในองค์กรอยู่เสมอ เพื่อนำไปสู่การสร้างนวัตกรรม

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[Sustainable Development Goals Report 2022](#)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2565

จำนวนพนักงานที่เกี่ยวข้องกับ
ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี
วิศวกรรมศาสตร์ และคณิตศาสตร์
(STEM)

37,845 ตำแหน่ง

เครือข่ายฯ ตั้งเป้าที่จะขยายตำแหน่ง
ด้าน STEM ให้ถึงร้อยละ 15

เฉลี่ยชั่วโมงการฝึกอบรม

21.23 ชั่วโมง/คน/ปี

↑ เพิ่มขึ้นจากปี 2564 ร้อยละ 11

การประเมินผลการดำเนินงาน

ร้อยละ **100** ของพนักงานทั้งหมด

เป้าหมายและความคืบหน้า



แผนการดำเนินงานในอนาคต



พัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ผ่านหลักสูตร
สถาบันผู้นำ



พัฒนาหลักสูตรที่สอดคล้อง
กับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ
และผนวกเรื่องความยั่งยืน
ให้เป็นเนื้อเดียวกับธุรกิจ



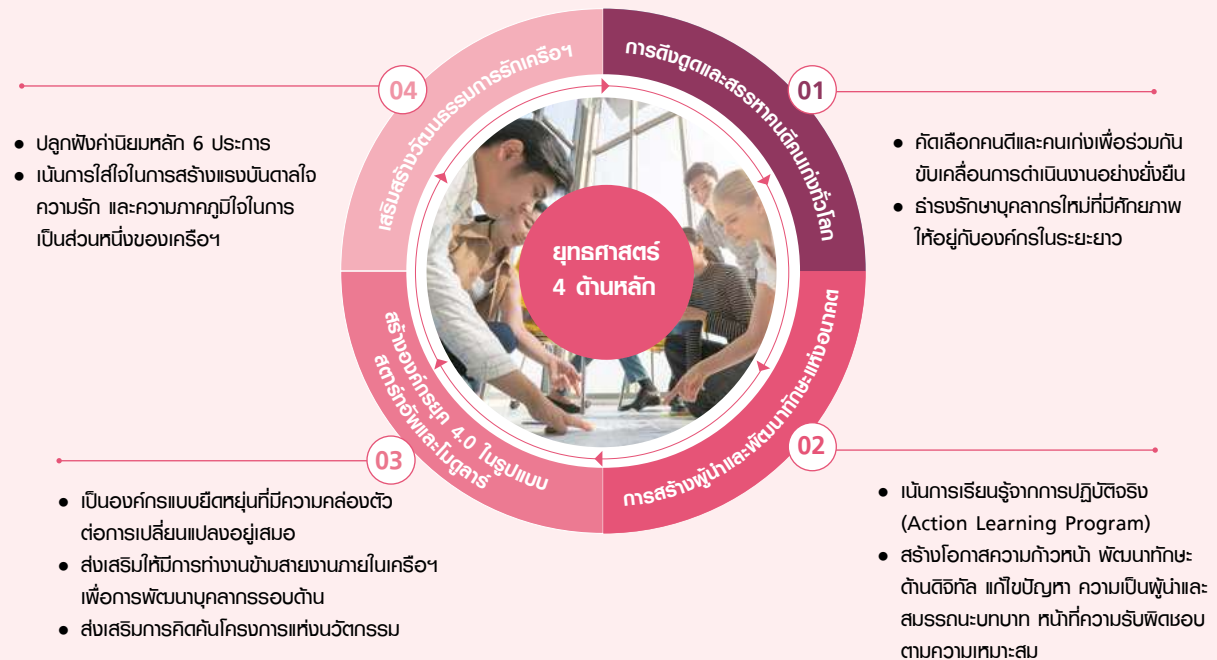
มุ่งเน้นการเสริมสร้างค่านิยมองค์กร
ให้แก่พนักงานทุกระดับ

การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล

ยุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรบุคคลของเครือเจริญโภคภัณฑ์

ด้วยบริบททางธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่มีความหลากหลายและจำนวนบุคลากรภายใต้การดำเนินงานของเครือฯ ที่มีจำนวนมากและกระจายอยู่ใน 21 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลก กลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคลจึงเป็นแก่นในการพัฒนาบุคลากรที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เครือฯ มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้มีความแข็งแกร่งและสามารถตอบสนองต่อ

การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว รวมทั้งเพิ่มพูนทักษะเฉพาะที่จำเป็นแก่พนักงานเพื่อรับมือกับผลกระทบจากเทคโนโลยีที่อาจเข้ามาแทนที่แรงงานมนุษย์ได้ ด้วยเหตุนี้เครือฯ จึงดำเนินการพัฒนาบุคลากรตามกลยุทธ์ Workforce 4.0 ซึ่งประกอบด้วย 4 ข้อหลักดังนี้



การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ สู่การปฏิบัติ

เพื่อให้การขับเคลื่อนด้านการพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคลของเครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เครือฯ ได้จัดตั้งคณะกรรมการบุคคลหรือ People Steering Committee เพื่อกำกับดูแลการดำเนินงานด้านทรัพยากรบุคคลให้เป็นไปตามกลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคล พร้อมกับสนับสนุนเป้าหมายองค์กรคณะกรรมการฯ มีประธานคณะผู้บริหาร เครือฯ เป็นประธานและผู้บริหารจากสายงานที่เกี่ยวข้องเป็นกรรมการ โดยคณะกรรมการฯ มีบทบาทหน้าที่หลัก ได้แก่

- จัดทำและทบทวนกลยุทธ์ด้านบุคคลในระดับเครือฯ เพื่อรับมือกับประเด็นที่มีผลกระทบในภาพรวม
- ผลักดันการดำเนินงานตามกลยุทธ์ด้านบุคคลเครือฯ ให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร
- ผลักดันการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในทุกกลุ่มธุรกิจให้มีมาตรฐานระดับโลก

ในปี 2565 คณะกรรมการบุคคลได้มีการหารือและดำเนินการในประเด็นสำคัญ ดังนี้ นำเสนอและและผลักดันนโยบายหลักด้านบุคคลเครือฯ ให้แก่กลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ได้นำไปใช้เพื่อผนึกกำลังในการสร้างบุคลากรที่มีศักยภาพ ผลักดันการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ด้านทรัพยากรบุคคล ในระดับเครือฯ และส่งเสริมให้กลุ่มธุรกิจต่าง ๆ แบ่งปันแนวทางปฏิบัติด้านการบริหารบุคคลที่เป็นเลิศ



เครือซีพีเป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจหลากหลายและมีพนักงานกว่า 4.4 แสนคนทั่วโลก การบริหารทรัพยากรบุคคลทำให้เกิดผลผลิตภาพ จึงเป็นมีความสำคัญอย่างมาก

“ พนักงานต้องปรับตัวและจะต้องมีทักษะที่สอดคล้องกับบริษัทและความท้าทายของโลก ”

เพื่อนำศักยภาพไปสร้างประโยชน์สูงสุดต่อประเทศชาติ สังคม และองค์กรตามค่านิยม 3 ประโยชน์ ซึ่งเป็นหนึ่งในค่านิยมองค์กรที่พนักงานของเครือฯ ยึดมั่นในการทำงาน

คุณพิมลรัตน์ ธีพัฒน์วิจิตรกุล

ประธานผู้บริหารทรัพยากรบุคคล เครือเจริญโภคภัณฑ์

การสรรหาและดึงดูดคนดี คนเก่งทั่วโลก

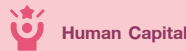
การสรรหาบุคลากรสำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์

การที่องค์กรจะประสบความสำเร็จ บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้นั้น สิ่งหนึ่งที่เป็นปัจจัยสำคัญคือบุคลากรขององค์กร ซึ่งต้องมีคุณสมบัติที่สอดคล้องกับค่านิยมขององค์กร เป็นคนดี มีความรู้ ความสามารถ ดังนั้น เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงได้มีการผนวกค่านิยมองค์กรเข้าไปในการสรรหาบุคลากรของเครือฯ เพื่อเฟ้นหาคนเก่ง และคนดี ที่พร้อมร่วมเติบโตไปกับองค์กรอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสรรหาคนรุ่นใหม่ทั่วโลก ซึ่งเครือฯ มองเห็นคุณค่าของความแตกต่าง ความหลากหลายทางเชื้อชาติ วัฒนธรรม ประสพการณ์และความคิด เครือฯ มุ่งมั่นพัฒนาคนรุ่นใหม่ที่มีทัศนคติความเป็นผู้นำ รู้รอบ กล้าคิด กล้าทำ มีวินัย และร่วมกันพัฒนาบุคลากรขององค์กร ผ่านโครงการพัฒนาผู้นำ CP Future Leaders Development Program (FLP) หรือ “เก้าแก่น้อย” โดยการเฟ้นหาบุคลากร ได้ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ การบอกต่อจากเพื่อนสู่เพื่อน การสร้างความร่วมมือทวิภาคีกับหน่วยงานภายนอกและพันธมิตรต่าง ๆ รวมถึงการออกโรดโชว์ไปยังสถาบันการศึกษาชั้นนำและประเทศเป้าหมายที่ต้องการรับสมัครบุคลากร ผ่านโครงการ สมาคมต่าง ๆ เป็นต้น นอกจากนี้ เครือฯ ได้รับคัดเลือกให้เป็นหนึ่งในนายจ้างดีเด่นประจำปี 2565 โดยได้รับรางวัล 2022 World’s Best Employers จากสถาบัน Forbes ในกลุ่มบริษัทประเภท Conglomerate มากไปกว่านี้ บริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้แก่บริษัท เจียไต๋ จำกัด บริษัท เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด และบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัล HR Excellence Awards 2022 จากสถาบัน Human Resources Online ประเทศสิงคโปร์ ซึ่งสะท้อนถึงความเป็นเลิศด้านการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล ไม่ว่าจะเป็นด้านการสรรหาบุคลากร การมีส่วนร่วมของพนักงาน และการสร้างวัฒนธรรมองค์กร

CASE STUDY

การสรรหาบุคลากรจากสถาบันการศึกษาทั้งในและต่างประเทศ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อการสร้างงานสร้างอาชีพที่มั่นคงให้แก่ประชาชน เครือฯ จึงมีการประชาสัมพันธ์เพื่อรับสมัครบุคลากรที่เป็นคนรุ่นใหม่จากสถาบันการศึกษาชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ เช่น ประเทศอเมริกา และประเทศอังกฤษ เป็นต้น



มีบุคลากรผู้รุ่นใหม่ที่ผ่านการสรรหาผ่านโครงการพัฒนาผู้นำ CP Future Leaders Development Program (FLP)

2,064 คน



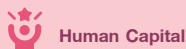
การรักษาไว้ซึ่งพนักงานที่ดีและเก่ง

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ประสบกับปัญหา อัตราการลาออกและการย้ายงานของพนักงานที่ค่อนข้างสูง เหตุผลหลักเป็นเพราะธุรกิจส่วนหนึ่งของเครือฯ มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกที่มีอัตราการลาออกที่สูงเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ การเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติการใช้ชีวิต และการทำงานของคนรุ่นใหม่ที่ไม่ยึดติดอยู่กับสถานที่ใดสถานที่หนึ่งเป็นระยะเวลาอันยาวนานก็ส่งผลในการตัดสินใจของพนักงาน ดังนั้น เพื่อให้เครือฯ สามารถรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าวและกำหนดแนวทางในการรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์กรในระยะยาวได้อย่างมีประสิทธิภาพ เครือฯ จึงมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาความรู้ ความสามารถ และทักษะที่จำเป็นของ

แต่ละบุคคล อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนมีสิทธิที่เท่าเทียมกันในการเติบโตในสายงานอาชีพที่พนักงานสนใจ โดยมีคณะทำงานในการจัดทำและกำหนดแนวทางปฏิบัติ นอกจากการฝึกอบรมแล้ว เครือฯ ยังจัดให้มีสวัสดิการต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานของเราสามารถใช้ชีวิตในการทำงานได้อย่างสบายใจและมีคุณภาพ อีกทั้งได้ทำการประเมินความผูกพันของพนักงานเป็นประจำทุกปี ซึ่งผลการประเมินความผูกพันของพนักงาน ประจำปี 2565 อยู่ที่ร้อยละ 80 เครือฯ จะนำผลการประเมินมาปรับปรุงระบบการบริหารจัดการบุคลากรของเครือฯ ต่อไป

CASE STUDY

การปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานและการทบทวนค่าครองชีพ



อัตราการลาออกของพนักงาน

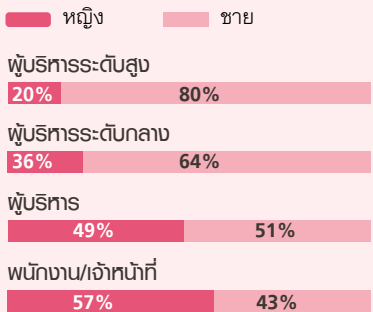
ลดลง ร้อยละ 3.6

เครือเจริญโภคภัณฑ์โดยกลุ่มธุรกิจค้าปลีก สยามแม็คโคร มุ่งมั่นสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพและมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของธุรกิจ ในปัจจุบัน จึงมีการจัดรูปแบบการทำงานแบบผสมผสาน และชั่วโมงการทำงานยืดหยุ่น (Hybrid & Flexible Working Hours) มีความหลากหลายรูปแบบ ให้พนักงานสามารถบริหารจัดการเวลาทำงานได้เหมาะสม โดยมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ของงานเป็นสำคัญ เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงสู่การทำงานยุคดิจิทัล อีกทั้งมีการทบทวนค่าจ้างและค่าตอบแทนของพนักงานในแต่ละพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ จึงมีการทบทวนค่าตอบแทน เงินสนับสนุน และสวัสดิการการรักษาพยาบาล เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานในทุกระดับมีรายได้โดยรวมเพียงพอต่อค่าครองชีพ รวมถึงได้รับเงินสนับสนุนต่าง ๆ เช่น ค่ารักษาพยาบาล ค่าเดินทาง ค่าที่พัก เบี้ยขยัน ทุนการศึกษาบุตรหลาน ค่าช่วยเหลืองานแต่งงาน งานศพ เป็นต้น โดยมีการเข้าร่วมสำรวจค่าจ้างและสวัสดิการของพนักงาน กับบริษัท Korn Ferry Hay Group เพื่อนำผลการสำรวจมาพิจารณาการออกแบบค่าจ้างค่าตอบแทนที่ตอบสนองต่อค่าครองชีพอย่างเหมาะสม

การเพิ่มขีดความสามารถของพนักงานโดยเสมอภาค

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อความหลากหลาย และความเท่าเทียมของพนักงาน เครือฯ เปิดโอกาสให้พนักงานทุกเพศ ทุกวัย และทุกระดับชั้น ได้แสดงความสามารถในการขับเคลื่อนการดำเนินงานให้สู่เป้าหมาย และวิสัยทัศน์ที่ได้ตั้งไว้ และไม่ปิดกั้นโอกาสในการเติบโตของพนักงาน ซึ่งแนวทางการดำเนินงานนี้ไม่ได้ถูกปฏิบัติใช้ภายในเครือฯ เพียงอย่างเดียว แต่ยังสามารถไปยังคู่ค้า พันธมิตร และผู้ที่มีความสนใจตลอดห่วงโซ่คุณค่า

สัดส่วนพนักงานตามระดับพนักงาน



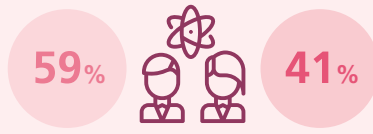
จำนวนผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างรายได้

46,106 คน



จำนวนพนักงานที่เกี่ยวข้องกับด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ และคณิตศาสตร์ (STEM)

37,845 คน



เครือเจริญโภคภัณฑ์เปิดโอกาสและสนับสนุนให้ผู้บริหารและพนักงานหญิงได้แสดงความสามารถด้วยทักษะความสามารถ รวมไปถึงทัศนคติและบริหารคนด้วยความเท่าเทียม



“ ผู้ชายและผู้หญิงมีความแตกต่างกันในเชิงคุณลักษณะบุคลิกภาพ และความเข้มแข็ง ดั้งเดิมเชื่อว่าหากเรามีความมุ่งมั่นในการส่งเสริมคุณลักษณะและบุคลิกภาพของเราไม่ว่าจะเป็นชายหรือหญิงให้กลายเป็นจุดแข็ง มันจะนำพาเราไปสู่ความสำเร็จและความสุข ”

Ms. Lê Nhật Thùy
รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส
Head of Compliance & Risk Management Office
CP Vietnam Corporation



“ ความเสมอภาคของผู้หญิงและผู้ชายของเครือฯ ทำให้ผู้หญิงมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในการทำงาน สามารถนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ และสร้างคุณค่าให้กับสังคม ”

คุณอัญชลี ต.วรพาริช
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
Finance Shared Services Centre, CP China

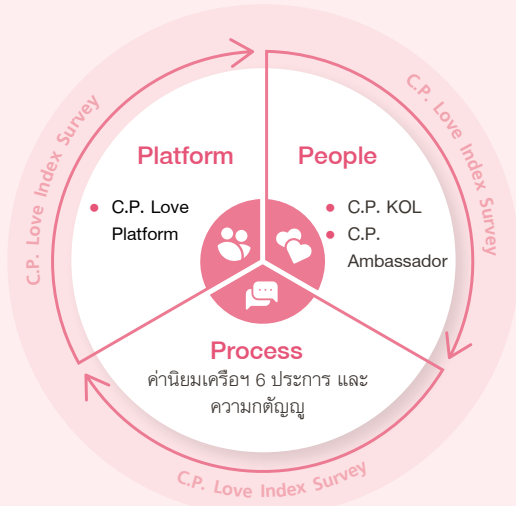


“ สิ่งที่ดีฉันภูมิใจ คือ การเป็นนักปรับปรุงพันธุ์พืช การผลักดันงานด้านนี้ ไม่เคยมีเรื่องเพศเข้ามาเป็นเงื่อนไข อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนอย่างดีจากบริษัทฯ หากเราตั้งใจ มุ่งมั่น ทุ่มเท พัฒนา รวมทั้งสามารถทำงานร่วมกับทีมได้ และทำงานอย่างมีความสุขก็สามารถที่จะประสบความสำเร็จในทุกเส้นทางอาชีพได้ ”

คุณจารุณี บัวบุชา
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ฝ่ายวิจัยและพัฒนา
บริษัท เจียไต๋ จำกัด

เสริมสร้างวัฒนธรรมการรักเครือฯ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดแนวทางการสร้างวัฒนธรรมองค์กร และการขับเคลื่อนความรักเครือฯ ให้แก่พนักงานทุกระดับได้รับทราบ ซึ่งแนวทางฯ ประกอบไปด้วย 3 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่



- การพัฒนาคน (People) ผ่านโปรแกรม C.P. Key Opinion Leader (C.P. KOL) และ C.P. Ambassador โดยคัดเลือกตัวแทนจากทุกกลุ่มธุรกิจ ซึ่งสามารถเป็นต้นแบบในการแสดงพฤติกรรมที่สอดคล้องค่านิยม
- การพัฒนาระบบการ (Process) การสื่อสารเกี่ยวกับค่านิยมเครือฯ 6 ประการ และความกตัญญู ที่เป็นระบบ และสามารถถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ และวิสัยทัศน์ขององค์กรไปสู่พนักงานทุกระดับ
- การพัฒนาระบบหรือแพลตฟอร์ม (Platform) ที่เรียกว่า C.P. Love Platform ที่จะมาช่วยเรื่องการสื่อสารวัฒนธรรมและความรักเครือฯ ทั่วทั้งองค์กร สร้างการมีส่วนร่วม รับฟังความคิดเห็นจากพนักงาน

CASE STUDY

C.P. Love Platform สื่อสารวัฒนธรรมและความรักเครือฯ



ในปี 2565 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้พัฒนาแพลตฟอร์ม C.P. Love Platform เพื่อใช้ในการสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกกลุ่มธุรกิจภายใต้เครือฯ นอกจากนี้ยังได้มีการวัดผลสำเร็จของการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวข้างต้น ผ่านการสำรวจจิตราความรักของบุคลากรในเครือฯ ที่มีต่อแบรนด์ ซีพี (C.P. Brand Love Index) ของบุคลากรในเครือฯ ที่จะสะท้อนอัตราความรักความศรัทธาและความเชื่อมั่นที่มีต่อแบรนด์ซีพี



การสร้างผู้นำและพัฒนาทักษะแห่งอนาคต โดยสถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์



การพัฒนาศักยภาพของพนักงาน

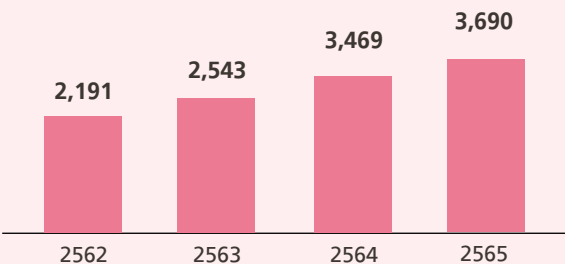
เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นที่จะปลูกฝังและพัฒนาศักยภาพบุคลากรของเรา เพื่อสร้างให้เป็นผู้นำคุณภาพผ่านหลักสูตรพัฒนาผู้นำโดยสถาบันผู้นำเครือฯ เน้นการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง (Action Learning Program) จากการทำโครงการที่หลากหลายของธุรกิจภายใต้เครือฯ เพื่อสร้างโอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เสริมทักษะการแก้ไขปัญหา ความเป็นผู้นำ และสมรรถนะในบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบ โดยแบ่งกลุ่มการอบรมตามความเหมาะสมกับพนักงานเป็น 4 ระดับ ประกอบด้วย

- โครงการสำหรับพนักงานรุ่นใหม่ (เจ้าแก่น้อย)
- โครงการพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ เน้นการพัฒนาธุรกิจ (เจ้าแกเล็ก)
- โครงการพัฒนาผู้นำระดับปฏิบัติการ เน้นการปฏิรูประบบราชการ (เจ้าแกกลาง)
- โครงการเชิงกลยุทธ์ มุ่งเน้นการยกระดับและพัฒนาเครือฯ (เจ้าแกใหญ่)

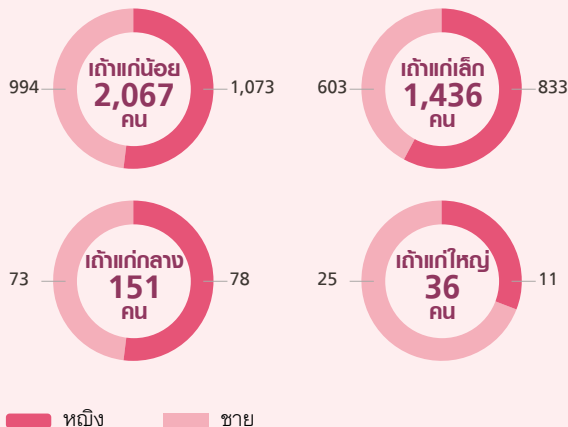
สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

➔ [การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล](#)

จำนวนผู้บริหารและพนักงาน
ที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาผู้นำ
ประจำปี 2565 (โครงการเจ้าแก)



สัดส่วนพนักงานที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาผู้นำ

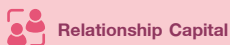


โครงการแก้แค้นใหญ่ จะเป็นโครงการของผู้บริหารระดับสูงที่เน้นเรื่องการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ผ่านการเรียนรู้จากการดำเนินการจริง โดยการฝึกกำลังจากหลากหลายธุรกิจ และจากหลายประเทศ เพื่อยกระดับและพัฒนาธุรกิจให้เกิดผลสำเร็จ โดยมีตัวอย่างความสำเร็จ ดังนี้

CASE STUDY

ระบบติดตามธุรกิจผลไม้ส่งออก ด้วยแพลตฟอร์มอัจฉริยะ

จากการวิเคราะห์การส่งออกผลไม้ไปยังประเทศจีน เรพบว่าคุณภาพของผลไม้บางชนิดยังไม่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า เช่น ชนิดและระดับความสุกของผลไม้ เป็นต้น เพื่อเป็นการแก้ปัญหาพร้อมตอบสนองต่อความต้องการได้อย่างตรงจุด ทีมงานแก้แค้นใหญ่ได้ร่วมมือกันพัฒนาระบบแพลตฟอร์มอัจฉริยะ ซึ่งเป็นระบบติดตามผลไม้ที่นำเข้าประเทศจีนแบบบูรณาการ วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าด้วยปัญญาประดิษฐ์ และมีระบบติดตามรวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นความปลอดภัยของผลไม้ด้วยระบบตรวจสอบย้อนกลับด้วยบล็อกเชน



จับคู่ความต้องการของลูกค้า ได้มากถึง **2** ล้านครั้ง

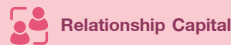


โครงการแก้แค้นกลาง ซึ่งเป็นโครงการของผู้บริหารแต่ละกลุ่มธุรกิจที่มุ่งเน้นการปฏิรูป ปรับปรุงกระบวนการเพื่อให้เกิดการปฏิบัติงานที่สะดวก รวดเร็วและตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างตรงจุด

CASE STUDY

ปรึกษาเภสัชกร ฟรี สุขภาพดีผ่านแอป 24 ชม. “ALL PharmaSee”

ในปัจจุบัน การอุปโภคอาหารและเครื่องดื่มที่ดีต่อสุขภาพ การออกกำลังกาย และการเข้าถึงระบบการแพทย์หรือยารักษาโรคที่มีคุณภาพ ล้วนแล้วแต่เป็นประเด็นที่ประชาชนให้ความสนใจ อีกทั้งยังเป็นหนึ่งเป้าหมายของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ที่มุ่งเน้นไปที่การลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ทีมแก้แค้นกลาง CP ALL จึงได้พัฒนาร้านยาอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอยู่ในทุกชุมชนให้เป็นร้านศูนย์สุขภาพชุมชน นอกจากนี้ยังได้พัฒนาแอปพลิเคชัน ALL PharmaSee เพื่อให้ผู้ป่วยสามารถปรึกษาเภสัชกรผ่านช่องทางออนไลน์ได้ง่ายและสะดวกตลอด 24 ชม. และสามารถหาค่าแห่งร้านขายยาอิเล็กทรอนิกส์ที่ใกล้ที่สุด หรือสามารถสั่งซื้อผ่านช่องทางเดลิเวอรี่ได้อย่างสะดวกสบาย



มีการใช้งาน ALL PharmaSee สะสมกว่า **400,000** ครั้งในปี 2565



ความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูล

Cybersecurity and Data Protection

ทุกวันนี้ เทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของผู้คนและการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก ซึ่งเทคโนโลยีสารสนเทศไม่เพียงแต่ช่วยให้การใช้ชีวิต และการดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น รวดเร็ว แต่ยังช่วยเพิ่มโอกาสให้สังคมสามารถเข้าถึงข้อมูลที่จำเป็นต่าง ๆ ได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น เช่น คลังความรู้ และข่าวสาร เป็นต้น สำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์ เรามักใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในกระบวนการดำเนินธุรกิจอย่างแพร่หลาย อาทิ Cloud Computing, Artificial Intelligence (AI), Internet of Things (IoT) และ Big Data ซึ่งเครื่องมือเหล่านี้ช่วยให้การทำงานของเครื่องฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ยังมีการเข้าถึงข้อมูลมากขึ้นเท่าไร ความเสี่ยงเรื่องการรั่วไหลของข้อมูลก็เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน ซึ่งถือเป็นความเสียหายทางธุรกิจอย่างรุนแรง ซึ่งเครื่องฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการปกป้องข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลของลูกค้า พันธมิตร ลูกค้า พนักงาน และกระบวนการดำเนินงานเครื่องฯ จึงได้ให้การสนับสนุนและยกระดับการป้องกันและรักษาความปลอดภัยของข้อมูลทางไซเบอร์ของผู้มีส่วนได้เสียของเครื่องฯ ทั้งหมด โดยได้มีแผนงานและกิจกรรมเพื่อรองรับสถานการณ์ที่อาจจะเข้ามาคุกคามในหลายรูปแบบ

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

9 INDUSTRY INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



9.C

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS



17.6

17.8

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ [Sustainable Development Goals Report 2022](#)

trueIDC

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2565

โครงสร้างพื้นฐานด้านไอทีได้รับการ
รับรองโดยมาตรฐานด้านไอทีระดับสากล

100%

ความสำเร็จตามแผนงานการปรับปรุง
นโยบายด้านความปลอดภัยระบบ
สารสนเทศ

100%

กลุ่มธุรกิจที่มีการประเมินตนเอง
ตามแนวทาง NIST

100%

จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรม
หัวข้อความปลอดภัยของข้อมูล
ส่วนบุคคล

180,415 คน

* เป็นพนักงานจากกลุ่มบริษัท listed
และ Non-listed

เป้าหมายและความคืบหน้า

ทุกกลุ่มธุรกิจได้รับการรับรอง
มาตรฐานสากลด้านการจัดการ
ความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล
และสารสนเทศ



แผนการดำเนินงานในอนาคต



นำนโยบายด้านความปลอดภัย
ทางไซเบอร์และแนวปฏิบัติ
ที่เกี่ยวข้องไปใช้ทั่วทั้งเครือฯ



ยกระดับเกณฑ์การประเมินตนเอง
ตามแนวทาง ISO 27001



ยกระดับซอฟต์แวร์ด้านความปลอดภัย
ด้านไซเบอร์ที่ใช้ภายในเครือฯ

การรักษาความมั่นคงและความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูล

โครงสร้างการกำกับดูแลการบริหารจัดการความมั่นคงและความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูล



การปกป้องข้อมูลของเครือเจริญโภคภัณฑ์ และของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมดถือเป็นหนึ่งในภารกิจหลักของเครือฯ ในการสร้างความมั่นคงและอนาคตที่ดียิ่งขึ้น และเพื่อให้การดำเนินงานในด้านดังกล่าวเป็นไปตามมาตรฐานสากล และมีระบบที่สามารถติดตามและตรวจสอบได้ เครือฯ มีคณะทำงานด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและทางไซเบอร์ โดยมีตัวแทนจากสำนักบริหารความเสี่ยงเครือฯ และหน่วยงานไอทีของแต่ละกลุ่มธุรกิจมาร่วมเป็นคณะทำงาน โดยในปีที่ผ่านมา คณะทำงานฯ มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการกำหนดมาตรฐานการทำงานด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและทางไซเบอร์ภายในเครือฯ และรายงานความคืบหน้าต่อคณะกรรมการขับเคลื่อน การกำกับดูแลกิจการความเสี่ยง และการตรวจสอบ (GRA Committee) ประเด็นสำคัญที่คณะทำงานได้ขับเคลื่อนและดำเนินงานในปี 2565 ได้แก่ การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและทางไซเบอร์ การจัดทำกรอบการประเมินตนเองตามแนวทาง NIST Framework เพื่อให้ทุกกลุ่มธุรกิจในเครือฯ นำไปดำเนินการประเมินตนเอง และการรวมศูนย์การจัดซื้อซอฟต์แวร์ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและทางไซเบอร์

แนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง

1. มาตรฐานการจัดการทรัพย์สิน
2. มาตรฐานการจัดการห่วงโซ่อุปทานไซเบอร์
3. มาตรฐานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านกายภาพและสภาพแวดล้อม
4. มาตรฐานการจัดการข้อมูลประจำตัวและการเข้าถึง
5. มาตรฐานการจัดการรหัสผ่าน
6. มาตรฐานการจัดการเหตุการณ์ผิดปกติด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัย
7. มาตรฐานการเฝ้าติดตามข้อมูลจรรยาบรรณคอมพิวเตอร์
8. มาตรฐานวิฤกษ์การพัฒนาระบบ
9. มาตรฐานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านการปฏิบัติงาน
10. มาตรฐานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านทรัพยากรบุคคล
11. มาตรฐานการจัดการความเสี่ยงทางไซเบอร์
12. มาตรฐานการปฏิบัติตาม
13. มาตรฐานควบคุมการนำอุปกรณ์ส่วนตัวมาใช้
14. Endpoint Security Standard
15. มาตรฐานการจัดการช่องโหว่และภัยคุกคาม
16. มาตรฐานการเข้ารหัสและการจัดการกุญแจ
17. มาตรฐานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยเครือข่าย

กลยุทธ์การบริหารจัดการความมั่นคงและความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูล

เครือข่ายวิทยุโทรทัศน์มีกลยุทธ์ในการกำกับดูแลและการจัดการความมั่นคงความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cybersecurity) โดยได้กำหนดแนวทางบริหารจัดการความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูลตามแนวทางสากล หรือ NIST Framework โดยกำหนดเป็นมาตรฐานและกระบวนการ ตั้งแต่การบ่งชี้ความเสี่ยง (Identify) การปกป้องสินทรัพย์ดิจิทัล (Protect) การตรวจสอบ (Detect) การตอบโต้เหตุการณ์ที่สร้างความเสียหาย (Respond) และการฟื้นฟูระบบจากความเสียหาย (Recover) ซึ่งเป็นแนวทางที่นำไป

ดำเนินงานให้ครอบคลุมทุกธุรกิจของเครือข่าย นอกจากนี้ เครือข่ายได้พัฒนาระบบการประเมินตนเองให้กับกลุ่มธุรกิจเพื่อนำไปเป็นเครื่องมือในการประเมินความก้าวหน้า และกำหนดแผนงานเพื่อจัดการกับประเด็นด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ที่ตรวจพบ โดยทำการประเมินตนเองไตรมาสละครั้งและรายงานผลการประเมินและความคืบหน้าต่อคณะกรรมการขับเคลื่อน การกำกับดูแลกิจการ ความเสี่ยง และการตรวจสอบ

การบ่งชี้ความเสี่ยง	การปกป้องสินทรัพย์ดิจิทัล	การตรวจสอบ	การตอบโต้เหตุการณ์ที่สร้างความเสียหาย	การฟื้นฟูระบบจากความเสียหาย
การบริหารจัดการทรัพย์สิน สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การกำกับดูแล กลยุทธ์การบริหารความเสี่ยง การบริหารความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน	การจัดการข้อมูลส่วนบุคคล การรับรองความถูกต้องและการควบคุมการเข้าถึงของข้อมูล การอบรมและการสร้างความตระหนักรู้ ความปลอดภัยของข้อมูล กระบวนการและขั้นตอนการปกป้องข้อมูล การดูแลรักษา เทคโนโลยีในการป้องกัน	ความผิดปกติและเหตุการณ์ต่าง ๆ การตรวจสอบความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง กระบวนการตรวจจับ	การสื่อสาร	แผนการดำเนินงานเพื่อฟื้นฟูการพัฒนา

“จากแนวโน้มของภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่เพิ่มสูงขึ้น เครือข่าย ตระหนักถึงความสำคัญของการรับมือกับภัยดังกล่าว จึงมีการวางแผนรับมือทั้งในเชิงนโยบาย มาตรฐาน กระบวนการ และสร้างความตระหนักรู้ให้กับบุคลากรภายใน รวมถึงการจัดตั้งศูนย์ Security Operations Center (SOC) ที่ได้รับการรับรอง ISO/IEC 27001:2013 ซึ่งมี Machine Learning ที่ช่วยเพิ่มความแม่นยำในการตรวจจับภัยคุกคาม และมีการใช้ระบบจัดการเหตุการณ์ภัยคุกคามแบบอัตโนมัติ เพื่อหยุดยั้งภัยคุกคามแบบทันทีและป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น”

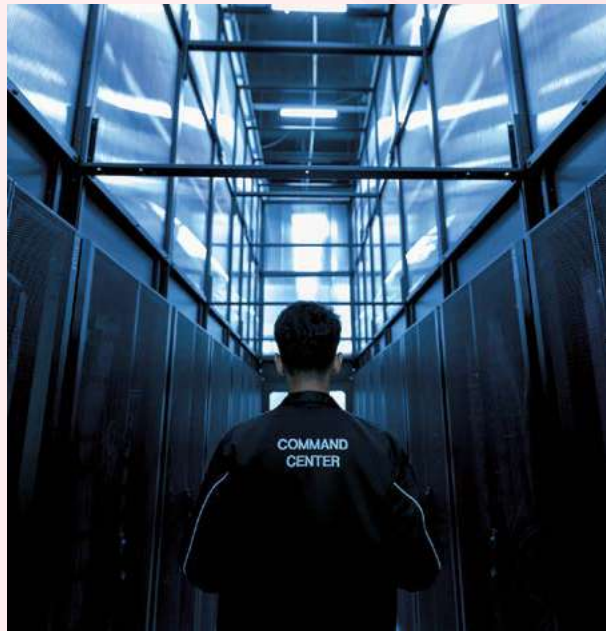
คุณจิตติรัตน์ ศิริพัฒนาเลิศ
 หัวหน้าคณะผู้บริหารด้านความปลอดภัยระบบข้อมูลสารสนเทศ บริษัท ทูริติจิทัล กรุ๊ป จำกัด



การป้องกันความเสี่ยงทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูล

มาตรการป้องกันความเสี่ยงทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูล

ในปีที่ผ่านมา นอกจากการกำหนดให้มีการประเมินตนเองตามแนวทางบริหารจัดการความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูลตามแนวทางสากล หรือ NIST Framework แล้ว เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังมีการทบทวนนโยบายและแนวทางปฏิบัติด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อให้พนักงานสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยได้เชิญหน่วยงานและผู้เชี่ยวชาญภายในเครือฯ เข้าร่วม Cyber Security Forum และทบทวนนโยบายและแนวทางปฏิบัติดังกล่าว นอกจากนี้ยังมีการปรับปรุงและรวมศูนย์การจัดซื้อซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อให้ทุกกลุ่มธุรกิจภายในเครือฯ มีมาตรฐานเดียวกัน ส่วนในหน่วยงานที่เป็นศูนย์กลางด้านไอทีของเครือฯ เองก็ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 27001 นอกจากนี้ยังดำเนินการให้ความรู้กับพนักงานในเรื่องการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อสร้างจิตสำนึกและองค์ความรู้ให้กับพนักงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน คู่ค้า และลูกค้า



การดำเนินการให้สอดคล้อง

กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับ

- ลูกค้า
- คู่ค้า
- บุคลากร

ข้อปฏิบัติที่สำคัญ

- การขอความยินยอม และฐานทางกฎหมาย (7 ฐาน)
- มาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล
- สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล
- บทกำหนดโทษ

นิยามและประเภทข้อมูล

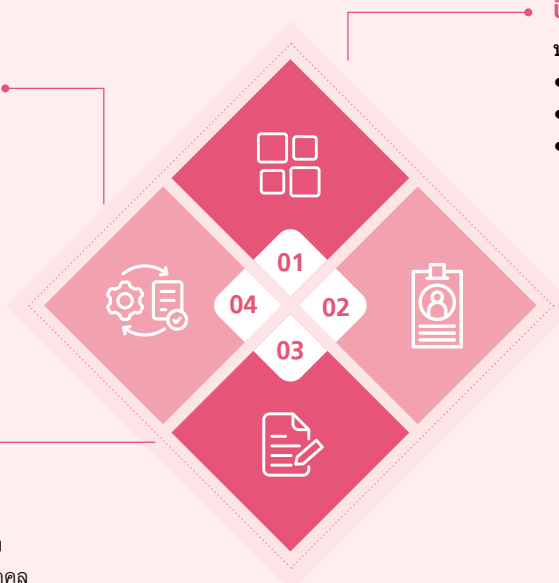
ประเภทข้อมูลส่วนบุคคล

- ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป
- ข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความอ่อนไหว
- นิยาม “การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล”

บทบาทหน้าที่

บทบาทของ

- DS เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล
- DC ผู้ควบคุมข้อมูล
- DP ผู้ประมวลผลข้อมูล
- DPO เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล



CASE STUDY

การอบรมเพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับภัยไซเบอร์

การอบรมเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจด้านความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ เพื่อลดความเสี่ยงต่อกภัยคุกคามทางไซเบอร์เป็นเรื่องที่สำคัญ บริษัทในเครือฯ จึงมีการจัดอบรมหลักสูตรดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ เช่น บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) มีการจัดทำหลักสูตร E-Learning เพื่อให้พนักงานเรียนรู้เป็นประจำทุกปี โดยเนื้อหาหลักสูตรครอบคลุมเรื่องความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับความปลอดภัยทางไซเบอร์ มัลแวร์เรียกค่าไถ่ การหลอกลวงที่แฝงภัยจากแฮ็กเกอร์ การหลอกลวงผ่านข้อความและโทรศัพท์ และแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์



Human Capital

ร้อยละ

100

ของพนักงานที่เข้าอบรมผ่านการทดสอบ



Intellectual Capital

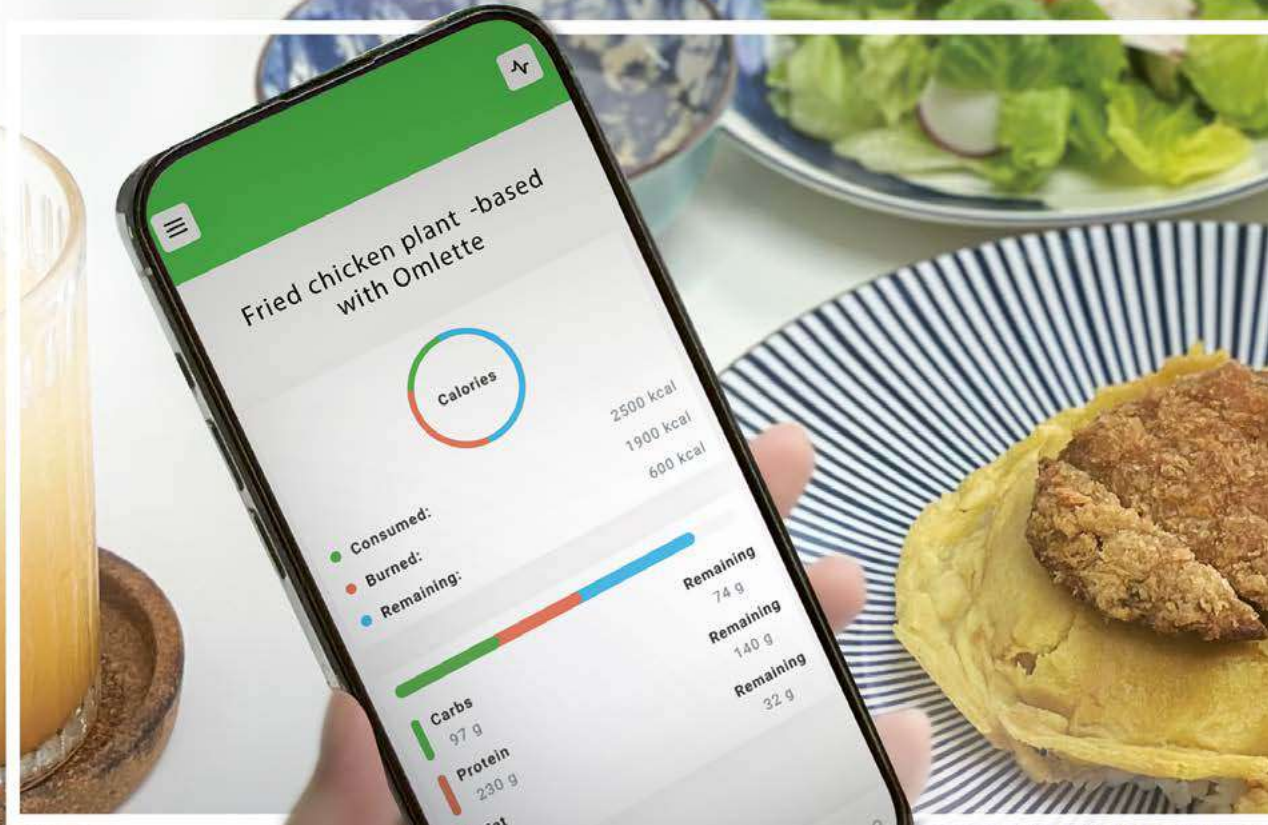
ร้อยละ

97.8 ของพนักงานที่ผ่าน Phishing Test

CASE STUDY

การทดสอบการตอบสนองภัยคุกคามทางไซเบอร์

นอกจากการให้ความรู้ผ่านการอบรมแล้ว บริษัทในเครือ เจริญโภคภัณฑ์ยังมีการจัดให้มีการจำลองสถานการณ์การตอบสนองภัยคุกคามทางไซเบอร์ ในรูปแบบของเมลหลอกลวง หรือเรียกว่า “ฟิชซิ่ง” อย่างเหมาะสมตามความถี่ที่กำหนดไว้ อาทิ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มีการทดสอบไตรมาสละ 1 ครั้งครอบคลุมพนักงานทั้งหมด โดยจะเป็นการสุ่มทดสอบ เพื่อดูพฤติกรรมทั้งของผู้ใช้งาน ผู้ดูแลระบบ และนำข้อมูลนั้นมาพิจารณาพร้อมให้คำแนะนำแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจไม่ถูกต้องเกี่ยวกับการตอบสนองหรือการจัดการความเสี่ยงจากภัยคุกคามในรูปแบบดังกล่าว



HEALTH Living Well

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดวิสัยทัศน์ที่จะเป็นองค์กรผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการสร้างอาหารคน อาหารสมอง โอกาสในการเข้าถึงคุณค่าเพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน พร้อมกับการสร้างความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการด้วยเหตุนี้ เครือฯ มีความมุ่งมั่นในการคิดค้น วิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่นิยมไปด้วยคุณภาพ และคุณค่าสำหรับการเติบโตในระยะยาวให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้ตระหนักถึงความสำคัญต่อการพัฒนาและการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย โดยเฉพาะเกษตรกร SMEs และกลุ่มเปราะบางให้มีอาชีพและรายได้ประกอบไปด้วยความรู้ ความสามารถที่เพียงพอและเหมาะสม พร้อมเปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายสามารถร่วมกันพัฒนาสินค้า และบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาด และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อก้าวสู่วัน “พรุ่งนี้ ที่ดีกว่า”

สุขภาพและสุขภาวะที่ดี	118
คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม	130
ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ	142
การบริหารจัดการนวัตกรรม	150
การสร้างความปลอดภัยกับผู้มีส่วนได้เสีย	162

กระบวนการสร้างคุณค่า

ปัจจัยนำเข้า

Manufacturing Capital

- ร้อยละ 100 ของโรงงานการผลิตอาหารที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล
- การขยายแหล่งการผลิตอย่างยั่งยืนเพื่อรักษาความมั่นคงทางอาหาร

Intellectual Capital

- 91 ศูนย์วิจัยและพัฒนา
- 28,753 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา

Human Capital

- 33,486 พนักงานที่ได้รับการอบรมและพัฒนาด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี

Relationship Capital

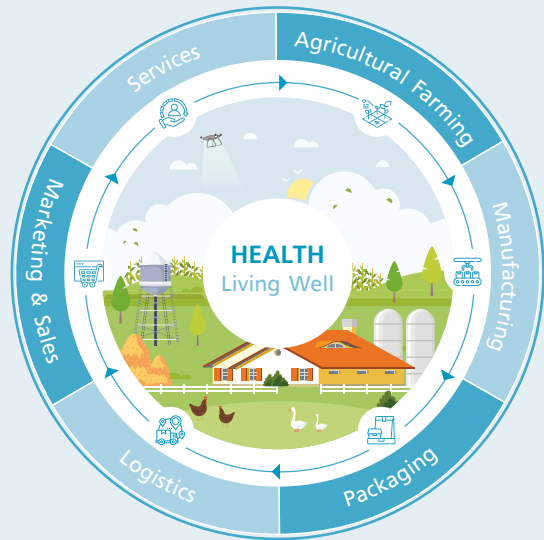
- การสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคงระหว่างเครือข่ายและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม
- ความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อสร้างสังคมและองค์กรที่ยั่งยืน

Natural Capital

- การมุ่งสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- การดำเนินงานเพื่อลดขยะอาหาร

กระบวนการสร้างคุณค่าผ่านการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์

ห่วงโซ่คุณค่าของเครือเจริญโภคภัณฑ์



กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในฐานะที่เครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นบริษัทผู้นำด้านอุตสาหกรรมและอาหาร ธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจเวชภัณฑ์ การพัฒนากระบวนการผลิตของเครือฯ และของคู่ค้าให้มีมาตรฐานเทียบเท่าสากลจะสนับสนุนให้เครือฯ สามารถผลิตและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการแห่งอนาคตให้แก่ผู้บริโภคและลูกค้าได้อย่างยั่งยืน นอกจากการพัฒนากระบวนการผลิต และการส่งเสริมพนักงาน คู่ค้า เกษตรกร SMEs รวมถึงกลุ่มเปราะบางแล้ว การเปิดโอกาสให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ จากภายนอกจะกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ช่วยยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนโดยรวม และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

คุณค่าและผลกระทบที่เกิดขึ้น



Manufacturing Capital

+ 901 รายการ ของผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นโภชนาการสุขภาพ และสุขภาวะที่ดี



Intellectual Capital

- + จำนวนนักวิจัยและนวัตกรรม 9,674 คน
- + จำนวนสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรที่เครือข่าย ได้รับในปี 2565 646 ฉบับ
- + จำนวนผลิตภัณฑ์และบริการแห่งนวัตกรรม 4,119 รายการ



Human Capital

+ เกษตรกร SMEs กลุ่มเปราะบางและอื่น ๆ ที่ได้รับการสนับสนุน 2,315,008 ราย



Relationship Capital

- + คะแนนความผูกพันของพันธมิตรได้เสีย ร้อยละ 80
- + การสร้างเครือข่ายสมาชิกด้านความยั่งยืนทั่วโลกกว่า 10 องค์กร
- + ประชาชนที่ได้รับการสร้างงานสร้างอาชีพ 168,244 ราย



Natural Capital

- 56,590 ต้น จำนวนขยะอาหารที่เกิดจากการดำเนินงาน

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง



เกษตรกร



ชุมชน และสังคม



คู่ค้าธุรกิจ



เจ้าหน้าที่



พนักงานและ
ครอบครัว



NGOs



ภาครัฐ



คู่แข่งทางการค้า



สื่อมวลชน



ผู้ถือหุ้น และนักลงทุน



ลูกค้า และผู้บริโภค

SDGs



1.2 1.4



2.1 2.2
2.3



3.8 3.B



4.4



8.2 8.6



9.3 9.5
9.B



10.1



16.7



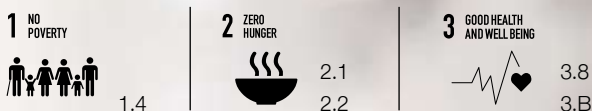
17.6 17.17

สุขภาพและสุขภาวะที่ดี

Health & Well-being

ในปี 2565 จำนวนประชากรโลกคาดว่าจะมีทั้งหมด 8 พันล้านคน และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเป็น 8.5 พันล้านคนในปี 2573 ด้วยจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงและยากจะคาดเดา ก่อให้เกิดความเสี่ยงในการขาดแคลนพืชและสัตว์ ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตอาหาร และการสร้างระบบอาหารที่ยั่งยืน การขาดแคลนนี้ทำให้ผู้คนจำนวนมากทั่วโลกอาจจะต้องเผชิญกับภาวะทุพโภชนาการเนื่องจากได้รับอาหารที่มีคุณภาพไม่เพียงพอ ประเด็นดังกล่าวได้รับความสนใจจากองค์กรนานาชาติพร้อมกับมีการเรียกร้องให้ภาครัฐ และภาคเอกชนร่วมกันดำเนินงานเพื่อรักษาความมั่นคงทางอาหาร ในฐานะที่เครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ได้ตระหนักถึงหน้าที่ความรับผิดชอบต่อในการขับเคลื่อนประเด็นดังกล่าว และภายใต้แนวความคิดเพื่อวัน “พรุ่งนี้ ที่ดีกว่า” จึงมุ่งเน้นไปที่การผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ มีความปลอดภัย ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลโภชนาการอย่างครบถ้วนเพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[Sustainable Development Goals Report 2022](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2565

สัดส่วนยอดขายจากผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

34.7%

↑ ยอดขายผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้นจากปี 2564 ร้อยละ 16.8

ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขอนามัยที่ดี

5.8%

↑ สัดส่วนผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นสุขอนามัย สุขภาพ และสุขภาวะที่ดีที่เพิ่มขึ้นจากปี 2564

กระบวนการผลิตที่ปลอดภัยและมีคุณภาพ

8.7%

↓ สัดส่วนการเรียกคืนสินค้าที่ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2564

การส่งเสริมการขายอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ

38%

ของงบประมาณด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ

↑ เพิ่มขึ้นจากปี 2564 ร้อยละ 2.7

เป้าหมายและความคืบหน้า

70% ของสัดส่วนยอดขายจากผลิตภัณฑ์และบริการแบบ B2B และ B2C ที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

2565 **34.7%**

2564 **36.2%**

แผนการดำเนินงานในอนาคต



วิจัยและพัฒนาวัตถุดิบสำหรับการสร้างสรรคอาหารที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ



นำเทคโนโลยี หุ่นยนต์ และอัตโนมัติมาใช้ในการผลิต การจัดเก็บ การขนส่ง และการบริการ พร้อมกับยกระดับระบบตรวจสอบย้อนกลับของวัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ด้วยการใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน เพื่อให้ลูกค้าและผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้ ปลอดภัย และรวดเร็ว



สนับสนุนและส่งเสริมให้ลูกค้าและเกษตรกรในโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ ปฏิบัติตามนโยบายและข้อกำหนดด้านสวัสดิภาพสัตว์

การส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดีของประชาชน

การบูรณาการนวัตกรรมในกระบวนการผลิต

เครือเจริญโภคภัณฑ์ในฐานะผู้นำธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจเวชภัณฑ์ มีความมุ่งมั่นในการพัฒนากระบวนการผลิตมาอย่างต่อเนื่อง โดยมีนวัตกรรมเป็นหัวใจหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีคุณภาพและสามารถส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดีของประชาชน ทุกเพศ และทุกวัย นอกจากนี้ กระบวนการผลิตจะต้องสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างทันทั่วทั้งที่ ซึ่งเครือฯ ได้บูรณาการนวัตกรรมเข้าในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร และการคิดค้นบริการใหม่ๆ รวมถึงผลงานแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อส่งเสริมให้เกิดผลกระทบเชิงบวก ทางด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ต้นน้ำ

จนถึงปลายน้ำ จึงทำให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของเรามีคุณภาพ ความปลอดภัย พร้อมทั้งได้ผ่านการรับรองมาตรฐานทั้งในประเทศและระดับสากล เช่น ISO 9001 GMP HACCP GAP และ BAP เป็นต้น นอกจากนี้เครือฯ ยังได้ดำเนินงานร่วมกับเกษตรกร และคู่ค้าธุรกิจที่มีความสำคัญสูงอย่างใกล้ชิด เพื่อพัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและความปลอดภัยสูง ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการดำเนินงานร่วมกันนี้ ไม่เพียงแต่เพิ่มความมั่นใจอีกระดับให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย แต่ยังเป็นการพัฒนากระบวนการตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

CASE STUDY

“Blockchain”
ตรวจสอบย้อนกลับสินค้า
สร้างความเชื่อมั่น
ส่งมอบอาหารปลอดภัย



ร้อยละ

100

ของผลิตภัณฑ์ที่ใส่
และหมูสับที่เข้าสู่ระบบ
การตรวจสอบย้อนกลับ



บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ AXONS ผู้นำด้านการพัฒนาระบบสารสนเทศเกษตรเทคโนโลยี (Agri-Tech) ยกระดับระบบตรวจสอบย้อนกลับด้วยการใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain Traceability) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ได้รับการยอมรับด้านความถูกต้องของข้อมูลอย่างกว้างขวางในหลายธุรกิจ เช่น การเงิน การจัดซื้อจัดจ้าง และห่วงโซ่อุปทาน เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าและผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้อง โปร่งใส และรวดเร็ว มาใช้ในผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ทุกรายการ ซึ่งเริ่มในผลิตภัณฑ์กลุ่มไก่สดและหมูสดเป็นกลุ่มแรก โดยในปี 2566 บริษัทฯ มีแผนขยายผลสู่กลุ่มผลิตภัณฑ์กุ้งสด และไข่ไก่ โดยจะดำเนินการให้ครอบคลุมทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ในระยะต่อไป



Relationship Capital

จำนวนเกษตรกรชาวเขาที่ร่วมโครงการกว่า

1,125 คนหรือเรือน

Manufacturing Capital

ยอดขายสินค้าเกษตร

10,000 ล้านบาท

CASE STUDY

โครงการ “พัฒนาเกษตรกรชาวเขา เพื่อชีวิตที่ดีกว่า”

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) มีความมุ่งมั่นในการให้ผู้บริโภคได้รับอาหารที่ปลอดภัย มีปริมาณที่สม่ำเสมอ ตรวจสอบย้อนกลับได้ และมาจากแหล่งผลิตที่ยั่งยืน จึงได้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในโครงการ “พัฒนาเกษตรกรชาวเขาเพื่อชีวิตที่ดีกว่า” ซึ่งเป็นการร่วมมือกับมหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และภาคีเครือข่าย ยกระดับมาตรฐานการเพาะปลูกให้กับเกษตรกรชาวเขาให้สามารถผลิตสินค้าที่ปลอดภัย ผ่านการรับรองมาตรฐาน GAP พร้อมกับสามารถตรวจสอบย้อนกลับด้วยระบบ Makro i-trace เพื่อส่งสินค้าที่ปลอดภัยได้มาตรฐานจากคอกสูงเมือง อาทิ กะหล่ำปลี และผักกาดขาวปลี สร้างการมีส่วนร่วมของเกษตรกรองค์กรอิสระ เอกชน และภาครัฐ แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน และรักษาไว้ซึ่งสิ่งแวดล้อมที่ดี

CASE STUDY

“คะน้าฮ่องกง โอเชียน” คะน้าปลอดภัย มาพร้อมความอร่อย และสุขภาพดี

บริษัท เจียไต๋ จำกัด มีความมุ่งมั่นผลักดันให้เกิดการทำเกษตรปลอดภัยตลอดทั้งกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ถึงปลายน้ำ โดยผักคะน้าเป็นผักลำดับต้น ๆ ที่ได้รับความนิยมนำมาประกอบอาหาร ด้วยคุณประโยชน์มากและหาซื้อได้ง่ายในราคาย่อมเยา บริษัทฯ จึงได้ส่งเสริมคะน้าฮ่องกงโอเชียน เพื่อให้เกษตรกรได้ปลูกคะน้าอย่างปลอดภัย มีคุณภาพสูง โดยดูแลคัดสรรตั้งแต่เมล็ดพันธุ์ พร้อมแนะแนวองค์ความรู้การเพาะปลูกให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน GAP ซึ่งปลอดภัยต่อทั้งผู้ปลูก ผู้รับประทาน และสิ่งแวดล้อม



Manufacturing Capital

ยอดขายสินค้าเกษตร

10.73 ล้านบาท

ความรับผิดชอบต่อสวัสดิภาพสัตว์ และสุขภาพของผู้บริโภค

การใส่ใจในการเลี้ยงตามหลักสวัสดิภาพสัตว์

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจโดยให้ความสำคัญต่อสวัสดิภาพสัตว์มาโดยตลอด เพราะเรื่งดังกล่าวมีความสัมพันธ์โดยตรงต่อคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้าน เครือฯ จึงได้นำแนวปฏิบัติสากลของ Farm Animal Welfare Committee (FAWC) ที่คำนึงถึงความเป็นอิสระของสัตว์เลี้ยง 5 ประการ (Five Freedoms of Animals) มาใช้ในการจัดการตลอดระยะเวลาการเลี้ยง ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สนับสนุนให้สัตว์มีสุขภาพดี ไม่เจ็บป่วย ส่งผลให้ไม่มีการใช้สารฮอร์โมนเพื่อเร่งการเจริญเติบโตและไม่จำเป็นต้องใช้ยารักษา นอกจากนี้ ยังได้จัดตั้งคณะกรรมการด้านสวัสดิภาพสัตว์เพื่อ

ขับเคลื่อนนโยบายและแนวทางการดำเนินงานด้านสวัสดิภาพสัตว์อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพตามหลักสากล นอกจากนี้ เครือฯ ยังให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนา เพื่อยกระดับการส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์ตลอดห่วงโซ่อุปทานรวมถึงนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ควบคู่กับการเลี้ยงตามหลักสวัสดิภาพสัตว์สากล ส่งผลให้ในปี 2565 เครือฯ เป็นบริษัทไทยรายเดียวที่ได้รับรองมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) ระดับ Tier 3 ติดต่อกันเป็นปีที่ 2 จากรายงานเกณฑ์มาตรฐานทางธุรกิจตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ (The Business Benchmark on Farm Animal Welfare Report: BBFAW)

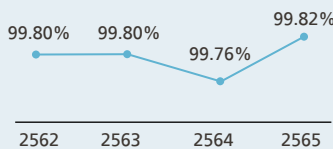
ข้อมูลด้านการส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์

การวัดผลการส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์เพื่อประเมินว่าสัตว์เหล่านี้ได้รับสวัสดิภาพขั้นสูงตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ อันส่งผลโดยตรงต่อสุขภาพกายและใจที่ดีของสัตว์



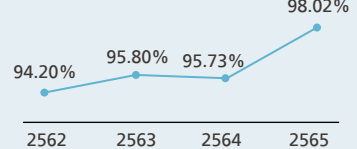
ไก่เนื้อ

อัตราการมีชีวิตระหว่างขนส่ง (%)



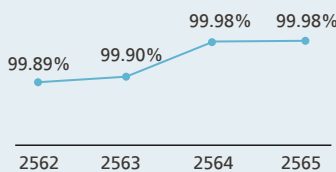
สุกร

อัตราการรอดของแม่สุกร (%)



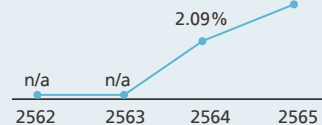
ไก่ไข่

อัตราการมีชีวิตระหว่างขนส่ง (%)



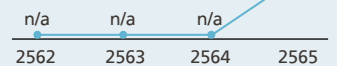
กุ้ง

ร่องรอยบาดแผล (%)



ปลา

อัตราการมีชีวิตระหว่างขนส่ง (%)



CASE STUDY

ยกระดับการส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์

เครือข่ายโรคกักกันที่ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนากระบวนการดำเนินงาน เพื่อการยกระดับการส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ครอบคลุมทั้งไก่เนื้อ ไก่ไข่ สุกร และกึ่งควบคู่กับการเลี้ยงตามหลักสวัสดิภาพสัตว์สากล ด้วยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาใช้ขับเคลื่อนการดำเนินงาน ระบบ “ฟาร์มอัจฉริยะ (Smart Farm)” จึงถูกนำมาผนวกกับกิจการเลี้ยงสัตว์ของเครือข่าย โดยข้อมูลที่ถูกรวบรวมแบบออนไลน์จำนวนมากของบริษัท ทำให้ได้ฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อใช้สำหรับการวิเคราะห์และประมวลผล อีกทั้งยังนำเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) มาช่วยยกระดับและสร้างความเชื่อมั่นให้กับข้อมูลต่าง ๆ ระบบฟาร์มอัจฉริยะจึงไม่เพียงช่วยบริหารจัดการฟาร์มและการจัดการด้านสวัสดิภาพสัตว์เท่านั้น หากยังช่วยเรื่องการติดตามการอบรม และการขายอีกด้วย



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

➔ [สุขภาพและสุขภาวะที่ดี](#)

การใช้ยาปฏิชีวนะอย่างมีความรับผิดชอบ

เครือข่ายโรคกักกันที่ตระหนักเป็นอย่างดีว่าการใช้ยาในสัตว์อย่างไม่ถูกต้องย่อมส่งผลกระทบต่อตัวสัตว์ สุขภาพของผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาจส่งผลให้เกิดปัญหาเชื้อดื้อยา และปัญหายาปฏิชีวนะตกค้างในผลิตภัณฑ์จากสัตว์ เพื่อลดปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้น เครือฯ ได้ดำเนินงานตามหลักปฏิบัติด้านการใช้ยาต้านจุลชีพในสัตว์อย่างเคร่งครัดตลอดห่วงโซ่การผลิตอาหารทั่วโลก ครอบคลุมฟาร์มของกลุ่มบริษัทในเครือฯ และของเกษตรกรในโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ทั้งหมด โดยการใช้ยาปฏิชีวนะจะต้องเป็นไปเพื่อการรักษา (Therapeutic Uses) สำหรับตำรับไวซึ่งหลักสวัสดิภาพสัตว์ ภายใต้การดูแลอย่างใกล้ชิดของสัตวแพทย์ผู้ควบคุมฟาร์มเท่านั้น (Under Veterinary Prescription Only) เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมตามหลักการ “สุขภาพหนึ่งเดียว” (One Health)

การศึกษาระยะยาวเพื่อติดตามยีนดื้อยาปฏิชีวนะโคลิสติน ในเชื้อแบคทีเรีย *E. coli* จากฟาร์มสุกร

เป็นการศึกษาติดตามยีนดื้อยาปฏิชีวนะโคลิสติน (Mobilized Colistin Resistance: mcr-1) ที่พบในเชื้อแบคทีเรีย *Escherichia coli* (*E. coli*) จากบุคลากร สุกร และสิ่งแวดล้อม ในฟาร์มสุกรตัวอย่างของธุรกิจสุกรกิจการประเทศไทยที่มีนโยบายยกเลิกการใช้ยาโคลิสตินตั้งแต่ปี 2560 โดยพบว่า ไม่พบยีนดื้อยาดังกล่าวตกค้างในสุกรและสิ่งแวดล้อมในฟาร์มสุกรตัวอย่าง เป็นการสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคและชุมชนรอบข้างว่าบริษัทให้ความสำคัญกับการผลิตอาหารที่ปลอดภัย (ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ใน [Longitudinal monitoring reveals persistence of colistin-resistant *Escherichia coli* on a pig farm following cessation of colistin use](#), Nwai Oo Khine et al., 2021.)

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

➔ [สุขภาพและสุขภาวะที่ดี](#)

การดูแลสัตว์บก

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความมุ่งมั่นในการสร้างความมั่นคงและความปลอดภัยทางอาหาร เพื่อสุขภาพที่ดีของประชากรโลก จึงให้ความสำคัญสูงสุดในการผลิตอาหารที่มีความปลอดภัย ควบคู่กับการดูแลสวัสดิภาพสัตว์และการรักษาลิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการผลิตและการบริโภคอย่างยั่งยืน โดยการเลี้ยงสัตว์บก เครือฯ ได้ทำการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมอาหารสัตว์และการเลี้ยงสัตว์ที่มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนยกระดับการป้องกันและควบคุมโรคตามมาตรฐานสากลทั้งฟาร์มไก่เนื้อ ไก่ไข่ ฟาร์มสุกร เพื่อให้สัตว์ได้รับการเลี้ยงดูอย่างมีคุณภาพและ

เป็นไปตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้สนับสนุนและส่งเสริมให้คู่ค้าและเกษตรกรในโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ปฏิบัติตามนโยบายและข้อกำหนดด้านสวัสดิภาพสัตว์ของเครือฯ อย่างเคร่งครัด รวมถึงการสร้างความร่วมมือและเครือข่ายพันธมิตร ได้แก่ คู่ค้าธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคประชาสังคมสถาบันด้านการวิจัยและวิชาการ ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องในการสร้างความตระหนักรู้และร่วมยกระดับการเลี้ยงสัตว์ตามหลักสวัสดิภาพสัตว์

CASE STUDY

ยกระดับสวัสดิภาพสัตว์
ด้วย 3C PLATFORM
ผลิตอาหารปลอดภัย
หมุนอุตสาหกรรมไก่เนื้อ
ไทยเติบโตอย่างยั่งยืน

 Manufacturing Capital

ร้อยละ

100

ของฟาร์มไก่เนื้อบริษัทฯ ได้
รับการเลี้ยงตามหลักอิสระ
5 ประการ



บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาเพื่อยกระดับการส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยปัจจุบัน ร้อยละ 100 ของฟาร์มไก่เนื้อบริษัทฯ มีเจ้าหน้าที่สวัสดิภาพสัตว์ปีก (Poultry Welfare Officer: PWO) กำกับดูแล ส่งเสริมการจัดการสวัสดิภาพสัตว์ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้นำหลักการ 3C PLATFORM ได้แก่

1C–Consolidation 2C–Contribution และ 3C–Collaboration มาใช้ เพื่อตอบโจทย์อุตสาหกรรมไก่เนื้อของไทยสู่ความยั่งยืนในอนาคต ผลิตอาหารคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย ตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอดห่วงโซ่การผลิต ด้วยเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

<https://www.wearecp.com/cpf-2022-02-22/>

การดูแลสัตว์น้ำ

นอกเหนือจากการดูแลสัตว์บกแล้ว เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังให้ความสำคัญต่อการดูแลสัตว์น้ำ ซึ่งเครือข่ายส่งเสริมให้มีการค้นคว้าวิจัยพร้อมกับนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดการสูญเสีย และเพิ่มคุณค่าให้แก่ห่วงโซ่อุปทาน นอกจากการดูแลภายในกระบวนการเพาะเลี้ยงแล้ว การบริหารจัดการฟาร์ม ข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงการวางแผนการเพาะพันธุ์และการขนส่งให้ตรงตามความต้องการตลาดก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เครือข่ายให้ความสำคัญ เพื่อให้ลูกค้าและผู้บริโภคได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้นำระบบโปรไบโอติกส์ฟาร์มมิ่งมาใช้ในการเพาะเลี้ยง ที่เน้นไปที่ความสะอาดทุกขั้นตอน ทำให้สัตว์น้ำอยู่สบาย มีสุขภาพแข็งแรง เติบโตตามธรรมชาติ ให้ผลผลิตดี มีคุณภาพ และปลอดภัย นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้มีการเก็บข้อมูลเพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาได้ทุกขั้นตอนการผลิต ทำให้ได้สัตว์น้ำคุณภาพดี เครือฯ ได้ทำการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่เกษตรกรเกี่ยวกับวิธีการและมาตรฐานในการเลี้ยงสัตว์น้ำ ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และยกระดับความปลอดภัยอาหารตลอดห่วงโซ่อุปทาน

CASE STUDY

CARE Aquaculture Model

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ได้พัฒนาการเลี้ยงสัตว์น้ำจัดตามหลักวิชาการที่เรียกว่า “CARE Aquaculture Model” ซึ่งเป็นรูปแบบที่ให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สด สะอาด มีความปลอดภัย สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ และยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังมุ่งเน้นให้ความสำคัญในด้านสวัสดิภาพสัตว์ตั้งแต่การส่งมอบลูกปลา การเลี้ยงปลาให้มีสุขภาพแข็งแรง อยู่สบาย จนถึงการส่งมอบผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภค โดยบริษัทฯ ได้นำองค์ความรู้การเลี้ยงสัตว์น้ำดังกล่าว ส่งต่อไปยังเกษตรกรคู่ค้ารวมถึงสถาบันการศึกษามีการพัฒนาารูปแบบการเลี้ยงอย่างต่อเนื่องให้มีความทันสมัยเหมาะสมกับแต่ละพื้นที่มากขึ้น



Manufacturing Capital

เพิ่มผลผลิตขึ้นเป็น **10** เท่า

เมื่อเทียบกับการเลี้ยงแบบดั้งเดิม

ลดปริมาณการใช้น้ำในฟาร์มลงถึง ร้อยละ **70**



CARE Aquaculture Model

- C - Consumer Need
- A - Achieve Easily and Consistently
- R - Reliable System
- E - Environmental Friendly

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ <https://www.wearecp.com/cpf-02-02020309/>

ความรับผิดชอบต่อความปลอดภัยของผู้บริโภค

การสื่อสารผ่านฉลากผลิตภัณฑ์

การสร้างความรู้ความตระหนักรู้และการยกระดับองค์ความรู้ให้กับผู้บริโภคจะเป็นกุญแจสำคัญในการป้องกันโรคภัยไข้เจ็บ โดยเฉพาะการป้องกันพฤติกรรมเสี่ยงและการสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมมารูดูแลสุขภาพ ด้วยเหตุนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงได้พัฒนาวิธีการสื่อสารและการแสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์อาหาร รวมถึงสินค้าอื่น ๆ ในรูปแบบเชิงรุก เพื่อให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภคที่ถูกต้อง แม่นยำ และทันต่อความต้องการ เช่น การสื่อสารผ่านฉลากผลิตภัณฑ์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และสายตรง เป็นต้น โดยรายละเอียดสำคัญที่เครือฯ

ได้ทำการแสดงหรือสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับทราบ ได้แก่ ส่วนประกอบที่สำคัญ ข้อมูลโภชนาการ สัดส่วนปริมาณการบริโภคที่แนะนำ วิธีการเก็บรักษา วิธีการใช้ ข้อมูลการบริโภคสำหรับเด็ก และสตรีมีครรภ์ รวมถึงวิธีการจัดการบรรจุภัณฑ์เพื่อลดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากการดำเนินงานภายในเครือฯ แล้วเรายังได้ร่วมมือกับคู่ค้าธุรกิจเพื่อให้มีการดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อสร้างความปลอดภัย สุขอนามัย และความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชนอย่างทั่วถึง

34.6%

สัดส่วนของฉลากโภชนาการ
หน้าของบรรจุภัณฑ์ ทั้งที่ภาคบังคับ
ตามกฎหมาย และภาคสมัครใจ
ที่ให้ข้อมูลโภชนาการที่มองเห็นง่าย
และเข้าใจง่าย



CASE STUDY

CP Selection: ไก่ปลอดสาร



เลี้ยงด้วยอาหารสูตรเสริมโปรไบโอติก จุลินทรีย์ตามธรรมชาติที่คัดพิเศษ ทำให้หมู ไก่ไม่ป่วย ไม่ต้องใช้ยาปฏิชีวนะ จึงปลอดสารร้อยละ 100

เลี้ยงในระบบ BIOSECURITY HIGH TECH FARMING

เลี้ยงในฟาร์มระบบปิด Biosecurity Hi Tech Farming ป้องกันการเกิดโรค ร้อยละ 100



ได้รับการรับรองความปลอดภัย และปลอดภัย จาก NSF สถาบันระดับโลกว่าไม่มีการใช้ยาปฏิชีวนะตลอดการเลี้ยงดู จึงไร้สารตกค้างร้อยละ 100

CASE STUDY

การสื่อสารผ่านฉลากผลิตภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการจัดทำฉลากโภชนาการแบบจีดีเอ (Guideline Daily Amounts: GDA) เพื่อแสดงค่าพลังงาน ไขมัน น้ำตาล และโซเดียม ทั้งภาคบังคับ ตามกฎหมายร้อยละ 100 และภาคสมัครใจ โดยดำเนินการครอบคลุมกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่มพร้อมทานบางกลุ่ม และมีแผนในการขยายให้ครอบคลุมสินค้าอื่น ๆ เพื่อแสดงข้อมูลโภชนาการของพลังงาน น้ำตาล ไขมัน และโซเดียม ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง



การยกระดับสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน

การส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน

นอกจากความมุ่งมั่นและการดำเนินงานเพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ดีและปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภคแล้ว เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้จัดให้มีโครงการส่งเสริมสุขภาพและด้านกีฬาของประชาชนที่หลากหลาย เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงการมีสุขภาพที่ดีได้อย่างเต็มที่และเท่าเทียมกันผ่านโครงการและกิจกรรม เช่น การจัดกิจกรรมตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านมด้วยเครื่องแมมโมแกรม และตรวจคัดกรองเบาหวานเบื้องต้นให้ประชาชน การจัดงานสนับสนุนการออกกำลังกายด้วยการวิ่ง การสนับสนุนกีฬาฟุตบอลเยาวชน การส่งเสริมให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสิทธิหลักประกันสุขภาพ ผ่านแอปพลิเคชันหมอดี และร้านยาเอ็กซ์ต้า การจัดกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ความรู้การตระหนักรู้ในโรคต่าง ๆ เช่น โรคซึมเศร้า โรคมะเร็งเต้านม เป็นต้น

นอกจากนี้ เครือฯ ได้ผนึกกำลังกับภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มโอกาสให้ประชาชนสามารถเข้าถึงการมีสุขภาพที่ดีได้อย่างเต็มที่ผ่าน โครงการ “เครือเจริญโภคภัณฑ์ มุ่งสู่ 100 ปี ทำความดีด้วยการบริจาคโลหิต” โดยสำนักบริหารโครงการพิเศษภายใต้การดูแลของนายวัลลภ เจียรนวนนท์ รองประธานอาวุโสเครือเจริญโภคภัณฑ์ ร่วมกับศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทยส่งเสริมให้บุคลากรของทุกกลุ่มธุรกิจ ในเครือฯ ร่วมทำความดีด้วยการบริจาคโลหิต ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2534 - 2565 ได้โลหิตจำนวน 559,713 ยูนิต หรือปริมาณทั้งสิ้น 208,256,400 ซี.ซี. โดยในปี 2565 มีหน่วยงานที่จัดกิจกรรมจำนวน 244 แห่ง ได้โลหิต 24,626 ยูนิต หรือปริมาณ 9,850,400 ซี.ซี.

CASE STUDY

การสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติไทยในการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ร่วมด้วย บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ทูร คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้รับความไว้วางใจจากคณะกรรมการโอลิมปิกแห่งประเทศไทย คณะกรรมการพาราลิมปิกแห่งประเทศไทย การกีฬาแห่งประเทศไทย ให้เป็นผู้สนับสนุนด้านอาหารให้ทัพนักกีฬา ตลอดช่วงเก็บตัวที่ประเทศไทย พร้อมซิมโรมมิ่งจากทรูมูฟ เอช และ ทรูเฮลท์ นำนวัตกรรมเพื่อสุขภาพในยุค 4.0 อย่าง แอปพลิเคชัน MorDee (หมอดี) ให้บริการปรึกษาแพทย์แบบออนไลน์ได้ทุกที่ ทุกเวลา และมอบหน้ากอกอนามัยซีพี ยาสมุนไพรฟ้าทะลายโจร สำหรับใช้ป้องกันตนเองจากไวรัส COVID-19 ตลอดระยะเวลาการแข่งขันซีเกมส์ ครั้งที่ 31 ณ กรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม และการแข่งขันกีฬาคนพิการ อาเซียนพาราเกมส์ ครั้งที่ 11 ณ เมืองโซโล ประเทศอินโดนีเซีย



 Relationship Capital

จำนวนนักกีฬาและเจ้าหน้าที่ทีมชาติไทย

1,700 คน ที่ได้รับการสนับสนุน
ด้านอาหารในช่วงการแข่งขันปี 2565

การร่วมมือกับพันธมิตร เพื่อยกระดับความเป็นอยู่ที่ดี ของประชาชน

เพื่อเป็นการยกระดับความเป็นอยู่ที่ดีในระยะยาวให้แก่ประชาชนที่อาศัยอยู่ในประเทศที่เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการดำเนินธุรกิจ เครือฯ ได้ผนึกกำลังกับพันธมิตรจากหลากหลายอุตสาหกรรม เพื่อนำองค์ความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ มาพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสุขภาพ อาทิ ความร่วมมือการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อสุขภาพระหว่าง บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และ บริษัท โทร ดิจิทัล กรุ๊ป ความร่วมมือกับ P&G Health สนับสนุนให้คนไทยมีสุขภาพดี เชิดชูความเสี่ยงโรคปลายประสาทอักเสบเบื้องต้นด้วยตนเอง

นอกจากนี้ ยังได้ร่วมมือกับ รพ.รามาริบัติ เปิด “ศูนย์สุขภาพรามาริบัติ” เพื่อบริการดิจิทัลด้านสุขภาพ การเข้าร่วมกับทางโรงพยาบาลศิริราช เพื่อพัฒนารถดูแลผู้ป่วยฉุกเฉินอัจฉริยะผ่านการส่งข้อมูลบนเครือข่าย 5G

true
HEALTH

ptt

สมิติเวช
SAMITIVEX



HUAWEI

P&G Health

Boots

4IP

Allianz
AYUDHYA

CASE STUDY

โครงการ “ระบบการแพทย์ฉุกเฉิน SAVER (Smart Approach for Vital Emergency Responses)”

บริษัท โทร ดิจิทัล กรุ๊ป จำกัด ร่วมกับโรงพยาบาลศิริราช ในการพัฒนาโครงการ “ศิริราชต้นแบบโรงพยาบาลอัจฉริยะระดับโลกด้วยเทคโนโลยีเครือข่าย 5G” ซึ่ง โทร ดิจิทัล กรุ๊ป ได้นำเทคโนโลยี IoT และ ระบบปัญญาประดิษฐ์มาพัฒนาและเชื่อมโยงการทำงานผ่านเครือข่ายอัจฉริยะโทร 5G เพื่อให้เจ้าหน้าที่ในรถฉุกเฉินของศูนย์บริการการแพทย์ฉุกเฉินศิริราช (SiEMS) สามารถช่วยเหลือผู้ป่วยได้อย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ โดยเปลี่ยนรถพยาบาลธรรมดาให้เป็น 5G Smart Ambulance โดยภายในรถประกอบด้วย อุปกรณ์วัดสัญญาณชีพ กล้องความละเอียดสูงที่สามารถส่งข้อมูลและภาพที่ชัดเจนและแม่นยำแบบเรียลไทม์ แสดงผลผ่านแพลตฟอร์มเพื่อให้แพทย์ใช้ประกอบการรักษาได้ทันที ระบบการแพทย์ทางไกล (Telemedicine) ระบบจัดเก็บข้อมูลผู้ป่วยฉุกเฉินเพื่อการรักษาพยาบาลที่ต่อเนื่อง นับเป็นต้นแบบของการใช้ 5G และเทคโนโลยีดิจิทัลล้ำสมัยต่าง ๆ ในด้านการแพทย์ฉุกเฉินและสาธารณสุข ที่นอกจากจะช่วยเพิ่มความปลอดภัยและลดการเสียชีวิตแล้ว ยังช่วยยกระดับการดูแลผู้ป่วยให้สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

Human Capital

ให้ความช่วยเหลือผู้ป่วยฉุกเฉินแล้วกว่า

970 คน ตั้งแต่เริ่มโครงการ

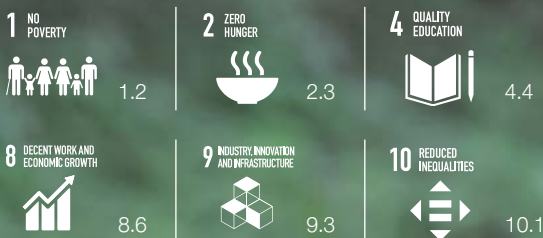


คุณค่าและการสร้างประโยชน์ ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม

Social Impact & Economic Contribution

การพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืนเป็นหนึ่งในพันธกิจหลักที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ มีการดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นไปตามหลักปรัชญา 3 ประโยชน์ และสอดคล้องตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ เครือฯ มีกลยุทธ์ในการขับเคลื่อน เพื่อสร้าง “พลังนี้ ที่ดีกว่า” ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนและส่งเสริมกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนห่วงโซ่อุปทาน การบรรเทาและแก้ไขความท้าทายทางสังคมที่อาจแตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาค และการประเมินผลกระทบจากการดำเนินงานด้วยความโปร่งใสนับว่าเป็นความท้าทายที่สำคัญที่จะสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบเชิงลบที่เครือฯ อาจมีส่วนร่วมสร้างต่อสังคม อาทิ การดำเนินธุรกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้ค้ารายอื่น เกิดการแข่งขันที่ไม่เท่าเทียมทำให้เกิดผลกระทบต่อคู่ค้ารายย่อย ซึ่งเราได้ใช้ความระมัดระวังอย่างดีที่สุดเพื่อบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ โดยมีการจัดทำนโยบาย แนวปฏิบัติ และมาตรฐานการปฏิบัติงานต่าง ๆ เพื่อช่วยลดผลกระทบของความเสียหายตลอดจนมาตรการเยียวยาสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสีย แต่ในขณะเดียวกันเครือฯ สามารถมองเห็นโอกาสในการสร้างคุณค่าและพัฒนาการดำเนินงานต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนและสังคมมากที่สุดเช่นเดียวกัน เพื่อเพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจที่ตอบแทนสังคมและชุมชน

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[Sustainable Development Goals Report 2022](#)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2565

เกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริม

1,061,524 คน

ผู้ประกอบการรายย่อย
ที่ได้รับการสนับสนุน

892,715 ราย

กลุ่มเปราะบางที่ได้รับการสนับสนุน

192,525 คน

กลุ่มอื่น ๆ ที่ได้รับการสนับสนุน

168,244 คน

เป้าหมายและความคืบหน้า

5 ล้านคนได้รับการส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้สำหรับผู้ที่มีความต้องการ เช่น เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) และกลุ่มเปราะบางตลอดห่วงโซ่คุณค่า



แผนการดำเนินงานในอนาคต



สนับสนุนการจ้างงานและเพิ่มการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น



สร้างผลกระทบต่อเชิงบวกต่อสังคมและชุมชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า



ส่งเสริมเทคโนโลยีด้านดิจิทัลแพลตฟอร์มให้กับชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อย

กลยุทธ์การสร้างคุณค่าสู่สังคม

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้พัฒนากลยุทธ์การดำเนินงานเพื่อเพิ่มคุณค่าทางสังคม มุ่งเน้นไปที่การดำเนินงานเชิงรุกและการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างองค์กรและชุมชนสังคมในทุกพื้นที่ที่เครือฯ เข้าไปดำเนินธุรกิจโดยมุ่งเน้นใน 3 กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ การส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้แก่เกษตรกร การเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้าแก่ผู้ประกอบการรายย่อย และการสนับสนุนการมีคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่กลุ่มเปราะบาง



ส่งเสริมและพัฒนาชีวิตเกษตรกรและชาวประมง

การส่งเสริมเกษตรกร

ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมของเครือเจริญโภคภัณฑ์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยการเกษตรเป็นธุรกิจต้นน้ำที่เครือฯ ได้ส่งมอบองค์ความรู้สามารถพัฒนาทักษะ และสร้างบุคลากรในภาคการเกษตรอย่างต่อเนื่องอันเป็นประโยชน์แก่ชุมชนและสังคมในวงกว้าง การส่งเสริมและสนับสนุนเกษตรกรทุกภาคส่วนเป็นความมุ่งมั่นที่เครือฯ ได้ดำเนินการและขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบเพื่อมุ่งหวังให้เกิดการสร้างศักยภาพในการแข่งขันภาคการเกษตรของประเทศ อีกทั้งยังเป็นการสนับสนุนต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDG 2 และ SDG 4

เครือฯ ส่งเสริมเกษตรกรตลอดห่วงโซ่คุณค่าโดยมุ่งเน้นการสร้างผลกระทบเชิงบวก แต่ในขณะเดียวกันผลกระทบเชิงลบก็ยังคงเป็นปัญหาที่ท้าทาย การประเมินความเสี่ยงจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญตลอดจนการส่งเสริมด้านเทคโนโลยีให้กับเกษตรกรเพื่อพัฒนาผลผลิตให้มีคุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาด และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย นอกจากนี้เครือฯ ได้ส่งเสริมการทำเกษตรแบบยั่งยืนเพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมตลอดจนการสร้างจิตสำนึกที่ดีให้แก่เกษตรกรในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

CASE STUDY

โครงการพัฒนาพื้นที่เลี้ยงสุกรและการเกษตร แก้ปัญหาความยากจน เขตกว่างซี

เกษตรกรในหมู่บ้าน Siyu เมืองหนานหนิงประสบปัญหาสภาพดินที่ใช้เพาะปลูกมีคุณภาพต่ำ ซึ่งส่งผลต่อจำนวนของผลผลิตและรายได้ เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงเข้าไปช่วยแก้ปัญหาดังกล่าวโดยเน้นไปที่การสร้างร่วมมือระหว่างบริษัท สหกรณ์ และเกษตรกร ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการปลูกและเพาะพันธุ์สุกรแบบครบวงจร ในปัจจุบัน มีการเลี้ยงสุกรกว่า 8,000 ตัว และมีการปลูกพืชเศรษฐกิจ เช่น แก้วมังกร เป็นต้น โครงการนี้ช่วยสร้างงานสร้างอาชีพและมีเงินปันผลให้แก่เกษตรกรอย่างมั่นคง



Relationship Capital

สร้างรายได้เพิ่มให้แก่ชุมชนกว่า

800,000 บาท/ปี

การพัฒนาชีวิตชาวประมง



เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักถึงปัญหาในการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งแรงงานในภาคประมงที่อยู่ในอุตสาหกรรมต้นน้ำของเครือฯ ที่ผ่านมาเครือฯ ได้ร่วมมือกับศูนย์สวัสดิภาพและธรรมาภิบาลแรงงานประมงสงขลา (Fishermen Life Enhancement Center) หรือ ศูนย์ FLEC โดยเครือฯ

มีนโยบายสนับสนุนศูนย์ FLEC เพื่อแก้ปัญหาแรงงานตามหลักสิทธิมนุษยชน และป้องกันการค้ามนุษย์ทั้งในประเทศไทยและระดับภูมิภาค นอกจากนี้ ยังได้ร่วมกับองค์กรพันธมิตรโดยได้กำหนดแผนการดำเนินงานและเป้าหมายเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของแรงงานประมงและครอบครัว ให้ความรู้ด้านสิทธิมนุษยชน และพัฒนาคุณภาพชีวิตแรงงานประมงต่างดาว และครอบครัว เพื่อป้องกันปัญหาการค้ามนุษย์ และการละเมิดสิทธิของแรงงานจากการจ้างงานในอุตสาหกรรมประมง ลดการเอาเปรียบแรงงาน แรงงานมีศูนย์รวมในการขอคำปรึกษาในการทำงาน สุขภาพ การใช้ชีวิตประจำวัน ช่วยให้แรงงานและครอบครัวได้รับสิทธิขั้นพื้นฐาน ทั้งการดูแลสุขภาพและเข้าถึงการรักษาที่ได้มาตรฐาน ขณะที่บุตรหลานของแรงงานยังได้มีโอกาสทางการศึกษาเพิ่มขึ้น ได้รับความรู้และฝึกทักษะที่เหมาะสมของเด็ก ป้องกันการใช้แรงงานเด็กควบคู่กัน ขณะเดียวกันแรงงานประมงและครอบครัวมีสุขภาพที่ดีขึ้น ได้เข้าถึงการรักษาโรคพื้นฐานและมีความปลอดภัยในการทำงานมากขึ้น

CASE STUDY

กิจกรรมเสริมสร้างความปลอดภัยในการทำงานบนเรือประมง



Relationship Capital

ให้ความรู้แก่แรงงาน
ที่ทำงานบนเรือประมง

61 ลำ



Human Capital

ครอบคลุมแรงงานประมง
ต่างชาติ

1,200 คน

เครือข่ายภาคีภาคีร่วมกับองค์กรพันธมิตรได้จัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ลูกเรือประมงเกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงานบนเรือ การรักษาอาการเจ็บป่วยเบื้องต้นและปฐมพยาบาล การช่วยชีวิตขั้นพื้นฐาน พร้อมกับแจกชุดกล่องยาและเวชภัณฑ์ที่จำเป็นสำหรับการปฐมพยาบาลเบื้องต้นแก่ลูกเรือประมงไว้ประจำเรือไว้ใช้ระหว่างปฏิบัติงานกลางทะเล และแนะนำวิธีการใช้ยาที่ถูกต้อง



Intellectual Capital

จำนวนเยาวชนที่เข้าร่วม

200 คนวัยเรียน

CASE STUDY

กิจกรรมพัฒนากิจกรรมชีวิตลูกหลาน
แรงงานประมงข้ามชาติปีที่ 4 สู่อุบัติความมั่นคง
ด้านอาหารและการพึ่งพาตนเอง

เครือข่ายภาคีภาคีร่วมกับศูนย์สวัสดิภาพและ
ธรรมาภิบาลแรงงานประมงสงขลา (Fishermen's Life
Enhancement Center หรือ ศูนย์ FLEC) จัดกิจกรรม
เสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ของแรงงานประมงข้ามชาติ
รวมถึงครอบครัวใน จ.สงขลา โดยเปิดประสบการณ์
เรียนรู้นอกห้องเรียน อบรมวิชาชีพการประกอบอาหาร
และขนมไทย สนับสนุนให้เด็ก ๆ ได้เรียนรู้การเตรียม
และปรุงอาหารอย่างปลอดภัย ทั้งนี้เพื่อยกระดับความ
เป็นอยู่และการพึ่งพาตนเอง ร่วมป้องกันการค้ำมนุษย์

ส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย

การส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย

ในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ผ่านมา ได้สร้างผลกระทบต่อเชิงลบให้แก่ผู้ประกอบการที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทัน ดังนั้นเครือข่ายธุรกิจท้องถิ่นจึงมีความตั้งใจที่จะช่วยสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการ เสริมความแข็งแกร่งให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยเครือข่าย มีกระบวนการดำเนินงานที่สำคัญและมีความท้าทาย มีกระบวนการประเมินความเสี่ยงจึงทำให้เห็นโอกาสในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย เช่น การสร้างแพลตฟอร์มทางธุรกิจเพื่อขยายความร่วมมือกับผู้ประกอบการ และช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยเข้าถึงตลาดต่างประเทศ เป็นต้น ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยให้ผู้ประกอบการได้กลับมามีรายได้ที่มั่นคง แต่ยังสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนเป้าหมาย SDG 9



CASE STUDY

สร้างระบบนิเวศในการพัฒนา SME ไทยให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน



บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ช่วยสร้างระบบนิเวศในการพัฒนา SME ไทยให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน ผ่านกลยุทธ์หลักที่สำคัญคือ กลยุทธ์ 3 ให้ ได้แก่

1. ให้ช่องทางขาย
2. ให้ความรู้ จัดอบรมสัมมนาแก่ผู้ประกอบการ SME อย่างต่อเนื่อง
3. ให้การเชื่อมโยงเครือข่าย ผ่านการร่วมมือกับพันธมิตรภาครัฐและเอกชน

ปัจจุบันมีสินค้า SME วางจำหน่ายที่ร้านมากกว่า 6,000 สาขาทั่วประเทศ



จำนวนสินค้าของ SMEs
ที่ตีวางขายบนออนไลน์
และออฟไลน์

8,000 รายการ

CASE STUDY

โครงการแพลตฟอร์ม
แห่งโอกาส

ซีพี ซีดตั้ง โซเซียลิมแพค ภายใต้กลุ่มธุรกิจในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ดำเนินการด้วยวิสัยทัศน์ในการสนับสนุนและขับเคลื่อนผู้ประกอบการและเกษตรกรไทยผ่าน “แพลตฟอร์มแห่งโอกาส” ที่มุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมทางด้านเศรษฐกิจ (Economics) การสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม (Social Impact) และการร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตร (Partnerships) เปิดประตูสู่โอกาสให้กับผู้ประกอบการไทยได้ค้นพบศักยภาพสูงสุด เปิดตลาดสินค้าไทยให้ก้าวสู่การเป็นที่ยอมรับทั้งในระดับประเทศและสากลที่ก่อให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียน เกื้อกูลกันในชุมชนและสังคมต่อยอดและพัฒนาผู้ประกอบการไทยอย่างยั่งยืนและมั่นคง ในครึ่งปีของการดำเนินการในปีแรกนั้น ทาง ซีพี ซีดตั้ง โซเซียลิมแพค ได้มีการจัดกิจกรรมดังนี้

การจัดกิจกรรม Business Matching เพื่อนำผู้ประกอบการได้รับโอกาสในการนำเสนอสินค้าโดยตรงกับฝ่ายจัดซื้อทั้งในไทยและต่างประเทศ การจัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านต่าง ๆ อาทิ การนำสินค้าไปประเทศจีน โดยความร่วมมือกับพันธมิตรอย่าง EXIM Bank แนวโน้มทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรแปรรูปกับหอการค้าไทย และกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการทำธุรกิจที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ ซีพี ซีดตั้ง โซเซียลิมแพค มุ่งหน้าในการให้การสนับสนุนผู้ประกอบการและเกษตรกรไทยในทุกกลุ่มเพื่อจะเป็นแรงขับเคลื่อนให้กับประเทศและสร้างระบบนิเวศในการให้ความสนับสนุนอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดผลกระทบเชิงบวกทางสังคมอย่างชัดเจนและมีความต่อเนื่องอย่างยั่งยืน



จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วม
ทำกิจกรรมกว่า

3,800 ราย

ส่งเสริมกลุ่มเปราะบาง



การส่งเสริมกลุ่มเปราะบาง

การสร้างความเท่าเทียมภายในสังคมเป็นหนึ่งในเป้าหมายหลักของ เครือเจริญโภคภัณฑ์ อีกทั้งยังเป็นประเด็นที่สหประชาชาติให้ความสำคัญ ดังเช่นกำหนดไว้ในเป้าหมาย SDG 1 และ SDG 10 โดยเครือฯ ได้ดำเนิน โครงการต่าง ๆ เพื่อช่วยเหลือและส่งเสริมกลุ่มเปราะบาง ซึ่งมีทั้งผู้พิการ ผู้สูงอายุ และผู้ที่ขาดโอกาสทางสังคม โดยการส่งเสริมอาชีพ สนับสนุน องค์ความรู้ รวมถึงแหล่งเงินทุนเพื่อการประกอบอาชีพ ให้สามารถ ประกอบธุรกิจของตนเอง สร้างอาชีพที่มั่นคงและรายได้ที่ยั่งยืน ซึ่งจะช่วย ยกระดับคุณภาพชีวิตของกลุ่มเปราะบางเหล่านี้ ตลอดจนจนทำให้เกิด ความเท่าเทียมกันในสังคม

CASE STUDY

โครงการธนาคารชุมชนอภิสติก

บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้สนับสนุนการจัดตั้งธนาคารชุมชนอภิสติก เพื่อสร้างกลไกการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนแก่บุคคลออทิสติก ด้วยการส่งเสริมการรวม กลุ่มในรูปแบบการออมเงิน โดยทำประชาคมมติเห็นชอบร่วมกันให้จัดตั้งเป็นธนาคาร รวมถึงกฎระเบียบ สวัสดิการต่าง ๆ การแต่งตั้งประธานและกรรมการบริหารและ ดูแลผลประโยชน์ของสมาชิก การเปิดให้สมาชิกออมเงินในรูปแบบหุ้น กำหนดการฝาก ชั้นต่ำและฝากติดต่อกันทุกเดือน ให้สมาชิกกู้เงินในอัตราดอกเบี้ยต่ำซึ่งจะเป็นแหล่งเงิน ทุนในการประกอบอาชีพ เสริมความเข้มแข็งและการพึ่งพาตนเองภายในกลุ่มสมาชิก อย่างยั่งยืน โดยชมรมผู้ปกครองออทิสติกสามารถนำกลไกธนาคารชุมชน ไปเชื่อมต่อการ พัฒนาคุณภาพชีวิต สวัสดิการและการเงิน ของครอบครัวบุคคลออทิสติก ซึ่งเป็นพื้นฐาน สำคัญของการจัดตั้งเป็นบริษัทวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ในอนาคตต่อไป ปัจจุบันธนาคารชุมชนอภิสติกได้ดำเนินการมาแล้ว 6 แห่ง ได้แก่ ธนาคารชุมชน ออทิสติกกรุงเทพฯ พิษณุโลก ชลบุรี สกลนคร ตรัง และนครศรีธรรมราช มีเงินฝากรวม กันกว่า 4 ล้านบาท



 Relationship Capital

จำนวนครัวเรือนที่เข้าร่วม
โครงการกว่า

500 ครัวเรือน

มูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์ พัฒนาชีวิตชนบท

การดำเนินโครงการตลอดระยะเวลา 35 ปี ภายใต้ศาสตร์พระราชามูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์ พัฒนาชีวิตชนบทมีพันธกิจหลักเพื่อขับเคลื่อนพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้ด้อยโอกาส โดยมีเป้าหมาย “มุ่งสร้าง 4 ดี พัฒนา 4 ด้าน” ได้แก่ ด้านพัฒนาเด็กและเยาวชน ด้านพัฒนาชุมชนและเกษตรกร ด้านพัฒนาคุณภาพชีวิต และด้านปกป้องและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันมีโครงการที่ดำเนินการภายใต้พันธกิจ จำนวน 12 โครงการ ดังนี้

1. โครงการโภชนาการเพื่ออาหารกลางวันนักเรียน
2. โครงการสนับสนุนทุนการศึกษาในพระราชานุเคราะห์ฯ
3. โครงการศูนย์ฝึกอาชีพเยาวชนเกษตร
4. โครงการครอบครัวอุปการะในชุมชนวัฒนธรรม
5. โครงการช่วยเหลือคนด้อยเนื้อมาจากพระราชดำริ จ.กาญจนบุรี
6. โครงการซั้งห้วยมันตามพระราชดำริ จ.เพชรบุรี
7. โครงการตามพระราชประสงค์หมู่บ้านสหกรณ์
8. โครงการพัฒนาอาชีพตำบลปากกรอ
9. โครงการเกษตรผสมผสานตามแนวพระราชดำริ จ.บุรีรัมย์
10. โครงการกตัญญูและศูนย์พัฒนาสุขภาพผู้สูงอายุ
11. โครงการพัฒนาอาชีพด้านการบริหาร
12. โครงการปลูกป่าอมก๋อย



ผลการดำเนินงานในปี 2565



19.5 ล้านฟอง

ไข่ไก่จากโครงการ 905 โรงเรียน



1,616 คน

เกษตรกรที่ได้รับการสนับสนุน



182,000 คน

เด็กและเยาวชนได้รับโอกาสด้านความมั่นคงทางอาหาร การศึกษาและการเลี้ยงดู



2,015 ชุมชน

ชุมชนที่ได้รับการสนับสนุน



3,845 คน

ผู้สูงอายุและกลุ่มเปราะบางที่ได้รับการสนับสนุน



72,500 กล้า

กล้าไม้เตรียมปลูก 3 ชุมชน



โครงการทั่วโลก



โครงการ Social Enterprise
กาแฟบ้านเลสุ



โครงการผลิตสุกรและปลูกพืช
วัตถุดิบครบวงจรเซี่ยงหยาง



โครงการแจกไข่ไก่
ช่วยเหลือคนยากจน



โครงการมอบอาหารบรรเทา
ความเดือดร้อน รัฐฮิลลีนอยส์



โครงการบ้านปันสุข



โครงการศูนย์เรียนรู้
เศรษฐกิจพอเพียง



โครงการสนับสนุนทหารผ่านศึก
ปลูกพืชสด สร้างรายได้
และอาชีพที่ยั่งยืน



โครงการช่วยเหลือผู้พิการ
เมืองหลานโจว เขตกานซู



โครงการมอบอาหารแก่ผู้ยากไร้



โครงการส่องแสงสว่างชายแดน



โครงการมอบทุนการศึกษา
ให้แก่เด็กและเยาวชน



โครงการช่วยเหลือด้านสินค้าเชื้อ
แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อแบบ
คอนแทรคฟาร์ม



โครงการเลี้ยงไก่เพื่ออาหารกลางวัน
โรงเรียนเด็กกำพร้า



โครงการช่วยเหลือผู้ประสบภัย
จากพายุไต้ฝุ่น Odette



True Money สนับสนุนร้านค้า
ในท้องถิ่นเพื่อให้บริการทางการเงิน

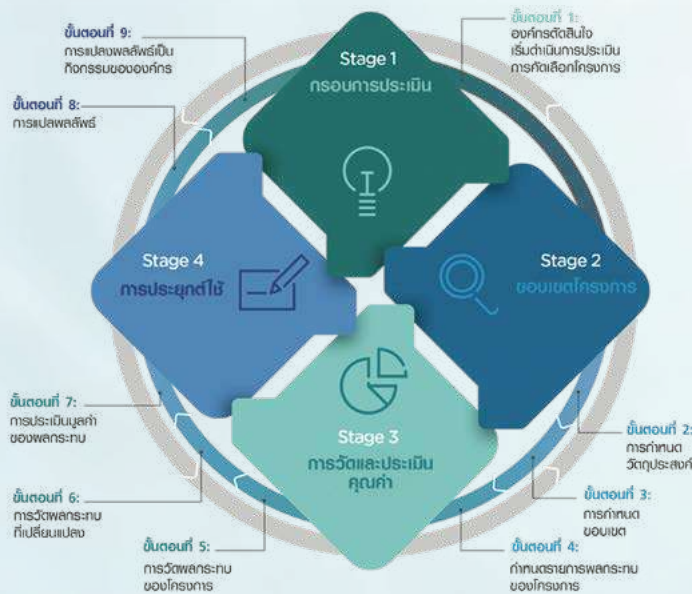


เซเว่น อีเลฟเว่น
สร้างงานสร้างรายได้ให้คนในพื้นที่

การประเมินผลลัพธ์จากการดำเนินโครงการ น้ำดื่มชุมชนบ้านธรรมชาติล่าง

โรงพยาบาลลูกทุ่งภาคตะวันออกเฉียงใต้ ของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) เป็นพื้นที่ที่มีข้อจำกัดในเรื่องปริมาณน้ำดื่มสำหรับบริโภค บริษัทฯ ต้องซื้อน้ำดื่มจากผู้จำหน่ายในพื้นที่ และพบปัญหาในเรื่องปริมาณที่ไม่เพียงพอและระยะทางในการจัดส่งที่ค่อนข้างไกลจากพื้นที่ของบริษัทฯ เพื่อเป็นการแก้ปัญหาดังกล่าว บริษัทฯ จึงได้ทำการสำรวจพื้นที่ชุมชนในพื้นที่บ้านธรรมชาติล่าง ซึ่งพบว่ามีความยากลำบากในการผลิตน้ำดื่ม และหมู่บ้านก็มีเครื่องผลิตน้ำดื่มแบบรีเวอร์สออสโมซิส (Reverse Osmosis) หรือ RO แต่คนในชุมชนยังขาดทักษะการบริหารจัดการ ทำให้โครงการไม่สามารถดำเนินการต่อได้อย่างเป็นรูปธรรม บริษัทฯ จึงเข้าไปช่วยแก้ปัญหาและส่งเสริม โดยการทำประชาคมร่วมกันกับชุมชนในการทำโรงผลิตน้ำดื่มขึ้นมาใหม่ให้มีมาตรฐาน และปลอดภัย สามารถผลิตน้ำดื่มเพื่อการจำหน่ายได้เป็นอาชีพเสริมก่อให้เกิดรายได้เลี้ยงครอบครัวและเกิดเงินหมุนเวียนในชุมชน

แนวทางการประเมิน



การประเมินคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โครงการน้ำดื่มชุมชนบ้านธรรมชาติล่างได้นำวิธีการประเมินมูลค่าของผลกระทบ (Impact Valuation) ตามแนวทางของ Social & Human Capital Protocol ของ WBCSD มาประยุกต์ใช้เพื่อประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งวิธีการประเมินประกอบด้วย 4 ระยะ คือ

1. Frame ทำความเข้าใจเกี่ยวกับทุนทางธรรมชาติ ทุนทางสังคม และความเกี่ยวข้องกับธุรกิจ
2. Scope การระบุวัตถุประสงค์ ขอบเขตของการประเมินและกำหนดประเด็นของผลกระทบ
3. Measure and Value การวัดผลกระทบและการประเมินมูลค่าของผลกระทบ
4. Apply การแปรผลลัพธ์และแปลงเป็นกิจกรรมขององค์กร

ผลประโยชน์ที่ได้รับ

คุณค่าทางเศรษฐกิจ

โครงการน้ำดื่มชุมชนบ้านธรรมชาติล่างมีส่วนร่วมทั้งทางตรงและทางอ้อมในการพัฒนาเศรษฐกิจของท้องถิ่นจากการจ้างงานสร้างรายได้เข้ากองทุนหมู่บ้าน และลดค่าใช้จ่ายของคนในชุมชนจากการซื้อน้ำดื่ม ซึ่งเกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของสังคมคิดเป็นมูลค่า

461,394 บาท

คุณค่าทางสังคม

ผลประโยชน์ทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการมาจากการประเมินผลกระทบที่เกิดจากคนในชุมชนสามารถเข้าถึงแหล่งน้ำที่สะอาดและปลอดภัย และผลกระทบจากการลดค่าใช้จ่ายรักษาพยาบาลจากอาการปวดหลังที่มาจากการยกเพือขนย้ายน้ำดื่ม ซึ่งคิดเป็นมูลค่าของผลประโยชน์

19,688 บาท

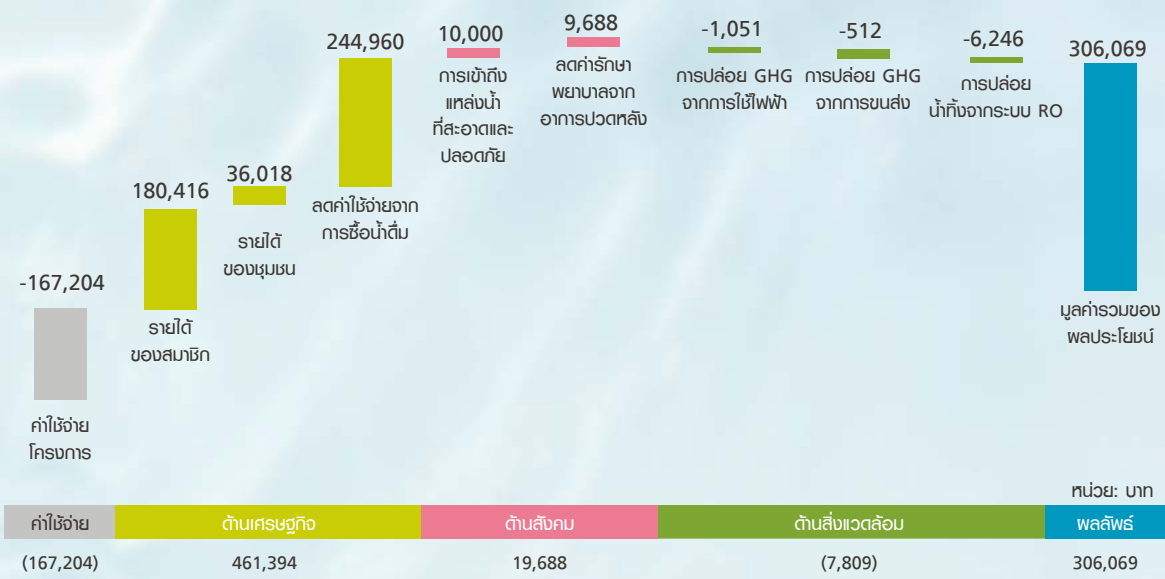
คุณค่าทางสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบเชิงลบจากการดำเนินโครงการมาจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมการใช้ไฟฟ้า การใช้พลังงานเชื้อเพลิงจากการขนส่ง และการปล่อยน้ำทิ้งจากกระบวนการผลิตน้ำดื่มทำให้เกิดผลกระทบซึ่งคิดเป็นมูลค่า

7,809 บาท

จากผลการประเมินคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของโครงการเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการทั้งหมด 167,204 บาท ได้ทำให้เกิดผลประโยชน์เชิงบวกทั้งทางตรงและทางอ้อมคิดเป็นมูลค่ารวม

306,069 บาท



กราฟแสดงผลการประเมินคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของโครงการน้ำดื่มชุมชนบ้านธรรมชาติล่าง

ความมั่นคงทางอาหาร และการเข้าถึงโภชนาการ

Food Security & Access to Nutrition

วิกฤตความไม่มั่นคงทางอาหารยังมีผลกระทบอย่างรุนแรงและขยายวงกว้างอย่างต่อเนื่องทั่วโลก โดยสาเหตุหลักเกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศที่เสื่อมโทรมลง ภัยธรรมชาติ ความขัดแย้งในระดับท้องถิ่นจนถึงระดับโลก รวมถึงสถานการณ์โรคระบาดซึ่งส่งผลกระทบต่อความขัดแย้ง การแย่งชิงแหล่งอาหารและทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งส่งผลทำให้เกิดการขาดเสถียรภาพทางสังคมในวงกว้าง ซึ่งหากไม่มีการประสานงานความร่วมมือระหว่างองค์กรระดับสากล สถานการณ์ความไม่มั่นคงทางอาหารสามารถทวีความรุนแรงและขยายวงกว้างมากขึ้น นี่จึงเป็นหนึ่งในความท้าทายและความเสี่ยงสำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งได้ให้ความสำคัญทั้งด้านเทคโนโลยี นวัตกรรมต่าง ๆ ในการสร้างอาหารคน อาหารสมอง และการสร้างโอกาสส่งเสริมทุกคนได้เข้าถึงคุณค่าได้อย่างเท่าเทียม เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของทุกคน

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

2
ZERO
HUNGER



2.1

2.2

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



[Sustainable Development Goals Report 2022](#)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2565

จำนวนสะสมของเด็ก เยาวชน ผู้ยากไร้ และผู้ที่อยู่ในสถานการณ์เสี่ยงที่ได้รับโอกาสในการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการ

5,218,867 ราย

(จำนวนตัวเลขสะสม)

สัดส่วนผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือ หรือผู้ที่อยู่ในสถานการณ์เสี่ยง ได้รับโอกาสในการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการ

47.4%

↑ เพิ่มขึ้นจากปี 2564

จำนวนมื้ออาหารที่มอบให้กับ ผู้ด้อยโอกาส โดยเฉพาะเด็ก เยาวชน ผู้ยากไร้ และผู้ที่อยู่ในสถานการณ์เสี่ยง

2,658,376 มื้อ

สัดส่วนของงบประมาณด้านการตลาด เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหาร เพื่อสุขภาพ

38%

เป้าหมายและความคืบหน้า

10 ล้านราย ของเด็ก ประชาชน และคนยากจนที่ได้รับการสนับสนุนโอกาสในการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการ

2565 52.2%

2564 35.4%

แผนการดำเนินงานในอนาคต



ขยายแนวทางการเกษตรอย่างยั่งยืนให้เกิดทั่วทั้งองค์กร และสู่ภาคีทางการเกษตร



จัดให้มีระบบบริหารจัดการด้านความพร้อม และความปลอดภัยของอาหารที่มีประสิทธิภาพ



ประสานความร่วมมือกับหน่วยงาน และองค์กรต่าง ๆ ในการริเริ่มโครงการแจกจ่ายอาหารส่วนเกินที่เกิดจากการจัดจำหน่าย

การสร้างความมั่นคงทางอาหารเพื่อวันข้างหน้า

การบริหารจัดการความมั่นคงทางอาหาร

ในปัจจุบัน ปัญหาการขาดแคลนอาหารในหลาย ๆ ประเทศเป็นประเด็นที่องค์กรนานาชาติให้ความสำคัญ โดยเฉพาะภายใต้สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างประเทศ และการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ ซึ่งส่งผลให้ปัญหาดังกล่าวมีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การผลิตอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ เปี่ยมไปด้วยโภชนาการ รวมถึงมีความเพียงพอต่อความต้องการของประชากรโลก เป็นหนึ่งในเป้าหมายการดำเนินงานของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ภายใต้แนวคิดในการทำวันนี้เพื่อวัน “พรุ่งนี้ ที่ดีกว่า” เครือฯ มุ่งมั่นและทุ่มเทในการผลิตอาหารที่มีคุณภาพ ปลอดภัย เปี่ยมด้วยโภชนาการที่เหมาะสมต่อทุกเพศ ทุกวัย รวมถึงการตระหนักต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม

อาทิ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าในการผลิตอาหาร และการส่งเสริมทฤษฎีเกษตรฟื้นฟู (Regenerative Agriculture) นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้นำหลักปฏิบัติภายใต้นโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืนมาใช้ในการดำเนินการผลิตของเครือฯ และของคู่ค้าลำดับต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน คู่ค้า รวมทั้งสุขภาพที่ดีของผู้บริโภคและการเข้าถึงผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอย่างเท่าเทียมเพียงพอต่อความต้องการ ในราคาที่เข้าถึงได้ อีกทั้งเครือฯ ได้มีการประสานงานร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ ในการส่งเสริมและบรรเทาผลกระทบอันเกิดจากข้อจำกัดในการเข้าถึงอาหารผ่านโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ

การบริหารจัดการความมั่นคงทางอาหาร

การมีเสถียรภาพด้านอาหาร (Food Stability)

ระบบบริหารจัดการด้านความพร้อมและความเพียงพอของอาหาร เพื่อให้เข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และเพียงพอเมื่ออยู่ภายใต้สถานการณ์วิกฤต หรือเหตุฉุกเฉิน



การมีอาหารเพียงพอ (Food Availability)

วิเคราะห์ และวางแผนการผลิตที่มีความเหมาะสมต่อความต้องการของประชากรทั้งในและต่างประเทศ



การใช้ประโยชน์จากอาหาร (Food Utilization)

ประชาชนทุกคนสามารถเข้าถึงอาหารที่มีประโยชน์ เพื่อเสริมสร้างให้ร่างกายมีความแข็งแรง และมีภูมิคุ้มกันต่อโรคร้ายไข้ได้



การเข้าถึงอาหาร (Food Access)

ประชาชนทุกคนมีโอกาสในการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีคุณค่าโภชนาการ มีความคุ้มค่า และราคาที่จับต้องได้ โดยปฏิบัติตามขั้นตอนการตั้งเป้าหมายด้านความยั่งยืน การคิดค้นและวิจัย และการสื่อสาร





การปฏิรูประบบอาหารเพื่อการผลิต และบริโภคอย่างยั่งยืน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน

การเผชิญกับโรคอุบัติใหม่ รวมถึงสถานการณ์โลกที่กำลังเข้าสู่ศตวรรษแห่งผู้สูงอายุ ล้วนเป็นตัวเร่งให้ประชาชนหันมาตระหนักถึงการใส่ใจดูแลสุขภาพมากขึ้น ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารทางเลือกใหม่ ๆ และอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีกว่าอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นหนึ่งในภารกิจหลักของเครือข่ายโรคกักกันที่ ในปัจจุบัน เครือฯ มีผลิตภัณฑ์อาหารที่มุ่งเน้นสุขภาพโภชนาการ สุขภาพ และสุขภาวะที่ดีจำนวน 901 ผลิตภัณฑ์ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลักดังนี้ ผลิตภัณฑ์ปรับลดไขมัน น้ำตาล โซเดียม ผลิตภัณฑ์ปรับคุณค่าทางโภชนาการ และผลิตภัณฑ์ปรับปรุงสูตร

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อการบริโภคอย่างยั่งยืน

นอกจากความมุ่งมั่นในการผลิตอาหารที่ปลอดภัย และอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีกว่าแล้ว เครือข่ายโรคกักกันที่ยังได้นำแนวคิดการสร้างอาหารแห่งอนาคตที่จะดูแลโลกผ่านมืออาหารที่สร้างความมั่นคงทางด้านอาหาร (Food Security) และสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม โดยเครือฯ สร้างสรรค์วัตถุดิบต่างๆ ให้เกิดเป็นอาหารรูปแบบใหม่ ที่จะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีรสชาติดี และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ เช่น กลุ่มโปรตีนทางเลือก โดยได้คัดเลือกวัตถุดิบที่ทำจากพืชที่ให้โปรตีนสูง พัฒนาการรสชาติ กลิ่น สีลิ้นให้เหมือนผลิตภัณฑ์จากสัตว์โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้นำออกจำหน่ายในท้องตลาดแล้วคือ MEAT ZERO และกลุ่มผลิตภัณฑ์ VG for Love

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการผลิตและบริโภคอย่างยั่งยืน และผลิตภัณฑ์ที่ช่วยเพิ่มภูมิคุ้มกัน

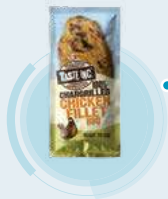


เจริญโภคภัณฑ์อาหาร

(ประเทศอังกฤษ)

TASTE INC - ไก่ย่างบาร์บีคิว

- มีโปรตีนสูง
- ไขมันต่ำ
- เกลือต่ำ
- อยุ่ด้วยถ่านที่มาจากแหล่งผลิตที่ยั่งยืน



ท็อปส์ฟู้ดส์ (ประเทศเบลเยียม)

ข้าวแกงเผ็ดไก่

- วัตถุดิบจากธรรมชาติ 100%
- ปราศจากกลูเตน
- ปราศจากน้ำตาลแลคโตส
- บรรจุกักเก็บที่ลดการใช้พลาสติก 80%

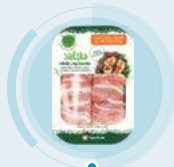


บริษัท เบลลิสโซ ฟู้ด อิงค์

(ประเทศสหรัฐอเมริกา)

ATKINS PLUS – PROTEIN & FIBER SHAKES

- ไม่มีโคโรทอริโมนสังเคราะห์
- อุดมไปด้วยโปรตีน
- มีไฟเบอร์
- มีวิตามิน และแร่ธาตุ 20 ชนิด



ซูเปอร์ดรอ๊ป (ประเทศโปแลนด์)

ซิกเน็ท รูลาร์ดี โส้ลูกพรุนแห้ง พันเบคอนรมควัน

- ไม่ใช่ยาปฏิชีวนะ
- วัตถุดิบเลี้ยงไก่มีวิตามิน แร่ธาตุ สารสกัดกระเทียมและสมุนไพร ช่วยเสริมภูมิคุ้มกันตามธรรมชาติของไก่
- ไก่มีการเติบโตช้ากว่าไก่ทั่วไป 30%
- ทำให้ไก่มีภูมิคุ้มกันตามธรรมชาติ

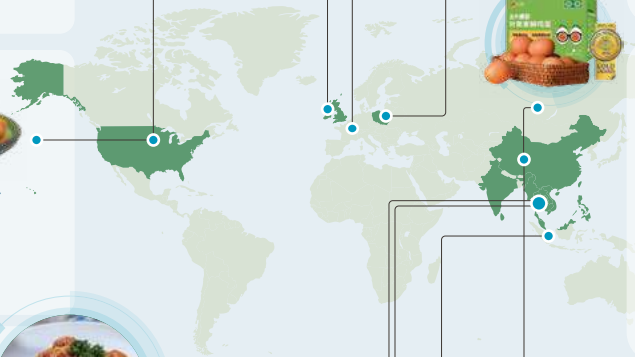


เจริญโภคภัณฑ์อาหาร

(ประเทศสหรัฐอเมริกา)

ไก่ทอดสไตล์ญี่ปุ่น

- ไม่มีการเจือสีหรือแต่งกลิ่นสังเคราะห์
- ปราศจากกลูเตน
- ไม่ใส่ผงชูรส
- ไม่ใส่สารกันบูด



เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศจีน)

ไข่ไก่สดลูทึน

- ไข่ไก่ 100 กรัม อุดมไปด้วยลูทึน $\geq 1,600$ ไมโครกรัม
- ไม่ใช่ยาปฏิชีวนะ
- ไม่ใช่สารเร่งการเจริญเติบโต
- ได้รับ Golden award จาก MONDE SELECTION ในเวที INTERNATIONAL QUALITY INSTITUTE 2022



ซีพีแรม (ประเทศไทย)

วีจีฟอว์เล็ฟ สปาเก็ตตี้พอร์คบอล

- แพลนต์เบสส์
- อาหารมังสวิรัตักันนม และไข่
- ใช้โปรตีนธรรมชาติ ไม่ใช้การสังเคราะห์ หรือประดิดษฐึ้นเทียมเนื้อสัตว์
- สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอดห่วงโซ่อุปทาน



เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศจีน)

ขนมปังข้าวไรย์ โส้อกไก่ไขมันต่ำ

- เพิ่มธัญพืชข้าวไรย์ 20%
- ไขมันต่ำและอิมพ์องนาน
- มีความสมดุลทางโภชนาการของเนื้อสัตว์ ผัก และธัญพืช
- ไม่ใส่วัตถุกันเสีย สี และกลิ่นสังเคราะห์



เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศไทย)

บีพีโอ โปรไบโอติก พลัส

- อุดมไปด้วยจุลินทรีย์ “โปรไบโอติก” คุณภาพ 5 สายพันธุ์
- ช่วยกระตุ้นระบบภูมิคุ้มกัน ปรับสมดุลลำไส้
- ส่งเสริมการทำงานของระบบประสาทและฮอร์โมน และกระตุ้นระบบภูมิคุ้มกัน
- ได้รับรางวัลเหรียญทองแดง จากงานมหกรรมวิจัยแห่งชาติ 2564 (Research Expo 2021)



เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศสิงคโปร์)

สันในไก่ย่างถ่าน

- ไขมันต่ำ
- แคลอรีต่ำ
- โปรตีนสูง
- ไม่ใส่วัตถุกันเสีย

การเข้าถึงอาหารที่มีโภชนาการที่ดี

ความสามารถของประชาชนในการเข้าถึงอาหารที่มีโภชนาการที่ดี

ประเด็นด้านความมั่นคงทางอาหารมีความรุนแรงมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นผลมาจากความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมที่ส่งผลให้ผลผลิตทางการเกษตรลดลง สถานการณ์โรคระบาดทั้งในมนุษย์และสัตว์ ความขัดแย้งในระดับท้องถิ่นจนถึงระดับประเทศ ภัยพิบัติทางธรรมชาติ ล้วนเป็นสาเหตุให้เกิดภาวะวิกฤตอาหารโลก ราคาอาหารสูงขึ้น จึงทำให้กลุ่มผู้ที่มีรายได้น้อยเป็นผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนจากสถานการณ์นี้มากกว่าคนในกลุ่มอื่น

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความมุ่งมั่นในการส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดีของประชาชน เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางอาหารให้ประชาชนสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอย่างเท่าเทียมเพียงพอต่อความต้องการในราคาที่เข้าถึงได้ เครือฯ จึงได้ดำเนินการผ่านโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ส่งเสริมการบริโภคอาหารที่ถูกสุขลักษณะและหลักโภชนาการ รวมทั้งส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และการสร้างทักษะในด้านการผลิตอาหารเพื่อมีส่วนร่วมในการบรรเทาภาวะทุพโภชนาการ

CASE STUDY

การสร้างกระบวนการเรียนรู้และส่งเสริมการเข้าถึงอาหารคุณภาพ ปลอดภัย และเหมาะสมตามหลักโภชนาการแก่เยาวชน

เพื่อเป็นการเสริมสร้างคุณภาพชีวิต และการบริโภคที่ถูกสุขลักษณะให้กับเด็กและเยาวชน เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้สนับสนุนวัตถุดิบคุณภาพสูง และอาหารให้แก่โรงเรียนที่ขาดแคลน อีกทั้งยังสร้างกระบวนการเรียนรู้และส่งเสริมการเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และเหมาะสมตามหลักโภชนาการให้แก่เยาวชน ผ่านโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ เช่น โครงการเลี้ยงไก่เพื่ออาหารกลางวันนักเรียน โครงการซีพีเอฟ อิ่ม สุข ปลูกอนาคต โครงการเด็กสุรินทร์ กินดี มีสุข โครงการอาหารดีที่ให้น้อง โครงการ CPRAM Junior Chef และ โครงการ “เยาวชนจีนสุขภาพดีทั้งร่างกาย และจิตใจ” เป็นต้น โดยในปี 2565 มีจำนวนเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมด 15,051 ราย



โครงการ CPRAM Junior Chef โดย ซีพีเอฟ

โครงการฯ ดำเนินงานมาอย่างต่อเนื่องกว่า 10 ปี ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ปลูกฝังให้เด็ก และเยาวชน ได้รับและสร้างประสบการณ์ในการทำอาหารที่มีประโยชน์ พร้อมสอดแทรกความรู้ด้านความปลอดภัยของอาหาร และคุณค่าทางโภชนาการ



โครงการเลี้ยงไก่เพื่ออาหารกลางวันนักเรียน

โครงการฯ นี้เป็นการร่วมบรรเทาปัญหาขาดแคลนโปรตีน ในชนบทได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อการเจริญเติบโต ทั้งร่างกายและสมองของเยาวชน ทั้งยังช่วยสนับสนุนความมั่นคงด้านอาหารและโภชนาการที่ดีแก่เด็กนักเรียน



โครงการอาหารดีที่ให้น้อง โดย โกลด์ส

โครงการฯ นี้เป็นการสนับสนุนอาหารกลางวันให้กับนักเรียนในโรงเรียนที่ประสบปัญหาขาดแคลนหรือมีข้อจำกัดในการเข้าถึงอาหารที่ดีมีคุณภาพ และส่งเสริมให้ความรู้ด้านการทานอาหารที่มีประโยชน์และอุดมไปด้วยคุณค่าทางโภชนาการ



โครงการเยาวชนจีนสุขภาพดีทั้งร่างกาย และจิตใจ โดย บริษัท เจียไต๋ฟู้ดส์ จำกัด (เชียงใหม่)

โครงการฯ นี้ดำเนินการเพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์การพัฒนาในระดับชาติ “จีนสุขภาพดี” มุ่งมั่นในการสร้างรากฐานการศึกษาและวิจัยความปลอดภัยด้านอาหาร โดยการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้เยาวชนได้เข้าใจการผลิตอาหารอย่างปลอดภัยตลอดห่วงโซ่อุปทาน จัดให้มีกิจกรรมการเยี่ยมชมโรงงานผลิตอาหารที่ปลอดภัยทันสมัย

การร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม

เครือเจริญโภคภัณฑ์ในฐานะผู้นำธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ธุรกิจค้าปลีก ผู้ผลิตอาหารระดับโลกที่ขับเคลื่อนธุรกิจสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน สร้างความมั่นคงทางอาหาร (Food Security) โดยการพัฒนาระบบอาหารของไทยและทุกประเทศที่ไปลงทุนให้ยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า ได้ผนึกความร่วมมือตั้งแต่เกษตรกรผู้ผลิตวัตถุดิบ เกษตรกรเลี้ยงสัตว์ ตลอดจนพันธมิตรทางธุรกิจ หน่วยงานภาคการศึกษา ภาครัฐ ควบคู่กับการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูงสร้างหลักประกันการผลิตอาหารคุณภาพ

ได้มาตรฐาน ปลอดภัย สะอาด มีคุณค่าทางโภชนาการ รวมถึงลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าในการผลิตอาหาร และการส่งเสริมทฤษฎีเกษตรฟื้นฟู (Regenerative Agriculture) เพื่อปกป้องและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้เครือฯ ยังได้ประสานงานความร่วมมือกับหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ในการส่งมอบอาหารส่งต่อให้กับผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือ เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการที่ดีให้แก่สังคมอย่างทั่วถึง

CASE STUDY

การร่วมมือกับพันธมิตร เพื่อขับเคลื่อน “ธนาคารอาหารแห่งชาติ”

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นในการยุติความหิวโหย และส่งเสริมการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการ ซึ่งสอดคล้องกับ SDG 2 และ SDG 3 ด้วยการส่งต่ออาหารส่วนเกินที่เหลือจากการดำเนินงาน หรือส่วนที่จำหน่ายไม่หมดแต่ยังรับประทานได้ และปลอดภัยไปยังกลุ่มที่ด้อยโอกาส หรือผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือ เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงอาหารของกลุ่มเปราะบางในทุกประเทศที่เครือฯ มีการดำเนินงาน โดยเครือฯ ได้มีการผนึกกำลังกับบริษัทภายในเครือฯ และเครือช่วยพันธมิตรต่าง ๆ ในหลายประเทศ เช่น มูลนิธิสโกลาร์สออฟ ซีเอสทีแอนด์ ประเทศไทย (SOS ประเทศไทย), Food Aid Foundation และ Kechara Soup Kitchen (ประเทศมาเลเซีย), Food bank (ประเทศเวียดนาม) รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เครือฯ มีความเชื่อมั่นว่าการดำเนินงานดังกล่าวจะเป็นส่วนหนึ่งในการลดความเหลื่อมล้ำทางด้านสังคมในการเข้าถึงอาหาร และช่วยลดขยะอาหารให้เป็นศูนย์



การส่งมอบอาหารส่วนเกินให้กว่า

1,918,373 คน

CASE STUDY

แก้ปัญหาดินเค็ม เพิ่มพื้นที่
เพาะปลูก เขตมองโกเลียใน
(ประเทศจีน)

Manufacturing Capital

เพิ่มผลผลิต

458 กก./ไร่จีน



ประเทศจีนประสบปัญหาดินเค็มกว่า 1.5 พันล้านไร่จีน เพื่อเป็นการพัฒนาและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรดินซึ่งจะมีบทบาทสำคัญในการสร้างความมั่นคงด้านอาหารของประเทศจีน บริษัท Chia Tai (Inner Mongolia) ได้ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเกษตรเขตมองโกเลีย ในการพัฒนา ทดลองปรับปรุงดินด้วยน้ำปุ๋ยมูลสุกร กับการปลูกข้าวโพด ข้าวโอ๊ต ถั่วเขียว และพืชผลอื่น ๆ พบว่าสามารถเพิ่มอินทรีย์วัตถุของดิน ลดความเสียหายจากเกลือต่อพืชผล อัตราการงอกเฉลี่ยของข้าวโพดที่หว่านบนดินเค็มขึ้น สร้างประโยชน์ 120 หยวนต่อไร่จีน เป็นแนวทางใหม่ในการแก้ปัญหาดินเค็ม เพิ่มผลผลิตเมล็ดพืช และจะมีการขยายองค์ความรู้สู่เกษตรกรในอนาคต



Manufacturing Capital

ยอดขายเมล็ดพันธุ์ประมาณ **25,750** ตันสามารถสนับสนุนเกษตรกรได้ **8** ล้านไร่ ให้ได้ผลผลิตที่ดี
ที่ทำได้ข้าวโพดอาหารสัตว์กว่า **7** ล้านตัน

CASE STUDY

การพ่นกำลังด้านงานวิจัยกับพันธมิตร
สร้างความมั่นคงด้านพืชอาหาร

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์โปรดิ๊วส จำกัด มุ่งเน้นคุณภาพประโยชน์ให้กับสังคมเกษตรกรรม ด้วยการคิดค้นนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้พันธุ์ข้าวโพดที่มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพดีที่สุดในด้านงานวิจัย และพัฒนาพันธุ์พืชแบบไบโอเทคโมโลยี ซึ่งได้ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ นอกจากนี้ ได้ร่วมมือกับบริษัทไบเออร์ กระทรวงเกษตรของสหรัฐอเมริกา ศูนย์วิจัยข้าวโพดและข้าวสาลีนานาชาติ และบริษัทคิย์ฮินส์ จากเนเธอร์แลนด์ จนพัฒนาพันธุ์ข้าวโพดอาหารสัตว์ ที่ด้านทานโรค ด้านทานแมลง ทนแล้ง หรือลักษณะอื่น ๆ โดยการร่วมมือพัฒนาความก้าวหน้านี้จะสร้างความมั่นคงด้านพืชอาหาร ปัจจุบันบริษัทฯ ได้มีการขยายตลาดเข้าถึง 10 ประเทศ ในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเอเชียใต้

การบริหารจัดการนวัตกรรม

Innovation

ปัจจุบันความก้าวหน้าของดิจิทัล และเทคโนโลยี รวมถึงการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคทำให้แต่ละองค์กรจำเป็นต้องพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ เพื่อคงไว้ซึ่งความสามารถในการแข่งขัน สร้างรายได้ และยกระดับความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม ซึ่งหลากหลายองค์กรได้มีการสร้างรูปแบบธุรกิจใหม่ผ่านการนำเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยมาใช้ เช่น การผลิตอาหารจากโปรตีนพืช การใช้บล็อกเชนในการบริหารจัดการข้อมูล การนำปัญญาประดิษฐ์ หรือ Artificial Intelligence มาใช้ในการสร้างประสบการณ์ เป็นต้น นวัตกรรมจึงเป็นสิ่งที่ตอบโจทย์ทางธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างช่องทางหรือรูปแบบธุรกิจใหม่ สร้าง S-Curve ใหม่ให้แก่องค์กร ด้วยเหตุนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมีการลงทุนอย่างต่อเนื่องในการสร้างนวัตกรรม รวมถึงศึกษานวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกและเพื่อสร้าง “พรุ้งนี้ ที่ดีกว่า” นอกจากนี้ เครือฯ ยังนำนวัตกรรม และเทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือสำคัญในการจัดการความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อเครือฯ ในอนาคต เช่น การเตรียมการรับมือกับเปลี่ยนแปลงทางภูมิอากาศ การดำเนินการเพื่อมุ่งสู่ Net Zero ในปี 2593 การจัดการน้ำ และการตรวจสอบย้อนกลับ เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้ ทำให้การจัดการต่าง ๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



8.2

9 INDUSTRY INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



9.5

9.B

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



[Sustainable Development Goals Report 2022](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2565

จำนวนสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรสะสม

3,658 ฉบับ

↑ เพิ่มขึ้นจากปี 2564
646 ฉบับ

สัดส่วนรายได้จากสินค้า
และบริการใหม่

8.48%

มูลค่าเงินลงทุน
ด้านการวิจัยและพัฒนา

28,753 ล้านบาท

↑ เพิ่มขึ้นจากปี 2564
6,065 ล้านบาท

จำนวนบุคลากร
ด้านการวิจัยและพัฒนา

9,674 คน

เป้าหมายและความคืบหน้า

7,500 ฉบับของสิทธิบัตรและ
อนุสิทธิบัตรที่ได้รับการขึ้นทะเบียน

2565 **48.8%**

2564 **40.2%**

แผนการดำเนินงานในอนาคต



จัดตั้ง R&D Center of Excellence
4 ด้าน เพื่อพัฒนา วิจัย และทดสอบ
ความเป็นไปได้ในการดำเนินงานร่วมกับ
พาร์ทเนอร์ และกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ
ณ ทูร์ตีสกาลพาร์ค



มุ่งสู่เป้าหมาย Tech Company
โดยเน้นการลงทุนในเทคโนโลยีและดิจิทัล



สร้างพื้นฐานองค์กรแห่งนวัตกรรม
โดยการส่งเสริมให้พนักงานเข้าสู่
แพลตฟอร์มนวัตกรรม เพื่อเรียนรู้
ผลงานนวัตกรรมของเครือข่าย

C.P. Innovation Exposition

มหกรรมนวัตกรรมบัวบาน เครือเจริญโภคภัณฑ์ 2564-2565

งานมหกรรมนวัตกรรมบัวบาน เครือเจริญโภคภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อนำนวัตกรรมที่สร้างสรรค์ขึ้นในเครือฯ รวมทั้งประสบการณ์ความรู้มาแลกเปลี่ยน แบ่งปันและขยายผล พร้อมทั้งเชิญผู้สร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรมหรือที่เราเรียกว่า นวัตกรรมในเครือฯ ให้เกิดการรวมกลุ่มกันเพื่อส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของความคิดสร้างสรรค์ ก่อเกิดเป็นเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์กันภายในเครือฯ งานมหกรรมนวัตกรรมบัวบาน เริ่มจัดครั้งแรกในปี 2552 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านวิชาการภายในเครือฯ มีผลงานวิชาการเข้าร่วมทั้งสิ้น 224 ผลงาน เกิดเป็นจุดเริ่มต้นของมหกรรมนวัตกรรมบัวบาน ซึ่งเครือฯ ยังคงให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดให้มีการจัดมหกรรมนวัตกรรมบัวบานทุก 2 ปี จากจุดเริ่มต้นจนถึงปัจจุบันเป็นเวลากว่า 13 ปีที่เครือฯ ให้การสนับสนุนการสร้างสรรคนวัตกรรม นอกจากนี้เครือฯ ยังมีการจัดงานประชุมวิชาการ หรือ CP Symposium เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทางวิชาการกันระหว่างกลุ่มธุรกิจภายในเครือฯ อีกด้วยสถานการณ์

การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในช่วงสองปีที่ผ่านมา ไม่ได้ทำให้เครือเจริญโภคภัณฑ์หยุดยั้งการพัฒนา นวัตกรรม เรายังคงส่งเสริมให้มีการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เครือฯ ได้จัดมหกรรมนวัตกรรมบัวบานครั้งที่ 6 และ 7 ร่วมกัน โดยมีผลงานเข้าร่วมประกวดทั้งสิ้น 3,690 โครงการ และมีโครงการที่ได้รับรางวัล Chairman Award ทั้งสิ้น 120 โครงการ นอกจากนี้ยังมีการจัดการประชุมเชิงวิชาการ หรือ CP Symposium โดยมีผลงานเชิงวิชาการจากภายในเครือฯ รวมทั้งสิ้น 156 ผลงาน ในครั้งนี้ยังจัดเป็นรูปแบบไฮบริดจ์โดยมีการจัดให้มีการเข้าร่วมทางออนไลน์ได้ด้วยทำให้พนักงานจากทั่วโลกสามารถเข้าฟังผลงานได้อย่างสะดวกมากขึ้น โดยที่ไม่เสียเวลาในการเดินทางและลดปริมาณการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศโลกอีกด้วย นอกจากนี้ เครือฯ ยังพัฒนาแพลตฟอร์มรวบรวมผลงานนวัตกรรมขึ้น เพื่อนำผลงานนวัตกรรมที่เข้าร่วมประกวดจากกลุ่มธุรกิจทั่วโลกขึ้นบนแพลตฟอร์ม เปิดให้พนักงานจากทั่วโลกสามารถเข้ามาศึกษา แลกเปลี่ยนองค์ความรู้



“ นวัตกรรม คือหนึ่งในค่านิยมหลักของเครือเจริญโภคภัณฑ์ เราใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ก้าวหน้าทันสมัยมาต่อยอดการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งพัฒนาสินค้าและบริการคุณภาพดี ขับเคลื่อนเครือเจริญโภคภัณฑ์ สู่ “องค์กรแห่งนวัตกรรม” ”

คุณสุภกิต เจียรนวนนท์

ประธานกรรมการ เครือเจริญโภคภัณฑ์



ผลงานที่เข้าร่วมแข่งขันและได้รับรางวัลในงานมหกรรมนวัตกรรมบัวบาน 2552 - 2565

Key Highlight	CP Engineering Symposium 2019		CP Engineering Symposium 2021		CP SYMPOSIUM 2019		CP SYMPOSIUM 2021	
	2552	2554	2556	2559	2562	2564+2565		
จำนวนผลงานที่ส่งเข้าร่วม	-	525	464	941	1,908	3,690		
	-	112	94	237	577	911		
จำนวนผลงานที่ส่งเข้าร่วม แบ่งตามประเภทผลงาน นวัตกรรม	-	80	55	108	1,113	2,100		
	-	312	292	560	218	367		
	-	21	23	36	-	312		
จำนวนประเทศที่เข้าร่วม	1	2	6	8	15	15		
จำนวนผลงานที่ได้ Chairman Award	5	27	26	43	54	120		
ผลงาน Symposium	86	-	87	-	91	156		
มูลค่าทาง เศรษฐกิจ (ล้านบาท)	-	-	-	4,058	7,921	16,583		

พลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการ โมเดลธุรกิจ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมและสิ่งแวดล้อม วัสดุใหม่



การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการวิจัย

แนวทางการดำเนินการเพื่อสร้างนวัตกรรม

เพื่อเป็นการตอบสนองต่อกลยุทธ์การเติบโตของเครือเจริญโภคภัณฑ์ การวิจัย พัฒนานวัตกรรม และเทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งเครือข่ายไม่เคยหยุดที่จะลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรม ครอบคลุมไปถึงการป้องกันทรัพย์สินทางปัญญาของเครือฯ ด้วย โดยกรอบการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการวิจัยของเครือฯ ยังคงพัฒนาตาม 6 แนวทางที่กำหนดไว้ประกอบด้วย

1. การสร้างประสบการณ์การใช้งานให้กับผู้ใช้งาน
2. การทำงานร่วมกันภายในแบบดิจิทัล
3. การทำงานแบบอัตโนมัติ
4. การนำข้อมูลที่ได้เข้าสู่การวิเคราะห์เชิงลึก
5. การพัฒนาด้วยเทคโนโลยียุคหน้า และ
6. การเพิ่มความปลอดภัยทางไซเบอร์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้นำผลลัพธ์จากแนวทางการดำเนินงาน มาวิเคราะห์เชิงลึก เพื่อนำสู่การยกระดับสินค้าและบริการต่อไป

การพลิกโฉมองค์กรด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล



ประสบการณ์ผู้ใช้งาน
User Experience

- TRUE Money
- 7 Delivery
- CP Fresh food (China)
- Dr. Pig (China)



การทำงานร่วมกันแบบดิจิทัล
Digital Workplace

- Connect Application
- C.P. Love



การทำงานแบบอัตโนมัติ
Automation

- Smart Feed mill
- Smart Farm
- Smart Factory & Food
- Smart Solution
- Smart Retail



ข้อมูลและการวิเคราะห์
Data & Analytics

- แดชบอร์ด (Dashboards)



เทคโนโลยียุคหน้า **Next-Gen Technology**

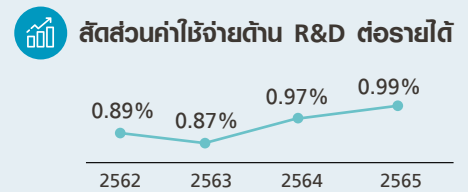
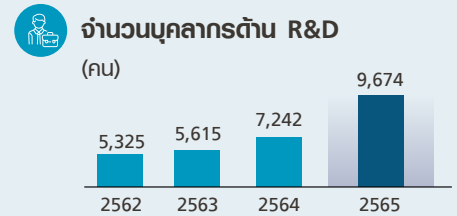
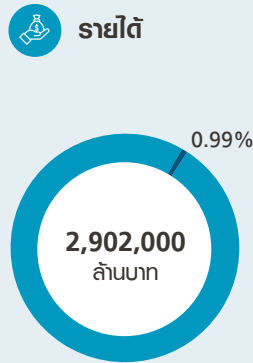
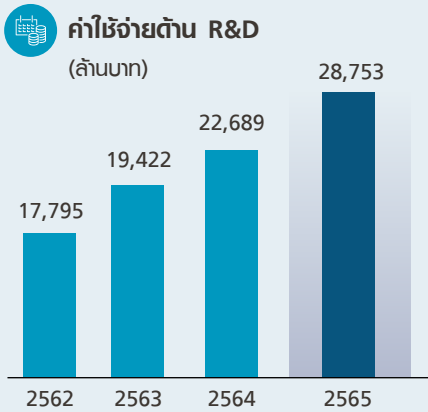
- คลาวด์ ไฮลูชั่น
- บล็อกเชน



ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์
Cyber Security

การประเมินตนเองตามแนวทาง NIST
ร่วมศูนย์การวิจัยซอฟต์แวร์
ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

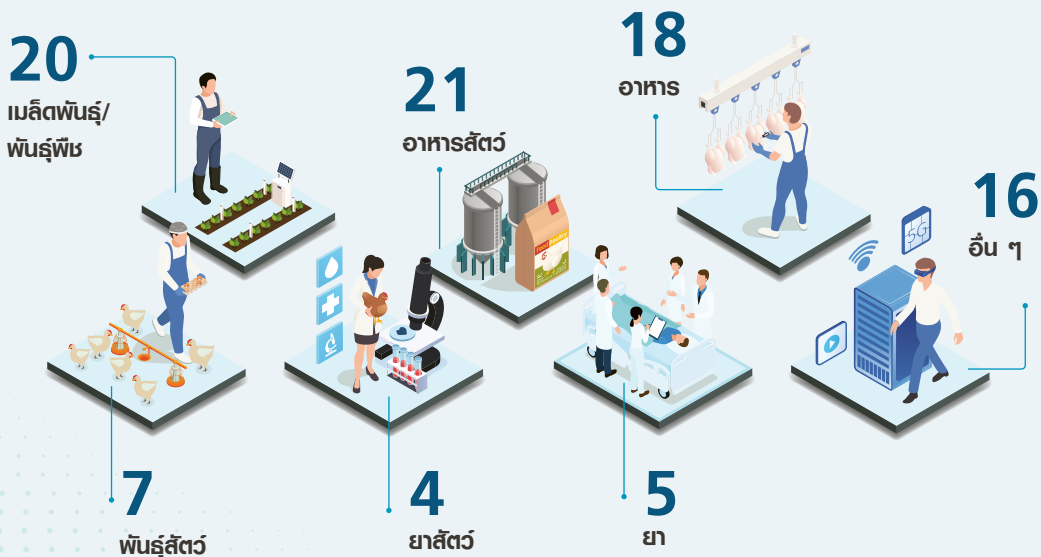
การวิจัยและพัฒนา



เครือฯ ลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การวิจัยและพัฒนาจะเป็นทิศทางสำคัญในการต่อยอดรายได้จากสินค้าและบริการใหม่ ๆ รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาต่อยอดการวิจัยและพัฒนาจะทำให้เครือฯ มีโอกาสสร้างธุรกิจใหม่ที่เป็นระดับ New S-Curve ของเครือฯ ได้ เครือเจริญโภคภัณฑ์มีหน่วยงานวิจัยและพัฒนากระจายอยู่ในแต่ละกลุ่มธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อทำการวิจัย

และพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับทิศทางการเติบโตของเครือฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการนโยบายด้านการวิจัยและพัฒนา และคณะกรรมการบริหารด้านการวิจัยและพัฒนา ระดับเครือฯ เพื่อกำหนดทิศทางการวิจัยระดับเครือฯ ให้มีประสิทธิภาพ และตรงตามเป้าประสงค์

ศูนย์วิจัยและพัฒนาตลอดห่วงโซ่คุณค่าของเครือเจริญโภคภัณฑ์



การพัฒนานวัตกรรมในกระบวนการผลิต

นวัตกรรมกระบวนการผลิต

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อคุณภาพของสินค้าและบริการที่เครือข่าย ส่งมอบให้แก่ผู้บริโภค เพราะสิ่งเหล่านี้ไม่เพียงแต่ยกระดับคุณภาพชีวิตให้ผู้บริโภค แต่ยังเป็นการสร้างความสำเร็จในระยะยาวให้แก่เครือข่าย นอกจากนี้การควบคุมคุณภาพของสินค้าและบริการแล้ว การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้มากยิ่งขึ้นถือเป็นอีกหนึ่งแนวทางการที่เครือข่าย ให้ความสำคัญ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้ นวัตกรรมเชิงกระบวนการและเทคโนโลยีจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในกระบวนการวิจัย คิดค้น ผลิต ตลอดจนกระบวนการสนับสนุนต่าง ๆ และทำให้เครือข่าย สามารถบริหารจัดการต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของเครือข่าย ได้เป็นอย่างดี

ค่าใช้จ่ายที่ลดลงจากนวัตกรรม

ปี 2565

ร้อยละ
0.95



CASE STUDY

โครงการไข่ดีดิจิทัล

หนึ่งในปัญหาที่พบได้บ่อยที่สุดในการลำเลียงไข่ไก่จากฟาร์มสู่โรงฟักคือ ปัญหาไข่ร้าว บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) จึงพัฒนานวัตกรรมไข่ดีดิจิทัลซึ่งเป็นเครื่องมือมีรูปร่างเหมือนไข่ไก่ และอยู่ในทุกขั้นตอนที่ไข่ไก่ต้องเดินทางจากฟาร์มสู่โรงฟัก เพื่อวิเคราะห์และเก็บข้อมูลปัจจัยที่มีความเสี่ยงต่อการร้าวของไข่ ไข่ดีดิจิทัลจะทำการเก็บข้อมูลแรงกระแทก ความเร็ว อุณหภูมิ เวลา และตำแหน่งที่ไข่เดินทาง ทำให้สามารถปรับปรุงจุดที่ทำให้เกิดปัญหาไข่ร้าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ



 Natural Capital

ลดความสูญเสีย **6.57** ล้านบาท

CASE STUDY

ระบบการจัดการโรค ASF ในสุกรแบบบูรณาการ



 Manufacturing Capital

สูญเสียชีวิตจากโรค ASF ในปี 2565 น้อยกว่าร้อยละ

0.05

โรคอหิวาต์แอฟริกาในสุกร (African Swine Fever: ASF) เป็นโรคร้ายแรงในการเลี้ยงสุกร พบการระบาดในหลายประเทศรวมถึงประเทศไทย โรคนี้ไม่ใช่โรคที่ติดต่อระหว่างสัตว์สู่คน แต่ก็ถือว่าเป็นโรคที่สำคัญเนื่องจากสุกรที่ได้รับเชื้อจะมีอัตราการเสียชีวิต 80-100% ดังนั้นเพื่อเป็นการป้องกันโรคนี้นี้เข้าสู่ฟาร์มสุกร บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) จึงพัฒนาการจัดการโรค ASF แบบบูรณาการ โดยใช้หลักการ “รู้เร็ว

จัดการเร็ว จบเร็ว” รวมถึงมีการทดลองวิจัยต่าง ๆ เพื่อรับมือกับโรค ASF เช่น การพัฒนาสารเคมีในการแยกเชื้อไวรัส มีชีวิตกับซากเชื้อที่ตายแล้ว ปรับเปลี่ยนวิธีการเก็บตัวอย่างจากเลือดมาเป็นสวอปน้ำลาย ปรับปรุงขั้นตอนการส่งตัวอย่าง และการตรวจทำให้รู้ผลตรวจเร็วขึ้นจากเดิมที่ 2 วันมาเป็นทราบผลภายใน 2 ชั่วโมง ทำให้สามารถจัดการโรคนี้ได้อย่างรวดเร็วภายใน 24 ชั่วโมง

CASE STUDY

Digital Data Management



 Financial Capital

อัตราผลตอบแทนการลงทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ

77.89

การเชื่อมโยงกลยุทธ์ การดำเนินงาน ข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ และการประเมินผลความสำเร็จ 4 ส่วนนี้จะทำให้การทำธุรกิจมีประสิทธิภาพสูงสุด กลุ่มบริษัทในเขตประเทศจีนจึงพัฒนา Digital Data Management ขึ้นมาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและเชื่อมโยงข้อมูลจากระบบต่างๆ เช่น ข้อมูลจากการขาย การผลิต การเกษตร อสังหาริมทรัพย์ ถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน ข้อมูลธุรกิจจากทุกอุตสาหกรรมจะเข้าสู่การวิเคราะห์ แสดงผล และติดตามครอบคลุม Dashboard มากกว่า 390 หัวข้อครอบคลุม 14 กลุ่มธุรกิจ

การพัฒนานวัตกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์

ธุรกิจต่าง ๆ ภายใต้เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และการเติบโตของธุรกิจ โดยในการพัฒนาสินค้าใหม่มีการนำเอาเสียงของลูกค้า และทิศทางของตลาดต่าง ๆ มาเป็นข้อมูลในการคิดค้น พัฒนาสินค้า เมื่อได้ไอเดียในการพัฒนาสินค้าใหม่แล้ว การพัฒนาสินค้าต้นแบบจะให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและการผลิต สินค้าใหม่จะเข้าสู่ขั้นตอนการตรวจสอบ ทั้งทางด้านคุณสมบัติ และคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์อย่างเข้มข้น เพื่อเตรียมการเข้าสู่ขั้นตอนการผลิตสินค้าแบบเต็มรูปแบบก่อนออกสู่ตลาด

สัดส่วนรายได้จากสินค้าและบริการใหม่

ปี 2565

ร้อยละ
8.48



CASE STUDY

Ready To Bake Ready To Bright Business

Manufacturing Capital

ลดเวลาการอบสตูที่ร้าน
ลงได้ร้อยละ

62

Financial Capital

สร้างรายได้

416.3 ล้านบาท/ปี



จากแนวโน้มตลาดเบเกอรี่อบสตูมีการเปิดตัวและขยายสาขาเป็นจำนวนมาก จึงค้นหาโอกาสทางการตลาดสร้างมุมเบเกอรี่อบสตูใน 7-11 เกิดเป็น Mini Scale Bakery ซึ่งได้รับความนิยม และสร้าง โมเดลธุรกิจใหม่ จึงเป็นที่มาของการยกระดับพัฒนาสินค้าเบเกอรี่แช่แข็ง ที่มี Simplified Baking Process และมีคุณภาพ โดยสินค้าที่เลือกมาพัฒนาธุรกิจ Frozen คือ พิซซ่า และ ครั้วของต์ เราพัฒนากระบวนการในรูปแบบ Ready To Bake โดยใช้เทคโนโลยีทางด้านวัตถุดิบ ให้นำหน้าร้านเหลือขั้นตอนเพียงคลายเย็น และอบสินค้าทั้ง 2 กลุ่มเป็นการออกแบบมุ่งเน้นกระบวนการช่วยลดระยะเวลาการทำงานที่หน้าร้าน โดยพิซซ่าลดลงได้ ร้อยละ 64 และครั้วของต์ลดลงได้ ร้อยละ 62 ตอบสนองการขายแบบ Quick Service สร้างความแตกต่างในการแข่งขันทางด้าน กระบวนการคุณภาพและสามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหญ่ในราคาที่คุ้มค่างานประสบความสำเร็จทางด้านยอดขาย

CASE STUDY

บีฟิโอ โปรไบโอติก พลัส

ศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหารซีพีเอฟ (CPF R&D center) เปิดตัวผลิตภัณฑ์อาหารเสริม “บีฟิโอ โปรไบโอติก พลัส” เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโปรไบโอติกที่มีจุลินทรีย์สายพันธุ์คุณภาพถึง 5 สายพันธุ์ที่มีมาตรฐานรับรอง “FOSHU” ของประเทศญี่ปุ่น และมีผลวิจัยต่อสุขภาพของมนุษย์โดยช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน ป้องกันภูมิแพ้และช่วยสร้างสมดุลลำไส้ ในผลิตภัณฑ์ยังมีพรีไบโอติก 2 ชนิด ซึ่งพรีไบโอติกเป็นอาหารของโปรไบโอติก จะช่วยให้โปรไบโอติกสามารถอยู่รอดในลำไส้ได้ยาวนานขึ้น ได้รับรางวัลเหรียญทองแดง ปี 2564 จากสำนักงานวิจัยแห่งชาติ (วช.) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) และรางวัลชีวิตดี Awards 2021-2022



สร้างรายได้ 1 ล้านบาท/ปี ในช่วงทดลองตลาด



CASE STUDY

หมอดี (MORDEE)



สร้างรายได้ 258 ล้านบาท/ปี

อัตราแพทย์ต่อจำนวนประชากรของประเทศไทยอยู่ที่ 0.81 คนต่อประชากร 1,000 คน ในขณะที่สิงคโปร์อยู่ที่ 2.29 คน ต่อประชากร 1,000 คน ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้การพบแพทย์ในประเทศไทยมีเวลานาน และค่าใช้จ่ายสูง บริษัท ทูร คอร์เปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และเครือเจริญโภคภัณฑ์จึงเล็งเห็นถึงศักยภาพของเราในการช่วยเหลือสังคม จึงได้มีการพัฒนาบริการ “หมอดี” ระบบสุขภาพแบบ Online to Offline ที่เชื่อมโยงระบบบริการสาธารณสุขตั้งแต่ที่บ้าน ไปถึงโรงพยาบาล ที่จะสามารถให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการสุขภาพได้ง่ายและสะดวกขึ้น โดยในปัจจุบัน “หมอดี” มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญกว่า 500 ท่าน ให้บริการครอบคลุมมากกว่า 20 โรคเฉพาะทาง และมีโรงพยาบาลพาร์ทเนอร์มากกว่า 50 โรงพยาบาล

การแสวงหาโอกาสและสร้างความร่วมมือ ด้านนวัตกรรม



นอกจากการวิจัยพัฒนาภายในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญที่เครือข่าย ได้สั่งสมต่อยอดมาเครือข่าย ยังได้ร่วมมือกับพันธมิตรจากภาคส่วนต่างๆ เพื่อร่วมกันพัฒนานวัตกรรม เช่นในปี 2565 เครือฯ ได้เข้าร่วม Decarbonize Thailand Sandbox เดินหน้าสู่เป้าหมายการลดคาร์บอน (Decarbonization) ตามนโยบาย “National Energy Plan 2022” โดยผนึกกำลังกับ 5 พันธมิตรองค์กรชั้นนำของไทยร่วมคัดเลือกสตาร์ทอัพเพื่อจับคู่ทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดเพื่อพัฒนาและต่อยอดผลงานรับมือกับวิกฤตการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการเปลี่ยนผ่านประเทศไปสู่การเป็น Thailand’s Zero Carbon Economy โดยโครงการนี้จัดขึ้นภายใต้ความร่วมมือระหว่างสตาร์ทอัพ ภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรชั้นนำจากอุตสาหกรรมต่างๆ รวมถึงนักวิจัยนักเศรษฐศาสตร์ และคนในวงการด้านสิ่งแวดล้อมและนวัตกรรม

CASE STUDY

IoT Platform for Building Energy Management

บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด เข้าร่วมโครงการ Decarbonize Thailand Startup Sandbox ในนามเครือเจริญโภคภัณฑ์เพื่อร่วมกับพันธมิตรองค์กรชั้นนำของไทย คัดเลือกบริษัทสตาร์ทอัพ และได้ร่วมกับบริษัท ALTO ENERGY EDGE เพื่อทำโครงการนำร่องโดยนำเทคโนโลยีเข้ามาบริหารการใช้พลังงานในร้านค้า Lotus’s go fresh โดยประกอบด้วยแพลตฟอร์ม IoT บิ๊กดาต้าและโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลเพื่อจัดการข้อมูล Digital Twin หรือโมเดลเสมือนจริงแบบเรียลไทม์ที่วิเคราะห์ห่วงจรชีวิตของร้าน ลูกค้า และการใช้พลังงาน AI algorithms ในการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และอื่น ๆ



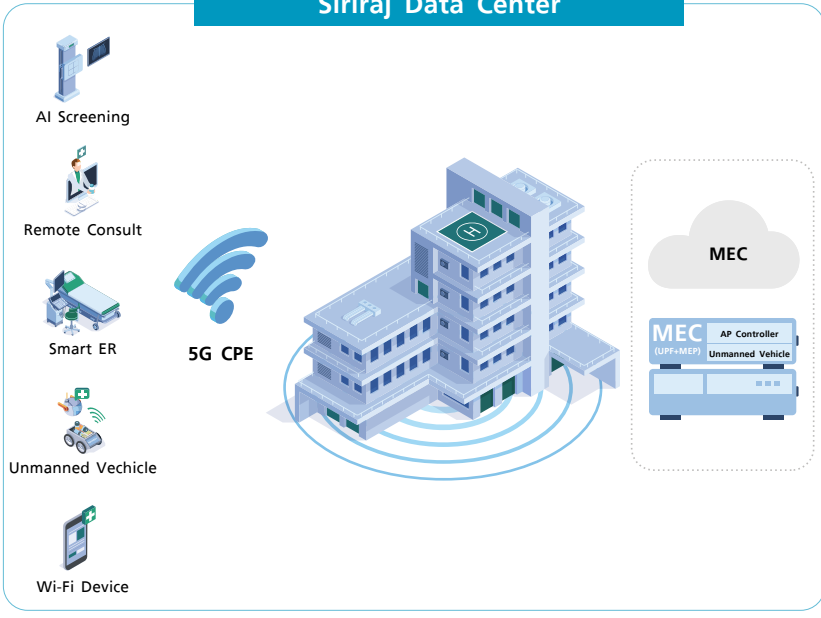
ลดพลังงานลงได้ ร้อยละ **2.80** ต่อปีต่อสาขา

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึง

8.15 ตัน CO₂e

CASE STUDY

Siriraj Data Center



5G Multi-access Edge Computing



รายได้จากโครงการ

50 ล้านบาท/ปี



เพิ่มประสิทธิภาพการรับส่งข้อมูล

ขึ้นร้อยละ 75

Multi-access Edge Computing (MEC) เป็นโครงการความร่วมมือระหว่าง บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และรพ. ศิริราช ในการวางระบบ Edge Computing สำหรับรองรับอุปกรณ์ที่ต้องการทำงานด้วยความหน่วงต่ำ ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าสู่ระบบและข้อมูลที่ตาต้าเซ็นเตอร์ของรพ. ศิริราชได้โดยตรง มีความปลอดภัยของข้อมูลและความเร็วในการรับส่งข้อมูลสูง ทำให้การนำอุปกรณ์ไร้สาย 5G มาใช้ในโรงพยาบาลได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และเกิดการต่อยอดได้หลากหลาย ประโยชน์ต่อระบบสาธารณสุข เช่น ระบบการให้คำปรึกษาทางการแพทย์ Tele Ambulance Powered by True 5G เพื่อนำไปใช้สื่อสารในรถพยาบาลฉุกเฉิน การใช้งาน Telehealth รวมถึงการพัฒนาเครือข่าย 5G ไร้คนขับ เป็นต้น ในโครงการนี้ ทำให้บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น เป็นผู้ให้บริการโทรคมนาคมรายแรกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่ติดตั้งและให้บริการ MEC และสนับสนุนการพัฒนาระบบงานโรงพยาบาลอัจฉริยะของประเทศ

การสร้าง ความผูกพันกับ ผู้มีส่วนได้เสีย

Stakeholder Engagement

หนึ่งในแนวทางการดำเนินงานเพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรแห่งความยั่งยืนที่พร้อมส่งมอบคุณค่าแห่งอนาคตให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม คือการรักษาไว้ซึ่งความไว้วางใจและความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อองค์กร ทว่า ในปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการออกกฎระเบียบใหม่ หรือสภาวะการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เป็นหนึ่งในความท้าทายของเครือเจริญโภคภัณฑ์ในการดำเนินงาน และการผลิตผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้อย่างทันก่วงทีและเต็มประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ อย่างใกล้ชิด เครือฯ จึงมีกระบวนการในการติดตามตรวจสอบความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง และนำผลการสำรวจความผูกพันไปใช้ในการทบทวนกลยุทธ์การสร้าง ความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กร รวมถึงแนวทางในการสื่อสารผลการดำเนินงานอย่างโปร่งใส นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกับองค์กรด้านความยั่งยืน ทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ พร้อมนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติ ประชาชน และเครือฯ โดยยึดมั่นที่จะทำให้เกิดการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น “เพื่อพรุ่งนี้ ที่ดีกว่า”

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



16.7



17.16

17.17

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ Sustainable Development Goals Report 2022

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2565

คะแนนความผูกพัน
ของผู้มีส่วนได้เสีย

80%

↓ ลดลงร้อยละ 2
เมื่อเทียบกับปี 2564

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน
ด้านความยั่งยืน

80%

↑ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1
เมื่อเทียบกับปี 2564

การสื่อสาร รับฟัง และตอบสนอง

79%

เท่ากับปี 2564

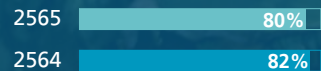
ความพึงพอใจในภาพรวม

80%

↓ ลดลงร้อยละ 6
เมื่อเทียบกับปี 2564

เป้าหมายและความคืบหน้า

80% คะแนนความผูกพัน
กับผู้มีส่วนได้เสียหลัก
จากการสำรวจของทุกกลุ่มธุรกิจ



แผนการดำเนินงานในอนาคต



ทบทวนกลยุทธ์การสร้าง ความผูกพัน
กับผู้มีส่วนได้เสีย และด้านความยั่งยืน
ขององค์กรให้สอดคล้องกับผลการสำรวจ
ความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย



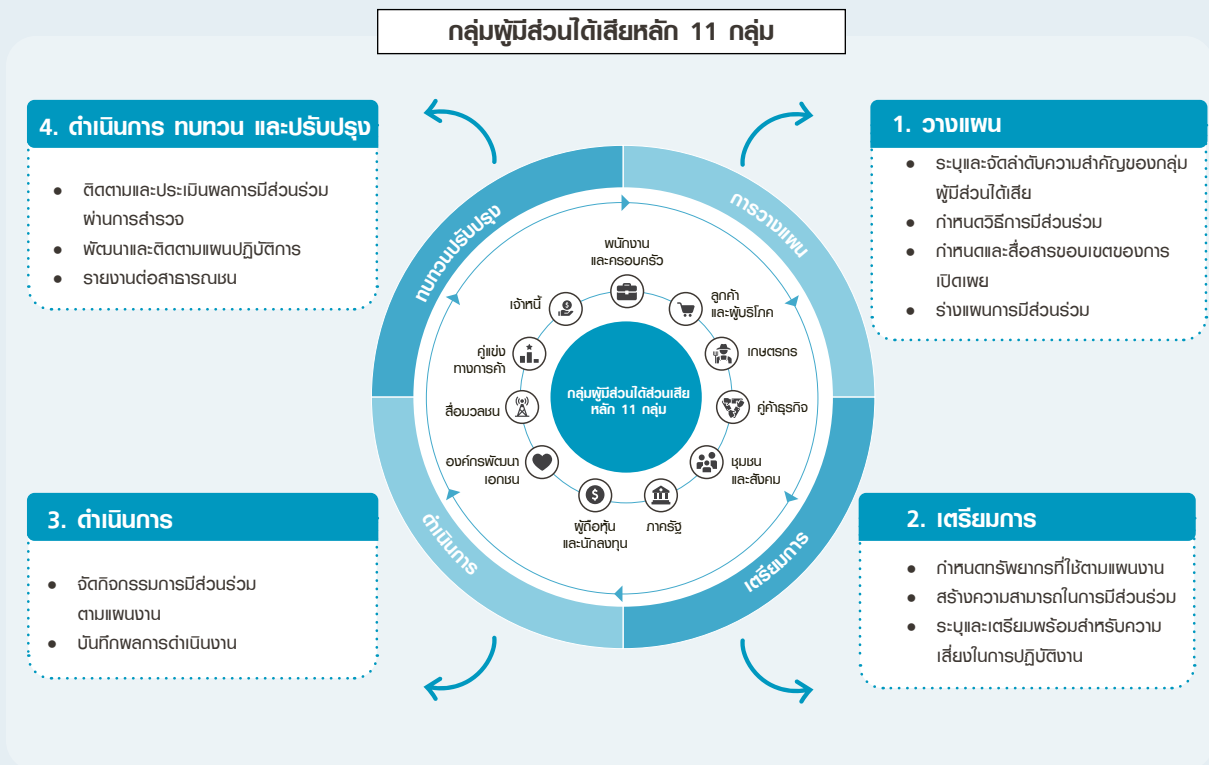
ทบทวนประเด็นสำคัญที่อยู่ในความสนใจ
ของผู้มีส่วนได้เสีย



พัฒนาสื่อ E-Learning ด้านกระบวนการ
สร้างความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย

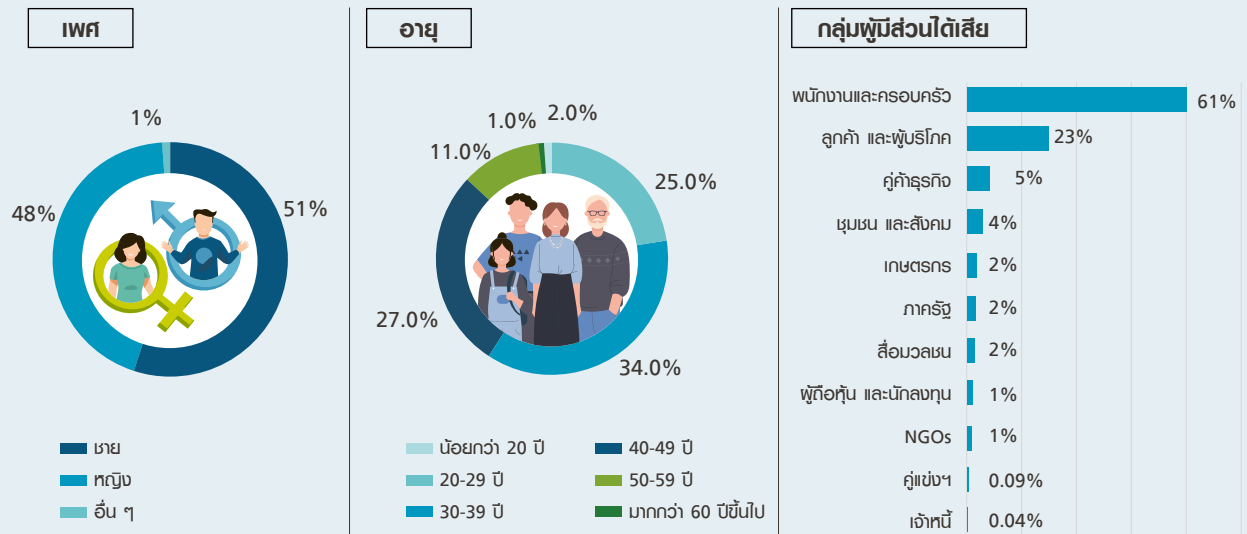
การสำรวจความผูกพัน ของผู้มีส่วนได้เสียประจำปี 2565

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมกัน ดังนั้น เครือฯ จึงได้จัดทำ **แนวปฏิบัติด้านการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย** ซึ่งพัฒนาขึ้นตามมาตรฐานสากล AA1000 เพื่อสนับสนุนการดำเนินการของแต่ละบริษัทฯ ในการระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง การจัดทำกลยุทธ์การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนนำมาทบทวนกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนขององค์กร



เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินการสำรวจความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 11 กลุ่ม ซึ่งช่วยการสำรวจในปี 2565 ได้ผนวกการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีความสำคัญเข้าไปในการสำรวจ เพื่อรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสีย และนำความคิดเห็นมาปรับปรุงกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน และกลยุทธ์ในการสร้างความผูกพันกับเครือฯ ทั้งนี้เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสีย โดยเครือฯ ได้สื่อสารแนวทางการสำรวจฯ ไปยังกลุ่มธุรกิจภายในเครือฯ เพื่อพัฒนาการสำรวจให้มีประสิทธิภาพและมีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังได้สื่อสารผลการสำรวจไปยังกลุ่มธุรกิจภายในเครือฯ เพื่อให้สามารถนำไปปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย และการดำเนินงานด้านความยั่งยืนให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างธุรกิจกับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง

การสำรวจความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย ประจำปี 2565 มีผู้ตอบแบบสำรวจจำนวน 16,425 คน โดยมีสัดส่วนเป็นเพศชาย ร้อยละ 51 เพศหญิง ร้อยละ 48 และไม่ระบุร้อยละ 1 โดยผู้ตอบส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 30-39 ปี และผู้ตอบแบบสำรวจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงาน ลูกค้า และคู่ค้าธุรกิจ



ผลการสำรวจความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย ประจำปี 2565 พบว่า ผู้มีส่วนได้เสียมีความผูกพันกับเครือข่ายภาคีพันธมิตรอยู่ที่ ร้อยละ 80 ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่เครือข่าย ได้กำหนดไว้ที่ ร้อยละ 80 โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่มีคะแนนความผูกพันสูงที่สุด 3 ลำดับแรก คือ เจ้าหน้าที่ สื่อมวลชน และภาครัฐ ในขณะที่กลุ่มที่มีคะแนนความผูกพันน้อยที่สุด คือ คู่แข่ง



ผลคะแนนความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียแสดงให้เห็นว่า ผู้มีส่วนได้เสียเล็งเห็นว่าเครือข่ายภาคีพันธมิตรมีการดำเนินงานที่ดีในด้านประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ซึ่งมีคะแนนโดยรวมสูงขึ้นเมื่อเทียบกับผลการสำรวจในปี 2564 ซึ่งเป็นผลมาจากความมุ่งมั่นในการดำเนินงานด้านความยั่งยืน เช่น การกำกับดูแลกิจการ และความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันการรับรู้ด้านการสื่อสารรับฟัง และตอบสนอง ยังคงเป็นความท้าทายสำหรับเครือข่าย ซึ่งเครือข่าย ได้วางแผนการดำเนินงานไว้เบื้องต้น เพื่อพัฒนาผลการดำเนินงานในด้านดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มช่องทางในการสื่อสาร รวมถึงการปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มมากยิ่งขึ้น ตามข้อเสนอแนะที่ได้จากการสำรวจ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ รายงานความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย 2565

การรับฟังและตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสีย

การรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียหลัก ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลหรือได้รับผลกระทบจากกิจกรรม ผลิตภัณฑ์ หรือบริการของเครือฯ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ถือเป็นโอกาสที่จะได้รับข้อมูลโดยตรงจากมุมมองของผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงรับทราบข้อกังวลต่อประเด็นด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง และเป็นโอกาสสำคัญในการสื่อสาร ทำความเข้าใจกับผู้มีส่วนได้เสียถึงกลยุทธ์การสร้างความผูกพันที่เครือฯ ดำเนินการ

โดยการสำรวจความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียในปี 2565 ได้ดำเนินการสัมภาษณ์ความคิดเห็นเชิงลึกของตัวแทนของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก ถึงมุมมองต่อโครงการที่ดำเนินร่วมกับเครือเจริญโภคภัณฑ์ รวมถึงประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสนใจและความเห็นต่อกระบวนการสื่อสารของเครือฯ เพื่อนำข้อมูลเชิงลึกมาปรับกลยุทธ์การสื่อสาร และการสร้างความผูกพันต่อผู้มีส่วนได้เสียให้ดียิ่งขึ้น

ชุมชน

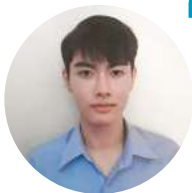


“ การที่เครือซีพี ให้การสนับสนุนโครงการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวชุมชนบ้านธรรมชาติล่าง ผมเห็นว่าเป็นการให้โอกาสชุมชนในการเสริมสร้างรายได้ เนื่องจากทรัพยากรทางทะเลหายากขึ้น การทำประมงอย่างเดียวไม่คุ้มกับค่าครองชีพ และมีรายได้ที่ไม่แน่นอน ซึ่งตัวแทนของเครือฯ ได้เข้ามารับฟังข้อเสนอแนะจากชุมชนเป็นระยะ เพื่อช่วยสนับสนุน และต่อยอดโครงการอย่างต่อเนื่อง ”

คุณทองหล่อ วรฉัตร

ประธานชุมชน บ้านธรรมชาติล่าง

พนักงาน



“ ผมรู้สึกสบายใจมากที่ได้ร่วมงานกับ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) เพราะที่นี้ไม่มีการเลือกปฏิบัติ และส่งเสริมการเติบโตในสายงานอย่างไม่มีขีดจำกัด เปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความสามารถอย่างเต็มที่ เรื่องนี้ถือว่าเป็นเรื่องน่าประทับใจมากครับ ”

คุณธนพล วิริยะสรรค์สกุล

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

คู่ค้าธุรกิจ



“ โครงการด้าน circular economy ที่ดำเนินการระหว่างเครือซีพี กับ เอสซีจี ช่วยตอบสนองในเรื่องของการดูแลโลกอย่างจริงจัง รวมถึงเป็นโครงการที่เกิด commercial ได้จริงในกลุ่มของซีพี และในอนาคตถ้าสามารถวาง roadmap ระยะยาวร่วมกัน ในโครงการด้าน Circular Economy ที่เป็นพลาสติกของซีพีเพื่อนำ กลับไปใช้ใน commercial ตลอด value chain แล้วก็จะประโยชน์สูงสุดต่อประเทศและโลกของเรา ”

คุณโชคชัย มนตรีอมรเชษฐ

บริษัท เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด (มหาชน)

ลูกค้า



“ โครงการพัฒนาคู่มือการปฏิบัติเกษตรกรฟืนฟูล่าหรับเกษตรกรฯ ที่ดำเนินการร่วมกับกลุ่มธุรกิจข้าวของซีพี เป็นโครงการที่ยูนิตีเวอร์ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เรามองว่าถ้ามีคู่มือ เป็นสิ่งที่ดีทั้งในแง่คนปฏิบัติงาน คนที่ไปดำเนินงานต่อ รวมถึงเกษตรกร ซึ่งถ้ามีบรรทัดฐานหรือสิ่งที่อ้างอิงได้ก็จะเป็นประโยชน์กับทุกฝ่าย ”

คุณณัฐธินิ เนตรอำไพ

บริษัท ยูนิลีเวอร์ ประเทศไทย จำกัด

การรับฟังความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญภายนอก

นอกจากการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มดังกล่าวแล้ว ข้อกังวลจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญภายนอกก็เป็นสิ่งที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญ เนื่องจากผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้สามารถให้ความเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มและสถานการณ์ของกระบวนการในระดับสากลได้อย่างชัดเจน เครือฯ จึงดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับตัวแทนผู้เชี่ยวชาญ ในด้านการดำเนินการด้านความยั่งยืน และ

การสื่อสารของเครือฯ ซึ่งช่วยให้เครือฯ สามารถปรับปรุงแผนการดำเนินงานและกลยุทธ์ในด้านต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มและสถานการณ์ใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในระดับสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภาครัฐ



“ ในส่วนตัวมองว่า เครือซีพียังมีช่องว่างในเรื่องของมิติความยั่งยืนด้านสังคมที่ยังสามารถพัฒนาต่อยอดไปได้ เช่น เรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน มีมิติที่น่าจะยื่นมือไปให้ Partner จับ โดย Partner อาจจะเป็นสถาบันการศึกษา ชุมชน หรือกลุ่มอื่น ๆ เพื่อให้เกิดความร่วมมือที่เป็นประสพการณ์ตรงในเรื่องการแบ่งปันองค์ความรู้ต่าง ๆ ซึ่งเครือซีพีน่าจะมี Resource ที่สูงมาก ในการที่จะเอามาย้อนกลับให้กับสังคมหรือผู้ประกอบการ ”

รศ. ดร. จุฑรัตน์ ชัยสำเร็จ

คณะกรรมการเศรษฐกิจหมุนเวียนและสิ่งแวดล้อม หอการค้าไทย

NGOs



“ ความสัมพันธ์ของเรากับเครือซีพีดำเนินไปได้ด้วยดี ซีพีเป็นตัวอย่างของแนวปฏิบัติที่ดี และได้รับรางวัลให้เป็นหนึ่งในบริษัทที่มีผลงานสูงสุดในรายงานของเรา 2022 Reporting matters เราต้องการทำงานร่วมกัน และสนับสนุนซีพี เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน เพื่อให้ซีพี เป็นหนึ่งในกลุ่มบริษัทที่มีผลงานสูงสุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกอีกครั้ง ”

Blanca Grey

World Business Council for Sustainable Development

การร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อขับเคลื่อน การพัฒนาอย่างยั่งยืนปี 2565

5 พฤษภาคม 2565 – คุณศุภชัย เจียรวนนท์ ประธานคณะผู้บริหาร เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้กล่าวปาฐกภาพพิเศษ หัวข้อ “Digital Transformations” ในงานสัมมนา “Enhance the Dots” จัดโดยสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย โดยมีผู้บริหารองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้บริหารจากสภาหอการค้าฯ กว่า 500 คนเข้าร่วมรับฟัง



วันที่ 1 ตุลาคม 2565 – คุณศุภชัย เจียรวนนท์ ประธานคณะผู้บริหาร เครือเจริญโภคภัณฑ์ ร่วมแสดงวิสัยทัศน์ในเวทีเสวนา CEO Panel ในหัวข้อ “Leading Sustainable Business” พร้อมกับผู้บริหารองค์กรชั้นนำเพื่อร่วมนำเสนอแนวทางด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนมาปรับใช้ในการบริหารธุรกิจ เป็นแนวทางให้กับผู้นำองค์กรอื่นได้นำไปปรับใช้ต่อไป โดยประกาศเป้าหมายและนโยบายที่จะเป็นองค์กร Carbon Neutral และมุ่งสู่การลดขยะเป็นศูนย์ ภายในปี 2573 และการเป็นองค์กร Net Zero ภายในปี 2593

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

➔ [การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย](#)

30 พฤศจิกายน 2565 – คุณศุภชัย เจียรวนนท์ ประธานคณะผู้บริหาร เครือเจริญโภคภัณฑ์ ร่วมแสดงวิสัยทัศน์ บนเวทีสัมมนา SUSTAINABILITY FORUM 2023 ประภาค 3 เป้าหมายที่ท้าทายที่เครือฯ จะต้องขับเคลื่อนให้เป็นผลสำเร็จภายในปี 2573 คือ การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การสนับสนุนด้านการศึกษาเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ และการปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ



วันที่ 14 ธันวาคม 2565 – คุณธนิษฐ์ เจียรวนนท์ ประธานอาวุโสของเครือเจริญโภคภัณฑ์ และ มร.อากิโอะ โตโยดะ กรรมการผู้จัดการใหญ่ และประธานคณะกรรมการบริหารของ โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น ได้จับมือกันเพื่อผลักดันเป้าหมายสู่การเป็นกลางทางคาร์บอนในประเทศไทย โดยการเชื่อมโยงกันระหว่างสองบริษัท เพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์อย่างสม่ำเสมอ ตลอดกระบวนการผลิต การขนส่ง และการใช้พลังงาน

14 มีนาคม 2566 – คุณสุภกิต เจียรวนนท์ ประธานกรรมการเครือเจริญโภคภัณฑ์ นำทีมคณะผู้บริหารบริษัทในกลุ่มฯ เข้าร่วมรับฟังการนำเสนอผลงานจากทีมวิจัยเพื่อผลักดันการเดินหน้าโครงการด้านอวกาศของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) ร่วมกับเครือข่ายพันธมิตร พร้อมเข้าเยี่ยมชมห้องปฏิบัติการอาหารอวกาศ The KEETA Space Food Laboratory หรือ KEETA ห้องปฏิบัติการต้นแบบหนึ่งในเอเชียที่ผ่านและใช้มาตรฐานนาซ่า ซึ่งเป็นผลงานความร่วมมือครั้งสำคัญของทีมวิศวกรอวกาศรุ่นใหม่ในประเทศไทย และสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) เล็งเห็นถึงความสำคัญในการผลักดันเทคโนโลยีของประเทศ ไทย จึงให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการศึกษาพัฒนาเยาวชนผ่านโครงการดังกล่าว พร้อมเชื่อมโยงหน่วยงานต่างๆ เพื่อร่วมกันสร้างความก้าวหน้า พร้อมยกระดับการวิจัยและพัฒนาด้านอวกาศของไทยให้ทัดเทียมกับนานาชาติต่อไป





HOME

Living Together

การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมแบบองค์รวมที่คำนึงถึงความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งดิน น้ำ ป่า และอากาศจะช่วยให้เราสามารถบรรลุเป้าหมายที่สำคัญของโลกในการจำกัดการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลกให้ไม่เกิน 1.5 องศาเซลเซียส และการรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรทางธรรมชาติที่จำเป็นต่อการดำรงชีพของประชากรโลกและสิ่งมีชีวิต ด้วยเหตุนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมุ่งดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การลดการเกิดและการจัดการของเสีย การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ รวมถึงการสร้างประโยชน์สูงสุดให้แก่วัตถุดิบและทรัพยากรธรรมชาติอย่างต่อเนื่อง เพื่อร่วมสร้างระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน นอกเหนือจากความมุ่งมั่นในการดำเนินงานของเราแล้ว เครือฯ ได้ขยายแนวทางการดำเนินงานไปยังคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่มูลค่า เพื่อร่วมสร้างผลกระทบเชิงบวกในวงกว้าง และเพื่อ “พรุ่งนี้ ที่ดีกว่า” สำหรับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม



การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	174
ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน	192
การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ	204
การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ	214
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	230

กระบวนการสร้างคุณค่า

ปัจจัยนำเข้า

Financial Capital

- 4,822 ล้านบาท การลงทุนทางด้านสิ่งแวดล้อม

Manufacturing Capital

- ร้อยละ 93.6 ของโรงงานการผลิตหรืออาคารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- 1,728 สาขา ที่ได้รับการปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

Human Capital

- ร้อยละ 100 ของพนักงานที่ได้รับการอบรมนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมความตระหนักรู้ด้านการปกป้องทรัพยากรทางธรรมชาติ
- 17,637 ราย คู่ค้าและเกษตรกรที่ได้รับการพัฒนาความรู้ และทักษะด้านการเกษตรใหม่ ๆ

Relationship Capital

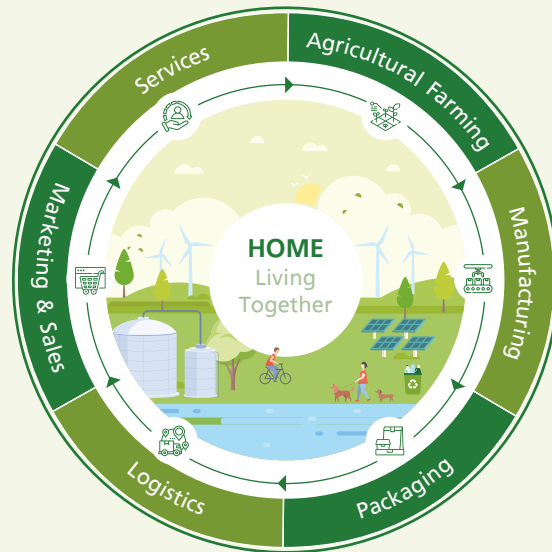
- การสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคงระหว่างเครือข่ายและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม
- ความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อสร้างสังคมและองค์กรที่ยั่งยืน

Natural Capital

- 52.16 ล้านกิโลจูล การใช้พลังงาน
- 392 ล้านลูกบาศก์เมตร การดึงน้ำมาใช้
- 328 พันตัน ทรัพยากรหมุนเวียนทางธรรมชาติ (ชีวมวล) ที่นำมาใช้

กระบวนการสร้างคุณค่าผ่านการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์

ห่วงโซ่คุณค่าของเครือเจริญโภคภัณฑ์



กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

ตลอดระยะเวลาของการดำเนินงานที่ผ่านมา เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อการดูแล ปกป้อง และรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติ โดยมุ่งเน้นไปที่การลดการพึ่งพาการใช้ทรัพยากร ใช้วัสดุติดทนแทน เพิ่มการรีไซเคิล ใช้ซ้ำ อีกทั้งยังให้ความสำคัญต่อการลดการเกิดขยะของเสีย ทั้งภายในการดำเนินธุรกิจของเครือฯ และการใช้งานของผู้บริโภค และลูกค้า นอกจากการดำเนินงานเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจของเครือฯ แล้ว เครือฯ ยังได้มุ่งพัฒนาขีดความสามารถของคู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจของเราอย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกในวงกว้าง

คุณค่าและผลกระทบที่เกิดขึ้น



Relationship Capital

+ คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจที่มีการดำเนินงานด้านการปกป้องและรักษาสิ่งแวดล้อม **10 ราย**



Natural Capital

- + ปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 และ 2) ลดลง **1.32 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**
- + เพิ่มปริมาณการใช้พลังงานหมุนเวียน **1.06 ล้านกิกะจูล**
- + ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ **69 ล้านลูกบาศก์เมตร**
- + ลดการเกิดปริมาณขยะของเสียจากกระบวนการผลิต **0.04 ตันต่อหน่วยรายได้ล้านบาท**
- ผลกระทบที่เกิดต่อดิน น้ำ อากาศ และความเป็นอยู่ของสิ่งมีชีวิตทั่วไป

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

ภาครัฐ

ชุมชน และสังคม

คู่ค้าธุรกิจ

พนักงานและครอบครัว

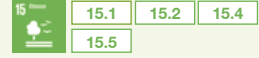
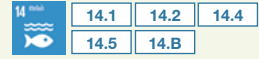
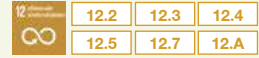
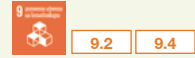
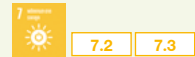
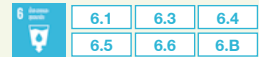
NGOs

ภาครัฐ

คู่แข่งทางการค้า

ลูกค้า และพันธมิตร

SDGs



การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

Climate Resilience

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นหนึ่งในประเด็นที่สังคมโลกให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ เพราะผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศนั้นเกิดขึ้นเป็นวงกว้างไปทั่วโลก ซึ่งไม่เพียงแต่กระทบต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจ แต่ยังส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของสิ่งมีชีวิตทั้งหลาย เครือเจริญโภคภัณฑ์ ในฐานะที่เป็นบริษัทที่มีการดำเนินธุรกิจอยู่ใน 21 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลก ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการดูแล และรักษาสิ่งแวดล้อมของโลกให้มีความอุดมสมบูรณ์เพื่อ “พรุ่นนี้ ที่ดีกว่า” ของรุ่นต่อไป เครือฯ ได้ประกาศเป้าหมายเพื่อมุ่งสู่การเป็น Carbon Neutral ภายในปี 2573 และ Net Zero ภายในปี 2593 เครือฯ ตระหนักถึงความท้าทายในการบรรลุเป้าหมายทั้งสอง ซึ่งเครือฯ ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์แนวทางการดำเนินงานในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความท้าทายที่อาจเกิดขึ้น เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ และสร้างการเปลี่ยนถ่ายที่เป็นธรรมที่สามารถมอบโอกาสที่เท่าเทียมให้แก่ประชาชนในการเข้าถึงทรัพยากรที่เพียงพอ รวมถึงน้ำและอากาศที่บริสุทธิ์ นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้ประสานความร่วมมือกับคู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ และพร้อมส่งเสริมการซื้อและการบริโภคที่ยั่งยืน

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY

7.2
7.3

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



8.4

9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



9.4

11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES



11.6

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



12.A

13 CLIMATE ACTION



13.3

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ [Sustainable Development Goals Report 2022](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2565

6.20%

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
Scope 1 และ 2ในปี 2565 สามารถลดการปล่อย
ก๊าซเรือนกระจก Scope 1 และ 2 ลดลง
0.17 ล้านตัน CO₂e

15%

สัดส่วนในการใช้พลังงานหมุนเวียน

ในปี 2565 เครือฯ เพิ่มสัดส่วนการใช้
พลังงานหมุนเวียน คิดเป็นการลดการปล่อย
ก๊าซเรือนกระจก 0.78 ตัน CO₂e

23%

ปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

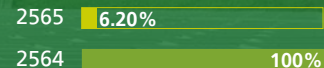
ในปี 2565 เครือฯ ดำเนินโครงการ
อนุรักษ์พลังงานและเพิ่มประสิทธิภาพ
ซึ่งสามารถประหยัดการใช้พลังงานได้
0.89 ล้านกิกะจูล

4,822 ล้านบาท

ในการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม

ในปี 2565 เครือฯ เพิ่มสัดส่วนการลงทุน
ด้านสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายและความคืบหน้า

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจาก
การดำเนินงานธุรกิจ (Scope 1 และ Scope 2)
จากเป้าหมาย 42% ตาม Science-base
Targets

แผนการดำเนินงานในอนาคต

เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน
และพลังงานหมุนเวียนใช้เทคโนโลยีการเพิ่มผลผลิต
ลดการปล่อย และเพิ่มการกักเก็บ
ก๊าซเรือนกระจกในการทำเกษตรกรรมจัดทาวัดฤดูใบสำหรับการผลิตสินค้า
หรือการจัดหาสินค้าเพื่อจำหน่าย
จากแหล่งผลิตที่ยั่งยืนส่งเสริมและสนับสนุนลูกค้า คู่ค้า
และผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ตลอด
ห่วงโซ่คุณค่า เพื่อลดการปล่อย
ก๊าซเรือนกระจก

ความมุ่งมั่นสู่ Net Zero

เครือเจริญโภคภัณฑ์

2548-2558

เครือฯ เริ่มต้นจากเป้าหมายการประหยัดพลังงาน และเริ่มใช้เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีฐานปี 2558

2553

2564

เครือฯ ได้ตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิตาม SBT Scope 1 และ 2 ลงร้อยละ 42 และ Scope 3 ลงร้อยละ 25 ภายในปี 2573 เทียบกับฐานปี 2564

2563

2563

บรรลุเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 และ Scope 2) ได้ร้อยละ 10 ต่อหน่วยรายได้เมื่อเทียบกับปีฐานปี 2558

เป้าหมายสั้นภายในปี 2573

SBT: Scope 1+2: ลดลงร้อยละ 42
ussq Carbon Neutral (Scope 1+2)



15% ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน



3% สารทำความเย็นจากธรรมชาติ



30% พลังงานหมุนเวียน



1% รถขนส่งพลังงานไฟฟ้า



19% พลังงานชีวภาพ



22% คาร์บอนเครดิต และใบรับรองการผลิตไฟฟ้าพลังงานสะอาด



2% ไม่มีการใช้ถ่านหิน



8% การปลูกต้นไม้

2573

SBT: Scope 3: ลดลงร้อยละ 25



45% จัดหาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ



25% จัดหาวัตถุดิบการเกษตรที่เป็นคาร์บอนต่ำ



16% หลีกเลี่ยงการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้ผลิตภัณฑ์ของเรา



11% ขยะที่ไปหลุมฝังกลบเป็นศูนย์



3% เปลี่ยนไปใช้เชื้อเพลิงที่ปล่อยมลพิษต่ำ รถยนต์ไฟฟ้าหรือไฮโดรเจน

หมายเหตุ: เป้าหมายระยะยาวครอบคลุมข้อมูล GHG Scope 3 อย่างน้อยร้อยละ 90

2573



เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้รับการรับรองตามแนวทางการกำหนดเป้าหมายทางวิทยาศาสตร์ (Science-based Targets Initiative: SBTi)

เครือฯ มีความมุ่งมั่นในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงาน ทั้งในขอบข่ายที่ 1 และขอบข่ายที่ 2 ลงร้อยละ 42 และกำหนดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบข่ายที่ 3 ลงร้อยละ 25 ภายในปี 2573 จากปีฐาน 2564

2593

เป้าหมาย:

บรรลุ Net Zero Emissions ภายในปี 2593

ดำเนินธุรกิจแบบเป็นกลาง เพื่อชดเชยก๊าซเรือนกระจกที่ตกลง

เป้าหมายระยะยาวภายในปี 2593

SBT: Scope 1+2: ลดลงร้อยละ 90



พลังงาน
หมุนเวียน



คาร์บอนเครดิต และใบรับรอง
การผลิตไฟฟ้าพลังงานสะอาด



การดักจับและ
การกักเก็บคาร์บอน



การปลูกต้นไม้

SBT: Scope 3: ลดลงร้อยละ 90



ลดการปล่อยก๊าซเรือน
กระจกจากคู่ค้าต้นน้ำ



ออกแบบใหม่และเปลี่ยนไปใช้
วัสดุที่ยั่งยืน/รีไซเคิลใน
ส่วนประกอบของบรรจุภัณฑ์



ร่วมดำเนินการด้าน
การเกษตรยั่งยืนกับคู่ค้า



สนับสนุนให้เกิดการใช้ไฟฟ้า
หมุนเวียนสำหรับฟาร์ม



เพิ่มประสิทธิภาพของ
การกระจายสินค้าและ
การขนส่ง



ร่วมดำเนินการด้านความยั่งยืน
กับบริษัทร่วมทุน

2583

2593

Net Zero Emissions

การประเมินความเสี่ยงและโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีกรอบการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตลอดห่วงโซ่คุณค่า และได้ประเมินความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในหลากหลายมิติ รวมถึงผลกระทบทางการเงินที่อาจเกิดขึ้น พร้อมวิเคราะห์กลยุทธ์ระยะยาวและการจัดสรรที่มีประสิทธิภาพสูงสุดของทุนในแง่ของผลกระทบทางเศรษฐกิจที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ตามกรอบแนวทาง Task Force on Climate-related Financial Disclosure (TCFD)

ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นอย่างมาก ดังนั้น การเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานไปสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงจะส่งเสริมให้เครือฯ มีความสามารถในการแข่งขันพร้อมกับส่งมอบคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อมได้อย่างต่อเนื่อง

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ [Task Force on Climate-related Financial Disclosure \(TCFD\) Report 2022](#)

ความเสี่ยงและโอกาสของเครือฯ จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ความเสี่ยง

ทางการเปลี่ยนแปลงผ่าน

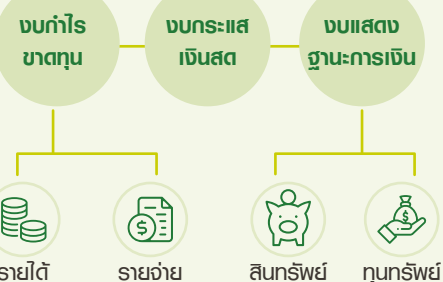
-  นโยบายและข้อบังคับ
-  เทคโนโลยี
-  การตลาด
-  ชื่อเสียง

ทางกายภาพ

-  ภัยพิบัติ/เรื้อรัง

การบริหารจัดการกลยุทธ์ด้านความเสี่ยง

ผลกระทบด้านการเงิน



โอกาส

-  ประสิทธิภาพของทรัพยากร
-  แหล่งพลังงาน
-  ผลิตภัณฑ์และบริการ
-  การตลาด
-  ความพร้อมในการรับมือ

การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการจัดการพลังงาน

ท่ามกลางกระแสการมุ่งสู่การเป็น Zero Carbon Organization ซึ่งกลายเป็นประเด็นที่ถุกจับตาทันทั่วโลก ประเด็นนี้ถือเป็นการท้าทายที่ยิ่งใหญ่ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ เครือฯ จึงได้กำหนดเป้าหมาย Carbon Neutral และได้รับการรับรองตามแนวทางการกำหนดเป้าหมายทางวิทยาศาสตร์ (Science-based Targets Initiative: SBTi) ภายในปี 2573 ทุกเป้าหมายดังกล่าว ได้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายสูงสุดตามข้อตกลงปารีส (Paris Agreement) ในการจำกัดการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลกไม่ให้เกิน 1.5 องศาเซลเซียส

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้นการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยให้ความสำคัญตั้งแต่การส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียนเพิ่มขึ้น การปรับปรุงเครื่องจักรให้มีความทันสมัย การสร้างประสิทธิภาพสูงสุดในทุกกิจกรรม การพัฒนาระบบขนส่งที่ทันสมัยรวดเร็วและไม่ก่อให้เกิดมลพิษ การจัดหาวัตถุดิบที่ยั่งยืนที่ไม่ทำลายป่าและเป็นสินค้าคาร์บอนต่ำ และการปลูกต้นไม้และเพิ่มพื้นที่สีเขียวรวมถึงการลงทุนในเทคโนโลยีการดักจับคาร์บอนมาใช้ ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

กรอบการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การใช้พลังงานอย่างยั่งยืน

Sustainable Energy

- 1 การอนุรักษ์และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน
- 2 การใช้พลังงานทางเลือกและพลังงานหมุนเวียน

การดำเนินงานอย่างยั่งยืน

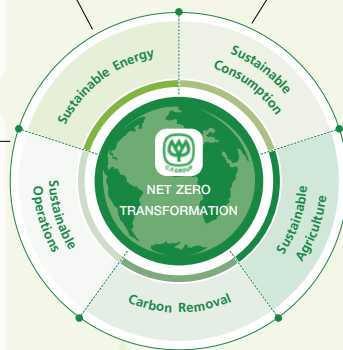
Sustainable Operations

- 3 การใช้ทรัพยากรในกระบวนการผลิต ขนส่ง และโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ
- 4 การลดของเสียไปสู่หลุมฝังกลบให้เป็นศูนย์
- 5 การใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การกำจัดคาร์บอน

Carbon Removal

- 6 การกำจัดคาร์บอนด้วยวิธีทางธรรมชาติ เช่น การปลูก และอนุรักษ์ต้นไม้ และวิธีทางวิศวกรรม เป็นต้น



การจัดการวัตถุดิบและการผลิตสินค้าและบริการที่ยั่งยืน

Sustainable Consumption

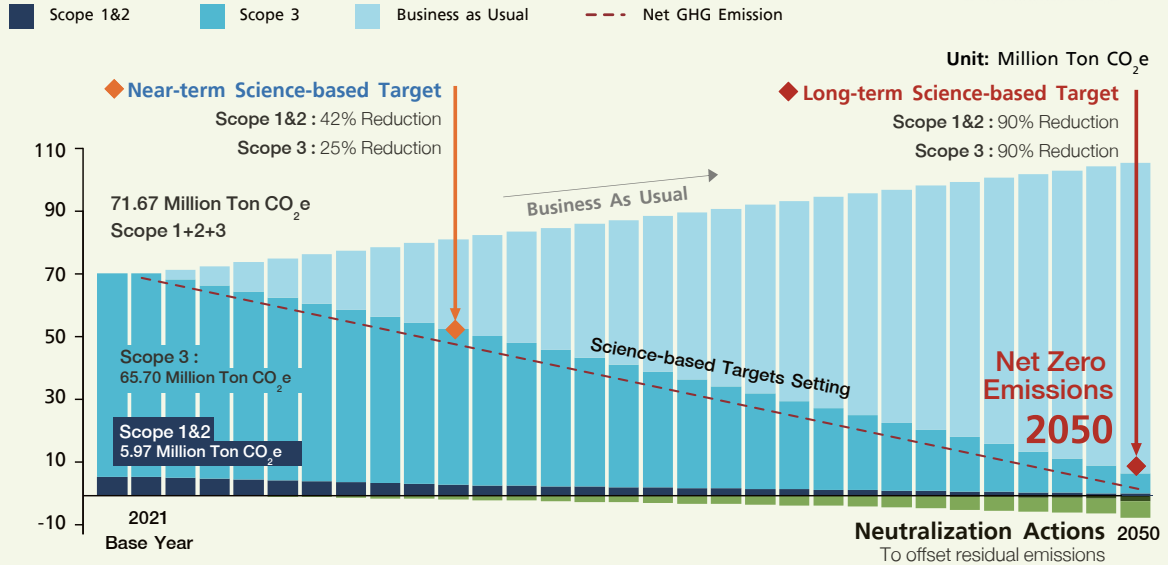
- 9 การจัดหาวัตถุดิบสำหรับการผลิตสินค้าหรือการจัดหาสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายจากแหล่งผลิตที่ยั่งยืน
- 10 การผลิตสินค้าและบริการที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขั้นตอนของการใช้งาน

เกษตรกรรมที่ยั่งยืน

Sustainable Agriculture

- 7 การใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มผลผลิต ลดการปล่อยและเพิ่มการกักเก็บก๊าซเรือนกระจกในการเกษตรกรรม
- 8 การใช้และผลิตพลังงานหมุนเวียนจากของเสียการเกษตร

แนวทางสู่ Net Zero ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ (การปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 2 and 3)



Manufacturing Capital

ต้นแบบโรงงานอาหารสัตว์ที่เป็นกลางทางคาร์บอน
 รายแรกของประเทศไทยที่ได้รับการรับรอง
 จาก อวก.

CASE STUDY

“Carbon Neutral Organization” โรงงานผลิตอาหารสัตว์บึงกอกนครชัย จังหวัดนครราชสีมา

ธุรกิจอาหารสัตว์มีความมุ่งมั่นในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมาอย่างต่อเนื่อง โดยได้ดำเนินโครงการต่าง ๆ เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ลดการใช้พลังงาน ลดการสูญเสียจากกระบวนการผลิต และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เช่น การใช้พลังงานชีวมวล พลังงานแสงอาทิตย์ และการใช้ระบบการผลิตอัตโนมัติที่ลดการสูญเสีย เป็นต้น

ส่งผลให้โรงงานอาหารสัตว์บึงกอกนครชัยปล่อยก๊าซเรือนกระจกหรือก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ต่ำ ส่วนค่าคาร์บอนที่เหลือ บริษัทฯ ได้แสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม โดยทำการชดเชยการปลดปล่อยให้เป็นศูนย์ เพื่อให้เป็นกลางทางคาร์บอน (Feedmill Carbon Neutrality) ใส่ใจต่อภาวะโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เป็นต้นแบบในการเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรในการบริหารจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อมูลการจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด

Scope 1+2 และ 3



Scope 1

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงขององค์กร	1.18	1.61%
---------------------------------------	------	-------

Scope 2

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน	4.63	6.31%
---	------	-------

Scope 3

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ	67.54	92.08%
-------------------------------------	-------	--------

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

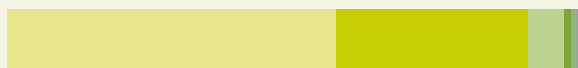
Scope 1+2

แบ่งตามประเภท



S1 การเผาไหม้อยู่กับที่	11%	S1 สารระเหย	7%
S1 การเผาไหม้เคลื่อนที่	2%	S2 ไฟฟ้า	80%

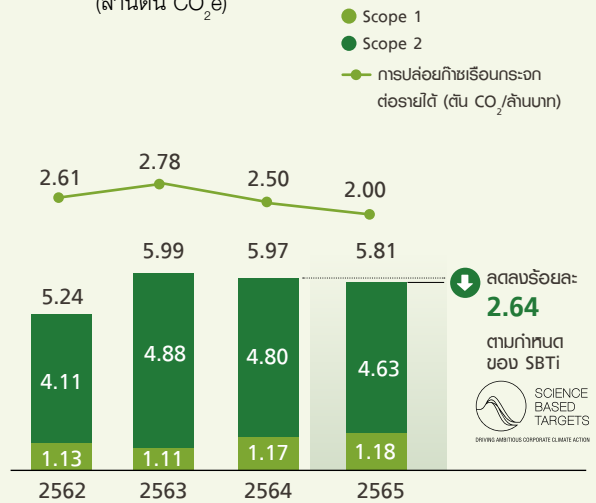
แบ่งตามกลุ่มธุรกิจ



เกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร	54%	อสังหาริมทรัพย์	1%
ค้าปลีก	37%	กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ	1%
สื่อสารและโทรคมนาคม	6%		

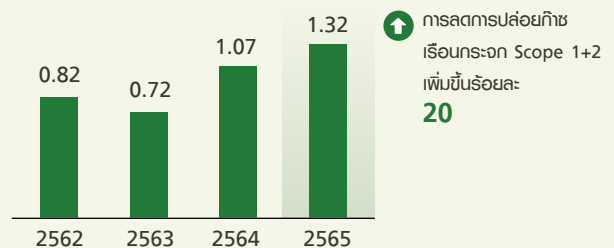
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

(ล้านตัน CO₂e)



การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากโครงการต่าง ๆ

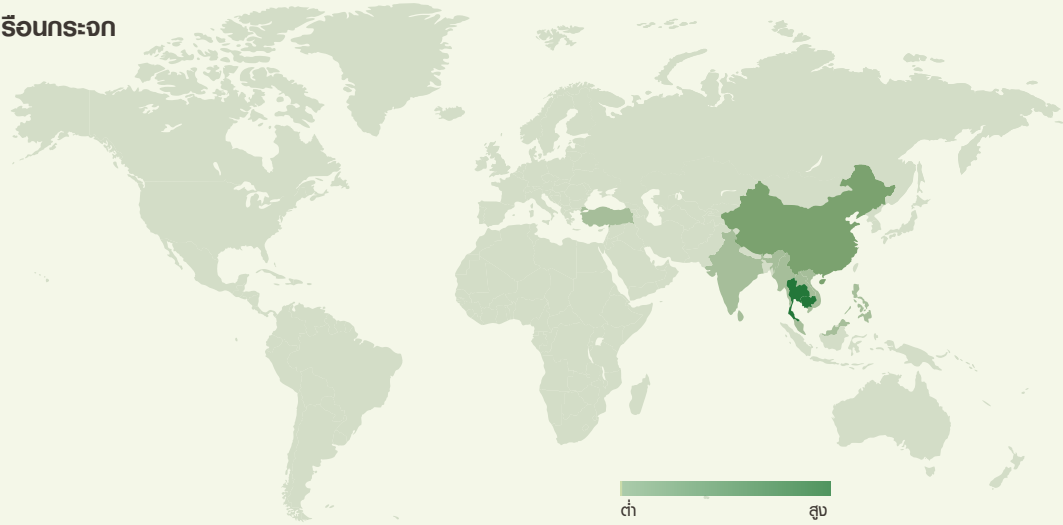
1.32 ล้านตัน CO₂e



การใช้คอมพิวเตอร์/ ก๊าซชีวภาพ	49%	การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน	7.48%
การจัดการของเสีย	30%	การใช้สารทำความเย็นจากธรรมชาติ	3%
การผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์	11%		

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

Scope 1+2

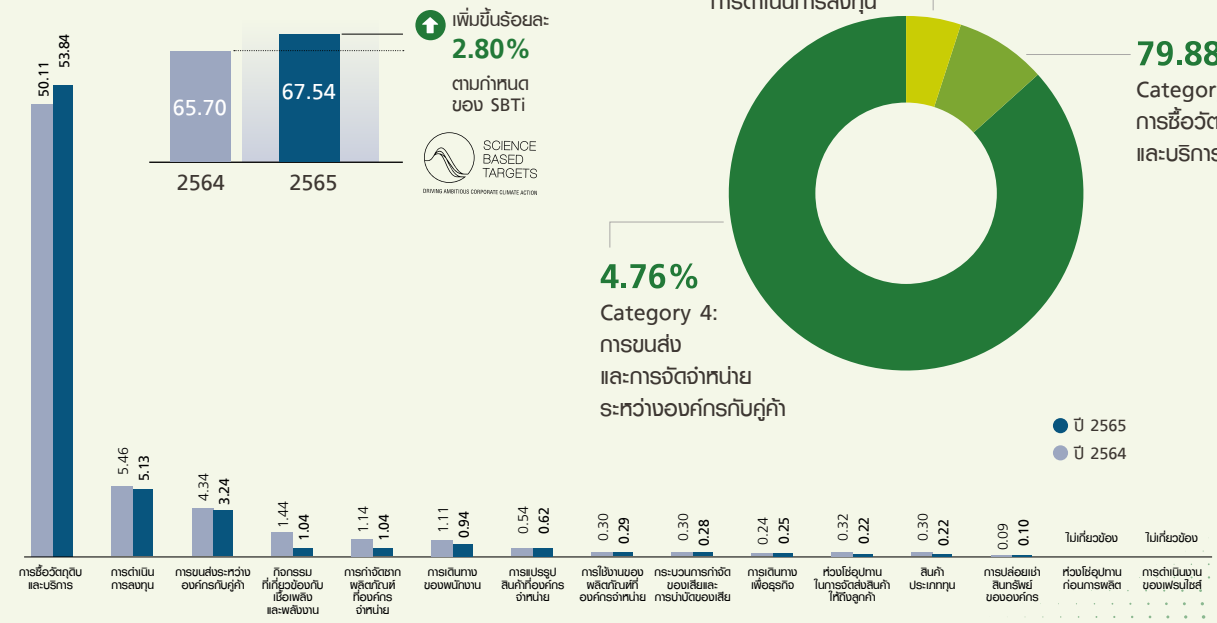


แบ่งตามประเทศ
(ล้านตัน CO₂e)

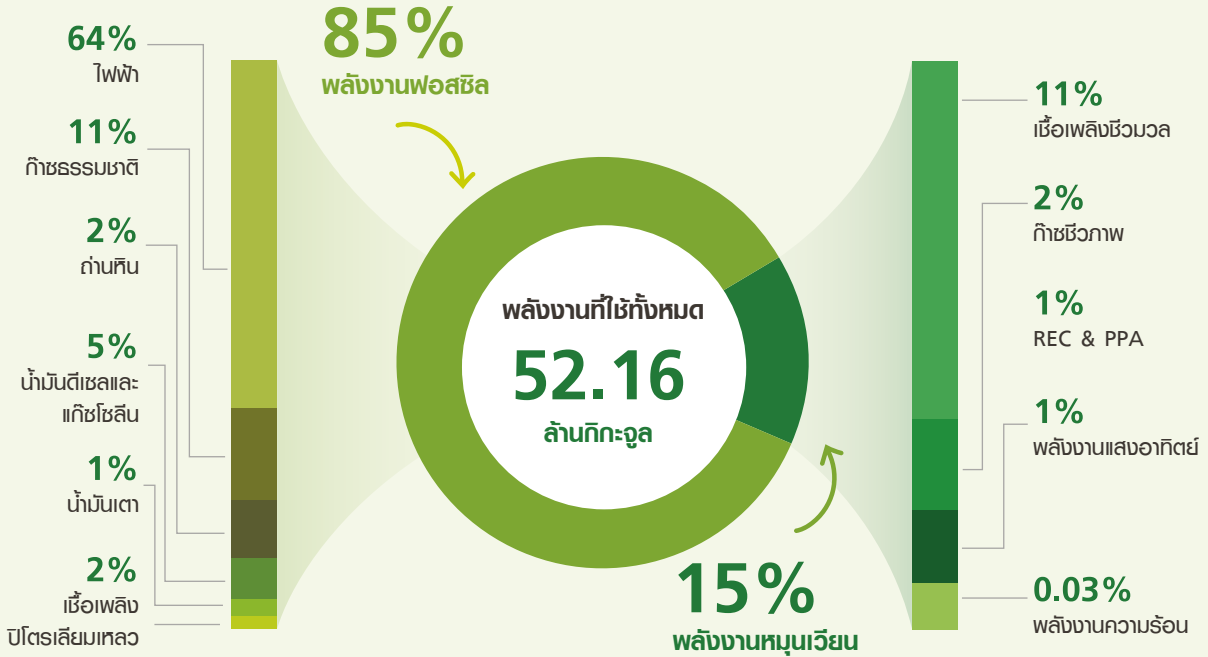
	THA	3.29
	CHN	1.61
	VNM	0.37
	MYS	0.20
	IND	0.12
	PHL	0.05
	KHM	0.03
	LAO	0.01
	BGD	0.06
	TUR	0.04
	MMR	0.03

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 3

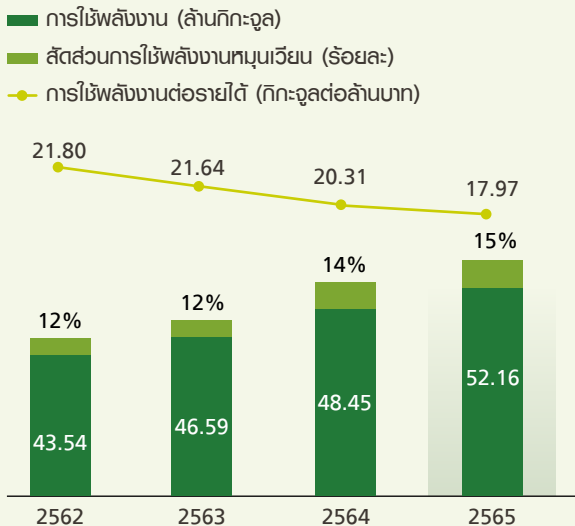
หน่วย: ล้านตัน CO₂e



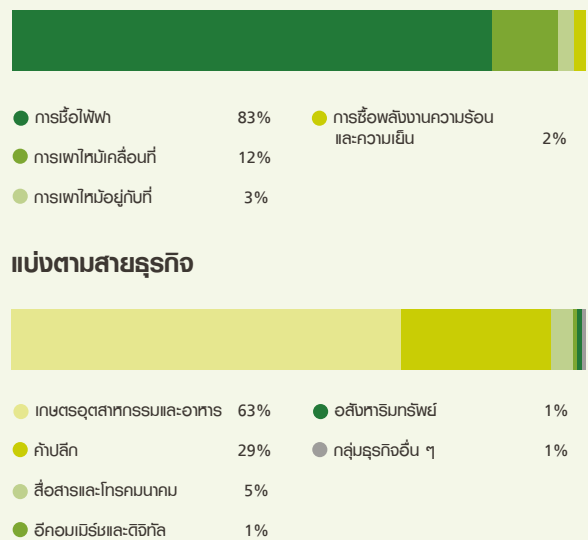
ข้อมูลการจัดการพลังงาน



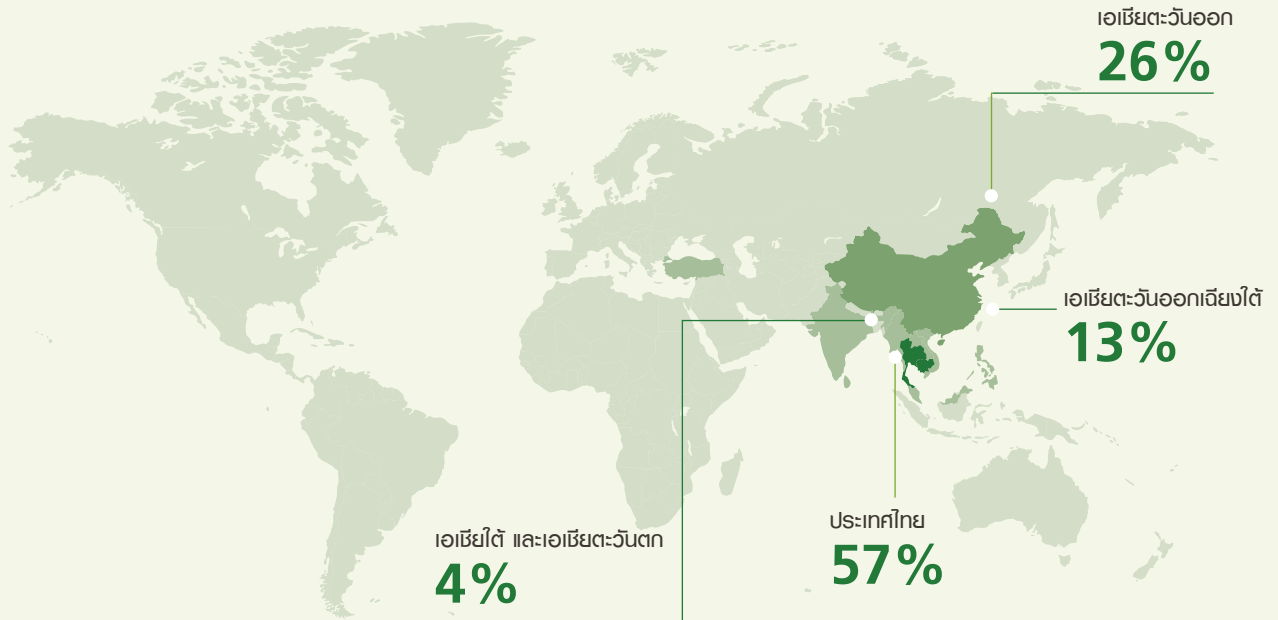
การใช้พลังงานทั้งหมด



ประเภทของพลังงานและกิจกรรม

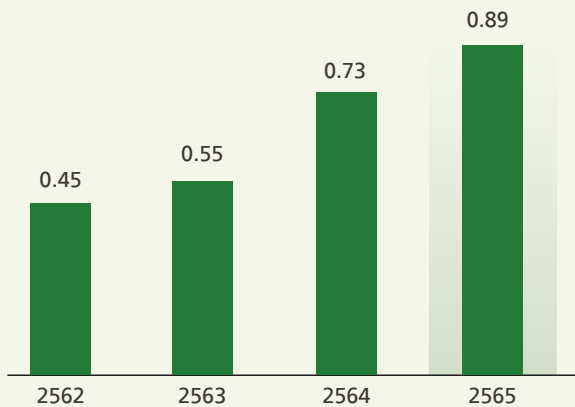


การใช้พลังงานแบ่งตามโซนประเทศ



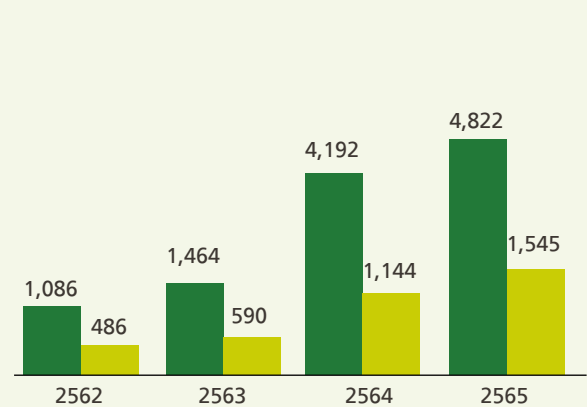
สรุปผลการประหยัดพลังงาน

(ล้านกิกะจูล)



สรุปผลการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม

■ การลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม (ล้านบาท)
■ ผลประหยัด (ล้านบาท)



การส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ออกแบบการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงานให้มีประสิทธิภาพ โดยได้มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ รวมถึงการลงทุนในเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มีประสิทธิภาพสูง เพื่อลดการใช้พลังงานให้ได้มากที่สุด ควบคู่ไปกับการพัฒนากระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพที่มากขึ้น และส่งเสริมให้ทุกกลุ่มธุรกิจมีการใช้พลังงานหมุนเวียนให้มากขึ้นผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น การผลิตพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์รูปแบบต่าง ๆ อาทิ ส่วนที่เป็นหลังคา (Solar Rooftop) ส่วนที่ตั้งบนดิน (On Ground) และส่วนที่ตั้งแผงแสงอาทิตย์บนน้ำ (Solar Floating)

การใช้เชื้อเพลิงชีวมวลทดแทนการใช้พลังงานจากฟอสซิล โดยกลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารมีนโยบายยกเลิกการใช้ถ่านหินทั้งหมด และมาใช้เป็นเชื้อเพลิงชีวมวล นอกจากนี้ ยังได้มีการพัฒนาอาหารสัตว์ที่ลดก๊าซไนตรัสออกไซด์ และสุดท้ายในธุรกิจฟาร์มให้เพิ่มสัดส่วนการผลิตพลังงานชีวภาพจากมูลสุกรให้มากขึ้น เพื่อนำมาผลิตพลังงานไฟฟ้าในฟาร์ม พร้อมขยายผลไปยังทุกกลุ่มธุรกิจทั่วโลก



CASE STUDY

CPRAM โรงงานสีเขียว เดินหน้าสู่ Net Zero

CPRAM มีความมุ่งมั่นและให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมจึงได้ติดตั้ง Solar Rooftop บนหลังคาโรงงานทั้ง 7 แห่งทั่วประเทศไทย มูลค่าการลงทุน 200 ล้านบาท บนพื้นที่รวมกว่า 34,315 ตารางเมตร ผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์กว่า 6,321 เมกกะวัตต์ ชั่วโมงต่อปี ช่วยลดต้นทุนการใช้ไฟฟ้าในโรงงานได้ประมาณ 9 ล้านบาทต่อปี และสามารถช่วยลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ปีละมากกว่า 2,813 ตันคาร์บอนไดออกไซด์ โดยเฉพาะ CPRAM บ่อเงิน ซึ่งเป็นโรงงานที่ทันสมัยที่สุด โดยออกแบบเทคโนโลยีตั้งแต่ด้านวัสดุที่ลดการนำความร้อนเข้าสู่อาคาร ใช้แนวคิดแสงธรรมชาติ เน้นระบบม่านบังแสง และออกแบบช่องลมช่วยระบายความร้อนภายในอาคาร ใช้ระบบปรับอากาศที่เน้นการประหยัดพลังงานอีกด้วย



Natural Capital

ติดตั้ง Solar Rooftop ที่ CPRAM 7 แห่ง
สามารถลดก๊าซเรือนกระจกได้

2,813 ตัน CO₂e

CASE STUDY

Greenfarm นวัตกรรมโมเดลการเลี้ยงสัตว์สีเขียว



ลดต้นทุนด้านไฟฟ้าได้ถึงร้อยละ

50-80

ของค่าไฟฟ้าทั้งหมด

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

370,000

ตัน CO₂e



โมเดลธุรกิจสีเขียวอันโดดเด่น พัฒนาให้ฟาร์มสุกรของบริษัททั้ง 98 แห่งเป็นต้นแบบฟาร์มระดับโลก “เป็นมิตรกับชุมชนและสิ่งแวดล้อม” พร้อมผลักดันเกษตรกรในโครงการส่งเสริมอาชีพการเลี้ยงสัตว์ หรือคอนแทรคฟาร์มมิ่ง บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ดำเนินการตามมาตรฐาน Greenfarm อย่างต่อเนื่องภายใต้มาตรฐานเดียวกัน โดยมุ่งเน้นการจัดการของเสียภายในฟาร์มด้วยระบบ Biogas และการปลูกไม้ยืนต้นภายในฟาร์ม และลดการใช้พลังงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

CASE STUDY

อาคารเพื่อสิ่งแวดล้อม SKY BRIGHT CENTER

อาคารของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ วิทยาเขตอีอีซี สถาบันการศึกษาภายใต้การบริหารและออกแบบโดย บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เป็นการออกแบบให้เป็นอาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตามเกณฑ์ของ Thai's Rating of Energy and Environmental (TREES) และ Thai Green Building Institute (TGBI) อาคารดังกล่าวได้มีการกำหนดทิศเพื่อเน้นการใช้แสงจากธรรมชาติสำหรับภายในอาคาร ได้ออกแบบให้ใช้หลอด LED ทั้งหมด และระบบปรับอากาศและระบายอากาศ ออกแบบโดยคำนึงถึงคุณภาพอากาศภายในอาคาร อุณหภูมิ และความชื้นให้มีความเหมาะสม มีการนำระบบ Building Automation System มาใช้ควบคุมเพื่อให้ระบบการทำงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และได้การจัดเตรียมพื้นที่สำหรับรองรับการติดตั้ง Solar Rooftop เพื่อช่วยลดการใช้พลังงานไฟฟ้าจากการไฟฟ้าและเป็นพลังงานที่สะอาดเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



รางวัลความภาคภูมิใจ: ได้รับรางวัล

ASEAN Energy Awards 2022

การส่งเสริมพลังงานหมุนเวียนของเครือเจริญโภคภัณฑ์

กลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ภายใต้เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน โดยดำเนินการผ่านการจัดทำโครงการพลังงานทดแทนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการติดตั้งระบบผลิตพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ ทั้งแบบติดตั้งบนดิน และติดตั้งบนหลังคา การนำเชื้อเพลิงชีวมวล เช่น ไม้สับ แกลบ กากถั่วเหลือง และขี้ข้าวโพด เป็นต้น มาใช้ผลิตไอน้ำ การนำมูลสัตว์และน้ำเสียมาผลิตเป็นไบโอแก๊สเพื่อใช้ผลิตไฟฟ้าและไอน้ำ และการซื้อใบรับรองการผลิตพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy Certificate: REC)

นอกจากนี้ ยังได้มีการติดตั้งสร้างสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าให้กับลูกค้าที่สายธุรกิจค้าปลีก ซึ่งในอนาคต เครือฯ มีแผนงานที่จะขยายการติดตั้งสถานีชาร์จฯ เพิ่มอีก 100 สาขา ในปี 2565 มีการติดตั้ง Solar PV มีกำลังการผลิตรวมกว่า 153 MW สามารถประหยัดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ 257,899 MWh/ปี หรือประมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้มากกว่า 0.12 ล้านตัน CO₂e

การใช้พลังงานหมุนเวียนของเครือเจริญโภคภัณฑ์



แผงโซลาร์เซลล์

มากกว่า 5,000 จำนวนสถานที่ติดตั้ง (โรงงาน ศูนย์กระจายสินค้า ร้าน 7-Eleven สาขาฐานและชุมชน)
0.56 เกียรติค่าพลังงานที่ใช้ (ล้านกิโลวัตต์-ชั่วโมง)
0.12 ปริมาณการลดก๊าซเรือนกระจก (ล้านตัน CO₂e)



REC

265,000 จำนวน REC
0.12 ปริมาณการลดก๊าซเรือนกระจก (ล้านตัน CO₂e)



ชีวมวล

106 จำนวนโรงงานที่ใช้ชีวมวล (โรงงาน)
4.94 เกียรติค่าพลังงานที่ใช้ (ล้านกิโลวัตต์-ชั่วโมง)
0.47 ปริมาณการลดก๊าซเรือนกระจก (ล้านตัน CO₂e)



ก๊าซชีวภาพ

252 จำนวนฟาร์ม (ฟาร์ม)
1.05 เกียรติค่าพลังงานที่ใช้ (ล้านกิโลวัตต์-ชั่วโมง)
0.17 ปริมาณการลดก๊าซเรือนกระจก (ล้านตัน CO₂e)



สถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า

1,013 จำนวนรถไฟฟ้า (คัน)
24 รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า, รถยนต์ และรถบรรทุก
1,452 จำนวนสถานีอัดประจุรถไฟฟ้า (สถานี)
1,452 ปริมาณการลดก๊าซเรือนกระจก (ล้านตัน CO₂e)













การประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์

เครื่องเจริญโภคภัณฑ์ได้ทำการวิเคราะห์แนวโน้มของผู้บริโภคและการเติบโตของตลาดในปัจจุบันและอนาคต และพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เริ่มให้ความสำคัญกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและความต้องการใช้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ ความก้าวหน้าของนวัตกรรมและเทคโนโลยีส่งเสริมให้คู่แข่งมีศักยภาพในการผลิตสินค้าได้หลากหลาย ซึ่งส่งผลให้สถานการณ์การตลาดมีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น เพื่อเป็นการรักษาไว้ซึ่งตำแหน่งทางการตลาด เครือฯ จึงได้มุ่งเน้นในการสร้างความแตกต่างผ่านการพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า อีกทั้งยังสามารถส่งเสริมให้

คุณภาพชีวิตของลูกค้าดีขึ้น เครื่องเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการนำแนวคิดการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวัฏจักรชีวิต (Life Cycle Assessment: LCA) มาใช้ และได้ขอการรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ทั้งฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์ ฉลากลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์และฉลากอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์

 Thailand Voluntary Emission Reduction Program: TVERs	 Carbon Footprint for Organization Label: CFO	 Carbon Footprint for Product Label: CFP	 Carbon Footprint Reduction Label: CFR	 Low Emission Support Scheme: LESS
<p>12 โครงการ</p> <p>97,155 ตัน CO₂e</p>     	<p>33 บริษัท</p>          	<p>834 ผลิตภัณฑ์</p>      	<p>69 ผลิตภัณฑ์</p>   	<p>241 โครงการ</p>           

CASE STUDY

ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ไข่ไก่

โครงการไข่ไก่ 3.6 ล้านฟอง ซีพีเหว่ยฟาง (Zhengda Weifang) ได้ร่วมมือกับ Chia Tai Henning Modern Agricultural Technology และ Zhengda Egg (Shandong) ริเริ่มโครงการฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ไข่ไก่ ตามมาตรฐานคาร์บอนฟุตพริ้นท์ในสาขาเกษตร และผ่านการรับรองการคำนวณค่าการปล่อยคาร์บอนในขอบเขต วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ 26.59 กรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ต่อไข่ไก่ 1 ฟอง ในเดือนมกราคม 2565 นับเป็นโครงการที่ได้รับรอง ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ไข่ไก่แห่งแรกของประเทศจีน และยังได้รับรางวัล “ผู้จัดหาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ” ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในปี 2573 ของเครือฯ อีกด้วย นอกจากนี้ ยังได้นำเทคโนโลยีเลเซอร์มาใช้ในการพิมพ์ฉลากลงบนเปลือกไข่เพื่อแสดงฉลากลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์อีกด้วย



ค่าการปล่อยคาร์บอนฟุตพริ้นท์ไข่ไก่
26.59 กรัม คาร์บอนไดออกไซด์
 เทียบเท่าต่อไข่ไก่ 1 ฟอง

CASE STUDY

ผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green Products) ซีพีเอฟ



ผลิตภัณฑ์กว่า **818** รายการ
 ได้รับการรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์และ
 กว่า 56 รายการได้รับรองฉลากลดโลกร้อน

ปัจจุบัน เครือเจริญโภคภัณฑ์มีผลิตภัณฑ์กว่า 818 รายการที่ได้รับการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์และได้รับการรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ และกว่า 56 รายการเป็นผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ ที่ได้รับรองฉลากลดโลกร้อนจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก. ได้แก่ ไก่มีชีวิต เป็ดมีชีวิต สุกรขุน และผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด เนื้อเป็ดสด และเนื้อหมูสด อันเป็นผลจากการพัฒนาประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตอย่างสม่ำเสมอ ตั้งแต่การวิจัยและพัฒนาอาหารสัตว์ให้มีโภชนาการที่เหมาะสมกับความต้องการในการเจริญเติบโตของแต่ละช่วงวัย การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และการใช้พลังงานหมุนเวียนในการผลิต ทำให้ตลอดกระบวนการผลิตและการได้มาซึ่งวัตถุดิบมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลงอย่างต่อเนื่อง

ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

Circular Economy

หลายปีที่ผ่านมา แนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียนได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานตามเป้าหมายของการเป็นองค์กรแห่งความยั่งยืน เพราะแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียนไม่เพียงแต่ช่วยให้เราสามารถใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติได้อย่างเต็มประสิทธิภาพและสนับสนุนเป้าหมายการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังสร้างความมั่นคงให้แก่เศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม หลายบริษัท รวมถึงเครือเจริญโภคภัณฑ์ ยังพบเจอความท้าทายในการดำเนินงาน เช่น ความร่วมมือจากภาคส่วนต่างๆ ในการสร้างระบบนิเวศแห่งความยั่งยืนให้เกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่คุณค่า เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีอยู่อย่างจำกัด ความตระหนักรู้และพฤติกรรมของผู้บริโภค และค่าใช้จ่ายในการจัดการที่ค่อนข้างสูง เป็นต้น ในขณะที่เครือฯ มีการดำเนินงานที่กระจายอยู่ใน 21 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลก และมีความเกี่ยวข้องกับหลากหลายอุตสาหกรรม เราได้ตระหนักถึงระดับและขนาดของผลกระทบที่สามารถเกิดขึ้นจากการดำเนินงานของเราและคู่ค้า เครือฯ จึงได้กำหนดนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร และพร้อมสร้าง “พรุ่นนี้ ที่ดีกว่า” อีกทั้ง ยังได้ประกาศเป้าหมายการเป็นองค์กรที่มีของเสียส่งไปจัดการที่หลุมฝังกลบเป็นศูนย์ และลดปริมาณขยะอาหารที่ถูกนำไปฝังกลบให้เป็นศูนย์

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



11.6



12.2

12.3 12.5

12.4 12.A

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ [Sustainable Development Goals Report 2022](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2565

94.53%

บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ใช้ซ้ำ หรือย่อยสลายได้

90%

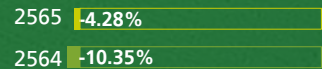
การนำของเสียกลับมาใช้ซ้ำ/ใช้ใหม่

35,340 ตัน

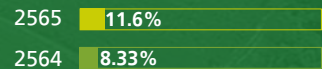
กลุ่มธุรกิจภายในเครือฯ ลดปริมาณการสูญเสียอาหาร และอาหารส่วนเกิน ด้วยการส่งต่อไปยังกลุ่มคนเปราะบางในสังคม โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมความร่วมมือกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

เป้าหมายและความคืบหน้า

ลดปริมาณขยะอาหารที่ถูกนำไปฝังกลบให้เป็นศูนย์



ลดปริมาณของเสียที่ถูกนำไปฝังกลบให้เป็นศูนย์



บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ทั้งหมดสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ใช้ซ้ำ หรือย่อยสลายได้



แผนการดำเนินงานในอนาคต



บริหารจัดการบรรจุภัณฑ์พลาสติกอย่างครบวงจรและยั่งยืน



ส่งเสริม และพนักงาสังความร่วมมือทั้งภายในและภายนอกเครือฯ ให้เกิดการวิจัยและการพัฒนาที่นำไปสู่การเกิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างเป็นรูปธรรม



ใช้ทรัพยากรในการผลิตให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และแปรรูปพลผลอยได้จากการผลิตเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด



ขยายความรับผิดชอบต่อการบริหารจัดการขยะจากบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคให้กลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่

กรอบการดำเนินงาน ตามระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน



การผลิตไอน้ำจากก๊าซชีวภาพ (Biogas)
ขนาด 5 ตัน โรงงานแปรรูปเนื้อไก่
นครราชสีมา
ลดก๊าซเรือนกระจกได้ **5,626** ตัน CO₂e



ก๊าซชีวภาพจากมูลไก่ (Poultry
Manure) คอมเพล็กซ์ไก่ไข่ 7 แห่ง
153,300 ตัน
ลดก๊าซเรือนกระจกได้ **113,000** ตัน CO₂e



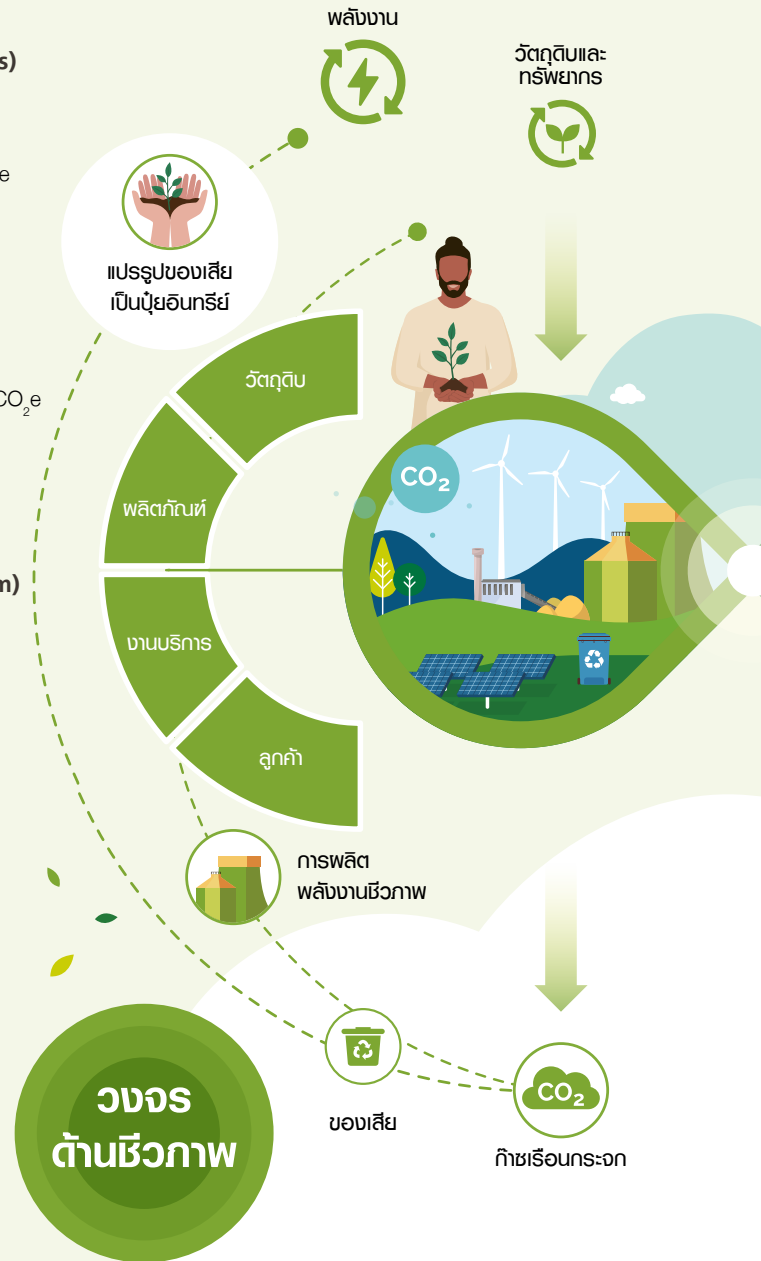
ระบบบริหารจัดการข้อมูลวัตถุดิบและ
สินค้าก่อนที่จะกลายเป็นขยะอาหาร
(Shrinkage Management System)
17,911 ตัน
ลดก๊าซเรือนกระจกได้
45,314 ตัน CO₂e



ปุ๋ยเปลือกไข่ จ.ชัยภูมิ
(Eggshell Fertilizer)
377 ตัน
ลดก๊าซเรือนกระจกได้ **75** ตัน CO₂e



การแปรรูปขยะอาหารเป็นน้ำหมัก
ชีวภาพ (EM)
48.35 ตัน
ลดก๊าซเรือนกระจกได้
122,325 ตัน CO₂e

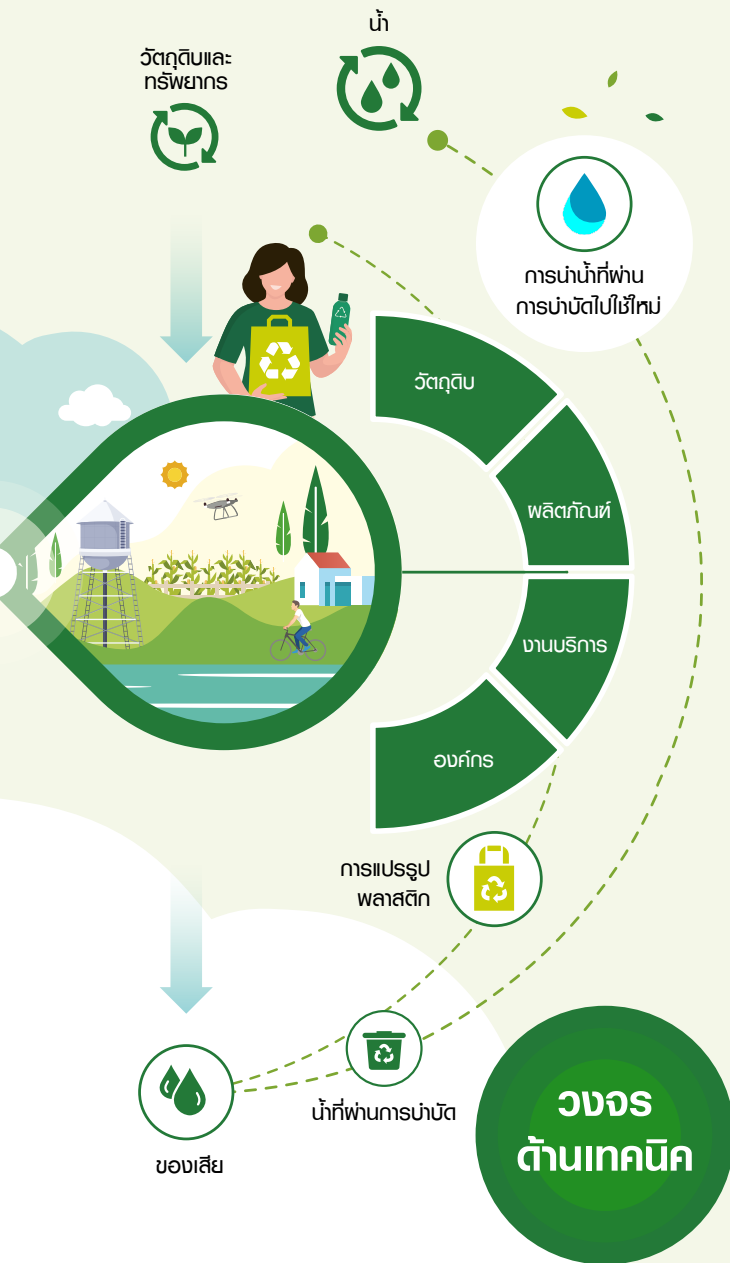


การดำเนินงานเพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่วัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ประมวลตัวอย่างภาพรวมการดำเนินโครงการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานผ่านโครงการต่าง ๆ ในระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนจากแต่ละกลุ่มธุรกิจของเครือฯ ทั่วโลก

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ [เศรษฐกิจหมุนเวียน](#)



การแปรรูปเศษขนมปัง CPRAM (Recycling Bread Scrap)

14,600 ตัน
ลดก๊าซเรือนกระจกได้
36,938 ตัน CO₂e



การลดปริมาณการใช้พลาสติกถุงหิ้วแบบครั้งเดียวทิ้ง (Reducing Single-use Plastic) 7-11

26,405.15 ตัน
ลดก๊าซเรือนกระจกได้
265,268 ตัน CO₂e



การแปรรูปเศษพลาสติกจากกระบวนการผลิตกระสอบไปผลิตพาเลทพลาสติก

55 ตัน
ลดก๊าซเรือนกระจกได้
15.95 ตัน CO₂e



การแปรรูปขวดพลาสติก PET เพื่อผลิตเสื้อพนักงาน (Recycled Plastic to Shirt)

42.97 ตัน
ลดก๊าซเรือนกระจกได้
59.13 ตัน CO₂e



การรับบริจาคขวดน้ำดื่ม PET ให้วัดจากแดงเพื่อการผลิตจิ๋ว

38.76 ตัน
ลดก๊าซเรือนกระจกได้
111.82 ตัน CO₂e



**วงจร
ด้านเทคนิค**

การบริหารจัดการ การใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ เล็งเห็นถึงความเร่งด่วนของวิกฤติมลพิษขยะพลาสติก และความจำเป็นในการลดการผลิตและ การใช้งานที่ครอบคลุมไปถึงบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวทิ้งได้อย่างมีนัยสำคัญทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งเครือฯ ได้แสดงความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ และ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ เครือฯ มุ่งมั่นที่จะลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก และมุ่งสู่การกำหนด แผนงานยกเลิกบรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง โดยเครือฯ ได้ให้ความสำคัญ ครอบคลุมไปถึงการจัดระบบ กระจายสินค้าแบบยั่งยืน และสื่อสารต่อสาธารณะเกี่ยวกับประโยชน์ของการลดการใช้ซ้ำ การแปรรูปรวมถึงต้นทุน ของการใช้พลาสติกครั้งเดียวทิ้ง



1. มีความโปร่งใสและตรวจสอบได้

เครือฯ เปิดเผยแพร่ข้อมูลปริมาณและชนิดของพลาสติกที่ใช้ การนำมาใช้ซ้ำ การนำกลับมาใช้ใหม่ การลดการใช้ และการกำจัดพลาสติกอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกปี ผ่านรายงานความยั่งยืนของเครือฯ ตลอดจนกำหนดให้มีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่เปิดเผยโดยผู้ตรวจประเมินภายนอกที่มีความเป็นอิสระ



2. นโยบายลดพลาสติกและแผนการเปลี่ยนผ่าน

เครือฯ ได้ประกาศใช้นโยบาย “บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน” ตั้งแต่ปี 2561 เพื่อกำหนด ทิศทางและกรอบการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการพลาสติกตลอดห่วงโซ่ คุณค่า โดยกำหนดให้ทุกกลุ่มธุรกิจทั่วโลกกำหนดเป้าหมายร่วมกัน คือ ในปี 2568 ร้อยละ 100 ของบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่นำมาใช้จะต้องสามารถ “นำกลับมาใช้ซ้ำ นำมาใช้ใหม่ หรือ ย่อยสลายได้”



3. ลด ละ เลิก บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง

เครือฯ แสดงความมุ่งมั่นในการยกเลิกการใช้พลาสติก และสารเคมีที่สร้างปัญหาต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม รวมถึงชนิดของพลาสติกที่ไม่ สามารถนำไปรีไซเคิลได้ อีกทั้งยัง แสวงหาวัสดุที่สามารถทดแทน พลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง ด้วยวัสดุทางเลือกอื่น ๆ และ วัสดุทางธรรมชาติ





4. ลงทุนกับระบบใช้ซ้ำและระบบกระจายสินค้าแบบใหม่

เครือฯ ส่งเสริมการลงทุนวิจัยและพัฒนา (R&D) ในนวัตกรรมกรรมการกระจายสินค้าที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยไม่ใช้พลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้ง และให้ความสำคัญกับการนำกลับมาใช้ใหม่ โดยเครือฯ ได้สนับสนุนและให้ความร่วมมือทางวิชาการกับศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (MTEC) เพื่อยกระดับการพัฒนา นวัตกรรมบรรจุภัณฑ์อาหารที่ปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค



5. ขยายความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

เครือฯ สนับสนุนและร่วมผลักดันหลักการ EPR (Extended Producer Responsibility) เพื่อขยายความรับผิดชอบต่อของผู้ผลิต ผู้กระจายเครือข่ายในการร่วมรับผิดชอบต่อการบริหารจัดการขยะจากบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคให้กลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ โดยกลุ่มธุรกิจใเครือฯ ได้ร่วมกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) หรือ TIPMSE ผ่านโครงการร่วม เครือข่าย PackBack เพื่อเก็บรวบรวมและนำกลับบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ เข้าสู่ระบบการแปรรูปที่ยั่งยืน นอกจากนี้ยังส่งเสริมการคัดแยก และรวบรวมบรรจุภัณฑ์พลาสติกกลับมารีไซเคิลผ่านธุรกิจ Hypermarket



6. ส่งเสริมวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์

เครือฯ ให้ความสำคัญตั้งแต่ต้นทางของวัสดุที่นำมาใช้ การผลิต การขนส่ง และการจัดจำหน่าย ตลอดไปจนถึงจุดสุดท้ายของวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life Cycle Assessment: LCA) เพื่อประเมินศักยภาพและหาโอกาสในการปรับปรุง ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือกับกลุ่มผู้ผลิตเม็ดพลาสติก (ต้นน้ำ) กลุ่มผู้ผลิต Converters (กลางน้ำ) และกลุ่มผู้ใช้งาน (ปลายน้ำ) เพื่อจัดการกับวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน



7. ความร่วมมือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

เครือฯ ได้สนับสนุนและให้ความร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการกำหนดมาตรฐานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ และยกเลิกการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



8. สร้างความตระหนักของลูกค้าและประชาชน

เครือฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการส่งเสริม และสนับสนุนในการสร้างความตระหนักรู้ต่อกลุ่มลูกค้าและประชาชนในการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง ด้วยการ ลด ละ และเลิก รวมถึงหันมาใช้วัสดุทางเลือกอื่น ๆ และการนำกลับเข้าสู่ระบบการแปรรูปที่สามารถนำกลับไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ



10. สนับสนุนนโยบายและข้อบังคับกับเรื่องการลดขยะ

เครือฯ มีนโยบายในการไม่สนับสนุน และให้เลิกใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง พร้อมทั้งส่งเสริมกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องในการลด ละ และเลิกการใช้บรรจุภัณฑ์ ตามแนวนโยบายภาครัฐในการจัดการขยะพลาสติกที่เกิดขึ้น ตลอดจนรณรงค์ให้เกิดการลดการใช้พลาสติก รวบรวม จัดเก็บและป้องกันมลพิษจากขยะพลาสติกที่เกิดขึ้นในวงกว้าง



9. เศษพลาสติกและไบโอสพลาสติก

เครือฯ ให้ความสำคัญต่อการจัดการกับปัญหาเศษพลาสติกตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลปริมาณเศษพลาสติก คัดแยก และนำเศษพลาสติกต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น นำกลับไปแปรรูป รวมถึงทำให้กระบวนการผลิตสามารถดักจับไบโอสพลาสติก เพื่อหลีกเลี่ยงการปนเปื้อนของพลาสติกในน้ำ อากาศ และดิน



การบริหารจัดการการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ยั่งยืน

CASE STUDY

โครงการส่งเสริมการเก็บรวบรวมขยะบรรจุภัณฑ์พลาสติกหลังการใช้งาน เพื่อนำกลับไปแปรรูป



ปริมาณบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่สามารถรวบรวมและนำกลับเข้าระบบฯ

1,359 ตัน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้วางกรอบนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนความรับผิดชอบต่อธุรกิจเครือฯ ภายใต้หลักการขยายความรับผิดชอบต่อผู้ผลิต (EPR: Extended Producer Responsibility) ที่ส่งเสริมให้ทุกกลุ่มธุรกิจ ตระหนักและมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกอย่างครบวงจร นอกเหนือไปจากการออกแบบที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม การลดปริมาณการใช้ การใช้ซ้ำ การแปรรูป รวมไปถึงการนำบรรจุภัณฑ์พลาสติกกลับมาใช้ใหม่ เครือฯ ยังได้รณรงค์ และส่งเสริมกิจกรรมการเก็บรวบรวมบรรจุภัณฑ์พลาสติกต่าง ๆ หลังจากการใช้งาน (Take Back Program)



ลดการใช้พลาสติกใหม่ได้ถึง **373** ตัน

เทียบเท่ากับการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนออกไซด์ **583** ตัน CO₂e








CASE STUDY

โครงการบรรจุภัณฑ์พลาสติกภายใต้ที่มีการใช้เม็ดพลาสติกรีไซเคิล (rPET)

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ได้คิดริเริ่มโครงการการใช้เม็ดพลาสติกที่มีส่วนผสมจากการนำเอาพลาสติกกรีไซเคิล (PCR: Post Consumer Resin) และส่งเสริมการลดปริมาณการใช้เม็ดพลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin Plastic Resin) กลับมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตบรรจุภัณฑ์ไข่ไก่สด CP Selection โดยใช้พลาสติก PET มีสัดส่วนพลาสติกกรีไซเคิลร้อยละ 80 ซึ่งอยู่ในชั้นที่ไม่สัมผัสโดยตรงกับไข่ไก่ และมีพลาสติกใหม่อยู่ร้อยละ 20 เพื่อลดความเสี่ยงการปนเปื้อนอาหาร

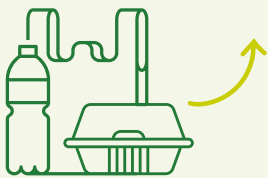
อีกทั้งยังได้ให้ความสำคัญต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เอื้อต่อการนำกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล โดยการใช้ฉลากกระดาษสอในบรรจุภัณฑ์ ทดแทนการใช้สติ๊กเกอร์แถบขาว

ข้อมูลการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ยั่งยืน

	PET	HDPE	PVC	LDPE	PP	PS	Other
ชนิด	โพลีเอทิลีน เทเรฟทาเลต	โพลีเอทิลีน ความหนาแน่นสูง	โพลีไวนิล คลอไรด์	โพลีเอทิลีน ความหนาแน่นต่ำ	โพลีโพรพิลีน	โพลีสไตรีน	พลาสติก ชนิดอื่น ๆ
การใช้งาน	 ขวดน้ำดื่ม ผ้าโพลีเอสเตอร์ และบรรจุภัณฑ์อาหาร	 บรรจุภัณฑ์สารเคมี ของเล่น และขวดนม	 ท่อน้ำ กรอบหน้าต่าง และถุงมือใช้แล้วทิ้ง	 ถุงพลาสติก พลาสติกห่อ และฟิล์มห่อพาลเลต	 ภาชนะบรรจุอาหาร พรม และอุปกรณ์ทางการแพทย์	 บรรจุภัณฑ์ ชิ้นส่วนรถยนต์ และชิ้นส่วนของใช้ต่าง ๆ	 ชิ้นส่วนรถยนต์ ขวด อุปกรณ์ความปลอดภัย และภาชนะบรรจุอาหาร
การรีไซเคิล	Usually Recycled	Generally Recycled	Occasionally Recycled	Sometimes Recycled	Generally Recycled	Occasionally Recycled	Rarely Recycled
จำนวนการใช้							
2565	8,055	27,232	9,629	5,746	50,536	1,560	6,366
2564	9,618	27,936	12,946	3,825	40,057	2,250	8,366

ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกทั้งหมด ปี 2565

125,066 ตัน

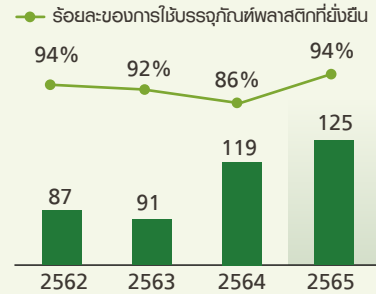


บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ซ้ำ หรือย่อยสลายได้




94.53%



การใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกทั้งหมด (พันตัน) (2562-2565)



ข้อมูลการใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุชนิดอื่น ๆ

จำแนกตามประเภท	ปริมาณที่ใช้ทั้งหมด (ตัน)	นำมาใช้ใหม่ และ/หรือ ได้รับการรับรอง (ร้อยละ)
 ไม้ กระดาษ	31,768.67	82.43
 โลหะ (เหล็ก อะลูมิเนียม)	83.81	100
 แก้ว	1,173.25	70.99

การรับคืนบรรจุภัณฑ์จากผู้บริโภค (Take Back System)



ลังกระดาษ
32,936 ตัน



ขวดน้ำดื่มพลาสติก
1,359 ตัน

การบริหารจัดการของเสีย

การบริหารจัดการของเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้แสดงเจตนารมณ์อย่างมุ่งมั่นในการให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการของเสียอย่างครบวงจรตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยได้ดำเนินงานภายใต้กรอบนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมของเครือฯ อย่างเคร่งครัด พร้อมประกาศเป้าหมายการส่งขยะของเสียไปหลุมฝังกลบเป็นศูนย์ หรือ Zero Waste to Landfill เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเชิงลบที่เกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งแต่ละกลุ่มธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ส่งเสริมและสนับสนุนรวมถึงพนักงานกำลังในการดำเนินงานทั้งในส่วนของกลุ่มธุรกิจภายในและกับหน่วยงานหรือองค์กรภายนอกเครือฯ อย่างเป็นรูปธรรม

CASE STUDY

โครงการบริหารจัดการกากตะกอนน้ำเสียด้วยการใช้ระบบย่อยสลายกากตะกอน เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้า

บริษัท ซีพีเอฟ ฟู้ด แอนด์ เบฟเวอเรจ จำกัด ได้ศึกษาและพัฒนาต้นแบบระบบย่อยสลายกากตะกอน (Sludge) ที่ได้จากระบบบำบัดน้ำเสียขนาด 120 ลบ.ม./วัน ด้วยการใช้ระบบถังหมักย่อยสลายกากตะกอน หรือ Sludge Digester เพื่อใช้ในการผลิตกระแสไฟฟ้า ระบบดังกล่าวนำเอากากตะกอนที่เกิดขึ้นไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตก๊าซเชื้อเพลิง ซึ่งสอดคล้องและเป็นไปตามแนวทางการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนที่มุ่งเน้นไปที่การลดการกำจัดขยะของเสียด้วยวิธีการหลุมฝังกลบ รวมถึงลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก ภายใต้กรอบวัตถุประสงค์ของโครงการนี้ บริษัทฯ ยังได้วางแผนในการที่จะพัฒนาเป็นศูนย์การเรียนรู้ด้านการบริหารจัดการตะกอนจากระบบบำบัดน้ำเสียที่เกิดขึ้นให้กับกลุ่มโรงงานที่สนใจในอนาคตอีกด้วย



Natural Capital

ย่อยสลายกากตะกอน (Sludge)

120 ลบ.ม./วัน

ลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก

1,550 ตัน CO₂e/ปี

ข้อมูลการจัดการของเสีย ปี 2565

ปริมาณของเสียแยกตามประเภท

ปริมาณของเสียทั้งหมด

1,128.87 พันตัน



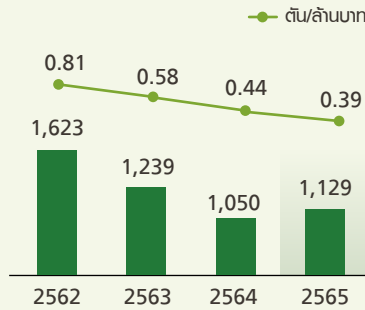
89%
การนำของเสีย
กลับมาใช้ประโยชน์



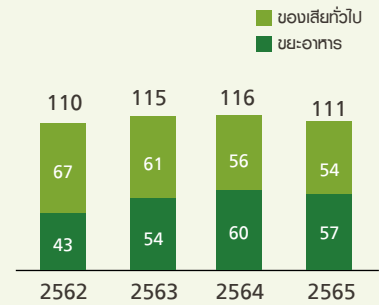
11%
ของเสียที่ไม่สามารถ
นำกลับมาใช้ประโยชน์

ปริมาณของเสียทั้งหมด (พันตัน)

(2562-2565)



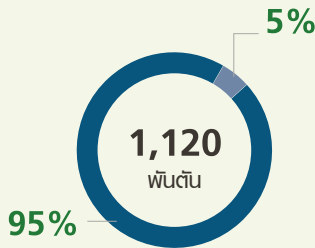
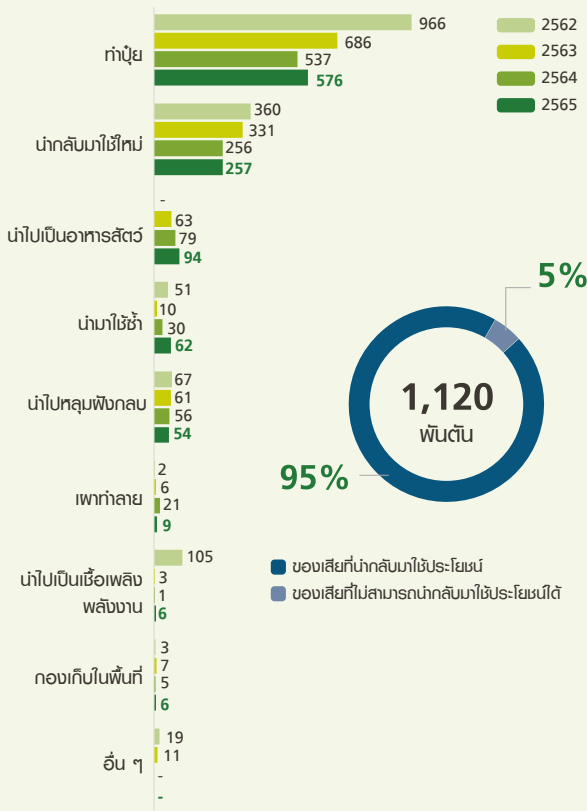
ปริมาณของเสียที่ไม่อันตรายและ ขยะอาหารที่นำไปฝังกลบ (พันตัน)



ปริมาณของเสียแบ่งตามวิธีการจัดการ

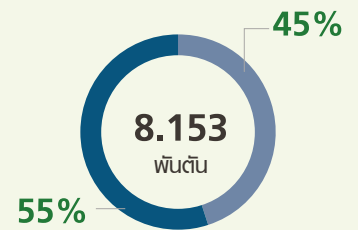
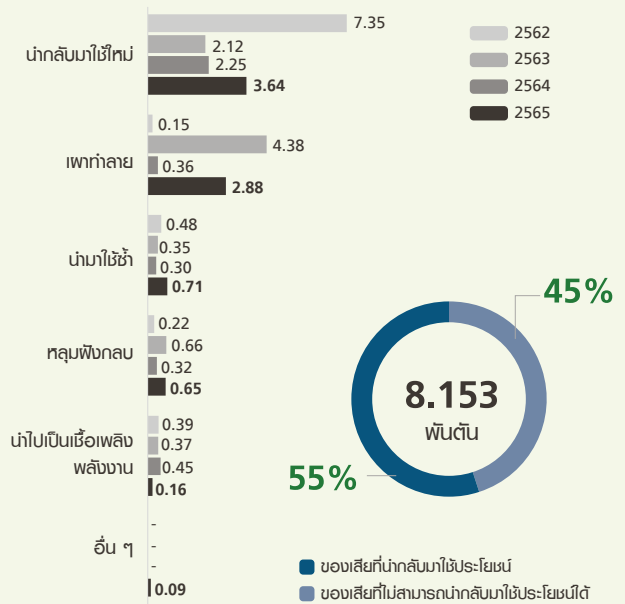
ของเสียทั่วไป

1,120 พันตัน



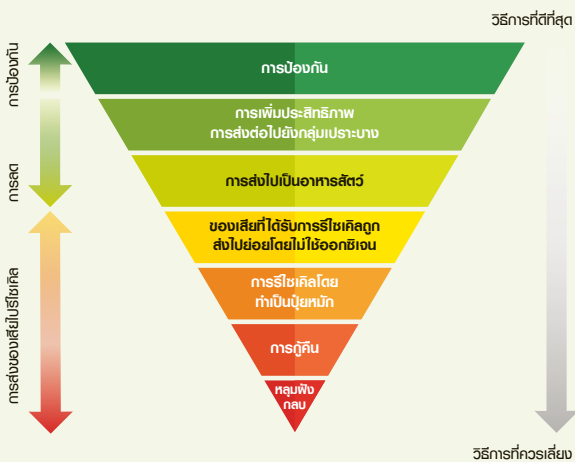
ของเสียอันตราย

8.153 พันตัน



การบริหารจัดการ การสูญเสียอาหารและขยะอาหาร

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติในการลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นภายใต้ลำดับการดำเนินงาน เครือฯ มีความมุ่งมั่นในการแสวงหามาตรการต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน เพื่อใช้ทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด



กรอบการดำเนินงาน ได้มุ่งเน้นการส่งเสริมความร่วมมือกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำอาหารส่วนเกินที่เกิดขึ้นกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และลดขยะอาหารที่นำไปฝังกลบเป็นศูนย์ภายในปี 2573

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

➔ [นโยบายการลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร](#)



CASE STUDY

โครงการบริหารจัดการการสูญเสียอาหารและขยะอาหารโดยรวม

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้แสดงเจตนารมณ์อย่างมุ่งมั่นในการที่จะลดปริมาณการสูญเสียอาหาร อาหารส่วนเกิน และขยะอาหารที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจของเครือฯ ครอบคลุมทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ ด้วยการนำอาหารส่วนเกินที่เกิดขึ้นส่งต่อไปยังกลุ่มเปราะบางในสังคม รวมไปถึงการบริจาคอาหารส่วนเกินให้กับสัตว์ป่า โดยได้ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ตามแนวนโยบายของเครือฯ ซึ่งสอดคล้องและเป็นไปตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ SDG 12 ในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยสามารถประมวลผลภาพรวมการดำเนินโครงการฯ ในปี 2565 ดังนี้

ปริมาณอาหารส่วนเกินที่นำไปบริจาคโดยครอบคลุมการดำเนินงานในทุกกลุ่มธุรกิจทั่วโลก

ประเทศไทย  **31,230**
ตันของอาหารส่วนเกิน

ประเทศจีน  **1,988**
ตันของอาหารส่วนเกิน

อื่น ๆ  **2,098**
ตันของอาหารส่วนเกิน

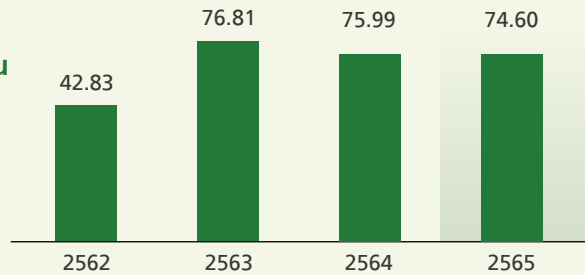
ข้อมูลการจัดการการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร ปี 2565

จำนวนการสูญเสียอาหาร และขยะอาหารทั้งหมด



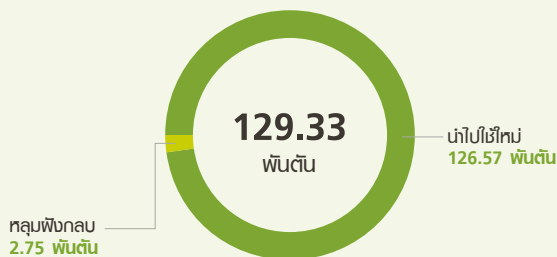
แนวโน้มปริมาณขยะอาหารที่เกิดขึ้น (พันตัน)

(2562-2565)



จำนวนการสูญเสียอาหารทั้งหมด

แยกตามวิธีกำจัด

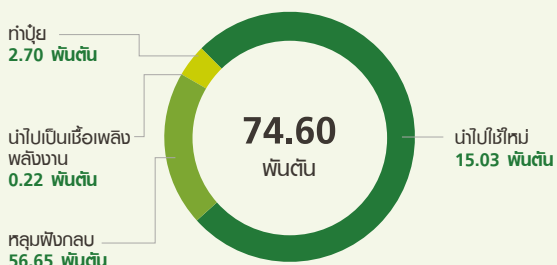


แยกตามประเภท

♻️	รีไซเคิล	97.72%
🍌	อาหารพาส	1.7%
🍏	ผักและผลไม้	0.51%
🐔	เนื้อสัตว์	0.05%
🗑️	อื่น ๆ	0.02%
👤	เบเกอร์รี่	0%
🍷	พร้อมรับประทาน	0%
🔧	เครื่องปรุง	0%

ปริมาณขยะอาหาร

แยกตามวิธีกำจัด



แยกตามประเภท

🍏	ผักและผลไม้	30.40%	🗑️	อื่น ๆ	0.85%
🍷	พร้อมรับประทาน	21.66%	♻️	รีไซเคิล	0.13%
👤	เบเกอร์รี่	20.73%	🍌	อาหารแช่แข็ง	0.10%
🐔	สัตว์ทะเล	11.76%	🍌	พืชประเภทหัว	0.04%
🍷	ผลิตภัณฑ์จากนม	7.09%	🔧	เครื่องปรุง	0.01%
🐔	เนื้อสัตว์	4.74%	🍷	อาหารแห้ง	0.01%
🔧	เครื่องดื่ม	1.63%	🗑️	ถ้วยต่าง ๆ	0.001%
🍌	อาหารพาส	0.85%			

การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ

Water Stewardship

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำมาโดยตลอด โดยที่ผ่านมาเครือฯ ได้มีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำในกระบวนการผลิต มีการเปลี่ยนผ่านมาใช้ระบบน้ำหมุนเวียนมากขึ้น ทำให้สามารถลดการนำน้ำมาใช้ได้ตรงตามเป้าหมาย ทั้งนี้เครือฯ ยังเห็นถึงโอกาสในการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำตลอดห่วงโซ่คุณค่า จึงมีการส่งเสริมมาตรการจัดการต้นน้ำให้กับคู่ค้า รวมไปถึงส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำและสุขาภิบาลที่ดีให้กับชุมชน นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้ให้ความสำคัญกับการดูแลและฟื้นฟูลุ่มน้ำ ซึ่งเป็นแหล่งน้ำที่สำคัญในการนำน้ำมาใช้ในชีวิตประจำวันสำหรับทุกคน เครือฯ จึงมุ่งมั่นที่จะร่วมมือกับภาคีจากทุกภาคส่วนในการส่งเสริมเพื่อดูแลและฟื้นฟูลุ่มน้ำที่เครือฯ ได้เข้าไปมีส่วนในการดำเนินธุรกิจ โดยมุ่งมั่นไปยังลุ่มน้ำที่อยู่ในพื้นที่ความเสี่ยงด้านน้ำสูงเป็นหลัก

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



6 CLEAN WATER AND SANITATION
6.1 6.5
6.3 6.6
6.4 6.B



14 LIFE BELOW WATER
14.1

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ Sustainable Development Goals Report 2022

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2565

ปริมาณน้ำที่นำมาใช้
ต่อหน่วยรายได้

135.04

ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท

สามารถลดปริมาณการนำน้ำมาใช้
ต่อหน่วยรายได้

37%

เทียบกับปีฐาน 2563

ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ

68.97

ล้านลูกบาศก์เมตร

นำน้ำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ

18%

เป้าหมายและความคืบหน้า

ลดปริมาณการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้
20% เทียบกับปีฐาน 2563

2565  100%

2564  100%

แผนการดำเนินงานในอนาคต



จัดทาทเทคโนโลยีมาใช้
เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ



ส่งเสริมการบริหารจัดการ
ต้นน้ำให้กับคู่ค้าหลักและคู่ค้า
ที่มีความเสี่ยงสูง



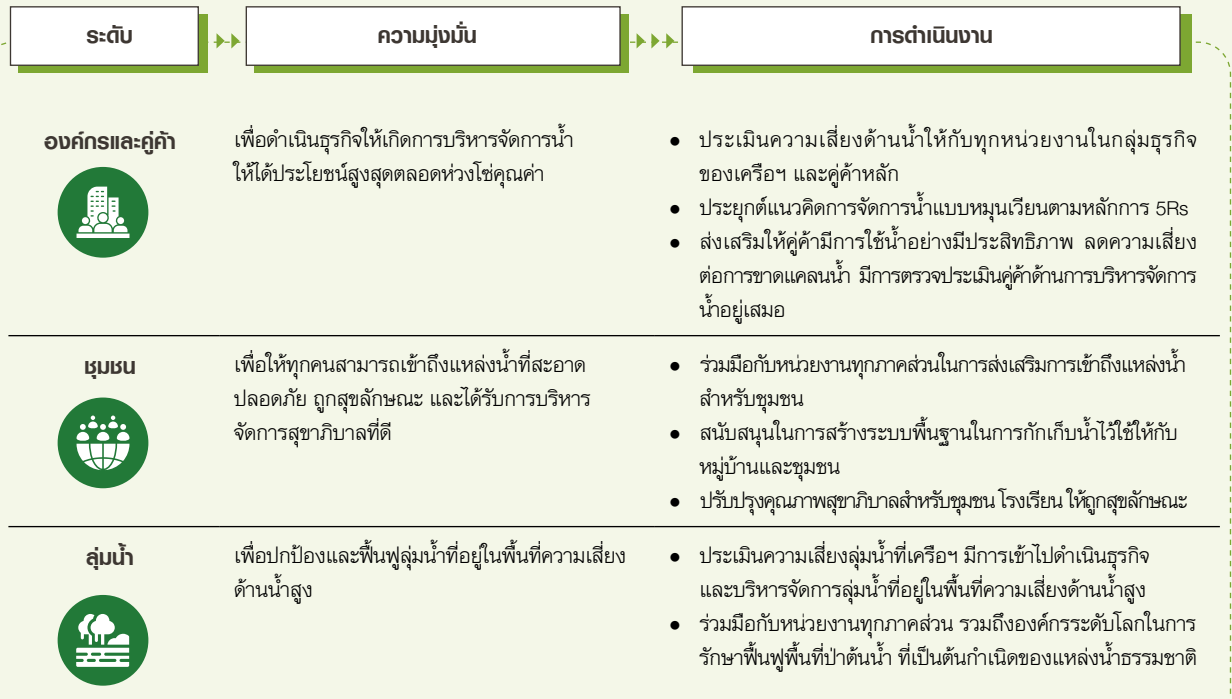
สนับสนุนในการเพิ่มพื้นที่ลุ่มน้ำ
ในพื้นที่ความเสี่ยงต้นน้ำสูง

การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืน ตลอดห่วงโซ่คุณค่า

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินธุรกิจตามนโยบายการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมของเครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า รวมไปถึงสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งน้ำและสุขาภิบาลสำหรับชุมชน การบริหารจัดการลุ่มน้ำที่อยู่ในพื้นที่ความเสี่ยงด้านน้ำสูง อีกทั้งยังมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับ CEO Water Mandate ภายใต้ UN Global Compact และสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

ของสหประชาชาติ SDG 6 โดยในปีนี้ เครือฯ ได้มีการปรับปรุงและพัฒนากรอบการดำเนินงานด้านการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ เพื่อให้ครอบคลุมในทุกมิติและเป็นไปตามมาตรฐานสากล มุ่งสู่การเติมน้ำกลับสู่ธรรมชาติและชุมชนให้มากกว่าน้ำที่ใช้ในกระบวนการผลิต (Net Water Positive)

กรอบการดำเนินงานด้านการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ



การบริหารจัดการน้ำขององค์กร

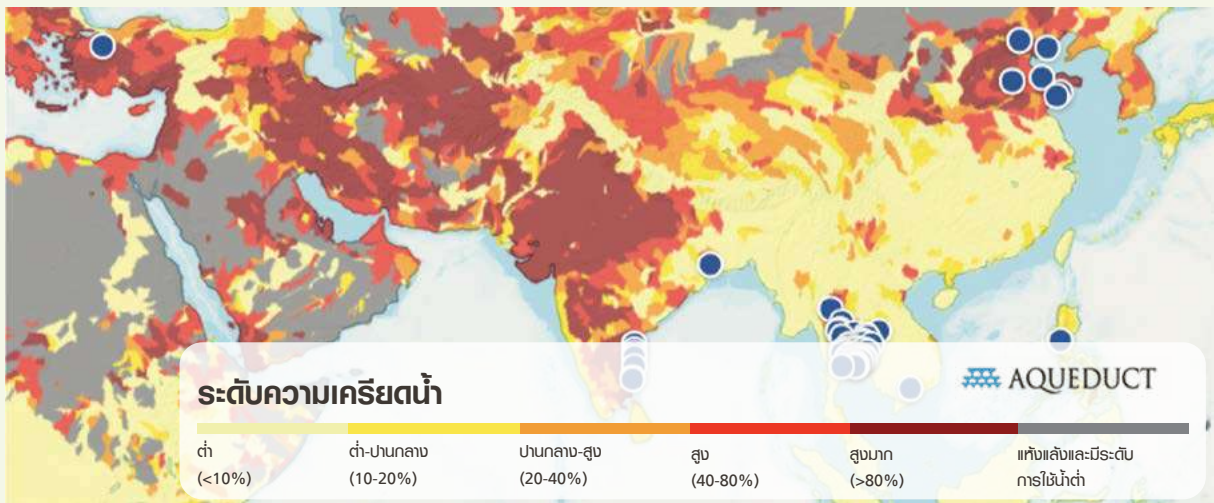
การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำแบบบูรณาการ

เครือข่ายธุรกิจภาคภัณฑ์ได้ทำตามกรอบการดำเนินงานในการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำให้กับทุกหน่วยงานการผลิตที่เครือข่าย เข้าไปดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงระดับความเครียดน้ำ (Water Stress) จากการใช้เครื่องมือ Aqueduct Water Risk Atlas ของ World Resources Institute (WRI) และปริมาณน้ำที่นำมาใช้ของแต่ละ

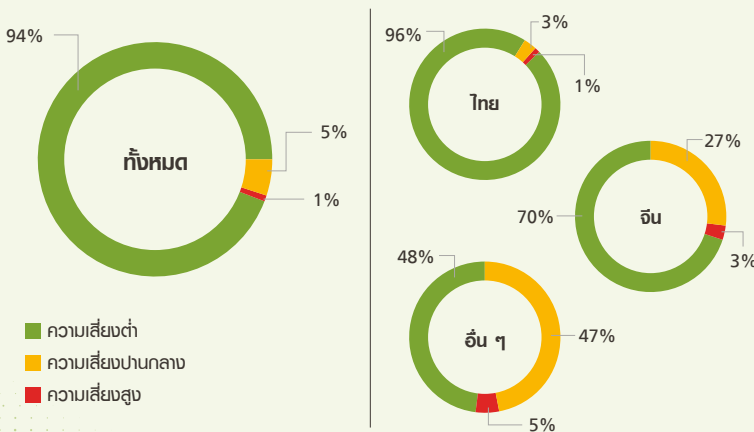
หน่วยงาน จากนั้นนำผลการประเมินมาจัดระดับตามความเสี่ยงด้านน้ำแบ่งเป็น 3 ระดับเพื่อจัดทำแผนบริหารจัดการด้านน้ำต่อไป

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ [การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำแบบบูรณาการ](#)



หน่วยงานการผลิตของเครือข่าย ตามระดับความเสี่ยงด้านน้ำ จำแนกตามภูมิศาสตร์



ในปีนี้ได้มีการทบทวนการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำให้กับทุกหน่วยงานการผลิตของเครือข่ายธุรกิจภาคภัณฑ์ ทำให้สามารถระบุหน่วยงานการผลิตที่มีระดับความเสี่ยงด้านน้ำสูงได้ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 1 ของทั้งหมด โดยเครือข่ายได้มุ่งเน้นในการส่งเสริมให้มีการดำเนินงานตามแผนบริหารจัดการด้านน้ำอย่างเข้มข้น และมีการติดตามผลการลดการใช้น้ำอย่างต่อเนื่อง

การบริหารจัดการน้ำขององค์กร

การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำแบบหมุนเวียน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการประยุกต์แนวคิดการจัดการน้ำแบบหมุนเวียน (Circular Water Management) ตามหลักการ 5Rs (Reduce, Reuse, Recycle, Restore, และ Recover) ของ WBCSD (The World Business Council for Sustainable Development)

มาใช้ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ และบรรลุเป้าหมายลดการนำน้ำมาใช้ของเครือฯ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ [การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำแบบหมุนเวียน](#)

CASE STUDY

ซีพีเอฟ ใช้ทรัพยากรน้ำ
เกิดประโยชน์คุ้มค่าสูงสุด
ตลอดกระบวนการผลิต



ปริมาณน้ำที่นำมาใช้ใหม่
และใช้ซ้ำ

ร้อยละ **24**

ของปริมาณการนำ
น้ำมาใช้ทั้งหมด

ลดปริมาณการนำน้ำมาใช้
ต่อหน่วยการผลิต

ร้อยละ **53**

เมื่อเทียบกับปีฐาน 2558
(กิจการประเทศไทย)



Ultrafiltration : UF



Reverse Osmosis



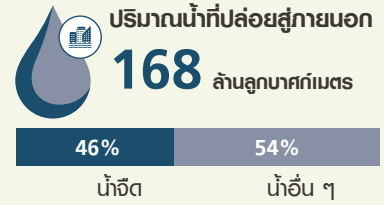
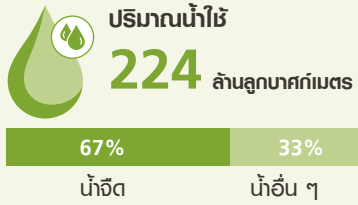
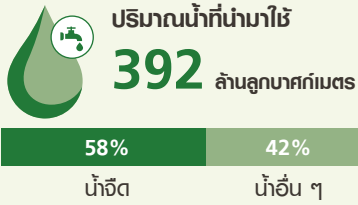
Air Chill



Biofloc

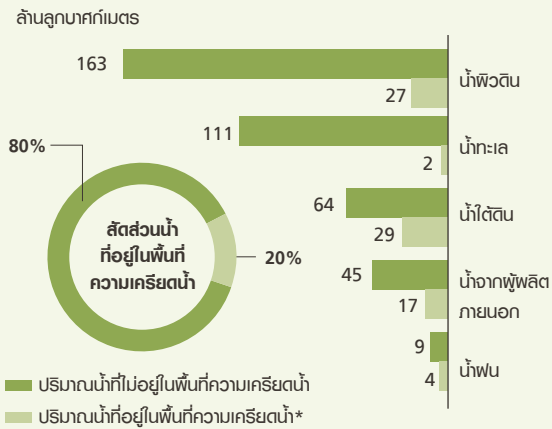
บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการน้ำตลอดกระบวนการผลิตด้วยเทคโนโลยีการกรองน้ำแบบความละเอียดสูง ชนิดอัลตราฟิลเตรชัน (Ultrafiltration: UF) เพื่อปรับปรุงคุณภาพน้ำให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานการประปาและนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ อาทิ ใช้ทำความสะอาดเครื่องมือและอุปกรณ์ใช้ในท้องน้ำเฉพาะส่วนที่ไม่สัมผัสกับมนุษย์ อีกทั้ง ยังมีการต่อยอดด้วยเทคโนโลยีการกรองน้ำแบบรีเวิร์สออสโมซิส (Reverse Osmosis) ปรับปรุงคุณภาพน้ำเพื่อนำไปใช้กับระบบระบายความร้อนภายในโรงงาน นอกจากนี้ ยังได้ปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตในโรงงานแปรรูปเนื้อไก่ด้วยการนำระบบลมเย็น (Air Chill) มาใช้แทนการใช้น้ำเย็น (Water Chill) เพื่อลดอุณหภูมิไก่ สามารถลดการใช้น้ำลงประมาณร้อยละ 15 เทียบกับการผลิตแบบเดิม และในส่วนของ การปรับปรุงกระบวนการเลี้ยงสัตว์น้ำมีการบำบัดน้ำด้วยระบบไบโอฟลอค (Biofloc) และ UF ลดการนำน้ำมาใช้ถึงร้อยละ 75

ข้อมูลด้านทรัพยากรน้ำปี 2565

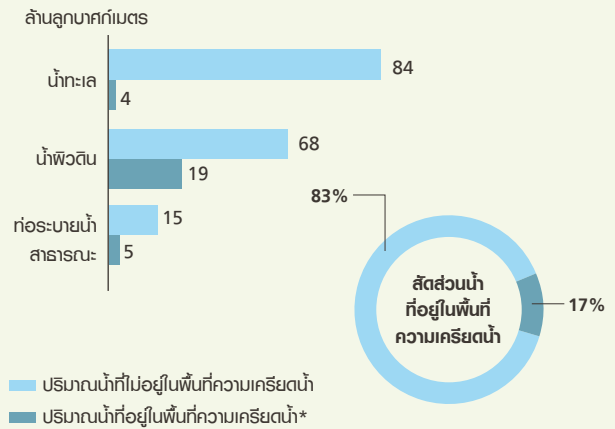


น้ำจืด TDS ≤ 1,000 mg/L น้ำอื่น ๆ TDS > 1,000 mg/L

ปริมาณน้ำที่นำมาใช้แบ่งตามแหล่งน้ำ

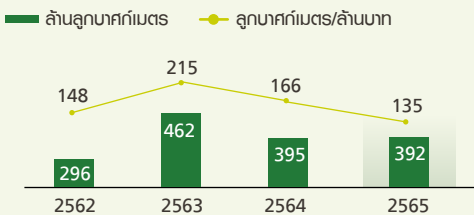


ปริมาณน้ำที่ปล่อยสู่ภายนอกแบ่งตามแหล่งน้ำ

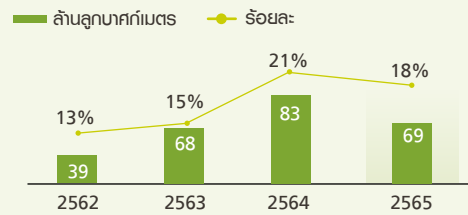


* หน่วยงานที่อยู่ในพื้นที่ความเครียดน้ำระดับสูงและสูงมากตาม Aqueduct Water Risk Atlas

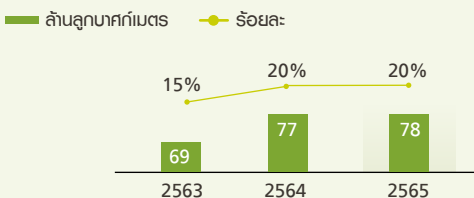
ปริมาณน้ำที่นำมาใช้



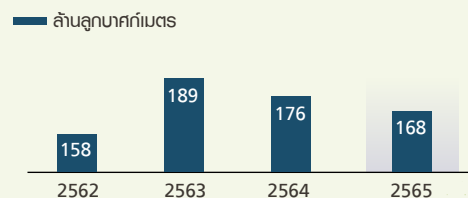
ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ



ปริมาณน้ำที่นำมาใช้ที่อยู่ในพื้นที่ความเครียดน้ำ



ปริมาณน้ำที่ปล่อยสู่ภายนอก



การบริหารจัดการด้านน้ำของคู่ค้า

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้พัฒนาแนวทางการบริหารจัดการด้านน้ำของคู่ค้าซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญต่อธุรกิจ เพื่อส่งเสริมให้คู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้านน้ำมีการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ลดความเสี่ยงต่อการขาดแคลนน้ำ ร่วมกันรณรงค์และอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำให้คงอยู่ต่อไป

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ [การดำเนินงานด้านการบริหารจัดการน้ำของคู่ค้า](#)



ลดการใช้น้ำได้ ร้อยละ **50** ของปริมาณน้ำที่ใช้

CASE STUDY

โครงการพลาสติกคลุมแปลงกล้วยให้กับเกษตรกรคู่ค้า

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มีความมุ่งมั่นที่จะยกระดับกระบวนการผลิตอาหารที่รักษาทรัพยากรธรรมชาติและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้กับเกษตรกรคู่ค้า โดยมีการสนับสนุนโปรแกรมการส่งเสริมลดการใช้น้ำซึ่งเป็นหนึ่งในโปรแกรมเกษตรกรยั่งยืน เช่น โครงการพลาสติกคลุมแปลงกล้วย เป็นต้น โดยมีการส่งเสริมความรู้ให้เกษตรกรมีการใช้พลาสติกคลุมดินเพื่อเก็บกักความชื้น สามารถลดการใช้น้ำในการปลูกกล้วยได้ถึงร้อยละ 50 อีกทั้งยังสามารถลดการใช้สารเคมีกำจัดวัชพืชและสารเคมีกำจัดแมลงได้อีกด้วย

การบริหารจัดการต้นน้ำของชุมชน

ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำและสุขาภิบาลของชุมชน

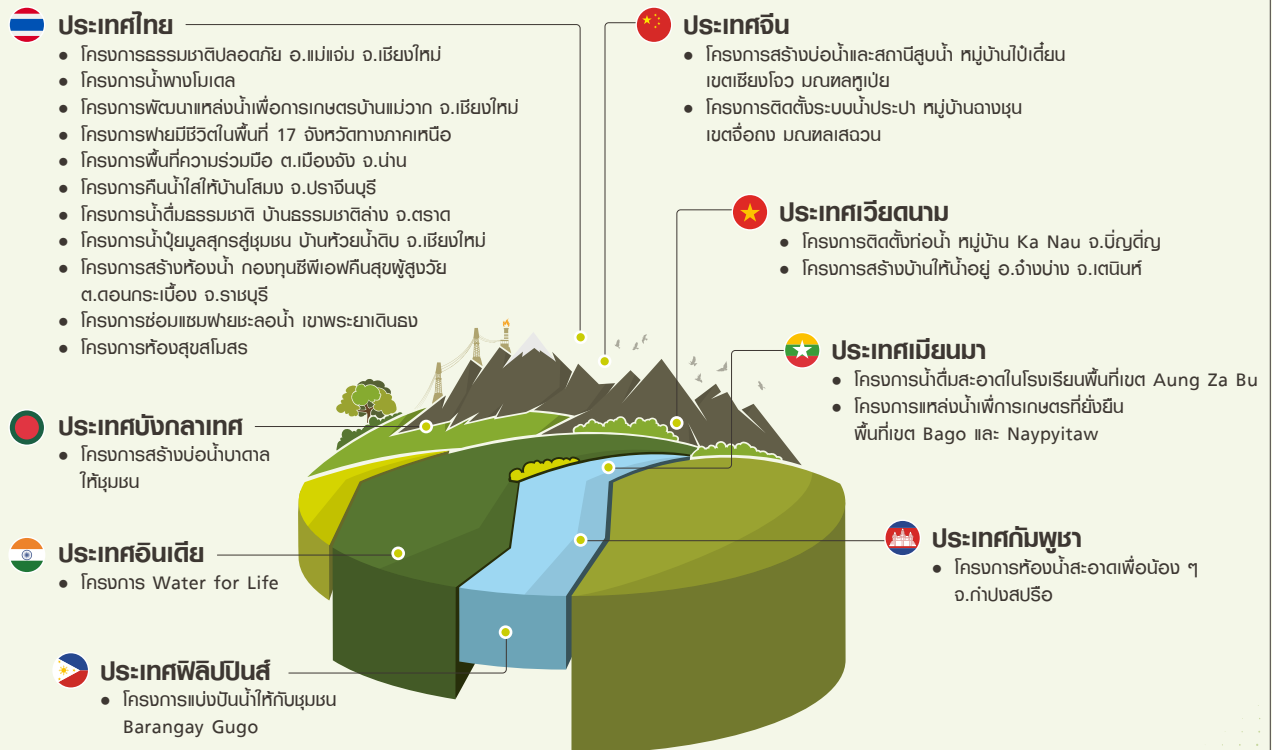
ที่ผ่านมาเครือข่ายวิทยุโทรทัศน์ได้มีการร่วมมือกับพันธมิตรในหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำที่สะอาด ปลอดภัย และสุขาภิบาลที่ดีให้กับทุกคน พร้อมมีแหล่งน้ำที่เพียงพอต่อการใช้ชีวิตประจำวัน



สามารถดูรายละเอียดโครงการต่าง ๆ เพิ่มเติมได้ที่

→ [การบริหารจัดการต้นน้ำของชุมชน](#)

โครงการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำและสุขาภิบาลของชุมชนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย



การบริหารจัดการน้ำต้นลุ่มน้ำ

ปกป้องและฟื้นฟูลุ่มน้ำที่อยู่ในพื้นที่ความเสี่ยงต้นน้ำสูง

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการจัดทำการศึกษาประเมินความเสี่ยงด้านน้ำตามกรอบการดำเนินงานให้กับทุกพื้นที่ที่มีการผลิตของเครือฯ ทำให้สามารถระบุถึงลุ่มน้ำที่อยู่ในพื้นที่ความเสี่ยงต้นน้ำสูงได้ โดยจากผลการประเมินในการใช้เครื่องมือ Aqueduct Water Risk Atlas พบว่ามีทั้งหมด 14 ลุ่มน้ำหลักใน 6 ประเทศที่เครือฯ เข้าไป

ดำเนินธุรกิจที่อยู่ในพื้นที่ความเสี่ยงต้นน้ำสูง ดังนั้นเครือฯ จึงให้ความสำคัญในการร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการปกป้องและฟื้นฟูลุ่มน้ำที่เป็นแหล่งต้นกำเนิดของทรัพยากรน้ำที่เราทุกคนต้องการนำมาใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน

🇹🇷 ตุรกี

- ลุ่มน้ำชายฝั่งใต้ทะเลดำ (Black Sea, South Coast)
- ลุ่มน้ำชายฝั่งตะวันออกทะเลเมดิเตอร์เรเนียน (Mediterranean Sea, East Coast)

🇻🇳 เวียดนาม

- ลุ่มน้ำชายฝั่งเวียดนาม (Vietnam Coast)

🇨🇳 จีน

- ลุ่มน้ำจื่อหย่า (Ziya He)
- ลุ่มน้ำหวง (Huang He)
- ลุ่มน้ำชายฝั่งจีน (China Coast)
- ลุ่มน้ำโบไห่ (Bo Hai)



🇮🇳 อินเดีย

- ลุ่มน้ำอินเดียชายฝั่งตะวันออก (India East Coast)
- ลุ่มน้ำเพนนูร์ (Pennar)

🇹🇭 ไทย

- ลุ่มน้ำเจ้าพระยา (Chao Phraya)
- ลุ่มน้ำเพชรบุรี (Phetchaburi)
- ลุ่มน้ำแม่โขง (Mekong)
- ลุ่มน้ำชายฝั่งทะเลตะวันออก (Gulf of Thailand Coast)

🇵🇭 ฟิลิปปินส์

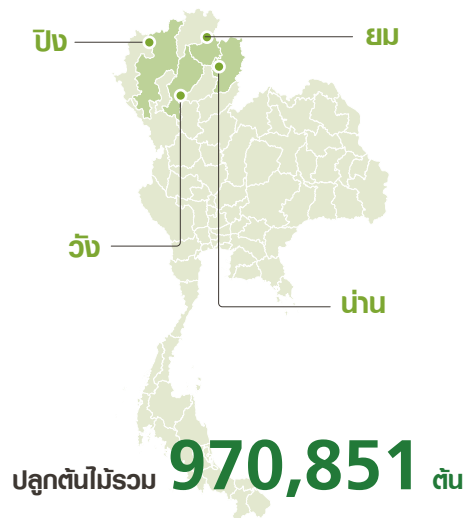
- ลุ่มน้ำฟิลิปปินส์ (Philippines)

CASE STUDY

ร้อย รัศมี โลก ปลูกเพื่อความยั่งยืน พื้นที่ภาคเหนือ 4 ต้นน้ำ ปิง วัง ยม น่าน



เครือเจริญโภคภัณฑ์ ร่วมกับภาคีเครือข่ายภาครัฐ ภาคประชาสังคม ภาคเอกชน และชุมชนในพื้นที่ 4 ต้นน้ำ ปิง วัง ยม น่าน ซึ่งเป็นแหล่งต้นน้ำที่สำคัญของประเทศไทยและเป็นแหล่งต้นน้ำที่อยู่ในลุ่มน้ำเจ้าพระยาที่เครือฯ จัดอยู่ในพื้นที่ความเสี่ยงด้านน้ำสูง โดยโครงการนี้มีเป้าหมายเพิ่มพื้นที่สีเขียวเพื่อฟื้นฟูป่าต้นน้ำ พร้อมมุ่งหวังให้ชุมชนอยู่ร่วมกับธรรมชาติได้อย่างสมดุล ทั้งนี้ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ได้มีการดำเนินการปลูกต้นไม้ไปแล้วกว่า 758,755 ต้น และในปี 2565 ปลูกเพิ่มอีก 212,096 ต้น ทำให้มีการปลูกต้นไม้ในพื้นที่ 4 ต้นน้ำปิง วัง ยม น่าน สะสม 970,851 ต้น



การปกป้องระบบนิเวศ และความหลากหลาย ทางชีวภาพ

Ecosystem & Biodiversity Protection

ทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพมีความสำคัญต่อสิ่งมีชีวิตและโลกของเรา แต่หลายทศวรรษที่ผ่านมาทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพมีแนวโน้มที่ลดลง ซึ่งการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ต้องพึ่งพาระบบนิเวศบริการและเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดิน รวมถึงการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ ดังนั้น การที่ความหลากหลายทางชีวภาพสูญเสียสมดุล จึงเป็นความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของเครือฯ รวมทั้ง การดำรงชีพของสิ่งมีชีวิตทั้งหลาย ด้วยเหตุนี้ การปกป้องและคุ้มครองระบบนิเวศและการฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพจึงเป็นเรื่องเร่งด่วนที่ต้องดำเนินการ เพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยให้ก้าวเข้าสู่เศรษฐกิจชีวภาพและเศรษฐกิจสีเขียว รวมทั้งเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและเป้าหมายข้อตกลงจากการประชุมสมัชชาภาคีอนุสัญญาว่าด้วยความหลากหลายทางชีวภาพ สมัยที่ 15 ในการอยู่อย่างสอดคล้องกับธรรมชาติ Living in Harmony with Nature ในปี 2593

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



6.6



14.2

14.4

14.5

14.B



15.1

15.2

15.4

15.5

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ [Sustainable Development Goals Report 2022](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2565

จำนวนต้นไม้ที่ปลูกสะสม
ตั้งแต่ 2563-2565

8.2 ล้านต้น

พื้นที่ดำเนินงานของเครือฯ
ที่ได้รับการประเมินความเสี่ยง
ด้วยโปรแกรม IBAT

1,991 แห่ง

ความร่วมมือกับหน่วยงานระดับสากลในการขับเคลื่อนเป้าหมาย
และกลยุทธ์ด้านความหลากหลายทางชีวภาพ



CAPITALS
COALITION



Forum
Member

เป้าหมายและความคืบหน้า

100% ของวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูง
ที่ตรวจสอบย้อนกลับได้ ภายในปี 2573

2565 **53.26%**

2564 **26.7%**

100% ของทุกกลุ่มธุรกิจดำเนินโครงการ
ร่วมกับพันธมิตรที่เกี่ยวข้องในระดับประเทศ
และสากล เพื่อบริหารจัดการและติดตาม
ความหลากหลายทางชีวภาพในการดำเนิน
ธุรกิจ ภายในปี 2573

2565 **36.84%**

2564 **19.7%**

แผนการดำเนินงานในอนาคต



ทบทวนและกำหนดเป้าหมาย
การดำเนินงานด้านความหลากหลาย
ทางชีวภาพ ตาม Science-based
Target for Nature



จัดทำแนวปฏิบัติเรื่องความหลากหลาย
ทางชีวภาพระดับเครือฯ

การปกป้องและฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ

ความมุ่งมั่นในการปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพ



เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความมุ่งมั่นในการดำเนินงานโดยไม่ก่อให้เกิดความสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ และใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน จึงกำหนดนโยบายจำนวน 2 ฉบับ ได้แก่ **นโยบายปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ** และความมุ่งมั่นการต่อต้านการตัดไม้ทำลายป่า เพื่อเป็นกรอบการดำเนินงานให้กับบริษัทในเครือฯ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ ได้นำไปปฏิบัติใช้

นอกจากนี้ ในการประชุมผู้นำความยั่งยืนประจำปี GCNT Forum 2022 เมื่อเดือนพฤศจิกายน ปี 2565 ที่ผ่านมา คุณศุภชัย เจียรวนนท์ ประธานคณะผู้บริหาร เครือเจริญโภคภัณฑ์ พร้อมด้วยผู้บริหารจากบริษัทในเครือฯ ได้ประกาศเจตนารมณ์ในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการปกป้องธรรมชาติ โดยตระหนักถึงความสำคัญของความหลากหลายทางชีวภาพ และนิเวศบริการในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

การกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดในการดำเนินงาน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการทบทวนเป้าหมายในการดำเนินงานด้านความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับประเด็นความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งให้สอดคล้องกับเป้าประสงค์ตามกรอบงานคุณหญิง มอนทรีออล ว่าด้วยความหลากหลายทางชีวภาพของโลก (Kunming-Montreal Global Biodiversity Framework) โดยเป้าหมายการดำเนินงานด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ประกอบด้วย

เป้าหมายการดำเนินงาน	
 <p>ปี 2573</p>	ทุกกลุ่มธุรกิจมีโครงการหรือความร่วมมือกับพันธมิตรที่เกี่ยวข้องระดับประเทศและสากล เพื่อบริหารจัดการและติดตามความหลากหลายทางชีวภาพ (ความคืบหน้าร้อยละ 36.8)
 <p>ปี 2573</p>	การกำจัดวัตถุอันตรายจากแหล่งที่ปราศจากการบุกรุกและตัดไม้ทำลายป่า (ความคืบหน้าร้อยละ 23)
 <p>ปี 2568</p>	ดำเนินการปลูกต้นไม้ 20 ล้านต้น (ความคืบหน้าร้อยละ 8.2 ล้านต้น)

หมายเหตุ: เป้าหมายการดำเนินงานสำหรับกลุ่มธุรกิจที่มีการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติ (Dependency) ในกระบวนการผลิตรวมทั้งอาจทำให้เกิดผลกระทบ (Impact) ต่อทรัพยากรธรรมชาติ ตัวอย่างเช่น ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม และธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น

การบริหารจัดการด้านความหลากหลายทางชีวภาพ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและความหลากหลายทางชีวภาพ โดยยึดมั่นดำเนินการตามหลักการดังกล่าวตั้งแต่การเลือกสถานที่ตั้งสถานประกอบการที่ไม่อยู่ในแหล่งอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับ มาตรฐาน และกฎกระทรวงที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด รวมถึงมีการประเมินผลกระทบและกำหนดมาตรการป้องกันและบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ โดยกรอบการบริหารจัดการของเครือฯ ประกอบด้วย การให้ความสำคัญกับการจัดหาวัตถุดิบทางการเกษตรที่มาจากแหล่งที่รับผิดชอบและไม่บุกรุกพื้นที่ป่า การอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศทั้งบนบกและในทะเล การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียในการปกป้องและฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ การเสริมสร้างความรู้และความตระหนักในความสำคัญของความหลากหลายทางชีวภาพให้กับพนักงานของเครือฯ รวมทั้งชุมชนและสังคม และการเคารพสิทธิในการจัดการและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางธรรมชาติร่วมกัน

ส่งเสริมความตระหนักผู้ ในความสัมพันธ์ของระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ

สร้างความรู้ ความเข้าใจ และเพิ่มขีดความสามารถในการปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

มุ่งมั่นต่อต้านการตัดไม้ทำลายป่า ให้เป็นศูนย์

โดยร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่มูลค่าเพื่อกำจัดการซื้อวัตถุดิบที่ส่งผลให้เกิดการตัดไม้ทำลายป่า

เสริมสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ กับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อปกป้องระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ

ผ่านโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ ภาครัฐ หน่วยงานภาครัฐ และองค์กรภายนอกต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ เรื่องการปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพตลอดห่วงโซ่มูลค่า

อนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ ของทรัพยากรบนบกและทะเล

เพื่อปกป้องสิ่งมีชีวิต รวมทั้งฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพของทรัพยากรบนบกและทะเล

เคารพสิทธิในการจัดการและการใช้ ประโยชน์จากทรัพยากรทาง ธรรมชาติร่วมกัน

โดยส่งเสริมให้ประชาชนและชุมชนในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการจัดการและได้รับประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพ



การเปิดเผยข้อมูลด้านธรรมชาติ ตามกรอบ TNFD

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดทำรายงานการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรธรรมชาติและหลากหลายทางชีวภาพ (Taskforce on Nature-related Financial Disclosure) โดยการนำ LEAP Approach หรือกรอบการพิจารณาความเสี่ยง (Risk) และโอกาสทางธุรกิจ (Opportunity) ที่เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติอย่างเป็นระบบ รวมทั้งนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการจัดการความเสี่ยงของเครือฯ

LEAP Approach ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก คือ

- Locate (L) เป็นการพิจารณากิจกรรมทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทานที่มีความเกี่ยวข้องกับทรัพยากรธรรมชาติ
- Evaluate (E) เป็นการประเมินการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติและนิเวศบริการ
- Assess (A) การบ่งชี้ความเสี่ยงและโอกาสที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ
- Prepare (P) การรับมือกับความเสี่ยงและการเปิดเผยข้อมูล



Locate

Interface with Nature



Evaluate

Dependencies & Impacts



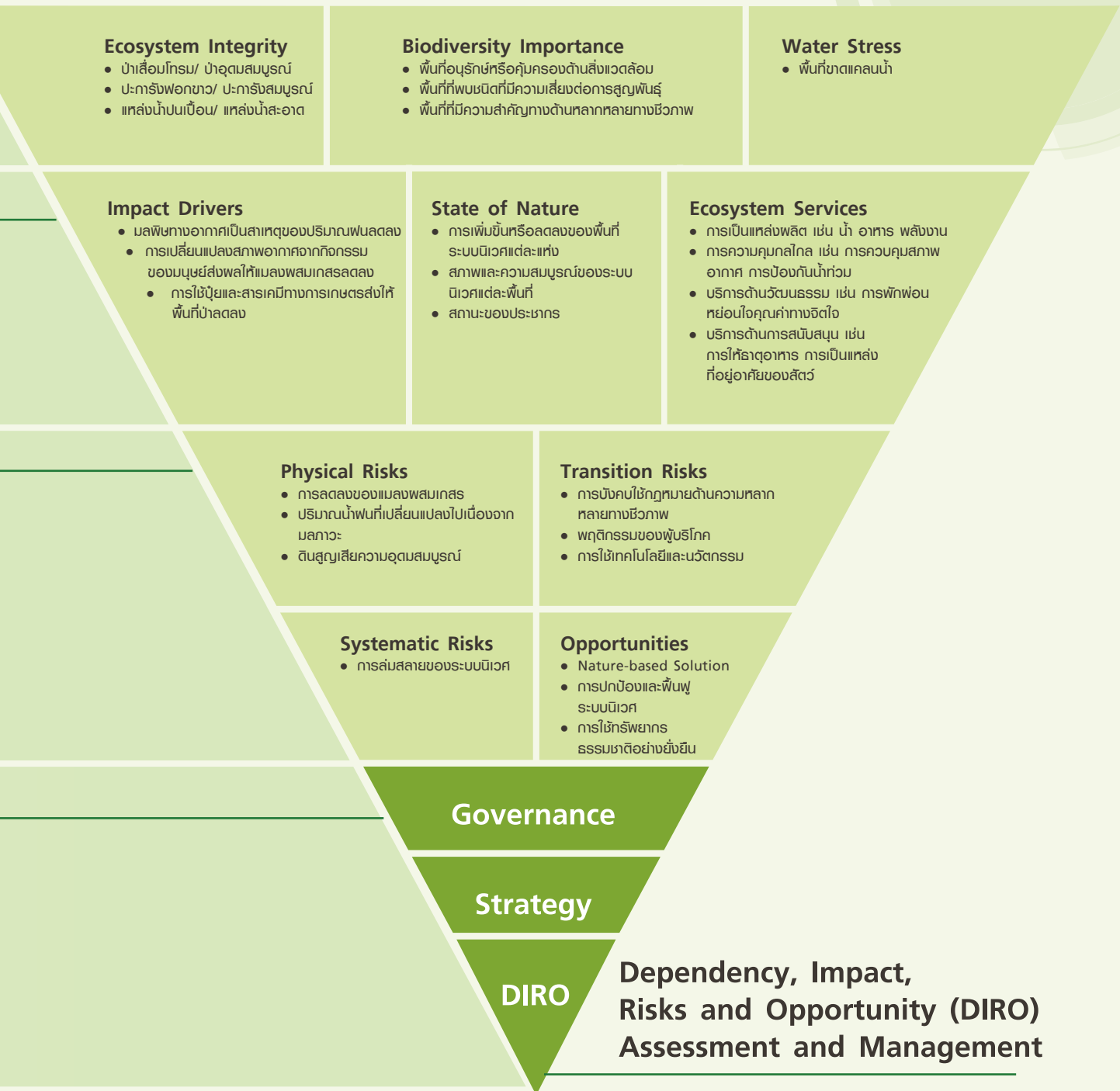
Assess

Material Risks & Opportunities



Plan






To Respond & Report







การประเมินการพึ่งพาบริการของระบบนิเวศ

ทุนทางธรรมชาติ (Natural Capital) และระบบนิเวศบริการ (Ecosystem Services) เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ รวมถึงคุณค่าและพันธมิตรทางธุรกิจ หากมีการเปลี่ยนแปลงหรือความเสียหายของระบบนิเวศบริการ ย่อมส่งผลกระทบต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น เครือฯ จึงดำเนินการวิเคราะห์การพึ่งพา (Dependency) และความสำคัญของระบบนิเวศบริการที่มีต่อธุรกิจที่จะนำไปสู่การจัดการความเสี่ยงต่อไป โดยเครือฯ ใช้ ENCORE เป็นเครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์ โดยผลการวิเคราะห์ของแต่ละกลุ่มธุรกิจสามารถสรุปได้ดังนี้




ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร

-  ดินและการควบคุมการพังทลายของดิน
-  การป้องกันน้ำท่วมและภัยพิบัติ
-  ภูมิอากาศและฤดูกาล
-  น้ำผิวดินและน้ำใต้ดิน
-  การผสมเกสร



ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

-  ดินและการควบคุมการพังทลายของดิน
-  การป้องกันน้ำท่วมและภัยพิบัติ
-  ภูมิอากาศและฤดูกาล
-  การฟื้นฟูทางชีวภาพ

ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

-  ดินและการควบคุมการพังทลายของดิน
-  การป้องกันน้ำท่วมและภัยพิบัติ
-  น้ำผิวดินและน้ำใต้ดิน



ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม

-  น้ำผิวดินและน้ำใต้ดิน
-  การป้องกันน้ำท่วมและภัยพิบัติ



ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์

-  สารพันธุกรรม
-  น้ำผิวดินและน้ำใต้ดิน
-  การฟื้นฟูทางชีวภาพ


ธุรกิจอีคอมเมิร์ซและดิจิทัล

-  ภูมิอากาศและฤดูกาล
-  การป้องกันน้ำท่วมและภัยพิบัติ

ธุรกิจโทรคมนาคม

-  การป้องกันน้ำท่วมและภัยพิบัติ
-  ภูมิอากาศและฤดูกาล

ธุรกิจการเงินและการธนาคาร

-  ภูมิอากาศและฤดูกาล

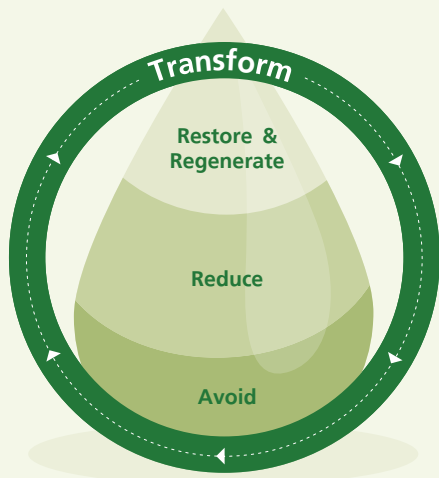
สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ [Biodiversity \(TNFD\) Report 2022](#)

การประเมินภาวะกดดันต่อธรรมชาติ

การพิจารณาภาวะกดดัน (Pressure) จากการดำเนินธุรกิจต่อธรรมชาติเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ Taskforce on Nature-related Financial Disclosure หรือ TNFD กำหนดให้หน่วยงานธุรกิจต้องพิจารณา ซึ่งเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้บ่งชี้ภาวะกดดันจากการดำเนินธุรกิจของเครือฯ ตามแนวทางของ Science Based Target for Nature (SBTN) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ภาวะกดดัน	ตัวอย่างของผลกระทบ	มาตรการ/กลยุทธ์
การใช้ประโยชน์จากทรัพยากร	<ul style="list-style-type: none"> การนำน้ำผิวดินจากแหล่งธรรมชาติมาใช้ประโยชน์เพื่อการเกษตร 	<ul style="list-style-type: none"> ตั้งเป้าหมายในการลดการใช้น้ำของเครือฯ ดำเนินโครงการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ
การใช้ประโยชน์ที่ดิน	<ul style="list-style-type: none"> พื้นที่ป่าหรือธรรมชาติที่ถูกแบ่งแยก การเปลี่ยนรูปแบบการใช้ที่ดิน 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินการตรวจสอบสถานที่ตั้งก่อนดำเนินการ หลีกเลี่ยงการดำเนินงานในพื้นที่ที่มีความสำคัญด้านความหลากหลายทางชีวภาพ
การปล่อยมลพิษ	<ul style="list-style-type: none"> น้ำชะล้างจากพื้นที่เกษตรกรรมและโรงงาน การปนเปื้อนของดิน 	<ul style="list-style-type: none"> บำบัดน้ำเสียให้ได้มาตรฐาน ลดการใช้สารเคมีในการเกษตร
การรุกรานของชนิดพันธุ์ต่างถิ่น	<ul style="list-style-type: none"> การนำพืชหรือสัตว์ต่างถิ่นเข้ามาในพื้นที่ 	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด
การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	<ul style="list-style-type: none"> การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้พลังงาน การเกษตร และการจัดการของเสีย 	<ul style="list-style-type: none"> ตั้งเป้าหมาย Net Zero ภายในปี 2593



กรอบในการจัดการผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพ

เครือเจริญโภคภัณฑ์และบริษัทในเครือฯ มีกรอบในการจัดการความเสี่ยงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อความหลากหลายทางชีวภาพจากการดำเนินธุรกิจของเครือฯ โดยยึดถือแนวทางการบรรเทาผลกระทบตามลำดับขั้น (Mitigation Hierarchy) ตาม AR³T Framework ที่พัฒนาขึ้นโดย Science Based Target for Nature (SBTN) ครอบคลุมการหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดผลกระทบทางลบ (Avoid) การลดผลกระทบ (Reduce) การฟื้นฟูหรือสร้างขึ้นใหม่ (Restore & Regenerate) หากไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบได้ และการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ผลกระทบทางบวก (Transform) ต่อธรรมชาติ ตามลำดับ ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการอยู่ร่วมกับธรรมชาติอย่างยั่งยืน ตามกรอบงานคุณหมิง มอนทรีออล ว่าด้วยความหลากหลายทางชีวภาพของโลก

ที่มา:

→ <https://framework.tnfd.global/wp-content/uploads/2022/11/TNFD-Framework-Annex-3-1-v0-3-B.pdf>

TNFD Framework Annex 3-1 v0-3 B.pdf

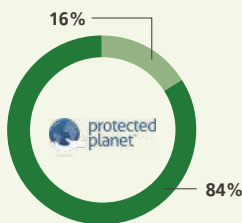
การประเมินความเสี่ยงต่อความหลากหลายทางชีวภาพ

การประเมินความเสี่ยงระดับพื้นที่ปฏิบัติงาน

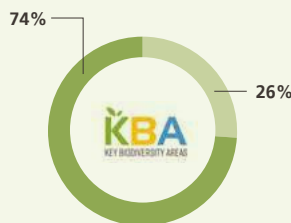
เครือข่ายวิจัยภาคภัณฑ์ตระหนักดีว่าการลดความสูญเสียด้านความหลากหลายทางชีวภาพเป็นเป้าหมายสำคัญที่ต้องเร่งดำเนินการ ดังนั้นการจัดการด้านความหลากหลายทางชีวภาพในขั้นแรกเป็นการหลีกเลี่ยง (Avoid) ผลกระทบจากดำเนินงานโดยใช้เครื่องมือ Integrated Assessment Tool (IBAT) คัดกรองพื้นที่ดำเนินงานที่มีความเสี่ยง เนื่องจากเครือข่าย มีที่ตั้งอยู่หรือใกล้กับพื้นที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ โดยเครือข่าย ได้กำหนดรัศมีในการศึกษาที่ 5 กิโลเมตร

ผลการคัดกรองความเสี่ยงของพื้นที่ปฏิบัติงานของเครือข่าย ทั่วโลกจำนวน 1,991 แห่ง สรุปรายละเอียดได้ดังนี้

พื้นที่ปฏิบัติงาน	จำนวนที่พบ	
	พื้นที่คุ้มครองสิ่งแวดล้อม	พื้นที่ความหลากหลายทางชีวภาพที่สำคัญ ^{1/}
ประเทศไทย	68	45
สาธารณรัฐประชาชนจีน	5	12
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	25	28
ภูมิภาคอื่น ๆ	35	12



ร้อยละของพื้นที่คุ้มครองสิ่งแวดล้อมในรัศมี 5 กม. จากที่ตั้งโครงการ



ร้อยละของพื้นที่ความหลากหลายทางชีวภาพที่สำคัญ

จำนวนรวมของชนิดพันธุ์ในกลุ่มที่ถูกคุกคามตามบัญชีแดง IUCN ^{2/} ในรัศมี 50 กม.	จำนวนพื้นที่ปฏิบัติงานที่พบ
> 450	6
351 - 450	39
251 - 350	159
151 - 250	536
51 - 150	1,027
< 50	224

พื้นที่ปฏิบัติงานที่พบชนิดพันธุ์ตามบัญชีแดง IUCN ในกลุ่มที่ถูกคุกคามมากที่สุด 5 อันดับแรก นั้นมีที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีจำนวนที่พบในแต่ละกลุ่มดังนี้

5 อันดับแรก ที่พบสูงสุด	ชนิดพันธุ์ในกลุ่มที่ถูกคุกคาม ^{2/}		
	CR	EN	VU
ลำดับที่ 1	54	123	317
ลำดับที่ 2	47	115	293
ลำดับที่ 3	37	124	315
ลำดับที่ 4	37	122	315
ลำดับที่ 5	32	148	348

หมายเหตุ:

^{1/} พื้นที่ความหลากหลายทางชีวภาพที่สำคัญ (Key Biodiversity Area: KBA) หมายถึง พื้นที่ที่มีระบบนิเวศที่สำคัญต่อการคงอยู่ของความหลากหลายทางชีวภาพ

^{2/} ชนิดพันธุ์กลุ่มที่ถูกคุกคาม (Threatened Species) ตามบัญชีแดง IUCN แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

- ชนิดพันธุ์ที่มีความเสี่ยงขั้นวิกฤตต่อการสูญพันธุ์ (Critically endangered: CR)
- ชนิดพันธุ์ที่ใกล้สูญพันธุ์ (Endangered: EN)
- ชนิดพันธุ์ที่มีแนวโน้มใกล้สูญพันธุ์ (Vulnerable: VU)

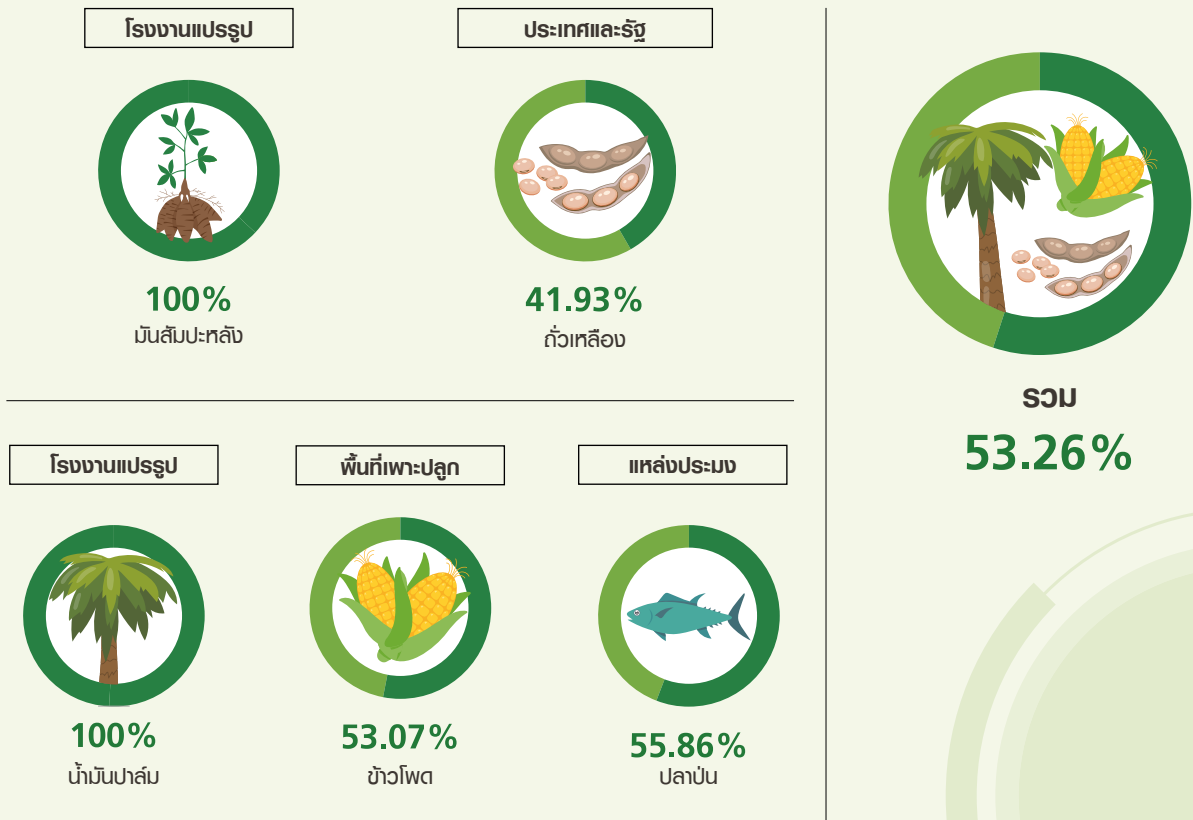
การตรวจสอบย้อนกลับวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูง

การบริหารจัดการตรวจสอบย้อนกลับของวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูง

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อการจัดหาวัตถุดิบ และการผลิตสินค้าด้วยความรับผิดชอบต่อและยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน ควบคู่การรักษาสมดุลของสิ่งแวดล้อม โดยเดินทางขับเคลื่อนการจัดหาวัตถุดิบหลักทางการเกษตรทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ต้องมาจากแหล่งที่ถูกต้องกฎหมาย สามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาได้

ทั้งนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้พัฒนาระบบการตรวจสอบย้อนกลับตลอดห่วงโซ่อุปทานด้วยระบบตรวจสอบที่แม่นยำ รวดเร็ว และโปร่งใส เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคว่าวัตถุดิบมาจากแหล่งที่ไม่มีการบุกรุกทำลายป่า และเป็นแหล่งที่มีความยั่งยืน โดยในปี 2566 จะมีการเพิ่มเติมเป้าหมายการตรวจสอบย้อนกลับวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงอีก 2 รายการ คือ เนื้อวัวและไข่ ซึ่งจะรายงานผลการดำเนินงานในลำดับต่อไป

ผลการตรวจสอบย้อนกลับของวัตถุดิบหลักในปี 2565*



หมายเหตุ:

*วัตถุดิบอาหารสัตว์ในกิจการในประเทศไทย เวียดนาม อินเดีย ลาว กัมพูชา มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เมียนมาร์ และบังคลาเทศ

การอนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ

Toward Nature Positive



การปลูกป่าเพื่อฟื้นฟูป่าเสื่อมโทรม
(Reforestation)

1,184 ไร่



การอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศบนบก
(Ecosystem Restoration)

6,971 ไร่



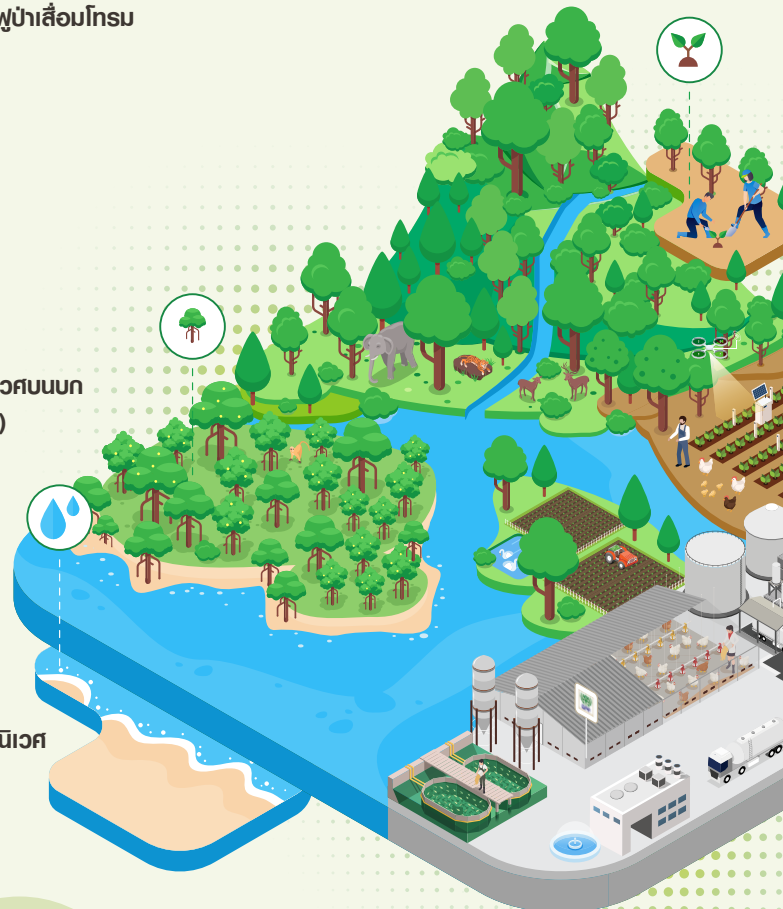
การอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศ
ทางทะเลและชายฝั่ง

5 โครงการ



การชดเชยทรัพยากรในทะเล
(Biodiversity Offsetting)

7,000 ล้านตัว (ลูกสัตว์น้ำวัยอ่อน)





การบำรุงรักษาป่าให้ฟื้นตัวตามธรรมชาติ
(Natural Regeneration)

75 ไร่



วนเกษตร (Agroforestry)

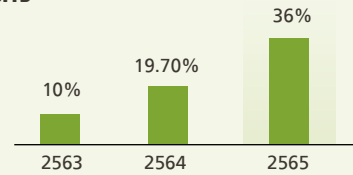
6,298 ไร่



เว้นพื้นที่กันชนที่ติดกับระบบนิเวศ
(Set-aside Land)

374 ไร่

กลุ่มธุรกิจดำเนินโครงการร่วมกับพันธมิตร
ที่เกี่ยวข้องเพื่อบริหารจัดการและติดตาม
ความหลากหลายทางชีวภาพในการดำเนิน
ธุรกิจ



ชุมชนที่ได้รับประโยชน์จากโครงการ



เพิ่มรายได้ให้กับชุมชน
มากกว่า 64
ล้านบาท

เป้าหมายการปลูกต้นไม้ให้ได้
20 ล้านต้น ภายในปี 2568



CASE STUDY

โครงการเฝ้าระวังช้างป่าด้วยระบบเตือนภัยล่วงหน้า



การขยายตัวของชุมชนรอบพื้นที่ป่าอนุรักษ์มีผลกระทบต่อช้างป่า เนื่องจากพื้นที่ที่เป็นแหล่งหากินของช้างลดลง บ่อยครั้งจึงเห็นช้างป่าออกมาหากินบริเวณพื้นที่ชุมชนและพื้นที่เกษตรกรรมรอบๆ ป่า ก่อให้เกิดความขัดแย้งระหว่างคนกับช้างป่าและเป็นปัญหาที่ทุกฝ่ายให้ความสำคัญ เนื่องจากมีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น เครือเจริญโภคภัณฑ์ โดย บริษัท ทูริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จึงให้การสนับสนุนเทคโนโลยีระบบกล้องส่องถ่ายช้างและสัตว์ รวมถึงระบบแจ้งเตือนเมื่อมีผู้บุกรุกตามแหล่งอาหารและที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่า โดยใช้เทคโนโลยี IoT

ช้างเป็นสัตว์ที่มีความสำคัญต่อระบบนิเวศ เนื่องจากช่วยในการกระจายเมล็ดพรรณพืช จึงช่วยฟื้นฟูผืนป่า นอกจากนี้ มูลช้างยังเป็นแหล่งอาหารและที่อยู่ที่สำคัญของแมลงป่าหลายชนิด โดยแมลงเหล่านี้ล้วนเป็นผู้ที่ช่วยรักษาสมดุลของป่าอีกต่อหนึ่ง

Relationship Capital

ลดความเสียหายที่ช้างป่าทำลายพืชผลทางการเกษตร

56%

เพิ่มประสิทธิภาพในการผลักดันช้างป่า
ออกจากพื้นที่เกษตรกรรมได้

100%



CASE STUDY

โครงการ “ซีพี-เมจิ รักป่า รักน้ำ รักแผ่นดิน”

บริษัท ซีพี เมจิ จำกัด ร่วมกับสำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 1 สาขาสระบุรี กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช จัดกิจกรรมรณรงค์อนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ สัตว์ป่า และป้องกันไฟป่า ณ อุทยานแห่งชาติน้ำตกสามหลั่น อ.เมืองสระบุรี จ.สระบุรี โดยมีการมอบอุปกรณ์ป้องกันและดับไฟป่า เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในการป้องกันไฟป่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความปลอดภัยในการทำงานมากขึ้น เป็นประโยชน์ในการอนุรักษ์ผืนป่าในพื้นที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกสามหลั่น จ.สระบุรี และเขตห้ามล่าสัตว์ป่าเขาวงจันแดง จ.ลพบุรี ซึ่งเป็นป่าต้นน้ำที่สำคัญ ทั้งนี้ ไฟเป็นหนึ่งในสาเหตุหลักที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อการสืบพันธุ์ตามธรรมชาติของสัตว์ในพื้นที่หรือยับยั้งการเจริญพันธุ์ทดแทนของไม้ท้องถิ่นตามธรรมชาติ ซึ่งจะส่งผลให้ความหลากหลายของชนิดพันธุ์พืชในพื้นที่ลดน้อยลง รวมทั้งไฟปายังเกิดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ออกสู่บรรยากาศ ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และจำนวนของฝุ่น PM 2.5



CASE STUDY



Natural Capital

เก็บขยะชายหาดรอบพื้นที่สถานประกอบการได้ถึง

7,153 กิโลกรัม

โครงการ CPF Restore the Ocean

การสร้างความร่วมมือและลงมือทำ โดยสร้างความตระหนักสู่พนักงานในองค์กร เพื่อรักษาระบบนิเวศทางทะเล ด้วยการลดปริมาณขยะและเก็บขยะ สู่การนำมาจัดการอย่างถูกวิธีตามแนวทาง Ocean Conservancy ประกอบด้วย “กิจกรรมกับดักขยะทะเล” เป็นการสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชนบริเวณปากแม่น้ำลำคลอง เก็บและคัดแยกขยะ โดยนำขยะที่ได้สู่การแปรรูปขยะทะเลเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมทั้งผลักดันในการก่อตั้งวิสาหกิจชุมชนเพื่อนำสร้างองค์ความรู้พัฒนาต่อยอดในชุมชน

“กิจกรรมขยะชายหาด” เก็บขยะที่เกยตื้นบริเวณชายหาด สู่การพัฒนาต่อยอดเป็นอริสมวลเบาจากที่พัฒนาจากแหวนพลาสติก กระดาษตันไม้จากขยะโฟม พร้อมทั้งสร้างศูนย์การเรียนรู้ด้านขยะทะเลในชุมชน

“กิจกรรมขยะคีนฝั่ง” ดำเนินงานส่งเสริมเรือประมงโดยชาวประมงเก็บขยะที่ลอยในทะเลกลับสู่ฝั่งและทำเรือสู่กระบวนการรีไซเคิล โดยนำขยะขวดพลาสติกมาผลิตเป็นเสื้อโปโลไซเคิล ฝสานความร่วมมือกับบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)

CASE STUDY

ซีพีเอฟ รัศมีนิเวศ ลุ่มน้ำป่าสัก เขาพระยาเดินธง



บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ร่วมกับกรมป่าไม้ และชุมชนรอบเขาพระยาเดินธงอันเป็นพื้นที่ป่าต้นน้ำของแม่น้ำป่าสัก ในการอนุรักษ์ ป่าฟื้นฟู และปลูกป่าเพิ่มเติมในพื้นที่เขาพระยาเดินธง อ.พัฒนานิคม จ.ลพบุรี ตั้งแต่ปี 2559 จนถึงปัจจุบัน โดยระยะที่หนึ่ง (ปี 2559-2563) ช่วยอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าต้นน้ำลุ่มน้ำป่าสัก 5,971 ไร่ เดินหน้าสู่ระยะที่สอง (ปี 2564-2568) ขยายพื้นที่อนุรักษ์ ป่าฟื้นฟู และปลูกป่าใหม่เพิ่มอีก 1,000 ไร่ หรือเพิ่มเป็น 6,971 ไร่ โดยใช้รูปแบบการปลูกป่า 4 รูปแบบตามสภาพพื้นที่ ได้แก่ การปลูกป่าแบบพิถีพิถัน การปลูกแบบเสริมป่า การส่งเสริมการสืบพันธุ์ตามธรรมชาติ และการปลูกเชิงนิเวศ ซึ่งช่วยย่นระยะเวลาการฟื้นตัวของป่าได้เร็วกว่าการปล่อยให้ฟื้นฟูตามธรรมชาติ

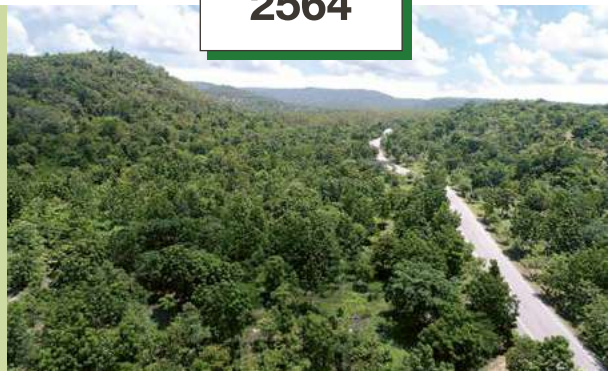
ผลจากการดำเนินงานในระยะที่หนึ่ง พบว่าสภาพป่าเปลี่ยนแปลงจากป่าเสื่อมโทรมที่เต็มไปด้วยเถาวัลย์ หนามสนิม ขาดความหลากหลายทางชีวภาพ เพราะไม้ยืนต้นไม่สามารถเติบโตได้ กลับเป็นป่าสีเขียวที่มีพันธุ์ไม้หลากหลายชนิดคืนความชุ่มชื้นกลับคืนสู่ธรรมชาติ

การฟื้นฟูป่าไม้ยังเป็นการเพิ่มแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่า ช่วยเพิ่มชนิดและจำนวนของสัตว์ป่าในพื้นที่ให้มากขึ้นอีกด้วย ซึ่งเป็นอีกหนึ่งดัชนีที่ชี้ให้เห็นถึงความสมบูรณ์ของระบบนิเวศ ดังนั้น บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับคณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สำนักรวบรวมความหลากหลายทางชีวภาพของพันธุ์สัตว์ ได้แก่ นก สัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม สัตว์เลื้อยคลาน และสัตว์สะเทินน้ำสะเทินบก เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลและดัชนีวัดผลการดำเนินงานอนุรักษ์และฟื้นฟูป่า การสำรวจดำเนินการโดยการลงพื้นที่และการติดตามด้วยกล้อง Camera Trap ซึ่งพบสัตว์ป่ากว่า 174 ชนิดในพื้นที่ ตัวอย่างเช่น ตัวนึ่ง ซึ่งถือเป็นสัตว์ป่าที่มีความเสี่ยงขั้นวิกฤตต่อการสูญพันธุ์ (CR) ตามบัญชีแดงของ IUCN นกอ้ายจิ้งจก ซึ่งเป็นสิ่งมีชีวิตที่เกือบอยู่ในข่ายเสี่ยงต่อการสูญพันธุ์ (NT) และยังมีงูแมวฉวย นกจาบปีกอ่อนป่าสน และสุนัขจิ้งจอก

2559



2564



“เขาพระยาเดินธง” อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

พื้นที่ต้นแบบในการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าต้นน้ำที่สำคัญจากป่าเสื่อมโทรมที่เต็มไปด้วยหนามสนิมและวัชพืชขึ้นปกคลุมทำให้ยากแก่การฟื้นตัวได้เองตามธรรมชาติ จำเป็นต้องได้รับการฟื้นฟูที่ดีเพื่อให้กลับมาอุดมสมบูรณ์

การประเมินคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ



การจัดการห่วงโซ่อุปทาน อย่างรับผิดชอบ

Responsible Supply Chain Management

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักดีว่าห่วงโซ่อุปทานของเครือฯ นั้น มีความซับซ้อนเป็นอย่างมาก และมีการกระจายตัวอยู่ในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ดังนั้น การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นระบบและมีการติดตามผลการดำเนินงานของผู้ค้าอย่างต่อเนื่องเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ อย่างไรก็ตาม ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความขัดแย้งระหว่างประเทศ และการออกข้อกำหนด กฎหมาย ข้อบังคับใหม่ ๆ ที่แตกต่างออกไปของแต่ละประเทศ ล้วนแล้วแต่เป็นความท้าทายของเครือฯ ในการบริหารจัดการ และรักษาความมั่นคงของห่วงโซ่อุปทาน ดังนั้น เพื่อให้เครือฯ ยังคงสามารถสรรหาวัตถุดิบที่ดี และมีคุณสมบัติตรงต่อความต้องการของเครือฯ เพื่อนำมาผลิตผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ และพร้อมสร้างอนาคตที่ดีกว่าและยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย เครือฯ ได้มีการนำมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับวัฒนธรรมความหลากหลายของเครือฯ อีกทั้ง ยังได้สื่อสารให้คู่ค้าได้รับทราบและนำมาตรฐานไปใช้อย่างเคร่งครัด เพื่อร่วมกันสร้างสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



2.4



4.4



8.3



9.2

12.7
12.A

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ Sustainable Development Goals Report 2022

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2565

มูลค่าการซื้อขายของคู่ค้าลำดับที่ 1
ที่มีความสำคัญด้านความยั่งยืน

68.64%

คู่ค้าที่ได้รับการประเมินความเสี่ยง
ด้านความยั่งยืน

71.32%

คู่ค้าที่ได้รับการสนับสนุนด้านการดำเนินการแก้ไข/ปรับปรุง

100%

เป้าหมายและความคืบหน้า

การตรวจประเมินด้านความยั่งยืนกับคู่ค้า
ที่มีความเสี่ยงสูง

2565 **73.76%**

2564 92.2%

แผนการดำเนินงานในอนาคต



ถ่ายทอดนโยบายและแนวปฏิบัติ
ด้านการจัดท่ายั่งยืนไปสู่
ภาคปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ



ปรับระบบและเพิ่มขีดความสามารถ
ของผู้ตรวจประเมินให้สอดคล้อง
ตามนโยบายฯ และจรรยาบรรณธุรกิจ
สำหรับคู่ค้าที่ปรับปรุงขึ้นใหม่



ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดทา
ผลิตภัณฑ์และบริการจากคู่ค้าในท้องถิ่น
และภายในประเทศที่เครือฯ มีการดำเนินงาน
ธุรกิจ



สร้างความร่วมมือและส่งเสริมศักยภาพ
ของคู่ค้าให้สามารถแข่งขันและพัฒนา
ผลิตภัณฑ์และบริการที่รับพิตชอบต่อ
สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

เพื่อให้การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของเครือเจริญโภคภัณฑ์ เป็นไปอย่างมีความรับผิดชอบ พร้อมส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการ ที่มีคุณภาพให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เครือฯ ได้จัดทำ **จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า** พร้อมทำการสื่อสารให้คู่ค้าได้รับทราบและพร้อมนำไปปฏิบัติ อีกทั้งยังมี **นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน** เพื่อให้การดำเนินงานของเครือฯ และของคู่ค้าเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

นอกจากจรรยาบรรณนโยบายและแนวปฏิบัติแล้ว เครือเจริญโภคภัณฑ์ ยังให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการในทุกมิติ เพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม พัฒนาระบบเศรษฐกิจของคู่ค้าให้มีความมั่นคง รวมทั้งส่งเสริมให้มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีตลอดวัฏจักรชีวิตของสินค้าและบริการเพื่อให้คู่ค้าของเครือฯ สามารถเติบโตไปพร้อมกับเครือฯ ได้อย่างยั่งยืน พร้อมกับสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกได้ตลอดห่วงโซ่คุณค่า เครือฯ ได้กำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ [การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ](#)

จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับลูกค้า

เครือข่ายวิทยุโทรทัศน์ได้ประกาศใช้จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับลูกค้า ซึ่งครอบคลุมประเด็นเรื่อง การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม การเคารพสิทธิมนุษยชนและการดูแลแรงงาน และการมีจริยธรรมในการดำเนินงาน นอกจากนี้ เครือฯ ได้จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดหาย่างยั่งยืนที่สอดคล้องตามข้อกำหนดของกฎหมาย

ระเบียบข้อบังคับ และมาตรฐานที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับประเทศและสากล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการลดความเสี่ยงทางธุรกิจ ในกระบวนการจัดหา และร่วมขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาสู่ความยั่งยืนไปยังลูกค้า และลูกค้าลำดับถัดไป

ตัวอย่างประเด็นหลักที่มีในจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับลูกค้า



การบังคับใช้แรงงาน



อาชีวอนามัยและความปลอดภัย



การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และความขัดแย้งทางผลประโยชน์



แรงงานเด็ก



การเลือกปฏิบัติและการคุกคาม



การต่อต้านการแข่งขัน



สภาพแวดล้อมในการทำงาน



การให้เสรีภาพในการรวมกลุ่มเป็นสมาคม และการร่วมเจรจาต่อรอง



การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ [จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับลูกค้า](#)

การประเมินลูกค้า

เครือข่ายวิทยุโทรทัศน์ได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงของลูกค้า ตลอดห่วงโซ่อุปทานเป็นประจำอย่างน้อย 1 ครั้งในรอบ 3 ปี ด้วยวิธีการที่เหมาะสม ได้แก่



การวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้



แบบสอบถาม/แบบประเมินตนเอง



การตรวจเยี่ยมสถานประกอบการโดยเจ้าหน้าที่ของเครือฯ/ผู้ตรวจสอบที่มีความเป็นอิสระ



การวิเคราะห์ข้อมูลการดำเนินงานของลูกค้า จากการประเมินของผู้ให้บริการที่น่าเชื่อถือ

เพื่อเป็นการรองรับลูกค้าที่มีอยู่ทั่วโลก เครือฯ จึงได้พัฒนาเครื่องมือการประเมินความเสี่ยงด้วยการรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของระบบ e-Procurement ที่พัฒนาขึ้นโดยบริษัท พันธวินิช ซึ่งเป็นบริษัทในกลุ่มธุรกิจแอสเซ้นท์ โดยระบบดังกล่าวช่วยลดเวลาในการทำงาน และเกิดความโปร่งใสในการจัดหา

การบริหารความเสี่ยงลูกค้า

เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดไปสู่ภาคปฏิบัติได้อย่างถูกต้องและทั่วถึง เครือข่ายวิทยุโทรทัศน์ได้จัดทำแนวปฏิบัติด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ ซึ่งครอบคลุมการปฏิบัติต่อลูกค้า การคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ การจำแนกประเภทคู่ค้า การประเมินความเสี่ยง การตรวจประเมิน การประเมินผลการดำเนินงาน และการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคู่ค้า นอกจากนี้ เครือฯ ยังให้ความสำคัญกับการยกระดับการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของลูกค้าด้วยการตรวจประเมินแบบสร้างคุณค่า (Value-added Auditing) โดยจัดทำแนวปฏิบัติสำหรับการตรวจประเมินคู่ค้า พร้อมทั้งจัดโปรแกรมการอบรมจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการพัฒนา E-Learning สำหรับผู้ที่สนใจอีกด้วย

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- [การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ](#)
- [การตรวจประเมินด้านความยั่งยืนสำหรับคู่ค้า](#)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2565

การระบุประเภทของคู่ค้า



27,236 ราย

คู่ค้าลำดับที่ 1



2,127 ราย

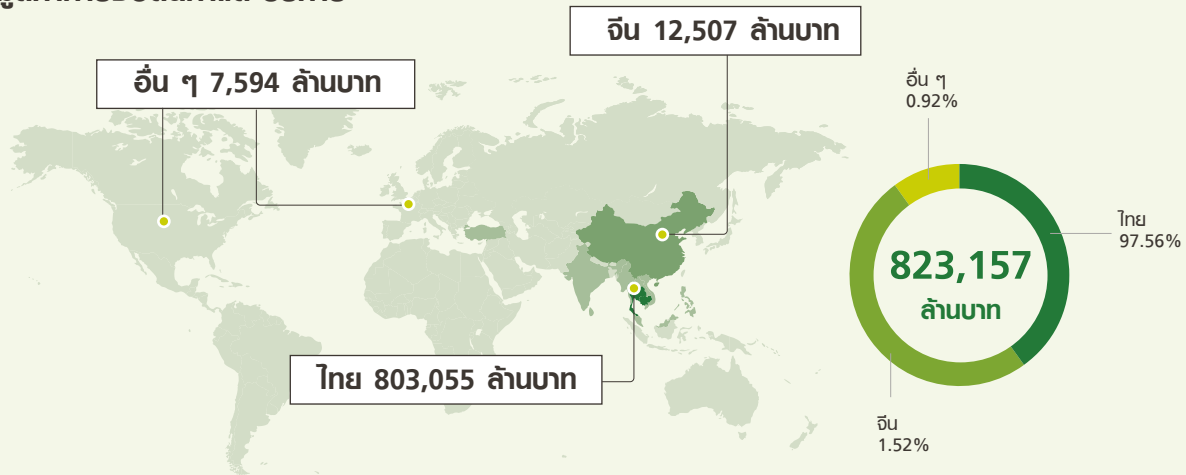
คู่ค้าลำดับที่ 1 ที่มีความสำคัญ
ด้านความยั่งยืน



89 ราย

คู่ค้าทางอ้อมที่มีความสำคัญ
ด้านความยั่งยืน

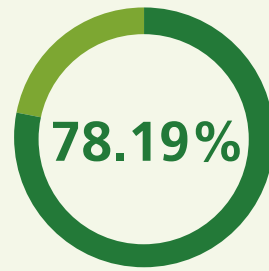
มูลค่าการซื้อขายและบริการ



จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้าลำดับที่ 1 ที่มีความสำคัญด้านความยั่งยืน

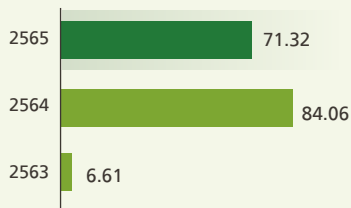


ผู้รับพิชชอบที่ได้รับการฝึกอบรม การจัดหาย่างยั่งยืน



การบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืน

คู่ค้าที่ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืน
(ร้อยละ)



74 ราย

คู่ค้าที่มีความสำคัญ
ด้านความยั่งยืนที่พบ
ผลกระทบทางลบ



61 ราย

คู่ค้าที่มีความสำคัญด้านความยั่งยืน
ที่พบผลกระทบทางลบ
ที่มีแนวทางปรับปรุง



0 ราย

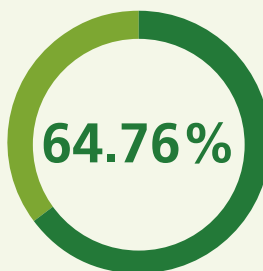
คู่ค้าที่มีความสำคัญ
ด้านความยั่งยืนที่พบผลกระทบ
ทางลบที่ถูกยุติการสั่งซื้อ

การพัฒนาคู่ค้า

คู่ค้าที่ได้รับการสนับสนุนด้านการดำเนินงาน
การแก้ไข/ปรับปรุง (ร้อยละ)



คู่ค้าที่เข้าร่วมโครงการการพัฒนา
เสริมสร้างศักยภาพ (ร้อยละ)



CASE STUDY

เครือฯ รุกพัฒนาคู่ค้า ยกระดับความยั่งยืนครบทุกมิติ

ด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) สนับสนุนคู่ค้าให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมได้จัดสัมมนาใหญ่ประจำปี “True Suppliers Day 2022: การดำเนินธุรกิจพิชิต Carbon Neutral/Net Zero” เพื่อแบ่งปันแนวทางการบริหารจัดการเพื่อลดสภาวะโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของเครือฯ พร้อมทั้งนำเสนอกรณีศึกษาที่น่าสนใจทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเตรียมพร้อมมุ่งสู่เป้าหมาย Carbon Neutral ภายในปี 2573 และ Net Zero ภายในปี 2593 ของกลุ่มทรู และเครือเจริญโภคภัณฑ์ ร่วมกัน

ด้านสังคม

กลุ่มธุรกิจพีชครบวงจร ข้าว ชนส่งและบริการส่งเสริมคู่ค้าปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานและความปลอดภัยในการทำงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อสร้างความสามารถในการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการคุ้มครองแรงงานตามหลักสิทธิมนุษยชนและมาตรฐานสากลให้สอดคล้องกับเงื่อนไขและกฎเกณฑ์การค้าโลกใหม่ ๆ จากประเทศคู่ค้า เพื่อคุ้มครองแรงงานให้ได้รับความเสมอภาคเป็นธรรม และปลอดภัยจากการทำงานตามมาตรฐานแรงงานไทย แนวทางการปฏิบัติที่ดีต่อแรงงาน (Good Labor Practices หรือ GLP) และแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ด้านการกำกับดูแลกิจการ

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทยจัดสัมมนาออนไลน์เพื่อถ่ายทอดความรู้และแบ่งปันประสบการณ์ เรื่องการป้องกันความเสี่ยงการทุจริตและคอร์รัปชันในการดำเนินงาน และสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้ประกอบการ SME รวมทั้งสนับสนุนให้ผู้ประกอบการประกาศเจตนารมณ์ และยกระดับการดำเนินเป็นองค์กรที่ได้รับรองเป็นแนวร่วมการต่อต้านคอร์รัปชันเพื่อสร้างระบบนิเวศของการทำธุรกิจที่โปร่งใสต่อไป

แนวปฏิบัติ
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบต่อสังคม



Relationship Capital

จำนวนคู่ค้าที่ได้รับการยกระดับ
แนวปฏิบัติการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบต่อสังคม

6,918 ราย

CASE STUDY

การพัฒนาคุณค่าเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นพัฒนาศักยภาพคู่ค้าและการยกระดับการดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืนให้แก่คู่ค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนสร้างโอกาสในการเติบโตไปด้วยกัน เครือฯ ได้ให้การสนับสนุนคู่ค้าในทุกรูปแบบเพื่อขอจัดซื้อจำกัดหรืออุปสรรคที่พบในการดำเนินงานธุรกิจของคู่ค้าที่มีความหลากหลาย อาทิ การพัฒนามาตรฐานการทำเกษตรยั่งยืน การยกระดับระบบการผลิต

ตามมาตรฐานสากล และการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ ตลอดจนการสนับสนุนจัดหาช่องทางทางการขายและแหล่งเงินทุน นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้ร่วมผลักดันให้หลักเศรษฐกิจหมุนเวียนเกิดขึ้นในภาคธุรกิจ โดยสร้างความเข้าใจ และสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การผลิตและการบริโภคสู่แนวปฏิบัติของเศรษฐกิจหมุนเวียน

CASE STUDY

การส่งเสริมเกษตรกรปลูกข้าวโพดใช้ไกลบตอซัง แกนการพา สดฟู้น พีซีตหมอกควัน



จำนวนเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ

11,612 ราย

จำนวนพื้นที่ **355,324** ไร่

จำนวนพลผลิตเฉลี่ยต่อไร่

เพิ่มขึ้นร้อยละ **18**

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) และ กลุ่มธุรกิจการค้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ ร่วมมือกับคู่ค้าและเกษตรกรสร้างห่วงโซ่การผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ที่ยั่งยืน รวมถึงแก้ปัญหาฝุ่นละออง PM 2.5 ผ่านการดำเนินโครงการ “เกษตรกรพึ่งตน ข้าวโพดยั่งยืน” ตั้งแต่การปรับเปลี่ยนวิธีการเพาะปลูก ปรับการใช้ปุ๋ยที่เหมาะสมกับดิน หยุดเผาเศษวัสดุและตอซังหลังเก็บเกี่ยว ช่วยเกษตรกรลดค่าใช้จ่ายจากปุ๋ยบำรุงพืชและดิน รวมถึงบริษัทฯ ยังจัดจตุรับซื้อพิเศษที่ใกล้เคียงกับพื้นที่ปลูกของเกษตรกร เพื่อลดจำนวนเที่ยวรถขนส่งข้าวโพดไปโรงงาน และฝุ่นละอองที่เกิดขึ้นจากการขนส่งผลผลิตอีกด้วย พร้อมทั้งลงพื้นที่ถ่ายทอดความรู้กับเกษตรกร และบริษัทฯ ยังอำนวยความสะดวกให้เกษตรกรเข้าถึงความรู้ได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ และแอปพลิเคชัน ที่มีชื่อว่า “For Farm” นอกจากการสนับสนุนให้คู่ค้าธุรกิจและเกษตรกรร่วมมือกันลดฝุ่นละอองในห่วงโซ่การผลิตข้าวโพดแล้ว บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นในการจัดซื้อวัตถุดิบทางการเกษตรที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่าและร่วมปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพ บริษัทฯ ใช้ระบบตรวจสอบย้อนกลับ

ข้าวโพดบนเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain Traceability) ที่เพิ่มความโปร่งใสและความเชื่อมั่นว่าข้าวโพดที่ใช้สำหรับกิจการในประเทศไทยทั้งหมด 100% สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ถึงแหล่งปลูกที่ปราศจากการบุกรุกป่าหรือตัดไม้ทำลายป่า และบริษัทฯ ยังได้ขยายการดำเนินการไปยังกิจการต่างประเทศอีกด้วย



ภาพปก

การเปิดเผยผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนผ่านรายงานความยั่งยืนประจำปีถือเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ใช้ในการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียมาโดยตลอด อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานของเครือฯ คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ เพราะการเปิดเผยผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนทำให้เราตระหนักถึงความท้าทายและโอกาส ซึ่งเครือฯ ได้นำประเด็นความท้าทายและโอกาสเหล่านั้นมาใช้ในการทบทวนกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนอยู่เสมอ นอกจากนี้ เครือฯ ได้อ้างอิงตามมาตรฐานการรายงานของ Global Reporting Initiative: GRI Standards 2021 และอื่น ๆ อีกมากมาย เพื่อยกระดับมาตรฐานรายงานความยั่งยืนของเครือฯ ให้เทียบเท่ากับสากล อีกทั้ง ยังได้วางจ้างบริษัทที่ปรึกษาภายนอกที่มีความเป็นอิสระจากธุรกิจและการดำเนินงานของเครือฯ เข้ามาทำการตรวจรับรองความถูกต้องและความสอดคล้องของเนื้อหาในรายงานฯ ตามมาตรฐานการรายงาน GRI Standards 2021



ขอบเขตการรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2565	240
GRI CONTENT INDEX	242
การรับรองจากหน่วยงานภายนอก	256

ขอบเขตการรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2565

เนื้อหาที่ปรากฏในรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2565 เป็นการนำเสนอผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยข้อมูลด้านเศรษฐกิจเป็นการรวบรวมข้อมูลการดำเนินงานของเครือฯ ใน 21 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลก ข้อมูลผลการดำเนินงาน สิ่งแวดล้อม และสังคม (เฉพาะความปลอดภัย และอาชีวอนามัย) ครอบคลุมข้อมูลของบริษัทและบริษัทย่อยที่มีการดำเนินงานในประเทศไทย เวียดนาม อินเดีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย กัมพูชา ทูร์เคีย ลาว จีน เมียนมา อินโดนีเซีย บังกลาเทศ และไต้หวัน และข้อมูลผลการดำเนินงาน ด้านสังคม (เฉพาะทรัพยากรบุคคล) ครอบคลุมข้อมูลของบริษัทดังรายชื่อในตารางด้านล่างนี้

ธุรกิจ/บริษัท	เศรษฐกิจ	สิ่งแวดล้อม				สังคม	
		พลังงาน	ก๊าซเรือนกระจก	น้ำ	ของเสีย	ความปลอดภัย	บุคคล
1 บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด และบริษัทย่อย	●	○	○	○	○	○	●
2 บริษัท ธนทелеคอม จำกัด และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
3 บริษัท พัฒนาผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด	●	●	●	●	●	●	●
4 บริษัท เค.เอส.พี. อูปรกรณ์ จำกัด	●	●	●	●	●	●	○
5 บริษัท เกษตรภัณฑ์อุตสาหกรรม จำกัด	●	●	●	●	●	●	○
6 บริษัท แอ็ดวานซ์ฟาร์มา จำกัด	●	●	●	●	●	●	○
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.อินเตอร์เทรด จำกัด และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
10 บริษัท เจริญโภคภัณฑ์โปรดิ๊วส จำกัด และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
11 บริษัท เจริญโภคภัณฑ์การเกษตร จำกัด	●	●	●	●	●	●	●
12 บริษัท เจริญโภคภัณฑ์วิศวกรรม จำกัด	●	●	●	●	○	●	●
13 บริษัท เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรู๊ป จำกัด	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจค้าปลีก							
1 บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
2 บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
3 C.P. Lotus Corporation	●	●	●	●	●	●	●

ธุรกิจ/บริษัท	เศรษฐกิจ	สิ่งแวดล้อม				สังคม	
		พลังงาน	ก๊าซเรือนกระจก	น้ำ	ของเสีย	ความปลอดภัย	บุคคล
ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม							
1 บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจอีคอมเมิร์ซและธุรกิจดิจิทัล							
1 บริษัท แอสเซนดท์ กรุ๊ป จำกัด และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	○
2 บริษัท ฟรีวิลล์ โซลูชั่นส์ จำกัด	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์							
1 บริษัท ซี.พี. แลนด์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
2 บริษัท ซีพี พร็อพเพอร์ตี้ โฮลดิ้ง จำกัด	●	●	●	●	●	●	●
3 Shanghai Kinghill Limited	●	●	●	●	●	●	●
4 Chia Tai Land Company Limited	○	●	●	●	○	○	●
5 Chia Tai Di Jing (Shanghai) Investment Management Limited							
ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม							
1 บริษัท อีซีโอ กรุ๊ป จำกัด และบริษัทย่อย	●	○	○	○	○	○	●
2 บริษัท ซีพีพีซี จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์							
1 Sino Biopharmaceutical Limited	●	○	○	○	○	○	●
ธุรกิจการเงินและการธนาคาร*							
1 Zheng Xin Bank Company Limited	○	○	○	○	○	○	●
2 Ping An Insurance (Group) Company of China, Limited							
3 ITOCHU Corporation							
4 CITIC Group Corporation Limited							
ธุรกิจอื่น ๆ							
1 บริษัท เอเซีย เอร่า วัน จำกัด	○	○	○	○	○	○	○
2 บริษัท อัลเตอร์วิม จำกัด	○	○	○	○	○	○	○
3 บริษัท ซีพี เมดิคัล เซ็นเตอร์ จำกัด	○	○	○	○	○	○	○

- หมายถึง ผลการดำเนินงานของบริษัทครอบคลุมอยู่ในรายงานฉบับนี้
- หมายถึง ผลการดำเนินงานของบริษัทไม่ได้ครอบคลุมอยู่ในรายงานฉบับนี้
- * ปัจจุบันกลุ่มธุรกิจการเงินและการธนาคารที่ไม่ได้อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของเครือเจริญโภคภัณฑ์

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 2022 to 31 December 2022

GRI 1 Used GRI 1: Foundation 2021

Applicable GRI Sector Standard(s) N/A

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/Location Reference	Omission			UNGC CoP	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation		
General Disclosure 2021							
The Organization and its Reporting Practices							
GRI 2	2-1 Organizational details	page 18-19 C.P. Group website: Overview					
GRI 2	2-2 Entities included in the organization's sustainability reporting	page 240-241					
GRI 2	2-3 Reporting period, frequency and contact point	page 16-17					
GRI 2	2-4 Restatement of information	Sustainability Performance Report 2022				G4	
GRI 2	2-5 External assurance	page 256-257					G13
Activities and Workers							
GRI 2	2-6 Activities, value chain and other business relationships	page 20-21 C.P. Group website: Overview					
GRI 2	2-7 Employees	page 80-81 Sustainability Performance Report 2022					
GRI 2	2-8 Workers who are not employees	Sustainability Performance Report 2022					
Governance							
GRI 2	2-9 Governance structure and composition	page 30-31 C.P. Group website: Sustainability Governance				G5, G11	
GRI 2	2-10 Nomination and selection of the highest governance body	page 64-65					

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/Location Reference	Omission			UNGC CoP	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation		
GRI 2	2-11 Chair of the highest governance body	page 30-31, 64-65 C.P. Group website: <u>Sustainability Governance</u>					
GRI 2	2-12 Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	page 44-47				G1, G7	
GRI 2	2-13 Delegation of responsibility for managing impacts	page 44-47				G5	
GRI 2	2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting	page 46-47				G1	
GRI 2	2-15 Conflicts of interest	page 72 C.P. Group website: <u>Corporate Governance</u>					
GRI 2	2-16 Communication of critical concerns	page 72 C.P. Group website: <u>Corporate Governance</u>					
GRI 2	2-17 Collective knowledge of the highest governance body	page 65-73 C.P. Group website: <u>Corporate Governance</u>					
GRI 2	2-18 Evaluation of the performance of the highest governance body	page 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	<u>Sustainability Performance Report 2022</u>					
Strategies, Policies and Practices							
GRI 2	2-22 Statement on sustainable development strategy	page 48-49				G1	
GRI 2	2-23 Policy commitments	<u>Codes of Conduct</u> <u>Human Rights and Labor Practices Policy and Guidelines</u>				G2, G3, G7, G7.1, HR2, L1.1, E1.1	

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/Location Reference	Omission			UNGC CoP	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation		
GRI 2	2-24 Embedding policy commitments	C.P. Group has several policies in place to ensure strict compliance to our Codes, vision and strategy, as well as applicable laws and regulations. Each management level has responsibility in the policy development, implementation, and monitoring. Beside overseeing the adoption of policies, every level of employee is provided with trainings to confirm clear understanding of each policy, and ability to execute everyday activity in accordance with statement set forth within policies.					<input checked="" type="checkbox"/>
GRI 2	2-25 Processes to remediate negative impacts	page 72, 78-79 C.P. Group website: Corporate Governance Human Rights and Labor Practices					<input checked="" type="checkbox"/>
GRI 2	2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	page 72 Report a Concern Whistleblowing Policy and Guidelines				G8, G8.1	<input checked="" type="checkbox"/>
GRI 2	2-27 Compliance with laws and regulations	page 70-72 C.P. Group website: Corporate Governance					
GRI 2	2-28 Membership associations	page 56-57 C.P. Group website: Stakeholder Engagement					
Stakeholder Engagement							
GRI 2	2-29 Approach to stakeholder engagement	page 40-43 Stakeholder Engagement Report 2022					
GRI 2	2-30 Collective bargaining agreements	Sustainability Performance Report 2022				L1.2	
Material Topics 2021							
GRI 3	3-1 Process to determine material topic	page 44-47 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022				G7, G7.1, HR3, L2, E2	
GRI 3	3-2 List of material topics	page 47 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022				HR1, E12	

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/Location Reference	Omission			UNGC CoP	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation		
GRI 3	Management of material topics	page 62, 74, 88, 98, 108, 118, 130, 142, 150, 162, 174, 192, 204, 214, 230 <u>Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022</u>				G7, G9, HR2, HR2.1, HR3, HR4, HR5, HR6, HR7, HR8, L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12, E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, AC1, AC4, AC6, AC7, AC8	

Economic Performance 2016

GRI 201	201-1 Direct economic value generated and distributed	page 19					
GRI 201	201-2 Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	page 178-179 <u>Task Force on Climate-related Financial Disclosure (TCFD) Report 2022</u>				E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E9	
GRI 201	201-3 Defined benefit plan obligations and other retirement plan		a, b, c, d, e	Information unavailable/incomplete	Disclosure of the information is unavailable		
GRI 201	201-4 Financial assistance received from government		a, b, c	Not applicable	C.P. Group does not receive any financial assistance from government		

Indirect Economic Impacts 2016

GRI 3	3-3 Management of material topics	page 130 <u>Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022</u>					
GRI 203	203-1 Infrastructure investments and service supported	page 132-139					
GRI 203	203-2 Significant indirect economic impacts	page 132-139					

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/Location Reference	Omission			UNGC CoP	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation		
Procurement Practice 2016							
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 230 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022					
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 62 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022					
GRI 205	205-1 Total number and percentage of operations assessed for risks related to corruption.	page 71-73				G6, AC1, AC4, AC6, AC7, AC8	
GRI 205	205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures	Sustainability Performance Report 2022				AC1, AC3, AC4, AC6, AC7, AC8	
GRI 205	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	page 72 C.P. Group website: Corporate Governance				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 72					
Materials 2016							
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 192 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022					
GRI 301	301-1 Materials used by weight or volume	page 199 Sustainability Performance Report 2022					<input checked="" type="checkbox"/> Packaging Material
GRI 301	301-2 Recycled input materials used	page 199, 201 Sustainability Performance Report 2022					<input checked="" type="checkbox"/> Packaging Material

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/Location Reference	Omission			UNGC CoP	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation		
GRI 301	301-3 Reclaimed products and their packaging materials	page 199 <u>Sustainability Performance Report 2022</u>					
Energy 2016							
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 174 <u>Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022</u>					
GRI 302	302-1 Energy consumption within the organization	page 184-185 <u>Sustainability Performance Report 2022</u>				E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E10, E11	<input checked="" type="checkbox"/>
GRI 302	302-2 Energy consumption outside the organization	page 184-185 <u>Sustainability Performance Report 2022</u>				E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	
GRI 302	302-3 Energy intensity	page 184-185 <u>Sustainability Performance Report 2022</u>				E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	
GRI 302	302-4 Reduction of energy consumption	page 184-185 <u>Sustainability Performance Report 2022</u>				E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	
GRI 302	302-5 Reductions in energy requirement of products and services	page 184-185 <u>Sustainability Performance Report 2022</u>	a, b, c	Information unavailable/incomplete	Disclosure of the information is unavailable	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	
Water and Effluents 2018							
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 204 <u>Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022</u>					
GRI 303	303-1 Interactions with water as a shared resource	page 206-213				E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	
GRI 303	303-2 Management of water discharge-related impacts	page 206-213				E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	
GRI 303	303-3 Water withdrawal	page 209 <u>Sustainability Performance Report 2022</u>				E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E13	<input checked="" type="checkbox"/>

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/Location Reference	Omission			UNGC CoP	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation		
GRI 303	303-4 Water discharge	page 209 Sustainability Performance Report 2022				E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	<input checked="" type="checkbox"/>
GRI 303	303-5 Water consumption	page 209 Sustainability Performance Report 2022				E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E13	<input checked="" type="checkbox"/>
Biodiversity 2016							
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 214 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022					
GRI 304	304-1 Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas		a, b	Not Applicable	C.P. Group and its subsidiaries do not cause any significant impacts on biodiversity	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E15, E16	
GRI 304	304-2 Significant impacts of activities, products, and services on biodiversity		a, b	Not Applicable	C.P. Group and its subsidiaries do not cause any significant impacts on biodiversity	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	
GRI 304	304-3 Habitats protected or restored	Biodiversity (TNFD) Report 2022				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 216					
Emissions 2016							
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 174 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022					
GRI 305	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	page 182-183 Sustainability Performance Report 2022	Direct GHG emission excluded emission from flaring of biogas and all vented from CPF	Information unavailable		E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E6	<input checked="" type="checkbox"/>

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/Location Reference	Omission			UNGC CoP	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation		
GRI 305	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	page 182-183 <u>Sustainability Performance Report 2022</u>				E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E6	<input checked="" type="checkbox"/>
GRI 305	305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions	page 182-183 <u>Sustainability Performance Report 2022</u>				E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E7, E7.1	<input checked="" type="checkbox"/>
GRI 305	305-4 GHG emissions intensity	page 182-183 <u>Sustainability Performance Report 2022</u>				E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	
GRI 305	305-5 Reduction of GHG emissions	page 182-183 <u>Sustainability Performance Report 2022</u>				E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	
GRI 305	305-6 Emissions of ozone-depleting substances (ODS)		a, b, c, d	Not Applicable	C.P. Group and its subsidiaries do not have any operation and products that emit ozone depleting substances (ODS).	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	
GRI 305	305-7 Nitrogen oxides (NOx), Sulfur oxides (SOx), and other significant air emissions	<u>Sustainability Performance Report 2022</u>				E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E18	<input checked="" type="checkbox"/> (VOCc)
Waste 2020							
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 192 <u>Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022</u>					
GRI 306	306-1 Waste generation and significant waste-related impacts	page 194-203				E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	
GRI 306	306-2 Management of significant waste-related impacts	page 194-203				E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	
GRI 306	306-3 Waste generated	page 199, 201, 203 <u>Sustainability Performance Report 2022</u>	Electronic waste from Ascend group	Information unavailable		E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E19	<input checked="" type="checkbox"/>

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/Location Reference	Omission			UNGC CoP	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation		
GRI 306	306-4 Waste diverted from disposal	page 199, 201, 203 <u>Sustainability Performance Report 2022</u>				E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E20	<input checked="" type="checkbox"/>
GRI 306	306-5 Waste directed to disposal	page 199, 201, 203 <u>Sustainability Performance Report 2022</u>				E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E20	<input checked="" type="checkbox"/>
Supplier Environmental Assessment 2016							
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 230 <u>Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022</u>					
GRI 308	308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria	page 235					
GRI 308	308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	page 235					
Employment 2016							
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 74, 82-83 <u>Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022</u>					
GRI 401	401-1 New employee hires and employee turnover	<u>Sustainability Performance Report 2022</u>					
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: <u>Human Rights and Labor Practices</u>					
GRI 401	401-3 Parental leave	<u>Sustainability Performance Report 2022</u>					
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.					
Occupational Health and Safety 2018							
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 74, 84 <u>Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022</u>					
GRI 403	403-1 Occupational Health and Safety Management System	page 84-85				L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12	

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/Location Reference	Omission			UNGC CoP	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation		
GRI 403	403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	page 84-85				L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12	
GRI 403	403-3 Occupational health services	page 84-85				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.				L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12	
GRI 403	403-5 Worker training on occupational health and safety	page 87 C.P. Group website: <u>Human Rights and Labor Practices</u>				L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12	
GRI 403	403-6 Promotion of worker health	page 85				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 84-87				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	Disclosure of the information is unavailable	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12	
GRI 403	403-9 Work-related injuries	page 81 <u>Sustainability Performance Report 2022</u>				L1, L2, L3, L4, L5, L9, L10, L11, L12	<input checked="" type="checkbox"/>
GRI 403	403-10 Work-related ill health	<u>Sustainability Performance Report 2022</u>				L1, L2, L3, L4, L5 , L11, L12	<input checked="" type="checkbox"/>

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/Location Reference	Omission			UNGC CoP	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation		
Training and Education 2016							
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 98 <u>Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022</u>					
GRI 404	404-1 Average hours of training per year per employee	page 99 <u>Sustainability Performance Report 2022</u>					
GRI 404	404-2 Program for upgrading employee skills and transition assistance	page 100-107 <u>Sustainability Performance Report 2022</u>					
GRI 404	404-3 Percentage of employees receiving regulation performance and career development reviews	page 103 <u>Sustainability Performance Report 2022</u>					
Diversity and Equal Opportunity 2016							
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 74 <u>Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022</u>					
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.				G11	
GRI 405	405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men	<u>Sustainability Performance Report 2022</u>				L8	
Non-discrimination 2016							
GRI 406	406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken	page 72 C.P. Group website: <u>Corporate Governance</u>				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.				L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12	

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/Location Reference	Omission			UNGC CoP	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation		
Child Labor 2016							
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 74 <u>Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022</u>					
GRI 408	408-1 Operations and suppliers at significant risk for incident of child labor	page 76-79				L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12	
Forces or Compulsory Labor 2016							
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 74 <u>Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022</u>					
GRI 409	409-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	page 76-79				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	This indicator is not applicable to C.P. Group and its subsidiaries		
Rights of Indigenous Peoples 2016							
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 74 <u>Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022</u>					
GRI 411	411-1 Incidents of violations involving rights of indigenous people	page 76-79					
Local Communities 2016							
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 130 <u>Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022</u>					
GRI 413	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	page 132-141					
GRI 413	413-2 Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	page 132-141					

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/Location Reference	Omission			UNGC CoP	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation		
Supplier Social Assessment 2016							
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 230 <u>Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022</u>					
GRI 414	414-1 New suppliers that were screened using social criteria	page 235 <u>Sustainability Performance Report 2022</u>					
GRI 414	414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken	page 235 <u>Sustainability Performance Report 2022</u>					
Public Policy 2016							
GRI 415	415-1 Political contributions	page 56-57 C.P. Group website: <u>Stakeholder Engagement</u>					
Customer Health and Safety 2016							
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 62, 118, 142 <u>Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022</u>					
GRI 416	416-1 Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	page 120-129, 144-149					
GRI 416	416-2 Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services	page 72 C.P. Group website: <u>Corporate Governance</u>					
Marketing and Labelling 2016							
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 118 <u>Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022</u>					
GRI 417	417-1 Requirements for product and service information and labeling	page 126-127					
GRI 417	417-2 Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling	page 72 C.P. Group website: <u>Corporate Governance</u>					
GRI 417	417-3 Incidents of non-compliance concerning marketing communications	page 72 C.P. Group website: <u>Corporate Governance</u>					

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/Location Reference	Omission			UNGC CoP	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation		
Customer Privacy 2016							
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 62 <u>Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2022</u>					
GRI 418	418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	page 72 C.P. Group website: <u>Corporate Governance Cybersecurity and Data Protection</u>					

การรับรองจากหน่วยงานภายนอก



LRQA Independent Assurance Statement Relating to Charoen Pokphand Group Company Limited’s Sustainability Report for the calendar year 2022

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 Thailand Ltd. was commissioned by Charoen Pokphand Group Co, Ltd (CPG) to provide independent assurance on its Sustainability Report for the calendar year 2022 (“the report”) against the assurance criteria below to a limited level of assurance and at the materiality of the professional judgement of the verifier using LRQA’s verification procedure. LRQA’s verification procedure is based on current best practice, is in accordance with ISAE 3000 and ISAE 3410 and uses the following principles of - inclusivity, materiality, responsiveness, Impact and reliability of performance data.

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

- Confirming that the report is in accordance with GRI Standard (2021).
- Reviewing the integrity of CPG’s (GRI 2-24) Embedding policy commitments, (GRI 2-25) Processes to remediate negative impacts and (GRI 2-26) Mechanism for seeking advice and raising concerns and supplier assessment process.
- Evaluating the reliability of data and information for only the selected indicators listed below:
GRI 301-1 Packaging material used by weight, GRI 301-2 Recycled input packaging material used, GRI 302-1 Energy consumption within the organization, GRI 303-3 to 5 Water withdrawal, discharge and consumption, GRI 305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions ⁽¹⁾, GRI 305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions, GRI 305-3 Other Significant indirect (Scope 3) GHG emissions – excluded cat. 8 and 14 which not relevant, GRI 305-7 Significant air emissions – VOC only, GRI 306-3 to 5 Waste generated, diverted from and directed to disposal included food loss and food waste and GRI 403-9 and 10 Work related injury and ill health.

Notes: 1. Reporting scope of direct GHG emission excluded emission from flaring of biogas, fugitives and all vented from CPF

2. Reporting scope of waste disposal excluded electronic waste from Ascend Group

The information for these selected indicators is available at <https://www.cpgroupglobal.com/storage/document/additional-topic-specific-reports/2023/sustainability-performance-report-2022-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 limited level of assurance and at the materiality of the professional judgement of the verifier.

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

¹ GHG quantification is subject to inherent uncertainty.



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 verification to CPG's subsidiaries included Ascend, Chai Tai, CPLand, CPPC, CP Intertrade, CPCrop and Lotus's operations in People's Republic of China, Malaysia and Thailand 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.

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 CPG's sustainability performance that have been excluded from the Report.
- Responsiveness: CPG has processes for responding to various stakeholder groups. We believe that future reports should further explain the climate actions being taken by CPG and its supply chains.
- Impact: CPG should extend the supplier assessment process to address related ESG impacts through its supply chains.
- Reliability: CPG should maintain those subsidiary companies' third-party verification as CPG has collaborated its data and information from subsidiaries level.

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 work undertaken by LRQA for CPG and as such does not compromise our independence or impartiality.

Signed

Dated: 3 June 2023

Opart Charuratana

Lead Verifier

LRQA (Thailand) Limited

No.9. G Tower Grand Rama 9. FL.30, Room H14

Rama 9 Rd., HuayKwang, Bangkok 10310 THAILAND

LRQA Reference: BGK600000865

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

The English version of this Assurance Statement is the only valid version. LRQA 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.

เพื่อพรุ่งนี้ ที่ดีกว่า

Making Today
a Better Tomorrow



บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด

อาคารทรู ทาวเวอร์ 18 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

โทรศัพท์: +66(0)-2766-8000

อีเมล: prcpgroup@cp.co.th

เว็บไซต์ : www.cpgroupglobal.com