



เครือเจริญโภคภัณฑ์
รายงานความยั่งยืนประจำปี 2564



Making Today
a Better Tomorrow

เครือเจริญโภคภัณฑ์
รายงานความยั่งยืน
ประจำปี 2564



Collaborating for Sustainable Living



เราร่วมมือกับพันธมิตรจากหลากหลายแขนงในการพัฒนาศักยภาพในทุก ๆ ด้าน เพื่อสร้างสรรค์วันพรุ่งนี้ที่ดีกว่าให้แก่ประเทศไทย ประชาชน พนักงาน และองค์กร อย่างยั่งยืนสืบไป

ตลอดระยะเวลาหนึ่งศตวรรษที่ผ่านมา เราคำนึงถึงประโยชน์ที่เราสามารถส่งมอบให้แก่ประเทศไทย ประชาชน แล้วจึงเป็นประโยชน์ต่อองค์กรเอง ซึ่งสิ่งนี้เรียกว่า “ปรัชญา 3 ประโยชน์” ที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ยึดถือเป็นคุณธรรมและหัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการดำเนินงาน และร่วมมือกับพันธมิตรจากหลากหลายภาคส่วน ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ มาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนากระบวนการศึกษาให้เด็ก และเยาวชนมีความรู้ ความสามารถที่เพียงพอต่อการเติบโตในยุคสมัยแห่งเทคโนโลยีและดิจิทัล การเสริมสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ ให้แก่พนักงานของเรา เพื่อให้มีทักษะที่สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการแห่งนวัตกรรมใหม่ อีกทั้งยังมุ่งพัฒนากระบวนการผลิตให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายแห่งการเป็นองค์กรที่เป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ภายในปี 2573 และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ภายในปี 2593 การดำเนินงานต่าง ๆ เพื่อบรรลุเป้าหมายและความร่วมมือทั้งหมดนี้ เครือฯ มุ่งมั่นดำเนินการเพื่อสร้างสรรค์คุณประโยชน์ และส่งมอบคุณค่าที่ยั่งยืนสืบไป

สารบัญ



สารจากผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์	
สารจากประธานอาวุโส	6
สารจากประธานกรรมการ	8
สารจากประธานคณะผู้บริหาร	10
สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ	12
แผนการดำเนินงานสู่เป้าหมายความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573	14
เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	16
รางวัลและความภาคภูมิใจ ปี 2564	18
ภาพรวมการพ่นกำลังฟ้าวิกฤต COVID-19	20
รู้จักเครือเจริญโภคภัณฑ์	22
ห่วงโซ่คุณค่าของเครือเจริญโภคภัณฑ์	24
ภาพรวมธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์	26
การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน	28
คำนิยามองค์กร 6 ประการ	30

การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน	32
กระบวนการสร้างคุณค่า	34
การวิเคราะห์รับทราบและแนวโน้มของโลก	36
การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน	40
การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	42

Heart: Living Right	46
การกำกับดูแลกิจการ	48
สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน	56
การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ	70
การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล	76
ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล	84

Health: Living Well	90
สุขภาพและสุขภาวะที่ดี	92
คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม	102
ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ	110
การบริหารจัดการนวัตกรรม	116
การสร้างความปลอดภัยกับผู้มีส่วนได้เสีย	122

Home: Living Together	132
การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	134
ระบบเศรษฐกิจทฤษฎีใหม่	150
การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ	160
การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ	168
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	180

ภาคผนวก	188
ขอบเขตการรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2564	190
การรับรองจากหน่วยงานภายนอก	194





ตลอดระยะเวลาการดำเนินงานธุรกิจที่ผ่านมา เครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะพัฒนาศักยภาพขององค์กรให้เกิดความยั่งยืนในทุกมิติ ปัจจุบันสามารถขยายการลงทุนกลายเป็นองค์กรขนาดใหญ่ ครอบคลุม 14 กลุ่มธุรกิจ ใน 21 ประเทศทั่วโลก

นายณินท์ เจียรวนนท์
ประธานอาวุโส
เครือเจริญโภคภัณฑ์

สารจากประธานอาวุโส

ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคปัจจุบัน สถานการณ์ความไม่แน่นอนล้วนเป็นสังขรณ์ที่สามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ซึ่งอาจส่งผลกระทบอย่างรวดเร็วรุนแรงต่อมวลมนุษยชาติในทุกประเทศทั่วโลกให้ต้องเผชิญกับความท้าทายใหม่ ๆ อย่างไม่มีวันสิ้นสุด ดังเช่น การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ตลอดช่วงระยะเวลาสองปีที่ผ่านมา คือ ตั้งแต่ปี 2563 ต่อเนื่องมาจนถึง ปี 2564 ได้ก่อให้เกิดความเสียหายและความยากลำบากครั้งใหญ่ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม แต่ผมอยากให้ทุกคนมองเห็นปัญหาที่ต้องเผชิญในทุกครั้งว่าเป็นเรื่องปกติที่พร้อมจะมาย้ำเยี่ยมเยือนเราได้ตลอดเวลา และวิกฤตการณ์คือการสร้างโอกาส การระบาดของโรค COVID-19 ได้ทำให้ประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ถือเป็นจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญที่ผลักดันให้ผู้บริโภคจำเป็นต้องเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีออนไลน์อย่างจริงจัง ไม่ว่าจะมีความพร้อมหรือไม่ก็ตาม ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การดำรงชีวิตไปจากวิถีเดิมอย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน เครือเจริญโภคภัณฑ์ จึงต้องขับเคลื่อนองค์กรเพื่อสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นในทุกกลุ่มธุรกิจ อีกทั้งยังต้องมีความสามารถที่จะปรับตัวและตอบสนองต่อทุกสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว เพื่อก้าวให้ทันกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีความผันแปร ด้วยการส่งมอบคุณค่าผ่านผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงใจและมีคุณภาพ

ตลอดระยะเวลาการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะพัฒนาศักยภาพขององค์กรให้เกิดความยั่งยืนในทุกมิติ ปัจจุบันสามารถขยายการลงทุนกลายเป็นองค์กรขนาดใหญ่ ครอบคลุม 14 กลุ่มธุรกิจ ใน 21 ประเทศทั่วโลก มีการดำเนินกิจการที่หลากหลายทั้งอุตสาหกรรมการผลิตและการบริการ

หนึ่งในกลยุทธ์หลักสำคัญในการสร้างความยั่งยืน คือ การนำจุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ อันเป็น “อาวุธ” ที่ทรงประสิทธิภาพในการสร้างความสำเร็จ ให้กับแต่ละกลุ่มธุรกิจในทุกประเทศทั่วโลกที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ เข้าไปลงทุน มาถ่ายทอด แลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ เพื่อกลุ่มธุรกิจอื่นจะได้ไม่ต้องเสียเวลาไปกับการลองผิดลองถูกซ้ำอีก และสามารถนำองค์ความรู้ที่นำมาสร้างสรรค้บูรณาการต่อยอดให้เกิดการใช้ประโยชน์ เป็นการผนึกกำลังองค์กรทั้งองคัพยพให้มีความเป็นหนึ่งเดียว ด้วยการแบ่งปันทรัพยากร องค์ความรู้ เพื่อช่วยยกระดับธุรกิจสู่การแข่งขันในระดับสากล เสริมสร้างศักยภาพการบริหารงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ อันเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการทำให้เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งสู่เป้าหมายความยั่งยืนและก้าวไปสู่การเป็นองค์กรระดับโลกด้วยความภาคภูมิใจ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความเชื่อมั่นว่าเมื่อฐานรากขององค์กรมีความแข็งแกร่ง ย่อมส่งผลให้ฐานรากของสังคมและประเทศชาติมีความแข็งแกร่งมั่นคงด้วยเช่นกัน

ผมในนามของ บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความเชื่อมั่นและให้การสนับสนุนที่ดีมาโดยตลอด เครือเจริญโภคภัณฑ์ จะยึดมั่นดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ด้วยการบริหารงานภายใต้หลักธรรมาภิบาล ควบคู่กับการกำกับดูแลกิจการที่ดีด้วยความโปร่งใส มุ่งสร้างมูลค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการเติบโตขององค์กรที่มั่นคง และเพื่อสร้างสังคมแห่งการอยู่ร่วมกันที่ยั่งยืนต่อไป

สารจากประธานกรรมการ

ตลอดระยะเวลากว่า 2 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน โลกก็ยังเผชิญกับความท้าทายอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าสถานการณ์ COVID-19 ที่ยืดเยื้อจะเริ่มคลี่คลายลงบ้างในหลายประเทศ แต่ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมก็ยังคงอยู่ ในขณะที่ความขัดแย้งด้านภูมิรัฐศาสตร์ได้ก่อตัวขึ้นและสร้างผลกระทบเพิ่มเติมต่อด้านเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทานของวัตถุดิบสำคัญ ๆ ของโลก ในสถานการณ์ที่ท้าทายนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ในฐานะผู้ผลิตอาหารระดับโลกตระหนักถึงความรับผิดชอบต่ออันสำคัญยิ่ง ในการมีส่วนร่วมสร้างความมั่นคงทางด้านอาหารและห่วงโซ่การผลิตที่ยั่งยืน เพื่อส่งมอบอาหารคุณภาพดี สะอาด ปลอดภัย ส่งเสริมโภชนาการ และสุขภาพที่ดีให้กับสังคมชุมชนทั่วโลก ไปพร้อมกับการป้องกันและรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ประกอบด้วยผู้บริหาร เพื่อนพนักงาน ลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ คู่ค้าและผู้มีส่วนร่วมในสังคมตลอดห่วงโซ่อุปทาน ได้ร่วมแรงร่วมใจกันเพื่อช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบและฟื้นฟูเศรษฐกิจชุมชนในประเทศต่าง ๆ ที่เครือฯ ประกอบธุรกิจอย่างไม่ย่อท้อในกว่า 2 ปีที่ผ่านมา สืบสานค่านิยมองค์กร 6 ประการของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ที่ประกอบด้วย การยอมรับการเปลี่ยนแปลง การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ การทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย การทำเร็วและมีคุณภาพ บนพื้นฐานของคุณธรรมและความซื่อสัตย์ โดยมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองคุณประเทศไทย สร้างสรรค์ประโยชน์ให้กับประชาชนและบริษัทเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน และในปี 2564 เราได้ยกระดับแผนยุทธศาสตร์ทางด้าน

ความยั่งยืนขององค์กร ให้สอดคล้องกับบริบทความยั่งยืนของโลกที่ท้าทายมากขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงจากการบังคับใช้นโยบายระดับชาติและระดับโลกที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ลดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เสริมสร้างความแข็งแกร่งของห่วงโซ่อุปทานของเราทั่วโลก ส่งเสริมการบริหารงานภายใต้หลักการบรรษัทภิบาลและจรรยาบรรณธุรกิจอย่างเคร่งครัด และมุ่งสร้างผู้นำที่ดีและเก่งรุ่นใหม่เพื่อเป็นพลังในการขับเคลื่อนองค์กรรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติ อีกทั้งเร่งการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้กับทุกส่วนของธุรกิจ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันระดับโลกภายใต้การเปลี่ยนแปลงอย่างผันผวน เติริมความพร้อมก้าวสู่การดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ

ในวาระที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินธุรกิจผ่านวิกฤตและความท้าทายต่าง ๆ มาถึงปีที่ 100 ในปี 2564 นี้ ผมขอขอบพระคุณท่านผู้บริหารอาวุโสและขอขอบคุณเพื่อนพนักงานทุกคนในทุกประเทศ ในความรักองค์กร ความมุ่งมั่นทุ่มเท เสียสละและอดทน ร่วมกันสร้างพัฒนาการที่ยั่งยืน ทำให้เครือเจริญโภคภัณฑ์สามารถก้าวข้ามผ่านช่วงเวลาที่ยากลำบากและเต็มไปด้วยความท้าทายตลอดมา ผมขอขอบคุณลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ คู่ค้าและผู้มีส่วนร่วมในสังคมตลอดห่วงโซ่อุปทาน ในความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ การสนับสนุนและความร่วมมือร่วมใจกันอย่างต่อเนื่อง เหล่านี้คือพลังสำคัญที่จะขับเคลื่อนเครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ก้าวสู่ศตวรรษหน้าได้อย่างมั่นใจ บรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างประโยชน์ให้กับประเทศไทย ประชาชน และองค์กรได้อย่างยั่งยืน

ในปี 2564 เราได้ยกระดับแผนยุทธศาสตร์ทางด้านความยั่งยืนขององค์กรให้สอดคล้องกับบริบทความยั่งยืนของโลกที่ท้าทายมากขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงจากการบังคับใช้นโยบายระดับชาติและระดับโลกที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ลดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เสริมสร้างความแข็งแกร่งของห่วงโซ่อุปทานของเราทั่วโลก



นายสุกษิต เจียรานนท์
ประธานกรรมการ
เครือเจริญโภคภัณฑ์



สารจากประธานคณะกรรมการ

เราจะเป็นอีกหนึ่งพลังสำคัญในการลดโลกร้อน ตามที่เราได้ประกาศความมุ่งมั่นว่าจะเป็น “องค์กรที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์” มุ่งมั่นเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ยั่งยืน และมีคุณค่า



นายศุภชัย เจียรวนนท์
ประธานคณะกรรมการ
เครือเจริญโภคภัณฑ์



ปี 2564 ที่ผ่านมาเป็นอีกปีหนึ่งที่ได้เพิ่มความยากลำบากจากมรสุม COVID-19 ที่ยังคงแพร่ระบาดอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังเป็นปีที่ต้องเผชิญกับความท้าทายที่เป็นระดับโลกในหลายประเด็น อาทิ การเปลี่ยนแปลงของโลกดิจิทัล นวัตกรรมที่ก้าวกระโดด การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค การเข้าสู่สังคมผู้สูงวัย และที่สำคัญคือการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศที่ทั่วโลกต่างตระหนักและถือเป็นวาระเร่งด่วนที่เพิกเฉยไม่ได้ เหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม ธุรกิจ รวมไปถึงวัฒนธรรม และชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนบนโลกใบนี้

เครือเจริญโภคภัณฑ์ เติบโตก้าวสู่ปีที่ 100 ด้วยการสานต่อค่านิยมองค์กรทั้ง 6 ประการครอบคลุมถึงความกตัญญูและการสร้างสรรค์ประโยชน์ให้กับทุกประเทศที่ไปลงทุน ให้กับประชาชนและสังคมสุดท้ายเกิดประโยชน์ต่อองค์กรอย่างยั่งยืน ทั้งนี้เครือฯ ยังได้มุ่งมั่นในด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการทุจริตและคอร์รัปชันทุกรูปแบบ พร้อมทั้งส่งเสริมการดำเนินงานที่สอดคล้องตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ครอบคลุมถึงเป็นไปตามหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน ที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนในทุกมิติทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ถือเป็นรากฐานที่แข็งแกร่งนำไปสู่การเติบโตใน 100 ปีที่ 2 ของเครือซีพี ซึ่งมุ่งหวังตั้งใจสร้างสรรค์สิ่งดีงามและมีคุณค่าตอบสนองชุมชน สังคม และประเทศชาติ ต่อไปตามปณิธานของผู้ก่อตั้งและผู้สืบสานธุรกิจขององค์กรในทุกยุคทุกสมัย

ทั้งนี้ หากปราศจากเป้าหมาย ก็ยากที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินการและบรรลุเป้าหมายตามที่ได้ประกาศไว้ตั้งแต่ปี 2559 ซึ่งได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนเป็นอย่างดี ทำให้องค์กรเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ทั้งนี้เพื่อให้องค์กรสามารถต่อยอดการสร้างคุณค่าเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ปี 2564 เครือฯ จึงกำหนดเป้าหมายใหม่ที่ท้าทายมากขึ้น โดยมุ่งสู่การพัฒนาเป้าหมายที่ยั่งยืน 2573 หรือ C.P. Group Sustainability Goals 2030 โดยเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวโน้มกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกเป็นอย่างมาก เชื่อมโยงเป็นอย่างดีว่าทิศทางดำเนินธุรกิจของเครือฯ ภายใต้เป้าหมายความยั่งยืนที่กำหนดไว้นี้จะสรรค์สร้างประโยชน์ทั้งแก่ประเทศไทยและทุกประเทศที่เครือฯ เข้าไปลงทุน รวมถึงสร้างความสุข สร้างรอยยิ้มแก่ประชาชน ชุมชน สังคม ในประเทศนั้น ๆ

นอกจากนี้ ปี 2564 เป็นปีที่เครือฯ สามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ในหลายด้าน และต้องขอขอบคุณหลายองค์กรรวมทั้งองค์กรในระดับนานาชาติที่มอบรางวัลและให้การยอมรับ แต่ทั้งนี้ก็ต้องถือว่าความสำเร็จที่เกิดขึ้นเป็นความร่วมมือจากหลายภาคส่วน โดยเฉพาะเครือฯ ได้เข้าร่วมการประเมินด้านความยั่งยืนของ S&P Global และได้รับการจัดอันดับให้เป็นที่ 3 ในกลุ่มอุตสาหกรรม Industrial Conglomerate และยังได้รับการจัดอันดับในระดับ S&P Global Bronze Class ใน The Sustainability Yearbook 2022 ความสำเร็จที่ได้รับในครั้งนี้เกิดขึ้นจากความมุ่งมั่นของผู้บริหารและพนักงานทุกคนในเครือฯ ที่ร่วมแรงร่วมใจกันทำให้มีผลการดำเนินงานที่ดี ตอกย้ำการเป็นผู้นำธุรกิจไทยที่มุ่งสู่ “องค์กรชั้นนำด้านความยั่งยืนระดับโลก” และในปีเดียวกันนี้ได้รับการพิจารณาให้เป็น “บริษัทที่มีจริยธรรมมากที่สุดในโลกประจำปี 2564” หรือ “World’s Most Ethical Companies 2021” จาก Ethisphere สถาบันระดับโลกในด้านการประเมินมาตรฐานการดำเนินธุรกิจที่มีจริยธรรม ทั้งยังได้รับคัดเลือกให้เป็นองค์กรผู้นำด้านความยั่งยืน “Global Compact Lead” จากสหประชาชาติ สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการประกอบธุรกิจภายใต้หลักการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติ

ก้าวต่อไปของเครือเจริญโภคภัณฑ์ นอกจากการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมแล้ว เครือฯ จะมุ่งมั่นสร้างองค์กรแห่งนวัตกรรม คิดค้นพัฒนาสินค้าและบริการให้มีความภาคภูมิใจยิ่งขึ้น เราสัญญาว่าผู้คนที่สามารถเข้าถึงอาหารและแหล่งความรู้ที่เป็นอาหารสมองที่มีคุณภาพ เราจะพัฒนาบุคลากรให้เป็นคนดีคนเก่ง มีทักษะดิจิทัล เพื่อเป็นแรงพลังสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจของเครือฯ ให้เติบโตยั่งยืนสร้างประโยชน์ต่อส่วนรวม

แน่นอนที่สุดเราจะขยายธุรกิจที่ตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงของโลกและพฤติกรรมมนุษย์ เราจะเป็นอีกหนึ่งพลังสำคัญในการลดโลกร้อน ตามที่เราได้ประกาศความมุ่งมั่นว่าจะเป็น “องค์กรที่มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ภายในปี 2573 และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ภายในปี 2593” มุ่งมั่นเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ยั่งยืนและมีคุณค่า เช่น การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การลดความเหลื่อมล้ำ เป็นต้น รวมถึงการเดินทางข้ามเคลื่อนโครงการเพื่อความยั่งยืน เพื่อสังคม และประเทศชาติในทุกแห่งที่เราไปลงทุน เพื่อให้ธุรกิจของเรามีส่วนร่วมช่วยเหลือสังคมให้มากที่สุด

ท่ามกลางการเผชิญหน้ากับวิกฤต COVID-19 ตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรที่อยู่เคียงข้างสังคมไทย เครือฯ และทุกกลุ่มในเครือฯ ได้ร่วมกันร้อยเรียงความดีส่งมอบความห่วงใยช่วยเหลือประชาชนคนไทยในยามวิกฤตมากมายหลายโครงการ อาทิ โครงการซีพีร้อยเรียงใจสู้ภัย COVID-19 มอบเสบียงอาหารนำดื่มและการสื่อสารแก่โรงพยาบาลสนามเพื่อแบ่งเบาภาระด้านสาธารณสุข คิดเป็นมูลค่ากว่า 200 ล้านบาท และยังเดินหน้าแจกจ่ายหน้ากากอนามัยซีพีแก่บุคลากรทางการแพทย์ กลุ่มเปราะบาง และประชาชน จนถึงปัจจุบันนับได้กว่า 31 ล้านชิ้น และยังได้ผนึกกำลังกลุ่มบริษัทในเครือฯ ร่วมกับพันธมิตรกว่า 100 องค์กรแจกอาหารจำนวน 2 ล้านกล่องในโครงการ ‘ครัวบ้านอ้อม ซีพีร้อยเรียงใจสู้ภัย COVID-19’ รวมถึงโครงการ ‘ซีพี ปันปลูก ฟ้าทะลายโจร’ ที่เครือฯ ปลูกฟ้าทะลายโจรบนที่ดิน 100 ไร่ใน จ.สระบุรี นำมาผลิตเป็นยาสมุนไพรฟ้าทะลายโจร 30 ล้านแคปซูล ส่งมอบแก่ประชาชนเพื่อช่วยเสริมภูมิคุ้มกันในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 เป็นต้น

ในโอกาสนี้ ผมขอขอบคุณทุกคนในทุกภาคส่วนที่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนด้านความยั่งยืนของเครือฯ ในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายอย่างมาก ทั้งในด้านความเหลื่อมล้ำที่มากขึ้น การปรับตัวสู่ดิจิทัล และความท้าทายทางด้านสิ่งแวดล้อม เครือเจริญโภคภัณฑ์จะมุ่งมั่นขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลงโดยใช้เทคโนโลยีใหม่ การส่งเสริมและพัฒนาบุคลากร การสร้างความเปลี่ยนแปลงเพื่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนสืบไป

สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ



ข้อร้องเรียนเรื่อง
Cybersecurity

0

กรณี



รายได้รวม

2,333,506

ล้านบาท



จำนวนผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

852

ผลิตภัณฑ์



จำนวนสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตร

3,012

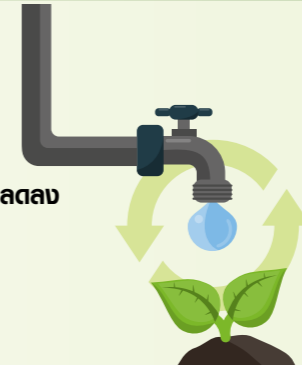
ฉบับ



ปริมาณการนำน้ำมาใช้ที่ลดลง

65.51

ล้านลูกบาศก์เมตร



ปริมาณของเสียที่ลดลง

114,908

ตัน



สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน

12%



อัตราการปล่อย
ก๊าซเรือนกระจกที่ลดลง

0.24

ตัน CO₂e ต่อรายได้ล้านบาท



จำนวนทุนการศึกษา

103,480

ทุน



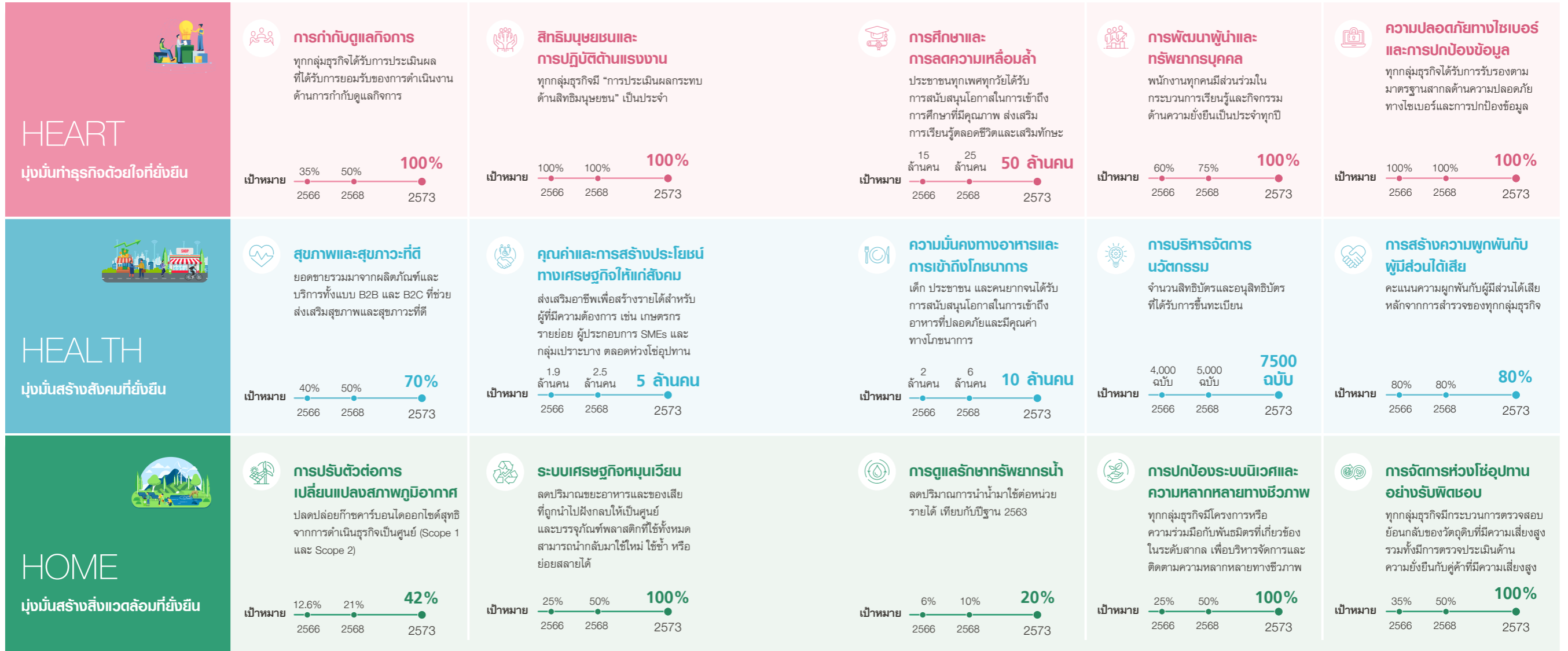
ค่าใช้จ่ายในการอบรมพนักงาน

853

ล้านบาท



แผนการดำเนินงานสู่เป้าหมายความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573



เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

แนวทางการจัดทำรายงาน

เครือเจริญโภคภัณฑ์จัดทำรายงานความยั่งยืนขึ้นเป็นประจำทุกปี ตั้งแต่ปี 2559 โดยรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2564 นี้ เป็นรายงานฉบับที่ 6 ของเครือฯ เนื้อหาของรายงานฯ มุ่งเน้นไปที่กลยุทธ์ การบริหารจัดการ เป้าหมาย ผลการดำเนินงาน และก้าวต่อไปของประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญของเครือฯ และที่สำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งครอบคลุมทั้ง 3 มิติของความยั่งยืน ได้แก่ เศรษฐกิจและการกำกับดูแลสังคม และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ เนื้อหาภายในรายงานยังได้รวบรวมผลการดำเนินงานที่สนับสนุนต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก หรือ Sustainable Development Goals: SDGs



รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2564 จัดทำขึ้นโดยอ้างอิงแนวทางการรายงานของ Global Reporting Initiative Standards: GRI Standards ในระดับตัวชี้วัดหลัก หรือ Core Option และยังได้นำเสนอความก้าวหน้าการปฏิบัติงานตามเกณฑ์ของ UN Global Compact: Advanced Level และการดำเนินงานตามแนวทาง Task Force on Climate Related Financial Disclosures: TCFD



ขอบเขตการรายงาน

ขอบเขตของรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2564 พิจารณาจากความเกี่ยวข้องทางธุรกิจ ความพร้อมของข้อมูล ผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท สิ่งแวดล้อม และสังคม รวมถึงผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในภาพรวมของกลุ่มบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ครอบคลุม 14 กลุ่มธุรกิจ ทั้งในและต่างประเทศ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2564

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่บท
[ขอบเขตการรายงาน ประจำปี 2564](#)

การรับรองรายงาน

ข้อมูลผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สุขภาพ ความปลอดภัย และจำนวนข้อร้องเรียนผ่านช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนได้มีการตรวจรับรองความถูกต้องและความสอดคล้องตามแนวทางการรายงานของ GRI Standards โดยบริษัทที่ปรึกษาภายนอกตามเรื่องที่กำหนดไว้ รายละเอียดสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้ที่หน้า 194-195

	GRI 102-16 (2016)	GRI 102-17 (2016)	GRI 302-1 (2016)	GRI 303-1 (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 403-2 (2016)	GRI 403-9 (2018)	GRI 403-10 (2018)
2560				●				●	●							●	
2561			●	●				●	●			●				●	
2562			●	●				●	●			●				●	
2563		●	●		●			●	●			●				●	
2564	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●		●	●

การเชื่อมโยงข้อมูลไปยังเว็บไซต์ และรายงานเล่มอื่น ๆ

เพื่อสร้างประสบการณ์การศึกษาข้อมูลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์แบบไร้รอยต่อ ท่านสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ และรายงานเล่มอื่น ๆ ดังนี้

- [Materiality Assessment Report 2021](#)
- [Stakeholder Engagement Report 2021](#)
- [รายงานการกำกับดูแลกิจการ ประจำปี 2563](#)
- [UN SDGs Mapping Report 2021](#)
- [รายงานสิทธิมนุษยชน ประจำปี 2563](#)
- [GRI & SASB Content Index Report 2021](#)
- [TCFD Report 2021](#)

รางวัลและความภาคภูมิใจ ปี 2564

จากความมุ่งมั่นของเครือเจริญโภคภัณฑ์ในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนทั้งสามมิติ ส่งผลให้ในปี 2564 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้รับรางวัลด้านความยั่งยืนจากสถาบันต่าง ๆ ทั่วโลก ซึ่งเครือฯ มีความภาคภูมิใจและรู้สึกเป็นเกียรติที่ได้รับรางวัลทั้งหมดนี้ เพราะรางวัลไม่เพียงแต่สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือฯ แต่ยังเป็นเครื่องยืนยันถึงการยอมรับของพหุมีส่วนได้เสียได้เป็นอย่างดี


Member of
Dow Jones Sustainability Indices
Powered by the S&P Global CSA



Dow Jones Sustainability Indices

TRUE CP ALL และ CPF ได้รับการจัดอันดับและรับรองให้เป็นสมาชิก DJSI ในกลุ่มอุตสาหกรรม Telecommunication Service, กลุ่มอุตสาหกรรม Food & Staples Retailing และกลุ่มอุตสาหกรรม Food Products ตามลำดับ


Sustainability Award
Bronze Class 2022
S&P Global



S&P Global CSA

เครือเจริญโภคภัณฑ์ติด Top 3 บริษัทที่ยั่งยืนระดับโลก ใน “กลุ่มอุตสาหกรรม Industrial Conglomerates”

UN GLOBAL COMPACT
LEAD
2021 PARTICIPANT



UN Global Compact: LEAD

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนประเด็นความยั่งยืนร่วมกับ UNGC ในฐานะระดับ LEAD




FTSE4Good



FTSE4Good

TRUE CP ALL และ CPF ได้รับการคัดเลือกให้เป็นสมาชิกของดัชนี FTSE4Good Emerging Index อย่างต่อเนื่อง

2022 **WORLD'S MOST ETHICAL COMPANIES™**
WWW.ETHISPHERE.COM
2-TIME HONOREE



Ethisphere

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้รับเลือกให้เป็นบริษัทที่มีจริยธรรมมากที่สุดในโลก หรือ The 2021 World's Most Ethical Companies จาก Ethisphere เป็นปีที่ 2

THAILAND CORPORATE EXCELLENCE AWARDS 2021



Thailand Corporate Excellence Awards 2021

เครือเจริญโภคภัณฑ์ CPF และ CP ALL ได้รับการยกย่องในประเภท Distinguished Awards ในสาขาความเป็นเลิศ ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน สาขาความเป็นเลิศด้านการตลาด และสาขาความเป็นเลิศในการบริหารจัดการโดยรวมตามลำดับ

LCSi



LCSi



เครือเจริญโภคภัณฑ์ CPF TRUE และ CP ALL ได้รับรางวัลการประเมินและจัดระดับธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน (LCSi) ประจำปี 2564

HR Asia
BEST COMPANIES TO WORK FOR IN ASIA 2021



HR Asia Best Company to Work for in Asia 2021

CPF ครีวาร์รางวัลระดับสากล “องค์กรดีเด่นที่นำทำงานด้วยมากที่สุดในเอเชีย”

US Green Building Council: LEED

Louyang CP International Plaza โดย ซี.พี. ลั่วหยาง ได้รับการรับรองระดับทองสำหรับชุมชน LEED เป็นครั้งแรกของประเทศ

ภาพรวมการพลิกกำลัง ฟ้าวิกฤต COVID-19

ปี 2564 เป็นปีที่การแพร่ระบาดของ COVID-19 ยังคงส่งผลกระทบต่อและมีความท้าทายต่อทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคอุตสาหกรรม ภาคธุรกิจ และภาคประชาชน ซึ่งองค์การระดับโลก World Health Organization: WHO คาดว่าการแพร่ระบาดของ COVID-19 จะยังคงส่งผลกระทบต่อเนื่องถึงปี 2565 ซึ่งเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการดำเนินงานในหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่การแพร่ระบาดในรอบแรกจนถึงปัจจุบัน และได้มีแผนการสำหรับอนาคต เพื่อสร้างสมดุลให้แก่สังคม พร้อมพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาสภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 รวมถึงวิถีการใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ ที่เน้นไปที่การเว้นระยะห่าง การสวมหน้ากากอนามัย รวมถึงการเข้าถึงความสะอาดและสุขอนามัยตลอดเวลา



สานพลังเครือข่ายสร้าง “โรงพยาบาลสนามและ ศูนย์พักคอย”

การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้หลายธุรกิจต้องเผชิญกับความท้าทาย โดยเฉพาะธุรกิจบริหารจัดการอสังหาริมทรัพย์ และโรงพยาบาล ด้วยเหตุนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ จึงได้ร่วมกับภาครัฐและเอกชน จัดตั้งโรงพยาบาลสนามและศูนย์พักคอย รวม 3 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลสนาม ซีพี-ดับบลิว เอชเอ-จุฬารัตน์ สามารถรองรับผู้ป่วยได้ 620 เตียง โรงพยาบาลสนาม กรมการแพทย์-เลิศสิน สามารถรองรับผู้ป่วยได้ 200 เตียง และศูนย์พักคอย ซีพี-รามคำแหง-นพรัตนราชธานี สามารถรองรับผู้ป่วยได้ 620 เตียง โรงพยาบาลสนามและศูนย์พักคอยทั้ง 3 แห่งนี้เป็นตัวช่วยลดความเสี่ยงติดเชื้อสำหรับบุคลากรทางการแพทย์ ผู้ป่วยทั่วไป และชุมชน นอกจากการสานพลังเพื่อสร้างโรงพยาบาลสนามและศูนย์พักคอยแล้ว เครือฯ ยังแจกหน้ากากอนามัยฟรีอย่างต่อเนื่องซึ่งจนถึงปัจจุบันแจกไปแล้วกว่า 31 ล้านชิ้น

“ซีพีปิ่นปลูกฟ้าทะลายโจร... เสริมภูมิคุ้มกันเพื่อต่อสู้กับ COVID-19”

เครือเจริญโภคภัณฑ์จัดพื้นที่ปลูกต้นฟ้าทะลายโจร จำนวน 100 ไร่ ที่ศูนย์วิจัยและผลิตฟ้าทะลายโจร จ.สระบุรี ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) จากกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ การบรรจุแคปซูลผ่านการรับรองมาตรฐานจาก GMP PIC/S นอกจากนี้ ยังดำเนินการผลิตตาม พ.ร.บ. ยาสมุนไพร ผ่านการรับรองการขึ้นทะเบียนยาสมุนไพร กับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ที่มีข้อกำหนดด้านปริมาณสารสำคัญ แอนโดรกราโฟไลด์ (Andrographolide) ในวัตถุดิบอย่างเคร่งครัด เพื่อผลิตสมุนไพรฟ้าทะลายโจร 30 ล้านแคปซูล แจกจ่ายฟรีให้กับประชาชนคนไทย โดยเน้นแจกจ่ายไปที่ประชาชนกลุ่มเปราะบาง และหน่วยงาน องค์กร พันธมิตร และกลุ่มจิตอาสาต่างๆ เพื่อร่วมแจกจ่ายไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อใช้เสริมภูมิคุ้มกันป้องกันโรคในสถานการณ์ที่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19



ครัวปันอิ่ม ซีพีร้อยเรียงใจ สู้ภัย COVID-19

เครือเจริญโภคภัณฑ์ผนึกกำลังร่วมกับพันธมิตรกว่า 100 องค์กรช่วยเหลือคนไทยในยามวิกฤต COVID-19 แบ่งปันความอิ่มท้องผ่านโครงการ “ครัวปันอิ่ม ซีพีร้อยเรียงใจสู้ภัย COVID-19” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือคนในชุมชนทั้งในกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่ได้รับความเดือดร้อนจาก COVID-19 และยังช่วยเหลือผู้ประกอบการร้านอาหารรายย่อยที่ต้องปิดร้าน ขายอาหารไม่ได้ช่วงล็อกดาวน์ รวมถึงช่วยเหลือเกษตรกรจากราคาสินค้าตกต่ำด้วย ซึ่งโครงการนี้ดำเนินการแจกอาหารจำนวน 2 ล้านกล่อง เป็นอาหารจากเครือฯ จำนวน 1 ล้านกล่อง และอีก 1 ล้านกล่องมาจากการที่เครือฯ ช่วยสนับสนุนร้านอาหารรายย่อยต่างๆ ที่ได้รับผลกระทบ ซึ่งเป็นข้าวกล่องปรุงสุก สะอาด มีโภชนาการและถูกหลักอนามัย นอกจากนี้โครงการครัวปันอิ่มฯ แล้ว เครือฯ ยังได้จัดตั้งสายด่วน COVID-19 เฉพาะกิจ และเพื่อเชื่อมต่อการสื่อสารให้พร้อมช่วยเหลือ

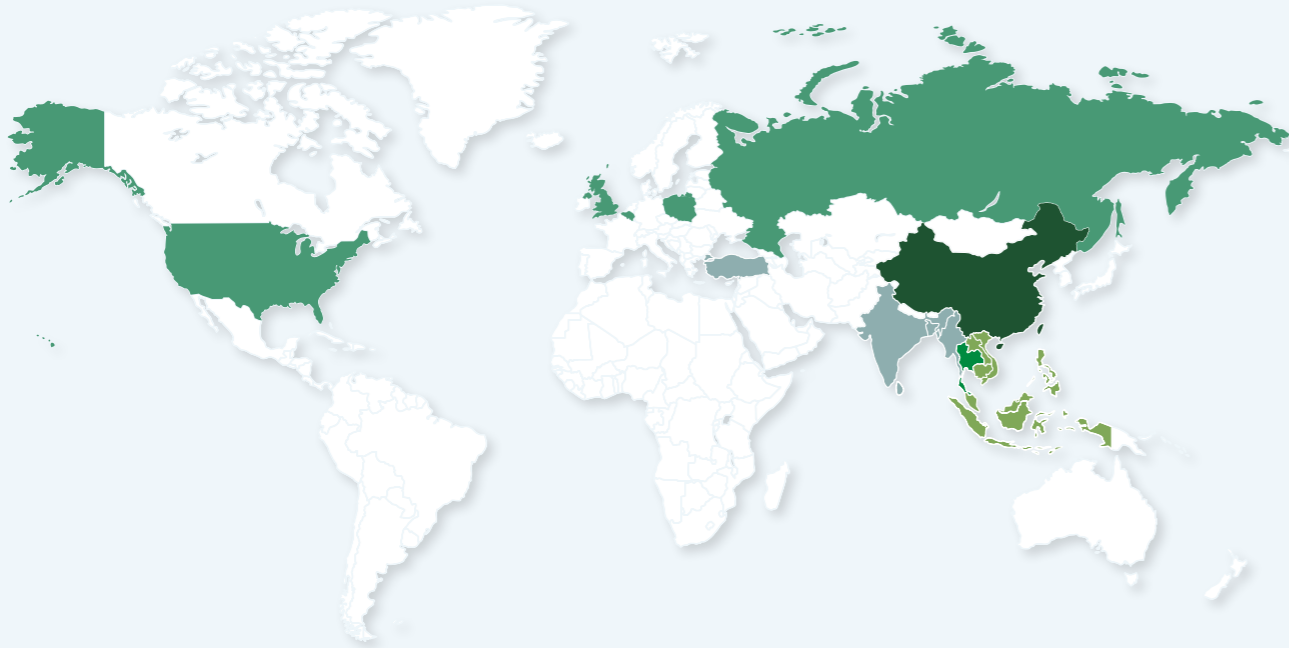


ผู้ป่วย COVID-19 ได้อย่างราบรื่น ไม่สะดุด โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการซีพีร้อยเรียงใจ สู้ภัย COVID-19 ที่พร้อมนำศักยภาพด้านเทคโนโลยีสื่อสารดิจิทัลมาสนับสนุนภารกิจของทุกภาคส่วน รวมถึงภาคสาธารณสุข ตลอดจนเดินหน้าส่งต่อความช่วยเหลือครอบคลุมทุกมิติ เพื่อเป็นอีกหนึ่งกำลังใจเคียงคู่พี่น้องชาวไทยให้ชนะวิกฤต COVID-19 ไปด้วยกัน

รู้จักเครือเจริญโภคภัณฑ์

วิสัยทัศน์เครือเจริญโภคภัณฑ์

“เราเป็นองค์กรที่เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการสร้างอาหารคน อาหารสมอง โอกาสในการเข้าถึงคุณค่า เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน”



ประเทศและ
เขตเศรษฐกิจ
21

จำนวนประชากรรวมใน
ประเทศที่เป็นฐานธุรกิจ
4,598 ล้านคน

	ไทย (สำนักงานใหญ่)	เอเชียตะวันออกเฉียง	เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	เอเชียใต้ และ เอเชียตะวันตก	ยุโรป และ อเมริกา
โรงงานผลิต 370 แห่ง	120 แห่ง	150 แห่ง	58 แห่ง	29 แห่ง	13 แห่ง
ฟาร์มเลี้ยง สัตว์บก/สัตว์น้ำ 989 แห่ง	433 แห่ง	126 แห่ง	248 แห่ง	172 แห่ง	10 แห่ง
ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น 13,141 สาขา	13,134 สาขา	-	7 สาขา	-	-
ศูนย์จำหน่ายสินค้า ของ Makro 149 สาขา	142 สาขา	1 สาขา	3 สาขา	3 สาขา	-
ไฮเปอร์มาร์เก็ต/ ซูเปอร์มาร์เก็ต/ มินิซูเปอร์มาร์เก็ต ของ Lotus's และ Lotus Supercenter 2,791 สาขา	2,618* สาขา	111 สาขา	62 สาขา	-	-
ศูนย์วิจัยและพัฒนา/ สถานีวิจัย 95 แห่ง	44 แห่ง	48 แห่ง	3 แห่ง	-	-
จำนวนพนักงาน ทั้งหมด 428,576 คน	268,977 คน	95,118 คน	51,974 คน	5,460 คน	7,047 คน

(a) (b) (c) (d) (e) (f) (a) (b) (e) (f) (g) (h) (a) (b) (d) (f) (a) (b) (a)

* รวมจำนวนสาขาของ CP Fresh Mart จำนวน 305 สาขา

สัญลักษณ์ : สายธุรกิจหลัก

- (a) เกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร
- (b) ค้าปลีก
- (c) สื่อสารและโทรคมนาคม
- (d) อีคอมเมิร์ซและดิจิทัล
- (e) อสังหาริมทรัพย์
- (f) ยานยนต์และอุตสาหกรรม
- (g) ยาและเวชภัณฑ์
- (h) การเงินและการธนาคาร

ห่วงโซ่คุณค่าของ เครือเจริญโภคภัณฑ์



เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการดำเนินธุรกิจที่หลากหลาย ตั้งแต่ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม ธุรกิจอีคอมเมิร์ซและดิจิทัล ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์ ไปจนถึงธุรกิจการเงินและการธนาคาร ซึ่งเครือฯ ได้บูรณาการประโยชน์ด้านต่าง ๆ จากแต่ละกลุ่มธุรกิจเข้าด้วยกัน เพื่อขยายผลประโยชน์ และส่งมอบคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่ประเทศ ประชาชน และบริษัท สืบไป

8 สายธุรกิจหลัก ครอบคลุม 14 กลุ่มธุรกิจ

- 1 กลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร
- 2 กลุ่มธุรกิจการควบคุมคุณภาพอาหารสัตว์
- 3 กลุ่มธุรกิจพืชครบวงจร
- 4 กลุ่มธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง
- 5 กลุ่มธุรกิจเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และผลิตภัณฑ์อารักขาพืช
- 6 กลุ่มธุรกิจยา และเวชภัณฑ์
- 7 กลุ่มธุรกิจยานยนต์
- 8 กลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์
- 9 กลุ่มธุรกิจการตลาด และการจัดจำหน่าย
- 10 กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ
- 11 กลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซ และดิจิทัล
- 12 กลุ่มธุรกิจโทรคมนาคม
- 13 กลุ่มธุรกิจการเงินและการธนาคาร
- 14 กลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

ภาพรวมธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์

ธุรกิจหลัก

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีบริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด เป็นบริษัทแม่ ซึ่งดำเนินกิจกรรมในลักษณะบริษัท Holding Company ถือหุ้นบริษัทในเครือฯ ทั้งในและต่างประเทศ มีการดำเนินธุรกิจที่หลากหลาย ทั้งอุตสาหกรรมการผลิตและการบริการ

<h1>8</h1> <p>สายธุรกิจหลัก</p>	<h1>14</h1> <p>กลุ่มธุรกิจ</p>	<h1>21</h1> <p>ประเทศและเขตเศรษฐกิจ</p>
---------------------------------	--------------------------------	---

ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร

ประเทศไทย



บริษัท
เจริญโภคภัณฑ์อาหาร
จำกัด (มหาชน) ¹



บริษัท
กรุงเทพโปรตีน
จำกัด (มหาชน)



บริษัท
ซี.พี. อินเทอร์เน็ต
จำกัด



บริษัท
เจริญโภคภัณฑ์ โปรตีน
จำกัด



บริษัท
เจียไต่ จำกัด



บริษัท
เพอร์เฟค
คอมพานี กรู๊ป
จำกัด



บริษัท
เจริญโภคภัณฑ์ การเกษตร
จำกัด



บริษัท
เจริญโภคภัณฑ์ วิศวกรรม
จำกัด

ต่างประเทศ



C.P. Pokphand
Co., Ltd.



Charoen Pokphand
Enterprises (Taiwan)
Co., Ltd.



Myanmar C.P.
Livestock Co., Ltd



Apsara Rice
(Cambodia)
Co., Ltd



Bellisio Foods Inc.



Tops Foods NV



Norfolk Foods
(Private) Limited

- C.P. Cambodia Co., Ltd.
- C.P. Laos Co., Ltd.
- C.P. Vietnam Corporation
- Charoen Pokphand Foods (Malaysia) Sdn. Bhd.
- Charoen Pokphand Foods Philippines Corp.
- C.P. Standart Gida Sanayi ve Ticaret A.S.
- Charoen Pokphand Foods (Overseas) Llc.
- CPF (India) Private Ltd.
- CP Food (UK) Ltd.
- CPF Poland S.A.
- C.P. Bangladesh Co., Ltd
- Charoen Pokphand Pakistan (Pvt.) Ltd.
- Chia Tai Feedmill Pte. Ltd.

ธุรกิจค้าปลีก

ประเทศไทย



บริษัท ซีพีออลล์
จำกัด (มหาชน) ¹



บริษัท สยาม แม็คโคร
จำกัด (มหาชน) ¹



บริษัท เอก - ชัย
ติสทริวิวัฒน์ ซิสเทม
จำกัด

ต่างประเทศ



C.P. Lotus
Corporation



Lotus's Stores
(Malaysia) Sdn. Bhd.

ธุรกิจอีคอมเมิร์ซและดิจิทัล

ประเทศไทย



บริษัท ฟรีวิลล์
โซลูชันส์ จำกัด



บริษัท แอสเซนด
กรุ๊ป จำกัด



- True Money Vietnam Joint Stock Company
- True Money (Cambodia) Limited
- True Money Myanmar Co., Ltd.
- True Money Philippines Inc.
- Pt Witami Tunai Mandiri (True Money Indonesia)

ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

ประเทศไทย



บริษัท ซี.พี. แลนด์
จำกัด (มหาชน)



- Chia Tai Land Co., Ltd.
- Shanghai Kinghill Limited
- Chia Tai Di Jing (Shanghai) Investment Management Limited

ธุรกิจโทรคมนาคม

ประเทศไทย



บริษัท ทรูคอร์ปอเรชั่น
จำกัด (มหาชน) ¹

ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์

ต่างประเทศ



Sino Biopharmaceutical
Limited

ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม

ประเทศไทย



บริษัท อี.ซี.ไอ.กรุ๊ป
จำกัด



บริษัท ซีพีพีซี จำกัด
(มหาชน)

ต่างประเทศ



Chia Tai Enterprises
International Limited



CP Motor Myanmar
Co., Ltd.

ธุรกิจการเงินและการธนาคาร

ต่างประเทศ



Zheng Xin Bank
Company Limited

ธุรกิจอื่น ๆ

ประเทศไทย



บริษัท เอเซีย เอรา วัน
จำกัด ²



บริษัท อัลเตอร์วิม
จำกัด ²



บริษัท ซีพี เมดิคัล
เซ็นเตอร์ จำกัด ²

หมายเหตุ

1. บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
 2. ข้อมูลไม่รวมอยู่ในรายงานความยั่งยืนเครือเจริญโภคภัณฑ์
- บริษัทที่มีธุรกิจหลักอยู่ในต่างประเทศ

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

ในฐานะที่เครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นองค์กรระดับโลกที่มีความมุ่งมั่นในการสร้างอนาคตที่ยั่งยืนให้แก่ประเทศไทย ประชาชน และพนักงานของเรา เครือฯ จึงให้ความสำคัญ และยึดถือเป็นหนึ่งในภารกิจหลักของเราในการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของความเป็นอยู่ของโลก แห่งสหประชาชาติ หรือ United Nations Sustainable Development Goals: SDGs ดังนั้น เพื่อเป็นการสนับสนุนความมุ่งมั่นดังกล่าว ในปี 2564 เครือฯ จึงได้ดำเนินการทบทวนและจัดอันดับความสำคัญของ SDGs และเป้าหมาย โดยพิจารณาจากความเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของเครือฯ แผนการดำเนินงานสู่เป้าหมายความยั่งยืนปี 2573 ความสามารถของเครือฯ ในการให้การสนับสนุนขนาดของผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อเครือฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยการจัดอันดับความสำคัญของ SDGs สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ เป้าหมายที่มีความสำคัญเชิงกลยุทธ์ (Strategically Important) และเป้าหมายหลัก (Major Contribution)

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

UN SDGs Mapping Report 2021



Heart: Living Right

SDG 4: การศึกษาที่มีคุณภาพ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้นไปที่การสร้างโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพให้แก่ประชาชนทุกเพศทุกวัย รวมถึงการสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพให้แก่สังคม

SDG 16: สันติภาพและสถาบันที่เข้มแข็ง

การดำเนินงานอย่างเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และสอดคล้องกับกฎหมายอย่างเคร่งครัด เป็นสิ่งสำคัญที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ยึดถือเป็นรากฐานของการดำเนินงานของเรามาโดยตลอด



Health: Living Well

SDG 8: อุตสาหกรรม นวัตกรรม โครงสร้างพื้นฐาน

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย มีความหลากหลาย และความเท่าเทียมกัน เพื่อสร้างสรรคความดีในการทำงานและการมีส่วนร่วมให้แก่พนักงานทุกคน นอกจากนี้ เครือฯ ยังให้การสนับสนุนต่อชุมชน สังคมผ่านโครงการความร่วมมือเพื่อพัฒนาสินค้าต่าง ๆ และการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าชุมชน

SDG 17: หุ้นส่วนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ประสานความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาขีดความสามารถของประเทศชาติ ประชาชน พนักงานและองค์กรในการขับเคลื่อนสู่ความยั่งยืน



Home: Living Together

SDG 6: การจัดการน้ำ และสุขาภิบาล

เพราะน้ำคือทรัพยากรที่สำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ เครือฯ จึงได้มีแนวทางการบริหารจัดการน้ำแบบบูรณาการ เพื่อลดการนำน้ำจากแหล่งธรรมชาติมาใช้ และการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

SDG 12: การผลิตและการบริโภคที่รับผิดชอบ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้บูรณาการการดำเนินงานด้านนวัตกรรมเข้าในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อส่งมอบสิ่งที่ดีที่สุดให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อมเพรียงกัน

SDG 13: การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดเป้าหมาย Carbon Neutral ภายในปี 2030 โดยได้นำการดำเนินงานแบบองค์รวมเข้ามาใช้ในการขับเคลื่อนสู่เป้าหมายดังกล่าว เช่น การลดการพึ่งพาต่อทรัพยากรทางธรรมชาติ

การจัดอันดับความสำคัญของ SDGs



	เป้าหมายที่มีความสำคัญเชิงกลยุทธ์	เป้าหมายหลัก
SDG 1 : จัดความยากจน		
SDG 2 : จัดความหิวโหย		
SDG 3 : การมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี		
SDG 4 : การศึกษาที่มีคุณภาพ		
SDG 5 : ความเท่าเทียมทางเพศ		
SDG 6 : การจัดการน้ำ และสุขาภิบาล		
SDG 7 : พลังงานสะอาดที่ทุกคนเข้าถึงได้		
SDG 8 : งานที่มีคุณค่า เศรษฐกิจที่เติบโต		
SDG 9 : อุตสาหกรรม นวัตกรรม โครงสร้างพื้นฐาน		
SDG 10 : ลดความเหลื่อมล้ำ		
SDG 11 : เมืองและชุมชนที่ยั่งยืน		
SDG 12 : การผลิตและการบริโภคที่รับผิดชอบ		
SDG 13 : การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ		
SDG 14 : นิเวศทางทะเลและมหาสมุทร		
SDG 15 : ระบบนิเวศทางบก		
SDG 16 : สันติภาพและสถาบันที่เข้มแข็ง		
SDG 17 : หุ้นส่วนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน		

ค่านิยมองค์กร 6 ประการ

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



สามประโยชน์

ไม่มีองค์กรธุรกิจใดในโลกที่เติบโตอย่างมั่นคง แข็งแรงได้โดยลำพัง หากแต่ต้องมีความเข้มแข็ง ของประชาชน สังคม และประเทศชาติเคียงข้างด้วยเสมอ เช่นเดียวกันกับเครือเจริญโภคภัณฑ์ ที่สามารถนำพาองค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน เพราะดำเนินธุรกิจโดยยึดหลัก ‘3 ประโยชน์’ ตั้งแต่อดีต ถึงปัจจุบัน ได้แก่ ประโยชน์ต่อประเทศที่เข้าไปลงทุน ประโยชน์ต่อประชาชนในทุกประเทศที่เข้าไปลงทุน และประโยชน์ต่อบริษัท ซึ่งเครือฯ ได้ปลูกฝังแนวคิด ค่านิยมนี้มาตั้งแต่ยุคบุกเบิกธุรกิจ ส่งผลกระทบ ที่มุ่งหวังให้ประเทศที่ได้ลงทุน เกิดประโยชน์และธุรกิจเติบโตก้าวหน้า

ทำเร็วและมีคุณภาพ

การดำเนินธุรกิจในยุคโลกไร้พรมแดนเช่นปัจจุบัน สิ่งสำคัญที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโตก้าวหน้าได้อย่างยั่งยืน คือ ‘ทำเร็ว’ และ ‘มีคุณภาพ’ เพื่อให้ธุรกิจก้าวทันการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงในด้านเทคโนโลยี ข้อมูลข่าวสาร พฤติกรรมผู้บริโภค และกฎระเบียบการค้าต่าง ๆ เครือฯ จึงต้องคิดเร็ว ทำเร็ว และ ทำอย่างมีคุณภาพ ถือเป็นนโยบายสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่ทุกคนในองค์กรได้ยึดถือและปฏิบัติ

ทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการลงทุนใน 21 ประเทศ และเขตเศรษฐกิจ มีบริษัทในเครือมากกว่า 200 บริษัท และมีพนักงานทั้งหมดกว่า 420,000 คน โดยเครือฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาปรับปรุงขั้นตอนและกระบวนการทำงานให้รวดเร็ว ลดขั้นตอนต่าง ๆ ที่ไม่จำเป็น โดยมีนวัตกรรม และเทคโนโลยีที่ทำให้การทำงานง่ายขึ้น สะดวกขึ้น เพื่อให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผล ‘การทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย’ จึงเป็นข้อปฏิบัติที่สำคัญของทุกคนในองค์กร ที่จะนำมาซึ่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของเครือฯ นับแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

ยอมรับการเปลี่ยนแปลง

โลกเต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลง ทั้งการเปลี่ยนแปลงทางสภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภค รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงทางด้านภูมิอากาศและภัยพิบัติต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นอย่างฉับพลัน ดังนั้น กลยุทธ์สำคัญที่ทำให้เครือเจริญโภคภัณฑ์เกิดความยั่งยืนได้คือ ‘การยอมรับการเปลี่ยนแปลง’ เพื่อให้สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ได้ตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ช่วยให้เครือฯ เกิดการปรับตัวพยายามค้นคว้า ศึกษา วิจัย มองหาโอกาสใหม่ไม่หยุดนิ่งทั้งยังมุ่งมั่นพัฒนาเพื่อสิ่งที่ดีกว่า เพื่อตอบสนองทุกความต้องการของผู้บริโภคและประเทศชาติ

สร้างสรรค์สิ่งใหม่

บนวิถีแห่งการดำเนินธุรกิจ ความคิดสร้างสรรค์คือพลังขับเคลื่อนให้เกิดความก้าวหน้าในทุกระดับของการดำเนินธุรกิจ ทั้งแนวคิด วิธีการ กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ และบริการ เพราะโลกไม่หยุดนิ่งธุรกิจจึงต้องสร้างสรรค์นวัตกรรมตลอดเวลา พนักงานเครือเจริญโภคภัณฑ์จึงทำงานด้วยความพร้อมที่จะ ‘สร้างสรรค์สิ่งใหม่’ ที่ดีกว่า ‘องค์กรแห่งนวัตกรรม’ คือเป้าหมายที่ทุกองค์กรในเครือฯ กำลังมุ่งมั่นขับเคลื่อนและแน่นอนว่าผลสุดท้ายย่อมนำมาซึ่งการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีที่สุดสำหรับผู้บริโภคนั่นเอง

คุณธรรมและความซื่อสัตย์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินกิจการมายาวนานมาหนึ่งศตวรรษด้วยยึดมั่นในหลักการของความซื่อสัตย์และมีคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง จวบจนปัจจุบันที่ธุรกิจเครือฯ แดกแขนงไปมากมาย ความซื่อสัตย์และมีคุณธรรมยังคงเป็นเสาหลักขององค์กร เราคำนึงอยู่เสมอว่าธุรกิจการค้าที่มุ่งหวังผลประโยชน์แต่เพียงฝ่ายเดียว ย่อมไม่อาจดำรงยืนนาน และไม่อาจได้รับความไว้วางใจ เชื่อใจ ทั้งจากลูกค้า ผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ในภาคสังคม ดังนั้นไม่ว่าจะจำหน่ายสินค้าเพียงหนึ่งชิ้น หรือจำหน่ายสินค้าเป็นร้อย ๆ ตัน เราก็ต้องตั้งมั่นบนหลักการของ ‘คุณธรรมและความซื่อสัตย์’

การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน

Sustainability Governance



เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อการกำกับดูแลกิจการ และการกำกับดูแลด้านความยั่งยืน ซึ่งรวมถึงการกำหนดโครงสร้างบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ การแต่งตั้งคณะกรรมการด้านต่าง ๆ เพื่อควบคุมดูแลให้มีการดำเนินงานเป็นไปตามวิสัยทัศน์ นโยบาย เป้าหมายองค์กร กฎระเบียบและแนวปฏิบัติที่ดี การกำกับดูแลกิจการที่ดีจะต้องครอบคลุมทุกกิจกรรมของเครือฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งจะช่วยให้องค์กรมีความโปร่งใส ยืดหยุ่น แข็งแรงและสามารถก้าวผ่านอุปสรรคต่าง ๆ ได้อย่างภาคภูมิใจ

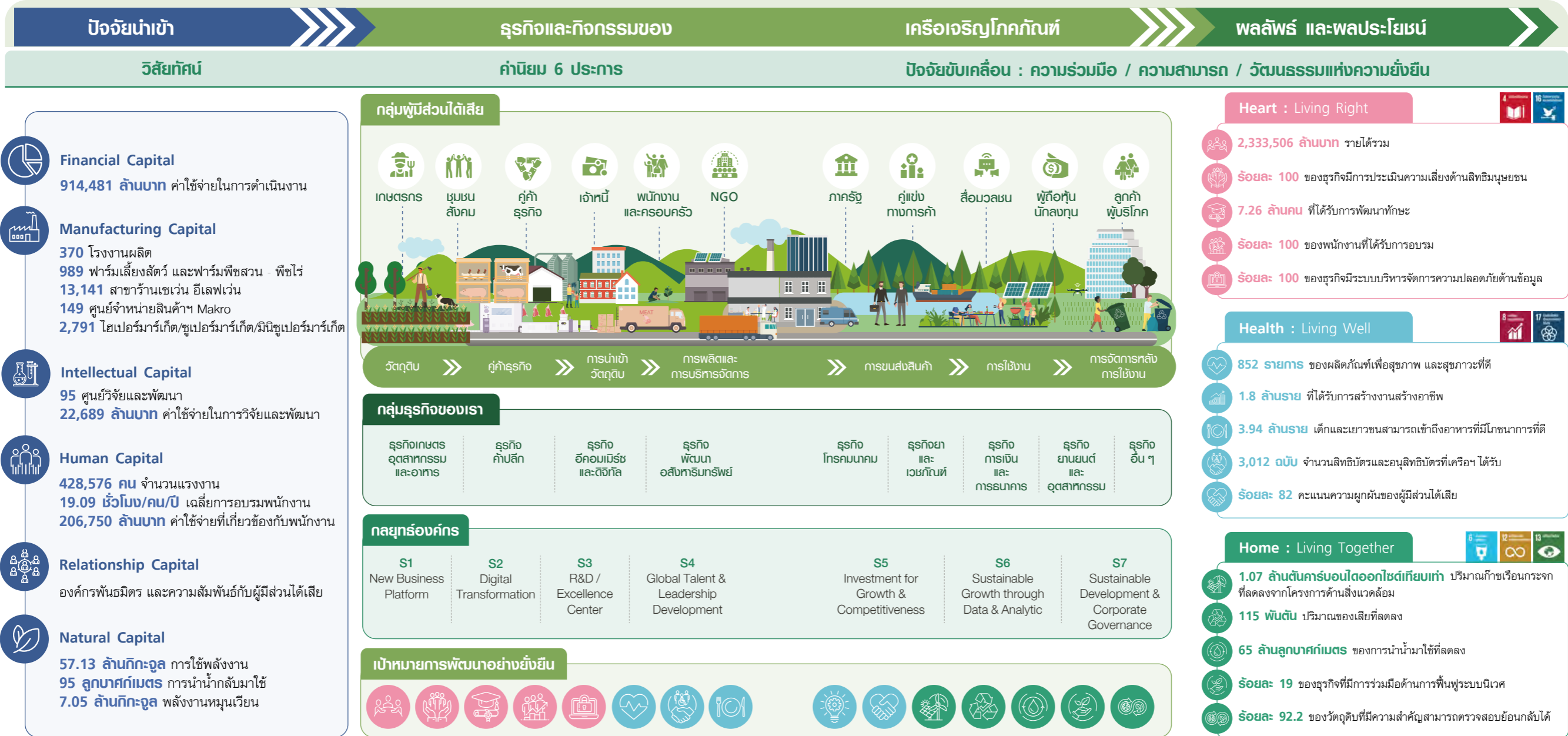
ที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ การกำกับดูแลด้านความยั่งยืนที่ครอบคลุม ไม่เพียงแต่พิจารณาบริบทและความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กรอย่างเดียว แต่เครือฯ ยังได้ดำเนินการวิเคราะห์บริบทจากภายนอก ไม่ว่าจะเป็นประเด็นความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องทั้งระยะสั้น กลาง และยาว แนวโน้มของอุตสาหกรรม และของโลก รวมถึงการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าอย่างเปิดเผยและอย่างโปร่งใส เพื่อนำประเด็นเหล่านี้มาประกอบเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทาง และกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนขององค์กรต่อไป

การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน	32
กระบวนการสร้างคุณค่า	34
การวิเคราะห์บริบทและแนวโน้มของโลก	36
การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน	40
การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	42

กระบวนการสร้างคุณค่า

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีธุรกิจที่หลากหลาย ซึ่งการดำเนินงานธุรกิจทั้ง 8 สายธุรกิจ ประกอบด้วยกลยุทธ์ ส่งเสริมการดำเนินงานและเสริมสร้างความแข็งแกร่งซึ่งกันและกัน สิ่งนี้พิสูจน์ได้จากการก้าวผ่านเหตุการณ์สำคัญทางเศรษฐกิจและอื่น ๆ ตลอด 100 ปี ซึ่งเครือข่ายไม่เพียงแค่นำประสบการณ์และความสามารถของ

เรามาสนับสนุนการดำเนินงานของประเทศชาติ แต่เรายังส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าองค์รวม โดยได้แสดงการบูรณาการ การสร้างคุณค่ากับประเด็นความยั่งยืน ทั้ง 15 ด้านในทุกบทของรายงานฉบับนี้



การวิเคราะห์บริบทและแนวโน้มของโลก

หนึ่งในหัวใจของการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน คือการมีโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ดี ประกอบกับการมีกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานที่ยืดหยุ่น สิ่งเหล่านี้ช่วยให้ธุรกิจมีความสามารถในการรองรับการเปลี่ยนแปลง ความท้าทาย และความเสี่ยงที่ยากจะคาดเดาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เครือเจริญโภคภัณฑ์จัดให้มีโครงสร้างการบริหารความเสี่ยงที่ครอบคลุม เพื่อสร้างความพร้อมและความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจ โดยมีคณะกรรมการขับเคลื่อนการกำกับดูแลกิจกรรมความเสี่ยง และการตรวจสอบ ทำหน้าที่กำกับดูแลระบบการบริหารความเสี่ยงในภาพรวม วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงแนวโน้มของโลก ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม การเมือง เทคโนโลยี เพื่อประเมินปัจจัยความเสี่ยง หรือแนวโน้มที่สำคัญ พร้อมทั้งพิจารณาและกำหนดมาตรการการรับมือกับปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญเหล่านั้น

สำหรับปี 2564 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้วิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยง หรือแนวโน้มที่สำคัญซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่



ปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน

ปัจจัยความเสี่ยงหรือแนวโน้มที่อาจเกิดขึ้นใหม่

ปัจจัยความเสี่ยงหรือแนวโน้มที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจในอนาคต

ซึ่งปัจจัยที่กล่าวถึงในรายงานฉบับนี้จะเป็นปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญหรือที่มีแนวโน้มที่อาจเกิดขึ้นใหม่ รวมถึงการเตรียมความพร้อมในการรับมือและตอบสนองต่อปัจจัยเสี่ยงดังกล่าว

ความเสี่ยงหรือแนวโน้มที่อาจเกิดขึ้นใหม่

ช่องโหว่ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

ชนิดของความเสี่ยง: เทคโนโลยี

เราปฏิเสธไม่ได้เลยว่าเทคโนโลยี ระบบสารสนเทศ และดิจิทัลได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญต่อการขับเคลื่อนธุรกิจให้มีความก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว พร้อมส่งเสริมให้ก้าวผ่านอุปสรรคได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ทว่า เทคโนโลยี ระบบสารสนเทศ และดิจิทัลทำให้องค์กรหรือธุรกิจต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่เพิ่มมากขึ้น และมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วกว่าที่องค์กรหรือธุรกิจจะสามารถดำเนินการติดตั้งระบบป้องกันได้ทันทั่วทั้งที่



ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19

การพึ่งพาต่อการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล และการเชื่อมต่ออย่างไร้รอยต่อที่เพิ่มมากขึ้น นำมาซึ่งความเสี่ยงด้านภัยคุกคามทางไซเบอร์ ไม่ว่าจะเป็นการแฮ็คข้อมูลการดำเนินงาน หรือการเจาะระบบเพื่อรบกวนกระบวนการดำเนินงานหรือการผลผลิตของบริษัท

การเตรียมความพร้อมเพื่อตอบสนอง

เพื่อให้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีอยู่ในปัจจุบันมีความมั่นคงปลอดภัย เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดหลักเกณฑ์การกำกับดูแลไว้ 2 ส่วนหลัก ได้แก่

ส่วนที่ 1
การกำหนดนโยบายและแนวทางการดำเนินงานที่ประกาศใช้ทั่วทั้งองค์กร

พร้อมกับการสร้างความตระหนักรู้ให้พนักงานทุกระดับได้รับทราบอย่างทั่วถึง

ส่วนที่ 2
การบริหารจัดการความเสียด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การจัดทำระบบป้องกันให้มีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์ของสากล

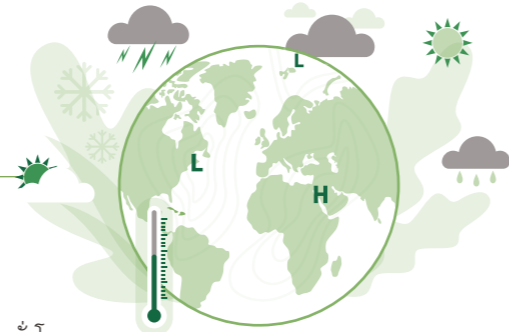


ความเสี่ยงหรือแนวโน้มที่อาจเกิดขึ้นใหม่

ความล้มเหลวในการบริหารจัดการสภาพภูมิอากาศ

ชนิดของความเสี่ยง: สิ่งแวดล้อม

ในปัจจุบัน เราสามารถเห็นผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เกิดขึ้นทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นอุณหภูมิที่สูงขึ้นหรือต่ำลงเป็นประวัติการณ์ ภัยแล้ง ไฟป่า น้ำท่วม การขาดแคลนทรัพยากรทางธรรมชาติ และการสูญพันธุ์ของสัตว์และพืช ซึ่งทั้งหมดนี้เกิดจากการที่ภาครัฐ เอกชน และประชาชนไม่สามารถบรรลุผลในการบริหารจัดการสภาพภูมิอากาศตามข้อตกลงปารีส หรือ Paris Agreement นอกจากนี้ ผลจากการประชุม COP26 ที่ผ่านมามีในปี 2564 สรุปได้ว่าการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศยังคงเป็นภัยคุกคามอันดับต้น ๆ ของโลก และมีความเป็นไปได้สูงที่ผลกระทบจะทวีความรุนแรง และขยายวงกว้างมากขึ้นในช่วงระยะกลาง และระยะยาว ซึ่งการคาดการณ์ถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศมีความเสี่ยงโดยตรงต่อเครือเจริญโภคภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากนโยบายด้านการซื้อขายคาร์บอนที่คาดว่าจะมีความเข้มข้นมากขึ้น ความจำเป็นในการย้ายถิ่นฐานของแรงงาน ซึ่งก่อให้เกิดการขาดแคลนแรงงานที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ และการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพซึ่งเกิดจากการใช้เทคโนโลยีชีวภาพหรือการใช้วัสดุทดแทนที่อาจยังไม่ได้รับการทดสอบเป็นระยะเวลาที่เหมาะสม



ความเสี่ยงหรือแนวโน้มที่อาจเกิดขึ้นใหม่

ความมั่นคงด้านห่วงโซ่คุณค่า

ชนิดของความเสี่ยง: สังคม

ความมั่นคงของห่วงโซ่คุณค่ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก สำหรับการดำเนินธุรกิจของทุกอุตสาหกรรม โดยเฉพาะสำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์ ที่มีกิจการทางธุรกิจที่หลากหลาย ห่วงโซ่คุณค่าที่มีความซับซ้อน และมีความเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ทว่าผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เกิดขึ้นทั่วโลก และมีแนวโน้มที่จะทวีความรุนแรงขึ้นในอนาคตอันใกล้ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่าและจำนวนผลผลิตของวัตถุดิบต้นน้ำที่สำคัญของเครือฯ เช่น ข้าวโพด และข้าว เป็นต้น อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตก็ส่งผลกระทบต่อระบบการขนส่งวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ เช่น มาตรการการป้องกันที่ก่อให้เกิดการชะงักกัทางการขนส่ง เป็นต้น การขาดแคลนวัตถุดิบเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อเครือฯ ในเชิงประสิทธิภาพ และความสามารถในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เปี่ยมไปด้วยโภชนาการที่เพียงพอต่อการมีสุขภาพและสุขภาวะที่ดี และมีความพอเพียงต่อความต้องการของผู้บริโภค



การเตรียมความพร้อมเพื่อตอบสนอง

ในฐานะที่เครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นบริษัทผู้นำในธุรกิจการเกษตร อุตสาหกรรมและอาหาร ธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจเวชภัณฑ์ เราจึงให้ความสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรม ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการผลิต และด้านการขนส่ง เพื่อเพิ่มโอกาสในการผลิตและส่งมอบผลิตภัณฑ์แห่งอนาคตให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มได้อย่างทั่วถึง โดยหนึ่งในกลยุทธ์การดำเนินงานเพื่อสร้างความมั่นคงด้านห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ คือการเพิ่มคุณค่าให้แก่วัตถุดิบหลักของเครือฯ เช่น การแปรรูปวัตถุดิบให้สามารถใช้ประโยชน์ได้มากกว่าเดิมพร้อมทั้งลดการเกิดการสูญเสียอาหารในกระบวนการผลิต การคิดค้นวิจัยวัตถุดิบทดแทนที่สามารถให้ประโยชน์ได้มากกว่าหรือเทียบเท่ากับวัตถุดิบที่ใช้ในปัจจุบัน และการสานพลังการดำเนินงานภายในเครือฯ เพื่อสร้างเครือข่ายในการเชื่อมโยง และการขนส่งวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อย่างเต็มประสิทธิภาพ เป็นต้น นอกจากนี้กลยุทธ์และทิศทางการดำเนินงานที่กล่าวไว้ข้างต้น เครือฯ ยังได้มีการกำหนดเป้าหมายให้ทุกกลุ่มธุรกิจมีกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับของวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูง เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคว่าเครือฯ มีการสรรหาวัตถุดิบตามหลักการแห่งจริยธรรม นอกจากนี้ยังได้ตั้งเป้าหมายให้ทุกกลุ่มธุรกิจดำเนินการตรวจประเมินด้านความยั่งยืนกับคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงอยู่เป็นประจำ เพื่อจัดเตรียมมาตรการการแก้ไขที่เหมาะสมอย่างทัน่วงที

ผลกระทบจากการแพร่ระบาด COVID-19

แม้ว่าในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 จำนวนการใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ลดลง แต่หลายภาคส่วนได้คาดการณ์ว่าสิ่งเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับจำนวนการใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปี 2564 ซึ่งเป็นผลพวงมาจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและการเร่งกระบวนการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

การเตรียมความพร้อมเพื่อตอบสนอง

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ตั้งเป้าหมายสู่การเป็น Carbon Neutral ภายในปี 2573 และ Net Zero ภายในปี 2593 ให้เป็นหนึ่งในเป้าหมายหลักขององค์กร เพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับสังคมในภาพรวม พร้อมกับเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนข้อตกลงปารีส ซึ่งการดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมายทั้งสองเป้าหมายไม่ได้จำกัดอยู่เพียงขอบเขตหรือกระบวนการดำเนินงานของเครือฯ แต่ยังสามารถสนับสนุนให้คู่ค้าธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทานนำเป้าหมายและแนวทางการดำเนินงานของเครือฯ ไปประยุกต์ใช้ เพื่อก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกในวงกว้าง

ผลกระทบจากการแพร่ระบาด COVID-19

การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อระบบการผลิตและการขนส่งผลิตภัณฑ์ ในขณะที่เดียวกัน การหยุดชะงักทางธุรกิจของคู่ค้าธุรกิจก็ส่งผลกระทบต่อประชาชนขาดแคลนอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ และเวชภัณฑ์ที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตประจำวัน

การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน

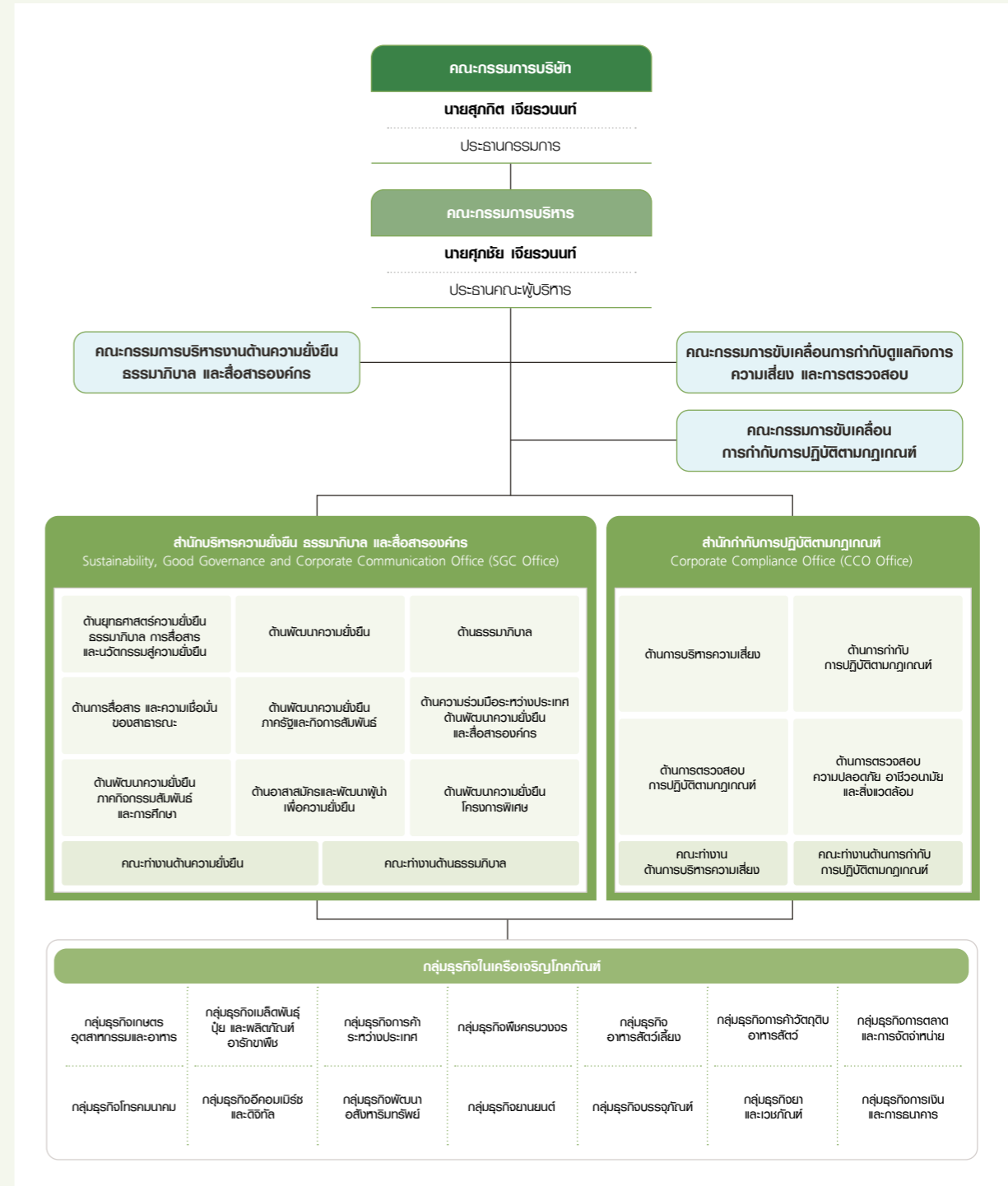
การดำเนินธุรกิจบนรากฐานของความยั่งยืน พร้อมกับมีโครงสร้างการกำกับดูแลที่ครอบคลุม และมีประสิทธิภาพ จะส่งเสริมให้เครือเจริญโภคภัณฑ์สามารถบรรลุเป้าหมายในการเป็นองค์กรผู้นำด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมในการสร้างอาหารคน และอาหารสมองได้อย่างภาคภูมิใจ

ที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ หลักการด้านความยั่งยืนได้ถูกบูรณาการเข้าไปในทุกกระบวนการดำเนินงานธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจ การบริหารจัดการ และการดำเนินงานกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งขององค์กรและคู่ค้าธุรกิจ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มว่าการดำเนินงานของเครือฯ จะไม่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่มูลค่า

เพื่อเป็นการตอกย้ำความมุ่งมั่นของเครือเจริญโภคภัณฑ์ในการดำเนินธุรกิจสู่ความยั่งยืน คณะกรรมการบริหารงานด้านความยั่งยืน ธรรมภิบาล และสื่อสารองค์กร เครือเจริญโภคภัณฑ์ หรือ Sustainability, Good Governance and Corporate Communication Operating Committee: SGC Operating Committee ได้ถูกจัดตั้งขึ้น โดยมีประธานคณะผู้บริหารเครือฯ เป็นประธานคณะกรรมการบริหารงานด้านความยั่งยืนฯ โดยมีหน้าที่กำกับนโยบาย และกำหนดเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างสมดุล กำหนดกลยุทธ์และแนวปฏิบัติให้มีความสอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร ขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องกับหลักสากล รวมถึงบริหารจัดการและติดตามผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยผลการดำเนินงานของทั้ง 15 เป้าสู่ความยั่งยืนปี 2573 เชื่อมโยงกับคำตอบแทนของผู้บริหารตามขอบเขตความรับผิดชอบ และมีการจัดให้รายงานผลการดำเนินงานเพื่อพัฒนาความยั่งยืนนี้ให้คณะกรรมการบริษัท และคณะผู้บริหารระดับสูงของเครือฯ จากทุกกลุ่มธุรกิจได้รับทราบอยู่เป็นประจำ

การประชุมคณะกรรมการบริหารงานด้านความยั่งยืน ธรรมภิบาล และสื่อสารองค์กร เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้ถูกกำหนดให้จัดขึ้นเป็นประจำทุก 3 เดือน เพื่อติดตามผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนจากกลุ่มธุรกิจ รวมถึงการกำหนดทิศทางด้านความยั่งยืนขององค์กรในประเด็นต่าง ๆ เช่น การเดินทางสู่เป้าหมาย Net Zero ภายในปี 2593 ซึ่งเป็นมาตรฐานทางวิทยาศาสตร์หรือ SBTi (Science Based Target initiative) การเข้าร่วมประเมินด้านความยั่งยืนองค์กรกับหน่วยงานในระดับสากล เช่น S&P, World Business Alliance การขับเคลื่อนและส่งเสริมให้กลุ่มธุรกิจมีผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดตั้งคณะกรรมการ SGC Operating Committee แห่งประเทศจีนขึ้น เพื่อเป็นกำลังสำคัญที่จะสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน 2573 โดยคณะกรรมการ SGC Operating Committee แห่งประเทศจีน จะทำการรายงานความก้าวหน้าและผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ให้ SGC Operating Committee ได้รับทราบเป็นประจำ นอกจากนี้ เครือฯ ยังมีแผนงานที่จะจัดตั้งคณะกรรมการบริหารงานด้านความยั่งยืนฯ ในประเทศอื่น ๆ ที่เครือฯ มีการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินงานด้านความยั่งยืนเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั่วทั้งเครือฯ



ประเด็นด้านความยั่งยืนที่ท้าทายในการประชุมคณะกรรมการบริหารงานด้านความยั่งยืนฯ

หนึ่งในหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริหารงานด้านความยั่งยืน ธรรมภิบาล และสื่อสารองค์กร เครือเจริญโภคภัณฑ์ คือการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องกับหลักสากล โดยประเด็นด้านความยั่งยืนหลักที่ท้าทายหรือระหว่างการประชุมคณะกรรมการฯ ในปี 2564 มีดังนี้

การทบทวนและกำหนดนโยบายสิ่งแวดล้อมและนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนระดับเครือฯ เพิ่มเติม

ในปี 2564 คณะกรรมการขับเคลื่อนการกำกับดูแลกิจการ ความเสี่ยง และการตรวจสอบได้ทบทวนและอนุมัติการออกนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม และนโยบายย่อยด้านสิ่งแวดล้อมในระดับเครือฯ เพิ่มเติมอีก 10 ฉบับ รวมถึงนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน และนโยบายย่อยที่เกี่ยวข้องกับด้านสิทธิมนุษยชนอีก 3 ฉบับ

- นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม
- นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน

การบริหารจัดการการสูญเสียอาหาร และขยะอาหาร

ในฐานะที่เครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นบริษัทผู้นำในธุรกิจการเกษตร อุตสาหกรรมและอาหาร และธุรกิจค้าปลีกที่มีการจำหน่ายอาหาร ดังนั้น ขยะอาหารจึงเป็นประเด็นสำคัญที่เครือฯ ให้ความสำคัญเป็นอย่างสูง โดยได้ร่วมมือกับพันธมิตรภายนอกเพื่อบริหารจัดการอาหารส่วนเกิน (Surplus Food) ผ่านการนำมาแจกจ่ายและเพิ่มผลกระทบเชิงบวกในวงกว้าง นอกจากการดำเนินการเพื่อลดการสูญเสียอาหาร และขยะอาหารแล้ว คณะทำงานฯ ได้เสนอให้มีการจัดเก็บ ติดตามและวิเคราะห์ปริมาณขยะอาหารอย่างเป็นระบบตามมาตรฐานสากล เพื่อบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งคณะกรรมการฯ เห็นชอบในหลักการ และพร้อมให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมโลกในการลดการสูญเสียอาหาร และขยะอาหาร และเพิ่มโอกาสให้แก่กลุ่มเปราะบางให้สามารถเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพและโภชนาการที่ครบถ้วน

การกำหนดเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของเครือฯ

ในการประชุมคณะกรรมการบริหารงานด้านความยั่งยืน ธรรมภิบาล และสื่อสารองค์กร เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้มีการหารือเกี่ยวกับการกำหนดเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกของเครือฯ เพิ่มเติมจากเป้าหมายเดิม หรือเป้าหมายการเป็น Carbon Neutral Organization ในปี 2573 โดยกำหนดเป้าหมายที่เป็นรายละเอียดสนับสนุนเพิ่มเติมตามแนวทางของสหประชาชาติ ที่ได้มีการตั้งแคมเปญที่เรียกว่า Race to Zero โดยมีเป้าหมายเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของโลก ทำให้อุณหภูมิของโลกสูงไม่เกิน 1.5 °C ซึ่งคณะกรรมการฯ เห็นชอบและอนุมัติที่จะกำหนดเป้าหมายเพิ่มเติม และสนับสนุนให้เป้าหมายดังกล่าวได้รับการตรวจสอบความถูกต้อง (Validate) โดย Science Base Target Initiative: SBTi เพื่อขับเคลื่อนสู่เป้าหมายความยั่งยืนโลก และข้อตกลงปารีส

การขับเคลื่อนแผนงานด้านสิทธิมนุษยชนและความปลอดภัยของพนักงาน

ในปี 2564 คณะทำงานด้านสิทธิมนุษยชนระดับเครือฯ ได้ร่วมประชุมเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนให้เป็นไปอย่างต่อเนื่องและเป็นไปตามหลักการชี้แนะแห่งสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs) และ แนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนของเครือเจริญโภคภัณฑ์

- แนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนของเครือเจริญโภคภัณฑ์

สรุปผลการดำเนินงานตามเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน สู่ปี 2563 และการเริ่มต้นเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน สู่ปี 2573

ในปี 2563 เครือเจริญโภคภัณฑ์ สามารถบรรลุเป้าหมายได้ 11 เป้าหมาย จากทั้งหมด 12 เป้าหมาย โดยมี 1 เป้าหมายที่ไม่บรรลุคือเรื่องการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเครือฯ ตั้งเป้าลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ลงจากปีฐาน 2558 ให้ได้ร้อยละ 10 แต่จากผลการดำเนินงานในปี 2563 ลดลงได้เพียงร้อยละ 8.5 โดยเครือฯ ได้มีการดำเนินการซื้อคาร์บอนเครดิตในส่วนที่ขาดสำหรับปี 2564 เป็นปีแรกของเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน สู่ปี 2573 ซึ่งผลการดำเนินงานทั้ง 15 เป้าหมาย มีดังนี้

Heart: Living Right	Health: Living Well	Home: Living Together
การกำกับดูแลกิจการ 25% 31% 100% เป้าหมาย 2564 2573 ร้อยละของกลุ่มธุรกิจที่ได้รับการประเมินผลด้านการกำกับดูแลกิจการ	สุขภาพและสุขภาวะที่ดี 25% 35% 70% เป้าหมาย 2564 2573 ร้อยละของยอดขายมาจากผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี	การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 4.2% 0:08% 42% เป้าหมาย 2564 2030 ร้อยละของการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเทียบกับปีฐาน 2564
สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน 100% 100% 100% เป้าหมาย 2564 และ 2573 ร้อยละของกลุ่มธุรกิจที่ได้รับการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน	คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม 1.2 ล้าน 1.8 ล้าน 5 ล้าน เป้าหมาย 2564 2573 จำนวนคนได้รับการส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้	ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน 20% 47% 100% เป้าหมาย 2564 2030 ร้อยละของการลดปริมาณขยะอาหารและของเสียที่ถูกนำไปฝังกลบและบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ใช้ซ้ำหรือย่อยสลายได้
การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ 5 ล้าน 7.26 ล้าน 50 ล้าน เป้าหมาย 2564 2573 จำนวนประชาชนที่ได้รับการสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษา	ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ 0.6 ล้าน 3.94 ล้าน 10 ล้าน เป้าหมาย 2564 2573 จำนวนมืออาหารได้ส่งมอบให้กับผู้ที่ขาดแคลน	การดูแลทรัพยากรน้ำ 5% 21% 20% เป้าหมาย 2564 2030 ร้อยละของการลดปริมาณการนำน้ำมาใช้เทียบกับปีฐาน 2564
การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล 50% 51% 100% เป้าหมาย 2564 2573 ร้อยละของพนักงานที่มีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้	การบริหารจัดการนวัตกรรม 3,000 3,012 7,500 เป้าหมาย 2564 2573 จำนวนสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรที่ได้รับการขึ้นทะเบียน	การปกป้องระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ 20% 19.7% 100% เป้าหมาย 2564 2030 ร้อยละของกลุ่มธุรกิจมีโครงการความร่วมมือกับพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง
ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล 10% 100% 100% เป้าหมาย 2564 2573 ร้อยละของกลุ่มธุรกิจที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากลด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์	การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย 82% 80% 80% เป้าหมาย 2564 และ 2573 ร้อยละของคะแนนความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย	การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ 25% 59% 100% เป้าหมาย 2564 2030 ร้อยละของวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูง และคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงได้รับการตรวจสอบ

กระบวนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์กำหนดกรอบประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนเป็นประจำ เพื่อพิจารณาความครอบคลุมของประเด็นที่เกี่ยวข้อง ความเสี่ยง ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงแนวโน้มและทิศทางใหม่ ๆ เพื่อนำมาวางแผนกลยุทธ์และทิศทางการดำเนินงานที่เหมาะสม และสร้างคุณค่าให้กับสังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ในปี 2564 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินการทบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่ได้รับการประเมินไว้อย่างเข้มข้นในปี 2563 ซึ่งเป็นไปตามหลักการของ Global Reporting Initiative Standards: GRI Standards และในรูปแบบบูรณาการที่เครือฯ ได้ประยุกต์ใช้ เพื่อให้ผลการประเมินมีความครอบคลุมและเชื่อมโยงประเด็นต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกได้อย่างสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

โดยกระบวนการทบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกิดขึ้นในปี 2564 ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลความเสี่ยงและโอกาสใหม่ ๆ โดยผู้บริหารจากทุกกลุ่มธุรกิจ การวิเคราะห์ความเคลื่อนไหว แนวโน้ม และผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบของทั่วโลกและของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเครือฯ การสำรวจความคิดเห็นและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 11 กลุ่ม การประเมินผลและการจัดอันดับความสำคัญ การทบทวนความถูกต้องโดยผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้อง และการรับรองความน่าเชื่อถือโดยหน่วยงานภายนอก

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[Materiality Assessment Report 2021](#)

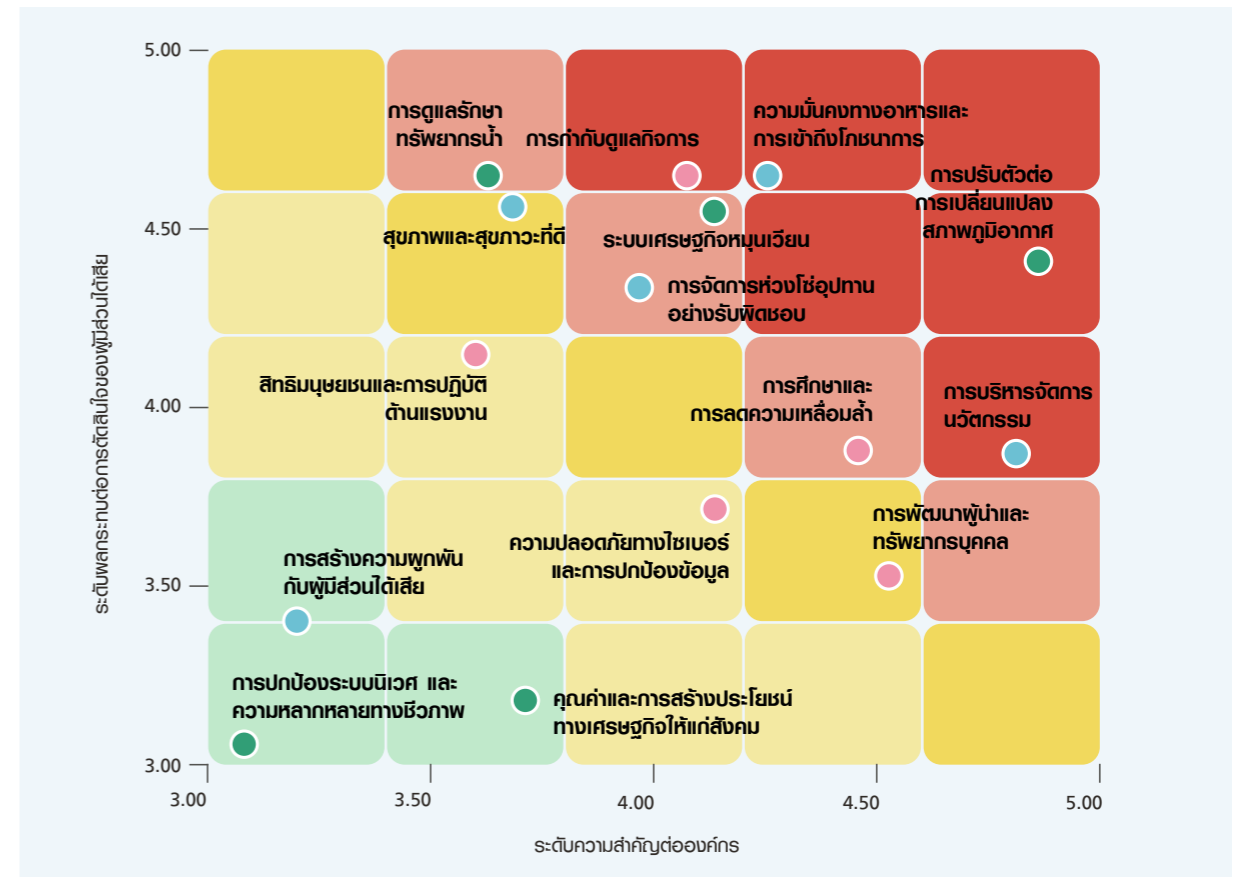
การวิเคราะห์ข้อมูลความเสี่ยงและโอกาสใหม่ ๆ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้นำประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่ได้รับการประเมินในปี 2563 มาพิจารณาความเหมาะสมต่อสถานการณ์ในปัจจุบันและในอนาคต ซึ่งคำนึงถึงความเสี่ยงและโอกาส รวมถึงความสามารถของเครือฯ ในการบริหารจัดการประเด็นเหล่านั้น ซึ่งผลของการวิเคราะห์โดยผู้บริหารจากทุกกลุ่มธุรกิจ ประกอบกับการวิเคราะห์ความเคลื่อนไหว แนวโน้มและผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบของทั่วโลกและของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเครือฯ พบว่าประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการดูแลด้านสิ่งแวดล้อม และความมุ่งมั่นเพื่อบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศยังคงเป็นประเด็นหลักที่ยังคงอยู่ในความสนใจของหลากหลายภาคส่วนทั่วโลก รองลงมาเป็นเรื่องการบริหารจัดการนวัตกรรมทั้งในกระบวนการผลิต และการผลิตผลิตภัณฑ์และบริการที่ไม่เพียงแต่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นให้แก่ประชาชน นอกจากนี้ ประเด็นด้านการพัฒนาพนักงาน ชุมชน และสังคมให้มีความรู้ความสามารถเพื่อก้าวเข้าสู่ยุคแห่งนวัตกรรมและเทคโนโลยีได้อย่างเท่าเทียมก็เป็นอีกประเด็นที่ผู้บริหารเล็งเห็นถึงความสำคัญ และเน้นย้ำให้มีการส่งเสริมพัฒนาอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาองค์ความรู้แล้ว การบริหารจัดการความมั่นคงตลอดห่วงโซ่คุณค่าก็เป็นประเด็นที่อยู่ในความสนใจ เนื่องจากเครือฯ มีห่วงโซ่คุณค่าที่ซับซ้อน ประกอบกับการใช้วัตถุดิบที่สำคัญที่หลากหลาย ดังนั้น การบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม จะช่วยส่งเสริมให้เครือฯ และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องเติบโตคู่กันได้อย่างยั่งยืน

การสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสีย

ในปี 2564 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินการวิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่อาจได้รับผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบจากการดำเนินธุรกิจของเครือฯ ซึ่งผู้บริหารได้มีมติเห็นชอบให้แยกกลุ่มเจ้าหน้อออกจากกลุ่มนักลงทุนและผู้ถือหุ้น เนื่องจากมองว่ากลุ่มเจ้าหน้อจะได้รับผลกระทบที่ต่างจากกลุ่มนักลงทุนและผู้ถือหุ้นอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น ในปี 2564 เครือฯ จึงมีกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด 11 กลุ่ม ซึ่งเครือฯ ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มเกี่ยวกับการดำเนินงานในภาพรวมของเครือฯ และด้านความยั่งยืน พร้อมกับสำรวจว่าประเด็นความยั่งยืนใดที่ผู้มีส่วนได้เสียเห็นว่ามีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ซึ่งผลของการสำรวจและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกสรุปได้ว่าผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มมีความมั่นใจในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือฯ แต่ก็ยังคงคาดหวังให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะประเด็นด้านการสื่อสาร ควรดำเนินการสื่อสารแนวทางการดำเนินงานและผลการดำเนินงานต่อสังคมมากขึ้น รวมถึงประเด็นด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมสนองทั้งความต้องการของผู้บริโภคและการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป

เมทริกซ์ผลการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนปี 2564



● Heart: Living Right ● Health: Living Well ● Home: Living Together

HEART LIVING RIGHT

การดำเนินงานด้วยการคำนึงถึงการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีจริยธรรม และความโปร่งใสในการทำงานและต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มเปรียบเสมือนหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจและการเติบโตอย่างยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ นอกจากการกำกับดูแลกิจการให้เป็นที่ไปตามข้อกำหนด กฎเกณฑ์อย่างเคร่งครัดแล้ว การดูแลรักษาความปลอดภัย การพัฒนาความรู้ ความสามารถของบุคลากรของเรา ประกอบกับการมุ่งพัฒนาระบบสารสนเทศให้มีความปลอดภัยสูงสุด เป็นอีกหนึ่งปัจจัยหลักที่จะส่งเสริมให้เครือฯ มีศักยภาพในการแข่งขัน เติบโตและพร้อมส่งมอบคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่องและอย่างยั่งยืน



การกำกับดูแลกิจการ	48
การกำกับดูแลกิจการเพื่อการดำเนินงานอย่างรับผิดชอบ	50
การบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อความมั่นคงขององค์กร	52
การตรวจสอบเพื่อสร้างความโปร่งใสและเป็นธรรมทั่วทั้งองค์กร	53
การปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย ทุกระดับที่เกี่ยวข้อง	54
สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน	56
การดำเนินงานเพื่อปกป้องสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่มูลค่า	58
ผลการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน	59
มาตรการจัดการความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน	61
การปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเท่าเทียม	62
การสร้างความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในสถานที่ทำงาน	64
กลยุทธ์การลดการเกิดอุบัติเหตุ	66
การบริหารจัดการความปลอดภัยยานยนต์	68
การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ	70
มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี	72
การส่งเสริมการศึกษาของเครือเจริญโภคภัณฑ์	73
การสนับสนุนทุนการศึกษา	74
ร่วมขจัดปัญหาความเหลื่อมล้ำกับสภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน	75
การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล	76
การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล	78
การดึงดูดและสรรหาคนดีคนเก่งทั่วโลก	80
เสริมสร้างวัฒนธรรมการรักเครือฯ	83
ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล	84
การรักษาความมั่นคงและความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูล	86

การกำกับดูแลกิจการ

Corporate Governance

โอกาสและความท้าทาย

การดำเนินธุรกิจท่ามกลางวิกฤตโลก อาทิ การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลก ชีวิตและความปลอดภัยของมนุษย์ ประกอบกับแนวโน้มใหม่ของโลกที่เดิมเชื่อว่าจะใช้เวลาอีกหลายปีกว่าผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจะเข้ามากระทบต่อโครงสร้างและรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบเดิม ๆ แต่ปัจจุบัน ผลกระทบดังกล่าวเข้ามาเร็วมากขึ้นและยากจะคาดเดา รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียมีความคาดหวังให้องค์กรดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีจริยธรรม และมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น

เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงยึดมั่นการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อ ชื่อสัตย์ มีคุณธรรม ความโปร่งใส เป็นธรรม สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ และค่านึงถึงประโยชน์ของประเทศชาติ ประชาชน และพนักงานของเครือฯ โดยได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการบูรณาการงานด้านการกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง และการกำกับปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ อย่างมีประสิทธิภาพ มีการกำหนดนโยบายและกรอบการดำเนินงานที่ชัดเจน พร้อมนำไปปฏิบัติให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมทั่วทั้งเครือฯ ซึ่งมีคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหารและผู้บริหารทุกระดับเป็นแบบอย่างที่ดี ทั้งทางด้านจริยธรรมและการปฏิบัติตามนโยบายต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด ส่งเสริมให้การดำเนินธุรกิจของเครือฯ เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

กระบวนการสร้างคุณค่า

➤ **ประเด็นนำเข้า**



Human Capital



Relationship Capital

➤ **ธุรกิจและกิจกรรมของเครือฯ**

การวิเคราะห์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญตลอดห่วงโซ่คุณค่า

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

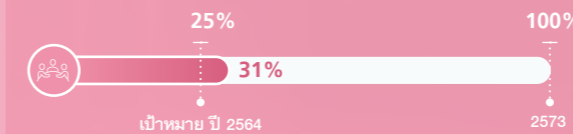


สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

<p>12 12.6 สนับสนุนให้บริษัทในเครือรับแนวปฏิบัติที่ยั่งยืนไปใช้ และผนวกข้อมูลด้านความยั่งยืนลงในวงจรการรายงาน</p>	<p>16 16.5 ลดการทุจริตในตำแหน่งหน้าที่และการรับสินบนทุกรูปแบบ</p> <p>16.7 สร้างหลักประกันว่าจะมีกระบวนการตัดสินใจที่มีความรับผิดชอบ ครอบคลุม มีส่วนร่วม และมีความเป็นตัวแทนที่ดี ในทุกระดับการตัดสินใจ</p> <p>16.b ส่งเสริมและบังคับใช้กฎหมายและนโยบายที่ไม่เลือกปฏิบัติเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน</p>
---	---

➤ **ผลลัพธ์และประโยชน์**

ความคืบหน้าสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573



ทุกกลุ่มธุรกิจได้รับการประเมินผลที่ได้รับการยอมรับของการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ

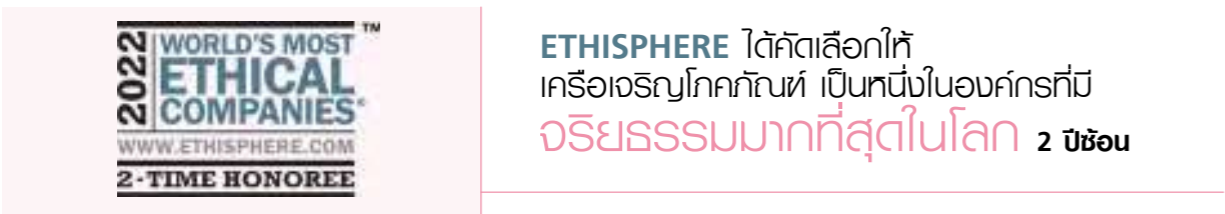
การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564

ปรับปรุงและจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติให้สอดคล้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงด้านการกำกับดูแลกิจการ โดยบูรณาการความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้แทนจากทุกบริษัทในเครือฯ เข้ามาในกระบวนการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติ



การกำกับดูแลกิจการเพื่อการดำเนินงานอย่างรับผิดชอบ

ข้อมูลการดำเนินงานที่สำคัญ



ETHISPHERE ได้คัดเลือกให้ **เครือเจริญโภคภัณฑ์** เป็นหนึ่งในองค์กรที่มี **จริยธรรมมากที่สุดในโลก 2 ปีซ้อน**

การสร้างความตระหนักรู้ด้านจรรยาบรรณธุรกิจ			ผลการประเมินการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริหาร		
กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทในเครือ	100%	100%	การประเมินทั้งคณะระดับดีมาก	การประเมินรายบุคคลระดับดีมาก	

นโยบายและแนวปฏิบัติเพื่อการกำกับดูแลกิจการ	
นโยบายและแนวปฏิบัติที่ปรับปรุง	นโยบายที่พัฒนาขึ้นใหม่
<ul style="list-style-type: none"> ด้านความยั่งยืน ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสิทธิมนุษยชน ด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน 	<ul style="list-style-type: none"> การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เศรษฐกิจหมุนเวียน การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ การลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน การจัดการของเสีย ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ การจัดการคุณภาพอากาศ การจัดการสารเคมีและวัตถุอันตราย

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

การสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่องถือเป็นหนึ่งในภารกิจหลักของเครือเจริญโภคภัณฑ์ เรายึดมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นธรรม โปร่งใส และมีจริยธรรมตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาอย่างต่อเนื่อง เพราะเชื่อมั่นว่า สิ่งนี้เป็นหัวใจสำคัญที่สร้างคุณค่าแก่ผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว รวมถึงสร้างความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

ภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความซับซ้อนและความไม่แน่นอนที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา ทำให้เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งขับเคลื่อนการกำกับดูแลกิจการอย่างเป็นระบบทั่วทั้งเครือฯ โดยให้ความสำคัญกับการวางโครงสร้างและกระบวนการในการกำกับดูแล

ซึ่งมีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติระดับเครือฯ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการ และจรรยาบรรณธุรกิจ เพื่อเป็นกรอบให้เกิดการปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน

ในปี 2564 มีการปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน นโยบายการจัดการห่วงโซ่อุปทาน และแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงจัดทำนโยบายย่อยด้านสิ่งแวดล้อมขึ้นใหม่อีก 10 ฉบับ โดยได้บูรณาการความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้แทนจากทุกบริษัทในเครือฯ มาร่วมในกระบวนการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติ เพื่อให้สามารถนำไปปฏิบัติได้และเป็นไปตามแนวโน้มการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับสากล

คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการบริหาร

คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้นำในการกำหนดภาพรวมการดำเนินงานของฝ่ายบริหารให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์และนโยบายที่กำหนดไว้ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยคณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการจำนวน 11 ท่าน เป็นกรรมการที่มีชื่อผู้บริหาร 10 ท่าน และกรรมการที่เป็นผู้บริหาร 1 ท่าน ซึ่งมีความหลากหลายทั้งทางด้านอายุ เพศสภาพ เชื้อชาติ สัญชาติ ภูมิฐานะ ความรู้ ความสามารถ ทักษะ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์การทำงานในด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานให้เป็นไปตามกลยุทธ์ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

คณะกรรมการบริษัทได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารทำหน้าที่ในการกำกับดูแลให้การดำเนินงานของเครือฯ ให้เป็นไปตามหลักการบรรษัทภิบาล นโยบายและแนวปฏิบัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งคณะกรรมการบริหารมีประธานคณะกรรมการบริหารเป็นประธาน และประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูงของบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด รวมถึงผู้บริหารระดับสูงของบริษัทในเครือฯ ทั้งที่เป็นบริษัทที่จดทะเบียนและไม่จดทะเบียน

คณะกรรมการบริหารได้ติดตามผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจ ในเครือฯ อย่างสม่ำเสมอ โดยมีคณะกรรมการขับเคลื่อน ได้แก่ “คณะกรรมการขับเคลื่อนการกำกับดูแลกิจการ ความเสี่ยงและการตรวจสอบ” และ “คณะกรรมการขับเคลื่อนการกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย” ซึ่งแต่งตั้งขึ้นในปี 2564 เพื่อทำหน้าที่ช่วยกลั่นกรองงานที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการ เพื่อให้มั่นใจว่ามีการขับเคลื่อนงานด้านการกำกับดูแลกิจการให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมทั่วทั้งเครือฯ

ในปี 2564 คณะกรรมการบริหารได้ทำการประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเองทั้งคณะ ภายใต้ 4 หัวข้อ ได้แก่ โครงสร้างและคุณสมบัติบทบาทหน้าที่ การประชุม และการพัฒนาตนเอง ซึ่งผลการประเมินภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ดีมาก และได้เริ่มประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการบริหารเป็นรายบุคคลเป็นปีแรก โดยใช้วิธีประเมินตนเองและแบบไขว้ ซึ่งผลการประเมินภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ดีมาก

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[การกำกับดูแลกิจการ](#)

การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีจริยธรรม

วัฒนธรรมองค์กรที่มีจริยธรรมของเครือเจริญโภคภัณฑ์เกิดขึ้นจากการปฏิบัติที่เป็นแบบอย่างที่ดีตามค่านิยมองค์กร จรรยาบรรณธุรกิจและนโยบายระดับเครือของคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหาร และผู้บริหารทุกระดับ รวมถึงการปลูกฝังด้วยการสร้างการตระหนักรู้และส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมการทำงานที่มีจริยธรรม โดยให้พนักงานลงนามรับทราบในจรรยาบรรณธุรกิจ จัดการฝึกอบรมและเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงจัดให้มีการทดสอบความรู้ ความเข้าใจของพนักงานในเครือฯ ทุกคนเป็นประจำทุกปี นอกจากนี้ เครือฯ ยังมีการถ่ายทอดให้ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าเกิดความตระหนักรู้ และมีส่วนร่วมในการสร้างสภาพแวดล้อมของการทำธุรกิจที่มีจริยธรรมตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีร่วมกันอีกด้วย

ก้าวต่อไปของเรา

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นยกระดับการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และเป็นไปด้วยมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งเครือฯ เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม เครือฯ จึงมีแผนการดำเนินงานดังนี้

- 01** พัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการให้แก่กลุ่มธุรกิจ ในเครือฯ ที่ไม่ได้จดทะเบียนเพื่อเป็นพื้นฐานในการขับเคลื่อนการบูรณาการด้านการกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง และการกำกับการปฏิบัติตามกฎหมาย
- 02** ปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรด้านจริยธรรม และการกำกับการปฏิบัติตามกฎหมาย โดยได้จัดกิจกรรมในรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อให้เข้าถึงและสร้างการมีส่วนร่วมกับบุคลากรทั่วทั้งเครือฯ
- 03** นำเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มดิจิทัลมาพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการของบริษัทในเครือฯ เพื่อให้เกิดมาตรฐานที่สอดคล้องทั่วทั้งเครือฯ

การบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อความมั่นคงขององค์กร

การกำกับดูแลความเสี่ยง

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้นในการสร้างมูลค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยเครือฯ มีระบบการบริหารความเสี่ยงและวิกฤตการณ์ รวมถึงโครงสร้างการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม ซึ่งช่วยเพิ่มความมั่นใจให้กับเครือฯ ในการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีโครงสร้างการกำกับดูแลเพื่อบริหารความเสี่ยง โดยได้ประกาศแต่งตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนการกำกับดูแลกิจการ ความเสี่ยง และการตรวจสอบ (Corporate Governance, Risk and Audit Steering Committee) โดยมี Chief Risk Officer เป็นหนึ่งในคณะกรรมการฯ คณะกรรมการชุดนี้ทำหน้าที่ในการพิจารณาถ่วงดุลและทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง ติดตามดูแลให้มีระบบการบริหารความเสี่ยง พิจารณากลั่นกรองกลยุทธ์ แผนงานและแนวทางในการบริหารความเสี่ยง และติดตามดูแลการปฏิบัติตามนโยบายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งคณะกรรมการชุดนี้ ได้รับการแต่งตั้งในปี 2564 เพื่อกำกับดูแลให้การดำเนินงานของเครือฯ เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการ และมีการบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน และการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ คณะกรรมการขับเคลื่อนฯ ประกอบไปด้วยผู้บริหารจากหลายหน่วยงาน เช่น หน่วยงานความเสี่ยงองค์กร หน่วยงานทรัพยากรบุคคล หน่วยงานกำกับดูแลกิจการ เป็นต้น โดยมีประธานคณะผู้บริหารด้านความยั่งยืนองค์กร (Chief Sustainability Officer) เป็นประธานคณะกรรมการขับเคลื่อนฯ ซึ่งผลการดำเนินงานและความคืบหน้าต่าง ๆ จะได้รับการรวบรวมและรายงานให้แก่คณะกรรมการบริหารได้รับทราบเป็นประจำ

นอกจากโครงสร้างการบริหารความเสี่ยงของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่มีความครอบคลุมแล้ว เครือฯ ยังมุ่งมั่นในการยกระดับการบริหารความเสี่ยงให้ครอบคลุมทุกหน่วยธุรกิจ ผ่านกระบวนการประเมินและการจัดการความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง (Ethics & Compliance Risks) ซึ่งครอบคลุมถึงประเด็นทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้มีนโยบาย และแผนงานให้ทุกธุรกิจมีการดำเนินงานเพื่อสร้างคุณค่า และการเติบโตที่ยั่งยืนขององค์กร ดังนี้

- ผู้บริหารมีความมุ่งมั่น และกำหนดนโยบาย (Tone at the Top)** เพื่อสร้างวัฒนธรรมด้านการบริการความเสี่ยง (Embed Risk Culture) โดยแต่ละกลุ่มธุรกิจจะกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risks Appetite) และพฤติกรรมที่ยอมรับความเสี่ยงที่สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร
- ทุกหน่วยธุรกิจ สามารถกำกับดูแลกิจการด้านบริหารความเสี่ยงที่ได้มาตรฐานสากล** มีการติดตามประสิทธิผลของการจัดการและควบคุมความเสี่ยงที่สำคัญด้วยตนเอง (Risk Control Self-assessment) เพื่อเกิดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและป้องกันความเสี่ยงในอนาคต
- ผนึกกำลังผู้เชี่ยวชาญ (Risk Expert Synergy)** สร้างความรู้ความเข้าใจ และแลกเปลี่ยนการดำเนินงานที่เป็นเลิศในการจัดการ เพื่อป้องกันความเสี่ยง และให้ทันต่อการขยายตัวของธุรกิจ ที่นำไปสู่การบริหารความเสี่ยงใหม่ ๆ ที่ท้าทายต่อการเติบโตที่ยั่งยืนของเครือฯ ในอนาคต

ก้าวต่อไปของเรา

เพื่อสร้างความมั่นคงและความยืดหยุ่นทั่วทั้งองค์กร เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นที่จะขยายผลการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยงให้ครอบคลุมทุกหน่วยธุรกิจ โดยมีความมุ่งมั่นและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

- 01** ส่งเสริมให้ทุกหน่วยธุรกิจมีการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยงขององค์กร
- 02** ขยายขอบเขตการอบรมให้แก่พนักงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเป็นหนึ่งในวันฉัตรมงคลขององค์กร



การตรวจสอบเพื่อสร้างความโปร่งใสและเป็นธรรมทั่วทั้งองค์กร

การตรวจสอบ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญในการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยยึดมั่นการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ซื่อสัตย์สุจริต และโปร่งใส

ในปีที่ผ่านมา เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการติดตามและประเมินการปรับปรุงแก้ไขของบริษัทในเครือฯ ตามผลการตรวจประเมินการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจของเครือฯ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนและให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทในเครือฯ มีการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติต่าง ๆ รวมทั้งการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง จึงจัดให้มีแผนงานการตรวจประเมินการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันในปี 2565 โดยพิจารณาจากผลการประเมินตนเองของบริษัทภายในเครือฯ ที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และจะทำการตรวจประเมินในเรื่องการนำนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ

การปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

การกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

อีกหนึ่งการดำเนินงานที่จะช่วยส่งเสริมให้เครือเจริญโภคภัณฑ์ มีการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ และสามารถรับมือกับปัจจัยเสี่ยงที่มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพและเป็นไปตามกฎหมาย กฎ และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม เป็นหลัก ซึ่งหมายความว่าผู้บริหารและพนักงานจะต้องเคารพและปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ และระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ และในทุกประเทศที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างเต็มที่

เครือเจริญโภคภัณฑ์ส่งเสริมและดูแลให้ผู้บริหารและพนักงาน ตระหนักและเข้าใจ รวมถึงปฏิบัติตามนโยบายของเครือฯ อย่างเคร่งครัด ภายใต้ขอบเขตความรับผิดชอบของผู้บริหารและผู้บังคับบัญชาที่จะต้องควบคุมดูแลพนักงาน เพื่อให้แน่ใจว่าได้มีการปฏิบัติตามนโยบายที่เกี่ยวข้อง และเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่พนักงานทุกคน หากมีปัญหาหรือข้อสงสัย หรือไม่แน่ใจในสถานะทางกฎหมายใด ๆ การขอคำปรึกษาจากหัวหน้างาน หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ หรือสำนักกฎหมาย เป็นสิ่งที่ควรกระทำเป็นอย่างยิ่ง

การละเมิด และการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักดีว่าการทุจริตคอร์รัปชันก่อให้เกิดความเสียหายต่อธุรกิจอย่างไม่สามารถประเมินค่าความเสียหายได้ ไม่ว่าจะเป็นความเสียหายต่อความเจริญก้าวหน้า และชื่อเสียงขององค์กร ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงได้ประกาศไว้ว่า เครือฯ จะไม่ทนต่อพฤติกรรมหรือการละเมิดต่อจรรยาบรรณของบริษัทฯ นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี และนโยบายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยเด็ดขาด การละเมิดจรรยาบรรณ และนโยบายต่าง ๆ ของเครือฯ ในทุกกรณี จะได้รับการสืบสวน และรายงานต่อคณะกรรมการขับเคลื่อนการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ ซึ่งจะตรวจสอบรายงานการละเมิดจรรยาบรรณและส่งผ่านช่องทางกรับเรื่องร้องเรียน

การรับเรื่องร้องเรียน

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการแจ้งเบาะแส เพื่อรับคำแนะนำและข้อคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกบริษัทฯ โดยกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนของเครือฯ ได้รับการทวนสอบจากหน่วยงานภายนอกตั้งแต่ปี 2563 ซึ่งทำให้มั่นใจได้ว่าระบบการรับเรื่องร้องเรียนของบริษัทฯ มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้ เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล ทุก ๆ ข้อร้องเรียนที่เครือฯ ได้รับ รวมถึงข้อมูลของผู้ร้องเรียนจะได้รับการปกป้องให้เป็นความลับตามมาตรฐานสากล ในขณะที่การสืบสวนและการเยียวยาจะดำเนินการไปอย่างยุติธรรมต่อทุกฝ่าย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เปิดเผยข้อมูล จำนวนและกรณีการละเมิดจรรยาบรรณ จริยธรรม การต่อต้านทุจริต การให้หรือรับสินบน และอื่น ๆ ดังนี้

จำนวนเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำผิดของพนักงาน และมาตรการในการจัดการ สำหรับปี 2564

	2564				มาตรการในการจัดการ			
	กรณีร้องเรียน	อยู่ระหว่างการสืบสวน	ยืนยันว่ามีความเกี่ยวข้อง	ยืนยันว่าไม่มีความเกี่ยวข้อง	ตัดเตือนด้วยวาจา	ตัดเตือนด้วยลายลักษณ์อักษร	พักงาน	เลิกจ้าง
ข้อร้องเรียนด้านจรรยาบรรณ และจริยธรรม (กรณี)								
การฉ้อโกง	2	-	-	2	-	-	-	-
ผลประโยชน์ทับซ้อน	5	-	3	2	-	2	-	1
การไม่ดำเนินงานตามกฎระเบียบ	7	-	4	3	3	1	-	-
การเลือกปฏิบัติ	8	-	2	6	1	1	-	-
การล่วงละเมิด	9	-	3	6	3	-	-	-
คอร์รัปชัน	3	-	1	2	-	-	-	1
ข้อร้องเรียนเรื่องการต่อต้านการแข่งขัน (กรณี)								
การต่อต้านการแข่งขัน	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม (กรณี)	34	0	13	21	7	4	0	2

ในปี 2564 เครือเจริญโภคภัณฑ์มีกรณีร้องเรียนด้านจรรยาบรรณ และจริยธรรม และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจำนวนทั้งสิ้น 34 กรณี จากจำนวนนี้เป็นเรื่องร้องเรียนที่พิสูจน์แล้วว่าผู้กระทำมีความผิดจริงจำนวน 13 กรณี ซึ่งเครือฯ มีการดำเนินการลงโทษตามข้อกำหนดที่ได้ระบุไว้ในจรรยาบรรณธุรกิจ และนโยบายการไม่ยอมรับการละเมิดหรือการกระทำผิด ไม่ว่าจะเป็นการตัดเตือน หรือการยกเลิกการเป็นพนักงานของเครือฯ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

 [การกำกับดูแลกิจการ](#)

0 กรณี

**ด้านการละเมิดข้อบังคับหรือกฎหมาย
สิ่งแวดล้อมที่มีนัยสำคัญในช่วง 4 ปี
ที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน***

*เป็นการละเมิดข้อบังคับหรือกฎหมายสิ่งแวดล้อมที่มีค่าปรับไม่เกิน USD 10,000

สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน

Human Rights and Labor Practices

โอกาสและความท้าทาย

ด้วยบริบททางธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ประกอบกับกลยุทธ์การเติบโตเพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ประเทศไทย สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ส่งผลให้เครือฯ จำเป็นต้องพึ่งพาแรงงานเป็นจำนวนมากตลอดห่วงโซ่คุณค่า ดังนั้น การปกป้องสิทธิมนุษยชนอย่างทั่วถึง การปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเท่าเทียม และการดูแลความปลอดภัยของพนักงานรวมถึงผู้เกี่ยวข้องทุกกลุ่มอย่างรอบคอบ เป็นประเด็นที่องค์กรและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายต่างให้ความสนใจ พร้อมคาดหวังให้เครือฯ มีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากลอย่างเคร่งครัด ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงยึดมั่นและให้ความสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจที่สอดคล้องกับการบริหารจัดการต่อการเคารพสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติด้านแรงงาน และการดูแลความปลอดภัยของบุคลากร ลูกค้า คู่ค้าธุรกิจ ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายตลอดห่วงโซ่คุณค่ามาโดยตลอด ด้วยการประกาศใช้นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงานที่สอดคล้องกับหลักการชี้แนะของสหประชาชาติว่าด้วยการดำเนินธุรกิจและสิทธิมนุษยชน (UN Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs) หลักปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights: UDHR) หลักการข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact: UN Global Compact) และปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน (Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work)

กระบวนการสร้างคุณค่า

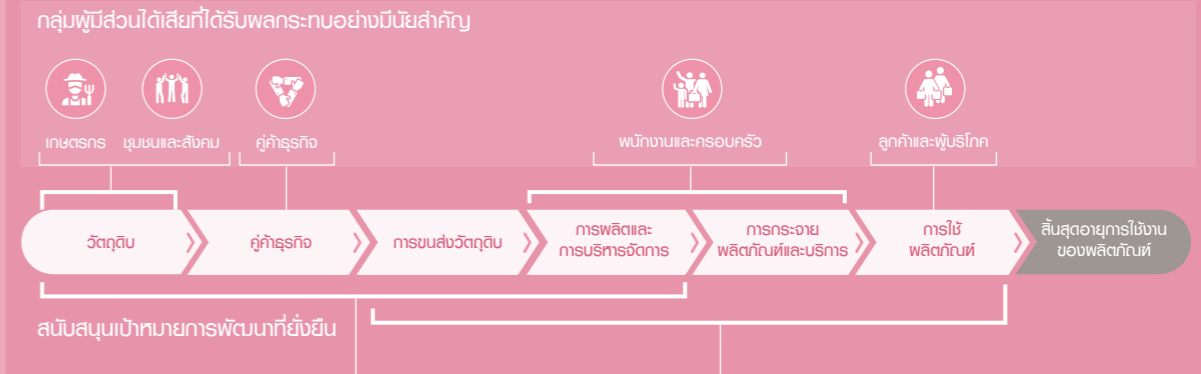
➤ ประเด็นนำเข้า

Human Capital

Relationship Capital

➤ ธุรกิจและกิจกรรมของเครือฯ

การวิเคราะห์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญตลอดห่วงโซ่คุณค่า



<p>5 </p> <p>5.1 ยุติการเลือกปฏิบัติต่อผู้หญิง</p> <p>5.2 ขจัดความรุนแรงทุกรูปแบบที่มีต่อผู้หญิง</p>	<p>3 </p> <p>3.6 ลดจำนวนการเสียชีวิตและบาดเจ็บจากอุบัติเหตุทางถนน</p>
<p>8 </p> <p>8.5 ส่งเสริมการจ่ายค่าตอบแทนสำหรับงานที่มีคุณค่าเท่าเทียมกัน</p> <p>8.7 ยุติการเป็นทาสสมัยใหม่ การค้ามนุษย์ และการใช้แรงงานเด็ก</p> <p>8.8 ปกป้องสิทธิแรงงานและส่งเสริมการทำงานที่ปลอดภัย</p>	<p>5 </p> <p>5.3 สร้างหลักประกันว่าผู้หญิงจะมีโอกาสที่เท่าเทียม</p>
<p>10 </p> <p>10.7 รับผิดชอบและบริหารจัดการนโยบายด้านการอพยพเป็นอย่างดี</p>	<p>10 </p> <p>10.3 สร้างโอกาสที่เท่าเทียมและไม่มีการแบ่งแยก</p>

➤ ผลลัพธ์และประโยชน์

ความคืบหน้าสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573



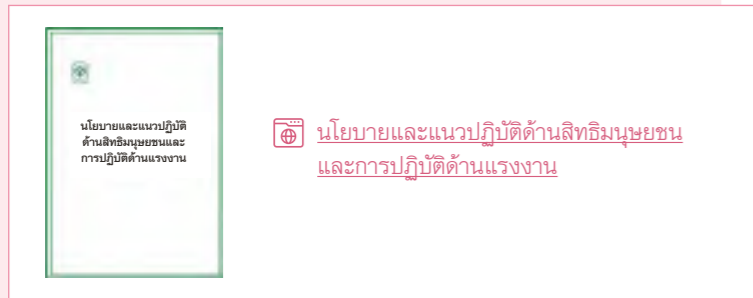
ทุกกลุ่มธุรกิจมีการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนจากกิจกรรมขององค์กรและคู่ค้าโดยตรงที่มีความเสี่ยงสูงเป็นประจำ

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564

- ขยายขอบเขตนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงานให้ครอบคลุมห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ
- สื่อสารมาตรฐานการจัดการด้าน SHE ฉบับปรับปรุง ซึ่งประกอบด้วยมาตรการบริหารจัดการและมาตรฐานด้านเทคนิค

การดำเนินงานเพื่อปกป้องสิทธิมนุษยชน ตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ข้อมูลการดำเนินงานที่สำคัญ



นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน

ในปี 2564 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินการปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน เครือเจริญโภคภัณฑ์เพื่อให้ครอบคลุมทุกกิจกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อมของเครือฯ ลูกค้า คู่ค้าธุรกิจ พันธมิตรทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า และกิจกรรมอื่น ๆ ในอนาคต นอกจากนี้ ยังได้เพิ่มข้อกำหนดให้สอดคล้องกับสากลมากยิ่งขึ้น เช่น สิทธิพลเมืองและสิทธิทางการเมือง สิทธิทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม สิทธิในความหลากหลายทางเพศ แรงงานบังคับ แรงงานเด็ก และแรงงานผู้เยาว์ การไม่เลือกปฏิบัติและการให้ออกาสอย่างเท่าเทียมกัน สิทธิในการรวมตัวกันโดยสันติ เป็นต้น

นอกจากการปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงานแล้ว เครือฯ ยังได้ประกาศใช้นโยบายด้านความหลากหลายและการอยู่ร่วมกัน และนโยบายป้องกันการเลือกปฏิบัติ การล่วงละเมิด และการคุกคาม เพื่อตอกย้ำความมุ่งมั่นในการปกป้องสิทธิมนุษยชน และประเด็นเกี่ยวเนื่องตลอดห่วงโซ่คุณค่า

นโยบายด้านความหลากหลายและการอยู่ร่วมกัน

นโยบายป้องกันการเลือกปฏิบัติ การล่วงละเมิด และการคุกคาม

รายงานสิทธิมนุษยชน ประจำปี 2564 เครือเจริญโภคภัณฑ์

การประเมินความเสี่ยง ด้านสิทธิมนุษยชน

ด้วยความมุ่งมั่นของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่ต้องการปกป้องสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า เครือฯ จึงกำหนดให้ทุกหน่วยธุรกิจและผู้เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่าต้องคำนึงถึงความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนตลอดการดำเนินงานในปัจจุบัน และการตัดสินใจในการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับการควบรวมกิจการ การเข้าซื้อกิจการ และการขายกิจการในอนาคต รวมถึงให้มีการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านตามหลักการชี้แนะธุรกิจและสิทธิมนุษยชนแห่งองค์การสหประชาชาติ หรือ UN Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs

เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Right Risk Assessment: HRRRA) ทุก 3 ปี ในทุกสายธุรกิจตามกรอบการรายงานหลักการชี้แนะว่าด้วยการดำเนินธุรกิจและสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ สำหรับการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน เครือฯ มีการกำหนดขั้นตอนและบริบทที่ชัดเจน ได้แก่ การวิเคราะห์บริบท การขึ้นทะเบียนและการระบุความเสี่ยง และการประเมินระดับผลกระทบ ทั้งนี้เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มว่าการดำเนินงานของเครือฯ นั้นมีความสมบูรณ์ และครอบคลุม

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

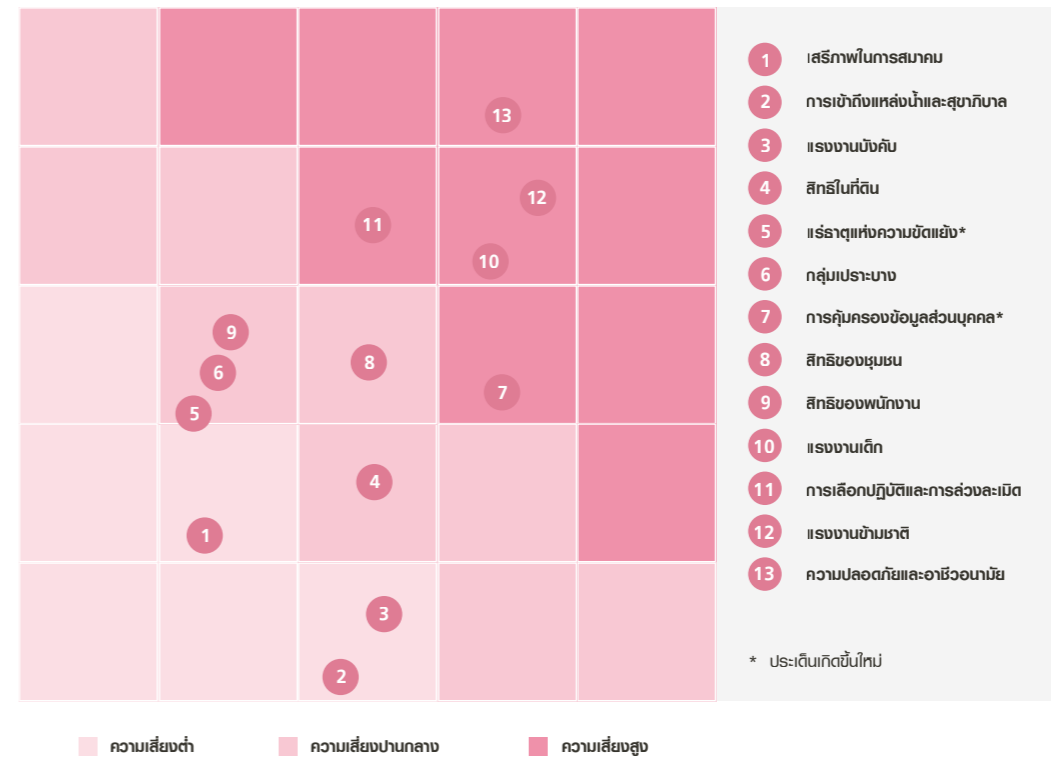
แนวปฏิบัติเพื่อการจัดการด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน

ผลการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

การวิเคราะห์บริบท

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ทำการวิเคราะห์ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับเครือฯ โดยได้นำบริบทในระดับประเทศ อุตสาหกรรม และระดับสากลมาพิจารณา ซึ่งสรุปได้ดังนี้ จากสถานการณ์การระบาดทั่วโลกของ COVID-19 ที่ยาวนาน ส่งผลให้หลายธุรกิจต้องปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงาน รวมถึงภาวะโลกร้อนที่ทวีความรุนแรง จึงมีประเด็นทางด้านสิทธิมนุษยชนที่เครือฯ ต้องเฝ้าจับตามอง เพราะมีแนวโน้มจะทำให้ผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนมีการเปลี่ยนแปลงในหลายส่วน ทั้งในเรื่องความสำคัญ ผู้ที่อาจจะได้รับผลกระทบ และระดับความรุนแรงของผลกระทบนั้น ๆ

เมทริกซ์ผลการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน



ประเด็นสำคัญด้านสิทธิมนุษยชนของเครือฯ


ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน	รายละเอียดความเสี่ยง	โอกาสในการเกิด	ระดับผลกระทบ	ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง
ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย	การปฏิบัติงานในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูง พนักงานขาดทักษะความรู้ และอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานอย่างปลอดภัย	●	●	พนักงาน คนงาน รวมทั้งผู้รับเหมาที่เข้าปฏิบัติงานภายในพื้นที่เครือฯ
การบังคับใช้แรงงานและแรงงานข้ามชาติ	การเข้าเมืองอย่างผิดกฎหมาย ทำให้ไม่สามารถได้รับการดูแลจากรัฐและบริการด้านสุขภาพต่าง ๆ อย่างทั่วถึง	●	○	แรงงานข้ามชาติในห่วงโซ่คุณค่า
แรงงานเด็ก	การใช้แรงงานเด็กในภาคเกษตรและภาคการประมง	●	○	เด็กในภาคเกษตรและการประมง
การเลือกปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม	การที่ไม่สามารถเข้าถึงบริการทางด้านสุขภาพ ได้อย่างเท่าเทียม	●	○	แรงงานข้ามชาติในห่วงโซ่คุณค่า
การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	การโดนโจมตีและขโมยข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลบริษัทจากอาชญากรคอมพิวเตอร์	○	○	ลูกค้า คู่ค้าธุรกิจ พนักงาน

● สูง ○ กลาง ● ต่ำ



เครือเจริญโภคภัณฑ์สร้างความตระหนักรู้ด้านสิทธิมนุษยชนให้แก่พนักงานทุกระดับและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายตลอดห่วงโซ่คุณค่าผ่านการอบรมรูปแบบต่าง ๆ และการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

 [การอบรมและการสื่อสารเรื่องสิทธิมนุษยชนในปี 2564](#)

มาตรการจัดการความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน	หน่วยธุรกิจที่มีการดำเนินงาน	แนวทางการดำเนินงานเพื่อบรรเทาความเสี่ยง	ผลลัพธ์ที่ได้
ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย	ทั่วทั้งเครือเจริญโภคภัณฑ์	นโยบายและคณะกรรมการด้าน SHE และการมีส่วนร่วมของพนักงานในด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย	การจัดการด้านสุขลักษณะของบุคคล รวมถึงพื้นที่ทำงานที่มีความปลอดภัย และเป็นหน่วยงานที่ไม่ทำให้เกิดโรคจากการทำงาน
การเลือกปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม	ทั่วทั้งเครือเจริญโภคภัณฑ์	นโยบายด้านความหลากหลาย และการอยู่ร่วมกัน นโยบายป้องกันการเลือกปฏิบัติ การล่วงละเมิด และการคุกคาม	มีมาตรการการกำกับดูแลที่เข้มข้นและเป็นรูปธรรม
แรงงานเด็ก	ทั่วทั้งเครือเจริญโภคภัณฑ์	จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า	ผลการประเมินความเสี่ยงในเรื่องแรงงานเด็กลดลง
การบังคับใช้แรงงานและแรงงานข้ามชาติ	ทั่วทั้งเครือเจริญโภคภัณฑ์	การทบทวนนโยบายเรื่องการจ้างงานแรงงานข้ามชาติ	ลดความเสี่ยงจากการที่แรงงานจะโดนบังคับเข้ามาทำงานจากบริษัทจัดหางานที่ไม่ได้มาตรฐานของเครือฯ
การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	ทั่วทั้งเครือเจริญโภคภัณฑ์	นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องความปลอดภัยและการป้องกันการคุกคามในระบบไซเบอร์ นโยบายและแนวปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	ระบบการรักษาความปลอดภัยและความตระหนักในความเสี่ยงของการถูกขโมยข้อมูลจากธุรกรรมผ่านระบบออนไลน์

ก้าวต่อไปของเรา

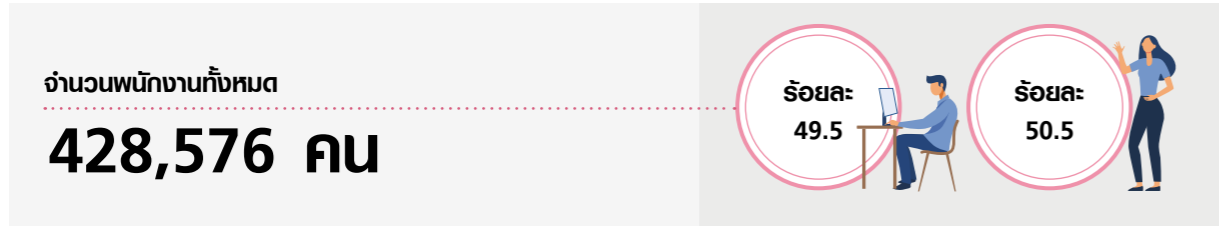
เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความตั้งใจที่จะจัดประเด็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า ดังนั้นการดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมายความยั่งยืนเครือฯ สู่ปี 2573 ด้านสิทธิมนุษยชนมีดังนี้

- 01** 100% ของกิจกรรมภายใต้เครือฯ และคู่ค้า จะต้องได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างสม่ำเสมอ
- 02** ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนกับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่า
- 03** พัฒนากลไกการเยียวยาให้กับกลุ่มผู้ได้รับผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างเหมาะสม และเพียงพอ

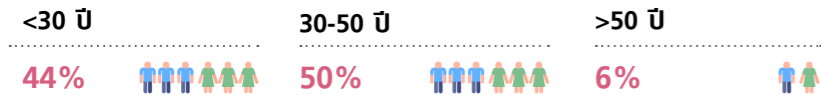
การปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเท่าเทียม

ข้อมูลการดำเนินงานที่สำคัญ

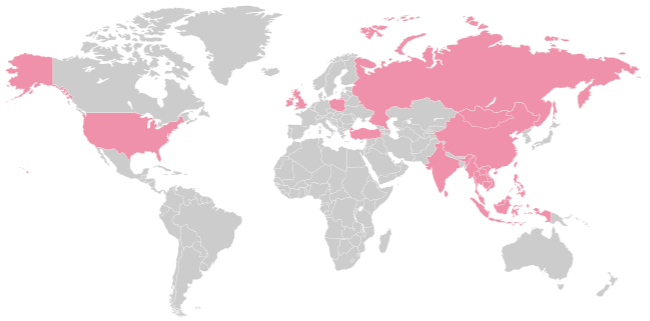
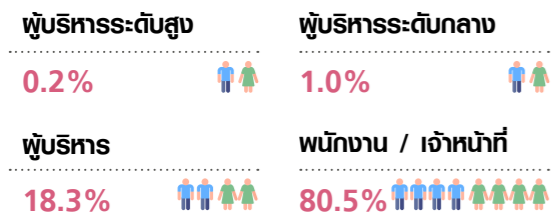
ข้อมูลความหลากหลายของพนักงาน



แยกตามช่วงอายุ



แยกตามระดับพนักงาน



แยกตามภูมิภาค

	ประเทศไทย	เอเชียตะวันออก	เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	เอเชียใต้ และเอเชียตะวันตก	ยุโรป และอเมริกา
รวม	268,977 คน	95,118 คน	51,974 คน	5,460 คน	7,047 คน
ชาย	42%	62%	62%	89%	60%
หญิง	58%	38%	38%	11%	40%

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
GRI & SASB Content Index Report 2021

การสร้างวัฒนธรรมแห่งความเท่าเทียม

ตลอดหนึ่งศตวรรษที่ผ่านมา เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้นปลูกฝังให้พนักงานทุกระดับตั้งมั่นอยู่บนค่านิยมองค์กร 6 ประการที่ถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อสร้างสรรค์ประโยชน์อันสูงสุดให้แก่ประเทศชาติ ส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่ประชาชน และสนับสนุนการเติบโตอย่างก้าวกระโดดและยั่งยืนให้แก่องค์กร นอกจากการปลูกฝังค่านิยมองค์กรฯ แล้ว เครือฯ ยังบูรณาการประเด็นที่เกี่ยวข้องใหม่ ๆ เข้ามาเป็นแนวทางการดำเนินงาน อาทิ ในปี 2564 เครือฯ ได้ปรับปรุงและเผยแพร่นโยบายด้านความหลากหลายและการอยู่ร่วมกัน และนโยบายป้องกันการเลือกปฏิบัติ การล่วงละเมิด และการคุกคาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม ช่วยเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงาน พร้อมทั้งพัฒนาทักษะของตนเองเพื่อเติบโตไปพร้อมกับเครือเจริญโภคภัณฑ์อย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้ตระหนักถึงบริบทของสากลที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของพนักงาน รวมถึงครอบครัวพนักงาน ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงมีแผนการที่จะปรับปรุงแนวทางการดูแลพนักงานของเราให้สอดคล้อง และเหมาะสมต่อบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อสร้างความสุขและความสบายใจให้แก่พนักงาน และครอบครัวพนักงานอย่างยั่งยืน

นอกเหนือจากการสร้างความเท่าเทียม และสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสมให้แก่พนักงานของเครือเจริญโภคภัณฑ์แล้ว เครือฯ ยังได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีให้แก่ผู้รับเหมาและแรงงานต่างด้าว หรือแรงงานข้ามชาติของเรา เครือฯ จึงได้ดำเนินการปรับปรุงนโยบายและแนวทางปฏิบัติในการจ้างแรงงานข้ามชาติให้มีความสอดคล้องกับมาตรฐานต่าง ๆ ของเครือฯ



ก้าวต่อไปของเรา

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความมุ่งมั่นที่จะสร้างโอกาสความก้าวหน้าในการทำงานที่เท่าเทียมให้แก่พนักงานทุกคน และสร้างบรรยากาศการมีส่วนร่วมและความหลากหลาย จึงได้กำหนดเป้าหมายความยั่งยืนเครือฯ สู่ปี 2573 ด้านการปฏิบัติด้านแรงงานไว้ดังต่อไปนี้

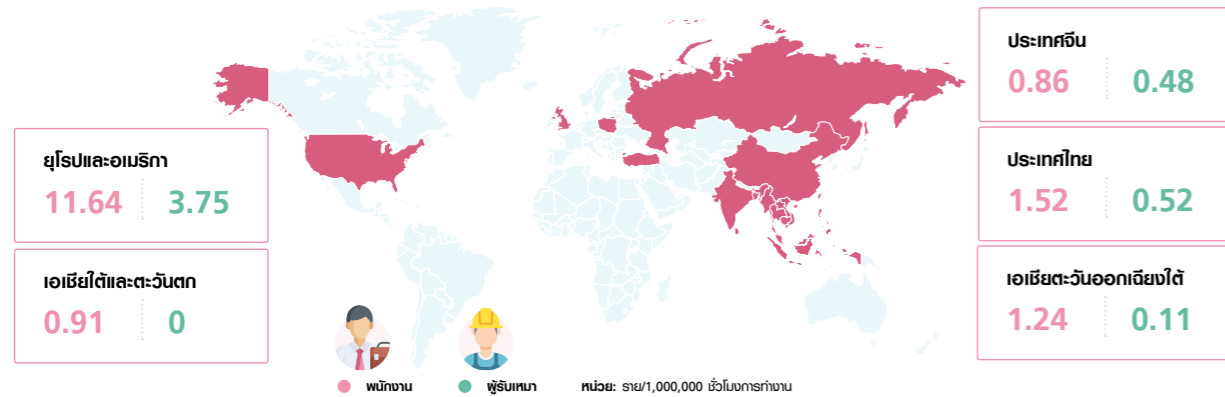
- อัตราส่วนที่ใกล้เคียงกันระหว่างพนักงานชายและหญิง
- จำนวนข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการเลือกปฏิบัติ การล่วงละเมิดและการคุกคามเป็นศูนย์
- การเพิ่มตำแหน่งงานที่เหมาะสมแก่กลุ่มเปราะบาง

การสร้างความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ในสถานที่ทำงาน

ข้อมูลการดำเนินงานที่สำคัญ

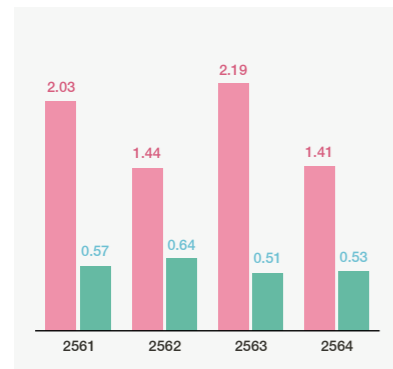
ข้อมูลด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานของพนักงานและผู้รับเหมา ปี 2564



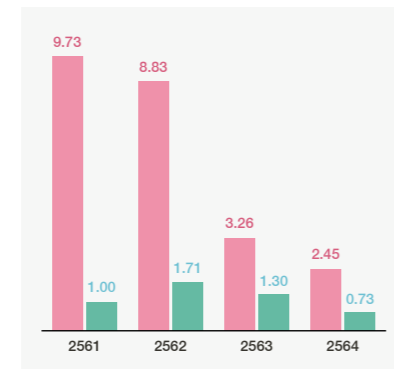
อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานของพนักงาน และผู้รับเหมา

หน่วย: ราย/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน



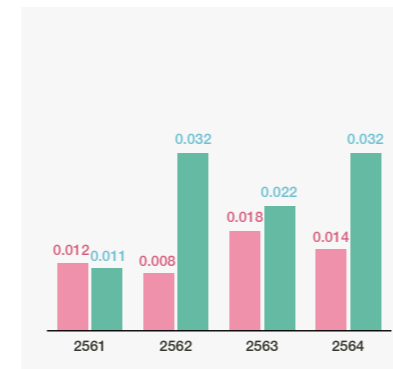
อัตราการบาดเจ็บทุกประเภท

หน่วย: ราย/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน



อัตราสูญเสียชีวิตจากการทำงาน

หน่วย: ราย/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน



● พนักงาน ● ผู้รับเหมา

การบริหารจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยถือเป็นหนึ่งประเด็นที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ การบริหารจัดการความปลอดภัยที่ไม่เหมาะสมอาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตต้องหยุดชะงัก และสามารถส่งผลกระทบต่อผู้เกี่ยวข้องทั้งการดำเนินงานและกิจกรรมของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าอีกด้วย ดังนั้น เครือฯ จึงให้ความสำคัญต่อการจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัยของพนักงาน ผู้รับเหมา และผู้มีส่วนได้เสียอย่างเคร่งครัด เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย พร้อมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน

ดังนั้น เพื่อให้มีการบริหารจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัยที่เป็นระบบ และสอดคล้องทั่วทั้งองค์กร รวมไปถึงคู่ค้าธุรกิจและผู้รับเหมา เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ทำการสื่อสารนโยบายและระบบการจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้รับทราบ พร้อมทั้งจัดให้มีการอบรม เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงลึกและพร้อมนำไปปฏิบัติได้อย่างเคร่งครัดและถูกต้อง นอกจากนี้ เครือฯ มีแผนที่จะจัดทำแนวปฏิบัติทางเทคนิคเพิ่มเติม เพื่อสนับสนุนให้เกิดการดำเนินงานที่เป็นระบบ และเป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งองค์กร ได้แก่



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

การสร้างความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในสถานที่ทำงาน

กลยุทธ์การลดการเกิดอุบัติเหตุ

ความร่วมมือเพื่อบ่มงูสู่การเป็นองค์กรที่ปราศจากอุบัติเหตุ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ตั้งเป้าหมายในการมุ่งสู่การเป็นองค์กรที่ปราศจากอุบัติเหตุ และการเสียชีวิตทั้งในส่วนของพนักงาน ผู้รับเหมา และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้บริหารจากเครือฯ และทุกบริษัทภายใต้เครือฯ ให้การสนับสนุนความมุ่งมั่นดังกล่าว ผ่านการกำหนดกลยุทธ์ แผนงานและตัวชี้วัดระดับเครือฯ ระดับหน่วยธุรกิจ และระดับพนักงาน พร้อมทั้งมีการมอบหมายทรัพยากรบุคคลเพื่อขับเคลื่อนสู่เป้าหมายอย่างเต็มกำลัง โดยกลยุทธ์การลดการเกิดอุบัติเหตุของเครือฯ มีดังนี้



Case Study 1

แนวทางการลดการเกิดอุบัติเหตุภายในองค์กร

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ประยุกต์ใช้ระบบบริหารจัดการตามมาตรฐานสากลต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมระบบมาตรฐานจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของเครือฯ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น ISO 45001 เป็นต้น ซึ่งระบบและมาตรฐานเหล่านี้ได้ถูกนำมาบูรณาการเข้าไปในทุกการดำเนินงานของเครือฯ รวมถึงบริษัทอื่น ๆ ที่อยู่ภายใต้เครือฯ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าเครือฯ มีระบบการบริหารจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยที่ทั้งเครือฯ และสามารถบรรลุเป้าหมายความยั่งยืนได้เต็มประสิทธิภาพ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดกลยุทธ์ และเป้าหมายด้านการบริหารจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ไว้ดังนี้

- ผู้บริหารระดับสูงมุ่งมั่นการสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยและส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วม เพื่อจัดการความเสี่ยงและอุบัติเหตุให้เป็นศูนย์ทั่วทั้งองค์กร
- ยกระดับ มาตรฐานการจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน Safety, Occupational Health and Environment Management Standards เพื่อขยายประสิทธิภาพการบริหารและดำเนินการครอบคลุมทั้งในและต่างประเทศ
- จัดตั้งเป้าหมายและตัวชี้วัดด้านความปลอดภัย เพื่อให้ทุกบริษัทบรรลุเป้าหมาย Zero Fatality และ Zero Loss Time Injury

เครือเจริญโภคภัณฑ์ ส่งเสริมบริษัทภายใต้เครือฯ ที่มีการบริหารจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย อย่างต่อเนื่อง โดยจัดมอบรางวัลคุณค่า Zero Accident Certificate ซึ่งบริษัทที่ได้รับรางวัล เป็นบริษัทที่มีการได้รับรางวัลสถานประกอบการด้านความปลอดภัย ระดับประเทศต่อเนื่องมากกว่า 10 ปี

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

การสร้างความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในสถานที่ทำงาน



จำนวนบริษัทที่ได้รับ
Zero Accident Certificate
5 บริษัท

การบริหารจัดการความปลอดภัยยานยนต์

ข้อมูลการดำเนินงานที่สำคัญ

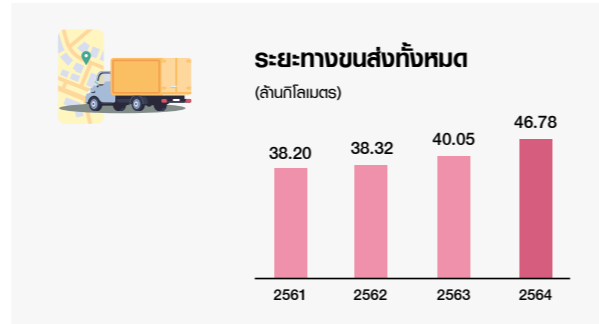
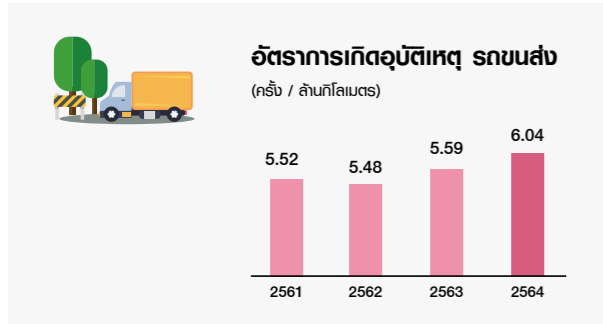
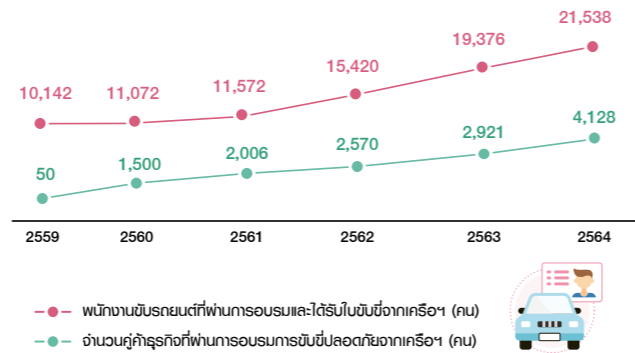
ข้อมูลด้านความปลอดภัยยานยนต์




100%
รถขนส่งของบริษัททุกคันติดตั้งระบบ GPS และกล้องติดรถยนต์ โดยผ่านการติดตามจากศูนย์ควบคุมส่วนกลาง



0 ราย
ไม่มีการเสียชีวิตของพนักงานขับรถขนส่งของเครือฯ ตั้งแต่ปี 2559



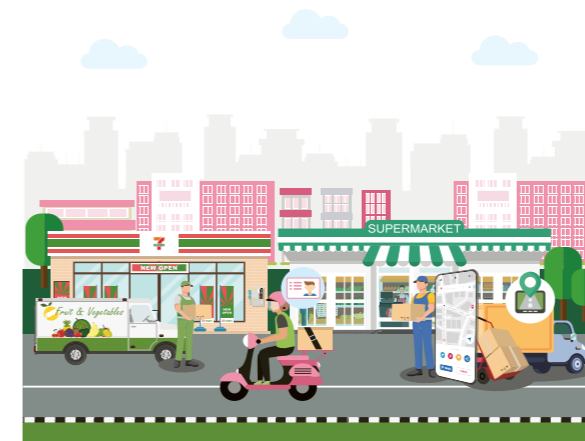
เครือเจริญโภคภัณฑ์ยกระดับมาตรฐานการใช้ยานพาหนะ เพื่อลดอุบัติเหตุที่ส่งผลให้เกิดการเสียชีวิตและการบาดเจ็บอย่างรุนแรงบนท้องถนนของพนักงานและผู้รับเหมา โดยได้นำ Digital Platform เข้ามาใช้ในการบริหารจัดการความพร้อมของผู้ขับขี่วิเคราะห์ระยะเวลา และเส้นทางขนส่ง

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
 การสร้างความปลอดภัยยานยนต์

การยกระดับการดำเนินงานด้านความปลอดภัยยานยนต์

การขนส่งและโลจิสติกส์ถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่มีความสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นการขนส่งวัตถุดิบจากต้นทางหรือแหล่งผลิตไปยังกระบวนการผลิต การขนส่งสินค้าไปยังสถานที่จัดเก็บ รวมถึงร้านค้าปลีกและค้าส่ง ซึ่งล้วนแล้วแต่จำเป็นต้องรักษาไว้ซึ่งความสด ความสะอาด ความครบถ้วน และที่สำคัญต้องมีความปลอดภัยในการขนส่ง ด้วยเหตุนี้เครือฯ จึงได้ร่วมมือกับกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ และผู้รับเหมาในการพัฒนาระบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ และปลอดภัยต่อสินค้า ผู้ขับรถและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

แม้ว่าเครือเจริญโภคภัณฑ์ จะมีมาตรฐานและแนวทางเพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ และได้รับการประเมินอยู่เป็นประจำอยู่แล้วก็ตาม แต่ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา อุบัติเหตุจากการขนส่งยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากการขับรถในระยะที่ใกล้ท้ายคันหน้า และชนสิ่งของในพื้นที่ปฏิบัติงาน ดังนั้นเพื่อเป็นการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์เชิงรุก เครือฯ จึงได้เฝ้าระวังติดตามพฤติกรรมรถขับผ่านระบบ GPS และกล้องติดรถยนต์โดยผ่านศูนย์ควบคุมส่วนกลาง และกิจกรรมความปลอดภัยจากหัวหน้างานโดยตรงอีกด้วยเรียกว่า Train the Trainer



ก้าวต่อไปของเรา

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีแผนการเสริมสร้างความแข็งแกร่งด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยในสถานที่ทำงาน และกระบวนการผลิต โดยกำหนดแผนการดำเนินงานไว้ดังต่อไปนี้

- 01** การอบรมหัวข้อความปลอดภัยให้แก่พนักงานทุกระดับ ผู้รับเหมา คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัย
- 02** การจัดกลุ่มการบริหารความปลอดภัยโดยพิจารณาจากระดับความสำคัญ และผลกระทบ
- 03** สนับสนุนการสร้างวินัยในการปฏิบัติงาน

การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ

Education and Inequality Reduction

โอกาสและความท้าทาย

ในปัจจุบัน ความเหลื่อมล้ำทางการศึกษายังคงเป็นประเด็นใหญ่ของโลก เนื่องจากเป็นหนึ่งในประเด็นหลักที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาที่ยังคงเป็นประเด็นใหญ่ของโลก เนื่องจากเป็นหนึ่งในประเด็นหลักที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาที่ยังคงเป็นประเด็นใหญ่ของโลก

ในปัจจุบัน ความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา ยังคงเป็นประเด็นใหญ่ของโลก เนื่องจากเป็นหนึ่งในประเด็นหลักที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาที่ยังคงเป็นประเด็นใหญ่ของโลก

ในปัจจุบัน ความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา ยังคงเป็นประเด็นใหญ่ของโลก เนื่องจากเป็นหนึ่งในประเด็นหลักที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาที่ยังคงเป็นประเด็นใหญ่ของโลก

กระบวนการสร้างคุณค่า

▶ ประเด็นนำเข้า



Intellectual Capital



Human Capital



Relationship Capital

ธุรกิจและกิจกรรมของเครือฯ

การวิเคราะห์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและภูมิปัญญาที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญตลอดห่วงโซ่คุณค่า



ผลลัพธ์และประโยชน์

ความคืบหน้าสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573



ประชาชนทุกเพศทุกวัยได้รับการสนับสนุนโอกาสในการเข้าถึง การศึกษาที่มีคุณภาพ ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต หรือการ เสริมทักษะ

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564

- เปิดตัว CP University แหล่งการเรียนรู้เพื่ออนาคตบนแพลตฟอร์มออนไลน์
- จัดทำนโยบายด้านความหลากหลายและการอยู่ร่วมกัน

มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี



ในการสนับสนุนและต่อยอดภายใต้มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี ที่มีพันธมิตรกว่า 44 ราย บริษัทในเครือฯ จัดทำโครงการรวมทั้งสนับสนุนงบประมาณด้านต่าง ๆ ที่หลากหลายเป็นจำนวนเงิน 2,961 ล้านบาท สำหรับ 1,742 โรงเรียน

โครงการ: ICT Talent

วัตถุประสงค์:

สนับสนุนให้มี ICT Talent ประจำทุกโรงเรียน เพื่อให้โรงเรียนและชุมชนมีทักษะด้านดิจิทัลและประยุกต์ใช้ประโยชน์ในการดำรงชีวิต

ผลการดำเนินงาน:

- ต่อยอดสู่ ICT Talent ภาครัฐ : คัดเลือกข้าราชการครูกว่า 500 คนเข้าร่วมอบรมหลักสูตร ICT Talent ภาครัฐ ตั้งแต่ปี 2561-ปัจจุบัน
- หลักสูตร ICT Talent ภาครัฐ ได้รับการรับรองโดย ศูนย์บริหารงานการพัฒนาศักยภาพบุคคลเพื่อความเป็นเลิศ (ศบค.)
- เจ้าหน้าที่ ICT Talent 700 คน ดูแลกว่า 2,000 โรงเรียน



ผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์หลักในการขับเคลื่อนและยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษา ปี 2564

มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี พัฒนาและดำเนินการอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 ด้วยวิสัยทัศน์ในการลดความเหลื่อมล้ำ พัฒนาคุณภาพคน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยมีพันธกิจเพื่อส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนไทยพัฒนาศักยภาพของตนสู่การเป็นเด็กดีและเก่ง ในปี 2564 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ร่วมขับเคลื่อนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องตาม 5 ยุทธศาสตร์ที่ได้กำหนดไว้เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาการศึกษาไทยให้บรรลุเป้าหมาย โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญดังต่อไปนี้

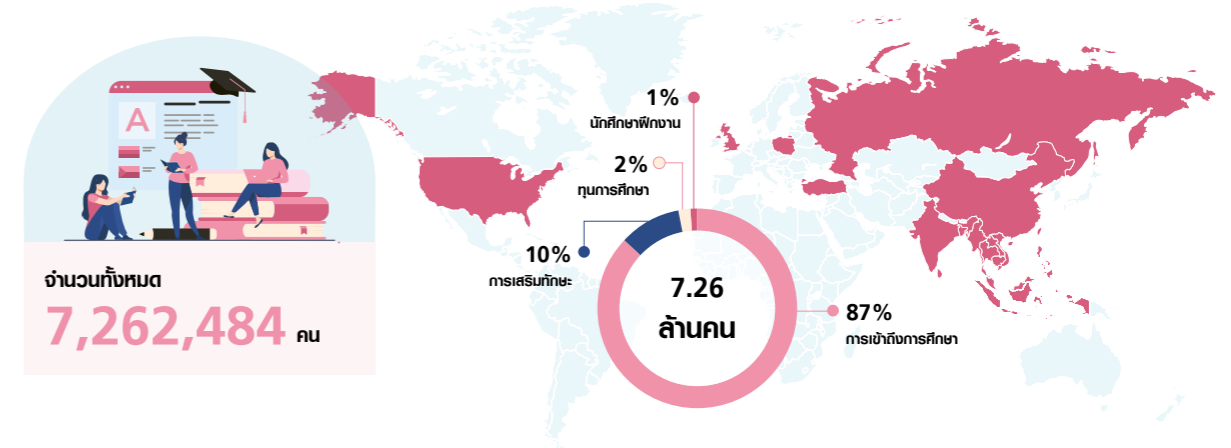
- TRANSPARENCY**
 - แสดงข้อมูลรายละเอียดโรงเรียนคอนเน็กซ์อีดี 5,567 โรงเรียนผ่านเว็บไซต์ Connected.org
- MARKET MECHANISMS**
 - พนักงานจิตอาสา (School Partner) 532 คน
 - เจ้าหน้าที่ด้านเทคโนโลยี 200 คนขยายผลสู่ ICT Talent ภาครัฐอีก 500 คน
- HIGH-QUALITY PRINCIPALS & TEACHERS**
 - อบรมผู้บริหารโรงเรียนและคุณครู 20,000 คน
- CHILD CENTRIC & CURRICULUM**
 - จัดตั้ง Learning Center 13 โรงเรียน นำร่อง
 - พัฒนาค้นคว้าความรู้ออนไลน์ครอบคลุมทุกระดับชั้นและกลุ่มสาระการเรียนรู้
- DIGITAL INFRASTRUCTURES**
 - 1,294 โรงเรียน ติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
 - 39,839 ห้องเรียน ติดตั้งอุปกรณ์และสื่อไอที
 - 5,000 เครื่องเน็ตบุ๊กคอมพิวเตอร์นำร่องครอบคลุม 17 จังหวัด

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ](#)

การส่งเสริมการศึกษาของเครือเจริญโภคภัณฑ์

จำนวนคนทั่วโลกที่ได้รับโอกาสเข้าถึงการศึกษาผ่านการสนับสนุนของเครือฯ



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

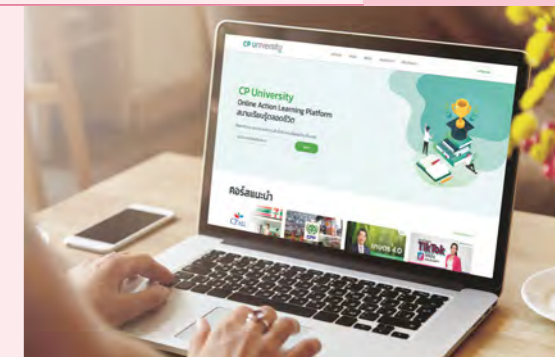
[การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ](#)

Case Study 2

CP University

เครือเจริญโภคภัณฑ์เปิดแหล่งการเรียนรู้เพื่ออนาคต CP University ในรูปแบบแพลตฟอร์มออนไลน์ มุ่งเน้นการแบ่งปันความรู้สู่ภาคสังคม ภาคการศึกษาและภาคธุรกิจผ่านผู้เชี่ยวชาญจากในเครือฯ ผู้มีประสบการณ์ รวมถึงนักวิชาการที่มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเปิดโอกาสเข้าถึงแหล่งความรู้อย่างเท่าเทียมลดขีดจำกัดการเรียนรู้ โดยผู้เรียนสามารถเรียนรู้สิ่งที่สนใจได้ทุกที่ทุกเวลา

- ✓ 10 กลุ่มหลักสูตร อาทิ หลักสูตรพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่
- ✓ 34 วิชา อาทิ วิชาทรัพย์สินทางปัญญาเบื้องต้น
- ✓ 21 งานสัมมนา อาทิ หัวข้อ Branding 5.0



CP university

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ](#)

การสนับสนุนทุนการศึกษา



จำนวนทุนการศึกษา
103,480 ทุน



มูลค่าทุนการศึกษารวม
5,065 ล้านบาท

หมายเหตุ: ข้อมูลการสนับสนุนทุนการศึกษาสะสม
ปี 2559 - 2564

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งผลักดันคนดีและคนเก่งของสังคมให้สามารถพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง จึงได้จัดมอบทุนการศึกษาเพื่อสนับสนุนนักเรียน นักศึกษาที่มีพฤติกรรมดี ผลการเรียนโดดเด่นแต่ขาดทุนทรัพย์ ซึ่งทุนการศึกษานี้ได้เปิดโอกาสให้เยาวชนทุกคนได้เข้าสมัครอย่างเท่าเทียมโดยไม่มีข้อผูกมัด นอกจากนี้ เครือฯ ได้จัดทุนการศึกษาสำหรับพนักงานที่มีผลการทำงานดี รวมถึงบุตรของพนักงานที่มีผลการเรียนดี เพื่อต่อยอดการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ อาทิ การให้ทุนการศึกษา และการก่อตั้งวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ สะท้อนการสนับสนุนและเสริมสร้างคุณภาพเพิ่มขีดความสามารถในการเติบโตพร้อมไปกับเครือฯ อย่างยั่งยืน



“ทุนการศึกษาจาก CP” คือ “ต้นทุนชีวิต” ที่เพิ่มขึ้น
ทุนชีวิตในที่นี้ คือ “โอกาสและประสบการณ์” ซึ่งทำให้
ผมกล้าคิดก้าวไกลไปกว่าเดิมและเกิดการพัฒนาตนเอง
อยู่เสมอ ความสำเร็จและจุดเปลี่ยนแปลงทุกช่วงในชีวิต
ทุน CP คือส่วนสำคัญที่ผลักดันให้ผมก้าวเดินอย่าง
มั่นคง

อรรถพล ปวีตันรัตน์ภูมิ
อดีตนักศึกษาทุนเครือเจริญโภคภัณฑ์

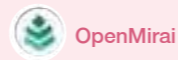
“ทุน CP เป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาเพื่อพัฒนาให้ผม
ก้าวเข้าสู่ความสำเร็จในชีวิต

สันติคม ศรีเจริญ
อดีตนักศึกษาทุนเครือเจริญโภคภัณฑ์



Case Study 3

แพลตฟอร์มการเรียนรู้อัจฉริยะคัดค้น โดยกลุ่มเยาวชน



สาธิต พีโอเอ็ม แพลตฟอร์มสตาร์ทอัพรุ่นใหม่ กลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 คิดค้นแพลตฟอร์มเพื่อการศึกษา OpenMirai ที่มีความโดดเด่นด้าน Career Based Learning โมเดลการเรียนรู้ด้วยการลงมือทำจริง โดยแพลตฟอร์มจะมีการเลือกสายงานด้วยเทคโนโลยี AI เพื่อวิเคราะห์ว่าผู้ใช้งานเหมาะกับสายงานไหน และจัดระบบเลือกวิชาต่าง ๆ ที่เหมาะสม มุ่งเน้นไปที่สายอาชีพ ไม่ใช่การเรียนแค่เนื้อหาในหนังสือเท่านั้น แต่เป็นการเพิ่มประสบการณ์ให้ผู้เรียนมั่นใจมากขึ้น ช่วยแก้ปัญหากลุ่มวัยรุ่นและผู้คนที่มีความไม่แน่ใจในคณะที่จะเลือกเรียนต่อระดับมหาวิทยาลัยหรือสายงานที่สนใจ ซึ่งแพลตฟอร์มนี้ได้รับรางวัลชนะเลิศอันดับที่ 1 ในโครงการ Pitch@School Competition 2021 จัดโดยความร่วมมือกับ Global Entrepreneurship Network (GEN) มุ่งเน้นการปลูกฝังเป็นผู้ริเริ่มสร้างสรรค์นวัตกรรมและผู้ประกอบการรุ่นใหม่

ร่วมขจัดปัญหาความเหลื่อมล้ำกับสภาธุรกิจโลก เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน



เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้รับเชิญเป็นผู้แทนภาคธุรกิจไทยเพียงองค์กรเดียว เข้าร่วมคณะกรรมการเพื่อจัดการปัญหาความไม่เท่าเทียมและลดความเหลื่อมล้ำกับพันธมิตรระดับโลก สภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (WBCSD) โดยมีเป้าหมายเพื่อหารือ วางแผนแนวทางร่วมกันในการสร้างความตระหนักรู้ในภาคธุรกิจในการจัดการปัญหาความไม่เท่าเทียม ลดความเหลื่อมล้ำอย่างเป็นรูปธรรมและสร้างความร่วมมือในการระบุปัญหาและแก้ไขปัญหาด้วยกัน นอกจากนี้เป็นการสร้างโอกาสในการใช้พื้นที่แลกเปลี่ยนความคิดเห็นของประเด็นความไม่เท่าเทียมให้เป็นวาระระดับสากลโดยเครือฯ ตั้งใจที่จะสร้างประโยชน์ให้แก่ประเทศและชุมชนที่เราดำเนินธุรกิจ โดยจะยังคงมุ่งมั่นที่จะทำงานร่วมกับเกษตรกรรายย่อย SMEs และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน เพื่อเพิ่มทักษะและยกระดับความเป็นอยู่ของทุกคน สู่การเติบโตที่ยั่งยืน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
[การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ](#)

Case Study 4



ร่วมกับพันธมิตรเติมเต็ม ความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา

เครือเจริญโภคภัณฑ์และกลุ่มบริษัททรูร่วมเสวนาออนไลน์ EEF FORUM: สสำรวจสถานการณ์ความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาในวิกฤติ COVID-19 การศึกษาไทยเดินทางอย่างไร ไม่ให้เด็กหลุดจากระบบการเรียนรู้ จัดโดยกองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา (กสศ.) ซึ่งมีพันธมิตร นักวิชาการ ที่ปรึกษา และผู้ประกอบการเอกชนเข้าร่วมการเสวนานี้เพื่อร่วมกันเปิดโอกาสการเข้าถึงองค์ความรู้ให้แก่เยาวชนไทยและเด็กยากจน เครือฯ มุ่งเน้นการลดช่องว่างความเชื่อมโยง (Connectivity) โดยสนับสนุนและเอื้ออำนวยเทคโนโลยีสื่อสารให้แก่นักเรียนที่ขาดแคลนสามารถปรับตัวสู่การศึกษาออนไลน์ปัจจุบันได้

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
[การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ](#)

ก้าวต่อไปของเรา

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นที่จะยกระดับคุณภาพการศึกษา การเข้าถึงการศึกษา และการลดความเหลื่อมล้ำในสังคม และเพื่อการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย สู่ปี 2573 เครือฯ จึงมีแผนการดำเนินงานดังนี้

- 01** พัฒนาการรู้และกิจการการเรียนรู้ใหม่เพิ่มเติมผ่าน CP University
- 02** จัดหาอุปกรณ์เทคโนโลยี/สื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงบูรณาการ เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตปัจจุบัน
- 03** ผลักดันการลดความเหลื่อมล้ำของโลกผ่านคณะกรรมการระหว่างประเทศของ WBCSD

ได้รับรางวัลชนะเลิศ อันดับ 1



การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล

Leadership and Human Capital Development

โอกาสและความท้าทาย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยึดมั่นในความสำคัญของการพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคลในการดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน เครือฯ ได้วางแผนเส้นทางความก้าวหน้าตามสายอาชีพของพนักงานควบคู่กับการจัดทำโครงการพัฒนาศักยภาพ โดยยึดมั่นว่าบุคลากรคือรากฐานในการขับเคลื่อนองค์กร จึงได้เปิดโอกาสให้พนักงานทุกภาคส่วนได้รับโอกาสการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ส่งเสริมวัฒนธรรมการเรียนรู้ สร้างประสบการณ์และเสริมสร้างความเป็นผู้นำคุณภาพ สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคลของเครือฯ ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนา 'ผู้นำรุ่นใหม่' และเตรียมความพร้อมของพนักงานกว่า 420,000 คน ให้มีความสามารถในการบริหารงานยุคดิจิทัลที่มีความเปลี่ยนแปลงของตลาดอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ ด้วยความหลากหลายของธุรกิจและการขยายฐานธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เครือฯ จึงพัฒนาสถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาบุคลากรทุกสายธุรกิจ รวมถึงการนำประโยชน์ของเทคโนโลยีมาใช้เป็นสื่อกลางในการสื่อสาร เชื่อมต่อกับพนักงานทุกพื้นที่ทั่วโลกผ่านระบบ E-learning ที่ได้รวบรวมหลักสูตรการเรียนรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นประโยชน์และเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนี้ เครือฯ สนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์และพัฒนาสิ่งใหม่ในองค์กรอยู่เสมอ เพื่อนำไปสู่การสร้างพื้นฐานนวัตกรรมในองค์กร

กระบวนการสร้างคุณค่า

➤ ประเด็นนำเข้า



Intellectual Capital



Human Capital



Relationship Capital

➤ ธุรกิจและกิจกรรมของเครือฯ

การวิเคราะห์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและภูมิคุ้มกันที่เสี่ยงที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญตลอดห่วงโซ่มูลค่า

กลุ่มภูมิคุ้มกันที่เสี่ยงที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



4.4 เพิ่มจำนวนประชาชนที่มีทักษะที่จำเป็นด้านการเงิน
4.7 การศึกษาสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืนและการเป็นพลเมืองของโลก



5.5 สร้างหลักประกันว่าผู้หญิงจะมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในการเป็นผู้นำและการตัดสินใจ



17.6 แบ่งปันความรู้และความร่วมมือสำหรับการเข้าถึงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม

➤ ผลลัพธ์และประโยชน์

ความคืบหน้าสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573



พนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรมและมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือโครงการด้านความยั่งยืน เป็นประจำทุกปี

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564

- พัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ผ่านหลักสูตรสถาบันผู้นำ
- พัฒนาหลักสูตร E-learning ด้านธรรมาภิบาลและความยั่งยืน
- พัฒนาการทำงานรูปแบบดิจิทัล



การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล

ยุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรบุคคลของเครือเจริญโภคภัณฑ์

ด้วยวิสัยทัศน์ของธุรกิจเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่หลากหลายและจำนวนบุคลากรภายใต้การดำเนินงานของเครือฯ แผนการดำเนินงานด้านทรัพยากรบุคคลจึงเป็นแก่นในการพัฒนาบุคลากรที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เครือฯ มุ่งเน้นในการพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้มีความแข็งแกร่ง และสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว รวมทั้งเพิ่มพูนทักษะเฉพาะที่จำเป็นแก่พนักงาน เพื่อป้องกันการเกิดผลกระทบจากเทคโนโลยีที่อาจเข้ามาแทนที่แรงงานมนุษย์ได้ ด้วยเหตุนี้ เครือฯ ได้ดำเนินการทบทวนกลยุทธ์ฉบับก่อนหน้า แก้ไขและพัฒนาแผนการดำเนินงานใหม่ให้มีความสอดคล้องกับบริบทปัจจุบันมากยิ่งขึ้น จึงได้มาซึ่งแผนการดำเนินงานใหม่ 'ยุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรบุคคลของเครือฯ' ที่นำมาเป็นหลักการการบริหารตั้งแต่ปี 2564 โดยประกอบด้วย 4 ด้านหลัก ดังนี้

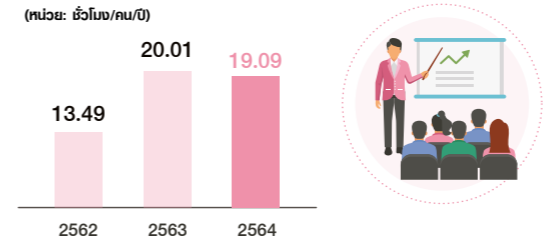
<p>01</p>  <p>การดึงดูดและสรรหา คนดีคนเก่งทั่วโลก</p>	<p>02</p>  <p>การสร้างผู้นำและ พัฒนาทักษะแห่งอนาคต</p>	<p>03</p>  <p>สร้างองค์กรยุค 4.0 ในรูปแบบสตาร์ทอัพ และโมดูลาร์</p>	<p>04</p>  <p>เสริมสร้างวัฒนธรรม การรักเครือฯ</p>
---	--	--	---



ผลการพัฒนาบุคลากรปี 2564

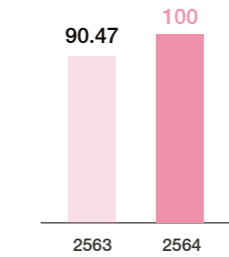
เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบ มีความรู้ ความสามารถ พร้อมทั้งเติบโตอย่างก้าวหน้าในสายอาชีพอย่างมั่นคงและยั่งยืนไปพร้อมกับองค์กร ซึ่งในปี 2564 มีการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น สอดคล้องกับวิธีการทำงานในปัจจุบัน พร้อมทั้งวัดประสิทธิผลการเรียนรู้และการดำเนินงานของพนักงานทุกระดับตามเป้าที่วางไว้ เพื่อระบุทักษะและความรู้ที่ต้องพัฒนา (Competency Gap) และเสริมสร้างจุดแข็งต่อไป

เฉลี่ยชั่วโมงการฝึกอบรม



การประเมินผลการดำเนินงาน

ร้อยละ **100**
ของพนักงานทั้งหมด



สัดส่วนของพนักงานที่มีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้และกิจกรรมด้านความยั่งยืน

พนักงานที่เรียนรู้ด้านความยั่งยืน
ร้อยละ **86.9**



พนักงานที่มีส่วนร่วมใน
กิจกรรมความยั่งยืน
ร้อยละ **15.8**

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

 [GRI & SASB Content Index Report 2021](#)

การดึงดูดและสรรหาคandidateคนเก่งทั่วโลก

122%

สัดส่วนการคัดเลือกผู้นำรุ่นใหม่
ในโครงการเก้าแก่น้อยทั้งหมดที่
เพิ่มขึ้น

40%

สัดส่วนการคัดเลือกผู้นำรุ่นใหม่
ในโครงการเก้าแก่น้อย
โดยการแนะนำของรุ่นก่อนหน้า

ในกระบวนการคัดเลือกบุคลากรของเครือเจริญโภคภัณฑ์ เครือฯ ได้ผนวกค่านิยมองค์กรในกระบวนการเป็นลำดับแรก ซึ่งเครือฯ ให้ความสำคัญกับการเฟ้นหาคนดีและคนเก่งเพื่อร่วมขับเคลื่อนการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ในปี 2564 เครือฯ ยังคงมุ่งมั่นเฟ้นหาบุคลากรรุ่นใหม่ที่มีทัศนคติความเป็นผู้นำที่รอบรู้ ก้าวคิดกล้าทำ มีวินัย ที่จะมาร่วมสร้างอนาคตของเครือฯ ผ่านโครงการ CP Future Leaders Development Program (FLP) หรือ “เก้าแก่น้อย” โดยได้ประชาสัมพันธ์ผ่านกลุ่มผู้นำที่ปฏิบัติงานอยู่แล้วกับเครือฯ ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์หรือการบอกต่อ ๆ กันในกลุ่มเพื่อน รุ่นพี่ รุ่นน้อง ถึงประสบการณ์ โอกาสและความท้าทายต่าง ๆ รวมถึงการร่วมมือของพันธมิตร อาทิ มหาวิทยาลัยชั้นนำ โครงการ และสมาคมต่าง ๆ ที่ได้แนะนำโครงการ ส่งผลให้มีสัดส่วนการคัดเลือกผู้นำรุ่นใหม่ในโครงการเก้าแก่น้อยทั้งหมดเพิ่มขึ้นร้อยละ 122 ซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพการดึงดูดและสรรหาคandidateคนเก่งเข้าร่วมโครงการพัฒนาผู้นำของสถาบันผู้นำเครือฯ อีกทั้ง มีการตั้งเป้าการอนุรักษ์บุคลากรใหม่ที่มีศักยภาพให้ทำงานอยู่กับองค์กรในระยะยาว เครือฯ เชื่อว่าการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์นี้สามารถเสริมสร้างทักษะคนรุ่นใหม่ให้รอบรู้ ก้าวคิดกล้าทำ พร้อมทั้งพัฒนาองค์กรให้เป็้องค์กรนายจ้างดีเด่นในระดับสากล



“ได้เรียนรู้การทำธุรกิจ จาก 5 กลุ่มธุรกิจ
ผ่านการลงมือทำจริง เปิดโอกาสให้คิด
นอกกรอบเพื่อสร้างสิ่งใหม่ ให้ธุรกิจเติบโต
อย่างยั่งยืน”

อรนุช ชัยภาคย์ FLP - PLP หัวหน้าประสาน



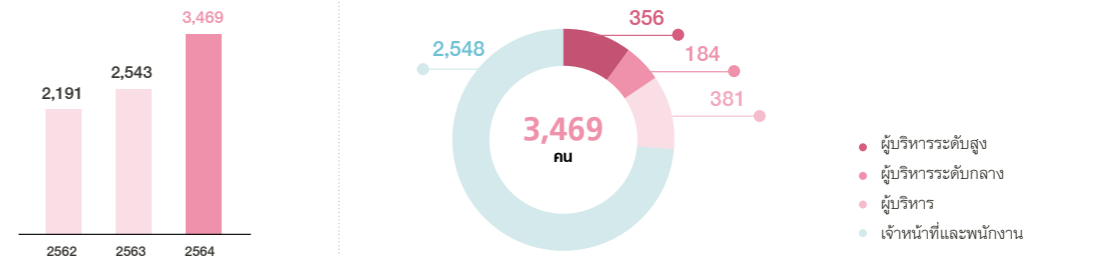
การสร้างผู้นำและพัฒนาทักษะแห่งอนาคตโดยสถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์

ด้วยความมุ่งมั่นที่จะปลูกฝังและพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อการเป็นผู้นำคุณภาพผ่านหลักสูตรพัฒนาผู้นำโดยสถาบันผู้นำ เครือฯ จึงเน้นการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง โดยในปีที่ผ่านมาแม้จะผ่านช่วงที่ยากลำบากในการปฏิบัติงานภายใต้การระบาดของโรค COVID-19 ทำให้ผู้ร่วมโครงการได้เรียนรู้ในการปรับตัว การแก้ปัญหา ตกลงฝึกเป็นเคล็ดกลยุทธ์ทางธุรกิจต่าง ๆ และยังสามารถส่งผ่านความรู้จากรุ่นสู่รุ่น ผ่านระบบ Knowledge Management เป็นการสร้างโอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เสริมทักษะการแก้ไขปัญหา ความเป็นผู้นำ และสมรรถนะใน

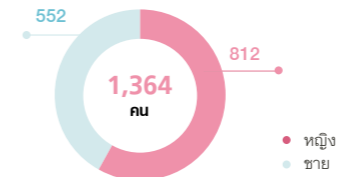
บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ โดยมีการแบ่งกลุ่มการอบรมตามความเหมาะสมกับพนักงานเป็น 4 ระดับ ประกอบด้วย

- โครงการสำหรับพนักงานรุ่นใหม่ (เก้าแก่น้อย)
- โครงการพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ เน้นการพัฒนาธุรกิจ (เก้าแก่เล็ก)
- โครงการพัฒนาผู้นำระดับปฏิบัติการ เน้นการปฏิรูประบบราชการ (เก้าแก่กลาง)
- โครงการเชิงกลยุทธ์ มุ่งเน้นการยกระดับและพัฒนาเครือฯ (เก้าแก่ใหญ่)

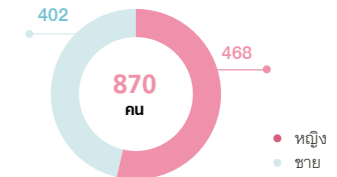
ผลการฝึกอบรมบุคลากรผ่าน Action Learning Program ของเครือฯ ปี 2564



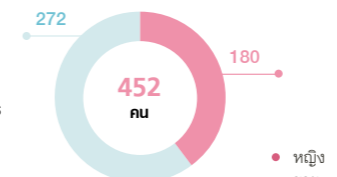
FLP
CP Future Leaders
Development Program
(เก้าแก่น้อย)
โครงการสำหรับพนักงานรุ่นใหม่



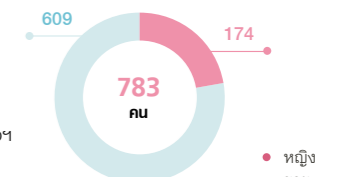
PLP
CP Potential Leaders
Development Program
(เก้าแก่เล็ก)
โครงการพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่
เน้นการพัฒนาธุรกิจ



LDP
CP Leaders
Development Program
(เก้าแก่กลาง)
โครงการพัฒนาผู้นำระดับปฏิบัติการ
เน้นการปฏิรูประบบราชการ



SLP
CP Senior Leaders
Development Program
(เก้าแก่ใหญ่)
โครงการเชิงกลยุทธ์
มุ่งเน้นการยกระดับและพัฒนาเครือฯ



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

📍 สถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์

Case Study 5

โลตัส เจ็จโจว นำทีมคนรุ่นใหม่วางกลยุทธ์ สร้างผลงานโดดเด่น

โลตัส สาขาเจ็จโจว ประเทศจีนได้รวมทีมคนรุ่นใหม่กว่า 105 คน คิดกลยุทธ์ B2B และ B2C ในการเพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งตลาด โดยมีการเปิดโอกาสให้ทีมได้ลงพื้นที่เพื่อสำรวจสินค้าที่ขาย ศึกษาข้อมูลประชากร ข้อมูลร้านค้าและร้านอาหารโดยรอบ เพื่อพัฒนาการขายที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวได้ตอบสนองความต้องการลูกค้าหลายด้าน เช่น การช่วยลดเวลาการจับจ่าย ลดต้นทุนการขนส่ง ลดการสต็อกสินค้า อีกทั้ง เพิ่มความสะดวกสบายในการจับจ่ายมากขึ้นจากการปรับโฉมร้าน ส่งผลให้ทีมโลตัสเจ็จโจว สร้างยอดขายทะลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จอย่างมาก



เพิ่มยอดขาย B2B ถึง 7 เท่า
มูลค่ากว่า
22.42 ล้านบาท
ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า



เพิ่มยอดขาย B2C ถึง 2 เท่า
มูลค่ากว่า
4.77 ล้านบาท
ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า

Case Study 6



ทีม LDP CP ALL เซเวน เติลิวอร์รี่ พัฒนากลยุทธ์ผนวกนวัตกรรม

จากสถานการณ์ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อยอดขาย 7-Eleven ทีมเจ้าแก่งกลาง (LDP) จึงผนึกกำลังลงพื้นที่เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและพฤติกรรมของผู้บริโภค ทดลองปฏิบัติจริง ส่งผลให้เกิด 3 กลยุทธ์หลัก ได้แก่

ด้วยกลยุทธ์นี้จึงสามารถเพิ่มยอดขายได้สำเร็จ สร้างความประทับใจให้ลูกค้า อีกทั้งพัฒนาความรู้และทักษะพนักงาน เป็นต้นแบบการดำเนินงานให้ 7-Eleven ทุกสาขาทั่วประเทศ



1. การขายผ่านช่องทางดีลิเวอรี่



2. การผนวกโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อแนะนำโปรโมชั่นและสินค้าเพิ่มเติม



3. การส่งเสริมโครงการ 7 Green Delivery รักษาสิ่งแวดล้อมด้วยไบโอดีกรีอิเล็กทรอนิกส์

เพิ่มยอดขาย
หน้าร้าน
30%
ต่อร้านต่อวัน

เพิ่มยอดขาย
ช่องทางเติลิวอร์รี่
53%
ต่อร้านต่อวัน

ลดการใช้
กระดาษถึง
695,000
ม้วน หรือ
เทียบเท่ากับ
ต้นไม้ 8,888 ต้น

สร้างองค์กรยุค 4.0 ในรูปแบบ สตาร์ทอัพและโมดูลาร์

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความตั้งใจในการสร้างการมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ให้กับบุคลากร โดยส่งเสริมให้การทำงานข้ามสายงานในบริษัทต่าง ๆ ภายในเครือฯ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ก่อให้เกิดทักษะหลากหลายและเป็นการพัฒนาบุคลากรรอบด้าน อีกทั้งกำหนดเป้าหมายการสร้างประโยชน์ทางธุรกิจจากการขับเคลื่อนองค์กรแห่งนวัตกรรมและโครงการแห่งนวัตกรรมที่สามารถวัดผลเชิงปริมาณได้ เพื่อเป็นการต่อยอดการเป็นองค์กรแบบยืดหยุ่นที่มีความคล่องตัวในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์โครงสร้าง กระบวนการ บุคคลและเทคโนโลยีอยู่เสมอ ถือเป็นรากฐานแห่งการพัฒนาเพื่อมุ่งหน้าสู่เป้าหมายในปี 2573 โดยในปี 2564 มีโครงการเชิงกลยุทธ์ในระดับกลุ่มธุรกิจและข้ามกลุ่มธุรกิจเพิ่มขึ้นร้อยละ 53 และมีพนักงานเข้าร่วมโครงการเพิ่มขึ้นร้อยละ 33

โครงการเชิงกลยุทธ์ในระดับ
กลุ่มธุรกิจและข้ามกลุ่มธุรกิจ
21,690 โครงการ

พนักงานระดับผู้จัดการแผนกขึ้นไป
เข้าร่วมโครงการ
24,967 คน

เสริมสร้างวัฒนธรรม การรักเครือข่าย

ในการขับเคลื่อนองค์กรอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักในการปลูกฝังค่านิยม 6 ประการ ได้แก่ สามประโยชน์ ทำเร็วและมีคุณภาพ ทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย ยอมรับการเปลี่ยนแปลง สร้างสรรค์สิ่งใหม่ คุณธรรมและความซื่อสัตย์ให้กับพนักงานทุกคน เน้นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่งให้พนักงานมีแรงบันดาลใจ ความรัก และความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงเน้นการใส่ใจและให้ความสำคัญต่อการดูแลพนักงานอย่างทั่วถึงในหลากหลายด้าน



ก้าวต่อไปของเรา

เพื่อการพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคลอย่างยั่งยืน เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดเป้าหมายการดำเนินงานสู่ยุทธศาสตร์ความยั่งยืนปี 2573 ไว้ดังต่อไปนี้

- 01** ส่งเสริมให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้โดยมีค่านิยมองค์กรเป็นพื้นฐาน
- 02** สร้างโอกาสการมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านความยั่งยืน ซึ่งครอบคลุมไปถึงความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานและสังคมชุมชน
- 03** ประเมินผลการปฏิบัติงานในรูปแบบที่เหมาะสมกับหน้าที่และความรับผิดชอบ
- 04** สร้างคนดีและคนเก่งผ่านโครงการพัฒนาผู้นำและการเปิดโอกาสการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล

Cybersecurity & Data Protection

โอกาสและความท้าทาย

ในปัจจุบัน ระบบดิจิทัล ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และระบบ Internet of Things (IoT) เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนกระบวนการผลิต การบริหารการขนส่งสินค้า การตรวจสอบจำนวนและจัดเก็บสินค้า รวมถึงการบริหารจัดการข้อมูลลูกค้าและพนักงาน ซึ่งล้วนแล้วแต่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นอย่างมาก เนื่องจากระบบเหล่านี้ส่งเสริมให้เครือฯ สามารถวางแผนการผลิตสินค้าได้อย่างเหมาะสมและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคได้ตามความคาดหวัง อีกทั้งเครือฯ ยังสามารถวิเคราะห์และลดการใช้พลังงานจากภาคการขนส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกเหนือจากการที่เครือฯ ได้รับผลประโยชน์จากการนำระบบดิจิทัล ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และระบบ IoT มาใช้แล้ว เครือฯ ยังได้ตระหนักถึงความเสี่ยงด้านภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่สามารถทำให้เกิดความเสียหายต่อการดำเนินงาน และความปลอดภัยของข้อมูล ซึ่งข้อมูลของลูกค้าทางธุรกิจ ลูกค้า และพนักงานของเครือฯ ถือเป็นข้อมูลที่สำคัญที่สุด นอกจากผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของเครือฯ โดยตรงแล้ว สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้ส่งผลให้การดำเนินการของพนักงานเปลี่ยนแปลงไป และต้องพึ่งพาการดำเนินงานในรูปแบบ Work from Home: WFH และการประมวลผลแบบคลาวด์ หรือ Cloud Computing มากขึ้น หากขาดการบริหารจัดการด้านความมั่นคงปลอดภัยของเทคโนโลยีอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ การทำงานแบบ New Normal นี้ อาจเพิ่มความเสี่ยงในการรั่วไหลของข้อมูลจากอุปกรณ์เทคโนโลยีของพนักงานและทางช่องโหว่ของคลาวด์ได้ง่ายมากขึ้น



กระบวนการสร้างคุณค่า

➤ **ประเด็นนำเข้า**

Human Capital

Intellectual Capital

➤ **ธุรกิจและกิจกรรมของเครือฯ**

การวิเคราะห์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและภูมิส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญตลอดห่วงโซ่คุณค่า

กลุ่มภูมิส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

- 4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็นรวมถึงทักษะทางเทคนิคและอาชีพ
- 16.10 สร้างหลักประกันว่าสาธารณชนสามารถเข้าถึงข้อมูลและมีการปกป้องเสรีภาพขั้นพื้นฐาน โดยเป็นไปตามกฎหมายภายในประเทศและความตกลงระหว่างประเทศ

➤ **ผลลัพธ์และประโยชน์**

ความคืบหน้าสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573



ทุกกลุ่มธุรกิจได้รับการรับรองมาตรฐานสากลด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564

- ประกาศใช้นโยบายเครือฯ ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล
- จัดทำระบบมาตรฐานด้านความมั่นคงและความปลอดภัยของเทคโนโลยีสารสนเทศของโครงสร้างพื้นฐาน
- จัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการเฝ้าระวังความมั่นคงปลอดภัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

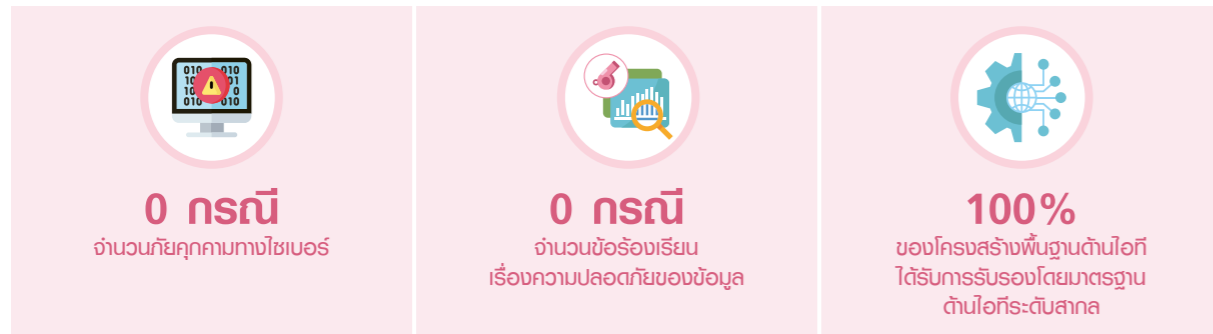
สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

Stakeholder Engagement Report 2021

UN SDGs Mapping Report 2021

การรักษาความมั่นคงและความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูล

ข้อมูลการดำเนินงานที่สำคัญ



การบริหารจัดการความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล

การรักษาความมั่นคงและความปลอดภัยทางไซเบอร์ รวมถึงการปกป้องข้อมูลของเครือเจริญโภคภัณฑ์อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการด้านความมั่นคงและความปลอดภัยทางไซเบอร์ โดยมีบทบาทหน้าที่ในการดูแลทั้งด้านระบบ การควบคุมภายใน และการบริหารความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ระบบการการรักษาความมั่นคงและความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูลทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยคณะกรรมการฯ นี้ประกอบไปด้วยตัวแทนที่มีความรู้ และเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศจากทั่วทั้งเครือฯ มาร่วมกันดำเนินงานเพื่อให้บรรลุภารกิจดังกล่าว



นอกจากโครงสร้างการรักษาความมั่นคงและความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูลแล้ว เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังให้ความสำคัญต่อการพัฒนาระบบและการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูลอย่างรอบด้าน โดยได้กำหนดให้มีแนวทางการดำเนินงานที่ครอบคลุมทุกกิจกรรมของเครือฯ รวมถึงมีการร่วมมือกับกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ เพื่อนำแนวทางไปประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม และครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร

แนวทางการบริหารจัดการความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูลของเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีดังนี้

- การนำหลักการและมาตรฐานของสากล เช่น ISO 27001 และ National Institute of Standards and Technology: NIST มาใช้เป็นกรอบในการดำเนินการด้านการบริหารจัดการความปลอดภัยทางไซเบอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และการปกป้องข้อมูล

- การจัดโครงสร้างการบริหารจัดการระดับเครือฯ หรือ C.P. Group Cybersecurity Center of Excellence โครงสร้างการบริหารจัดการนี้ประกอบไปด้วยคณะกรรมการ และคณะทำงานจากเครือฯ และทุกกลุ่มธุรกิจ โดยมีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบหลักคือ กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง ติดตามผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และปกป้องข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกับกลยุทธ์เครือฯ

- การประกาศใช้นโยบาย และมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยทางไซเบอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และการปกป้องข้อมูลจำนวนกว่า 20 ฉบับ เช่น นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการบริหารข้อมูลสารสนเทศ นโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ มาตรฐานการจัดการช่องโหว่ มาตรฐานควบคุมการนำอุปกรณ์ส่วนตัวมาใช้งาน มาตรฐานการปฏิบัติตามมาตรฐานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านทรัพยากรบุคคล และมาตรฐานการจัดการเหตุการณ์ผิดปกติด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัย เป็นต้น โดยผู้บริหารพนักงานทุกคนและทุกระดับจะต้องศึกษาและสามารถปฏิบัติงานตามข้อกำหนดที่ได้รับรู้ไว้ในนโยบาย และมาตรฐานอย่างเคร่งครัด

- การจัดอบรมเรื่องความปลอดภัยทางไซเบอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และการปกป้องข้อมูลให้แก่ผู้บริหารพนักงานทุกคน และทุกระดับอยู่เป็นประจำ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ และป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

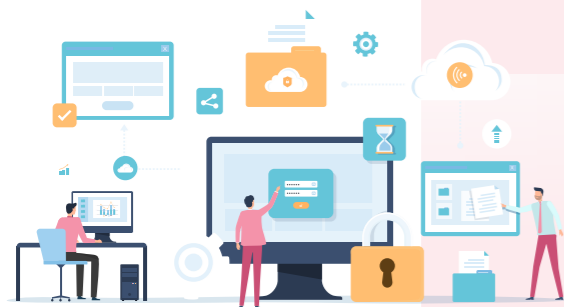
ท่านสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- 📄 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการบริหารข้อมูลสารสนเทศ
- 📄 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

เครือเจริญโภคภัณฑ์สร้าง
ความตระหนักรู้ด้านการ
รักษาความมั่นคงและความ
ปลอดภัยทางไซเบอร์ และ
การปกป้องข้อมูล ให้แก่
ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ
ผ่านการอบรมรูปแบบต่าง ๆ
พร้อมกับมีระบบการสื่อสาร
และแจ้งเตือนถึงภัยคุกคาม
อย่างต่อเนื่อง

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม
ท่านสามารถศึกษาได้ที่

 ความปลอดภัยทางไซเบอร์และ
การปกป้องข้อมูล



Case Study 7

ศูนย์แห่งความเป็นเลิศความปลอดภัยทางไซเบอร์

ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูลเป็นหนึ่งในประเด็นสำคัญ และ
เป้าหมายด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ เป็น 1 ใน 15 เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์
ด้านความยั่งยืนของเครือฯ ในปี 2564 เครือฯ มีการตั้งศูนย์แห่งความเป็นเลิศ
ความปลอดภัยทางไซเบอร์ (CPG Cyber-security Center of Excellence) ซึ่งมี
วัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และ
การปรับตัวสู่ดิจิทัล โดยภารกิจหลักในปี 2564 ได้แก่

- สร้างศูนย์ปฏิบัติการรักษาความปลอดภัยแบบรวมศูนย์ หรือ Centralized Security Operation Center ซึ่งทำให้เกิดการบริหารจัดการความปลอดภัยด้านไซเบอร์แบบองค์รวม ลดต้นทุนการจัดการความปลอดภัยด้านไซเบอร์ และมีการแบ่งปันองค์ความรู้ข้ามกลุ่มธุรกิจภายในเครือฯ
- รวมศูนย์การจัดซื้อด้านเครื่องมือและบริการด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้งบประมาณ
- ประกาศใช้นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการบริหารข้อมูลสารสนเทศ ซึ่งครอบคลุมมาตรการด้านการจัดการความปลอดภัยทางไซเบอร์ และจัดให้มีการสร้างแบบประเมินตนเองตามกรอบ Best Practice ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ ได้แก่ Payment Card Industry Data Security Standard: PCI DSS, ISO 27001 และ NIST และกำหนดให้กลุ่มธุรกิจภายใต้เครือฯ มีการประเมินความสอดคล้อง รวมถึงระดับในการป้องกันความปลอดภัยทางไซเบอร์ และกำหนดเป็นตัวชี้วัดในงานด้านไอที เพื่อให้แต่ละกลุ่มมีการยกระดับและพัฒนาการดำเนินงานด้านการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์อย่างต่อเนื่อง

จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรมความรู้
พื้นฐานด้าน Cyber Security

45,183 คน



ก้าวต่อไปของเรา

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความมุ่งมั่นที่จะยกระดับการบริหารจัดการความปลอดภัยทางไซเบอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และการปกป้องข้อมูล เพื่อให้บรรลุเป้าหมายความยั่งยืนเครือฯ สู่ปี 2573 จึงมีแผนการดำเนินงานดังต่อไปนี้

- 01 ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูลของแต่ละกลุ่มธุรกิจ
- 02 ร่วมดำเนินการกับทุกกลุ่มธุรกิจเพื่อให้ได้การรับรองมาตรฐานสากล

HEALTH LIVING WELL

การดูแลและส่งเสริมสังคมโดยรวมให้สามารถเติบโตไปพร้อมกับเครือเจริญโภคภัณฑ์อย่างยั่งยืน นับเป็นอีกภารกิจหลักของเครือฯ ด้วยเหตุนี้ เราจึงประสานความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อร่วมกันคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการแห่งนวัตกรรมที่ไม่เพียงแต่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย แต่ยังสามารถส่งเสริมความเป็นอยู่และสุขภาพที่ดีได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้การนำนวัตกรรมมาพัฒนากระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ของเราแล้ว เครือฯ ยังได้สนับสนุนให้เกษตรกรและคู่ค้าธุรกิจของเรานำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้าไปใช้ในการดำเนินงาน เพื่อสร้างโอกาสให้การเติบโตไปพร้อม ๆ กันอย่างยั่งยืน



สุขภาพและสุขภาวะที่ดี	92
การดำเนินงานเพื่อส่งมอบความสมบูรณ์และความเป็นอยู่ที่ดีของสังคมและบุคคล	94
การส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดีของประชาชน	95
ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และอาหารแห่งอนาคต	96
ความรับผิดชอบต่อสวัสดิภาพสัตว์ และสุขภาพของพืชรัก	98
ความปลอดภัยและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน	100
คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม	102
การดำเนินงานสร้างคุณค่าและสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม ปี 2564	104
การส่งเสริมเกษตรกรและพัฒนาชีวิตชนบท	105
การส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย	107
การส่งเสริมกลุ่มเปราะบาง	108
โครงการทั่วโลก	109
ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ	110
การสร้างความมั่นคงทางอาหารเพื่ออันข้างหน้า	112
การบริหารจัดการนวัตกรรม	116
การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการวิจัย	118
การแสวงหาโอกาสและสร้างความร่วมมือด้านนวัตกรรม	121
การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย	122
การสำรวจการรับรู้ของผู้มีส่วนได้เสีย ประจำปี 2564	124
กระบวนการสำรวจการรับรู้ของผู้มีส่วนได้เสีย	125
การรับฟังและตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสีย	126
การร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืนปี 2564	130

สุขภาพและสุขภาวะที่ดี

Health & Well-being

โอกาสและความท้าทาย

ตลอดระยะการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และผู้บริโภคได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และยากจะคาดเดา เช่น การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาให้ความสนใจต่อการดูแลสุขภาพผ่านการบริโภคอาหารที่ดี สะอาด และมีคุณค่าทางอาหารเพียงพอ เพื่อสร้างเสริมสุขภาพและภูมิคุ้มกันให้แข็งแรง นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศก็ส่งผลต่อแผนการผลิต รวมถึงผลิตภัณฑ์ของเครือฯ เนื่องจากสภาพภูมิอากาศที่แปรปรวนเพิ่มความเสี่ยงที่พืชและสัตว์ ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของเครือฯ จะได้รับผลกระทบและส่งผลกระทบต่อแผนการผลิตที่วางไว้ ดังนั้น ความจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และปรับสูตรอาหารเพื่อสุขภาพและสุขภาวะที่ดีนั้นถือเป็นความท้าทายหลักของเครือฯ ในการรักษาไว้ซึ่งการเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการสร้างอาหารคน อาหารสมอง โอกาสในการเข้าถึงคุณค่า เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน

กระบวนการสร้างคุณค่า

ประเด็นนำเข้า



Manufacturing Capital



Intellectual Capital



Human Capital



Natural Capital

ธุรกิจและกิจกรรมของเครือฯ

การวิเคราะห์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญตลอดห่วงโซ่คุณค่า

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



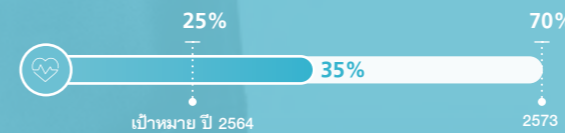
- 2.1 เข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีโภชนาการ และเพียงพอตลอดทั้งปี
- 2.2 ยุติภาวะทุพโภชนาการทุกรูปแบบ



- 3.4 ลดการตายจากโรคไม่ติดต่อ และสนับสนุนความเป็นอยู่ที่ดี
- 3.b สนับสนุนการวิจัย การพัฒนา และให้มีการเข้าถึงยา วัคซีน ในราคาที่สามารถซื้อได้ในระดับสากล

ผลลัพธ์และประโยชน์

ความคืบหน้าสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573



ยอดขายมาจากผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งแบบ B2B และ B2C ที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564

- กำหนดเป้าหมายและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านสุขภาพและการเป็นอยู่ที่ดีสำหรับแต่ละกลุ่มธุรกิจ
- นำเทคโนโลยี หุ่นยนต์ และอัตโนมัติขั้นสูงมาใช้ในการผลิต การจัดการขนส่ง และการบริการ
- จัดทำแนวทางการตรวจสอบย้อนกลับของวัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่แหล่งที่มาจนถึงปลายทางของผู้บริโภค
- สนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ค้าและเกษตรกรในโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ ปฏิบัติตามนโยบายและข้อกำหนดด้านสวัสดิภาพสัตว์ของเครือฯ

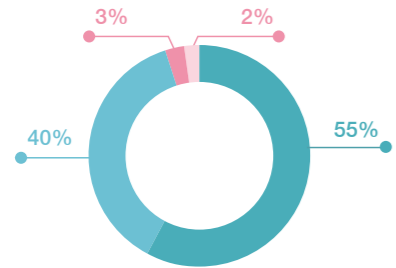


การดำเนินงานเพื่อส่งมอบความสมบูรณ์และ ความเป็นอยู่ที่ดีของสังคมและบุคคล

ข้อมูลการดำเนินงานที่สำคัญ

ข้อมูลด้านกระบวนการผลิต และผลิตภัณฑ์เพื่อโภชนาการที่ดี

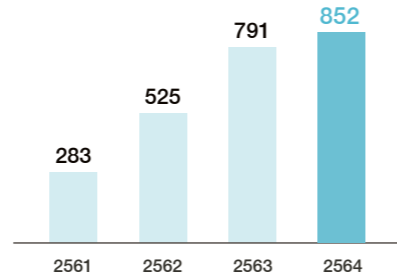
สัดส่วนยอดขายรวมจากผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี



- สินค้าหรือบริการ ที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี
- ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพที่ดีและปลอดภัยต่อผู้บริโภคทุกวัย
- สินค้าอุปโภคบริโภค ที่มีส่วนผสมที่มีคุณค่าทางโภชนาการ
- สินค้าอุปโภคบริโภค ที่ลดปริมาณไขมันอิ่มตัว โซเดียม ทรานส์ ไขมันอิ่มตัว ไฮโดรเจน หรือน้ำตาล ให้น้อยกว่าผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด

ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

จำนวนผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นสุขภาพ
สุขภาพ และสุขภาวะที่ดี (ผลิตภัณฑ์)



ข้อมูลด้านการส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์



100%

ของสัตว์ที่เลี้ยงได้รับการเลี้ยงดูตามหลักอิสระ 5 ประการ และภายใต้การเฝ้าระวังอย่างรับผิดชอบ และสมเหตุสมผล



เพิ่มกำลังการผลิตของไข่ไก่จากการเลี้ยงแบบปล่อยอิสระในโรงเรือน 30% ต่อปี เมื่อเทียบกับปี 2563

150%

ปี 2563 มีกำลังการผลิตรวม 12 ล้านฟอง

ปี 2564 มีกำลังการผลิตรวม 30 ล้านฟอง



27.18%

ของฟาร์มสุกรแม่พันธุ์ผู้ก่อตั้งได้รับการเลี้ยงดูในระบบคอกขังรวม

ข้อมูลด้านการส่งเสริมสุขภาพ



จำนวนโรคที่ได้รับการรักษา

14,700,400 ซี.ซี.



จำนวนผู้แสดงความอ่อนแอหรือป่วย - ดวงตา

187,641 คน



จำนวนเงินบริจาคสนับสนุนผ่านโครงการ Let them See Love

3.94 ล้านบาท

การส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดีของประชาชน

การบริหารจัดการสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

ในฐานะที่เครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นผู้นำในธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจเวชภัณฑ์ การส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดีของประชาชน ทุกเพศ ทุกวัย และทุกสถานะผ่านผลิตภัณฑ์และบริการของเราถือเป็นหนึ่งในพันธกิจหลักของเครือฯ ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงมุ่งพัฒนาศักยภาพในด้านต่าง ๆ มาอย่างต่อเนื่อง อาทิ การพัฒนาบุคลากรเพื่อให้มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญที่เพียงพอพร้อมต่อการคิดค้นสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคได้ในเชิงรุก การพัฒนากระบวนการผลิตและการดำเนินงานตามมาตรฐานสากลเพื่อให้สินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการของเรามีคุณภาพและมีความปลอดภัยต่อผู้ใช้ และผู้บริโภค การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สร้างเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดีให้กับผู้บริโภค และการส่งเสริมสุขภาพด้วยการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างโปร่งใสและครบถ้วน ประกอบกับการดำเนินงานด้านการตรวจสอบย้อนกลับ

คุณภาพและมาตรฐานการผลิต

ที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ เรามุ่งมั่นและทุ่มเทในการพัฒนากระบวนการผลิตของเราอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มว่าผลิตภัณฑ์ของเรามีทั้งคุณภาพ ความปลอดภัย พร้อมทั้งได้ผ่านการรับรองมาตรฐานทั้งในประเทศและระดับสากล เช่น ISO 9001 GMP HACCP GAP และ BAP เป็นต้น นอกจากนี้เครือฯ ยังได้ดำเนินงานร่วมกับเกษตรกร และคู่ค้าธุรกิจที่มีความสำคัญสูงอย่างใกล้ชิด เพื่อพัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและความปลอดภัยสูงออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการดำเนินงานร่วมกันนี้ ไม่เพียงแต่เพิ่มความมั่นใจอีกระดับให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย แต่ยังเป็นการพัฒนากระบวนการตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอดห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ เครือฯ ยังเดินหน้ารณรงค์ความเป็นเลิศในเรื่องการคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดีของประชาชน เครือฯ มีห้องปฏิบัติการทดสอบอาหารทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ อาทิ เวียดนาม จีน และสหรัฐอเมริกา ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน ISO / IEC 17025 และมาตรฐานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[สุขภาพและสุขภาวะที่ดี](#)

Case Study 8

โครงการเกษตรกรคู่ชีวิตโดย ซีพีแรม

ซีพีแรมในฐานะที่เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอาหารพร้อมรับประทานที่ได้มาตรฐานสากล ได้ดำเนินโครงการเกษตรกรคู่ชีวิต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรในชุมชนสนับสนุนอาชีพที่มั่นคงให้แก่ชุมชน รวมไปถึงการบูรณาการทักษะและองค์ความรู้ต่าง ทั้งด้านเกษตรกรรม และด้านเทคโนโลยี ภายใต้มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม (Good Agriculture Practices หรือ GAP) ทั้งนี้ซีพีแรมได้ประสานความร่วมมือกับเกษตรกรในการควบคุมคุณภาพใบกะเพราหนึ่งในวัตถุดิบสำคัญของผัดกะเพรา เมนูอาหารที่ขายดีของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น โดยเน้นการบูรณาการองค์ความรู้ด้านวิชาการเกษตร เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่ปลอดภัย ตรงตามมาตรฐานที่กำหนด และเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดในการผลิต



จำนวนรายได้ที่เกษตรกรได้รับ
จากโครงการ
21 ล้านบาท

ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และอาหารแห่งอนาคต

ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีกว่า

ตลอดระยะเวลา 100 ปีที่ผ่านมา เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งพัฒนาอาหารที่เปี่ยมไปด้วยโภชนาการที่เหมาะสมต่อทุกเพศ ทุกวัย ซึ่งความมุ่งมั่นดังกล่าว ได้ทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้นภายใต้สถานการณ์ COVID-19 ที่ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญต่อสุขภาพ และความสามารถในการสร้างภูมิคุ้มกัน ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงได้ตั้งเป้าหมายด้านความยั่งยืนสู่ปี 2573 ด้านสุขภาพและสุขภาวะที่ดี ไว้ที่ร้อยละ 70 ของยอดขายจะต้องมาจากผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี โดยในปัจจุบัน เครือฯ มีผลิตภัณฑ์อาหารที่มุ่งเน้นสุขภาพโภชนาการ สุขภาพ และสุขภาวะที่ดีจำนวน 852 ผลิตภัณฑ์ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลักดังนี้ ผลิตภัณฑ์ปรับลดไขมัน น้ำตาล โซเดียม ผลิตภัณฑ์ปรับคุณค่าทางโภชนาการ และผลิตภัณฑ์ปรับปรุงสูตร



37.1% ของงบประมาณด้านการตลาด เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหาร เพื่อสุขภาพ



อาหารเพื่ออนาคตที่ยั่งยืน

นอกเหนือจากความมุ่งมั่นในการผลิตอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีกว่าแล้ว เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้ตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าในการผลิตอาหาร ด้วยเหตุนี้ บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) หรือ ซีพีเอฟ ได้นำนวัตกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูงมาใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อตอบโจทย์ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนและความต้องการของสังคมที่เริ่มมาบริโภคอาหารในกลุ่มโปรตีนทางเลือก โดยได้คัดเลือกวัตถุดิบที่ทำจากพืชที่ให้โปรตีนสูง เช่น ถั่ว เห็ด ข้าวโอ๊ต อัลมอนด์ และพัฒนารสชาติ กลิ่น สี สันให้เหมือนผลิตภัณฑ์จากสัตว์ โดยหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่ได้นำออกจำหน่ายในท้องตลาดคือ MEAT ZERO ซึ่งเป็นการคิดค้นนวัตกรรมเนื้อจากพืช หรือ Plant-tec Innovation ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไม่เพียงแค่มีสลิมส์สัมผัสเหมือนเนื้อสัตว์ แต่ยังให้คุณค่าโภชนาการเทียบเท่ากับเนื้อสัตว์ทั่วไป



Belliso
บริษัท เบลลิสโซ ฟู้ด อิงค์ (ประเทศสหรัฐอเมริกา)
Chicken & Wild Rice Stroganoff
• โปรตีนจากธรรมชาติ
• ไม่เติมแต่งสี
• โซนัมทรานส์ 0 กรัม

CP
เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศไทย)
สิ้นไปก็อย่างถ่านเพื่อสุขภาพ
• มีโปรตีนสูง
• โซนัมอิ่มตัว
• กลือต่ำ
• ง่ายด้วยถ่านที่มาจากแหล่งผลิตที่ยั่งยืน

TOP'S
ท็อปส์ฟู้ดส์ (ประเทศเบลเยียม)
วิตามินลาซานญา
• ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทานไม่มีเนื้อสัตว์
• วัตถุดิบที่เลี้ยงไก่เต็มวงจร แร่ธาตุ วิตามินและโปรไบโอติก ปราศจาก GMO
• ไข่มีการเติบโตช้ากว่าไข่ทั่วไป 30% ทำให้ไก่มีไขมันต่ำตามธรรมชาติ

SuperDrob
ซูเปอร์ดรอบ (ประเทศโปแลนด์)
เนื้อไก่ KURCZAK SIELSKI
• ไม่ใช่ยาปฏิชีวนะ
• วัตถุดิบที่เลี้ยงไก่เต็มวงจร แร่ธาตุ วิตามินและโปรไบโอติก ปราศจาก GMO
• ไข่มีการเติบโตช้ากว่าไข่ทั่วไป 30% ทำให้ไก่มีไขมันต่ำตามธรรมชาติ

Averill
โอเวอร์ฮิลล์ ฟาร์ม (ประเทศสหรัฐอเมริกา)
ดอก-กล้วย
• ผลิตภัณฑ์ทางเลือกสุขภาพ แทนการรับประทานมันบด โดยทำจากดอกกล้วย
• ไฟเบอร์สูง
• แคลอรีน้อยกว่า 65%*
• โซนัมน้อยกว่า 60%*
*เมื่อเทียบกับมันบดปกติในสัดส่วนการรับประทานที่เท่ากัน

CP
เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศไทย)
ไข่ไก่สดพรีเมียม
• อุดมไปด้วยธาตุซิลิเนียม
• คอเลสเตอรอลต่ำ
• ไม่ใช่ยาปฏิชีวนะ 100%
• ไม่ใช่สารเร่งการเจริญเติบโต

CP
เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศไทย)
ไข่ไก่สดพรีเมียม
• อุดมไปด้วยธาตุซิลิเนียม โอมEGA3 วิตามินอี
• ฟาร์มมาตรฐาน Viet-GAP
• วิตามิน A, B2, B12

CP
เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศไทย)
ผลิตภัณฑ์ Meat Zero
• คอเลสเตอรอล 0%
• ใช้พืชทดแทนเนื้อสัตว์
• พืชที่ใช้ไม่ผ่านการตกแต่งทางพันธุกรรม
• ไม่มีการฉีดฮอร์โมนและยาปฏิชีวนะ
• บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

CP
เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศไทย)
ไก่สดปลอดสาร CP Selection
• เลี้ยงด้วยนวัตกรรมโปรไบโอติก
• ไม่ใช่ยาปฏิชีวนะตลอดการเลี้ยงดู
• ไม่ใช่ฮอร์โมนตลอดการเลี้ยงดู

CP
เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศไทย)
Egg Plus+
• อุดมไปด้วยธาตุซิลิเนียม โอมEGA3 วิตามินอี
• ฟาร์มมาตรฐาน Viet-GAP
• วิตามิน A, B2, B12

CP
เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศไทย)
อกไก่ไขมันต่ำ CP HEME1
• โปรตีนสูง
• โซนัมต่ำ
• ไม่ใช่ยาปฏิชีวนะ
• ไม่ใช่ฮอร์โมน

● ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีกว่า ● อาหารเพื่ออนาคตที่ยั่งยืน

ความรับผิดชอบต่อสวัสดิภาพสัตว์ และสุขภาพของผู้บริโภค

การใส่ใจในการเลี้ยงตามหลักสวัสดิภาพสัตว์

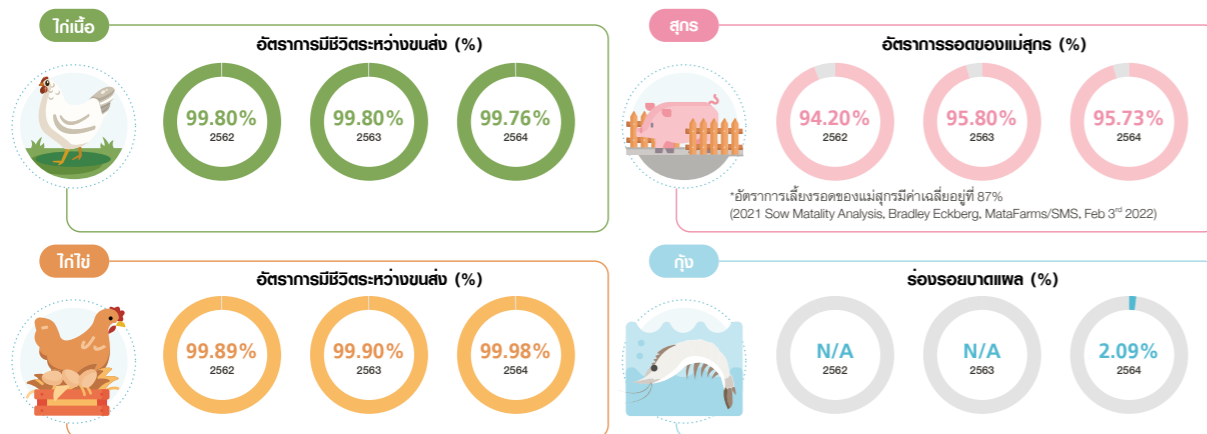
เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อคุณภาพและความปลอดภัยในทุกขั้นตอนของการผลิตอาหาร ซึ่งไม่เพียงแต่การพิจารณาถึงกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานและมีความปลอดภัย การส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่สด สะอาด และเปี่ยมไปด้วยคุณโภชนาการ รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้าน แต่เครือฯ ยังใส่ใจต่อการเลี้ยงสัตว์ของเราให้เป็นไปตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ (Principle of Animal Welfare) โดยคำนึงถึงความเป็นอิสระของสัตว์เลี้ยง 5 ประการ (Five Freedoms of Animals) ตลอดระยะเวลาการเลี้ยง อันได้แก่

1. อิสระจากความหิว กระหาย และการให้อาหารที่ไม่ถูกต้อง (Freedom from Hungry and Thirst) เช่น การให้อาหารในปริมาณที่เหมาะสม และการใช้ยาปฏิชีวนะในสัตว์อย่างรับผิดชอบและสมเหตุสมผล เป็นต้น
2. อิสระจากความไม่สะดวกสบายอันเนื่องมาจากสภาวะแวดล้อม (Freedom from Discomfort) เช่น มีการระบายอากาศในโรงเรือนที่ดี และไม่เลี้ยงเบียดเสียดหนาแน่น

3. อิสระจากความเจ็บปวด การบาดเจ็บ หรือเป็นโรค (Freedom from Pain, Injury and Disease) เช่น การมีระบบการป้องกันโรคที่ดี การปฏิบัติต่อสัตว์เลี้ยงอย่างนุ่มนวล การใช้อุปกรณ์อย่างเหมาะสม และการจัดพื้นที่การเลี้ยงที่สอดคล้องกับธรรมชาติของสัตว์ เป็นต้น
4. อิสระจากความกลัวและความทุกข์ทรมาน (Freedom from Fear and Distress) ด้วยสภาวะการเลี้ยงดูที่ไม่ทำให้เกิดความทุกข์ทรมานทางจิตใจ เช่น ระหว่างการจับสัตว์เลี้ยงก่อนการเข้าโรงเชือดต้องทำอย่างนุ่มนวล เป็นต้น
5. อิสระในการแสดงพฤติกรรมตามปกติของสัตว์ (Freedom to Express Normal Behavior) คือมีอิสระการเป็นอยู่อย่างธรรมชาติ และมีความสบายตามชนิดของสัตว์

ข้อมูลด้านการส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์

การวัดผลการส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์ (Welfare Outcome Measures: WOMs)



Case Study 9

การใส่ใจในการเลี้ยงตามหลักสวัสดิภาพสัตว์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนา เพื่อยกระดับการส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ครอบคลุมทั้งไก่เนื้อ ไก่ไข่ สุกร และกุ้ง รวมถึงนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ควบคู่กับการเลี้ยงตามหลักสวัสดิภาพสัตว์สากล หรือหลักอิสระ 5 ประการ (Five Freedoms) ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สนับสนุนให้สัตว์อยู่ด้วยความสะดวกสบาย ได้รับอาหารอย่างเพียงพอและแสดงออกทางพฤติกรรมของสัตว์ได้อย่างอิสระ สัตว์สุขภาพดี ไม่เจ็บป่วย ส่งผลให้ไม่มีการใช้สารฮอร์โมนเพื่อเร่งการเจริญเติบโต และไม่จำเป็นต้องใช้ยารักษา ควบคู่กับระบบความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity) ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการป้องกันโรคในฟาร์ม ตามแนวทางการผลิตอาหารปลอดภัย จากความมุ่งมั่นในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านสวัสดิภาพสัตว์อย่างจริงจัง ส่งผลให้เครือฯ เป็นผู้ผลิตอาหารหนึ่งเดียวของประเทศที่ได้ผลการประเมินที่ดี เรื่องนโยบาย และการดำเนินงานด้านสวัสดิภาพสัตว์เลี้ยงในฟาร์ม จากรายงานเกณฑ์มาตรฐานทางธุรกิจตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ปี 2564 (The Business Benchmark on Farm Animal Welfare Report: BBAFW) และได้รับปรับเปลี่ยนขึ้นชั้นสู่ Tier 3 เป็นองค์กรที่มีการนำหลักสวัสดิภาพสัตว์ไปใช้ในการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม



การนำระบบ Birdoo Smart Eyes มาใช้ในฟาร์มไก่เนื้อ

เป็นระบบการควบคุมทางไกลแบบอัตโนมัติ เพื่อติดตามสวัสดิภาพสัตว์แบบ Real-Time และการนำข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรวดเร็ว เช่น ข้อมูลน้ำหนักไก่ การกินน้ำและอาหาร โดยผลจะไปแสดงผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ

การลดพฤติกรรมก้าวร้าวในลูกสุกรที่บ่าอยู่รวมฝูงหลังหย่านม

โดยใช้สารสกัดสมุนไพรแบบผง และน้ำยาฆ่าเชื้อที่มีกลิ่นเดียวกันพ่นบนตัวสุกรได้อย่างปลอดภัย ทำให้สุกรมีกลิ่นเดียวกัน ยอมรับที่จะรวมฝูง ช่วยลดพฤติกรรมก้าวร้าวตามธรรมชาติ

การเลี้ยงกุ้ง “โพรไบโอติก”

เป็นการมุ่งเน้นกระบวนการเลี้ยงและระบบการจัดการแบบสุขภาพที่ดีตลอดการผลิต รวมถึงการใช้ “โพรไบโอติกฟาร์มมิ่ง” ที่ให้ความสำคัญกับการใช้จุลินทรีย์มาช่วยเพิ่มภูมิคุ้มกันให้กุ้งมีความแข็งแรง ไม่ป่วยง่าย และช่วยปรับปรุงคุณภาพน้ำ ช่วยป้องกันการเกิดโรค และลดการเปลี่ยนถ่ายน้ำระหว่างการเลี้ยงกุ้ง ส่งผลให้ผลผลิตกุ้งของซีพีเอฟไม่ใช้ยาปฏิชีวนะตลอดการเลี้ยง



ความปลอดภัยและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน

การสื่อสารผ่านหลากหลายผลิตภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสารกับผู้บริโภคอย่างโปร่งใสมาโดยตลอดระยะเวลา 1 ศตวรรษที่ผ่านมา โดยเริ่มแรก เครือฯ หรือ “เจียไต๋จิ้ง” ได้ทำการระบุนิยมอดอายุไว้บนบรรจุภัณฑ์สินค้าการเกษตรอย่างชัดเจน การระบุนิยมอดอายุนี้เป็นหนึ่งในแนวทางปฏิบัติที่ตอกย้ำถึงพันธะของการดำเนินกิจการที่ต้องตั้งอยู่บนรากฐานของ “ความซื่อสัตย์ และมีคุณธรรม” ซึ่งพันธะดังกล่าวได้ถูกส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น และได้มีการพัฒนาแนวทางการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้นมาโดยตลอด โดยเฉพาะในปัจจุบัน ลูกค้าและผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญต่อโภชนาการที่มีอยู่ในอาหารและเครื่องดื่มที่จะบริโภคมากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงได้พัฒนาวิธีการสื่อสารและการแสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์อาหาร รวมถึงสินค้าอื่น ๆ ในรูปแบบเชิงรุก เพื่อให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภคที่ถูกต้อง แม่นยำ และทันต่อความต้องการ เช่น การสื่อสารผ่านฉลากผลิตภัณฑ์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สายตรง เป็นต้น โดยรายละเอียดสำคัญที่เครือฯ ได้ทำการแสดงหรือสื่อสาร ได้แก่ ส่วนประกอบที่สำคัญ ข้อมูลโภชนาการ สัดส่วนปริมาณการบริโภคที่แนะนำ วิธีการเก็บรักษา วิธีการใช้ข้อมูลการบริโภคสำหรับเด็ก และสตรีมีครรภ์ เป็นต้น

นอกจากการดำเนินงานภายในเครือเจริญโภคภัณฑ์ แล้ว เครือฯ ยังได้ร่วมมือกับคู่ค้าธุรกิจเพื่อให้มีการดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อสร้างความปลอดภัย สุขอนามัย และความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชนอย่างทั่วถึง

36.27%

ของฉลากบนต้นหน้าของ
บรรจุภัณฑ์ ทั้งที่ภาคบังคับ
ตามกฎหมาย และภาคสมัครใจ
ที่ให้ข้อมูลโภชนาการที่มองเห็นง่าย
และเข้าใจง่าย

การส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน

การแพร่ระบาดของ COVID-19 นั้นได้ส่งผลกระทบต่อเป็นวงกว้าง โดยเฉพาะต่อชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชน ด้วยเหตุนี้เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงได้นำศักยภาพที่เรามีอยู่เข้าไปช่วยเหลือประเทศ และประชาชน ไม่ว่าจะเป็นการแจกจ่ายหน้ากากอนามัยให้แก่โรงพยาบาลทั่วประเทศไทย บุคลากรทางการแพทย์ และประชาชนที่ขาดโอกาสการเข้าถึงหน้ากากอนามัยที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง และการดำเนินโครงการ “ครัวปิ่นอิม ซีพี ร้อยเรียงใจสู้ภัย COVID-19” เพื่อช่วยเหลือสังคม ผ่านการมอบอาหารและเครื่องดื่ม โดยโครงการดังกล่าว เป็นการผนึกกำลังทุกภาคส่วนกว่า 100 องค์กรแจกอาหาร 2 ล้านกล่องสู่ชุมชนใน 40 จุดทั่วกรุงเทพฯ เพื่อหวังเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยบรรเทาความเดือดร้อนแก่พี่น้องในชุมชนต่างๆ และผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารรายย่อยให้สามารถฝ่าวิกฤตนี้ไปได้ด้วยกัน

ตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมาเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ผนึกกำลังกับภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ เพื่อเพิ่มโอกาสให้ประชาชนสามารถเข้าถึงการมีสุขภาพที่ดีได้อย่างเต็มที่ และเท่าเทียมกัน อาทิ โครงการ “เครือเจริญโภคภัณฑ์ มุ่งสู่ 100 ปี ทำความดี ด้วยการบริจาคโลหิต” โดยสำนักบริหารโครงการพิเศษภายใต้การดูแลของนายวัลลภ เจียรวนนท์ รองประธานอาวุโสเครือเจริญโภคภัณฑ์ ร่วมกับศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย ส่งเสริมให้บุคลากรของทุกกลุ่มธุรกิจเครือฯ ร่วมทำความดีด้วยการบริจาคโลหิต ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2534 - 2564 ได้โลหิตจำนวน 535,087 ยูนิท หรือปริมาณทั้งสิ้น 198,406,000 ซี.ซี. โดยในปี 2564 มีหน่วยงานที่จัดกิจกรรมจำนวน 235 แห่ง ได้โลหิต 36,751 ยูนิท หรือปริมาณ 14,700,400 ซี.ซี.



Case Study 10

Together We Care

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้นำความแข็งแกร่งของระบบนิเวศดิจิทัลครบวงจรมาพัฒนานวัตกรรมแพลตฟอร์มดูแลสุขภาพอัจฉริยะ หรือ “ทรู เฮลท์” (True HEALTH) เพื่อช่วยเหลือคนไทยให้เข้าถึงบริการทางการแพทย์ได้สะดวก ตอบโจทย์ผู้ที่มีความกังวลเรื่องสุขภาพให้สามารถปรึกษาปัญหาสุขภาพได้ทุกที่ผ่านแพลตฟอร์มดูแลสุขภาพอัจฉริยะ โดยล่าสุด True HEALTH ร่วมกับทีมแพทย์อาสาซีวี จัดแคมเปญ “Together We Care” มอบสิทธิพิเศษสำหรับคนไทยทุกคนให้สามารถเข้าถึงการปรึกษาเรื่องสุขภาพในเบื้องต้นกับทีมแพทย์อาสาหลากหลายสาขาจากซีวีบริรักษ์คลินิกเวชกรรมผ่านแอปพลิเคชัน True HEALTH โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายครอบคลุมทั้งปัญหาสุขภาพกายและสุขภาพใจ เข้าถึงแพทย์ได้ง่ายและรวดเร็ว ช่วยคลายความกังวลเรื่องสุขภาพ ที่สำคัญ อยู่ที่ไหนก็สามารถปรึกษาเบื้องต้นกับแพทย์ได้ ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่อยู่ในช่วงกักตัว รักษาตัวอยู่ในโรงพยาบาลสนาม หรือ อยู่ที่บ้านแต่มีความกังวลเรื่องสุขภาพ ก็ปรึกษาแพทย์ได้โดยไม่ต้องเดินทางไปโรงพยาบาล จึงช่วยลดความเสี่ยงติดเชื้อ โดยเฉพาะในช่วงนี้ที่มีแพร่ระบาดของ COVID-19 ทั้งยังช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการปรึกษาแพทย์ในเบื้องต้น



จำนวนผู้ใช้บริการ
True HEALTH ในปี 2564
11,875 ราย



ก้าวต่อไปของเรา

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความตั้งใจในการผลิตผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสุขภาพและสุขภาวะที่ดีเพื่อส่งมอบให้แก่ลูกค้า และผู้บริโภค เครือฯ จึงได้ตั้งแผนการดำเนินงานเป้าหมายความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573 ด้านสุขภาพและสุขภาวะที่ดี ไว้ดังต่อไปนี้

- 01 ดำเนินการทางการแพทย์ด้วยความรับผิดชอบ โดยการให้ความรู้ด้านโภชนาการและอาหารเพื่อสุขภาพแก่ผู้บริโภค
- 02 มุ่งเน้นการผลิตอาหารที่มีความปลอดภัยตลอดห่วงโซ่อุปทาน

คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม

Social Impact and Economic Contribution

โอกาสและความท้าทาย

ด้วยสถานการณ์ที่ทั้งโลกกำลังเผชิญและแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงสำคัญที่กำลังเกิดขึ้นในวงกว้าง ได้ส่งผลกระทบต่อหลากหลายมิติต่อมนุษย์ในนานาประเทศ หนึ่งในผลกระทบที่ปรากฏต่อเนื่องเป็นระยะเวลายาวนานหลายปีคือประเด็นความเหลื่อมล้ำทางสังคม โดยมีแนวโน้มของผลกระทบมากขึ้นจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 อีกทั้ง ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ก่อให้เกิดช่องว่างด้านดิจิทัล ส่งผลให้ประชากรส่วนหนึ่งเสียเปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ ขาดความรู้และโอกาสในการเข้าถึงเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักถึงความท้าทายนี้ จึงดำเนินการส่งเสริมความร่วมมือของบุคลากรภายในองค์กรในการสร้างสมดุลระหว่างการตอบสนองต่อความต้องการของสังคมชุมชนอย่างยั่งยืน ควบคู่ไปกับการเติบโตของธุรกิจของเครือฯ ให้เกิดคุณค่าร่วมกันผ่านการจัดทำโครงการต่าง ๆ ที่สร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้แก่ผู้มีความต้องการ โดยนำร่องการดำเนินงานนี้ มุ่งเน้นไปที่ 3 กลุ่มหลัก อาทิ เกษตรกรผู้ประกอบการรายย่อยและกลุ่มเปราะบาง นอกจากนี้ เครือฯ เห็นถึงศักยภาพของพนักงานและโอกาสในการร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อถ่ายทอด แบ่งปันองค์ความรู้และเสริมสร้างทักษะจำเป็นในยุคดิจิทัลนี้ สู้สังคม เครือฯ เชื่อมั่นว่าการดำเนินงานสู่เป้าหมายปี 2573 จะสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ผู้คนได้ดำรงชีวิตอย่างอิสระ ไม่แบ่งแยกและมีความเท่าเทียมกัน



กระบวนการสร้างคุณค่า

➤ ประเด็นนำเข้า

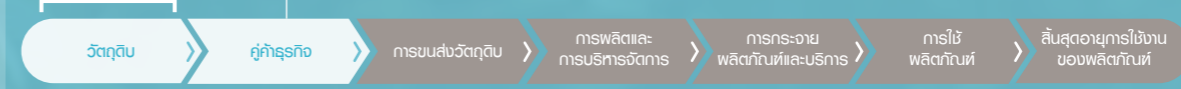
Human Capital

Relationship Capital

➤ ธุรกิจและกิจกรรมของเครือฯ

การวิเคราะห์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญตลอดห่วงโซ่คุณค่า

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

1.2 ลดความยากจนอย่างน้อยร้อยละ 50	4.4 เพิ่มจำนวนประชาชนที่มีทักษะที่จำเป็นด้านการเงิน
2.3 เพิ่มผลิตภาพทางการเกษตรและรายได้ของผู้ผลิตอาหารรายเล็ก ให้เพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า	8.6 ส่งเสริมเยาวชนให้มีความรู้ มีการศึกษา และได้รับการฝึกอบรม
3.b สนับสนุนการวิจัยและการพัฒนาวัคซีนและยาสำหรับโรคติดต่อและไม่ติดต่อที่ส่งผลกระทบต่อประเทศกำลังพัฒนา ให้มีการเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นในราคาที่ซื้อหาได้	9.3 เพิ่มการเข้าถึงบริการทางการเงินโดยรวมถึงเครดิตในราคาที่จ่ายได้ให้แก่โรงงานอุตสาหกรรมและวิสาหกิจขนาดเล็ก
	10.1 ลดความไม่เท่าเทียมกันของรายได้

➤ ผลลัพธ์และประโยชน์

ความคืบหน้าสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573



ได้รับการส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้สำหรับผู้ที่มีความต้องการ เช่น เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) และกลุ่มเปราะบาง ตลอดห่วงโซ่คุณค่า

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564

- ส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตตลอดห่วงโซ่คุณค่าอย่างต่อเนื่อง
- สร้างคุณค่าและการมีส่วนร่วมของสังคมและชุมชน
- สนับสนุนองค์ความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่สังคมและชุมชน

การดำเนินงานสร้างคุณค่าและสร้างประโยชน์ ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม ปี 2564



704,329 คน
เกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริม



909,615 ราย
ผู้ประกอบการรายย่อย
ที่ได้รับการสนับสนุน

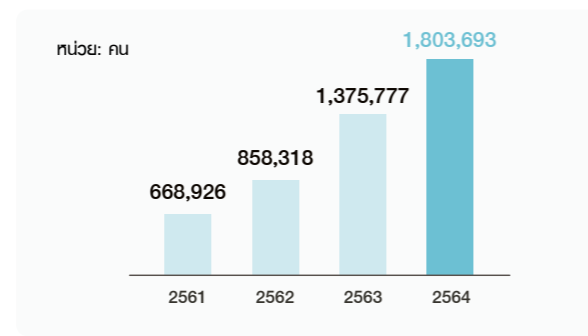
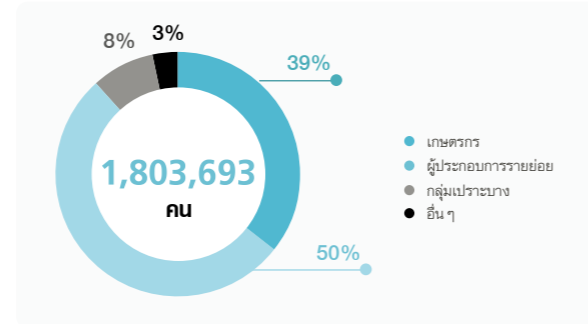


135,728 คน
กลุ่มเปราะบางที่ได้รับ
การสนับสนุน



54,021 คน
กลุ่มอื่น ๆ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
[คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม](#)



มูลค่าการสร้างคุณค่าและประโยชน์แก่สังคม

- การบริจาคเงิน **621 ล้านบาท**
- การบริจาคสิ่งของ **220 ล้านบาท**
- ค่าใช้จ่ายดำเนินการสร้างคุณค่าทางสังคม **166 ล้านบาท**
- เวลาดำเนินการสร้างคุณค่าทางสังคมของพนักงานบริษัท **8,822 ล้านบาท**

Case Study 11

โครงการถุงคืนชีพ

โลตัสเปิดตัวถุงคืนชีพ ถุงพลาสติกแบบใช้ซ้ำได้เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับลูกค้าที่ลืมนำถุงผ้ามาช้อปปิ้ง โดยถุงคืนชีพผลิตจากพลาสติกรีไซเคิล มีความหนา ทนทาน ใช้ซ้ำได้หลายครั้ง เมื่อถุงชำรุดทางโลตัสรับคืนและเปลี่ยนเป็นใบใหม่ให้ลูกค้าโดยไม่มีค่าใช้จ่าย และนำถุงเก่ากลับมารีไซเคิลเป็นถุงคืนชีพใบใหม่ สำหรับถุงคืนชีพรุ่นล่าสุดได้จับมือกับศิลปินตัวน้อยวัย 11 ปี น้องอาณา เจ้าของผลงานศิลปะ NFT (Non-Fungible Token) มาร่วมออกแบบลายพิเศษเพื่อให้กำลังใจบุคลากรด่านหน้าและประชาชนในการสู้กับ COVID-19 โดยรายได้จากการจำหน่ายส่วนหนึ่งจะถูกนำไปมอบให้กับมูลนิธิแพทย์ชนบทเป็นจำนวนเงิน 300,000 บาท เพื่อจัดซื้ออุปกรณ์และเครื่องมือแพทย์สู้ภัย COVID-19 ในโรงพยาบาลชุมชนที่ยังขาดแคลน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
[คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม](#)



จับมือกับศิลปินตัวน้อยวัย 11 ปี
ออกแบบถุงคืนชีพ และนำรายได้
ส่วนหนึ่ง จำนวน 300,000 บาท
มอบให้กับมูลนิธิแพทย์ชนบท

การส่งเสริมเกษตรกรและพัฒนาชีวิตชนบท



เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักถึงคุณค่าของการเกษตรที่เป็นเสมือนสินทรัพย์ของประเทศชาติ และเป็นธุรกิจต้นกำเนิดของเครือฯ ดังนั้นการส่งเสริมเกษตรกรและยกระดับการเกษตรถือเป็นหนึ่งในความมุ่งมั่นหลักของเครือฯ เพื่อสร้างคุณค่าและประโยชน์ให้แก่สังคม ในการนี้เครือฯ ได้นำวิธีการทำ 'เกษตรผสมผสานยุค 4.0' เป็นแนวทางหลักในการผลักดันและพัฒนาเกษตรกรให้สามารถทำการเกษตรยุคใหม่อย่างยั่งยืน โดยส่งเสริมการสร้างทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีที่จำเป็นต่อการเกษตรในปัจจุบัน และแผนการดำเนินการรูปแบบใหม่ที่จะก่อให้เกิดประโยชน์รอบด้าน อาทิ การบรรเทาความเสียหายที่เกิดจากผลผลิตเสียหาย การลดเวลาในการดำเนินงานเพื่อทุนแรงเกษตรกร การประเมินความเสี่ยง การลงทุนด้านเทคโนโลยี รวมถึงการเพิ่มช่องทางการกระจายและจัดจำหน่ายสินค้า ซึ่งทั้งหมดนี้ช่วยส่งเสริมให้เกษตรกรสามารถยืนหยัดได้ด้วยตนเอง พร้อมทั้งมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ในปี 2564 เครือฯ ได้ดำเนินการร่วมมือกับเกษตรกรและพันธมิตรหลายประเทศเพื่อพัฒนาโครงการต่าง ๆ ที่ก่อคุณประโยชน์แก่ภาคเกษตรกร ภาคเศรษฐกิจและสังคมอย่างต่อเนื่อง

Case Study 12

โครงการผลิตสุกรและปลูกพืชวัตถุดิบครบวงจร เชียงหยาง

โครงการผลิตสุกรและปลูกพืชวัตถุดิบครบวงจร ณ เมืองเชียงหยาง จังหวัดอุษัณมณฑลหูเป่ย์ เป็นโครงการความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาชนบทใหม่ระหว่างเครือเจริญโภคภัณฑ์กับรัฐบาลจีนมณฑลหูเป่ย์ ซึ่งเป็นโครงการห่วงโซ่อุตสาหกรรมแบบครบวงจรขนาดใหญ่และมีความเป็นอัจฉริยะตั้งแต่การผลิตวัตถุดิบอาหารสัตว์ ฟาร์มเลี้ยงสุกร โรงงานแปรรูปอาหารและโลจิสติกส์ มีระบบการตรวจสอบย้อนกลับโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ได้สร้างฐานการเพาะปลูกเมล็ดข้าวโพดจำนวน 150,000 ไร่จีน และวัตถุดิบอาหารสัตว์ 300,000 ไร่จีน มีโครงการพัฒนาก๊าซชีวภาพขนาดใหญ่ พัฒนาการเพาะปลูกทางนิเวศวิทยาสำหรับผักและข้าวสาลีฤดูหนาว 100,000 ไร่จีน ทำเกษตรอินทรีย์โดยใช้ประโยชน์ของมูลสัตว์ปรับให้เข้ากับสภาพท้องถิ่น ผลลัพธ์จากโครงการก่อให้เกิดการบรรลุหลักค่านิยม 3 ประโยชน์ คือ ประโยชน์ต่อเกษตรกรโดยมีเกษตรกรได้รับประโยชน์กว่า 10,000 ราย และเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร 150 ล้านหยวนต่อปี ประโยชน์ต่อสังคมโดยสร้างความตระหนักในเรื่องอาหารที่ปลอดภัย และประโยชน์ต่อองค์กร คือมีสุกรที่มั่นคง ปลอดภัยและตอบสนองความต้องการตลอดห่วงโซ่อุปทาน



เพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร
150 ล้านหยวนต่อปี

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
[คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม](#)

การส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย



ปัจจุบัน มีการเพิ่มตัวของจำนวนของผู้ประกอบการรายย่อยที่มีศักยภาพในการผลิตสินค้าใหม่ที่ดี มีคุณภาพ ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคเป็นอย่างดี เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมุ่งส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อยนี้โดยเน้นการร่วมพัฒนาผ่านกรอบการค้าดำเนินงานของเครือข่าย เพื่อช่วยพัฒนาสินค้าและการบริการให้ได้มาตรฐาน ปลอดภัยและมีความต่อเนื่องในการผลิต อีกทั้งการร่วมออกแบบโมเดลธุรกิจใหม่ที่เน้นความสะดวกสบายมากขึ้น พร้อมทั้งส่งมอบประสบการณ์ใหม่ ๆ แก่ผู้บริโภค การดำเนินงานเหล่านี้ได้ช่วยสร้างรายได้และความมั่นคงให้แก่ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ปัจจุบันที่หลายธุรกิจรับผลกระทบเชิงลบจากวิกฤติ COVID-19 การร่วมมือกันจึงเป็นหนึ่งในหลักการที่เครือฯ ยึดมั่นในการพัฒนาและเติบโตควบคู่กันอย่างยั่งยืน

Case Study 13

โครงการข้าวชาวนาไทย

รับซื้อข้าวเกี่ยวสดตรงจากเกษตรกร
9,509 ราย
ในราคานำตลาดบวกเพิ่ม
300 บาทต่อตัน

ข้าวตราฉัตรจัดโครงการ "ข้าวชาวนาไทย" ปี 3 ช่วยชาวนารับมือพิษ COVID-19 และราคาข้าวตกต่ำ โดยในปีนี้เป็นจุดรับซื้อข้าวเกี่ยวสดตรงจากเกษตรกรชาวนา ราคานำตลาดผ่านโรงสีทำข้าวสหกรณ์ สกก. รวมทั้ง สกต. ในจังหวัดเชียงราย พะเยา กำแพงเพชร ยโสธร สุรินทร์ มหาสารคาม อุตรดิตถ์ บุรีรัมย์ ร้อยเอ็ด ศรีสะเกษ อุบลราชธานี นครสวรรค์ พิจิตร และจังหวัดสุพรรณบุรี รวมทั้งหมด 46 จุดทั่วประเทศ พื้นที่รวม 190,198 ไร่ จากเกษตรกรสมาชิก 9,509 ราย ในราคานำตลาดบวกเพิ่ม 300 บาทต่อตัน นำมาปรับปรุงคุณภาพบรรจุถุง ภายใต้แบรนด์ข้าวชาวนาไทย สำหรับข้าวชาวนาไทยที่นำมาสีบรรจุถุงเป็นข้าวหอมมะลิแรกเกี่ยวคุณภาพดีสดใหม่ผ่านกระบวนการผลิตจากโรงงานขนาดใหญ่และทันสมัย ได้มาตรฐานสากล เป็นข้าวหอมมะลิแท้ 100% (อายุข้าว 1-5 เดือน) ลักษณะข้าวใสหอม นุ่มเหนียวอร่อย โดยวางจำหน่ายผ่านช่องทางในกลุ่มพันธมิตรภายใต้เครือเจริญโภคภัณฑ์

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
[คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม](#)



เครือเจริญโภคภัณฑ์ รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2564

Case Study 14

โครงการแพลตฟอร์มแห่งโอกาส

โลดส์ สนับสนุนเกษตรกร และผู้ประกอบการรายย่อย ที่เป็นรากฐานและหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยเป็นทั้งช่องทางการจำหน่ายสินค้าทั้งออนไลน์ และออฟไลน์กว่า 2,100 สาขาทั่วประเทศ และเป็นพันธมิตรที่คอยสนับสนุน เกษตรกร และผู้ประกอบการรายย่อย ให้มีรากฐานที่มั่นคงและสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน โดยทำงานร่วมกับพันธมิตรหลายภาคส่วนทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อเป็น 'แพลตฟอร์มแห่งโอกาส' ให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย และเกษตรกรไทย โดยตลอดทั้งปี 2564 ที่ผ่านมาโลดส์ได้สนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย และเกษตรกรเกือบ 7,000 ราย ให้สามารถมีรายได้และโอกาสในการเติบโตที่ยั่งยืนผ่านการสนับสนุนในรูปแบบต่าง ๆ ที่หลากหลายและเหมาะสมกับศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการแต่ละราย



สนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย
และเกษตรกร
7,000 ราย

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
[คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม](#)



การส่งเสริมกลุ่มเปราะบาง

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการใส่ใจคนในสังคมทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม โดยสนับสนุนการปลูกจิตสำนึกแก่บุคลากรในองค์กรเพื่อเพิ่มความตระหนักรู้ในเรื่องความเหลื่อมล้ำในสังคม โดยครอบคลุมถึงกลุ่มเปราะบางที่ด้อยโอกาสทางสังคม ด้วยเหตุนี้บุคลากรในองค์กรจึงร่วมแรงร่วมใจกันริเริ่มและพัฒนาโครงการต่าง ๆ ที่เอื้อประโยชน์แก่ประชากรกลุ่มเปราะบางนี้ ให้มีความรู้และทักษะที่เหมาะสม เพียงพอต่อการประกอบอาชีพ ในขณะที่เดียวกัน เครือฯ และบริษัทย่อยได้ร่วมมือกับพันธมิตรและสมาคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อขับเคลื่อนโครงการที่สำคัญให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเปราะบางในพื้นที่ที่ธุรกิจของเครือฯ ตั้งอยู่ มุ่งร่วมสร้างคุณค่าและเน้นการส่งเสริมให้ผู้คนกลุ่มนี้สามารถดำรงเลี้ยงชีพได้ด้วยตนเอง

Case Study 15

‘ซีพี ร้อย รักษ์ โลก’ ฝากเลี้ยงต้นกล้า...สร้างงานคนยากจน

เครือเจริญโภคภัณฑ์และบริษัทในเครือฯ ร่วมกันร้อยเรียงความดีสู่สังคม ได้นำร่องดำเนินโครงการฝากเลี้ยงต้นกล้าไม้ ซึ่งอยู่ภายใต้โครงการ ‘ซีพี ร้อย รักษ์ โลก’ ใน 3 ชุมชน จังหวัดชลบุรี ได้แก่ ชุมชนในตำบลห้วยใหญ่ ตำบลนาจอมเทียน และตำบลเขาชีจรรย์ ซึ่งได้มีการจ้างงานกลุ่มผู้ได้รับผลกระทบโดยตรงจากสถานการณ์ COVID-19 ทั้งกลุ่มผู้ตกงาน กลุ่มเกษตรกร กลุ่มอาชีพประมง กลุ่มเปราะบาง และกลุ่มผู้สร้างสาธารณะประโยชน์แก่สังคมรวมทั้งสิ้น 2,000 ครอบครัว ชาวบ้านในชุมชนจะได้ค่ารับฝากเลี้ยงต้นกล้าไม้ครอบครัวละ 1,000 ต้น มีรายได้รวม 15,000 บาทต่อครัวเรือนตลอดระยะเวลาการฝากเลี้ยง 3 เดือน ซึ่งช่วยเยียวยาได้ในสภาวะวิกฤตนี้



ฝากเลี้ยงกล้าไม้ครอบครัวละ
1,000 ต้น สร้างรายได้รวม
15,000 บาท
ต่อครัวเรือน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
[คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม](#)



เครือเจริญโภคภัณฑ์ รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2564



อบรมการประกอบธุรกิจ ออนไลน์ให้บุคคลออกทีสตัก

กลุ่มทรู ร่วมกับกรมส่งเสริมคนพิการ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และชมรมผู้ประกอบการบุคคลออทิสติกจังหวัดปทุมธานี จัดอบรมการประกอบธุรกิจออนไลน์ ตามแนวชีวิตวิถีใหม่ ให้ผู้บกพร่องทางการได้ยิน บุคคลออทิสติกและครอบครัว รวม 40 ครอบครัว ซึ่งการอบรมในครั้งนี้มุ่งเน้นให้เกิดการลงมือปฏิบัติจริง เรียนรู้การใช้สื่อออนไลน์ในการประกอบอาชีพ อาทิ วิธีการถ่ายภาพสินค้า การสร้างโพสต์ในการขายสินค้า การโปรโมทร้านค้า รวมถึงการเปิดเพจขายสินค้าออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มยอดนิยม เพื่อสร้างรายได้เลี้ยงดูตนเองและครอบครัวได้

โครงการทั่วโลก

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งส่งเสริมคุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม ผ่านการดำเนินโครงการที่หลากหลาย ครอบคลุมทุกพื้นที่ที่เครือฯ ดำเนินธุรกิจอยู่ ตามหลักปรัชญา 3 ประโยชน์ของเครือฯ คือการสร้างประโยชน์ให้ประเทศชาติ ประชาชน และองค์กร และขับเคลื่อนโครงการเหล่านี้ด้วยเจตนารมณ์ในการพัฒนาด้วยกันอย่างยั่งยืน



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
[คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม](#)

ก้าวต่อไปของเรา

เพื่อความต่อเนื่องในการดำเนินงานตามเป้าหมายความยั่งยืนปี 2573 ในการสนับสนุนและส่งเสริมอาชีพเพื่อช่วยสร้างรายได้ให้แก่ผู้ที่มีความต้องการนั้น เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดแผนการดำเนินงาน ดังนี้

- 01** ขยายขอบเขตการสนับสนุนและส่งเสริมอาชีพไปยังผู้ที่ต้องการความช่วยเหลืออื่น ๆ
- 02** เพิ่มสัดส่วนการจ้างงานคนในท้องถิ่นผ่านโครงการต่าง ๆ
- 03** ส่งเสริมเทคโนโลยีด้านดิจิทัลแพลตฟอร์มให้กับชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อย

ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ

Food Security & Access to Nutrition

โอกาสและความท้าทาย

รายงานระดับโลกว่าด้วยวิกฤติอาหาร 2564 หรือ 2021 Global Report on Food Crises ได้ระบุว่า ในปี 2563 ประชากรโลกกว่า 155 ล้านคนประสบกับความไม่มั่นคงทางอาหารอย่างรุนแรง และสถานการณ์ดังกล่าวยังคงเลวร้ายขึ้นมาจนถึงปี 2564 โดยสาเหตุหลักของสถานการณ์ดังกล่าวเป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรง ความขัดแย้งที่ยืดเยื้อทั้งในระดับท้องถิ่นจนถึงระดับประเทศ และการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศที่เกิดขึ้นทั่วโลก ซึ่งหากไม่มีการประสานงานความร่วมมือระหว่างองค์กรระดับสากล สถานการณ์ความไม่มั่นคงทางอาหารสามารถทวีความรุนแรง และขยายวงกว้างมากยิ่งขึ้น สิ่งนี้ถือเป็นหนึ่งความท้าทายและความเสี่ยงสำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์ในการบรรลุวิสัยทัศน์ของการเป็นองค์กรที่เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการสร้างอาหารคน อาหารสมอง โอกาสในการเข้าถึงคุณค่า เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงได้ประสานงานความร่วมมือกับหน่วยงาน และองค์กรต่าง ๆ เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการที่ดีให้แก่สังคมอย่างทั่วถึง



กระบวนการสร้างคุณค่า

➤ ประเด็นนำเข้า



Manufacturing Capital



Intellectual Capital



Relationship Capital

➤ ธุรกิจและกิจกรรมของเครือฯ

การวิเคราะห์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและภูมิคุ้มกันที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญตลอดห่วงโซ่คุณค่า

กลุ่มภูมิคุ้มกันที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

	2.1 ส่งเสริมการเข้าถึงอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการและความปลอดภัยที่เป็นระดับสากล
	2.2 ยุติภาวะทุพโภชนาการทุกรูปแบบ
	2.a ยุกระดับความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องโครงสร้างพื้นฐานในชนบท การวิจัยและส่งเสริมการเกษตร

➤ ผลลัพธ์และประโยชน์

ความคืบหน้าสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573



ของเด็ก ประชาชน และคนยากจนได้รับการสนับสนุนโอกาสในการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการ

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564

- จัดให้มีระบบบริหารจัดการด้านความพร้อมและความเพียงพอของอาหารที่มีประสิทธิภาพ
- ประสานความร่วมมือกับหน่วยงาน และองค์กรต่าง ๆ ในการริเริ่มโครงการแจกจ่ายอาหารส่วนที่เกิดจากการจัดจำหน่าย

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



Stakeholder Engagement Report 2021



UN SDGs Mapping Report 2021

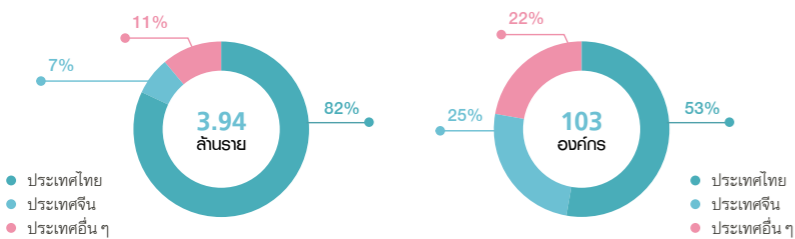
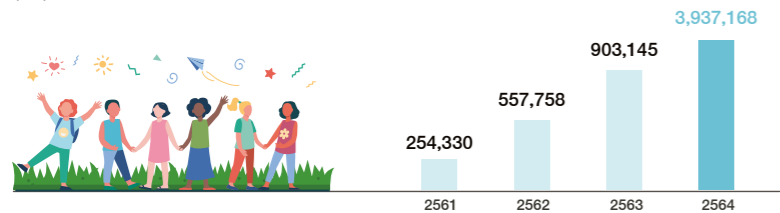
การสร้างความมั่นคงทางอาหารเพื่อวันข้างหน้า

ข้อมูลการดำเนินงานที่สำคัญ

ข้อมูลด้านการส่งเสริมการเข้าถึงอาหาร

จำนวนเด็ก เยาวชน ผู้ยากไร้ และผู้ที่อยู่ในสถานการณ์เสี่ยง ที่ได้รับโอกาสในการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการ

(ราย) *จำนวนตัวเลขสะสม

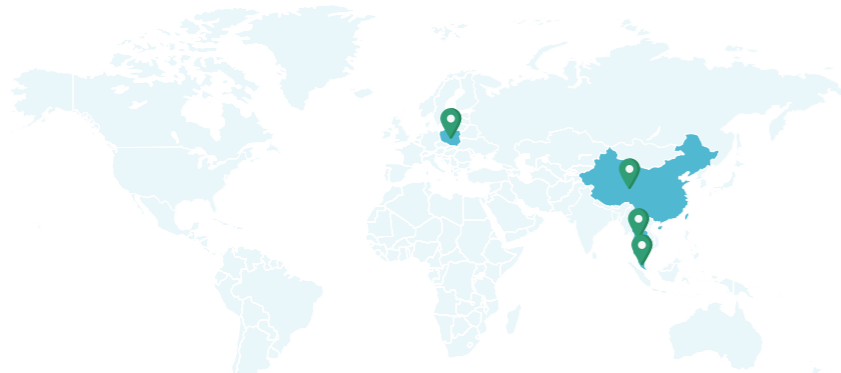


จำนวนมื้ออาหารที่บริจาคให้กับผู้ด้อยโอกาสโดยเฉพาะเด็ก เยาวชน ผู้ยากไร้ และผู้ที่อยู่ในสถานการณ์เสี่ยง ที่ได้รับโอกาสในการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการ ปี 2564

4,594,982 มื้อ



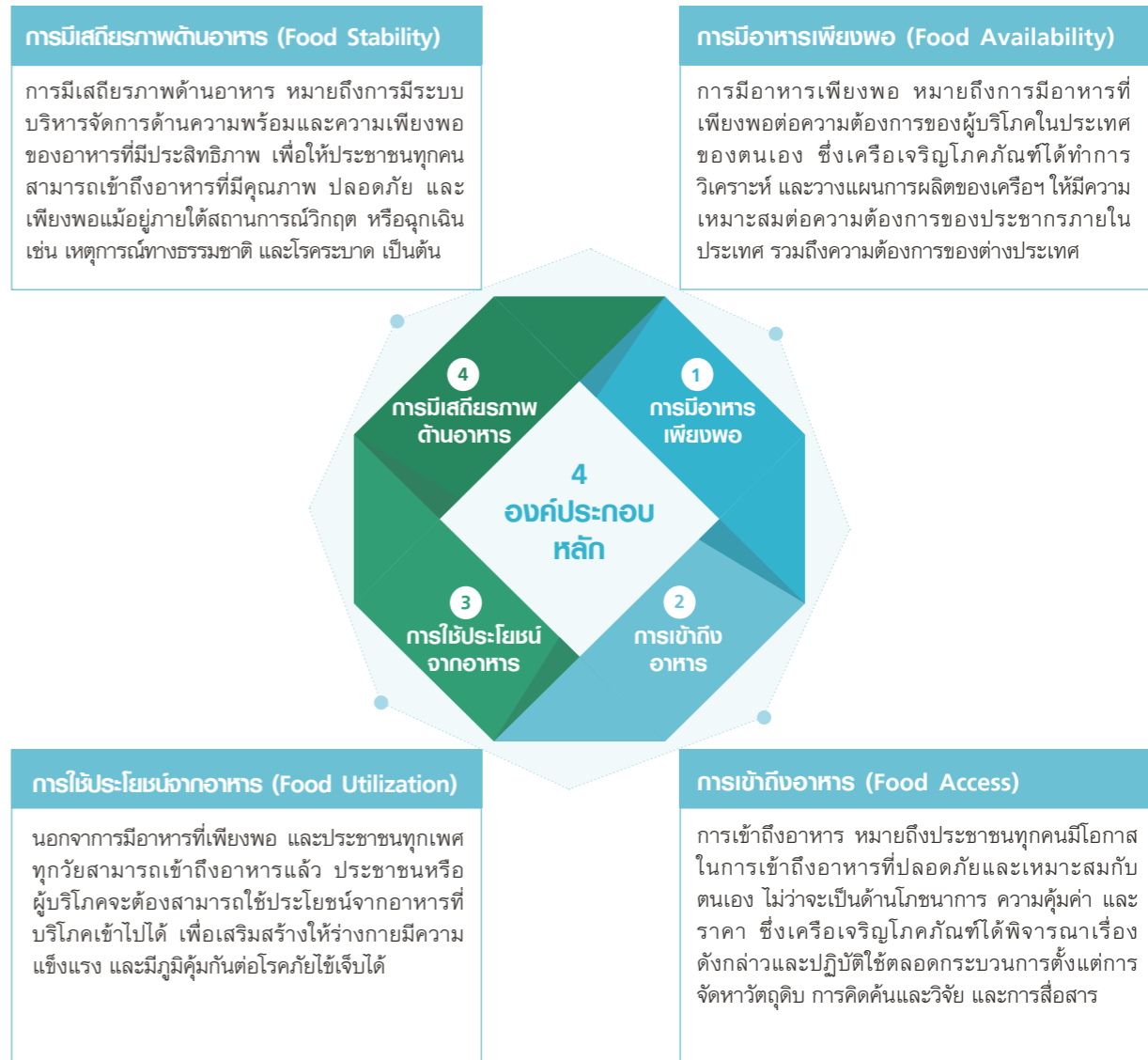
จำนวนองค์กรที่เครือข่าย ประสานความร่วมมือเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหารในแต่ละประเทศ



ประเทศไทย 54	ประเทศมาเลเซีย 2	ประเทศจีน 26	ประเทศโปแลนด์ 21
------------------------	----------------------------	------------------------	----------------------------

การบริหารจัดการความมั่นคงทางอาหาร

ในฐานะที่เครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นองค์กรผู้นำในธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจเวชภัณฑ์ เราจึงตระหนักถึงหน้าที่และความรับผิดชอบในการสร้างความมั่นคงทางอาหารเพื่อวันข้างหน้าที่ดีกว่าตลอดไป แนวทางการดำเนินงานของเครือฯ มุ่งเน้นไปที่ 4 องค์ประกอบหลัก ดังที่องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ หรือ Food and Agriculture Organization of the United Nations: FAO ได้กำหนดไว้



Case Study 16

กินได้ไม่ทิ้งกัน

โลตัส ผู้นำกลุ่มธุรกิจค้าปลีกร่วมมือกับองค์กรกลางในการนำอาหารที่จำหน่ายไม่หมดแต่ยังรับประทานได้ มีความปลอดภัย และมีโภชนาการ ขับเคลื่อนผ่านโครงการ “กินได้ไม่ทิ้งกัน” เพื่อส่งมอบอาหารปลอดภัยให้แก่ผู้ขาดแคลน ด้อยโอกาส และผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหารและโอกาสในการเข้าถึงอาหารอย่างเท่าเทียมกัน โดยปัจจุบันไฮเปอร์มาร์เก็ตของโลตัสทั้งหมด 40 สาขา รวมถึงศูนย์กระจายสินค้าอีก 5 แห่ง บริจาคอาหารที่ยังรับประทานได้ให้แก่ผู้ขาดแคลนผ่านองค์กรต่าง ๆ เช่น มูลนิธิสโกลาร์ส ออฟ ซัสทีแนนซ์ หรือ SOS ประเทศไทย ในการขนส่งอาหารที่จำหน่ายไม่หมดเพื่อนำไปบริจาคทุกวัน นอกจากนี้ยังร่วมงานกับมูลนิธิและองค์กรท้องถิ่นในจังหวัดอื่น ๆ ในการบริจาคอาหารที่ยังรับประทานได้



ปริมาณอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการเทียบเท่ากับจำนวนมื้ออาหารที่บริจาคทั้งหมด

2.8 ล้านมื้อ



เครือเจริญโภคภัณฑ์ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานองค์กรต่าง ๆ เพื่อนำอาหารส่วนที่เกิดจากการจัดจำหน่ายนำไปแจกจ่ายให้แก่ประชาชนกลุ่มเปราะบาง โดยอาหารที่นำไปแจกจ่ายนั้นยังคงมีความปลอดภัย และมีคุณค่าตามหลักทางด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยของอาหาร

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ [ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ](#)

Case Study 17

Food Bank เวียดนาม

ตั้งแต่ปี 2561 บริษัท ซี.พี. เวียดนาม ได้ร่วมมือกับ Food Bank เวียดนาม ซึ่งเป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และกลุ่มชุมชน เพื่อดำเนินการจัดเก็บอาหารจากหน่วยงานหรือภาคเอกชนที่มีการจำหน่ายอาหาร และนำไปแจกจ่ายให้แก่ผู้ขาดโอกาสในการเข้าถึงอาหารที่เพียงพอ โดยเป็นการมอบอาหารผ่านโปรแกรมต่าง ๆ อาทิ “มี้อาหารแห่งความรัก” ซึ่งมอบให้แก่ศูนย์เลี้ยงเด็กกำพร้า ศูนย์พักพิงเด็ก และวัด “ร้านอาหารคนดี 2000 จังหวัดเบ็นแจ” ซึ่งเป็นการจัดหาอาหารให้ผู้ยากจน ผู้ที่ประสบความเดือดร้อนและผู้ด้อยโอกาสในจังหวัดเบ็นแจ รวมถึงผู้ที่ประสบความเดือดร้อนจากเหตุภัยพิบัติ และ “โครงการรถแห่งความรัก” เพื่อจัดหาอาหารให้กับคนที่ยากลำบากหลังช่วงกักตัวเพราะโรค COVID-19 เป็นต้น



แจกจ่ายมื้ออาหารไปทั้งหมด (2561-2564)

348,920 มื้อ



ก้าวต่อไปของเรา

เพื่อเพิ่มโอกาสให้แก่เด็ก เยาวชน และคนยากจนในการเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพและเปี่ยมไปด้วยโภชนาการ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ตั้งแผนการดำเนินงานเป้าหมายความยั่งยืนเครือข่าย ปี 2573 ด้านความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ ไว้ดังต่อไปนี้

- 01 ให้ความรู้ หรือทักษะเกี่ยวกับอาหารที่ปลอดภัย ความรู้ด้านโภชนาการ และการบริโภคอย่างยั่งยืน
- 02 ขยายการฝึกกำลังกับองค์กรพันธมิตร เพื่อการแจกจ่ายอาหารส่วนเกินจากการจัดจำหน่ายไปยังผู้ที่มีความต้องการ

การบริหารจัดการนวัตกรรม

Innovation

โอกาสและความท้าทาย

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้ทุกอุตสาหกรรมและทุกธุรกิจต้องเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหม่ที่เข้ามาอย่างรวดเร็วและมีผลกระทบในระดับสูง โดยส่วนใหญ่ล้วนเป็นผลมาจากความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างรวดเร็ว ซึ่งความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปนี้ ทำให้การพัฒนาด้านเทคโนโลยี และดิจิทัลใหม่ ๆ เกิดขึ้นอย่างมากมาย และเติบโตในอัตราก้าวกระโดด เช่น ระบบการสื่อสารผ่านโครงข่ายดิจิทัลที่มีความเสถียรสูง การคิดค้นและผลิตผลิตภัณฑ์ รวมถึงบริการใหม่ ๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการทั้งด้านการดูแลสุขภาพ และด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม ซึ่งหากอุตสาหกรรมหรือธุรกิจไม่สามารถก้าวตาม หรือก้าวขึ้นเป็นผู้นำของการเปลี่ยนแปลงนี้ อุตสาหกรรมหรือธุรกิจนั้น ๆ สามารถสูญเสียความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตได้ในเวลาอันรวดเร็ว

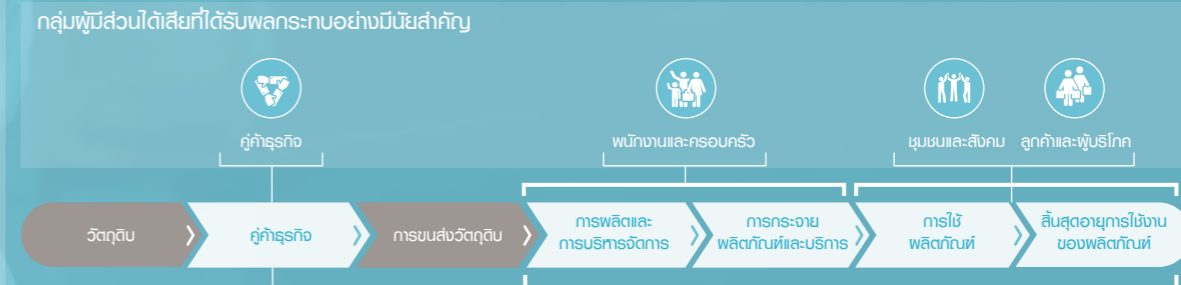


กระบวนการสร้างคุณค่า



ธุรกิจและกิจกรรมของเครือฯ

การวิเคราะห์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญตลอดห่วงโซ่คุณค่า



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

17	17.17 สนับสนุนความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพ	8	8.1 สร้างความหลากหลาย นวัตกรรม และยกระดับผลิตภาพทางเศรษฐกิจ
9	9.5 เพิ่มพูนการวิจัยและยกระดับเทคโนโลยีของภาคอุตสาหกรรม	9.b	9.b สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีภายในและความหลากหลายของอุตสาหกรรม

ผลลัพธ์และประโยชน์

ความคืบหน้าสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573



จำนวนสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรที่ได้รับการขึ้นทะเบียน

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564

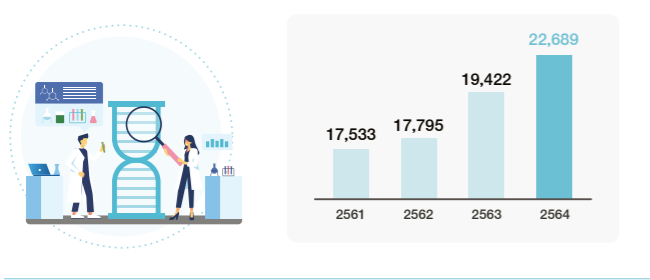
- นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์และบริการที่มุ่งสู่การเป็นสังคมดิจิทัล
- ปรับกลยุทธ์ด้านการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรม เพื่อก่อให้เกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- ส่งเสริมการสร้างองค์กรแห่งนวัตกรรมผ่านการมีส่วนร่วมของพนักงาน
- สร้างความร่วมมือระหว่างบริษัท และองค์กรในการคิดค้นนวัตกรรมแบบเปิด

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการวิจัย

ข้อมูลการดำเนินงานที่สำคัญ

ข้อมูลด้านการลงทุนวิจัยและพัฒนา

การลงทุนวิจัยและพัฒนา (ล้านบาท)



แนวทางการดำเนินการเพื่อสร้างนวัตกรรม

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรม เพราะเชื่อว่า การลงทุนในการวิจัยและพัฒนาจะช่วยส่งเสริมศักยภาพให้เครือฯ สามารถแข่งขันบนเวทีโลกได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ พร้อมกับสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียได้ในระยะยาว ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงได้กำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานในการสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อส่งมอบคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

ประยุกต์ใช้ดิจิทัลเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า	ประสบการณ์ผู้ใช้งาน	ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์	จัดทำนโยบายความปลอดภัยทางไซเบอร์และที่เกี่ยวข้อง เพื่อประกาศใช้กับพนักงานทุกระดับ
สร้างองค์ความรู้ด้านดิจิทัลให้พนักงาน และสร้างดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อเชื่อมโยงพนักงาน	การทำงานร่วมกับแบบดิจิทัล	เทคโนโลยียุคหน้า	ใช้ Cloud Technology เป็นทิศทางในการพัฒนาต่อยอดเทคโนโลยีของเครือฯ
นำ Internet of Things มาใช้ในธุรกิจค้าปลีกเพื่อสร้าง Digital Retail Store และ Artificial Intelligence ในการเลี้ยงสัตว์และเพาะปลูก	การทำงานอัตโนมัติ	ข้อมูลและการวิเคราะห์	เชื่อมโยงข้อมูลการดำเนินงานของแต่ละกลุ่มธุรกิจเข้าสู่ส่วนกลาง เพื่อใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจให้มีความแม่นยำ

นวัตกรรมกระบวนการผลิต

การเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต เป็นหนึ่งในแนวทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงได้ทำการศึกษา และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำมาโดยตลอดเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน พร้อมกับช่วยดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมผ่านการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และการลดผลกระทบจากกระบวนการผลิต โดยในปี 2564 มีโครงการเด่น ๆ ได้แก่ Micro Organization Operation Center Platform (MOOC) โครงการใช้ดิจิทัล โครงการ Xiangyang Million Pigs Whole Industry Chain Slaughtering Industry 4.0 Project

Case Study 18

Micro Organization Operation Center Platform (MOOC)

Micro Organization Operation Center Platform (MOOC) เป็นแพลตฟอร์มที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการบริหารการขายผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลแบบเรียลไทม์ และการเข้าถึงกลุ่มลูกค้ารายย่อยได้อย่างทั่วถึง แต่เดิม การเสนอบริการให้กับลูกค้าในพื้นที่จำเป็นต้องอาศัยทักษะของพนักงานขายเป็นหลัก และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งวิธีดังกล่าวไม่สามารถวิเคราะห์ผลการสำรวจความต้องการของลูกค้า และปัญหาได้แบบเรียลไทม์ บมจ. ทรู คอร์ปอเรชั่น หรือ TRUE Corporation จึงพัฒนา MOOC ขึ้น ซึ่งเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ช่วยวิเคราะห์ข้อมูลและเสนอบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีความรวดเร็ว และทันต่อความต้องการการใช้งานของลูกค้าได้เป็นอย่างดี



ยินดีต้อนรับสู่
true MOOC



นวัตกรรมผลิตภัณฑ์

ในปัจจุบัน ลูกค้าและผู้บริโภคต่างมองหาผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ด้วยเหตุนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงได้ร่วมมือกับคู่ค้าธุรกิจ ผู้ผลิต ลูกค้าและผู้บริโภคตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อระบุและพัฒนาผลิตภัณฑ์แห่งนวัตกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ที่ไม่เพียงแต่ตอบสนองต่อความต้องการได้ตรงจุด ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดี ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังเพิ่มศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของเราให้สูงสุด อาทิ บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ได้พัฒนาภาชนะพลาสติกชีวภาพ Polylactic Acid (PLA) ที่ผลิตจากพืช เพื่อใช้เป็นภาชนะสำหรับผลิตภัณฑ์หมูสด ไก่สดแช่เย็น CP Butcher ซึ่งภาชนะชนิดนี้สามารถย่อยสลายได้ 100% และลดการใช้มวลพลาสติกลงได้ 20%-30% นวัตกรรมภาคดังกล่าวยังได้รับรางวัลชมเชยจากงาน Thailand Research Expo 2020 Award อีกด้วย นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์แห่งนวัตกรรมอื่น ๆ เช่น Shopping Bag ถุงใส่อาหารอุ่นร้อน และ Blue Pot นวัตกรรมถุงต้มได้ เป็นต้น

Case Study 19

นวัตกรรมแพนเป้งห่อเกี้ยวนี้

เพื่อตอบสนองวิสัยทัศน์การเป็นครัวของโลก เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์เกี้ยวหนึ่งสไตล์จีนแซ่แข็งเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่เครือฯ ให้ความสำคัญในการผลิตและไม่หยุดที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสินค้าดังกล่าวเป็นสินค้าที่มีการแข่งขันในตลาดสูง และเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศจีน เครือฯ มีกำลังการผลิตเกี้ยวหนึ่งแซ่แข็งกว่าปีละ 29,400 ตัน จึงถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์หลักตัวหนึ่งในกลุ่มธุรกิจอาหารที่สร้างรายได้สู่เครือฯ จากการวิจัยทางตลาดพบว่าในช่วงการเตรียมอาหาร เกี้ยวหนึ่งแซ่แข็งจะถูกอุ่นร้อนและตั้งไว้รอรับประทาน หากเวลาตรงนั้นนานเกินไปจะทำให้แผ่นเป้งมีความแห้ง ขอบเป้งมีความแข็ง และเป้งที่อยู่ด้านล่างของตัวเกี้ยวแตกออก ทีมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงทำการคิดค้นพัฒนาแผ่นเป้งให้มีความนุ่ม ขอบเป้งไม่แข็งแม้ถูกอุ่นร้อนและทิ้งไว้นาน ซึ่งวิธีดังกล่าวต้องใช้เทคโนโลยีการแช่แข็งขั้นสูง ที่ทำให้แผ่นเป้งสูญเสียไอน้ำน้อย กลูเตนในเป้งมีการกระจายตัวสม่ำเสมอและมีความต้านทานไอน้ำและกักเก็บไอน้ำที่มากขึ้น จึงทำให้เมื่อผู้บริโภคอุ่นร้อนและตั้งทิ้งไว้ก่อนรับประทานก็ไม่ได้ทำให้ขอบเป้งและแผ่นเป้งมีความแข็ง หรือแตก เพิ่มรสสัมผัสในขณะรับประทาน นอกจากนี้ผลงานการวิจัยนี้ยังได้รับคัดเลือกให้จัดแสดงในงานมหกรรมนวัตกรรมเครือเจริญโภคภัณฑ์อีกด้วย



ก้าวต่อไปของเรา

เพื่อเป็นการตอบสนองต่อเป้าหมายหมายความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573 ด้านการบริหารจัดการนวัตกรรม และการสนับสนุนวิสัยทัศน์ขององค์กร เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ตั้งแผนการดำเนินงานไว้ดังต่อไปนี้

- 01 ประกาศแนวทางการกำหนดนโยบายผลตอบแทนสำหรับพนักงานที่สร้างผลงานสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างนวัตกรรม
- 02 ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมแบบเปิด และแบบปิดอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

เครือเจริญโภคภัณฑ์สนับสนุนให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ เพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่การเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการสร้างอาหารคน อาหารสมอง โดยเครือฯ ใต้จัดให้มีโครงการพอใจวันเดียว เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานสร้างผลงานที่เป็นนวัตกรรม หรือสิทธิบัตรได้

สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่



การแสวงหาโอกาสและสร้างความร่วมมือ ด้านนวัตกรรม

การเงินผ่านทรูมันนี่วอลเล็ต

บริษัท แอสเซนดิมันนี่ จำกัด พัฒนาแอปกระเป๋าเงินทรูมันนี่วอลเล็ต และตั้งเป้าพัฒนาเป็นผู้นำตลาดกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ในปี 2564 บริษัทได้ร่วมมือกับพันธมิตรในระบบนิเวศด้านการเงิน การบริการออนไลน์ และการบริการจากต่างประเทศ อาทิเช่น แอปเปิ้ล เน็ต-ฟลิกซ์ อโกต้า ฟู้ดแพนด้า SCBAM KSAM ฯลฯ ในพัฒนานวัตกรรมด้านการบริการอย่างครบวงจร โดยครอบคลุมการให้เครดิตวงเงินพร้อมใช้งาน สินเชื่อสำหรับผ่อนสินค้า เงินฝากดอกเบี้ยสูง บริการลงทุนจองซื้อหุ้น ทำให้จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น 40% และรายได้เพิ่มขึ้น 50%



ชีวา พอร์ค (Cheeva Pork) นวัตกรรมเนื้อหมู โอมก้า 3 สูง

ชีวา พอร์ค (Cheeva Pork) เป็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เนื้อหมูสตรรายแรกของโลกที่มีโอเมก้า 3 สูง โดยบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ได้คิดค้นวิจัยพัฒนาสูตรอาหารสำหรับสุกรร่วมกับ National Laboratory Animal Center โดยใช้สูตรสุดยอดอาหารที่มีส่วนประกอบของเมล็ดแฟล็กซ์ สาหร่าย และน้ำมันปลาทะเลน้ำลึกทำให้เนื้อสุกรที่ได้มีโอเมก้า 3 สูงกว่าการเลี้ยงด้วยอาหารปกติเฉลี่ย 2.5 - 3 เท่า ทั้งยังปลอดภัยและมียาปฏิชีวนะตลอดขั้นตอนการเลี้ยง จึงมีส่วนช่วยลดโอกาสในการเกิดโรคหลอดเลือดหัวใจของผู้บริโภค นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์อย่างชีวา พอร์ค ช่วยเพิ่มรายได้ในกลุ่มสินค้ากว่า 400 ล้านบาท

โครงการยกระดับบรรจุภัณฑ์ยืดอายุเนื้อโคไทยสู่ความยั่งยืน

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อโคไทยตกแต่งต้องมีการตัดแต่งชิ้นเนื้อที่หน้างาน และบรรจุภัณฑ์เดิมเป็นแบบใส่ถาดโฟมและปิดด้วยฟิล์มยืด ทำให้ผลิตภัณฑ์มีอายุในการเก็บรักษาเพียง 3 วัน บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) จึงได้ร่วมมือกับคู่ค้าที่เป็นเกษตรกรจำหน่ายเนื้อวัว ในการถ่ายทอดเทคนิคการตัดแต่งชิ้นเนื้อ และพัฒนาเทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์แบบ Skin Pack ซึ่งเทคโนโลยีใหม่นี้ทำให้อัตราการแพร่ผ่านของความชื้นและอากาศผ่านบรรจุภัณฑ์ลดลง ส่งผลให้อัตราการเจริญเติบโตของเชื้อจุลินทรีย์ที่ใช้อากาศและความชื้นในการเจริญเติบโต จึงช่วยยืดอายุของสินค้าได้ถึง 21 วัน หรือเพิ่มขึ้น 700% ส่งผลให้บริษัทเพิ่มรายได้จากผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ถึง 57 ล้านบาท/ปี และลดค่าแรงพนักงานได้ 12 ล้านบาทต่อปี



การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

Stakeholder
Engagement

โอกาสและความท้าทาย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 100 ปี ธุรกิจของเครือฯ เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยได้ขยายฐานธุรกิจครอบคลุมหลายประเทศทั่วโลกถึง 21 ประเทศและเขตเศรษฐกิจ ซึ่งเครือฯ ตระหนักดีว่าความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจและช่วยให้เกิดการพัฒนากิจการดำเนินงานในอนาคตอย่างมีประสิทธิภาพ แม้ว่าการบริหารความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรจะมีความท้าทายมากยิ่งขึ้นตามจำนวนของผู้มีส่วนได้เสียที่เพิ่มขึ้นและมีความคาดหวังสูงขึ้น ด้วยเหตุนี้เครือฯ ได้จึงได้บูรณาการกระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียไปในการบริหารองค์กรในหลายด้าน และทบทวนรูปแบบการจัดกิจกรรมและช่องทางการสื่อสารและการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี อีกทั้งยังจัดให้มีการสื่อสารหลากหลายรูปแบบเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียมั่นใจได้ว่า เครือฯ เปิดโอกาสให้ทุกกลุ่มได้มีส่วนร่วมและเสนอข้อคิดเห็นได้อย่างโปร่งใสและเหมาะสม คงไว้ซึ่งความสัมพันธ์และความเชื่อถือซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ เครือฯ ยังเล็งเห็นถึงโอกาสในการร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียและพันธมิตรทั้งในระดับประเทศและระดับสากลในการผลักดันการพัฒนาความยั่งยืนที่เป็นประโยชน์ต่อประเทศ ต่อสังคมชุมชนและต่อองค์กร ซึ่งมีการดำเนินการผ่านโครงการและกิจกรรมที่หลากหลาย มุ่งเน้นการร่วมหารือ ประสานงาน และร่วมมือร่วมใจกันสร้างความสงบสุข ความยุติธรรมที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อสังคมโดยรวมอย่างยั่งยืน

กระบวนการสร้างคุณค่า

➤ ประเด็นนำเข้า



Relationship Capital

➤ ธุรกิจและกิจกรรมของเครือฯ

การวิเคราะห์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญตลอดห่วงโซ่คุณค่า

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



16.7 สร้างหลักประกันว่าจะมีกระบวนการตัดสินใจที่มีความรับผิดชอบครอบคลุมมีส่วนร่วมและมีความเป็นตัวแทนที่ดีในทุกระดับการตัดสินใจ



17.16 ยกระดับหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
17.17 สนับสนุนความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพ

➤ ผลลัพธ์และประโยชน์

ความคืบหน้าสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573



80%

82%

เป้าหมาย ปี 2564 และ 2573

คะแนนความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียหลักจากการสำรวจของทุกกลุ่มธุรกิจ

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564

- ร่วมกับกลุ่มธุรกิจภายในองค์กรจัดทำแผนพัฒนาและดำเนินการสำรวจการรับรู้ของผู้มีส่วนได้เสียที่วัดผลได้ในระดับเครือ
- พัฒนาแนวปฏิบัติด้านการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย
- ร่วมเสวนาในหลากหลายเวทีด้านความยั่งยืนระดับประเทศและระดับสากล

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



Stakeholder Engagement Report 2021



UN SDGs Mapping Report 2021

การสำรวจการรับรู้ของผู้มีส่วนได้เสีย ประจำปี 2564

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างมูลค่า คุณค่า ตลอดจนการสร้างสัมพันธ์ที่ดีและการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มกับองค์กรอย่างต่อเนื่อง เครือฯ ให้ความสำคัญกับการรับฟัง การมีส่วนร่วมและการร่วมมือกันของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มพร้อมทั้งผนวกและวิเคราะห์ประเด็นเหล่านี้กับประเด็นภายนอกที่เกี่ยวข้อง เพื่อขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวก นอกจากนี้ได้ร่วมมือกับพันธมิตรระดับโลกในการเพิ่มศักยภาพการจัดการ การใช้แนวทางการปฏิบัติที่เหมาะสม การแบ่งปันความรู้และทรัพยากรที่สร้างประโยชน์ตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ในปี 2564 เครือเจริญโภคภัณฑ์จัดทำ การสำรวจการรับรู้ของผู้มีส่วนได้เสีย โดยมุ่งเน้นไปที่ด้านการจัดการด้านความยั่งยืนและการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียของทุกกลุ่มธุรกิจของเครือฯ เป็นปีแรก เพื่อนำผลการสำรวจมาวิเคราะห์บททวนกลยุทธ์และการดำเนินงานของเครือฯ ให้สอดคล้องกับความสนใจและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียได้ดียิ่งขึ้น และเพิ่มโอกาสในการร่วมมือกันให้เกิดการสร้างสรรค์คุณค่าอย่างยั่งยืน

กระบวนการสำรวจการรับรู้ของผู้มีส่วนได้เสีย

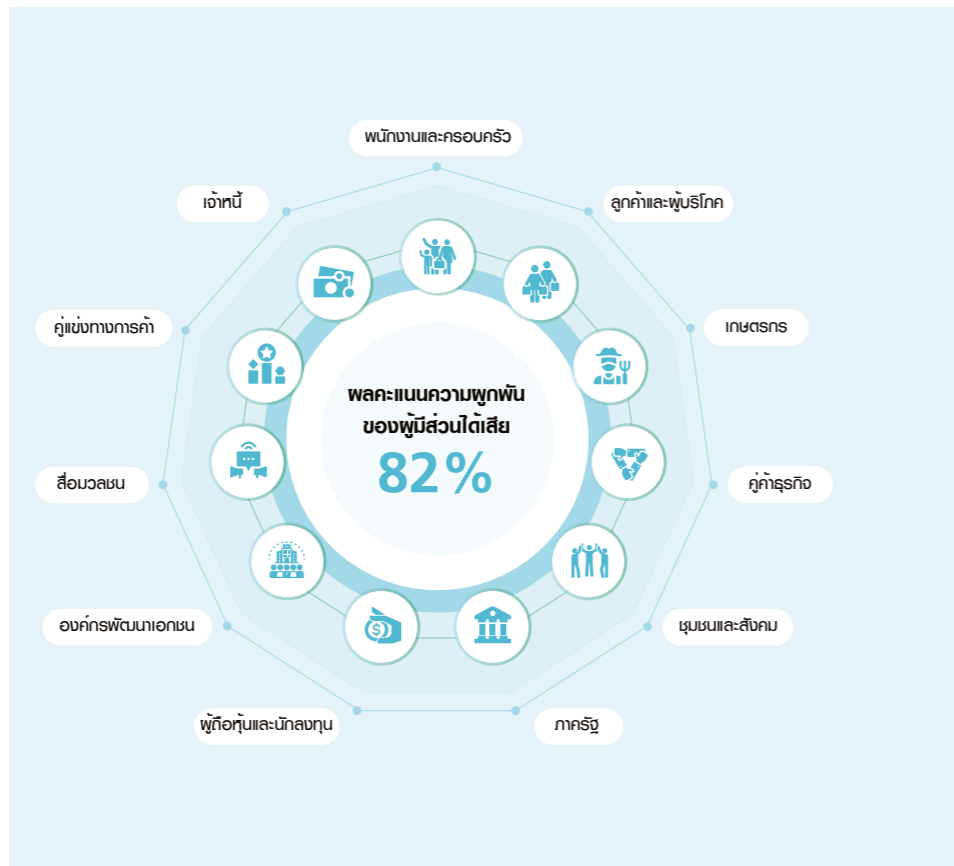
ในการจัดทำ การประเมินการรับรู้ของผู้มีส่วนได้เสียให้ครอบคลุมทุกกลุ่มคนและทุกกลุ่มธุรกิจภายใต้เครือเจริญโภคภัณฑ์ เครือฯ ได้จัดทำแบบสำรวจการรับรู้ในรูปแบบ Multi-Stakeholders' Perception Survey เพื่อประเมินคุณภาพของการมีส่วนร่วมระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้เสีย สอดคล้องตามหลักการระดับสากล AA1000 และเพื่อให้การจัดการสำรวจมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับวิถีชีวิตปัจจุบัน เครือฯ ได้จัดทำ การสำรวจผ่านระบบออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงได้โดยผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างสะดวกรวดเร็ว โดยได้มีขั้นตอนการดำเนินงานดังต่อไปนี้



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ [Stakeholder Engagement Report 2021](#)

รายงานฉบับนี้แสดงถึงพลกะแบบความผูกพัน, บทสรุปของความต้อการ, ความสนใจ และกลไกการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียครอบคลุมถึง 11 กลุ่มหลักของเครือฯ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ [Stakeholder Engagement Report 2021](#)



การรับฟังและตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสีย

พนักงานและครอบครัว

มีการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อสร้างความผูกพัน และคงไว้ซึ่งการปฏิบัติต่อพนักงานตามหลักสิทธิมนุษยชน การมุ่งมั่นเสริมสร้างการพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการดูแลสุขภาพภาวะที่ดี ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน

“ผมรู้สึกประทับใจในกระบวนการพัฒนาผู้นำขององค์กร เพราะผู้บริหารให้ความสำคัญเรื่องคน ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้เป็นอย่างมาก จนกลายเป็นวัฒนธรรมหนึ่งของบริษัท ซีพีแรม ทั้งในเรื่องสร้างบรรยากาศสถานที่ทำงาน ที่กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์”



คุณภริพัฒน์ ภัทรติมานนท์
บริษัท ซีพีแรม จำกัด

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
[Stakeholder Engagement Report 2021](#)

“สิ่งที่ประทับใจ เป็นอย่างมากคือผู้นำที่โอกาสคนรุ่นใหม่เข้ามาใน “คลังสูตรพัฒนาผู้นำเพื่ออนาคตเครือเจริญโภคภัณฑ์” โดยได้รับพิชชอบโครงการจัดการมูลไก่ ซึ่งแต่ละคนจะรับผิดชอบในแต่ละด้านของโครงการ แล้วก็มีการสนับสนุนจากทางผู้บริหารระดับสูงในการให้การสนับสนุนคนรุ่นใหม่เหล่านี้”



Ms. Fu Wenjing
Chia Tai Henning
Modern Agricultural
Technology Co., Ltd.

“การเสริมสร้างให้พนักงานเกิดความผูกพันกับสิ่งที่ทำ มีความผูกพันกับองค์กร การปลูกฝังให้พนักงานรุ่นใหม่มีความคุ้นเคยกับวัฒนธรรมองค์กร กลยุทธ์ที่ทำให้เกิดความรู้สึกเหมือนเข้าไปเป็นเจ้าขององค์กรด้วยจริง ๆ ก็จะเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้องค์กรมีผลการพัฒนาการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น”

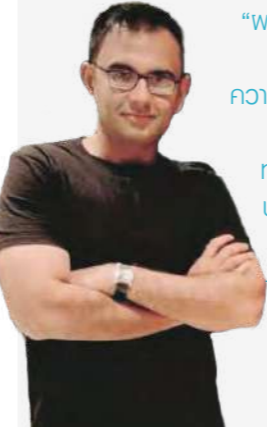


คุณวิลาสินี ขอบสอาด
บริษัท แอสเซนดท์ กรุ๊ป จำกัด

ลูกค้าและผู้บริโภค

มีการจัดทำเครื่องมือการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอผ่านช่องทางที่ทันสมัยและหลากหลาย มุ่งเน้นกระชับความสัมพันธ์ ทำความเข้าใจถึงความต้องการ เปิดรับข้อเสนอแนะและให้คำปรึกษากับลูกค้าและผู้บริโภค เพื่อพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ พร้อมทั้งเน้นย้ำการดูแลรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้าอย่างเคร่งครัด

“ผมรู้สึกประทับใจกับการที่ซีพีให้ความสำคัญกับสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพวคนด้วยการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ เช่น ไก่ที่ไมใช่ยาปฏิชีวนะและปราศจากฮอร์โมนเร่งการเจริญเติบโต”



Mr. Saddam Hossain
ประเทศบังกลาเทศ

“ทางบริษัท ช่วยผมในทุกเรื่อง ทั้งการชื้อขายปุ๋ย และการให้ความรู้ในการช่วยเพิ่มผลผลิตต่าง ๆ รวมทั้ง ให้การช่วยเหลือในการแก้ปัญหาเกษตรกรที่ไม่มีน้ำท่าฯ เช่น ซ่อมแซมอุปกรณ์ในการสูบน้ำ”



กำนันสุเทพ นูญแจ่ง
ประเทศไทย

“สิ่งที่ประทับใจ คือ บริษัทมีความมั่นคง เชื่อถือได้ ราคาคงที่ และมีการส่งเสริมความรู้ มีการส่งคู่มืออบรม รวมถึงมีทีมงานให้คำแนะนำปรึกษาตลอดเวลา”



คุณอัญชลี และคุณธวัชชัย ยอดวิธา
คู่ค้าเกษตรกร
จังหวัดน่าน ประเทศไทย

“ผมมองว่า บริษัท มีการดูแลลูกค้าอย่างเป็นธรรม มีระบบการสื่อสารข้อมูลที่ดี รวมถึงมีการชี้แจงเรื่อง Supplier Code of Conduct ให้กับลูกค้า”



คุณมานะ แซ่ตั้ง
บริษัท หัวเว่ย เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด

คู่ค้าธุรกิจ

จัดให้มีการพบปะคู่ค้า สื่อสาร พูดคุยตามความเหมาะสม เพื่อสร้างความเชื่อถือซึ่งกันและกัน คงไว้ซึ่งความสัมพันธ์ในระยะยาว นอกจากนี้ ได้เปิดโอกาสในการร่วมกันพัฒนาสินค้าและการบริการ คุณภาพ พร้อมยกระดับการดำเนินงานของคู่ค้าที่ตรวจสอบย้อนกลับได้ มีความพร้อมต่อการแข่งขันระดับโลก อีกทั้งการสื่อสารจรรยาบรรณธุรกิจกับคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาไว้ซึ่งการดำเนินงานร่วมกันอย่างโปร่งใสและรับผิดชอบ

การรับฟังและตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสีย



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

Stakeholder Engagement Report 2021

การร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อขับเคลื่อนการ พัฒนาอย่างยั่งยืนปี 2564

2564



15-16 มิถุนายน

ร่วมเสวนาในหัวข้อ "Light the Way to Glasgow and Net-Zero: Credible Climate Action for a 1.5 °C World" UNGC Leader Summit 2021



26-28 กรกฎาคม

จัดงานเสวนาในหัวข้อระบบอาหารที่ยั่งยืน โดยมีผู้บริหารและพนักงานจากหลากหลายกลุ่มธุรกิจเข้าร่วมเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ UN Food Systems Summit 2021



21 เมษายน

ร่วมประชุมผู้แทนประสานงาน WBCSD Liaison Delegate Meeting ในหัวข้อ Skills Strategies to Future-proof your Business and Create a Sustainable Future of Work



24 พฤษภาคม

ร่วมเสวนาเวที ASEAN-UK Race to Zero Dialogues หัวข้อ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร



8 กรกฎาคม

เป็นหนึ่งในคณะกรรมการวิชาการเพื่อขจัดปัญหาความเหลื่อมล้ำ ร่วมเสวนาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการจัดการปัญหาความไม่เท่าเทียม



เครือเจริญโภคภัณฑ์ เป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนประเด็นความยั่งยืนร่วมกับ United Nations Global Compact ในฐานะระดับ LEAD

สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องขององค์กรต่อข้อตกลงแห่งสหประชาชาติและหลักสากล 10 ประการ เพื่อขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (UN Sustainable Development Goals) มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสสูงสุดตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า รวมถึงการขับเคลื่อนสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2573

[ชมวิดีโอ](#) [อ่านข้อมูลเพิ่มเติม](#)



4 ตุลาคม

CEO ได้รับเลือกให้เป็นประธานสภาดิจิทัลฯ ต่ออีกวาระ เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านดิจิทัล



27 ตุลาคม

เข้าร่วมเสวนาในเวที การปฏิรูประบบอาหารในภูมิทัศน์ที่หลากหลาย (Food Systems Transformation in a Fragmented Landscape) จัดโดยสภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (WBCSD)



29 กันยายน

เป็นตัวแทนภาคธุรกิจในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เข้าร่วมการเสวนาในการบริหารความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ที่จัดโดยสภาธุรกิจโลกเพื่อความยั่งยืนและ Global Business Initiative (GBI)



11 ตุลาคม

เข้าร่วมพิธีประกาศเจตนารมณ์ ในงาน "GCNT Forum 2021: Thailand's Climate Leadership Summit 2021" ภายใต้แนวคิด "A New Era of Accelerated Actions"



8-10 พฤศจิกายน

ร่วมสะท้อนมุมมองและวิสัยทัศน์การประชุม UNFCCC COP26 ในหัวข้อ "Thailand Minister and Business Leaders' Climate Talk and Share on Net - Zero Transformation"

[สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่](#)

[การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย](#)

ก้าวต่อไปของเรา

เพื่อความต่อเนื่องในการดำเนินงานตามเป้าหมายความยั่งยืนปี 2573 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดแผนการดำเนินงานเพื่อสร้างความผูกพันและการร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

- 01 พัฒนาแบบสำรวจการรับรู้ของผู้มีส่วนได้เสียในระดับเครือข่าย อย่างต่อเนื่อง
- 02 จัดทำหลักสูตรอบรมในเรื่องกระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียในรูปแบบ E-learning
- 02 ร่วมกับพันธมิตรเพื่อผลักดันและยกระดับการดำเนินงานอย่างยั่งยืนให้ครอบคลุม



HOME LIVING TOGETHER

การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมแบบองค์รวมที่คำนึงถึงความสมบูรณ์และความสะอาดของดิน น้ำ ป่า และอากาศจะช่วยให้เราสามารถบรรลุเป้าหมายที่สำคัญของโลกในการจำกัดการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลกให้ไม่เกิน 1.5 องศาเซลเซียส และการรักษาวิถีชีวิตทรัพยากรทางธรรมชาติที่จำเป็นต่อการดำรงชีพของประชากรโลก ด้วยเหตุนี้เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมุ่งดำเนินธุรกิจไปในทิศทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การลดการเกิดและการจัดการของเสีย การสร้างประโยชน์สูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ และการปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากความมุ่งมั่นในการดำเนินงานของเราแล้ว เครือฯ ได้ขยายแนวทางการดำเนินงานไปยังคู่ค้าธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกในวงกว้าง



การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 134

แนวทางไปสู่องค์กรที่มีความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2573	136
ความร่วมมือกับองค์กรภายนอกเพื่อผลักดันด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	138
การประเมินความเสี่ยงและโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	140
การลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม	141
การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการจัดการพลังงาน	142
การจัดการและเพิ่มประสิทธิภาพพลังงานและการส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน	147
การประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์	148

ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน 150

กรอบการดำเนินงานตามระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน	152
การบริหารจัดการของเสีย	154
การบริหารจัดการการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร	156
การบริหารจัดการการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ยั่งยืน	158

การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ 160

การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน	164
ความร่วมมือกับพันธมิตรในการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำและสุขอนามัยของชุมชน	166

การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ 168

ความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียและองค์กรภายนอกเพื่อปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ	171
การอนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพของระบบนิเวศทรัพยากรบนบก	172
การอนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพของระบบนิเวศทรัพยากรทางทะเล	176

การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ 180

เสริมสร้างศักยภาพคู่ค้าธุรกิจเพื่อสร้างความเป็นเลิศในกระบวนการดำเนินงาน	182
การประสานความร่วมมือเพื่อสร้างห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน	183

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

Climate Resilience

โอกาสและความท้าทาย

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นวาระสำคัญระดับโลกที่มีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในอนาคต เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และมีความมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อลดปัญหาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น จึงดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงการดูแลสภาพภูมิอากาศพร้อมกับบูรณาการมาตรการด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนและการพัฒนาแบบคาร์บอนต่ำเพื่อให้เกิดผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศให้น้อยที่สุด เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายตามข้อตกลงปารีส (Paris Agreement) ที่จำกัดการเพิ่มอุณหภูมิโลกไว้ที่ 1.5 องศาเซลเซียส และให้ถึงสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 โดยตั้งเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามหลักเกณฑ์และคำแนะนำของ Science Based Targets (SBTi) ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emission)

ตลอดจนส่งเสริมให้ผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งตั้งเป้าหมายมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ภายในปี 2573 โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน และปกป้องสภาพแวดล้อม ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ รวมถึงการจัดการห่วงโซ่อุปทาน การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ อย่างยั่งยืน

กระบวนการสร้างคุณค่า

ประเด็นนำเข้า



ธุรกิจและกิจกรรมของเครือฯ

การวิเคราะห์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญตลอดห่วงโซ่คุณค่า

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



เกษตรกร ชุมชนและสังคม

คู่ค้าธุรกิจ

พนักงานและครอบครัว

ชุมชนและสังคม

ลูกค้าและผู้บริโภค

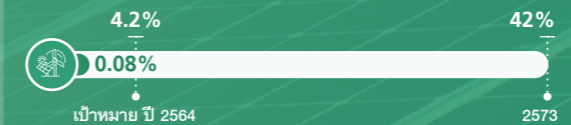


สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

11.6 ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในเขตเมือง	7.2 เพิ่มสัดส่วนของพลังงานทดแทนในการใช้พลังงานของโลก 7.3 เพิ่มอัตราการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานของโลกให้เพิ่มขึ้น 2 เท่า	12.2 การจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ 12.3 ลดขยะอาหารของโลกครึ่งหนึ่ง
12.2 การจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ 12.3 ลดขยะอาหารของโลกครึ่งหนึ่ง	11.6 ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในเขตเมือง	13.3 สร้างความตระหนักรู้และขีดความสามารถในเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
13.3 สร้างความตระหนักรู้และขีดความสามารถในเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	12.2 การจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ 12.3 ลดขยะอาหารของโลกครึ่งหนึ่ง 12.5 ลดการเกิดของเสียอย่างจริงจัง	12.2 การจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ 12.3 ลดขยะอาหารของโลกครึ่งหนึ่ง

ผลลัพธ์และประโยชน์

ความคืบหน้าสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573



การลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจ (Scope 1 และ Scope 2)

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564

- เปิดเผยข้อมูลด้านการจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศขององค์กรผ่าน CDP โดยสมัครใจเป็นปีแรก
- ร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย (Thailand Carbon Neutral Network) และ Carbon Markets Club
- ประกาศใช้นโยบายการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- เข้าร่วมตั้งเป้า SBT Near-Term Target

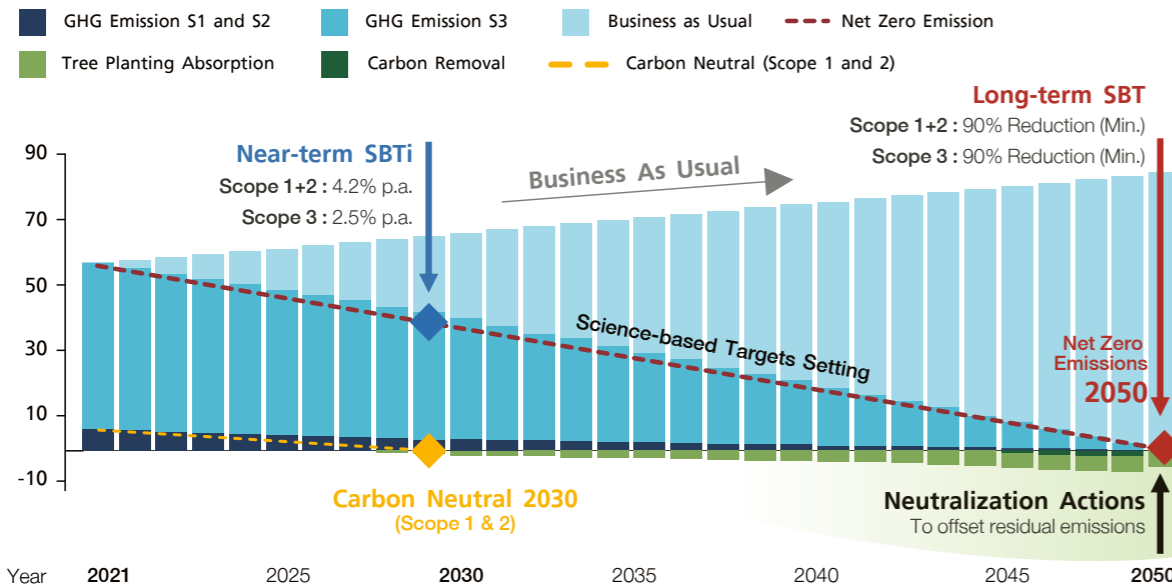
แนวทางไปสู่องค์กรที่มีความเป็นกลาง ทางคาร์บอนภายในปี 2573

เครือฯ ตั้งเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามหลักเกณฑ์และคำแนะนำของ Science Based Targets (SBTi) ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ โดยมุ่งเน้นการบริหารจัดการพลังงานและทรัพยากรที่ส่งเสริมการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานและกิจกรรมที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เลือกใช้พลังงานสะอาด และอุปกรณ์และเทคโนโลยีประสิทธิภาพสูง ตามยุทธศาสตร์การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการส่งเสริมผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรที่มีความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ภายในปี 2573 และอยู่ระหว่างการศึกษาพิจารณาเข้าร่วมการตั้งเป้าหมายผ่านระบบ SBTi ทั้ง Near-term และ Long-term Targets



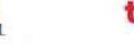
C.P. Group Net Zero Pathway (GHG Emission Scope 1 2 and 3)

*Unit: Million Ton CO₂e



ความร่วมมือกับองค์กรภายนอกเพื่อผลักดัน ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นต่อการดำเนินธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน โดยบริษัทในเครือฯ ประกอบธุรกิจภายใต้ค่านิยม 3 ประโยชน์ ที่มุ่งสร้างสรรค์ประโยชน์เพื่อประเทศชาติในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ เอกชนและประชาสังคม ตลอดจนมีการสื่อสาร การวัดผล การสร้างเครื่องมือ และจัดทรวัดกรรมที่ช่วยสนับสนุนตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งสิ่งดังกล่าวจะทำให้เกิดการบรรลุเป้าหมายได้อย่างยั่งยืน



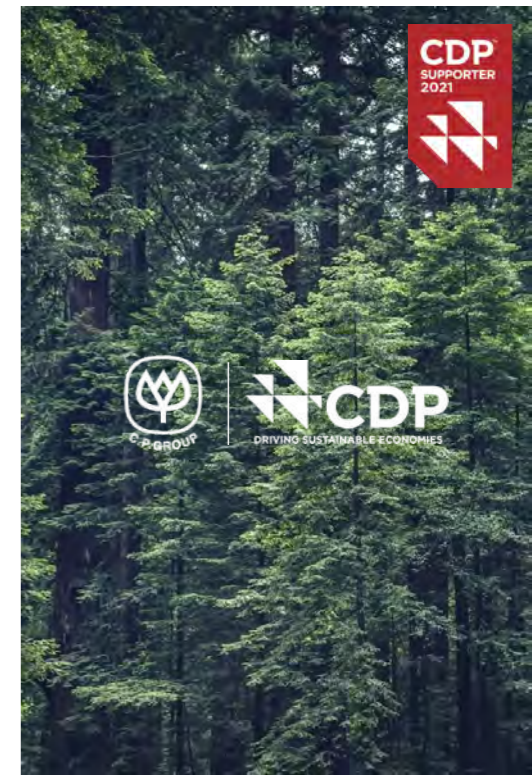
หนึ่งในความมุ่งมั่นของเครือฯ ในการร่วมมือกับองค์กรภายนอกเพื่อผลักดันด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ คือการแสดงความมุ่งมั่นต่อเวทีระดับโลกมากมาย ในปี 2564 ที่ผ่านมามี อาทิ UNFCCC COP26, Climate Action Leader Forum 2021, UN Global Compact Leader Summit และ GCNT Forum 2021



เครือเจริญโภคภัณฑ์เข้าร่วมเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย (Thailand Carbon Neutral Network หรือ TCNN) และ Carbon Market Club เพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคท้องถิ่น/ชุมชน ในการยกระดับการลดก๊าซเรือนกระจก เพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมที่เป็นมิตรต่อสภาพภูมิอากาศ และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ตามเจตนารมณ์ของประชาคมโลก

เครือเจริญโภคภัณฑ์และบริษัทภายในเครือฯ อีก 3 บริษัทได้แก่ บมจ. ซีพีเอฟ บมจ. ทู คอร์ปอเรชั่น และ บมจ. ซีพี ออลล์ ยังได้รับรางวัลธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน (LCSI) ประจำปี 2564 ซึ่งเป็นรางวัลที่เชิดชูเกียรติให้กับองค์กรที่ได้ผ่านเกณฑ์ตัวชี้วัดการประเมินและจัดระดับธุรกิจที่มีการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับองค์กรธุรกิจอื่นในการร่วมกันแก้ปัญหาโลกร้อน

นอกจากนี้เครือฯได้รับการประเมิน ระดับ B- (ระดับ Management Level) จากองค์กรประเมินความยั่งยืนที่มีมาตรฐานและเป็นที่น่าเชื่อถือในระดับสากลด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ หรือ CDP โดยเป็นการเปิดเผยข้อมูลแบบสมัครใจเป็นปีแรก



การประเมินความเสี่ยงและโอกาส จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

เครือเจริญโภคภัณฑ์กำหนดกรอบการดำเนินงานเพื่อบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตลอดห่วงโซ่อุปทาน และได้มีการประเมินความเสี่ยงและโอกาสขององค์กรจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พร้อมทั้งจัดทำรายงาน Climate-Related Risk Management Report ตามแนวทางของ Task Force on Climate-Related Financial Disclosure (TCFD)

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

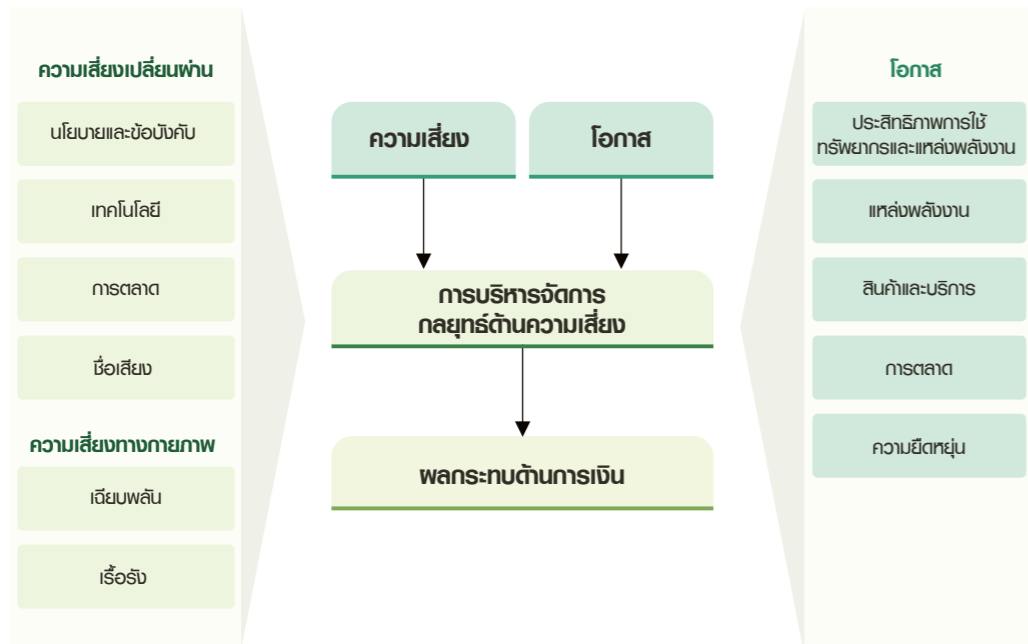
[นโยบายการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ](#)



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- [รายงาน Climate-Related Risk Management](#)
- [รายงาน TCFD Report 2021](#)

ความเสี่ยงและโอกาสของเครือฯ จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



กรอบการดำเนินงานเพื่อการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์เพื่อผลิตภัณฑ์และบริการที่ยั่งยืน

- ประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมตลอดวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์และบริการ
- เพิ่มการขอรับรองฉลากสิ่งแวดล้อมและฉลากคาร์บอน

การมุ่งสู่องค์กรที่ไม่ปล่อยก๊าซเรือนกระจก

- ตั้งเป้าหมายองค์กรที่มีความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ภายในปี 2573
- เข้าร่วม Race to Zero Campaign และร่วมตั้งเป้าหมายตามหลักเกณฑ์ SBTi
- มุ่งสู่การเป็นองค์กรที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593

การบริหารจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการใช้พลังงาน

- รวบรวม และทวนสอบการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรงและทางอ้อมขององค์กรทั้ง Scope 1, 2 และ 3
- ประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกด้านไปไม่ การใช้ที่ดิน และการเกษตรตามแนวทาง FLAG SBTi
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการใช้พลังงาน

การประเมินความเสี่ยงและโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

- ดำเนินการประเมินความเสี่ยงและโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- จัดทำการวิเคราะห์สถานการณ์จากอุณหภูมิที่มีผลต่อองค์กรในด้านต่าง ๆ (Scenario Analysis) ตามข้อเสนอแนะของคณะทำงานเฉพาะกิจด้านการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ (TCFD)
- พัฒนาแผนการจัดการความเสี่ยงอันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การดำเนินงานกิจกรรมที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

- ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ
- ใช้พลังงานหมุนเวียน
- บริหารจัดการของเสีย
- ใช้การคมนาคมอย่างยั่งยืน

การดำเนินงานกิจกรรมที่จัดการความเสี่ยงที่เกิดจากผลกระทบต่อสภาพภูมิอากาศ

- สนับสนุนระบบเกษตรกรรมฟื้นฟู และเกษตรกรรมอย่างยั่งยืน
- เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ และขีดความสามารถของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน
- จัดทำแผนการบริหารจัดการภัยพิบัติ
- ดำเนินการปลูกป่าอย่างยั่งยืน

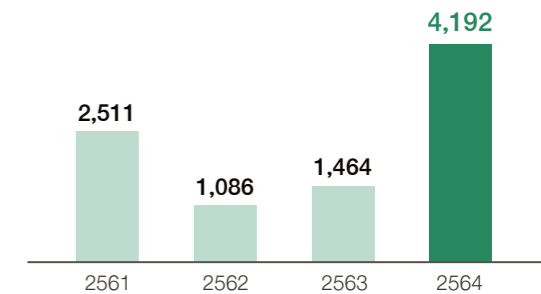
การลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการตรวจสอบการใช้ทรัพยากรและพลังงานต่าง ๆ รวมไปถึงการจัดการของเสียที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องผ่านระบบและอุปกรณ์ตามมาตรฐานระดับสากล โดยเครือฯ ได้มีการลงทุนด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมผ่านโครงการหลากหลายประเภท ทั้งการพัฒนาพลังงานทดแทน อาทิ การลงทุนพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อลดการใช้ไฟฟ้าที่เกิดจากพลังงานสกปรก หรือการใช้ความร้อนใต้พิภพ การลงทุนในพลังงานหมุนเวียน เช่น การใช้เชื้อเพลิงชีวภาพเพื่อทดแทนเชื้อเพลิงฟอสซิล รวมไปถึงการลงทุนด้านการก่อสร้างอาคารประหยัดพลังงาน เป็นต้น ทั้งนี้ในปีที่ผ่านมาเครือฯ ได้ลงทุนด้านสิ่งแวดล้อมผ่านโครงการต่าง ๆ เป็นมูลค่ากว่า 4,192 ล้านบาท

กรณีศึกษาผลตอบแทนการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม

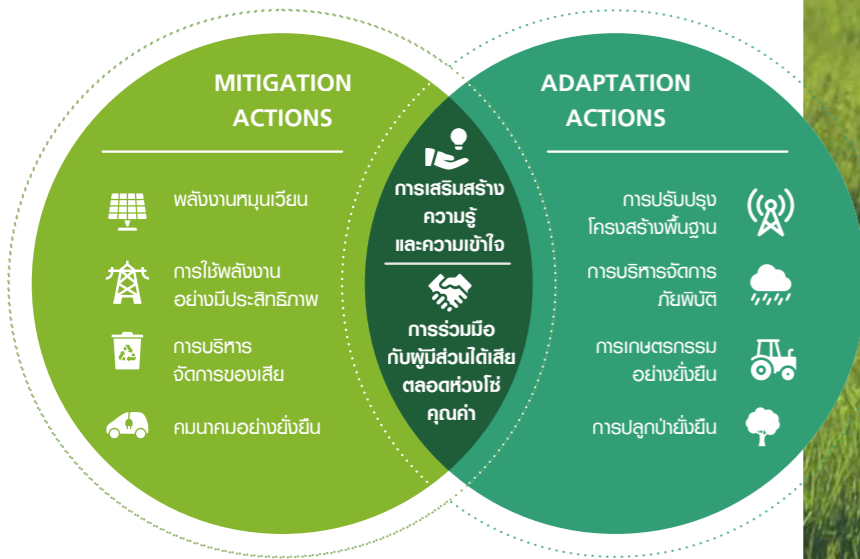
สรุปผลการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม

หน่วย: ล้านบาท



การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการจัดการพลังงาน

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างรุนแรง อาจส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ และหากใช้ทรัพยากรอย่างไม่มีประสิทธิภาพหรือไม่มีการเตรียมพร้อมเพื่อรับมือผลกระทบ เช่น ภาวะฝนแล้งรุนแรง อาจส่งผลให้ขาดแคลนทรัพยากรในกระบวนการผลิต เครื่องจักรโยคภัณฑ์จึงได้มีการดำเนินการปรับตัวและลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ โดยสามารถแบ่งออกเป็น Mitigation Action (กิจกรรมที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอันเป็นสาเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ) และ Adaptation Actions (กิจกรรมที่จัดการความเสี่ยงที่เกิดจากผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ)



Case Study 20

โครงการสวนเกษตรสมัยใหม่ CIXI ประเทศจีน

เพื่อจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

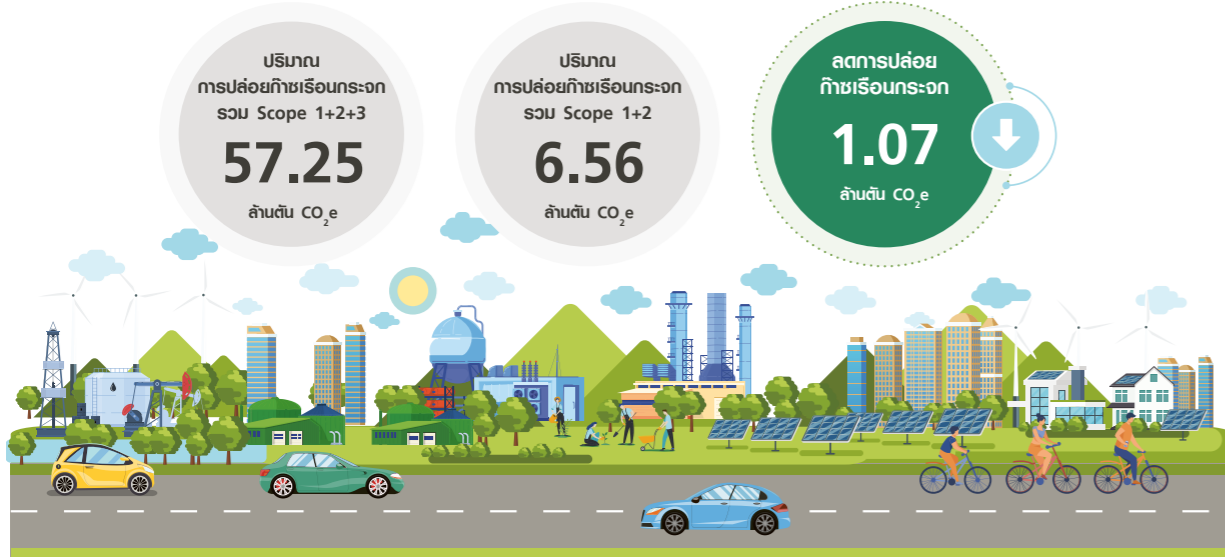


ปัจจุบันประเทศจีนมีพื้นที่ดินเค็มมากกว่า 200 ล้านไร่จีน หรือ ประมาณ 83 ล้านไร่ ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการใช้ที่ดินไม่ถูกวิธี เครื่องจักรโยคภัณฑ์จึงได้นำโมเดลรูปแบบสวนเกษตรสมัยใหม่มาใช้เพื่อช่วยจัดการแก้ปัญหาดินเค็มและดินที่มีสภาพเป็นทะเลทราย โดยปรับเปลี่ยนพื้นที่ที่เคยถูกทิ้งร้างให้กลับมาเป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูก โดยโครงการสวนเกษตรสมัยใหม่ (Cixi Modern Agricultural Park) ที่เครือฯ ได้ก่อตั้งขึ้นได้จัดการปัญหาดินเค็มโดยอาศัยวิธีการทางชีวภาพเพื่อฟื้นฟูความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่เพาะปลูก ซึ่งนอกจากจะสามารถช่วยแก้ปัญหาดินเค็มแล้ว ยังช่วยลดการสูญเสียทรัพยากร เพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพ ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเพาะปลูก การใช้ปุ๋ย การใช้ยาฆ่าแมลงและใช้ที่ดินที่ไม่เหมาะสม และลดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งยังยกระดับให้มีผลผลิตเพิ่มขึ้นในระดับปานกลางถึงสูง พร้อมรับประกันความมั่นคงและความปลอดภัยของอาหาร จนกลายเป็นโครงการต้นแบบสำหรับโครงการปรับปรุงพื้นที่ดินเค็มในประเทศจีน ปัจจุบันเครื่องจักรโยคภัณฑ์ได้จัดตั้งสวนเกษตร 10 กว่าแห่งทั่วประเทศจีน ช่วยปรับปรุงพื้นที่ดินมากกว่า 300,000 ไร่จีน หรือ ประมาณ 125,000 ไร่ และจะขับเคลื่อนขยายผลไปยังที่ดินมากกว่า 2 ล้านไร่จีน หรือ ประมาณ 833,333 ไร่ พร้อมทั้งฝึกอบรมเกษตรกรกว่า 10,000 คนเพื่อร่วมกันขยายผล

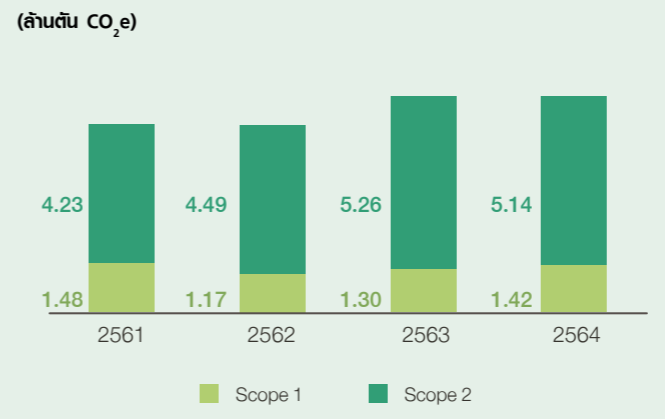
แผนการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
เครือเจริญโภคภัณฑ์ C.P.Group Adaptation Plan and Commitment

ข้อมูลการจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจกปี 2564

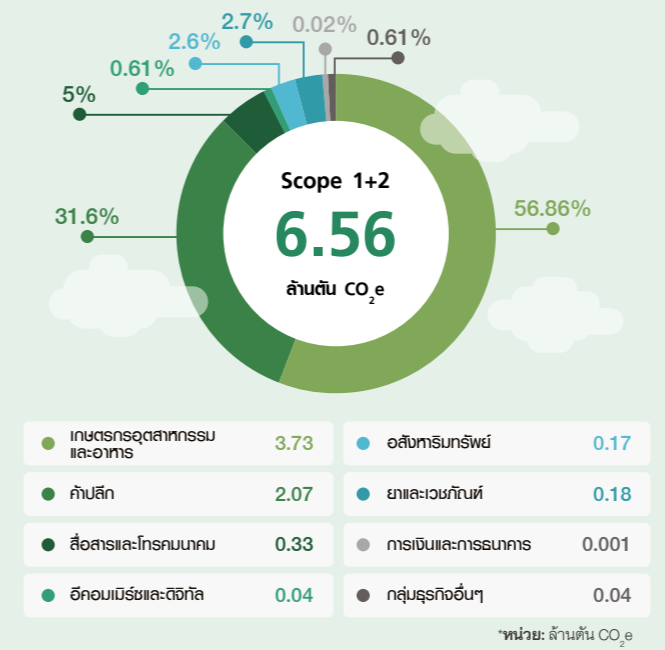


Scope 1	Scope 2	Scope 3
1.42 ล้านตัน CO ₂ e	5.14 ล้านตัน CO ₂ e	50.69 ล้านตัน CO ₂ e
กิจกรรมในองค์กรและยานพาหนะขององค์กร 3% กิจกรรมในองค์กร 0.93 ยานพาหนะขององค์กร 0.22 สารทำความเย็น 0.27	ไฟฟ้าที่ซื้อ ความร้อนและไอน้ำและความเย็น 9% ไฟฟ้าที่ซื้อ 5.10 ความร้อนและไอน้ำ 0.04 ความเย็น 0.001	กิจกรรมต้นน้ำ: 74% สินค้าและบริการที่ซื้อมาใช้ 35,126 ของเสียที่เกิดขึ้นในองค์กร 1,010 สินค้าทุน 229 การเดินทางทางธุรกิจ 1.9 กิจกรรมที่มีการใช้เชื้อเพลิงและพลังงาน 2,633 การเดินทางของพนักงาน 1,144 การขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้า 2,168 พื้นที่เช่า 0
		กิจกรรมปลายน้ำ: 14% การขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้า 235 กระบวนการผลิตที่เกิดขึ้นกับสินค้าที่ขายไป 514 การใช้สินค้าที่ขายไป 1,919 การจัดการผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน 157 แฟรนไชส์ 0 การลงทุน 5,461 พื้นที่เช่า 93
*หน่วย: ล้านตัน CO ₂ e	*หน่วย: ล้านตัน CO ₂ e	*หน่วย: พันตัน CO ₂ e

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเทียบกับ



ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแบ่งตามกลุ่มธุรกิจ

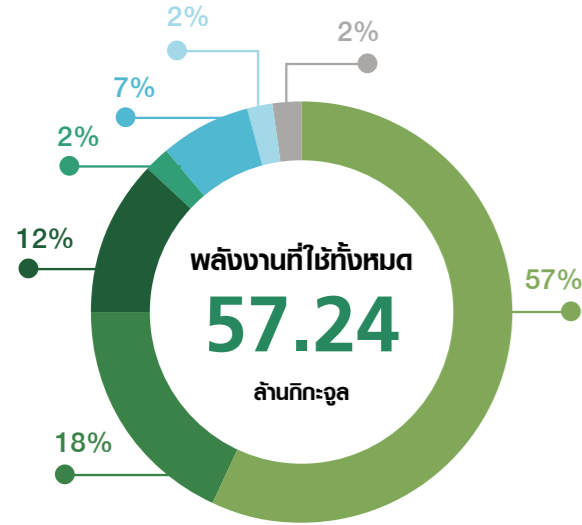


ข้อมูลการจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อรายได้

สัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแยกตามประเภท

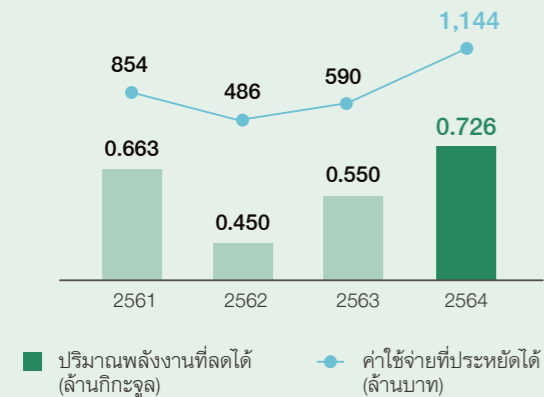
ข้อมูลการจัดการพลังงาน ปี 2564



ไฟฟ้า	32.52	57%
ก๊าซธรรมชาติ	10.52	18%
พลังงานหมุนเวียน	7.07	12%
ถ่านหิน	1.37	2%
น้ำมันดีเซลและแก๊สโซลีน	3.90	7%
น้ำมันเตา	0.97	2%
เชื้อเพลิงปิโตรเลียมเหลว	0.89	2%

*ข้อมูลการใช้พลังงานทั้งหมดแบ่งตามประเภทเชื้อเพลิง

ผลการดำเนินงานด้านการประหยัดพลังงาน

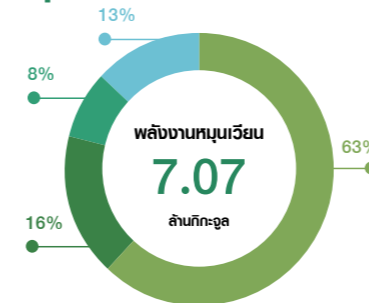


- สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
- [ข้อมูลการใช้พลังงานระหว่างปี 2561-2564](#)
 - [ข้อมูลการใช้พลังงานต่อรายได้](#)
 - [ข้อมูลการใช้พลังงานทั้งหมดแยกรายประเทศ](#)
 - [ข้อมูลการใช้พลังงานทั้งหมดแบ่งตามกลุ่มธุรกิจ](#)

การจัดการและเพิ่มประสิทธิภาพพลังงาน และการส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินโครงการปรับปรุงการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมพลังงานหมุนเวียนผ่านการจัดทำโครงการต่าง ๆ อาทิ การผลิตพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ การใช้เชื้อเพลิงชีวมวล และการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตพลังงานชีวภาพ เพื่อเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน ทดแทนการใช้พลังงานจากฟอสซิล ได้ขยายผลไปยังทุกกลุ่มธุรกิจทั่วโลก

ข้อมูลการใช้พลังงานหมุนเวียน ปี 2564



เชื้อเพลิงชีวมวล	4.42	63%
ก๊าซชีวภาพ	1.16	16%
พลังงานแสงอาทิตย์	0.55	8%
พลังงานสะอาดที่ซื้อ	0.94	13%

Case Study 21

โครงการการผลิตพลังงานไฟฟ้าด้วยแสงอาทิตย์

กลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ภายในเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินโครงการพลังงานทดแทนเพื่อสิ่งแวดล้อมด้วยการติดตั้งระบบผลิตพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์บนหลังคา (Solar Rooftop) โดยมีการติดตั้งทั้งที่โรงงานผลิตอาหารสัตว์ โรงงานแปรรูปอาหารฟาร์มต่าง ๆ ศูนย์กระจายสินค้า อาคารสำนักงาน สถานีฐานส่งสัญญาณ ไปจนถึงร้านสะดวกซื้อ โดยมีกำลังผลิตไฟฟ้าติดตั้งรวมทั้งหมดในปี 2564 คิดเป็นปริมาณ 76 MWp สามารถผลิตกระแสไฟฟ้าได้มากกว่า 91 ล้าน kWh ต่อปี หรือคิดเป็นปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดลงได้กว่า 43,366 ตัน CO₂e



ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดลง **43,366 ตัน CO₂e**



กำลังไฟฟ้าติดตั้ง **76 MWp**



จำนวนสถานที่ที่ใช้ระบบ Solar **961 แห่ง**

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- [ข้อมูลเพิ่มเติมโครงการพลังงานทดแทน](#)

การประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการนำแนวคิดการประเมินผลผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวัฏจักรชีวิต (Life Cycle Assessment: LCA) มาใช้ ซึ่งจะพิจารณาตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบ การขนส่ง กระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย การใช้งาน รวมไปถึงการจัดการของเสีย ซึ่งถือเป็นแนวทางเพื่อบริหารจัดการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่พิจารณาอย่างครบถ้วนและรอบด้าน มุ่งการลดผลกระทบให้ตรงจุด นอกจากนี้ยังได้ขอการรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ทั้งฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์ ฉลากลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์ และ ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

 [การประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์](#)



227 ผลิตภัณฑ์*

ได้รับการรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์



28 หมวดหมู่*

ที่ได้รับการรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร

* จำนวนสะสม



30 ผลิตภัณฑ์*

ได้รับการรับรองฉลากลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์

ก้าวต่อไปของเรา

- 01 ตั้งเป้า SBT Long-Term Target
- 02 จัดทำข้อมูลภาคเกษตร ที่ดิน และป่าไม้ของเครือฯ ตามมาตรฐาน FLAG-SBTi (Forest, Land and Agriculture)
- 03 สนับสนุนและร่วมผลักดันผู้มีส่วนได้เสียให้ร่วมลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

Case Study 22

ประเมินวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ของข้าวแบบดุก

บริษัท ซี.พี. อินเทอร์เน็ต จำกัด ได้ดำเนินโครงการการประเมินวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ของข้าวขาวดุกจากนาจังหวัดกำแพงเพชร เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ตลอดวัฏจักรชีวิต โดยสามารถประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้หลายด้าน อาทิ Global warming, Acidification, Eutrophication, Water Use โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (GaBi 5) ควบคู่ไปกับการเสริมสร้างบุคลากรให้มีความรู้และความเข้าใจในเทคนิคการประเมินวัฏจักรชีวิต และนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

รวมประเมินวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ 1 ถึงปริมาณของผลิตภัณฑ์

ผลกระทบที่ทำการประเมิน	ปริมาณ	หน่วย	วิธีการประเมิน
Global Warming	3.08	kg CO ₂ -eq	CML2001 – Nov. 09, Global Warming Potential (GWP 100 years)
Acidification (AP)	0.01	kg SO ₂ -eq	CML2001 – Nov. 09, Acidification (AP)
Eutrophication (EP)	0.00	kg Phosphate-eq	CML2001 – Nov. 09, Eutrophication (EP)
Abiotic Depletion (ADP elements)	0.00	kg Sb-eq	CML2001 – Nov. 09, Abiotic Depletion (ADP elements)
Ozone Depletion (ODP)	0.00	Kg R11-eq	CML2001 – Nov. 09, Ozone Depletion Potential (ODP)
Primary Energy from Resources	110.68	MJ	Primary energy from resources (gross cal value)
Energy Consumption	6.67	MJ	นาข้าว Unit Process
Water Use: Total	3.25	M ³	Total นาข้าว system process
• Direct	2.80	M ³	Direct นาข้าว Unit Process, Indirect นาข้าวของ total กับ direct
• Indirect	0.45	M ³	



ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

Circular Economy

โอกาสและความท้าทาย

ปัจจุบันความต้องการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพิ่มขึ้นอย่างไม่หยุดยั้งในขณะที่ทรัพยากรธรรมชาติมีอยู่อย่างจำกัด เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจโดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด ปฏิบัติตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน เน้นการนำวัสดุจากสินค้าที่ใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่ ลดการผลิตสินค้าแบบใช้แล้วทิ้ง เครือฯ ได้กำหนดทิศทางและเป้าหมายความยั่งยืนปี 2573 สู่การเป็นหนึ่งในผู้นำของโลกด้านความยั่งยืน ซึ่งเป็นการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ครั้งสำคัญ หนึ่งในเป้าหมายที่สำคัญที่เครือฯ ต้องทำให้สำเร็จภายในปี 2573 คือการมุ่งสู่การเป็นองค์กร Zero Waste ลดขยะอาหารและของเสียที่ถูกนำไปฝังกลบให้เป็นศูนย์ ซึ่งถือเป็นความท้าทายของเครือฯ ในการดำเนินธุรกิจที่มุ่งสู่ความยั่งยืนให้เติบโตอย่างแข็งแกร่ง อีกทั้งยังได้ประกาศนโยบาย “บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน” เพื่อกำหนดทิศทางและกรอบการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการของเสีย ทั้งจากกระบวนการผลิตและกระบวนการอื่น ๆ ตลอดห่วงโซ่คุณค่าซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดให้ทุกกลุ่มธุรกิจที่ดำเนินการในประเทศไทยต้องมีเป้าหมายร่วมกันในปี 2568 และขยายขอบเขตไปยังกลุ่มธุรกิจที่ดำเนินการในต่างประเทศมีเป้าหมายร่วมกันในปี 2573 คือ 100% ของบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่นำมาใช้จะต้องสามารถ “นำกลับมาใช้ใหม่ ใช้ซ้ำหรือย่อยสลายได้”

กระบวนการสร้างคุณค่า



ธุรกิจและกิจกรรมของเครือฯ

การวิเคราะห์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและภูมิส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญตลอดห่วงโซ่คุณค่า

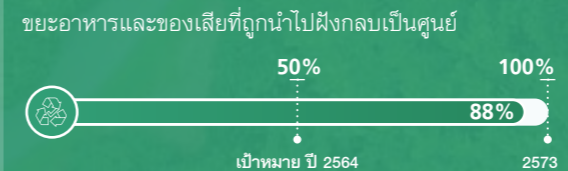


สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

- 12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ
- 12.3 ลดขยะเศษอาหารของโลกลงครึ่งหนึ่ง และลดการสูญเสียอาหารจากกระบวนการผลิตและห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงหลังการเก็บเกี่ยว
- 12.5 ลดการผลิตของเสียโดยการป้องกัน การลด การแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ และการนำมาใช้ซ้ำ

ผลลัพธ์และประโยชน์

ความคืบหน้าสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573



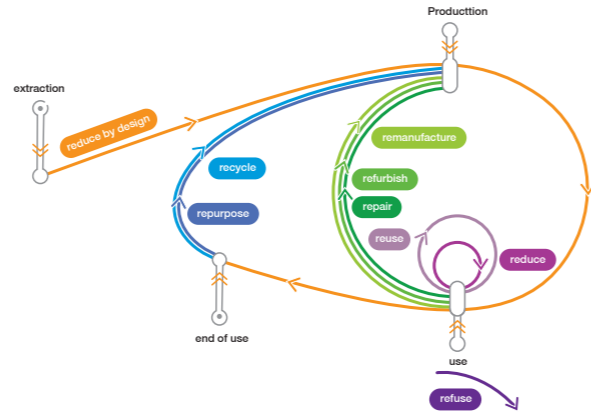
บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ทั้งหมดสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ใช้ซ้ำ หรือย่อยสลายได้

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564

- ประกาศใช้นโยบายเศรษฐกิจหมุนเวียน นโยบายการจัดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร นโยบายบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน และนโยบายการจัดการของเสีย
- ปรับเปลี่ยนการรายงานข้อมูลของเสียตาม GRI 306: WASTE (2020)
- เพิ่มการรายงานข้อมูลในส่วนของการสูญเสียอาหาร (Food Loss)

กรอบการดำเนินงานตามระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

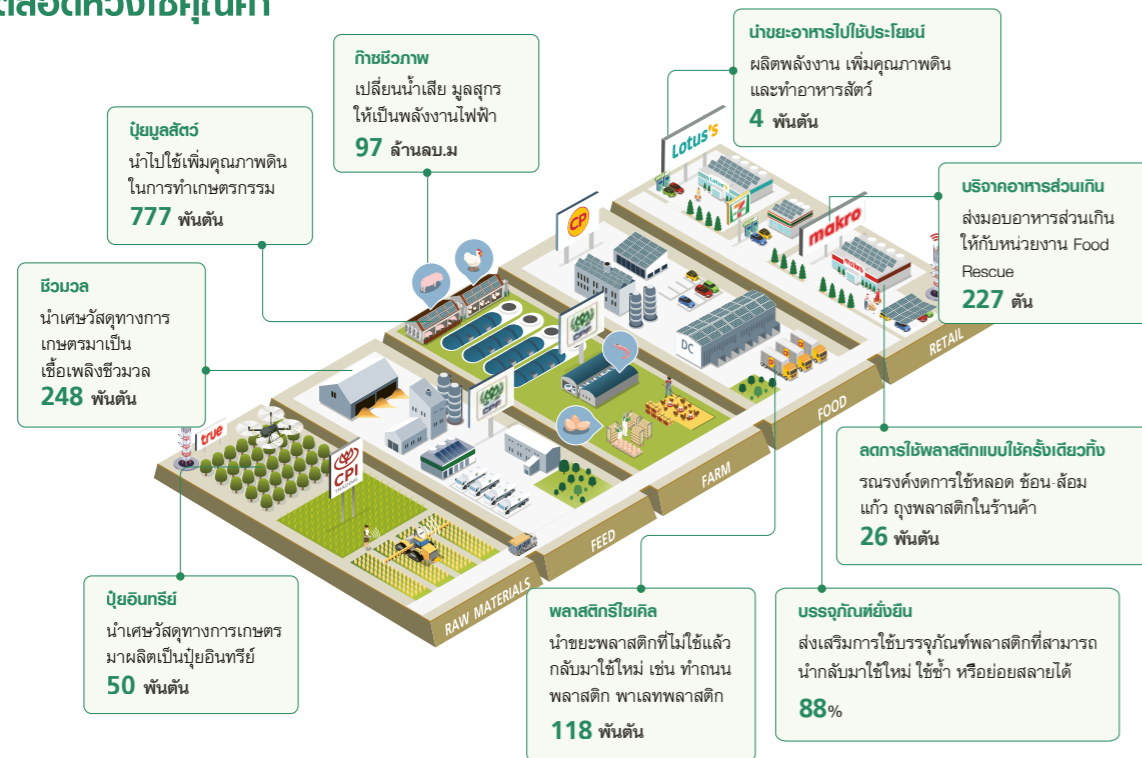
เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักถึงความสำคัญในการปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินธุรกิจจากเดิมเป็นแบบระบบเศรษฐกิจเส้นตรง (Linear Economy) ให้เป็นไปตามระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เครือฯ จึงยึดหลักการดำเนินงานระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนให้เป็นไปตาม UNEP Circularity โดย The United Nations Environment Programme ที่มีแนวคิดสำคัญในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด และนำวัสดุหรือของเสียกลับมาใช้ใหม่ ใช้ซ้ำตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ การเลือกใช้วัตถุดิบ การผลิต การใช้งานของลูกค้าและการกำจัดของเสีย ซึ่งระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนจะเกิดขึ้นได้ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งจากผู้ผลิตและผู้บริโภค



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

เศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อการขับเคลื่อนธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่คุณค่า



ในปี 2564 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดทำนโยบายเศรษฐกิจหมุนเวียน เครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจให้เป็นแบบระบบหมุนเวียน อีกทั้งยังได้ดำเนินการจัดทำนโยบายการลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร นโยบายบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน และนโยบายการจัดการของเสีย เครือเจริญโภคภัณฑ์ขึ้น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการบริหารจัดการการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

- นโยบายเศรษฐกิจหมุนเวียน
- นโยบายการลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร
- นโยบายบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน
- นโยบายการจัดการของเสีย

Case Study 23

การจัดทำชุดสื่อวิดีโอถอดบทเรียนเศรษฐกิจหมุนเวียนจากธุรกิจภาคท่องเที่ยว SMEs

เครือเจริญโภคภัณฑ์ร่วมมือกับหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยในการจัดทำชุดสื่อวิดีโอถอดบทเรียนเศรษฐกิจหมุนเวียนจากสถานประกอบการภาคการท่องเที่ยว SMEs เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยต้องการสื่อให้เห็นถึงการดำเนินธุรกิจตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนและคุณค่าต่อภาคการท่องเที่ยวโดยรวมและต่อสถานประกอบการ เริ่มกระบวนการตั้งแต่การจัดการวัตถุดิบอาหาร มีการเลือกใช้วัตถุดิบพื้นถิ่น ควบคุมปริมาณและยืดอายุคุณภาพวัตถุดิบอาหาร การจัดการอาหารส่วนเกินโดยการนำไปแปรรูป ถนอมอาหารหรือส่งต่อให้กับเครือข่ายและชุมชน การจัดการขยะอาหารด้วยวิธีแปรรูปเป็นปุ๋ยอินทรีย์ น้ำหมักจุลินทรีย์ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด เช่น สบู่ น้ำยาซักล้าง นำไปทำไบโอแก๊ส และเป็นอาหารสัตว์ การจัดการด้านขยะพลาสติก โดยเปลี่ยนมาใช้วัสดุทดแทน หรือ วัสดุธรรมชาติ เช่น อุปกรณ์ที่ทำจากไม้ ปรับระบบการจัดการเพื่อลดปริมาณขยะพลาสติก เช่น ขวดน้ำในห้องพักและห้องอาหาร ชุดเครื่องทำความสะอาดและบำรุงผิว มีการคัดแยกขยะพลาสติกและนำไปส่งต่อเพื่อรีไซเคิล



ชุดสื่อวิดีโอถอดบทเรียนเศรษฐกิจหมุนเวียน จำนวน 6 ตอน

การบริหารจัดการของเสีย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญในด้านการบริหารจัดการของเสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยในปี 2564 ได้มีการประกาศใช้นโยบายการจัดการของเสีย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ถือปฏิบัติ เพื่อให้ทุกกลุ่มธุรกิจดำเนินการตามแนวทางในการบรรลุเป้าหมายขยะอาหารและของเสียที่ถูกนำไปฝังกลบเป็นศูนย์ภายในปี 2573 ทั้งนี้เครือฯ จึงได้กำหนดแนวทางการบริหารจัดการของเสียไว้ดังนี้



Case Study 24

โครงการคอมเพล็กซ์ไก่ไข่ เต็นท์บ้านโยบาย Zero Waste

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ส่งเสริมการนำหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) มาใช้ดำเนินงานในคอมเพล็กซ์ไก่ไข่ 7 แห่งทั่วประเทศ ซึ่งในกระบวนการเลี้ยงไก่ไข่ มีการจัดการของเสียด้วยระบบการผลิตก๊าซชีวภาพจากมูลไก่หรือไบโอแก๊ส (Biogas) ช่วยลดกลิ่น ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกออกสู่ชั้นบรรยากาศ และยังได้พลังงานสะอาดจากกระบวนการหมักเปลี่ยนน้ำเสียเป็นไบโอแก๊สสามารถนำไปผลิตเป็นกระแสไฟฟ้าสำหรับใช้ภายในคอมเพล็กซ์ ซึ่งแต่ละโครงการมีการใช้ไฟฟ้าจากไบโอแก๊สคิดเป็น 80% ของการใช้ไฟฟ้าทั้งหมด นอกจากนี้หลังจากกระบวนการหมักในระบบไบโอแก๊สจะมีน้ำหลังการบำบัดโดยจะไม่มีสารปล่อยออกสู่ภายนอก สามารถใช้หมუნเวียนไปผสมกับมูลไก่ในระบบได้อีกครั้ง โดยไม่จำเป็นต้องใช้น้ำดิบจากธรรมชาติ และบางส่วนได้นำไปรดน้ำต้นไม้ เช่น สวนมะพร้าวในฟาร์ม ส่วนกากไบโอแก๊สที่เกิดจากกระบวนการหมักและบำบัดจะส่งต่อไปยังเกษตรกรที่ขอไปใช้ประโยชน์ในการปรับสภาพดินก่อนที่จะปลูกพืช จะช่วยให้พืชเติบโตเร็ว ได้ผลผลิตเพิ่มขึ้นและมีคุณภาพดี



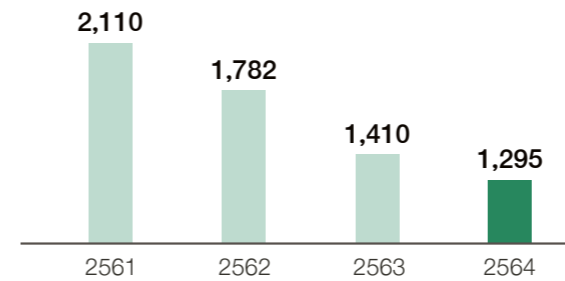
ของเสียจากมูลไก่ที่ต้องนำไปทิ้งเป็น 0

ลดต้นทุนด้านไฟฟ้า 65%-85%

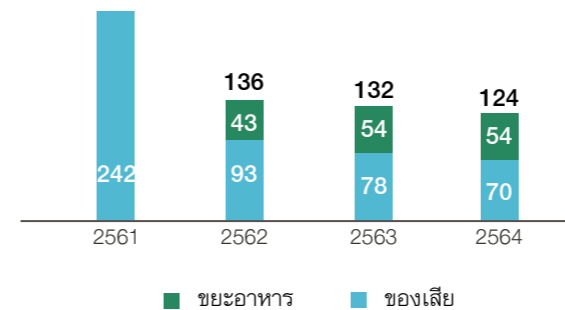
ข้อมูลการจัดการของเสีย ปี 2564



ปริมาณของเสียทั้งหมด (พันตัน)



ปริมาณขยะอาหารและของเสียที่ถูกนำไปฝังกลบ (พันตัน)



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

GRI & SASB Content Index Report 2021

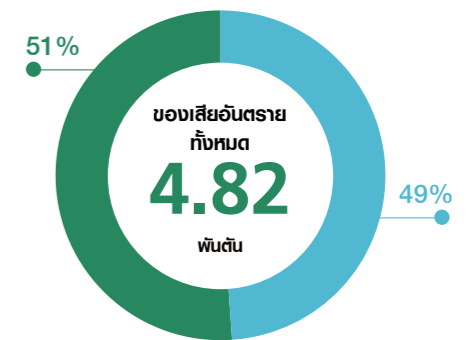
ปริมาณของเสียแบ่งตามวิธีการจัดการ

ของเสียทั่วไปแบ่งตามวิธีการจัดการ



- นำไปกำจัด**
 - 5.41% ฝังกลบ
 - 0.45% เผาทำลาย
 - 2.96% อื่น ๆ
- นำไปใช้ประโยชน์**
 - 3.76% ใช้ซ้ำ
 - 17.62% นำกลับไปใช้ใหม่
 - 60.71% ทำปุ๋ย
 - 2.42% ทำเชื้อเพลิงพลังงาน
 - 0.08% ทำวัสดุผสมสำหรับก่อสร้าง
 - 6.59% ทำวัสดุผสมอาหารสัตว์

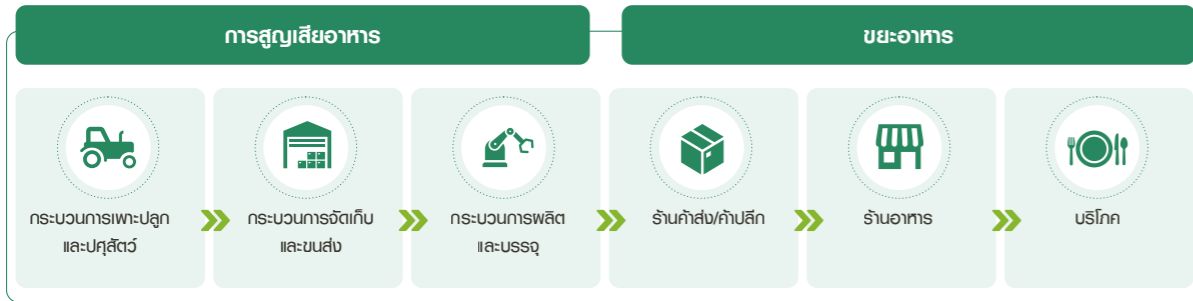
ของเสียอันตรายแบ่งตามวิธีการจัดการ



- นำไปกำจัด**
 - 6.67% ฝังกลบ
 - 7.48% เผาทำลาย
 - 36.42% อื่น ๆ
- นำไปใช้ประโยชน์**
 - 6.46% ใช้ซ้ำ
 - 33.29% นำกลับไปใช้ใหม่
 - 9.68% ทำเชื้อเพลิงพลังงาน

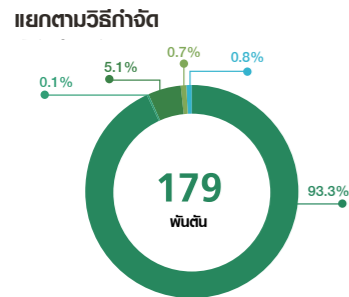
การบริหารจัดการการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร

เนื่องจากเครือเจริญโภคภัณฑ์มีการดำเนินธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่ม และประเภทจัดจำหน่ายอาหารเป็นหลัก มีการคำนึงถึงการบริหารจัดการการสูญเสียอาหารและขยะอาหารตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่กระบวนการเพาะปลูกและปศุสัตว์ไปจนถึงการบริโภคของลูกค้า เครือฯ มุ่งมั่นที่จะดำเนินงานตามนโยบายเพื่อลดการสูญเสียอาหารและบรรลุนโยบายขยะอาหารและของเสียที่ถูกนำไปฝังกลบเป็นศูนย์ภายในปี 2573



ข้อมูลการจัดการการสูญเสียอาหารและขยะอาหารปี 2564

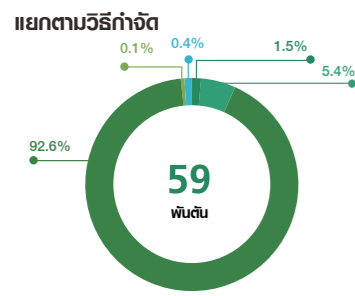
ปริมาณการสูญเสียอาหาร



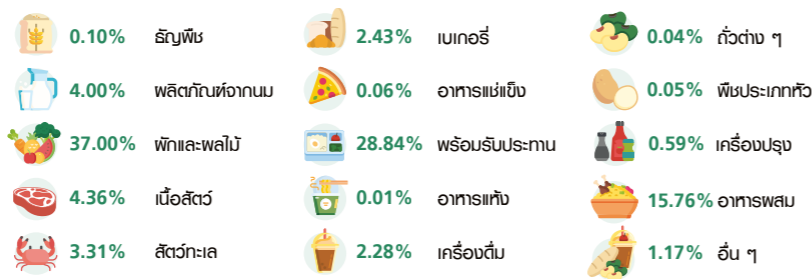
แยกตามประเภท



ปริมาณขยะอาหาร



แยกตามประเภท



● นำไปใช้ใหม่ ● ทำปุ๋ย ● หลุมฝังกลบ ● นำไปเป็นเชื้อเพลิงพลังงาน ● อื่น ๆ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[GRI & SASB Content Index Report 2021](#)

การส่งมอบอาหารส่วนเกินให้กับชุมชน

กลุ่มธุรกิจเครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้ดำเนินโครงการต่าง ๆ เพื่อลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร หนึ่งในโครงการที่สำคัญคือการลดการสูญเสียอาหารจากอาหารส่วนเกิน ซึ่งอาหารเหล่านี้ยังคงคุณภาพดีและสามารถบริโภคได้ แทนที่จะนำไปทิ้งให้กลายเป็นขยะอาหาร ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ในแต่ละกลุ่มธุรกิจจึงได้ดำเนินการส่งมอบอาหารส่วนเกินเหล่านี้ให้กับมูลนิธิต่าง ๆ ที่ไม่แสวงหาผลกำไร เช่น มูลนิธิ SOS มูลนิธิ We Share และมูลนิธิดวงประทีป เพื่อนำไปจัดการส่งต่อให้กับกลุ่มผู้เปราะบางที่ด้อยโอกาสและในชุมชนที่ขาดแคลน

ในปี 2564 กลุ่มธุรกิจเครือฯ ได้ทำการส่งมอบอาหารส่วนเกินทั้งหมดจำนวน 227.16 ตัน



Case Study 25

Makro's Zero Food Waste to Landfill

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินการตามเป้าหมายความยั่งยืนเครือฯ ด้านการลดขยะอาหารไปหลุมฝังกลบเป็นศูนย์ โดยส่งมอบขยะอาหารให้กับหน่วยงานที่มีความต้องการ เพื่อนำไปเป็นอาหารสัตว์ และสารบำรุงดิน โดยในปี 2564 ขยะอาหารกว่า 294.14 ตัน ถูกนำไปใช้ประโยชน์เป็นอาหารสัตว์ ขยะอาหารจำนวน 508.76 ตันถูกเปลี่ยนไปเป็นสารบำรุงดิน และอีก 46.5 ตันเปลี่ยนเป็นน้ำ EM ตามลำดับ



ขยะอาหารถูกนำไปใช้ประโยชน์
849.4 ตัน

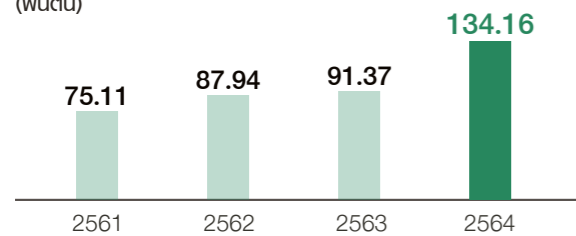
สามารถลดปริมาณขยะอาหารไปหลุมฝังกลบได้
3%

การบริหารจัดการการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ยั่งยืน

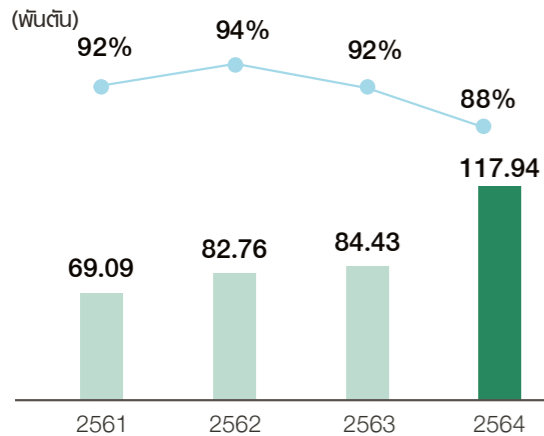
ข้อมูลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2564



บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ทั้งหมด
(พันตัน)



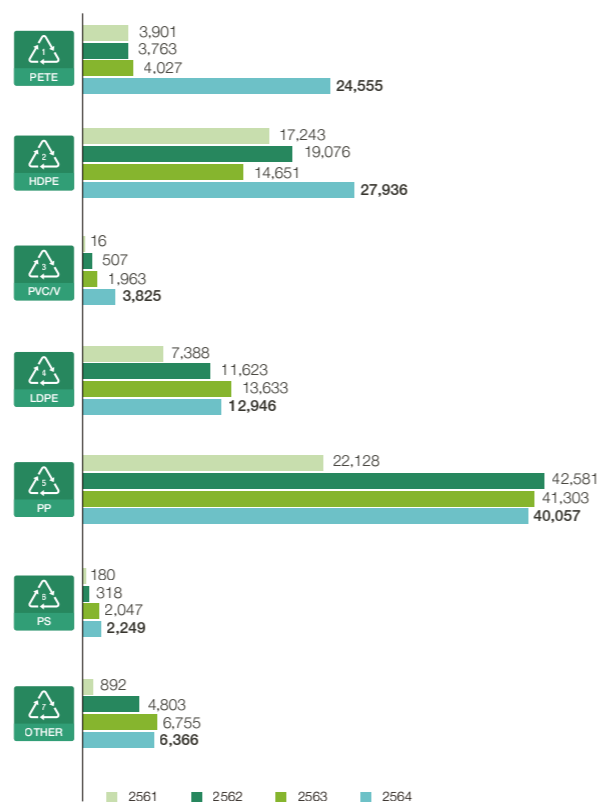
บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่
ใช้ซ้ำ หรือย่อยสลายได้



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

GRI & SASB Content Index Report 2021

บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ทั้งหมดแบ่งตามประเภท
(ตัน)



Case Study 26

Say Hi to Bio, Say No to Foam

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) เดินหน้าตามเป้าหมายของภาครัฐ ในการมุ่งหยุดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์โฟมบรรจุอาหารในทุกสาขาของแม็คโครภายในปี 2565 และสนับสนุนผู้ประกอบการร้านอาหารให้ใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายในวงกว้าง ด้วยโครงการดังกล่าว ทำให้แม็คโครได้คัดสรรบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมาจำหน่าย โดยเฉพาะกลุ่มบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ที่มีมากกว่า 282 รายการผลิตจากชานอ้อย เยื่อกระดาษรีไซเคิล และข้าวโพด เป็นสินค้าทดแทนโฟมบรรจุอาหาร และที่ผ่านมามีผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหารให้การตอบรับเป็นอย่างดีและตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น สามารถลดการใช้ภาชนะโฟมบรรจุอาหารแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งได้ถึงกว่า 100 ล้านชิ้น ตั้งแต่เปิดโครงการมา 3 ปี และผู้ประกอบการหันมาใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้เพิ่มขึ้นมากกว่า 12%



ลดการใช้ภาชนะโฟมบรรจุอาหาร
แบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง

มากกว่า 100 ล้านชิ้น



ผู้ประกอบการใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้

ร้อยละ 12



ก้าวต่อไปของเรา

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความพร้อมที่จะดำเนินธุรกิจตามระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด จึงได้กำหนดเป้าหมายความยั่งยืนเครือฯ สู่ปี 2573 ไว้ดังต่อไปนี้

- 01 ลดขยะอาหารและของเสียที่ถูกนำไปฝังกลบให้เป็นศูนย์
- 02 เพิ่มปริมาณของเสียที่ถูกนำกลับมาใช้ใหม่ ใช้ซ้ำ
- 03 เพิ่มอาหารส่วนเกินที่แจกจ่ายให้กับกลุ่มคนที่ขาดแคลน
- 04 บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ทั้งหมดสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ใช้ซ้ำ หรือย่อยสลายได้

การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ

Water Stewardship

โอกาสและความท้าทาย

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่รุนแรงขึ้นส่งผลกระทบต่อทรัพยากรน้ำอย่างมีนัยสำคัญ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรน้ำ ซึ่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการอุปโภคบริโภค รวมไปถึงภาคอุตสาหกรรมที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ เครือฯ จึงต้องมีการปรับตัวและพัฒนานวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการน้ำให้ดียิ่งขึ้นตามหลักการ 5Rs (Reduce, Reuse, Recycle, Restore และ Recover) เครือฯ ยังตระหนักถึงการควบคุมคุณภาพน้ำทั้งก่อนปล่อยออกสู่ธรรมชาติตามที่กฎหมายในแต่ละพื้นที่ที่เครือฯ ได้เข้าไปดำเนินธุรกิจได้กำหนดไว้เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนรอบข้าง ทั้งนี้เครือฯ ยังได้ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืนตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน โดยมีมาตรการในการสนับสนุนและพัฒนาการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำให้กับคู่ค้าธุรกิจ นอกจากนี้เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในเรื่องของการเข้าถึงน้ำสะอาดและการสุขาภิบาล เครือฯ ยังมุ่งมั่นในการร่วมมือกับพันธมิตรทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ สนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นพัฒนาการจัดการเข้าถึงแหล่งน้ำที่สะอาดและสุขาภิบาลที่ดี

กระบวนการสร้างคุณค่า



ธุรกิจและกิจกรรมของเครือฯ

การวิเคราะห์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและภูมิส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญตลอดห่วงโซ่คุณค่า



ผลลัพธ์และประโยชน์

ความคืบหน้าสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573



ลดปริมาณการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้เทียบกับปีฐาน 2563

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564

- ประกาศใช้นโยบายด้านการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ
- ประเมินความเสี่ยงด้านน้ำตามกรอบการดำเนินงานให้กับองค์กรและคู่ค้าธุรกิจ
- นำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ
- ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำที่สะอาดและการสุขาภิบาลที่ดีให้กับชุมชน

ข้อมูลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2564



ปริมาณน้ำที่นำมาใช้ทั้งหมด
406
ล้านลูกบาศก์เมตร



ปริมาณน้ำที่ปล่อยสู่ภายนอก
183
ล้านลูกบาศก์เมตร



น้ำพวดิน **169**



น้ำทะเล **111**



น้ำใต้ดิน **67**



น้ำจากผู้ผลิตภายนอก **52**



น้ำฝน **7**



น้ำพวดิน **99**



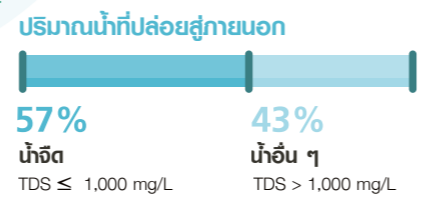
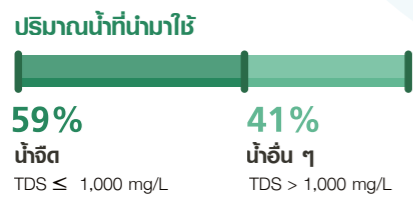
น้ำทะเล **47**



น้ำใต้ดิน **2**



ท่อระบายน้ำสาธารณะ **35**



ปริมาณน้ำใช้ทั้งหมด
223 ล้านลูกบาศก์เมตร

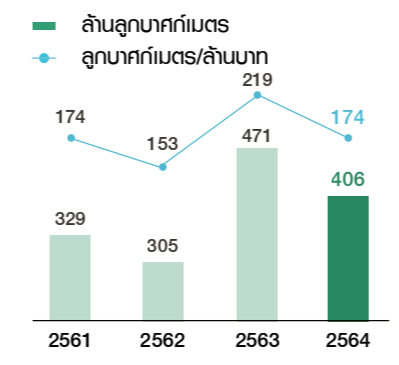
นำน้ำกลับมาใช้ใหม่ / ใช้ซ้ำ
21%

ปี 2564 ปริมาณน้ำที่นำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ **173.83** ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท

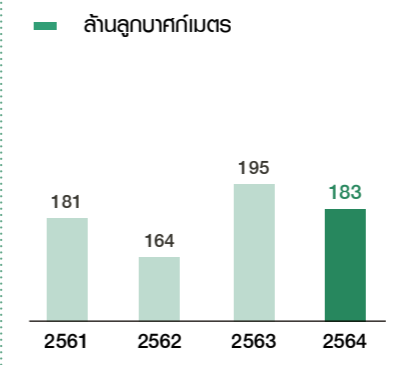
สามารถลดปริมาณการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ **21%** เทียบกับปีฐาน 2563

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ [GRI & SASB Content Index Report 2021](#)

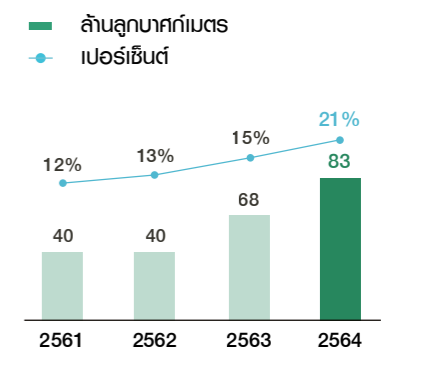
ปริมาณน้ำที่นำมาใช้



ปริมาณน้ำที่ปล่อยสู่ภายนอก

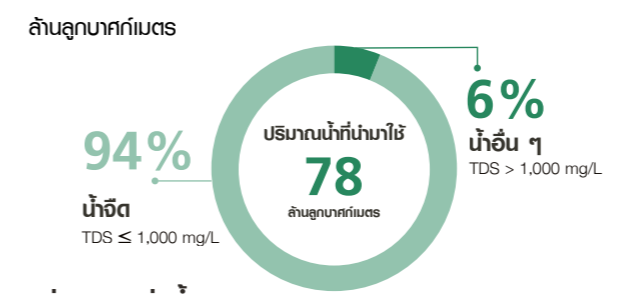


ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ

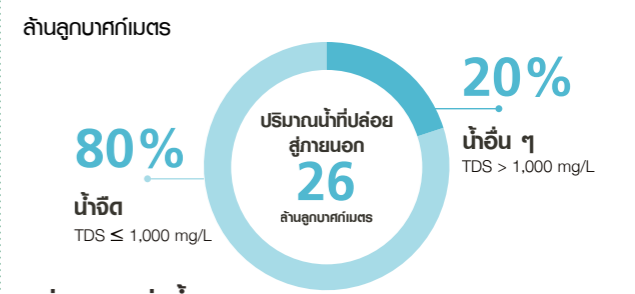


ข้อมูลทรัพยากรน้ำในพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำ**

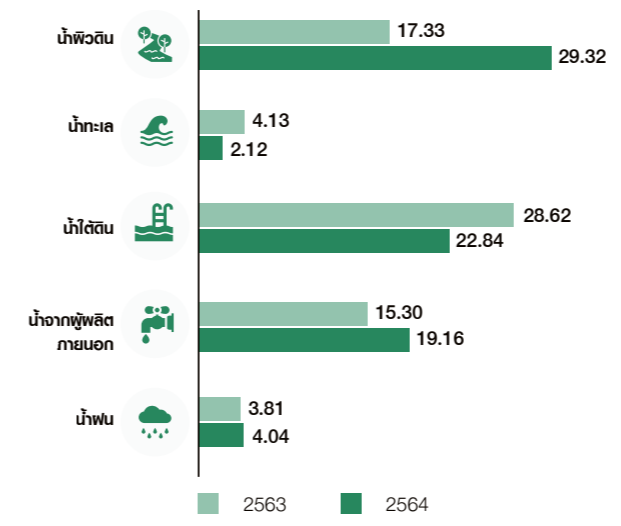
ปริมาณน้ำที่นำมาใช้



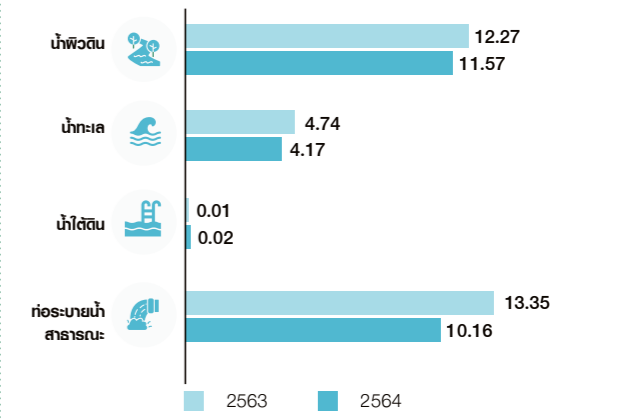
ปริมาณน้ำที่ปล่อยสู่ภายนอก



แบ่งตามแหล่งน้ำ



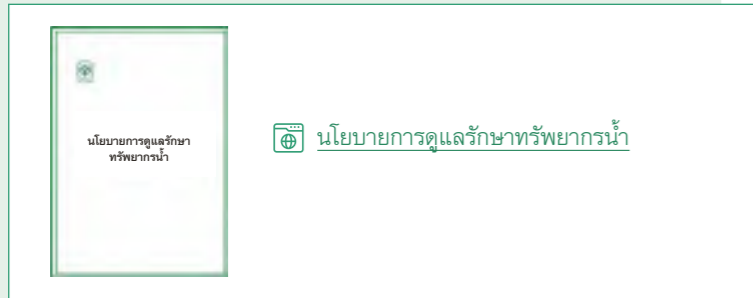
แบ่งตามแหล่งน้ำ



* TDS (Total Dissolved Solids) = ปริมาณของแข็ง สารอนินทรีย์และอินทรีย์ทั้งหมดที่ละลายอยู่ในน้ำ

** หน่วยงานที่อยู่ในพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำ (Baseline Water Stress) ระดับสูงและสูงมาก โดยใช้เครื่องมือ Aqueduct Water Risk Atlas

การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืน ตลอดห่วงโซ่อุปทาน



นโยบายการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ

ในปี 2564 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินการจัดทำนโยบายการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ เครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ถือปฏิบัติ อีกทั้งยังสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs) และสนับสนุน CEO Water Mandate ภายใต้ UN Global Compact อีกด้วย เพื่อให้ทุกหน่วยงานในกลุ่มธุรกิจสามารถดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การใช้ทรัพยากรน้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุดและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน รวมถึงการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานด้วย



การประเมินความเสี่ยง ด้านน้ำแบบบูรณาการ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดทำกรอบการดำเนินงานในการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำ สำหรับใช้ทั้งกับองค์กรและครอบคลุมไปถึงคู่ค้าที่สำคัญ โดยคำนึงถึงทั้งด้านปริมาณน้ำที่นำมาใช้ (Water Withdrawal) และด้านความเครียดน้ำ (Baseline Water Stress) เพื่อวางแผนในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำต่อไป

สามารถศึกษาข้อมูลและผลการดำเนินงานเพิ่มเติมได้ที่

[การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำแบบบูรณาการ](#)

การดำเนินงานด้านการ บริหารจัดการน้ำของคู่ค้า

เครือเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาแนวทางการบริหารจัดการด้านน้ำของคู่ค้าซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญต่อธุรกิจ เพื่อส่งเสริมให้คู่ค้ามีการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ลดความเสี่ยงต่อการขาดแคลนน้ำ ร่วมกันรณรงค์และอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำตลอดห่วงโซ่อุปทาน

สามารถศึกษาข้อมูลและผลการดำเนินงานเพิ่มเติมได้ที่

[การดำเนินงานด้านการบริหารจัดการน้ำของคู่ค้า](#)

การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำแบบหมุนเวียน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการประยุกต์แนวคิดการจัดการน้ำแบบหมุนเวียน (Circular Water Management) ตามหลักการ 5Rs โดย WBCSD (The World Business Council for Sustainable Development) มาใช้ในการบริหารจัดการน้ำตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรน้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุด



สามารถศึกษาข้อมูลและกรณีศึกษาด้านการบริหารจัดการน้ำแบบหมุนเวียนเพิ่มเติมได้ที่

[การบริหารจัดการน้ำแบบหมุนเวียน](#)

Case Study 27

CPF ถ่ายทอด ‘รูปแบบ CARE Aquaculture Model’ ยกระดับเกษตรกรผู้เลี้ยงปลากับทิมสู่ยุค 4.0

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด เดินหน้าถ่ายทอดรูปแบบการเลี้ยงสัตว์น้ำสมัยใหม่ CARE Aquaculture Model ประกอบด้วย C-Consumer Need คือการผลิตที่ใส่ใจความต้องการของผู้บริโภค A-Achieve Easily and Consistently ระบบที่ง่ายต่อการเลี้ยงสามารถผลิตได้อย่างต่อเนื่อง R-Reliable System ผลผลิตมีคุณภาพและแน่นอนและ E-Environmental Friendly ระบบการเลี้ยงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

โดยฟาร์มรูปแบบ CARE Aquaculture Model นี้ ได้ให้ความสนใจในสิ่งแวดล้อมด้านทรัพยากรน้ำด้วยใช้หลักการที่ชื่อว่า “Gravity Flow” จัดผังระบบฟาร์มให้มีการลดหลั่นกันไป ตั้งแต่บ่อน้ำพร้อมใช้ บ่อเลี้ยง บ่อตกตะกอน บ่อปรับปรุบน้ำให้สะอาดด้วยพืช และมีการใช้โปรไบโอติกเพื่อควบคุมคุณภาพน้ำให้เหมาะสมในระหว่างการเลี้ยง จึงช่วยให้ปลาสุขภาพแข็งแรง นอกจากนี้ยังมีการติดตั้งระบบน้ำหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ จึงช่วยให้ฟาร์มใช้น้ำน้อยกว่าการเลี้ยงปลาแบบเดิมโดยทั่วไปถึง 80% ลดโอกาสที่เชื้อโรคจะเข้าสู่ฟาร์มจากแหล่งน้ำธรรมชาติและยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพราะไม่มีการปล่อยของเสียจากฟาร์มออกสู่ภายนอกด้วย



ลดการนำน้ำใช้ในฟาร์ม
ร้อยละ 80



ไม่มีการปล่อยน้ำทิ้ง
สู่สาธารณะ
(Zero Water Discharge)

ความร่วมมือกับพันธมิตรในการส่งเสริม การเข้าถึงแหล่งน้ำและสุขาภิบาลของชุมชน

โครงการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำ และสุขาภิบาลของชุมชนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย



ประเทศไทย

- โครงการธรรมชาติปลอดภัย อ.แม่แจ่ม จ.เชียงใหม่
- โครงการน้ำพางโมเดล
- โครงการพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการเกษตร บ้านแม่วาก จ.เชียงใหม่
- โครงการฝายมีชีวิตในพื้นที่ 17 จังหวัด ทางภาคเหนือ
- โครงการพื้นที่ความร่วมมือ ตำบลเมืองจิง จ.น่าน
- โครงการคืนน้ำใสให้บ้านโสมง จ.ปราจีนบุรี
- โครงการน้ำดื่มธรรมชาติ บ้านธรรมชาติล่าง จ.ตราด
- โครงการน้ำปยุตลบูรณาการชุมชน บ้านห้วยน้ำดิบ จ.เชียงใหม่
- โครงการสร้างห้องน้ำ กองทุนซีพีเอฟคืนสุขผู้สูงวัย ต.ดอนกระเบื้อง จ.ราชบุรี
- โครงการซ่อมแซมฝายชะลอน้ำ เขาพระยาเดินธง

ประเทศจีน

- โครงการสร้างบ่อน้ำและสถานีสูบน้ำ หมู่บ้าน ไปเตียน เขตเซียงโจว มณฑลหูเป่ย์
- โครงการติดตั้งระบบน้ำประปาหมู่บ้านฉางซุน เขตจื่อถง มณฑลเสฉวน

ประเทศอินเดีย

- โครงการ Water For Life

ประเทศบังกลาเทศ

- โครงการสร้างบ่อน้ำบาดาลให้ชุมชน

ประเทศกัมพูชา

- โครงการห้องน้ำสะอาดเพื่อน้องๆ จ.กำปงสปรี

ประเทศเวียดนาม

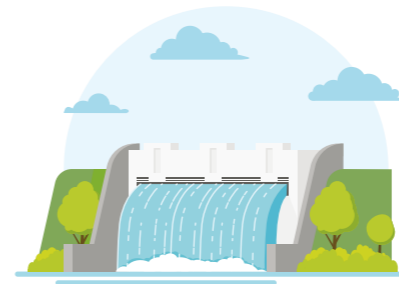
- โครงการติดตั้งท่อน้ำ หมู่บ้าน Ka Nau จ.บิญติญ
- โครงการสร้างบ้านให้น้ำอยู่ อ.จางบ่าง จ.เตนินห์

ประเทศเมียนมา

- โครงการน้ำดื่มสะอาดในโรงเรียนพื้นที่ เขต Aung Za Bu
- โครงการแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรที่ยั่งยืนพื้นที่ เขต Bago และ Naypyitaw

ประเทศฟิลิปปินส์

- โครงการแบ่งปันน้ำให้กับชุมชน Barangay Gugo



เพื่อการบรรลุเป้าหมายของเครือเจริญโภคภัณฑ์และสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs) เครือฯ จึงร่วมมือกับพันธมิตรหลายภาคส่วนในการส่งเสริมและพัฒนาการเข้าถึงแหล่งน้ำและสุขาภิบาลของชุมชนมาตลอดระยะเวลาหลายปีที่เครือฯ ได้ดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงแหล่งน้ำที่สะอาด ปลอดภัยและถูกสุขลักษณะ มีแหล่งน้ำที่เพียงพอต่อการอุปโภคและบริโภค อีกทั้งได้รับการบริหารจัดการสุขาภิบาลที่ดีอีกด้วย

สามารถศึกษารายละเอียดโครงการเพิ่มเติมได้ที่

[โครงการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำและสุขาภิบาลของชุมชน](#)



Case Study 28

ซี.พี. กัมพูชา ส่งมอบห้องน้ำสะอาดเพื่อน้อง ๆ เสริมสร้างสุขอนามัยที่ดี

บริษัท ซี.พี.กัมพูชา จำกัด ได้ให้ความสำคัญด้านสุขอนามัยที่ดีแก่นักเรียนและต้องการปลูกฝังค่านิยมด้านการรักษาความสะอาดให้กับคนในชุมชน จึงได้จัดทำโครงการ “บอตนตบตัก ออนามัย เดิมบัย ปะโอมนปะโอมน” หรือ “ห้องน้ำสะอาดเพื่อน้อง ๆ” โดยการมอบห้องน้ำสะอาด อุปกรณ์กีฬา และเลี้ยงอาหารกลางวันนักเรียน ณ โรงเรียนองตาทเปรียะ (Ang Ta Preah) จ.กำปงสปรี

นักเรียน 630 คน
ได้รับห้องน้ำสะอาด อุปกรณ์กีฬา และเลี้ยงอาหารกลางวัน

ก้าวต่อไปของเรา

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความมุ่งมั่นที่จะอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำให้ได้ประโยชน์สูงสุด และร่วมส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำของทุกคนอย่างเพียงพอ จึงได้กำหนดเป้าหมายความยั่งยืนเครือฯ สู่ปี 2573 ด้านการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำไว้ดังต่อไปนี้

- ลดการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ โดยเฉพาะน้ำในพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำสูง
- เพิ่มปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ
- ส่งเสริมการบริหารจัดการน้ำให้กับคู่ค้าหลัก
- จำนวนของผู้ที่ได้รับการสนับสนุนให้เข้าถึงแหล่งน้ำสะอาดและสุขาภิบาล

การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

Ecosystem & Biodiversity Protection

โอกาสและความท้าทาย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักถึงความสำคัญของผลกระทบจากการใช้ที่ดิน ทรัพยากรป่าไม้ พืชพรรณ สัตว์ป่า และทรัพยากรทางทะเล รวมถึงความหลากหลายทางชีวภาพซึ่งส่งผลกระทบต่อความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศ เครือฯ จึงมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่ไม่สร้างผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ ปกป้องความสมดุลของระบบนิเวศ และสร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับทรัพยากรธรรมชาติตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมทั้งทุ่มเทให้กับการมีส่วนร่วมในการฟื้นฟูระบบนิเวศให้สมบูรณ์เพื่อส่งต่อคุณค่าให้กับคนรุ่นใหม่ในอนาคต เพราะมีความเชื่อว่าการปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพบนพื้นฐานของการใช้ทรัพยากรอย่างเท่าเทียมกันเป็นความรับผิดชอบของทุกภาคส่วนในสังคม จึงกำหนดแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับปฏิญญาริโอว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (The Rio Declaration on Environment and Development) และอนุสัญญาว่าด้วยความหลากหลายทางชีวภาพ (The Convention on Biological Diversity) ทั้งนี้เครือฯ ได้ดำเนินการส่งเสริมและปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพทั้งทางบกและทางน้ำมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจได้ว่าจะไม่เกิดการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพจากการดำเนินงานขององค์กรและคู่ค้าของเรา และมีแนวทางการดำเนินงานที่มุ่งสู่การสร้างประโยชน์หรือผลกระทบเชิงบวก (Nature Positive) ต่อทรัพยากรธรรมชาติ

กระบวนการสร้างคุณค่า

ประเด็นนำเข้า

Financial Capital

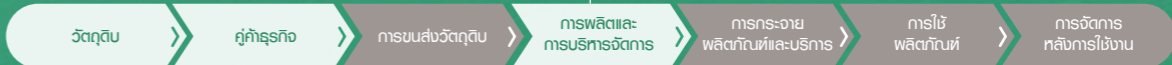
Human Capital

Relationship Capital

ธุรกิจและกิจกรรมของเครือฯ

การวิเคราะห์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและพืมีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญตลอดห่วงโซ่คุณค่า

กลุ่มพืมีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



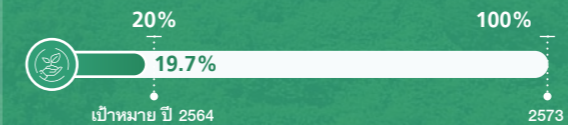
สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

- 14.2 การปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศ
- 14.4 การประมงอย่างยั่งยืน
- 14.5 การอนุรักษ์ชายฝั่งและพื้นที่ทางทะเล
- 14.b สนับสนุนชาวประมงพื้นบ้านรายเล็ก
- 15.1 การอนุรักษ์ และฟื้นฟูการใช้ระบบนิเวศบนบกและในน้ำจืด
- 15.2 หยุดยั้งการตัดไม้ทำลายป่า และฟื้นฟูป่าที่เสื่อมโทรม
- 15.4 สร้างหลักประกันว่าจะมีการอนุรักษ์ระบบนิเวศภูเขา
- 15.5 ปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพและถิ่นที่อยู่ตามธรรมชาติ

- 6.6 ปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องกับแหล่งน้ำ
- 14.2 การปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศ
- 14.5 การอนุรักษ์ชายฝั่งและพื้นที่ทางทะเล
- 15.1 การอนุรักษ์ และฟื้นฟูการใช้ระบบนิเวศบนบกและในน้ำจืด
- 15.5 ปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพและถิ่นที่อยู่ตามธรรมชาติ

ผลลัพธ์และประโยชน์

ความคืบหน้าสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573



100% ของทุกกลุ่มธุรกิจดำเนินโครงการร่วมกับพันธมิตรที่เกี่ยวข้องในระดับประเทศ หรือสากล เพื่อบริหารจัดการและติดตามความหลากหลายทางชีวภาพในการดำเนินธุรกิจ

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564

- ประกาศใช้นโยบายด้านการปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ
- เข้าร่วมการประชุม UN COP15 Biodiversity นครคุนหมิง ประเทศจีน
- เพิ่มการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรป่าไม้ทั้งในไทยและต่างประเทศ

ข้อมูลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2564



จำนวนต้นไม้สะสมที่ปลูกและดูแล

ประเทศไทย

2,659,565 ต้น

ต่างประเทศ

3,732,507 ต้น

จำนวนโครงการที่ร่วมมือ
กับพันธมิตร

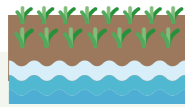
11 ประเทศ

พื้นที่ป่าไม้ในประเทศไทย
ที่ได้รับการฟื้นฟู

>14,563 ไร่

พื้นที่ที่ได้รับการฟื้นฟู
แหล่งทรัพยากรทางทะเลในไทย

>17 จังหวัด

พื้นที่เกษตรกรรมที่ได้รับ
การพัฒนาแหล่งน้ำในไทย

49,808 ไร่

จำนวนปล่อยคืนสัตว์น้ำวัยอ่อน
สู่ทะเลในไทย

6 พันล้านตัว

ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์
จากโครงการ

18,516 คน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[GRI & SASB Content Index Report 2021](#)

นอกจากนี้ในปี 2564 เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้ประกาศใช้นโยบายด้านการปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมที่เครือฯ ถือปฏิบัติ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[นโยบายด้านการปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ](#)

ความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียและ องค์กรภายนอกเพื่อปกป้องระบบนิเวศและ ความหลากหลายทางชีวภาพ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นต่อการดำเนินธุรกิจที่สร้างสรรค์ประโยชน์ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งให้ความร่วมมือกับทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ เอกชนและประชาสังคม และสร้างเครือข่ายการดำเนินงานด้านการปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อให้เกิดการบรรลุเป้าหมายได้อย่างยั่งยืน ทั้งนี้เครือฯ ได้เข้าร่วมในการประชุมคู่ขนานการประชุมรัฐภาคีอนุสัญญาว่าด้วยความหลากหลายทางชีวภาพ สมัยที่ 15 หรือ CBD COP15 ที่จัดขึ้น ณ นครคุนหมิง ประเทศจีน โดยผู้บริหารเครือฯ ในประเทศจีนได้ร่วมแสดงวิสัยทัศน์ด้านการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงการดูแลระบบนิเวศบนเวที “Business and Biodiversity Forum” ที่ร่วมจัดโดย UN Convention on Biological Diversity และ Ministry of Ecology and Environment (MEE) ประเทศจีน



ตัวอย่างโครงการที่ร่วมกับภาคีภายนอก



- โครงการปลูกป่าป้องกันชายเลน
- โครงการซีพีเอฟ รักษ์นิเวศ ลุ่มน้ำป่าสัก เขาพระยาเดินธง
- โครงการปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศบก
- โครงการพื้นที่ความร่วมมือ อบต เมืองจิ้ง
- โครงการสานพลังประชารัฐ พัฒนาและฟื้นฟูป่าต้นน้ำน่าน
- โครงการความร่วมมือ มูลนิธิส่งเสริมการเรียนรู้ชุมชน (วัดโป่งคำ)
- โครงการกล้าแสนดี
- โครงการสนับสนุนโมเดล
- โครงการขยายพื้นที่ลุ่มน้ำยม
- โครงการน้ำทางโมเดล
- โครงการพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการเกษตร

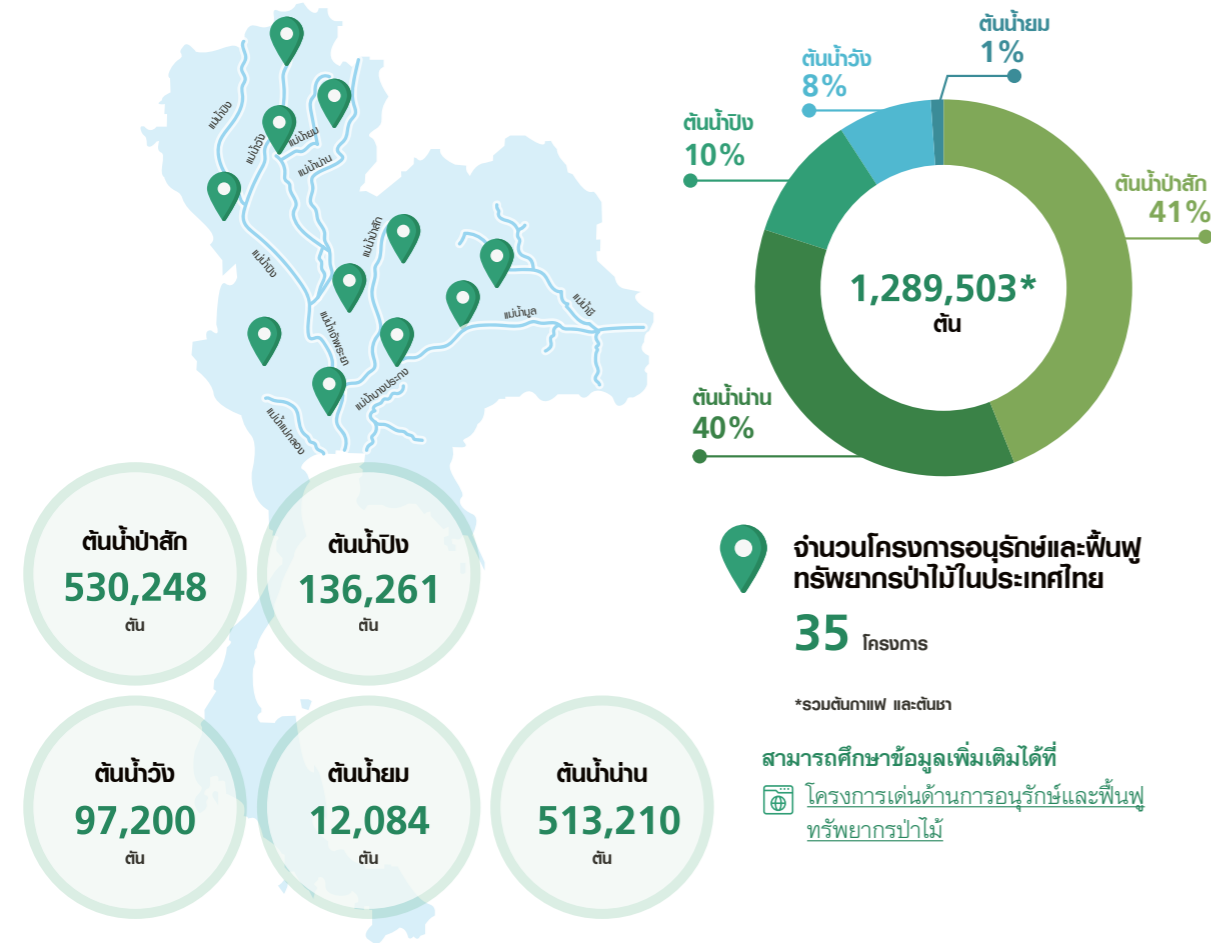
สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[ข้อมูลโครงการที่ร่วมกับภาคีภายนอก](#)

การอนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ ของระบบนิเวศทรัพยากรบนบก

ความหลากหลายทางชีวภาพมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์และสิ่งมีชีวิตเป็นอย่างยิ่ง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างสมดุลในระบบนิเวศ การส่งเสริมวิถีการดำรงชีวิต รวมถึงการชะลอการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจากการเก็บและดูดซับก๊าซเรือนกระจก แต่นับวันยังมีปัจจัยมากมายที่ส่งผลเชิงลบต่อระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งความถดถอยของระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพได้สร้างความกังวลให้แก่นานาชาติ สหประชาชาติจึงได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขึ้น โดยให้ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศอยู่ใน เป้าหมายที่ 15 ของ SDGs เพื่อให้องค์กรจากนานาประเทศทั่วโลกร่วมมือกันดำเนินการในการชะลอและหยุดยั้งการสูญเสียอันยิ่งใหญ่นี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ในฐานะที่เป็นเครือข่ายพันธมิตรกับ United Nations Global Compact ได้ดำเนินการส่งเสริมและปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพมาอย่างต่อเนื่อง

โครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรป่าไม้ในประเทศไทย



Case Study 29

การติดตามพื้นที่และอนุรักษ์ต้นไม้ ผ่านโดรน/ดาวเทียม

การตรวจติดตามและอนุรักษ์พื้นที่ป่าไม้บนเนินโดยปกติจะใช้วิธีการเดินแปลง เพื่อสำรวจปริมาณต้นไม้ และการเจริญเติบโตของไม้ ซึ่งต้องใช้ทรัพยากรมนุษย์และเวลาจำนวนมาก อีกทั้งยังมีข้อจำกัดอื่น ๆ อีกหลายด้าน เครือฯ จึงได้ริเริ่มพัฒนาการใช้โดรน และ ปัญญาประดิษฐ์ เพื่อติดตามและตรวจดูการเจริญเติบโต และการกักเก็บคาร์บอนของต้นไม้โดยใช้ข้อมูลดาวเทียม

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[กรณีศึกษาการติดตามพื้นที่และอนุรักษ์ต้นไม้ผ่านดาวเทียม](#)

Case Study 30

ป่าเนกประสงค์ด้วยศาสตร์พระราช บ้านกองกาย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ริเริ่มโครงการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 ปัจจุบันได้ดำเนินโครงการร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน สถาบันอื้อพระพญา มูลนิธิไทยรักษ์ป่า มูลนิธิเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน มูลนิธิอักษเมืองแจ่ม GISMC สวทช และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในการพัฒนาเพิ่มพื้นที่ป่า โดยการปรับเปลี่ยนพื้นที่จากป่าที่ถูกบุกรุกทำไร่ ปรับเป็นป่าเนกประสงค์ตามหลักศาสตร์พระราช ทั้งยังพัฒนาศูนย์เพาะชำกล้าไม้ อ่างกักเก็บน้ำ ศูนย์พัฒนาชุมชน จัดตั้งวิสาหกิจชุมชน ควบคู่ไปกับการพัฒนาช่องทางการตลาดและพัฒนาต่อยอดสินค้า เพื่อสร้างชุมชนยั่งยืนควบคู่การฟื้นฟูป่าไม้



Case Study 31



โครงการ “We Grow...ปลูกเพื่อความยั่งยืน”

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ส่งเสริมการปลูกไม้ยืนต้น ทั้งภายในและต่างประเทศที่เครือฯ ไปลงทุน รวมถึงสนับสนุนให้พันธมิตรและภาคีเครือข่ายชุมชนต่าง ๆ ร่วมกันปลูกเพื่อความยั่งยืน โดยเครือฯ ได้ตั้งเป้าหมายเป็นองค์กรที่มีความเป็นกลางทางคาร์บอน หรือ Carbon Neutral ภายในปี 2573 และได้ตั้งเป้าหมายปลูกต้นไม้ 20 ล้านต้น ภายในปี 2568



ตั้งเป้าหมายปลูกต้นไม้
20 ล้านต้น
ภายในปี 2568



รวมจำนวนต้นไม้สะสมที่เครือฯ
ได้ปลูกและอนุรักษ์ป่าไม้ทั่วโลก
6.39 ล้านต้น



<p>รัสเซีย 1,182,000 ต้น</p>	<p>จีน 1,553,460 ต้น</p>	<p>ไทย 2,659,565 ต้น</p>	<p>ตุรกี 2,676 ต้น</p>
<p>เวียดนาม 420,189 ต้น</p>	<p>อินเดีย 18,341 ต้น</p>	<p>มาเลเซีย 353,992 ต้น</p>	<p>ลาว 23,744 ต้น</p>
<p>กัมพูชา 5,450 ต้น</p>	<p>ฟิลิปปินส์ 149,751 ต้น</p>		

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

กรณีสืบศึกษาโครงการ “We Grow...ปลูกเพื่อความยั่งยืน”

การอนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ ของระบบนิเวศทรัพยากรทางทะเล

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเล รวมทั้งสนับสนุนการประมงชายฝั่งอย่างยั่งยืน โดยดำเนินการผ่านแนวคิด “SEACOSYSTEM เพื่อทะเลไทยยั่งยืน” ซึ่งเป็นการทำงานอย่างบูรณาการทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยปัจจุบันเครือฯ ได้ร่วมมือกับชุมชนชาวประมง 66 แห่งในการนำเทคโนโลยี ส่งเสริมและวิจัยด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมทางทะเล เพื่อช่วยชุมชนในการรักษาทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[SEACOSYSTEM เพื่อทะเลไทยยั่งยืน](#)



โครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเลในประเทศไทย



การอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากร



ปริมาณสัตว์น้ำที่ชุมชนประมงพื้นบ้านจับได้เพิ่มขึ้น

155%



จำนวนสัตว์น้ำวัยอ่อนที่ปล่อยลงสู่ทะเล

6 พันล้านตัว



จำนวนชนิดสัตว์น้ำที่เพิ่มขึ้นในแนวปะการัง

42 ชนิด

การส่งเสริมศักยภาพชุมชน

พื้นที่	ป้ายทะเบียน ปลุกใหม่ (ไร่)	อนุรักษ์ และฟื้นฟู (ไร่)
ระยอง	54	614
สมุทรสาคร	370	14,604
ชุมพร	132	890
สงขลา	25	200
พังงา	10	80
ตราด	-	1,000
สมุทรสงคราม	-	40
รวม	591	17,428

พื้นที่เพาะปลูกและอนุบาลสัตว์น้ำ

5 พื้นที่ ใน 4 จังหวัด (นครศรีธรรมราช สงขลา ปัตตานี และนราธิวาส)
เป็นพื้นที่ 4,620 ไร่.ม.



ทั้งนี้ในช่วงปีที่ผ่านมาเป็นช่วงที่ชุมชนท้องถิ่นมีความยากลำบากในการดำรงชีพสืบเนื่องมาจากโรค COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อการทำมาค้าขายสินค้าพื้นบ้านเป็นวงกว้าง เครือฯ จึงได้ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนช่องทางจำหน่ายสินค้าประมงชุมชน ผ่านช่องทาง MAKRO และ LOTUS'S เพื่อสนับสนุนการทำประมงชายฝั่งและเลี้ยงสัตว์น้ำแบบอนุรักษ์ และการเพาะฟักตัวอ่อนสัตว์น้ำ ส่งเสริมงานวิจัยระดับชุมชน และอยู่ระหว่างพัฒนาช่องทางตลาดสินค้าประมงพื้นบ้านออนไลน์ ผ่านโครงการ “การจัดการการเลี้ยงสัตว์น้ำด้วยเศรษฐกิจชุมชนหมุนเวียน” ทั้งนี้เพื่อให้ชุมชนสามารถดำรงวิถีแห่งความพอเพียง ไม่ทำลายแหล่งที่อยู่อาศัยสัตว์น้ำ ระบบนิเวศ ควบคู่ไปกับการผลิตตัวอ่อนสัตว์น้ำเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเล

การส่งเสริมศักยภาพชุมชน

ช่องทางการตลาดและสินค้าแปรรูป

- 3 จังหวัด
- สมุทรสงคราม
- สุราษฎร์ธานี
- นครศรีธรรมราช



Case Study 32

การจัดการการเลี้ยงสัตว์น้ำด้วยเศรษฐกิจชุมชน หมุนเวียน (Circular Economy)

เน้นเรื่องเศรษฐกิจทางทะเลของชุมชนให้ควบคู่กับการฟื้นฟูระบบนิเวศ และ มุ่งให้ชุมชนชาวประมงสามารถดำรงชีวิตอย่างมีคุณภาพ เครือฯ ใช้ช่องทางจัดจำหน่ายของเครือฯ เพื่อส่งต่อผลผลิตชุมชน สู่มัชรูโอ เพื่อชุมชนจะมีเวลาดูแลใส่ใจสิ่งแวดล้อมได้มากขึ้น พร้อมสร้างความตระหนักรู้ รวมถึงมีคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี ทั้งหมดนี้ต้องดำเนินไปด้วยกัน ปัจจุบันเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ทำงานร่วมกับ 111 ชุมชน ในพื้นที่ 21 จังหวัด ครอบคลุมกว่า 5,550 ครัวเรือน และมีเป้าหมายที่จะทำงานในทุกจังหวัดที่มีพื้นที่ติดกับชายฝั่งทะเลทั้งอ่าวไทยและอันดามัน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[กรณีศึกษาการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืน](#)

Case Study 33

งานวิจัยบรรจุกันที่ผลิตจากของเสียในการเลี้ยงสัตว์น้ำ ที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักดีว่าการจะฟื้นฟูทรัพยากรอย่างยั่งยืนต้องดำเนินการร่วมกับชุมชนให้ชุมชนดูแลรักษาทรัพยากรหน้าบ้านของชุมชน จึงได้วิจัยและพัฒนาการนำของเสียจากการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำมาผลิตเป็นวัสดุทางเลือกในการบรรจุต้นอ่อนพืชที่สามารถย่อยสลายได้เพื่อลดขยะ จากการผลิตและชุมชนโดยตรง ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา รวมทั้งนำเทคโนโลยีเข้าช่วยชุมชนชาวประมงจัดการสิ่งแวดล้อมทางทะเล เพื่อช่วยรักษาทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืน





สัตว์มีค่า ป่ามีคุณ

ร่วมอนุรักษ์ธรรมชาติของทางตอนเหนือตั้งแต่ปี 2538



รางวัลดีเด่น ระดับบุคคลทั่วไป
ประเภทสัตว์ป่า ภาพสัตว์อื่น ๆ

ถ่ายโดย นายวัชรระ กาญจนสุด

ก้าวต่อไปของเรา

- 01** เพิ่มการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรป่าไม้และทรัพยากรทางทะเลทั้งในไทยและต่างประเทศ
- 02** ขยายการทำงานร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียด้านการปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ
- 03** ตั้งเป้าหมายระยะยาวด้านการปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ
- 04** จัดทำคู่มือและระบบจัดเก็บข้อมูลด้านการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรทางบกและทางทะเล

การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

Responsible Supply Chain Management

โอกาสและความท้าทาย

แนวโน้มของจำนวนประชากรโลกที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ความต้องการต่อทรัพยากรทางธรรมชาตินั้นเพิ่มมากขึ้นอย่างทวีคูณ โดยเฉพาะความต้องการต่ออาหาร พลังงาน และน้ำสำหรับการอุปโภคและบริโภค ซึ่งหากไม่มีการบริหารจัดการทรัพยากรทางธรรมชาติเหล่านี้อย่างเหมาะสมและอย่างยั่งยืน ผลกระทบที่ตามมาอาจมีความรุนแรงและขนาดที่อยู่เหนือความควบคุมได้ เช่น ทรัพยากรน้ำที่ไม่เพียงพอต่อการอุปโภคและบริโภคของทั้งภาคครัวเรือน ภาคเกษตรกรรม และภาคอุตสาหกรรม ก่อให้เกิดความขัดแย้งและการหยุดชะงักในกระบวนการผลิต ซึ่งส่งผลกระทบต่อเนื่องไปยังความสามารถในการส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค และหากไม่มีการบริหารจัดการได้ทันทั่วทั้งที่ วิกฤตการณ์ขาดแคลนอาหารอาจเกิดขึ้นในหลาย ๆ ประเทศ ดังนั้นการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบจึงเป็นหนึ่งในประเด็นสำคัญที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญมาโดยตลอด พร้อมทั้งมีการดูแลและใช้แนวทางการบริหารจัดการที่รอบคอบและครอบคลุม เพื่อป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่อุปทาน อย่างไรก็ตาม ด้วยบริบททางธุรกิจของเครือฯ ที่มีความหลากหลาย และเกี่ยวข้องกับคู่ค้าธุรกิจหลากหลายรูปแบบทำให้การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้เป็นไปในทิศทางและมาตรฐานเดียวกันนั้น จำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินงาน โดยเฉพาะประเด็นด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การปกป้องดูแลสิทธิมนุษยชนและแรงงาน และการบริหารความเสี่ยง

กระบวนการสร้างคุณค่า

ประเด็นนำเข้า



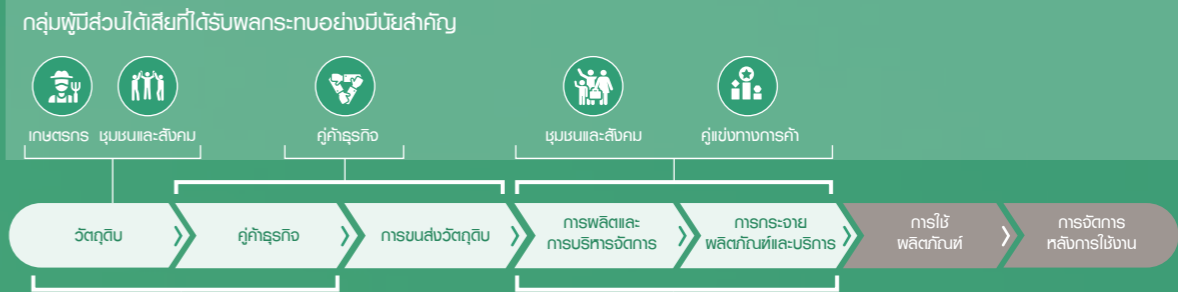
Manufacturing Capital



Relationship Capital

ธุรกิจและกิจกรรมของเครือฯ

การวิเคราะห์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและพหุมีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญตลอดห่วงโซ่อุปทาน

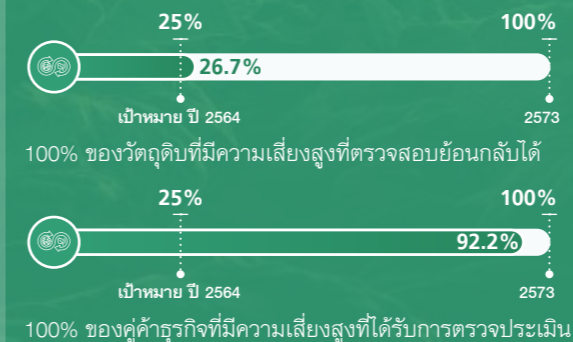


สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

2.4 มีระบบการผลิตอาหารที่ยั่งยืนและดำเนินการตามแนวปฏิบัติทางการเกษตรที่มีภูมิคุ้มกันที่จะเพิ่มผลผลิตและการผลิต	9.4 ปรับปรุงอุตสาหกรรมเพื่อให้เกิดความยั่งยืน โดยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและการใช้เทคโนโลยี
4.4 เพิ่มจำนวนประชากรที่มีทักษะที่จำเป็นและการเป็นผู้ประกอบการ	12.7 ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐที่ยั่งยืน 12.a เสริมความแข็งแกร่งของขีดความสามารถด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่จะขับเคลื่อนไปสู่แบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนยิ่งขึ้น
8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งเน้นการสร้างงานและความเป็นผู้ประกอบการ	

ผลลัพธ์และประโยชน์

ความคืบหน้าสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573



การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564

- ปรับปรุงคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า
- ขยายขอบเขตระบบตรวจสอบย้อนกลับสำหรับวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูง
- ขยายขอบเขตการบูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการจัดซื้อ
- ริเริ่มการเสริมสร้างขีดความสามารถของผู้ตรวจประเมินด้านความยั่งยืนเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน



เสริมสร้างศักยภาพลูกค้าธุรกิจเพื่อสร้าง ความเป็นเลิศในกระบวนการดำเนินงาน

ข้อมูลการดำเนินงานที่สำคัญ

ข้อมูลด้านห่วงโซ่อุปทานและลูกค้าธุรกิจ

ลูกค้าธุรกิจลำดับที่ 1
ที่มีความสำคัญ
2,254 ราย

ลูกค้าธุรกิจลำดับที่ 1 ที่มี
ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน
138 ราย



ลูกค้าธุรกิจทางอ้อมที่มี
ความสำคัญ
72 ราย

ลูกค้าธุรกิจทางอ้อมที่มีความสำคัญ
ที่มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืน
3 ราย

ข้อมูลด้านการบริหารความเสี่ยงลูกค้าธุรกิจ

57.91%

ลูกค้าธุรกิจรายใหม่ที่ผ่านการคัดเลือกรด้วยเกณฑ์
ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ

84.06%

ลูกค้าธุรกิจที่ได้รับการประเมินด้านความยั่งยืน

จำนวนค่าใช้จ่ายแยกตามกลุ่มธุรกิจ

กลุ่มธุรกิจ	ค่าใช้จ่าย (ร้อยละ)
พืชครบวงจร	0.37
อาหารสัตว์เลี้ยง	0.40
เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และผลิตภัณฑ์อารักขาพืช	1.62
บรรจุภัณฑ์	0.73
การตลาดและการจัดจำหน่าย	86.21
การค้าระหว่างประเทศ	2.31
อีคอมเมิร์ซ และดิจิทัล	0.20
โทรคมนาคม	8.16

การประสานความร่วมมือเพื่อสร้าง ห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน

การส่งเสริมจรรยาบรรณสำหรับ ลูกค้าธุรกิจ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งสร้างความเชื่อมั่นในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน โดยส่งเสริมให้ลูกค้าธุรกิจทุกรายยึดถือและปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้าอย่างเคร่งครัด พร้อมทั้งจัดให้มีการสื่อสารระหว่างเครือฯ และลูกค้าธุรกิจอยู่เป็นประจำ เพื่อสร้างความเข้าใจและความสามารถในการปฏิบัติตามอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ เพื่อเป็นการตอกย้ำถึงความมุ่งมั่นดังกล่าว ในปี 2564 เครือฯ ได้ดำเนินการปรับปรุงคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้าให้มีความเหมาะสมต่อบริบทการค้าดำเนินงานของเครือฯ และลูกค้าธุรกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคต

การกำกับดูแลและการส่งเสริม ลูกค้าธุรกิจสู่ความยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีระบบบริหารจัดการความเสี่ยงคู่ค้าตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งประกอบด้วย การประเมินและตรวจสอบคุณสมบัติของลูกค้าธุรกิจก่อนการขึ้นทะเบียนคู่ค้าธุรกิจในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความสามารถทางเทคนิค การควบคุมคุณภาพ การดูแลความปลอดภัยและอาชีวอนามัย การบริหารการเงิน การดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้าน การดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และการกำกับดูแลกิจการ การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายในห่วงโซ่อุปทาน การระบุคู่ค้าธุรกิจที่มีความสำคัญ และการประเมินผลการดำเนินงานประจำปี นอกจากนี้ ยังมีกรมประเมินการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนและแรงงาน เพื่อเพิ่มระดับความรัดกุมของลูกค้าธุรกิจ พร้อมทั้งช่วยลดความเสี่ยงและผลกระทบไม่ให้เกิดขึ้นกับเครือฯ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

Case Study 34

การปรับปรุงคู่มือจรรยาบรรณ ธุรกิจสำหรับคู่ค้า

ในปี 2564 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ทำการปรับปรุงคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า ดังนี้

- ความปลอดภัยทางไซเบอร์ที่เน้นการปกป้องข้อมูล เครือข่ายและระบบออนไลน์ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจให้ปลอดภัย
- การแข่งขันอย่างเป็นธรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันและการปฏิบัติทางการค้าที่เป็นธรรม และเสรี
- การคุ้มครองแรงงาน ที่ขยายการคุ้มครองไปถึงแรงงานผู้เยาว์ แรงงานสตรีและสตรีมีครรภ์ แรงงานผู้สูงอายุ แรงงานคนพิการ และแรงงานข้ามชาติ



ลูกค้าธุรกิจลำดับที่ 1 ที่มีความสำคัญที่ได้รับ
และแสดงความมุ่งมั่นในการปฏิบัติตามคู่มือ
จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า

100%

1 การวางแผน และการคัดเลือก

- การจัดทำกลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน
- การประเมินและตรวจสอบคุณสมบัติของคู่ค้าธุรกิจ
- การขึ้นทะเบียนคู่ค้าธุรกิจ

2 การบริหารจัดการความเสี่ยง

- การระบุคู่ค้าธุรกิจที่มีความสำคัญโดยพิจารณาจาก มูลค่าการซื้อขาย ความสำคัญของส่วนประกอบหรือวัตถุดิบ และความสามารถในการหาทดแทน
- การประเมินความเสี่ยงตลอดห่วงโซ่อุปทาน

3 การประเมินผลการดำเนินงาน

- การประเมินผลการดำเนินงานในประเด็นต่าง ๆ
- การติดตามผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการแก้ไข (Corrective Action Plan)



	จำนวนคู่ค้าที่ได้รับการประเมิน ESG	สัดส่วนคู่ค้าที่ได้รับการประเมิน ESG
คู่ค้าธุรกิจลำดับที่ 1	26,450	84.06%
คู่ค้าธุรกิจทางอ้อมที่มีความสำคัญ	56	77.78%

กลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

เครือเจริญโภคภัณฑ์จัดทำกลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อเป็นแนวทางและเป้าหมายในการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ ซึ่งกลยุทธ์ทั้ง 5 มีความสอดคล้องกับกลยุทธ์ของเครือฯ และเป้าหมายสู่ความยั่งยืนปี 2573



คู่ค้าธุรกิจที่มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืน

นอกจากการระบุคู่ค้าธุรกิจที่มีความสำคัญแล้ว เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้มีการระบุคู่ค้าธุรกิจที่มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืน หรือคู่ค้าธุรกิจที่มีแนวโน้มสูงว่าการดำเนินงานหรือกิจกรรมอาจจะก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และการกำกับดูแล เครือฯ ไม่เพียงระบุคู่ค้าธุรกิจที่มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืน แต่เครือฯ ยังได้ทำการประเมินผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของคู่ค้าธุรกิจอีกด้วย

Case Study 35

สร้างกลไกการตรวจประเมินคู่ค้าธุรกิจเพื่อยกระดับสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน


เครือเจริญโภคภัณฑ์มีห่วงโซ่อุปทานที่หลากหลายและมีความท้าทายสูง ไม่ว่าจะเป็นความหลากหลายทางด้านอุตสาหกรรม และความแตกต่างทางวัฒนธรรมในแต่ละเขตภูมิประเทศที่เครือฯ มีการดำเนินธุรกิจอยู่ ดังนั้น การสร้างมาตรฐานการตรวจประเมินถือเป็นภารกิจสำคัญยิ่งที่เครือฯ จำเป็นต้องเร่งพัฒนาอย่างเป็นระบบด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงได้จัดให้มีการอบรมหลักสูตร CAPACITY BUILDING PROGRAM - CPG Cooperated Sustainability Management System Compliance Audit ให้แก่พนักงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ หลักสูตรนี้เป็นการอบรมโดยผู้ทรงคุณวุฒิจากบริษัท ทูฟ นอร์ด (ประเทศไทย) จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มทักษะการตรวจประเมินคู่ค้าธุรกิจให้มีประสิทธิภาพและสามารถครอบคลุมทุกประเด็นด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง เช่น สินค้าและบริการ แรงงาน การเลือกปฏิบัติ สวัสดิการแรงงาน ความอิสระในการเข้าร่วมสมาคม อาชีวอนามัยและความปลอดภัย การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ การบริหารจัดการความเสี่ยง และการปฏิบัติตามจริยธรรม เป็นต้น โดยมีผู้เข้าร่วมฝึกอบรมทั้งสิ้น 143 ราย จากทุกกลุ่มธุรกิจในประเทศไทย

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาระบบการตรวจประเมินคู่ค้าธุรกิจ โดยเริ่มตั้งแต่การวางแผนการตรวจประเมิน เพื่อประเมินความสอดคล้องของคู่ค้าธุรกิจกับจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้าและข้อกำหนดของกฎ ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง โดยมีความถี่เป็นประจำทุกปี หรือ อย่างน้อย 1 ครั้งในรอบ 3 ปี ตามระดับความสำคัญและความเสี่ยงของคู่ค้าธุรกิจ ซึ่งแผนการตรวจประเมินครอบคลุมกลุ่มคู่ค้าธุรกิจ ดังนี้

- คู่ค้าธุรกิจลำดับที่ 1 ที่มีความสำคัญทุกราย
- คู่ค้าธุรกิจทางอ้อมที่มีความสำคัญทุกราย
- คู่ค้าธุรกิจที่มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืนทุกราย
- คู่ค้าธุรกิจที่มีผลการประเมินตนเองด้านความยั่งยืนไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด

	จำนวนคู่ค้าธุรกิจที่ได้รับการตรวจประเมินประจำปี	จำนวนคู่ค้าธุรกิจที่ได้รับการตรวจประเมินประจำปีในรอบ 3 ปี (ไม่นับซ้ำราย)
คู่ค้าธุรกิจที่มีความสำคัญ	6.84%	7.01%
คู่ค้าธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูงด้านความยั่งยืน	63.83%	28.37%

กลยุทธ์	การดำเนินงาน	เป้าประสงค์	เป้าหมาย
 การเสริมสร้างการแข่งขันของพันธมิตรทางธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมและสนับสนุนให้คู่ค้าธุรกิจจัดทำนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืนของตนเอง และนำไปปฏิบัติให้เกิดผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรม จัดให้มีวันพบปะคู่ค้าธุรกิจเป็นประจำอย่างน้อย 1 ครั้งต่อปี เพื่อชี้แจงทิศทางและแนวปฏิบัติสู่ความยั่งยืน รวมถึงการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ 	<ul style="list-style-type: none"> 100% ของคู่ค้าธุรกิจลำดับที่ 1 ได้ลงนามรับทราบ และได้รับการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า 	50% ภายในปี 2566
 การปรับปรุงกระบวนการภายใน	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมและสนับสนุนให้คู่ค้าธุรกิจยกระดับระบบการจัดการไปสู่มาตรฐานความยั่งยืนในระดับสากล ด้วยการได้รับการรับรองจากหน่วยงานภายนอกที่น่าเชื่อถือ เช่น ระบบการจัดการคุณภาพ ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม รวมถึงการได้รับการประเมินด้านความยั่งยืนตามตัวชี้วัดด้าน ESG เป็นต้น ประเมินผลการดำเนินงานของคู่ค้าธุรกิจเป็นประจำอย่างน้อย 1 ครั้งต่อปี เพื่อประเมินขีดความสามารถในการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านต่าง ๆ ในสัญญา ได้แก่ ด้านคุณภาพ ด้านราคา ด้านการส่งมอบ ด้านความยั่งยืน และด้านอื่น ๆ ที่มี พร้อมทั้งแจ้งไปยังคู่ค้าธุรกิจเพื่อทำการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> 100% ของคู่ค้าธุรกิจลำดับที่ 1 ที่สำคัญปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับเกี่ยวกับน้ำ และดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำ 100% ของการใช้จ่ายในการจัดซื้อครุภัณฑ์จากคู่ค้าธุรกิจที่มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้าน 	50% ภายในปี 2566
 การร่วมมือเพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนให้เกิดการยกระดับคุณภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของคู่ค้าธุรกิจด้วยแนวทางที่เหมาะสม เช่น การอบรมให้ความรู้ การร่วมลงทุน และการมอบรางวัลเพื่อสร้างแรงจูงใจ เป็นต้น 	<ul style="list-style-type: none"> 50% ของคู่ค้าธุรกิจลำดับที่ 1 ที่มีความสำคัญเข้าร่วมหรือร่วมมือกับบริษัทในการจัดการสิ่งแวดล้อม 	25% ภายในปี 2566
 การสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้กับผู้บริโภคและลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> ประยุกต์ใช้และส่งเสริมให้เกิดการยกระดับการจัดซื้อจัดจ้างอย่างรับผิดชอบที่ให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความมั่นใจว่าวัตถุดิบที่ใช้มาจากแหล่งที่ถูกต้อง และด้วยแนวทางที่เหมาะสม เช่น การตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอดห่วงโซ่อุปทานการผลิต และได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าด้านความยั่งยืน เช่น Marine Trust, Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), Forest Stewardship Council (FSC) เป็นต้น 	<ul style="list-style-type: none"> 100% ของวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูงด้านความยั่งยืนได้รับการตรวจสอบย้อนกลับ 	50% ภายในปี 2566

กลยุทธ์	การดำเนินงาน	เป้าประสงค์	เป้าหมาย
 การจัดการความเสี่ยงแบบบูรณาการ	<ul style="list-style-type: none"> ประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทานเป็นประจำอย่างน้อย 1 ครั้งในรอบ 3 ปี ด้วยวิธีการที่เหมาะสม ได้แก่ 1) การตรวจเยี่ยมสถานประกอบการ 2) แบบสอบถาม/แบบประเมินตนเอง 3) ข้อมูลจากหน่วยงานภายนอกหรือผู้มีส่วนได้เสียที่น่าเชื่อถือ 4) ข่าวสารและ 5) อื่น ๆ เพื่อระบุหาคู่ค้าธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูงด้านความยั่งยืน (Sustainability High-Risk Suppliers) และกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยงด้านความยั่งยืนที่ครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน และหลักธรรมาภิบาลอย่างเหมาะสมและเพียงพอ เพื่อยกระดับสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป 	<ul style="list-style-type: none"> 100% ของคู่ค้าธุรกิจลำดับที่ 1 ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนทุก 3 ปี 100% ของคู่ค้าธุรกิจลำดับที่ 1 ที่สำคัญที่มีความเสี่ยงสูงด้านสิทธิมนุษยชนมีแผนบรรเทาทุกข์ และแก้ไขความเสี่ยงที่พบภายใน 12 เดือน 100% ของคู่ค้าธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูงด้านความยั่งยืนต้องได้รับการตรวจประเมินทุก 3 ปี 	100% ภายในปี 2566



นอกเหนือจากความร่วมมือระหว่างเครือเจริญโภคภัณฑ์ และเกษตรกร หรือคู่ค้าธุรกิจแล้ว เครือฯ ยังสนับสนุนให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน เพื่อขับเคลื่อนให้ห่วงโซ่อุปทานทั่วโลกมีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ [การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ](#)

ก้าวต่อไปของเรา

เพื่อตอบสนองต่อแนวโน้มของโลกและเป้าหมายด้านความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ เครือฯ มีแผนการที่จะยกระดับความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานไว้ดังต่อไปนี้

- 01 สร้างเครือข่ายและเสริมสมรรถนะของผู้ตรวจประเมิน
- 02 ผนึกกำลังเพื่อยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการ และขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับคู่ค้าธุรกิจ
- 03 สนับสนุนให้คู่ค้าธุรกิจยกระดับระบบการจัดการไปสู่มาตรฐานความยั่งยืนในระดับสากล
- 04 พัฒนาระบบการตรวจสอบย้อนกลับได้ที่มีประสิทธิภาพ

ภาคผนวก

ขอบเขตการรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2564

บริษัทที่อยู่ในขอบเขตการรายงานความยั่งยืน เครือเจริญโภคภัณฑ์ ประจำปี 2564

สายธุรกิจ / บริษัท	ประเทศ / เขตเศรษฐกิจ	เศรษฐกิจ	สิ่งแวดล้อม				สังคม	
			พลังงาน	ก๊าซเรือนกระจก	น้ำ	ของเสีย	ความปลอดภัย	บุคคล
1 บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด	ไทย	•	○	○	○	○	○	○
2 บริษัท ธนทเลคอม จำกัด	ไทย	•	•	•	•	•	•	•
3 บริษัท พัฒนาผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด	ไทย	•	•	•	•	•	•	•
4 บริษัท เค.เอส.พี. อุบลรัตน์ จำกัด	ไทย	•	•	•	•	•	•	○
5 บริษัท เกษตรภัณฑ์อุตสาหกรรม จำกัด	ไทย	•	•	•	•	•	•	○
6 บริษัท แอ็ดวานซ์ฟาร์มา จำกัด	ไทย	•	•	•	•	•	•	○
ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร								
1 บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)	ไทย	•	•	•	•	•	•	•
C.P. VIETNAM CORPORATION	เวียดนาม	•	•	•	•	•	•	•
CHAROEN POKPHAND ENTERPRISES (TAIWAN) CO. LTD.	ไต้หวัน	•	•	•	•	•	•	•
C.P. CAMBODIA CO., LTD.	กัมพูชา	•	•	•	•	•	•	•
CPF (INDIA) PRIVATE LTD.	อินเดีย	•	•	•	•	•	•	•
C.P. LAOS CO., LTD.	ลาว	•	•	•	•	•	•	•
CHAROEN POKPHAND FOODS (MALAYSIA) SDN. BHD.	มาเลเซีย	•	•	•	•	•	•	•
CHAROEN POKPHAND FOODS PHILIPPINES CORP.	ฟิลิปปินส์	•	•	•	•	•	•	•
SUPERDROB ZAKLADY DROBIAR-SKO-MIESNE S.A.	โปแลนด์	•	•	•	•	•	•	•
CHAROEN POKPHAND FOODS (OVERSEAS) LLC.	รัสเซีย	•	•	•	•	•	•	•
TOPS FOODS NV	เบลเยียม	•	○	○	○	○	○	•
NORFOLK FOODS (PRIVATE) LIMITED	ศรีลังกา	•	○	○	○	○	○	•
C.P. STANDART GIDA SANAYI VE TICARET A.S.	ตุรกี	•	•	•	•	•	•	•
CP FOODS (UK) LTD.	อังกฤษ	•	○	○	○	○	○	○

สายธุรกิจ / บริษัท	ประเทศ / เขตเศรษฐกิจ	เศรษฐกิจ	สิ่งแวดล้อม				สังคม	
			พลังงาน	ก๊าซเรือนกระจก	น้ำ	ของเสีย	ความปลอดภัย	บุคคล
BELLISIO INVESTMENT LLC.	อเมริกา	•	•	•	•	•	•	•
บริษัท ซี.พี. เมจิ จำกัด	ไทย	•	○	○	○	○	○	○
2 AGRO-INDUSTRY AND FOOD BUSINESS GROUP	จีน	•	•	•	•	•	•	•
3 CHIA TAI ENTERPRISES INTERNATIONAL LIMITED	จีน	•	○	○	○	○	○	•
4 MYANMAR C.P. LIVESTOCK CO., LTD.	เมียนมา	•	•	•	•	•	•	•
5 C.P. BANGLADESH CO., LTD.	บังกลาเทศ	•	•	•	•	•	•	○
6 CHAROEN POKPHAND PAKISTAN (PVT.) LTD.	ปากีสถาน	•	○	○	○	○	○	○
7 CHIA TAI FEEDMILL PTE. LTD.	สิงคโปร์	•	○	○	○	○	○	○
8 CHINA ANIMAL HUSBANDRY BUSINESS	จีน	•	•	•	•	•	•	•
9 บริษัท เจียไต่ จำกัด	ไทย	•	•	•	•	•	•	•
10 บริษัท ซี.พี. อินเทอร์เน็ต จำกัด	ไทย	•	•	•	•	•	•	•
11 บริษัท ข้าว ซี.พี. จำกัด	ไทย	•	•	•	•	•	•	•
12 บริษัท โดนามิกซ์ทรานสปอร์ต	ไทย	•	•	•	○	○	○	•
13 บริษัท โดนามิคอินเตอร์ทรานสปอร์ต จำกัด	ไทย	•	○	○	○	○	○	•
14 บริษัท ทำเรือยูธยาและไอซีดี จำกัด	ไทย	•	•	•	•	•	•	•
15 APSARA RICE (CAMBODIA) CO., LTD	กัมพูชา	•	•	•	•	•	•	•
16 บริษัท เจริญโภคภัณฑ์โปรตีนสัตว์ จำกัด	ไทย	•	•	•	•	•	•	•
	อินเดีย	•	•	•	•	•	•	•
	เมียนมา	•	•	•	•	•	•	•
	เวียดนาม	•	•	•	•	•	•	•
17 บริษัท เจริญโภคภัณฑ์การเกษตร จำกัด	ไทย	•	•	•	•	•	•	•
18 บริษัท ซี พี สตาร์เลนส์ จำกัด	ไทย	•	•	•	•	•	•	•
19 บริษัท เจริญโภคภัณฑ์วิศวกรรม จำกัด	ไทย	•	○	○	○	○	○	•
20 บริษัท เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรู๊ป จำกัด	ไทย	•	•	•	•	•	•	•
	จีน	•	○	○	○	○	○	•

สายธุรกิจ / บริษัท	ประเทศ / เขตเศรษฐกิจ	เศรษฐกิจ	สิ่งแวดล้อม				สังคม	
			พลังงาน	ก๊าซเรือนกระจก	น้ำ	ของเสีย	ความปลอดภัย	บุคคล
ธุรกิจค้าปลีก								
1 บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
2 บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
3 C.P. LOTUS CORPORATION	จีน	●	●	●	●	●	●	●
4 บริษัท เอก - ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
5 LOTUS'S STORES (MALAYSIA) SDN. BHD.	มาเลเซีย	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม								
1 บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจอีคอมเมิร์ซและธุรกิจดิจิทัล								
1 บริษัท แอสเซนด กรู๊ป จำกัด	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
2 TRUE MONEY (CAMBODIA) LIMITED	กัมพูชา	●	●	●	●	●	○	●
3 PT WITAMI TUNAI MANDIRI (TMN INDONESIA)	อินโดนีเซีย	●	●	●	●	●	○	●
4 TRUE MONEY MYANMAR COMPANY LIMITED	เมียนมา	●	●	●	●	●	○	●
5 TRUE MONEY PHILIPPINES INC.	ฟิลิปปินส์	●	●	●	●	●	○	●
6 TRUE MONEY VIETNAM JOINT STOCK COMPANY	เวียดนาม	●	○	○	○	○	○	●
7 บริษัท ฟริวิลล์ โซลูชั่นส์ (จำกัด)	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์								
1 บริษัท ซี.พี. แลนด์ จำกัด (มหาชน)	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
2 บริษัท ซีพี พร็อพเพอร์ตี้ โฮลดิ้ง จำกัด	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
3 SHANGHAI KINGHILL LIMITED	จีน	●	●	●	●	●	●	●
4 CHIA TAI LAND CO., LTD.	จีน	●	●	●	●	○	○	●
5 CHIA TAI DI JING (SHANGHAI) INVESTMENT MANAGEMENT LTD.	จีน	○	●	●	●	○	○	●

สายธุรกิจ / บริษัท	ประเทศ / เขตเศรษฐกิจ	เศรษฐกิจ	สิ่งแวดล้อม				สังคม	
			พลังงาน	ก๊าซเรือนกระจก	น้ำ	ของเสีย	ความปลอดภัย	บุคคล
ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม								
1 บริษัท อี.ซี.ไอ. กรู๊ป จำกัด	ไทย	●	○	○	○	○	○	●
2 C.P. MOTOR MYANMAR CO., LTD.	พม่า	○	○	○	○	○	○	○
3 บริษัท ซีพีพีซี จำกัด (มหาชน)	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
	จีน	○	○	○	○	○	○	○
	เวียดนาม	○	○	○	○	○	○	○
ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์								
1 SINO BIOPHARMACEUTICAL LIMITED	จีน	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจการเงินและการธนาคาร								
1 ZHENG XIN BANK COMPANY LIMITED	จีน	○	●	●	●	●	●	●
2 PING AN INSURANCE (GROUP) COMPANY OF CHINA, LTD.*	จีน							
3 ITOCHU CORPORATION*	ญี่ปุ่น							
4 CITIC GROUP CORPORATION LTD.*	จีน							
ธุรกิจอื่น ๆ								
1 บริษัท เอเชีย เอรา วัน จำกัด	ไทย	○	○	○	○	○	○	●
2 บริษัท อัลเตอร์วิม จำกัด	ไทย	○	○	○	○	○	○	●
3 บริษัท ซีพี เมดิคัล เซ็นเตอร์ จำกัด	ไทย	○	○	○	○	○	○	●

- หมายถึง ผลการดำเนินงานของบริษัทครอบคลุมอยู่ในรายงานฉบับนี้
- หมายถึง ผลการดำเนินงานของบริษัทไม่ได้ครอบคลุมอยู่ในรายงานฉบับนี้
- * กลุ่มธุรกิจการเงินและการธนาคารที่ไม่ได้อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของเครือเจริญโภคภัณฑ์

การรับรองจากหน่วยงานภายนอก



LRQA Independent Assurance Statement

Relating to Charoen Pokphand Group Company Limited's Sustainability

Report for the calendar year 2021

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 2021 ("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 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's Standard and core option
- Reviewing the integrity of CPG's Values, principles, standards and norms of behavior (GRI 102-16), Mechanisms for advice and concerns about ethics (GRI 102-17)
- Evaluating the reliability of data and information for only the selected indicators listed below:
 - GRI 302-1 Energy consumption within the organization: 2016, GRI 303-3 to 5 Water withdrawal, discharge and consumption: 2018, GRI 305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions: 2016 ⁽¹⁾ - combustion and refrigerants only, GRI 305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions: 2016, GRI 305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions - (Cat. 1, Cat.3, Cat. 4 only freight services, Cat. 5-7, Cat. 9 – 13 and 15) : 2016, GRI 305-7 Significant air emissions – VOC only, GRI 306-3 to 5 Waste generated, diverted from and directed to disposal : 2020 included food waste, GRI 403-9 and 10 Work related injury and ill health :2018

Notes: (1) Reporting scope of Direct GHG emission includes emission from sources of fuel combustion only but exclude direct GHG emission from flaring of biogas and other sources of direct GHG emission.

The information for these selected indicators is available at

<https://www.cpgroupglobal.com/en/pdf/2021/gri-and-sasb-content-index-report>

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.

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.



¹ GHG quantification is subject to inherent uncertainty.

- Reviewing CPG's process for identifying and determining material issues to confirm that the right issues were included in their Report and updated overtime. We did this by benchmarking reports written by CPG and its peers to ensure that sector specific issues were included for comparability.
- 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 (Thailand and Vietnam), CPAll, CPI, CPP, and True Corp.
- Sampling evidence presented - remote verification to CPG's subsidiaries included CPF and Lotus operations in India, People's Republic of China, Thailand and within ASEAN countries 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 stakeholder 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 actions being taken by CPG to manage impacts of business M&A to consumers.
- Reliability: CPG apply centralize systems to collect and calculate the data and information associated with the selected indicators listed above. 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 2022

Opart Charuratana
LR Lead Verifier
On behalf of LRQA (Thailand) Limited
22th Floor, Sirinrat Building, 3388/76 Rama IV Road
Klongton, Klongtoey, Bangkok 10110 THAILAND
LRQA Reference: BGK60000750A

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.

Copyright © LRQA Group Limited, 2022.

รักษ์สิ่งแวดล้อม โดยใช้กระดาษรีไซเคิล ซีรีย์  EcoFiber

ลดการใช้ไม้ใหม่
100 ต้น

ดูดซับก๊าซ CO₂
81 ต้น

ลดการใช้พลังงานน้ำ
22,956 ลิตร

ลดการใช้พลังงานไอน้ำ
3 ต้น

ลดการใช้พลังงานทั้งหมด
526 ยูนิท