

ค่านิยม 3 ประโยชน์

FOR A BETTER TOMORROW

ประเทศชาติ • ประชาชน • องค์กร

เครือเจริญโภคภัณฑ์

รายงานความยั่งยืนประจำปี 2568

บูรณาการหลักสามประโยชน์

ประเทศชาติ • ประชาชน • และองค์กร

เครือเจริญโภคภัณฑ์

รายงานความยั่งยืนประจำปี 2568

CP ร้อยเรียงความดี

ซีพี...เพื่อความยั่งยืน



สถิตอยู่ในใจตราบนิรันดร์
น้อมสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณ
เป็นล้นพ้นอันหาที่สุดมิได้

ข้าพระพุทธเจ้า คณะผู้บริหารและพนักงาน
บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด และบริษัทในเครือ



สถิตกลางใจปวงประชา

โศกเหลือโศกเหลืออาลัยในเจ้าฟ้า
ร่ำเหลือร่ำจนน้ำตาไม่ขาดสาย
สำนึกในพระกรุณาไม่เว้นวาย
เกินบรรยายเกินทอถักอักษรา

ประพันธ์โดย ชมัยภร แสงกระจ่าง ศิลปินแห่งชาติ

ข้าพระพุทธเจ้า คณะผู้บริหารและพนักงาน

บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด และบริษัทในเครือ

TABLE OF CONTENTS

สารบัญ

บทนำ

สารจากประธานอาวุโส 8
สารจากประธานกรรมการ 10
สารจากรองประธานอาวุโส 12
ค่านิยมองค์กร 6 ประการ 14
ระบบบริหารความเป็นเลิศซีพี 16
ความคืบหน้าการดำเนินงาน สู่เป้าหมายความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573 20
รางวัลและความภาคภูมิใจ ปี 2568 22
รู้จักเครือเจริญโภคภัณฑ์ 24
ห่วงโซ่คุณค่า ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ 26
ภาพรวมธุรกิจ ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ 28
การวิเคราะห์บริบทการดำเนินงาน 30
เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้ 34

การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน

การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน 38
การวิเคราะห์ผลกระทบภายนอก 40
ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่ 42
การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย 44
ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 48
การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน 50
กลยุทธ์และเป้าหมายความยั่งยืน 54
กระบวนการสร้างคุณค่า 56
การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 58





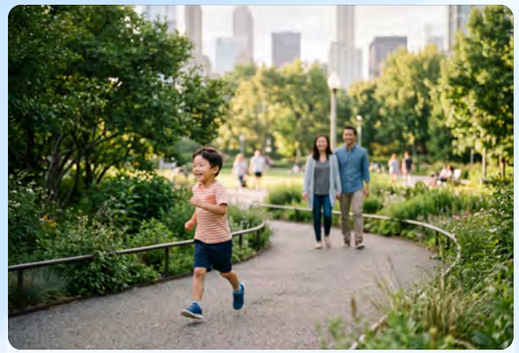
HEART: Living Right

การกำกับดูแลกิจการ 64
สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน 80
การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ 96
การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล 104
ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล 116



HEALTH: Living Well

สุขภาพและสุขภาวะที่ดี 126
คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ให้แก่สังคม 136
ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ 148
การบริหารจัดการนวัตกรรม 156
การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย 168



HOME: Living Together

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 180
ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน 202
การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ 214
การปกป้องระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ 226
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ 240

ภาคผนวก

ขอบเขตการรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2568 258
GRI Content Index 260
การรับรองจากหน่วยงานภายนอก 276

สารจากประธานอาวุโส
Message from THE SENIOR CHAIRMAN



นับตั้งแต่ที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ก่อกำเนิดขึ้นในปี 2464 เราดำเนินธุรกิจด้วยหลักการเดียวกันมาตลอด ด้วยความยึดมั่นในหลัก “3 ประโยชน์” คือ ประเทศชาติ ประชาชน และเครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งจะต้องเจริญงอกงามไปพร้อม ๆ กัน และเราได้ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจมาตลอดกว่า 100 ปี วันนี้ “3 ประโยชน์” ไม่ได้เป็นเพียงหลักคิดขององค์กร แต่กลายเป็นหนึ่งในค่านิยมสำคัญที่คนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ทุกคนยึดถือร่วมกัน ยิ่งเวลาผ่านไป ผมยิ่งเชื่อมั่นว่าหลักการนี้ยิ่งมีความสำคัญ และความลึกซึ้ง เพราะหากธุรกิจคิดถึงแต่กำไร องค์กรอาจเติบโตได้ช่วงหนึ่ง แต่หากธุรกิจสร้างประโยชน์ให้ประเทศชาติและประชาชน องค์กรจะเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

ในโลกยุคใหม่ที่มีความผันผวนเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเกินกว่าที่ทุกคนจะคาดคิด ดังนั้น ทุกคนจึงต้องทำงานแข่งกับเวลา และยิ่งเมื่อมีปัญญาประดิษฐ์ Artificial Intelligence: AI และเทคโนโลยีกำลังเปลี่ยนทั้งวิธีทำงาน วิธีทำธุรกิจ และวิธีที่คนเราเรียนรู้ในเวลาอันรวดเร็ว ดังนั้น คนที่ปรับตัวช้า อาจตามโลกไม่ทัน แต่สิ่งหนึ่งที่ผมเชื่อมาตลอดและไม่เคยเปลี่ยน คือ ไม่ว่าเทคโนโลยีจะก้าวหน้าไปแค่ไหน รากฐานของทุกอย่างยังคงอยู่ที่ “ทรัพยากรมนุษย์” ที่ยึดมั่นในคุณธรรมควบคู่กันไป

ถึงแม้ว่าเทคโนโลยีจะล้ำยุคไปแค่ไหน แต่หากผู้ที่ใช้เทคโนโลยีเหล่านั้นขาดคุณธรรม โลกก็ยิ่งมีปัญหา อย่างที่ปรากฏให้เห็นในชีวิตประจำวัน ดังนั้น ปัจจัยแห่งความสำเร็จ จึงเป็นความท้าทายที่ทุกองค์กรจะต้องคำนึงถึง และแม้ว่าปัญญาประดิษฐ์จะฉลาดเพียงใด แต่ปัจจัยสำคัญก็อยู่ที่ทรัพยากรมนุษย์ จะใช้ปัญญาประดิษฐ์อย่างไร และจะทำอย่างไรให้เทคโนโลยีเติบโตไปพร้อมกับคุณธรรม และจริยธรรม เพราะสุดท้ายแล้ว คนยังคงเป็นผู้กำหนดอนาคตของโลก

อย่างไรก็ตาม ผมให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรให้มีศักยภาพและประสิทธิภาพสูงสุด เพราะผมเชื่อว่าการลงทุนที่คุ้มค่าที่สุด คือการลงทุนในทรัพยากรมนุษย์ ปัญญาที่แท้จริงไม่ได้เกิดจากการท่องจำเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากการลงมือทำ การฝึกคิด การเรียนรู้จากประสบการณ์จริง และการเผชิญกับความท้าทายด้วยตนเอง ด้วยเหตุนี้ ระบบการศึกษาในโลกยุคใหม่จึงต้องเปลี่ยน เด็กและเยาวชนควรได้เรียนรู้ควบคู่กับการทำงานจริง ได้คิดเป็น ทำเป็น แก้ปัญหาเป็น และเข้าใจโลกแห่งความเป็นจริงเร็วขึ้น เพื่อให้พร้อมสำหรับอนาคตที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

สำหรับประเทศไทย ต้องยอมรับว่า ประเทศของเรามีศักยภาพเพียงพอที่จะเป็นศูนย์กลางการศึกษาของโลกได้ หากเราพัฒนาระบบการศึกษาให้ตอบโจทย์โลกยุคใหม่อย่างแท้จริง เราจะสามารถดึงดูดคนเก่งจากทั่วโลกเข้ามาเรียนรู้และทำงานร่วมกันในประเทศไทย ซึ่งจะช่วยสร้างเครือข่ายบุคลากรคุณภาพที่เชื่อมประเทศไทยเข้ากับนานาประเทศในระยะยาว

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมุ่งสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่เปิดกว้าง เราร่วมมือกับพันธมิตรทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ เทคโนโลยี และประสบการณ์ระหว่างกัน พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้จากผู้มีประสบการณ์ ได้ลงมือทำจริง และเติบโตขึ้นเป็นผู้นำที่มีทั้งความสามารถและความรับผิดชอบต่อสังคม

การพัฒนาคนและการพัฒนาโลกที่เราอาศัยอยู่เป็นสิ่งที่แยกกันไม่ออก เครือเจริญโภคภัณฑ์ไม่เคยมองเรื่องสิ่งแวดล้อม และเรื่องสังคมเป็นเรื่องรอง เพราะธุรกิจจะอยู่ไม่ได้ หากสังคมอยู่ไม่ได้ เช่นเดียวกับสิ่งแวดล้อม เครือฯ จึงให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงทางอาหาร การใช้ทรัพยากรอย่างมีความรับผิดชอบ และการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพตลอดห่วงโซ่การผลิต ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงมือผู้บริโภค เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าและบริการของเรามีคุณภาพ ปลอดภัย และสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด

ทั้งหลายทั้งปวงดังที่กล่าวมาแล้ว การดำเนินการภายใต้หลักธรรมาภิบาล ความโปร่งใส และความซื่อสัตย์ ซึ่งไม่ใช่เพียงนโยบายที่เขียนไว้บนกระดาษ แต่คือพฤติกรรมที่ต้องสะท้อนออกมาในทุกการตัดสินใจ ตั้งแต่ระดับกรรมการจนถึงพนักงานในสายการผลิต ความเชื่อมั่นที่พนักงาน คู่ค้า นักลงทุน และสังคมมีต่อเครือเจริญโภคภัณฑ์มาโดยตลอด ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เป็นผลของการกระทำที่สั่งสมมาอย่างต่อเนื่อง

กว่าศตวรรษที่ผ่านมา สิ่งที่เครือฯ ได้ยืนหยัดให้สังคมได้แจ้งประจักษ์ตลอดมาก็คือการเติบโตที่ยั่งยืนต้องเริ่มจากคนที่มีคุณธรรม เราจะยังคงดำเนินธุรกิจด้วยค่านิยม 3 ประโยชน์เป็นหลักการสำคัญ สร้างประโยชน์ให้ประเทศชาติ ประชาชน และสังคมโลก เพราะผมเชื่อว่าสุดท้ายแล้ว ความยั่งยืนที่แท้จริง ไม่ได้เริ่มจากเทคโนโลยี แต่เริ่มจาก “คนดี”



นายธนินท์ เจียรวนนท์
ประธานอาวุโส
เครือเจริญโภคภัณฑ์

สารจากประธานกรรมการ
Message from THE CHAIRMAN



โลกกำลังอยู่ในช่วงของการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ ความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ วิกฤตสภาพภูมิอากาศ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร และความก้าวหน้าอย่างก้าวกระโดดของปัญญาประดิษฐ์ กำลังปรับเปลี่ยนวิถีชีวิต การทำงาน และพัฒนาการของมนุษยชาติอย่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ในบริบทนี้ ความยั่งยืนคือเงื่อนไขสำคัญของการสร้างความเข้มแข็งและพัฒนาการของธุรกิจในระยะยาว

ตลอดระยะเวลากว่าหนึ่งศตวรรษ เครือเจริญโภคภัณฑ์เติบโตบนรากฐานของค่านิยมองค์กร 6 ประการ เรายึดมั่นในหลัก 3 ประโยชน์ คือ ประโยชน์ต่อประเทศชาติ ประชาชน และองค์กร อันเป็นรากฐานสำคัญของการตัดสินใจ การลงทุน และวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจของเราเสมอมา เราเชื่อว่าการพัฒนาอย่างยั่งยืนจะถูกกำหนดโดยความสามารถในการสร้างความสมดุลระหว่าง 3 ภารกิจสำคัญที่เชื่อมโยงถึงกัน ได้แก่ ความมั่นคงทางอาหาร สุขภาพและคุณภาพชีวิตของผู้คน รวมถึงการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ในสภาวะที่ประชากรโลกเพิ่มมากขึ้น แต่ทรัพยากรธรรมชาติมีอยู่อย่างจำกัด ภาคธุรกิจต้องทำหน้าที่มากกว่าการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ พร้อมทั้งมีส่วนร่วมในการสร้างระบบอาหารที่มีความยืดหยุ่น ครอบคลุมและยั่งยืน เพื่อรองรับผู้บริโภคในปัจจุบันและอนาคต

นวัตกรรมและเทคโนโลยีเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้คนและสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนให้แก่สังคม คนของเจริญโภคภัณฑ์ทั่วโลกแสดงให้เห็นถึงพลังแห่งความคิดสร้างสรรค์ ความมุ่งมั่นและจิตวิญญาณผู้ประกอบการ ผ่านแนวคิดในการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ อาทิ ปัญญาประดิษฐ์ หุ่นยนต์ โดรน เทคโนโลยีอวกาศ เทคโนโลยีเพื่อความยั่งยืน ทั้งด้านพลังงานสะอาด การบริหารจัดการขยะ การนำกลับมาใช้ใหม่ และบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม เป็นการพัฒนาแนวทางเชิงนวัตกรรมเพื่อช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างประโยชน์แก่สังคม และรักษาสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง ความสำเร็จของงาน CP Innovation Exposition & Symposium 2025 ซึ่งรวบรวมผลงานนวัตกรรมจากพนักงานกว่า 3,000 โครงการ และสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม สะท้อนให้เห็นว่า นวัตกรรมที่ยิ่งใหญ่สามารถเกิดขึ้นได้จากทุกคนในองค์กร

หัวใจสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืนอยู่ที่ “คนดีและเก่ง” ในยุคที่เทคโนโลยีก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว คุณค่าของมนุษย์ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้น ความรู้และทักษะในการทำงานประกอบกับธรรมาภิบาล คุณธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต ความกตัญญูกตเวที อีกทั้งความรับผิดชอบและจิตสำนึกต่อส่วนรวม คือคุณลักษณะที่จะกำหนดผู้นำแห่งอนาคต เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมุ่งมั่นลงทุนในการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องผ่านสถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ โครงการต่าง ๆ อาทิ CP CUP และโครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในทุกระดับ เพื่อสร้างผู้นำที่ทั้ง “ดีและเก่ง” พร้อมสร้างผลกระทบเชิงบวกให้แก่สังคมและโลกที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ยุทธศาสตร์ และเป้าหมายด้านความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นกรอบสำคัญที่กำหนดทิศทางการดำเนินงานของเราและสามารถวัดผลได้อย่างชัดเจน ครอบคลุมการส่งเสริมธรรมาภิบาล สิทธิมนุษยชน การศึกษา สุขภาพและคุณภาพชีวิต ความมั่นคงทางอาหาร การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ และการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างมีความรับผิดชอบ โดยบูรณาการเข้ากับกลยุทธ์ทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ทั้ง 17 ประการ ความก้าวหน้าที่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมนี้ได้รับการยอมรับในระดับสากลจาก S&P Global Corporate Sustainability Assessment (CSA), CDP และ Ethisphere ซึ่งตอกย้ำว่า ความสำเร็จทางธุรกิจของเรา ความก้าวหน้าของสังคมและสิ่งแวดล้อมต้องเติบโตไปด้วยกัน

เรายังคงมองอนาคตด้วยความเชื่อมั่น แม้ความท้าทายจะมีความซับซ้อนมากขึ้น แต่โอกาสในการสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกก็มีมากกว่าที่เคย ด้วยการใช้นวัตกรรมอย่างมีความรับผิดชอบ การลงทุนในบุคลากร รวมถึงความร่วมมือกับพันธมิตรทุกภาคส่วน เพื่อสร้างวันนี้และอนาคตที่มีความเข้มแข็ง ครอบคลุม และยั่งยืนยิ่งขึ้นเพื่อทุกคน

ผมขอขอบคุณทุกท่านในความไว้วางใจและการสนับสนุนเครือเจริญโภคภัณฑ์ด้วยดีเสมอมา เราจะยังคงมุ่งมั่นสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืน เพื่อสานต่อภารกิจในการสร้างประโยชน์แก่ประเทศชาติ ประชาชน และองค์กร เพื่อส่งต่ออนาคตที่ดีกว่าให้แก่คนรุ่นต่อไป



นายสุภกิต เจียรวนนท์
ประธานกรรมการ
เครือเจริญโภคภัณฑ์

สารจากรองประธานอาวุโส
Message from THE SENIOR VICE CHAIRMAN



ปี 2568 เป็นอีกปีที่โลกเผชิญการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและซับซ้อน ความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ทำให้ห่วงโซ่อุปทานโลกต้องปรับตัวครั้งใหญ่ วิกฤตสภาพภูมิอากาศทวีความรุนแรงขึ้น ขณะที่เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และระบบข้อมูลกำลังเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจและวิถีการดำเนินธุรกิจในทุกอุตสาหกรรม

สำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ไม่ใช่เพียงความท้าทายที่ต้องรับมือ แต่เป็นสัญญาณสำคัญว่าองค์กรในอนาคตจะต้องเติบโตด้วย “ความสามารถในการปรับตัว” ควบคู่กับ “ความรับผิดชอบ” ต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ซึ่งการปรับตัวที่แท้จริงนั้นต้องไม่หยุดอยู่เพียงระดับองค์กร แต่ต้องตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างที่กำลังเกิดขึ้นในระดับประเทศและระดับโลกด้วย

เครือเจริญโภคภัณฑ์มองว่าโลกกำลังก้าวเข้าสู่ยุค 5.0 ซึ่งเป็นยุคที่การแข่งขันทางเศรษฐกิจไม่ได้วัดกันที่ต้นทุนแรงงานอีกต่อไป แต่วัดกันที่ขีดความสามารถด้านปัญญาประดิษฐ์ ข้อมูล พลังงาน และทุนมนุษย์ การก้าวสู่ยุคนี้อย่างมีคุณภาพต้องการรากฐาน “4 ความจำเป็นใหม่” ที่ทุกประเทศต้องเร่งสร้างให้ได้ ประการแรก คือระบบการศึกษาที่มีความคิดใหม่ตามยุค 5.0 ซึ่งต้องบูรณาการปัญญาประดิษฐ์เข้าสู่ทุกระดับการเรียนรู้ ตั้งแต่ระดับประถมศึกษาจนถึงอุดมศึกษา โดยไม่เพียงสอนให้ใช้เทคโนโลยีเป็น แต่ต้องปลูกฝังจริยธรรม และความรับผิดชอบในการใช้ปัญญาประดิษฐ์อย่างถูกต้องควบคู่ไปด้วย เพราะในโลกที่เครื่องจักรสามารถเรียนรู้และตัดสินใจแทนมนุษย์ได้ การมีเข็มทิศทางจริยธรรมจึงกลายเป็นทักษะสำคัญที่ขาดไม่ได้ ประการที่สอง คือการเข้าถึงทางการเงิน แหล่งทุน และองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องอย่างเท่าเทียม เพื่อให้ทุกภาคส่วนสามารถร่วมสร้างเศรษฐกิจแห่งอนาคตได้ ประการที่สาม คือการเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสาร ทั้งปัญญาประดิษฐ์ และ Cloud อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม เพราะความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลจะกลายเป็นความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจที่ลึกและแก้ยากยิ่งขึ้นหากปล่อยทิ้งไว้ และประการที่สี่ คือการเข้าถึงระบบประกันสังคมอย่างทั่วถึงและครอบคลุมทุกกลุ่มประชากร สิ่งเหล่านี้ไม่ใช่เพียงนโยบายสังคม แต่คือโครงสร้างพื้นฐานของความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระยะยาว

ในช่วงปีที่ผ่านมา เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เร่งนำเทคโนโลยีดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในธุรกิจหลักอย่างต่อเนื่อง อาทิ การนำปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในระบบฟาร์ม และโรงงานอัจฉริยะตลอดห่วงโซ่การผลิตอาหาร ทำให้สามารถตรวจสอบและควบคุมกระบวนการผลิตได้อย่างทันที ช่วยลดการใช้น้ำและพลังงาน ลดการสูญเสียในกระบวนการผลิต และยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยของอาหารตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้นำเทคโนโลยีภาพถ่ายดาวเทียมมาบูรณาการกับระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) เพื่อยืนยันว่าวัตถุดิบสำคัญปลอดจากการบุกรุกพื้นที่ป่าไม้ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน สอดคล้องกับกฎระเบียบป้องกันการตัดไม้ทำลายป่าของสหภาพยุโรป และมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้อง ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นไม่เพียงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และลดการสูญเสียในกระบวนการผลิต แต่ยังตอกย้ำความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส และรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังเดินหน้าการเปลี่ยนผ่านด้านสิ่งแวดล้อมในหลายมิติพร้อมกัน ทั้งการเพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนซึ่งรวมถึงชีวมวล ก๊าซชีวภาพ และพลังงานแสงอาทิตย์ให้ได้ร้อยละ 50 ภายในปี 2573 เพื่อมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2573 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 ควบคู่กับการจัดการขยะตลอดห่วงโซ่คุณค่าภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยเครือฯ ตั้งเป้าลดขยะที่ต้องนำไปฝังกลบให้เป็นศูนย์ภายในปี 2573 ครอบคลุม 2 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ ขยะอาหาร โดยเครือฯ เดินหน้าลดตลอดห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่ฟาร์มถึงค้าปลีก โดยนำนวัตกรรมมาแปลงของเสียให้เป็นทรัพยากร และขยะพลาสติก ซึ่งเครือฯ มุ่งจัดการอย่างเป็นระบบตั้งแต่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ซ้ำหรือรีไซเคิลได้ ไปจนถึงการพัฒนาระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนที่เปลี่ยนขยะให้กลายเป็นทรัพยากร พร้อมดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าและพันธมิตร เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และขยะในห่วงโซ่อุปทานร่วมกันอย่างเป็นระบบ

การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านพลังงานสะอาด และโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล เป็นสองสิ่งที่แยกกันไม่ออกในยุคปัจจุบัน เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาและลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านปัญญาประดิษฐ์อย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมทั้งการพัฒนาระบบประมวลผล การจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ และการเชื่อมโยงระบบดิจิทัลในทุกกลุ่มธุรกิจ เพื่อยกระดับขีดความสามารถขององค์กรในยุคที่ปัญญาประดิษฐ์กลายเป็นปัจจัยการผลิตที่ขาดไม่ได้ ยิ่งกว่านั้น เครือฯ เชื่อมั่นว่าอนาคตของการแข่งขันเชิงเศรษฐกิจจะไม่ได้อยู่ที่การนำเทคโนโลยีมาใช้เท่านั้น แต่อยู่ที่ความสามารถในการพัฒนาเทคโนโลยีเชิงลึกจากภายในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีชีวภาพ หรือหุ่นยนต์ เครือฯ จึงสนับสนุนและร่วมผลักดันให้ประเทศไทยเปลี่ยนบทบาทจาก “ผู้ใช้เทคโนโลยี” มาเป็น “ผู้สร้างเทคโนโลยี” ผ่านการลงทุน ความร่วมมือ และการสร้างระบบนิเวศนวัตกรรมที่เชื่อมโยงภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และสตาร์ทอัพเข้าด้วยกัน เพราะการสร้างเศรษฐกิจปัญญาประดิษฐ์ที่แข็งแกร่ง และยั่งยืนต้องเริ่มจากการดึงดูด พัฒนา และรักษาบุคลากรคุณภาพสูงจากทั่วโลกให้เข้ามาร่วมสร้างอนาคตของประเทศ เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงไม่ได้เพียงสนับสนุนวาระนี้ในระดับนโยบาย แต่ลงมือดำเนินการเองอย่างเป็นรูปธรรม

หนึ่งในแนวทางการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนการพัฒนาระบบนิเวศนวัตกรรมและเทคโนโลยีเชิงลึกของประเทศ คือการจัดตั้ง “ศูนย์ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมเครือเจริญโภคภัณฑ์” หรือ CP Innovation Center of Excellence (CPIC) ณ ทรู ดิจิทัล พาร์ค ศูนย์กลางเทคโนโลยีและสตาร์ทอัพที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ วิจัย และพัฒนานวัตกรรมแห่งอนาคต เชื่อมโยงองค์ความรู้ เทคโนโลยี และบุคลากรจากหลากหลายสาขา ทั้งด้านดิจิทัล เทคโนโลยีชีวภาพ และปัญญาประดิษฐ์ ภายใต้ความร่วมมือกับพันธมิตรชั้นนำจากทั้งไทย และต่างประเทศ อย่างไรก็ดี ท่ามกลางเทคโนโลยีพัฒนาอย่างรวดเร็ว เครือฯ ยังคงเชื่อมั่นว่า “คน” ยังคงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด เครือฯ จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรในทุกระดับควบคู่ไปกับการพัฒนาเทคโนโลยี โดยพร้อมเปิดพื้นที่ให้พนักงาน นักวิจัย สตาร์ทอัพ รวมทั้งเยาวชนได้ร่วมคิด ทดลอง และพัฒนานวัตกรรมจากการลงมือทำจริง เครือฯ มุ่งให้ CPIC เป็นมากกว่าศูนย์วิจัย แต่เป็น “พื้นที่สร้างนวัตกร” ที่ส่งเสริมคนรุ่นใหม่ให้กล้าคิด กล้าลอง และใช้เทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรม เพื่อร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมไทยในยุคปัญญาประดิษฐ์อย่างยั่งยืน

ความมุ่งมั่นในการพัฒนาคนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงภายในองค์กร แต่ยังขยายสู่สังคมในวงกว้าง เพราะเครือฯ เชื่อมั่นว่า “คน” คือรากฐานสำคัญที่สุดของการพัฒนาที่ยั่งยืน การศึกษาไทยจึงต้องก้าวสู่แนวคิด Education 5.0 ที่มุ่งพัฒนาคนให้มีทั้งความรู้ ทักษะ คุณธรรม และความสามารถในการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยบูรณาการปัญญาประดิษฐ์เข้าสู่กระบวนการเรียนรู้ในทุกระดับการศึกษา ทั้งการใช้เครื่องมือปัญญาประดิษฐ์เพื่อยกระดับคุณภาพการสอนและการเรียนรู้เฉพาะบุคคล ไปจนถึงการปลูกฝัง “จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์” ให้เยาวชนสามารถประเมิน ตั้งคำถาม รวมทั้งใช้เทคโนโลยีอย่างมีวิจารณญาณและรับผิดชอบ ผ่านรูปแบบการเรียนรู้จากการลงมือทำจริง เปิดโอกาสให้เยาวชนได้คิดเป็น ทำเป็น ปรับตัวได้ และเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ขณะเดียวกันยังส่งเสริมบทบาทครูในฐานะ “ผู้อำนวยความสะดวก” ที่ช่วยดึงศักยภาพของผู้เรียนออกมาอย่างเต็มที่ พร้อมผลักดันความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเชื่อมโยงการศึกษาเข้ากับโลกธุรกิจ เทคโนโลยี และโจทย์จริงของสังคม เพื่อเตรียมคนรุ่นใหม่ให้พร้อมสำหรับอนาคตอย่างแท้จริง

ทั้งหมดนี้ดำเนินอยู่ในโลกที่ความไม่แน่นอนกลายเป็นเรื่องปกติ องค์กรที่ยืนหยัดได้ จะต้องสามารถปรับตัวได้อย่างมีหลักคิด และเติบโตไปพร้อมกับความรับผิดชอบ

เครือเจริญโภคภัณฑ์จะยังคงเดินหน้าพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการเติบโตที่มั่นคง และสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้กับทุกภาคส่วนภายใต้หลัก “สามประโยชน์” ที่เครือฯ ยึดมั่นมาโดยตลอด



นายศุภชัย เจียรวนนท์
รองประธานอาวุโส
เครือเจริญโภคภัณฑ์

ค่านิยมองค์กร 6 ประการ

ค่านิยม 6 ประการ หล่อหลอมให้บุคลากรมีความเชื่อ ความประพฤติ และการปฏิบัติไปในแนวทางเดียวกัน นำพาให้องค์กรสามารถก้าวข้ามอุปสรรคต่าง ๆ สามารถดำเนินธุรกิจให้เติบโตในทุกด้าน ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน เพื่อนำประโยชน์ที่สร้างส่งต่อให้คนรุ่นถัดไปอย่างยั่งยืน

สามประโยชน์

ไม่มีองค์กรธุรกิจใดในโลกที่เติบโตอย่างมั่นคงแข็งแรงได้โดยลำพัง หากแต่ต้องมีความเข้มแข็งของประชาชน สังคม และประเทศชาติเคียงข้างด้วยเสมอ เช่นเดียวกันกับเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่สามารถนำพาองค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน เพราะดำเนินธุรกิจโดยยึดหลัก “3 ประโยชน์” ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ได้แก่ ประโยชน์ต่อประเทศที่เข้าไปลงทุน ประโยชน์ต่อประชาชนในทุกประเทศที่เข้าไปลงทุน และประโยชน์ต่อบริษัท ซึ่งเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ปลูกฝังแนวคิดค่านิยมนี้มาตั้งแต่ยุคบุกเบิกธุรกิจสู่การกระทำที่มุ่งหวังให้ประเทศที่ได้ลงทุนเกิดประโยชน์และธุรกิจเติบโตก้าวหน้า

ยอมรับการเปลี่ยนแปลง

โลกเต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลง ทั้งการเปลี่ยนแปลงทางสภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภค รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงทางด้านภูมิอากาศและภัยพิบัติต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นอย่างฉับพลัน ดังนั้น กลยุทธ์สำคัญที่ทำให้เครือเจริญโภคภัณฑ์เกิดความยั่งยืนได้คือ “การยอมรับการเปลี่ยนแปลง” เพื่อให้สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ได้ตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ช่วยให้เครือฯ เกิดการปรับตัวพยายามค้นคว้าศึกษา วิจัย มองหาโอกาสใหม่ไม่หยุดนิ่งทั้งยังมุ่งมั่นพัฒนาเพื่อสิ่งที่ดีกว่า เพื่อตอบสนองทุกความต้องการของผู้บริโภค และประเทศชาติ

ทำเร็วมีคุณภาพ

การดำเนินธุรกิจในยุคโลกไร้พรมแดนเช่นปัจจุบัน สิ่งสำคัญที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโตก้าวหน้าได้อย่างยั่งยืน คือ “ทำเร็ว” และ “มีคุณภาพ” เพื่อให้ธุรกิจก้าวทันการเปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงในด้านเทคโนโลยี ข้อมูลข่าวสาร พฤติกรรมผู้บริโภค และกฎระเบียบการค้าต่าง ๆ เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงต้องคิดเร็ว ทำเร็ว และทำอย่างมีคุณภาพ ถือเป็นนโยบายสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่ทุกคนในองค์กรได้ยึดถือและปฏิบัติ

สร้างสรรค์สิ่งใหม่

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

ทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการลงทุนใน 23 ประเทศและเขตเศรษฐกิจ มีบริษัทในเครือมากกว่า 200 บริษัท และมีพนักงานทั้งหมดกว่า 460,000 คน โดยเครือฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนา ปรับปรุงขั้นตอน และกระบวนการทำงานให้รวดเร็ว ลดขั้นตอนต่าง ๆ ที่ไม่จำเป็น โดยมีนวัตกรรมรวมทั้งเทคโนโลยีที่ทำให้การทำงานง่ายขึ้นและสะดวกขึ้น เพื่อให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล “การทำเรื่องยากเป็นเรื่องง่าย” จึงเป็นข้อปฏิบัติที่สำคัญของทุกคนในองค์กรที่จะนำมาซึ่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของเครือฯ นับแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

คุณธรรมและความซื่อสัตย์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินกิจการยาวนานมามากกว่าหนึ่งศตวรรษด้วยยึดมั่นในหลักการของความซื่อสัตย์และมีคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง จวบจนปัจจุบันที่ธุรกิจเครือฯ แตกแขนงไปมากมาย ความซื่อสัตย์และมีคุณธรรมยังคงเป็นเสาหลักขององค์กร เราคำนึงอยู่เสมอว่าธุรกิจการค้าที่มุ่งหวังผลประโยชน์แต่เพียงฝ่ายเดียว ย่อมไม่อาจดำรงยืนนาน และไม่อาจได้รับความไว้เนื้อเชื่อใจ ทั้งจากคู่ค้า ผู้บริโภค รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ในภาคสังคม ดังนั้น ไม่ว่าจะจำหน่ายสินค้าเพียงหนึ่งชิ้น หรือจำหน่ายสินค้าเป็นร้อย ๆ ตัน เราก็ต้องตั้งมั่นบนหลักการของ “คุณธรรมและความซื่อสัตย์”

ระบบบริหารความเป็นเลิศซีพี

ตลอดระยะเวลา 105 ปี เครือเจริญโภคภัณฑ์เริ่มจากร้านจำหน่ายเมล็ดพันธุ์เติบโตสู่กลุ่มธุรกิจระดับโลกที่มีรากฐานแข็งแกร่งดำเนินการใน 23 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลก ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เครือฯ ฝ่าฟันวิกฤตเศรษฐกิจมาได้ทุกยุคสมัยและก้าวสู่องค์กรระดับโลก คือ วิสัยทัศน์ ความสามารถในการปรับตัว และลงมือทำจริง ทั้งนี้ ดร. อาชว์ เตาลานนท์ รองประธานอาวุโส เครือฯ ได้ถอดบทเรียนเอกลักษณ์การบริหารของซีพี ออกมาเป็นแนวคิดการบริหารที่ยั่งยืน ประกอบด้วย

ในการทำธุรกิจ เป้าหมายแรกคือการสร้างกำไรที่มั่นคงในระยะยาว ซึ่งจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อองค์กรตื่นตัวเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพและคุมต้นทุนให้ต่ำ ด้วยการจัดการทั้งคน เครื่องจักร วัตถุดิบ และเงินทุนอย่างคุ้มค่าที่สุด เมื่อธุรกิจขยายใหญ่ขึ้น สิ่งที่ต้องทำควบคู่กันไป คือการค้าขายที่เป็นธรรมและโปร่งใสตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน มีระบบกำกับดูแลที่ดีตรวจสอบได้ เพื่อแสดงความจริงใจในการทำธุรกิจ นอกจากนี้ องค์กรยังต้องออกไปสร้างมิตรและความไว้วางใจกับคนภายนอก ทั้งชุมชน สังคม และภาครัฐ ส่งเสริมและสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อเป็นแรงสนับสนุนให้ธุรกิจเดินหน้าไปด้วยกันอย่างราบรื่น ในขณะเดียวกัน เครือฯ เน้นย้ำการลงมือรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งดิน น้ำ ป่า และสิ่งแวดล้อม ผ่านการทำระบบเศรษฐกิจสีเขียวที่ใช้ได้จริง ไม่ทำลายโลกเพื่อผลประโยชน์ระยะสั้น สิ่งที่สำคัญที่สุดคือในทุกการตัดสินใจของผู้นำและเพื่อนพนักงานในการทำงาน จะต้องตั้งอยู่บนหลักเศรษฐกิจพอเพียง คือ ความพอประมาณ มีเหตุมีผล มีภูมิคุ้มกันความเสี่ยง โดยใช้ความรู้คู่คุณธรรม ควบคู่กับการยึดมั่นในค่านิยม 6 ประการของเครือ ฯ คือ 3 ประโยชน์ ทำเร็วมีคุณภาพ ทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย ยอมรับความเปลี่ยนแปลง สร้างสรรค์สิ่งใหม่ และคุณธรรมและความซื่อสัตย์

กลไกการบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศ

- นำแนวคิดสู่การปฏิบัติ: แนวคิดการบริหารทั้งหมดนี้ไม่ใช่เพียงนโยบายบนกระดาษ แต่ถ่ายทอดออกมาเป็น “ระบบบริหารซีพีสู่ความเป็นเลิศ” ประกอบด้วยแนวทางการปฏิบัติ 13 หมวด ดังแสดงเป็นภาพบ้าน ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการบูรณาการการบริหารจัดการของทุกกลุ่มธุรกิจ ช่วยให้ผู้นำระดับสูงขับเคลื่อนนโยบาย วิสัยทัศน์สู่การปฏิบัติจริงได้อย่างเป็นระบบ ทั้งในมิติประสิทธิภาพการดำเนินงาน นวัตกรรมเพื่อลูกค้า ธรรมาภิบาล เพื่อสังคมชุมชน และการสร้างความสุขให้แก่คนในองค์กรอย่างยั่งยืน
- ขับเคลื่อนองค์กรแห่งนวัตกรรม: ภายใต้ค่านิยมยอมรับการเปลี่ยนแปลง และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องตามระบบบริหารซีพีสู่ความเป็นเลิศ ส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ในทุกระดับ ทั้งนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์และกระบวนการทำงาน การใช้ความรู้ ความสามารถเพื่อทำเรื่องยากให้ง่าย ทำเร็วและมีคุณภาพโดยยึดมั่นในเรื่องคุณธรรม ความซื่อสัตย์ นำไปสู่การสร้างองค์กรแห่งนวัตกรรมของเครือซีพี
- ยืดหยุ่นและพร้อมรับอนาคต: เครือฯ มุ่งมั่นปรับปรุงและพัฒนาเกณฑ์ระบบบริหารซีพีความเป็นเลิศให้ก้าวทันความเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม พร้อมยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันในเวทีโลก เพื่อขับเคลื่อนคุณค่าและเติบโตอย่างมั่นคง







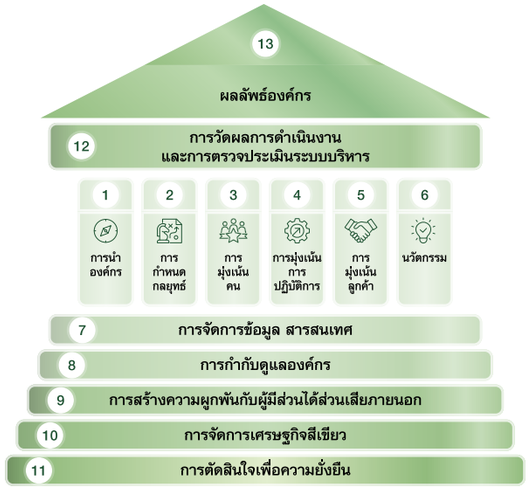
> ระบบบริหารความเป็นเลิศซีพีเป็นแนวทางสำคัญให้ทุกกลุ่มธุรกิจขับเคลื่อนธุรกิจอย่างสอดคล้องกัน ทำให้พนักงานมีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน สนับสนุนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมของกระบวนการทำงาน สินค้าและบริการ อีกทั้งเครือฯ ให้ความสำคัญกับ “ความสุขของคนในองค์กร” เพราะคนเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนซีพีให้ก้าวหน้าอย่างยั่งยืน
>
> **ดร. อาชว์ เตาลานนท์**
> รองประธานอาวุโส
> เครือเจริญโภคภัณฑ์

“ระบบบริหารความเป็นเลิศซีพี ฉบับ ปี ค.ศ. 2026”

แนวคิดการบริหารที่ยั่งยืน

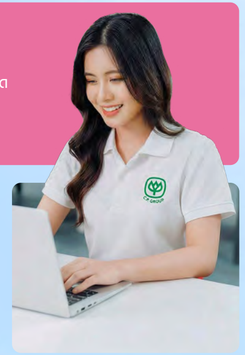


ระบบบริหารความเป็นเลิศซีพี



HEART
Living Right

ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับพนักงานทั้งหมด
240,975 ล้านบาท
+13.01%



จำนวนคนทั่วโลกที่ได้รับโอกาสเข้าถึงการศึกษา และการเรียนรู้ตลอดชีพ (ทั้งรูปแบบ Online และ Offline)
35,814,811 คน
+5.76%

สัดส่วนของพนักงานหญิงทั้งหมด
51.39%
-0.70%

จำนวนเคสการละเมิดความปลอดภัยข้อมูล
0 กรณี
0%

จำนวนการเสียชีวิตของพนักงานและผู้รับเหมา
26 กรณี
+18.18%

รายได้รวม
3,214,454 ล้านบาท
-0.22%

สัดส่วนของกลุ่มธุรกิจที่ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน
100%
0%



จำนวนพนักงานที่มีความรู้ด้าน STEM
43,416 คน
-4.00%

HEALTH
Living Well



ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา
35,390 ล้านบาท
+5.31%

จำนวนผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและสุขภาวะที่ดี
1,770 ผลิตภัณฑ์
+15.99%

จำนวนเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย กลุ่มเปราะบาง และกลุ่มอื่น ๆ ที่ได้รับการสนับสนุน
3,673,081 คน
+9.65%

คะแนนความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย
77%
-4.91%



ค่าใช้จ่ายสำหรับการจัดซื้อสินค้าและบริการในประเทศที่ดำเนินธุรกิจ
1,240,814 ล้านบาท
+13.29%

จำนวนมื้ออาหารที่มอบให้กับผู้ด้อยโอกาส โดยเฉพาะเด็ก เยาวชน ผู้ยากไร้ และผู้ที่อยู่ในสถานการณ์เสี่ยง
5,237,572 มื้อ
+29.32%

สัดส่วนของฉลากบนด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์ที่ให้ข้อมูลโภชนาการที่มองเห็นง่ายและเข้าใจง่าย
33.6%
-24.55%

HOME
Living Together

ปริมาณการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้
17.61 กิกะจูลต่อล้านบาท
+0.28%

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 และ Scope 2
5.93 ล้านตัน
คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี
-3.42%

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 3
76.87 ล้านตัน
คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี
-9.39%

จำนวนการปลูกต้นไม้เพื่อปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศบนบก
13.4 ล้านต้น +4.69%

ปริมาณการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้
113.61
ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท
-11.93%



สัดส่วนวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูงที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้
39.60%

สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน
18%
+2.85%

สัดส่วนการนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์
87.90%
+1.14%



ความคืบหน้าการดำเนินงานสู่เป้าหมายความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573

HEART: Living Right

เป้าหมาย

การกำกับดูแลกิจการ

100%
ของกลุ่มธุรกิจได้รับการยอมรับของการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ

ความคืบหน้าการดำเนินงาน
2568 96.10%
2567 95.06%

ความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
เกษตรกรรม การผลิต การขนส่ง การตลาด การบริการ

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุน SDGs

เป้าหมาย

สิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติต้านแรงงาน

100%
ของกลุ่มธุรกิจมีการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนจากกิจกรรมองค์กรและคู่ค้าโดยตรงที่มีความเสี่ยงสูงเป็นประจำ

ความคืบหน้าการดำเนินงาน
2568 100%
2567 100%

ความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
เกษตรกรรม การผลิต การขนส่ง การตลาด การบริการ

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุน SDGs

เป้าหมาย

การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ

50 ล้านคน
ได้รับการสนับสนุนโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต หรือการเสริมทักษะ

ความคืบหน้าการดำเนินงาน
2568 71.59%
2567 67.72%

ความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
เกษตรกรรม การผลิต การขนส่ง การตลาด การบริการ

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุน SDGs

เป้าหมาย

การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล

100%
ของพนักงานได้รับการฝึกอบรมด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี

100%
ของพนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี

ความคืบหน้าการดำเนินงาน
2568 100%
2567 100%
2568 51.23%
2567 47.38%

ความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
เกษตรกรรม การผลิต การขนส่ง การตลาด การบริการ
เกษตรกรรม การผลิต การขนส่ง การตลาด การบริการ

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุน SDGs

เป้าหมาย

ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล

100%
ของกลุ่มธุรกิจได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากลด้านการจัดการความมั่นคง และความปลอดภัยของข้อมูลและสารสนเทศ

ความคืบหน้าการดำเนินงาน
2568 100%
2567 100%

ความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
เกษตรกรรม การผลิต การขนส่ง การตลาด การบริการ

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุน SDGs

HEALTH: Living Well

เป้าหมาย

สุขภาพและสุขภาวะที่ดี

70%
ของสัดส่วนยอดขายจากผลิตภัณฑ์และบริการแบบ B2B และ B2C ที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

ความคืบหน้าการดำเนินงาน
2568 32.13%
2567 34.40%

ความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
เกษตรกรรม การผลิต การขนส่ง การตลาด การบริการ

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุน SDGs

เป้าหมาย

คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม

5 ล้านคน
ได้รับการส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้สำหรับผู้ที่มีความต้องการ เช่น เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) และกลุ่มเปราะบางตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ความคืบหน้าการดำเนินงาน
2568 73.40%
2567 67.00%

ความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
เกษตรกรรม การผลิต การขนส่ง การตลาด การบริการ

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุน SDGs

เป้าหมาย

ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ

10 ล้านคน
ของเด็ก ประชาชน และคนยากจนได้รับการสนับสนุนโอกาสในการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการ

ความคืบหน้าการดำเนินงาน
2568 100%
2567 100%

ความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
เกษตรกรรม การผลิต การขนส่ง การตลาด การบริการ

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุน SDGs

เป้าหมาย

การบริหารจัดการนวัตกรรม

7,500 ฉบับ
ของสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรที่ได้รับการขึ้นทะเบียน

ความคืบหน้าการดำเนินงาน
2568 66.97%
2567 61.23%

ความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
เกษตรกรรม การผลิต การขนส่ง การตลาด การบริการ

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุน SDGs

เป้าหมาย

การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

80%
ของคะแนนความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียหลักจากการสำรวจของทุกกลุ่มธุรกิจ

ความคืบหน้าการดำเนินงาน
2568 77.00%
2567 81.00%

ความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
เกษตรกรรม การผลิต การขนส่ง การตลาด การบริการ

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุน SDGs

HOME: Living Together

เป้าหมาย

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

42%
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จากการดำเนินธุรกิจ (Scope 1 และ 2) จากเป้าหมายร้อยละ 42 ตาม Science-base Targets

ความคืบหน้าการดำเนินงาน
2568 19.32%
2567 11.44%

ความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
เกษตรกรรม การผลิต การขนส่ง การตลาด การบริการ

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุน SDGs

เป้าหมาย

ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

100%
ลดปริมาณของเสียที่ถูกนำไปฝังกลบเป็นศูนย์

100%
ของบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ทั้งหมดสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ใช้ซ้ำ หรือย่อยสลายได้

ความคืบหน้าการดำเนินงาน
2568 39.73%
2567 13.54%
2568 94.44%
2567 93.61%

ความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
เกษตรกรรม การผลิต การขนส่ง การตลาด การบริการ
เกษตรกรรม การผลิต การขนส่ง การตลาด การบริการ

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุน SDGs

เป้าหมาย

การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ

20%
ลดปริมาณการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ให้ได้ร้อยละ 20 เทียบกับปีฐาน 2563

ความคืบหน้าการดำเนินงาน
2568 100%
2567 100%

ความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
เกษตรกรรม การผลิต การขนส่ง การตลาด การบริการ

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุน SDGs

เป้าหมาย

การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

100%
ของทุกกลุ่มธุรกิจดำเนินโครงการร่วมกับพันธมิตรที่เกี่ยวข้องในระดับสากล เพื่อบริหารจัดการและติดตามความหลากหลายทางชีวภาพ

ความคืบหน้าการดำเนินงาน
2568 62.34%
2567 58.75%

ความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
เกษตรกรรม การผลิต การขนส่ง การตลาด การบริการ

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุน SDGs

เป้าหมาย

การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

100%
คู่ค้าที่มีความสำคัญได้รับการตรวจประเมินด้านความยั่งยืน

100%
ของวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูงที่ตรวจสอบย้อนกลับได้ภายในปี 2573

ความคืบหน้าการดำเนินงาน
2568 95.37%
2567 91.31%
2568 39.62%
2567 38.23%

ความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
เกษตรกรรม การผลิต การขนส่ง การตลาด การบริการ
เกษตรกรรม การผลิต การขนส่ง การตลาด การบริการ

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุน SDGs

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง เกษตรกร ชุมชน และสังคม คู่ค้าธุรกิจ เจ้าหนี้ พนักงาน และครอบครัว NGOs ภาครัฐ คู่แข่งทางการค้า สื่อมวลชน ผู้ถือหุ้น และนักลงทุน ลูกค้า และผู้บริโภค

รางวัลและความภาคภูมิใจ ปี 2568

ท่ามกลางความคาดหวังที่เพิ่มขึ้นจากผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อบทบาทของภาคธุรกิจในการขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืน เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังคงยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ โดยพสานการเติบโตทางธุรกิจเข้ากับการสร้างคุณค่าต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและต่อเนื่อง จากความมุ่งมั่นดังกล่าว รางวัลและมาตรฐานการจัดอันดับระดับโลกที่เครือฯ ได้รับในปี 2568 จึงเป็นบทพิสูจน์สำคัญถึงความสำเร็จในการขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตควบคู่ไปกับความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม ความสำเร็จเหล่านี้มิได้เป็นเพียงเครื่องยืนยันถึงมาตรฐานความเป็นเลิศของเครือฯ เท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงเจตนารมณ์ในการเป็นพลังสำคัญที่ร่วมสร้างพลกระทบเชิงบวกอย่างยั่งยืน

รางวัล S&P Global

เครือเจริญโภคภัณฑ์	Top 5% ในกลุ่มอุตสาหกรรมคองโกลมอเรต
true	Top 1% ในกลุ่มอุตสาหกรรมโทรคมนาคม
CP ALL	Top 5% ในกลุ่มอุตสาหกรรมค้าปลีกอาหาร และอุปโภคบริโภค
CP AXTRA	Top 5% ในกลุ่มอุตสาหกรรมค้าปลีกอาหาร และอุปโภคบริโภค
CPF	Top 10% ในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหาร

รางวัล CDP

	Climate	Forests	Water	Supplier Engagement
เครือเจริญโภคภัณฑ์	A-	B	A-	A
true	B	B	B	A
CP ALL	A-	A-	B	B
CP AXTRA	B	B	B	B
CPF	B	B	B	A-

รางวัล World Business Council for Sustainable Development

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้รับการยกย่องโดย WBCSD ให้ติดอยู่ใน Top Performers ใน Reporting Matters 2025 เป็นปีที่ **4** ติดต่อกัน

รางวัล FTSE4Good

true	สมาชิก FTSE4Good Index Series ต่อเนื่องเป็นปีที่ **9**
CP ALL	สมาชิก FTSE4Good Index Series ต่อเนื่องเป็นปีที่ **8**
CP AXTRA	สมาชิก FTSE4Good Index Series ต่อเนื่องเป็นปีที่ **6**
CPF	สมาชิก FTSE4Good Index Series ต่อเนื่องเป็นปีที่ **8**

รางวัล FTSE RUSSELL An LSEG Business

true	**4.8**
CP ALL	**4.8**
CP AXTRA	**4.6**
CPF	**4.4**

รางวัล 中总 ACCCIM UOB



คุณธนินท์ เจียรวนนท์ ประธานอาวุโส เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้รับรางวัล “ASEAN Honorable Business Icon” รางวัลสูงสุดของงาน ASEAN Chinese Business Leaders Summit 2025 จัดโดย หอการค้ามาเลเซีย–จีน (ACCCIM) ร่วมกับ ธนาคารยูโอบี มาเลเซีย (UOB Malaysia) ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย เพื่อยกย่องผู้นำธุรกิจเชื้อสายจีนในอาเซียนที่มีคุณูปการโดดเด่นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของภูมิภาค โดย คุณณรงค์ เจียรวนนท์ รองประธานอาวุโส เครือเจริญโภคภัณฑ์ เป็นผู้แทนรับมอบรางวัล

รางวัล



คุณธนินท์ เจียรวนนท์ ประธานอาวุโส เครือเจริญโภคภัณฑ์ รับรางวัล Brilliance Beacon Award ประเภท “Lifetime Achievement Award” จาก Phoenix.com ณ เขตบริหารพิเศษมาเก๊า สาธารณรัฐประชาชนจีนยกย่องผู้สร้างคุณูปการโดดเด่นต่อเศรษฐกิจ สังคม และมนุษยชาติในระดับโลก โดยเป็นผู้บุกเบิกโมเดลธุรกิจ “รัฐบาล+นักธุรกิจ+ธนาคาร+สหกรณ์การเกษตร” ซึ่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดได้จัดทำเป็นกรณีศึกษาสำหรับการเรียนการสอนระดับโลก

รางวัล CEO DAY LEAD THE SHIFT



คุณศุภชัย เจียรวนนท์ รองประธานอาวุโส เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้รับเกียรติรับรางวัล CEO of the Year 2025 จากเวที CEO Awards 2025 สะท้อนความเป็นผู้นำที่เปี่ยมด้วยความรู้ความสามารถและวิสัยทัศน์อันโดดเด่นในการบริหารองค์กรควบคู่ความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถนำพาองค์กรและประเทศก้าวผ่านความท้าทายสู่อนาคตได้อย่างสง่างาม

รางวัล MASCI

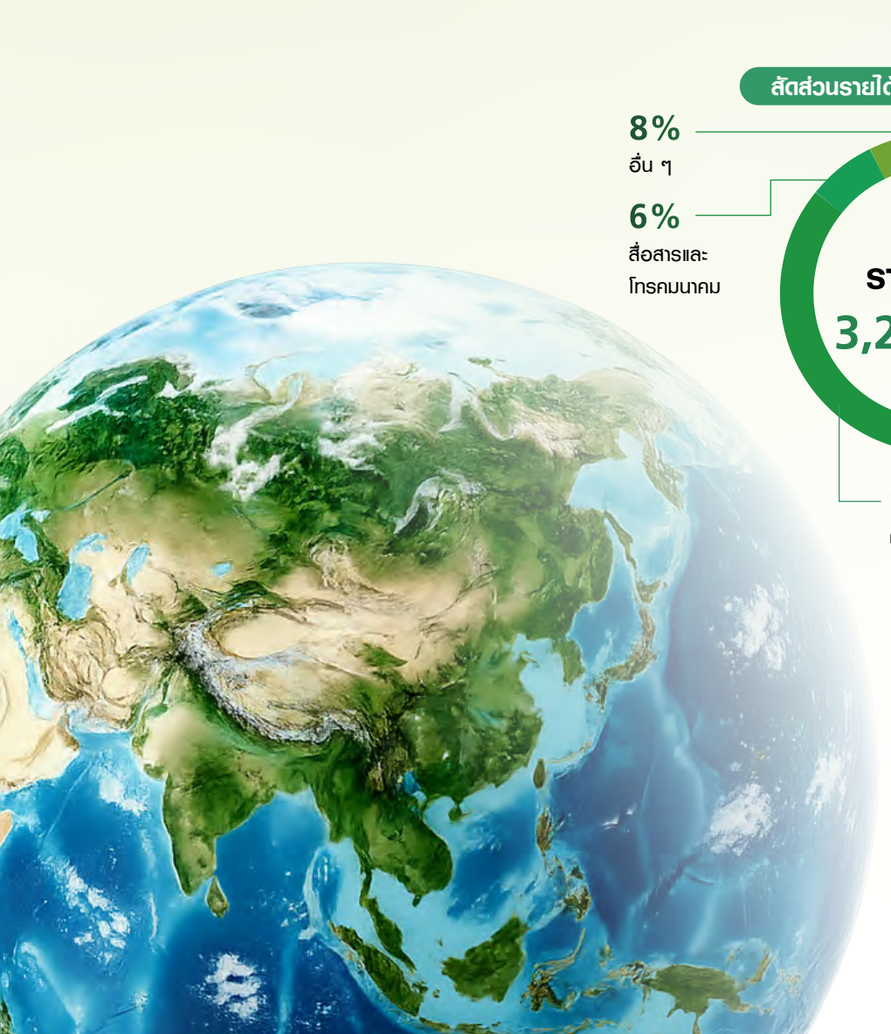
เครือเจริญโภคภัณฑ์ และบริษัทในเครือฯ ผ่านการทวนสอบตามมาตรฐานแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ภาคอุตสาหกรรม มอก.9999 โดยสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ (สรอ.) ด้วยเจตนารมณ์อันแน่วแน่ในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มาเป็นเข็มทิศในการดำเนินธุรกิจ สร้างสมดุลแห่งความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า พร้อมขับเคลื่อนประโยชน์สูงสุดสู่ประชาชน ประเทศชาติ และองค์กรอย่างแท้จริง

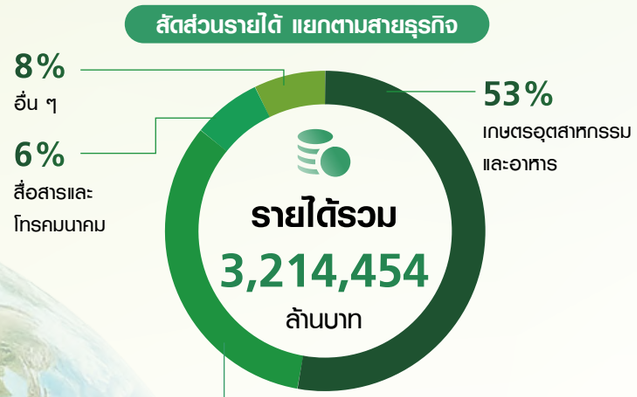


รู้จักเครือเจริญโภคภัณฑ์

วิสัยทัศน์เครือเจริญโภคภัณฑ์

“เราเป็นองค์กรที่เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ในการสร้างอาหารคน อาหารสมอง โอกาสในการเข้าถึงคุณค่า เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน”





ภาษีที่จ่ายให้แก่รัฐบาล
26,126
ล้านบาท

สัดส่วนรายได้และพนักงานตามกลุ่มประเทศ

ไทย (สำนักงานใหญ่)	จีน	อื่น ๆ
ร้อยละ 52 ของรายได้	ร้อยละ 39 ของรายได้	ร้อยละ 9 ของรายได้
ร้อยละ 61 ของพนักงาน	ร้อยละ 19 ของพนักงาน	ร้อยละ 20 ของพนักงาน

	ไทย (สำนักงานใหญ่)	จีน	อื่น ๆ	รวมทั้งหมด
โรงงานผลิต (แห่ง)	94	107	99	300
ฟาร์มเลี้ยงสัตว์บก/สัตว์น้ำ (แห่ง)	365	176	429	970
ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น (สาขา)	15,945	-	138	16,083
ศูนย์จำหน่ายสินค้าฯ Makro (สาขา)	170	-	11	181
ไฮเปอร์มาร์เก็ต/ซูเปอร์มาร์เก็ต/ มินิซูเปอร์มาร์เก็ต ของ Lotus’s และ Lotus Supercenter (สาขา)	2,508	63	69	2,640
ห้องปฏิบัติการและศูนย์วิจัย/พัฒนา (แห่ง)	41	80	5	126
พนักงาน (คน)	283,919	89,689	92,516	466,124
สายธุรกิจหลัก	A B C D E F	A B E F G H	A B D F	A B C D E F G H

สัญลักษณ์ของสายธุรกิจหลัก

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

ห่วงโซ่คุณค่าของเครือเจริญโภคภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการดำเนินธุรกิจที่หลากหลาย ตั้งแต่ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม ธุรกิจอีคอมเมิร์ซและดิจิทัล ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และโครงสร้างพื้นฐาน ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์ ไปจนถึงธุรกิจการเงินและการธนาคาร ซึ่งเครือฯ ได้บูรณาการประโยชน์ด้านต่าง ๆ จากแต่ละกลุ่มธุรกิจเข้าด้วยกันเพื่อขยายผลประโยชน์และส่งมอบคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่ประเทศชาติ ประชาชน และองค์กรสืบไป



ภาพรวมธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีบริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด เป็นบริษัทแม่ ซึ่งดำเนินกิจกรรมในลักษณะบริษัท Holding Company ถือหุ้นบริษัทในเครือฯ ทั้งในและต่างประเทศ มีการดำเนินธุรกิจที่หลากหลาย ทั้งอุตสาหกรรมการผลิต และการบริการ

8 สายธุรกิจหลัก

23 ประเทศและเขตเศรษฐกิจ



ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร

- บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) [1] และบริษัทย่อย
- บริษัท เจียไต๋ จำกัด และบริษัทย่อย
- บริษัท ซี.พี. อินเตอร์เทรด จำกัด และบริษัทย่อย
- บริษัท เจริญโภคภัณฑ์โปรดิ้วส จำกัด และบริษัทย่อย
- บริษัท เค.เอส.พี. อุปกรณ์ จำกัด
- บริษัท เกษตรภัณฑ์อุตสาหกรรม จำกัด
- บริษัท เจริญโภคภัณฑ์การเกษตร จำกัด
- บริษัท เจริญโภคภัณฑ์วิศวกรรม จำกัด
- บริษัท เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด
- บริษัท แอ๊ดว้านซ์ฟาร์ม่า จำกัด
- Agro-Industry and Food Business Group (China)
- Chia Tai Enterprises International Limited
- Myanmar C.P. Livestock Company Limited
- C.P. Bangladesh Company Limited
- Charoen Pokphand Pakistan (Pvt.) Limited
- Chia Tai Feedmill Pte. Limited



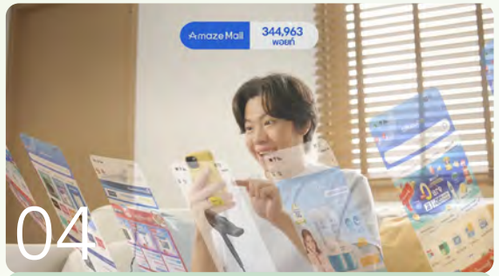
ธุรกิจค้าปลีก

- บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) [1] และบริษัทย่อย
- บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน) [1] และบริษัทย่อย
- บริษัท ออลล์ นาว โลจิสติกส์ จำกัด
- บริษัท ซีพี โซเชียลอิมแพคท์ จำกัด
- บริษัท ซีพี ซีดดิ้ง โซเชียลอิมแพคท์ จำกัด
- C.P. Lotus Corporation



ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม

- บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) [1] และบริษัทย่อย
- บริษัท ธนเทเลคอม จำกัด และบริษัทย่อย



ธุรกิจอีคอมเมิร์ซและดิจิทัล

- บริษัท แอสเซนด์ กรุ๊ป จำกัด และบริษัทย่อย
- บริษัท ฟรีวิลล์ โซลูชั่นส์ จำกัด
- บริษัท อเมช จำกัด



ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม

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



ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และโครงสร้างพื้นฐาน

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



ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์

- CP BIO [1]
- CP Pharmaceutical Group

ธุรกิจการเงินและการธนาคาร

- Zheng Xin Bank Company Limited



หมายเหตุ: [1] บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

ธุรกิจของเรา

การวิเคราะห์บริบทการดำเนินงาน

ในปี 2568 ธุรกิจยังคงเผชิญกับความซับซ้อนที่ทวีขึ้นพร้อมกันในหลายมิติ ทั้งความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมและการค้าอย่างเป็นรูปธรรม การเร่งตัวของเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ ตลอดจนความคาดหวังที่สูงขึ้นของผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และความยั่งยืน ซึ่งล้วนส่งผลเชื่อมโยงกันตลอดห่วงโซ่คุณค่า สำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งมีการดำเนินธุรกิจที่หลากหลายและครอบคลุม 23 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลก การวิเคราะห์บริบทการดำเนินงานจึงเป็นพื้นฐานสำคัญในการกำหนดเป้าหมาย รวมถึงแผนงานด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องกับทิศทางและการพัฒนาของแต่ละอุตสาหกรรม และเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ



ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง:

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ | ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ | การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารมีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งต่อความมั่นคงทางอาหารของโลก ซึ่งการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมฯ ครอบคลุมห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่การผลิตอาหารสัตว์ การเลี้ยงสัตว์ การแปรรูป ไปจนถึงการจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ ในปี 2568 ธุรกิจดังกล่าวยังคงเผชิญแรงกดดันจากความผันผวนของภูมิรัฐศาสตร์ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลต่อผลผลิตและวัตถุดิบทางการเกษตร มาตรการภาษีศุลกากรที่ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือนโยบายระหว่างประเทศ และมาตรการตอบโต้ทางการค้าจากหลายฝ่าย นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทิศทางการไหลของสินค้าเกษตรอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ กฎระเบียบว่าด้วยสินค้าที่ปลอดจากการตัดไม้ทำลายป่าของสหภาพยุโรป (EU Deforestation Regulation: EUDR) กำหนดให้สินค้าที่ส่งออกไปยังสหภาพยุโรปต้องมีหลักฐานการตรวจสอบย้อนกลับถึงระดับแปลงเพาะปลูกเพื่อพิสูจน์ว่าไม่เชื่อมโยงกับการทำลายป่า ในระยะยาว ธุรกิจฯ กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ จากทั้งความคาดหวังของผู้บริโภคและข้อกำหนดของตลาดที่ให้ความสำคัญมากขึ้นกับความปลอดภัย คุณภาพ สุขภาพ และความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถก้าวทันการเปลี่ยนแปลง และสร้างความได้เปรียบในบริบทดังกล่าว เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมุ่งลงทุนในนวัตกรรมการผลิตและการพัฒนาสินค้า ยกระดับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและข้อมูลในกระบวนการดำเนินงาน เสริมสร้างระบบตรวจสอบย้อนกลับและมาตรฐานการผลิตที่ตอบสนองต่อข้อกำหนดของตลาดโลก ตลอดจนพัฒนาห่วงโซ่อุปทานให้มีความยืดหยุ่น โปร่งใส และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ธุรกิจฯ สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว รักษาความสามารถในการแข่งขัน และเติบโตได้อย่างมั่นคงในระยะยาว



ธุรกิจค้าปลีก

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง:

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ | ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน | สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน

ในปี 2568 ธุรกิจค้าปลีกยังเผชิญการแข่งขันที่เข้มข้น ควบคู่กับความคาดหวังที่สูงขึ้นต่อประสบการณ์การซื้อสินค้าที่สะดวก และเชื่อมโยงกันระหว่างช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ขณะเดียวกัน ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญกับความคุ้มค่า และผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการดูแลด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันผ่านการใช้เทคโนโลยีและข้อมูล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารสินค้าและการให้บริการลูกค้า การพัฒนารูปแบบการค้าปลีกแบบ Omnichannel และการบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์ ของเสีย และการสูญเสียอาหารให้สอดคล้องกับแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียนมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งต่อยอดบทบาทของสาขาและเครือข่ายการจัดจำหน่าย ให้เชื่อมโยงสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ พร้อมสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว

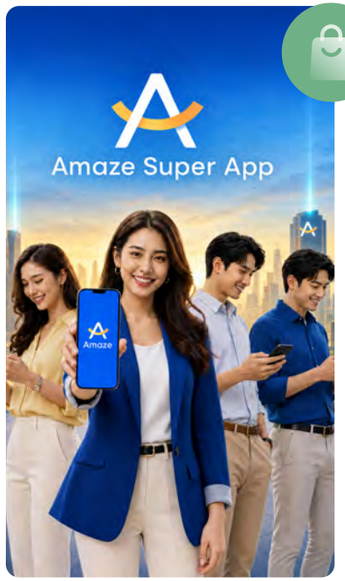
ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง:

ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล | การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ | การบริหารจัดการนวัตกรรม

ในปีที่ผ่านมาธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคมได้รับอิทธิพลจากความต้องการใช้ข้อมูลและบริการดิจิทัลที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการพัฒนาเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในหลายอุตสาหกรรม แนวโน้มดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการต้องเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลให้มีประสิทธิภาพ และตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ขณะเดียวกัน ธุรกิจฯ ยังต้องบริหารการลงทุนด้านโครงข่ายและศูนย์ข้อมูล การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ภายใต้บริบทดังกล่าว ธุรกิจฯ จึงมุ่งยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน และบริการดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน การบริหารจัดการพลังงาน การคุ้มครองข้อมูล และการต่อยอดบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจ และผู้บริโภค





ธุรกิจอีคอมเมิร์ซและดิจิทัล

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง:

ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล | การบริหารจัดการนวัตกรรม | การกำกับดูแลกิจการ

ธุรกิจอีคอมเมิร์ซและดิจิทัลเป็นหนึ่งในธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วที่สุด โดยความสามารถในการใช้ข้อมูล เทคโนโลยี และปัญญาประดิษฐ์อย่างมีประสิทธิภาพ กลายเป็นปัจจัยสำคัญต่อการสร้างประสบการณ์ที่ตอบโจทย์ผู้ใช้ และรักษาความสามารถในการแข่งขัน ธุรกิจฯ จึงต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาแพลตฟอร์มและการใช้ข้อมูลเชิงลึก ขณะเดียวกัน ยังต้องบริหารความเสี่ยงด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การกำกับดูแลการใช้ปัญญาประดิษฐ์อย่างรับผิดชอบ และความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ ดังนั้น โอกาสของธุรกิจฯ ในการเติบโตและสร้างคุณค่าให้แก่สังคมอย่างยั่งยืนคือการพัฒนาระบบนิเวศดิจิทัลที่เชื่อมโยงการซื้อขาย บริการ และข้อมูลจากหลายจุดสัมผัสของผู้บริโภคเข้าด้วยกันอย่างมีประสิทธิภาพ



ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และโครงสร้างพื้นฐาน

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง:

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ | สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน | การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และโครงสร้างพื้นฐานดำเนินงานท่ามกลางบริบทที่ได้รับอิทธิพลจากทั้งภาวะเศรษฐกิจมหภาค การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ขณะเดียวกัน ความเสี่ยงทางกายภาพจากสภาพภูมิอากาศ เช่น น้ำท่วมและความร้อนรุนแรง ตลอดจนมาตรฐานด้านประสิทธิภาพพลังงานและสิ่งแวดล้อมที่เข้มงวดขึ้น ล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการออกแบบการลงทุน และการบริหารสินทรัพย์ ภายใต้แนวโน้มดังกล่าว เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงการที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและสอดคล้องกับทิศทางการเติบโตในอนาคต ทั้งในด้านอาคารประหยัดพลังงาน โครงการแบบผสมผสาน และโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับเศรษฐกิจดิจิทัลมากขึ้น เพื่อสร้างคุณค่าได้ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง:

การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ | การบริหารจัดการนวัตกรรม | การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรมกำลังเผชิญการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างจากการเติบโตของยานยนต์ไฟฟ้า เทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่ และความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ขณะเดียวกัน การแข่งขันจากผู้ผลิตรายใหม่ และการเปลี่ยนผ่านของห่วงโซ่อุปทานจากระบบเดิมสู่เทคโนโลยีใหม่ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องเร่งปรับตัวเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพให้สอดคล้องกับทิศทางอุตสาหกรรมยานยนต์และการผลิตยุคใหม่ ทั้งด้านเทคโนโลยี ระบบอัตโนมัติ และการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมต่อยอดโอกาสจากการเติบโตของยานยนต์ไฟฟ้าและความต้องการอุปกรณ์อุตสาหกรรมอัจฉริยะที่เพิ่มขึ้น





ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง:

สุขภาพและสุขภาวะที่ดี | การบริหารจัดการนวัตกรรม | การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์มีบทบาทสำคัญต่อคุณภาพชีวิตและระบบสาธารณสุข โดยได้รับแรงขับเคลื่อนจากการเข้าสู่สังคมสูงวัยและการเพิ่มขึ้นของโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชีย ขณะเดียวกัน ธุรกิจยังเผชิญความท้าทายจากกฎระเบียบการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ที่ซับซ้อน และความไม่แน่นอนของห่วงโซ่อุปทานวัตถุดิบสำคัญ เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรม การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการต่อยอดโอกาสจากตลาดสุขภาพเชิงป้องกัน และการเชื่อมโยงบริการเภสัชกรรมกับแพลตฟอร์มสุขภาพดิจิทัลมากยิ่งขึ้น

ธุรกิจการเงินและการธนาคาร

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง:

การกำกับดูแลกิจการ | ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล | การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

ท่ามกลางความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางการเงิน และพฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ธุรกิจการเงินและการธนาคารต้องเผชิญการแข่งขันจากผู้ให้บริการทางการเงินรูปแบบใหม่ ควบคู่กับความเสี่ยงที่ซับซ้อนขึ้นจากภาวะเศรษฐกิจและข้อกำหนดด้านการกำกับดูแลที่เข้มงวดขึ้น เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาบริการทางการเงินดิจิทัล การยกระดับการบริหารความเสี่ยง และการต่อยอดโอกาสจากแนวโน้มการเงินเพื่อความยั่งยืนที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งใช้เทคโนโลยีเพื่อขยายการเข้าถึงบริการทางการเงินให้แก่ลูกค้ารายย่อย เกษตรกร และผู้ประกอบการ SME อันเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนการเติบโตทางธุรกิจควบคู่กับการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมในระยะยาว



เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

เครือเจริญโภคภัณฑ์จัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี เพื่อเปิดเผยข้อมูลด้านการดำเนินงานและผลการขับเคลื่อนตามเป้าหมายด้านความยั่งยืนต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างโปร่งใส รายงานฉบับนี้ครอบคลุมกลยุทธ์ ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน แนวทางการบริหารจัดการ ผลการดำเนินงาน และแผนงานในอนาคต สำหรับเครือฯ รายงานความยั่งยืนมิได้เป็นเพียงเครื่องมือในการเปิดเผยข้อมูลเท่านั้น หากยังเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้สามารถทบทวนความก้าวหน้า ระบุประเด็นที่ยังต้องพัฒนา และสื่อสารทิศทางการดำเนินงานในอนาคตได้อย่างเป็นระบบ การเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และสอดคล้องกับบริบทของธุรกิจยังช่วยให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถประเมินผลการดำเนินงานของเครือฯ ได้อย่างรอบด้าน พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้เครือฯ รับฟังข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ข้อมูลและผลการดำเนินงานที่เปิดเผยในรายงานฉบับนี้ได้รับการบูรณาการเข้ากับระบบการบริหารความเสี่ยงองค์กร (Enterprise Risk Management) เพื่อให้มั่นใจว่าประเด็นที่นำเสนอสะท้อนทั้งความเสี่ยงและโอกาสที่มีนัยสำคัญต่อเครือฯ อย่างเหมาะสมและครบถ้วน ก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการบริหารความยั่งยืน คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาทบทวนและให้ความเห็นชอบ



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

http://www.cpgroupglobal.com/th/document/sustainability-reports

มาตรฐานและกรอบการรายงานที่ใช้ในการจัดทำรายงานความยั่งยืน

- GRI Standards 2021
- United Nations Global Compact
- World Business Council for Sustainable Development: Reporting Matters
- Sustainability Accounting Standards Board
- UN Guiding Principles on Business and Human Rights
- World Economic Forum: Stakeholder Capitalism
- International Financial Reporting Standards: S1 and S2
- Sustainable Development Goals
- Taskforce on Nature-related Financial Disclosure

ขอบเขตการรายงาน

เครือเจริญโภคภัณฑ์จัดทำรายงานความยั่งยืนมาอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ปี 2559 รายงานความยั่งยืนประจำปี 2568 นับเป็นรายงานลำดับที่ 10 ของเครือฯ โดยเนื้อหาในรายงานฉบับนี้ครอบคลุมผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์รวมถึงบริษัทในสายธุรกิจทั้ง 8 สาย ใน 23 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลก ความคืบหน้าในการบรรลุกลยุทธ์และเป้าหมายความยั่งยืนทั้ง 15 เป้าหมาย และการดำเนินงานเพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ

ในการรวบรวมข้อมูล เครือเจริญโภคภัณฑ์กำหนดขอบเขตการรายงานจากบริษัทที่เครือฯ ถือครองหุ้นในสัดส่วนมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 10 หรือที่มีอำนาจในการบริหารจัดการ และควบคุมการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ ขอบเขตการรายงานประจำปี 2568 ใช้หลักเกณฑ์เดียวกันกับรายงานปี 2567 เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบผลการดำเนินงานระหว่างปีได้

การรับรองโดยองค์กรภายนอก

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของข้อมูลและการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส จึงมอบหมายให้ผู้ตรวจสอบอิสระภายนอกดำเนินการรับรองความถูกต้อง ความครบถ้วน และความสอดคล้องของข้อมูลในรายงานความยั่งยืนประจำปี 2568 ตามมาตรฐาน GRI Standards 2021 และมาตรฐานการตรวจสอบ ISAE 3000 and ISAE 3410 at Limited level

สำหรับปี 2568 จำนวนและดัชนีชี้วัดสำหรับการตรวจรับรองจากองค์กรภายนอกไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากปีที่ผ่านมา ซึ่งยังคงครอบคลุมประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้แก่ การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การบริหารพลังงานและทรัพยากรน้ำ การจัดการของเสีย การสูญเสียและขยะอาหาร ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย การกำกับดูแลกิจการ และการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ ทั้งนี้ ผู้อ่านสามารถดูรายละเอียดตัวชี้วัดที่ได้รับการรับรองเพิ่มเติมได้ที่หน้า 276-279

สามารถศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับรายการตัวชี้วัดที่ได้รับการรับรองรายงานโดยองค์กรภายนอก ได้ที่

การรับรองโดยหน่วยงานภายนอก

ข้อมูลประกอบรายงานความยั่งยืนประจำปี 2568 และเว็บไซต์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์

นอกเหนือจากการเปิดเผยรายงานความยั่งยืนประจำปีแล้ว เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้จัดทำรายงานเฉพาะเรื่อง เพื่อนำเสนอข้อมูลในรายละเอียดสำหรับผู้มีส่วนได้เสียที่ต้องการข้อมูลเชิงลึกในประเด็นใดประเด็นหนึ่งเป็นการเฉพาะ รายงานเฉพาะเรื่องทุกฉบับได้รับการทบทวนและอนุมัติโดยคณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและคณะกรรมการบริษัท ก่อนการเผยแพร่

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังจัดทำรายงานความยั่งยืนของหน่วยธุรกิจต่าง ๆ เพื่อนำเสนอข้อมูลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของแต่ละกลุ่มธุรกิจในเชิงลึก โดยเป็นการนำเสนอผลการดำเนินงานของแต่ละกลุ่มธุรกิจที่เชื่อมโยงกับเป้าหมายและแนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนของเครือฯ ในภาพรวม



Delivering on Our SDG Commitments 2025



Climate & Nature Resilience Supplement 2025 (IFRS S2 & TNFD)



Stakeholder Engagement and Materiality Insights Supplement 2025 (Double and Dynamic Materiality Assessment)



Sustainability Performance Supplement 2025

รายงานความยั่งยืนของหน่วยธุรกิจ

http://www.cpgroupglobal.com/th/document/sustainability-reports

ช่องทางการติดต่อ

สำนักบริหารความยั่งยืน ธรรมาภิบาล และสื่อสารองค์กร เครือเจริญโภคภัณฑ์
18 อาคารทรูทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
อีเมล: cpg-sd@cp.co.th

การกำกับดูแล ด้านความยั่งยืน

ในยุคที่ความคาดหวังของนักลงทุน ผู้บริโภค และภาครัฐทั่วโลกที่มีการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนยกระดับขึ้นอย่างต่อเนื่อง การกำกับดูแลด้านความยั่งยืนจึงไม่อาจดำรงอยู่เพียงในฐานะโครงสร้างเชิงสัญลักษณ์อีกต่อไป เครือเจริญโภคภัณฑ์ตอบรับความเปลี่ยนแปลงนี้ด้วยการพัฒนาโครงสร้างการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนให้มีความรับผิดชอบที่ชัดเจนในทุกระดับ ตั้งแต่คณะกรรมการบริษัทที่มีบทบาทโดยตรงในการกำหนดทิศทางและติดตามผล ไปจนถึงกลไกการบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืนที่ถูกบูรณาการเข้ากับกระบวนการตัดสินใจทางธุรกิจ แนวทางดังกล่าวช่วยให้ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลได้รับการพิจารณาอย่างรอบด้านควบคู่กับการวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจ และสร้างความมั่นใจให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มว่าเครือฯ ดำเนินงานด้วยความโปร่งใสและรับผิดชอบอย่างแท้จริง

การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน 38

การวิเคราะห์ผลกระทบภายนอก 40

ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่ 42

การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย 44

ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 48

การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน 50

กลยุทธ์และเป้าหมายความยั่งยืน 54

กระบวนการสร้างคุณค่า 56

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 58







การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน



"ความยั่งยืนไม่ใช่เพียงเป้าหมายปลายทาง แต่เป็นกระบวนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อสร้างคุณค่าร่วมทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้เติบโตอย่างสมดุลในระยะยาว

ท่ามกลางความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความผันผวนทางเศรษฐกิจ ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียที่เพิ่มสูงขึ้น เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งยกระดับความยั่งยืนจากการบริหารความเสี่ยงและการปฏิบัติตามข้อกำหนด ไปสู่การสร้างคุณค่าร่วมให้กับธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยผสานความยั่งยืนเข้ากับยุทธศาสตร์องค์กร การบริหารความเสี่ยง การลงทุน และการดำเนินงานในทุกระดับ

ในปีที่ผ่านมา เรามุ่งเน้นเป็นพิเศษในการขับเคลื่อนการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนผ่าน 4 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ ประการแรก คือ การยกระดับคุณภาพข้อมูลและระบบการวัดผล เพื่อให้การตัดสินใจและการเปิดเผยข้อมูลมีความถูกต้อง ตรวจสอบได้ และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล โดยเครือฯ สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 0.52 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (ปีฐาน 2564) เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนเป็นร้อยละ 18 (สุทธิปี 2568) และลดของเสียที่ส่งไปฝังกลบได้ 37,775 ตัน (ปีฐาน 2563)

ประการที่สอง คือ การขยายการดำเนินงานด้านสภาพภูมิอากาศสู่ห่วงโซ่คุณค่าทั้งระบบผ่านความร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตร 120 ราย เพื่อยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานในทุกมิติ ประการที่สาม คือ ระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ เครือฯ ได้ขยายการดำเนินงานจากประเด็นสภาพภูมิอากาศสู่การดูแลทุนทางธรรมชาติ ทั้งระบบนิเวศ ความหลากหลายทางชีวภาพ ทรัพยากรน้ำ และความมั่นคงทางอาหาร โดยดำเนินโครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศครอบคลุมพื้นที่ 29,425 ไร่ และประการสุดท้าย คือ การเสริมสร้างระบบกำกับดูแล การบริหารความเสี่ยง และกลไกติดตามผล เพื่อให้ความยั่งยืนเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจทางธุรกิจ และสามารถสร้างผลลัพธ์ที่ตรวจสอบได้อย่างเป็นรูปธรรม

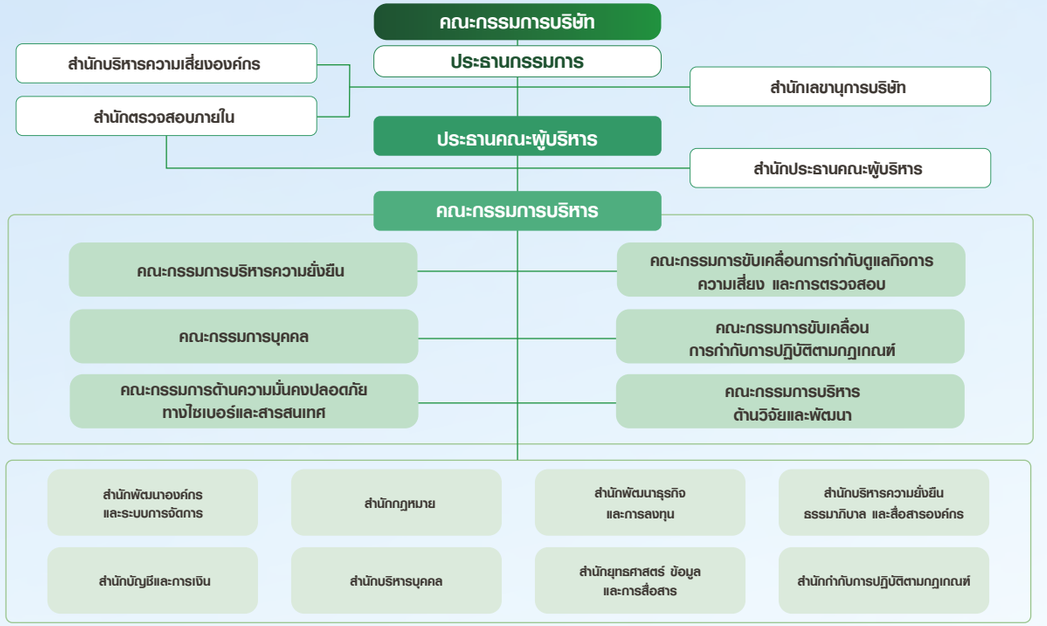
ความก้าวหน้าที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไม่ได้สะท้อนเพียงผลลัพธ์ของโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ แต่สะท้อนถึงการพัฒนา "ระบบ" ที่ช่วยให้องค์กรขับเคลื่อนความยั่งยืนได้อย่างต่อเนื่อง โปร่งใส และตรวจสอบได้

ขอขอบคุณทุกท่านที่เป็นส่วนหนึ่งของการเดินทางสู่ความยั่งยืนครั้งนี้ เพราะความร่วมมือจากทุกท่านคือรากฐานสำคัญที่ทำให้เราสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกที่เกิดขึ้นจริงต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน"

ดร. ธีระพล ถนอมศักดิ์ยุทธ
ประธานคณะผู้บริหารด้านความยั่งยืนองค์กรและการพัฒนากลยุทธ์
เครือเจริญโภคภัณฑ์

ที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ การดำเนินงานด้านความยั่งยืนได้ถูกบูรณาการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารธุรกิจ โดยมีคณะกรรมการบริษัททำหน้าที่กำกับดูแลทิศทาง เป้าหมาย ความเสี่ยง และผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน เพื่อให้การเติบโตของเครือฯ สอดคล้องกับหลัก 3 ประโยชน์ คือ ประโยชน์ต่อประเทศ ประชาชน และองค์กร คณะกรรมการบริษัทมอบหมายให้คณะกรรมการบริหารทำหน้าที่กำกับดูแลการบูรณาการประเด็นความยั่งยืนเข้ากับกลยุทธ์องค์กร แผนธุรกิจ การบริหารความเสี่ยง การจัดสรรทรัพยากร การลงทุน และการตัดสินใจที่สำคัญของเครือฯ รวมถึงติดตามความก้าวหน้าของเป้าหมายความยั่งยืนและประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย ในระดับการขับเคลื่อน คณะกรรมการบริหารความยั่งยืนมีหน้าที่แปลงทิศทางและนโยบายไปสู่การปฏิบัติ โดยกำหนดแผนงาน ตัวชี้วัดผู้รับผิดชอบ มาตรฐานการดำเนินงาน ระบบข้อมูล และกระบวนการติดตามผลร่วมกับกลุ่มธุรกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานด้านความยั่งยืนเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม ตรวจสอบได้ และวัดผลได้จริง

ในปี 2568 คณะกรรมการบริหารความยั่งยืนได้พิจารณาวาระด้านความยั่งยืนจำนวน 5 ครั้ง ครอบคลุมประเด็นสำคัญ ได้แก่ ความก้าวหน้าตามเป้าหมายความยั่งยืนปี 2573 แผนงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ การปกป้องสิทธิมนุษยชน การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ ความมั่นคงทางอาหาร ความปลอดภัยทางไซเบอร์ และจริยธรรมทางธุรกิจ เพื่อกำกับการดำเนินงาน ติดตามตัวชี้วัด ยกระดับระบบข้อมูล และการควบคุมภายใน คณะกรรมการฯ ได้รายงานผลการดำเนินงานและประเด็นสำคัญต่อคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการบริษัทอย่างต่อเนื่อง เพื่อรับคำแนะนำ รวมถึงการอนุมัติในประเด็นต่าง ๆ



การขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์ความรู้และสมรรถนะด้านความยั่งยืนให้แก่พนักงานทุกระดับในองค์กร ตั้งแต่คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง ซึ่งจำเป็นต้องติดตามพัฒนาการของมาตรฐานสากล กฎเกณฑ์ใหม่ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้การกำกับดูแลสามารถปรับตัวได้ทันต่อบริบทที่เปลี่ยนแปลง ไปจนถึงพนักงานและคู่ค้าที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้รับการเสริมสร้างความเข้าใจในประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สามารถนำประเด็นดังกล่าวไปเชื่อมโยงกับการดำเนินงานของแต่ละกลุ่มธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม

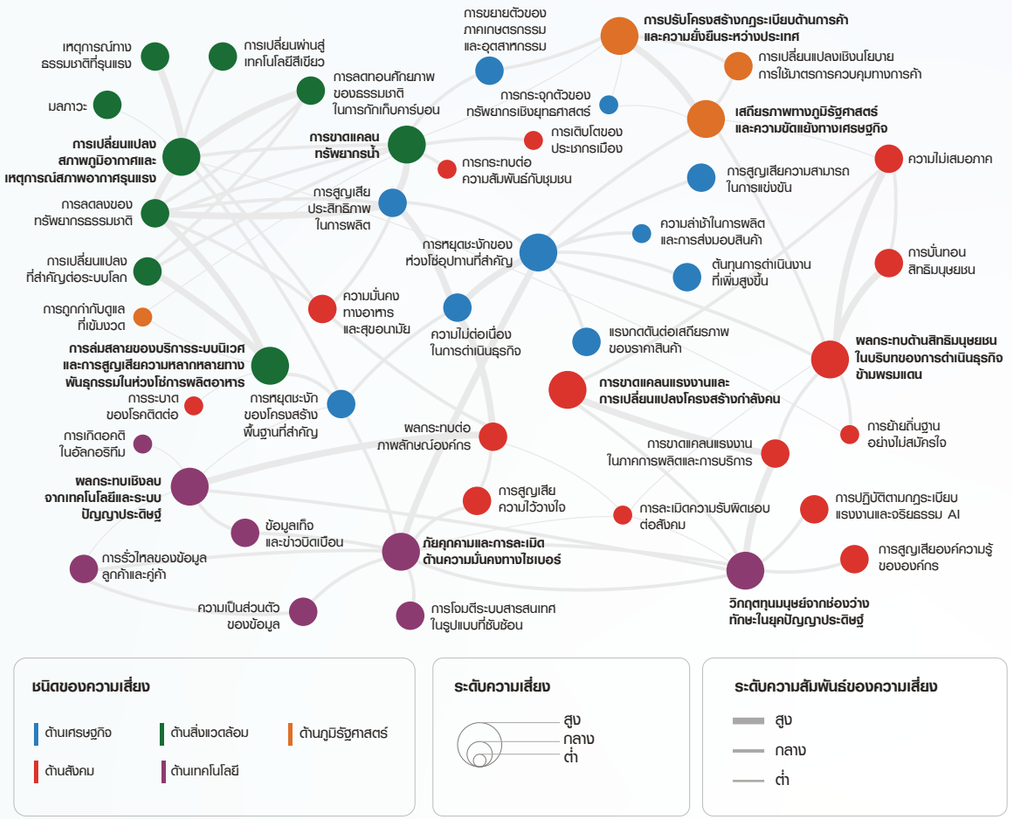
บนพื้นฐานดังกล่าว เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงกำหนดบทบาทและความรับผิดชอบด้านความยั่งยืนที่ชัดเจนในแต่ละระดับ พร้อมเชื่อมโยงตัวชี้วัดที่สำคัญกับการติดตามผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานตามความเหมาะสมของหน้าที่และความรับผิดชอบ ครอบคลุมประเด็น อาทิ การปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน การบริหารจัดการนวัตกรรม การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ ทั้งนี้ ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนจะถูกนำมาประกอบการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีและการพิจารณาผลตอบแทนของคณะกรรมการ ผู้บริหารและพนักงานในระดับที่เกี่ยวข้อง

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งพัฒนาระบบข้อมูล กระบวนการควบคุมภายใน และกลไกการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร และยกระดับคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล พร้อมทั้งส่งเสริมการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ แนวปฏิบัติที่ดี และบทเรียนจากการดำเนินงานระหว่างกลุ่มธุรกิจ เพื่อให้มาตรฐานการดำเนินงานด้านความยั่งยืนทั่วทั้งเครือฯ มีความสอดคล้องและยกระดับขึ้นพร้อมกัน

การวิเคราะห์ผลกระทบภายนอก

ในโลกธุรกิจที่ความเสี่ยงและโอกาสเกิดขึ้นพร้อมกัน การเข้าใจลักษณะและความเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบจึงเป็นเงื่อนไขสำคัญของการดำเนินธุรกิจที่มีประสิทธิผล เครือเจริญโภคภัณฑ์ในฐานะองค์กรที่มีการดำเนินธุรกิจใน 23 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลก จึงให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ผลกระทบอย่างรอบด้านเป็นประจำ เพื่อให้มั่นใจว่าการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของเครือฯ ตั้งอยู่บนข้อมูลที่รอบด้าน และสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในมิติต่าง ๆ อย่างทันท่วงที การวิเคราะห์เหล่านี้จึงไม่ใช่เพียงกระบวนการประเมินความเสี่ยง แต่คือรากฐานของการดำเนินธุรกิจที่มีความพร้อม ความรับผิดชอบ และยั่งยืนในระยะยาว

การแสดงความเชื่อมโยงประเด็นความเสี่ยง



การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและเหตุการณ์สภาพอากาศรุนแรง

ชนิดความเสี่ยง

ด้านสิ่งแวดล้อม

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นความเสี่ยงเชิงโครงสร้างที่ส่งผลต่อเครือเจริญโภคภัณฑ์โดยตรง ตั้งแต่ความผันผวนของผลผลิตทางการเกษตร การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การขนส่ง ไปจนถึงต้นทุนพลังงานและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย เครือฯ จึงรับมือผ่านการยกระดับความยืดหยุ่นของห่วงโซ่อุปทาน การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ การส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกควบคู่กับการวางแผนปรับตัวในระยะยาว

พลกระทบต่อ Capital

- Financial Capital
- Manufacturing Capital
- Relationship Capital
- Natural Capital

เสถียรภาพทางภูมิรัฐศาสตร์และความขัดแย้งทางเศรษฐกิจ

ชนิดความเสี่ยง

ด้านภูมิรัฐศาสตร์

ความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์และความขัดแย้งทางเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องด้านการค้า การลงทุน และห่วงโซ่อุปทานในหลายธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยเฉพาะธุรกิจที่เชื่อมโยงกับตลาดต่างประเทศและการจัดหาในหลายภูมิภาค เพื่อลดผลกระทบดังกล่าว เครือฯ ได้ให้ความสำคัญกับการกระจายฐานการผลิตและแหล่งจัดหา การติดตามสถานการณ์ระหว่างประเทศอย่างใกล้ชิด และการจัดทำแผนรองรับ เพื่อรักษาความต่อเนื่องของการดำเนินงานภายใต้บริบทโลกที่ผันผวน

พลกระทบต่อ Capital

- Financial Capital
- Manufacturing Capital
- Relationship Capital

การปรับโครงสร้างกฎระเบียบด้านการค้าและความยั่งยืนระหว่างประเทศ

ชนิดความเสี่ยง

ด้านเศรษฐกิจ

ข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน การตรวจสอบย้อนกลับ และการเปิดเผยข้อมูลกำลังส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดหา การส่งออก และการทำงานร่วมกับคู่ค้าตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อตอบรับความเสี่ยงนี้ เครือฯ ได้ยกระดับระบบกำกับดูแล การติดตามกฎหมาย การบริหารข้อมูล การประเมินคู่ค้า และการพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ เพื่อให้สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

พลกระทบต่อ Capital

- Financial Capital
- Manufacturing Capital
- Relationship Capital
- Natural Capital

ภัยคุกคามและการละเมิดด้านความมั่นคงทางไซเบอร์

ชนิดความเสี่ยง

ด้านเทคโนโลยี

เมื่อธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์พึ่งพาระบบดิจิทัล ข้อมูล และการเชื่อมต่อมากขึ้น ความเสี่ยงด้านไซเบอร์จึงไม่ได้กระทบเพียงข้อมูล แต่ยังเชื่อมโยงกับความต่อเนื่องของบริการ ความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย และชื่อเสียงขององค์กร เครือฯ จึงบริหารความเสี่ยงนี้ผ่านการเสริมมาตรการป้องกันหลายชั้น การพัฒนาระบบเฝ้าระวังและตอบสนองเหตุการณ์ การยกระดับความตระหนักรู้ของบุคลากร และการทดสอบความพร้อมของระบบอย่างสม่ำเสมอ

พลกระทบต่อ Capital

- Manufacturing Capital
- Intellectual Capital
- Relationship Capital

การขาดแคลนแรงงานและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างกำลังคน

ชนิดความเสี่ยง

ด้านสังคม

การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากรและความต้องการทักษะใหม่กำลังส่งผลต่อความพร้อมของกำลังคนในหลายกลุ่มธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ความเสี่ยงนี้อาจกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน คุณภาพบริการ และศักยภาพในการเติบโตขององค์กร เครือฯ จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะ การยกระดับขีดความสามารถของบุคลากร การทำงานร่วมกับสถาบันการศึกษา และการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่สนับสนุนการรักษาและดึงดูดคนที่มีศักยภาพ

พลกระทบต่อ Capital

- Intellectual Capital
- Human Capital
- Relationship Capital

สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

การบริหารความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่



นอกเหนือจากการบริหารความเสี่ยงที่มีอยู่ในปัจจุบัน เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังให้ความสำคัญกับการติดตาม วิเคราะห์ และประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อทำความเข้าใจแนวโน้ม สัญญาณเตือน และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อธุรกิจ ห่วงโซ่คุณค่า และผู้มีส่วนได้เสีย พร้อมพัฒนาแนวทางในการคาดการณ์ และเตรียมความพร้อมในการตอบสนองอย่างเป็นระบบ เพื่อเสริมสร้างความยืดหยุ่นทางธุรกิจ และความสามารถในการรับมือกับความไม่แน่นอนในระยะยาว

การขาดแคลนทรัพยากรน้ำ

ชนิดความเสี่ยง ด้านสิ่งแวดล้อม

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ

ผลกระทบต่อ Capital

- Financial Capital
- Manufacturing Capital
- Relationship Capital
- Natural Capital

ผลกระทบของความเสี่ยง

การขาดแคลนทรัพยากรน้ำถือเป็นความเสี่ยงที่ทวีความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การเติบโตของเมือง การขยายตัวของภาคการผลิต และการบริหารจัดการน้ำที่ยังขาดประสิทธิภาพในหลายพื้นที่ทั่วโลก ในปี 2568 หลายประเทศที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินงานเผชิญกับภัยแล้งที่รุนแรงและยาวนานกว่าปกติ ส่งผลให้การแข่งขันในการใช้น้ำระหว่างภาคการผลิต ภาคเกษตร และภาคครัวเรือนเพิ่มสูงขึ้น และนำไปสู่มาตรการควบคุมการใช้น้ำจากภาครัฐในบางพื้นที่ ซึ่งกระทบทั้งแผนการผลิตระยะสั้น และการตัดสินใจลงทุนระยะยาว ในขณะเดียวกัน การใช้น้ำในปริมาณสูงในพื้นที่ที่มีทรัพยากรน้ำจำกัดยังอาจสร้างความตึงเครียดกับชุมชนท้องถิ่น และกระทบต่อสิทธิในการดำเนินธุรกิจของเครือฯ

การบริหารความเสี่ยง

เครือเจริญโภคภัณฑ์บริหารจัดการความเสี่ยงด้านน้ำผ่านกรอบการประเมินที่พิจารณาทั้งปริมาณการใช้น้ำของแต่ละหน่วยปฏิบัติการและระดับความเครียดด้านน้ำของพื้นที่ โดยจัดลำดับความเสี่ยงเป็น 3 ระดับ และกำหนดแผนการจัดการที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่ในระดับปฏิบัติการ เครือฯ ใช้หลักการจัดการน้ำแบบหมุนเวียน หรือ 5Rs ได้แก่ การลดการใช้ การใช้ซ้ำ การรีไซเคิล การฟื้นฟู และการกู้คืน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำและลดปริมาณน้ำทิ้ง พร้อมกำหนดเป้าหมายลดความเข้มข้นการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ร้อยละ 20 เทียบกับปีฐาน 2563 นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้บูรณาการการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำเข้ากับการประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อให้เข้าใจผลกระทบต่อระบบนิเวศในพื้นที่ดำเนินงานอย่างรอบด้านยิ่งขึ้น ควบคู่กับการสร้างความร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่น ในการวางแผนการบริหารจัดการน้ำร่วมกัน เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจของเครือฯ ไม่กระทบต่อการเข้าถึงน้ำของชุมชนในพื้นที่

สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

การบริหารความเสี่ยง

การล่มสลายของบริการระบบนิเวศและการสูญเสียความหลากหลายทางพันธุกรรมในห่วงโซ่การผลิตอาหาร

ชนิดความเสี่ยง ด้านสิ่งแวดล้อม

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ
การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
การปกป้องระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

ผลกระทบต่อ Capital

- Financial Capital
- Manufacturing Capital
- Relationship Capital
- Natural Capital

ผลกระทบของความเสี่ยง

ระบบการผลิตอาหารเชิงอุตสาหกรรมสร้างการพึ่งพิงพันธุ์พืชและสัตว์ในระดับที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่บริการระบบนิเวศซึ่งเป็นพื้นฐานของการผลิตทางการเกษตร ทั้งแมลงผสมเกสร จุลินทรีย์ในดิน และวัฏจักรธาตุอาหาร กำลังเสื่อมโทรมลงอย่างสะสม โดยลักษณะสำคัญของความเสี่ยงนี้คือสัญญาณเตือนมักปรากฏช้ากว่าที่ความเสียหายได้สะสมไปแล้วในระดับที่มีนัยสำคัญ และเมื่อระบบนิเวศถึงจุดวิกฤต การฟื้นฟูต้องใช้ระยะเวลาและต้นทุนสูงกว่าการป้องกันหลายเท่า สำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์ ที่มีการพึ่งพิงวัตถุดิบเกษตรจากหลายภูมิภาคและมีธุรกิจปศุสัตว์ขนาดใหญ่ การหดตัวของความหลากหลายทางพันธุกรรมในพันธุ์พืชและสัตว์เศรษฐกิจหลักจากการผลิตเชิงเดี่ยว สร้างความเปราะบางต่อโรคระบาดและความแปรปรวนของสภาพอากาศที่อาจส่งผลให้ผลผลิตล้มเหลวในวงกว้างพร้อมกัน นอกจากนี้ ความคาดหวังของนักลงทุนที่มีต่อการประเมินและเปิดเผยข้อมูลผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพตามกรอบ Kunming-Montreal Global Biodiversity Framework และ TNFD กำลังเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งองค์กรที่ไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงการบริหารจัดการที่มีประสิทธิผลอาจเผชิญกับความเสี่ยงด้านการเข้าถึงแหล่งทุนในระยะยาว

การบริหารความเสี่ยง

เครือเจริญโภคภัณฑ์ส่งเสริมแนวทางเกษตรกรรมที่ฟื้นฟูสุขภาพดินและความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ดำเนินงาน ดำเนินนโยบาย Zero Deforestation สำหรับสินค้าและวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูงต่อการทำลายระบบนิเวศ และบริหารจัดการพื้นที่ป่าและระบบนิเวศโดยรอบฐานการผลิตอย่างรับผิดชอบ นอกจากนี้ เครือฯ ลงทุนในการพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับเพื่อให้สามารถติดตามแหล่งที่มาของวัตถุดิบตลอดห่วงโซ่อุปทานได้อย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้ โดยบูรณาการข้อมูลดังกล่าวเข้าสู่กระบวนการคัดเลือกและประเมินความเสี่ยงของคู่ค้า เพื่อให้สามารถระบุและหลีกเลี่ยงการจัดซื้อวัตถุดิบจากพื้นที่ที่มีการเสื่อมโทรมของระบบนิเวศได้อย่างเป็นระบบ อีกทั้ง เครือฯ ได้เตรียมพร้อมด้านการประเมินและเปิดเผยข้อมูลผลกระทบต่อธรรมชาติตามกรอบ TNFD เพื่อตอบสนองความคาดหวังของนักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสีย

วิกฤตทุนมนุษย์จากช่องว่างทักษะในยุคปัญญาประดิษฐ์

ชนิดความเสี่ยง ด้านสังคม

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน
การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ
การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล

ผลกระทบต่อ Capital

- Intellectual Capital
- Human Capital
- Relationship Capital

ผลกระทบของความเสี่ยง

การนำปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) มาใช้ในวงกว้างกำลังเปลี่ยนโครงสร้างตลาดแรงงานในอัตราที่เร็วกว่าที่ระบบการศึกษาและการฝึกอบรมแบบดั้งเดิมจะสามารถพัฒนาบุคลากรทดแทนได้ทัน ซึ่งก่อให้เกิดช่องว่างทักษะที่ขยายกว้างขึ้นพร้อมกันทั้งในระดับแรงงานสายปฏิบัติการและระดับผู้บริหาร ในขณะเดียวกัน การเกษียณของบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ สร้างความเสี่ยงจากการสูญเสียองค์ความรู้ที่ยากต่อการทดแทนในระยะสั้น สำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่มีพนักงานกว่า 460,000 คน ใน 23 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลก การขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ความยั่งยืน และการบริหารองค์กรข้ามวัฒนธรรม อาจส่งผลให้การดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์และความมุ่งมั่นในการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มล่าช้ากว่าที่กำหนดไว้

การบริหารความเสี่ยง

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ลงทุนในระบบพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่องสำหรับบุคลากรทุกระดับ ครอบคลุมทั้ง Reskilling สำหรับงานที่เปลี่ยนแปลงตามเทคโนโลยี และ Upskilling เพื่อยกระดับขีดความสามารถให้สอดคล้องกับทิศทางกลยุทธ์ขององค์กร อีกทั้ง เครือฯ ยังได้พัฒนาหลักสูตรร่วมกับสถาบันการศึกษาและพันธมิตรทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อสร้างบุคลากรที่มีทักษะตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรมต่าง ๆ วางระบบจัดเก็บและถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงสถาบันเพื่อลดความเสี่ยงจากการสูญเสียความเชี่ยวชาญ และพัฒนาเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพที่ชัดเจน เพื่อรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพสูง นอกจากนี้ เครือฯ สนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาและทักษะดิจิทัลในชุมชนโดยรอบพื้นที่ดำเนินงาน เพื่อเสริมสร้างฐานแรงงานที่มีคุณภาพในระยะยาวและสอดคล้องกับเป้าหมายการลดความเหลื่อมล้ำของสหประชาชาติ และเป้าหมายด้านความยั่งยืนของเครือฯ

การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในฐานะกลไกสำคัญในการรับฟังมุมมอง ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจและการขับเคลื่อนความยั่งยืนของเครือฯ โดยดำเนินการอย่างเป็นระบบตามแนวทางของมาตรฐาน AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000SES) เพื่อส่งเสริมความโปร่งใส ความครอบคลุม และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม ในปี 2568 เครือฯ ยังคงดำเนินการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 11 กลุ่มอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งต่อยอดแนวทางดังกล่าวผ่านเวทีสนทนา “สนทนา สร้างสรรค์ สู่เส้นทางความยั่งยืน: Sustainability Dialogue for A Better Tomorrow” เพื่อเปิดพื้นที่รับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสียและนำข้อเสนอแนะที่ได้รับมาใช้ประกอบการทบทวนทิศทางและการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือฯ ต่อไป



แลกเปลี่ยนเพื่อยกระดับ
ข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสียถูกนำมาเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาแนวทางดำเนินงาน



ธรรมาภิบาลที่โปร่งใส
การร่วมเสนอแนวทางส่งเสริมการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ตรวจสอบได้ และสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม



พลังแห่งการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก
การเน้นย้ำถึงความสำคัญในการรับฟังเสียงสะท้อนจากทุกภาคส่วน



สิ่งแวดล้อมเพื่ออนาคต
ร่วมแลกเปลี่ยนมุมมองต่อประเด็นสิ่งแวดล้อม



สังคมที่เติบโตไปด้วยกัน
การร่วมแลกเปลี่ยนข้อเสนอแนะต่อการสร้างคุณค่าทางสังคม และการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่า

เกษตรกร

เกษตรกรเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบหลักของเครือเจริญโภคภัณฑ์ และเป็นกลุ่มที่เผชิญผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างมาก การสร้างความผูกพันและความมั่นคงให้แก่เกษตรกรจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อความเข้มแข็งของห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ

ประเด็นที่อยู่ในความสนใจ	การดำเนินงานเพื่อตอบสนอง	คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย
• การส่งเสริมศักยภาพ • ความสามารถในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและการเข้าถึงทรัพยากรต่าง ๆ อย่างเพียงพอ • การรับประกันรายได้ • การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม • การควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์	• สนับสนุนการทำการเกษตรอย่างยั่งยืน • ส่งเสริมด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาผลผลิตให้มีคุณภาพ • รับประกันแหล่งที่มาของรายได้ • จัดทำสัญญาที่เป็นธรรมตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ	• การสร้างงาน สร้างอาชีพ และรายได้ที่มั่นคง • การปกป้อง และรักษาสิ่งแวดล้อมโดยรวม • ความมั่นคงของระบบอาหารโลก

ความไว้วางใจของเกษตรกรไม่ได้เกิดจากผลตอบแทน
แต่เกิดจากความเป็นธรรม ความโปร่งใส และการสนับสนุนที่ต่อเนื่อง

คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม | การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ | การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ | การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

ชุมชน และสังคม

ความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนคือพื้นฐานของการเปลี่ยนผ่านอย่างเป็นธรรมที่ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกกระบวนการเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างคุณค่าให้สังคมอย่างยั่งยืนและเป็นธรรม

ประเด็นที่อยู่ในความสนใจ	การดำเนินงานเพื่อตอบสนอง	คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย
• การส่งเสริมคุณภาพชีวิตชุมชน • การส่งเสริมการจ้างงานในชุมชน • การจัดการผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจที่มีต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม	• จัดทำโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน รวมถึงกลุ่มเปราะบาง • สนับสนุนการจ้างแรงงาน และการสร้างธุรกิจในชุมชน • จัดทำโครงการพัฒนาองค์ความรู้	• การจ้างงานภายในชุมชน • ความเข้มแข็งของสังคม และชุมชน • การปกป้อง และรักษาสิ่งแวดล้อมโดยรวม • การลดระดับความเหลื่อมล้ำทางสังคม

ชุมชนที่มีความพร้อมและเข้มแข็ง
คือปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความยืดหยุ่นของธุรกิจต่อความเปลี่ยนแปลงในอนาคต

คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม | สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน | ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ | การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

คู่ค้าธุรกิจ

ความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจ ความโปร่งใส มาตรฐานการจัดซื้อจัดจ้าง ความต่อเนื่องของธุรกิจ และการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน

ประเด็นที่อยู่ในความสนใจ	การดำเนินงานเพื่อตอบสนอง	คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย
• การส่งเสริมศักยภาพคู่ค้าในการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นระบบ • การคุ้มครองสิทธิมนุษยชน และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม • การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม	• กำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ • สื่อสาร ตรวจประเมินคู่ค้า และประกาศใช้จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า เพื่อให้เกิดจรรยาบรรณในการดำเนินงาน	• การพัฒนาความรู้ และความสามารถของคู่ค้า • ความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก • ความมั่นคงของระบบอาหารโลก • การปกป้อง และรักษาสิ่งแวดล้อมโดยรวม

คู่ค้ามีขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจที่เข้มแข็ง
และแข่งขันได้มากขึ้น ควบคู่กับการยกระดับมาตรฐานด้านจริยธรรม สิทธิมนุษยชน และสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่อุปทาน

การกำกับดูแลกิจการ | การบริหารจัดการนวัตกรรม | ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล | การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

เจ้าหนี้

เจ้าหนี้มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนความต่อเนื่องของธุรกิจเครือเจริญโภคภัณฑ์ การปฏิบัติตามเงื่อนไขเงินกู้อย่างเคร่งครัด และการสื่อสารอย่างโปร่งใส ช่วยสร้างความเชื่อมั่น เสริมความร่วมมือ และสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งทุนในอนาคต

ประเด็นที่อยู่ในความสนใจ	การดำเนินงานเพื่อตอบสนอง	คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย
• การกำกับดูแลกิจการที่ดี • การเปิดเผยผลการดำเนินงานอย่างโปร่งใส • การเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการแข่งขัน • การตอบแทนสู่สังคม	• ดำเนินธุรกิจตามกฎหมาย และหลักธรรมาภิบาล • ปฏิบัติตามเงื่อนไขของเจ้าหนี้อย่างเคร่งครัด • ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงาน และสังคม	• ความมั่นคงทางการเงิน และเศรษฐกิจของประเทศ • การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม • การเป็นพันธมิตรระยะยาว

เจ้าหนี้มีความเชื่อมั่นต่อวินัยทางการเงิน
การปฏิบัติตามเงื่อนไขอย่างเคร่งครัด และความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจของเครือฯ

การกำกับดูแลกิจการ | ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล | สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน | การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

พนักงาน และครอบครัว

พนักงาน และครอบครัวคือแรงขับเคลื่อนสำคัญของเครือเจริญโภคภัณฑ์ การส่งเสริมความผูกพันและการมีส่วนร่วมคือรากฐานของความสำเร็จอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ประเด็นที่อยู่ในความสนใจ	การดำเนินงานเพื่อตอบสนอง	คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย
• การพัฒนาศักยภาพ และความก้าวหน้าในอาชีพ • การดำเนินการตามหลักสิทธิมนุษยชน • สภาพแวดล้อมในการทำงาน และอาชีวอนามัยและความปลอดภัย • ความคล่องตัวในการทำงาน	• พัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง • กำหนด และประกาศใช้แนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน • ประกาศใช้มาตรฐานการจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม	• ความมั่นคงในสายงานอาชีพ • ความรู้ และทักษะสำหรับการเติบโต • ความปลอดภัย และความเท่าเทียม

พนักงานได้รับโอกาสในการเติบโตในสายอาชีพ
ควบคู่กับการท่างานในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย และเคารพในความแตกต่าง ส่งผลให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีและความผูกพันต่อองค์กร

การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล | สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน | การบริหารจัดการนวัตกรรม | ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล

NGOs

NGO เป็นกลไกสำคัญที่ขับเคลื่อนความคิดเห็นของสังคมและผลักดันการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบาย การมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ไม่เพียงช่วยให้ภาคธุรกิจเข้าใจต่อข้อห่วงกังวล แต่ยังเป็นโอกาสในการสร้างความร่วมมือที่ยั่งยืน

ประเด็นที่อยู่ในความสนใจ	การดำเนินงานเพื่อตอบสนอง	คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย
• ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจที่มีต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม • การส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม • การเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะอย่างครบถ้วน และโปร่งใส	• รับฟังความคิดเห็นและหารือแนวทางการป้องกันผลกระทบร่วมกันอย่างต่อเนื่อง • สื่อสาร และเปิดเผยข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ และโปร่งใส	• การเป็นพันธมิตรระยะยาวเพื่อพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม • การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม

ช่วยยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และความโปร่งใส
พร้อมเสริมสร้างความเชื่อมั่นจากสังคมในระยะยาว

การกำกับดูแลกิจการ | สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน | การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ | การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

ภาครัฐ

การมีส่วนร่วมกับภาครัฐอย่างสร้างสรรค์ ช่วยเสริมความโปร่งใส รับรองการปฏิบัติตามกฎระเบียบ และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารความเสี่ยง พร้อมเปิดโอกาสในการสนับสนุนนโยบายเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ประเด็นที่อยู่ในความสนใจ	การดำเนินงานเพื่อตอบสนอง	คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย
• การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง • การเป็นตัวอย่างในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ • การดำเนินงานเพื่อส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน สังคม และการสนับสนุนกลยุทธ์และเป้าหมายของประเทศ	• ติดตามและปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด • ร่วมมือ และสนับสนุนการพัฒนาโครงการที่สร้างประโยชน์ต่อประเทศ และชุมชน	• ความมั่นคงทางการเงิน และเศรษฐกิจของประเทศ • การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ • การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม

ความร่วมมือจากภาคธุรกิจที่ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด และมีธรรมาภิบาล
พร้อมสนับสนุนนโยบาย และโครงการที่สร้างประโยชน์ต่อประเทศ และชุมชน

การกำกับดูแลกิจการ | ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล | คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม | การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย



คู่แข่งทางการค้า

การติดตามและมีส่วนร่วมกับคู่แข่งอย่างสร้างสรรค์ ช่วยเสริมความได้เปรียบทางการแข่งขัน พร้อมเปิดโอกาสในการร่วมยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมและขับเคลื่อนการเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกัน

ประเด็นที่อยู่ในความสนใจ	การดำเนินงานเพื่อตอบสนอง	คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย
• การปฏิบัติตามจริยธรรมการแข่งขัน กฎหมาย และกฎระเบียบทางการค้า • การตอบแทนสู่สังคม	• ปฏิบัติตามกฎกติกา/ จริยธรรมการแข่งขันที่ดี • ไม่มีการดำเนินการใด ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งความลับทางการค้าของคู่แข่ง • ไม่ทำลายชื่อเสียงคู่แข่งด้วยการให้ร้ายโดยปราศจากความจริง	• การริเริ่มนวัตกรรมด้านการผลิต และผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ • การรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการ • การเป็นพันธมิตรเพื่อพัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อม

การแข่งขันที่เป็นธรรมและการเคารพกติกาทางการค้า
ส่งผลให้เกิดการยกระดับมาตรฐานสินค้า บริการ และแนวปฏิบัติที่ดีของอุตสาหกรรมร่วมกัน

การกำกับดูแลกิจการ | ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล | ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ | ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

สื่อมวลชน

สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการกำหนดภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของสาธารณชนต่อองค์กร การมีส่วนร่วมอย่างมีกลยุทธ์ โปร่งใส และต่อเนื่อง ช่วยให้เครือเจริญโภคภัณฑ์สามารถตอบข้อกังวลของสังคม และเสริมสร้างความไว้วางใจในระยะยาว

ประเด็นที่อยู่ในความสนใจ	การดำเนินงานเพื่อตอบสนอง	คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย
• การกำกับดูแลกิจการ • การเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะอย่างครบถ้วน และโปร่งใส • ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจที่มีต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม	• ปฏิบัติต่อสื่อมวลชนด้วยความสัมพันธ์ที่ดี • ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง และทันต่อเหตุการณ์	• การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม • การเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส และรวดเร็ว

สื่อมวลชนได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน และตรวจสอบได้
เพื่อสนับสนุนการสื่อสารต่อสาธารณะอย่างรอบด้าน ส่งผลให้สังคมมีความเข้าใจต่อการดำเนินธุรกิจ

การกำกับดูแลกิจการ | การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย | คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม | การบริหารจัดการนวัตกรรม

ผู้ถือหุ้น และนักลงทุน

ผู้ถือหุ้น และนักลงทุนคือกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมุ่งสื่อสารอย่างโปร่งใส และเปิดรับฟังเพื่อสร้างความเชื่อมั่น และคุณค่าร่วมอย่างยั่งยืน

ประเด็นที่อยู่ในความสนใจ	การดำเนินงานเพื่อตอบสนอง	คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย
• การกำกับดูแลกิจการ • การบริหารความเสี่ยง • การเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะอย่างครบถ้วน และโปร่งใส • การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ	• ดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล ข้อบังคับบริษัท • ประกาศใช้นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการบริหารความเสี่ยง • เปิดเผยผลการดำเนินงานอย่างโปร่งใส	• ความมั่นคงทางการเงินและเศรษฐกิจของประเทศ • การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม

ผู้ถือหุ้น และนักลงทุนได้รับข้อมูลที่มีคุณภาพ และสะท้อนการบริหารความเสี่ยงอย่างรอบด้าน
ช่วยเสริมความเชื่อมั่นต่อความสามารถในการสร้างผลตอบแทน

การกำกับดูแลกิจการ | ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล | การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ | การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

ลูกค้า และผู้บริโภค

ลูกค้า และผู้บริโภคคือศูนย์กลางของการสร้างนวัตกรรมและคุณค่าที่ยั่งยืน เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมุ่งมั่นรับฟังความต้องการและข้อเสนอแนะของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความไว้วางใจและความผูกพัน

ประเด็นที่อยู่ในความสนใจ	การดำเนินงานเพื่อตอบสนอง	คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย
• การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีต่อสุขภาพ • การตรวจสอบย้อนกลับของผลิตภัณฑ์ • การลดความซ้ำซ้อนของระบบการซื้อของ • ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล	• พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดีให้กับผู้บริโภคแต่ละช่วงวัย • พัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ • พัฒนาระบบการสั่งซื้อออนไลน์ให้มีความสะดวก	• การริเริ่มนวัตกรรมด้านการผลิตและผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ • การรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการ • การจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน

การส่งมอบสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการยกระดับคุณภาพ ความปลอดภัย และประสบการณ์ของลูกค้าในทุกช่องทาง

การบริหารจัดการนวัตกรรม | สุขภาพและสุขภาวะที่ดี | ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ | ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล

ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการสร้างความร่วมมือกับทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่อง เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนควบคู่กับการดำเนินธุรกิจในทุกมิติ โดยเชื่อว่าการสร้างผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมจำเป็นต้องอาศัยการทำงานร่วมกันระหว่างภาคธุรกิจ ภาครัฐ ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ และองค์กรทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในปี 2568 เครือฯ ยังคงต่อยอดความร่วมมือกับพันธมิตรในประเด็นสำคัญ อาทิ การลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การส่งเสริมการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบและธรรมาภิบาล การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการยกระดับขีดความสามารถของคู่ค้า พร้อมทั้งเข้าร่วมเวทีความร่วมมือในระดับประเทศและนานาชาติอย่างต่อเนื่อง เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และร่วมพัฒนาแนวทางสู่ความยั่งยืนในระยะยาว

สภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum: WEF)

วัตถุประสงค์องค์กร

WEF เป็นเวทีความร่วมมือระดับนานาชาติที่เปิดพื้นที่ให้ผู้นำจากภาครัฐ ภาคธุรกิจ ภาคประชาสังคม และภาควิชาการร่วมแลกเปลี่ยนมุมมองต่อประเด็นสำคัญที่มีผลต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในระดับโลก ในการประชุม Annual Meeting 2025 เวทีดังกล่าวจัดขึ้นภายใต้หัวข้อ “Collaboration for the Intelligent Age” ซึ่งสะท้อนความสำคัญของความร่วมมือในโลกที่เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์มีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

แนวทางการร่วมมือของเครือเจริญโภคภัณฑ์

ในปี 2568 เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังคงสร้างการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องกับ WEF เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ติดตามแนวโน้มโลก และเสริมสร้างมุมมองต่อประเด็นที่มีนัยต่อการดำเนินธุรกิจของเครือฯ โดยเฉพาะประเด็นที่เชื่อมโยงกับการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์อย่างมีความรับผิดชอบ การเปลี่ยนผ่านด้านพลังงานสะอาด และการปรับตัวต่อพลวัตของเศรษฐกิจและการค้าโลก

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

วัตถุประสงค์องค์กร

WBCSD เป็นเครือข่ายระดับโลกของบริษัทชั้นนำที่มุ่งขับเคลื่อนความยั่งยืนให้เป็นปัจจัยสำคัญของความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ โดยสนับสนุนให้ภาคธุรกิจร่วมกันเร่งการเปลี่ยนผ่านสู่อนาคตที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ การฟื้นฟูธรรมชาติ และการสร้างความเป็นธรรมทางสังคม ผ่านการพัฒนาองค์ความรู้ เครื่องมือ แนวปฏิบัติ และความร่วมมือข้ามอุตสาหกรรม

แนวทางการร่วมมือของเครือเจริญโภคภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีส่วนร่วมกับ WBCSD อย่างต่อเนื่อง เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และแนวปฏิบัติกับเครือข่ายธุรกิจระดับโลก รวมถึงติดตามทิศทางสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของเครือฯ ทั้งด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การดูแลธรรมชาติ การบริหารห่วงโซ่คุณค่า การเปลี่ยนผ่านอย่างเป็นธรรม และการยกระดับความโปร่งใสของข้อมูลความยั่งยืน

ข้อตกลงแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact: UNGC)

วัตถุประสงค์องค์กร



UNGC เป็นกรอบความร่วมมือด้านความยั่งยืนของภาคธุรกิจในระดับสากลที่ส่งเสริมให้องค์กรดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบตามหลักการ 10 ประการ ควบคู่กับการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs) ในขณะเดียวกัน Global Compact Network Thailand หรือ GCNT ทำหน้าที่เป็นเครือข่ายท้องถิ่นของ UN Global Compact เพื่อสนับสนุนภาคธุรกิจไทยในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ พัฒนาแนวปฏิบัติ และขยายความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ในการขับเคลื่อนความยั่งยืน

แนวทางการร่วมมือของเครือเจริญโภคภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้การสนับสนุนและมีส่วนร่วมกับเครือข่าย UNGC และ GCNT อย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมบทบาทของภาคธุรกิจในการขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา และภาคประชาสังคม ในปี 2568 เครือฯ ได้มีส่วนร่วมในเวที GCNT Expo 2025 ภายใต้แนวคิด “Forward SDGs Faster Together” ซึ่งเป็นเวทีสำคัญในการรวมพลังภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อเร่งขับเคลื่อน SDGs ให้ทันต่อเป้าหมายปี 2573 การมีส่วนร่วมดังกล่าวสะท้อนบทบาทของเครือฯ ในการสนับสนุนความร่วมมือข้ามภาคและการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนรุ่นใหม่ในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง

เครือข่ายธุรกิจห่วงโซ่อุปทานแห่งประเทศไทย (Thailand Supply Chain Network: TSCN)

วัตถุประสงค์องค์กร

TSCN เป็นเครือข่ายความร่วมมือของภาคธุรกิจไทยที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลองค์ความรู้ และประสบการณ์ระหว่างภาคธุรกิจ ตลอดจนสนับสนุนการขยายโอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการไทยตลอดห่วงโซ่อุปทาน ภายใต้แนวทางการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงความยั่งยืน



แนวทางการร่วมมือของเครือเจริญโภคภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีส่วนร่วมกับ TSCN เพื่อสนับสนุนความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจในการยกระดับขีดความสามารถของห่วงโซ่อุปทานไทย ทั้งด้านประสิทธิภาพ ความยืดหยุ่น และความยั่งยืน ในปี 2568 เครือฯ ได้มีส่วนร่วมในเวที TSCN Business Partner Conference and CEO Panel ภายใต้หัวข้อ “Navigating Survival and Seizing Opportunity for Thai Business in an Era of Deglobalization” ซึ่งเป็นเวทีแลกเปลี่ยนมุมมองของผู้นำธุรกิจไทยต่อความท้าทายจากกระแส Deglobalization การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจโลก และความจำเป็นในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในระยะยาว

การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนในฐานะกลไกหลักในการทบทวนประเด็นที่มีนัยต่อธุรกิจ ผู้มีส่วนได้เสีย และการสร้างคุณค่าในระยะยาว เพื่อให้การดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือฯ สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง ตลอดช่วง 3 ปีที่ผ่านมา คณะกรรมการบริหารความยั่งยืนได้ทบทวนลำดับความสำคัญของประเด็นฯ เพื่อพิจารณาความสอดคล้องกับแนวโน้มและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

ในปี 2568 เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนอย่างครอบคลุมตามหลักการของ AA1000 Stakeholder Engagement Standards ควบคู่กับการนำแนวคิด Double Materiality และ Dynamic Materiality มาใช้ในการพิจารณาทั้งผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจของเครือฯ เพื่อให้ผลการประเมินฯ สะท้อนบริบทการดำเนินธุรกิจ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนความเสี่ยง โอกาส และผลกระทบด้านความยั่งยืนที่มีนัยต่อเครือฯ ได้อย่างรอบด้าน

การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนแบบ Double Materiality และ Dynamic Materiality



การพิจารณาการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว

ขอบเขตการประเมิน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน โดยครอบคลุมประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจ ผู้มีส่วนได้เสีย และห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ การประเมินพิจารณา ทั้งการดำเนินงานขององค์กร ผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนขั้นตอนการใช้งานของผู้บริโภคและลูกค้า ซึ่งทำให้เครือฯ สามารถสะท้อนผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจได้อย่างครบถ้วน นอกจากนี้ ขอบเขตดังกล่าวยังครอบคลุมผลกระทบที่กิจกรรมของเครือฯ มีต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนผลกระทบที่ปัจจัยภายนอกอาจมีต่อการดำเนินธุรกิจ ทรัพยากร ความสัมพันธ์ในห่วงโซ่คุณค่า ต้นทุน และความสามารถในการสร้างคุณค่าในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว

กระบวนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

เพื่อให้การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนสะท้อนบริบทด้านความยั่งยืนที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรอบด้าน เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินกระบวนการประเมินแบบเป็นลำดับขั้น ครอบคลุมตั้งแต่การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง การรับฟังมุมมองจากผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก การทบทวนและอนุมัติผลการประเมินโดยคณะกรรมการบริหารความยั่งยืน ไปจนถึงการทวนสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนของกระบวนการประเมินโดยองค์กรอิสระภายนอก โดยแต่ละขั้นตอนเชื่อมโยงกันเพื่อให้ผลการประเมินมีความสมเหตุสมผล โปร่งใส และสามารถนำไปใช้ประกอบการกำหนดทิศทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือฯ ได้อย่างเป็นระบบ

การวิจัยขั้นทุติยภูมิ

เครือเจริญโภคภัณฑ์เริ่มต้นกระบวนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนด้วยการวิจัยขั้นทุติยภูมิ เพื่อทบทวนประเด็นด้านความยั่งยืนที่ได้รับความสนใจจากองค์กรและเครือข่ายด้านความยั่งยืนระดับสากล รวมถึงข้อกำหนด กฎหมาย มาตรฐาน และกรอบการรายงานด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ถูกนำมาใช้ประกอบการจัดทำฐานประเด็นด้านความยั่งยืนประจำปี สำหรับปี 2568 มีประเด็นฯ จำนวนทั้งหมด 128 ประเด็น

สำหรับแต่ละประเด็น เครือเจริญโภคภัณฑ์พิจารณาความเกี่ยวข้องกับบริบทการดำเนินธุรกิจ ห่วงโซ่คุณค่า ผลกระทบหลักและความเชื่อมโยงกับมูลค่าองค์กร เพื่อระบุผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาส หรือ Impact, Risk และ Opportunity (IRO) ทั้งนี้ การทบทวนบริบทภายนอก แนวโน้มด้านความยั่งยืน กฎระเบียบ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ยังช่วยให้เครือฯ สามารถพิจารณาประเด็นที่อาจเปลี่ยนระดับนัยสำคัญตามบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสนับสนุนการประเมินในแนวคิด Dynamic Materiality

HEART: Living Right	46 กรณี
HEALTH: Living Well	37 กรณี
HOME: Living Together	45 กรณี

การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียภายใน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ประเมินความเกี่ยวข้องของแต่ละประเด็นเข้ากับกลุ่มธุรกิจของเครือฯ โดยพิจารณาว่าแต่ละประเด็นเกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ห่วงโซ่คุณค่า ความเสี่ยง โอกาส และความสามารถในการบริหารจัดการของแต่ละกลุ่มธุรกิจในระดับใด นอกจากนี้ ยังได้ทำการรับฟังความคิดเห็นจากผู้บริหารจากกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ รวมถึงคณะกรรมการบริหารความยั่งยืน ซึ่งข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะช่วยให้เครือฯ สามารถพิจารณาประเด็นด้านความยั่งยืนจากมุมมองของธุรกิจได้ชัดเจน และสอดรับกับทิศทางการเติบโตขององค์กรได้ดียิ่งขึ้น

การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียภายนอก

เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 11 กลุ่มเป็นประจำทุกปี โดยในปี 2568 ได้เพิ่มคำถามเกี่ยวกับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน เพื่อรับฟังมุมมอง ความคาดหวัง และข้อกังวลของผู้มีส่วนได้เสีย ข้อมูลที่ได้รับถูกนำมาพิจารณาร่วมกับข้อมูลเชิงธุรกิจและบริบทภายนอก เพื่อให้การจัดลำดับความสำคัญของประเด็นสะท้อนทั้งประเด็นที่มีนัยต่อเครือฯ และประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญ

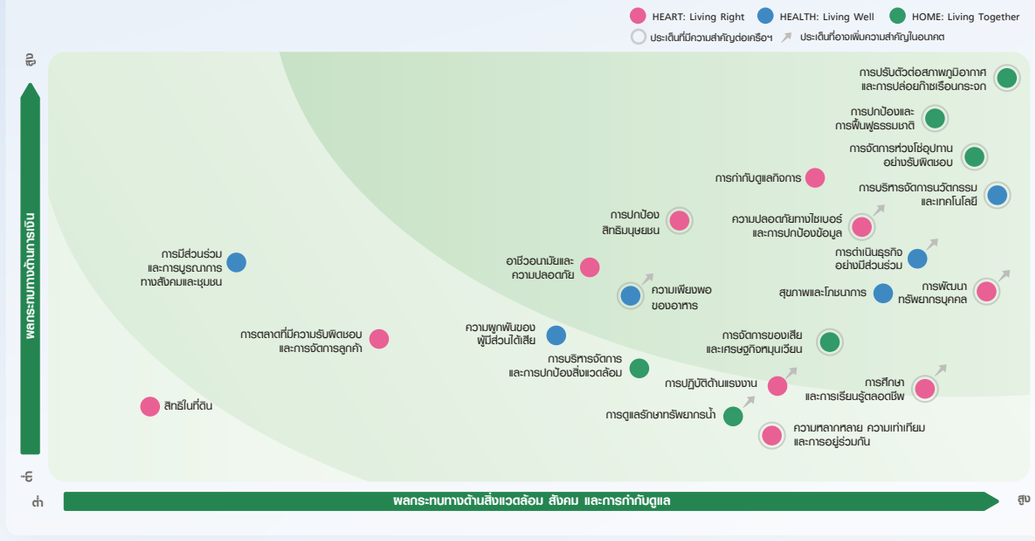
การวิเคราะห์ จัดลำดับความสำคัญ และการทวนสอบโดยองค์กรภายนอก

ภายหลังจากการรวบรวมข้อมูลจากการวิจัยขั้นทุติยภูมิ และการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสีย เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้นำประเด็นด้านความยั่งยืนทั้งหมด 128 ประเด็นมาวิเคราะห์และให้คะแนนตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดภายใต้แนวคิด Double Materiality โดยพิจารณาทั้งมิติผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสีย หรือ Impact Materiality ควบคู่กับมิติผลกระทบที่ประเด็นด้านความยั่งยืนอาจมีต่อการดำเนินธุรกิจ ความเสี่ยง โอกาส ต้นทุน ความต่อเนื่องของห่วงโซ่คุณค่า และการสร้างคุณค่าของเครือฯ หรือ Financial Materiality นอกจากนี้ เครือฯ ยังพิจารณาบริบทภายนอก และแนวโน้มที่อาจทำให้ระดับนัยสำคัญของแต่ละประเด็นเปลี่ยนแปลงไปในอนาคต เพื่อให้การจัดลำดับความสำคัญสะท้อนทั้งสถานการณ์ปัจจุบัน และประเด็นที่อาจมีนัยเพิ่มขึ้นตามแนวคิด Dynamic Materiality ผลจากการวิเคราะห์ดังกล่าวถูกนำมาใช้จัดลำดับ และสรุปเป็นประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนจำนวน 23 ประเด็น ก่อนนำเข้าสู่กระบวนการทวนสอบความถูกต้อง และครบถ้วนโดยองค์กรอิสระภายนอก

การทบทวนและการอนุมัติ

คณะกรรมการบริหารความยั่งยืนมีหน้าที่ในการทบทวนผลของการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน และผลจากการทวนสอบโดยองค์กรอิสระภายนอก ก่อนจะนำไปรายงานให้คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการบริษัทได้รับทราบ และเห็นชอบก่อนการเปิดเผย

ผลการทบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ประจำปี 2568



ผลการทบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ประจำปี 2568 พบว่าประเด็นสำคัญของเครือเจริญโภคภัณฑ์ยังคงมีความต่อเนื่องในทิศทางหลัก โดยเฉพาะประเด็นด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การปกป้องและการฟื้นฟูธรรมชาติ การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ นวัตกรรม และการพัฒนาทรัพยากรบุคคลซึ่งยังคงเป็นประเด็นที่มีนัยต่อการดำเนินธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียของเครือฯ อย่างต่อเนื่อง

สำหรับผลการประเมินประเด็นด้านการปรับตัวต่อสภาพภูมิอากาศและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกยังคงอยู่ในกลุ่มประเด็นที่มีนัยสูงที่สุด ซึ่งสะท้อนความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ และการเพิ่มความยืดหยุ่นของธุรกิจในระยะยาว ความสำคัญของประเด็นนี้สอดคล้องกับทิศทางของข้อกำหนด และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ขณะเดียวกัน ประเด็นด้านการปกป้องและการฟื้นฟูธรรมชาติ และการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ ยังคงมีความสำคัญในระดับสูง เนื่องจากเกี่ยวข้องโดยตรงกับทรัพยากร และความมั่นคงของวัตถุดิบ และการตรวจสอบย้อนกลับ

ในขณะเดียวกัน ประเด็นด้านการกำกับดูแลกิจการ ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล รวมถึงการบริหารจัดการนวัตกรรมยังคงมีความสำคัญในระดับสูง สะท้อนถึงคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียที่ต้องการข้อมูลที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และสามารถใช้ประกอบการตัดสินใจได้

สำหรับประเด็นด้านสังคม เช่น การปกป้องสิทธิมนุษยชน การพัฒนาทรัพยากรบุคคล อาชีวอนามัยและความปลอดภัย ความหลากหลาย ความเท่าเทียม และการยอมรับความแตกต่าง ตลอดจนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ยังคงเป็นประเด็นที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญ โดยผลการประเมินรอบล่าสุดช่วยสะท้อนระดับนัยสำคัญของแต่ละประเด็นได้ชัดเจนขึ้น ทั้งในมิติผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียและมิติความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะในบริบทที่กฎระเบียบด้านสิทธิมนุษยชน การตรวจสอบสถานะคู่ค้า และการดูแลแรงงานตลอดห่วงโซ่คุณค่าได้รับความสำคัญมากขึ้นในระดับสากล

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม	ชนิดของผลกระทบ
การปรับตัวต่อสภาพภูมิอากาศและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศส่งผลต่อความมั่นคงของระบบอาหาร พลังงาน ต้นทุน และความต่อเนื่องทางธุรกิจ ขณะที่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงาน และห่วงโซ่คุณค่าอาจเพิ่มผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เครือฯ จึงให้ความสำคัญกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และการปรับตัวต่อความเสี่ยงด้านภูมิอากาศ	ผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นแล้วและผลกระทบเชิงบวกในระยะยาว
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	ห่วงโซ่อุปทานของเครือฯ เชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้เสียจำนวนมาก การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบจึงมีผลต่อคุณภาพสินค้า สิทธิมนุษยชนแรงงาน สิ่งแวดล้อม การตรวจสอบย้อนกลับ และความต่อเนื่องของธุรกิจ	ลดผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้น ผลกระทบเชิงบวกในระยะยาว
การอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ	ทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศ ดิน น้ำ และความหลากหลายทางชีวภาพเป็นฐานสำคัญของธุรกิจอาหาร ดังนั้น การอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรจึงช่วยลดความเสี่ยมโทรมของสิ่งแวดล้อม สนับสนุนความมั่นคงของวัตถุดิบ และส่งเสริมคุณภาพชีวิตของชุมชน	ผลกระทบเชิงบวกในระยะยาว
การบริหารจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยี	นวัตกรรมและเทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ลดการใช้ทรัพยากร ยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการ และสนับสนุนการพัฒนาโมเดลธุรกิจใหม่ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและสังคมอย่างยั่งยืน	ผลกระทบเชิงบวกที่เกิดขึ้นแล้วและผลกระทบเชิงบวกในระยะยาว
การกำกับดูแลกิจการ	การกำกับดูแลกิจการที่มีประสิทธิภาพช่วยเสริมสร้างความโปร่งใส ความรับผิดชอบ การบริหารความเสี่ยง และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย พร้อมสนับสนุนให้การดำเนินงานด้านความยั่งยืนเชื่อมโยงกับกลยุทธ์องค์กรอย่างเป็นระบบ	ผลกระทบเชิงบวกในระยะยาว
ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล	การพึ่งพาระบบดิจิทัลและข้อมูลจำนวนมากทำให้ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลมีนัยต่อสิทธิความเป็นส่วนตัว ความเชื่อมั่นของลูกค้า และความต่อเนื่องของธุรกิจ หากเกิดเหตุด้านไซเบอร์ อาจกระทบต่อการให้บริการ ชื่อเสียง และความเชื่อมั่นต่อองค์กร	ผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นและผลกระทบเชิงบวกในระยะยาว
การปกป้องสิทธิมนุษยชน	การดำเนินธุรกิจและห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ อาจเกี่ยวข้องกับสิทธิของพนักงาน คู่ค้า แรงงานในห่วงโซ่อุปทาน ชุมชน ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ การกำหนดนโยบาย การประเมินความเสี่ยง และการดำเนินกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน ช่วยป้องกันและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น พร้อมส่งเสริมการดำเนินธุรกิจที่เคารพศักดิ์ศรีและสิทธิขั้นพื้นฐานของทุกกลุ่ม	ผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นและผลกระทบเชิงบวกในระยะยาว
การพัฒนาทรัพยากรบุคคล	การพัฒนาทรัพยากรบุคคลเกี่ยวข้องกับความสามารถของเครือฯ ในการดึงดูด พัฒนา และรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพ เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ การเปลี่ยนผ่านด้านดิจิทัล เทคโนโลยี และความยั่งยืน การพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง เส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพ ภาวะผู้นำ และสภาพแวดล้อมการทำงานที่เป็นธรรม จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถของพนักงาน ลดช่องว่างด้านทักษะ และสนับสนุนความสามารถในการแข่งขันของเครือฯ ในระยะยาว	ผลกระทบเชิงบวกในระยะยาว
ความเพียงพอของอาหาร	การรับประกันความเพียงพอและความมั่นคงด้านอาหารเกี่ยวข้องกับหลักปฏิบัติด้านการเกษตรที่ยั่งยืน และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ประเด็นนี้ยังสนับสนุนสิทธิมนุษยชนด้วยการเข้าถึงอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการและราคาไม่แพง	ผลกระทบเชิงลบที่อาจจะเกิดขึ้น
การศึกษา และการเรียนรู้ตลอดชีวิต	การศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตช่วยพัฒนาทักษะของพนักงาน เยาวชน ชุมชน และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ลดช่องว่างด้านความรู้ เพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจ และเสริมความพร้อมของสังคมต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและตลาดแรงงาน	ผลกระทบเชิงบวกในระยะยาว
การดำเนินธุรกิจอย่างมีส่วนร่วม	การดำเนินธุรกิจอย่างมีส่วนร่วมช่วยสร้างโอกาสให้เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย ชุมชน และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง เข้าถึงตลาด องค์ความรู้ รายได้ และห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ ลดช่องว่างทางเศรษฐกิจและสนับสนุนการเติบโตอย่างทั่วถึง	ลดผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้น ผลกระทบเชิงบวกในระยะยาว

สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่
Stakeholder Engagement and Materiality Insights Supplement 2025

กลยุทธ์และเป้าหมายความยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของหลักการ 3 ประโยชน์ โดยมุ่งสร้างคุณค่าให้แก่ประเทศชาติ ประชาชน และองค์กรอย่างสมดุล หลักการดังกล่าวเป็นรากฐานสำคัญในการกำหนดทิศทางความยั่งยืนของเครือฯ เพื่อให้การเติบโตของธุรกิจสามารถดำเนินควบคู่กับการดูแลสิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

ท่ามกลางบริบทโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ ความมั่นคงทางอาหาร ความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ความเหลื่อมล้ำทางสังคม และความคาดหวังต่อการเปิดเผยข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้นำทิศทางความยั่งยืนระดับโลก มาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้อง ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย และผลการประเมินประเด็นสาระสำคัญมาประกอบการกำหนดกรอบกลยุทธ์ความยั่งยืนให้เชื่อมโยงกับความเสี่ยง โอกาส และผลกระทบตลอดห่วงโซ่คุณค่า

จากการทบทวนดังกล่าว เครือเจริญโภคภัณฑ์พบว่าเป้าหมายความยั่งยืนทั้ง 15 เป้าหมายยังคงครอบคลุมทิศทางการดำเนินงานที่จำเป็นต่อการขับเคลื่อนองค์กรในระยะยาว จึงยังไม่มีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนเป้าหมายดังกล่าว แต่จะให้ความสำคัญกับการยกระดับแนวทางการดำเนินงาน การบูรณาการสู่ระดับกลุ่มธุรกิจ และการติดตามผลลัพธ์ให้มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น โดยมุ่งเร่งดำเนินงานใน 3 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ องค์กรที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ องค์กรที่ลดขยะและของเสียเป็นศูนย์ และองค์กรที่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม เพื่อสร้างคุณค่าร่วมและสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

เครือเจริญโภคภัณฑ์

เราเป็นองค์กรที่เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม
ในการสร้างอาหารคน อาหารสมอง โอกาสในการเข้าถึงคุณค่า เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน

ค่านิยม 3 ประโยชน์

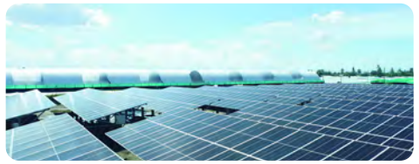
ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง | ระบบบริหารความเป็นเลิศชีพี | The 10 UNGC Principle 17 UN SDGs & UNGP | กฎระเบียบข้อบังคับและมาตรฐาน

HEART: Living Right	HEALTH: Living Well	HOME: Living Together
การกำกับดูแลกิจการ	สุขภาพและสุขภาวะที่ดี	การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน	คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม	ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน
การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ	ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ	การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ
การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล	การบริหารจัดการนวัตกรรม	การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ
ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล	การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย	การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

ความร่วมมือ การเสริมสร้างขีดความสามารถ ทัศนคติ และวัฒนธรรมความยั่งยืน

แนวทางการดำเนินงานสำหรับ 3 ประเด็นสำคัญ

องค์กรที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์



เป้าหมาย

การเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral)
ภายในปี 2573
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก**สุทธิเป็นศูนย์** (Net Zero)
ภายในปี 2593

การบูรณาการเข้ากับการดำเนินงาน

ในปี 2568 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เดินหน้าบูรณาการเป้าหมาย การเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2573 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593 เข้ากับการดำเนินงานของแต่ละกลุ่มธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม ผ่านการจัดทำแผนงานการลดก๊าซเรือนกระจกที่ชัดเจนในระดับหน่วยธุรกิจ ควบคู่กับการนำมาตรการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน พลังงานหมุนเวียน และเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินงาน เช่น การขยายติดตั้งพลังงานแสงอาทิตย์ในพื้นที่ปฏิบัติการ และการเพิ่มประสิทธิภาพของใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อลดการพึ่งพาทรัพยากรทางธรรมชาติ นอกจากนี้ เครือฯ ยังขยายความร่วมมือกับคู่ค้าในห่วงโซ่คุณค่า เพื่อสนับสนุนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง อาทิ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อเก็บข้อมูลและติดตามการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

องค์กรที่ลดขยะและของเสียเป็นศูนย์



เป้าหมาย

ลดขยะและของเสียสู่หลุมฝังกลบ**เป็นศูนย์**
ภายในปี 2573

การบูรณาการเข้ากับการดำเนินงาน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าจากของเสีย ไม่ว่าจะเป็นการนำเศษอาหารจากกระบวนการผลิตและค้าปลีกเข้าสู่โครงการเพาะเลี้ยงแมลงวันทหาร เพื่อผลิตโปรตีนสัตว์และปุ๋ยอินทรีย์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่รีไซเคิลได้ในกลุ่มธุรกิจอาหาร ตลอดจนการนำอาหารส่วนเกินที่ยังคุณภาพดีไปมอบให้ชุมชนผู้ด้อยโอกาสแทนการทิ้งเป็นขยะ ความพยายามเหล่านี้ได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายความร่วมมือ ทั้งกับกรุงเทพมหานครในด้านระบบคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทาง และกับสถาบันวิชาการในการถ่ายทอดเทคโนโลยีการจัดการของเสียให้แก่เกษตรกรในเครือข่าย

องค์กรที่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม



เป้าหมาย

50 ล้านคน
ที่ได้รับการสนับสนุนโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต หรือการเสริมทักษะ **ภายในปี 2573**

การบูรณาการเข้ากับการดำเนินงาน

ในปี 2568 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ยกระดับเป้าหมายการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมสู่การปฏิบัติในหลายมิติพร้อมกัน ทั้งการขยายการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ การพัฒนาทักษะที่ตอบโจทย์ตลาดแรงงานยุคใหม่ และการสร้างความมั่นคงทางรายได้ให้กับชุมชนในห่วงโซ่คุณค่า โดยเครือฯ ดำเนินการผ่านโครงการต่าง ๆ อาทิ การมอบทุนการศึกษา และการดำเนินโครงการ CONNEXT ED ซึ่งก้าวเข้าสู่ปีที่ 9 ด้วยการบูรณาการทักษะดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เข้ากับหลักสูตรในห้องเรียน ควบคู่กับการพัฒนาครูให้เป็นผู้ออกแบบการเรียนรู้ เพื่อลดช่องว่างการเข้าถึงเทคโนโลยีในโรงเรียนทั่วประเทศ นอกจากนี้ เครือฯ ยังดำเนินการตามแนวทาง Just Transition โดยสนับสนุนให้เกษตรกรในห่วงโซ่อุปทานสามารถปรับเปลี่ยนแนวทางการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผ่านการฝึกอบรมเทคโนโลยี และการสร้างตลาดใหม่

กระบวนการสร้างคุณค่า

ปัจจัยนำเข้า

Financial Capital
ค่าใช้จ่ายทั้งหมด
1,890,937 ล้านบาท

Manufacturing Capital
- **300** โรงงานผลิต
- **970** ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ และฟาร์มพืชสวน - พืชไร่
- **16,083** สาขาร้านเซเว่น อีเลฟเว่น
- **2,640** ไฮเปอร์มาเก็ต / ซูเปอร์สโตร์

Intellectual Capital
- **126** ศูนย์วิจัยและพัฒนา
- **3** ศูนย์ความเป็นเลิศ

ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา
35,390 ล้านบาท

Human Capital
- **466,124 คน** จำนวนพนักงาน
- **804 ล้านบาท** ค่าใช้จ่ายในการอบรม
- **45 สัญชาติ** ที่เป็นพนักงาน
- **240,975 ล้านบาท** ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับพนักงานทั้งหมด

Relationship Capital
ความสัมพันธ์กับ
ผู้มีส่วนได้เสีย

การเข้าร่วมเป็นสมาชิกกับ
องค์กรต่าง ๆ

Natural Capital
- **58.56 ล้านกิกะจูล** การใช้พลังงาน
- **6.93 ล้านกิกะจูล** ทรัพยากรหมุนเวียนทางธรรมชาติ (ชีวมวล) ที่นำมาใช้
- **378 ล้านลูกบาศก์เมตร** การตักน้ำมาใช้

กระบวนการสร้างคุณค่า

"เราเป็นองค์กรที่เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมในการสร้างอาหารคน อาหารสมอง โอกาสในการเข้าถึงคุณค่า เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน"

ผ่านการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์

ค่านิยมองค์กร 6 ประการ
- ปรัชญา 3 ประโยชน์
- ทำเร็วและมีคุณภาพ
- ทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย
- ยอมรับการเปลี่ยนแปลง
- สร้างสรรค์สิ่งใหม่
- คุณธรรมและความซื่อสัตย์



C.P. Group Value Chain ▶ Agricultural Farming ▶ Manufacturing ▶ Packaging ▶ Logistics ▶ Marketing & Sales ▶ Services

กลยุทธ์องค์กร
- S1 - New Business Platform
- S2 - Digital Transformation
- S3 - R&D / Excellence Center
- S4 - Global Talent & Leadership Development
- S5 - Investment for Growth & Competitiveness
- S6 - Sustainable Growth through Data & Analysis
- S7 - Sustainable Development & Corporate Governance

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน
HEART: Living Right
HEALTH: Living Well
HOME: Living Together

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของเครือเจริญโภคภัณฑ์
เกษตรกร | พนักงาน และครอบครัว | สื่อมวลชน
ชุมชน และสังคม | NGOs | ผู้ถือหุ้น และนักลงทุน
คู่ค้าธุรกิจ | ภาครัฐ | ลูกค้า และผู้บริโภค
เจ้าหนี้ | คู่แข่งทางการค้า

พลกระทบและความเสี่ยงจากภายนอก
- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและเหตุการณ์สภาพอากาศรุนแรง
- เสถียรภาพทางภูมิรัฐศาสตร์และความขัดแย้งทางเศรษฐกิจ
- การปรับโครงสร้างกฎระเบียบด้านการค้าและความยั่งยืนระหว่างประเทศ
- ภัยคุกคามและการละเมิดด้านความมั่นคงทางไซเบอร์
- การขาดแคลนแรงงานและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างด้านสังคม
- พลกระทบเชิงลบจากเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และระบบปัญญาประดิษฐ์
- การล่มสลายของบริการระบบนิเวศและการสูญเสียความหลากหลายทางพันธุกรรมในห่วงโซ่การผลิตอาหาร
- วิกฤตทุนมนุษย์จากช่องว่างทักษะในยุคที่ปัญญาประดิษฐ์เปลี่ยนโครงสร้างงานอย่างรวดเร็ว
- พลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนและเสรีภาพพลเมืองในบริบทของการดำเนินธุรกิจข้ามพรมแดน
- ภัยคุกคามแบบผสมผสานต่อโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและเครือข่ายบริการสำคัญ

พลลัพธ์

Financial Capital
รายได้จากการขาย
3,214,454 ล้านบาท

Manufacturing Capital
ร้อยละของโรงงานการผลิตที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล
100%

ร้อยละของธุรกิจได้การรับรองความปลอดภัยด้านข้อมูล
100%

Intellectual Capital
จำนวนนักวิจัยและนวัตกร
8,286 คน

จำนวนสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรที่เครือฯ ได้รับในปี 2568
5,023 ฉบับ

จำนวนผลิตภัณฑ์และบริการแห่งนวัตกรรม
2,642 รายการ

Human Capital
100% ของธุรกิจมีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

51% ของพนักงานผู้หญิงในเครือฯ

34.89 ชั่วโมง ของการอบรมเฉลี่ยต่อพนักงานต่อปี

Relationship Capital
พลกระทบต่อชื่อเสียงองค์กร

คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสีย
77%

การสร้างเครือข่ายสมาชิกด้านความยั่งยืนทั่วโลกกว่า
7 องค์กร

Natural Capital
0.52 ล้านตัน CO_2e จำนวนการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 & 2) ที่ลดลง (เทียบกับปี 2564)

79 ล้านลูกบาศก์เมตร ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ

1,730 พันตัน การลดการเกิดปริมาณของเสียจากกระบวนการผลิต

คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย

Financial Capital
- สร้างโอกาสในการส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม และปกป้องสิ่งแวดล้อมผ่านการดำเนินงานที่ยั่งยืน

Manufacturing Capital
- สร้างความปลอดภัยของกระบวนการผลิตและสินค้าและบริการที่ส่งมอบสู่ลูกค้าและผู้บริโภค
- ส่งเสริมความปลอดภัยให้แก่ชุมชน สังคม และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

Intellectual Capital
- ส่งมอบผลิตภัณฑ์และสินค้าแห่งนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- แบ่งปันองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมสู่สังคม

Human Capital
- สร้างสถานที่ทำงานที่มีความปลอดภัย เท่าเทียม และไม่มีการแบ่งแยก
- ปกป้องพนักงานของเครือฯ และคู่ค้าได้ตามหลักการด้านสิทธิมนุษยชน
- มอบโอกาสในการเข้าถึงความรู้ ความสามารถและทักษะที่เป็นประโยชน์ต่อพนักงาน

Relationship Capital
- เพิ่มโอกาสในการเติบโตอย่างยั่งยืนของคู่ค้าตลอดห่วงโซ่อุปทาน
- สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในการปกป้องสภาพแวดล้อม และยกระดับการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนอย่างทั่วถึง
- การเป็นองค์การที่น่าเชื่อถือ

Natural Capital
- ลดผลกระทบที่เกิดต่อดิน น้ำ อากาศ และความเป็นอยู่ของสิ่งมีชีวิตทั่วไป
- ลดการพึ่งพาต่อทรัพยากรทางธรรมชาติ
- สนับสนุนการบรรลุเป้าหมายของสากลในการจำกัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์

SDGs

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

ท่ามกลางบริบทโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านสภาพภูมิอากาศ เทคโนโลยี และโครงสร้างห่วงโซ่อุปทาน เครือเจริญโภคภัณฑ์เห็นความจำเป็นในการมีกรอบอ้างอิงที่ช่วยเชื่อมโยงทิศทางธุรกิจกับประเด็นการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับสากลอย่างเป็นระบบ เครือฯ จึงใช้เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) เป็นหนึ่งในกรอบสำคัญในการพิจารณาประเด็นที่มีนัยต่อการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนกำหนดทิศทางการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกับบริบทของโลกและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

ในปี 2568 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินการจัดลำดับความสำคัญของ SDGs โดยอ้างอิงแนวทาง SDG Compass และ SDG Guidebook for Thai Listed Companies ผ่านการพิจารณาร่วมกันใน 4 มิติ ได้แก่ กิจกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่า กลยุทธ์องค์กร เป้าหมายความยั่งยืนของเครือฯ ปี 2573 และประเด็นสาระสำคัญจากการประเมิน Materiality ประจำปี รวมถึงความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม

ห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ

วิเคราะห์ผลกระทบและการเชื่อมโยงของแต่ละ SDG ตลอดกระบวนการตั้งแต่การเกษตร การผลิต การบรรจุภัณฑ์ โลจิสติกส์ การตลาด จนถึงบริการ

กลยุทธ์องค์กรของเครือฯ

ประเมินความสอดคล้องกับ 7 กลยุทธ์หลักของเครือฯ (S1-S7) ครอบคลุมตั้งแต่การพัฒนาแพลตฟอร์มธุรกิจใหม่ การเปลี่ยนผ่านดิจิทัล ศูนย์วิจัยและพัฒนา ไปจนถึงการพัฒนาความยั่งยืน

เป้าหมายความยั่งยืนเครือฯ สู่ปี 2573

ตรวจสอบความสัมพันธ์กับ 15 เป้าหมายความยั่งยืนของเครือฯ ภายใต้กรอบ 3H ได้แก่ Heart Living Right, Health Living Well และ Home Living Together

ประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน

บูรณาการผลการประเมิน Double Materiality และ Dynamic Materiality ประจำปี 2568 พร้อมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่า

โดยจากกระบวนการดังกล่าว เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดกลุ่ม SDGs ออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ เป้าหมายที่มีความสำคัญเชิงกลยุทธ์ และเป้าหมายหลัก สำหรับการประเมินในปีนี้ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงการจัดกลุ่ม SDGs ทั้ง 2 กลุ่ม

นอกจากการจัดลำดับความสำคัญของ SDGs แล้ว เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้เข้าร่วมโครงการ UN Global Compact Forward Faster เพื่อเร่งขับเคลื่อน SDGs ใน 5 ด้านหลัก ได้แก่ ความเท่าเทียมทางเพศ การดำเนินการด้านสภาพภูมิอากาศ ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม การบริหารจัดการน้ำ และการเงินและการลงทุนที่ยั่งยืน ซึ่งเครือฯ ได้บูรณาการทั้ง 5 ด้านเข้าสู่กลยุทธ์ความยั่งยืน 3H อย่างเป็นระบบ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
Delivering on Our SDG Commitments 2025

เป้าหมายที่มีความสำคัญเชิงกลยุทธ์

9 SDGs

SDGs ที่เครือเจริญโภคภัณฑ์มีผลกระทบทางตรงและมีนัยสำคัญสูงสุด ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ตลอดห่วงโซ่คุณค่า และมีความสอดคล้องกับกลยุทธ์ธุรกิจหลักของเครือฯ อย่างชัดเจน

3.67 ล้านคน ที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้
- ห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
- กลยุทธ์องค์กรของเครือฯ
- เป้าหมายความยั่งยืนของเครือฯ
- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ

เนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้อง
คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม

19.37 ล้านคน เด็ก ประชาชน คนยากจน เข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการ
- ห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
- กลยุทธ์องค์กรของเครือฯ
- เป้าหมายความยั่งยืนของเครือฯ
- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ

เนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้อง
ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ
สุขภาพและสุขภาวะที่ดี

35.8 ล้านคน เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ที่ได้รับการส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาและพัฒนาทักษะที่จำเป็น
- ห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
- กลยุทธ์องค์กรของเครือฯ
- เป้าหมายความยั่งยืนของเครือฯ
- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ

เนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้อง
การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้า
การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล

0 กรณี ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการจ้างแรงงานอย่างผิดกฎหมายภายในเครือฯ และห่วงโซ่อุปทาน
- ห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
- กลยุทธ์องค์กรของเครือฯ
- เป้าหมายความยั่งยืนของเครือฯ
- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ

เนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้อง
สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน
คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม

94.44% สัดส่วนการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติสามารถใช้ซ้ำ ใช้ใหม่ และย่อยสลายได้
- ห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
- กลยุทธ์องค์กรของเครือฯ
- เป้าหมายความยั่งยืนของเครือฯ
- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ

เนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้อง
การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

0.52 ล้านตัน จำนวนคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่สามารถลดได้ในปี 2568
- ห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
- กลยุทธ์องค์กรของเครือฯ
- เป้าหมายความยั่งยืนของเครือฯ
- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ

เนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้อง
การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

17 จังหวัด จังหวัดเชยฟังทะเล ประเทศไทยที่มีการดำเนินโครงการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเล
- ห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
- กลยุทธ์องค์กรของเครือฯ
- เป้าหมายความยั่งยืนของเครือฯ
- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ

เนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้อง
การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

13.4 ล้านตัน จำนวนการปลูกต้นไม้ทั่วโลก
- ห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
- กลยุทธ์องค์กรของเครือฯ
- เป้าหมายความยั่งยืนของเครือฯ
- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ

เนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้อง
การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

7 องค์กร องค์กรด้านความยั่งยืนที่เครือฯ เข้าร่วมเป็นสมาชิก และมีการร่วมมืออย่างต่อเนื่อง
- ห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
- กลยุทธ์องค์กรของเครือฯ
- เป้าหมายความยั่งยืนของเครือฯ
- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ

เนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้อง
การสร้างความพูดพันกับผู้มีส่วนได้เสีย
ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล

ระดับความเชื่อมโยง: ปานกลาง | สูง | สูงมาก

เป้าหมายหลัก

8 SDGs

SDGs ที่เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความเชื่อมโยงและมีบทบาทในการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง โดยผลกระทบที่เกิดขึ้นสะท้อนพันธกิจของเครือฯ ในการสร้างคุณค่าที่ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้าน

929,234 ล้านบาท ยอดขายสินค้าและบริการที่มุ่งเน้นสุขภาพและสุขภาวะที่ดี
- ห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
- กลยุทธ์องค์กรของเครือฯ
- เป้าหมายความยั่งยืนของเครือฯ
- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ

เนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้อง
ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ

51% สัดส่วนอำนวนพนักงานหญิงต่อจำนวนพนักงานทั้งหมด
- ห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
- กลยุทธ์องค์กรของเครือฯ
- เป้าหมายความยั่งยืนของเครือฯ
- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ

เนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้อง
สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน

42% สัดส่วนปริมาณน้ำที่ถูกนำมาใช้ซ้ำหรือใช้ใหม่
- ห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
- กลยุทธ์องค์กรของเครือฯ
- เป้าหมายความยั่งยืนของเครือฯ
- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ

เนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้อง
การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ

18% สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนเทียบกับปริมาณการใช้พลังงานทั้งหมด
- ห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
- กลยุทธ์องค์กรของเครือฯ
- เป้าหมายความยั่งยืนของเครือฯ
- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ

เนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้อง
การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

8,286 คน จำนวนบุคลากรด้าน R&D
- ห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
- กลยุทธ์องค์กรของเครือฯ
- เป้าหมายความยั่งยืนของเครือฯ
- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ

เนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้อง
การบริหารจัดการนวัตกรรม

2,729 คน จำนวนการจ้างงานผู้พิการสะสม
- ห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
- กลยุทธ์องค์กรของเครือฯ
- เป้าหมายความยั่งยืนของเครือฯ
- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ

เนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้อง
สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน

3,021 ชุมชน จำนวนชุมชนที่ได้รับการสนับสนุนโดยมูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบท
- ห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
- กลยุทธ์องค์กรของเครือฯ
- เป้าหมายความยั่งยืนของเครือฯ
- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ

เนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้อง
กรปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

72.11% คู่ค้าที่มีความสำคัญได้รับการตรวจประเมินด้านความยั่งยืน
- ห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ
- กลยุทธ์องค์กรของเครือฯ
- เป้าหมายความยั่งยืนของเครือฯ
- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ

เนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้อง
การกำกับดูแลกิจการ

ระดับความเชื่อมโยง: ปานกลาง | สูง | สูงมาก

HEART
Living Right

ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและโครงสร้างตลาดแรงงานที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ความสามารถขององค์กรในการพัฒนาและรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพ การเคารพสิทธิมนุษยชน และการสร้างวัฒนธรรมการทำงานเปิดโอกาสให้ทุกคนทำงานได้อย่างมีศักดิ์ศรี ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนควบคู่กันในระยะยาว เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรให้พร้อมรับกับบริบทที่เปลี่ยนแปลง การส่งเสริมสิทธิมนุษยชนและแนวปฏิบัติด้านแรงงานที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและครอบคลุม การเสริมสร้างความปลอดภัยทางไซเบอร์ในฐานะโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญในการปกป้องข้อมูลและความไว้วางใจของผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งหมดนี้ดำเนินไปภายใต้กรอบธรรมาภิบาลที่เข้มแข็ง และมีกลไกรับผิดชอบที่ตรวจสอบได้ในทุกระดับ

การกำกับดูแลกิจการ 64

สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน 80

การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ 96

การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล 104

ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล 116







กระบวนการสร้างคุณค่า

ปัจจัยนำเข้า

Manufacturing Capital

ร้อยละ **100**

ของธุรกิจได้รับการรับรองความปลอดภัยด้านข้อมูล

Human Capital

466,124 คน จำนวนพนักงาน

804 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายในการอบรม

45 สัญชาติ ที่เป็นพนักงาน

240,975 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับพนักงานทั้งหมด

Relationship Capital

ความสัมพันธ์กับ **ผู้มีส่วนได้เสีย**

การเข้าร่วมเป็นสมาชิกกับ **องค์กรต่าง ๆ**

กระบวนการสร้างคุณค่าผ่านการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์



กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในปี 2568 เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งสร้างคุณค่าภายใต้แนวคิด “Heart: Living Right” ด้วยการวางรากฐานการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส มีจริยธรรม และรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า เครือฯ ส่งเสริมการเคารพสิทธิมนุษยชนและแนวปฏิบัติด้านแรงงานที่เป็นธรรม ควบคู่กับการลดความเหลื่อมล้ำผ่านการศึกษา การเรียนรู้ตลอดชีวิต และการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและผู้นำให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ เครือฯ ยังยกระดับความปลอดภัย อาชีวอนามัย ความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน ตลอดจนเสริมสร้างความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อสร้างความเชื่อมั่น สนับสนุนการตัดสินใจอย่างรับผิดชอบ และขับเคลื่อนการเติบโตที่ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืน

ผลลัพธ์

Human Capital

- จำนวนข้อร้องเรียนด้านจรรยาบรรณ และจริยธรรมลดลงร้อยละ **14.81** เมื่อเทียบกับปี 2567
- จำนวนพนักงานที่มีความรู้ด้าน STEM จำนวน **43,416** ตำแหน่ง
- **ร้อยละ 100** ของธุรกิจมีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนทุก 3 ปี และ**ร้อยละ 100** มีการประเมินรายปี
- **ร้อยละ 100** ของพนักงานที่ได้รับการอบรม
- **ร้อยละ 51.39** ของพนักงานผู้หญิงในเครือฯ
- **34.89** ชั่วโมงของการอบรมเฉลี่ยต่อพนักงานต่อปี
- คะแนนความผูกพันของพนักงานอยู่ที่ร้อยละ **76.93**
- จำนวนการเสียชีวิตของพนักงานและผู้รับเหมา **26 ราย**
- พนักงานลาออกจำนวน **161,624 คน**

Relationship Capital

- ผลกระทบต่อชื่อเสียงองค์กร

คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย

Human Capital

- ส่งเสริมความรู้ ทักษะที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน และการใช้ชีวิตในยุคแห่งเทคโนโลยี และดิจิตัล
- สร้างสถานที่งานที่มีความโปร่งใส มีจริยธรรม
- สร้างสถานที่ทำงานที่มีความปลอดภัย เท่าเทียม และไม่มีการแบ่งแยก
- ปกป้องพนักงานของเครือฯ และคู่ค้าได้ตามหลักการด้านสิทธิมนุษยชน
- มอบสิทธิประโยชน์ให้แก่พนักงานอย่างเท่าเทียม
- มอบโอกาสในการเข้าถึงความรู้ ความสามารถ และทักษะที่เป็นประโยชน์ต่อพนักงาน
- เป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือ และมีชื่อเสียงสำหรับการรักษาพนักงานที่ดี และเก่ง พร้อมสามารถดึงดูดบุคลากรที่มีความสามารถ

SDGs

1.1 | 3.6 | 4.1 4.2 4.3 4.4 4.5 4.6 4.7 4.a 4.b 4.c | 5.1 5.2 5.5 | 8.5 8.6 8.7 8.8 | 9.c | 10.3 10.4 10.7 | 12.6 12.8 | 16.2 16.5 16.7 16.b | 17.6 17.8



การกำกับดูแลกิจการ
Corporate Governance

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยกระดับการดำเนินธุรกิจจากกรอบธรรมาภิบาลสู่ความก้าวหน้าที่วัดผลได้

ในปี 2568 เครือเจริญโภคภัณฑ์ยกระดับธรรมาภิบาลจากกรอบนโยบายไปสู่การปฏิบัติที่เห็นผลเป็นรูปธรรม ทั้งในด้านโครงสร้างการกำกับดูแล การเรียนรู้ด้านจริยธรรม การมีส่วนร่วมของผู้นำ และการนำหลักจริยธรรมไปใช้ในการทำงานจริง บนรากฐานของค่านิยมองค์กร 6 ประการ เครือฯ เชื่อมั่นว่าระบบการกำกับดูแลที่เข้มแข็งและวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดถือจริยธรรมเป็นหัวใจสำคัญ ไม่เพียงแต่จะเป็นแรงขับเคลื่อนในการสร้างมูลค่าระยะยาวให้แก่สังคมและประเทศ แต่ยังรักษาความมั่นคงของธุรกิจไปอีกศตวรรษ และยกระดับความสามารถในการแข่งขันของเครือฯ ในเวทีโลกอย่างยั่งยืน

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

100%

สัดส่วนของพนักงานผ่านการเรียนรู้และทดสอบจรรยาบรรณธุรกิจ

100%

สัดส่วนของผู้บริหารผ่านการทดสอบ Manager Ethic

100%

ของกลุ่มธุรกิจมีการประเมินความเสี่ยงองค์กร

100%

ของกลุ่มธุรกิจมีการประเมิน Compliance Maturity

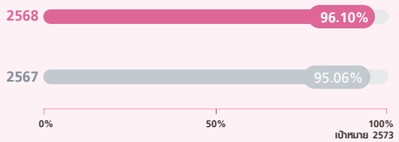
เป้าหมายและความคืบหน้า

เป้าหมาย

100%

ทุกกลุ่มธุรกิจได้รับการประเมินด้านการกำกับดูแลกิจการ ความเสี่ยง และการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

ความคืบหน้า



การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

12.6

16.5
16.7
16.b

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- Delivering on Our SDG Commitments 2025
- Sustainability Performance Supplement 2025

การกำกับดูแลกิจการ

การกำกับดูแลที่มีประสิทธิผล เริ่มจากผู้นำที่รับผิดชอบ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลที่มีโครงสร้างชัดเจน ตรวจสอบได้ และเชื่อมโยงกับการตัดสินใจทางธุรกิจ โดยมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริหารทั้งในระดับคณะและรายบุคคล เพื่อนำผลลัพธ์ไปใช้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง

โครงสร้างการกำกับดูแล

โครงสร้างการกำกับดูแลของเครือเจริญโภคภัณฑ์ถูกออกแบบให้สนับสนุนการตัดสินใจที่โปร่งใส มีความรับผิดชอบ และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล โดยคณะกรรมการบริษัททำหน้าที่กำหนดทิศทางและกำกับดูแลภาพรวม ขณะที่คณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการชุดย่อยทำหน้าที่ขับเคลื่อนการดำเนินงานในประเด็นสำคัญอย่างเป็นระบบ

คณะกรรมการบริษัท

ชาย **11** คน

หญิง **0** คน

- แยกประธานกรรมการและประธานคณะผู้บริหาร
- กรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหาร จำนวน 10 คน

กฎบัตรของคณะกรรมการบริษัท

- กำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ ค่านิยม ทิศทางยุทธศาสตร์ นโยบาย และเป้าหมายขององค์กร
- กำกับดูแลให้การดำเนินงานมีความโปร่งใส และรับผิดชอบ เพื่อสร้างคุณค่าในระยะยาว และความยั่งยืนแก่ผู้มีส่วนได้เสีย
- กำกับดูแลฝ่ายบริหารให้ดำเนินงานตามกฎหมาย กฎเกณฑ์ นโยบาย และจรรยาบรรณธุรกิจ

คณะกรรมการบริหาร

ชาย **25** คน

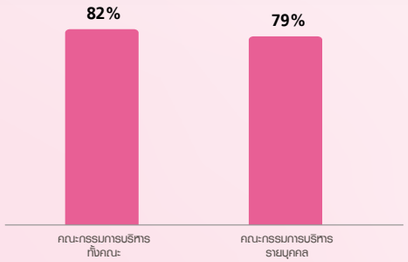
หญิง **6** คน

- ประธานคณะผู้บริหารเป็นประธาน
- กรรมการประกอบด้วยผู้บริหารสูงสุดของแต่ละกลุ่มธุรกิจ

กฎบัตรของคณะกรรมการบริหาร

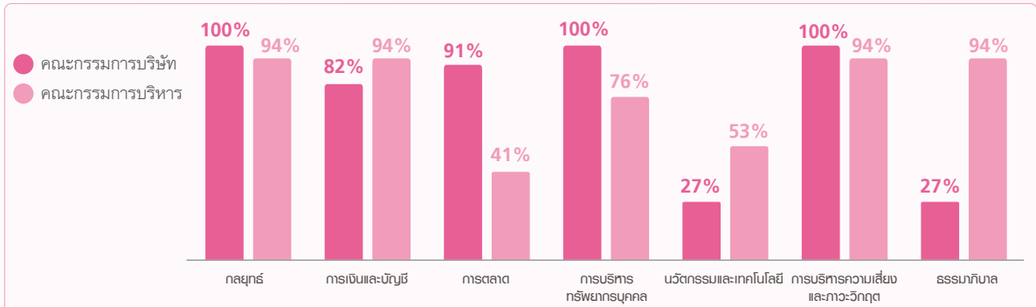
- ติดตามดูแลการดำเนินงานเป็นไปตามกลยุทธ์และรับผิดชอบผลการดำเนินธุรกิจ
- กำกับดูแลการพัฒนาอย่างยั่งยืน การกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง และการควบคุมภายใน การกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์การตรวจสอบภายใน การจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ นวัตกรรมและเรื่องอื่นที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน
- กำกับดูแลให้มีโครงสร้าง ระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ
- ทำให้มั่นใจว่า องค์กรมีบุคลากรที่มีความสามารถ และทรัพยากรอื่นที่จำเป็นสำหรับบรรลุตามแผนงาน และมีการเตรียมแผนการสืบทอดตำแหน่งงานและแผนพัฒนาผู้บริหารระดับสูง

ผลประเมินการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริหาร ปี 2568



ผลการประเมินถูกนำมาใช้เพื่อยกระดับประสิทธิผลด้านธรรมาภิบาล และพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง

Board Skill Matrix ของคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการบริหาร



(การจัดหมวดหมู่ที่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์การจัดกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจของ Global Industry Classification Standard (GICS) ในหมวดอุตสาหกรรม Industrial Conglomerates)

การนำนโยบายไปปฏิบัติใช้จริง

ในปี 2568 เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการพัฒนานโยบายอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การจัดทำนโยบาย การรับฟังความคิดเห็น การสื่อสาร การติดตามผล และการนำไปใช้จริงในระดับกลุ่มธุรกิจโดยดำเนินการผ่าน 3 กระบวนการหลัก ได้แก่ การพัฒนา (Development) ซึ่งเครือฯ ใช้เป็นกลไกในการจัดทำและทบทวนนโยบายสำคัญ เพื่อสร้างมาตรฐานเดียวกันในการดำเนินธุรกิจและยกระดับความเชื่อมั่นต่อองค์กรในระยะยาว การมีส่วนร่วม (Engagement) โดยเปิดพื้นที่ให้กลุ่มธุรกิจมีส่วนร่วมในการให้ข้อคิดเห็นต่อร่างนโยบาย เพื่อให้นโยบายระดับเครือฯ สอดคล้องกับบริบทการดำเนินงานจริงและนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการสื่อสารและติดตามต่อองค์กรในระยะยาว (Deployment) ผ่านแพลตฟอร์ม CG Policy Deployment และ CG Policy Tracking

Development

พัฒนานโยบายและจรรยาบรรณธุรกิจระดับเครือฯ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้พัฒนาและทบทวนนโยบายสำคัญ เพื่อสร้างมาตรฐานเดียวกันในการดำเนินธุรกิจ และยกระดับความเชื่อมั่นต่อองค์กรในระยะยาว

นโยบายใหม่ในปี 2568

1. จรรยาบรรณธุรกิจฉบับเพิ่มเติม 2568
2. นโยบายการจัดการสารเคมีและวัตถุอันตราย
3. นโยบายด้านการบริหารความปลอดภัยยานยนต์

Engagement

รับฟังและมีส่วนร่วมกับกลุ่มธุรกิจ

เครือเจริญโภคภัณฑ์เปิดพื้นที่ให้กลุ่มธุรกิจมีส่วนร่วมในการให้ข้อคิดเห็นต่อร่างนโยบายและแนวปฏิบัติ เพื่อให้นโยบายระดับเครือฯ สอดคล้องกับบริบทการดำเนินงานจริง สามารถนำไปใช้ได้ในทางปฏิบัติ และสร้างความเป็นเจ้าของร่วมตั้งแต่ต้นทาง

100%

ของกลุ่มธุรกิจส่งผู้บริหารและพนักงานเข้าร่วมกระบวนการรับฟังความคิดเห็นในการจัดทำนโยบายระดับเครือฯ

Deployment

สื่อสารและติดตามผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล

เครือเจริญโภคภัณฑ์ใช้แพลตฟอร์ม CG Policy Deployment และ CG Policy Tracking เพื่อสนับสนุนการสื่อสาร ติดตาม และสร้างความเข้าใจเรื่องนโยบายอย่างเป็นระบบ

100%

ของกลุ่มธุรกิจเข้าถึงแพลตฟอร์ม CG Policy Deployment และ CG Policy Tracking

การมีส่วนร่วมและรับฟัง เพื่อขับเคลื่อนธรรมาภิบาลอย่างยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักว่าธรรมาภิบาลที่เข้มแข็งไม่อาจเกิดขึ้นได้ด้วยการกำหนดนโยบายเพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยกระบวนการรับฟัง ทำความเข้าใจ และแปลงหลักการสู่การปฏิบัติจริงในทุกระดับขององค์กร ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงได้ออกแบบกลไกการมีส่วนร่วมอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ธรรมาภิบาลเป็นเรื่องที่พนักงานและกลุ่มธุรกิจสามารถเชื่อมโยงกับการทำงานประจำวันได้อย่างเป็นรูปธรรม

Listen
รับฟังเสียงจากพนักงาน และกลุ่มธุรกิจ

เครือเจริญโภคภัณฑ์รับฟังความคิดเห็นผ่านเครื่องมือสำคัญ อาทิ Governance & Compliance Perception Survey และ Pulse Survey

Understand
ทำความเข้าใจประเด็นที่มีผลต่อวัฒนธรรมธรรมาภิบาล

ประเด็นที่รับฟังครอบคลุมเรื่องสำคัญ ได้แก่ วัฒนธรรมด้านจริยธรรม ความเชื่อมั่นต่อองค์กรและผู้นำ และการแจ้งเบาะแสและความปลอดภัยในการรายงาน

Improve
นำข้อมูลไปใช้พัฒนาการขับเคลื่อนธรรมาภิบาล

ผลจากการรับฟังถูกนำมาใช้เป็นข้อมูลตั้งต้นในการออกแบบแนวทางพัฒนาธรรมาภิบาลให้เหมาะสมกับบริบทจริงขององค์กรและแต่ละกลุ่มธุรกิจ

การขับเคลื่อนการดำเนินงานทั่วทั้งองค์กร



โต๊ะกลมจริยธรรม

การร่วมแลกเปลี่ยนมุมมองและประสบการณ์จริงเกี่ยวกับจริยธรรมในการทำงาน จากผู้แทนของกลุ่มธุรกิจในเครือฯ โดยเน้นการสนทนา การตั้งคำถาม และการสะท้อนมุมมองที่หลากหลาย มากกว่าการอบรมแบบทางเดียว

ร้อยละ 100
กลุ่มธุรกิจที่ไม่ได้จดทะเบียนในประเทศไทยส่งผู้แทนเข้าร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์

ESG Policy in Action

กิจกรรมหนึ่งของเวที GCNT Expo 2025 ภายใต้แนวคิด “Forward SDGs Faster Together” แสดงเจตนารมณ์และประกาศนโยบายด้านที่ครอบคลุมทั้ง 3 มิติแห่งความยั่งยืน เพื่อให้ทุกกลุ่มธุรกิจร่วมกันผลักดันนโยบายเหล่านี้ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม

ร้อยละ 100
กลุ่มธุรกิจในไทยเข้าร่วมกิจกรรม พร้อมนำนโยบายไปสื่อสารต่อภายในกลุ่มธุรกิจ



การสร้างวัฒนธรรมจริยธรรมผ่านการเรียนรู้ และการปฏิบัติที่ยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งพัฒนาการเรียนรู้ด้านธรรมาภิบาลให้เชื่อมโยงกับการทำงานจริงในทุกระดับ ตั้งแต่พนักงาน ผู้บริหาร ไปจนถึงคณะกรรมการ โดยมุ่งหวังให้จริยธรรมกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิธีคิด และกระบวนการตัดสินใจในชีวิตการทำงานประจำวัน มิใช่เพียงหลักการที่รับรู้แต่ในเชิงทฤษฎี ด้วยเหตุนี้ กระบวนการเรียนรู้ของเครือฯ จึงถูกออกแบบให้พนักงานสามารถคิดวิเคราะห์ ประเมินสถานการณ์ และตัดสินใจลงมือปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง และรับผิดชอบในบริบทการทำงานจริง

การเรียนรู้ด้านจริยธรรม

การเรียนรู้และทดสอบจรรยาบรรณธุรกิจ
สร้างความเข้าใจพื้นฐานเรื่องจรรยาบรรณธุรกิจและหลักปฏิบัติที่พนักงานทุกคนควรยึดถือ

100%
พนักงานผ่านการเรียนรู้และทดสอบจรรยาบรรณธุรกิจ

ความรู้ด้านจริยธรรมสำหรับผู้บริหาร
พัฒนาผู้บริหารให้เข้าใจบทบาทในการบริหารทีม การตัดสินใจ และการเป็นแบบอย่างด้านจริยธรรม

100%
ผู้บริหารผ่านการทดสอบ Manager Ethics

การเรียนรู้ด้านธรรมาภิบาล

หลักสูตรสำหรับผู้บริหารระดับสูง
Integrated GRC Leadership Excellence Program
ยกระดับมุมมองผู้บริหารระดับสูงด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (G-Governance) การบริหารความเสี่ยง (R-Risk Management) และการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ (C-Compliance) แบบบูรณาการ



CG Quick Learn
การเรียนรู้ที่ช่วยให้พนักงานสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้สะดวกและนำไปใช้ในการทำงานจริงได้ง่ายขึ้น

7 CG Quick Learn ในปี 2568

- รู้จักธรรมาภิบาล
- Business Ethics: จริยธรรมธุรกิจสร้างได้ เริ่มต้นที่ตัวเรา
- ทำไมต้องมีโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ
- รู้จัก GRC แบบบูรณาการ
- CG: บทบาทที่ต่าง... สู่เป้าหมายเดียว
- Anti-Corruption - A Practical Guide to Integrity
- การกำกับดูแลบริษัทย่อย

การสร้างวัฒนธรรมความซื่อสัตย์ผ่านการปฏิบัติจริงอย่างต่อเนื่อง

เครือเจริญโภคภัณฑ์ขับเคลื่อนการต่อต้านคอร์รัปชันผ่านนโยบาย การสื่อสาร การประเมินความเสี่ยง และการประเมินตนเอง เพื่อเสริมสร้างระบบควบคุมภายในและวัฒนธรรมความซื่อสัตย์ทั่วทั้งองค์กร

Integrity Dashboard

100%

ของกลุ่มธุรกิจประเมินความเสี่ยงด้านคอร์รัปชัน

100%

ของกลุ่มธุรกิจมีการสื่อสารเรื่องการงดรับของขวัญ

Regular Assessment

กลุ่มธุรกิจที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ดำเนินการประเมินตนเองด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างสม่ำเสมอ

CEO-led Communication

ผู้บริหารระดับสูงมีบทบาทในการแสดงจุดยืนและขับเคลื่อนนโยบายงดรับของขวัญ

การต่อต้านคอร์รัปชันของเครือฯ มุ่งให้เกิดผลในทางปฏิบัติ ผ่านระบบควบคุมภายในที่เข้มแข็ง การสื่อสาร การประเมิน และการสร้างวัฒนธรรมความซื่อสัตย์ในชีวิตการทำงานจริง

- เสริมสร้างระบบควบคุมภายในที่เข้มแข็ง
- สื่อสารอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง
- ประเมินความเสี่ยงและติดตามอย่างสม่ำเสมอ
- ปลูกฝังวัฒนธรรมความซื่อสัตย์สุจริต

4-Pillar Integrity Framework

Policy

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันในระดับเครือฯ

Communication

การสื่อสารและรณรงค์เรื่องการงดรับของขวัญอย่างต่อเนื่อง

Assessment

การประเมินความเสี่ยงและการประเมินตนเองด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

Culture

การปลูกฝังพฤติกรรมที่โปร่งใส ตรวจสอบได้และยึดมั่นในความถูกต้อง



โปสเตอร์งดรับของขวัญ



รายงานการประเมินตนเองด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน



กิจกรรมต่อต้านคอร์รัปชัน



การปลูกฝังวัฒนธรรมต่อต้านการทุจริต



การสื่อสารภายในองค์กร

ความมุ่งมั่นของผู้นำในการขับเคลื่อนธรรมาภิบาลสู่วัฒนธรรมองค์กร

ปี 2568 เป็นช่วงสำคัญของการยกระดับธรรมาภิบาลจากระบบและนโยบายไปสู่การมีส่วนร่วมของผู้นำอย่างเป็นรูปธรรม เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ขยายบทบาทของผู้บริหารระดับสูงจากทุกกลุ่มธุรกิจทั้งในและต่างประเทศให้เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนวัฒนธรรมธรรมาภิบาลผ่านการแสดงเจตนารมณ์ร่วมกัน การเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ และการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง



Governance & Compliance Commitment Wall

ผู้นำจากทุกกลุ่มธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ ร่วมแสดงเจตนารมณ์ในงาน CP CG Day 2026 เพื่อขับเคลื่อนธรรมาภิบาลและการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์จากหลักการสู่การปฏิบัติจริง พร้อมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยั่งยืน

การยกย่องให้เป็น World's Most Ethical Companies

ความมุ่งมั่นของเครือเจริญโภคภัณฑ์ด้านจริยธรรม และการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ได้รับการยกย่องให้เป็นหนึ่งใน 2026 World's Most Ethical Companies โดย Ethisphere ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 ซึ่งเป็นแรงผลักดันสำคัญให้เครือฯ พัฒนามาตรฐานธรรมาภิบาลให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องในระดับสากล

Governance & Compliance Excellence Awards

รางวัล Governance & Compliance Excellence Awards เป็นกลไกสำคัญในการยกย่องกลุ่มธุรกิจที่มีผลการดำเนินงานโดดเด่นด้านธรรมาภิบาลและการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ พร้อมทั้งกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันและยกระดับมาตรฐานทั่วทั้งเครือฯ

100%
ผู้นำกลุ่มธุรกิจในเครือฯ ร่วมแสดงเจตนารมณ์ขับเคลื่อนธรรมาภิบาลและการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

19
กลุ่มธุรกิจในประเทศไทยที่ได้รับรางวัล

23
กลุ่มธุรกิจในเขตประเทศจีนที่ได้รับรางวัล

ผลการดำเนินงานในปี 2568 แสดงให้เห็นถึงการขับเคลื่อนธรรมาภิบาลและการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์อย่างเป็นรูปธรรม ผ่านบทบาทของผู้นำ การมีส่วนร่วมของพนักงาน และการยกย่องความเป็นเลิศ เพื่อให้จริยธรรมฝังอยู่ในวิธีคิดและวัฒนธรรมองค์กรอย่างแท้จริง

ผู้นำเป็นแบบอย่าง | **การมีส่วนร่วม** | **การยกย่องความเป็นเลิศ**

จากความก้าวหน้าในปี 2568 สู่การยกระดับมาตรฐานในระยะถัดไป

ผลการดำเนินงานในปี 2568 สะท้อนให้เห็นว่าเครือเจริญโภคภัณฑ์กำลังก้าวจากการมีระบบธรรมาภิบาลที่ชัดเจนไปสู่การทำให้ธรรมาภิบาลเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจ การทำงาน และวัฒนธรรมองค์กรอย่างแท้จริง โดยมีผู้บริหาร พนักงาน และกลุ่มธุรกิจร่วมกันเป็นเจ้าของการเปลี่ยนแปลงนี้ โดยมีการขับเคลื่อนที่สำคัญ ดังนี้

กำกับดูแลที่มีประสิทธิผล | **นำนโยบายไปปฏิบัติจริง** | **เรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง** | **มีส่วนร่วมของพนักงาน** | **สร้างวัฒนธรรมความซื่อสัตย์สุจริต**

ก้าวต่อไปของการขับเคลื่อนการกำกับดูแลกิจการในปี 2569

ปี 2569 จะเป็นอีกก้าวสำคัญของการพัฒนาธรรมาภิบาลของเครือฯ ผ่าน 5 แนวทางในการขับเคลื่อนธรรมาภิบาลสู่การปฏิบัติจริง ดังนี้

1 Strengthen Governance Assessment
ยกระดับการประเมินด้านธรรมาภิบาลเพื่อระบุช่องว่าง ความเสี่ยง และโอกาสในการพัฒนาอย่างเป็นระบบ

2 Strengthen Policy Implementation
ผลักดันการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติอย่างต่อเนื่องทั่วทั้งองค์กร ผ่าน CG Policy Tracking และการรายงานผลอย่างเป็นระบบ

3 Build Ethical Leadership
พัฒนาผู้นำให้เป็นต้นแบบด้านจริยธรรม ความโปร่งใสและความรับผิดชอบในการดำเนินธุรกิจ

4 Foster Ownership & Governance Culture
สร้างวัฒนธรรมความรับผิดชอบและการมีส่วนร่วมเพื่อให้ธรรมาภิบาลเป็นส่วนหนึ่งของการทำงานในทุกระดับ

5 Turn Governance Data into Actionable Insight
ใช้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาล เพื่อวิเคราะห์แนวโน้ม ติดตามประสิทธิผล และสนับสนุนการตัดสินใจเชิงบริหาร

การบริหารจัดการความเสี่ยง



> ความซื่อสัตย์สุจริตเป็นรากฐานของความสำเร็จตลอดศตวรรษและการพัฒนาอย่างยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ขณะที่การบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิผลช่วยให้องค์กรสามารถรับมือกับความไม่แน่นอน คว้าโอกาสใหม่ ๆ และสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน

คุณสุภกิต เจียรวนนท์
ประธานกรรมการ
เครือเจริญโภคภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักดีว่าการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างความยืดหยุ่นขององค์กร รักษาความต่อเนื่องของธุรกิจ และสร้างคุณค่าในระยะยาวให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ท่ามกลางสถานการณ์โลกไม่ว่าจะเป็นความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ การเปลี่ยนผ่านด้านสภาพภูมิอากาศ กฎระเบียบที่เข้มข้นขึ้น และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เครือฯ จึงได้บูรณาการการบริหารความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์เข้ากับทุกมิติของการดำเนินธุรกิจครอบคลุมการระบุ การประเมิน การติดตาม และการบริหารจัดการทั้งความเสี่ยงและโอกาสที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน ชื่อเสียง และความยั่งยืนขององค์กร ขณะเดียวกัน เครือฯ มุ่งปลูกฝังวัฒนธรรมความรับผิดชอบด้านความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร โดยกำหนดให้การบริหารความเสี่ยง และดัชนีชี้วัดผลการประเมินผลการดำเนินงานประจำปีเป็นหน้าที่ของบุคลากรทุกระดับ การบริหารความเสี่ยงองค์กรภายใต้การกำกับดูแลอย่างใกล้ชิดของคณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารระดับสูง

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังมุ่งยกระดับประสิทธิภาพของระบบการบริหารความเสี่ยงให้สามารถรองรับความท้าทายและความไม่แน่นอนทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ โดยพัฒนาแนวทางและกลไกการบริหารความเสี่ยงให้สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างสอดคล้องเป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งองค์กร พร้อมทั้งมีการติดตามและรายงานสถานะความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร และเสริมสร้างความโปร่งใสในการกำกับดูแลกิจการ

โครงสร้างและกลยุทธ์การบริหารจัดการความเสี่ยง

เครือเจริญโภคภัณฑ์กำหนดโครงสร้างและกรอบการบริหารความเสี่ยงที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล อาทิ COSO ERM พร้อมทั้งได้บูรณาการการบริหารความเสี่ยงเข้ากับกระบวนการกำหนดกลยุทธ์ การวางแผนธุรกิจ และการติดตามผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างเป็นระบบ เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหารจัดการและการตัดสินใจในทุกระดับ โดยส่งเสริมให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานนำข้อมูลและมุมมองด้านความเสี่ยงมาใช้ประกอบการตัดสินใจอย่างเหมาะสม อันจะช่วยเสริมสร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร และสนับสนุนการบรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

ทั้งนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหาร ผู้บริหาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแล การระบุ การประเมิน การจัดการ และการติดตามความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร พร้อมกำหนดเกณฑ์การประเมินและการจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงให้สอดคล้องกับบริบททางธุรกิจ และระดับความเสี่ยงที่องค์กรยอมรับได้ (Risk Appetite) เพื่อให้ความเสี่ยงในทุกกิจกรรมและกระบวนการดำเนินงานได้รับการบริหารจัดการอย่างเหมาะสมและอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

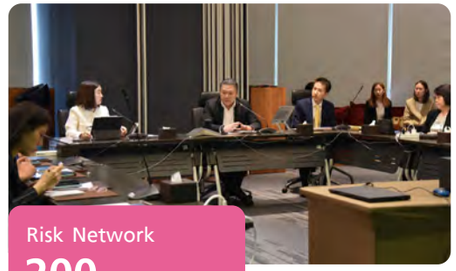
การสร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเสริมสร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง โดยขับเคลื่อนผ่านกิจกรรมหลัก 3 ด้าน (3Cs) ได้แก่ Communicate, Cultivate และ Create เพื่อส่งเสริมความตระหนัก การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในทุกระดับความเสี่ยง

Communicate

C.P. Group Risk Intelligence Forum

เครือเจริญโภคภัณฑ์จัด Risk Intelligence Forum เป็นปีที่ 2 โดยมี คุณสุภกิต เจียรวนนท์ ประธานกรรมการ เป็นประธาน พร้อมด้วยสมาชิก Risk Network จากทุกกลุ่มธุรกิจทั้งในไทยและต่างประเทศ เข้าร่วมแลกเปลี่ยนมุมมองด้านความเสี่ยงและแนวการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กรที่เป็นเลิศ พร้อมรับฟังองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญระดับสากลด้าน Proactive Risk Management เพื่อยกระดับการบริหารความเสี่ยงเชิงรุกและต่อยอดประเด็นความเสี่ยงสู่โอกาสทางธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม



Risk Network
200 คน

Cultivate

Group-wide One-stop Software Solution

เครือเจริญโภคภัณฑ์ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารความเสี่ยงผ่านระบบ Risk Management Intelligence (RMI) ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มกลางสำหรับการรายงานและติดตามความเสี่ยงของทุกกลุ่มธุรกิจทั้ง 74 กลุ่มธุรกิจ พร้อมทั้งมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลรวมถึงปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) มาสนับสนุนการวิเคราะห์ข้อมูลความเสี่ยง

Create



Risk Awareness & RMI Workshops
มากกว่า **50** ครั้ง

Capability Development Programs

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้พัฒนาโปรแกรมการเรียนรู้ด้านการบริหารความเสี่ยงในรูปแบบผสมผสาน ทั้งการอบรมแบบ On-site และ E-learning เพื่อยกระดับความรู้ ความเข้าใจ และทักษะการบริหารความเสี่ยงของพนักงานทุกระดับอย่างเป็นระบบ

การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์เชื่อมั่นว่าการดำเนินธุรกิจภายใต้ความถูกต้องตามกฎหมายและข้อกำหนดของประเทศที่มีการดำเนินงาน ตลอดจนกฎเกณฑ์ภายในองค์กร เป็นพื้นฐานสำคัญของการเป็นองค์กรที่ได้รับความไว้วางใจ ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงมุ่งเน้นการพัฒนาระบบการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการละเมิดกฎเกณฑ์ พร้อมทั้งส่งเสริมการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับข้อกำหนดทางกฎหมายและมาตรฐานสากลในทุกภูมิภาคที่เครือฯ เข้าไปดำเนินธุรกิจ

การดำเนินงานด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย

ปี 2568 สำนักกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ได้พัฒนาแพลตฟอร์ม “Regulatory Compliance” เพื่อเปลี่ยนผ่านกระบวนการทำงานด้านการกำกับการปฏิบัติตามกฎหมายสู่ระบบดิจิทัล (Digital Transformation) ครอบคลุมกลุ่มธุรกิจในเครือฯ ได้แก่ กลุ่มธุรกิจที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มธุรกิจในประเทศจีน และกลุ่มธุรกิจในต่างประเทศ อื่น ๆ ได้แก่ เมียนมา บังกลาเทศ และปากีสถาน รวมทั้งสิ้น 69 กลุ่มธุรกิจ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินความเสี่ยงและความสอดคล้องการปฏิบัติตามกฎหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการความเสี่ยงและให้ครอบคลุมการบริหารจัดการด้านการปฏิบัติตามกฎหมายของกลุ่มธุรกิจในเครือฯ

ระบบดังกล่าวไม่เพียงแต่ช่วยลดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน แต่ยังเพิ่มขีดความสามารถในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในระดับกลุ่มธุรกิจ รวมถึงภาพรวมระดับเครือฯ ได้อีกด้วย

การประเมินในปี 2568 มุ่งเน้นที่กฎหมาย และกฎระเบียบภายนอกที่สำคัญ (Critical Regulatory Compliance) ซึ่งอาจส่งผลกระทบรุนแรงต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อให้กลุ่มธุรกิจทราบถึงระดับความเสี่ยงของการปฏิบัติตามกฎหมาย การควบคุมภายใน ตลอดจนสถานะการปฏิบัติตามกฎหมายในแต่ละขั้นตอนของการดำเนินงาน

ภาพรวมผลการประเมิน

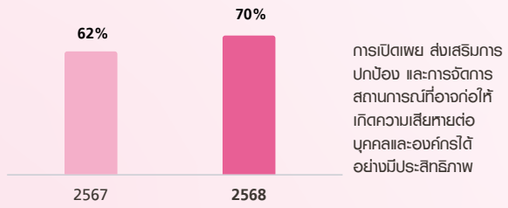
100%
ของกลุ่มธุรกิจมีการประเมินความเสี่ยงด้านกฎหมายที่สำคัญ

91%
ของกลุ่มธุรกิจมีการปฏิบัติตามเกณฑ์ที่กำหนดได้อย่างครบถ้วน

กลยุทธ์สำคัญด้านการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการจัดการความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และมีการดำเนินงานเพื่อยกระดับอย่างต่อเนื่อง การดำเนินงานนี้ เป็นการสร้างรากฐานที่สำคัญในการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน ด้วยเหตุนี้ เครือฯ ได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่ชัดเจน โปร่งใส และสอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาล เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในค่านิยมหลักด้านคุณธรรมและความซื่อสัตย์ โดยครอบคลุมการเปิดเผยข้อมูลสถานการณ์ที่อาจจะเกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (COI Disclosure & Declaration)

อัตราการเปิดเผยข้อมูลสถานการณ์ที่อาจจะเกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์



Ethics & Compliance Protectors Development Program (E&C PDP)



จำนวนผู้ผ่านการอบรม
145 คน 47 คน 98 คน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้นำด้านจริยธรรมและการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์อย่างเป็นระบบ ผ่านหลักสูตร “Ethics & Compliance Protector Development: E&C PDP)” ซึ่งมุ่งยกระดับความรู้ความสามารถของบุคลากรให้เป็น “ผู้พิทักษ์ด้าน E&C” ที่พร้อมทำหน้าที่เป็นแบบอย่างที่ดี ในการกำกับดูแลและตัดสินใจอย่างมีจริยธรรม รวมถึงการบูรณาการการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์เข้ากับกลยุทธ์และกระบวนการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

การสร้างคุณค่า
- Human Capital
- Relationship Capital

เครือเจริญโภคภัณฑ์ส่งเสริมให้พนักงานทั่วทั้งองค์กรได้รับการฝึกอบรมด้านการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์อย่างต่อเนื่องผ่านระบบ E-learning เป็นประจำทุกปี เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ ให้พนักงานทุกระดับเล็งเห็นถึงความสำคัญ และตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ของตนในการดำเนินงานด้านการบริการจัดการ การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ (Compliance Management)

พนักงานกลุ่มเป้าหมายทำการฝึกอบรม และผ่านการทดสอบด้าน Compliance Management ประจำปี 2568 คิดเป็น
ร้อยละ 90
(101,283 คน จากทั้งหมด 113,452 คน)

การตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

ในปีที่ผ่านมา เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินการตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ โดยกำหนดขอบเขตการตรวจสอบตามแนวทาง Risk-Based Approach มุ่งเน้นกฎหมายและกฎระเบียบที่มีระดับความเสี่ยงและความสำคัญสูงต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานของเครือฯ และกลุ่มธุรกิจในเครือฯ เป็นไปอย่างถูกต้อง โปร่งใส และสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตการตรวจสอบในปี 2568 ครอบคลุมการสอบทานกระบวนการการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD) ของบริษัทในเครือฯ เพื่อประเมินความเพียงพอและประสิทธิผลของการระบุ ป้องกัน ลด และจัดการความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนความสอดคล้องกับนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนของกลุ่มบริษัทและมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้ดำเนินการตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ด้านสำคัญอื่น ๆ ได้แก่ การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ การให้และรับของขวัญ ของกำนัล และผลประโยชน์อื่นใด การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงการดำเนินการตรวจสอบด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ในรูปแบบโครงการนำร่อง เพื่อประเมินความพร้อมของระบบการควบคุมภายใน และแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงซึ่งผลการตรวจสอบจากโครงการนำร่องดังกล่าวจะถูกนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบในการพัฒนาแนวทางการตรวจสอบและยกระดับการกำกับดูแลด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ของกลุ่มบริษัทในระยะต่อไป

ทั้งนี้ ผลจากการตรวจสอบช่วยให้บริษัทสามารถระบุประเด็นความเสี่ยง ช่องว่างในการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ และสัญญาณเตือนที่สำคัญ พร้อมทั้งนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงปรับปรุงเพื่อเสริมสร้างระบบการควบคุมภายใน การปฏิบัติตามกฎหมาย และการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในระยะยาว

กระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบและกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเข้าถึงได้ เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มอื่น ๆ สามารถแจ้งเบาะแส ข้อร้องเรียน หรือข้อกังวลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจได้อย่างปลอดภัยและเป็นธรรม ทั้งนี้ เครือฯ ได้จัดให้มีช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนที่ครอบคลุมจำนวน 6 ช่องทาง อาทิ ระบบออนไลน์ อีเมล โทรศัพท์ และจดหมาย โดยกำหนดขั้นตอนการรับ แจ้ง พิจารณา ตอบสนอง และติดตามผลอย่างเป็นระบบ พร้อมระบุบทบาทและความรับผิดชอบที่ชัดเจน ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล

นอกจากการจัดระบบช่องทางการรับเรื่องแล้ว เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังมุ่งเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อให้พนักงานกล้าแจ้งเบาะแสเมื่อพบการกระทำที่ไม่ถูกต้อง (Speak-up Culture) อย่างต่อเนื่อง โดยนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสื่อ เพื่อสร้างความตระหนักรู้รูปแบบใหม่ภายใต้แนวคิด “ละครคุณธรรม” เพื่อลดความซับซ้อนด้านจริยธรรม การแจ้งเบาะแส และการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ให้เข้าใจง่ายและเข้าถึงพนักงานในวงกว้าง อันเป็นการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างต่อการรายงานความเสี่ยงและพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม

ควบคู่กันนั้น เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ริเริ่มโครงการยกระดับระบบการรับเรื่องร้องเรียนในระดับเครือฯ โดยประเมินความพร้อมและประสิทธิภาพเทียบเคียงกับมาตรฐานสากล ISO 37002 และ Open Compliance and Ethics Group (OCEG) เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างเป็นระบบ ผลการประเมินดังกล่าวได้นำไปใช้ในการจัดทำแผนพัฒนาและยกระดับระบบการจัดการเรื่องร้องเรียนของบริษัทในเครือฯ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย สนับสนุนธรรมาภิบาลองค์กร และยกระดับการบริหารจัดการด้านจริยธรรมและสิทธิมนุษยชนให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติสากลอย่างยั่งยืน

ในปี 2568 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้รับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำผิดด้านจรรยาบรรณและจริยธรรมของพนักงานผ่านช่องทางแจ้งเบาะแสและกลไกการร้องเรียนที่เครือฯ จัดตั้งไว้ รวมทั้งสิ้น 31 กรณี เรื่องร้องเรียนทั้งหมดได้รับการตรวจสอบและดำเนินการจนเสร็จสิ้นครบทุกกรณีภายในรอบปีรายงาน โดยคณะทำงานที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินงานตามกระบวนการสอบสวนที่กำหนดไว้ในนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการแจ้งเบาะแสอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม โดยมุ่งเน้นการปกป้องผู้แจ้งเบาะแสและรักษาความลับของผู้ร้องเรียนตลอดกระบวนการ

สำหรับกรณีฉ้อโกงและคอร์รัปชันทั้ง 4 กรณี เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินมาตรการทางวินัยในระดับสูงสุด ได้แก่ การพักงาน 1 กรณี และการเลิกจ้าง 3 กรณี โดยกรณีทั้งหมดได้รับการจัดการผ่านกลไกการบริหารวินัยภายในของเครือฯ นอกจากนี้ ไม่มีกรณีฉ้อโกงและคอร์รัปชันใดที่นำไปสู่การถูกเรียกเก็บค่าปรับจากหน่วยงานกำกับดูแลภายนอก และไม่มีกรณีใดที่ส่งผลให้เกิดคำพิพากษาลงโทษทั้งในระดับองค์กรและระดับบุคคล

จำนวนเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำผิดของพนักงาน และมาตรการในการจัดการสำหรับ ปี 2568

	2565	2566	2567	2568			
	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	กรณีร้องเรียน	อยู่ระหว่างการสืบสวน	เสร็จสิ้น	
						ยืนยันว่ามีความเกี่ยวข้อง	ยืนยันว่าไม่มีความเกี่ยวข้อง
ข้อร้องเรียนด้านจรรยาบรรณและจริยธรรม (กรณี)							
การฉ้อโกงและคอร์รัปชัน	2	3	5	21	-	4	17
ผลประโยชน์ทับซ้อน	2	2	-	-	-	-	-
การไม่ดำเนินงานตามกฎระเบียบ	7	5	7	15	-	11	4
การเลือกปฏิบัติ และการล่วงละเมิด	1	6	9	16	-	8	8
การซื้อขายข้อมูลภายใน	-	-	-	-	-	-	-
การต่อต้านการแข่งขัน	-	-	-	-	-	-	-
การปฏิบัติกับคู่ค้าที่ไม่เป็นธรรม	-	-	6	17	-	8	9
การร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของข้อมูล (กรณี)							
การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลภายนอก	-	-	-	1	-	-	1
ข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อม	-	-	-	-	-	-	-
รวม (กรณี)	**12**	**16**	**27**	**70**	**-**	**31**	**39**

หมายเหตุ: เป็นจำนวนข้อร้องเรียนเฉพาะที่ได้รับผ่านช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนสำหรับผู้มีส่วนได้เสียบนเว็บไซต์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์



สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน

Human Rights and Labor Practices

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยึดมั่นในการเคารพสิทธิมนุษยชนและความเท่าเทียม พร้อมขับเคลื่อนสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและสร้างความสุขให้ทุกคน

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นสู่การเป็นผู้นำระดับโลกด้านการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ โดยการบูรณาการหลักการ “กตัญญู” และ “3 ประโยชน์” เข้ากับทุกกระบวนการทำงาน เพื่อให้มั่นใจว่าผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่าจะได้รับการปฏิบัติอย่างมีเกียรติและเคารพในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์อย่างเท่าเทียม เครือฯ ยึดมั่นในการปฏิบัติตามมาตรฐานสิทธิมนุษยชนระหว่างประเทศควบคู่ไปกับการบริหารจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยอย่างเข้มงวด โดยให้ความสำคัญกับการชี้บ่งและบรรเทาความเสี่ยงผ่านกระบวนการตรวจสอบอย่างรอบด้าน และการประเมินอันตรายในหน้างาน เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายอุบัติเหตุเป็นศูนย์ (Zero Accidents) พร้อมทั้งสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย เปิดรับความหลากหลาย และส่งเสริมสุขภาวะที่ดีอย่างรอบด้านให้แก่พนักงาน และแรงงานทุกคน

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

100%

ของหน่วยธุรกิจได้รับการตรวจสอบความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

51.39%

สัดส่วนพนักงานหญิงทั้งหมด

1.56 ต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน

อัตราการบาดเจ็บของพนักงาน

1.57 ต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน

อัตราการบาดเจ็บของผู้รับเหมา

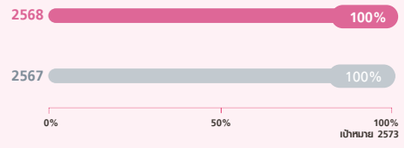
เป้าหมายและความคืบหน้า

เป้าหมาย

100%

ของทุกกลุ่มธุรกิจมีการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนขององค์กรและคู่ค้าโดยตรงที่มีความเสี่ยงสูงเป็นประจำ

ความคืบหน้า



การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

1.1
3.6
5.1 5.2 5.5
8.5 8.7 8.8
10.3 10.4 10.7
16.2

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- Delivering on Our SDG Commitments 2025
- Sustainability Performance Supplement 2025

การเคารพสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ด้วยบริบทการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่มีอยู่ใน 23 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลก ทำให้ห่วงโซ่อุปทานของเครือฯ มีความซับซ้อน และต้องเผชิญกับความท้าทายที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการยกระดับเกณฑ์มาตรฐานด้านสิทธิมนุษยชนในระดับสากล การบริหารจัดการค่าจ้างที่ครอบคลุมค่าครองชีพพื้นฐาน และการคุ้มครองแรงงานกลุ่มเปราะบางท่ามกลางความผันผวนของเศรษฐกิจโลก นอกจากนี้ ปัญหาความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์และการเปลี่ยนผ่านสู่การดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นธรรม ยังเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องอาศัยการกำกับดูแลและพัฒนาอย่างใกล้ชิด ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงมีความมุ่งมั่นในการเปลี่ยนความท้าทายให้เป็นโอกาสด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการตรวจสอบย้อนกลับและการรับเรื่องร้องเรียน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความโปร่งใสในระดับสากล

การบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักว่าการดำเนินธุรกิจที่ครอบคลุมหลากหลายอุตสาหกรรมและหลายประเทศทำให้เครือฯ อาจเป็นผู้ก่อมีส่วนร่วม หรือเชื่อมโยงโดยตรงกับผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนทั้งที่เกิดขึ้นจริงและที่อาจเกิดขึ้นต่อพนักงาน แรงงานและผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงบูรณาการหลักการชี้แนะของสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (UN Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs) มาตรฐานแรงงานขององค์กรแรงงานระหว่างประเทศ (International Labor Organization: ILO) และแนวปฏิบัติขององค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development: OECD) ว่าด้วยการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบไว้ในระบบการกำกับดูแล การบริหารความเสี่ยงและกระบวนการตัดสินใจทางธุรกิจอย่างเป็นระบบ

โครงสร้างการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชน

เครือเจริญโภคภัณฑ์กำหนดให้มีคณะทำงานขับเคลื่อนด้านสิทธิมนุษยชน โดยมีคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการบริหารคอยกำกับดูแลให้ข้อชี้แนะ และติดตามการดำเนินงาน เพื่อให้เป็นไปอย่างสอดคล้องกับหลักการที่เกี่ยวข้องและบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ พร้อมกันนี้ เครือฯ ยังเชื่อมโยงการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนเข้ากับการกำกับดูแลด้านความยั่งยืน เพื่อให้การพิจารณาประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนครอบคลุมทั้งมิติของผลกระทบ ความเสี่ยง และประเด็นความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้านยิ่งขึ้น

คณะทำงานขับเคลื่อนด้านสิทธิมนุษยชนเครือเจริญโภคภัณฑ์

- ด้านธรรมาภิบาล
- ด้านพัฒนาความยั่งยืน
- สำนักกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์
- ด้านความร่วมมือระหว่างประเทศด้านพัฒนาความยั่งยืน
- ด้านการสื่อสารและความเชื่อมั่นสาธารณะ
- ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสิทธิมนุษยชนจากบริษัทจดทะเบียน
- ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสิทธิมนุษยชนจากบริษัทอื่น

> “การตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านและหลักการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ ไม่ใช่เป็นเพียงเรื่องของการปฏิบัติตามกฎระเบียบอีกต่อไป แต่กำลังกลายเป็นขีดความสามารถเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจแห่งอนาคต”

ดร. ขวัญฤทัย ศิริพัฒนโกศล
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
สำนักความร่วมมือระหว่างประเทศด้านความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร
บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด



การช่วยเหลือพนักงานจากเหตุแผ่นดินไหวอย่างครบวงจร



จำนวนพนักงานที่ได้รับการช่วยเหลือ
4,830 คน

การสร้างคุณค่า
- Human Capital
- Relationship Capital

เหตุแผ่นดินไหวเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2568 ได้ส่งผลกระทบต่ออาคารสำนักงาน สาขาธุรกิจ และที่อยู่อาศัยของพนักงานในหลายพื้นที่ ซึ่งเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ตอบสนองอย่างทันท่วงทีและครอบคลุม 3 มิติ ได้แก่ ความปลอดภัยของชีวิต การเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบ และความต่อเนื่องทางธุรกิจ โดยประกาศใช้แผนอพยพ พร้อมตรวจสอบความปลอดภัยของอาคารและพื้นที่ปฏิบัติงานในทุกพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ ในด้านการเยียวยา เครือฯ ได้จัดมาตรการช่วยเหลือพนักงานอย่างครอบคลุม ทั้งการช่วยเหลือทางการเงิน การลาฉุกเฉินโดยไม่หักค่าจ้าง การจัดหาที่พักชั่วคราว การให้คำปรึกษาด้านสุขภาพจิตผ่านแอปพลิเคชัน MORDEE และเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำสำหรับการซ่อมแซมที่อยู่อาศัย ขณะเดียวกันได้ประกาศใช้แผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ภายใน 24 ชั่วโมง เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่องและลดผลกระทบต่อธุรกิจ

การทบทวนเป้าหมาย และดัชนีชี้วัดด้านสิทธิมนุษยชน

ในปี 2568 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ทบทวนเป้าหมายและดัชนีชี้วัดด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทการดำเนินธุรกิจ ความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงไป และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียมากยิ่งขึ้น โดยเป้าหมายและดัชนีชี้วัดที่ปรับใหม่นี้มุ่งประเมินระดับความสมบูรณ์ของระบบการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชนในแต่ละหน่วยงาน โดยเครือฯ ได้นำกรอบการประเมินระดับความพร้อมด้านการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านภายในองค์กรฉบับใหม่มาใช้ โดยพัฒนาขึ้นบนพื้นฐานของมาตรฐานสากลหลายฉบับ พร้อมแผนขยายการใช้กรอบดังกล่าวและกำหนดเป้าหมายให้ครอบคลุมทุกกลุ่มธุรกิจในปี 2569

การนำแนวทางดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ช่วยให้เครือฯ สามารถระบุช่องว่างของกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านได้อย่างเป็นระบบ ครอบคลุมทั้งการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน การจัดทำการประเมินเชิงลึกสำหรับกลุ่มคู่ค้าที่มีความเสี่ยง และการทบทวนประสิทธิผลของกลไกการร้องเรียนและการเยียวยา ข้อมูลจากการประเมินจะนำไปใช้ประกอบการกำหนดมาตรการป้องกัน บรรเทา แก้ไข และพัฒนาระบบบริหารจัดการที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนของเครือฯ มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบและรับผิดชอบได้ และสอดคล้องกับมาตรฐานสากลอย่างครบถ้วน

เป้าหมายปัจจุบัน

100%
ของทุกกลุ่มธุรกิจมีการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนขององค์กรและคู่ค้าโดยตรงที่มีความเสี่ยงสูงเป็นประจำ

เป้าหมายใหม่

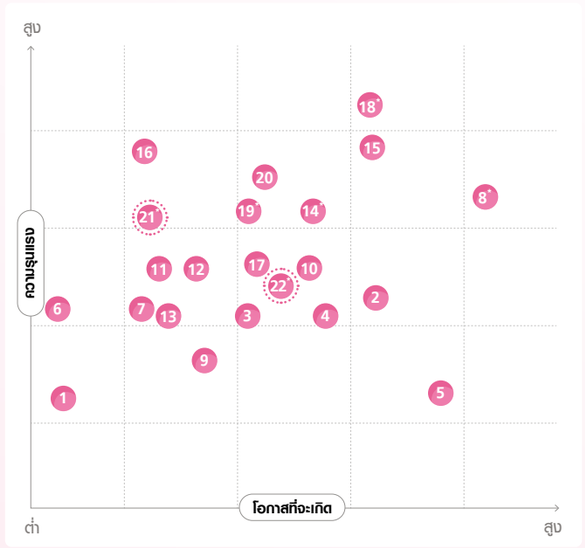
70% คะแนนรวมระดับพัฒนาการของกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD) ของทุกกลุ่มธุรกิจ

กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

- ความมุ่งมั่น
- การปลูกฝังในองค์กร
- การประเมินผลกระทบ
- การบูรณาการ
- การติดตามเพื่อเพิ่มประสิทธิผล
- การสื่อสารผลการดำเนินงาน
- การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
- การเยียวยาและรับข้อร้องเรียน

การตรวจสอบและประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการตรวจสอบและประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence & Impact Assessment) เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจของเครือฯ สอดคล้องกับหลักสิทธิมนุษยชนสากล และสามารถระบุป้องกัน บรรเทา และจัดการผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าได้อย่างเหมาะสม ในปี 2568 การประเมินฯ ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ อันเป็นผลจากปัจจัยภายนอก อาทิ การเพิ่มอัตราภาษีนำเข้าของประเทศสหรัฐอเมริกา และความตึงเครียดด้านภูมิรัฐศาสตร์ทั้งในภูมิภาคและสากล ซึ่งส่งผลกระทบทางตรงและทางอ้อมต่อธุรกิจของเครือฯ และก่อให้เกิดแรงกดดันต่อห่วงโซ่อุปทาน การจ้างงาน และสภาพการทำงาน โดยเฉพาะในธุรกิจหรือหน่วยงานขนาดใหญ่ที่มีการใช้แรงงานจำนวนมาก เครือฯ ได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนครอบคลุมกลุ่มธุรกิจในเครือทั้งหมด 81 หน่วยงาน ทั้งในและต่างประเทศ แบ่งเป็น 33 บริษัทในประเทศไทย และ 48 บริษัทในต่างประเทศที่เครือฯ มีการดำเนินงาน



1 เสรีภาพในการสมาคม และเจรจาต่อรองร่วม
2 สิทธิในการเข้าถึงน้ำสะอาดและสุขาภิบาล
3 ความหลากหลาย ความเสมอภาคฯ
4 สิทธิในที่ดิน
5 แร่ธาตุแห่งความขัดแย้ง
6 สิทธิของกลุ่มเปราะบาง
7 การรักษาความปลอดภัยและสิทธิมนุษยชน
8 การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล*
9 สิทธิเด็ก
10 แรงงานเด็ก
11 แรงงานผู้เยาว์
12 สิทธิทางด้านแรงงาน (ค่าจ้างที่เป็นธรรม)
13 สิทธิทางด้านแรงงาน (ชั่วโมงการทำงาน)
14 การเลือกปฏิบัติและการคุกคาม*
15 มลพิษและสิ่งแวดล้อม
16 แรงงานบังคับ
17 แรงงานข้ามชาติ
18 อาชีวอนามัย ความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน*
19 การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ*
20 ผลกระทบจากความหลากหลายทางชีวภาพ
21 สิทธิของชนกลุ่มน้อย*
22 ผลกระทบจากการใช้ปัญญาประดิษฐ์*

* ประเด็นที่ต้องติดตามอย่างใกล้ชิด
ประเด็นใหม่

ในปี 2568 เครือเจริญโภคภัณฑ์พบกรณีการเลือกปฏิบัติ จำนวน 0 กรณี และการล่วงละเมิด จำนวน 8 กรณี ซึ่งได้มีการลงโทษผู้กระทำผิด โดยเป็นการใช้มาตรการทางวินัยทั้งหมด 8 กรณี

มาตรการสำคัญในการจัดการความเสี่ยงและลดผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน

	อาชีวอนามัย และความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สิน	แรงงานบังคับ	การเลือกปฏิบัติ และการคุกคาม	การเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ	ความเป็นส่วนตัว และความปลอดภัย ทางไซเบอร์
ผู้มีส่วนได้เสีย ที่ได้รับผลกระทบ	ผู้รับเหมางานก่อสร้าง	แรงงานข้ามชาติ ที่เป็นพนักงานของคู่ค้า (8 หน่วยงาน)	พนักงาน และแรงงานข้ามชาติ (14 หน่วยงานที่มีการใช้แรงงานข้ามชาติชาวกัมพูชา)	ชุมชน และภาคเกษตรกรในประเทศไทย	ลูกค้าและพนักงาน (มากกว่า 10 หน่วยงาน)
กลุ่มธุรกิจ ที่พบความเสี่ยง	ธุรกิจค้าปลีก	ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร	ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร	ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร	ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ และดิจิทัล
ตัวอย่าง เหตุการณ์ที่พบ	เกิดอุบัติเหตุถึงขั้นเสียชีวิตกับผู้รับเหมาในขณะปฏิบัติงาน กิจกรรมซ่อมบำรุง เช่น การเชื่อมโลหะ	แรงงานข้ามชาติของคู่ค้าต้องจ่ายค่านายหน้าจำนวนสูงเกินไปในการเข้ามาทำงานในประเทศไทย	แรงงานข้ามชาติโดยเฉพาะกลุ่มแรงงานจากประเทศกัมพูชาอยู่ในช่วงเปราะบางจากสถานการณ์ระหว่างประเทศ	ปริมาณน้ำจากแหล่งน้ำสูงขึ้น โดยในบางพื้นที่เกิดปัญหาอุทกภัย และในบางพื้นที่ปริมาณน้ำไม่เพียงพอ	พบว่ามีความพยายามเข้ามาขโมยข้อมูลของบริษัท และโจมตีระบบรักษาความปลอดภัยทางด้านไซเบอร์อย่างต่อเนื่อง
แผนการแก้ไข	กำกับดูแลงานที่มีความเสี่ยงจำเพาะ เช่น การใช้อุปกรณ์เชื่อมโลหะ และการทำงานในพื้นที่อับอากาศ เป็นต้น	เพิ่มอัตราส่วนการจ้างงานโดยตรงจากหน่วยงานในเครือฯ และเพิ่มการเข้าตรวจสอบหน่วยงานที่เป็นเอเจนซี่ในการจัดหาแรงงานข้ามชาติ	เพิ่มมาตรการดูแลแรงงานข้ามชาติอย่างใกล้ชิด ทั้งในการส่งเสริมการทำงานและความเป็นอยู่ ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป	ระบบเตือนภัยและบริหารความเสี่ยงล่วงหน้าโดยใช้ข้อมูลภัยพิบัติและพยากรณ์อากาศ	ปรับปรุงมาตรการเข้าถึงข้อมูลของบุคลากร เร่งสร้างความตระหนักรู้ในการใช้งานอย่างปลอดภัย รวมทั้งความรู้ในการป้องกันตนเองจากการถูกหลอกลวง
แผนบรรเทา	ให้ผู้บริหารตรวจสอบขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎระเบียบความปลอดภัย	สร้างความเข้าใจและความมุ่งมั่นต่อนโยบายการจ้างแรงงานข้ามชาติของเครือฯ ไปยังทุกพื้นที่รวม 470 พื้นที่	สร้างความมั่นใจต่อการปฏิบัติของหน่วยงานต่อแรงงานข้ามชาติ รวมถึงการพูดคุยเพื่อรับทราบข้อกังวลและความต้องการต่าง ๆ	สร้างแผนการบรรเทาด้วยการย้ายพื้นที่การเพาะปลูกและการผลิตบางส่วน	ดำเนินการติดตามการใช้งานส่วนบุคคลที่ผิดปกติและแจ้งเตือนธุรกรรมที่ผิดปกติ รวมทั้งหน่วงเวลาในการดำเนินการเพื่อแจ้งเตือนและตรวจสอบ
ผลลัพธ์	ในปี 2568 สถิติอุบัติเหตุจากงานอันตรายยังไม่ลดลง	จำนวนเอเจนซี่ที่ได้รับการตรวจตามนโยบายการจัดจ้างแรงงานข้ามชาติ อย่างมีจริยธรรมเพิ่มขึ้น	ความมั่นใจ และรู้สึกปลอดภัยในการทำงานที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้การลาออกของแรงงานข้ามชาติที่ยังไม่หมดสัญญาตาม MOU ลดลง	ลดความขัดแย้งกับชุมชนในพื้นที่ที่ขาดแคลนน้ำได้มากขึ้น ลดความเสี่ยงในการขาดผลผลิตทางการเกษตร	จำนวนการโจมตียังสูง แต่มีแนวโน้มลดลงจากปี 2567 และระบบมีความสามารถในการปกป้องสูง ซึ่งยังไม่ก่อให้เกิดความเสียหายในระดับรุนแรง

การปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเท่าเทียม

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยึดมั่นในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมศักยภาพและสุขภาวะที่ดีของพนักงานทุกคน ภายใต้หลักความเท่าเทียม การเคารพในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และการยอมรับความแตกต่าง โดยตระหนักว่าการบริหารจัดการบุคลากรในองค์กรขนาดใหญ่ จำเป็นต้องอาศัยแนวทางการบริหารจัดการที่รอบคอบและเหมาะสม ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงมุ่งยกระดับมาตรฐานการจ้างงานที่โปร่งใสและเป็นธรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่าและให้สอดคล้องกับกฎหมาย กฎระเบียบของแต่ละประเทศ และมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่การบริหารจัดการค่าตอบแทนที่สะท้อนทักษะ ความสามารถ และความรับผิดชอบของพนักงาน ควบคู่กับการดูแลสวัสดิการที่ครอบคลุมและสอดคล้องกับค่าครองชีพพื้นฐาน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานและครอบครัวอย่างยั่งยืน

หัวใจสำคัญของการดำเนินงานคือการเปิดโอกาสให้บุคลากรทุกเพศ ทุกวัย และทุกภูมิหลัง ได้แสดงศักยภาพอย่างเต็มที่ในสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดจากการเลือกปฏิบัติและเอื้อต่อการมีส่วนร่วม เครือฯ ยังให้ความสำคัญกับการรับฟังเสียงของพนักงานในทุกระดับ เพื่อนำมาพัฒนาแนวทางดูแลบุคลากรให้ตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลาย พร้อมทั้งส่งเสริมการพัฒนาทักษะแห่งอนาคต และการเติบโตในสายอาชีพอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ เครือฯ ยังสนับสนุนสภาพแวดล้อมการทำงานที่เป็นธรรม ปลอดภัย และสามารถดึงดูด รักษา และพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพ อันเป็นรากฐานสำคัญของการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในระยะยาว โดยยึดหลักการพัฒนาที่ยั่งยืนตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) และความริเริ่ม Forward Faster ของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact)

การสร้างวัฒนธรรมแห่งความเท่าเทียมในองค์กร

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยึดมั่นในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งความหลากหลาย ความเท่าเทียม และการมีส่วนร่วม โดยมุ่งเน้นการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เปิดกว้าง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว เครือฯ ได้วางระบบการกำกับดูแลผ่านคณะกรรมการบริหารทรัพยากรบุคคล ซึ่งทำหน้าที่ติดตามผลการดำเนินงานให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และเป้าหมายความยั่งยืน พร้อมทั้งประกาศใช้นโยบายด้านความหลากหลาย ความเสมอภาค และการอยู่ร่วมกัน เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนในการคุ้มครองสิทธิและส่งเสริมความเท่าเทียม โดยครอบคลุมทั้งมิติด้านเพศ เชื้อชาติ สัญชาติ อายุ ศาสนา ความเชื่อ และอัตลักษณ์ทางเพศ เพื่อมุ่งเน้นให้พนักงานทุกคนรู้สึกถึงการเป็นส่วนหนึ่งและสามารถแสดงศักยภาพสูงสุดออกมาได้

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังมุ่งส่งเสริมสุขภาวะของพนักงานทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ผ่านโครงการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน (Work-Life Balance) ชั่วโมงการทำงานที่ยืดหยุ่น (Flexible Working Hours) การทำงานจากที่บ้านหรือที่อื่น ๆ (Work-from Home or Work-from Anywhere) การจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำงานอย่างปลอดภัย ไปจนถึงการพัฒนาสวัสดิการที่ตอบโจทย์ความต้องการของพนักงาน เช่น ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม ประกันสุขภาพ การบริหารจัดการความเครียดจากการทำงาน ชมรมและการส่งเสริมการออกกำลังกายของพนักงาน สิทธิการลาคลอด การดูแลครอบครัว ห้องให้นมบุตร และแผนการเกษียณอายุ เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการดูแลพนักงานอย่างรอบด้าน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้ประกาศใช้นโยบายป้องกันการเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิด เพื่อปกป้องบุคลากรจากการคุกคามทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นทางวาจา การกระทำ หรือผ่านช่องทางเทคโนโลยี โดยเครือฯ มีการสื่อสาร และอบรมให้แก่พนักงานทุกระดับในหัวข้อดังกล่าว อีกทั้งยังได้จัดตั้งกลไกการรับเรื่องร้องเรียนที่มีมาตรฐานด้านความปลอดภัย ความโปร่งใส และการรักษาความลับ เพื่อให้มั่นใจว่าทุกกรณีจะได้รับการตรวจสอบและแก้ไขอย่างเป็นธรรมตามหลักธรรมาภิบาล





แสดงพลังความหลากหลาย
5 มิติ
เชื้อชาติ ศาสนา อายุ เพศสภาพ และกลุ่มเปราะบาง

Pride Month “Embrace the Diversity” ชูหลักสิทธิมนุษยชน ดันนโยบาย DE&I โอบรับความแตกต่างขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน

วันที่ 18 มิถุนายน 2568 เครือเจริญโภคภัณฑ์และบริษัทในเครือผนึกพลังจัดกิจกรรมใหญ่เนื่องในโอกาส Pride Month เปิดเวที “CP Group Embrace the Diversity: โอบรับคุณค่าและความหลากหลายในตัวตน เพื่อเดินหน้าสู่อนาคตที่ยั่งยืน” เพื่อสะท้อนจุดยืนในการขับเคลื่อนนโยบายด้าน Diversity, Equity and Inclusion (DE&I) ให้หยั่งรากเป็นวัฒนธรรมองค์กรอย่างแท้จริง

การสร้างคุณค่า
Human Capital Relationship Capital

การขับเคลื่อนองค์กรด้วยความหลากหลายและความเท่าเทียม

เครือเจริญโภคภัณฑ์เชื่อมั่นว่าความหลากหลายของบุคลากรเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ทั้งในด้านนวัตกรรม ศักยภาพขององค์กร และมุมมองที่หลากหลายในการดำเนินธุรกิจ เครือฯ จึงยึดมั่นในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้าง เคารพความแตกต่าง และปราศจากการเลือกปฏิบัติ เพื่อให้พนักงานทุกคน ไม่ว่าจะมีเพศ อายุ ประสบการณ์ เชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา หรือภูมิหลังที่แตกต่างกัน ได้รับโอกาสอย่างเท่าเทียมในการเรียนรู้ พัฒนา และเติบโตในเส้นทางอาชีพตามศักยภาพของตน ซึ่งเครือฯ มุ่งสร้างโอกาสที่เท่าเทียมตลอดทุกช่วงของการทำงาน ตั้งแต่การสรรหา การบรรจุแต่งตั้ง ไปจนถึงการเติบโตสู่บทบาทผู้นำ โดยยึดหลักคุณสมบัติ ความสามารถ และผลการปฏิบัติงานเป็นสำคัญ ควบคู่กับการบริหารค่าตอบแทนและผลประโยชน์ที่เป็นธรรม และโปร่งใส พร้อมกันนี้ เครือฯ ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศ และการสนับสนุนผู้หญิง บุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และกลุ่มบุคลากรที่อาจเผชิญข้อจำกัดในการเข้าถึงโอกาส ให้สามารถเข้าถึงค่าตอบแทน การพัฒนาทักษะ และโอกาสสู่ตำแหน่งผู้นำได้อย่างเป็นธรรม โดยเครือฯ ติดตามและทบทวนข้อมูลโครงสร้างบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับการบริหารทรัพยากรบุคคลให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรและการเติบโตอย่างยั่งยืน

ร้อยละ 34.58
สัดส่วนผู้บริหารหญิงต่อผู้บริหารทั้งหมด

1:1.01
อัตราการจ้างค่าจ้าง
ผู้บริหารชาย : ผู้บริหารหญิง

สัดส่วนพนักงานหญิงที่ทำงานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
ร้อยละ 47.36

การประเมินผลการปฏิบัติงาน และค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเท่าเทียม

การประเมินผลการดำเนินงานอย่างโปร่งใส

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการประเมินผลการดำเนินงานอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และตรวจสอบได้ โดยยึดมั่นในหลักความเท่าเทียมที่ไม่จำกัดเพียงการมอบโอกาส แต่ยังรวมถึงการสร้างพื้นที่ปลอดภัยทางจิตใจ (Psychological Safety) ที่สนับสนุนให้พนักงานสามารถสื่อสารความคิดเห็น สะท้อนข้อกังวล และแลกเปลี่ยนมุมมองกับผู้บังคับบัญชาได้อย่างเปิดกว้าง เครือฯ มองว่ากระบวนการประเมินผลเป็นกลไกสำคัญในการสะท้อนผลงานศักยภาพ และแนวทางการพัฒนาของพนักงานแต่ละคนอย่างเหมาะสม จึงมุ่งให้การประเมินผลดำเนินไปบนพื้นฐานของบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ เป้าหมายการทำงาน และผลการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับทิศทางขององค์กร

พนักงานทุกคนจะต้องเข้ารับการประเมินผลการดำเนินงานประจำปี ซึ่งทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการสร้างบทสนทนาเชิงสร้างสรรค์ระหว่างหัวหน้างานและพนักงาน ควบคู่กับการวางแผนพัฒนาสายอาชีพร่วมกัน เครือเจริญโภคภัณฑ์จัดให้มีเครื่องมือการประเมินที่เหมาะสมกับลักษณะงานและบริบทขององค์กร อาทิ การประเมินตามดัชนีชี้วัดผลงาน (KPIs) การประเมินรอบทิศทาง (360-degree Feedback) การประเมินผลการปฏิบัติงานในระดับทีม (Team-based Performance Appraisal) และการหารือเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Agile Conversation) เพื่อให้การประเมินครอบคลุมทั้งผลสัมฤทธิ์ของงานรายบุคคล ความร่วมมือในการขับเคลื่อนเป้าหมายของทีม พฤติกรรมที่สอดคล้องกับค่านิยมองค์กร และความพร้อมในการพัฒนาศักยภาพในอนาคต ขณะเดียวกัน เครือฯ ยังให้ความสำคัญกับการสื่อสารหลักเกณฑ์และแนวทางการประเมินผลให้ชัดเจน เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน และสนับสนุนให้การตัดสินใจด้านบุคลากรเป็นไปอย่างเป็นธรรมและสอดคล้องกันทั่วทั้งองค์กร อันเป็นพื้นฐานสำคัญของการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

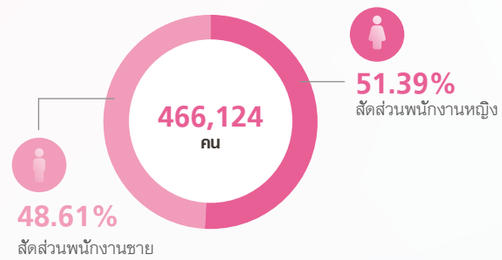
การส่งเสริมค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเท่าเทียม

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการบริหารค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม โปร่งใส และเหมาะสมกับบริบทของแต่ละธุรกิจ เพื่อสะท้อนคุณค่าที่พนักงานสร้างให้แก่องค์กร พร้อมทั้งสนับสนุนการรักษาและพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพ โดยพิจารณาจากบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ ความรู้ความสามารถ ผลการปฏิบัติงาน และสภาวะตลาดแรงงานของแต่ละประเทศ และแต่ละอุตสาหกรรม ควบคู่กับการจัดสวัสดิการและความคุ้มครองทางสังคมที่สอดคล้องกับกฎหมายท้องถิ่น สถานะการจ้างงาน และบริบทการดำเนินธุรกิจในแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้ เครือฯ นำปัจจัยด้านค่าครองชีพและความเพียงพอในการดำรงชีพของแรงงานมาประกอบการทบทวนแนวทางบริหารค่าตอบแทนอย่างต่อเนื่อง ภายใต้หลักความเท่าเทียม เครือเจริญโภคภัณฑ์ยึดถือหลักค่าตอบแทนที่เท่าเทียมสำหรับงานที่มีคุณค่าเท่ากัน และติดตามทบทวนข้อมูลค่าตอบแทนอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในมิติของระดับตำแหน่ง โครงสร้างเงินเดือน และความแตกต่างระหว่างเพศ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงบริหารบนพื้นฐานของความเป็นธรรมและข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพบประเด็นที่ควรปรับปรุง เครือฯ จะพิจารณากำหนดแนวทางดำเนินงานที่เหมาะสม เพื่อยกระดับระบบค่าตอบแทนให้สอดคล้องกับความเป็นธรรมภายในองค์กรและความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

ข้อมูลความหลากหลายของพนักงาน

จำนวนพนักงานทั้งหมด

(คน)



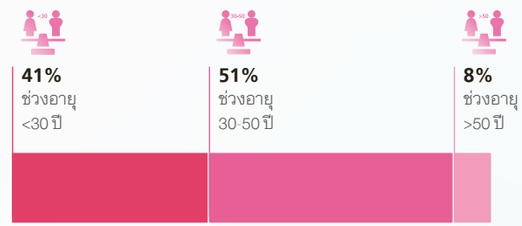
จำนวนพนักงานตามประเภทการจ้างงาน

(คน)



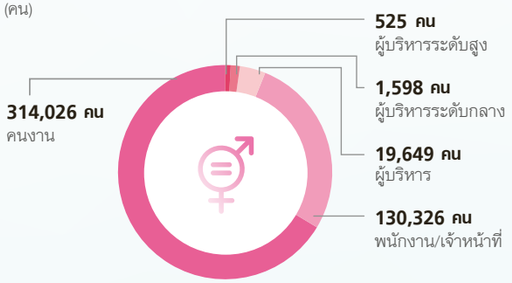
จำนวนพนักงานตามช่วงอายุ

(%)



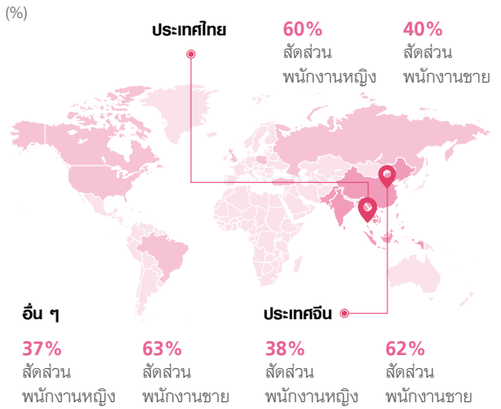
จำนวนพนักงานตามระดับพนักงาน

(คน)



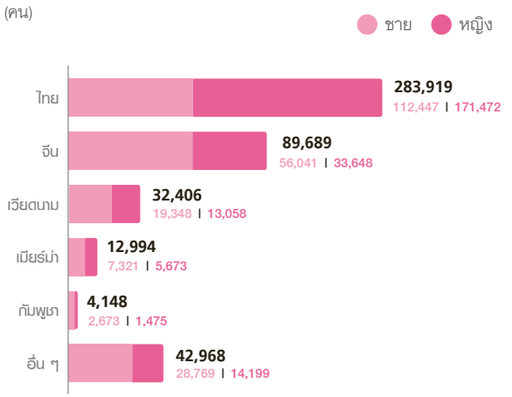
จำนวนพนักงานตามภูมิประเทศ

(%)



จำนวนพนักงานตามสัญชาติ

(คน)



อาชีวอนามัยและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยึดมั่นในการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาวะที่ดีของพนักงานและผู้รับเหมาทุกคน โดยถือเป็นรากฐานสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ท่ามกลางความท้าทายที่ซับซ้อนจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลต่อสุขภาพและความเสี่ยงใหม่จากการนำเทคโนโลยีและระบบควบคุมอุตสาหกรรมมาใช้ เครือฯ จึงได้ยกระดับนโยบายและแนวปฏิบัติเชิงรุกที่ครอบคลุมทั้งห่วงโซ่อุปทาน โดยบูรณาการกฎพิทักษ์ชีวิตเข้าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรเพื่อสร้างความตระหนักรู้และป้องกันอุบัติเหตุอย่างเข้มงวด

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้นการประเมินและบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายอุบัติเหตุเป็นศูนย์ (Zero Accident) พร้อมทั้งส่งเสริมสุขภาวะที่ดีอย่างรอบด้าน เพื่อให้มั่นใจว่าบุคลากรทุกคนสามารถทำงานได้อย่างเต็มศักยภาพในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและมั่นคง

ความมุ่งมั่นการบริหารจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยึดมั่นในการจัดสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาวะของพนักงานทุกคน ภายใต้กรอบสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ มาตรฐานองค์กรแรงงานระหว่างประเทศ (International Labor Organization: ILO) และกฎหมายด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในทุกประเทศที่มีการดำเนินธุรกิจ โดยเครือฯ ได้กำหนดเป้าหมาย “Zero Accident” ต่อการบาดเจ็บร้ายแรงและการเสียชีวิต พร้อมส่งเสริมสุขภาวะด้านร่างกายและจิตใจอย่างรอบด้าน

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังจัดให้มีงานสัมมนาทางวิชาการ CP Safety Forum เป็นเวทีกลางสำหรับการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านความปลอดภัย การแลกเปลี่ยนประสบการณ์บริหารความเสี่ยง และการนำเสนอแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ ระหว่างหน่วยธุรกิจภายในเครือฯ เพื่อพัฒนาภาวะผู้นำด้านความปลอดภัย (Safety Leadership) สร้างเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญ และยกระดับวัฒนธรรมความปลอดภัยอย่างยั่งยืน

ในระดับปฏิบัติการ ผู้จัดการและหัวหน้างานมีหน้าที่ระบุ ประเมิน และควบคุมความเสี่ยงในพื้นที่รับผิดชอบ รวมถึงกำกับดูแลให้สอดคล้องกับกฎหมาย มาตรฐาน และกฎพิทักษ์ชีวิต ขณะที่พนักงานทุกคนมีหน้าที่ปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความปลอดภัย ใช้อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลอย่างถูกต้อง รายงานสภาพไม่ปลอดภัยหรือเหตุการณ์เกือบเกิดอุบัติเหตุ (Near Miss) และร่วมเสนอแนวทางปรับปรุง เพื่อร่วมกันสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยที่เข้มแข็งทั่วทั้งองค์กร

โครงสร้างการบริหารจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

เครือเจริญโภคภัณฑ์กำหนดให้มีคณะกรรมการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยระดับหน่วยธุรกิจ โดยมีหน้าที่กำหนดนโยบาย เป้าหมาย กลยุทธ์ และตัวชี้วัดด้านความปลอดภัยให้สอดคล้องกับทิศทางของเครือฯ รวมถึงกำกับติดตามผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอผ่านการประชุมทบทวนผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์แนวโน้มอุบัติเหตุ และการกำหนดแผนปรับปรุงเชิงป้องกัน

ในขณะเดียวกัน ผู้บริหารระดับสูงมีบทบาทสำคัญในการแสดงภาวะผู้นำด้านความปลอดภัย โดยกำหนดให้ความปลอดภัยเป็นวาระสำคัญขององค์กร บูรณาการความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยเข้าสู่แผนธุรกิจ การลงทุน และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ พร้อมทั้งสนับสนุนทรัพยากรที่เพียงพอเพื่อให้มาตรการต่าง ๆ ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

> “เราจะยกระดับวัฒนธรรมความปลอดภัยที่แข็งแกร่งในเครือฯ โดยมีภาวะผู้นำด้านความปลอดภัยที่เข้มแข็ง ความรับผิดชอบ และความมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศด้านความปลอดภัย เป็นรากฐานของการทำงาน ทุกคนต้องมีส่วนร่วมในการทำงานอย่างปลอดภัยและปกป้องซึ่งกันและกัน เพราะความปลอดภัยไม่ใช่เพียงกฎระเบียบ แต่คือ ค่านิยมหลักขององค์กรที่เราต้องยึดมั่น”
>
> **คุณวรวิทย์ วรุตบางกูร**
> หัวหน้าคณะผู้บริหาร ด้านกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์
> เครือเจริญโภคภัณฑ์



การบริหารจัดการความเสี่ยงอัคคีภัยจากรถไฟฟ้า

จากแนวโน้มการใช้รถยนต์ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ และพบว่าความเสี่ยงหลักคืออัคคีภัยจากแบตเตอรี่ลิเทียมไอออน เครือฯ จึงกำหนดแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยครบวงจร ครอบคลุมการประเมินความเสี่ยงเฉพาะด้าน การออกแบบสถานีชาร์จตามมาตรฐานกฎหมาย โดยกำหนดให้จุดชาร์จหลักตั้งอยู่นอกอาคารหรือในพื้นที่เปิดโล่ง พร้อมระบบตัดไฟอัตโนมัติ ระบบระบายอากาศ และอุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัยที่เหมาะสม

ขณะเดียวกัน เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เสริมมาตรการป้องกันเพิ่มเติม ได้แก่ การติดตั้งเครื่องดับเพลิงเฉพาะสำหรับแบตเตอรี่ลิเทียมไอออน การจัดทำแผนตอบโต้เหตุฉุกเฉิน การอบรมพนักงานและผู้รับเหมา และการฝึกซ้อมแผนฉุกเฉินร่วมกับทีมความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ทุกหน่วยธุรกิจพร้อมรับมือได้อย่างมีประสิทธิภาพ



อัคคีภัยรุนแรงจากสถานีชาร์จรถไฟฟ้า
ในพื้นที่ดำเนินงานของเครือเจริญโภคภัณฑ์
0 กรณี

การสร้างคุณค่า
Manufacturing Capital
Natural Capital
Human Capital

การระบุ ประเมิน และจัดการความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินการบริหารความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมการระบุอันตราย การประเมินความเสี่ยง และการกำหนดมาตรการควบคุมตามลำดับชั้นการควบคุมความเสี่ยง (Hierarchy of Controls) รวมถึงการบูรณาการประเด็นสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานและผู้รับเหมาในห่วงโซ่อุปทาน มีการตรวจติดตามทั้งภายในและภายนอก การทบทวนความเสี่ยงประจำปี และการดำเนินการตรวจสอบสถานะ (Due Diligence) เพื่อให้มั่นใจว่ามาตรการมีประสิทธิผลและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล

ภายใต้กรอบดังกล่าว เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับความเสี่ยงใหม่ที่อาจเกิดจากบริบทที่เปลี่ยนแปลง เช่น ความเสี่ยงจากแผ่นดินไหว เป็นต้น ซึ่งกระทบต่อความปลอดภัยและความมั่นคงของสถานประกอบการ จึงได้ดำเนินโครงการประเมินความแข็งแรงของอาคารโดยผู้เชี่ยวชาญ พร้อมจัดทำและทยอยดำเนินการแผนเสริมความมั่นคงตามระดับความเสี่ยง

การติดตามผลและการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีกระบวนการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลอุบัติเหตุ การบาดเจ็บ เหตุการณ์เกือบเกิดอุบัติเหตุ (Near Miss) และโรคจากการทำงานอย่างเป็นระบบ พร้อมดำเนินการสอบสวนหาสาเหตุที่แท้จริง (Root Cause Analysis) กำหนดมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำ และสื่อสารถอดบทเรียนจากอุบัติเหตุ ผลการดำเนินงานถูกนำมาทบทวนในระดับผู้บริหาร เพื่อปรับปรุงมาตรการและพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่อง

มาตรการป้องกันอุบัติเหตุและโรคจากการทำงาน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยกระดับมาตรการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดกรอบการควบคุมความเสี่ยงที่ชัดเจน ครอบคลุมทั้งการป้องกันอุบัติเหตุร้ายแรงและการลดความเสี่ยงต่อโรคจากการทำงานในระยะยาว กลไกสำคัญประกอบด้วย กฎพิทักษ์ชีวิต (Life Saving Rules) สำหรับงานความเสี่ยงสูง อาทิ งานที่สูง งานในที่อับอากาศ งานไฟฟ้า และงานขับขี่ยานพาหนะ ควบคู่กับระบบใบอนุญาตทำงาน (Permit to Work) เพื่อให้มีการประเมินอันตรายและกำหนดมาตรการควบคุมก่อนเริ่มปฏิบัติงานทุกครั้ง

ในด้านการส่งเสริมสุขภาพ เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินการตรวจสุขภาพประจำปีและเฝ้าระวังโรคจากการทำงานตามปัจจัยเสี่ยงของแต่ละตำแหน่งงาน รวมถึงกำหนดมาตรการรับมือความเครียดจากความร้อน ได้แก่ การจัดเวลาพักที่เหมาะสม จุดพักคลายร้อน และการให้ความรู้เรื่องอาการเตือน ขณะเดียวกัน ยังให้ความสำคัญกับสุขภาพจิตและสมดุลชีวิตการทำงาน ผ่านโครงการส่งเสริมสุขภาวะ การให้คำปรึกษา และกิจกรรมสร้างความผูกพันในองค์กร

ทั้งนี้ เพื่อให้มาตรฐานความปลอดภัยครอบคลุมตลอดห่วงโซ่คุณค่า เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ขยายมาตรการดังกล่าวสู่ผู้รับเหมาผ่านโครงการ CP Safety Passport โดยกำหนดให้ผู้รับเหมาทุกคนผ่านการอบรมและทดสอบความรู้ด้านกฎพิทักษ์ชีวิต ระบบใบอนุญาตทำงาน และมาตรการควบคุมความเสี่ยง ก่อนเข้าพื้นที่ปฏิบัติงาน เพื่อให้ทุกคนที่ดำเนินงานภายใต้เครือฯ มีความพร้อมและตระหนักถึงความปลอดภัยในระดับเดียวกัน

โครงการ CP Safety Passport



จำนวนผู้รับเหมาได้ผ่านการอบรมและได้รับ CP Safety Passport

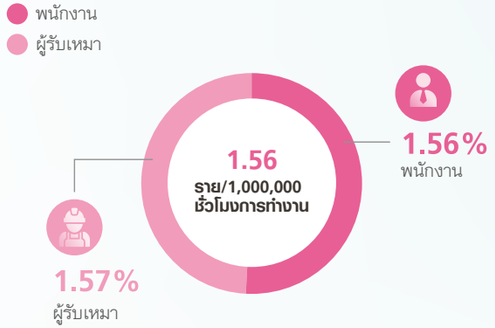
45,083 คน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ริเริ่มโครงการ CP Safety Passport เพื่อยกระดับมาตรฐานด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยและความตระหนักรู้ของผู้รับเหมา โดยกำหนดให้ผู้รับเหมาทุกคนต้องผ่านการอบรมและทดสอบก่อนเข้าปฏิบัติงานในพื้นที่ หลักสูตรของโครงการแบ่งเป็น 2 ประเภทตามลักษณะความเสี่ยงของงาน ได้แก่ หลักสูตรพื้นฐานด้านความปลอดภัยเพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกและความเข้าใจในข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง และหลักสูตรเฉพาะสำหรับงานที่มีความเสี่ยงสูง เช่น งานบนที่สูง งานไฟฟ้า งานโทรคมนาคม และงานในที่อับอากาศ เป็นต้น ผู้ที่ผ่านเกณฑ์จะได้รับบัตรรับรอง CP Safety Passport เพื่อยืนยันการปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยเดียวกันทั่วทั้งเครือฯ และสนับสนุนเป้าหมายอุบัติเหตุเป็นศูนย์

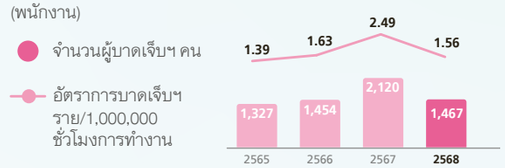
การสร้างคุณค่า
- Human Capital
- Relationship Capital

ข้อมูลด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

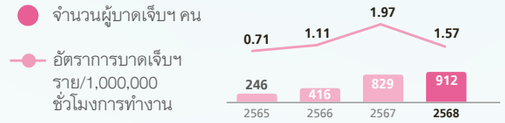
การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานทั้งหมด



การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน
(พนักงาน)



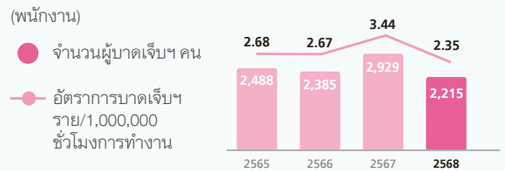
การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน
(ผู้รับเหมา)



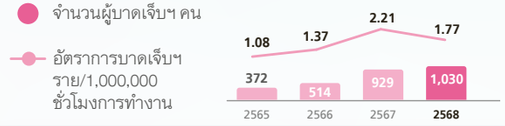
การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานแบ่งตามภูมิประเทศ
(รายได้/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน)

	รวม	พนักงาน	ผู้รับเหมา
ประเทศไทย	1.62	1.57	1.67
อาเซียน	1.18	1.47	0.38
ประเทศจีน	1.44	1.63	0.29
อื่น ๆ	0.00	0.00	0.00

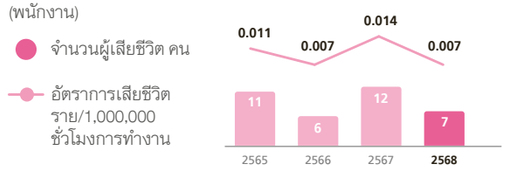
การบาดเจ็บทุกประเภท
(พนักงาน)



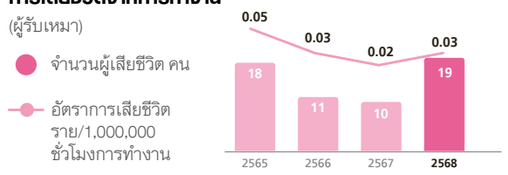
การบาดเจ็บทุกประเภท
(ผู้รับเหมา)



การเสียชีวิตจากการทำงาน
(พนักงาน)



การเสียชีวิตจากการทำงาน
(ผู้รับเหมา)



จำนวนผู้เสียชีวิตจากการทำงานแบ่งตามประเภท
(คน)

	รวม	พนักงาน	ผู้รับเหมา
ตกจากที่สูง	5	2	3
ไฟฟ้าช็อต	8	1	7
ที่อับหรือแคบ	1	0	1
รถชน	8	3	5

การเสริมสร้างความปลอดภัย และประสิทธิภาพของยานยนต์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักว่าความปลอดภัยในการขนส่งคือหัวใจสำคัญของห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพและรับผิดชอบต่อสังคม เครือฯ จึงมุ่งเน้นการยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยของกองยานพาหนะให้สูงกว่าข้อกำหนดของกฎหมาย โดยมีการบริหารจัดการความเสี่ยงเชิงรุกที่ครอบคลุมทั้งตัวยานพาหนะ พนักงานขับรถ และปัจจัยภายนอกที่ควบคุมได้ยาก เช่น สภาพอากาศที่แปรปรวน และสถานการณ์บนท้องถนน เป็นต้น กลยุทธ์สำคัญคือการบูรณาการเทคโนโลยีอัจฉริยะเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการติดตามและควบคุมความปลอดภัยในการขับขี่แบบเรียลไทม์ ควบคู่ไปกับการดูแลสุขภาวะของพนักงานขับรถ เพื่อป้องกันความเหนื่อยล้า ซึ่งเป็นสาเหตุหลักของอุบัติเหตุ นอกจากนี้ เครือฯ ยังมุ่งมั่นสร้างวินัยจราจรและวัฒนธรรมความปลอดภัยให้แก่บุคลากรด้านการขนส่งทุกคน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่คู่ค้าและผู้ร่วมใช้รถใช้ถนน

การจัดการความเสี่ยงด้านยานยนต์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินกระบวนการบริหารความเสี่ยงด้านการขนส่งอย่างเป็นระบบ เริ่มตั้งแต่การระบุอันตรายที่เกี่ยวข้องกับการใช้ยานพาหนะ เช่น อุบัติเหตุบนท้องถนน พฤติกรรมการขับขี่ที่ไม่ปลอดภัย สภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวย เส้นทางที่มีความเสี่ยงสูง และความเหนื่อยล้าของพนักงานขับรถ เป็นต้น จากนั้นจึงประเมินระดับความเสี่ยงโดยพิจารณาความถี่และความรุนแรงของผลกระทบ พร้อมกำหนดมาตรการควบคุมตามลำดับชั้นการควบคุมความเสี่ยง (Hierarchy of Controls) มาตรการสำคัญที่เครือฯ ได้มีการระบุ ได้แก่ การกำหนดชั่วโมงการขับขี่สูงสุดต่อวัน การจัดตารางงานที่เหมาะสมเพื่อลดความเหนื่อยล้า การประเมินเส้นทางล่วงหน้าในช่วงสภาพอากาศรุนแรง และการกำหนดข้อปฏิบัติด้านความปลอดภัย (Fleet Safety Rules) ที่บังคับใช้กับทั้งพนักงานและผู้รับเหมา

มาตรการป้องกันอุบัติเหตุและการใช้เทคโนโลยี

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อเสริมประสิทธิภาพการควบคุมความเสี่ยงด้านยานยนต์ โดยหนึ่งในเทคโนโลยีที่เครือฯ ได้นำมาใช้คือ ระบบ GPS เพื่อติดตามพฤติกรรมการขับขี่แบบเรียลไทม์ กล้องบันทึกภาพในและนอกตัวรถ เพื่อวิเคราะห์เหตุการณ์เกือบเกิดอุบัติเหตุ (Near Miss) และระบบแจ้งเตือนความเร็วหรือการเบรกกะทันหัน โดยข้อมูลที่ได้จะถูกนำมาวิเคราะห์ เพื่อปรับปรุงพฤติกรรมการขับขี่และกำหนดมาตรการป้องกันเพิ่มเติมต่อไป

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังมีการตรวจสอบสภาพรถตามระยะ (Preventive Maintenance) การประเมินความพร้อมของผู้ขับขี่ก่อนเริ่มงาน และการกำหนดมาตรการตอบสนองเหตุฉุกเฉิน กรณีเกิดอุบัติเหตุ เพื่อจำกัดผลกระทบและดูแลผู้ได้รับผลกระทบอย่างเหมาะสม

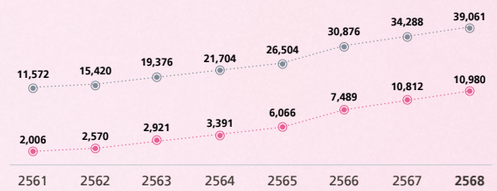
การติดตามและประเมินประสิทธิผล

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดทำตัวชี้วัดความปลอดภัยด้านยานยนต์ เช่น อัตราการเกิดอุบัติเหตุ ความถี่ของเหตุการณ์เกือบเกิดอุบัติเหตุ และพฤติกรรมเสี่ยง เป็นต้น โดยมีการรายงานผลต่อผู้บริหารอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำไปสู่การทบทวนมาตรการและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการตรวจติดตามภายในและการประเมินผู้รับเหมาด้านการขนส่งตามเกณฑ์เดียวกัน

ข้อมูลด้านความปลอดภัยยานยนต์

พนักงานของเครือฯ และพนักงานขับรถขนส่งของคู่ค้าธุรกิจเสียชีวิตรวม
8 ราย

จำนวนบุคลากรที่ผ่านการอบรมและได้ใบขับขี่จากเครือฯ



ลดอุบัติเหตุด้วย TERMINUS Fleet Management System



อัตราของอุบัติเหตุที่ลดลงในปี 2568 เมื่อเทียบกับก่อนการติดตั้ง
ร้อยละ **80**

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้นำระบบ TERMINUS Fleet Management System มาใช้กับรถไซโลขนส่งอาหารสัตว์จำนวน 88 คัน เพื่อยกระดับความปลอดภัยในการขนส่งและลดความเสี่ยงจากพฤติกรรมการขับขี่ โดยระบบทำงานร่วมกับเทคโนโลยี ADAS และ DMS ในการตรวจจับและแจ้งเตือนพฤติกรรมเสี่ยง เช่น การใช้ความเร็วสูง อาการง่วงขณะขับรถ การใช้โทรศัพท์ และการออกนอกเลน เป็นต้น พร้อมเชื่อมโยงข้อมูลเข้าสู่ระบบคลาวด์ เพื่อวิเคราะห์และติดตามผลแบบเรียลไทม์ ก่อนการติดตั้งระบบ รถไซโลมีอุบัติเหตุเฉลี่ย 20-25 ครั้งต่อปี อย่างไรก็ตาม ภายหลังการเริ่มใช้งานตั้งแต่ปี 2566 จำนวนอุบัติเหตุลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2568 เกิดอุบัติเหตุเพียง 4 ครั้ง และส่วนใหญ่มีสาเหตุจากความประมาทของคู่กรณี

การสร้างคุณค่า
Human Capital Relationship Capital

ความปลอดภัยสำหรับไรเดอร์

การเติบโตของการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์และการดำเนินธุรกิจแบบ Omni Channel ทำให้ความต้องการจัดส่งสินค้าอย่างรวดเร็วเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้จำนวนไรเดอร์ และภารกิจการจัดส่งขยายตัวตามไปด้วย ขณะเดียวกัน ไรเดอร์ยังต้องเผชิญความเสี่ยงด้านอุบัติเหตุจากข้อจำกัดด้านเวลา สภาพการจราจร และสภาพอากาศที่แปรปรวน เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงบูรณาการความปลอดภัยของไรเดอร์เข้าสู่ระบบบริหารความเสี่ยงขององค์กร โดยดำเนินการประเมินความเสี่ยงของเส้นทางขนส่ง หลีกเลี่ยงจุดเสี่ยงอุบัติเหตุ และจัดอบรมการขับขี่เชิงป้องกันอุบัติเหตุ (Defensive Driving) เพื่อเสริมสร้างทักษะการขับขี่อย่างปลอดภัย ควบคู่กันนี้ เครือฯ ยังดำเนินกิจกรรมรณรงค์ “6 ขับ เดินทางไป-กลับปลอดภัย” เพื่อส่งเสริมความตระหนักและวินัยในการขับขี่ อาทิ ไม่ใช้โทรศัพท์ขณะขับขี่ ไม่ขับรถเร็วเกินกำหนด ไม่ฝ่าไฟแดง ไม่ขับขี่ขณะง่วงหรือมึนเมา และสวมใส่อุปกรณ์ป้องกันอย่างครบถ้วน พร้อมกำหนดมาตรการตรวจสอบความพร้อมของยานพาหนะก่อนปฏิบัติงาน (Vehicle Safety Check) ทั้งในด้านระบบเบรก ยาง ไฟส่องสว่าง และอุปกรณ์นิรภัย เพื่อลดความเสี่ยงจากความบกพร่องของรถ









การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ

Education and Inequality Reduction

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นสร้างโอกาสทางการศึกษาที่เท่าเทียมและพัฒนาทักษะแห่งอนาคต เพื่อสร้างโอกาสที่เท่าเทียม ยกระดับคุณภาพชีวิตและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมอย่างยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์เชื่อมั่นว่าหัวใจสำคัญของการสร้างอนาคตที่ยั่งยืน คือการปลดล็อกศักยภาพของมนุษย์อย่างไร้ขีดจำกัด จึงมุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการศึกษาไปสู่ “ระบบนิเวศแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต” (Lifelong Learning Ecosystem) เพื่อให้ความรู้ไม่ถูกจำกัดอยู่เพียงในห้องเรียน แต่เป็นทักษะสำคัญที่ติดตัวทุกคนไปตลอดชีวิต ในโลกที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี เครือฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะดิจิทัลและความรู้ด้านปัญญาประดิษฐ์ (AI Literacy) แก่เยาวชน เพื่อเปลี่ยนความท้าทายจากนวัตกรรมให้เป็นโอกาสในการสร้างสรรค์และเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้ เครือฯ ยังมุ่งลดความเหลื่อมล้ำด้วยการส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างเท่าเทียม พร้อมเชื่อมโยงการเรียนรู้สู่การสร้างงาน และอาชีพที่สอดคล้องกับศักยภาพของแต่ละบุคคล เพื่อสร้างความมั่นคงในชีวิต และสนับสนุนให้ทุกคนเติบโตไปพร้อมกับสังคมดิจิทัลอย่างยั่งยืน

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

35.8 ล้านคน

จำนวนเด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ได้รับโอกาสเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ และการพัฒนาทักษะที่จำเป็น (สะสม)

โดยแบ่งเป็น

ออนไลน์	33.7 ล้านคน
ออฟไลน์	2.1 ล้านคน

260,077 คน

จำนวนผู้ได้รับทุนการศึกษา (สะสม)

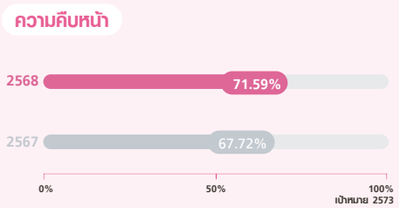
เป้าหมายและความคืบหน้า

เป้าหมาย

50 ล้านคน

ได้รับการสนับสนุนโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต หรือการเสริมทักษะ

ความคืบหน้า



การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

1.1 4.1 4.a 4.4 4.b 4.7 4.c 5.5 8.6 10.1 17.6

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- Delivering on Our SDG Commitments 2025
- Sustainability Performance Supplement 2025

การยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษา ร่วมสร้างพื้นฐานของการพัฒนาประเทศ

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และความต้องการทักษะแห่งอนาคต ทำให้ระบบการศึกษาต้องปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับเยาวชนและแรงงาน ด้วยเหตุนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมุ่งมั่นในการส่งเสริมการศึกษา ผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรระดับประเทศและภาครัฐ ในการดำเนินโครงการมูลนิธิสานอนาคตการศึกษา (CONNEXT ED) เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิต พัฒนาทักษะที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลก ซึ่งการลงทุนในด้านการศึกษาไม่เพียงแต่ช่วยสร้างโอกาสให้กับเยาวชนและแรงงานไทย แต่ยังเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สร้างสังคมที่มีความสามารถในการแข่งขัน และเสริมสร้างพื้นฐานทางดิจิทัล นักเรียนทุกคนต้องมีคอมพิวเตอร์ ส่งเสริมการสร้างสตาร์ทอัพ และศูนย์กลางนวัตกรรม เพื่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างยั่งยืน

ก้าวสู่ปีที่ 9...ยกระดับการศึกษาโรงเรียนคอนเน็กซ์อีดี 7,019 แห่งทั่วประเทศ



จำนวนโรงเรียน CONNEXT ED ที่ได้รับการยกระดับสู่มาตรฐานสากล
7,019 แห่ง

เครือเจริญโภคภัณฑ์ร่วมผนึกกำลังขับเคลื่อนวาระแห่งชาติ ต่อเนื่องเข้าสู่ปีที่ 9 ภายใต้แนวคิด “Thailand’s Education Future: อนาคตการศึกษาไทย อนาคตประเทศไทย” สอดคล้องกับ 5 ยุทธศาสตร์หลัก เร่งขยายผลการดำเนินงานระยะที่ 4 ยกระดับโรงเรียนก้าวสู่มาตรฐานสากล ส่งเสริมให้เด็กไทยเป็นเด็กดี มีความสามารถ พร้อมก้าวสู่โลกอนาคตอย่างมีคุณภาพ ภาคเอกชน โดย คุณศุภชัย เจียรวนนท์ รองประธานอาวุโส เครือเจริญโภคภัณฑ์ ในฐานะประธานกรรมการมูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี เน้นย้ำถึงการนำเอาทรัพยากรที่แต่ละองค์กรมี เข้าไปช่วยพัฒนาโรงเรียน โดยเฉพาะการสร้างเส้นทางเด็กให้มีคุณธรรม จริยธรรม นอกเหนือจากความรู้ทางวิชาการ และเทคโนโลยี ซึ่งเห็นผลเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นจากหลายตัวชี้วัด

การสร้างคุณค่า
Intellectual Capital
Relationship Capital
Human Capital



ผลการดำเนินงานตามกระบวนการปฏิรูปการศึกษา ปี 2568
(ตัวเลขสะสม)

Transparency
จำนวนโรงเรียนคอนเน็กซ์อีดี
7,019 แห่ง
ผ่านเว็บไซต์
www.connexted.org/foundation/

Market Mechanisms
พนักงานอิตอาสา School Partner
2,145 คน
ICT Talent **6,700** คน

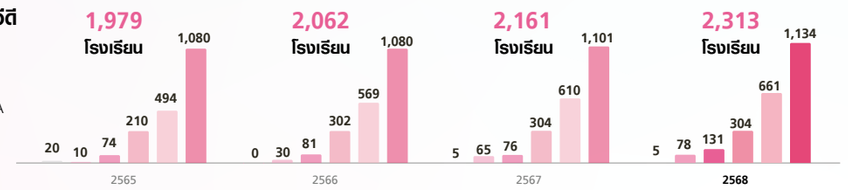
Hight-quality Principals & Teacher
อบรมครู และผู้บริหารโรงเรียน
88,128 คน
ร้อยละ 76 ครูใช้เทคโนโลยีในการสอนมากขึ้น

Child Centric & Curriculum
2.47 ล้านคน
นักเรียนที่ได้รับการสนับสนุนด้านการศึกษา
จัดตั้ง Learning Center
2,000 แห่ง



Digital Infrastructures
จัดหาคอมพิวเตอร์ให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลนทั่วประเทศ
119 ล้านบาท
จำนวนบริจาคโน้ตบุ๊คเพื่อการศึกษา
9,202
ชุดอุปกรณ์ ICT เพื่อการศึกษา

จำนวนโรงเรียนคอนเน็กซ์อีดี ที่เครือฯ ให้การสนับสนุน
(ตัวเลขสะสม)



ส่งเสริมการเรียนรู้ ลดความเหลื่อมล้ำ

เครือเจริญโภคภัณฑ์เชื่อมั่นว่าการศึกษาเป็นกลไกสำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระยะยาว ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงมุ่งขับเคลื่อนการเรียนรู้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชนที่ขาดโอกาส ชุมชนเปราะบาง และพื้นที่ห่างไกลที่ยังเผชิญข้อจำกัดด้านทรัพยากร ครูผู้สอน และการเข้าถึงเทคโนโลยีทางการศึกษา ซึ่งล้วนส่งผลต่อคุณภาพการเรียนรู้และโอกาสในการพัฒนาศักยภาพของคนในสังคม เพื่อตอบโจทย์ความท้าทายดังกล่าว เครือฯ มีการขับเคลื่อนการดำเนินงานภายใต้แนวคิด Sustainable Intelligence (SI Model) โดยมุ่งพัฒนาคนให้มีทั้งความรู้ ทักษะ และจิตสำนึก ควบคู่กับการเตรียมความพร้อมด้านทักษะแห่งอนาคต อาทิ ทักษะดิจิทัล การคิดวิเคราะห์ การประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รวมถึงการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อให้ทุกคนสามารถปรับตัว เติบโต และใช้ศักยภาพของตนได้อย่างเต็มที่ในโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

แนวทางดังกล่าวถูกถ่ายทอดสู่การดำเนินงานที่ครอบคลุมหลายมิติ ตั้งแต่การร่วมยกระดับโรงเรียนผ่านโครงการ CONNEXT ED การขยายการเข้าถึงองค์ความรู้ผ่านทรูปลูกปัญญา และศูนย์การเรียนรู้ชุมชนด้วยเทคโนโลยี 5G การพัฒนาศักยภาพครู และบุคลากรด้านเทคโนโลยี ตลอดจนการสนับสนุนการเรียนรู้สำหรับเยาวชนนอกระบบการศึกษาและกลุ่มเปราะบางในพื้นที่ชายแดนใต้ ขณะเดียวกัน เครือฯ ยังเชื่อมการศึกษาเข้ากับการพัฒนาทักษะอาชีพและโอกาสมีงานทำผ่านหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) รูปแบบทวิภาคี เรียนรู้ควบคู่กับการฝึกปฏิบัติของศูนย์การเรียนปัญญาภิวัฒน์-ซีพีแรม ซึ่งมอบทุนการศึกษาเต็มจำนวน และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีรายได้ระหว่างเรียน อันช่วยให้สามารถศึกษาต่อ พัฒนาทักษะที่จำเป็น และก้าวสู่การมีงานทำได้จริง สะท้อนความมุ่งมั่นของเครือเจริญโภคภัณฑ์ในการสร้างระบบนิเวศการเรียนรู้ที่ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง และเปิดทางให้การศึกษาเป็นฐานของการพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืน

สร้างโอกาสการเรียนรู้ให้ผู้พิการ ลดความเหลื่อมล้ำในสังคม



ศูนย์การเรียนรู้บุคคลออทิสติก
4 แห่ง

อบรมและจ้างงานผู้พิการ
55 คน

บมจ. ทรู คอร์ปอเรชั่น ยกระดับคุณภาพชีวิตของคนพิการต่อเนื่องมา 13 ปี ภายใต้แนวคิด “Creating a Better Life for Vulnerable Groups” สร้างชีวิตที่ดีขึ้นสำหรับกลุ่มเปราะบาง ครอบคลุมความพิการ 7 ประเภท ได้แก่ ทางการมองเห็น การได้ยิน การเคลื่อนไหว ทางจิตใจ ทางสติปัญญา ทางการเรียนรู้ และกลุ่มบุคคลออทิสติก โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชัน True Autistic Application ที่ช่วยเสริมทักษะการเรียนรู้ การสื่อสาร กระตุ้นพัฒนาการด้านร่างกาย สติปัญญา และอารมณ์สำหรับเด็กพิเศษ อีกทั้งยังได้ร่วมกับมูลนิธิออทิสติกไทย จัดตั้งศูนย์ฝึกอาชีพสำหรับบุคคลออทิสติก พัฒนาทักษะอาชีพที่เหมาะสมกับศักยภาพของตนเอง สนับสนุนจัดตั้งธุรกิจเพื่อสังคม มีการจ้างงาน เปิดโอกาสให้คนพิการได้ฝึกทักษะที่จำเป็น มีอาชีพ มีรายได้ สามารถพึ่งพาตนเองได้

การสร้างคุณค่า
- Intellectual Capital
- Relationship Capital
- Human Capital

“เถ้าแก่วัยเก๋า” ปลุกพลังในตัวผู้สูงอายุ



สร้างรายได้ให้กับชุมชนรวมกว่า
290,000 ราย

บมจ. ซีพี แอ็กซ์ตร้า เดินหน้าส่งเสริมศักยภาพผู้สูงอายุผ่านโครงการ “60 ยังแจ๋ว” โดยพัฒนาโอกาสทั้งด้านการสร้างงานและการสร้างรายได้อย่างเหมาะสมกับศักยภาพของแต่ละคน หนึ่งในกิจกรรมสำคัญคือ “เถ้าแก่วัยเก๋า” ซึ่งมุ่งให้ความรู้ ฝึกทักษะ และอบรมอาชีพ เพื่อสนับสนุนผู้สูงวัยที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจส่วนตัว ให้สามารถต่อยอดประสบการณ์สู่รายได้อย่างยั่งยืน ควบคู่กับ “ตลาดสุขใจวัยเก๋า” ที่แม็คโครและโลตัสเปิดพื้นที่ให้ผู้สูงวัยนำสินค้ามาจำหน่ายโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ช่วยเปิดโอกาสให้แสดงศักยภาพทางการค้า และสร้างความมั่นใจในการประกอบอาชีพต่อไป

การสร้างคุณค่า
- Intellectual Capital
- Relationship Capital
- Human Capital

ทุนการศึกษาเครือเจริญโภคภัณฑ์ ประจำปี 2568



จำนวนทุนการศึกษาที่มอบในปี 2568
229 ทุน

ตลอดระยะเวลากว่า 47 ปี เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มอบโอกาสทางการศึกษาแก่เยาวชนทั่วประเทศ ผ่าน “ทุนการศึกษาเครือเจริญโภคภัณฑ์ (ทุนซีพี)” ซึ่งเป็นทุนแบบไม่มีข้อผูกมัด เพื่อ “สร้างคนดี คนเก่ง เพื่ออนาคตประเทศ” โดยเปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ ทุนซีพีไม่เพียงช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา แต่ยังส่งเสริมความเท่าเทียมและพัฒนาศักยภาพของคนรุ่นใหม่ ที่เน้นการเรียนรู้จากการลงมือทำ เสริมทั้งความรู้ ทักษะชีวิต และภาวะผู้นำ เพื่อให้เยาวชนพร้อมก้าวสู่โลกการทำงานอย่างมั่นใจ

การสร้างคุณค่า
- Intellectual Capital
- Human Capital

ส่งมอบโอกาสทางการศึกษา พัฒนาทักษะแห่งอนาคต

เครือเจริญโภคภัณฑ์เล็งเห็นว่าการศึกษาเป็นมากกว่าการสร้างโอกาสในการเรียนรู้ หากแต่เป็นรากฐานของการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เครือฯ จึงมุ่งส่งมอบโอกาสทางการศึกษาอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการพัฒนาทักษะแห่งอนาคตที่จำเป็นต่อโลกยุคใหม่ ทั้งด้านการคิดวิเคราะห์ การสื่อสาร ความคิดสร้างสรรค์ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อให้เยาวชนและคนรุ่นใหม่สามารถปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลง สร้างคุณค่าให้แก่ตนเอง และเติบโตเป็นพลังสำคัญของสังคม

ภายใต้แนวคิดดังกล่าว เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการเรียนรู้ที่ไม่จำกัดอยู่เพียงในระบบการศึกษาแบบดั้งเดิม แต่เชื่อมโยงไปสู่ประสบการณ์จริง การฝึกทักษะจากการปฏิบัติ การเปิดมุมมองสู่โลกกว้าง และการสร้างความพร้อมสำหรับเส้นทางชีวิตและการทำงานในอนาคต ผ่านความร่วมมือกับภาคการศึกษา ภาคธุรกิจ และเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง แนวทางนี้สะท้อนความมุ่งมั่นของเครือฯ ในการสนับสนุนให้การศึกษาเป็นทั้งเครื่องมือในการยกระดับศักยภาพของบุคคล และเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาทุนมนุษย์ ให้พร้อมขับเคลื่อนสังคมไทยให้เข้มแข็งและเติบโตได้อย่างยั่งยืน



“สำหรับการศึกษา สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการสร้างโอกาสให้เด็ก เพราะถ้าขาดโอกาส พวกเขาจะเติบโตไปโดยไม่รู้เท่าทันโลกอนาคต ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้ว เด็กกลุ่มนี้อาจมีคนที่มีศักยภาพจะเติบโตขึ้นไปเป็นกำลังสำคัญ หรือเป็นผู้นำในการพัฒนาประเทศในวันข้างหน้า สิ่งที่ทรูปลูกปัญญา และมูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี มุ่งมั่นทำ คือการส่งมอบโอกาสผ่านระบบนิเวศการเรียนรู้ ทั้งสื่อ เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัย รวมไปถึงปลุกฟังการใช้ AI อย่างมีจริยธรรม เพื่อเข้าไปช่วยเติมเต็มคุณภาพชีวิต พัฒนาศักยภาพ และทักษะแห่งอนาคต ให้เด็กไทยทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน”

ดร. เนตรชนก วิภาตะศิลปิน
หัวหน้าคณะผู้บริหารด้านความยั่งยืนองค์กร
บมจ. ทรู คอร์ปอเรชั่น

One Young World Summit 2025



พนักงานรุ่นใหม่เข้าร่วมคัดเลือก
140 คน

ในแต่ละปี เครือเจริญโภคภัณฑ์สนับสนุนเยาวชนผู้มีศักยภาพจากกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ให้เข้าร่วมการประชุมสุดยอด One Young World ประจำปีในฐานะผู้แทนของเครือฯ ผู้สมัครต้องผ่านกระบวนการคัดเลือกที่เข้มข้น ซึ่งประกอบด้วยเวิร์กชอปเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์และกิจกรรมแฮกกาธอน เพื่อแสดงศักยภาพของตนเอง พร้อมเปิดโอกาสให้ได้พบปะเพื่อนใหม่และฝึกคิดนอกกรอบ ในปี 2568 ผู้ได้รับการคัดเลือกจำนวน 20 คน ได้รับแต่งตั้งให้เป็น “Youth Leader Ambassadors” ของเครือฯ และเข้าร่วมการประชุมสุดยอดซึ่งจัดขึ้น ณ Olympiapark เมืองมิวนิก ประเทศเยอรมนี โดยได้แลกเปลี่ยนมุมมองกับเยาวชนจากทั่วโลก และนำพลังแห่งการเปลี่ยนแปลงกลับมาขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในองค์กร ชุมชน และสังคมไทย

การสร้างคุณค่า
Intellectual Capital Relationship Capital
Human Capital

ความสนุกของวิทยาศาสตร์และการเกษตร

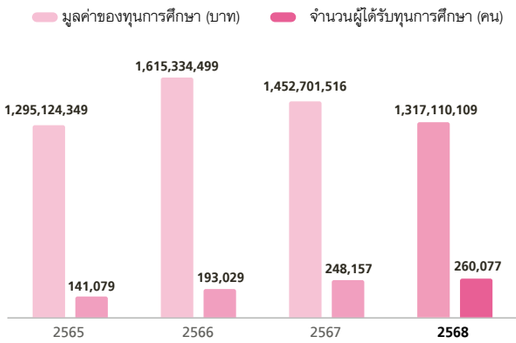


นักเรียนมีส่วนร่วม
13,000 คน

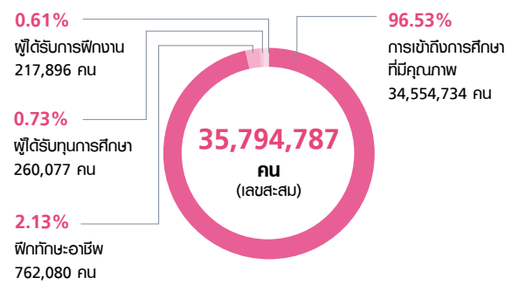
นักเรียนจากหลายโรงเรียนในเมืองฉือซี ร่วมโครงการทัศนศึกษาเชิงสำรวจด้านปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) เรื่อง “ความปลอดภัยของอาหารและการส่งเสริมการเจริญเติบโตอย่างมีสุขภาพดี” ณ อุทยานอุตสาหกรรมเชิงนิเวศซีพี ฉือซี (Cixi Chia Tai Eco-Industrial Park) ที่เปลี่ยนความรู้ทางวิทยาศาสตร์ที่ซับซ้อน เป็นการทดลองเชิงสำรวจที่สนุกน่าสนใจ สร้างนักวิทยาศาสตร์จิ๋วที่เชี่ยวชาญทักษะการเอาตัวรอดในการเข้าใจฉลากอาหาร และเรียนรู้ที่จะเลือกอย่างมีเหตุผล

การสร้างคุณค่า
Intellectual Capital

จำนวนผู้ได้รับทุนการศึกษาและมูลค่าของทุนการศึกษา



จำนวนผู้ได้รับโอกาสเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพและการพัฒนาทักษะที่จำเป็น ผ่านการสนับสนุนของเครือฯ





การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล

Leadership and Human Capital Development

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นปั้นผู้นำรุ่นใหม่ และพัฒนาศักยภาพพนักงาน พร้อมยกระดับวัฒนธรรมการเรียนรู้เพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทุกระดับผ่านระบบนิเวศการเรียนรู้ที่มีพนักงานเป็นศูนย์กลาง โดยมีสถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ เป็นแกนหลักในการบ่มเพาะผู้นำที่มีจริยธรรมและทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 เครือฯ บริหารจัดการผ่านกลยุทธ์การยกระดับและปรับเปลี่ยนทักษะ (Upskilling & Reskilling) โดยเฉพาะความเชี่ยวชาญด้านปัญญาประดิษฐ์ และการบริหารจัดการข้อมูล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ และสร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความยั่งยืน นอกจากนี้ เครือฯ ยังให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่พนักงานผ่านระบบการบริหารผลการปฏิบัติงานที่โปร่งใส การดูแลสุขภาวะที่รอบด้าน และการส่งเสริมความหลากหลายและเท่าเทียมในองค์กร การดำเนินงานเชิงรุกนี้ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มความผูกพันของบุคลากรต่อองค์กร แต่ยังเป็นการสร้างทุนมนุษย์ที่แข็งแกร่ง ซึ่งเป็นฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนพันธกิจของเครือฯ สู่การเป็นองค์กรชั้นนำระดับโลกอย่างยั่งยืน

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

34.89 ชั่วโมง/คน/ปี

เฉลี่ยชั่วโมงการฝึกอบรมที่พนักงานได้รับในปี 2568

100%

สัดส่วนของพนักงานที่ได้รับการประเมินผลการดำเนินงานประจำปี

เป้าหมายและความคืบหน้า

เป้าหมาย	ความคืบหน้า
100% พนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรมด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี	2568: 100% 2567: 100% 0% 50% 100% เป้าหมาย 2573
100% พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในกิจกรรม หรือโครงการด้านความยั่งยืน	2568: 51.23% 2567: 47.38% 0% 50% 100% เป้าหมาย 2573

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

1.1

4.3 4.6
4.4
4.5

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- Delivering on Our SDG Commitments 2025
- Sustainability Performance Supplement 2025

การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล

ท่ามกลางการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัลที่มีเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) เป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญ เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักดีว่าความท้าทายที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานมากที่สุดคือ ความรวดเร็วของการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างทักษะแรงงานเดิม (Legacy Skills) การเกิดช่องว่างทางทักษะดิจิทัลไม่เพียงแต่เป็นความเสี่ยงต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน แต่ยังเป็นโจทย์สำคัญในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานทุกระดับจะสามารถปรับตัวและเติบโตไปพร้อมกับการก้าวกระโดดของนวัตกรรมได้ นอกจากนี้ สภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในการดึงดูดบุคลากรที่มีศักยภาพสูง และความหลากหลายของคนหลายช่วงวัยในองค์กรที่มีการดำเนินธุรกิจในหลายประเทศ ยังเพิ่มความซับซ้อนในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นหนึ่งเดียว และการรักษาความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรในระยะยาว

อย่างไรก็ตาม ภายใต้ความท้าทายเหล่านี้ถือเป็นโอกาสเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญในการยกระดับเครือเจริญโภคภัณฑ์สู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ เครือฯ ได้นำระบบวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูงมาใช้ที่ไม่เพียงแต่ช่วยให้การบริหารจัดการทุนมนุษย์มีความแม่นยำและเป็นธรรมมากขึ้น แต่ยังเป็นโอกาสในการสร้างผู้นำที่มีความพร้อมทั้งด้านจริยธรรมและขีดความสามารถทางดิจิทัล นอกจากนี้ การเปิดรับความหลากหลายและความเท่าเทียมภายในองค์กรยังเป็นอีกหนึ่งมิติที่เครือฯ ให้ความสำคัญ ซึ่งไม่เพียงแต่ตอบสนองต่อหลักการสิทธิมนุษยชนสากล และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน แต่ยังเป็นการสร้างเสริมความสามารถของพนักงานที่ส่งมอบคุณค่าให้แก่สังคม และสร้างความยืดหยุ่นทางธุรกิจ เพื่อรับมือกับความผันผวนของโลกในอนาคตได้อย่างมั่นคง

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรบุคคล

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักดีว่าทรัพยากรบุคคลคือหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน กลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคลจึงต้องสนับสนุนกลยุทธ์ของธุรกิจในการเป็นองค์กรที่เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการสร้างอาหารคนอาหารสมอง โอกาสในการเข้าถึงคุณค่าเพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทุกระดับสู่การปฏิบัติงานที่เป็นเลิศให้มีประสิทธิภาพสูง คุณภาพสูง ผ่านการเรียนรู้เพิ่มทักษะสำคัญ โดยออกแบบและพัฒนาขึ้นให้เหมาะสมกับบุคลากรในตำแหน่งต่าง ๆ สอดคล้องกับทิศทางของธุรกิจเพื่อก้าวสู่อัจฉริยะผสานมนุษย์และเทคโนโลยี (Bionic Organization)

สร้างองค์กรอัจฉริยะผสานมนุษย์และเทคโนโลยี (Bionic Organization)

- การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เหมาะสมและทันสมัย
- เป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่น ทำงานแบบ Agile และคล่องตัว
- ส่งเสริมให้มีการทำงานข้ามสายงานภายในเครือฯ เพื่อการพัฒนาบุคลากรรอบด้าน

การดึงดูดและสรรหาคนดีคนเก่งทั่วโลก

- สรรหาและคัดเลือกคนดีและคนเก่ง เพื่อขับเคลื่อนกลยุทธ์ สอดรับกับความต้องการในอนาคต
- รักษาบุคลากรที่มีศักยภาพให้อยู่กับองค์กรในระยะยาว ให้โอกาสและอำนาจในการตัดสินใจ

สร้างผู้นำ และพัฒนาทักษะแห่งอนาคต

- พัฒนาศักยภาพบุคลากรทุกระดับ สู่การปฏิบัติงานที่เป็นเลิศ
- เน้นการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง (Action Learning Program)
- สร้างโอกาสความก้าวหน้า พัฒนาทักษะดิจิทัล แก้ไขปัญหาและสร้างความเป็นผู้นำ

เสริมสร้างวัฒนธรรมการรักเครือฯ

- ปลูกฝังค่านิยม 6 ประการ
- เน้นการสร้างแรงบันดาลใจ สร้างความรัก ความผูกพันและความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งของเครือฯ

“CP HR Global Summit 2025” รวมพลังบุคลากรด้านทรัพยากรมนุษย์ของเครือฯ จากทั่วโลก มาร่วมปลุกพลังคน ขับเคลื่อนองค์กรสู่อนาคตด้วยพลังแห่งดิจิทัล

เครือเจริญโภคภัณฑ์จัดการประชุมระดับโลก “CP HR Global Summit 2025” ต่อเนื่องเป็นครั้งที่ 2 ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุก 2 ปี เพื่อเปิดเวทีให้ผู้บริหารด้านทรัพยากรบุคคลจากทั่วโลกของเครือฯ ได้แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ วิสัยทัศน์ และกลยุทธ์ด้านการบริหารบุคลากร ร่วมกันขับเคลื่อนแนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และเร่งการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ยุคดิจิทัลอย่างสมบูรณ์ การประชุมครั้งนี้มีผู้บริหารทรัพยากรบุคคลเข้าร่วมกว่า 98 คน จากประเทศต่าง ๆ ที่เครือฯ มีการดำเนินธุรกิจอยู่ ภายในงาน ผู้เข้าร่วมได้ร่วมกิจกรรมหลากหลาย อาทิ การเยี่ยมชมศูนย์นวัตกรรมของบริษัท Huawei การเข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการคิดเชิงออกแบบ การเรียนรู้แนวโน้มด้านปัญญาประดิษฐ์ และกลยุทธการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ CP Center กรุงปักกิ่ง ตลอดจนการเยี่ยมชมบริษัท Alibaba และฟาร์มไก่ไข่ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียอย่าง Pinggu Egg Farm เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนและเทคโนโลยีเกษตรสมัยใหม่



ผู้บริหารเข้าร่วมจาก
12 ประเทศ

การสร้างคุณค่า
- Human Capital
- Relationship Capital

การพัฒนาบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเสริมสร้างศักยภาพของพนักงานในทุกระดับ โดยเน้นการปลูกฝังวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้และการพัฒนาผ่านการปฏิบัติจริง ผ่านการจัดตั้งสถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ (C.P. Leadership Institute: CPLI) เพื่อเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาผู้นำระดับโลก CPLI เน้นการถ่ายทอดประสบการณ์จากผู้นำรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่ง เพื่อสร้างผู้นำที่มีคุณภาพและมีความรับผิดชอบต่อสังคม อีกทั้งมุ่งพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจในอนาคต ผ่านการส่งเสริมทักษะสำคัญ อาทิ ความรู้ด้านดิจิทัล และการวิเคราะห์ข้อมูล ขณะเดียวกันเครือฯ เชื่อมั่นว่าสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีและเอื้อต่อความสุขของพนักงานเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับประสิทธิภาพและความผูกพันต่อองค์กร จึงให้ความสำคัญกับการลงทุนด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลและการดำเนินโครงการที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในทุกระดับ สนับสนุนการทำงานร่วมกันเป็นทีม และสร้างโอกาสอย่างเท่าเทียมโดยไม่เลือกปฏิบัติ ไม่ว่าจะเป็นด้านเพศ อายุ เชื้อชาติ หรือศาสนา

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังให้ความสำคัญกับการสนับสนุนผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อย วิสาหกิจชุมชน และกลุ่มเปราะบาง ผ่านการเสริมสร้างทักษะ การเพิ่มโอกาสทางอาชีพและรายได้ ตลอดจนสนับสนุนองค์ความรู้และช่องทางการตลาด เพื่อสร้างการเติบโตอย่างทั่วถึงและยั่งยืนร่วมกัน เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้นำหลักการ Human Capital Return on Investment (HCROI) มาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการประเมินผลตอบแทนจากการลงทุนในทรัพยากรมนุษย์ เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการลงทุนด้านบุคลากร

ผลตอบแทนการลงทุนการพัฒนาบุคลากร
Human Capital Return on Investment (HCROI)
13.10 เท่า

กลยุทธ์การสรรหาบุคลากร และการรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพ

การสรรหาบุคลากรที่มีศักยภาพ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการสรรหาและพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพ เพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเชื่อมั่นว่าบุคลากรที่เป็น “คนดี คนเก่ง และมีความสามารถ” ถือเป็นรากฐานสำคัญของความสำเร็จในระยะยาว

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งดึงดูดคนรุ่นใหม่ที่มีทัศนคติเชิงบวก มีความรอบรู้ กล้าคิด กล้าตัดสินใจ และมีวินัยในการทำงาน ผ่านกระบวนการสรรหาที่หลากหลาย ทั้งในประเทศและระดับสากล อาทิ การสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ การแนะนำบุคลากรจากเครือข่ายพนักงาน การสร้างเครือข่ายระหว่างรุ่นพี่และรุ่นน้อง ตลอดจนความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกในรูปแบบทวิภาคี

TOP50 COMPANIES IN THAILAND 2025 WorkVenture

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้รับการยอมรับเป็น 1 ใน 50 บริษัทชั้นนำที่อยากร่วมงานด้วย

การสำรวจของ WorkVenture ที่ปรึกษาและผู้นำด้านการสร้างแบรนด์นายจ้าง และโซลูชันแบบครบวงจรของเมืองไทย ซึ่งเผยผลสำรวจ Top 50 Employers in Thailand 2025 หรือ 50 องค์กรที่คนรุ่นใหม่อยากทำงานด้วยมากที่สุด ประจำปี 2568 นั้น เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้รับเลือกจากคนรุ่นใหม่อายุ 20-35 ปี เป็น 1 ใน 50 บริษัท

เครือฯ จัดโครงการ CP CUP 2025 ปั้นคนรุ่นใหม่ร่วมทีมสร้างแผนธุรกิจสู่เวทีระดับนานาชาติอย่างต่อเนื่อง



ผู้เข้าร่วมโครงการ
70,536 คน

เครือเจริญโภคภัณฑ์จัดให้มีการแข่งขัน “CP CUP 2025” โดยเป็นการจัดเป็นปีที่ 9 ในปี 2568 เครือฯ ยกระดับการแข่งขันสู่เวที “Global Business Case Competition” โดยมีนิสิต-นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยชั้นนำ 10 ประเทศ ร่วมสมัครแข่งขันประลองความคิดสร้างสรรค์และแก้โจทย์ธุรกิจด้วยการลงมือปฏิบัติจริง ใน 3 สาขาหลัก ได้แก่ การตลาดเชิงปฏิบัติการ (Practical Marketing) นวัตกรรมดิจิทัล (Digital Innovation) และการวิจัยและพัฒนาอาหาร (Food R&D) โดยโครงการนี้สะท้อนถึงวิสัยทัศน์ของเครือฯ ที่มุ่งสนับสนุนคนรุ่นใหม่ให้ได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง ฝึกการทำงานเป็นทีม เสริมทักษะการคิดเชิงนวัตกรรม และสร้างเครือข่ายกับเพื่อนต่างชาติ

การสร้างคุณค่า
Intellectual Capital
Human Capital
Relationship Capital

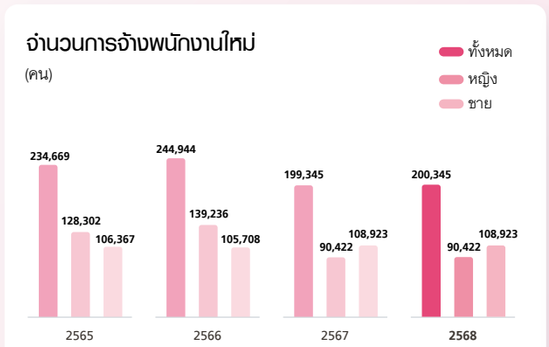
การรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพ

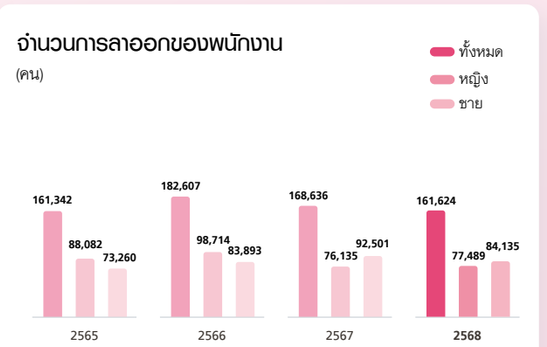


เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักว่าบุคลากรคือกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จและการเติบโตอย่างยั่งยืน จึงมุ่งมั่นสร้างระบบบริหารทรัพยากรบุคคลที่ให้ความสำคัญกับการดูแล รักษา และพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างรอบด้าน เพื่อดึงดูดและรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพให้เติบโตไปพร้อมกับองค์กรในระยะยาว เครือฯ ส่งเสริมสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อความสุข ความผูกพัน และการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน โดยมุ่งสร้างแรงจูงใจที่เหมาะสมเพื่อสนับสนุนให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างเต็มศักยภาพและมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเป้าหมายร่วมกันขององค์กร

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังสนับสนุนการหมุนเวียนงานภายในองค์กร เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานได้เรียนรู้ประสบการณ์ที่หลากหลาย และพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการทำงานในบริบทของโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ควบคู่กับการจัดทำแผนพัฒนาอาชีพรายบุคคล การกำหนดเป้าหมายการทำงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างโปร่งใส ชัดเจน และเป็นธรรม เพื่อให้การพิจารณาค่าตอบแทนสอดคล้องกับผลการดำเนินงานและความรับผิดชอบของพนักงานอย่างเหมาะสม

ในด้านคุณภาพชีวิต เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการปรับโครงสร้างค่าตอบแทนให้เหมาะสมกับค่าครองชีพในแต่ละพื้นที่ พร้อมจัดสวัสดิการที่ครอบคลุมมากกว่าที่กฎหมายกำหนด เพื่อส่งเสริมความมั่นคงในการดำรงชีวิต ความอุ่นใจ และคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงานและครอบครัว เพื่อยกระดับประสิทธิภาพในการดูแลและรักษาบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการที่หลากหลายของพนักงาน นอกจากนี้ เครือฯ จัดให้มีการสำรวจระดับความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement Survey) เป็นประจำทุกปี เพื่อนำข้อมูลและข้อเสนอแนะที่ได้รับมาวิเคราะห์และพัฒนานโยบายด้านทรัพยากรบุคคลอย่างต่อเนื่อง





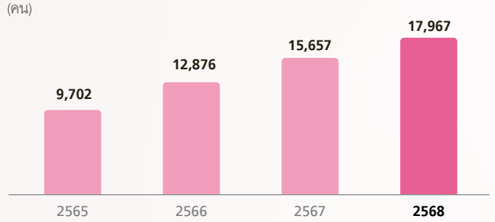
สถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ มุ่งสร้างผู้นำและพัฒนาทักษะใหม่

“ปั้น DNA ผู้นำ เก่ง-ดี-มีพลัง”

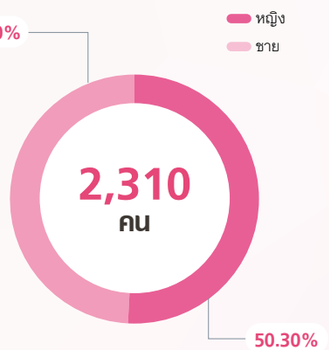
ด้วยความมุ่งมั่นที่จะปลูกฝังและพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่องเพื่อการเป็นผู้นำคุณภาพนั้น เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ก่อตั้งสถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ (C.P. Leadership Institute: CPLI) โดยมีจุดประสงค์เพื่อเป็นสถาบันที่สร้าง และพัฒนาผู้นำทุกระดับในเครือฯ ตั้งแต่ผู้นำรุ่นใหม่ในระดับ เถ้าแก่น้อย เถ้าแก่เล็ก เถ้าแก่กลาง และเถ้าแก่ใหญ่ ด้วยวิสัยทัศน์ “สถาบันพัฒนาผู้นำระดับโลกที่ประสบความสำเร็จในการสร้างผู้นำที่มีจิตวิญญาณผู้ประกอบการชีพี มีความเป็นเลิศรอบด้าน สร้างสรรค์ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนให้กับเครือเจริญโภคภัณฑ์ไปทั่วโลก”

จำนวนผู้บริหารและพนักงานที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาผู้นำสะสม

(คน)



ประเภทโครงการ	หญิง (คน)	ชาย (คน)
เถ้าแก่น้อย (โครงการพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่)	496	355
เถ้าแก่เล็ก (โครงการพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพ เน้นการพัฒนาธุรกิจและบริหารทีมผ่านการเป็นสปอนเซอร์)	383	260
เถ้าแก่กลาง โครงการพัฒนาผู้นำระดับปฏิบัติการทางธุรกิจ เน้นการปฏิรูปตลอดห่วงโซ่อุปทานและการพนักกำลัง)	46	23
เถ้าแก่ใหญ่ โครงการพัฒนาผู้นำระดับยุทธศาสตร์ธุรกิจ เน้นการยกระดับและพัฒนาเครือฯ	13	23
สัมมนาวิสัยทัศน์สู่การปฏิบัติสัมมนาระดับเครือฯ และอื่น ๆ	210	501



“โครงการเถ้าแก่ช่วยพัฒนาทักษะด้านการบริหารธุรกิจ ภาวะผู้นำ และการตัดสินใจผ่านการลงมือทำจริง ได้เรียนรู้การวางแผน วิเคราะห์ปัญหา ทำงานร่วมกับผู้อื่น เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การเป็นผู้นำในอนาคต”

คุณศุภชัย บินทะสี
เถ้าแก่เล็ก กลุ่มธุรกิจโทรคมนาคม
โครงการสร้างการเติบโตสินค้าทรูผ่านนวัตกรรมดิจิทัล



โครงการยกระดับยุทธศาสตร์ธุรกิจ (เถ้าแก่ใหญ่): ขยายเครือข่ายมิตรแท้โชห่วยทั่วประเทศ



ร้านโชห่วยมีกำไรเพิ่มขึ้น
ร้อยละ 27

โครงการการพัฒนาเชิงกลยุทธ์หรือโครงการเถ้าแก่ใหญ่ เป็นการผนึกกำลังผู้บริหารระดับสูงจากกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ โดยพัฒนาโครงการเพื่อมุ่งเน้นสร้างมิตรแท้โชห่วยศูนย์กลางชุมชน ด้วยระบบนิเวศครบวงจร ทั้งการเพิ่มช่องทางการขายและบริหาร จากบริการใหม่ เช่น เดลิเวอรี่ และสั่งล่วงหน้าเกิดคำสั่งซื้อมากกว่า 1,000 ออร์เดอร์ต่อเดือน ทำให้ร้านโชห่วยลดต้นทุนและความเสี่ยงในการบริหารสินค้าคงคลัง และสร้างรายได้ได้มากขึ้น และยังมีการสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งทุน มีการสนับสนุนโชห่วยกว่า 1,200 ราย รวมวงเงินกว่า 10 ล้านบาท และเตรียมการขยายเพิ่มไปอีก 4,000 ราย ช่วยเพิ่มสภาพคล่องให้กับร้านค้าในชุมชน

จากความสำเร็จของโครงการนี้ จึงจะมีการขยายผลจากกลุ่มต้นแบบโมเดล 1 ตำบล 1 ร้านค้า ที่ จ.ขอนแก่น ไปสู่ทั่วประเทศ

การสร้างคุณค่า
Human Capital Relationship Capital

การพัฒนาผู้นำแห่งอนาคต เพื่อสร้างคุณค่าต่อสังคม

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งพัฒนาผู้นำที่มีศักยภาพรอบด้าน ทั้งด้านความรู้ ทักษะการบริหาร และความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเชื่อมั่นว่าผู้นำที่ดีไม่เพียงต้องมีความสามารถในการขับเคลื่อนธุรกิจ แต่ยังต้องยึดมั่นในคุณธรรม จริยธรรม และสร้างคุณค่าร่วมให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เครือฯ จึงออกแบบหลักสูตรและกิจกรรมพัฒนาผู้นำที่ผสานการเรียนรู้เข้ากับการปลูกฝังค่านิยมองค์กรผ่านประสบการณ์จริง เพื่อเสริมสร้างภาวะผู้นำ ความคิดสร้างสรรค์ การทำงานร่วมกัน และจิตสำนึกด้านความยั่งยืน โดยเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างหลากหลาย กิจกรรมดังกล่าวครอบคลุมทั้งการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการสร้างประโยชน์แก่ชุมชน อาทิ กิจกรรมปลูกต้นไม้เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว การนำแก้วน้ำพลาสติกมาใช้ซ้ำเป็นกระถางเพาะต้นกล้า การจัดทำกระเป๋าผ้าเพื่อลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว รวมถึงกิจกรรมจิตอาสาและการพัฒนาชุมชนในพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งช่วยให้ผู้เข้าร่วมได้เรียนรู้การทำงานเป็นทีม เข้าใจผลกระทบต่อสังคม และตระหนักถึงบทบาทของตนในการสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก



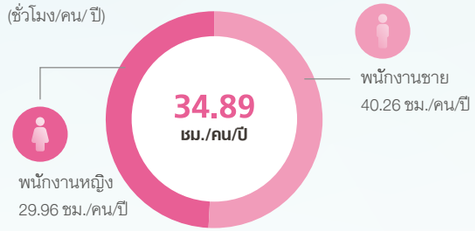


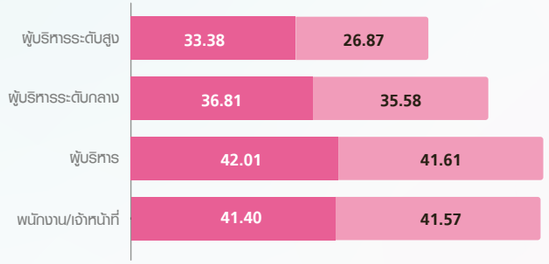
เสริมสร้างศักยภาพบุคลากร พัฒนาองค์กรสู่อนาคต

ท่ามกลางบริบทโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากเทคโนโลยีดิจิทัล และนวัตกรรม เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมุ่งพัฒนาศักยภาพบุคลากรควบคู่กับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เพื่อสร้างองค์กรแห่งอนาคต (Future-Ready Organization) ที่มีความคล่องตัวและสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล เครือฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะแห่งอนาคต ทั้งด้านดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูล การบริหารจัดการนวัตกรรม และการทำงานร่วมกับเทคโนโลยีอัจฉริยะ เพื่อเตรียมความพร้อมให้พนักงานสามารถปรับตัวและสร้างคุณค่าใหม่ให้กับธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังขับเคลื่อนแนวคิดสู่การเป็น “Bionic Organization” ซึ่งผสานศักยภาพของบุคลากรเข้ากับเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการทำงาน การตัดสินใจ และการสร้างนวัตกรรม โดยมุ่งเน้นให้เทคโนโลยีเข้ามาเสริมศักยภาพของคน มากกว่าการทดแทนบุคลากร เพื่อสร้างรูปแบบการทำงานที่คล่องตัว เชื่อมโยง และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วด้วยแนวคิดการสร้าง “คนเก่งและคนดี” นอกจากนี้ ยังได้พัฒนาระบบการเรียนรู้ที่ทันสมัยและยืดหยุ่น ครอบคลุมทั้งการเรียนรู้ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล การเรียนรู้จากประสบการณ์จริง และการพัฒนาทักษะข้ามสายงาน เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) และเปิดโอกาสให้พนักงานทุกระดับสามารถเติบโตตามศักยภาพของตนเอง อีกทั้งยังส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดรับแนวคิดใหม่สนับสนุนการทำงานร่วมกันระหว่างคนและเทคโนโลยี พร้อมสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เพื่อร่วมขับเคลื่อนองค์กร สังคม และเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

จำนวนชั่วโมงการอบรมของพนักงาน
(ชั่วโมง/คน/ปี)





ยกระดับทักษะดิจิทัล มุ่งสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม



พนักงานของ บมจ. เจริญโภคภัณฑ์อาหาร ผ่านการอบรมหลักสูตร “AI For All” เพื่อประยุกต์ใช้ในงานจริง และสร้างหุ้นส่วนธุรกิจด้านปัญญาประดิษฐ์ จำนวน 286 คน ประจำทุกหน่วยธุรกิจ เพื่อผลักดันการนำปัญญาประดิษฐ์ไปสร้างผลลัพธ์ที่จับต้องได้ นอกจากนี้ ยังมีพนักงานอีกกว่า 9,900 คน ที่ได้รับการยกระดับทักษะดิจิทัลขั้นสูง ซึ่งช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน

การสร้างคุณค่า
- Intellectual Capital
- Human Capital

เปิดเวที “CP Exponential Surge ปี 2” ดันไอเดียพนักงานสู่ธุรกิจจริง ตั้งเป้าสร้างแบรนด์ไทยสู่เวทีโลก



การสร้างคุณค่า
- Intellectual Capital
- Human Capital

เครือเจริญโภคภัณฑ์เดินหน้าโครงการ CP Exponential Surge ปีที่ 2 เวทีประลองไอเดียสุดเข้มข้นที่เปิดโอกาสให้พนักงานซีพีทั่วโลกได้ปลดปล่อยความคิดสร้างสรรค์ เฟ้นหาโซลูชันธุรกิจใหม่ที่ตอบโจทย์โลกอนาคต ภายใต้แนวคิดการเติบโตแบบก้าวกระโดด (Exponential Growth) โดยนำค่านิยมองค์กร เรื่องการยอมรับการเปลี่ยนแปลง และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่มาเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อน

ในปี 2568 มีพนักงานให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก ส่งผลงานเข้าประกวดถึง 1,476 โครงการ จากหลากหลายกลุ่มธุรกิจ ผ่านการคัดเลือกอย่างเข้มข้นจนเหลือ 8 ทีมสุดท้าย เข้าสู่รอบตัดสิน ณ สถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ จังหวัดนครราชสีมา ผลงานที่ได้รางวัลชนะเลิศ ได้แก่ ทีม Collatech-P โครงการสกัดโปรตีนคอลลาเจนเปปไทด์จากกระดูกหมู จาก บมจ. เจริญโภคภัณฑ์อาหาร



การเสริมสร้างวัฒนธรรมการรักเครือฯ

การสร้างวัฒนธรรมเครือฯ ที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง ทันสมัย และยั่งยืน เพื่อให้พนักงานทั่วโลกสามารถเติบโตไปพร้อมกับองค์กรอย่างภาคภูมิใจ โดยขับเคลื่อนผ่านการปลูกฝังค่านิยมหลัก 6 ประการอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เปิดกว้าง ส่งเสริมการทำงานร่วมกัน และสนับสนุนให้พนักงานเป็นทั้ง “คนเก่งและคนดี” ที่ยึดมั่นในคุณธรรม จริยธรรม และมีความผูกพันต่อองค์กร

เครือเจริญโภคภัณฑ์เชื่อมั่นว่าประสบการณ์การทำงานที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสุขและศักยภาพของบุคลากร จึงให้ความสำคัญกับการรับฟังเสียงของพนักงานอย่างต่อเนื่อง ผ่านการสำรวจความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement Survey) เป็นประจำทุกปี เพื่อนำข้อมูลเชิงลึกมาพัฒนานโยบาย แนวทางการบริหารทรัพยากรบุคคล และยกระดับประสบการณ์การทำงานให้ตอบโจทย์ความต้องการของพนักงานในทุกมิติ

การประเมินระดับความพึงพอใจ และความผูกพันของพนักงานครอบคลุมทั้งด้านวัฒนธรรมองค์กร ภาวะผู้นำ การพัฒนาศักยภาพ ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน รวมถึงสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้มาวิเคราะห์และต่อยอดสู่การพัฒนาองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังมุ่งสร้างวัฒนธรรมการทำงานแห่งอนาคตที่ผสานศักยภาพของบุคลากรเข้ากับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเสริมสร้างความคล่องตัว การทำงานร่วมกัน และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องในยุคดิจิทัล โดยมีเป้าหมายในการยกระดับความผูกพันของพนักงานสู่มาตรฐานระดับสากล ให้บุคลากรทุกคนรู้สึกมีคุณค่า มีส่วนร่วม และสามารถเติบโตไปพร้อมกับองค์กรได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

ผลการสำรวจความผูกพันของพนักงานประจำปี 2568
ร้อยละ 76.93

C.P. Super KOL Awards Day ปีที่ 2 เฟ้นหาสุดยอดครีเอเตอร์ ภายใต้ธีม “Rising Star”



ยอดการเข้าถึงคอนเทนต์
8.7 ล้านครั้ง

Key Opinion Leaders (KOL) คือผู้มีบทบาทสำคัญเป็นผู้นำความคิดในยุคดิจิทัล เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงให้ความสำคัญในการสร้างคอนเทนต์ที่มีคุณค่า และส่งผลเชิงบวกต่อสังคม สร้างแรงบันดาลใจ ลดจุดเจ็บปวดของสังคม และสื่อสารอย่างมีความรับผิดชอบ รวมทั้งการทำเรื่องยากให้เข้าใจง่าย การใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการสื่อสาร และการยึดมั่นจริยธรรมในการผลิตสื่อ จึงได้จัดให้ประกวด C.P. Super KOL Awards Day ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ภายใต้ธีม “Rising Star” เพื่อมอบรางวัลให้พนักงานจากหลากหลายกลุ่มธุรกิจที่เข้าร่วมแสดงศักยภาพด้านการสื่อสาร ความคิดสร้างสรรค์เพื่อทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงในการส่งต่อข้อมูลที่ถูกต้อง มีประโยชน์ต่อสังคม

การสร้างคุณค่า
- Relationship Capital
- Human Capital

“ซีพีร้อยเรียงความดี 24 ชั่วโมง” ปลุกพลัง “DNA ความดี” ขับเคลื่อนองค์กรสู่ศตวรรษที่ 2



ปี 2568 เรื่องราวความดีของพนักงานที่สร้างแรงบันดาลใจรวมแล้ว
28 เรื่องราว

เครือเจริญโภคภัณฑ์จัดพิธีมอบรางวัล “ซีพีร้อยเรียงความดี 24 ชั่วโมง” เพื่อเชิดชูพนักงานที่ทำความดี เสียสละ มีความซื่อสัตย์ และให้บริการเหนือความคาดหมายแก่ชุมชนและสังคมในชีวิตประจำวัน พร้อมถ่ายทอดแรงบันดาลใจและส่งเสริมการสร้าง “DNA ความดี” ให้เกิดขึ้นตลอด 24 ชั่วโมงในทุกกลุ่มธุรกิจ โครงการนี้จัดตั้งขึ้นตามดำริของคุณศุภชัย เจียรวนนท์ รองประธานอาวุโสเครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อปลูกฝังวัฒนธรรมแห่งความดีและส่งเสริมให้พนักงานร่วมสร้างคุณค่าแก่สังคมอย่างต่อเนื่อง อันเป็นรากฐานสำคัญของการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กรและสังคม

ตัวอย่างผู้ได้รับรางวัลในปี 2568 ได้แก่
- คุณปราชญ์ เปรมจันทร์ คุณไพลิน แจ่มกระจ่าง คุณสุรชัย ภูกองชนะ คุณอุดม รอดสุด และ คุณสมเกียรติ สุขกสี จากโรงงานผลิตอาหารสัตว์น้ำหนองแค บมจ. เจริญโภคภัณฑ์อาหาร ผู้เข้าช่วยเหลือเหตุรถบัสพลิกคว่ำ มีผู้บาดเจ็บถึง 18 ราย
- คุณณัฐวุฒิ แสงจันทร์ จาก บมจ. ซีพี ออลล์ ใช้มือเปล่าทุบกระจกรถ ช่วยเหลือทารกวัย 9 เดือนจากอุบัติเหตุรุนแรง
- คุณปิยะธิดา กันเงิน จาก บมจ. ซีพี แอ็กซ์ตร้า เก็บสร้อยคอทองคำหนัก 1 บาทได้ และนำส่งคืนเจ้าของอย่างไม่ลังเล
- คุณเกรียงไกร สุขเกษม จาก บมจ. ทรู คอร์ปอเรชั่น พร้อมทีมสุนัข K9 ร่วมภารกิจค้นหาผู้รอดชีวิตใต้ซากอาคารจากเหตุแผ่นดินไหว



คุณเจษฎา มลิราช จาก บมจ. ซีพี ออลล์ ไรเดอร์ฮีโร่ ที่แบกถังดับเพลิงวิ่งฝ่าควันไฟ ช่วยดับเหตุเพลิงไหม้สายสัญญาณในชุมชน

การสร้างคุณค่า
- Human Capital
- Relationship Capital



ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล

Cybersecurity & Data Protection

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยึดมั่นในการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ พร้อมยกระดับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเข้มงวด เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยึดมั่นในการดำเนินงานด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศตามมาตรฐานสากล อาทิ ISO/IEC 27001 และกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) อย่างเคร่งครัด โดยบริหารจัดการผ่านกลยุทธ์การป้องกันเชิงรุกที่บูรณาการระบบตรวจจับภัยคุกคามอัจฉริยะ และการตรวจสอบความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ เครือฯ ได้สร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยไซเบอร์ให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร ผ่านการฝึกอบรมและทดสอบความตระหนักรู้ของพนักงานทุกระดับ เพื่อลดความเสี่ยงจากการถูกโจมตีทางไซเบอร์ นอกจากนี้ เครือฯ ยังกำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลที่ชัดเจน โดยมีการติดตามและประเมินผลการบริหารจัดการข้อมูลตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการจัดเก็บ ประมวลผล และการใช้ข้อมูลเป็นไปตามหลักจริยธรรมและมาตรฐานสูงสุด

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

100%

โครงสร้างพื้นฐานด้าน IT ได้รับการรับรองโดยมาตรฐานด้าน IT ระดับสากล

100%

ของเหตุการณ์ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ที่ได้รับการแจ้งเตือนภายในระยะเวลาตามมาตรฐาน

166,391 คน

จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรมในหัวข้อความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล

0 กรณี

จำนวนเคสการละเมิดความปลอดภัยข้อมูล

เป้าหมายและความคืบหน้า

เป้าหมาย	ความคืบหน้า
100% ทุกกลุ่มธุรกิจได้รับการรับรองมาตรฐานสากลด้านการจัดการความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและสารสนเทศ	2568 — 100% 2567 — 100% 0% 50% 100% เป้าหมาย 2573

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

9.c

17.6
17.8

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- Delivering on Our SDG Commitments 2025
- Sustainability Performance Supplement 2025

การรักษาความมั่นคงและความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูล

ในยุคที่การขับเคลื่อนธุรกิจด้วยข้อมูลกลายเป็นหัวใจสำคัญของการเติบโต เครือเจริญโภคภัณฑ์ต้องเผชิญกับความท้าทายจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ในรูปแบบใหม่ และทวีความรุนแรงขึ้น โดยเฉพาะการนำปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) มาใช้เป็นเครื่องมือในการโจมตีแบบเจาะจง อีกทั้งความซับซ้อนของห่วงโซ่อุปทานที่มีขนาดใหญ่และเชื่อมต่อกันทั่วโลกยังเพิ่มความเสี่ยงในการถูกเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลความลับทางการค้าโดยไม่ได้รับอนุญาต นอกจากนี้ กฎหมายด้านความเป็นส่วนตัวและการกำกับดูแลปัญญาประดิษฐ์ (AI Act) ในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลกยังเป็นแรงกดดันให้เครือฯ ต้องยกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลให้มีความยืดหยุ่นและเป็นสากลเพื่อรักษาความต่อเนื่องทางธุรกิจและหลีกเลี่ยงผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือขององค์กร เพื่อเป็นการรับมือกับความท้าทายเหล่านี้ เครือฯ ได้ลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านความปลอดภัยล่วงหน้าและการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการป้องกันเชิงรุก ทั้งยังได้ร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านดิจิทัล

การกำกับดูแลด้านไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูล

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในฐานะรากฐานสำคัญของการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล โดยบูรณาการมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้อง อาทิ ISO/IEC 27001, NIST Cybersecurity Framework, GDPR และ PDPA เข้ากับแนวทางการบริหารจัดการของแต่ละธุรกิจ เพื่อยกระดับมาตรฐานการป้องกันความเสี่ยง สร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสีย และสนับสนุนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องทั่วทั้งเครือฯ

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดให้มีโครงสร้างกำกับดูแลด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และสารสนเทศในระดับเครือฯ โดยมีคณะกรรมการและคณะทำงานที่เกี่ยวข้อง ทำหน้าที่กลั่นกรอง ทบทวนกลยุทธ์ กำกับทิศทางการป้องกันและรับมือภัยคุกคามตลอดจนติดตามสถานะความเสี่ยงพร้อมรายงานประเด็นสำคัญต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้คณะกรรมการบริษัทสามารถกำกับติดตามประเด็นด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์และสารสนเทศได้อย่างใกล้ชิด (Board-level Oversight) และเสริมสร้างประสิทธิภาพของการกำกับดูแลในระดับสูงสุดขององค์กร



> “ความปลอดภัยทางไซเบอร์ไม่ใช่เพียงแค่เรื่องของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเท่านั้น แต่คือรากฐานสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคและพันธมิตรในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เป็นเกราะคุ้มกันดิจิทัลที่จะช่วยปกป้องข้อมูลอันทรงคุณค่าและขับเคลื่อนกลุ่มธุรกิจในเครือฯ ให้สามารถก้าวไปข้างหน้าและเติบโตได้อย่างมั่นคง ท่ามกลางภัยคุกคามที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา”

คุณฐิติรัตน์ ศิริพัฒนาเลิศ
หัวหน้าสายงานด้านความปลอดภัยระบบสารสนเทศ
ทรู ดิจิทัล กรุ๊ป



แนวทางการยกระดับความปลอดภัยทางไซเบอร์ภายในเครือเจริญโภคภัณฑ์

แนวทาง	รายละเอียดการดำเนินงาน
จัดตั้งคณะทำงาน CPG Cybersecurity Working Group	เพื่อร่วมมือกันผลักดันและพัฒนาโครงการด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ของเครือฯ โดยมีผู้แทนจากทุกบริษัทในเครือฯ เพื่อความหลากหลายและเชี่ยวชาญ
จัดตั้งหน่วยงานในการกำกับดูแล Cybersecurity ของเครือฯ	เพื่อกำกับดูแลความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ของเครือฯ ทั้งด้านการป้องกัน ควบคุม และการกำกับดูแลเชิงกลยุทธ์
จัดทำแบบประเมินตนเองแบบพื้นฐานตามมาตรฐาน NIST	เพื่อประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ด้วยตนเองครอบคลุม 65 จุดควบคุมวิกฤต
ประเมินระบบความปลอดภัยไซเบอร์โดยผู้เชี่ยวชาญภายนอก	เพื่อระบุช่องโหว่และแก้ไขก่อนเกิดภัยคุกคามจริง
จัดทำแคมเปญป้องกันการฟิชชิงสำหรับบริษัทภายในเครือฯ	เพื่อลดโอกาสที่พนักงานจะตกเป็นเหยื่อของการหลอกลวงทางไซเบอร์ (Phishing) และสร้างความตระหนักรู้ด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์
จัดทำ Cyber Attack Simulation อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	เพื่อทดสอบระบบการป้องกันขององค์กรล่วงหน้า พร้อมระบุช่องโหว่ และแนวทางการป้องกัน หรือแก้ไขก่อนที่จะเกิดภัยคุกคามจริง
จัดทำโครงการ White Hacker Club	เพื่อสร้างผู้เชี่ยวชาญภายในด้านการระบุช่องโหว่และการเจาะระบบ เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ของเครือฯ

การอบรมพนักงานและการสร้างความตระหนักรู้

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักรู้ด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ของพนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและข้อมูลอย่างปลอดภัย ลดความเสี่ยงจากภัยคุกคามไซเบอร์ และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัลอย่างมั่นคง โดยจัดให้มีการอบรมและการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ เพื่อยกระดับวัฒนธรรมองค์กรด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

7,991 ครั้ง
จำนวนเหตุการณ์พิศปกติที่เกิดขึ้นและได้รับการป้องกัน

166,391 คน
จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัยทางไซเบอร์

การแลกเปลี่ยนหัวข้อเชิงลึกด้านดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ สำหรับผู้บริหารระดับสูง ซีพี เขตประเทศจีน



เครือเจริญโภคภัณฑ์ในเขตประเทศจีนได้จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้เชิงลึกด้านดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์สำหรับผู้บริหารระดับสูง เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจต่อศักยภาพ ผลกระทบ และแนวทางประยุกต์ใช้ AI ในการขับเคลื่อนธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ หลักสูตรครอบคลุม 3 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ 1. AI Strategy & Governance วางกลยุทธ์การใช้ AI ควบคู่จริยธรรมและความปลอดภัยไซเบอร์ 2. Generative AI for Productivity ใช้เครื่องมือขั้นสูงเพิ่มประสิทธิภาพการตัดสินใจ และ 3. Data-Driven Leadership วิเคราะห์ Big Data เพื่อพยากรณ์ตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคแม่นยำ

การสร้างคุณค่า
Human Capital

การยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยไซเบอร์ไปยังคู่ค้า



เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักว่าความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์มิได้จำกัดอยู่เพียงภายในองค์กร แต่ครอบคลุมถึงคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับข้อมูล ระบบงาน และทรัพย์สินสารสนเทศของเครือฯ เนื่องจากช่องโหว่ด้านความมั่นคงปลอดภัยของคู่ค้าอาจส่งผลกระทบต่อข้อมูลสำคัญ ความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย และความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ เครือฯ จึงกำหนดแนวทางบริหารความเสี่ยงด้านไซเบอร์ของคู่ค้าอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมตลอดวงจรความสัมพันธ์ทางธุรกิจ ตั้งแต่ก่อนเริ่มการว่าจ้าง ระหว่างการดำเนินงาน จนถึงการสิ้นสุดสัญญา

ในขั้นตอนการเตรียมการและการคัดกรองเชิงรุก (Preparation and Screening) เครือเจริญโภคภัณฑ์กำหนดให้ประเด็นด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์เป็นส่วนหนึ่งของคู่มือจรรยาบรรณคู่ค้า และใช้เป็นเกณฑ์ประกอบการพิจารณาก่อนเข้าสู่กระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง โดยคู่ค้าแต่ละรายต้องผ่านการประเมินความเสี่ยงตามแนวทางที่กำหนด เพื่อให้มั่นใจว่ามีมาตรการควบคุมที่เหมาะสมกับลักษณะงานและระดับความเสี่ยง

นอกจากนั้น เครือเจริญโภคภัณฑ์กำหนดข้อกำหนดด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ไว้ในสัญญาอย่างชัดเจน (Secure Contracting) เพื่อระบุหน้าที่ ความรับผิดชอบ และมาตรฐานการปฏิบัติที่คู่ค้าต้องถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัดตลอดระยะเวลาการดำเนินงานร่วมกัน พร้อมติดตามและเฝ้าระวังความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องผ่านการตรวจสอบตามรอบระยะเวลา (Periodic Assessment) โดยคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงจะได้รับการทบทวนเป็นประจำทุกปี อีกทั้งคู่ค้ายังมีหน้าที่แจ้งเหตุการณ์ผิดปกติทางไซเบอร์ที่อาจส่งผลกระทบต่อเครือฯ ทันที และต้องมีแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan) เพื่อรองรับกรณีเกิดภัยคุกคาม

เมื่อสิ้นสุดภารกิจหรือสัญญา เครือเจริญโภคภัณฑ์มีมาตรการยุติความสัมพันธ์ทางธุรกิจอย่างปลอดภัย (Secure Termination) โดยดำเนินการยกเลิกสิทธิการเข้าถึงระบบของคู่ค้า รวมถึงตรวจสอบการส่งคืนหรือการทำลายข้อมูลสารสนเทศของเครือฯ ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการรั่วไหลของข้อมูลภายหลังสิ้นสุดสัญญา

IT-CP Group Synergy 2025: พนักกำลังคนไอทีขับเคลื่อนเครือซีพีสู่ผู้นำเทคโนโลยีระดับโลก



จำนวนบุคลากรต้นไอทีเข้าร่วม
2,500 คน

ท่ามกลางการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค AI Economy เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักดีว่า “บุคลากร” คือฟันเฟืองสำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนองค์กรสู่เป้าหมายการเป็น Tech Company ดังนั้น การผนึกกำลังระหว่างหน่วยงานไอทีของทุกกลุ่มธุรกิจในเครือฯ ภายใต้แนวคิด One CP ร่วมกับพันธมิตรระดับโลกอย่าง Amazon Web Services (AWS) จึงเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการสร้างมาตรฐานการทำงานที่เป็นหนึ่งเดียว และเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับความท้าทายใหม่ ๆ กิจกรรมดังกล่าวมุ่งเน้นการให้ความรู้แก่พนักงานผ่านประสบการณ์จริงและการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระดับสากล ครอบคลุมทั้ง Generative AI & Machine Learning ซึ่งมุ่งเสริมความรู้ด้านการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้ทันสมัย ที่มุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลให้มีความทันสมัยและยืดหยุ่นสูงในรูปแบบ Cloud-Native

การสร้างคุณค่า
Intellectual Capital Human Capital

True CyberSafe x TrueMoney Hackathon Thailand

ปัจจุบันภัยคุกคามทางไซเบอร์ทวีความรุนแรงและซับซ้อนขึ้น โดยเฉพาะการหลอกลวงผ่าน SMS การโทร และแอปพลิเคชันดูดเงิน ซึ่งสร้างความเสียหายต่อเศรษฐกิจและสังคมไทยอย่างมาก บมจ. ทรู คอร์ปอเรชั่น และ บจก. ทรู มันนี่ จึงเปิดพื้นที่ให้คนรุ่นใหม่มีส่วนร่วมพัฒนาแนวทางป้องกันเชิงรุกภายใต้แนวคิด Crime Tech ผ่านโครงการ Hackathon ซึ่งเป็นเวทีระดมสมองและพัฒนานวัตกรรมในระยะเวลาจำกัด โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาเรียนรู้ผ่านกระบวนการประสานความร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญของ บมจ. ทรู คอร์ปอเรชั่น ทรูมันนี่ และหน่วยงานภาครัฐ พร้อมส่งเสริมการบูรณาการปัญญาประดิษฐ์และข้อมูล ผ่านการใช้ปัญญาประดิษฐ์และ Big Data เพื่อตรวจจับพฤติกรรมมิจฉาชีพ และพัฒนาโซลูชันที่ยืดผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลาง ผลลัพธ์ที่ได้รับคือการเฟ้นหา 3 ทีมแชมป์ระดับมหาวิทยาลัยที่นำเสนอโซลูชันโดดเด่น เช่น ระบบคัดกรองลิงก์อัจฉริยะและแพลตฟอร์มแจ้งเตือนภัยแบบเรียลไทม์



จำนวนทีมเข้าร่วมแข่งขัน
89 ทีม

การสร้างคุณค่า
Intellectual Capital Human Capital

HEALTH
Living Well

ระบบอาหารโลกกำลังเผชิญกับแรงกดดันหลายด้านพร้อมกัน ทั้งการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลต่อความมั่นคงของแหล่งพลิต ความต้องการด้านโภชนาการที่หลากหลายและซับซ้อนขึ้น และความไม่เท่าเทียมในการเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพ ซึ่งยังคงเป็นความท้าทายในหลายพื้นที่ทั่วโลก ในฐานะองค์กรที่ดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อาหารตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำใน 23 ประเทศและเขตเศรษฐกิจ เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้นการพัฒนาระบบอาหารที่พสานความปลอดภัย คุณค่าทางโภชนาการ และความยั่งยืนเข้าไว้ด้วยกัน ผ่านการขับเคลื่อนนวัตกรรมในกระบวนการพลิต การยกระดับมาตรฐานตลอดห่วงโซ่อุปทาน และการพัฒนาพลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการด้านสุขภาพของผู้บริโภคในทุกกลุ่ม ควบคู่กับการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจให้แก่เกษตรกรและชุมชนในพื้นที่ที่เครือฯ ดำเนินงาน

สุขภาพและสุขภาวะที่ดี 126

คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม 136

ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ 148

การบริหารจัดการนวัตกรรม 156

การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย 168







กระบวนการสร้างคุณค่า

ปัจจัยนำเข้า

Manufacturing Capital

ร้อยละ **100**
ของโรงงานการผลิตที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล

การขยายแหล่งการผลิตอย่างยั่งยืนเพื่อรักษาความมั่นคงทางอาหาร

Intellectual Capital

126 ศูนย์วิจัยและพัฒนา

3 ศูนย์ความเป็นเลิศ

ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา **35,390** ล้านบาท

Relationship Capital

การสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคง ระหว่างเครือฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

การสร้างสังคมและองค์กรที่ยั่งยืน **ผ่านความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ**

Natural Capital

การมุ่งสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
การดำเนินงานเพื่อ**ลดขยะอาหาร**

กระบวนการสร้างคุณค่าผ่านการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์



กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

สุขภาวะที่ดีและการเข้าถึงปัจจัยพื้นฐานอย่างเหมาะสมเป็นรากฐานสำคัญของคุณภาพชีวิต ภายใต้แนวคิด “Health: Living Well” เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงนำความเชี่ยวชาญจากธุรกิจอาหาร ค้าปลีก เวชภัณฑ์ และบริการ มาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการ และตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย พร้อมสนับสนุนความมั่นคงทางอาหารและการดูแลสุขภาพในทุกช่วงวัย การสร้างคุณค่าดังกล่าวขยายไปไกลกว่าการส่งมอบสินค้าและบริการ โดยเครือฯ ร่วมพัฒนาศักยภาพของเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย และชุมชน ผ่านนวัตกรรม ความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจ เสริมสร้างรายได้ และขยายผลลัพธ์เชิงบวกสู่สังคมในวงกว้าง นำไปสู่การเติบโตที่ทั่วถึงและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน

ผลลัพธ์

Manufacturing Capital

- **1,770** รายการของผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นโภชนาการ สุขภาพ และสุขภาวะที่ดี

Intellectual Capital

- จำนวนสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรที่เครือฯ ได้รับในปี 2568 **5,023** ฉบับ
- จำนวนผลิตภัณฑ์และบริการแห่งนวัตกรรม **2,642** รายการ

Human Capital

- จำนวนนักวิจัยและนวัตกร **8,286** คน

Relationship Capital

- เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย กลุ่มเปราะบาง และอื่น ๆ ที่ได้รับการสนับสนุน **3.67** ล้านราย
- คะแนนความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียร้อยละ **77**
- การสร้างเครือข่ายสมาชิกด้านความยั่งยืนทั่วโลกกว่า **7** องค์กร
- ประชาชนที่ได้รับการสร้างงานสร้างอาชีพ **3.67** ล้านราย

Natural Capital

- **76.90** พันตัน จำนวนขยะอาหารที่เกิดจากการดำเนินงาน

คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย

Manufacturing Capital

- ส่งมอบผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีของแต่ละช่วงวัย และสำหรับผู้ที่ต้องการโภชนาการเป็นพิเศษ

Intellectual Capital

- ส่งมอบผลิตภัณฑ์และสินค้าแห่งนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- แบ่งปันองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมสู่สังคม

Human Capital

- สร้างโอกาสในการเติบโตไปพร้อมกับเครือฯ อย่างยั่งยืน
- สร้างรายได้ที่มั่นคง

Relationship Capital

- เพิ่มโอกาสในการเติบโตอย่างยั่งยืนของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทาน
- มอบผลตอบแทนจากการลงทุนที่น่าดึงดูด
- สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในการปกป้องสภาพแวดล้อม และยกระดับการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนอย่างทั่วถึง
- การเป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือ

Natural Capital

- ลดผลกระทบที่เกิดต่อดิน น้ำ อากาศ และความเป็นอยู่ของสิ่งมีชีวิตทั่วไป
- สนับสนุนการบรรลุเป้าหมายของสากลในการจำกัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์

SDGs

1.2 1.4
2.1 2.2 2.3 2.4
3.8 3.b
4.4
5.6
8.2 8.3 8.6 8.7
9.3 9.5 9.b
10.1 10.2
16.7
17.16 17.17



สุขภาพและสุขภาวะที่ดี

Health and Well-being

เครือเจริญโภคภัณฑ์พนีกนวัตกรรมในการผลิตอาหารและผลิตภัณฑ์แห่งสุขภาพ เพื่อส่งมอบอาหารที่ปลอดภัยและเปี่ยมคุณค่า พร้อมขับเคลื่อนการสร้างสุขภาพที่ดีอย่างยั่งยืนให้แก่ทุกคน

เครือเจริญโภคภัณฑ์บริหารจัดการด้านสุขภาพและสุขภาวะที่ดีผ่านยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงรุกที่มุ่งเน้นการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการและมาตรฐานความปลอดภัยอาหารสูงสุดตลอดห่วงโซ่คุณค่า เครือฯ มุ่งมั่นในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง พร้อมส่งเสริมการเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพและปลอดภัย อีกทั้งเครือฯ ยังส่งเสริมความรอบรู้ด้านสุขภาพ (Health Literacy) ผ่านกิจกรรมรณรงค์และโครงการส่งเสริมสุขภาวะในชุมชน เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคในระยะยาว การดำเนินงานที่ครอบคลุมนี้สะท้อนถึงบทบาทของเครือฯ ในการเป็นผู้นำด้านโภชนาการที่รับผิดชอบ ซึ่งช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ทุนมนุษย์ของประเทศและสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมไปพร้อมกัน

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

10.02%

สัดส่วนงบประมาณด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ

3.35%

สัดส่วนยอดขายรวมจากผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี ลดลงจากปี 2567

3.5 เท่า

สัดส่วนยอดขายผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มส่วนผสมที่มีคุณค่าทางโภชนาการเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2567

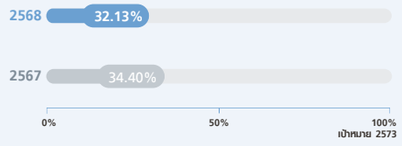
เป้าหมายและความคืบหน้า

เป้าหมาย

70%

ของยอดขายมาจากผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งแบบ B2B และ B2C ที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

ความคืบหน้า



การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

2 ขจัดความหิวโหย: 2.1, 2.2, 2.4

3 สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี: 3.8, 3.b

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

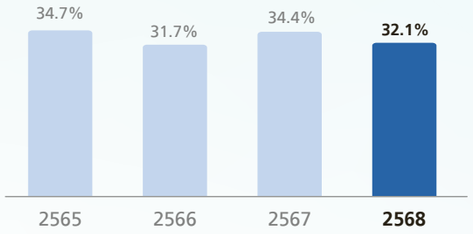
- Delivering on Our SDG Commitments 2025
- Sustainability Performance Supplement 2025

การส่งเสริมการเข้าถึงสุขภาพ และสุขภาวะที่ดีให้แก่ทุกคน

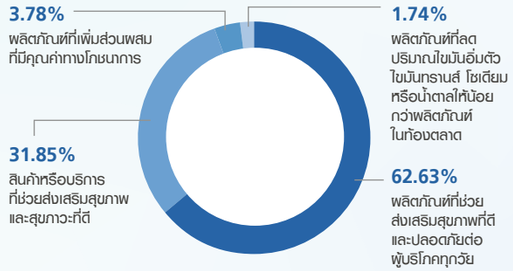
ในปัจจุบัน การเกิดขึ้นของโรคอุบัติใหม่และการเพิ่มขึ้นของโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Noncommunicable Diseases: NCDs) ได้กลายเป็นความท้าทายสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาวะของประชาชนและเสถียรภาพของระบบสาธารณสุขทั่วโลก สถานการณ์ดังกล่าวนำไปสู่การกำหนดนโยบายของภาครัฐที่เข้มงวดมากขึ้น อาทิ มาตรการภาษีน้ำตาลและโซเดียม และข้อกำหนดการแสดงฉลากโภชนาการ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอาหารในตลาดสากล ขณะเดียวกัน ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทาน การจัดการขยะอาหาร และการรับมือกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่กระทบต่อความมั่นคงทางอาหารและคุณภาพวัตถุดิบต้นน้ำ ก็เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เพื่อตอบสนองต่อบริบทดังกล่าว เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เร่งพัฒนานวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตและโภชนาการเฉพาะบุคคล เพื่อสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันที่สอดคล้องกับแนวโน้มสุขภาวะ พร้อมบูรณาการเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) เข้ากับระบบตรวจสอบย้อนกลับและการควบคุมคุณภาพ ซึ่งช่วยยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยอาหารในระดับสากล พร้อมเสริมสร้างความเชื่อมั่นผ่านการเปิดเผยข้อมูลโภชนาการที่โปร่งใสและเข้าถึงง่าย นอกจากนี้ เครือฯ ยังขยายโครงการส่งเสริมความรอบรู้ด้านสุขภาพ (Health Literacy) ไปยังชุมชนและกลุ่มเปราะบาง เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบนิเวศการบริโภคที่ยั่งยืนในระยะยาว

สัดส่วนยอดขายมาจากผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี



สัดส่วนยอดขายจากผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี ปี 2568





> เรามุ่งมั่นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์อาหารที่ดีต่อกายและดีต่อใจ มีคุณภาพและคุณค่าทางโภชนาการ เพื่อส่งมอบความสุขให้กับผู้บริโภคทั่วโลก พร้อมทั้งเติบโตไปกับพันธมิตรรอบด้าน รวมทั้งดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อมไปด้วยกัน

คุณกอบบุญ ศรีชัย
ผู้บริหารสูงสุดสายงานกิจการองค์กรและลงทุนสัมพันธ์
บมจ. เจริญโภคภัณฑ์อาหาร

การบูรณาการนวัตกรรมในกระบวนการผลิต เพื่อคุณภาพ และความปลอดภัยของอาหาร

เครือเจริญโภคภัณฑ์บูรณาการนวัตกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูงเข้าสู่กระบวนการผลิตตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อยกระดับคุณภาพประสิทธิภาพ และความปลอดภัยอาหารให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ท่ามกลางกฎระเบียบด้านโภชนาการที่เข้มงวดขึ้นและความคาดหวังของผู้บริโภคด้านความโปร่งใสและการตรวจสอบย้อนกลับ เครือฯ ได้นำระบบดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และ Big Data มาใช้วิเคราะห์คุณภาพวัตถุดิบ ควบคุมการผลิตแบบเรียลไทม์ และบริหารความเสี่ยงตลอดสายการผลิต เพื่อลดความสูญเสีย เพิ่มความแม่นยำ และยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยอาหาร พร้อมประยุกต์ใช้ Blockchain และระบบตรวจสอบย้อนกลับเพื่อเสริมความสามารถในการตรวจสอบแหล่งที่มาของวัตถุดิบ และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มอื่น ๆ

ในด้านการรับรองมาตรฐาน เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานที่สอดคล้องกับมาตรฐานความปลอดภัยอาหารระดับสากล อาทิ FSSC 22000, BRCGS และกรอบ Global Food Safety Initiative (GFSI) รวมถึง GMP, HACCP, ISO 22000, GAP และ BAP ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ควบคู่กันนี้ เครือฯ ได้ลงทุนในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งลดน้ำตาล โซเดียม และไขมันที่ไม่เหมาะสม พร้อมเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการและคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรของชีวิตผลิตภัณฑ์ อีกทั้งส่งเสริมความร่วมมือกับเกษตรกร คู่ค้า และสถาบันวิชาการ ผ่านการอบรมและประเมินด้านความปลอดภัยอาหาร และระบบตรวจสอบย้อนกลับ รวมถึงมีการประเมินตามระดับความเสี่ยง เพื่อยกระดับมาตรฐานตลอดห่วงโซ่อุปทาน

iTrace for CP ALL ดิจิทัลโซลูชันเกษตรครบวงจรตลอดห่วงโซ่อุปทาน

บมจ. ซีพี ออลล์ มุ่งยกระดับความปลอดภัยและคุณภาพอาหาร ผ่านการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลบริหารห่วงโซ่อุปทานเกษตรแบบครบวงจร โดยนำร่องกับผลิตภัณฑ์ “กล้วยหอมทอง” โดยเป็นการเปลี่ยนจากระบบบันทึกกระดาษสู่ Enterprise Resource Planning หรือ ERP และ Blockchain เพื่อเพิ่มความแม่นยำ โปร่งใส และตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอดกระบวนการ ระบบดังกล่าวเชื่อมโยงการทำงานระหว่างบริษัทฯ SME และเกษตรกร โดยใช้ข้อมูลจับคู่อุปสงค์-อุปทาน วางแผนพื้นที่ทางการตลาด และแปลงเพาะปลูก พร้อมคาดการณ์ผลผลิตล่วงหน้า เพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนและผลกระทบจากภัยธรรมชาติ ระบบดังกล่าวช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการควบคุมมาตรฐานตลอดห่วงโซ่อุปทาน และยกระดับการตรวจสอบย้อนกลับแบบเรียลไทม์ จากเดิมที่ใช้เวลาวิเคราะห์ข้อมูลกว่า 3 ชั่วโมง นวัตกรรมดังกล่าวจึงเสริมความเชื่อมั่นด้านคุณภาพและความปลอดภัยอาหาร พร้อมเพิ่มผลผลิต รายได้ และความยั่งยืนให้ภาคเกษตรกรรม

การสร้างคุณค่า
- Manufacturing Capital
- Relationship Capital



จำนวน SME และเกษตรกรที่ได้เข้าร่วมโครงการฯ
2,034 ราย

สามารถส่งมอบผลผลิตเข้าโรงงานและผลิตได้ตามแผน
Yield เพิ่มเป็นร้อยละ **95**

ความรับผิดชอบต่อสวัสดิภาพสัตว์และสุขภาพของผู้บริโภค

การเลี้ยงตามหลักสวัสดิภาพสัตว์

ด้วยความมุ่งมั่นในการพัฒนาระบบอาหารที่มั่นคง ปลอดภัย และยั่งยืน เครือเจริญโภคภัณฑ์บูรณาการการดูแลสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) เข้ากับการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่คุณค่าการผลิตอาหาร ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยตระหนักว่าสวัสดิภาพสัตว์เป็นปัจจัยพื้นฐานที่เชื่อมโยงโดยตรงกับคุณภาพ ความปลอดภัยของอาหาร และความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ท่ามกลางความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความเสี่ยงโรคระบาด และความคาดหวังด้านจริยธรรมที่เพิ่มสูงขึ้น การดูแลตามหลักสวัสดิภาพสัตว์จึงเป็นทั้งความรับผิดชอบและกลยุทธ์สำคัญของธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยึดหลักการเลี้ยงสัตว์ตามหลักอิสระ 5 ประการ (Five Freedoms) อันเป็นแนวทางสำคัญในการส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของสัตว์ ให้ได้รับอาหารอย่างเพียงพอ สามารถแสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติได้อย่างเหมาะสม และปราศจากความหิวโหย ความเจ็บปวด และความกลัว ควบคู่กับการป้องกันโรคอย่างมีประสิทธิภาพ แนวปฏิบัติดังกล่าวยังมีส่วนช่วยลดการใช้ฮอร์โมนเร่งการเจริญเติบโตและยาปฏิชีวนะ พร้อมยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์โปรตีนให้ปลอดภัยยิ่งขึ้น

ในด้านการกำกับดูแล กลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารภายใต้เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้จัดตั้งคณะกรรมการด้านสวัสดิภาพสัตว์ และคณะกรรมการกำกับดูแลการใช้ยาต้านจุลชีพ เพื่อกำหนดมาตรฐานและแนวปฏิบัติให้สอดคล้องกันในทุกประเทศที่ดำเนินธุรกิจ พร้อมพัฒนาระบบความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity) สำหรับป้องกันโรคและยกระดับประสิทธิภาพการผลิต ขณะเดียวกันยังประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี เช่น การพัฒนาสภาพแวดล้อมในฟาร์ม ระบบควบคุมอุณหภูมิอัจฉริยะ และการติดตามพฤติกรรมสัตว์ผ่านระบบดิจิทัล เป็นต้น ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการและยกระดับมาตรฐานการเลี้ยงสัตว์อย่างต่อเนื่อง

การดำเนินงานดังกล่าวครอบคลุมฟาร์มของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ฟาร์มเกษตรกรในโครงการ Contract Farming และคู่ค้าตลอดห่วงโซ่อุปทาน ผ่านการจัดทำคู่มือ แนวปฏิบัติ และการอบรมอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เครือฯ ยังคงดำเนินงานให้สอดคล้องกับกฎหมายของประเทศที่เป็นฐานการผลิต ข้อกำหนดลูกค้า และมาตรฐานสากลด้านสวัสดิภาพสัตว์อย่างเคร่งครัด พร้อมเปิดเผยความก้าวหน้าผ่านรายงานความยั่งยืน และช่องทางสาธารณะอื่น ๆ เพื่อความโปร่งใส และสนับสนุนให้พันธมิตรทางธุรกิจยกระดับแนวปฏิบัติด้านสวัสดิภาพสัตว์ในมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งห่วงโซ่คุณค่า



การใช้ยาปฏิชีวนะอย่างมีความรับผิดชอบ และสมเหตุสมผล

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักว่าการใช้ยาปฏิชีวนะในสัตว์อย่างไม่เหมาะสมอาจก่อให้เกิดผลกระทบเป็นวงกว้าง ไม่ว่าจะเป็นสุขภาพสัตว์ ผู้เลี้ยง ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะความเสี่ยงด้านเชื้อดื้อยาต้านจุลชีพ (Antimicrobial Resistance: AMR) และการตกค้างของยาในผลิตภัณฑ์จากสัตว์ ซึ่งเป็นประเด็นท้าทายสำคัญระดับโลก ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงนำแนวคิด “One Health” มาใช้เป็นกรอบในการดำเนินงาน โดยคำนึงถึงความเชื่อมโยงระหว่างสุขภาพคน สัตว์ และสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ พร้อมกำหนดให้การใช้ยาปฏิชีวนะอย่างมีความรับผิดชอบและสมเหตุสมผลเป็นแนวปฏิบัติร่วมกันในฟาร์มของบริษัทและฟาร์มเกษตรกรในโครงการ Contract Farming ทั้งนี้ การใช้ยาปฏิชีวนะจะกระทำเท่าที่จำเป็น ภายใต้การวินิจฉัย การสั่งใช้ และการกำกับดูแลของสัตวแพทย์ประจำฟาร์มเท่านั้น

เพื่อให้แนวทางการใช้ยาปฏิชีวนะอย่างมีความรับผิดชอบและสมเหตุสมผลเกิดผลในทางปฏิบัติ เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงกำหนดข้อปฏิบัติสำคัญ 3 ประการ ดังนี้

- ปราศจากการใช้ยาปฏิชีวนะที่ผ่านการรับรองให้ใช้เฉพาะในคนเท่านั้น (Human-Only Antibiotics)
- ปราศจากการใช้ยาปฏิชีวนะที่ผ่านการรับรองให้ใช้ทั้งในคนและสัตว์ (Shared-Class Antibiotics) ที่สำคัญทางการแพทย์ของมนุษย์เพื่อวัตถุประสงค์เร่งการเจริญเติบโต (Growth Promotor)
- ปราศจากการใช้ฮอร์โมนเพื่อวัตถุประสงค์เร่งการเจริญเติบโต (Growth Hormone)

แนวปฏิบัติดังกล่าวสะท้อนความมุ่งมั่นของเครือเจริญโภคภัณฑ์ในการยกระดับการจัดการด้านสุขภาพสัตว์และการใช้ยาปฏิชีวนะอย่างรับผิดชอบ เพื่อรักษามาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์ ควบคู่กับการคุ้มครองความปลอดภัยของผู้บริโภค และลดความเสี่ยงด้านสาธารณสุขในระยะยาว

การจัดการแบบบูรณาการเพื่อลดเชื้อแบคทีเรียดื้อยาตลอดห่วงโซ่การผลิตสุกรอย่างยั่งยืน



บมจ. เจริญโภคภัณฑ์อาหาร มุ่งมั่นผลิตอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณภาพภายใต้มาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์ พร้อมดำเนินการใช้ยาต้านจุลชีพอย่างรับผิดชอบและสมเหตุสมผล เพื่อยกระดับความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เนื้อสุกร และเสริมสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเชื้อแบคทีเรียดื้อยา ซึ่งเป็นประเด็นด้านสาธารณสุขที่ได้รับความสนใจในระดับโลก โดยดำเนินการจัดการแบบบูรณาการตลอดห่วงโซ่การผลิตสุกรผ่านกลยุทธ์ 5 ประการ ได้แก่ การพัฒนากฎเกณฑ์สำหรับการใช้ยาปฏิชีวนะอย่างมีความรับผิดชอบ การนำระบบการจัดการสุขภาพสุกรตามหลักปฏิบัติการใช้ยาปฏิชีวนะมาใช้ การจัดตั้งระบบตรวจสอบการดื้อยาในสุกร มนุษย์ และสภาพแวดล้อมในฟาร์ม การคัดกรองยีนดื้อยาในโปรไบโอติกและวัคซีน และการตรวจสอบการปนเปื้อนตลอดห่วงโซ่คุณค่า

สัดส่วนการลดการใช้ยาปฏิชีวนะ
ร้อยละ 19

สัดส่วนการเพิ่มผลผลิตสุกรขุนปลอดยาปฏิชีวนะ
ร้อยละ 120

การสร้างคุณค่า
- Manufacturing Capital
- Relationship Capital

การสนับสนุนและส่งเสริมการปฏิบัติที่ดีด้านสวัสดิภาพสัตว์

การส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์ในห่วงโซ่อุปทาน

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งพัฒนาระบบการเลี้ยงสัตว์ที่คำนึงถึงความเป็นอยู่ที่ดีของสัตว์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ฟาร์มของเครือฯ และเกษตรกรในโครงการ Contract Farming ไปจนถึงกระบวนการขนส่ง โดยยึดแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากลด้านสวัสดิภาพสัตว์ การเสริมสภาพแวดล้อมทางกายภาพถูกนำมาประยุกต์ใช้ในทุกประเทศที่เครือฯ มีการดำเนินธุรกิจ เพื่อส่งเสริมให้สัตว์สามารถแสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติ ลดความเครียด และยกระดับคุณภาพชีวิตตลอดวงจรการเลี้ยง ควบคู่กันนี้ เครือฯ ได้นำเกณฑ์การวัดผลด้านสวัสดิภาพสัตว์ (Welfare Outcome Measures: WOMs) มาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน พร้อมทั้งติดตามความก้าวหน้าด้านการพัฒนาสายพันธุ์ และการจัดการการเลี้ยงสัตว์ให้เหมาะสมกับหลักสวัสดิภาพสัตว์ และสภาพภูมิอากาศของแต่ละพื้นที่ พร้อมทั้งใช้ตัวชี้วัดผลสำเร็จในการประเมินและกำกับดูแลการดำเนินงานของบุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การบริหารจัดการสวัสดิภาพสัตว์เป็นไปอย่างต่อเนื่องและสามารถพัฒนาได้อย่างเป็นระบบ

ข้อมูลด้านการส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์

การวัดผลการส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์ของเครือฯ ตลอดห่วงโซ่อุปทานทั่วโลก ปี 2568

	WOMs	2566	2567	2568
ไก่เนื้อ	อัตราการมีชีวิตระหว่างขนส่ง (ร้อยละ)	99.80	99.91	99.75[1]
ไก่ไข่	อัตราการมีชีวิตระหว่างขนส่ง (ร้อยละ)	98.21	98.03	98.22[3]
เป็ดเนื้อ	อัตราการมีชีวิตระหว่างขนส่ง (ร้อยละ)	99.02	99.88	99.84[2]
สุกร	อัตราการรอดของแม่สุกร (ร้อยละ)	96.86	95.41	95.63[4]
กุ้ง	ร่องรอยบาดแผล (ร้อยละ)	3.13	0.52	21.56[5]
ปลา	อัตราการมีชีวิตระหว่างขนส่ง (ร้อยละ)	-	-	-

การประเมินการดำเนินงานด้านสวัสดิภาพสัตว์ในผลิตภัณฑ์หลักของเครือฯ ตลอดห่วงโซ่คุณค่าทั่วโลก ปี 2568

การส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์	กำลังการผลิต
จากการเสริมสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (ร้อยละ)	62.6[1]
จากการเลี้ยงแบบปล่อยอิสระในโรงเรือน (ล้านฟอง)	41.8[3]
จากการเสริมสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (ร้อยละ)	100[2]
จากแม่สุกรที่เลี้ยงแบบคอกขังรวม (ร้อยละ)	51.4[4]
จากแม่พันธุ์กุ้งที่ไม่ตัดก้านตา (ตัน)	24[5]
จากการไม่ตัดครีบ (ร้อยละ)	100[6]

[1] ครอบคลุมกิจการในประเทศและเศรษฐกิจ ดังนี้ ไทย เวียดนาม ไต้หวัน กัมพูชา และมาเลเซีย
[2] ครอบคลุมกิจการในประเทศและเศรษฐกิจ ดังนี้ ไทย เวียดนาม และไต้หวัน
[3] ครอบคลุมกิจการในประเทศและเศรษฐกิจ ดังนี้ ไทย เวียดนาม ไต้หวัน กัมพูชา และมาเลเซีย โดยมีการเลี้ยงไก่ไข่แบบปล่อยอิสระในโรงเรือนที่กิจการประเทศไทยและไต้หวัน
[4] ครอบคลุมกิจการในประเทศและเศรษฐกิจ ดังนี้ ไทย เวียดนาม ไต้หวัน กัมพูชา และมาเลเซีย โดยมีการเลี้ยงแม่สุกรแบบคอกขังรวมที่กิจการประเทศไทย เวียดนาม ไต้หวัน และกัมพูชา
[5] ครอบคลุมกิจการในประเทศ ดังนี้ เวียดนาม และฟิลิปปินส์
[6] ครอบคลุมกิจการในประเทศ ดังนี้ เวียดนาม

การดูแลสัตว์บก และสัตว์น้ำ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นพัฒนานวัตกรรมเพื่อยกระดับการเลี้ยงสัตว์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยบูรณาการหลักสวัสดิภาพสัตว์เข้ากับการพัฒนาสายพันธุ์ ระบบการเลี้ยง และการป้องกันโรค เพื่อให้สัตว์มีสุขภาพแข็งแรง เติบโตตามธรรมชาติ และลดการพึ่งพายาปฏิชีวนะ ควบคู่กับการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและยกระดับมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง ในด้านโภชนาการและการป้องกันโรค เครือฯ พัฒนานวัตกรรมอาหารสัตว์ผสมจุลินทรีย์โปรไบโอติก เพื่อปรับสมดุลลำไส้ เสริมภูมิคุ้มกัน และลดการเจ็บป่วยตามธรรมชาติ พร้อมยกระดับระบบความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity) ภายในฟาร์ม อาทิ การกักตัวก่อนเข้าสู่พื้นที่เลี้ยงสัตว์ การเลี้ยงในโรงเรือนระบบปิด การตรวจสอบย้อนกลับวัตถุดิบ และการควบคุมการเข้า-ออกของบุคคลและยานพาหนะผ่านระบบฆ่าเชื้อ เพื่อป้องกันการนำเชื้อโรคจากภายนอกเข้าสู่ฟาร์ม

ขณะเดียวกัน เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เปลี่ยนผ่านจากรูปแบบการเลี้ยงดั้งเดิมสู่ “ฟาร์มอัจฉริยะ” (Smart Farm) โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยี Internet of Things (IoT) ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) Big Data และระบบเซ็นเซอร์อัตโนมัติ เพื่อติดตามสุขภาพสัตว์แบบเรียลไทม์ ลดความเครียด ป้องกันโรค และเพิ่มความแม่นยำในการบริหารจัดการฟาร์ม นอกเหนือจากการยกระดับการดำเนินงานภายในองค์กรแล้ว เครือฯ ยังส่งเสริมให้คู่ค้าและเกษตรกรในโครงการ Contract Farming ปฏิบัติตามมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์อย่างเคร่งครัด พร้อมสร้างความร่วมมือกับภาคธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคประชาสังคม และสถาบันวิจัย เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนอุตสาหกรรมปศุสัตว์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน

แอปพลิเคชัน WeChat Mini Program “ผู้ช่วยเกษตรและปศุสัตว์”



จำนวนฟาร์มสุกรที่นำระบบไปประยุกต์ใช้ มากกว่า **30** แห่ง

บริษัท ซีพีจิ่งไท การเพาะพันธุ์สุกรพันธุ์ จำกัด ประเทศจีน มุ่งมั่นยกระดับสวัสดิภาพสัตว์ และประสิทธิภาพการเลี้ยงสุกรผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล โดยพัฒนามินิโปรแกรม “Agro-pastoral” บนแพลตฟอร์ม WeChat เพื่อแก้ไขข้อจำกัดของการเลี้ยงสุกรแบบดั้งเดิม และยกระดับการบริหารจัดการฟาร์มให้ทันสมัย ระบบดังกล่าวผสานเทคโนโลยี Internet of Things (IoT) สำหรับการเก็บข้อมูลแบบเรียลไทม์ ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) เพื่อแจ้งเตือนสุขภาพสุกรล่วงหน้าและปรับการให้อาหารอย่างเหมาะสม รวมถึง Blockchain เพื่อรองรับการตรวจสอบย้อนกลับตลอดวงจรการผลิต ซึ่งช่วยให้เกษตรกรติดตามสุขภาพสัตว์และบริหารจัดการฟาร์มได้อย่างแม่นยำและมีประสิทธิภาพ การประยุกต์ใช้ระบบเหล่านี้ช่วยลดต้นทุนและการสูญเสียอาหารสัตว์อย่างมีนัยสำคัญ พร้อมยกระดับสวัสดิภาพสัตว์ เพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการเพิ่มกำไรของฟาร์ม ตลอดจนเสริมความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยอาหาร และเป็นต้นแบบที่สามารถขยายผลสู่การพัฒนาเกษตรกรรมสมัยใหม่ในวงกว้าง

การสร้างคุณค่า

- Manufacturing Capital
- Relationship Capital

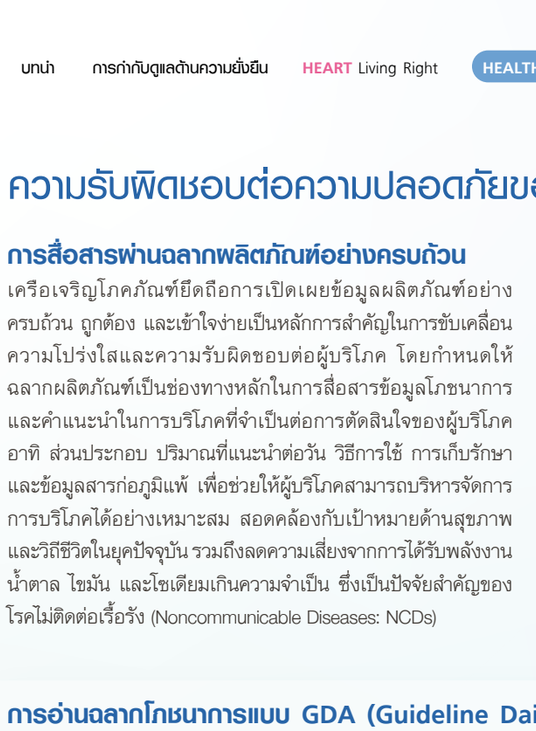
ความรับผิดชอบต่อความปลอดภัยของผู้บริโภค

การสื่อสารผ่านฉลากผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยึดถือการเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน ถูกต้อง และเข้าใจง่ายเป็นหลักการสำคัญในการขับเคลื่อนความโปร่งใสและความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค โดยกำหนดให้ฉลากผลิตภัณฑ์เป็นช่องทางหลักในการสื่อสารข้อมูลโภชนาการและคำแนะนำในการบริโภคที่จำเป็นต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค อาทิ ส่วนประกอบ ปริมาณที่แนะนำต่อวัน วิธีการใช้ การเก็บรักษา และข้อมูลสารก่อภูมิแพ้ เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคสามารถบริหารจัดการการบริโภคได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับเป้าหมายด้านสุขภาพและวิถีชีวิตในยุคปัจจุบัน รวมถึงลดความเสี่ยงจากการได้รับพลังงาน น้ำตาล ไขมัน และโซเดียมเกินความจำเป็น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Noncommunicable Diseases: NCDs)

เพื่อให้การเปิดเผยข้อมูลเป็นไปอย่างมีคุณภาพและน่าเชื่อถือ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดมาตรฐานการออกแบบและการจัดทำฉลากให้มีความชัดเจน ครอบคลุม และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ พร้อมติดตามกฎหมายและข้อกำหนดด้านอาหารในทุกประเทศที่ดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าการสื่อสารข้อมูลบนฉลากสอดคล้องกับข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องและมาตรฐานสากล นอกจากนี้ เครือฯ ยังขยายการเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์ไปสู่มิติความยั่งยืนมากขึ้น อาทิ การแสดงข้อมูล Carbon Footprint และข้อมูลด้านสวัสดิภาพสัตว์ในผลิตภัณฑ์บางประเภท เพื่อสนับสนุนให้ผู้บริโภคสามารถเลือกผลิตภัณฑ์ได้อย่างรอบด้าน ทั้งในมิติของสุขภาพ สิ่งแวดล้อม และผลกระทบทางสังคม อันเป็นการเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับผู้บริโภคในระยะยาว

การอ่านฉลากโภชนาการแบบ GDA (Guideline Daily Amounts)



สัดส่วนของฉลากบนด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์ทั้งที่ภาคบังคับตามกฎหมาย และภาคสมัครใจที่ให้ข้อมูลโภชนาการที่มองเห็นง่ายและเข้าใจง่าย

ร้อยละ 33.6

GDA คือ ฉลากโภชนาการที่แสดงข้อมูลพลังงาน น้ำตาล ไขมัน และโซเดียม บริเวณด้านหน้าบรรจุภัณฑ์ โดยบอกปริมาณสารอาหารต่อหนึ่งหน่วยบริโภคในรูปแบบที่เข้าใจง่าย

มีข้อมูลสำคัญดังนี้*

1. **“คุณค่าทางโภชนาการต่อ...”** แสดงปริมาณที่เข้าใจง่ายของหน่วยบรรจุภัณฑ์ เช่น 1 ถุง 1 ซอง 1 กล่อง เป็นต้น
2. **ค่าพลังงาน (กิโลแคลอรี) น้ำตาล (กรัม) ไขมัน (กรัม) และโซเดียม (มิลลิกรัม)** ที่ร่างกายได้รับเมื่อรับประทานผลิตภัณฑ์นี้หมดภายในครั้งเดียว (เป็นปริมาณสารอาหารของทั้งบรรจุภัณฑ์)
3. **ค่าร้อยละของพลังงาน น้ำตาล ไขมัน และโซเดียม** เมื่อเทียบกับปริมาณสูงสุดที่สามารถบริโภคได้ต่อวัน ดังนี้
   - ค่าพลังงาน คิดเป็นร้อยละของพลังงาน 2,000 กิโลแคลอรี
   - ค่าน้ำตาล คิดเป็นร้อยละของน้ำตาล 65 กรัม
   - ค่าไขมัน คิดเป็นร้อยละของไขมัน 65 กรัม
   - ค่าโซเดียม คิดเป็นร้อยละของโซเดียม 2,400 มิลลิกรัม

* ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ ๓๔๗) พ.ศ. ๒๕๕๗, สำนักอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

การยกระดับสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคน

การยกระดับสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการยกระดับสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชนอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งสร้างระบบสนับสนุนสุขภาวะที่ครอบคลุมทั้งการป้องกันโรค การดูแลรักษา และการเข้าถึงบริการทางการแพทย์อย่างเท่าเทียม ไม่ว่าจะเป็นการตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านมด้วยเครื่องเมมโมแกรมเคลื่อนที่ การคัดกรองเบาหวานเบื้องต้น การให้ความรู้ด้านสุขภาพ การส่งเสริมการตรวจเต้านมด้วยตนเอง และการรณรงค์สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Noncommunicable Diseases: NCDs) เพื่อสนับสนุนให้ประชาชนดูแลสุขภาพได้ตั้งแต่ระยะเริ่มต้น ควบคู่กันนี้ เครือฯ ยังส่งเสริมสุขภาพเชิงพฤติกรรมผ่านกิจกรรมทางกายและกีฬา เช่น กิจกรรมวิ่งเพื่อสุขภาพ การพัฒนาฟุตบอลเยาวชน และการสนับสนุนการกีฬาแห่งประเทศไทยในการจัดการแข่งขันกีฬาและอาเซียนพาราเกมส์ในปี 2568 นอกจากนี้ เครือฯ ยังขยายโอกาสการเข้าถึงบริการทางการแพทย์ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลด้านสุขภาพ เช่น หมอดีและการให้บริการผ่านร้านยาเอ็กซ์ต้า เป็นต้น เพื่อให้ประชาชนสามารถรับคำปรึกษาและเข้าถึงบริการสุขภาพได้สะดวก รวดเร็ว และครอบคลุมมากขึ้น

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังคงดำเนินโครงการ “เครือเจริญโภคภัณฑ์ทำความดีด้วยการบริจาคโลหิต” อย่างต่อเนื่อง โดยสำนักบริหารโครงการพิเศษ ภายใต้การดูแลของคุณวัลลภ เจียรวนนท์ รองประธานอาวุโส เครือเจริญโภคภัณฑ์ ร่วมกับศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย โดยมีบุคลากรจากทุกกลุ่มธุรกิจร่วมบริจาคโลหิตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2534-2568 รวมได้โลหิตจำนวน 661,169 ยูนิต หรือคิดเป็นปริมาณทั้งสิ้น 248,841,600 ซี.ซี. อีกทั้ง เครือฯ เดินหน้าพัฒนานวัตกรรมด้านสาธารณสุข เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการช่วยเหลือผู้ป่วยฉุกเฉินและลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการ อาทิ โครงการรถรักษาอัมพาตเคลื่อนที่ (Mobile Stroke Unit) รถพยาบาลอัจฉริยะ (5G Smart Ambulance) อุปกรณ์เซ็นเซอร์อัจฉริยะที่สามารถตรวจจับแบบไร้สัมผัส 5G Patient Digital Twin ที่จะช่วยให้โรงพยาบาลและศูนย์ดูแลผู้ป่วยสามารถเฝ้าระวังและส่งมอบบริการดูแลรักษาและฟื้นฟูสุขภาพของผู้ป่วยแบบเฉพาะบุคคลได้อย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย ซึ่งช่วยยกระดับคุณภาพการดูแลรักษา ลดระยะเวลาการเข้าถึงการรักษา และเพิ่มโอกาสการรอดชีวิตของผู้ป่วย

การสนับสนุนซีเกมส์และอาเซียนพาราเกมส์ 2568 เสริมศักยภาพไทยสู่เจ้าภาพระดับภูมิภาค



จำนวนนักกีฬาทีมชาติไทยที่ได้รับการสนับสนุนในช่วงการแข่งขัน
1,807 คน

การสร้างคุณค่า
Relationship Capital

เครือเจริญโภคภัณฑ์ พร้อมบริษัทในเครือ ร่วมสนับสนุนงบประมาณกว่า 100 ล้านบาท ให้แก่การกีฬาแห่งประเทศไทย สำหรับการจัดการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ ครั้งที่ 33 และอาเซียนพาราเกมส์ ครั้งที่ 13 ซึ่งประเทศไทยเป็นเจ้าภาพ การสนับสนุนดังกล่าวสะท้อนความมุ่งมั่นของเครือฯ ในการส่งเสริมกีฬาอย่างต่อเนื่อง โดยครอบคลุมทั้งด้านอาหารและโภชนาการ ระบบสื่อสารการถ่ายทอดสด และบริการทางการเงินดิจิทัล นอกจากนี้ เครือฯ ยังร่วมขับเคลื่อนแนวคิด “Green SEA Games” และ “Zero Waste” ผ่านการดำเนินงานของซีพีอาสาและการจัดการอาหารอย่างยั่งยืน ควบคู่กับการเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้มีส่วนร่วมสร้างความประทับใจและบรรยากาศที่ดีตลอดการแข่งขัน ความร่วมมือดังกล่าวไม่เพียงสนับสนุนความสำเร็จของมหกรรมกีฬาในระดับภูมิภาค แต่ยังช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทย สร้างพลังใจให้ทัพนักกีฬาไทย และยกระดับ Soft Power ของประเทศอย่างยั่งยืน



คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม

Social Impact and Economic Contribution

เครือเจริญโภคภัณฑ์บูรณาการศักยภาพ เพื่อยกระดับเศรษฐกิจ และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมวงกว้าง พร้อมเสริมสร้างโอกาสที่เท่าเทียมและขับเคลื่อนการเติบโตที่ยั่งยืนร่วมกับทุกฝ่าย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้ “หลัก 3 ประโยชน์” ที่มุ่งสร้างสรรค์ประโยชน์ต่อประเทศชาติ และประชาชนเป็นลำดับแรก แล้วจึงเป็นประโยชน์ต่อเครือฯ โดยขับเคลื่อนผ่านแพลตฟอร์มแห่งโอกาส เพื่อสนับสนุนให้เกษตรกร และ SMEs เข้าถึงตลาด แหล่งเงินทุน และนวัตกรรมที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลผลิต เครือฯ ยังมุ่งเน้นการยกระดับขีดความสามารถของเกษตรกรผ่านมาตรฐานความยั่งยืน เพื่อสร้างห่วงโซ่อุปทานที่เกื้อกูลและเป็นธรรม นอกจากนี้ เครือฯ ยังมุ่งมั่นประเมินผลลัพธ์ทางสังคมเพื่อวัดความสำเร็จในการสร้างงาน สร้างอาชีพ และการกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นการสร้างรากฐานทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งและทั่วถึง สอดคล้องกับปณิธานของเครือฯ ในการสร้างอนาคตที่ยั่งยืนให้แก่สังคมไทย

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

1.39 ล้านคน
จำนวนเกษตรกรที่ได้รับการสนับสนุน

1.62 ล้านคน
จำนวนผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) ที่ได้รับการสนับสนุน

0.66 ล้านคน
จำนวนกลุ่มเปราะบาง และกลุ่มอื่น ๆ ที่ได้รับการสนับสนุน

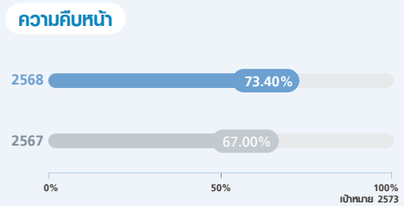
157.54 ล้านบาท
จำนวนเงินสนับสนุนชุมชนและสังคม

เป้าหมายและความคืบหน้า

เป้าหมาย

5 ล้านคน
ได้รับการส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้สำหรับผู้ที่มีความต้องการ เช่น เกษตรกร SMEs และกลุ่มเปราะบางตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ความคืบหน้า



การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

1.2 1.4 | 2.3 | 4.4 | 5.b

8.3 8.6 | 9.3 | 10.1 10.2

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- Delivering on Our SDG Commitments 2025
- Sustainability Performance Supplement 2025

การสร้างคุณค่าสู่สังคม

ด้วยความหลากหลายของธุรกิจ เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงให้ความสำคัญกับการปรับกระบวนการดำเนินงานให้สอดรับกับบริบททางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ซึ่งนับเป็นความท้าทายสำคัญทั้งต่อการรักษามาตรฐานการดำเนินงานและการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน นอกจากนี้ ความเปราะบางของเศรษฐกิจฐานรากและความเหลื่อมล้ำทางสังคมที่ยังคงเป็นโจทย์สำคัญของหลายประเทศ ซึ่งไม่เพียงส่งผลต่อความสามารถในการเติบโตอย่างยั่งยืนของภาคธุรกิจ แต่ยังเชื่อมโยงโดยตรงกับการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงมุ่งดำเนินธุรกิจควบคู่กับการมีส่วนร่วมในการลดความเหลื่อมล้ำ โดยเชื่อว่าความสำเร็จขององค์กรจะเกิดขึ้นได้จากความเข้มแข็งของสังคมและคุณภาพชีวิตของผู้คน เครือฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในทุกมิติด้านโอกาสทางเศรษฐกิจ การเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็น และการพัฒนาศักยภาพของผู้คน

กลยุทธ์การสร้างคุณค่าสู่สังคม



การประเมินผลกระทบจากการดำเนินงานสร้างคุณค่าสู่สังคมโดยเครื่องมือ
Social & Human Capital Protocol

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้ “หลัก 3 ประโยชน์” กลยุทธ์การสร้างคุณค่าให้แก่สังคมของเครือฯ จึงเป็นการมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value: CSV) เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและโครงสร้างทางเศรษฐกิจในทุกพื้นที่ที่เครือฯ เข้าไปดำเนินธุรกิจ โดยให้ความสำคัญกับการใช้ศักยภาพทางธุรกิจและนวัตกรรมมาเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาสังคม โดยมีพันธกิจหลักคือ การสร้างงานและกระจายรายได้ โดยการสนับสนุนเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มเปราะบาง ผ่านความร่วมมือเชิงบูรณาการกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา ภาคประชาสังคม และเครือข่ายระดับสากล

มากกว่าไปกว่านั้น เครือเจริญโภคภัณฑ์มองเห็นโอกาสเชิงกลยุทธ์ในการนำหลัก 3 ประโยชน์ และโมเดลแพลตฟอร์มแห่งโอกาสมาใช้เป็นแกนหลัก เพื่อยกระดับขีดความสามารถของเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยให้เติบโตไปพร้อมกัน ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมการสร้างงานและการเปลี่ยนคู่ค้าให้เป็นพันธมิตรที่เข้มแข็ง ใช้ศักยภาพด้านโทรคมนาคมกระจายความรู้ไปสู่พื้นที่ห่างไกล การสร้าง Digital Ecosystem ที่สมบูรณ์ ให้ชุมชนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยี และบริการทางการเงิน (Fintech) ได้อย่างเท่าเทียม

การสนับสนุน และการยกระดับคุณภาพชีวิต

การสนับสนุนเกษตรกรและชาวประมง

ในสถานการณ์เศรษฐกิจปัจจุบัน เกษตรกรและชาวประมงเผชิญกับความเสี่ยงรอบด้าน ทั้งต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นจากราคาพลังงาน ปุ๋ย อาหารสัตว์ และวัตถุดิบ ขณะที่ราคาผลผลิตมีความผันผวนตามกลไกตลาดและกำลังซื้อที่ชะลอตัว นอกจากนี้ยังได้รับผลกระทบจากความไม่แน่นอนของสภาพภูมิอากาศ โรคระบาดในพืชและสัตว์น้ำ รวมถึงข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมและมาตรฐานการค้าระหว่างประเทศที่เข้มงวดขึ้น ทั้งหมดนี้ส่งผลต่อความแน่นอนทางรายได้ และความเปราะบางทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้น ด้วยเหตุนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมุ่งพัฒนาศักยภาพให้กับเกษตรกร และชาวประมง ซึ่งเป็นพันธมิตรหลักในห่วงโซ่อุปทานผ่านการดำเนินงานของบริษัทในเครือฯ ไม่ว่าจะเป็นการให้คำแนะนำและสนับสนุนด้านการถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมการผลิตที่มีประสิทธิภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสนับสนุนการเข้าถึงปัจจัยการผลิต การจัดการต้นทุน การจัดหาแหล่งเงินทุน และการวางแผนการผลิตร่วมกัน

ในภาคการประมงและเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ส่งเสริมการทำประมงและการเพาะเลี้ยงอย่างรับผิดชอบ (Responsible Fisheries & Aquaculture) มีระบบการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) และการปฏิบัติตามมาตรฐานด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน เพื่อยกระดับศักยภาพให้สามารถเข้าถึงตลาดสากลได้อย่างยั่งยืน

การสนับสนุนเกษตรกรผ่าน “เจียไต๋ เอ็กซ์พีเรียนซ์ ศูนย์เกษตรเจียไต๋”



จำนวนเกษตรกรที่เข้าถึงองค์ความรู้โซลูชันเกษตร
5,700 ราย

การสร้างคุณค่า
- Manufacturing Capital
- Relationship Capital

บจก. เจียไต๋ จัดตั้ง “เจียไต๋ เอ็กซ์พีเรียนซ์” (Chia Tai Experience) หรือ ศูนย์เกษตรเจียไต๋ เพื่อเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้และถ่ายทอดโซลูชันการเกษตรสมัยใหม่ ภายใต้แนวคิด “พลิกนาไทยสู่นาทอง” มุ่งยกระดับศักยภาพเกษตรกรไทยให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต บริหารจัดการต้นทุน และพัฒนาการทำเกษตรอย่างยั่งยืน ผ่านโครงการแผนจัดการการเพาะปลูก (Crop Management Plan) โดยร่วมมือกับพันธมิตรด้านเทคโนโลยีและภาคการเกษตรทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาและส่งมอบโซลูชันการเกษตรแบบฉบับเจียไต๋ ที่มุ่งยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของเกษตรกรไทยอย่างยั่งยืน ภายใต้แนวคิด “นาดี ฐานะดี ชีวิตดี”

ศูนย์เกษตรกรเจียไต๋ ดำเนินการนำร่องในปี 2568 ในพื้นที่อำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา และได้ขยายการดำเนินงานครอบคลุมพื้นที่เกษตรสำคัญใน 5 จังหวัด ได้แก่ ฉะเชิงเทรา นครนายก ปราจีนบุรี ปทุมธานี และกรุงเทพมหานคร ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ขยายการดำเนินงานสู่พืชสวน โดยเริ่มจากทุเรียนในจังหวัดจันทบุรี เพื่อสนับสนุนการพัฒนาเกษตรกรในพืชเศรษฐกิจที่มีศักยภาพสูง

โมเดลกำไร 4 ฝ่ายแบบใหม่ พลังขับเคลื่อนใหม่เพื่อการฟื้นฟูชนบท



ซีพี กว่างซี (Guangxi CP) ได้ยกระดับมาตรฐานบริการทางเทคนิคและขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านจากความร่วมมือแบบเดิมสู่ “โมเดลกำไร 4 ฝ่ายแบบใหม่” (New Four-Party Profit Model) ซึ่งเป็นการผนึกกำลังระหว่างบริษัทอาหารสัตว์ซีพี ผู้เพาะพันธุ์สุกร เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกร และภาคการเงิน เพื่อสร้างระบบสนับสนุนที่เชื่อมโยงกันตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยมีหัวใจสำคัญอยู่ที่การเพิ่มขีดความสามารถด้วยเทคโนโลยี ผ่านการเชื่อมโยงเครือข่ายด้วยแพลตฟอร์ม Doctor Pig ซึ่งช่วยให้เกษตรกรเข้าถึงบริการสำคัญได้อย่างครบวงจร ทั้งการซื้อขายออนไลน์ การจัดหาอาหารสัตว์และเวชภัณฑ์ การบริหารจัดการข้อมูลการผลิตปศุสัตว์ การคาดการณ์ตลาด และการเข้าถึงบริการปรึกษาสัตวแพทย์ออนไลน์ตามมาตรฐาน Nine Porcine Guarantees ควบคู่กันนี้ บริษัทฯ ยังบูรณาการนวัตกรรมทางการเงินร่วมกับธนาคารและสถาบันประกันภัย เพื่อพัฒนาสินเชื่อและประกันภัยสุกร ช่วยปลดล็อกข้อจำกัดด้านเงินทุนและเสริมความมั่นคงให้เกษตรกร

เกษตรกรมีรายได้จากการเลี้ยงสุกรรวม
39.91 ล้านหยวน

สร้างมูลค่าทางการเงินผ่านแพลตฟอร์ม Doctor Pig
75.84 ล้านหยวน

จากการยกระดับระบบสนับสนุนดังกล่าว โมเดลนี้ได้รับรางวัล “Surging Star” (CP Exponential Surge) จากเครือเจริญโภคภัณฑ์ สามารถสร้างผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม ทั้งการจ้างงาน 209 ตำแหน่ง และการจำหน่ายสุกรได้กว่า 163,663 ตัว สะท้อนถึงศักยภาพของการใช้เทคโนโลยีและความร่วมมือข้ามภาคส่วนเพื่อยกระดับรายได้ของเกษตรกรและสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

การสร้างคุณค่า
Financial Capital Intellectual Capital Relationship Capital

ขยายผล “ธนาคารสัตว์น้ำ” สู่ชุมชน Beting Linting ประเทศมาเลเซีย ยกระดับคุณภาพชีวิตชาวประมงชายฝั่ง



จำนวนชาวประมงในพื้นที่ที่มีส่วนร่วม
400 ราย

จำนวนซั้งบ้านปลา
300 จุด

หน่วยงานพัฒนาความยั่งยืนภาครัฐและกิจการสัมพันธ์เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้ลงพื้นที่ติดตามผลการดำเนินงานในชุมชนชายฝั่ง Beting Lintang รัฐตรังกานู ประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นพื้นที่ต้นแบบของการถ่ายทอดนวัตกรรมธนาคารสัตว์น้ำสู่การใช้จริงในระดับชุมชน ภายหลังการลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยตรังกานู (Universiti Malaysia Terengganu: UMT) และเครือเจริญโภคภัณฑ์ โครงการนี้มุ่งยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนผ่านการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การติดตั้งนวัตกรรมธนาคารสัตว์น้ำในพื้นที่ Beting Lintang เพื่อเป็นแหล่งอนุบาลสัตว์น้ำวัยอ่อนและฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเล การจัดเวทีเสวนาแบบ Focus Group ระหว่างตัวแทนเครือฯ มหาวิทยาลัย UMT และผู้นำชาวประมง และการใช้เครื่องมือประมงที่เหมาะสม ตลอดจนการติดตั้งซั้งบ้านปลา (Fish Aggregating Devices) การใช้หุ่นยนต์ใต้น้ำ (Remotely Operated Vehicle: ROV) เพื่อติดตามผลกระทบเชิงนิเวศ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี Echo Sounder เพื่อประเมินความหลากหลายของทรัพยากรสัตว์น้ำในเชิงวิทยาศาสตร์

การสร้างคุณค่า
Relationship Capital
Natural Capital

ศูนย์ FLEC สงขลา เฟส 2 ร่วมต่อต้านการค้ามนุษย์และส่งเสริมระบบอาหารที่ยั่งยืน

บมจ. เจริญโภคภัณฑ์อาหาร ร่วมกับองค์กรพันธมิตรขับเคลื่อน “ศูนย์สวัสดิภาพและธรรมาภิบาลแรงงานประมงสงขลา” (Fishermen Life Enhancement Center: FLEC) ระยะที่ 2 (2564-2568) โดยมุ่งยกระดับคุณภาพชีวิตของครอบครัวแรงงานประมงอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการคุ้มครองสิทธิเด็กและสตรี การส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาอย่างเท่าเทียม และการพัฒนาทักษะชีวิต เพื่อร่วมป้องกันปัญหาการค้ามนุษย์และการใช้แรงงานเด็กในอุตสาหกรรมอาหารทะเลอย่างยั่งยืน การดำเนินงานของศูนย์ FLEC มุ่งเน้นไปที่การวางรากฐานการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ผ่านศูนย์เรียนรู้เพื่อเด็กและครอบครัวแรงงานเพื่อนบ้าน (Learning Quarter for Neighboring Migrant Children and Family) ซึ่งจัดการเรียนรู้ให้เหมาะสมตามช่วงวัย ครอบคลุมทั้งทักษะพื้นฐาน เช่น คณิตศาสตร์ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษากัมพูชา ควบคู่กับการส่งเสริมทักษะการดำรงชีวิต โดยพัฒนาแหล่งอาหารเพื่อส่งเสริมความมั่นคงทางอาหารในพื้นที่ศูนย์ฯ และบริเวณที่พักอาศัย เช่น การปลูกผักสวนครัวเพื่อบริโภค และการคัดแยกขยะเพื่อนำกลับมาใช้ประโยชน์หรือจำหน่ายอย่างเป็นระบบตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน



จำนวนผู้ใช้บริการศูนย์ FLEC
มากกว่า 20,000 คน

จำนวนบุตรหลานแรงงานที่เข้าถึงการศึกษา
มากกว่า 300 คน

การสร้างคุณค่า
Human Capital
Relationship Capital

การสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย

ในบริบทเศรษฐกิจปัจจุบันที่ผันผวนจากแรงกดดันด้านเงินเฟ้อ ต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้น อัตราดอกเบี้ย และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการรายย่อยต้องเผชิญความเสี่ยงทั้งด้านสภาพคล่อง การแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ และข้อกำหนดด้านมาตรฐานความปลอดภัยและความยั่งยืนที่เข้มงวดขึ้น เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงให้การสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยมุ่งเสริมศักยภาพผ่านการถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม การเปิดช่องทางตลาดทั้งออฟไลน์และดิจิทัล การสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและระบบบริหารจัดการสมัยใหม่ รวมถึงการยกระดับมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัย โดยสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรที่แข็งแกร่ง เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน สร้างรายได้ที่มั่นคง และเติบโตไปพร้อมกับระบบเศรษฐกิจฐานรากอย่างแข็งแกร่งในระยะยาว



> “CP ALL (7-Eleven) มุ่งใช้เครือข่ายร้านค้ากว่า 15,000 สาขาทั่วประเทศ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ ขับเคลื่อนการพัฒนาผู้ประกอบการและเกษตรกรไทยอย่างยั่งยืนผ่านกลยุทธ์ ‘3 ให้’ อันเป็นหัวใจสำคัญคือ การให้ช่องทางขายสินค้า การให้ความรู้ยกระดับมาตรฐาน และการให้การเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจ เพื่อผลักดันให้ธุรกิจขนาดเล็กสามารถเติบโต มีรายได้ที่มั่นคง และร่วมสร้างระบบเศรษฐกิจที่เป็นธรรม”

คุณมาลี อุทัยกิตติศัพท์
รองกรรมการผู้จัดการ
บมจ. ซีพี ออลล์

CP Seeding x Amaze เปิดพื้นที่ขายสำหรับผู้ประกอบการบุกตลาดออนไลน์



จำนวนผู้ประกอบการเข้าร่วมอบรม
กว่า 100 ราย

จำนวนผู้สมัครเข้าร่วมโครงการเปิดร้าน
62 ราย

Amaze Super App และบริษัท ซีพี ซีดดิ้ง โซเชียล อิมแพค จำกัด ร่วมกันพัฒนาโครงการ “Grow Together” เพื่อสร้างแพลตฟอร์มแห่งโอกาสให้ผู้ประกอบการ SMEs ไทยทดลองจำหน่ายสินค้า ขยายตลาด และเติบโตในโลกออนไลน์อย่างยั่งยืน Amaze Super App ทำหน้าที่เป็นพาร์ทเนอร์ด้านการขาย พร้อมสนับสนุนทั้งพื้นที่จำหน่ายสินค้า เครื่องมือ และองค์ความรู้ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการบริหารจัดการร้านค้าได้อย่างมืออาชีพ

โครงการจัดอบรมออนไลน์ 2 ครั้ง ได้แก่ “Online Introduction: เปิดประตูสู่โลกการขายออนไลน์กับ Amaze Super App” เพื่อปูพื้นฐานการขายออนไลน์ อัปเดตแนวโน้ม E-Commerce และทำความเข้าใจการทำงานของแพลตฟอร์ม และหลักสูตร “Seller Training” เพื่อเสริมทักษะการใช้งานระบบหลังบ้าน การจัดการร้านค้า และเทคนิคเพิ่มยอดขาย เพื่อเตรียมผู้ประกอบการให้พร้อมเปิดร้านและดำเนินธุรกิจบนแพลตฟอร์มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การสร้างคุณค่า
Human Capital Relationship Capital

การสนับสนุนกลุ่มเปราะบาง

แม้กลุ่มเปราะบางจะมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจฐานรากและความเข้มแข็งของชุมชน แต่คนจำนวนไม่น้อยยังไม่สามารถเข้าถึงโอกาส ทรัพยากร และระบบสนับสนุนที่จำเป็นต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและความมั่นคงทางเศรษฐกิจได้อย่างเท่าเทียม เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างโอกาสและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม จึงดำเนินงานร่วมกับภาครัฐ ภาคการศึกษา ภาคประชาสังคม และพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อส่งเสริมศักยภาพของกลุ่มเปราะบางอย่างเป็นระบบ ผ่านการถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมการพัฒนาทักษะอาชีพ การเชื่อมโยงตลาด รวมถึงการสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งรายได้ที่มั่นคง โดยมุ่งเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจในระดับชุมชน และสร้างการเติบโตที่ครอบคลุมและยั่งยืนให้กับสังคมโดยรวม

ซีพีเอฟ องค์กรส่งเสริมการจ้างงานคนพิการดีเยี่ยม ประจำปี 2568



จำนวนการจัดจ้างผู้พิการ
728 คน

บมจ. เจริญโภคภัณฑ์อาหาร ได้รับรางวัลองค์กรที่ส่งเสริมการจ้างงานคนพิการ ประจำปี 2568 ระดับดีเยี่ยม ต่อเนื่องเป็นปีที่ 9 สะท้อนความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการสร้างโอกาสทางอาชีพให้แก่คนพิการอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม โดยบริษัทฯ เชื่อว่าการมีงานทำที่มั่นคงและรายได้ที่แน่นอนเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้คนพิการสามารถพึ่งพาตนเอง ดูแลครอบครัว และใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีศักดิ์ศรี ความสุข และความภาคภูมิใจ ภายใต้แนวคิดการสร้างงานที่มีคุณค่า บริษัทฯ มุ่งใช้การจ้างงานเป็นกลไกสำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำ สร้างโอกาส และผลักดันให้สังคมไทยก้าวสู่การอยู่ร่วมกันอย่างเท่าเทียม ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้ขยายการจ้างงานคนพิการให้ครอบคลุม 3 รูปแบบ ได้แก่ การจ้างงานคนพิการในสถานประกอบการของบริษัท โดยมีการจัดสภาพแวดล้อมและระบบสนับสนุนที่เหมาะสม การจ้างงานคนพิการในชุมชน และรูปแบบการจ้างงานอื่นที่ช่วยเปิดโอกาสให้คนพิการสามารถเข้าถึงงานและรายได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น

การสร้างคุณค่า
Relationship Capital

ทรู คอร์ปอเรชั่น และทรูมันนี่ สนับสนุนการสร้าง Autism Digital Learning Center ให้แก่มูลนิธิออทิสติกไทยต่อเนื่องปีที่ 2

บมจ. ทรู คอร์ปอเรชั่น และ บจก. ทรู มันนี่ เดินหน้าสนับสนุนมูลนิธิออทิสติกไทยต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ผ่านโครงการ “สมทบทุนสร้างศูนย์การเรียนรู้ดิจิทัลเพื่อบุคคลและครอบครัว” โดยเปิดรับเงินบริจาคจากลูกค้ากลุ่มทรูและประชาชนผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ วอลเล็ท เพื่อนำไปจัดซื้ออุปกรณ์และสื่อดิจิทัลสำหรับพัฒนา Autism Digital Learning Center ซึ่งประยุกต์แนวทางการเรียนรู้แบบ Child-Centric ร่วมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาการที่เหมาะสมกับบุคคลออทิสติกแต่ละราย นอกจากนี้ Autism Digital Learning Center ยังเป็นพื้นที่อบรมผู้ปกครองในการใช้แพลตฟอร์ม Screening Tool for Person with Special Needs (STS) ซึ่งทรูและมูลนิธิออทิสติกไทยร่วมกันพัฒนา เพื่อคัดกรองและเชื่อมโยงบุคคลออทิสติกและผู้ที่มีความต้องการพิเศษเข้าสู่สวัสดิการภาครัฐ พร้อมสนับสนุนการพัฒนาทักษะดิจิทัล การสร้างอาชีพ และการยกระดับคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืน ปัจจุบันศูนย์การเรียนรู้ได้ขยายครอบคลุมกว่า 20 จังหวัดทั่วประเทศ



จำนวนเงินบริจาค
355,923 บาท

การสร้างคุณค่า
Human Capital

มูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบท

ตลอดระยะเวลากว่า 36 ปี ของการดำเนินงาน มูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบทมุ่งมั่นลดความเหลื่อมล้ำและยกระดับคุณภาพชีวิตของเยาวชนและเกษตรกรในพื้นที่ห่างไกล ด้วยความเชื่อว่า “ความยั่งยืนที่แท้จริง ต้องเริ่มจากรากฐานชีวิตที่แข็งแรง“ มูลนิธิฯ ไม่ได้มองเพียงแค่การให้ แต่มุ่งเน้นการสร้างโมเดลแห่งการเรียนรู้ ที่สามารถขยายผลและส่งต่อความสำเร็จจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อให้มั่นใจว่าเมื่อมูลนิธิฯ ก้าวออกไป ชุมชนจะยังคงเติบโตได้อย่างสง่างามและยั่งยืน อย่างไรก็ตาม มูลนิธิฯ ยังต้องเผชิญความท้าทายที่สำคัญ อาทิ วิกฤตภาวะโลกร้อน การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร ทัศนคติและการเข้าถึงเทคโนโนโลยีดิจิทัลของชุมชน มูลนิธิฯ จึงได้ขับเคลื่อนความยั่งยืนผ่านการผนึกกำลังกับภาคีเครือข่าย เพื่อลดช่องว่างของความท้าทาย โดยร้อยเรียงจุดแข็งจากทุกภาคส่วนอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การประสานนโยบายกับภาครัฐเพื่อสร้างผลกระทบในวงกว้าง การดึงนวัตกรรมและห่วงโซ่อุปทานจากภาคเอกชนมาสร้างโอกาสทางอาชีพ เปลี่ยนบทบาทชุมชนจากผู้รับสู่การเป็นหุ้นส่วนการพัฒนา ที่สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างสง่างามและยั่งยืน ตามหลัก 3 ประโยชน์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์

กระบวนการบริหารจัดการ



การสื่อสาร
สื่อสารข้อมูลการดำเนินงาน และความก้าวหน้าต่อสาธารณะ ในการสร้างคุณค่าต่อสังคม สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อหาแนวทางการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

ความมุ่งมั่น นโยบาย และเป้าหมาย
ความมุ่งมั่นของผู้บริหารระดับสูงสุดขององค์กร และคณะกรรมการในการกำหนดยุทธศาสตร์ กรอบนโยบายการดำเนินงาน และการกำกับดูแลการดำเนินงาน

เทคโนโลยี และดิจิทัล
นำเทคโนโลยีและอุปกรณ์ IOT มาปรับประยุกต์ใช้ ทั้งการดำเนินโครงการ และงานสนับสนุน

พิจารณาแผนงาน และงบประมาณ
จัดทำแผนงาน กลยุทธ์ เป้าหมาย และตัวชี้วัดที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ และนโยบาย พร้อมนำเสนอเสนอต่อคณะกรรมการสำหรับการพิจารณาอนุมัติ

ประชุมสามัญประจำปี
การประชุมสามัญประจำปีตามกฎหมาย นำเสนอผลการดำเนินงาน การรับรองงบการเงิน ตามข้อบังคับ แต่งตั้งกรรมการ

ดำเนินงาน
นำนโยบาย แผนงาน ไปดำเนินงานให้บรรลุผล สร้างการมีส่วนร่วมและเสริมสร้างการตระหนักรู้แก่บุคลากร

ประเมินความท้าทาย และโอกาส
ประเมินความเสี่ยง โอกาส การเปลี่ยนแปลงของบริบทสังคม และองค์กร เพื่อการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

ติดตามวัดผลการดำเนินงาน
ติดตามวัดผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมาย ประมวลวิเคราะห์ เพื่อหาทางปรับปรุงผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

> “เครือเจริญโภคภัณฑ์ ยึดมั่นในหลัก 3 ประโยชน์ โดยมูลนิธิฯ ได้น้อมนำพระปฐมบรมราชโองการในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 10 และใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนและสร้างอาชีพอย่างยั่งยืน”

คุณกฤตยรัฐ ปารมี
ผู้ช่วยเลขาธิการ
มูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบท



ผลการดำเนินงาน ปี 2568

ผลการดำเนินงานสู่เป้าหมาย ปี 2573

สนับสนุนโครงการพระราชดำริ	ความมั่นคงด้านอาหารและโภชนาการที่ดี	การลดความเหลื่อมล้ำ	สิ่งแวดล้อม
โครงการพระราชดำริ 100% 10 โครงการพระราชดำริที่มูลนิธิฯ เข้าไปสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ปี 2573: 10 โครงการ	**โรงเรียนโครงการซีพีเลี้ยงไก่ไข่ฯ** 100% **1,018 โรงเรียน** ที่เข้าร่วมโครงการซีพีเลี้ยงไก่ไข่เพื่ออาหารกลางวันนักเรียน ตั้งแต่เริ่มโครงการ ปี 2573: 1,000 โรงเรียน	**การศึกษา** 53% **1,074 ทุนการศึกษา** ให้โอกาสเด็กและเยาวชนกลุ่มเปราะบาง ได้เข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพสนับสนุนสู่เป้าหมาย ปี 2573 : 2,000 คน	**การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศทางบก** 59% **589,857 ต้น** ต้นไม้ที่ปลูกที่ปกป้องดูแลรักษาร่วมกับชุมชน เกษตรกร ภาคีเครือข่าย ปี 2573 : 1 ล้านต้น
ผลลัพธ์การดำเนินงาน 100% ผลลัพธ์ที่ดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย และตอบสนองความหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2573: 10 โครงการ	**การเข้าถึงโภชนาการอาหารปลอดภัย** 100% **223,000 คน** เด็กและเยาวชนได้รับการสนับสนุนการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการ ปี 2573: 200,000 คน	**อาชีพและรายได้เกษตรกร** 43% **1,293 คน** จำนวนเกษตรกรชาวประมง และผู้ด้อยโอกาสได้รับการส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้อย่างมั่นคง ปี 2573 : 3,000 คน/ปี	**การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศทางทะเล** 21% **206.36 ล้านตัว** ปล่อยพันธุ์สัตว์น้ำทางทะเล และร่วมกับชุมชนชาวประมง ภาคีเครือข่าย ปี 2573 : 1,000 ล้านตัว
	ความมั่นคงทางด้านอาหารและโปรตีนที่จำเป็น 93% **28 ล้านฟอง/ปี** จำนวนไข่ไก่ที่ผลิตและส่งมอบแก่เด็กและเยาวชนในพื้นที่ชนบทห่างไกล ได้บริโภคเพื่อสุขภาพและสุขภาวะที่ดี ปี 2573: 30 ล้านฟอง/ปี	**คุณค่าและการสร้างประโยชน์แก่สังคม** 78% **78,358 คน** จำนวนประชาชนกลุ่มเปราะบาง ที่ได้รับประโยชน์ทางตรงและทางอ้อมด้านเศรษฐกิจ สังคม องค์ความรู้ ปี 2573 : 1 แสนคน/ปี	

การประเมินผลลัพธ์ทางสังคมจากการดำเนินโครงการ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นสร้างผลลัพธ์ทางสังคมเชิงบวกที่จับต้องได้ผ่านการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติ เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก และลดความเหลื่อมล้ำอย่างเป็นระบบผ่านการนำนวัตกรรมเทคโนโลยี และขีดความสามารถทางธุรกิจมาบ่มเพาะชุมชนให้เกิดการพึ่งพาตนเองและเติบโตได้อย่างสง่างาม เครือฯ เชื่อมั่นว่าการสร้างคุณค่าทางสังคมคือหัวใจสำคัญของความยั่งยืนทางธุรกิจ เครือฯ จึงให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนผ่านจากการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมแบบดั้งเดิมไปสู่การสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value: CSV) โดยมุ่งเน้นการวัดการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจริง (Outcomes & Impact) กับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนากระบวนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและโปร่งใส และเพื่อให้ชุมชนมองเห็นคุณค่าที่เกิดขึ้นจริง

เพื่อเปลี่ยนการดำเนินงานสู่มูลค่าทางสังคม และการประเมินผลลัพธ์มีความชัดเจนและเป็นสากล เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้นำเครื่องมือการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) มาใช้ในการคำนวณมูลค่าเชิงปริมาณจากโครงการเชิงยุทธศาสตร์ โดยผลการประเมินผ่านการทวนสอบข้อมูลจากหน่วยงานภายนอก ซึ่งช่วยสร้างความโปร่งใส ส่งเสริมการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในการจัดสรรทรัพยากร การตัดสินใจขยายผลโครงการที่มีประสิทธิภาพสูง และสร้างความเชื่อมั่นผ่านรายงานที่พิสูจน์ได้ด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์

โครงการฟาร์มกระบือทันสมัย (Buffalo Modern Farm)



โครงการฟาร์มกระบือทันสมัย (Buffalo Modern Farm: BMF) โดยมูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์ ถือกำเนิดขึ้นจากแนวคิดที่ต้องการยกระดับการเลี้ยงกระบือไทยจาก “การผลิตแบบดั้งเดิม” ไปสู่ “ระบบธุรกิจฟาร์มคุณภาพที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล” โดยมุ่งเน้นการสร้างองค์ความรู้และเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ที่ช่วยให้เกษตรกรสามารถเลี้ยงกระบือได้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการทั้งในด้านสุขภาพสัตว์ การป้องกันโรค การจัดการอาหาร ตลอดจนการคัดเลือกพันธุ์กระบือที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจอย่างแม่นยำ ในการประเมิน SROI เป็นการประเมินฟาร์มเกษตรกรทั้ง 6 รุ่น เพื่อให้ทราบผลลัพธ์ที่ส่งมอบสู่สังคมตลอดระยะเวลาของการดำเนินโครงการ

ด้านเศรษฐกิจ
ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจเกิดขึ้น อาทิ เกษตรกรสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายลูกกระบือ การลดค่าใช้จ่ายจากการผลิตแหล่งพืชอาหารสัตว์และการผลิตปุ๋ย การได้รับการสนับสนุนด้านเวชภัณฑ์สัตว์ทำให้ลดค่ารักษาพยาบาล รวมมูลค่าผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ **77,225,486 บาท**

ด้านสังคม
ผลลัพธ์ของโครงการด้านสังคมที่เกิดขึ้น อาทิ เกษตรกรมีความรู้ในกระบวนการเลี้ยงและการอนุรักษ์กระบือ เกิดการสร้างเครือข่ายกลุ่มการผลิตกระบือ เกิดศูนย์การเรียนรู้ให้กับเกษตรกร การพัฒนาและวิจัยการอนุรักษ์กระบือพื้นเมือง รวมมูลค่าผลลัพธ์ด้านสังคม **68,775,395 บาท**

ด้านสิ่งแวดล้อม
ผลลัพธ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น ได้แก่ ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ถูกปล่อยระหว่างการขนส่ง ระหว่างการตากแห้งของมูลกระบือ และที่เกิดจากการย่อยอาหารของกระบือ รวมมูลค่าผลลัพธ์ด้านสิ่งแวดล้อม **2,414,704 บาท**

มูลค่าผลลัพธ์รวม
143,586,177 บาท
SROI เท่ากับ **1:3.26**

โครงการครอบครัวอุปการะในชุมชนวัฒนธรรม



โครงการครอบครัวอุปการะในชุมชนวัฒนธรรม เกิดขึ้นจากความห่วงใยของท่านประธานอาวุโส คุณธนินท์ เจียรวนนท์ ที่ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของครอบครัวที่มีต่อการเติบโตของเด็ก ๆ โดยเฉพาะเด็กกำพร้าที่แม้จะได้รับการดูแลจากสถานสงเคราะห์ แต่ก็ยังขาดครอบครัวที่จะมอบความรัก ความอบอุ่น และเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาชีวิต โครงการนี้เกิดขึ้นในปี 2545 เพื่อมอบโอกาสให้เด็กกำพร้าได้เติบโตในครอบครัวทดแทนที่อบอุ่น มีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชนที่เข้มแข็ง เป็นเบ้าหลอมให้พวกเขาเติบโตเป็นคนดี มีคุณภาพ และเป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคม โครงการได้เริ่มประเมิน SROI ในปี 2565 ทั้งนี้ เพื่อต้องการประเมินผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น และเป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานของโครงการต่อไป

ด้านเศรษฐกิจ
ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจเกิดขึ้น ได้แก่ เด็กอุปการะได้รับการศึกษาทำให้มีโอกาสในการประกอบอาชีพเพิ่มขึ้น ครอบครัวมีเสถียรภาพทางการเงินในการดูแลเด็กและลดภาระค่าใช้จ่าย รวมมูลค่าผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ **2,465,460 บาท**

ด้านสังคม
ผลลัพธ์ทางสังคมเกิดขึ้น ได้แก่ เด็กอุปการะมีความมั่นคงทางด้านจิตใจ สามารถดำเนินชีวิตอยู่ในครอบครัวและสังคมอย่างมีความสุข ครอบครัวอุปการะได้รับการพัฒนาทักษะในการเลี้ยงดูเด็ก รวมมูลค่าผลลัพธ์ด้านสังคม **10,586,712 บาท**

มูลค่าผลลัพธ์รวม
13,052,172 บาท
SROI เท่ากับ **1:4.16**

โครงการทุนการศึกษาเครือเจริญโภคภัณฑ์



เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษา จึงมีนโยบายสนับสนุนช่วยเหลือ นักเรียน นิสิต นักศึกษาที่มีความประพฤติดี เรียนดี แต่ขาดแคลนทุนทรัพย์ ให้มีทุนทรัพย์เพียงพอในการศึกษา จนสำเร็จการศึกษา พร้อมทั้งจัดให้ได้รับการฝึกอบรม การทำโครงการต่าง ๆ การฝึกประสบการณ์ และการพัฒนาความสามารถด้านภาษาอังกฤษ อันจะมีผลให้ผู้รับทุนการศึกษาประสบความสำเร็จทั้งในด้านการเรียนและการสร้างเสริมทักษะที่จำเป็นต่อการพัฒนาตนเอง สังคม และประเทศชาติในอนาคต ในการประเมิน SROI มีขอบเขตของการประเมินสำหรับผู้รับทุนฯ ในปี 2563 ซึ่งเป็นปีแรกของการประเมินที่จะทำให้เห็นถึงมูลค่าของผลลัพธ์ที่มีต่อสังคม

ด้านเศรษฐกิจ
ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจเกิดขึ้น ได้แก่ การเพิ่มโอกาสในการจ้างงานของนักเรียนและนักศึกษา สถาบันการศึกษาลดความเสี่ยงจากการลาออกของนักเรียน ครอบครัวลดภาระค่าใช้จ่ายของบุตร และภาครัฐลดภาระค่าใช้จ่ายจากการพึ่งพาสวัสดิการคนว่างงาน รวมมูลค่าผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ **62,955,836 บาท**

ด้านสังคม
ผลลัพธ์ทางสังคมจากการดำเนินโครงการ ได้แก่ การลดความเหลื่อมล้ำด้าน Digital Divide การลดความเสี่ยงจากการตั้งครรภ์และอาชญากรรม การเพิ่มแรงงานที่มีทักษะสูงให้แก่ประเทศ รวมมูลค่าผลลัพธ์ด้านสังคม **8,636,377 บาท**

มูลค่าผลลัพธ์รวม
71,592,213 บาท
SROI เท่ากับ **1:2.88**



ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ

Food Security and Access to Nutrition

เครือเจริญโภคภัณฑ์บูรณาการเทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อยกระดับความมั่นคงทางอาหาร พร้อมส่งเสริมการเข้าถึงอาหารปลอดภัยที่ตอบโจทย์สุขภาวะที่ดีในทุกช่วงวัย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักว่าการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วนและเพียงพอ เป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษย์ และเป็นรากฐานของสุขภาวะที่ดี เครือฯ จึงมุ่งมั่นบริหารจัดการความปลอดภัยของอาหาร ตลอดห่วงโซ่คุณค่าอย่างเป็นระบบ เพื่อให้มั่นใจว่าพลิตภัณฑ์มีคุณภาพตามมาตรฐานความปลอดภัยระดับสากล ควบคู่กับคุณค่าทางโภชนาการที่เหมาะสมในแต่ละช่วงวัย โดยบูรณาการเทคโนโลยีและนวัตกรรมขั้นสูงในกระบวนการผลิตและการควบคุมคุณภาพ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพ และความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับ พร้อมกันนี้ เครือฯ สนับสนุนคู่ค้าและเกษตรกรให้พัฒนาศักยภาพตามมาตรฐานความปลอดภัยและแนวปฏิบัติด้านการเกษตรที่ยั่งยืน เพื่อใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และรักษาความหลากหลายทางชีวภาพ อีกทั้งให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลโภชนาการอย่างโปร่งใส และส่งเสริมความรอบรู้ด้านอาหาร เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงโภชนาการที่เหมาะสมได้อย่างเท่าเทียมและทั่วถึง

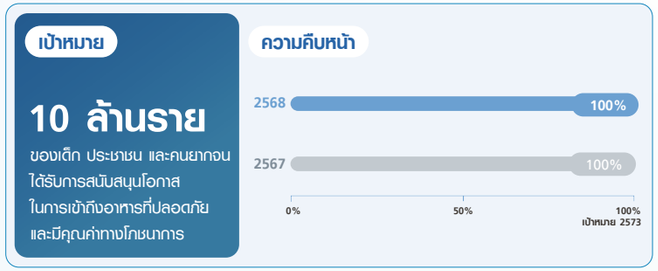
ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

19.37 ล้านราย
จำนวนเด็ก ประชาชน และกลุ่มเปราะบางที่ได้รับโอกาสในการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าโภชนาการ (จำนวนสะสม)

28.61%
สัดส่วนของยอดขายสินค้าบริโภคใหม่ที่ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี ปี 2568

1,770 พลิตภัณฑ์
จำนวนพลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพที่ดี

เป้าหมายและความคืบหน้า



การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

2.1
2.2

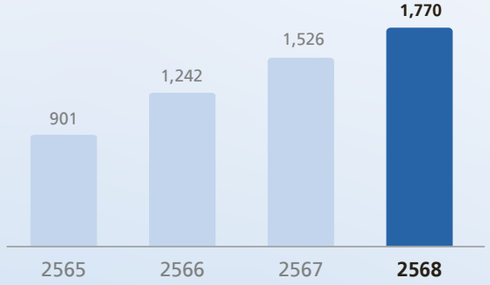
สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- Delivering on Our SDG Commitments 2025
- Sustainability Performance Supplement 2025

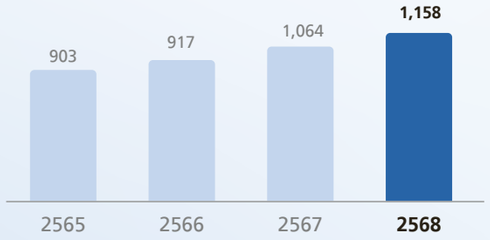
การบริหารจัดการความมั่นคงทางอาหาร

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักว่าระบบอาหารโลกกำลังเผชิญความผันผวนจากหลายปัจจัย ทั้งการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การอุบัติของโรคระบาดใหม่ และข้อกำหนดด้านความปลอดภัยอาหารที่เข้มงวดขึ้นในระดับสากล ซึ่งล้วนส่งผลต่อเสถียรภาพของวัตถุดิบต้นน้ำและความมั่นคงทางอาหารในวงกว้าง ขณะเดียวกันความคาดหวังต่อความโปร่งใสตลอดห่วงโซ่อุปทานก็กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ภาคธุรกิจต้องบริหารจัดการอย่างรอบด้าน เพื่อรักษาความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียและความสามารถในการเข้าถึงตลาดโลก ท่ามกลางภาวะค่าครองชีพที่สูงขึ้น การทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วนในราคาที่เหมาะสมจึงเป็นอีกหนึ่งความท้าทายสำคัญของเครือฯ ในฐานะ “ครัวของโลก” ภายใต้บริบทดังกล่าว เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เปลี่ยนความท้าทายให้เป็นโอกาสเชิงกลยุทธ์ ผ่านการเร่งพัฒนานวัตกรรมอาหารแห่งอนาคต และโภชนาการเฉพาะบุคคล อาทิ อาหารจากพืชและผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพ เพื่อตอบโจทย์สุขภาวะเชิงป้องกัน ควบคู่กับการบูรณาการเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) เข้ากับระบบตรวจสอบย้อนกลับและการควบคุมคุณภาพ เพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยอาหาร พร้อมกันนี้ เครือฯ ยังพัฒนาเกษตรกรและผู้ผลิตรายย่อยให้มีศักยภาพในการผลิตอย่างยั่งยืน ตลอดจนเสริมสร้างความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูลโภชนาการที่เข้าถึงได้ง่าย

จำนวนผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพที่ดี
(ผลิตภัณฑ์)



จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์
(ผลิตภัณฑ์ (ข้อมูลสะสม))





“ความมั่นคงทางอาหารไม่ได้หมายถึงเพียงการมีอาหารเพียงพอ แต่ยังต้องสามารถเข้าถึงได้อย่างปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการ และตอบโจทย์ผู้บริโภคในทุกช่วงวัยและภาวะสุขภาพ แม้ในภาวะวิกฤต เครือฯ จึงมุ่งพัฒนาองค์ความรู้ งานวิจัย และนวัตกรรมด้านอาหาร ร่วมกับทุกภาคส่วน เพื่อขับเคลื่อนความมั่นคงทางอาหารและขยายโอกาสการเข้าถึงโภชนาการที่ดีให้แก่ผู้คนในวงกว้างอย่างยั่งยืน”

ดร. พัชรี กิตติสุบรรณ
ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป
บจก. ซีพี ฟู้ดแล็บ

การปฏิรูประบบอาหาร เพื่อการผลิตและการบริโภคอย่างยั่งยืน

ท่ามกลางบริบทที่ผู้บริโภคทั่วโลกให้ความสำคัญกับสุขภาพแบบองค์รวมและความยั่งยืนมากขึ้น เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ทั้งด้านโภชนาการและสิ่งแวดล้อม พร้อมยกระดับระบบอาหารให้รองรับความต้องการของประชากรที่เพิ่มขึ้นและสังคมผู้สูงวัยได้อย่างสมดุล เครือฯ บูรณาการการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกและองค์ความรู้ด้านโภชนศาสตร์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคล โดยเฉพาะผู้สูงอายุและกลุ่มเสี่ยงโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ควบคู่กับการปรับปรุงสูตรอย่างต่อเนื่อง ลดส่วนประกอบที่ไม่เอื้อต่อสุขภาพ เช่น น้ำตาล โซเดียม และไขมันอิ่มตัว เป็นต้น พร้อมทั้งเพิ่มสารอาหารที่จำเป็น (Fortification) อันช่วยสนับสนุนสุขภาวะเชิงป้องกันในระยะยาว ในระดับกลยุทธ์ เครือเจริญโภคภัณฑ์ผนวกเป้าหมาย SDG 2 (Zero Hunger) เข้ากับการดำเนินธุรกิจ มุ่งลดภาวะทุพโภชนาการและขยายการเข้าถึงอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสม ควบคู่กับการรักษามาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัย และการขยายช่องทางจัดจำหน่ายสู่พื้นที่เข้าถึงยาก ขณะเดียวกัน เครือฯ ยังเร่งพัฒนาโปรตีนทางเลือกและอาหารแห่งอนาคตที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการใช้ทรัพยากร พร้อมส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์หรือมีการปล่อยคาร์บอนต่ำ เพื่อเพิ่มทางเลือกที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและเข้าถึงได้สำหรับผู้บริโภคทุกกลุ่ม

การยกระดับคุณภาพและความปลอดภัยอาหารผ่านนวัตกรรมสลัดพร้อมรับประทาน



รายได้จากการขายสินค้าสลัดพักต่อปี
628 ล้านบาท

บจก. ซีพีแรม มุ่งยกระดับคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารตลอดห่วงโซ่อุปทาน ผ่านโครงการพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบกลุ่มผักสำหรับผลิตภัณฑ์สลัด พร้อมตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ต้องการอาหารเพื่อสุขภาพที่สะดวกและเข้าถึงได้ในราคาที่เหมาะสม บริษัทฯ พัฒนาผลิตภัณฑ์สลัดพร้อมรับประทาน ที่ประกอบด้วยผักสดหลากหลายชนิด เนื้อสัตว์คุณภาพ และน้ำสลัดสูตรเฉพาะ โดยปรับปรุงระบบห่วงโซ่อุปทานให้สามารถนำผักสดเข้าสู่กระบวนการผลิตภายใน 12-24 ชั่วโมงหลังการเก็บเกี่ยว เพื่อรักษาความสดใหม่ของวัตถุดิบ พร้อมประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกรดอินทรีย์ และแคลเซียมจากธรรมชาติ เพื่อรักษาความสดกรอบของวัตถุดิบตลอดอายุสินค้า โดยไม่ใช้วัตถุกันเสีย ทำให้ผลิตภัณฑ์คงคุณภาพได้นานถึง 6 วัน นวัตกรรมดังกล่าวนำไปสู่การพัฒนาสลัดสดพร้อมรับประทานที่จำหน่ายผ่านร้านสะดวกซื้อเป็นรายแรกของประเทศไทย ช่วยเพิ่มการเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพและปลอดภัยแก่ผู้บริโภคในวงกว้าง

การสร้างคุณค่า
Manufacturing Capital

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสุขภาพและสนับสนุนการบริโภคที่ยั่งยืน

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพที่ดี และปลอดภัยต่อผู้บริโภคทุกวัย

เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศจีน)
เกี๊ยวไส้หมูผสมผักจี้ไช่



- เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานระดับชาติ
- ไม่มีส่วนผสมของโปรตีนถั่วเหลือง
- ได้รับรางวัล 1 ดาว จากเวที iSEE Global Taste Awards ครั้งที่ 7 ประจำปี 2025

บมจ. ซีพี แอ็กซ์ตร้า (ประเทศไทย)
ซูพรีมเบรดธัญพืช 12 ชนิด



- มีพรีไบโอติกใยอาหารจากธรรมชาติ
- มีแคลเซียมและธาตุเหล็ก

เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศเวียดนาม)
จุลินทรีย์โปรไบโอติก BIOBALANCE



- มีจุลินทรีย์ที่เป็นประโยชน์ Bacillus Clausii สูงถึง 2 พันล้านตัว
- ช่วยปรับสมดุลไมโครไบโอต้าในลำไส้ และช่วยลดอาการท้องอืด ท้องเฟ้อ และท้องร่วง
- ผลิตภายใต้มาตรฐาน GMP ที่เคร่งครัด ปลอดภัย

บมจ. เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศไทย)
Innoweness Smart Soup Low GI ซุปอกไก่ ฟักทอง ไข่ น้ำมันรำข้าว



- วิตามินและแร่ธาตุ 21 ชนิด
- ค่าดัชนีน้ำตาลต่ำ (Low GI) ทางเลือกผู้ป่วยเบาหวาน
- ไม่มีส่วนผสมของนมวัว และนมผง
- ร่วมวิจัยโดยสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- ทานง่ายและให้ทางสายยางได้

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ลดปริมาณไขมันอิ่มตัวไขมันทรานส์ โซเดียม หรือน้ำตาล ให้น้อยกว่าผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด

บมจ. ซีพี ออลล์ (ประเทศไทย)
ข้าวหอมมันปูกะเพราอกไม่



- ข้าวหอมมันปูไม่ขัดสี อุดมไปด้วยสารอาหาร แครอท และบร็อคโคลี่
- ใช้น้ำมันคาโนล่า
- ไขมันอิ่มตัวต่ำ
- ไม่ใส่ผงชูรส และวัตถุกันเสีย

เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศอังกฤษ)
TASTE INC - อกไก่ย่างไฟ



- โปรตีนสูง
- ไขมันอิ่มตัวต่ำ
- น้ำตาลต่ำ

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มส่วนผสมที่มีคุณค่าทางโภชนาการ

Brink Bev S.A. (LipCo Foods, เจริญโภคภัณฑ์อาหาร ประเทศโปแลนด์)
Brainer: The Brain Drink



- เครื่องดื่มฟังก์ชันนัลปราศจากคาเฟอีนและทอรีน ให้พลังงานอย่างสมดุลโดยไม่กระตุ้นร่างกายเกินจำเป็น
- ผสานวิตามินบีและกรดอะมิโนสำคัญ (L-carnosine, Acetyl-L-carnitine, Beta-alanine, L-glutamine)
- ช่วยฟื้นฟูพลังงานสมองและเพิ่มสมาธิ ทำให้โฟกัสกับงานสำคัญได้ดีขึ้น
- เหมาะสำหรับกิจกรรมที่ต้องใช้ความคิดและสมาธิสูง

บมจ. เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศไทย)
ไก่จิ๋อสูตรไข่ฟ้า



* คุณค่าโภชนาการต่อ 100 กรัม

- ความอร่อยพร้อมคุณประโยชน์ระดับ Superfood จากไข่ฟ้า
- อุดมด้วยสารอาหารสำคัญ ได้แก่ วิตามิน A วิตามิน B1 และ B12
- แร่ธาตุจำเป็น เช่น สังกะสี เหล็ก และแคลเซียม
- โปรตีนสูงถึง 12 กรัม

การสร้างความมั่นคงทางอาหาร

การลดลงของทรัพยากรธรรมชาติ ความผันผวนทางภูมิรัฐศาสตร์ และความไม่แน่นอนของห่วงโซ่อุปทาน ส่งผลให้ความมั่นคงทางอาหารยังคงเป็นความท้าทายในระดับโลก ซึ่งล้วนกระทบต่อการเข้าถึงอาหารของประชากร โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบาง ด้วยเหตุนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงบูรณาการประเด็นดังกล่าวเข้าสู่กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างระบบอาหารที่ยืดหยุ่น โปร่งใส และครอบคลุม เครือฯ ยังได้สนับสนุนเกษตรกร และคู่ค้า SMEs ให้เข้าถึงเทคโนโลยี และองค์ความรู้ด้านการจัดการฟาร์มสมัยใหม่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และเสริมสร้างรายได้ที่มั่นคง ควบคู่กับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล อาทิ ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI), Big Data, Blockchain และระบบ Digital Traceability เพื่อยกระดับความปลอดภัย ลดของเสีย และสร้างความโปร่งใสตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ตลอดหลายปีที่ผ่านมา เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ให้ความสำคัญกับแนวทางเกษตรฟื้นฟู (Regenerative Agriculture) และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยร่วมมือกับพันธมิตรทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนระบบอาหารที่ยั่งยืน ในระดับผู้บริโภค เครือฯ พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการในราคาที่เข้าถึงได้ พร้อมส่งเสริมความรอบรู้ด้านสุขภาพ และขยายการกระจายอาหารปลอดภัยสู่พื้นที่ห่างไกลผ่านเครือข่ายค้าปลีก และแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ และบรรเทาภาวะทุพโภชนาการ นอกจากนี้ เครือฯ ได้เตรียมความพร้อมด้านกลไกการกระจายอาหารในภาวะวิกฤต ควบคู่กับโครงการส่งเสริมโภชนาการในโรงเรียนและชุมชน รวมถึงความร่วมมือในการส่งมอบอาหารแก่ผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือเพื่อขยายการเข้าถึงโภชนาการที่ดีอย่างทั่วถึง ด้วยแนวทางดังกล่าว เครือฯ มุ่งเสริมสร้างระบบอาหารที่แข็งแกร่ง ครอบคลุม และพร้อมรับมือความเปลี่ยนแปลง เพื่อยกระดับความมั่นคงทางโภชนาการและสร้างคุณค่าร่วมให้สังคมอย่างยั่งยืน

เปิดประสบการณ์เรียนรู้ เสริมความรู้เยาวชนด้านความปลอดภัยอาหาร



จำนวนเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการในปี 2568
ประเทศจีน **1,500** คน
ประเทศเวียดนาม **1,975** คน

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งยกระดับคุณภาพชีวิตเด็กและเยาวชน ผ่านการสนับสนุนอาหารและวัตถุดิบคุณภาพให้แก่โรงเรียนที่ขาดแคลน ควบคู่กับการสร้างกระบวนการเรียนรู้ด้านโภชนาการ ความปลอดภัยอาหาร และการอ่านข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการบริโภคอย่างเหมาะสม โดยดำเนินโครงการต่าง ๆ อาทิ โครงการเลี้ยงไก่ไข่เพื่ออาหารกลางวันนักเรียน โครงการอาหารดีพี่ให้น้อง และโครงการ CPRAM Junior Chef แนวทางดังกล่าวยังขยายสู่ต่างประเทศ เช่น บริษัท ซีพี ฟู้ด เอ็นเตอร์ไพรส์ (เฉิงตู) จำกัด ประเทศจีน และบริษัท ซี.พี. เวียดนาม คอร์ปอเรชั่น เป็นต้น ที่จัดกิจกรรมพานักเรียนเยี่ยมชมโรงงานผลิตอาหาร เรียนรู้กระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานสากล และเสริมสร้างความรู้ด้านโภชนาการและความปลอดภัยอาหาร เพื่อปลูกฝังการบริโภคอย่างรับผิดชอบและยั่งยืนแก่เยาวชน

การสร้างคุณค่า
Relationship Capital

โครงการเลี้ยงไก่ไข่ เพื่ออาหารกลางวันนักเรียน



1,018 โรงเรียน

พลิตไข่ไก่ 28 ล้านฟอง

229,500 นักเรียน

17,447 ครู/ บุคลากร

ตลอดระยะเวลา 37 ปีที่ผ่านมา เครือเจริญโภคภัณฑ์ บมจ. เจริญโภคภัณฑ์อาหาร และมูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบท ได้น้อมนำแนวพระราชดำริด้านการสร้างความมั่นคงทางอาหารของสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี มาสานต่อผ่าน “โครงการเลี้ยงไก่ไข่ เพื่ออาหารกลางวันนักเรียน” โดยมุ่งส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนในโรงเรียนถิ่นทุรกันดารและพื้นที่ห่างไกลได้เข้าถึงไข่ไก่อย่างต่อเนื่องในฐานะแหล่งโปรตีนที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการเจริญเติบโตด้านร่างกายและพัฒนาการทางสติปัญญา นอกจากการสนับสนุนด้านโภชนาการ และโครงการดังกล่าวยังเปิดโอกาสให้นักเรียน ครู และชุมชนได้เรียนรู้ทักษะการเลี้ยงไก่ไข่และการบริหารจัดการฟาร์มเกษตรขนาดเล็กแบบครบวงจร โดยสามารถนำองค์ความรู้ดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในกระบวนการเรียนการสอนและการดำรงชีวิตประจำวันได้จริง ขณะเดียวกัน ผลผลิตไข่ไก่ที่ได้ยังสามารถจำหน่ายให้แก่ชุมชนในราคาที่เหมาะสม ช่วยให้คนในพื้นที่เข้าถึงอาหารสดที่มีคุณภาพ พร้อมสร้างรายได้หมุนเวียนให้แก่โรงเรียน และต่อยอดสู่รูปแบบกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่เสริมสร้างศักยภาพการพึ่งพาตนเองในระยะยาว ด้วยแนวทางดังกล่าว โรงเรียนจึงไม่ได้ทำหน้าที่เพียงเป็นสถานศึกษา แต่ยังพัฒนาไปสู่การเป็นแหล่งเรียนรู้เชิงปฏิบัติ (Action Learning Base) และศูนย์กลางการเรียนรู้ด้านทักษะอาชีพของชุมชน

การสร้างคุณค่า
- Human Capital
- Relationship Capital

ซีพีแรม สานต่อ “โครงการปูม้ายั่งยืน คู่ทะเลไทย” สู่ปีที่ 13



จำนวนลูกพันธุ์ปูม้าที่ปล่อยสู่ทะเลไทย สะสมกว่า
1.6 ล้านตัว

บจก. ซีพีแรม เดินหน้าขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารผ่านโครงการ “ปูม้ายั่งยืน คู่ทะเลไทย” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 13 ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ชาวประมงพื้นบ้าน และชุมชนจังหวัดสุราษฎร์ธานี ปล่อยลูกพันธุ์ปูม้าระยะ Young Crab คืนสู่ท้องทะเลไทย เพื่อฟื้นฟูความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางทะเล รักษาสมดุลระบบนิเวศ และเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหาร ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการเสริมความแข็งแกร่งของห่วงโซ่อุปทานอาหารที่ยั่งยืน ช่วยให้คนไทยสามารถเข้าถึงอาหารได้อย่างเพียงพอและไม่ขาดแคลน โครงการดังกล่าวดำเนินงานสอดคล้องกับแนวทาง Food 3S ของบริษัทฯ ได้แก่ ความปลอดภัยทางอาหาร ความมั่นคงทางอาหาร และความยั่งยืนทางอาหาร พร้อมมุ่งสร้างความตระหนักรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเล เพิ่มปริมาณปูม้าอย่างสมดุล และสร้างคุณค่าร่วมให้กับสังคมตลอดห่วงโซ่อุปทาน สอดคล้องกับหลัก 3 ประโยชน์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์

การสร้างคุณค่า
- Relationship Capital
- Natural Capital

ซี.พี. เวียดนาม ร่วมสร้างความมั่นคงทางอาหาร ผ่านความร่วมมือกับพันธมิตร

บริษัท ซี.พี. เวียดนาม คอร์ปอเรชั่น ในฐานะผู้นำอุตสาหกรรมอาหารที่ดำเนินธุรกิจแบบครบวงจรตามโมเดล 3F (Feed-Farm-Food) มุ่งยกระดับความมั่นคงทางอาหารควบคู่กับการลดการสูญเสียอาหารตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยนำอาหารส่วนเกินจากกระบวนการดำเนินงานและผลิตภัณฑ์ที่ยังคงคุณภาพและความปลอดภัยมาบริหารจัดการอย่างเป็นระบบเพื่อส่งต่อให้แก่แรงงานที่มีรายได้น้อย ผู้ป่วย และนักเรียนในพื้นที่ยากลำบาก บริษัทฯ ร่วมมือกับ Foodbank Vietnam และภาคีเครือข่าย ขับเคลื่อนโครงการสำคัญ อาทิ โครงการธนาคารอาหาร ครัวฤดูใบไม้ร่วงฮานอย ร้านอาหาร 2,000 ด่ง และกิจกรรม Food for Change เพื่อเพิ่มการเข้าถึงอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการอย่างทั่วถึง พร้อมสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับคุณค่าของอาหาร ลดการสูญเสียอาหาร และส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียนด้านอาหาร การดำเนินงานดังกล่าวไม่เพียงช่วยบรรเทาปัญหาความไม่มั่นคงทางอาหารในระดับชุมชน แต่ยังสะท้อนถึงการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย



จำนวนมื้ออาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการที่บริจาคตลอดโครงการ (2561-2568)
2,396,240 มื้อ

การสร้างคุณค่า
- Relationship Capital
- Natural Capital



การบริหารจัดการนวัตกรรม

Innovation

เครือเจริญโภคภัณฑ์ขับเคลื่อนองค์กรด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี พร้อมขับเคลื่อนขีดความสามารถทางการแข่งขันและสร้างโอกาสที่เท่าเทียมให้แก่สังคม

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยึดมั่นในการขับเคลื่อนองค์กรด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อสร้างโซลูชันที่ตอบโจทย์ความท้าทายของโลกในทุกมิติ เครือฯ มุ่งเน้นการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่ยกระดับคุณภาพชีวิต พร้อมทั้งบูรณาการปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่า นอกจากนี้ เครือฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างระบบนิเวศแห่งการเรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้พนักงานและพันธมิตรทุกภาคส่วนร่วมแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เพื่อสร้างสรรค์ผลลัพธ์เชิงบวกทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการนวัตกรรมอย่างรับผิดชอบ โดยมีการวางรากฐานด้านจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ (AI Ethics) และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเข้มงวด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและรักษาความปลอดภัยทางดิจิทัลให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

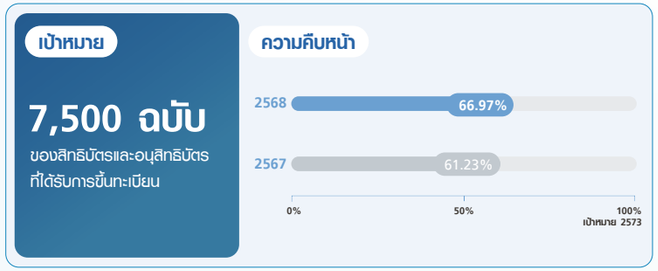
35,390 ล้านบาท
มูลค่าเงินลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาในปี 2568

1.1%
สัดส่วนค่าใช้จ่าย R&D ต่อรายได้

2,033 ล้านบาท
ค่าใช้จ่ายที่ลดลงจากนวัตกรรม

8,286 คน
จำนวนบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนา

เป้าหมายและความคืบหน้า



การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

8.2
9.5
9.b

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- Delivering on Our SDG Commitments 2025
- Sustainability Performance Supplement 2025

การจัดการนวัตกรรมเพื่ออนาคตที่ยั่งยืน

ระบบนิเวศด้านนวัตกรรมของเครือเจริญโภคภัณฑ์

การขับเคลื่อนนวัตกรรมจากภายในองค์กร (Internal Resource Capabilities)

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นส่งเสริมการสร้างสรรค์นวัตกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่า ผ่านการลงทุนเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาศูนย์วิจัย ห้องปฏิบัติการมาตรฐานสากล และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ควบคู่ไปกับการยกระดับศักยภาพบุคลากรทุกระดับภายใต้แนวคิด “การเสริมสร้างพลังแห่งนวัตกรรม” (Innovation Empowerment) ด้วยการเปิดโอกาสให้พนักงานได้ลงมือปฏิบัติจริง พร้อมทั้งจัดตั้งทีมนวัตกรรมภายในกลุ่มธุรกิจเพื่อทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาเชิงกลยุทธ์ นอกจากนี้ เครือฯ ยังส่งเสริมระบบการยกย่องเชิดชูเกียรติและสร้างแรงจูงใจเพื่อขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กรแห่งการนวัตกรรมอย่างยั่งยืน

ศูนย์ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรม (CP Innovation Center of Excellence: CPIC)

CPIC ทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมประสานและตัวเร่งปฏิกิริยาเพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมแห่งอนาคตในมิติต่าง ๆ ได้แก่ เทคโนโลยีศูนย์ข้อมูลและระบบคลาวด์ (Data Center & Cloud) เทคโนโลยีชีวภาพ (Biotechnology) เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) ปัญญาประดิษฐ์และระบบอัตโนมัติ (AI & Automatic) ตลอดจนเทคโนโลยีเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Technology) ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในระดับสากล



การสร้างระบบนิเวศสตาร์ทอัพ (Startup Ecosystem)

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรม ผ่านการเปิดพื้นที่ทดลองและทดสอบแนวคิดใหม่ (Sandbox) อาทิ ทรู ดิจิทัล พาร์ค พร้อมทั้งผสานความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับพันธมิตรชั้นนำระดับโลก ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐ และสถาบันอุดมศึกษา เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนองค์ความรู้และเปลี่ยนผ่านงานวิจัยไปสู่นวัตกรรมที่ใช้ประโยชน์ได้จริง

การสร้างคุณค่าแก่สังคม (Creating Social Value)

- **Smart Living & Smart Home:** ยกระดับการอยู่อาศัยด้วยปัญญาประดิษฐ์ (IoT) ระบบบ้านอัตโนมัติ และการส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาดภายในบ้าน
- **Smart Health & Well-being:** โภชนาการส่วนบุคคล แนวคิดอาหารเป็นยาแพลตฟอร์มสุขภาพดิจิทัล อาหารที่ปลอดภัยและตรวจสอบย้อนกลับได้ ตลอดจนนวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพกาย สมอง และการมีอายุยืนยาวอย่างมีคุณภาพ
- **Smart Mobility & Smart Retail:** พัฒนาระบบการค้าปลีกไร้รอยต่อ (Frictionless Retail) และระบบโลจิสติกส์อัจฉริยะเพื่อประสิทธิภาพสูงสุด
- **Smart City & Sustainable Community:** ส่งเสริมการบริหารจัดการพลังงานสะอาดแบบกระจายศูนย์ (Decentralized Clean Energy) และการขับเคลื่อนเมืองหมุนเวียนตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยตั้งเป้าหมายลดขยะสู่บ่อฝังกลบให้เป็นศูนย์

ศูนย์กลางความเป็นเลิศ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักดีว่าท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของโลก นวัตกรรม คือกุญแจสำคัญที่จะตอบโจทย์ความมั่นคงทางอาหารและการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงได้จัดตั้งศูนย์ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมเครือเจริญโภคภัณฑ์ (CP Innovation Center of Excellence: CPIC) ซึ่งเป็นกลไกเชิงยุทธศาสตร์ในการผสานเทคโนโลยีล้ำสมัยเข้ากับธุรกิจหลักอย่างเป็นระบบ รวมถึงดึงดูดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญระดับสูง การดำเนินงานของ CPIC ไม่ได้เป็นเพียงศูนย์วิจัยอิสระ แต่ถูกออกแบบให้ทำงานสอดประสานกันผ่าน 6 องค์ประกอบสำคัญ ที่เป็นหัวใจในการขับเคลื่อนนวัตกรรมสู่ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม



> "นวัตกรรมคือการสร้างสิ่งใหม่ที่ดีกว่าเดิม และเป็นหนึ่งในค่านิยมหลักของเครือเจริญโภคภัณฑ์ แต่นวัตกรรมที่แท้จริงไม่ได้เกิดจากโอกาสหรือแรงบันดาลใจชั่วคราว มันเกิดจากวัฒนธรรมองค์กรที่กล้าลองผิดลองถูก เรียนรู้จากความล้มเหลว และไม่รั้งรอที่จะลุกขึ้นสร้างใหม่ เครือฯ จึงลงทุนสร้างระบบนิเวศนวัตกรรมที่เชื่อมโยงกลุ่มธุรกิจและพันธมิตรเข้าด้วยกัน เพราะเราเชื่อว่าการร่วมสร้างนวัตกรรมใหม่จะส่งเสริมและสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนให้กับสังคม"
>
> **คุณศุกชัย เจียรวนนท์**
> รองประธานอาวุโส
> เครือเจริญโภคภัณฑ์

6 องค์ประกอบศูนย์กลางความเป็นเลิศ



ศูนย์ความเป็นเลิศด้านดาต้าเซ็นเตอร์และคลาวด์ (Data Center and Cloud)



ศูนย์ความเป็นเลิศด้านดาต้าเซ็นเตอร์และคลาวด์ (Data Center and Cloud CPIC) มีบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่เป็นแกนกลางรองรับ Big Data ปัญญาประดิษฐ์ และความปลอดภัยด้านไซเบอร์ ที่พร้อมเชื่อมต่อกับพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ โดยการพัฒนาที่สำคัญในปี 2568 มีดังนี้

- **ศึกษาและออกแบบโครงสร้างพื้นฐาน:** รองรับการประมวลผลขั้นสูง และพัฒนาการออกแบบให้ข้อมูลและแอปพลิเคชันสามารถรับ-ส่ง ระหว่าง Private Cloud และ Public Cloud
- **พัฒนามาตรฐานความปลอดภัย:** ยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยทางไซเบอร์ระดับโลก และพัฒนากระบวนการจัดเก็บข้อมูลให้สอดคล้องกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ศูนย์ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และหุ่นยนต์ (Digital, AI & Robotic Lab)



ศูนย์ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมดิจิทัล เอไอ และหุ่นยนต์ (Digital, AI, and Robotics CPIC) มีบทบาทสำคัญในการบูรณาการเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การเกษตรอัจฉริยะไปจนถึงการค้าปลีกอัจฉริยะ โดยการพัฒนาที่สำคัญในปี 2568 มีดังนี้

- **การพัฒนาโซลูชันปัญญาประดิษฐ์เฉพาะทาง:** มุ่งสร้างระบบอัจฉริยะผ่านปัญญาประดิษฐ์ หุ่นยนต์อัจฉริยะ รวมถึงระบบวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูงเพื่อสนับสนุนการคาดการณ์และตัดสินใจอย่างแม่นยำ
- **โครงการนำร่อง:** การพัฒนาโดรนขนส่งพัสดุ หุ่นยนต์ดูแลผู้สูงอายุ เครื่องปฏิบัติการ Remote Photoplethysmography AI และหุ่นยนต์สำหรับดูแลผู้สูงอายุและเด็ก

ศูนย์ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมเทคโนโลยีชีวภาพ (Biotech Lab)



ศูนย์ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมเทคโนโลยีชีวภาพ (Biotech Lab CPIC) มุ่งเน้นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีชีวภาพขั้นสูง เช่น Nutriomics & Foodomics และ Microbiome & DNA Sequencing เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตตลอดต้นน้ำถึงปลายน้ำ ในปี 2568 ได้มีการดำเนินงาน ดังนี้

- **การจัดตั้งโครงสร้างพื้นฐาน:** ดำเนินการจัดตั้งห้องปฏิบัติการที่ทันสมัย และระบบวิเคราะห์ข้อมูล
- **ความร่วมมือเชิงกลยุทธ์:** สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันวิจัยและมหาวิทยาลัยชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ
- **โครงการนำร่อง:** พัฒนาเอนไซม์ประสิทธิภาพสูงสำหรับอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ การใช้จุลินทรีย์ในอุตสาหกรรมเพื่อลดของเสีย และการพัฒนาโปรตีนทางเลือก

การพัฒนานวัตกรรม

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมในฐานะกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน โดยมุ่งบูรณาการองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีดิจิทัล และการวิจัยประยุกต์ เข้ากับทักษะและประสบการณ์ของบุคลากรในกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ทั่วทั้งเครือฯ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ควบคู่กับการสร้างคุณค่าร่วมแก่เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม นวัตกรรมของเครือฯ ครอบคลุมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์และโซลูชันใหม่ที่ช่วยตอบโจทย์ความต้องการของตลาดและผู้มีส่วนได้เสียในบริบทที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลอดจนการพัฒนากระบวนการทำงานและระบบปฏิบัติการให้มีความแม่นยำ รวดเร็ว ปลอดภัย และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผ่านการประยุกต์ใช้ข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์ ระบบอัจฉริยะ และเทคโนโลยีเฉพาะทางที่เหมาะสมกับลักษณะธุรกิจในแต่ละกลุ่ม

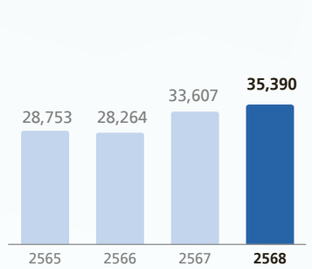
นวัตกรรมโครงการแบบเปิด
874 โครงการ

การมีส่วนร่วมในโครงการนวัตกรรม
52,808 คน

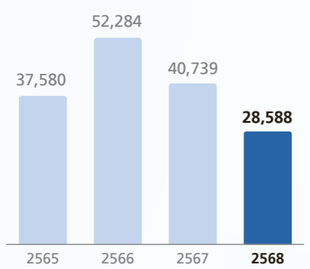
ร้อยละ 2.27
สัดส่วนรายได้จากสินค้าใหม่

จำนวนค่าใช้จ่ายที่ลดลงจากนวัตกรรม
2,033 ล้านบาท

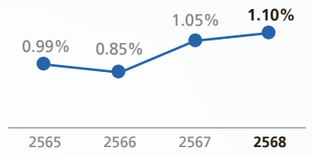
ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา
(ล้านบาท)



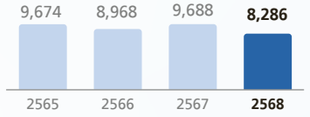
จำนวนโครงการพอใจวันเดียว
(โครงการ)



สัดส่วนค่าใช้จ่าย R&D ต่อรายได้
(%)



จำนวนบุคลากรด้าน R&D
(คน)



จำนวนทรัพย์สินทางปัญญา
5,023 ฉบับ

จำนวนศูนย์วิจัย
126 แห่ง

จำนวนนักวิจัย
8,286 คน

จำนวนนวัตกร
45,266 คน

DNA Tech: ปฏิวัติการปรับปรุงพันธุ์แตงกวาทนโรค รับมือวิกฤตโลกเดือดอย่างยั่งยืน



ลดระยะเวลาทดสอบโรคลงเหลือ
3 วัน

การสร้างคุณค่า
Manufacturing Capital

ภาวะโลกเดือดส่งผลกระทบโดยตรงต่อภาคการเกษตร โดยเฉพาะการระบาดของโรคพืชที่กระทบต่อความมั่นคงทางอาหาร หนึ่งในความท้าทายสำคัญคือโรคใบหงิกเหลือง (ToLCNDV) ซึ่งทำให้กระบวนการพัฒนาสายพันธุ์ทนโรคมีความซับซ้อน การคัดเลือกสายพันธุ์แบบดั้งเดิมต้องใช้เวลานานถึง 30 วัน ทดสอบต้นกล้าสูงถึง 6,000 ต้นต่อปี และมีต้นทุนสูงถึง 180,000 บาทต่อปี อีกทั้งยังเสี่ยงต่อความคลาดเคลื่อนจากความแปรปรวนของสภาพแวดล้อม บจก. เจียไต๋ โดยทีม R&D ธุรกิจเมล็ดพันธุ์ จึงพัฒนานวัตกรรม “DNA Tech” ที่ใช้เครื่องหมายโมเลกุล ระดับจีโนมคัดเลือกสายพันธุ์ต้านทานโรคตั้งแต่ระยะต้นกล้า ควบคู่กับการวิเคราะห์ข้อมูลทางชีวภาพ เพื่อระบุตำแหน่งยีนความต้านทานได้อย่างแม่นยำ โดยไม่ต้องรอให้พืชแสดงอาการ นวัตกรรมนี้ช่วยลดทั้งระยะเวลาต้นทุน และพื้นที่การทดลองอย่างมีนัยสำคัญ

แฟลตฟอร์มอัจฉริยะป้องกันไฟไหม้



ลดเวลาการตรวจสอบระบบโดยบุคลากรได้สูงถึง
ร้อยละ 99

การสร้างคุณค่า
Manufacturing Capital

ซีพี เซ็นเตอร์ ปักกิ่ง ประเทศจีน ได้พัฒนาระบบจัดการความปลอดภัยจากอัคคีภัยอัจฉริยะ โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและ IoT เพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยในอาคารสำนักงานใหญ่และอาคารพาณิชย์ของบริษัทฯ แม้อาคารส่วนใหญ่มีอุปกรณ์ดับเพลิงและระบบตรวจสอบพื้นฐานอยู่แล้ว แต่อัคคีภัยยังคงมีความเสี่ยงจากพฤติกรรมที่ไม่ปลอดภัยของมนุษย์ เช่น การจัดเก็บวัสดุไม่เป็นระเบียบ การใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าไม่เหมาะสม และสภาพอุปกรณ์ที่ไม่พร้อมใช้ เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว ระบบนี้ได้เชื่อมโยงข้อมูลด้านบุคลากร อุปกรณ์ และสถานการณ์ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ผ่านการติดตั้งอุปกรณ์ IoT มากกว่า 30,000 ชิ้น เพื่อตรวจสอบสภาพแวดล้อมและสถานะอุปกรณ์ดับเพลิงแบบเรียลไทม์ ครอบคลุมการติดตามระดับน้ำในถัง สถานะปั๊มน้ำ ตำแหน่งวาล์ว และแรงดันน้ำในท่อทุก 5 วินาที พร้อมระบบแจ้งเตือนล่วงหน้าสำหรับความเสี่ยงจากไฟฟ้าลัดวงจร โดยสามารถตรวจจับอนุภาคความร้อนได้ก่อนเกิดเหตุเพลิงไหม้จริง อีกทั้งยังบูรณาการระบบความปลอดภัยและระบบดับเพลิงเข้าด้วยกัน ทำให้เมื่อเกิดเหตุ ระบบสามารถแสดงภาพจากกล้องวงจรปิด ณ จุดเกิดเหตุได้ทันที

CP Innovation Exposition and CP Symposium 2025

82 ผลงาน

ได้รับรางวัล Chairman Award สะท้อนถึงศักยภาพการวิจัย พัฒนา และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีของบุคลากรเครือฯ





117 การบรรยายผลงานเชิงวิชาการ

ทั้งผลงานวิจัยใหม่ที่ยังอยู่ระหว่างการศึกษา และผลงานที่ได้รับการพัฒนาต่อยอดสู่การใช้งานจริงแล้ว เพื่อเปิดพื้นที่ให้พนักงานที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องได้ร่วมรับฟัง แลกเปลี่ยนความรู้ และต่อยอดองค์ความรู้ร่วมกัน โดยการบรรยายผลงานวิชาการแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ไบโอเทค ดิจิทัลและไอที วิศวกรรม และความยั่งยืน



69 วิทยากรหลักและผู้ร่วมอภิปราย

ในเวทีเสวนาหลักด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ครอบคลุมทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ ไบโอเทคโนโลยี ดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) โรโบติกส์ ออโตเมชั่น เทคโนโลยีสีเขียว นาโนเทคโนโลยี และเทคโนโลยีอวกาศ รวมถึงการนำผลงานนวัตกรรมที่มีการใช้งานจริงแล้วมาร่วมแสดงบนเวที





3,044 ผลงาน

ส่งเข้าร่วม โดยมาจากทุกกลุ่มธุรกิจใน 15 ประเทศ และเขตเศรษฐกิจทั่วโลก

216 ผลงาน

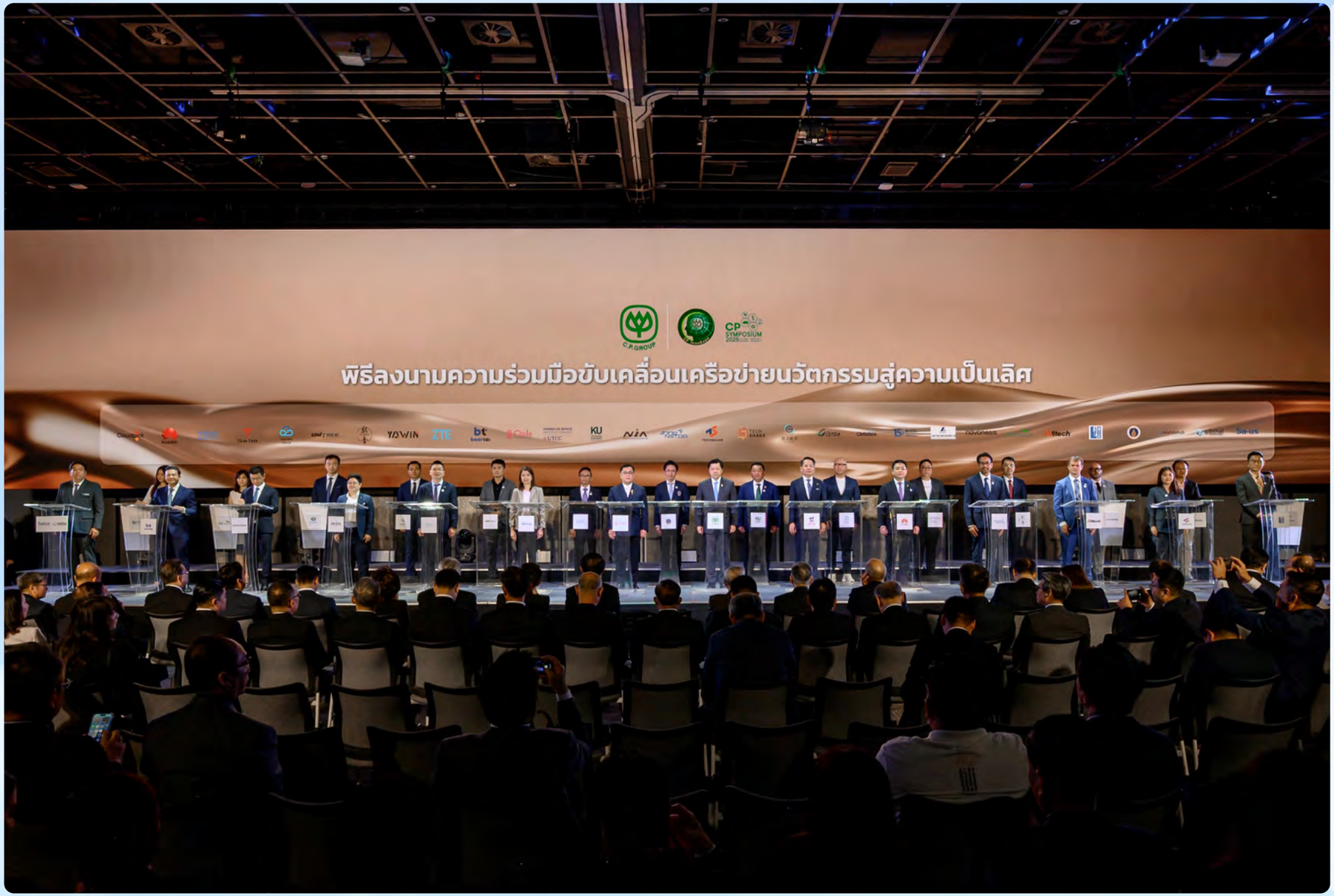
ได้รับการคัดเลือกให้เข้าร่วมจัดแสดง และเปิดโอกาสให้พนักงานจากทุกกลุ่มธุรกิจทั้งในและต่างประเทศเข้าร่วมชมผลงาน เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เทคโนโลยีและนวัตกรรมข้ามกลุ่มธุรกิจ และสร้างเป็นเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญ



จำนวนผู้เข้าชมงานในรูปแบบ On-site

มากกว่า 40,000 คน

การสร้างความร่วมมือด้านนวัตกรรม



เครือเจริญโภคภัณฑ์เชื่อมั่นว่า การรับมือกับความท้าทายระดับโลกทั้งด้านความมั่นคงทางอาหารและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ไม่อาจบรรลุผลได้โดยลำพัง เครือฯ จึงให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการสร้างระบบนิเวศนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation Ecosystem) โดยทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมองค์ความรู้ เทคโนโลยี และทรัพยากร ระหว่างเครือฯ กับพันธมิตรภายนอกที่หลากหลาย เพื่อเร่งพัฒนาโซลูชันที่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้วางโครงสร้างความร่วมมือที่ครอบคลุมทุกภาคส่วน อันนำไปสู่การถ่ายทอดเทคโนโลยีและการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นพันธมิตรองค์กรธุรกิจระดับโลก ผ่านความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับบริษัทชั้นนำ เช่น Microsoft ในการวางรากฐาน Cloud-AI Infrastructure เพื่อยกระดับขีดความสามารถด้านดิจิทัลของไทย รวมถึงความร่วมมือกับพันธมิตรในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพและพลังงานสะอาดในการร่วมพัฒนาโมเดล ธุรกิจคาร์บอนต่ำ ตลอดจนความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและสถาบันวิจัยโดยเฉพาะมหาวิทยาลัยชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ อาทิ MIT Oxford และมหาวิทยาลัยชั้นนำในประเทศไทย เพื่อร่วมต่อยอดงานวิจัยขั้นสูง (Deep Tech) ตั้งแต่เทคโนโลยีจีโนมิกส์ไปจนถึงชีววิทยาสังเคราะห์ ควบคู่กับการบ่มเพาะบุคลากรผู้เชี่ยวชาญและการผลักดันให้งานวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังทำงานร่วมกับภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแลในการสนับสนุนนโยบายที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรมในรูปแบบ Sandbox และการร่วมกำหนดมาตรฐานด้านความยั่งยืนใหม่ ๆ อันจะช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในเวทีโลก ตลอดจนสนับสนุนสตาร์ทอัพ และผู้ประกอบการรุ่นใหม่ผ่านโครงการ Accelerator และ Incubator ภายใต้ศูนย์ COE ต่าง ๆ ทั้งในด้านเงินทุน พื้นที่ทดสอบนวัตกรรม (Proof of Concept) และเครือข่ายทางธุรกิจ เพื่อร่วมสร้างเทคโนโลยีและโซลูชันที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



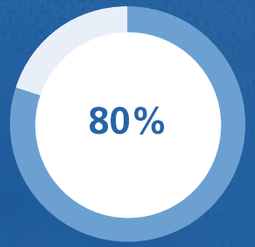
การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

Stakeholder Engagement

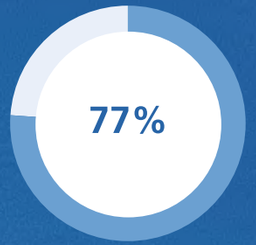
เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการสร้างพันธมิตรและความเชื่อมั่นผ่านกระบวนการที่โปร่งใส เพื่อขับเคลื่อนความร่วมมือที่ยั่งยืนและสร้างคุณค่าร่วมให้แก่ทุกคน

เครือเจริญโภคภัณฑ์บริหารจัดการการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในฐานะกลไกสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและธรรมาภิบาลขององค์กร โดยมุ่งเน้นการยกระดับความโปร่งใสและกระบวนการรับฟังความคิดเห็นเชิงรุก เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริงอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ เครือฯ ยังมุ่งสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีเพื่อบรรเทาผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้น พร้อมทั้งเสริมสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือที่นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกันในระยะยาว เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและครอบคลุมบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป เครือฯ ได้ดำเนินการทบทวนและพัฒนาแนวทางการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มอย่างต่อเนื่อง พร้อมแสวงหาโอกาสเชิงกลยุทธ์ในการสร้างพันธมิตรกับเครือข่ายภายนอก เพื่อริเริ่มโครงการนวัตกรรมที่ส่งเสริมความยั่งยืนทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระดับภูมิภาค

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568



คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด



คะแนนความพึงพอใจต่อการสื่อสาร รับฟัง และตอบสนองของเครือฯ

72%

คะแนนความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

20,018 ราย

จำนวนผู้ร่วมตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสีย

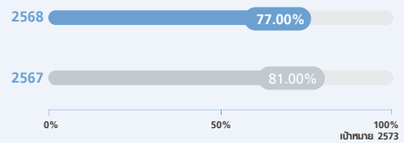
เป้าหมายและความคืบหน้า

เป้าหมาย

80%

คะแนนความพูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียจากการสำรวจจากทุกกลุ่มธุรกิจ

ความคืบหน้า



การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

16.7 17.16 17.17

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- Delivering on Our SDG Commitments 2025
- Sustainability Performance Supplement 2025

การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

ท่ามกลางความผันผวนของภูมิทัศน์โลก ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เครือเจริญโภคภัณฑ์เผชิญกับความท้าทายสำคัญในการบริหารจัดการความคาดหวังที่หลากหลายของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบสากล เช่น กฎระเบียบ Corporate Sustainability Due Diligence Directive: CSDD และมาตรฐานด้านสิทธิมนุษยชนที่เข้มงวดขึ้น ยังเป็นโจทย์สำคัญในการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมที่โปร่งใสและตรวจสอบได้จริงในทุกระดับ อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ดังกล่าวได้สร้างแรงขับเคลื่อนสำคัญให้เครือฯ พลิกบทบาทสู่การเป็นผู้นำด้านความร่วมมือเชิงยุทธศาสตร์ โดยการเปลี่ยนความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียให้เป็นโอกาสในการสร้างนวัตกรรมทางสังคมและธุรกิจร่วมกัน การบูรณาการข้อมูลเชิงลึกจากการรับฟังความคิดเห็นช่วยให้เครือฯ สามารถระบุประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนได้อย่างแม่นยำ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างคุณค่าร่วมและการพัฒนาที่ยั่งยืนในระยะยาว



> กลยุทธ์ความยั่งยืน: เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดกลยุทธ์หลักเพื่อบรรลุเป้าหมาย “Net Zero” และ “Zero Waste” โดยกระบวนการนี้มีการ “ประเมินความมีนัยสำคัญ” (Double Materiality) ซึ่งต้องอาศัยการรับฟังความคิดเห็นและความคาดหวังจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาประกอบการกำหนดกลยุทธ์ พัฒนาแนวทางการดำเนินงาน และสร้างความร่วมมือที่ตอบสนองต่อประเด็นสำคัญด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อันนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนของเครือฯ

คุณไพศาลย์ ยังสมบูรณ์
ประธานเจ้าหน้าที่บริหารบัญชีการเงิน
เครือเจริญโภคภัณฑ์ เขตประเทศจีน

การสำรวจความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย

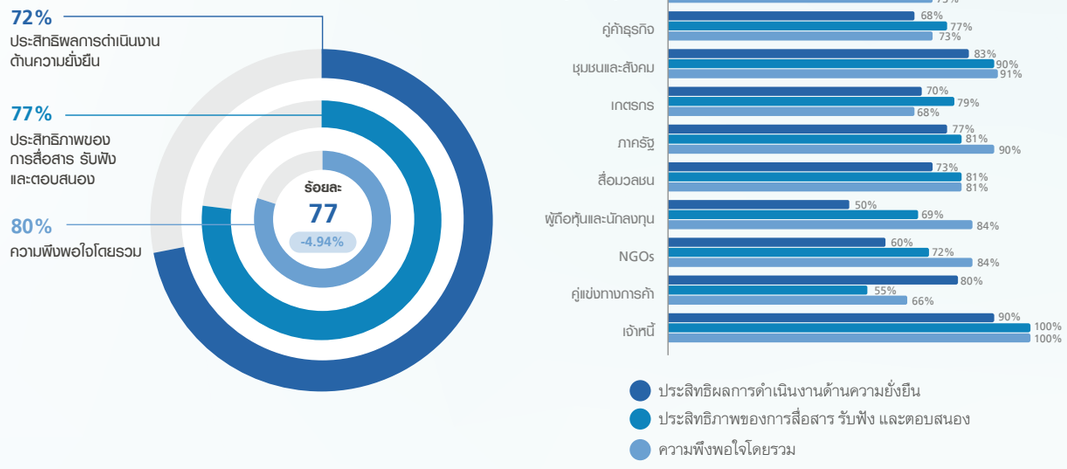
เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นระบบ โดยใช้มาตรฐาน AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000 SES) เป็นกรอบในการดำเนินงาน เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่โปร่งใส มีความหมาย และยั่งยืน เครือฯ จัดทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียเป็นประจำทุกปี เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์ ประเมิน และใช้ปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินงานอย่างรอบด้าน โดยคำนึงถึงประโยชน์ร่วมกันและให้ความสำคัญกับเสียงของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียม

ในปี 2568 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นและระดับความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียจำนวน 11 กลุ่ม โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามรวมทั้งสิ้น 20,018 คน แบ่งเป็นเพศหญิง ร้อยละ 37 เพศชายร้อยละ 52 และไม่ระบุเพศร้อยละ 11 ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 30-39 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่เชื่อมโยงกับการดำเนินธุรกิจของเครือฯ โดยตรง ทั้งในฐานะพนักงาน คู่ค้า และผู้บริโภค โดยเครือฯ นำข้อคิดเห็นและข้อกังวลที่ได้รับไปใช้พัฒนากลยุทธ์ และแนวทางการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย และส่งเสริมการส่งมอบคุณค่าที่ยั่งยืน

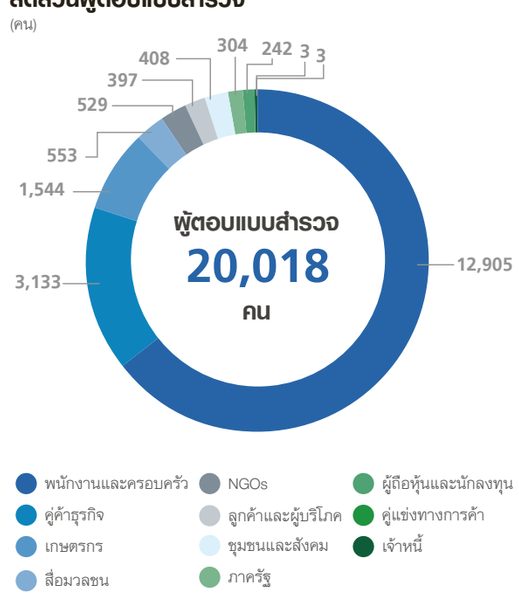
สำหรับผลการสำรวจความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียในปี 2568 สะท้อนว่า คะแนนด้านประสิทธิผลของการดำเนินงานด้านความยั่งยืน อยู่ที่ร้อยละ 72 ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 15 ซึ่งเกิดจากหลายปัจจัยที่ท้าทายการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมา ส่วนคะแนนด้านประสิทธิภาพการสื่อสาร อยู่ที่ร้อยละ 77 ลดลงจากปี 2567 เช่นกัน ขณะที่ความพึงพอใจโดยรวมต่อการดำเนินงานของเครือฯ อยู่ที่ร้อยละ 80 แม้จะลดลง แต่ยังคงสะท้อนถึงความเชื่อมั่นและการสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้เสีย

ผลสำรวจความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียประจำปี 2568

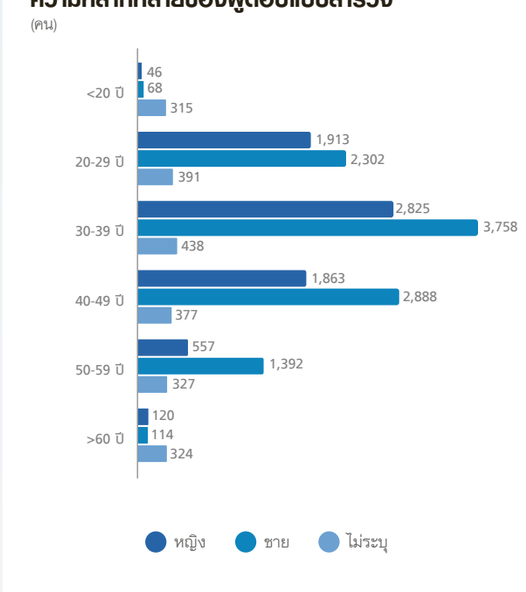
คะแนนความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย



สัดส่วนผู้ตอบแบบสำรวจ



ความหลากหลายของผู้ตอบแบบสำรวจ



การร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อร่วมขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องกับทิศทางการเติบโตของธุรกิจและเป้าหมายด้านความยั่งยืนของเครือฯ ความร่วมมือดังกล่าวช่วยเสริมศักยภาพในการบริหารจัดการประเด็นสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล พร้อมทั้งสนับสนุนการสร้างคุณค่าร่วมที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ในระยะต่อไป เครือฯ จะมุ่งต่อยอดความร่วมมือให้ครอบคลุมและลึกซึ้งยิ่งขึ้น ผ่านการบูรณาการองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานและขยายผลกระทบเชิงบวกสู่สังคมและสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง



ประธานอาวุโส ฉายวิสัยทัศน์เวทีปศุสัตว์เอเชีย จีนคือต้นแบบเกษตรไฮเทค ชีพีมุ่งหน้าสู่ยุค AI

คุณธนินท์ เจียรวนนท์ ประธานอาวุโส เครือเจริญโภคภัณฑ์ กล่าวสุนทรพจน์ในการประชุมสุดยอดความร่วมมือด้านปศุสัตว์แห่งเอเชีย 2568 โดยชี้ว่าจีนคือตัวอย่างความสำเร็จด้านนวัตกรรมไฮเทคในภาคเกษตรและการผลิต ซึ่งมีรากฐานมาจากทุนมนุษย์ที่มีคุณภาพ พร้อมย้ำว่าเครือเจริญโภคภัณฑ์ยึดหลักนำเทคโนโลยีที่ดีที่สุดไปสู่ทุกประเทศที่ลงทุน บนพื้นฐานของหลักสามประโยชน์ คือ ประโยชน์ต่อประเทศ ประชาชน และองค์กร

ประธานอาวุโส ร่วมในการประชุมชาวแต้จิ๋วโลก ครั้งที่ 23 ชี้นวัตกรรมและ AI คือกุญแจเศรษฐกิจอนาคต

คุณธนินท์ เจียรวนนท์ ประธานอาวุโส เครือเจริญโภคภัณฑ์ กล่าวสุนทรพจน์ในการประชุมใหญ่ชาวแต้จิ๋วโลก ครั้งที่ 23 ณ เมืองเฉาโจว ประเทศจีน โดยมองว่าการเติบโตของจีนคือโอกาสสำคัญของนักธุรกิจชาวแต้จิ๋วทั่วโลก พร้อมเน้นย้ำว่าภาคอุตสาหกรรมต้องเร่งนำ AI และระบบอัตโนมัติมาเสริมขีดความสามารถ





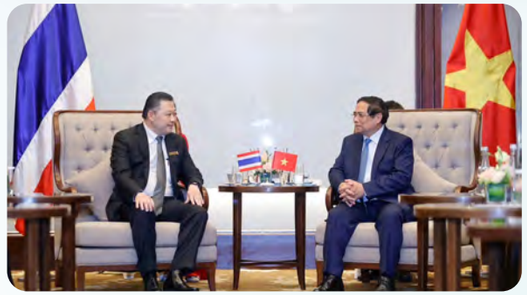
ประธานอาวุโส ขึ้นเวที Nikkei Forum 2025 ชูเกษตรไฮเทคอนาคตแห่งเอเชีย

คุณธนินท์ เจียรวนนท์ ประธานอาวุโส เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้ร่วมงาน “Nikkei Forum: The 30th Future of Asia 2025” ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น เมื่อวันที่ 29-30 พฤษภาคม 2568 โดยท่านแสดงวิสัยทัศน์ว่าภาคเกษตรกรรมคืออุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีชั้นสูงมากที่สุด ทั้งด้านการพัฒนาพันธุ์สัตว์ การใช้หุ่นยนต์และโดรน พร้อมชี้ว่าองค์กรที่ปรับตัวได้เร็วกว่าจะเป็นผู้ชนะในยุคไฮเทค และมองญี่ปุ่นมีโอกาสยิ่งใหญ่ในการเป็นผู้นำเทคโนโลยีระดับภูมิภาค

เครือฯ จับมือ มิตซูบิชิ อิเล็คทริค ลงนาม MOU ขับเคลื่อนคาร์บอนนิวทรัลและเศรษฐกิจหมุนเวียนในไทยและอาเซียน

เครือเจริญโภคภัณฑ์และมิตซูบิชิ อิเล็คทริค ร่วมลงนาม MOU ผลักดันความร่วมมือด้านระบบอัตโนมัติ หุ่นยนต์ AI และรีไซเคิลพลาสติก มุ่งสู่เป้าหมาย Net Zero ภายในปี 2593 โดยตั้งเป้าลดการใช้ไฟฟ้าในร้านค้าปลีกอย่างแม็คโครและโลตัสลงกว่าร้อยละ 20 ผ่านระบบ SCADA พร้อมพัฒนาระบบรีไซเคิลพลาสติกตลอดห่วงโซ่อุปทาน และยกระดับบุคลากรด้านเทคโนโลยีเพื่อขยายผลทั่วอาเซียน





เครือฯ ขับเคลื่อนธุรกิจเกษตรยั่งยืนควบคู่การพัฒนาเศรษฐกิจและชุมชน

คุณสุภกิต เจียรวนนท์ ประธานกรรมการ เครือเจริญโภคภัณฑ์ เข้าพบนายกรัฐมนตรีเวียดนาม ฝั่ม มิญ จิ๋ญ โดยนายกรัฐมนตรีชื่นชมบทบาทเครือฯ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสีเขียว เกษตรอัจฉริยะ และสร้างงานให้ชุมชนท้องถิ่น

ซีพี-ทรู พนิกจุฬาฯ-MIT ปั้นผู้นำระดับโลก ผ่านหลักสูตร Chula-LGO

เครือเจริญโภคภัณฑ์ และ บมจ. ทรู คอร์ปอเรชั่น จับมือ จุฬาฯ-MIT เปิดหลักสูตร Chula-LGO ครั้งแรกในอาเซียน ปั้นผู้นำเวิลด์คลาสที่ผสานวิศวกรรมและบริหารธุรกิจ โดยมีคุณศุภชัย เจียรวนนท์ รองประธานอาวุโส เครือเจริญโภคภัณฑ์ ร่วมงานเปิดตัว พร้อมผู้นำองค์กรชั้นนำ แลกเปลี่ยนวิสัยทัศน์การศึกษาและนวัตกรรม ยกระดับทุนมนุษย์ไทยสู่มาตรฐานโลก





เครือฯ-ธรรมศาสตร์ ต่อยอดความร่วมมือ 20 ปี เตรียมปั้น “เถ้าแก่จิ๋ว” รับยุค AI

คุณสุภกิต เจียรวนนท์ ประธานกรรมการเครือเจริญโภคภัณฑ์ และ ศ.ดร. ศุภสวัสดิ์ ชัชวาลย์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ร่วมหารือยกระดับความร่วมมือด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยมีแผนเปิดตัวโครงการ “เถ้าแก่” ให้นักศึกษาเรียนรู้การเป็นผู้ประกอบการตั้งแต่แนวคิดจนถึงการปฏิบัติจริง บนพื้นฐานความสัมพันธ์กว่า 20 ปี เพื่อสร้างบัณฑิตที่พร้อมรับโลกยุค AI อย่างยั่งยืน



รองประธานอาวุโส ชี้ไทยต้องเร่งขับเคลื่อน เพื่อสร้างโอกาสจากการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจยั่งยืน



คุณศุภชัย เจียรวนนท์ รองประธานอาวุโส เครือเจริญโภคภัณฑ์ ร่วมเสวนา CEO Panel บนเวที Sustainability Expo 2025 ร่วมกับผู้บริหารจาก บมจ. ปูนซิเมนต์ไทย บมจ. ไทยเบฟเวอเรจ และ บมจ. ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป โดยคุณศุภชัยมองว่าการเปลี่ยนแปลงห่วงโซ่อุปทานโลกคือโอกาสของไทยในการดึงดูดการลงทุนด้านพลังงานสะอาดและอุตสาหกรรมไฮเทค พร้อมย้ำว่าองค์กรต้องเร่งนำ AI มาใช้อย่างเชิงรุกเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระดับภูมิภาค



เครือฯ น้อมนำเศรษฐกิจพอเพียง สู่มาตรฐาน มอก.9999

เครือเจริญโภคภัณฑ์มอบประกาศนียบัตรมาตรฐานแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงภาคอุตสาหกรรม (มอก.9999) ให้แก่ 7 บริษัทในเครือฯ โดยได้รับเกียรติจาก ดร. สุเมธ ตันติเวชกุล กรรมการและเลขาธิการมูลนิธิชัยพัฒนา กล่าวปาฐกถาพิเศษ พร้อมชื่นชมเครือฯ ในฐานะองค์กรที่น้อมนำหลักปรัชญานี้มาใช้ได้อย่างเป็นรูปธรรม คุณศุภชัย เจียรวนนท์ รองประธานอาวุโส เครือเจริญโภคภัณฑ์ เน้นย้ำว่าเศรษฐกิจพอเพียงมิใช่เพียงมาตรฐาน แต่คือเข็มทิศที่ทำให้องค์กรเติบโตบนรากฐานที่มั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว



เครือฯ ร่วมเวที GCNT EXPO 2025 ชวนภาคเอกชนไทยเร่งขับเคลื่อนความยั่งยืน รับมือวิกฤตโลก

คุณศุภชัย เจียรวนนท์ รองประธานอาวุโส เครือเจริญโภคภัณฑ์ และนายกสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (GCNT) กล่าวบนเวที GCNT EXPO 2025 ว่าภาคเอกชนต้องก้าวไปไกลกว่าธรรมาภิบาล สู่การสร้างความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง พร้อมเสนอกรอบ 3D: Digitalization, Deglobalization และ Decarbonization เพื่อเป็นเข็มทิศรับมือความเปราะบางของโลกยุคปัจจุบัน

คอนเน็กซ์อีดี เปิดอบรม School Partner 500 คน ในปี 2568 มุ่งขับเคลื่อนการศึกษาไทยอย่างยั่งยืน

มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี จัดอบรม School Partner Workshop 2025 โดยมีพนักงานจิตอาสาจากภาคเอกชนเข้าร่วม 500 คน คุณศุภชัย เจียรวนนท์ รองประธานอาวุโส เครือเจริญโภคภัณฑ์ ในฐานะประธานกรรมการมูลนิธิฯ ได้ถ่ายทอดวิสัยทัศน์ว่าการปฏิรูปการศึกษาต้องอาศัยการสร้างความรัก ความมั่นคง และทักษะแห่งอนาคตให้กับเด็ก โดย School Partner มีบทบาทสำคัญในการทำงานร่วมกับโรงเรียน วิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง และผลักดันโครงการพัฒนาคุณภาพการศึกษาทั่วประเทศ บนพื้นฐานของคุณธรรม จริยธรรม และการเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง

HOME
Living Together

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ และการขาดแคลนทรัพยากรน้ำ ล้วนส่งผลกระทบโดยตรงต่อห่วงโซ่อุปทานและการดำเนินงานขององค์กรที่พึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติ การบริหารจัดการประเด็นเหล่านี้อย่างมีประสิทธิภาพจึงไม่ใช่เพียงความรับผิดชอบต่อสังคม แต่เป็นการบริหารความเสี่ยงทางธุรกิจที่จำเป็นสำหรับการเติบโตในระยะยาว เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนและตรวจสอบได้ ทั้งการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามแนวทาง Science Based Targets ที่สอดคล้องกับเส้นทาง 1.5°C การขับเคลื่อนหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อลดของเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า การบริหารทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ การอนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ดำเนินงาน และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ โดยเครือฯ ดำเนินงานทั้งหมดบนพื้นฐานของข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและกระบวนการที่โปร่งใส

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 180

ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน 202

การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ 214

การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ 226

การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ 240







กระบวนการสร้างคุณค่า

ปัจจัยนำเข้า

Financial Capital

5,119 ล้านบาท
การลงทุนทางด้านสิ่งแวดล้อม

Manufacturing Capital

ร้อยละ 96.24
ของโรงงาน
การผลิตหรืออาคาร
ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

100
สาขาที่ได้รับการปรับปรุง
เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ
การใช้พลังงาน

Human Capital

ร้อยละ 100
ของพนักงานที่ได้รับ
การอบรมนโยบายด้าน
สิ่งแวดล้อม และส่งเสริมความ
ตระหนักรู้ด้านการปกป้อง
ทรัพยากรทางธรรมชาติ

ร้อยละ 100
คู่ค้าและเกษตรกร
ที่ได้รับการพัฒนาความรู้
และทักษะด้านการเกษตร
ใหม่ ๆ

Relationship Capital

การสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคง
ระหว่างเครือฯ และ
ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

การสร้างสังคม
และองค์กรที่ยั่งยืน
ผ่านความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ

Natural Capital

58.56 ล้านกิกะจูล
การใช้พลังงาน

6.93 พันตัน
ทรัพยากรหมุนเวียน
ทางธรรมชาติ (ชีวมวล)
ที่นำมาใช้

378 ล้านลูกบาศก์เมตร
การดึงน้ำมาใช้

กระบวนการสร้างคุณค่าผ่านการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์



กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

การอยู่ร่วมกันอย่างสมดุลระหว่างธุรกิจ สังคม และธรรมชาติ เป็นหัวใจของแนวคิด “Home: Living Together” เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และเพิ่มความสามารถในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผ่านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในการจัดการวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และของเสียตลอดวงจรชีวิต ในปี 2568 เครือฯ ยังให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการน้ำอย่างรับผิดชอบ การอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ รวมถึงการยกระดับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับและสอดคล้องกับหลักการด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม ผ่านความร่วมมือกับบริษัทในเครือ คู่ค้า เกษตรกร ชุมชน และภาคีเครือข่าย เพื่อสร้างความยืดหยุ่นให้แก่ระบบอาหารและธุรกิจ พร้อมรักษาทรัพยากรธรรมชาติสำหรับคนรุ่นปัจจุบันและอนาคต

ผลลัพธ์

Manufacturing Capital

- คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจที่มีการดำเนินงานด้านการปกป้องรักษาสิ่งแวดล้อม **597** ราย

Natural Capital

- ปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1&2) ลดลง **0.52** ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- เพิ่มปริมาณการใช้พลังงานหมุนเวียน ร้อยละ **18**
- ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ **79** ล้านลูกบาศก์เมตร
- พลกระทบที่เกิดต่อดิน น้ำ อากาศ และความเป็นอยู่ของสิ่งมีชีวิตทั่วไป

คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย

Manufacturing Capital

- ส่งมอบผลิตภัณฑ์และสินค้าแห่งนวัตกรรม ที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

Intellectual Capital

- แบ่งปันองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมสู่สังคม

Human Capital

- สร้างโอกาสในการเติบโตไปพร้อมกับเครือฯ อย่างยั่งยืน

Relationship Capital

- เพิ่มโอกาสในการเติบโตอย่างยั่งยืนของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทาน
- สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในการปกป้องสภาพแวดล้อม และยกระดับการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนอย่างทั่วถึง
- การเป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือ

Natural Capital

- ลดผลกระทบที่เกิดต่อดิน น้ำ อากาศ และความเป็นอยู่ของสิ่งมีชีวิตทั่วไป
- ลดการพึ่งพาต่อทรัพยากรทางธรรมชาติ
- สนับสนุนการบรรลุเป้าหมายของสากลในการจำกัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์

SDGs

2.4
4.4
5.b
6.1 6.3 6.4 6.5 6.6 6.b
7.1 7.2 7.3
8.3 8.4 8.8
9.2 9.4
11.6
12.2 12.3 12.4 12.5 12.7 12.a
13.2 13.3
14.1 14.2 14.4 14.b
15.1 15.2 15.4 15.5
16.2



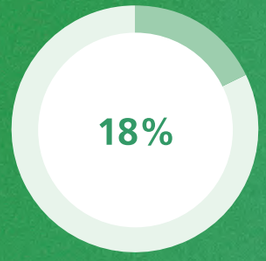
การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
Climate Resilience

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานเพื่อรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พร้อมขับเคลื่อนนวัตกรรมสีเขียว เพื่อสร้างโลกที่สมดุลและยั่งยืนสำหรับทุกคน

เครือเจริญโภคภัณฑ์บริหารจัดการความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านยุทธศาสตร์เชิงรุกที่มุ่งเน้นการสร้างความยืดหยุ่นตลอดห่วงโซ่คุณค่า เครือฯ ได้บูรณาการประเด็นดังกล่าวให้เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์องค์กร โดยใช้กรอบการดำเนินงานที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเป็นกลางทางคาร์บอน ภายในปี 2573 และเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593 ซึ่งสอดคล้องกับ Science-based Targets นอกจากนี้ เพื่อให้การรับมือกับวิกฤตภูมิอากาศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เครือฯ ได้นำระบบการวิเคราะห์มาใช้ประเมินความเสี่ยงเชิงกายภาพ และความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน ซึ่งช่วยให้เครือฯ สามารถออกแบบมาตรการปรับตัวที่แม่นยำ ตั้งแต่การส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียนและนวัตกรรมสีเขียวในกระบวนการผลิต ไปจนถึงการสนับสนุนเกษตรกร และคู่ค้าให้มีความพร้อมในการรับมือกับความผันผวนของสภาพภูมิอากาศ

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

0.52 ล้านตัน CO_2e
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ลดลงในปี 2568 เทียบกับปี 2564

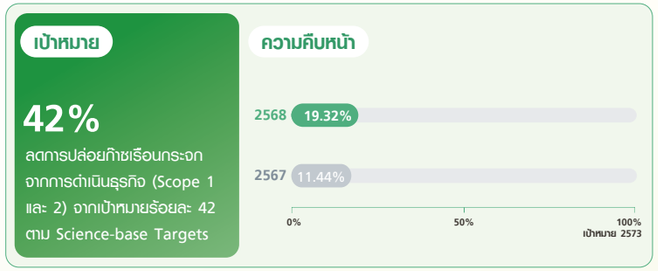


สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน

1.81 ล้านตัน CO_2e
การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

5,119 ล้านบาท
การลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายและความคืบหน้า



การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

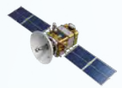
7 7.1 7.2 7.3 | 9 9.4 | 11 11.6
12 12.a | 13 13.2 13.3

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- Delivering on Our SDG Commitments 2025
- Sustainability Performance Supplement 2025

ห่วงโซ่ธุรกิจครบวงจรของเครือเจริญโภคภัณฑ์

ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ที่ออกแบบให้ทุกขั้นตอนดำเนินงานอย่างยั่งยืน



โดยมีเป้าหมายหลัก:
ลดคาร์บอน ใช้พลังงานสะอาด ลดของเสีย เพิ่มการรีไซเคิล ใช้เทคโนโลยีเพิ่มประสิทธิภาพ
เป็นโมเดลธุรกิจที่ “สร้างรายได้ควบคู่กับการดูแลสิ่งแวดล้อมตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า”

1 ปัจจัยการผลิตทางเกษตร
- เกษตรอัจฉริยะ
- การเกษตรแบบ Climate Smart
- ปุ๋ยอินทรีย์
- การตรวจสอบย้อนกลับ

2 การขนส่งต้นน้ำ
- การขนส่งคาร์บอนต่ำ
- ประสิทธิภาพเชื้อเพลิง
- การวางแผนเส้นทาง

3 โรงงานผลิตอาหารสัตว์
- วัตถุดิบยั่งยืน
- นวัตกรรมอาหารสัตว์
- คุณภาพ และความปลอดภัย

4 ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์น้ำ
- สวัสดิภาพสัตว์
- การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
- ความปลอดภัยทางชีวภาพ
- การบริหารจัดการน้ำ

5 โรงงานผลิตอาหาร
- ความปลอดภัยทางอาหาร
- ประสิทธิภาพพลังงาน
- ระบบอัตโนมัติ และนวัตกรรม

6 บรรจุภัณฑ์
- บรรจุภัณฑ์ยั่งยืน
- วัสดุรีไซเคิลได้
- การลดของเสีย

7 ศูนย์กระจายสินค้า
- คลังสินค้าอัจฉริยะ
- การบริหารจัดการพลังงาน
- การบริการสินค้าคงคลัง

8 การขนส่งปลายน้ำ
- ยานพาหนะคาร์บอนต่ำ
- ยานยนต์ไฟฟ้า
- การวางแผนเส้นทาง

9 ร้านค้าปลีก
- ร้านค้ายั่งยืน
- การบริหารจัดการพลังงาน
- การบริหารจัดการของเสีย

10 โทรคมนาคม และอสังหาริมทรัพย์
- การเชื่อมต่อดิจิทัล
- อาคารอัจฉริยะ
- การพัฒนาสีเขียว
- ระบบนิเวศนวัตกรรม

การดำเนินงานอัจฉริยะ และยั่งยืน
- การติดตามผ่านดาวเทียม
- เซ็นเซอร์ IoT
- ปัญญาประดิษฐ์ และการวิเคราะห์ข้อมูล
- เกษตรแม่นยำ
- การจัดการสุขภาพดิน

การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- แนวทางสู่ Net Zero
- พลังงานหมุนเวียน
- การบริหารจัดการคาร์บอน

เศรษฐกิจหมุนเวียน
- ลด
- ใช้ซ้ำ
- รีไซเคิล
- ฟื้นฟู

ธรรมชาติเชิงบวก
- การปกป้องความหลากหลาย
- การบริหารจัดการน้ำ
- การจัดหายั่งยืน

ผู้คนและชุมชน
- การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
- การพัฒนาชุมชน
- สุขภาพ และความปลอดภัย

ธรรมาภิบาล และจริยธรรม
- การกำกับดูแลกิจการที่ดี
- จริยธรรมทางธุรกิจ
- การบริหารจัดการความเสี่ยง

ดิจิทัล และนวัตกรรม
- AI และการวิเคราะห์
- IoT และระบบอัตโนมัติ
- แพลตฟอร์มดิจิทัล

ความร่วมมือเพื่อสร้างพลกระทบ
- ร่วมมือ
- ร่วมสร้าง
- สร้างคุณค่าร่วม

พลลัพธ์ที่ยั่งยืน
- ห่วงโซ่คุณค่าที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง
- ลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม
- การเติบโตอย่างยั่งยืน
- ชีวิตที่ดีสำหรับทุกคน

การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการปกป้อง และรักษาสิ่งแวดล้อม ในฐานะรากฐานสำคัญของการดำเนินธุรกิจและการเติบโตในระยะยาว โดยตระหนักว่าการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นทั้งความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจที่อาจส่งผลต่อห่วงโซ่คุณค่า ต้นทุนการดำเนินงาน ความมั่นคงของวัตถุดิบ การเข้าถึงตลาด และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียในระยะสั้น กลาง และยาว ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการบริหารความยั่งยืน เครือฯ กำหนดทิศทางการดำเนินงานด้านสภาพภูมิอากาศให้สอดคล้องกับเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593 และแนวทางจำกัดอุณหภูมิโลกไม่เกิน 1.5°C ตามข้อตกลงปารีส โดยบูรณาการประเด็นสภาพภูมิอากาศเข้ากับการกำหนดกลยุทธ์ การบริหารความเสี่ยง การตัดสินใจลงทุน และการดำเนินงานของธุรกิจในทุกกิจกรรม

ด้วยลักษณะธุรกิจที่ครอบคลุมมากกว่า 23 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลกและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งขับเคลื่อนทั้งการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการเสริมสร้างความสามารถในการปรับตัวต่อความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศอย่างเป็นระบบผ่านมาตรการสำคัญ อาทิ การเพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียน การยกระดับประสิทธิภาพพลังงาน การพัฒนาระบบก๊าซชีวภาพจากของเสียในภาคเกษตรและปศุสัตว์ การดำเนินนโยบายการต่อการตัดไม้ทำลายป่า และการใช้เทคโนโลยี นอกจากนี้ เครือฯ ยังให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงทางกายภาพ และความเสี่ยงเชิงเปลี่ยนผ่าน ทั้งในประเด็นด้านกฎระเบียบ เทคโนโลยี ตลาด ทรัพยากรน้ำ ความผันผวนของผลผลิตทางการเกษตร และความต่อเนื่องของห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการเตรียมความพร้อมต่อกฎระเบียบและมาตรการทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เช่น Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) ของสหภาพยุโรป และกฎระเบียบว่าด้วยสินค้าที่ปลอดการตัดไม้ทำลายป่า (EU Deforestation Regulation: EUDR) เป็นต้น

เครือเจริญโภคภัณฑ์เชื่อมั่นว่าการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำไม่อาจขับเคลื่อนได้โดยองค์กรเพียงลำพัง จึงให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ สถาบันวิชาการ เกษตรกร คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า และพัฒนาแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับข้อกำหนดและความคาดหวังของสากล



> “ท่ามกลางสถานการณ์โลกที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อความมั่นคงด้านพลังงานและการพันผวนของต้นทุน พลังงานสะอาดไม่ได้เป็นเพียงทางเลือกเพื่อสิ่งแวดล้อมอีกต่อไป แต่คือภูมิคุ้มกันสำคัญที่จะช่วยให้ทั้งภาคธุรกิจและประเทศขับเคลื่อนต่อไปได้อย่างมีเสถียรภาพ อัลเตอร์วิม มุ่งมั่นพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และนวัตกรรมพลังงานอัจฉริยะ เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาพลังงานแบบดั้งเดิม พร้อมสนับสนุนให้เครือเจริญโภคภัณฑ์และพันธมิตรเปลี่ยนผ่านสู่พลังงานสะอาดอย่างมั่นคง เพื่อร่วมสร้างรากฐานทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง และเติบโตได้อย่างยั่งยืนในทุกวิกฤต”
>
> **คุณภควดี กอเจริญรัตนกุล**
> ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ
> บจก. อัลเตอร์วิม

แนวทางการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การเปลี่ยนผ่านสู่พลังงานไฟฟ้าสะอาด



เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานไฟฟ้าสะอาด โดยติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ในทุกกลุ่มธุรกิจ ทั้งแบบติดตั้งบนหลังคา แบบติดตั้งบนพื้นดิน และแบบลอยน้ำ ตั้งแต่ฟาร์ม โรงงานอาหารสัตว์ โรงงานอาหารสำเร็จรูป ตลอดจนศูนย์กระจายสินค้า และร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ

การใช้เชื้อเพลิงพลังงานทางเลือก



เครือเจริญโภคภัณฑ์เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยส่งเสริมการใช้เชื้อเพลิงชีวมวลเพื่อทดแทนถ่านหินในการผลิตไอน้ำสำหรับกระบวนการผลิตในโรงงานอาหารสัตว์ ซึ่งช่วยลดการพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิล นอกจากนี้ยังนำของเสียจากกระบวนการผลิตมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผ่านการผลิตก๊าซชีวภาพจากมูลสุกรและน้ำเสียจากโรงงานแปรรูป เพื่อนำมาใช้ผลิตกระแสไฟฟ้าและพลังงานความร้อนภายในโรงงาน

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน



ด้วยความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน โดยร่วมมือกับคู่ค้าทางธุรกิจในการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร ส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน และพัฒนาระบบโลจิสติกส์คาร์บอนต่ำผ่านการใช้รถบรรทุกไฟฟ้า นอกจากนี้ ได้มีนโยบายการจัดหาวัตถุดิบหลักที่มีความเสี่ยง จะต้องไม่มาจากการบุกรุกพื้นที่ป่าร้อยละ 100 โดยใช้ระบบตรวจสอบย้อนกลับและภาพถ่ายดาวเทียม เพื่อยืนยันพิกัดแปลงปลูก พร้อมสนับสนุนและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านความยั่งยืนให้แก่คู่ค้าธุรกิจ

การปลูกป่าและเทคโนโลยีกักเก็บคาร์บอน



เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินโครงการปลูกป่าอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะพื้นที่ป่าต้นน้ำ เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวและฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ พร้อมกันนี้ ยังส่งเสริมการทำเกษตรแบบฟื้นฟู การลดการใช้สารเคมี และการปลูกพืชคลุมดิน เพิ่มการกักเก็บคาร์บอนในดิน (Soil Carbon Sequestration) ซึ่งโครงการได้ขึ้นทะเบียนโครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจ (T-VER) จากพื้นที่ปลูกป่าและอนุรักษ์ป่า

การจัดการก๊าซเรือนกระจกขอบเขต 1 และ 2



ขอบเขตที่ 1: การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงขององค์กร	1.46	**24.62%**
ขอบเขตที่ 2: การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน	4.47	**75.38%**
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม	5.93	**100%**

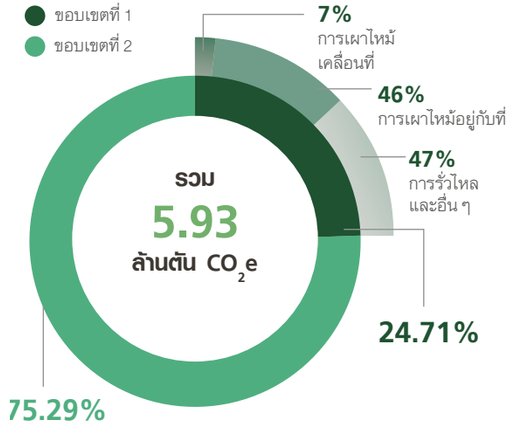
(ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2

(ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)



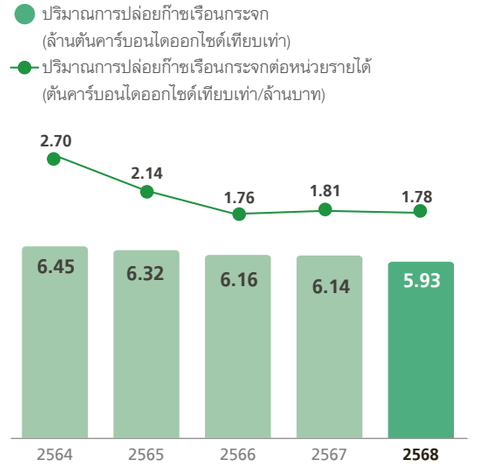
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกแยกแหล่งปล่อย



การปล่อยก๊าซเรือนกระจกแบ่งตามหน่วยธุรกิจ

เกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร	48.08%	อสังหาริมทรัพย์และโครงสร้างพื้นฐาน	0.08%
ค้าปลีก	39.33%	ยาและเวชภัณฑ์	0.02%
สื่อสารและโทรคมนาคม	10.08%	กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ	1.36%
อีคอมเมิร์ซและดิจิทัล	1.05%		

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้

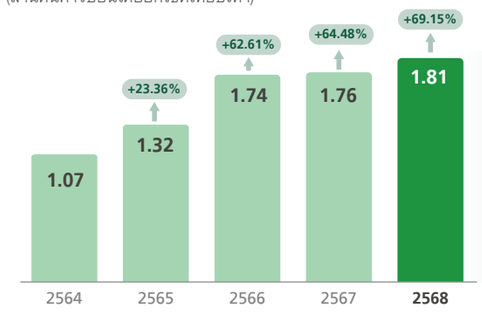


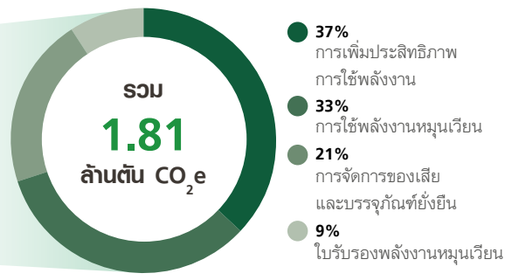
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกแบ่งตามประเทศ และเขตเศรษฐกิจ

ไทย	62.39%	อินเดีย	1.43%
จีน	19.60%	บังกลาเทศ	1.42%
เวียดนาม	5.43%	ไต้หวัน	1.24%
มาเลเซีย	4.55%	ประเทศอื่น ๆ	3.94%

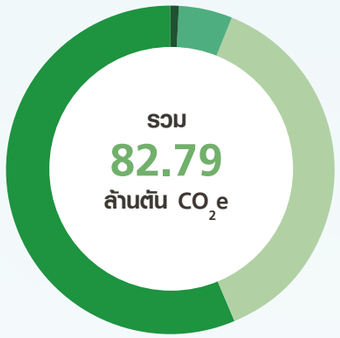
การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

(ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)





การจัดการก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1, 2 และ 3

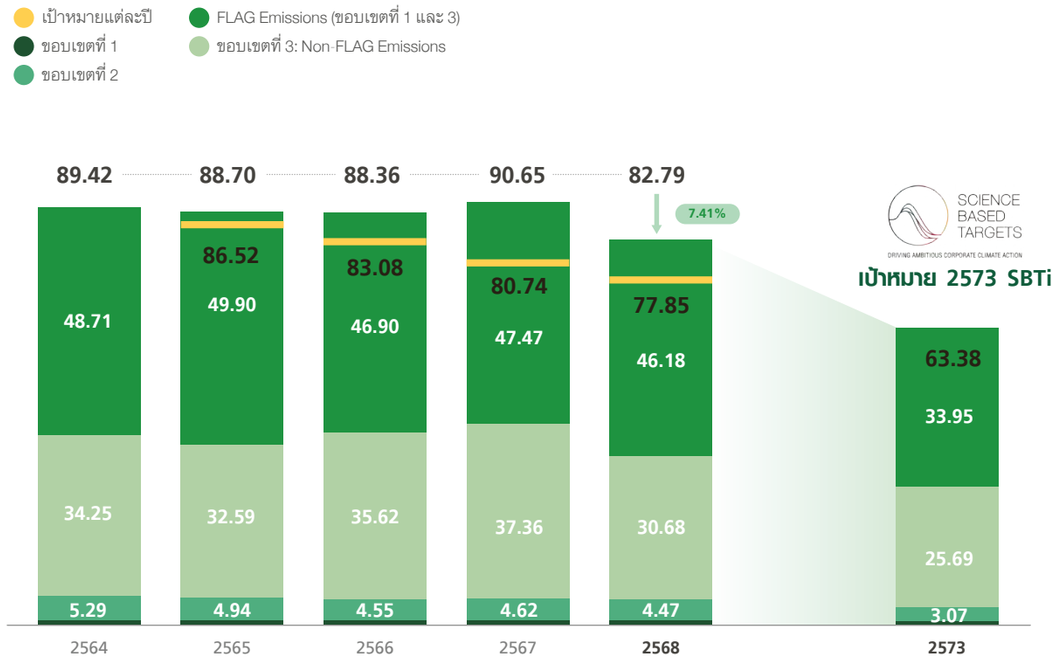


ขอบเขตที่ 1: การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงขององค์กร	1.46	**1.77%**
ขอบเขตที่ 2: การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงานขององค์กร	4.47	**5.39%**
ขอบเขตที่ 3: Non-FLAG Emissions* การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ ตลอดห่วงโซ่คุณค่า	30.68	**37.05%**
FLAG Emissions (ขอบเขตที่ 1 และ 3) การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากภาคป่าไม้ การใช้ที่ดิน และการเกษตร (ทั้งทางตรงและทางอ้อม)	46.18	**55.79%**
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมทั้งหมด	82.79	**100%**

(ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)
* (FLAG) Forest, Land and Agriculture

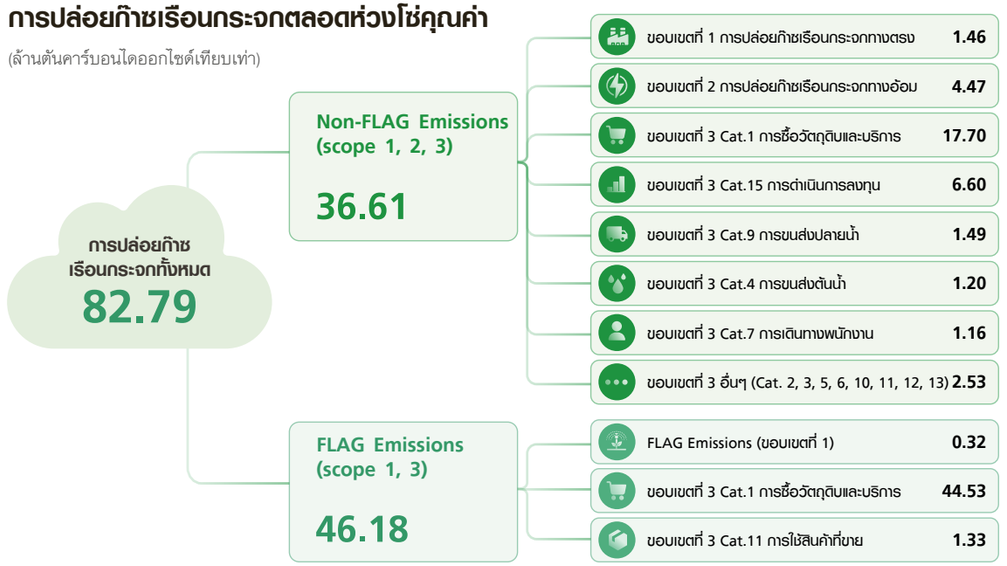
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1, 2 และ 3 (Non-FLAG, FLAG)

(ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)



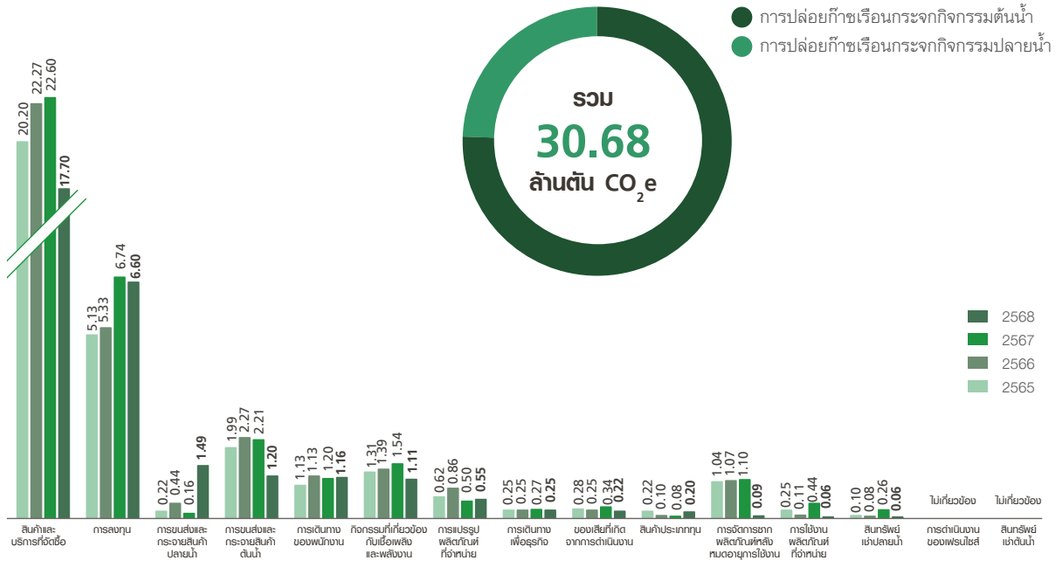
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่คุณค่า

(ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)



แนวโน้มการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 3 (Non-FLAG)

(ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

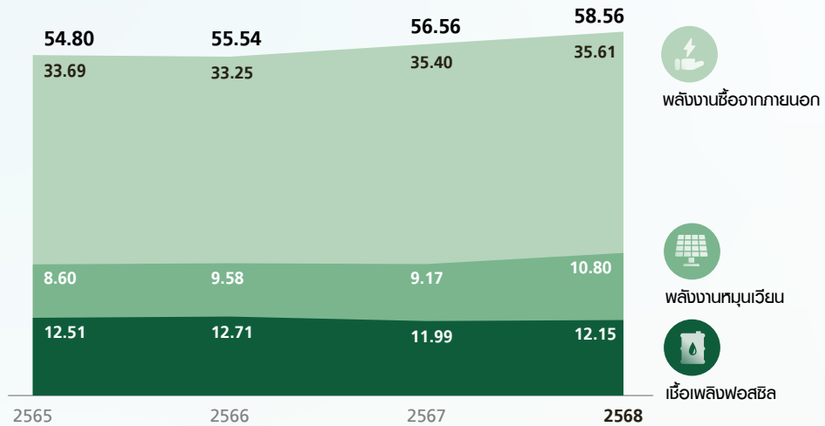


ข้อมูลการจัดการพลังงาน

พลังงานที่ใช้ทั้งหมด

(ล้านกิกะจูล)

พลังงานที่ใช้ทั้งหมด
58.56
ล้านกิกะจูล
+3.55%
เพิ่มจากปี 2567



60.82% พลังงานซื้อจากภายนอก
20.74% เชื้อเพลิงฟอสซิล
18.44% พลังงานหมุนเวียน

พลังงานซื้อจากภายนอก

พลังงานไฟฟ้า	98%
ไอน้ำ	2%
ความร้อน	0%
ความเย็น	0%

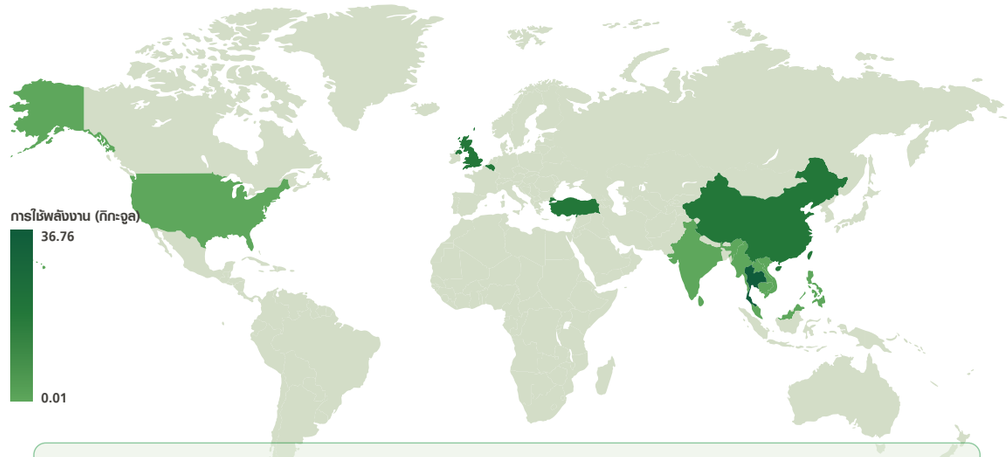
เชื้อเพลิงฟอสซิล

ก๊าซธรรมชาติ	52%
น้ำมันดีเซล	22%
ก๊าซหุงต้ม	13%
น้ำมันเตา	8%
ถ่านหิน	3%
แก๊สโซลีน	2%

พลังงานหมุนเวียน

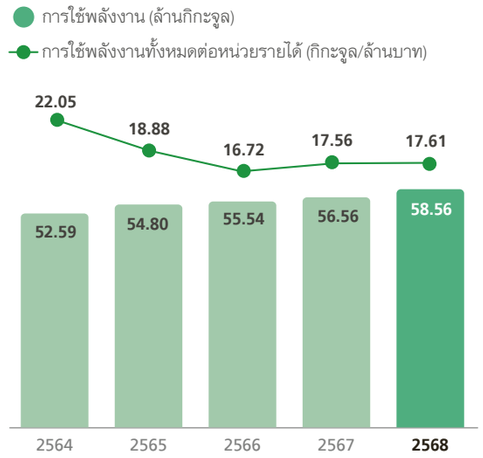
เชื้อเพลิงชีวมวล	51%
ก๊าซชีวภาพ	14%
RECs	13%
ไฟฟ้า PPA	12%
พลังงานแสงอาทิตย์	10%
ความร้อนแสงอาทิตย์	0%

การใช้พลังงานทั้งหมดแบ่งตามภูมิประเทศ



การใช้พลังงานทั้งหมดต่อหน่วยรายได้

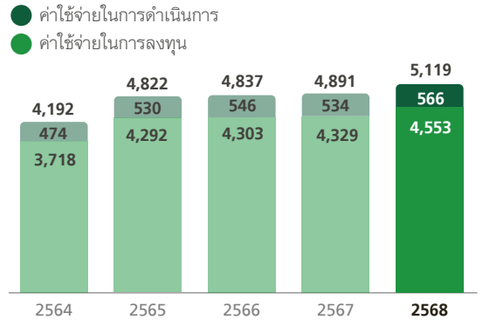
(กิกะจูล/ล้านบาท)



การลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม

(ล้านบาท)

เครือฯ สนับสนุนการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยเน้นปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน กระบวนการผลิต และยกระดับประสิทธิภาพพลังงานเพื่อลดก๊าซเรือนกระจก พร้อมทั้งจัดสรรทรัพยากร R&D และการอบรมบุคลากรในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างยั่งยืน



การประเมินความเสี่ยงและโอกาสด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศถือเป็นความเสี่ยงเชิงระบบที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยงทางกายภาพ อาทิ ภัยพิบัติทางธรรมชาติ น้ำท่วม ภัยแล้ง และคลื่นความร้อน หรือความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน เช่น มาตรการด้านภาษีคาร์บอน กฎระเบียบที่เข้มงวดขึ้น และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น สำหรับองค์กรที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทันจะเผชิญกับความท้าทาย ทั้งด้านการเงิน ชื่อเสียง และความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว อย่างไรก็ตาม การประเมินความเสี่ยงและโอกาสด้านสภาพภูมิอากาศอย่างเป็นระบบจะช่วยให้ธุรกิจสามารถวางแผนเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการบริหารต้นทุน การเข้าถึงแหล่งเงินทุนสีเขียว และการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้องค์กรสามารถพัฒนานวัตกรรม ขยายตลาดในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน และเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคที่ความยั่งยืนกลายเป็นปัจจัยสำคัญของการดำเนินธุรกิจในระดับโลก

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพในฐานะปัจจัยพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยกำหนดแนวทางการประเมิน และบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบให้สอดคล้องกับมาตรฐาน และกรอบอ้างอิงสากลที่สำคัญ อาทิ กรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กรของคณะกรรมการองค์กรภาคเอกชนแห่งสหรัฐอเมริกา (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission: COSO) มาตรฐานการบริหารความเสี่ยง ISO 31000:2018 มาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน IFRS แนวทางของคณะทำงานด้านการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ (Taskforce on Nature-related Financial Disclosures: TNFD) และแนวทางของสภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (World Business Council for Sustainable Development: WBCSD) เพื่อเสริมสร้างความสามารถขององค์กรในการระบุ ประเมิน ติดตาม และบรรเทาความเสี่ยงได้อย่างครอบคลุมในทุกมิติ อันจะนำไปสู่การปฏิบัติตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง และการสร้างความยั่งยืนในระยะยาว

การเชื่อมโยงสีเขียวสู่ห่วงโซ่อาหารโปร่งใส ไร้รอยเท้าทำลายป่า





สามารถตรวจสอบถึงแหล่งปลูกที่มีเอกสารสิทธิ์
ร้อยละ 100

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินการไม่รับซื้อและไม่นำเข้าข้าวโพดจากพื้นที่รุกป่า และพื้นที่เผาแปลง รวมถึงผลักดันระบบตรวจสอบย้อนกลับตลอดห่วงโซ่อุปทาน ผ่านการนำเทคโนโลยีระบบตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งเพาะปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์มาใช้ภายใต้นโยบาย พร้อมทั้งนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาเสริมสร้างความโปร่งใส เชื่อมโยงข้อมูลตั้งแต่แปลงเพาะปลูกไปจนถึงโรงงานอาหารสัตว์ และได้ขยายการดำเนินงานไปยังประเทศใกล้เคียง ได้แก่ เมียนมา สปป.ลาว และเวียดนาม เพื่อสร้างมาตรฐานห่วงโซ่อุปทานที่ปลอดการบุกรุกป่าและการเผาแปลงในระดับภูมิภาค

ด้วยความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในวางแผนการปฏิบัติระบบตรวจสอบย้อนกลับร่วมกัน ในปี 2568 มีการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อเพื่อวางระบบตรวจสอบย้อนกลับสำหรับข้าวโพดอาหารสัตว์และสินค้าเกษตรอื่นๆ ให้สอดคล้องกับกฎระเบียบว่าด้วยสินค้าที่ปลอดการตัดไม้ทำลายป่า (EU Deforestation Regulation: EUDR) ของสหภาพยุโรป และเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593

การสร้างคุณค่า
Human Capital Relationship Capital

ผลกระทบและการปรับตัวของห่วงโซ่คุณค่าในมิติสภาพภูมิอากาศ

กลุ่มธุรกิจ	ความเสี่ยง	โอกาส	ผลกระทบต่อธุรกิจ	การปรับเปลี่ยนภายในห่วงโซ่คุณค่า
เกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร	▬		ต้นทุนพลังงานเพิ่มขึ้นจากการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล	เปลี่ยนห่วงโซ่อุปทานสู่เกษตรกรรมเชิงฟื้นฟู
	▬		ค่าใช้จ่ายด้านการปฏิบัติตามข้อกำหนด และราคาคาร์บอน	ใช้ AI และ IoT ลดของเสียในการผลิต
		▬	การขยายตลาดสู่โปรตีนจากพืชและผลิตภัณฑ์สีเขียว	พัฒนาบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้
ค้าปลีก	▬		เงินลงทุนสำหรับร้านค้าสีเขียวและระบบโลจิสติกส์	สนับสนุนให้คู่ค้าใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียว
		▬	ยอดขายเพิ่มขึ้นจากสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ใช้รถยนต์ไฟฟ้าในระบบขนส่ง
		▬	รายได้จากสถานีชาร์จ EV และโลจิสติกส์สีเขียว	พฤติกรรมผู้บริโภคที่สนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียน
สื่อสารและโทรคมนาคม	▬		ค่าใช้จ่ายด้านการดำเนินงาน (OPEX) เพิ่มขึ้นจากพลังงานสำหรับเครือข่ายและระบบ	เลือกคู่ค้าที่ใช้วัสดุรีไซเคิล
		▬	รายได้จากบริการคลาวด์และการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล	ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจาก Data Center
				ส่งเสริมการรีไซเคิลขยะอิเล็กทรอนิกส์
อีคอมเมิร์ซและดิจิทัล	▬		การลงทุน (CAPEX) สำหรับโครงสร้างพื้นฐานพลังงานหมุนเวียน	สนับสนุนให้คู่ค้าใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียว
		▬	ยอดขายเพิ่มขึ้นจากสินค้าเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	เพิ่มการใช้พลังงานหมุนเวียน
				พฤติกรรมผู้บริโภคที่สนับสนุนพลังงานสะอาด
อสังหาริมทรัพย์และโครงสร้างพื้นฐาน	▬		ต้นทุนสูงขึ้นจากวัสดุก่อสร้างสีเขียวและระบบพลังงานทางเลือก	ใช้วัสดุก่อสร้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
		▬	การเติบโตของตลาดอาคาร Net Zero และ Smart City	ใช้ AI บริหารอาคารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน
				พัฒนาระบบ Smart Grid สำหรับการจัดการพลังงาน
ยานยนต์และอุตสาหกรรม	▬		ต้นทุนวัตถุดิบเพิ่มขึ้นและเงินลงทุน (CAPEX) ในโรงงานสีเขียว และความต้องการ EV เพิ่มขึ้น	เพิ่มการใช้วัสดุรีไซเคิลในห่วงโซ่อุปทาน
		▬	เปิดโอกาสสู่การผลิตแบตเตอรี่และการผลิตสีเขียว	พัฒนาโรงงานที่ใช้พลังงานสะอาด
				ส่งเสริมการใช้ EV ในโลจิสติกส์และการขนส่ง
ยาและเวชภัณฑ์	▬		ต้นทุนพลังงานและการขนส่งสูง โดยเฉพาะระบบ Cold Chain และค่าใช้จ่ายด้านความยั่งยืนเพิ่มขึ้น	ใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้
		▬	ตลาดยาและวัคซีนคาร์บอนต่ำ (Green Pharma)	ใช้ AI ลดของเสียในการผลิตยาและเวชภัณฑ์
				ส่งเสริมบริการสาธารณสุขที่เป็นกลางทางคาร์บอน
การเงินและการธนาคาร	▬		ปรับโครงสร้างพอร์ตการลงทุนให้สอดคล้องกับทิศทางความยั่งยืน	คัดเลือกโครงการลงทุนที่สอดคล้องกับเกณฑ์ด้านความยั่งยืน
		▬	โอกาสใน Green Bonds, ESG-linked loans และผลิตภัณฑ์การลงทุนยั่งยืน	สนับสนุนการใช้พลังงานสะอาด
				ให้สินเชื่อแก่ธุรกิจที่มีเป้าหมาย Net Zero

ต้นน้ำ กลุ่มธุรกิจในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ปลายน้ำ

การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในเครือเจริญโภคภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมลดความเสี่ยงและผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างเป็นระบบ เครือฯ ได้กำหนดเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้สอดคล้องกับแนวทางของ Science Based Targets Initiative (SBTi) และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593 ทั้งนี้ เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม เครือฯ ได้ดำเนินมาตรการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง ผ่านการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์จากระบบ Solar Rooftop และ Solar Farm พร้อมทั้งพัฒนาเทคโนโลยีระบบกักเก็บพลังงาน เพื่อเสริมเสถียรภาพและประสิทธิภาพในการใช้พลังงานสะอาด เป็นต้น

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังมุ่งยกระดับประสิทธิภาพการใช้พลังงานในกระบวนการผลิต และอาคารสำนักงาน ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผ่านนวัตกรรมด้านพลังงาน อาทิ ระบบบริหารจัดการพลังงานอัจฉริยะ และการเพิ่มประสิทธิภาพของเครื่องจักร เพื่อช่วยลดการพึ่งพาพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล ควบคู่กับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรม ขณะเดียวกัน เครือฯ ยังส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การลดของเสีย และการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน สนับสนุนการเติบโตทางธุรกิจควบคู่กับการดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ขับเคลื่อนองค์กรสู่อนาคตคาร์บอนต่ำ ด้วยพลังความร่วมมือทั้งเครือฯ



สัดส่วนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
ร้อยละ 12.4 เทียบปีฐาน 2564

การสร้างคุณค่า
- Manufacturing Capital
- Relationship Capital
- Natural Capital

เครือเจริญโภคภัณฑ์จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ “Carbon Neutral Workshop” เพื่อระดมความร่วมมือจากทุกกลุ่มธุรกิจในเครือฯ พร้อมด้วยผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิด้านสิ่งแวดล้อมชั้นนำของประเทศไทย ในการกำหนดแนวทางและแผนกลยุทธ์สู่เป้าหมายการเป็นองค์กรที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593 ภายในเวทีดังกล่าว ผู้แทนจากแต่ละกลุ่มธุรกิจได้นำเสนอแผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรงและทางอ้อม พร้อมแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และรับข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ เพื่อนำไปพัฒนามาตรการที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในระดับองค์กร ภายในงานมีผู้บริหารและผู้แทนจากกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ เข้าร่วมกว่า 100 ท่าน สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของเครือฯ ในการขับเคลื่อนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นระบบ และการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการสร้างความร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ

เลิกการใช้ถ่านหินร้อยละ 100 ขับเคลื่อนการดำเนินงานด้วยพลังงานสะอาด



ไม่มีการใช้ถ่านหินร้อยละ **100** ใน 9 ประเทศ

บมจ. เจริญโภคภัณฑ์อาหาร มุ่งเพิ่มการใช้พลังงานสะอาดและลดการพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิลอย่างต่อเนื่อง โดยได้ยกเลิกการใช้ถ่านหินในกระบวนการผลิตครบร้อยละ 100 ครอบคลุมการดำเนินงานใน 9 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย เวียดนาม สาธารณรัฐโปแลนด์ สหรัฐอเมริกา กัมพูชา ลาว มาเลเซีย อังกฤษ และเบลเยี่ยม ผ่านการปรับเปลี่ยนมาใช้เชื้อเพลิงชีวมวลและพลังงานทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การสร้างคุณค่า
- Manufacturing Capital
- Natural Capital

RE100 โครงการต้นแบบฟาร์มพลังงานหมุนเวียนร้อยละ 100



เทียบเท่าการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
16,500 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี

ด้วยความมุ่งมั่นภายใต้แนวคิด Sustainovation บมจ. เจริญโภคภัณฑ์อาหาร ได้พัฒนา “ฟาร์มคอมเพล็กซ์ไก่ไข่จันทบุรี” จังหวัดจันทบุรี ให้เป็นต้นแบบฟาร์มไก่ไข่แห่งแรกของประเทศไทยที่ใช้พลังงานหมุนเวียนร้อยละ 100 สะท้อนแนวคิด Waste to Value ที่มุ่งเปลี่ยนของเสียให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยผลิตก๊าซชีวภาพจากมูลไก่เพื่อนำมาผลิตกระแสไฟฟ้าใช้ภายในฟาร์มและในกระบวนการคัดไข่ ควบคู่กับการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ และการนำระบบบริหารจัดการพลังงานอัจฉริยะให้มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ฟาร์มสามารถผลิตไฟฟ้าจากพลังงานสะอาดได้รวมกว่า 3.6 ล้านกิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี

การสร้างคุณค่า
- Manufacturing Capital
- Natural Capital

ระบบกักเก็บพลังงานแสงอาทิตย์ยกระดับการจัดการพลังงานสู่ความยั่งยืน



เทียบเท่าการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
823 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี

สถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ ร่วมกับ บจก. อัลเตอร์วิม เดินหน้าการใช้พลังงานสะอาดผ่านการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ควบคู่กับระบบกักเก็บพลังงานด้วยแบตเตอรี่ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการพลังงานของสถาบันฯ ด้วยการติดตั้ง Solar Farm แบบหมุนตามแสงอาทิตย์ ขนาด 1,536 kWp ร่วมกับระบบกักเก็บพลังงานด้วยแบตเตอรี่ขนาด 2,236 kWh เป็นต้นแบบด้านความยั่งยืนผ่านการลงมือปฏิบัติจริง ให้สอดคล้องกับพันธกิจ “CPLI Cares for the World” ควบคู่กับการพัฒนาผู้นำและการเรียนรู้ภายในองค์กร โครงการนี้สามารถช่วยลดต้นทุนค่าไฟฟ้าได้ 2 ล้านบาทต่อปี

การสร้างคุณค่า
- Manufacturing Capital
- Natural Capital

การลดก๊าซเรือนกระจก Scope 3 ร่วมกับคู่ค้าและพันธมิตร

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้บูรณาการประเด็นด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเข้าสู่กลยุทธ์และการดำเนินงานหลักขององค์กร เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการปรับตัวและสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนในระยะยาว โดยมีการประเมินและบริหารความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ เช่น เหตุการณ์สภาพอากาศรุนแรง การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบ และความผันผวนในห่วงโซ่อุปทาน เป็นต้น พร้อมทั้งมองหาโอกาสใหม่ ๆ จากการลงทุนในพลังงานหมุนเวียน เกษตรกรรมยั่งยืน และเทคโนโลยีคาร์บอนต่ำ ควบคู่กับการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การบริหารจัดการน้ำ และการลดของเสีย เพื่อเสริมความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจและสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในบริบทของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ขณะเดียวกัน เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักว่าการดำเนินงานด้านสภาพภูมิอากาศอย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนตลอดห่วงโซ่คุณค่า องค์กรจึงส่งเสริมการทำงานร่วมกับคู่ค้าทางธุรกิจในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยเฉพาะในส่วนของ Scope 3 ผ่านการสนับสนุนการจัดหาวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบ การเพิ่มความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทาน และการส่งเสริมแนวทางการดำเนินงานที่ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังมีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ร่วมกัน ตลอดจนการพัฒนาโครงการความร่วมมือกับคู่ค้าเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พร้อมทั้งสร้างคุณค่าร่วมให้กับภาคธุรกิจ ชุมชน และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ส่งเสริมการปลูกข้าวนาเปียกสลับแห้ง ลดมีเทน ลดโลกร้อน

บจก. เจริญโภคภัณฑ์โปรดิ๊วส เดินหน้าโครงการผลิตข้าวคาร์บอนต่ำในอำเภอราษีไศล จังหวัดศรีสะเกษ พร้อมขยายพื้นที่เป้าหมายรวมกว่า 120,000 ไร่ ครอบคลุมพื้นที่ในภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยส่งเสริมการทำนาแบบเปียกสลับแห้งเป็นแนวปฏิบัติหลัก ควบคู่กับการดำเนินงานตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices: GAP) และกรอบการประเมินความยั่งยืนระดับฟาร์ม (Farm Sustainability Assessment: FSA) เพื่อช่วยลดการปล่อยก๊าซมีเทนจากนาข้าว และลดการใช้น้ำ ข้าวหอมมะลิรักษ์โลกที่ได้จากโครงการจะถูกนำไปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร โดย บมจ. เจริญโภคภัณฑ์อาหาร เพื่อเสิร์ฟแก่ผู้โดยสารสายการบินเวียดเจ็ท และใช้ในเมนูของเชฟแคร์ สะท้อนการสร้างห่วงโซ่คุณค่าของข้าวคาร์บอนต่ำอย่างครบวงจร ตั้งแต่แปลงนาของเกษตรกรไปจนถึงผู้บริโภค พร้อมเปิดโอกาสให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มเติมจากคาร์บอนเครดิตในอนาคต



ลดการปล่อยก๊าซมีเทนจากนาข้าว
ร้อยละ 30

ลดการใช้น้ำ
ร้อยละ 25-40

การสร้างคุณค่า
- Relationship Capital
- Natural Capital



เกษตรกรที่เชื่อมต่อผ่าน FARMPRO
>30,000 ราย

ลดต้นทุนการดำเนินงานของเกษตรกร
ร้อยละ 20

การสร้างคุณค่า
- Intellectual Capital
- Natural Capital
- Relationship Capital

เทคโนโลยีเพื่อเกษตรยั่งยืน: FARMPRO กับการยกระดับเกษตรกรรมอย่างยั่งยืน

บจก. เจริญโภคภัณฑ์โปรดิ๊วส สนับสนุนการยกระดับภาคการเกษตรสู่ระบบ Smart Agriculture ผ่านแพลตฟอร์ม FARMPRO ซึ่งทำหน้าที่เป็นศูนย์รวมองค์ความรู้ เทคโนโลยี และข้อมูลด้านการผลิตทางการเกษตรไว้ในระบบเดียว เพื่อช่วยให้เกษตรกรสามารถบริหารจัดการฟาร์มได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเชื่อมโยงข้อมูลสำคัญ อาทิ ดิน น้ำ สภาพอากาศ เครื่องจักรกลการเกษตร และการจัดการพืช เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจบนฐานข้อมูล ช่วยเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุน และลดความเสี่ยงจากความผันผวนของสภาพภูมิอากาศและตลาดสินค้าเกษตร ทั้งนี้ FARMPRO ได้รับการพัฒนาให้เป็นระบบนิเวศทางการเกษตรแบบครบวงจรที่เชื่อมโยงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่ผู้ให้บริการปัจจัยการผลิต ผู้เชี่ยวชาญด้านดินและพืช ตลอดจนระบบรับซื้อผลผลิต ทำให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ เทคโนโลยี และบริการที่จำเป็นได้อย่างสะดวกในแพลตฟอร์มเดียว

จับมือคู่ค้า SME ปรับตัวรับยุคดิจิทัล ตอบโจทย์ผู้บริโภค ร่วมดูแลสิ่งแวดล้อม

บมจ. เจริญโภคภัณฑ์อาหาร ดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพคู่ค้า SME ภายใต้โครงการ SMEx Low-Cost, Envi-Caring ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ Partner to Grow Sustainable Growth Together เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในห่วงโซ่อุปทานให้สามารถปรับตัวสู่ยุคดิจิทัลและยกระดับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมุ่งถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดต้นทุน และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันโครงการดำเนินมาถึงรุ่นที่ 4 โดยมุ่งพัฒนาศักยภาพคู่ค้าให้สามารถวัดและบริหารจัดการคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization: CFO) รวมถึงกำหนดกลยุทธ์ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการผลิตได้อย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ และสถาบันการศึกษา เพื่อสนับสนุนองค์ความรู้ด้านความยั่งยืน การคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับโครงการด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงานสะอาด

การสร้างคุณค่า
- Relationship Capital
- Natural Capital



SMEx รุ่นที่ 1 และ 2 ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
261,283 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี

แนวทางการลดคาร์บอนและการใช้พลังงานอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ตัวอย่างโครงการที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินการ ในปี 2568

พลังงานสะอาดและพลังงานทางเลือก

สัดส่วนพลังงานหมุนเวียน
18%

- ติดตั้งระบบพลิตไฟฟ้าแสงอาทิตย์รวมกว่า 682 MWp
- นำกิาซชีวภาพมาพลิตไฟฟ้าได้ 1.46 ล้านกิกะจูล
- ไม่มีการใช้ถ่านหิน 100% โดยเปลี่ยนมาใช้เชื้อเพลิงชีวมวล 9 ประเทศ
- นำร่องระบบกักเก็บพลังงานร่วมกับพลังงานแสงอาทิตย์ 1.5 MWp

การใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า

เพิ่มประสิทธิภาพและลดการใช้พลังงานได้
4.33 ล้านเมกะวัตต์ชั่วโมงต่อปี

- เพิ่มประสิทธิภาพโดยหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ
- ใช้เทคโนโลยีในโอพล็อค ลดการใช้น้ำในฟาร์มกุ้ง ร้อยละ 70
- ลดการใช้พลังงานระบบทำความเย็นร้อยละ 20
- นำระบบ IoT มาใช้ในฟาร์มหมูอัจฉริยะ
- ติดตั้งระบบบริหารจัดการอาคารอัตโนมัติ 130 แห่ง
- เปลี่ยนมาใช้สารทำความเย็นคาร์บอนต่ำ 12,355 ตู้แช่

การขนส่งสีเขียว

บริการลูกค้าด้วยการส่งเสริมพลังงานสะอาด

- เพิ่มรถไฟฟ้าในการขนส่ง 201 คัน และรถยกชนิดไฟฟ้า 867 คัน
- ติดตั้งสถานีชาร์จรถไฟฟ้า ALTERVIM 124 สถานี
- ส่งเสริมใช้จักรยานยนต์ไฟฟ้าในการขนส่ง Last-mile



ลดคาร์บอนตลอดห่วงโซ่คุณค่า

- ได้รับฉลากลดโลกร้อน ฉลากคาร์บอนนิวทรัล และ Net Zero 178 ผลิตภัณฑ์
- สร้างความร่วมมือกับคู่ค้ากว่า 1,000 ราย
- ผลิตภัณฑ์ไข่ไก่สดมีคาร์บอนฟุตพริ้นท์ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยร้อยละ 70
- ส่งเสริมปลูกข้าวนาเปียกสลับแห้งลดมีเทนร้อยละ 30
- ขยายระบบตรวจสอบย้อนกลับข้าวโพดที่ไม่บุกรุกป่าในเมียนมา และลาว
- ติดตั้ง Solar PPA ให้คู่ค้าและลูกค้ากว่า 100 ราย

การกักเก็บคาร์บอน

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
1.81 ล้านตัน CO_2e

- อนุรักษ์และดูแลป่าไม้สะสมรวม 13.4 ล้านตัน
- ดำเนินโครงการคาร์บอนเครดิตภาคเกษตร 1 ล้านตัน CO_2e
- ดำเนินการเกษตรผสมผสานเพิ่มรายได้ร้อยละ 30
- คาร์บอนเครดิตจากข้าวนาเปียกสลับแห้ง 0.12 ล้านตัน CO_2e

การจัดการผลิตภัณฑ์อย่างรับผิดชอบ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการจัดการผลิตภัณฑ์อย่างรับผิดชอบ ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญที่องค์กรชั้นนำทั่วโลกนำมาใช้เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างคุณค่าทางธุรกิจในระยะยาว โดยมุ่งเน้นการพิจารณาผลกระทบของผลิตภัณฑ์ตลอดวงจรชีวิต ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การขนส่ง การใช้งาน ไปจนถึงการจัดการเมื่อสิ้นสุดอายุการใช้งาน เพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก แนวทางดังกล่าวยังช่วยสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจหมุนเวียน และการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนในระดับอุตสาหกรรม

ในปี 2568 ผลิตภัณฑ์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้รับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์รวมกว่า 80 ผลิตภัณฑ์ และฉลากลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ 54 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นการจัดการผลิตภัณฑ์อย่างรับผิดชอบ ไม่เพียงช่วยลดการใช้ทรัพยากรและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการสร้างนวัตกรรมและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์ ในปี 2568

โดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (อบก.)

ผลิตภัณฑ์อาหารสด



404
กรัม CO_2e ต่อแพ็ค
น่องไก่แช่เย็น
ตรา ซีพี ซีเล็คชั่น 250 กรัม



4.28
กิโลกรัม CO_2e ต่อแพ็ค
เนื้อไก่สดเบญจา
ตรา ยูฟาร์ม 2 กิโลกรัม



269
กรัม CO_2e ต่อแพ็ค
เนื้อบดจากพืช (เนื้อบดมังสวิรัติ)
ตรา มีทซีโร่ 220 กรัม

ผลิตภัณฑ์ไข่แปรรูป



481
กรัม CO_2e ต่อแพ็ค
ไข่ต้ม บรรจุ 2 ฟอง
ตรา ซีพี 113 กรัม



270
กรัม CO_2e ต่อแพ็ค
ไข่ออนเซ็น บรรจุ 1 ฟอง
ตรา ซีพี 58 กรัม



214
กรัม CO_2e ต่อแพ็ค
ไข่ต้มสมุนไพรแช่เย็น
บรรจุ 1 ฟอง
ตรา ซีพี 40 กรัม

ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป



633
กรัม CO_2e ต่อแพ็ค
นักเก็ตไก่คลาสสิคพร้อมปรุง
ตรา ซีพี 200 กรัม



316
กรัม CO_2e ต่อแพ็ค
เบอร์เกอร์ไก่สไปซี่ ซอสมาโย
ตรา ซีพี 115 กรัม



453
กรัม CO_2e ต่อแพ็ค
โบโลน่าพริก
ตรา ซีพี 135 กรัม

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ (ตัวเลขสะสม)

1,158 ผลิตภัณฑ์
ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์ (CFP)

14 โครงการ
การลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตามมาตรฐานของประเทศไทย (TVERs)

178 ผลิตภัณฑ์
ฉลากลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (CFR)

4 ผลิตภัณฑ์
ผลิตภัณฑ์ฉลากคาร์บอนนิวทรัล

43 องค์กร
ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO)

4 ผลิตภัณฑ์
ผลิตภัณฑ์ Net Zero



ข้าวรักษ์โลก หอมมะลิใหม่ 100% ตราฉัตร

ผลิตภัณฑ์ข้าวคาร์บอนต่ำรายแรกของประเทศไทย เป็นการพัฒนากระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านการส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกข้าวด้วยวิธีนาเปียกสลับแห้ง (Alternate Wetting and Drying: AWD) ซึ่งช่วยลดการปล่อยก๊าซมีเทนจากนาข้าว ลดการใช้น้ำ และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการทรัพยากรในภาคเกษตร โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้อย่างน้อย 100 เพื่อสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน และสะท้อนความมุ่งมั่นในการพัฒนาสินค้าเกษตรที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่การผลิตตั้งแต่กระบวนการปลูกจนถึงการจำหน่าย



ผงซักฟอกเพื่อสิ่งแวดล้อม extra (เอ็กซ์ตร้า)

ผงซักฟอก extra (เอ็กซ์ตร้า) เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากความร่วมมือระหว่าง บมจ. ซีพี แอ็กซ์ตร้า และคาโอ ที่ออกแบบมาเพื่อความยั่งยืน ด้วยส่วนประกอบจากสารตั้งต้นธรรมชาติมากกว่าร้อยละ 85 และใช้เอนไซม์จากธรรมชาติในการขจัดคราบได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยประหยัดน้ำในการซักล้าง ทั้งปริมาณผงซักฟอกที่ใช้ลดลงร้อยละ 50 เมื่อเทียบการซักปกติ ทำให้ใช้ผลิตภัณฑ์น้อยลงต่อรอบการซัก ลดปริมาณสารเคมีที่ปล่อยสู่สิ่งแวดล้อม ยิ่งไปกว่านั้น คาโอ นับเป็นคู่ค้าทางธุรกิจรายแรกที่ร่วมขับเคลื่อนเป้าหมายด้านความยั่งยืนไปกับบริษัทฯ โดยเริ่มใช้งานแพลตฟอร์มจัดเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของคู่ค้าของเครือเจริญโภคภัณฑ์อีกด้วย



ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน
Circular Economy

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยึดมั่นในการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน พร้อมขับเคลื่อนความร่วมมือกับกลุ่มพันธมิตรตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ทุกกลุ่มธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นการดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยให้ความสำคัญตั้งแต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิตที่สามารถใช้ทรัพยากรให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด ลดของเสีย การนำกลับมาใช้ใหม่ และ/หรือ การแปรรูปให้เกิดประโยชน์สูงสุดตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ภายใต้แนวทางนี้ เครือฯ ให้ความสำคัญในการส่งเสริม และสนับสนุนความร่วมมือ พนักงานทั้งภายในกลุ่มธุรกิจเครือฯ และกลุ่มพันธมิตรที่มีความรู้และความชำนาญ เพื่อพัฒนา ปรับปรุง และต่อยอดการดำเนินงานตามกรอบเศรษฐกิจหมุนเวียน

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

94.44%

บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ใช้ซ้ำ หรือย่อยสลายได้

87.90%

สัดส่วนการนำของเสียกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ

เป้าหมายและความคืบหน้า

เป้าหมาย	ความคืบหน้า
100% ลดปริมาณของเสียที่ถูกนำไปฝังกลบให้เป็นศูนย์	2568 39.73% / 2567 13.54% (0% – 50% – 100% เป้าหมาย 2573)

เป้าหมาย	ความคืบหน้า
100% บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ทั้งหมดสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ใช้ซ้ำ หรือย่อยสลายได้	2568 94.44% / 2567 93.61% (0% – 50% – 100% เป้าหมาย 2573)

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

8.4 11.6 12.2 12.5 12.3 12.a 12.4

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- Delivering on Our SDG Commitments 2025
- Sustainability Performance Supplement 2025

กลยุทธ์การดำเนินงานตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด พร้อมเพิ่มคุณค่าของทรัพยากรตลอดวงจรชีวิต ผ่านแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน ซึ่งเครือฯ ได้บูรณาการแนวคิดการจัดการตลอดวงจรชีวิตเข้ากับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ครอบคลุมตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบ การผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ การบริหารจัดการของเสีย ตลอดจนการพัฒนานวัตกรรมเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เครือฯ ได้กำหนดเป้าหมาย ตัวชี้วัด และกลไกการกำกับดูแลที่ชัดเจน เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าและผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า ควบคู่กับการสนับสนุนการลงทุนในเทคโนโลยีและระบบติดตามประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับมาตรฐานสากลด้านความยั่งยืน ลดความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

ในขณะเดียวกัน เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักว่าการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมจำเป็นต้องอาศัยการปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่า พร้อมสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการวิจัยและพัฒนา การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และการพัฒนานวัตกรรมที่สอดคล้องกับหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน นอกจากนี้ เครือฯ ยังให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความพร้อมด้านการบริหารจัดการและการติดตามความเปลี่ยนแปลงของกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด รวมถึงการเตรียมความพร้อมต่อแนวโน้มการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยความรับผิดชอบส่วนเพิ่มของผู้ผลิต (Extended Producer Responsibility: EPR) ในหลายประเทศ เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ โปร่งใส และสอดคล้องกับความคาดหวังด้านความยั่งยืนของตลาดโลก



เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy)

ส่งเสริม และสนับสนุนการให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า เพื่อก่อเกิดประสิทธิผลสูงสุด

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technologies)

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบ IoT (Internet of Things) และระบบ Automation เป็นต้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

การใช้วัสดุทางเลือกทดแทนพลาสติก พลังงานสะอาด และการใช้ทุนทางธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า (Alternative Solutions for Plastics, Energy & Natural Capital Utilization)

การให้ความสำคัญกับการใช้วัสดุทางเลือกทดแทน พลังงานสะอาด การอนุรักษ์ และปกป้องทรัพยากรธรรมชาติ

การเพิ่มประสิทธิภาพ และยืดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ (Product Life Optimization and Extension)

มุ่งเน้นงานวิจัยและพัฒนา และเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อนำวัสดุและ/หรือผลิตภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่ รวมถึงการยืดขยายอายุของผลิตภัณฑ์โดยรวม

การลดของเสียให้น้อยที่สุด และการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Waste Minimization and Resource Maximization)

มุ่งเน้นการลดปริมาณของเสียที่แหล่งกำเนิด การนำกลับมาใช้ใหม่และใช้ซ้ำ รวมถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

ข้อมูลการจัดการของเสียและขยะอาหาร ปี 2568

ข้อมูลการจัดการของเสีย

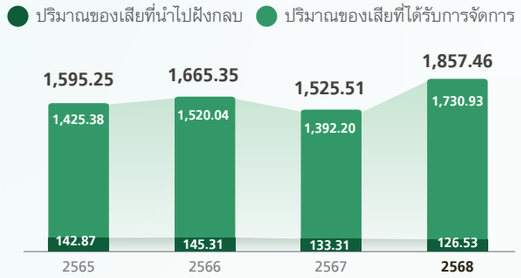


ปริมาณของเสียทั้งหมด
1,857
พันตัน

87.90%
การนำของเสียกลับไปใช้ประโยชน์

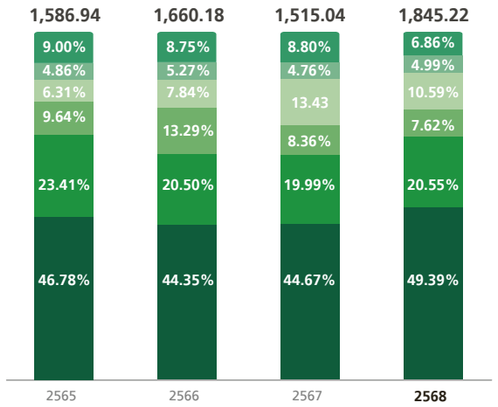
6.81%
นำไปกำจัดด้วยวิธีฝังกลบทั้งหมด

ปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นทั้งหมด
(พันตัน)

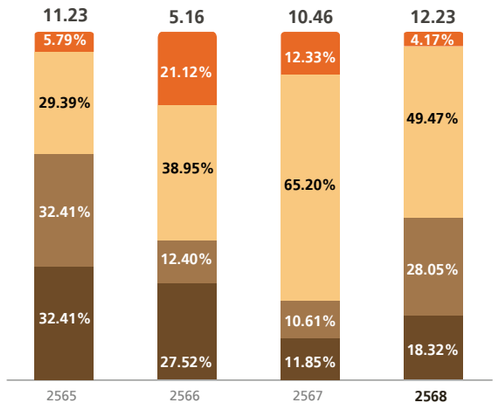


ปริมาณของเสียทั้งหมดแยกตามวิธีการกำจัด

ขยะของเสียไม่อันตราย
(พันตัน)



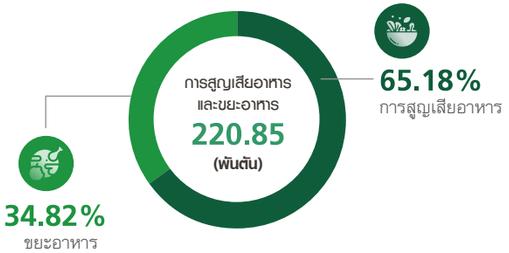
ขยะของเสียอันตราย
(พันตัน)



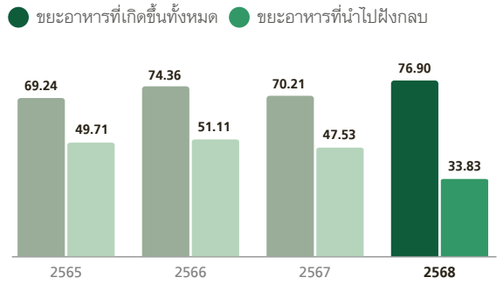
ทำปุ๋ย นำกลับมาใช้ใหม่ นำกลับมาใช้ซ้ำ
นำไปเป็นอาหารสัตว์ เผาแบบได้/ไม่ได้พลังงาน ฝังกลบ
นำกลับมาใช้ใหม่ นำกลับมาใช้ซ้ำ
เผาแบบได้/ไม่ได้พลังงาน ฝังกลบ

การบริหารจัดการขยะอาหาร ปี 2568

ปริมาณการสูญเสียอาหารและขยะอาหารทั้งหมด

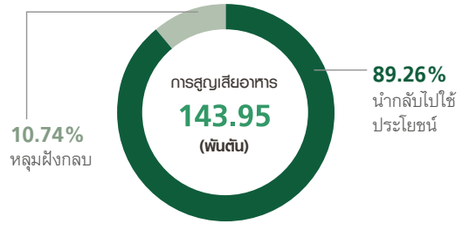


แนวโน้มปริมาณขยะอาหารที่เกิดขึ้นเทียบกับขยะอาหารที่ถูกนำไปฝังกลบ



ปริมาณการสูญเสียอาหารทั้งหมด

แยกตามวิธีกำจัด

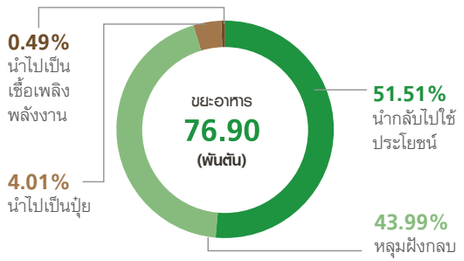


แยกตามประเภท

81.51% ธัญพืช
8.85% พร้อมรับประทาน
7.38% เบเกอรี่
1.25% ผักและผลไม้
1.01% เนื้อสัตว์

ปริมาณขยะอาหารทั้งหมด

แยกตามวิธีกำจัด



แยกตามประเภท

37.84% ผักและผลไม้
18.42% พร้อมรับประทาน
16.99% เบเกอรี่
11.82% เนื้อสัตว์และอาหารทะเล
6.33% ผลิตภัณฑ์จากนม
4.07% อาหารสำเร็จรูป
3.21% อื่น ๆ
1.31% เครื่องดื่ม

แนวทางการจัดการของเสียสู่หลุมฝังกลบเป็นศูนย์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการของเสียสู่หลุมฝังกลบให้เป็นศูนย์ (Zero Waste to Landfill) โดยมุ่งยกระดับการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ควบคู่กับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม ภายใต้กรอบนโยบายดังกล่าว เครือฯ ส่งเสริมการวิจัย พัฒนา และต่อยอดแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มจากของเสีย เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการของเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่ต้นทาง ไปจนถึงปลายทาง

ในการขับเคลื่อนนโยบายดังกล่าว เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการบูรณาการความร่วมมือทั้งภายในองค์กรและกับพันธมิตรภายนอกที่มีองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญไม่ว่าจะเป็นภาคเอกชนและสถาบันการศึกษา เพื่อร่วมพัฒนาแนวทางและมาตรการด้านการบริหารจัดการของเสียที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละธุรกิจ

โดยในปี 2568 กลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เดินหน้ายกระดับการบริหารจัดการของเสียอย่างต่อเนื่อง ผ่านการแสวงหาแนวทางใหม่ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และการพัฒนานวัตกรรมที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร และลดของเสียจากการดำเนินงาน

แนวทางสำคัญที่เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้น คือการนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ให้มากที่สุด ผ่านการคัดแยกตั้งแต่ต้นทาง ควบคู่กับการวิเคราะห์คุณสมบัติของวัสดุหรือของเสียที่เกิดขึ้น เพื่อนำกลับมาใช้ประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การใช้ซ้ำ การรีไซเคิล และการแปรรูปเป็นวัตถุดิบหรือพลังงานทางเลือก แนวทางดังกล่าวช่วยลดปริมาณของเสียที่ต้องนำไปฝังกลบ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และสร้างคุณค่าจากของเสียให้กลับคืนสู่ระบบเศรษฐกิจได้อย่างเหมาะสม

โครงการเพิ่มมูลค่ารำข้าว (By Product) จากกระบวนการสีข้าว เพื่อผลิตเป็นรำอัดเม็ด





ข้าวหอมมะลิอัดเม็ดส่งขายได้
จำนวน **834** ตัน
คิดเป็นมูลค่า **1.2** ล้านบาท

บจก. ข้าว ซี.พี. (โรงสีข้าว บุรีรัมย์) และ บจก. เพอเฟคคอมปาเนี่ยน ได้ผนึกกำลังและประสานความร่วมมือระหว่างกลุ่มธุรกิจเครือฯ ในการเพิ่มมูลค่ารำข้าวหอมมะลิ ที่เป็นผลผลิตพลอยได้จากกระบวนการสีข้าว ด้วยการนำไปเข้ากระบวนการอัดขึ้นรูปผ่านความร้อน และอัดเม็ดจากโรงสีข้าว และจำหน่ายให้กับโรงงานผลิตอาหารสัตว์เลี้ยง เพื่อนำกลับไปใช้ในการผลิต ซึ่งสามารถลดขั้นตอนของทางโรงงานผลิตอาหารสัตว์เลี้ยง

การสร้างคุณค่า
- Manufacturing Capital
- Natural Capital

โครงการเก็บกลับถ้วยและถาดพลาสติกที่ผ่านการใช้งานแล้ว



โรงเรียนเจียรวนนท์อุทิศ **9** แห่ง
โรงเรียนในสังกัด กทม. **11** แห่ง
จำนวน **600** ใบ ใช้งานที่โรงงานผลิตเบเกอรี่ CPRAM

ในปี 2568 บมจ. ซีพีพีซี ร่วมมือกับโรงเรียนเจียรวนนท์อุทิศ และกลุ่มโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร รวมถึงพันธมิตรอื่น ๆ ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ในการเก็บกลับ รวบรวม ถ้วยและถาดพลาสติกที่ผ่านการใช้งานแล้ว นำกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล เพื่อนำไปผลิตเป็นลัง และพาเลทพลาสติก ซึ่งช่วยลดปริมาณขยะพลาสติก และลดการใช้วัตถุดิบใหม่ ตามกรอบแนวคิด Closed-Loop System

การสร้างคุณค่า
- Manufacturing Capital
- Relationship Capital
- Natural Capital

โครงการตลาดนัดรีไซเคิล (Recycle Market) ให้ลูกค้านำขยะรีไซเคิลแต่ละประเภทมาขาย จากกลุ่มธุรกิจค้าส่งค้าปลีก

บมจ. ซีพี แอ็กซ์ตร้า เดินหน้าสร้างความยั่งยืน ผ่านแคมเปญ “AXTRA Green Together” ภายใต้แนวคิด “พลังเล็ก ๆ เพื่อโลกที่ยั่งยืน” ผ่านการคัดแยกขยะ เปิดตัวกิจกรรม “Weekend Recycle Market ตลาดนัดรีไซเคิล รักษ์โลก สร้างรายได้” ซึ่งจะมีการตั้งจุดรับซื้อขยะรีไซเคิล เช่น ขวดน้ำพลาสติก กล่องและลังกระดาษ ขวดแก้ว และกระป๋องอลูมิเนียม เป็นต้น เพื่อให้ประชาชนสามารถนำมาชั่งน้ำหนักและขายได้ทันที ตลาดดังกล่าวให้บริการทุกวันเสาร์-อาทิตย์ตลอดเดือนพฤศจิกายนถึงธันวาคม 2568 ที่แม็คโครและโลตัส



จำนวนแม็คโครและโลตัสที่เข้าร่วมโครงการ
10 สาขาในกรุงเทพฯ

การสร้างคุณค่า
- Relationship Capital
- Natural Capital

การบริหารจัดการของเสียและขยะอาหาร

การจัดการของเสียและขยะอาหารเป็นหนึ่งในประเด็นที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญ เนื่องจากเครือฯ มีการดำเนินธุรกิจครอบคลุมตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิตและแปรรูป การขนส่ง ไปจนถึงการส่งมอบสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภค ในหลากหลายกลุ่มธุรกิจ เครือฯ ตระหนักว่าการบริหารจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพไม่เพียงแต่มีส่วนช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หากยังเป็นปัจจัยหลักในการยกระดับประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร สร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรที่มีอยู่ และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการลดปริมาณของเสียและขยะอาหารตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่อให้ทรัพยากรถูกนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ควบคู่กับการลดปริมาณของเสียที่ต้องนำไปกำจัดหรือฝังกลบ ทั้งนี้ กลุ่มธุรกิจในเครือฯ ได้ดำเนินมาตรการที่หลากหลายและเหมาะสมกับบริบทของแต่ละธุรกิจ อาทิ การลดการสูญเสียในกระบวนการผลิต การนำวัสดุหรือของเหลือใช้กลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ การแปรรูปของเสียเป็นพลังงานหรือวัตถุดิบทดแทน ตลอดจนการบริหารจัดการขยะอาหารจากธุรกิจค้าปลีกและบริการอาหารอย่างเป็นระบบ

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังส่งเสริมความร่วมมือกับคู่ค้า พนักงาน และชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านการลดขยะอาหาร ส่งเสริมการส่งต่ออาหารที่ยังมีคุณภาพ และสามารถบริโภคได้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ช่วยยกระดับประสิทธิภาพการจัดการของเสีย

โครงการบริจาคอาหารส่วนเกินเพื่อเป็นอาหารสัตว์ป่า

บมจ. ซีพี แอ็กซ์ตร้า ร่วมลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เพื่อสานต่อโครงการส่งมอบอาหารส่วนเกินที่ยังมีคุณภาพจากแม็คโครและโลตัสให้แก่สัตว์ป่าภายใต้การดูแลของกรมอุทยานฯ ทั่วประเทศกว่า 20,000 ตัว ครอบคลุมทั้งสัตว์พ่อแม่พันธุ์ สัตว์บาดเจ็บที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟู และสัตว์ป่าของกลางจากการลักลอบค้าผิดกฎหมายที่ไม่สามารถปล่อยคืนสู่ธรรมชาติได้

ความร่วมมือดังกล่าวสะท้อนความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการบริหารจัดการอาหารส่วนเกินอย่างเกิดประโยชน์สูงสุด ควบคู่กับการร่วมสร้างความมั่นคงทางอาหาร และยกระดับสวัสดิภาพสัตว์ป่า โดยบริษัทฯ ได้ส่งมอบอาหารส่วนเกินที่ยังบริโภคได้ให้แก่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า และสวนสัตว์ในสังกัดกรมอุทยานฯ แนวทางดังกล่าวไม่เพียงช่วยลดปัญหาอาหารสูญเปล่าและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายด้านอาหารของกรมอุทยานฯ และร่วมสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของไทยอย่างยั่งยืน



ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่าและสวนสัตว์ในสังกัดกรมอุทยานฯ
27 แห่งทั่วประเทศ

การสร้างคุณค่า
- Relationship Capital
- Natural Capital

โครงการ “ลดทิ้ง สร้างค่า AXTRA Zero Waste” ภายใต้แนวคิดขยะเป็นศูนย์ ประโยชน์เป็นแสน From Waste to Wealth

บมจ. ซีพี แอ็กซ์ตร้า ได้สนับสนุนอาหารส่วนเกินเพื่อให้เกษตรกรใช้สำหรับเลี้ยงแมลงโปรตีน Black Soldier Fly หรือ BSF โดยร่วมมือกับสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และหน่วยงานภาครัฐ ในการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมลงโปรตีน BSF ให้แก่เกษตรกรทั่วประเทศ ซึ่งเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการลดปริมาณขยะสู่หลุมฝังกลบเป็นศูนย์ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียน โครงการนี้ได้รับผลตอบรับที่ดีจากเกษตรกรผู้เข้าร่วมโครงการ ทั้งในด้านการลดต้นทุนค่าอาหารสัตว์ และคุณภาพผลผลิตที่ดีขึ้น



สนับสนุนเกษตรกร
มากกว่า **300** ราย

สร้างมูลค่าเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนและเกษตรกร
มากกว่า **76** ล้านบาท

การสร้างคุณค่า
- Relationship Capital
- Natural Capital

> “โครงการ ‘ลดทิ้ง สร้างค่า AXTRA Zero Waste’ ไม่ใช่เพียงแนวคิด แต่เป็นการลงมือทำจริงในทุกสาขาของแม็คโครและโลตัส เรามุ่งสร้าง Zero Waste Store ทั่วประเทศ พร้อมขยายแนวทางนี้สู่ชุมชนรอบข้าง ผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรทุกภาคส่วน เพื่อร่วมขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การเป็นสังคมไร้ขยะที่เติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน”
>
> **คุณศิริพร เตชสิงห์**
> ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร
> บมจ. ซีพี แอ็กซ์ตร้า



กลยุทธ์การดำเนินงานบรรจุภัณฑ์พลาสติกยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนา ตลอดจนการยกระดับการใช้บรรจุภัณฑ์ยั่งยืน เพื่อร่วมลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างเป็นรูปธรรม โดยกำหนดเป้าหมายให้บรรจุภัณฑ์ร้อยละ 100 สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ รีไซเคิล หรือย่อยสลายได้ภายในปี 2573 ควบคู่กับการเพิ่มสัดส่วนการใช้วัสดุรีไซเคิลหลังการบริโภค (Post-Consumer Recycled: PCR) และการลดการใช้พลาสติกบริสุทธิ์อย่างต่อเนื่อง

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินมาตรการสำคัญอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจค้าปลีกและอาหาร ซึ่งมุ่งลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว พัฒนาบรรจุภัณฑ์ทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสนับสนุนระบบการเก็บคืนและการรีไซเคิลตลอดห่วงโซ่อุปทาน ควบคู่กับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีน้ำหนักเบาลง ใช้วัสดุน้อยลง และใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น แนวทางดังกล่าวยังสอดคล้องกับเป้าหมายด้านสภาพภูมิอากาศของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่มุ่งสู่เป้าหมายการเป็นกลางทางคาร์บอน ภายในปี 2573 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593 โดยสะท้อนบทบาทของบรรจุภัณฑ์ยั่งยืนในฐานะหนึ่งในกลไกสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และขับเคลื่อนการเติบโตควบคู่กับความยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

CP AXTRA Green Together





บมจ. ซีพี แอ็กซ์ตร้า เดินหน้าตอกย้ำความมุ่งมั่นด้านความยั่งยืน ผ่านการคัดแยกขยะอย่างถูกวิธี ภายใต้แคมเปญ “AXTRA Green Together” ตั้งเป้าเก็บขวดพลาสติก ให้ได้กว่า 2,200,000 ขวด ภายในปี 2568 ผ่านกิจกรรมหลัก “เก็บกลับ รับคืน” ซึ่งครอบคลุม 3 แนวทางสำคัญ

21 เครื่อง
เครื่องรับคืนบรรจุภัณฑ์อัตโนมัติ (Reverse Vending Machine: RVM) สำหรับรับคืนขวดพลาสติกใส (PET) ในสาขาแม็คโครและโลตัส

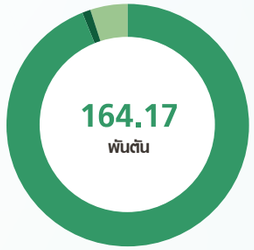
138 จุด
จุดรับขวดพลาสติก (Drop Point) ในสาขาแม็คโครและโลตัสทั่วประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ประชาชนร่วมคัดแยก

11 สาขา
ตลาดนัดรีไซเคิล “รักษ์โลก สร้างรายได้” เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน และสร้างมูลค่าเพิ่มให้วัสดุรีไซเคิล ซึ่งจัดขึ้นทุกวันเสาร์-อาทิตย์ ที่แม็คโครและโลตัส

การสร้างคุณค่า
- Relationship Capital
- Natural Capital

ข้อมูลการจัดการบรรจุภัณฑ์พลาสติก

ปริมาณบรรจุภัณฑ์พลาสติก ปี 2568

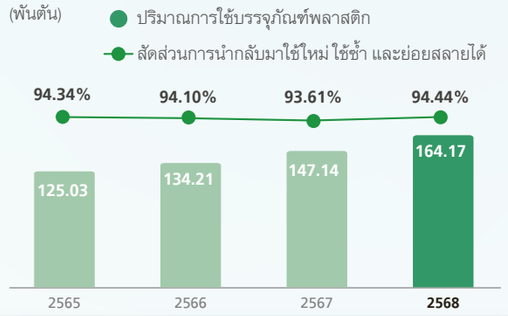


94.44% น่ากลับมาใช้ใหม่ใช้ซ้ำ

0.10% ย่อยสลายได้

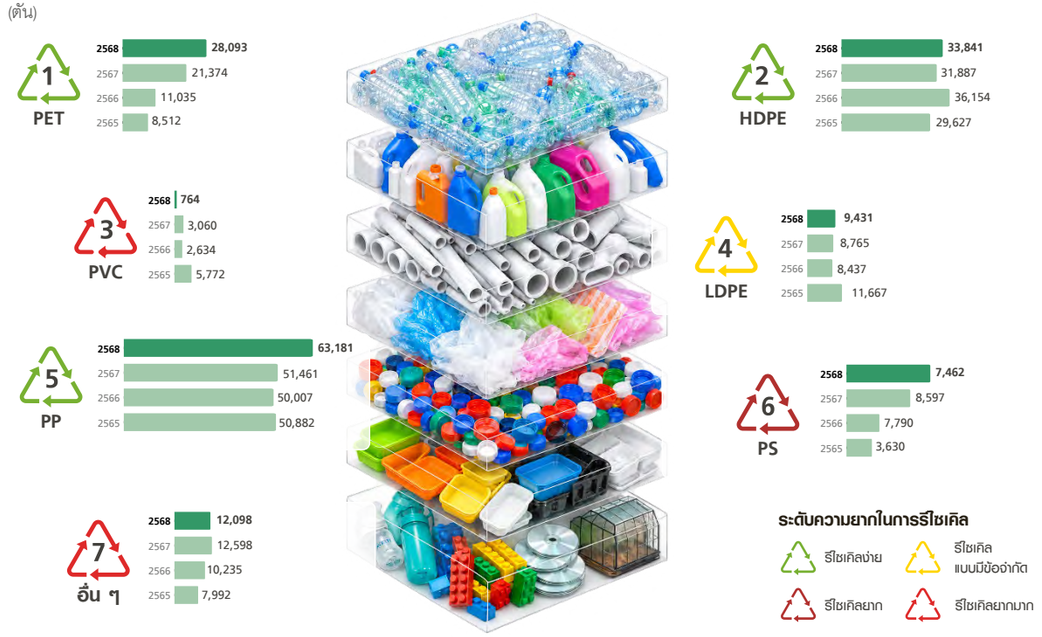
5.46% อื่น ๆ

แนวโน้มการใช้บรรจุภัณฑ์ยั่งยืนของเครือฯ



ประเภทและปริมาณพลาสติกที่ใช้ในแต่ละชนิดของเครือฯ

(ตัน)



การใช้วัสดุรีไซเคิลสำหรับบรรจุภัณฑ์พลาสติกและที่ไม่ใช่พลาสติก





การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ

Water Stewardship

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการน้ำอย่างรับผิดชอบ รวมถึงมุ่งขับเคลื่อนความร่วมมือกับชุมชน เพื่ออนุรักษ์ต้นน้ำและแบ่งปันประโยชน์อย่างยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์บริหารจัดการทรัพยากรน้ำด้วยความรับผิดชอบ และมุ่งเน้นความมั่นคงด้านน้ำตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยยึดหลักการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม เครือฯ กำหนดกลยุทธ์เชิงรุกผ่านการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำในพื้นที่ที่ขาดแคลน โดยใช้เครื่องมือระดับโลกในการวิเคราะห์ และจัดลำดับความสำคัญของพื้นที่ดำเนินงาน ระบบการบริหารจัดการของเครือฯ ครอบคลุมตั้งแต่การยกระดับประสิทธิภาพการใช้น้ำในกระบวนการผลิต การเพิ่มสัดส่วนการนำน้ำกลับมาใช้ซ้ำและหมุนเวียน ไปจนถึงการบำบัดน้ำทิ้งที่ได้มาตรฐานสากล เครือฯ ยังสร้างความร่วมมือกับชุมชนและพันธมิตรในระดับลุ่มน้ำ เพื่ออนุรักษ์ฟื้นฟูป่าต้นน้ำและแหล่งน้ำสาธารณะ กระบวนการนี้ถูกกำกับดูแลผ่านนโยบายและเป้าหมายที่วัดผลได้ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจของเครือฯ จะเติบโตไปพร้อมกับการรักษาสมดุลของระบบนิเวศทางน้ำ

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

113.61
ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท
ปริมาณน้ำที่นำมาใช้ต่อหน่วยรายได้

42%
สัดส่วนการลดปริมาณการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ เมื่อเทียบกับปีฐาน 2563

21%
สัดส่วนน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ

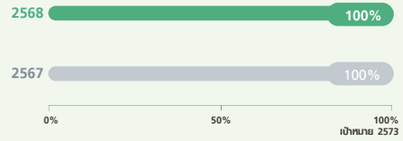
ระดับ A-
ได้รับการประเมินจาก CDP Water Security

เป้าหมายและความคืบหน้า

เป้าหมาย

20%
ลดปริมาณการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ เทียบกับปีฐาน 2563

ความคืบหน้า



การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

6.1 6.5 6.3 6.6 6.4 6.b

14.1

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- Delivering on Our SDG Commitments 2025
- Sustainability Performance Supplement 2025

ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืน

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ความผันผวนของสภาพภูมิอากาศได้ทวีความรุนแรงมากขึ้น ทั้งปัญหาภัยแล้ง และอุทกภัยฉับพลัน ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อเสถียรภาพด้านปริมาณและคุณภาพของวัตถุดิบต้นน้ำ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีความเครียดด้านน้ำสูง สถานการณ์ดังกล่าวไม่เพียงแต่กดดันให้เครือเจริญโภคภัณฑ์ต้องเปิดเผยข้อมูลผลกระทบทางการเงินจากความเสี่ยงด้านน้ำให้ชัดเจนขึ้นตามมาตรฐานสากล แต่ยังนำไปสู่ความท้าทายในการจัดสรรทรัพยากรน้ำร่วมกับภาคชุมชนและอุตสาหกรรมอื่น นอกจากนี้ กฎระเบียบโลกที่เข้มงวดขึ้นเกี่ยวกับการจัดการน้ำทิ้ง และการปนเปื้อนตลอดห่วงโซ่อุปทานยังเป็นตัวเร่งให้เครือฯ ต้องยกระดับมาตรฐานการตรวจสอบย้อนกลับและความโปร่งใสในการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าเกษตรกรอย่างเร่งด่วน อย่างไรก็ตาม วิกฤตการณ์นี้ถือเป็นโอกาสให้เครือฯ ได้ขึ้นมาเป็นหนึ่งในผู้นำผ่านการขับเคลื่อนการบริหารจัดการน้ำแบบบูรณาการ โดยนำเทคโนโลยีและระบบหมุนเวียนน้ำอัจฉริยะมาใช้ในกระบวนการผลิต ซึ่งนอกจากจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการต้นทุนแล้ว ยังเป็นการเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอีกด้วย

แนวทางการบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า

	ความมุ่งมั่น	การดำเนินงาน
 องค์กรและคู่ค้า	เพื่อดำเนินธุรกิจให้เกิดการบริหารจัดการน้ำให้ได้ประโยชน์สูงสุดตลอดห่วงโซ่คุณค่า ลดความเสี่ยงทางธุรกิจจากการขาดแคลนน้ำ	• ประเมินความเสี่ยงด้านน้ำให้กับกลุ่มธุรกิจและคู่ค้าหลัก • ประยุกต์แนวคิดการจัดการน้ำแบบหมุนเวียนตามหลักการ 5Rs • ควบคุมคุณภาพน้ำทิ้งให้อยู่ในเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด • ส่งเสริมเทคโนโลยี เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำให้กับคู่ค้า • จัดอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ
 ชุมชน	เพื่อให้พนักงานทุกคนและชุมชนรอบพื้นที่ปฏิบัติงานสามารถเข้าถึงน้ำดื่ม มีแหล่งน้ำที่สะอาด ปลอดภัย ถูกสุขลักษณะ และการจัดการสุขาภิบาลที่ดี (Water, Sanitation, and Hygiene: WASH) ตามหลักการสิทธิมนุษยชน	• ร่วมงานกับทุกภาคส่วนในการเข้าถึงแหล่งน้ำของชุมชน • สร้างระบบพื้นฐานในการกักเก็บน้ำไว้ใช้ • ปรับปรุงคุณภาพสุขาภิบาลสำหรับชุมชนให้ถูกสุขลักษณะและเพียงพอกับความต้องการ
 ลุ่มน้ำ	เพื่อปกป้องและฟื้นฟูลุ่มน้ำที่อยู่ในพื้นที่ความเสี่ยงด้านน้ำสูง	• ประเมินความเสี่ยงลุ่มน้ำที่เครือฯ เข้าไปดำเนินธุรกิจ • ร่วมมือกับหน่วยงานทุกภาคส่วนในการรักษาฟื้นฟูพื้นที่ป่าต้นน้ำที่อยู่ในพื้นที่ความเสี่ยงด้านน้ำสูง • จัดกิจกรรมเสริมสร้างจิตสำนึกให้พนักงานในการอนุรักษ์ฟื้นฟูลุ่มน้ำ

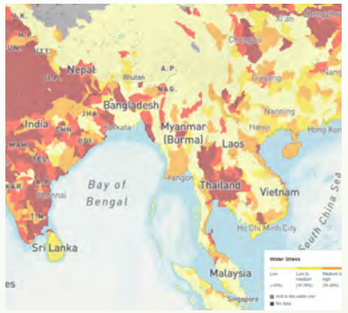
> “CPF เราเชื่อมั่นว่า ‘น้ำ’ คือหัวใจสำคัญของการทำฟาร์มกุ้งอย่างยั่งยืน เราจึงมุ่งมั่นยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำผ่านระบบหมุนเวียนน้ำแบบปิดและเทคโนโลยีอัจฉริยะ เพื่อลดการพึ่งพิงแหล่งน้ำธรรมชาติและบรรลุเป้าหมายการปล่อยน้ำทิ้งเป็นศูนย์ (Zero Water Discharge) การดำเนินงานของเราไม่เพียงแต่มุ่งเน้นที่ประสิทธิภาพการผลิต แต่ยังคำนึงถึงการรักษาความสมดุลของระบบนิเวศและการอยู่ร่วมกับชุมชนอย่างเกื้อกูล เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์กุ้งที่มีคุณภาพ และรับผิดชอบต่อโลกอย่างแท้จริง”
>
> **คุณธาดา รุ่งพิบูลโสภิษฐ์**
> ผู้จัดการฟาร์มอาวุโส ฟาร์มเลี้ยงกุ้งร้อยเพชร เฟส 1
> บมจ. เจริญโภคภัณฑ์อาหาร



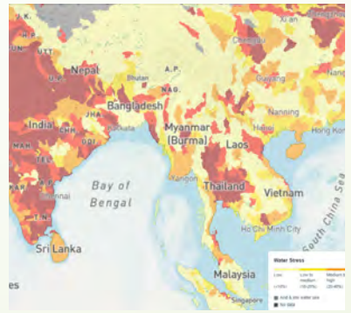
การวิเคราะห์ฉากทัศน์ความเสี่ยงด้านน้ำ

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการจัดทำการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำ (Water Risk Assessment) ให้กับทุกหน่วยงานในทุกกลุ่มธุรกิจ โดยพิจารณาจากปัจจัยความเสี่ยงด้านปริมาณการนำน้ำมาใช้ของแต่ละหน่วยงาน และระดับความเครียดน้ำ (Baseline Water Stress) ครอบคลุมทั้งด้านเชิงปริมาณ (Quantity) และเชิงคุณภาพ (Quality) โดยนำผลการประเมินมาจัดลำดับความเสี่ยงด้านน้ำออกเป็น 3 ลำดับ เพื่อวางแผนบริหารจัดการด้านน้ำต่อไป และเพื่อให้สามารถวางแผนการบริหารจัดการความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ที่สามารถรองรับความผันผวนของทรัพยากรน้ำได้ในทุกระดับความรุนแรง และรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความยั่งยืนขององค์กร ในปีนี้ เครือฯ ได้จัดทำการวิเคราะห์ฉากทัศน์ความเสี่ยงด้านความเครียดน้ำ (Water Stress) ด้วยเครื่องมือมาตรฐานสากลอย่าง WRI Aqueduct 4.0 ครอบคลุม 3 ช่วงเวลา คือ ปี 2573 2593 และ 2623 เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และอ้างอิงจาก 3 ฉากทัศน์ที่สะท้อนถึงทิศทางความเป็นไปได้ของโลก เมื่อเทียบกับปีฐานปัจจุบัน

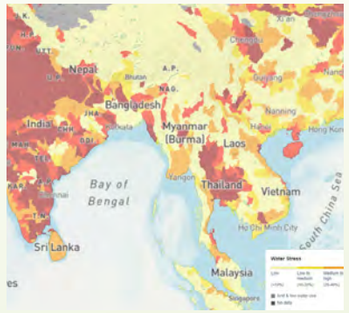
Optimistic Scenario



Business-as-Usual Scenario



Pessimistic Scenario



ฉากทัศน์	อุณหภูมิที่เพิ่มขึ้น (ปี 2643)	ทิศทางเชิงสถานการณ์	การเปลี่ยนแปลงสัดส่วนพื้นที่เสี่ยงด้านความเครียดน้ำ		
			ปี 2573	ปี 2593	ปี 2623
Optimistic (SSP1 RCP2.6)	1.3°C - 2.4°C	ฉากทัศน์เชิงบวกที่มุ่งเน้นความยั่งยืนและการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำอย่างก้าวกระโดด	0%	-1%	0%
Business as usual (SSP3 RCP7.0)	2.8°C - 4.6°C	ฉากทัศน์การดำเนินธุรกิจตามปกติที่ยังคงมีความท้าทายด้านการจัดการและนวัตกรรมด้านสิ่งแวดล้อม	0%	+1%	0%
Pessimistic (SSP5 RCP8.5)	3.3°C - 5.7°C	ฉากทัศน์เชิงลบที่ยังพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิลเป็นหลัก ขาดความใส่ใจสิ่งแวดล้อม ปล่อยคาร์บอนสูง	-5%	+1%	+1%

จากการวิเคราะห์พบว่า ในอนาคตภายใต้ฉากทัศน์ที่เลวร้ายที่สุด (Pessimistic Scenario) ความเสี่ยงด้านความเครียดน้ำมีแนวโน้มพุ่งสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในระยะยาวตั้งแต่ปี 2593 ถึงแม้ว่าในระยะสั้นปี 2573 สัดส่วนพื้นที่เสี่ยงด้านความเครียดน้ำจะลดลงชั่วคราวถึงร้อยละ 5 เนื่องจากการคาดการณ์ปริมาณน้ำฝนที่เพิ่มขึ้น อันเกิดมาจากการแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศของโลก แต่สถานการณ์จะกลับเข้าสู่ภาวะวิกฤตอีกครั้งและคงระดับความรุนแรงไว้ในระดับสูง เครือฯ จึงจำเป็นต้องเร่งมาตรการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำและลงทุนในเทคโนโลยีหมุนเวียนน้ำ เพื่อลดการพึ่งพาแหล่งน้ำทางธรรมชาติให้ได้มากที่สุด

ข้อมูลด้านทรัพยากรน้ำปี 2568

ปริมาณน้ำที่นำมาใช้
378 ล้านลูกบาศก์เมตร

66% น้ำจืด TDS ≤ 1,000 mg/L
34% น้ำอื่น ๆ TDS > 1,000 mg/L

ปริมาณน้ำใช้
236 ล้านลูกบาศก์เมตร

66% น้ำจืด TDS ≤ 1,000 mg/L
34% น้ำอื่น ๆ TDS > 1,000 mg/L

ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ
79 ล้านลูกบาศก์เมตร
คิดเป็นร้อยละ **21**

TDS (Total Dissolved Solids) = ปริมาณของแข็ง สารอนินทรีย์และสารอินทรีย์ทั้งหมดที่ละลายอยู่ในน้ำ

ปริมาณน้ำที่ปล่อยสู่ภายนอก
142 ล้านลูกบาศก์เมตร

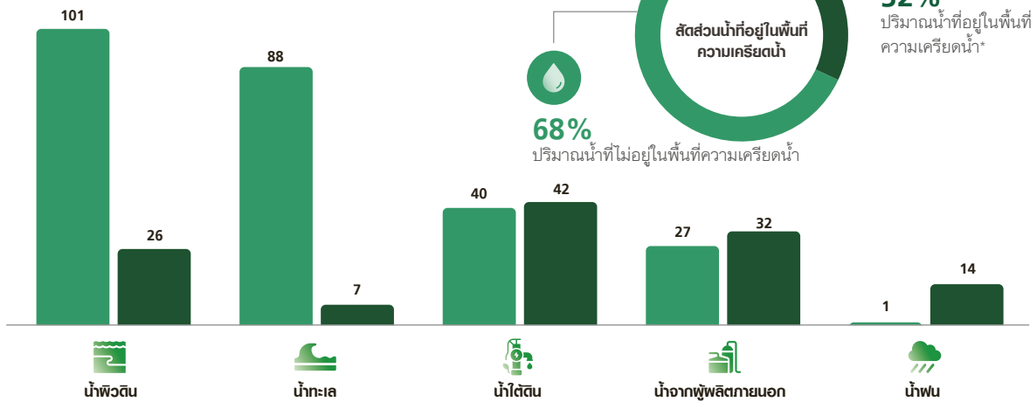
66% น้ำจืด TDS ≤ 1,000 mg/L
34% น้ำอื่น ๆ TDS > 1,000 mg/L

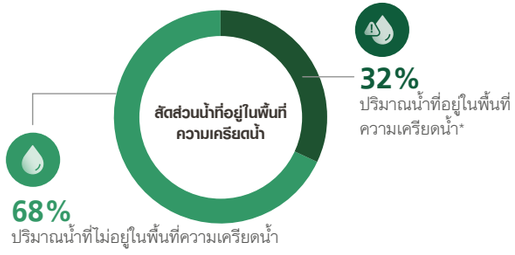
คุณภาพน้ำทิ้ง
BOD **17.90** มิลลิกรัม/ลิตร
COD **58.38** มิลลิกรัม/ลิตร

* BOD และ COD ของเครือฯ เป็นค่าเฉลี่ยของทุกหน่วยธุรกิจทั่วโลก ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานการควบคุมระบายน้ำทิ้งของแต่ละประเทศ

TDS (Total Dissolved Solids) = ปริมาณของแข็ง สารอนินทรีย์และสารอินทรีย์ทั้งหมดที่ละลายอยู่ในน้ำ

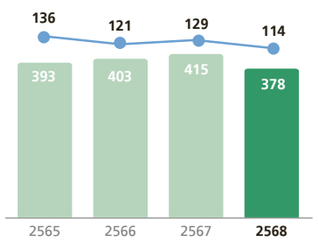
ปริมาณน้ำที่นำมาใช้แบ่งตามแหล่งน้ำ
(ล้านลูกบาศก์เมตร)



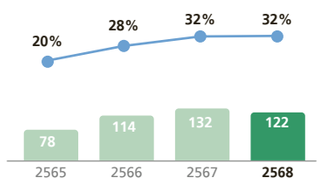


* หน่วยงานที่อยู่ในพื้นที่ความเครียดน้ำระดับสูงและสูงมากตาม Aqueduct Water Risk Atlas

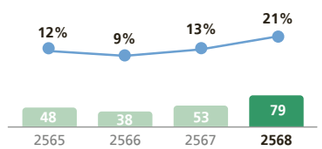
ปริมาณน้ำที่นำมาใช้
ปริมาณน้ำที่นำมาใช้ (ล้านลูกบาศก์เมตร)
ปริมาณน้ำที่นำมาใช้/หน่วยรายได้ (ล้านลูกบาศก์เมตร/ล้านบาท)



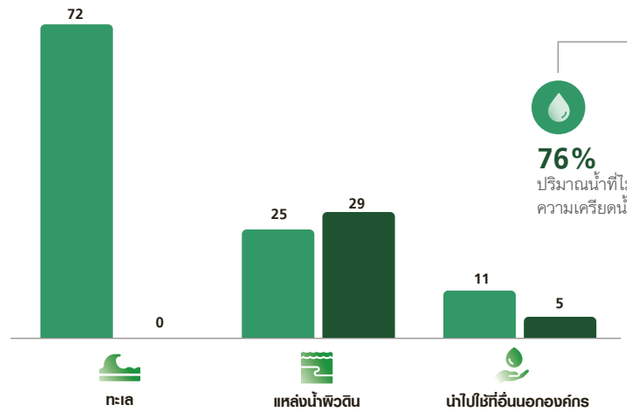
ปริมาณน้ำที่นำมาใช้ที่อยู่ในพื้นที่ความเครียดน้ำ
(ล้านลูกบาศก์เมตร)



ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ
(ล้านลูกบาศก์เมตร)



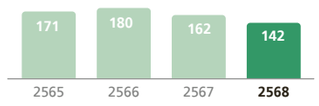
ปริมาณน้ำที่ปล่อยสู่ภายนอกแบ่งตามแหล่งน้ำ
(ล้านลูกบาศก์เมตร)



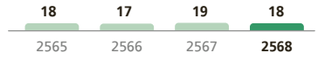


* หน่วยงานที่อยู่ในพื้นที่ความเครียดน้ำระดับสูงและสูงมากตาม Aqueduct Water Risk Atlas

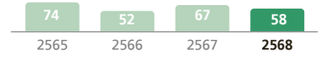
ปริมาณน้ำที่ปล่อยสู่ภายนอก
(ล้านลูกบาศก์เมตร)



คุณภาพน้ำทิ้ง – BOD (Biological Oxygen Demand)
(มิลลิกรัม/ลิตร)

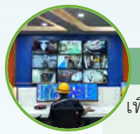


คุณภาพน้ำทิ้ง – COD (Chemical Oxygen Demand)
(มิลลิกรัม/ลิตร)



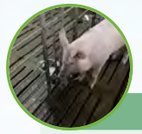
การบริหารจัดการน้ำแบบหมุนเวียนภายในองค์กร

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้นการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืนผ่านกลยุทธ์ 5Rs คือ ลดการใช้ (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) การรีไซเคิล (Recycle) การฟื้นฟู (Restore) และกู้คืนทรัพยากรน้ำ (Recover) ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางโครงการ CEO Water Mandate ภายใต้ UN Global Compact โดยมีการบูรณาการไปสู่การปฏิบัติในทุกกลุ่มธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน ครอบคลุมตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ อันประกอบด้วยธุรกิจการผลิตอาหารสัตว์ การปศุสัตว์และการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ เกษตรกรรม กระบวนการผลิตและแปรรูปอาหาร ธุรกิจค้าปลีก การบริหารจัดการศูนย์กระจายและจำหน่ายสินค้า ตลอดจนธุรกิจที่ดำเนินงานภายในอาคารและสำนักงาน เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรน้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุดและสร้างความมั่นคงทางน้ำในระยะยาว



เทคโนโลยี IoT ผลิตอาหารสัตว์

เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการน้ำด้วยระบบ IoT ที่ติดตามและควบคุมแบบอัตโนมัติ ลดการสูญเสียน้ำส่วนเกินและลดปริมาณน้ำเสียที่เกิดขึ้น



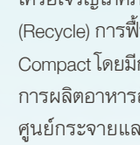
ปรับปรุงระบบการจ่ายน้ำดื่มให้กับสุกร

ปรับปรุงอุปกรณ์การจ่ายน้ำดื่มให้เป็นแบบถ้วย ติดตั้งมาตรวัดระดับน้ำและท่อน้ำ เพื่อควบคุมระดับน้ำในถ้วยแบบอัตโนมัติ ลดปริมาณการใช้น้ำดื่มต่อสุกร 1 ตัวถึงร้อยละ 47



นำน้ำเสียมาผลิต Biogas

ติดตั้งระบบก๊าซชีวภาพในฟาร์มสุกรและไก่ เพื่อเปลี่ยนน้ำเสียให้เป็นพลังงานหมุนเวียน และกากตะกอนสามารถนำไปใช้เป็นปุ๋ยอินทรีย์ได้



เทคโนโลยีกรองน้ำแบบ Reverse Osmosis

ปรับคุณภาพน้ำได้ตามเกณฑ์มาตรฐานน้ำประปาเพื่อหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ในโรงงานผลิต

ระบบลมเย็น (Air Chill)

ทดแทนระบบการใช้น้ำเย็น (Water Chill) เพื่อลดอุณหภูมิเนื้อไก่ในโรงงานแปรรูปเนื้อไก่ ทำให้ลดการใช้น้ำลงร้อยละ 15



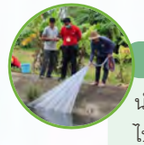
การบำบัดน้ำเสียแล้วนำกลับมาใช้ใหม่

นำน้ำที่ผ่านกระบวนการบำบัดน้ำเสียในโรงงานผลิตที่ได้คุณภาพตามมาตรฐาน กลับมาใช้ประโยชน์อีก



ระบบรดน้ำแบบ Center Pivot

ติดตั้งเทคโนโลยีการรดน้ำแบบ Center Pivot ในแปลงการเกษตรขนาดใหญ่ เช่น ฟาร์มข้าวโพด เป็นต้น สามารถกระจายน้ำได้สม่ำเสมอทั่วพื้นที่ ควบคุมปริมาณการใช้น้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ธนาคารน้ำใต้ดิน

นำน้ำที่ผ่านการบำบัดมากักเก็บไว้ใช้ยามจำเป็น และผันน้ำส่วนเกินไปยังพื้นที่ที่จัดสรรลงสู่พื้นดิน ลดผลกระทบจากสภาวะขาดแคลนน้ำ



โครงการรักษ์น้ำ รักอนาคต

ติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า เพื่อนำน้ำทิ้งกลับมาใช้ใหม่สำหรับรดน้ำต้นไม้และทำความสะอาดในพื้นที่บริเวณอาคาร ลดการใช้น้ำประปา 1 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อปี



ส่งเสริมการใช้อุปกรณ์ประหยัดน้ำ

ปรับปรุงสุขภัณฑ์ อ่างล้างมือ และชักโครกในศูนย์จำหน่ายสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการใช้น้ำ



ปรับเปลี่ยนระบบการใช้น้ำในอาคาร

ขยายการติดตั้งระบบปรับอากาศในอาคารกลุ่มธุรกิจโทรคมนาคมให้เป็นแบบ VRV (Variable Refrigerant Volume) และเปิดระบบปรับอากาศแบบ Water Cool ตามผู้ใช้งานจริงในสำนักงาน รวมถึงติดตั้งอุปกรณ์เซ็นเซอร์เปิดและปิดน้ำอัตโนมัติ



เทคโนโลยี Biofloc และ Ultrafiltration

ใช้จุลินทรีย์ที่ดีช่วยย่อยสลายของเสียในบ่อกุ้ง ลดการเปลี่ยนถ่ายน้ำระหว่างการเลี้ยง รวมถึงใช้เทคโนโลยีการกรองน้ำแบบความละเอียดสูง (Ultrafiltration) ทำให้ลดการนำน้ำมาใช้ร้อยละ 75

สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่
การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ

CPF Smart Feed Mill เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ผลิตอาหารสัตว์



ลดปริมาณการนำน้ำมาใช้ในโรงงานผลิตอาหารสัตว์
ร้อยละ 15

บมจ. เจริญโภคภัณฑ์อาหาร ยกระดับมาตรฐานกระบวนการผลิตอาหารสัตว์สู่รูปแบบ Smart Feed Mill โดยการบูรณาการเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) Automation และระบบ IoT Monitoring Systems เพื่อติดตามและควบคุมคุณภาพการผลิต โดยเฉพาะการติดตามการใช้น้ำในกระบวนการผลิตแบบ Real-time ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงจากการใช้ทรัพยากรน้ำเกินความจำเป็นและลดการเกิดน้ำเสียได้อย่างแม่นยำ นอกจากนี้ ยังมีการติดตั้งเทคโนโลยี Smart Pellet Mill เพื่อควบคุมการผสมไอน้ำในอาหารสัตว์ให้เหมาะสมที่สุด พร้อมระบบ Intelligent Boilers ที่ช่วยปรับค่าการควบคุมแรงดันไอน้ำได้อย่างแม่นยำ ลดการใช้น้ำดิบและพลังงานความร้อนในกระบวนการผลิตอาหารสัตว์

การสร้างคุณค่า

Manufacturing Capital Natural Capital

การบริหารจัดการน้ำเสียก่อนปล่อยสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยึดมั่นในการบริหารจัดการน้ำเสียก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะตามมาตรฐานสากล ซึ่งเป็นการแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อป้องกันไม่ให้มีมลพิษที่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและสุขอนามัยของชุมชน ทั้งนี้ เครือฯ ได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในการตรวจสอบและเฝ้าระวังคุณภาพน้ำอย่างแม่นยำ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าน้ำที่ผ่านการบำบัดจะมีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานก่อนปล่อยคืนสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ นอกจากนี้ เครือฯ ยังมุ่งเน้นการเปลี่ยนน้ำเสียให้เป็นทรัพยากรที่หมุนเวียนได้ผ่านกระบวนการบำบัดที่มีประสิทธิภาพ เพื่อนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ในกระบวนการผลิตหรือใช้ประโยชน์ด้านอื่น ๆ นอกจากนี้ เพื่อมุ่งสู่การปล่อยน้ำเสียเป็นศูนย์ (Water Zero Discharge) เครือฯ จึงมีการกำหนดกรอบการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการน้ำเสีย ทั้งหมด 4 แนวทาง คือ 1. กำหนดมาตรฐานคุณภาพน้ำเสีย 2. จัดการและกำจัดน้ำเสีย 3. ตรวจสอบและวัดคุณภาพของน้ำเสีย 4. รายงานและติดตามผลคุณภาพน้ำเสีย

สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ



COD/BOD Online Monitoring ในธุรกิจอาหารสำเร็จรูป

บมจ. เจริญโภคภัณฑ์อาหาร โรงงานอาหารสำเร็จรูป ติดตั้งระบบตรวจจับคุณภาพน้ำทิ้งแบบ Real-time ซึ่งมีการตรวจสอบดัชนีที่สำคัญ เช่น ค่าความต้องการออกซิเจนทางเคมี (COD) ค่าชีวภาพในการบำบัดน้ำ (BOD) ค่าความเป็นกรดเป็นด่าง (pH) โดยระบบดังกล่าวสามารถแจ้งเตือนผู้ดูแลระบบให้ดำเนินการแก้ไขกรณีที่คุณภาพน้ำมีความผิดปกติ และส่งสัญญาณคุณภาพน้ำไปยังหน่วยงานภาครัฐให้ทราบอีกทางหนึ่ง ซึ่งจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับชุมชนและภาครัฐในการติดตามคุณภาพน้ำของโรงงานก่อนปล่อยสู่ภายนอก

การบริหารจัดการน้ำร่วมกับคู่ค้า

เครือเจริญโภคภัณฑ์ขับเคลื่อนการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำผ่านกรอบการดำเนินงาน 4 แนวทาง โดยเริ่มต้นจากการจัดทำการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำให้กับคู่ค้าตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อร่วมกันวางแผนบริหารจัดการน้ำเชิงรุกให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในแต่ละพื้นที่ เข้าร่วมประเมินและตรวจสอบระบบบริหารจัดการน้ำของคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งเครือฯ ยังได้มุ่งเน้นการเข้าไปส่งเสริมด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อยกระดับขีดความสามารถและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการน้ำของคู่ค้าให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างความมั่นคงในกระบวนการผลิตไปพร้อมกัน การบูรณาการเครื่องมือที่ทันสมัยเหล่านี้ถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนคู่ค้าสู่มาตรฐานการจัดการน้ำระดับสากล

ประเมินความเสี่ยงด้านน้ำ	ระบบการบริหารจัดการด้านน้ำ	ตรวจประเมินคู่ค้าด้านการจัดการน้ำ	ส่งเสริมกิจกรรมการอนุรักษ์น้ำ
จัดทำการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำให้กับคู่ค้า เพื่อจัดกลุ่มตามระดับความเครียดน้ำ (Water Stress)	ร่วมมือกับคู่ค้าในการจัดทำแผนการบริหารจัดการด้านน้ำ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุด	ประเมินและตรวจสอบระบบบริหารจัดการน้ำของคู่ค้า รวมถึงการบำบัดน้ำเสียและคุณภาพน้ำทิ้งที่ได้มาตรฐาน	ส่งเสริมกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อรณรงค์เรื่องการใช้น้ำอย่างประหยัด ตระหนักถึงความสำคัญในการอนุรักษ์น้ำ

สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

การดำเนินงานด้านการบริหารจัดการน้ำของคู่ค้า

ส่งเสริมวิธีการปลูกข้าวแบบนาเปียกสลับแห้งให้กับเกษตรกร



ร้อยละ 20-30
ลดปริมาณการใช้น้ำเมื่อเทียบกับการทำนาแบบขังน้ำตลอด

บจก. ข้าว ซี.พี. ได้จัดการอบรมหลักสูตรการตรวจติดตามการจัดการน้ำในนาข้าวตามวิธีการนาเปียกสลับแห้ง (Alternate Wetting and Drying: AWD) ซึ่งเป็นเทคนิคการจัดการน้ำในการทำนาข้าวรูปแบบใหม่ที่ไม่ได้ขังน้ำไว้ในนาตลอดเวลา แต่จะปล่อยให้ดินแห้งสลับกับเปียกเป็นช่วง ๆ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต นอกจากนี้ ยังช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งทางด้านลดการใช้ทรัพยากรน้ำ และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการสะสมของก๊าซมีเทน

การสร้างคุณค่า

Manufacturing Capital
Natural Capital

การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำของชุมชน และการฟื้นฟูลุ่มน้ำเพื่อความสมบูรณ์ของระบบนิเวศ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานทุกคนและชุมชนรอบพื้นที่ปฏิบัติงานสามารถเข้าถึงน้ำดื่มและสุขาภิบาลที่สะอาดตามหลักการสิทธิมนุษยชน โดยสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งน้ำสะอาดที่มีโครงสร้างพื้นฐานและระบบการจัดการน้ำที่มีประสิทธิภาพ เพื่อยกระดับสุขอนามัยและคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน (Water, Sanitation, and Hygiene: WASH) ควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญด้านการฟื้นฟูลุ่มน้ำที่เป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำ โดยเครือฯ ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำ และพบว่ามี 14 ลุ่มน้ำหลักใน 6 ประเทศที่เข้าไปดำเนินธุรกิจอยู่ในพื้นที่ความเสี่ยงด้านน้ำสูง ซึ่งเป็นแหล่งต้นกำเนิดน้ำที่หล่อเลี้ยงทั้งภาคเกษตรกรรม และการอุปโภคบริโภค เครือฯ จึงมุ่งสร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้ชุมชนได้รับประโยชน์สูงสุดและมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ซีพี-เมจิ ส่งมอบโรงผลิตน้ำดื่มสะอาดเพื่อชุมชน



มากกว่า 3,000 ครัวเรือน
เข้าถึงน้ำดื่มสะอาดอย่างเท่าเทียมและเพียงพอ

โครงการ “ซีพี-เมจิ เติมน้ำเติมชีวิต” ส่งมอบโรงผลิตน้ำดื่มเพื่อชุมชน สำหรับผลิตน้ำดื่มมาตรฐาน สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือ อย. โดยนำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้ในกระบวนการผลิตทั้งระบบการกรองที่มีประสิทธิภาพและการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ด้วยรังสียูวีตามมาตรฐานของระบบ Reverse Osmosis ให้แก่นักเรียนบุคลากรโรงเรียนหินกอง (พิบูลอนุสรณ์) จังหวัดสระบุรี รวมถึงประชาชนโดยรอบ ให้มีน้ำสะอาดถูกหลักอนามัยสำหรับการบริโภค เสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

การสร้างคุณค่า
- Relationship Capital
- Natural Capital

โครงการห้องน้ำเพื่อน้อง

บมจ. ซีพี ออลล์ เล็งเห็นความสำคัญของสุขอนามัยที่ดี โดยเฉพาะเด็กนักเรียน ซึ่งเป็นอนาคตของชาติ จึงร่วมมือกับโครงการบุญนิธิแสตมป์เซเว่น โดยนำเงินบริจาคจากแสตมป์ที่ลูกค้าเซเว่น อีเลฟเว่น ทั่วประเทศ ร่วมบริจาค มาปรับปรุงห้องน้ำเก่าให้ได้มาตรฐานสะอาด ปลอดภัย และสร้างห้องน้ำใหม่โดยออกแบบให้เหมาะสมกับการใช้งาน ติดตั้งสุขภัณฑ์ใหม่ พร้อมระบบระบายอากาศ แสงสว่าง และระบบน้ำที่เพียงพอสำหรับโรงเรียนที่ขาดแคลน

การสร้างคุณค่า
- Relationship Capital
- Natural Capital



ส่งมอบห้องน้ำใหม่และปรับปรุงห้องน้ำให้กับนักเรียน 160 แห่งทั่วประเทศ

โครงการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำและสุขาภิบาลที่ดีของชุมชนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ส่งเสริมการจัดสรรทรัพยากรน้ำให้ชุมชนผ่านการดำเนินโครงการ โดยเริ่มต้นจากการฟื้นฟูและอนุรักษ์พื้นที่ต้นน้ำเพื่อสร้างต้นทุนน้ำที่สมบูรณ์และสมดุลสู่ระบบนิเวศ นำไปสู่การขยายผลด้านการเข้าถึงแหล่งน้ำ ผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างระบบประปาและการสร้างแหล่งกักเก็บน้ำเพื่อให้ชุมชนมีน้ำใช้อย่างเพียงพอ ควบคู่ไปกับการยกระดับสุขาภิบาลและน้ำดื่มสะอาด เพื่อสุขอนามัยที่ปลอดภัยและคุณภาพชีวิตที่ดี โดยกระบวนการทั้งหมดเกิดขึ้นจากความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน เพื่อสร้างประโยชน์ที่ยั่งยืนจากต้นน้ำสู่ใจกลางชุมชน

สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่
การบริหารจัดการด้านน้ำของชุมชน

โครงการเข้าถึงแหล่งน้ำสะอาด



ประเทศจีน
- โครงการสร้างบ่อน้ำและสถานีสูบน้ำ หมู่บ้านไป่เตี่ยน มณฑลหูเป่ย
- โครงการติดตั้งระบบน้ำประปาหมู่บ้านฉางชุน มณฑลเสฉวน
- โครงการติดตั้งน้ำประปาหมู่บ้านโอ่วฮวา มณฑลเสฉวน

ประเทศบังกลาเทศ
- โครงการสร้างบ่อน้ำบาดาลให้ชุมชน

ประเทศเวียดนาม
- โครงการติดตั้งท่อน้ำ หมู่บ้าน Ka Nau จ.บิญดิ่ญ
- โครงการสร้างบ้านให้น้ำอยู่ อ.จ่างบ่าง จ.เตนินห์

ประเทศเมียนมา
- โครงการแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรที่ยั่งยืนพื้นที่เขต Bago และ Naypyitaw

ประเทศฟิลิปปินส์
- โครงการแบ่งปันน้ำให้กับชุมชน Barangay Gugo

ประเทศไทย
- โครงการพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรบ้านแม่วาก จ.เชียงใหม่
- โครงการธรรมชาติปลอดภัย อ.แม่แจ่ม จ.เชียงใหม่
- โครงการคืนน้ำใสให้บ้านโสมง จ.ปราจีนบุรี
- โครงการน้ำปุ๋ยมูลสุกรสู่ชุมชน บ้านห้วยน้ำดิบ จ.เชียงใหม่
- โครงการส่งมอบน้ำประปาเพื่อชุมชนพุนพิน จ.สุราษฎร์ธานี
- โครงการสนับสนุนระบบผลิตน้ำ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงเลอตอ

โครงการฟื้นฟูและอนุรักษ์แหล่งต้นน้ำ

ประเทศไทย
- โครงการน้ำพางโมเดล
- โครงการฝายมีชีวิตในพื้นที่ 17 จังหวัดทางภาคเหนือ
- โครงการพื้นที่ความร่วมมือ ตำบลเมืองจัง จ.น่าน
- โครงการซ่อมแซมฝายชะลอน้ำ เขาพระยาเดินธง
- โครงการน้ำคืนชีวิต บ้านสบขุ่น จ.น่าน
- โครงการน้ำคืนชีวิต บ้านยอดดอยวัฒนา จ.น่าน
- โครงการซีพีแรมรวมน้ำใจ ฟื้นฟูน้ำใสสู่ชุมชน
- โครงการธนาคารน้ำใต้ดิน หมู่บ้านเกษตรกรรมกำแพงเพชร
- โครงการร้อย รักษ์ โลก ปลูกเพื่อความยั่งยืน พื้นที่ภาคเหนือ 4 ต้นน้ำ ปิง วัง ยม น่าน
- โครงการซีพีเอฟ ปลูก ปัน ป้อง ป่าชายเลน บริเวณลุ่มน้ำชายฝั่งทะเลตะวันออก

โครงการสุขาภิบาลและสุขอนามัยที่ดี

ประเทศอินเดีย
- โครงการ Water For Life ติดตั้งเครื่องกรองน้ำระบบ RO

ประเทศเมียนมา
- โครงการน้ำดื่มสะอาดในโรงเรียนพื้นที่เขต Aung Za Bu

ประเทศกัมพูชา
- โครงการห้องน้ำสะอาดเพื่อน้อง ๆ จ.กำปงสปือ

ประเทศไทย
- โครงการน้ำดื่มธรรมชาติ บ้านธรรมชาติล่าง จ.ตราด
- โครงการโรงผลิตน้ำดื่มสะอาด ชุมชนพื้นที่สูงดอยม่อนล้าน จ.เชียงใหม่
- โครงการซีพี-เมจิ เติมน้ำเติมชีวิต ส่งมอบโรงผลิตน้ำดื่มเพื่อชุมชน
- โครงการสร้างห้องน้ำ กองทุนซีพีเอฟคืนสุขผู้สูงวัย ต.ดอนกระเบื้อง จ.ราชบุรี
- โครงการห้องสุขลโมสร ห้องน้ำสำหรับแหล่งท่องเที่ยวสาธารณะ
- โครงการห้องน้ำเพื่อน้อง สนับสนุนโดยโครงการบุญนิธิแสตมป์เซเว่น



การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

Ecosystem and Biodiversity Protection

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูความอุดมสมบูรณ์ของป่า และมุ่งปกป้องพร้อมส่งเสริมความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อรักษาความสมดุลของทุกชีวิต

เครือเจริญโภคภัณฑ์บริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติด้วยความตระหนักถึงความสำคัญของบริการทางนิเวศที่เป็นรากฐานของห่วงโซ่อุปทานเกษตรและอาหาร โดยระบบการบริหารจัดการของเครือฯ เริ่มต้นจากการประเมินและระบุตำแหน่งที่ตั้งของสถานประกอบการและพื้นที่ของคู่ค้า เพื่อประเมินระดับความเสี่ยงต่อระบบนิเวศ โดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์เชิงพื้นที่ที่ทันสมัย เพื่อสร้างความมั่นใจว่ากิจกรรมทางธุรกิจจะไม่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่คุ้มครองและถิ่นที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิต นอกจากนี้ เครือฯ ได้นำแนวปฏิบัติการฟื้นฟูและสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อธรรมชาติ (Nature Positive) มาใช้เป็นหัวใจหลักในการขับเคลื่อนโครงการอนุรักษ์ ตั้งแต่การฟื้นฟูป่าต้นน้ำและป่าชายเลน ไปจนถึงการส่งเสริมเกษตรกรรมฟื้นฟู (Regenerative Agriculture) ที่ช่วยคืนคุณค่าให้แก่ดิน และความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่เกี่ยวข้อง

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

13.4 ล้านต้น
จำนวนต้นไม้ที่ปลูกสะสมระหว่างปี 2563-2568

0.33%
สัดส่วนพื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ที่พบการเผาแปลง

2,031 แห่ง
พื้นที่ดำเนินงานของเครือฯ ที่ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้วยโปรแกรม IBAT

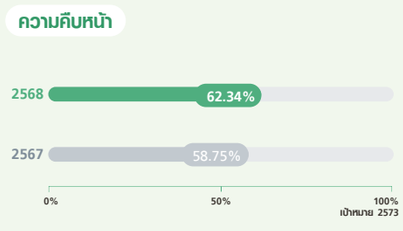
31 โครงการ
จำนวนโครงการการปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพในปี 2568

เป้าหมายและความคืบหน้า

เป้าหมาย

100%
ของทุกกลุ่มธุรกิจดำเนินโครงการร่วมกับพันธมิตรที่เกี่ยวข้องในระดับสากล เพื่อบริหารจัดการและติดตามความหลากหลายทางชีวภาพในการดำเนินธุรกิจ

ความคืบหน้า



การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

2.4 6.6 14.2 14.b 14.4 14.5 15.1 15.5 15.2 15.4

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- Delivering on Our SDG Commitments 2025
- Sustainability Performance Supplement 2025

โครงการ “สัตว์มีค่า ป่ามีคุณ”

โครงการ “สัตว์มีค่า ป่ามีคุณ” เป็นหนึ่งในโครงการด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งดำเนินมาอย่างต่อเนื่องยาวนานกว่า 30 ปี นับตั้งแต่ปี 2538 โดยร่วมกับกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์มีค่า และพันธุ์พืช เพื่อปลูกจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติของไทยผ่านพลังของภาพถ่ายธรรมชาติ โครงการดังกล่าวสะท้อนความมุ่งมั่นของเครือฯ ในการสนับสนุนการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพผ่านการสร้างการมีส่วนร่วมของสังคม และการใช้ศิลปะเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดคุณค่าของธรรมชาติสู่สาธารณะ



ภาพถ่าย สัตว์มีค่า ปี 2538
นกนางนวลแกลบเล็ก



ภาพถ่าย ป่ามีคุณ ปี 2539



ภาพถ่าย ป่ามีคุณ ปี 2540
ทัศนศึกษา



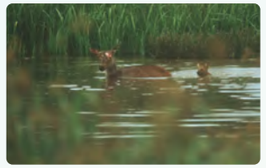
ภาพถ่าย สัตว์มีค่า ปี 2541
ค่างแว่น



ภาพถ่าย ป่ามีคุณ ปี 2542
ป่าใบบอน



ภาพถ่าย สัตว์มีค่า ปี 2543
ปลายปีก



ภาพถ่าย สัตว์มีค่า ปี 2544
การทำงานของหมาใน



ภาพถ่าย ป่ามีคุณ ปี 2545
ป่าหน้าหนาวที่ภูกระดึง



ภาพถ่าย สัตว์มีค่า ปี 2546
กับดัก



ภาพถ่าย สัตว์มีค่า ปี 2547
ศึกแห่งศักดิ์ศรี



ภาพถ่าย สัตว์มีค่า ปี 2548
โก่งคอ



ภาพถ่าย ป่ามีคุณ ปี 2549
แสงทองแห่งแมกไม้



ภาพถ่าย สัตว์มีค่า ปี 2550
สัตว์ป่าหายากภายใต้พระบารมี



ภาพถ่าย ป่ามีคุณ ปี 2551
หินสวย น้ำใส



ภาพถ่าย สัตว์มีค่า ปี 2552
ล้อมกรอบ



ภาพถ่าย สัตว์มีค่า ปี 2553
กระหายน้ำ



ภาพถ่าย สัตว์มีค่า ปี 2554
สองขา



ภาพถ่าย สัตว์มีค่า ปี 2555
เรารักกันนะ



ภาพถ่าย สัตว์มีค่า ปี 2556
แมวลายหินอ่อน



ภาพถ่าย สัตว์มีค่า ปี 2557
ครอบครัวกลางพงไพร



ภาพถ่าย สัตว์มีค่า ปี 2558
เหยี่ยวรุ้งจับงูเขียว



ภาพถ่าย สัตว์มีค่า ปี 2559
อิสระ



ภาพถ่าย ป่ามีคุณ ปี 2560
ความงามของน้ำตกทีลอซู



ภาพถ่าย ป่ามีคุณ ปี 2561
แคนยอนน้ำหนาว



ภาพถ่าย สัตว์มีค่า ปี 2562
คันฉ่อง ส่องเป็นคู่



ภาพถ่าย ป่ามีคุณ ปี 2563
ความงดงามของผืนป่าแดนใต้



ภาพถ่าย สัตว์มีค่า ปี 2564
ชีวิตสัมพันธ์



ภาพถ่าย สัตว์มีค่า ปี 2565
More than Dream



ภาพถ่าย ป่ามีคุณ ปี 2566
Hoar Frost



ภาพถ่าย สัตว์มีค่า ปี 2567
ครอบครัวนกกระเรียนในสายฝน



ภาพถ่าย สัตว์มีค่า ปี 2568
วิ่งนี้เพื่อครอบครัว

การยกระดับการดำเนินงานด้านความหลากหลายทางชีวภาพ



> ความยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้ เมื่อทุกคนมีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์ ให้กับประเทศ สังคม และองค์กรไปพร้อมกัน
>
> **คุณณรงค์ เจียรวนนท์**
> รองประธานอาวุโส
> เครือเจริญโภคภัณฑ์

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โลกกำลังเผชิญกับความท้าทายที่ซับซ้อนมากขึ้น ทั้งจากความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ ความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ และความขัดแย้งระหว่างประเทศ ซึ่งส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพของระบบการค้าและห่วงโซ่อุปทานทั่วโลก ขณะเดียวกัน ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ (Nature-related Risks) เช่น การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ การตัดไม้ทำลายป่า และการเสื่อมโทรมของดิน เป็นต้น ก็ทวีความสำคัญในฐานะปัจจัยที่มีผลต่อความมั่นคงของระบบเศรษฐกิจและภาคธุรกิจในระยะยาว ภายใต้บริบทดังกล่าว ภาคธุรกิจจึงจำเป็นต้องปรับแนวทางการบริหารจัดการรับมือกับความเสี่ยงเชิงสิ่งแวดล้อมไปสู่การพัฒนาระบบการดำเนินงานที่สามารถเสริมสร้างความยืดหยุ่นให้กับองค์กรและห่วงโซ่อุปทาน พร้อมทั้งสามารถรองรับความผันผวนจากปัจจัยภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยหัวใจสำคัญคือการเปลี่ยนผ่านสู่แนวคิด การสร้างผลกระทบเชิงบวกที่ขยายผลได้ในวงกว้าง (Scalable Impact) แนวคิดนี้มุ่งเน้นการพัฒนากลไกการดำเนินงานที่สามารถต่อยอดจากโครงการต้นแบบในระดับพื้นที่ไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในระดับห่วงโซ่อุปทาน อุตสาหกรรม และตลาดโลก ผ่านการบูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับโมเดลทางธุรกิจ เพื่อสร้างมาตรฐานใหม่ในการดำเนินงานที่โปร่งใส พร้อมทั้งอาศัยการสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์กับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน เพื่อเปลี่ยนความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อมให้กลายเป็นโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่มร่วมกันอย่างยั่งยืน



สำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งมีการดำเนินธุรกิจครอบคลุมหลากหลายอุตสาหกรรม และมีห่วงโซ่อุปทานขนาดใหญ่ซับซ้อนและครอบคลุมการดำเนินงานในหลายประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลก การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านธรรมชาติจึงถือเป็นประเด็นเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจในระยะยาว เครือฯ ให้ความสำคัญกับการยกระดับความโปร่งใสของห่วงโซ่อุปทาน และการทำงานร่วมกับคู่ค้า เพื่อสร้างความยืดหยุ่นต่อความเสี่ยงด้านธรรมชาติ พร้อมทั้งขยายผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนให้เกิดผลกระทบเชิงบวกในวงกว้าง ทั้งภายในห่วงโซ่อุปทานของเครือฯ ชุมชน และสังคม พร้อมกับให้ความสำคัญกับการสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณค่าของความหลากหลายทางชีวภาพ ควบคู่กับการเคารพสิทธิของชุมชนท้องถิ่น

พร้อมกันนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินความเสี่ยงด้านระบบนิเวศ ควบคู่กับการส่งเสริมแนวทางที่อิงธรรมชาติ (Nature-based Solutions) อาทิ การเกษตรแบบฟื้นฟู ซึ่งมีส่วนช่วยฟื้นคืนความอุดมสมบูรณ์ของดินและสิ่งแวดล้อม แนวทางดังกล่าวครอบคลุมตั้งแต่การบริหารจัดการที่ดิน การคุ้มครองสิทธิในการเข้าถึงทรัพยากร การส่งเสริมองค์ความรู้ ไปจนถึงการสนับสนุนการบริโภคที่เป็นมิตรต่อโลก อันสะท้อนความมุ่งมั่นของเครือฯ ในการดำเนินธุรกิจที่ไม่เพียงลดผลกระทบต่อธรรมชาติ แต่ยังมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และเพิ่มพูนความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อส่งต่อคุณค่าให้แก่คนรุ่นต่อไปอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์การขับเคลื่อนสู่ผลกระทบเชิงบวกที่ยั่งยืน (Nature Positive Strategy)

หยุดการตัดไม้ทำลายป่า	การส่งเสริมความตระหนักด้านความหลากหลายทางชีวภาพ	การส่งเสริมความร่วมมือ	การอนุรักษ์ และฟื้นฟูระบบนิเวศ	การเคารพสิทธิในการจัดการและประโยชน์จากทรัพยากรชีวภาพ
การจัดการที่ดินอย่างยั่งยืน	ส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน	ความร่วมมือกับคู่ค้าในห่วงอุปทาน	การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ	การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ
การปราศจากการตัดไม้ทำลายป่าทั้งห่วงโซ่อุปทาน	การส่งเสริมการเรียนรู้ด้านความหลากหลายทางชีวภาพ	ความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียภายนอก	การเกษตรกรรมแบบฟื้นฟู	เคารพสิทธิการเข้าถึงทรัพยากรธรรมชาติ
			Nature-based Solution	

การประเมินความเสี่ยงต่อความหลากหลายทางชีวภาพ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติ จึงได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านธรรมชาติในเชิงพื้นที่อย่างเข้มงวด โดยครอบคลุมพื้นที่การดำเนินงานของเครือฯ ทั้งหมด 2,031 แห่ง ใน 8 สายธุรกิจหลัก โดยใช้แนวทาง LEAP Approach ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของกรอบ Taskforce on Nature-related Financial Disclosures (TNFD) เพื่อให้เห็นภาพรวมของความเสี่ยงและโอกาสอย่างเป็นระบบ ซึ่ง LEAP Approach ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

1	Locate	ระบุพิกัดตำแหน่งการดำเนินงานที่มีเกี่ยวข้องกับทรัพยากรธรรมชาติ
2	Evaluate	ประเมินการพึ่งพา (Dependencies) และผลกระทบ (Impacts)
3	Assess	วิเคราะห์ความเสี่ยง และโอกาสที่เกี่ยวข้อง
4	Prepare	เตรียมความพร้อมในการตอบสนอง และรายงานผล

การระบุพิกัดตำแหน่งการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ เครือเจริญโภคภัณฑ์ใช้โปรแกรม Integrated Biodiversity Assessment Tool (IBAT) เป็นเครื่องมือวิเคราะห์ความหลากหลายทางชีวภาพที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล โดยกำหนดรัศมีการศึกษาที่ 5 กิโลเมตร รอบพื้นที่ดำเนินงาน เพื่อตรวจวัดดัชนีชี้วัดความอุดมสมบูรณ์และระบุบริเวณที่มีคุณค่าด้านความหลากหลายทางชีวภาพสูง (Key Biodiversity Areas) เพื่อให้การประเมินครอบคลุมและแม่นยำที่สุด โดยใช้เกณฑ์บ่งชี้สำคัญ ดังนี้

พื้นที่คุ้มครองตามกฎหมายและอนุสัญญาระหว่างประเทศ

ตรวจสอบพื้นที่ที่ทับซ้อนหรือใกล้เคียงกับเขตอนุรักษ์ พื้นที่มรดกโลก หรือพื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความสำคัญระหว่างประเทศ (Ramsar Sites)

พื้นที่ที่มีความสำคัญต่อระบบนิเวศในท้องถิ่น

ประเมินพื้นที่ที่เป็นแหล่งอาศัยสำคัญหรือทางผ่านของการอพยพของสัตว์มีค่า รวมถึงพื้นที่ที่ทำหน้าที่เป็นปราการทางธรรมชาติให้กับชุมชน

พื้นที่พบสิ่งมีชีวิตที่มีสถานะความเสี่ยงของชนิดพันธุ์ (IUCN Red List)

ตรวจสอบการคงอยู่ของสิ่งมีชีวิตที่อยู่ในสถานะใกล้สูญพันธุ์อย่างยิ่ง (Critically Endangered) หรือใกล้สูญพันธุ์ (Endangered)

ประเภทของระบบนิเวศ (Biomes) ที่พบบริเวณพื้นที่ปฏิบัติงานของเครือฯ



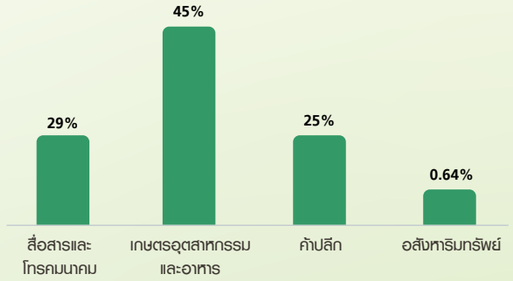
ผลการระบุพิกัดตำแหน่งการดำเนินงานที่มีพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางชีวภาพในรัศมี 5 กิโลเมตร โดยใช้โปรแกรม IBAT



16%
ของพื้นที่ดำเนินงานที่ใกล้กับพื้นที่คุ้มครองสิ่งแวดล้อมในรัศมี 5 กม.



26%
ของพื้นที่ดำเนินงานพบพื้นที่ที่มีความสำคัญระดับนานาชาติในแง่การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ ในรัศมี 5 กม.



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

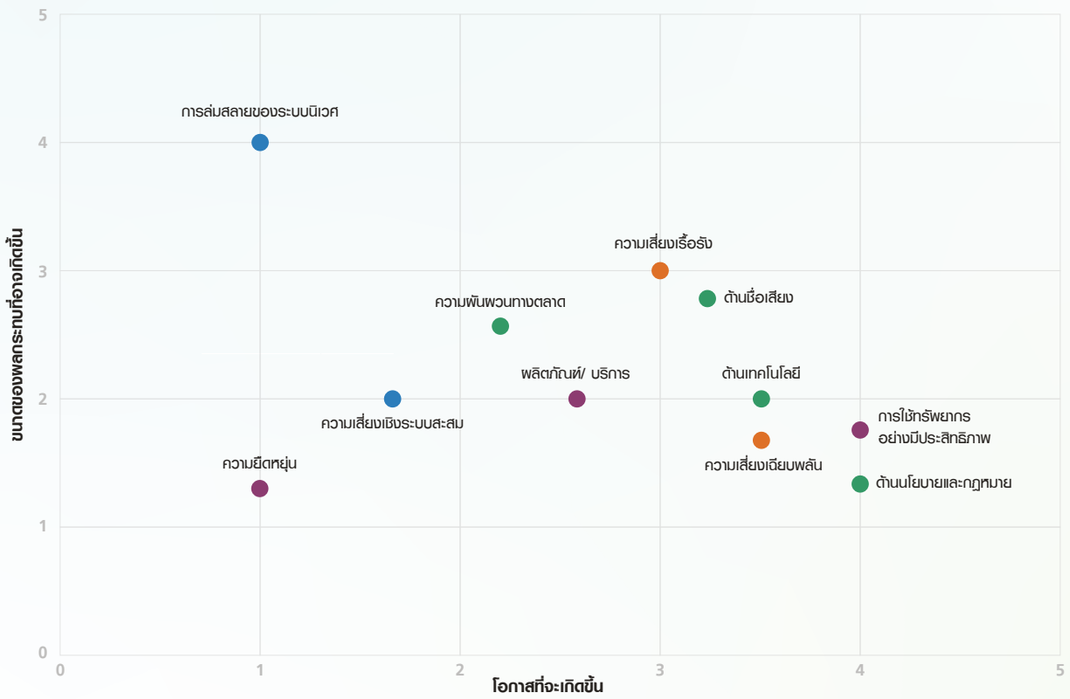
47.19%
จำแนกจากการพบสัตว์ที่ใกล้สูญพันธุ์ (CR) และพื้นที่สำคัญสำหรับนกอพยพ

12.98%
จำแนกจากการพบชนิดพันธุ์ที่ถูกคุกคาม (Threatened Species)

7.54%
จำแนกจากการพบชนิดพันธุ์ที่ถูกคุกคาม และชนิดพันธุ์ที่สำคัญอื่น ๆ ที่ไม่อยู่ใน IUCN Red List

ความเสี่ยงด้านธรรมชาติ โอกาสและความท้าทายทางธุรกิจ

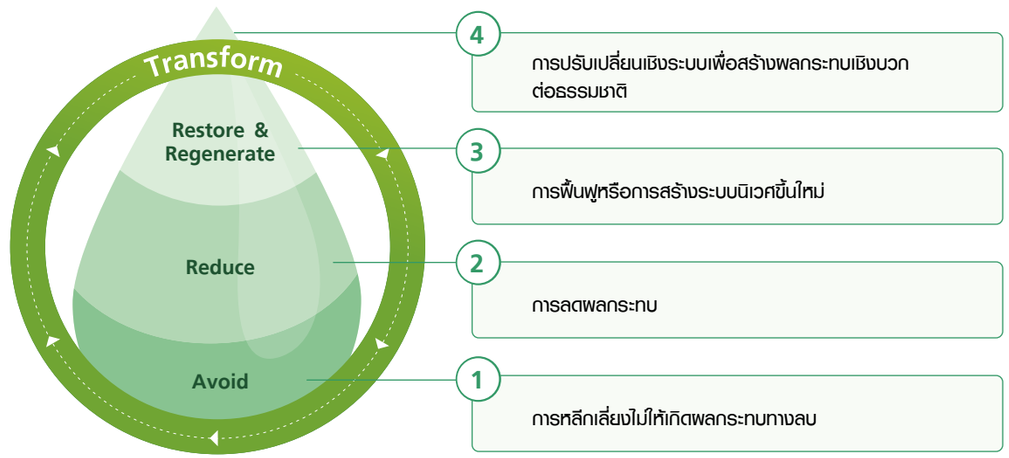
เครือเจริญโภคภัณฑ์นำแนวทางการประเมินความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับธรรมชาติ (Dependencies) และผลกระทบต่อธรรมชาติ (Impacts) มาใช้ในการวิเคราะห์กิจกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อระบุประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย ผลการประเมินดังกล่าวถูกนำมาวิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญผ่านตารางประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment Matrix) ซึ่งพิจารณาจาก 2 มิติหลัก ได้แก่ โอกาสที่จะเกิดขึ้น (Likelihood) และขนาดของผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น (Magnitude of Impact) โดยกำหนดเกณฑ์การประเมินไว้ 5 ระดับในแต่ละมิติ เพื่อช่วยให้เครือฯ สามารถระบุประเด็นที่ควรได้รับการบริหารจัดการเป็นลำดับแรก ทั้งในด้านความเสี่ยงเชิงเปลี่ยนผ่าน ความเสี่ยงทางกายภาพ ความเสี่ยงเชิงระบบ และโอกาสที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพ รวมถึงใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดกลยุทธ์ เป้าหมาย และแผนการดำเนินงานด้านความหลากหลายทางชีวภาพในระยะยาว



ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน	ความเสี่ยงทางกายภาพ	ความเสี่ยงเชิงระบบ	โอกาส
• ด้านนโยบายและกฎหมาย • ด้านเทคโนโลยี • ความพันผวนทางตลาด • ด้านชื่อเสียง	• เฉียบพลัน • เรื้อรัง	• การล่มสลายของระบบนิเวศ • ความเสี่ยงเชิงระบบสะสม	• การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ • ผลิตภัณฑ์/ บริการ • ความยืดหยุ่น

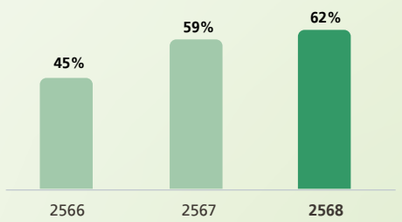
กลยุทธ์และแนวทางการจัดการผลกระทบด้านธรรมชาติ

การกำหนดกรอบการบริหารจัดการความเสี่ยงและผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพจากการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์อย่างเป็นระบบ โดยยึดหลักการบรรเทาผลกระทบตามลำดับขั้น (Mitigation Hierarchy) ภายใต้กรอบ AR3T Framework พัฒนาโดย Science Based Targets Network (SBTN) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดมาตรการบริหารจัดการที่เหมาะสม อันจะช่วยลดความเสี่ยงและผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพตลอดห่วงโซ่คุณค่า พร้อมสนับสนุนการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับแนวทางการอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติในระยะยาว

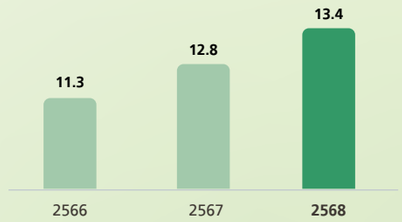


การติดตามการดำเนินงานด้านความหลากหลายทางชีวภาพ

จำนวนกลุ่มธุรกิจดำเนินโครงการร่วมกับพันธมิตรที่ดำเนินโครงการด้านการบริหารจัดการ และติดตามความหลากหลายทางชีวภาพ



ความคืบหน้าการปลูกต้นไม้ให้ได้ 20 ล้านต้น
(ล้านต้น)



การอนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ

โครงการสร้างบ้านให้ปลา สร้างอาชีพให้คน



ปล่อยปลากะพงขาว
711 ตัว

การสร้างคุณค่า
- Relationship Capital
- Natural Capital

บมจ. ซีพี ออลล์ ร่วมกับกลุ่มประมงพื้นบ้านตาหนึก อำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด เดินหน้าโครงการ “สร้างบ้านให้ปลา สร้างอาชีพให้คน” ณ ชุมชนบ้านตาหนึก จังหวัดตราด เพื่อทำชั้ง (บ้านปลา) จากเชือกป่านศรนารายณ์ ซึ่งเป็นวัสดุธรรมชาติที่ไม่ปล่อยไมโครพลาสติก และไม่ทำลายระบบนิเวศทางทะเล ทำเสมือนปะการังเทียม เพื่อเป็นบ้านที่ปลอดภัยสำหรับสัตว์ทะเล

กิจกรรมครั้งนี้ ได้ร่วมดำเนินการกับกลุ่มประมงพื้นบ้านตาหนึก โรงเรียนคลองใหญ่วิทยาคม โรงเรียนบ้านหนองม่วง โรงเรียนบ้านตาหนึก ศูนย์การศึกษาพิเศษประจำจังหวัดตราด หน่วยบริการคลองใหญ่ สภาเด็กและเยาวชนจังหวัดตราด และภาคีเครือข่าย เพื่อส่งเสริมการสร้างอาชีพแก่คนในพื้นที่ รวมถึงการเพิ่มแหล่งที่อยู่อาศัย ที่หลบภัย เป็นแหล่งวางไข่และอนุบาลสัตว์น้ำ ปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ มุ่งปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ รวมถึงเพื่ออนุรักษ์ท้องทะเลไทย

ซีพีแรมร่วมขับเคลื่อน โครงการ ปูม้ายั่งยืน คู่ทะเลไทย

บจก. ซีพีแรม เดินหน้าภารกิจขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารขององค์กร โครงการ “ปูม้ายั่งยืน คู่ทะเลไทย” ซึ่งดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง เป็นปีที่ 13 โดยผนึกกำลังกับจังหวัดสุราษฎร์ธานี กรมประมง โดยศูนย์วิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง เขต 3 (จังหวัดสุราษฎร์ธานี) บจก. วิยะเครป โปรดักส์ กลุ่มอนุรักษ์พันธุ์ปูม้า (ธนาคารปู) ชาวประมงพื้นบ้าน และชาวบ้านพุมเรียง อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จัดกิจกรรมปล่อยลูกพันธุ์ปูม้าระยะ Young Crab สู่ท้องทะเลไทย ปัจจุบันสะสมกว่า 1.6 ล้านตัว เพื่อสร้างความอุดมสมบูรณ์ ความสมดุลระบบนิเวศทางทะเล รวมถึงเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหาร และเป็นกลไกสำคัญในการเสริมแกร่งห่วงโซ่อุปทานอาหารที่ยั่งยืน

การสร้างคุณค่า
- Relationship Capital
- Natural Capital





จำนวนลูกปูม้าที่ปล่อยออกสู่ธรรมชาติ
1.6 ล้านตัว

นกอยู่รอด คนอยู่ได้ ชุมชนมีสุขอย่างยั่งยืน



3,300 ไร่
พื้นที่นาข้าวอินทรีย์และแหล่งเรียนรู้

การสร้างคุณค่า
- Natural Capital

ความสำเร็จของการคืนถิ่น “นกกระเรียนพันธุ์ไทย” ซึ่งถูกปล่อยคืนสู่ธรรมชาติเป็นครั้งแรกเมื่อเดือนสิงหาคม 2554 บริเวณรอบอ่างเก็บน้ำห้วยจรเข้มาก จังหวัดบุรีรัมย์ ไม่ได้เป็นเพียงหมุดหมายสำคัญของการอนุรักษ์สัตว์ป่าที่ใกล้สูญพันธุ์เท่านั้น แต่ยังเป็นบทพิสูจน์ถึงความสมบูรณ์ของระบบนิเวศที่ถูกฟื้นฟูขึ้นใหม่ด้วยวิถีเกษตรกรรมอย่างยั่งยืน สิ่งที่น่าสนใจและควรทำความเข้าใจคือ นกกระเรียนพันธุ์ไทยทำหน้าที่เป็น “เครื่องตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อม” (Bio-indicator) ที่มีความละเอียดสูงมาก เนื่องจากพวกมันจะสามารถดำรงชีวิตและขยายพันธุ์ได้เฉพาะในพื้นที่ที่มีแหล่งน้ำและอาหารที่ “ปราศจากสารเคมีปนเปื้อน” เท่านั้น การที่ประชากรนกกระเรียนสามารถเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่องในพื้นที่นี้ จึงไม่ใช่เรื่องบังเอิญ แต่เป็นผลลัพธ์โดยตรงจากการตัดสินใจของชุมชนที่ปรับเปลี่ยนวิถีการผลิตไปสู่การทำ “นาอินทรีย์” เพื่อสร้างพื้นที่ปลอดภัยร่วมกัน จากความสำเร็จดังกล่าว ได้มีการขยายผลสู่ความร่วมมือเชิงรุกระหว่าง ทรูปลูกปัญญา ข้าวตราฉัตร และสำนักงานเกษตรจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อส่งเสริมการปลูก “ข้าวคาร์บอนต่ำ” ให้กับเกษตรกรในพื้นที่หากินของนกกระเรียน

การปรับเปลี่ยนนี้ไม่ได้เป็นเพียงการรักษามาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่นกอยู่ได้ แต่ยังเป็นการยกระดับกระบวนการผลิตเพื่อลดผลกระทบต่อชั้นบรรยากาศโลกไปพร้อมกัน ความร่วมมือนี้ยังรวมถึงการจัดทำแผนอบรม มาตรฐานข้าวยั่งยืน ให้กับเกษตรกร เพื่อให้มั่นใจว่าทุกเมล็ดข้าวที่ผลิตออกมานั้นมีคุณภาพสูงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง โดยมีการสนับสนุนด้านตลาดด้วยการรับซื้อผลผลิตเพื่อวางจำหน่ายในช่องทางต่าง ๆ เช่น ห้างโลตัส เพื่อเชื่อมโยงผู้บริโภคให้มีส่วนร่วมในการรักษาลมหายใจของนกกระเรียนและสนับสนุนเกษตรกรที่ดูแลสิ่งแวดล้อม

เรื่องราวจากอ่างเก็บน้ำห้วยจรเข้มากจึงสอนให้เราเห็นว่า “ข้าวอินทรีย์และข้าวคาร์บอนต่ำ” ไม่ได้เป็นเพียงผลิตภัณฑ์ทางเลือกเพื่อสุขภาพเท่านั้น แต่คือเครื่องมือสำคัญที่ใช้จัดการพื้นที่เกษตรกรรมให้กลายเป็นบ้านที่ปลอดภัยของสิ่งมีชีวิต และเป็นรากฐานของการสร้างโลกที่มนุษย์และธรรมชาติสามารถพึ่งพาอาศัยกันได้อย่างสมดุลและยั่งยืน

การปรับตัวของธุรกิจต่อความเสี่ยง พร้อมสร้างผลกระทบเชิงบวกในวงกว้าง

การประกาศใช้กฎระเบียบของสหภาพยุโรปว่าด้วยการตัดไม้ทำลายป่า (EU Deforestation Regulation: EUDR) ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของหลายอุตสาหกรรม รวมถึงเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยกฎระเบียบดังกล่าวไม่ได้เป็นเพียง “อุปสรรคทางการค้า” แต่เป็น “ตัวเร่งปฏิกิริยา” ที่ผลักดันให้เกิดการยกระดับระบบบริหารจัดการข้อมูล การตรวจสอบย้อนกลับ และการบริหารความเสี่ยงให้มีความโปร่งใสและตรวจสอบได้มากยิ่งขึ้น

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยึดมั่นในหลักการจัดหาวัตถุดิบที่ปลอดจากการตัดไม้ทำลายป่า พร้อมพัฒนาระบบที่สามารถขยายผลจากระดับพื้นที่สู่ระดับห่วงโซ่อุปทานและตลาดสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคและคู่ค้าทั่วโลก โดยธุรกิจพืชครบวงจร ข้าว ขนส่งและบริการ ได้ขานรับมาตรการ EUDR อย่างจริงจัง ผ่านการจัดหาผลิตภัณฑ์ยางพาราที่ปลอดการตัดไม้ทำลายป่าและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ถึงแหล่งที่มา รวมถึงให้ความสำคัญกับการรับซื้อจากเกษตรกรและคู่ค้าที่ไม่บุกรุกพื้นที่ป่าหลังปี 2563 และปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด เพื่อรองรับการส่งออกสู่ตลาดยุโรปอย่างยั่งยืน

โรงงานยางพาราจังหวัดเลย ซึ่งดำเนินงานโดย บจก. เจริญโภคภัณฑ์การเกษตร หรือ CPCRT เข้ารับการตรวจประเมินตามข้อกำหนด EUDR โดยผู้ตรวจประเมินจาก Preferred by Nature (PbN) ซึ่งเป็นหน่วยรับรองที่มีอำนาจในการตรวจประเมินและออกใบรับรองระบบ EUDR อย่างเป็นทางการ การตรวจประเมินดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจตามหลักการยางพาราปลอดการตัดไม้ทำลายป่า โดยกำหนดให้วัตถุดิบต้องไม่มาจากพื้นที่ที่มีการบุกรุกป่า และกระบวนการผลิตต้องสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ขณะเดียวกัน โรงงานฯ ยังพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับของวัตถุดิบเพื่อยืนยันแหล่งที่มาของยางพาราจากเกษตรกรคู่ค้าได้อย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้ การตรวจประเมินครั้งนี้จึงเป็นการยืนยันความพร้อมของระบบการดำเนินงาน และสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะผู้ผลิตยางล้อในยุโรป

สรุปข้อมูลรวมสถานการณ์จุดความร้อน ในปี 2569

ข้อมูลจากระบบตรวจสอบย้อนกลับในห่วงโซ่อุปทานข้าวโพด ระหว่างเดือนมีนาคม-เมษายน 2569

พื้นที่เพาะปลูกในระบบตรวจสอบย้อนกลับ

1,472,705 ไร่

จำนวนแปลงเพาะปลูกที่อยู่ในระบบ

93,008 แปลง

จำนวนจุดความร้อนที่ตรวจพบและหยุดการซื้อ-ขาย

372 แปลง

ขนาดพื้นที่ที่มีการเผาแปลง

4,876 ไร่

3 จังหวัดที่พบการเผาแปลงสูงสุด

1. จังหวัดแพร่
2. จังหวัดเพชรบูรณ์
3. จังหวัดนครสวรรค์





การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

Responsible Supply Chain Management

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยกระดับระบบตรวจสอบย้อนกลับวัตถุดิบสู่มาตรฐานสากล และผลักดันพันธมิตรทุกระดับให้เติบโตอย่างยั่งยืนบนหลักการค้าที่เป็นธรรม

เครือเจริญโภคภัณฑ์บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานด้วยความมุ่งมั่นในการสร้างคุณค่าร่วมและการเติบโตที่ยั่งยืนไปพร้อมกับพันธมิตรทางธุรกิจ เครือฯ มีจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) เป็นมาตรฐานขั้นพื้นฐานในการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้า ซึ่งครอบคลุมทั้งประเด็นสิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงาน และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากการมีจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้าแล้ว เครือฯ ยังได้นำระบบตรวจสอบย้อนกลับมาใช้สำหรับวัตถุดิบกลุ่มเสี่ยง เพื่อสร้างความมั่นใจว่าห่วงโซ่อุปทานของเครือฯ ปราศจากการละเมิดสิทธิและการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ อีกทั้งเครือฯ ได้พัฒนากลไกการยกระดับศักยภาพคู่ค้า ผ่านการฝึกอบรมและการถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อสนับสนุนให้คู่ค้าโดยเฉพาะกลุ่ม SMEs สามารถปรับตัวและดำเนินธุรกิจตามมาตรฐานสากลได้

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

95.92%

คู่ค้ารายใหม่ที่ผ่านการคัดเลือกโดยใช้เกณฑ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

96.42%

มูลค่าการซื้อภายในประเทศ

เป้าหมายและความคืบหน้า

เป้าหมาย	ความคืบหน้า
100% การตรวจประเมินด้านความยั่งยืนกับคู่ค้าที่มีความสำคัญ	2568: 95.37% 2567: 91.31% 0% 50% 100% เป้าหมาย 2573
100% ของวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูงที่ตรวจสอบย้อนกลับได้ภายในปี 2573	2568: 39.62% 2567: 38.23% 0% 50% 100% เป้าหมาย 2573

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

2.4 4.4 5.b 8.3 8.8

9.2 12.7 12a 13.3 16.2

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- Delivering on Our SDG Commitments 2025
- Sustainability Performance Supplement 2025

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

การคัดกรองคู่ค้า

24,042 ราย
คู่ค้าลำดับที่ 1

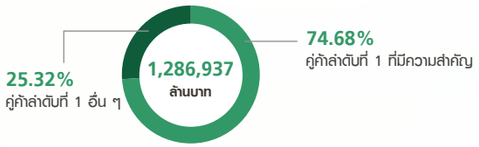
2,846 ราย
คู่ค้าลำดับที่ 1 ที่มีความสำคัญ

114 ราย
คู่ค้าทางอ้อมที่มีความสำคัญ

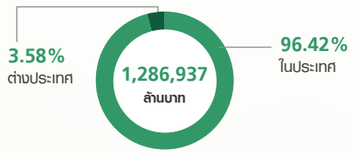
คู่ค้าที่มีความสำคัญ พิจารณาจากเกณฑ์ ดังนี้
1. คู่ค้าที่มีมูลค่าการสั่งซื้อสูง
2. คู่ค้าที่ส่งมอบสินค้าและบริการที่เป็นองค์ประกอบสำคัญ
3. คู่ค้าที่ส่งมอบสินค้าและบริการที่หาทดแทนไม่ได้ หรือเป็นคู่ค้าน้อยราย ที่สามารถส่งมอบได้
4. คู่ค้าที่พึ่งพาเครือฯ เป็นหลัก

มูลค่าการซื้อ

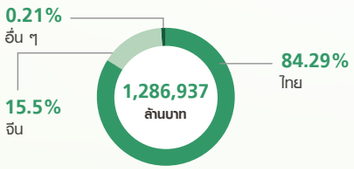
ยอดซื้อทั้งหมดจากคู่ค้าลำดับที่ 1



มูลค่าการซื้อภายในประเทศที่มีการดำเนินธุรกิจ

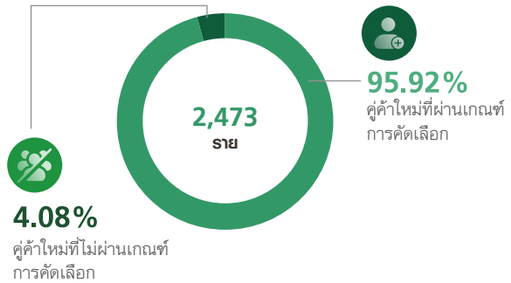


มูลค่าการซื้อแยกตามเขตประเทศ



การคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่

คู่ค้ารายใหม่ที่ผ่านการคัดเลือก
โดยใช้เกณฑ์ด้านความยั่งยืน (ร้อยละ)



การสร้างความตระหนัก

จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า
ของคู่ค้าลำดับที่ 1 ที่มีความสำคัญ

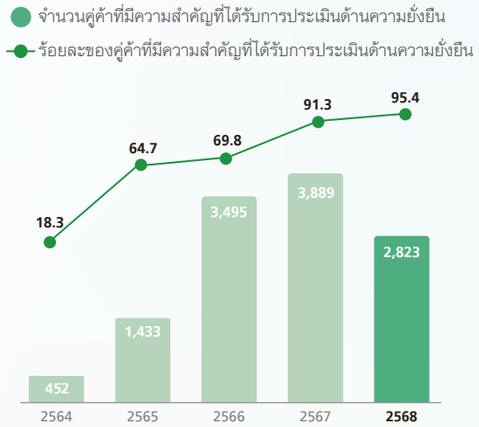
100%
การสื่อสาร/อบรม

100%
การลงนามรับทราบ

นโยบายการจัดหาอย่างยั่งยืน

99.3%
การสื่อสาร/อบรมพนักงาน
ที่เกี่ยวข้องในการจัดหา

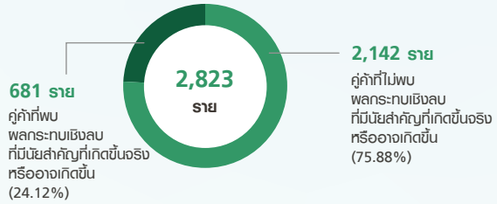
การประเมินคู่ค้า



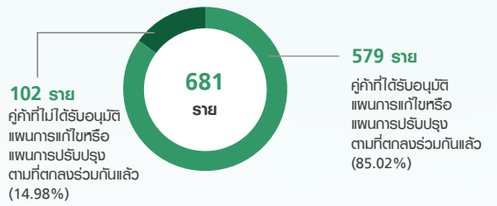
การประเมินการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ และข้อกำหนดด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปีด้วยวิธีการที่เหมาะสม ได้แก่

1. แบบสอบถาม/แบบประเมินตนเอง
2. การตรวจประเมินสถานประกอบการโดยผู้ตรวจสอบของเครือฯ
3. การตรวจประเมินสถานประกอบการโดยผู้ตรวจสอบอิสระ
4. การวิเคราะห์ข้อมูลการดำเนินงานของคู่ค้าจากการประเมินของผู้ให้บริการที่น่าเชื่อถือ

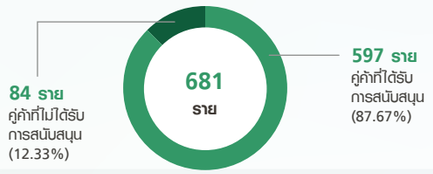
จำนวนคู่ค้าที่มีความสำคัญ
ที่ได้รับการประเมินด้านความยั่งยืน



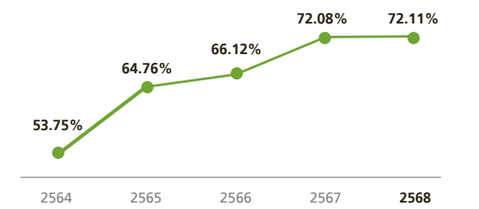
จำนวนคู่ค้าที่พบผลกระทบเชิงลบ
ที่มีนัยสำคัญที่เกิดขึ้นจริงหรืออาจเกิดขึ้น



จำนวนคู่ค้าที่มีความสำคัญที่ได้รับการสนับสนุน
ในการดำเนินการตามแผนแก้ไขปรับปรุง



การพัฒนาศักยภาพคู่ค้า



3 ราย
คู่ค้าที่มีผลกระทบเชิงลบ
อย่างมีนัยสำคัญทั้งในปัจจุบัน
และอนาคตที่ถูกยกเลิกสัญญา

23,526 ราย
คู่ค้าที่อยู่ภายในประเทศ
ที่ธุรกิจตั้งอยู่

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน



1 จริยธรรมทางธุรกิจ

การดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต / การเคารพทรัพย์สินทางปัญญา / การปกป้องข้อมูล / ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ / ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ / การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน / การแข่งขันอย่างเป็นธรรม / ความน่าเชื่อถือทางการเงิน และการเปิดเผยข้อมูล

2 คุณภาพและมาตรฐานของสินค้าและบริการ

การควบคุมคุณภาพการผลิต / การจัดหาอย่างรับผิดชอบ / การตรวจสอบย้อนกลับ

3 การเคารพสิทธิมนุษยชน

การปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน / การให้เสรีภาพในการสมาคม และการร่วมเจรจาต่อรอง / การใช้สิทธิในที่ดิน

4 การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

การไม่เลือกปฏิบัติและความเสมอภาค / การจ้างงาน / การคุ้มครองแรงงาน / การไม่บังคับใช้แรงงาน / การจ่ายค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์

5 ความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน

การจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัย และเป็นไปตามกฎหมายและมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน

6 ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม

การปฏิบัติตนเป็นพลเมืองบรรษัทที่ดี / การเคารพในความหลากหลายทางวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น / การพัฒนาชุมชนและสังคม

7 ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า / การควบคุมมลพิษ

การแสดงความมุ่งมั่นและการกำกับดูแล

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ประกาศนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า กลยุทธ์ เป้าหมาย ตัวชี้วัด รวมถึงการจัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบทั้งในระดับเครือฯ และระดับกลุ่มธุรกิจ เพื่อทำหน้าที่กำกับดูแล ควบคุม ติดตามและรายงานผลการดำเนินงานโดยตรงต่อคณะกรรมการบริหารความยั่งยืน โดยมีประธานคณะผู้บริหาร เครือเจริญโภคภัณฑ์ ทำหน้าที่เป็นประธานของคณะกรรมการฯ ซึ่งรายงานไปยังคณะกรรมการบริษัทต่อไป

การถ่ายทอดนโยบายสู่ภาคปฏิบัติ

เครือเจริญโภคภัณฑ์จัดให้มีการสื่อสารและอบรมนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดหาอย่างยั่งยืนให้กับบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องใน Suppliers ESG Program และคู่ค้าในหลากหลายช่องทาง ทั้งการอบรมแบบออนไลน์ Face to Face ผ่านแพลตฟอร์มคู่ค้า และลงพื้นที่หน้างานของทีมส่งเสริม เพื่อทำการสื่อสารข้อกำหนดและความคาดหวังของเครือฯ ไปยังเกษตรกรคู่ค้าโดยตรง นอกจากนี้ เครือฯ ได้ให้คู่ค้าลงนาม เพื่อแสดงเจตจำนงในการปฏิบัติต่อจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้าร่วมกัน

การบูรณาการด้านความยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ผนวกเกณฑ์ด้านความยั่งยืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการคัดเลือกและประเมินคู่ค้า พร้อมทั้งแนบจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้าลงในข้อกำหนดของสัญญาและมีการระบุข้อกำหนดเฉพาะด้านเพิ่มเติมสำหรับคู่ค้ารายที่มีความเสี่ยงสูงจากการประกอบกิจการ รวมถึงการระบุคู่ค้าที่มีความสำคัญโดยพิจารณาจากความสำคัญทางธุรกิจและระดับความเสี่ยงที่มีโอกาสพบ

การประเมินคู่ค้า

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ประเมินการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ และข้อกำหนดด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปีด้วยวิธีการที่เหมาะสม ได้แก่ แบบสอบถาม/แบบประเมินตนเอง การตรวจประเมินสถานประกอบการโดยผู้ตรวจสอบของเครือฯ การตรวจประเมินสถานประกอบการโดยผู้ตรวจสอบอิสระ และการวิเคราะห์ข้อมูลการดำเนินงานของคู่ค้าจากการประเมินของผู้ให้บริการที่น่าเชื่อถือ พร้อมทั้งติดตามความคืบหน้าของการดำเนินการแก้ไขตามแผนการแก้ไข และให้คำแนะนำอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับการดำเนินงานของคู่ค้าให้สอดคล้องกับมาตรฐานของเครือฯ

การเสริมสร้างศักยภาพของคู่ค้า

เครือเจริญโภคภัณฑ์จัดให้มีโปรแกรมการพัฒนาคู่ค้าในหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การจัดอบรมให้ความรู้ การส่งมอบสื่อการสอน การให้คำปรึกษาสำหรับการแก้ไขความไม่สอดคล้องที่พบจากการตรวจประเมิน และการร่วมทำโครงการเพื่อขจัดข้อจำกัดที่มี รวมถึงการจัดให้มีการมอบรางวัลแก่คู่ค้า เพื่อประกาศเกียรติคุณสำหรับคู่ค้าที่มีผลการดำเนินงานยอดเยี่ยม ในทางกลับกัน กรณีที่พบคู่ค้าที่ปฏิเสธการมีส่วนร่วมใน Supplier ESG Program ทุกรูปแบบ เครือฯ จะนำคู่ค้ารายนั้นเข้าสู่กระบวนการยกเลิกสัญญาอย่างเป็นธรรมต่อไป

สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

การตรวจประเมินคู่ค้าด้านความยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักว่าผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจมิได้เกิดขึ้นเฉพาะภายในองค์กรเท่านั้น เครือฯ จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนามาตรฐานการตรวจประเมินคู่ค้าอย่างเป็นระบบ เพื่อยกระดับการดำเนินงานให้สอดคล้องกับหลักการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบและแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ เพื่อขับเคลื่อนแนวทางดังกล่าวให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม เครือฯ จึงได้กำหนดกระบวนการตรวจประเมินคู่ค้าอย่างรอบด้าน ซึ่งครอบคลุม 4 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

กระบวนการตรวจประเมินคู่ค้า

1 กรอบการบริหารความเสี่ยงและการตรวจประเมิน

การบูรณาการมาตรฐานและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับ ESG เพื่อพัฒนากระบวนการและเครื่องมือในการตรวจประเมิน

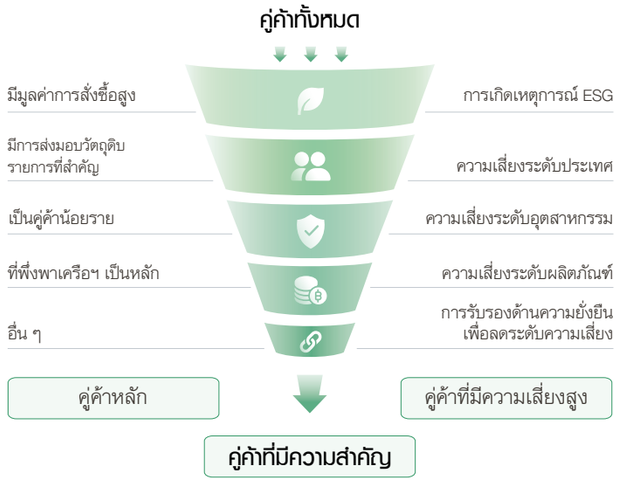
การปรับเกณฑ์การตรวจประเมินให้สอดคล้องกับมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง

SCOC · ecovadis · SMETA · UNGP · ILO · OECD · ISO

การจัดกลุ่มคู่ค้าตามระดับความเสี่ยงพื้นฐานที่เกิดขึ้นตามลักษณะการดำเนินงาน

20
กลุ่มคู่ค้า

2 การจำแนกความเสี่ยงด้านความยั่งยืน



3 แนวทางการตรวจประเมิน



การเกิดเหตุการณ์ ESG / ความไม่สอดคล้องที่พบ

- คะแนนการประเมินตนเองต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด
- ความไม่สอดคล้องที่ตรวจพบจากครั้งก่อนยังดำเนินการไม่แล้วเสร็จตามแผน
- การพบข่าวเสียหายจากสื่อสาธารณะ
- การเกิดสถานการณ์ที่ละเมิดต่อ ESG
- การพบการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ

- การตรวจประเมินด้านความยั่งยืน ณ สถานประกอบการของคู่ค้าโดยเร่งด่วน
- การตรวจประเมินด้านความยั่งยืน ณ สถานประกอบการของคู่ค้า ทุก ๆ 1 ปี
- การตรวจประเมินด้านความยั่งยืน ณ สถานประกอบการของคู่ค้า ทุก ๆ 3 ปี
- การประเมินตนเองด้านความยั่งยืน

4 การเสริมสร้างศักยภาพคู่ค้า

- การจัดอบรมให้ความรู้
- การเทียบเคียงผลการดำเนินงานของคู่ค้าที่อยู่ในธุรกิจเดียวกัน
- การร่วมทำโครงการเพื่อขจัดข้อจำกัดที่มี
- การมอบรางวัลเพื่อเชิดชูเกียรติสำหรับคู่ค้า

การติดตามประเด็นความเสี่ยงหลัก

การบริหารงานทั่วไป · การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมและธรรมาภิบาล · การดำเนินงานต้านสิ่งแวดล้อม · สิทธิมนุษยชนและแรงงาน · ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย · ผลกระทบต่อชุมชน

การตรวจประเมินคู่ค้าด้านความยั่งยืน



"คู่ค้า ถือเป็นหัวใจสำคัญที่มีส่วนช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค และลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทได้ให้การสนับสนุนและส่งเสริมศักยภาพในการดำเนินงานของคู่ค้าให้เติบโตอย่างยั่งยืนมาอย่างต่อเนื่อง โดยเชื่อมโยงแนวทางความยั่งยืนทั้งด้านการกำกับดูแลสังคม และสิ่งแวดล้อมเข้ามาในกระบวนการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทาน"

คุณยุทธศักดิ์ ภูมิสุรกุล
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บมจ. ซีพี ออลล์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดกระบวนการตรวจประเมินคู่ค้าอย่างรอบด้าน ซึ่งครอบคลุม 4 ขั้นตอนหลัก

1) เริ่มต้นจากการนำจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้าของเครือฯ และมาตรฐานความยั่งยืนต่าง ๆ มาบูรณาการเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นมาตรฐานการตรวจประเมินที่สามารถตอบสนองความคาดหวังจากองค์กรประเมินชั้นนำของโลก นอกจากนี้ เรายังได้จัดกลุ่มคู่ค้าตามประเภทอุตสาหกรรมได้ทั้งหมด 20 กลุ่ม พร้อมทั้งจัดระดับความเสี่ยง เป็น 4 ระดับ คือ High, Medium+, Medium และ Low เป็นการจัดระดับความเสี่ยงพื้นฐานที่เกิดขึ้นตามลักษณะการดำเนินงาน

2) ด้วยบริบทของเครือฯ ที่ประกอบธุรกิจที่หลากหลาย ทำให้ปัจจุบันเครือฯ มีคู่ค้าจำนวนมาก และเพื่อให้เครือฯ สามารถปฏิบัติต่อคู่ค้าแต่ละรายด้วยแนวปฏิบัติที่เหมาะสมกับบริบทของคู่ค้า เครือฯ จึงมีการจำแนกประเภทคู่ค้าออกเป็น 2 ประเภท คือ คู่ค้าหลัก เป็นคู่ค้าที่มีความสำคัญเชิงธุรกิจ ซึ่งเราพิจารณาจากเกณฑ์ด้านเศรษฐกิจเป็นหลัก ได้แก่
   1. คู่ค้าที่มีมูลค่าการสั่งซื้อสูง
   2. คู่ค้าที่มีการส่งมอบวัตถุดิบรายการที่สำคัญ
   3. คู่ค้าที่เป็นคู่ค้าน้อยรายที่สามารถส่งมอบงานนั้นได้
   4. คู่ค้าที่พึ่งพาเราเป็นหลัก

คู่ค้าอีกประเภทหนึ่ง คือ คู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง ที่พิจารณาจากความเสี่ยงทุกระดับ ทั้งระดับประเทศ ระดับอุตสาหกรรม และระดับผลิตภัณฑ์ รวมถึงประวัติการเกิด ESG ISSUE และจะเรียกคู่ค้าทั้ง 2 ประเภทนี้ว่าคู่ค้าที่มีความสำคัญ

3) แนวทางการปฏิบัติต่อคู่ค้าที่มีความสำคัญ 4 ระดับ
   - ระดับที่ 1 คือ การประเมินตนเองด้านความยั่งยืน พร้อมกับแนบหลักฐานประกอบ ซึ่งจะนำไปใช้กับคู่ค้าที่อยู่ในกลุ่มคู่ค้าหลัก
   - ระดับที่ 2 คือ การตรวจประเมินด้านความยั่งยืน ณ สถานประกอบการของคู่ค้า ทุก ๆ 3 ปี ซึ่งจะนำไปใช้กับคู่ค้าที่อยู่ในกลุ่มคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง
   - ระดับที่ 3 คือ การตรวจประเมินด้านความยั่งยืน ณ สถานประกอบการของคู่ค้า ทุก ๆ 1 ปี ซึ่งจะนำไปใช้กับคู่ค้าที่เป็นทั้งคู่ค้าหลักและคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง
   - ระดับที่ 4 คือ การตรวจประเมินด้านความยั่งยืน ณ สถานประกอบการของคู่ค้าโดยเร่งด่วน ในกรณีที่พบว่าคู่ค้าเกิดเหตุการณ์ดังต่อไปนี้
     - คะแนนการประเมินตนเองต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด
     - ความไม่สอดคล้องที่ตรวจพบจากครั้งก่อนยังดำเนินการไม่แล้วเสร็จตามแผน
     - การพบข่าวเสียหายจากสื่อสาธารณะ
     - การเกิดสถานการณ์ที่ละเมิดต่อ ESG
     - การพบการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ

โดยทุกรูปแบบของการตรวจ จะครอบคลุมทุกประเด็นความเสี่ยงหลัก คือ การบริหารงานทั่วไป การดำเนินธุรกิจอย่างจริยธรรมและธรรมาภิบาล การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชนและแรงงาน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และผลกระทบต่อชุมชน

4) การพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าเพื่อส่งเสริม สนับสนุนให้คู่ค้ามีผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่ดียิ่งขึ้นในหลายรูปแบบ ได้แก่ การจัดอบรมให้ความรู้ การส่งมอบสื่อการสอน การเทียบเคียงผลการดำเนินงานของคู่ค้าที่อยู่ในธุรกิจเดียวกัน การให้คำปรึกษาสำหรับการแก้ไขความไม่สอดคล้องที่พบจากการตรวจประเมิน และการร่วมทำโครงการเพื่อขจัดข้อจำกัดที่มี

ตัวอย่าง ประเด็นที่พบจากการตรวจประเมินด้านความยั่งยืน

	ประเด็นความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง
มิติด้านสิ่งแวดล้อม	การคัดแยกขยะอุตสาหกรรมและขยะทั่วไป	จัดทำ สื่อสาร ดำเนินการตามมาตรฐานการคัดแยกขยะอุตสาหกรรม และขยะทั่วไป
	การควบคุมมลพิษ	การประเมินประเด็นสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม และจัดทำแผนควบคุมมลพิษในด้านที่เกี่ยวข้องและติดตามตามช่วงเวลาที่เหมาะสม
มิติด้านสังคม	ความปลอดภัยในการทำงานในที่อับอากาศ	การจัดฝึกอบรมความปลอดภัยในการทำงานในที่อับอากาศสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง และการจัดทำใบอนุญาตเข้าทำงานในที่อับอากาศ รวมถึงการตรวจวัดปริมาณออกซิเจนและก๊าซพิษก่อนเข้าปฏิบัติงาน
	การประกาศรับสมัครงานที่มีการระบุเงื่อนไขในการรับสมัครซึ่งอาจเป็นการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมต่อผู้สมัครงาน	จัดทำ สื่อสาร ดำเนินการตามนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและแนวทางการปฏิบัติต่อแรงงาน
มิติด้านการกำกับดูแล	การจัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการและการประชุม	จัดตั้งคณะกรรมการฯ และดำเนินการประชุมทุก 3 เดือน
	ระบบการรับข้อร้องเรียนและแจ้งเบาะแส	การกำหนดช่องทางการรับข้อร้องเรียนและแจ้งเบาะแสที่เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้าถึงได้สะดวก และแนวปฏิบัติด้านการรักษาความลับของผู้แจ้งเบาะแส แนวปฏิบัติด้านการไม่ตอบโต้ผู้ร้องเรียน รวมถึงกระบวนการสอบสวนและเยียวยาที่ชัดเจน



"การตรวจประเมินด้านความยั่งยืนเป็นสิ่งที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องจนเกิดเป็นวัฏจักรของการปรับปรุงเพื่อนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทานครบทุกมิติทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม"

คุณสรรพเพ็ชญ์ พจสัณห์
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO)
บริษัท ไอเอฟเอส ฟาซิลิตี้ เซอร์วิสเซส จำกัด (IFS)

การพัฒนาคู่ค้า

เครือเจริญโภคภัณฑ์เชื่อมั่นว่าการเติบโตอย่างยั่งยืนไม่อาจเกิดขึ้นได้จากการดำเนินงานขององค์กรเพียงลำพัง หากต้องอาศัยการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าตลอดห่วงโซ่คุณค่าไปพร้อมกัน เครือฯ จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาคู่ค้าอย่างเป็นระบบ ผ่านการเสริมสร้างองค์ความรู้ การถ่ายทอดแนวปฏิบัติที่ดี การสนับสนุนการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ตลอดจนการยกระดับความสามารถในการบริหารจัดการด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ สิ่งแวดล้อม และความยั่งยืน เพื่อให้คู่ค้าสามารถปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลง ลดความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจ และร่วมสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา เครือเจริญโภคภัณฑ์จัดให้มีการสื่อสารและฝึกอบรมนโยบายการจัดซื้ออย่างยั่งยืน (Sustainable Procurement Policy and Guidelines) และจรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) แก่คู่ค้าทุกรายผ่านช่องทางที่หลากหลายเป็นประจำทุกปี ครอบคลุมประเด็นสำคัญ อาทิ สิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงาน ความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน และการดูแลสิ่งแวดล้อม กระบวนการดังกล่าวดำเนินการภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานระดับกลุ่มและระดับธุรกิจที่รับผิดชอบโดยตรง และรายงานผลต่อคณะกรรมการบริหารความยั่งยืน ซึ่งมีประธานเจ้าหน้าที่บริหารของเครือฯ เป็นประธาน อีกทั้งยังได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาพัฒนาเครื่องมือประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการระบุโอกาสในการปรับปรุงและกำหนดมาตรการเชิงรุกร่วมกับคู่ค้า โดยมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการขยายขอบเขตการตรวจประเมินด้านความยั่งยืนให้ครอบคลุมคู่ค้ารายสำคัญอย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการยกระดับมาตรฐานตลอดห่วงโซ่คุณค่า

CP Supplier Forum 2025: For Sustainable Growth



จำนวนคู่ค้าที่เข้าร่วมโครงการ
200 ราย

การสร้างคุณค่า
Relationship Capital

จากวิสัยทัศน์เชิงนโยบายของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการเสริมสร้าง “ห่วงโซ่อุปทานที่รับผิดชอบ” ในฐานะกลไกสำคัญของการเติบโตอย่างยั่งยืน และเชื่อมั่นว่าการเปลี่ยนแปลงที่แท้จริงจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อทุกภาคส่วนในห่วงโซ่คุณค่าร่วมมือกันอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยเครือฯ มีการวางแนวทางแผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำยันปลายน้ำอย่างชัดเจน ซึ่งคู่ค้ามีส่วนสำคัญอย่างมากในการร่วมมือเพื่อผลักดันสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593 เช่น การตรวจสอบย้อนกลับการรับซื้อข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ที่จะต้องไม่มาจากการเผาป่า ขณะเดียวกัน ยังรวมไปถึงสินค้าที่วางจำหน่ายจะต้องเป็นผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ เช่น ข้าวคาร์บอนต่ำ ขณะเดียวกัน เครือฯ ได้เปิดแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับการจัดเก็บข้อมูลเพื่อวัดการปล่อยคาร์บอนและเก็บข้อมูลเป็นรายงานที่มีความถูกต้องโปร่งใสและสามารถนำข้อมูลนี้ส่งภาครัฐได้ โดยเครือฯ จะเปิดการอบรมให้กับคู่ค้า รวมไปถึงเป็นพี่เลี้ยงในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สีเขียวตั้งรับการแข่งขันทางการค้าและเทรนด์โลก นอกจากนี้ ภายในงาน CP Supplier Forum 2025 ยังมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านจากเครือฯ มาแชร์มุมมองเพื่อยกระดับการดำเนินธุรกิจของคู่ค้าควบคู่กับความยั่งยืน ทั้งแนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ รวมไปถึงแนวทางสนับสนุนคู่ค้า นอกจากนี้ ยังมีการเสริมมุมมองในหัวข้อ การจัดการด้านสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อผลักดันให้ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทานเป็นส่วนหนึ่งของมาตรฐานการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

โครงการ Green Financing Program



จำนวนคู่ค้าที่เข้าร่วมโครงการ
100 ราย

ในงาน “True Supplier Forum 2025: Together for Net Zero” บมจ. ทรู คอร์ปอเรชั่น ได้ประกาศเปิดตัว “Green Financing Program” เป็นครั้งแรกในเอเชีย โดยจับมือกับบริษัทพันธวณิช และธนาคารทีเอ็มบีธนชาต เพื่อเปิดโอกาสให้คู่ค้าสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนสีเขียวได้อย่างเป็นระบบ ในฐานะกลไกสำคัญที่ช่วยเร่งการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงานสะอาดตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 3 สู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 โครงการนี้ยังสะท้อนปรัชญาที่ว่าการเติบโตอย่างยั่งยืนต้องครอบคลุมทุกมิติ จึงได้กำหนดเป้าหมายอัตราการเสียชีวิตจากการทำงานเป็นศูนย์ ควบคู่ไปด้วย เพื่อให้การเปลี่ยนผ่านสู่ธุรกิจสีเขียวเกิดขึ้นอย่างมั่นคงและรับผิดชอบในทุกด้าน Green Financing Program จึงไม่เพียงเสริมศักยภาพให้คู่ค้าพร้อมรับกับแนวโน้มธุรกิจสีเขียวและความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม แต่ยังตอบโจทย์นักลงทุนที่ให้น้ำหนักกับ Decarbonization อย่างเป็นรูปธรรม นำพาห่วงโซ่อุปทานของทรูเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืนไปด้วยกัน

4 รูปแบบ “Green Financing Program” หนุนคู่ค้าทรู สร้างโลกที่ยั่งยืนไปด้วยกัน

สินเชื่อระยะยาวสำหรับโครงการด้านพลังงานทดแทนและพลังงานสะอาด ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน สนับสนุนการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน รวมถึงการพัฒนาอาคารรักษ์โลก

สินเชื่อพิเศษที่เชื่อมโยงกับเป้าหมายด้านความยั่งยืน โดยมีเงื่อนไขดอกเบี้ยอัตราพิเศษ ซึ่งอ้างอิงจากผลลัพธ์การดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัท

สินเชื่อเพื่อพัฒนาโครงการโซลาร์เซลล์แบบครบวงจร ครอบคลุมตั้งแต่ค่าดำเนินการสำรวจพื้นที่ ออกแบบติดตั้ง ทดสอบ ไปจนถึงใช้งานระบบจริง

สินเชื่อสำหรับจัดหารถยนต์ไฟฟ้า (EV) ทั้งรถประจำตำแหน่ง รถส่วนกลาง รถสวัสดิการ และรถที่ใช้ในธุรกิจขนส่งสินค้า เพื่อลดการปล่อยคาร์บอนในภาคโลจิสติกส์

การสร้างคุณค่า
Relationship Capital

การตรวจสอบย้อนกลับและการจัดหาที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า

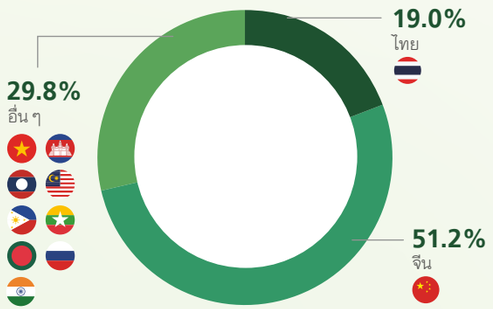
การจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืนเป็นรากฐานสำคัญของห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงได้ประกาศใช้นโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน และนโยบายการปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมายในการจัดหาวัตถุดิบหลักที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่าและการตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาเพื่อทำให้มั่นใจในแหล่งที่มาของวัตถุดิบว่ามาจากแหล่งผลิตที่มีความรับผิดชอบ ปราศจากการบุกรุกป่า รวมถึงปราศจากการละเมิดสิทธิมนุษยชนและการใช้แรงงานผิดกฎหมายทุกรูปแบบ โดยครอบคลุมการจัดหาวัตถุดิบหลักทางการเกษตรเพื่อการผลิตอาหารสัตว์ 5 รายการ ได้แก่ ข้าวโพด ถั่วเหลือง น้ำมันปาล์ม มันสำปะหลัง และปลาป่น

แนวทางตรวจสอบการได้มาซึ่งวัตถุดิบที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า

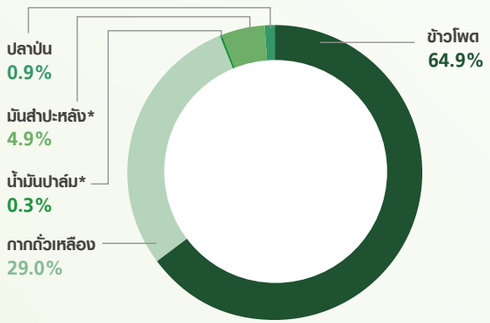
1. **การสั่งซื้อวัตถุดิบจากแหล่งเพาะปลูกที่อยู่ในเขตประเทศที่มีความเสี่ยงต่ำต่อการตัดไม้ทำลายป่า**
   เครือฯ มีการใช้วัตถุดิบจากแหล่งเพาะปลูกที่อยู่ในเขตประเทศที่มีความเสี่ยงต่ำต่อการตัดไม้ทำลายป่าโดยอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล เช่น ASC Feed Standard
2. **การสั่งซื้อวัตถุดิบที่ได้รับการรับรองภายใต้มาตรฐานสากลเพื่อยืนยันการได้มาซึ่งวัตถุดิบที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า**
   เครือฯ มีการใช้วัตถุดิบที่ได้รับการรับรองภายใต้มาตรฐานสากล เช่น Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) สำหรับน้ำมันปาล์ม, SSAP (US Soy Sustainability Assurance Protocol (USA)), RTRS (Round Table on Responsible Soy Association) สำหรับถั่วเหลืองและกากถั่วเหลือง, MarinTrust สำหรับปลาป่น
3. **การสั่งซื้อวัตถุดิบที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาเพื่อยืนยันการได้มาซึ่งวัตถุดิบที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า**
   เครือฯ มีการใช้วัตถุดิบที่เพาะปลูกอยู่บนพื้นที่ที่ถูกต้องตามกฎหมาย โดยใช้สำเนาเอกสารสิทธิ์ที่ถูกต้องตามกฎหมาย หรือเอกสารรับรองพื้นที่ที่รัฐอนุญาตให้ใช้เป็นพื้นที่เกษตรกรรมเป็นเอกสารประกอบการยืนยัน และใช้ข้อมูลตำแหน่งที่ตั้งแปลงเพาะปลูก (พิกัด GPS, Polygon) ในการตรวจสอบว่าเป็นพื้นที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า รวมถึงติดตามการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดิน และติดตามการเผาแปลงเพาะปลูกด้วยเทคโนโลยีภาพถ่ายดาวเทียม รวมถึงการเชื่อมโยงฐานข้อมูลร่วมกับคู่ค้าซึ่งเป็นผู้รวบรวมและจัดจำหน่ายวัตถุดิบอาหารสัตว์ในระดับสากลที่มีระบบตรวจสอบย้อนกลับที่น่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ

ความก้าวหน้าการดำเนินงานด้านการตรวจสอบย้อนกลับวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงและการจัดหาที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า

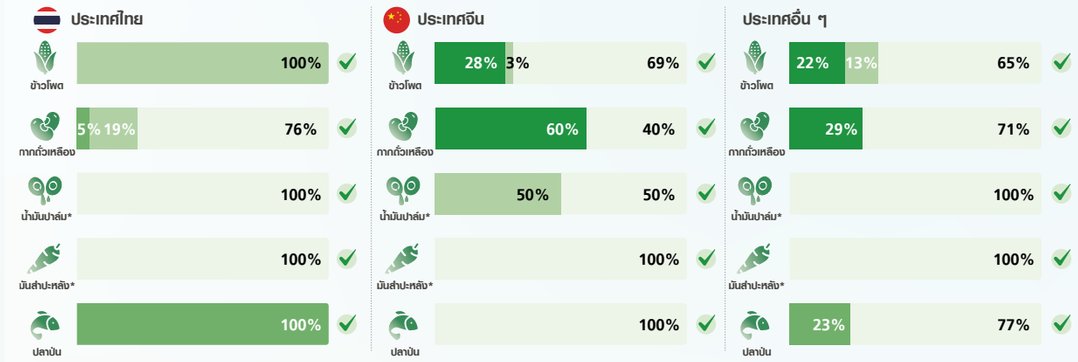
ปริมาณการซื้อวัตถุดิบที่มีความเสี่ยง
(แยกประเทศ)



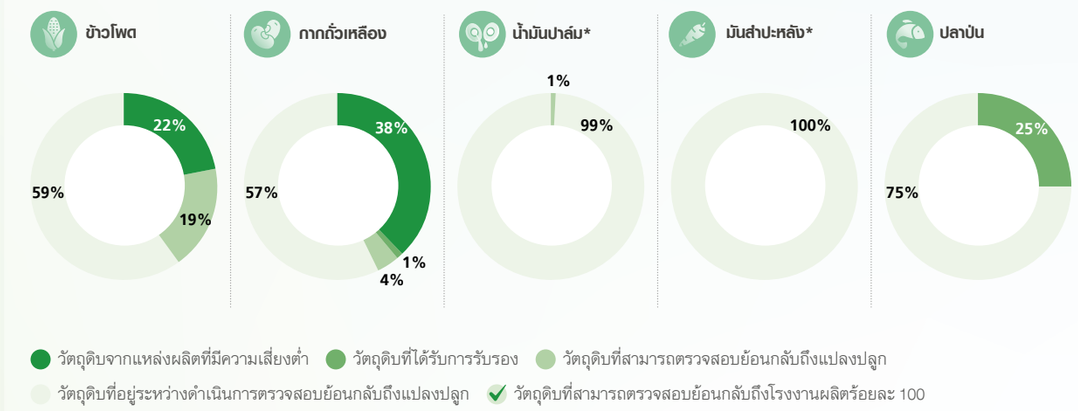
ปริมาณการซื้อวัตถุดิบที่มีความเสี่ยง
(แยกประเภทวัตถุดิบ)



การตรวจสอบย้อนกลับวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงและการจัดหาที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า
(แยกประเทศ)



การตรวจสอบย้อนกลับวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงและการจัดหาที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า
(รวมทุกประเทศ)



หมายเหตุ:
* ปี 2568 เครือฯ ได้ริเริ่มพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับสำหรับน้ำมันปาล์มและมันสำปะหลัง ขอบเขตการดำเนินการของการตรวจสอบย้อนกลับครอบคลุมวัตถุดิบทางการเกษตรที่ใช้สำหรับผลิตอาหารสัตว์ ใน 11 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย เวียดนาม อินเดีย กัมพูชา ลาว มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เมียนมา บังกลาเทศ รัสเซีย และจีน

ระบบตรวจสอบย้อนกลับ 6 ขั้นตอน สร้างความโปร่งใส เพิ่มความยั่งยืน

ระบบตรวจสอบย้อนกลับข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในประเทศเมียนมา ที่พัฒนาโดยเครือเจริญโภคภัณฑ์ร่วมกับพหุภาคี ถือเป็นความสำเร็จสำคัญของความร่วมมือไทย-เมียนมา ซึ่งโครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบและกำหนดมาตรการจัดการ จุดความร้อนจากการเผาแปลงเกษตรในพื้นที่เพาะปลูก โดยระบบดังกล่าวมีการใช้เทคโนโลยีภาพถ่ายดาวเทียมและการรับรองจากหน่วยงานอิสระอย่างบริษัท Control Union เพื่อยืนยันว่า “ข้าวโพดไม่เผา ไม่บุกรุกป่า” ทุกเมล็ดสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้อย่างโปร่งใส เพื่อให้สอดรับกับยุทธศาสตร์ “Clear Sky” ที่รัฐบาลไทยเดินหน้า เพื่อจัดการปัญหาหมอกควันข้ามพรมแดนอย่างเป็นระบบ ควบคู่กับมาตรการ “ข้าวโพดปลอดการเผา” ซึ่งจะเริ่มบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2569

โดยกำหนดให้ผู้นำเข้าข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ต้องแสดงหลักฐานต้นทางอย่างชัดเจน ทั้งข้อมูลพื้นที่เพาะปลูก ช่วงเวลาเก็บเกี่ยว และพิกัดแปลง เพื่อรองรับการตรวจสอบย้อนกลับ พร้อมมาตรการลงโทษหากพบการเผาแปลงหรือให้ข้อมูลไม่ตรงตามจริง การยกระดับมาตรฐานการตรวจสอบย้อนกลับจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหามลพิษฝุ่น PM2.5 และตอบโจทย์กฎเกณฑ์ด้านความยั่งยืนในตลาดโลก เป็นการเปลี่ยนความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อมให้กลายเป็นโอกาสในการพัฒนาห่วงโซ่อาหารปลอดฝุ่นและปลอดภัยในระดับภูมิภาคอย่างเป็นรูปธรรม

01 ขึ้นทะเบียนคู่ค้าเกษตรกรและวาดขอบเขตแปลงเพาะปลูก

การระบุพิกัดและรายละเอียดของแปลงเพาะปลูก เพื่อให้สามารถติดตามข้อมูลได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ

02 ตรวจสอบพื้นที่เพาะปลูกด้วยเทคโนโลยีภาพถ่ายดาวเทียม

การป้องกันการบุกรุกพื้นที่ป่าและช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

03 ตรวจสอบแผนที่แนวป่าย้อนหลังถึงปี 2563

การปฏิบัติตามมาตรฐานของ EUDR เพื่อยืนยันว่าแปลงเพาะปลูกไม่ได้อยู่ในพื้นที่รุกล้ำป่า

04 ติดตามจุดความร้อนในแปลงเพาะปลูก

การเฝ้าระวังการเผาเศษวัสดุทางการเกษตร ซึ่งเป็นสาเหตุหลักของ PM2.5

05 ตรวจสอบพื้นที่ที่เกิดการเผา

การตรวจสอบกายภาพกับพื้นที่ที่เกิดการเผาแล้วคำนวณหักออกจากพื้นที่เพาะปลูกทั้งหมด

06 คำนวณปริมาณรับซื้อ

การกำหนดปริมาณรับซื้อจากการหักพื้นที่ป่าและพื้นที่ที่มีการเผาออกจากพื้นที่ลงทะเบียน



เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังให้ความสำคัญต่อการสร้างกระบวนการพัฒนาเกษตรกรให้มีเทคนิควิธีการทำเกษตรอย่างเหมาะสม หรือที่เรียกว่ามาตรฐานเกษตรยั่งยืน ตั้งแต่การเตรียมแปลงช่วงเริ่มต้น การบำรุงดิน รวมถึงแนวทางอื่นๆที่ทำควบคู่กันไป อาทิ

1. การบริหารพื้นที่เพาะปลูกให้ต่อเนื่อง โดยหลังจากการปลูกข้าวโพดต้องมีการบำรุงดิน จึงเสนอให้ปลูกถั่วเหลือง ปอเทือง หรือพืชอื่น ๆ ให้หญ้า และวัชพืชไม่ขึ้น เพื่อให้ไม่เผาก่อนเคลียร์แปลงปลูกข้าวโพดครั้งถัดไป
2. การไถ เนื่องจากพื้นที่รัฐฉาน ประเทศเมียนมา มีพรมแดนติดกับมณฑลยูนาน ประเทศจีน ทำให้เกษตรกรสามารถใช้รถไถจากจีนได้ แต่การไถต้องเหมาะสม และไม่ทำลายหน้าดิน
3. การนำเศษวัสดุไปใช้ประโยชน์จากข้าวโพดหรือเศษวัสดุการเกษตรอื่น ๆ เช่น นำไปทำเชื้อเพลิง ฯลฯ

นอกจากนี้ ระบบตรวจสอบย้อนกลับดังกล่าวยังได้รับการรับรองมาตรฐานจาก Control Union ซึ่งเป็นองค์กรระดับโลกด้านการตรวจสอบมาตรฐานความยั่งยืน โดยธุรกิจพืชครบวงจรและกลุ่มธุรกิจการค้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ ได้รับการรับรองด้านการทวนสอบระบบตรวจสอบย้อนกลับข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในประเทศเมียนมา แสดงถึงความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือในห่วงโซ่อุปทานข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ที่สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาได้ในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิตและพร้อมขยายการใช้ระบบนี้ให้ผู้ผลิตและคู่ค้า

ภาคผนวก

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นในการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนอย่างโปร่งใส ครอบคลุม และเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล โดยในภาคผนวกนี้ได้จัดทำขอบเขตการรายงานที่ชัดเจน แสดงรายการดัชนีเนื้อหาตามกรอบการรายงาน GRI Standards 2021 UN Global Compact และ IFRS S1 & S2 เพื่อให้สามารถตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งแสดงผลการรับรองจากหน่วยงานภายนอกซึ่งช่วยเพิ่มระดับความเชื่อมั่นในคุณภาพของรายงาน และสะท้อนถึงเจตนารมณ์ขององค์กรในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและรับผิดชอบ

ขอบเขตการรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2568 258
GRI Content Index 260
การรับรองจากหน่วยงานภายนอก 276







ขอบเขตการรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2568

เนื้อหาที่ปรากฏในรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2568 เป็นการนำเสนอผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ และกลุ่มธุรกิจภายใต้เครือฯ ทั้งหมด 8 สายธุรกิจ โดยข้อมูลด้านเศรษฐกิจเป็นการรวบรวมข้อมูลการดำเนินงานของเครือฯ ใน 23 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลก ข้อมูลผลการดำเนินงานสิ่งแวดล้อม และสังคม (เฉพาะความปลอดภัย และอาชีวอนามัย) ครอบคลุมข้อมูลของบริษัทและบริษัทย่อยที่มีการดำเนินกิจการในประเทศไทย เวียดนาม อินเดีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย กัมพูชา ตุรเคีย ลาว จีน เมียนมา อินโดนีเซีย บังกลาเทศ และไต้หวัน และข้อมูลผลการดำเนินงานด้านสังคม (เฉพาะทรัพยากรบุคคล) ครอบคลุมข้อมูลของบริษัทดังรายชื่อในตารางด้านล่างนี้

ธุรกิจ/บริษัท	เศรษฐกิจ	สิ่งแวดล้อม				สังคม	
		พลังงาน	ก๊าซเรือนกระจก	น้ำ	ของเสีย	ความปลอดภัย	บุคคล
1 บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร							
1 บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
2 Agro-Industry And Food Business Group (China)	●	●	●	●	●	●	●
3 Chia Tai Enterprises International Limited	●	●	●	●	●	●	●
4 Myanmar C.P. Livestock Co., Ltd.	●	●	●	●	●	●	○
5 C.P. Bangladesh Co., Ltd.	●	●	●	●	●	●	○
6 Charoen Pokphand Pakistan (Pvt.) Ltd.	●	○	○	○	○	○	○
7 Chia Tai Feedmill Pte. Ltd.	●	○	○	○	○	○	○
8 บริษัท เจียไต๋ จำกัด และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	○
9 บริษัท ซี.พี.อินเตอร์เทรด จำกัด และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
10 บริษัท เจริญโภคภัณฑ์โปรดิ้วส จำกัด และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
11 บริษัท เค.เอส.พี. อุปกรณ์ จำกัด	●	●	●	●	●	●	○
12 บริษัท เกษตรภัณฑ์อุตสาหกรรม จำกัด	●	●	●	●	●	●	○
13 บริษัท เจริญโภคภัณฑ์การเกษตร จำกัด	●	●	●	●	●	●	●
14 บริษัท เจริญโภคภัณฑ์วิศวกรรม จำกัด	●	●	●	●	●	●	●
15 บริษัท เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด	●	●	●	●	●	●	●
16 บริษัท แอ๊ดว้านซ์ฟาร์ม่า จำกัด	●	●	●	●	●	●	○
ธุรกิจค้าปลีก							
1 บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
2 บริษัท ซีพีแอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
3 บริษัท ออลล์ นาว โลจิสติกส์ จำกัด	●	●	●	●	●	●	●
4 บริษัท ซีพี โซเชียลอิมแพคท์ จำกัด	●	○	○	○	○	○	●
5 บริษัท ซีพี ซีดดิ้ง โซเชียลอิมแพคท์ จำกัด	●	○	○	○	○	○	●
6 C.P. Lotus Corporation	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม							
1 บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
2 บริษัท ธนเทเลคอม จำกัด และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจอีคอมเมิร์ซและธุรกิจดิจิทัล							
1 บริษัท แอสเซนด์ กรุ๊ป จำกัด และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
2 บริษัท ฟรีวิลล์ โซลูชั่นส์ จำกัด	●	●	●	●	●	●	●
3 บริษัท อเมช จำกัด	●	○	○	○	○	○	●
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และโครงสร้างพื้นฐาน							
1 บริษัท ซี.พี. แลนด์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
2 บริษัท ซีพี พร็อพเพอร์ตี้ โฮลดิ้ง จำกัด	●	●	●	●	●	●	●
3 บริษัท ซีพี ฟิวเจอร์ ซิตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด	●	○	○	○	○	○	●
4 บริษัท อัลเตอร์วิม จำกัด	●	●	●	○	○	●	○
5 บริษัท เอเชีย เอรา วัน จำกัด	●	○	○	○	○	○	●
6 Shanghai Kinghill Limited	○	●	●	●	●	●	●
7 Chia Tai Land Co., Ltd.	○	●	●	●	○	○	●
8 Chia Tai Di Jing (Shanghai) Investment Management Ltd.							
ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม							
1 บริษัท อีซีไอ กรุ๊ป จำกัด และบริษัทย่อย	●	○	○	○	○	○	●
2 บริษัท ซีพีพีซี จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์							
1 CP BIO	●	●	●	●	●	●	●
2 Sino Biopharmaceutical Limited	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจการเงินและการธนาคาร*							
1 Zheng Xin Bank Company Limited	○	●	●	●	●	●	○
2 Ping An Insurance (Group) Company of China Ltd.							
3 Itochu Corporation							
4 Citic Group Corporation Ltd.							

หมายเหตุ:
- ● หมายถึง ผลการดำเนินงานของบริษัทครอบคลุมอยู่ในรายงานฉบับนี้
- ○ หมายถึง ผลการดำเนินงานของบริษัทไม่ได้ครอบคลุมอยู่ในรายงานฉบับนี้
- * ปัจจุบัน กลุ่มธุรกิจการเงินและการธนาคารไม่ได้อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของเครือเจริญโภคภัณฑ์

GRI Content Index

GRI Content Index (GRI Standards 2021)

Foundation 2021

Statement of Use	Charoen Pokphand Group has reported in accordance with the GRI Standards for the period between 1 January 2025 to 31 December 2025
GRI 1 Used	GRI 1: Foundation 2021
Applicable GRI Sector Standard(s)	GRI 13: Agriculture, Aquaculture and Fishing Sectors 2022

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Reference Location	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
General Disclosure 2021									
The Organization and its Reporting Practices									
GRI 2	2-1 Organizational details	page 24-25 C.P. Group website: Our Business						S1 20	
GRI 2	2-2 Entities included in the organization's sustainability reporting	page 258-259						S1 20	
GRI 2	2-3 Reporting period, frequency and contact point	page 34-35						S1 64-69	
GRI 2	2-4 Restatement of information	Sustainability Performance Report 2025					G4	S1 70	
GRI 2	2-5 External assurance	page 276-277 (External Assurance)					G13	S1 72-73	
Activities and Workers									
GRI 2	2-6 Activities, value chain and other business relationships	page 26-29 C.P. Group website: Overview						S1 31-32	
GRI 2	2-7 Employees	page 88-89 Sustainability Performance Report 2025						S1 31-32	
GRI 2	2-8 Workers who are not employees	Sustainability Performance Report 2025	a, b, c	Information unavailable / incomplete	Data is not available due to the collection system is under development. This data will be reported in the next 1-2 years.			S1 31-32	

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Reference Location	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
General Disclosure 2021									
Governance									
GRI 2	2-9 Governance structure and composition	page 38-39 C.P. Group website: Sustainability Governance					G5, G11	S1 25-28	
GRI 2	2-10 Nomination and selection of the highest governance body	page 66-67							
GRI 2	2-11 Chair of the highest governance body	page 38-39, 66-67 C.P. Group website: Sustainability Governance						S1 25-28	
GRI 2	2-12 Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	page 50-53					G1, G7	S1 25-28	
GRI 2	2-13 Delegation of responsibility for managing impacts	page 50-53					G5	S1 25-28	
GRI 2	2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting	page 34-35, 38-39, 50-53					G1	S1 25-28	
GRI 2	2-15 Conflicts of interest	page 78-79 C.P. Group website: Corporate Governance						S1 25-28	
GRI 2	2-16 Communication of critical concerns	page 78-79 C.P. Group website: Corporate Governance						S1 25-28	
GRI 2	2-17 Collective knowledge of the highest governance body	page 66-67 C.P. Group website: Corporate Governance						S1 25-28	
GRI 2	2-18 Evaluation of the performance of the highest governance body	page 66-67						S1 25-28	
GRI 2	2-19 Remuneration policies		a, b	Confidentiality constraints	The information is internally confidential information		G10	S1 25-28	
GRI 2	2-20 Process to determine remuneration		a, b	Confidentiality constraints	The information is internally confidential information			S1 25-28	
GRI 2	2-21 Annual total compensation ratio	Sustainability Performance Report 2025	a, b, c	Confidentiality constraints	The information is internally confidential information			S1 25-28	

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Reference Location	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
General Disclosure 2021									
Strategies, Policies and Practices									
GRI 2	2-22 Statement on sustainable development strategy	page 54-55					G1	S1 27–28	
GRI 2	2-23 Policy commitments	Codes of Conduct Human Rights and Labor Practices Policy and Guidelines					G2, G3, G7, G7.1, HR2, L1.1, E1.1	S1 27–28	
GRI 2	2-24 Embedding policy commitments	C.P. Group has several policies in place to ensure strict compliance to our Codes, vision and strategy, as well as applicable laws and regulations. Each management level has responsibility in the policy development, implementation, and monitoring. Beside overseeing the adoption of policies, every level of employee is provided with trainings to confirm clear understanding of each policy, and ability to execute everyday activity in accordance with statement set forth within policies.						S1 27–28	☑
GRI 2	2-25 Processes to remediate negative impacts	page 84-85 C.P. Group website: Corporate Governance Human Rights and Labor Practices						S1 27–28	☑
GRI 2	2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	page 78-79 C.P. Group website: Report a Concern Whistleblowing Policy and Guidelines					G8, G8.1	S1 27–28	☑
GRI 2	2-27 Compliance with laws and regulations	page 76-77 C.P. Group website: Corporate Governance						S1 27–28	
GRI 2	2-28 Membership associations	page 48-49 C.P. Group website: Collaboration for Sustainable Development						S1 27–28	
Stakeholder Engagement									
GRI 2	2-29 Approach to stakeholder engagement	Stakeholder Engagement Report 2025						S1 27–28	
GRI 2	2-30 Collective bargaining agreements	Sustainability Performance Report 2025					L1.2	S1 27–28	

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Reference Location	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Materiality Topics 2021									
GRI 3	3-1 Process to determine material topic	page 50-53 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025					G7, G7.1, HR3, L2, L3	S1 17-19	
GRI 3	3-2 List of material topics	page 52-53 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025					HR1, E12	S1 17-19	
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 50-53 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025					G7, G9, HR2, HR2.1, HR3, HR4, HR5, HR6, HR7, HR8, L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12, E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, AC1, AC4, AC6, AC7, AC8	S1 45-46	
Biodiversity 2024									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 226-239 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025				13.3.1 13.4.1 13.23.1		S1 45–46	
GRI 101	101-1 Policies to halt and reverse biodiversity loss	Ecosystem Protection Policy							
GRI 101	101-2 Management of biodiversity impacts	page 232-235 Climate & Nature Resilience Report (IFRS S2 & TNFD Report 2025)				13.3.3	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	S1 45–46	
GRI 101	101-3 Access and benefit-sharing	page 232-235 Climate & Nature Resilience Report (IFRS S2 & TNFD Report 2025)				13.3.3	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	S1 45–46	
GRI 101	101-4 Identification of biodiversity impacts	page 232-235 Climate & Nature Resilience Report (IFRS S2 & TNFD Report 2025)				13.3.3	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	S1 45–46	
GRI 101	101-5 Locations with biodiversity impacts	page 232-235 Climate & Nature Resilience Report (IFRS S2 & TNFD Report 2025)				13.3.3	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	S1 45–46	

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Reference Location	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Biodiversity 2024									
GRI 101	101-6 Direct drivers of biodiversity loss	page 232-235 Climate & Nature Resilience Report (IFRS S2 & TNFD Report 2025)				13.3.3	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	S1 45–46	
GRI 101	101-7 Changes to the state of biodiversity	page 232-235 Climate & Nature Resilience Report (IFRS S2 & TNFD Report 2025)				13.3.3	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	S1 45–46	
GRI 101	101-8 Ecosystem services	page 230-239 Climate & Nature Resilience Report (IFRS S2 & TNFD Report 2025)				13.3.3	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	S1 45–46	
Economic Performance 2016									
GRI 201	201-1 Direct economic value generated and distributed	page 24-25				13.2.1 13.22.1 13.22.2			
GRI 201	201-2 Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	Climate & Nature Resilience Report (IFRS S2 & TNFD Report 2025)				13.2.2	E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E9	S2 14–15	
GRI 201	201-3 Defined benefit plan obligations and other retirement plan		a, b, c, d, e	Information unavailable / incomplete	This information is internally confidential				
GRI 201	201-4 Financial assistance received from government		a, b, c	Not applicable	C.P. Group does not receive any financial assistance from government				
Indirect Economic Impacts 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 136-139 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025				13.22.1		S1 45–46	
GRI 203	203-1 Infrastructure investments and service supported	page 136-145				13.22.3			
GRI 203	203-2 Significant indirect economic impacts	page 136-145				13.22.4		S1 45–46	
Procurement Practice 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 240-241, 244-245 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025						S1 45-46	
GRI 204	204-1 Proportion of spending on local supplier	page 242-243							

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Reference Location	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Anti-corruption 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 64-73 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025				13.26.1		S1 45-46	
GRI 205	205-1 Total number and percentage of operations assessed for risks related to corruption	page 70-71				13.26.2	G6, AC1, AC4, AC6, AC7, AC8	S1 45-46	
GRI 205	205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures	page 70-71 Sustainability Performance Report 2025				13.26.3	AC1, AC3, AC4, AC6, AC7, AC8	S1 45-46	
GRI 205	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	page 78-79 C.P. Group website: Corporate Governance				13.26.4	AC1, AC4, AC5, AC6, AC7, AC8	S1 45-46	
Anti-competitive Behavior 2016									
GRI 206	206-1 Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices	page 78-79				13.25.1 13.25.2		S1 45-46	
Materials 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 202-205 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025						S1 45-46	
GRI 301	301-1 Materials used by weight or volume	page 212-213 Sustainability Performance Report 2025	Data on materials that are used to produce is excluded	Information Unavailable	See remark 1 on this page			S1 45-46	☑ Packaging
GRI 301	301-2 Recycled input materials used	page 212-213 Sustainability Performance Report 2025	Data on the used of recycled materials is excluded	Information Unavailable	See remark 1 on this page			S1 45-46	
GRI 301	301-3 Reclaimed products and their packaging materials	page 212-213 Sustainability Performance Report 2025	a, b	Information Unavailable	See remark 1 on this page			S1 45-46	
Energy 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 180-185 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025						S1 45-46	

Remark:
1 C.P. Group reports only data on materials used for packaging. Data for other materials are excluded due to the collection system is under development. This data will be reported in the next 3-5 years.

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Reference Location	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Energy 2016									
GRI 302	302-1 Energy consumption within the organization	page 190-191 Sustainability Performance Report 2025					E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E10, E11	S2 29	☑
GRI 302	302-2 Energy consumption outside the organization	page 190-191 Sustainability Performance Report 2025	a, b, c	Information unavailable/ incomplete	See remark 2 on this page		E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	S2 29	
GRI 302	302-3 Energy intensity	page 190-191 Sustainability Performance Report 2025					E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	S2 29	
GRI 302	302-4 Reduction of energy consumption	page 190-191 Sustainability Performance Report 2025					E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	S2 29	
GRI 302	302-5 Reductions in energy requirement of products and services	page 190-191 Sustainability Performance Report 2025	a, b, c	Information unavailable/ incomplete	See remark 3 on this page		E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	S2 29	
Water and Effluents 2018									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 214-217 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025				13.7.1		S1 45-46	
GRI 303	303-1 Interactions with water as a shared resource	page 216-217, 220-225				13.7.2	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	S1 45-46	
GRI 303	303-2 Management of water discharge-related impacts	page 216-217, 220-225				13.7.3	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	S1 45-46	
GRI 303	303-3 Water withdrawal	page 218-219 Sustainability Performance Report 2025				13.7.4	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E13	S1 45-46	☑
GRI 303	303-4 Water discharge	page 218-219 Sustainability Performance Report 2025	303-4-d-iii	Information unavailable	See remark 4 on this page	13.7.5	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	S1 45-46	☑
GRI 303	303-5 Water consumption	page 218-219 Sustainability Performance Report 2025				13.7.6	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E13	S1 45-46	☑

Remark:

2 Information on energy consumption outside the organization is currently unavailable, due to the data collection system is under development. This data will be reported in the next 3-5 years.

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

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

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Reference Location	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Emissions 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 180-185 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025				13.1.1		S1 45-46	
GRI 305	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	page 186-187 Sustainability Performance Report 2025	b	Information Unavailable	See remark 5 on this page	13.1.2	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E6	S2 29-31	☑
GRI 305	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	page 186-187 Sustainability Performance Report 2025				13.1.3	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E6	S2 29-31	☑
GRI 305	305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions	page 188-189 Sustainability Performance Report 2025				13.1.4	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E7, E7.1	S2 29-31	☑
GRI 305	305-4 GHG emissions intensity	page 186-187 Sustainability Performance Report 2025				13.1.5	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	S2 29-31	
GRI 305	305-5 Reduction of GHG emissions	page 186-189 Sustainability Performance Report 2025				13.1.6	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	S2 29-31	
GRI 305	305-6 Emissions of ozone-depleting substances (ODS)		a, b, c, d	Information Unavailable	See remark 6 on this page	13.1.7	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	S1 45-46	
GRI 305	305-7 Nitrogen oxides (NOx), Sulfur oxides (SOx), and other significant air emissions	Sustainability Performance Report 2025	NOx, SOx, POP, HAP, and PM	Information Unavailable	See remark 7 on this page	13.1.8	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E18	S1 45-46	☑ (VOCs)
Waste 2020									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 202-205 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025				13.8.1 13.9.1		S1 45-46	
GRI 306	306-1 Waste generation and significant waste-related impacts	page 206-207				13.8.2	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	S1 45-46	

Remark:

5 C.P. Group's GHG emission data cover only CO_2, CH_4, SF_6, N_2O, refrigerant leak, flaring, fire extinguishing agents, CH_4 from wastewater treatment, and landfill waste within operating areas of business groups of C.P. Group. The reporting data excluded GHG emissions from septic tank and industrial welding. This calculation excludes all kinds of fugitives and leaks, as well as combustion at flare stacks originating from CPF. C.P. Group's will integrate this requirements into data collection system and will report the data in the next 3-5 years.

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

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

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Reference Location	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Waste 2020									
GRI 306	306-2 Management of significant waste-related impacts	page 208-213				13.8.3	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5	S1 45-46	
GRI 306	306-3 Waste generated	page 206-207 Sustainability Performance Report 2025	Electronic waste from Ascend group Waste data from ALLNOW Group only included data from ALLNOW Complex	Information unavailable	See remark 8 on this page	13.8.4	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E19	S1 45-46	☑
GRI 306	306-4 Waste diverted from disposal	page 206-207, 212-213 Sustainability Performance Report 2025	d	Information Unavailable	See remark 9 on this page	13.8.5 13.9.2	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E20	S1 45-46	☑
GRI 306	306-5 Waste directed to disposal	page 206-207 Sustainability Performance Report 2025	d	Information Unavailable	See remark 10 on this page	13.8.6	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E20	S1 45-46	☑
Supplier Environmental Assessment 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 240-241, 244-245 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025						S1 45-46	
GRI 308	308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria	page 242-243 Sustainability Performance Report 2025						S1 45-46	☑
GRI 308	308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	page 242-243 Sustainability Performance Report 2025						S1 45-46	
Employment 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 80-81, 86-89 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025				13.20.1		S1 45-46	
GRI 401	401-1 New employee hires and employee turnover	page 108-109 Sustainability Performance Report 2025	a, b	Information Unavailable	See remark 11 on this page			S1 45-46	

Remark:
8 Data is not available due to the collection system is under development. Data will be reported in the next 1-2 years.
9 Data is not categorized into onsite and offsite. The categorization will be integrated into the data collection system. Data will be reported in the next 1-2 years.
10 Data is not categorized into onsite and offsite. The categorization will be integrated into the data collection system. Data will be reported in the next 1-2 years.
11 Data is not available due to the collection system is under development. Data will be reported in the next 1-2 years.

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Reference Location	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Employment 2016									
GRI 401	401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	page 86-89 C.P. Group website: Human Rights and Labor Practices						S1 45-46	
GRI 401	401-3 Parental leave	Sustainability Performance Report 2025						S1 45-46	
Labor/Management Relations 2016									
GRI 402	402-1 Minimum notice periods regarding operational changes	At C.P. Group, minimum notice periods regarding operational changes is 30 days in advance.				13.15.5		S1 43-44	
Occupational Health and Safety 2018									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 90-91 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025				13.19.1		S1 45-46	
GRI 403	403-1 Occupational Health and Safety Management System	page 90-91				13.19.2	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L13	S1 43-44	
GRI 403	403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	page 90-91				13.19.3	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12	S1 43-44	
GRI 403	403-3 Occupational health services	page 90-91	a	Information Unavailable	See remark 12 on this page	13.19.4	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12	S1 43-44	
GRI 403	403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	C.P. Group highly values workers engagement, even the amid of COVID-19 pandemic. C.P. Group communicates with worker regarding occupational health and safety on regular basis to ensure that highest occupational health and safety standards are uphold. In case of uncertainty, C.P. Group has consultation channels for workers to file questions.				13.19.5	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12	S1 43-44	
GRI 403	403-5 Worker training on occupational health and safety	page 90-95 C.P. Group website: Human Rights and Labor Practices				13.19.6	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12	S1 43-44	

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

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Reference Location	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Occupational Health and Safety 2018									
GRI 403	403-6 Promotion of worker health		a, b	Information Unavailable	See remark 13 on this page	13.19.7	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12	S1 43-44	
GRI 403	403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	page 90-95				13.19.8	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12	S1 43-44	
GRI 403	403-8 Workers covered by an occupational health and safety management system		a, b, c	Not applicable	See remark 13 on this page	13.19.9	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12	S1 43-44	
GRI 403	403-9 Work-related injuries	page 92-93 Sustainability Performance Report 2025	The number and hour worked of small distributors are excluded	Information Unavailable	See remark 14 on this page	13.19.10	L1, L2, L3, L4, L5, L9, L10, L11, L12	S1 45-46	☑
GRI 403	403-10 Work-related ill health	Sustainability Performance Report 2025				13.19.11	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12	S1 45-46	☑
Training and Education 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 104-107 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025						S1 45-46	
GRI 404	404-1 Average hours of training per year per employee	page 104-105, 112-113 Sustainability Performance Report 2025						S1 45-46	
GRI 404	404-2 Program for upgrading employee skills and transition assistance	page 106-113 Sustainability Performance Report 2025						S1 45-46	
GRI 404	404-3 Percentage of employees receiving regulation performance and career development reviews	page 88-89 Sustainability Performance Report 2025						S1 45-46	
Diversity and Equal Opportunity 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 88-89 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025				13.15.1		S1 45-46	
Diversity and Equal Opportunity 2016									
GRI 405	405-1 Diversity of governance bodies and employees	C.P. Group's Board of Director consists of 11 members, of which 10 members are non-independent directors, and 1 is executive directors. A total of 100% of members are male. However, C.P. Group does not discriminate from having female director, and this has been stated in CG Policy, which is internal document.				13.15.2	G11	S1 25-28	
GRI 405	405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men	Sustainability Performance Report 202	a, b	Confidentiality constraints	The information is internally confidential information	13.15.3	L8	S1 45-46	
Non-discrimination 2016									
GRI 406	406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken	C.P. Group website: Corporate Governance				13.15.4 13.18.1	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		
Freedom of Association and Collective Bargaining 2016									
GRI 407	407-1 Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk	As stated in C.P. Group's Code of Conduct, human Rights and Labor Practices Policy and Guidelines, and Supplier Code of Conduct, employees, suppliers and contractors have the rights to freely exercise their rights and participate in any collective bargaining in accordance with legal procedures in the applicable jurisdiction.				13.18.2	L1, L2, L3, L4, L5, L12, L13		
Child Labor 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 82-85 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025				13.17.1		S1 45-46	
GRI 408	408-1 Operations and suppliers at significant risk for incident of child labor	page 84-85				13.17.2	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		

Remark:

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

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

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Reference Location	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Forces or Compulsory Labor 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 82-85 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025				13.16.1		S1 45-46	
GRI 409	409-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	page 84-85				13.16.2	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		
Security Practices 2016									
GRI 410	410-1 Security personnel trained in human rights policies or procedures		a, b	Not applicable	See remark 15 on this page				
Rights of Indigenous Peoples 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 82-85 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025				13.14.1		S1 45-46	
GRI 411	411-1 Incidents of violations involving rights of indigenous people	page 84-85				13.14.2			
Local Communities 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 136-145 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025				13.12.1		S1 45-46	
GRI 413	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	page 138-147				13.12.2		S1 45-46	
GRI 413	413-2 Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	page 138-147				13.12.3		S1 45-46	
Supplier Social Assessment 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 240-241 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025						S1 45-46	
GRI 414	414-1 New suppliers that were screened using social criteria	page 242-243 Sustainability Performance Report 2025							
GRI 414	414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken	page 242-243 Sustainability Performance Report 2025							

Remark:

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

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Reference Location	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Public Policy 2016									
GRI 415	415-1 Political contributions	page 48-49 C.P. Group website: Stakeholder Engagement				13.24.1 13.24.2			
Customer Health and Safety 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 126-135 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025				13.10.1 13.11.1		S1 45-46	
GRI 416	416-1 Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	page 126-135				13.10.2 13.10.4			
GRI 416	416-2 Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services	C.P. Group website: Health and Well-being				13.10.3 13.10.5			
Marketing and Labelling 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 126-135 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025						S1 45-46	
GRI 417	417-1 Requirements for product and service information and labeling	page 134-135							
GRI 417	417-2 Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling	page 78-79 C.P. Group website: Corporate Governance							
GRI 417	417-3 Incidents of non-compliance concerning marketing communications	page 78-79 C.P. Group website: Corporate Governance							
Customer Privacy 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 116-119 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2025						S1 45-46	
GRI 418	418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	page 116-117 C.P. Group website: Corporate Governance Cybersecurity and Data Protection							

Topics in the applicable GRI Sector Standards determined as not material

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

การรับรองจากหน่วยงานภายนอก

ASSURANCE STATEMENT

SGS (THAILAND) LIMITED'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE CHAROEN POKPHAND GROUP'S SUSTAINABILITY REPORT 2025

NATURE OF THE ASSURANCE/VERIFICATION

SGS (Thailand) Limited ("SGS") was commissioned by Charoen Pokphand Group ("CPG") to conduct an independent assurance engagement on the sustainability information disclosed in the Sustainability Report 2025 (the "Report"), for the year ended 31 December 2025.

INTENDED USERS OF THIS ASSURANCE STATEMENT

This Assurance Statement is provided to CPG and its stakeholders in connection with the sustainability information disclosed in the Report.

RESPONSIBILITIES

The information in the Report and its presentation are the responsibility of the directors, governing body, and management of CPG. SGS has not been involved in the preparation of any of the material included in the Report.

Our responsibility is to express an independent assurance conclusion on the specified sustainability information within the defined scope of this engagement, based on the procedures performed and the evidence obtained in accordance with the applicable assurance standards.

ASSURANCE STANDARDS, TYPE AND LEVEL OF ASSURANCE

This assurance engagement has been conducted in accordance with ISAE 3000 (Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information) and ISAE 3410 (Assurance Engagements on Greenhouse Gas Statements). The assurance has been performed at a Limited level of assurance.

SCOPE OF ASSURANCE AND REPORTING CRITERIA

The scope of this assurance engagement included an evaluation of the reliability and completeness of the specified sustainability performance information within the defined scope, and an assessment of CPG's adherence to the reporting criteria disclosed in the Report, including the GRI Standards 2021 ("In Accordance with" option), relevant provisions of GRI Sector Standard 13 (Agriculture, Aquaculture and Fishing Sectors), and the GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard (for GHG emissions data reported under GRI 305-1, 305-2, and 305-3).

SPECIFIED PERFORMANCE INFORMATION AND DISCLOSURES INCLUDED IN SCOPE

The specified performance information subject to assurance relates to the reporting period ended 31 December 2025 and includes selected sustainability disclosures presented in the Report, prepared in accordance with the GRI Standards 2021. The specified sustainability performance indicators within the scope of assurance are presented below:

Reporting Category	GRI Standard / Disclosure Reference
Environmental Dimension	GRI 301-1 Materials used by weight or volume (plastic packaging)
	GRI 301-2 Recycled input materials used (plastic packaging)
	GRI 302-1 Energy consumption within the organization
	GRI 303-3 Water withdrawal
	GRI 303-4 Water discharge
	GRI 303-5 Water consumption
	GRI 305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions
	GRI 305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions
	GRI 305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions
	GRI 305-7 Significant air emissions (VOC only)
	GRI 306-3 Waste generated
	GRI 306-4 Waste diverted from disposal
	GRI 306-5 Waste directed to disposal
	GRI 308-1 New suppliers screened using environmental criteria
	GRI 308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken
	Food loss and food waste (GRI Sector Standard 13.9)
Social Dimension	GRI 403-9 Work-related injuries
	GRI 403-10 Work-related ill health
	GRI 414-1 New suppliers screened using social criteria
	GRI 414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken
	GRI Sector Standard 13.23 Supply chain traceability
	3 selected SROI (Social Return on Investment) projects
Governance and Economic Dimension	GRI 2-24 Embedding policy commitments
	GRI 2-25 Processes to remediate negative impacts
	GRI 2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns
	Enterprise Risk Management (ERM)

ASSURANCE METHODOLOGY

This assurance engagement was conducted in accordance with ISAE 3000 and ISAE 3410, using a risk-based approach and professional judgement to obtain sufficient and appropriate evidence to support a Limited assurance conclusion. The nature and extent of the procedures performed were determined based on our assessment of the risks of material misstatement of the specified information. The procedures performed included:

- Evaluating the design and implementation of sustainability data governance, management systems, and internal controls relevant to the specified information;
- Selecting operational sites on a risk and materiality-based sample basis, covering all business groups, and conducting verification across 16 operational sites and 3 SROI projects spanning 8 business groups and 4 countries (Thailand, Bangladesh, Myanmar, and China). Site-level verification was conducted across the following 16 operational sites and 3 SROI projects (19 verification units in total):
  - C.P. Bangladesh Co., Ltd. (Dhaka Feed Mill)
  - Altervim Co., Ltd.
  - K.S.P. Equipment Co., Ltd. (Wangnoi)
  - True Internet Data Center Co., Ltd.
  - CTT SEED CO., LTD

- C.P. LAND Public Company Limited (CP Tower 1, Silom)
- Myanmar C.P. Livestock Co., Ltd. (Mandalay Feed Mill)
- Advance Pharma Co., Ltd.
- ALLNOW Group
- Ascend Money Co., Ltd.
- C.P. Packaging Industry Co., Ltd. (CPK Bang Phli)
- Charoen Pokphand Produce Co., Ltd. (Seed Processing Plant 19)
- Perfect Companion Group Co., Ltd. Dry Pet Food Manufacturing Bangsaothong
- C.P. Layer & Egg (Beijing) Co., Ltd.
- Beijing Zhengda Dihao Property Management Co., Ltd.
- Shanxi Chia Tai Food Co., Ltd.
- SROI Projects Verified: Buffalo Modern Farm project, CP Scholarship Program and Foster Family in Cultural Communities project;

- Conducting on-site verification in Thailand and China, and remote (online) verification of overseas operations in Bangladesh and Myanmar conducted directly by the SGS Thailand assurance team, with on-site verification of China operations conducted by SGS China local auditors to support accurate interpretation of local language and regulatory context;
- Performing risk-based analytical procedures and limited substantive testing, including sample-based verification, reconciliation to supporting documentation, and recalculation of selected performance indicators;
- Conducting interviews with management and responsible personnel across relevant functions and business groups to assess data collection processes, internal controls, and governance oversight;
- Reviewing supporting documentation and underlying source data on a sample basis to assess accuracy, completeness, and consistency of the reported information; and
- Evaluating the processes for determining material topics in alignment with CPG's reporting criteria.

In a limited assurance engagement, the procedures performed vary in nature and timing from, and are less in extent than for, a reasonable assurance engagement. 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.

LIMITATIONS AND MITIGATION

This assurance engagement was limited to the specified sustainability information identified within the agreed scope of work. Disclosures outside that scope, including non-material topics, were not subject to assurance procedures. Financial information derived from independently audited financial statements also falls outside the scope of this assurance engagement and has not been independently verified.

At one overseas reporting location, information regarding the final treatment and disposal methods for waste transferred to a local government authority was not available to the organization, as responsibility for the final management of such waste rests with the authority. Consequently, no assurance conclusion has been provided for this specific information, which is clearly identified in the Report.

STATEMENT OF INDEPENDENCE AND COMPETENCE

The SGS Group of companies is the world leader in inspection, testing and verification, operating in more than 140 countries and providing services including management systems and service certification; quality, environmental, social and ethical auditing and training; and environmental, social and sustainability report assurance. SGS affirms its independence from CPG, being free from bias and conflicts of interest with the organization, its subsidiaries, and stakeholders, and confirms that no relationships, interests, or circumstances have been identified that could reasonably be regarded as impairing our independence or compromising the objectivity of this assurance engagement.

The assurance team was assembled based on the competencies required for this engagement and collectively possesses the appropriate professional qualifications, technical expertise, and relevant experience in sustainability reporting and assurance, including demonstrated experience in the application of the GRI Standards and ISAE 3000 (Revised), as well as expertise in ESG performance measurement, internal control evaluation, and data verification.

ASSURANCE/VERIFICATION OPINION

Based on the procedures performed and evidence obtained, nothing has come to our attention that causes us to believe that the specified sustainability information included within the scope of assurance is not prepared, in all material respects, in accordance with the reporting criteria.

QUALITY AND RELIABILITY OF SPECIFIED PERFORMANCE INFORMATION

CPG demonstrates a well-established sustainability data management framework, supported by effective corporate governance and consistent policy deployment across its business groups and international operations. Operating sites generally maintain systematic data collection and documentation practices that support traceability to primary source records, and site personnel were responsive and cooperative throughout the assurance engagement.

Opportunities for improvement identified during the engagement primarily relate to:

- Strengthening internal controls over data consolidation from operating sites to corporate reporting;
- Enhancing consistency in waste classification and reporting boundary definitions across operating entities;
- Improving the completeness of reporting for selected GHG emission sources; and
- Strengthening underlying documentation and assumption-based methodologies supporting Social Return on Investment (SROI) evaluations.

These findings represent opportunities to further strengthen the robustness and consistency of sustainability reporting rather than indicating systemic weaknesses in the existing management framework.

Continued enhancement of data consolidation, review, and validation processes between operating sites and corporate reporting would further improve the reliability and consistency of future sustainability disclosures.

Signed:
For and on behalf of SGS (Thailand) Limited



Montree Tangtermsirikul
General Manager
238 TRR Tower, 19th-21st Floor, Naradhiwas Rajanagarindra Road, Chong Nonsi, Yannawa, Bangkok 10120, Thailand
23 July 2026
WWW.SGS.COM



บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด

อาคารทรู ทาวเวอร์ 18 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

โทรศัพท์: +66(0)-2766-8000

อีเมล: cpg-sd@cp.co.th

เว็บไซต์: www.cpgroupglobal.com