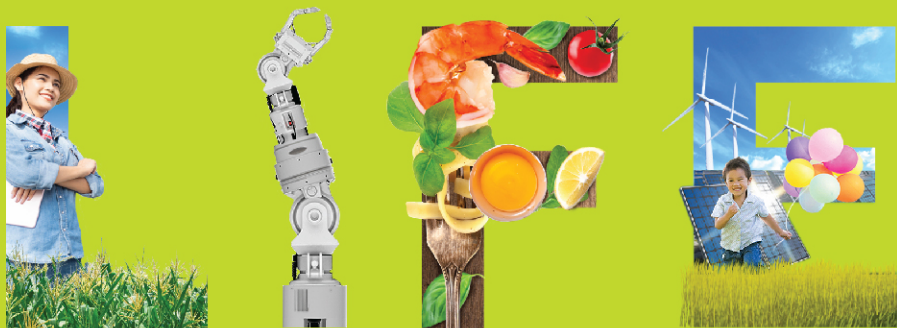


FORCE FOR A SUSTAINABLE



เครือเจริญโภคภัณฑ์ รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2561





ทรงพระเจริญ

เนื่องในโอกาสพระราชพิธีบรมราชาภิเษก พุทธศักราช ๒๕๖๒



ด้วยเกล้าด้วยกระหม่อม ขอเดชะ
ข้าพระพุทธเจ้า บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด และบริษัทในเครือ

เครือเจริญโภคภัณฑ์
รายงานความยั่งยืน ประจำปี
2561



คำนึงถึงประโยชน์ต่อประเทศชาติ ประโยชน์ต่อประชาชน
และสุดท้ายจึงเป็นประโยชน์ต่อบริษัท คือหลัก **‘ปรัชญา 3
ประโยชน์’** ที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ ยึดถือเป็นคุณธรรม
และหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจมาเกือบ 1 ศตวรรษ

โดยหลักปรัชญาดังกล่าวได้ถูกพัฒนา
และหล่อหลอมขึ้นจากรากฐานของ
ความเชื่อ และเห็นคุณค่าของ
‘ความกตัญญู’

แนวคิดหลักในปีนี้สะท้อนออกมาในบริบทของ ‘การพัฒนาชุมชน’
ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิต สุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดี ผ่านหัวข้อต่อไปนี้



การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ดูแลกระบวนการผลิต
สินค้าเกษตรและอาหารให้โปร่งใสตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ



การเกษตรกรรม ร่วมพัฒนาและสร้างสรรค์
อาชีพเกษตรกรให้มั่นคงและมีเกียรติ



การศึกษา ส่งเสริมและสร้างสังคม
แห่งการเรียนรู้ให้ทั่วถึงทั่วประเทศ



ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม มุ่งสร้างอาชีพ
ลดความยากจน และสร้างสังคมคุณภาพอย่างยั่งยืน

TABLE OF CONTENTS

สารบัญ



เลขหน้า

	ส่วนที่ 1
	บทนำ
	สารจากผู้นำเครือข่ายเครือเจริญโภคภัณฑ์
8	สารจากประธานอาวุโส
10	สารจากประธานกรรมการ
12	สารจากประธานคณะผู้บริหาร

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2561

14	สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2561
16	การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน
18	รางวัลและความภาคภูมิใจ
20	โครงการซีพีเพื่อความยั่งยืน

รู้จักเครือเจริญโภคภัณฑ์

24	ฐานธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์
26	ธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์
42	ค่านิยมองค์กร 6 ประการ
44	ระบบการบริหาร ซีพี ใส่ความเป็นเลิศ

ส่วนที่ 2

การจัดการด้านความยั่งยืน

46	ยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน
48	ความก้าวหน้าการดำเนินงานสู่เป้าหมายความยั่งยืน ปี 2563
54	การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน

การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

56	การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน
58	ประเด็นที่มีนัยสำคัญ และประเด็นที่เกี่ยวข้องในระดับสายธุรกิจ
60	ช่องทางการสื่อสารด้านความยั่งยืน
62	เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

คำแนะนำสำหรับผู้อ่าน

รายงานความยั่งยืน เครือเจริญโภคภัณฑ์ ประจำปี 2561 จัดทำขึ้นในรูปแบบไฟล์ Interactive PDF ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้งานมากขึ้น

เมื่อท่านเลือกหัวข้อต่างๆ ในสารบัญ ท่านจะสามารถข้ามไปยังหัวข้อนั้นได้ทันที และท่านยังสามารถเลือกที่ไอคอนด้านบนหรือที่แถบแสดงส่วนต่างๆ ของรายงานทางด้านขวาของทุกหน้า เพื่อไปยังหน้าหรือส่วนต่างๆ ที่ท่านต้องการได้ทันทีเช่นกัน

เลขหน้า

ส่วนที่ 3

HEART Living Right

64	การกำกับดูแลกิจการ
66	สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน
78	การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล
92	การศึกษา
106	

ส่วนที่ 4

HEALTH Living Well

122	คุณค่าทางสังคม
124	สุขภาพและสุขภาวะที่ดี
154	การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย
176	การบริหารจัดการนวัตกรรม
188	

ส่วนที่ 5

HOME Living Together

204	การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
206	การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ
234	การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ
246	การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ
266	

ส่วนที่ 6

ภาคผนวก

280	บริษัทที่อยู่ในขอบเขตการรายงานความยั่งยืน เครือเจริญโภคภัณฑ์
282	ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน
284	การเปิดเผยข้อมูลตามดัชนีชี้วัด GRI
290	การเปิดเผยข้อมูลตามการรายงานความก้าวหน้าของการปฏิบัติตามหลักสากลของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ
296	การเปิดเผยข้อมูลตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ
297	การรับรองจากหน่วยงานภายนอก
298	

การทำงานของไอคอน

- ← **หน้าก่อนหน้า** เป็นไอคอนที่ท่านสามารถเลือกเพื่อไปยังหน้าก่อนหน้าที่ท่านกำลังอ่านอยู่
- 🏠 **หน้าหลัก (สารบัญ)** เป็นไอคอนที่ท่านสามารถเลือกเพื่อกลับไปยังหน้าสารบัญได้ทันที
- **หน้าถัดไป** เป็นไอคอนที่ท่านสามารถเลือกเพื่อไปยังหน้าถัดไปที่ท่านกำลังอ่านอยู่

Message from THE SENIOR CHAIRMAN

สารจากประธานอาวุโส

เรามุ่งมั่น ‘พัฒนาผู้นำ’ และ
สร้างคนรุ่นใหม่ ที่จะเป็พลวั
ขับเคลื่อนประเทศไทยและ
องค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน



ปี พุทธศักราช 2562 นี้ เป็นปีแห่งความพลอยที่พลกนิกรปวงชนชาวไทยต่างปลื้มปิตยีนดีที่ได้มี พระราชพิธี
บรมราชาภิเษก พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณมหิศรภูมิพลราชวรางกูร
กิติสิริสมบูรณอดุลยเดช สยามินทราธิเบศรราชวโรดม บรมนาถบพิตร พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 10
แห่งราชวงศ์จักรี อันถือเป็นพระราชพิธีครั้งประวัติศาสตร์ชาติไทยที่จะประทับอยู่ในความทรงจำของพลกนิกร
ชาวไทยทั่วประเทศ

ข้าพเจ้าในฐานะประธานกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์
จำกัด ขอพระราชทานพระบรมราชวโรกาสน้อมเกล้าน้อมกระหม่อม ถวาย
พระพรชัยมงคลด้วยความสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณล้นเกล้าล้น
กระหม่อม ขอพระองค์ทรงพระเจริญ มีพระเกียรติคุณเพิ่มพูนแผไพศาล
เป็นพระมิ่งขวัญของพลกนิกรตลอดไป ด้วยเกล้าด้วยกระหม่อม ขอเดชะ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ ดำเนินธุรกิจภายใต้ร่มพระบารมีของพระมหากษัตริย์
แห่งราชวงศ์จักรีด้วยความร่มเย็นมาตลอด 5 รัชสมัย รวมเวลา 99 ปี
โดยมีเจตนารมณ์อย่างแน่วแน่ว่าจะดำเนินธุรกิจด้วยหลักคุณธรรม ความ
ซื่อสัตย์กตัญญู มีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ผู้บริโภค ชุมชน สังคม
และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนได้น้อมนำเอาหลักเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาท
สมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราชบรมนาถบพิตร รัชกาลที่ 9 ที่เคย
พระราชทานไว้ให้แก่ปวงชนชาวไทย มาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ
ของเครือเจริญโภคภัณฑ์มาโดยตลอด ซึ่งส่วร่วตละในปริญญาศรีษรฐกิจ
พอเพียงนี้ได้สะท้อนให้เห็นถึงพระอัจฉริยภาพ อีกทั้งยังเป็นศาสตร์ที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลกแล้วว่า สามารถนำมาใช้เพื่อการพัฒนาไปสู่ความ
ยั่งยืนได้อย่างแท้จริง โดยที่พระราชปณิธานและโครงการอันเนื่องมาจาก
พระราชดำริที่เป็นประโยชน์ของสมเด็จพระชนกนาถนี้ จะถูกถ่ายทอด
สืบต่อมายังพระมหากษัตริย์ที่ทรงห่วงใยประชาชนดุเดียวกัน ดังเช่นที่
พระบาทสมเด็จพระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 10 ได้ทรงมีพระปฐม
บรมราชโองการ เนื่องในโอกาสพิธีบรมราชาภิเษก เมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม
2562 ความว่า “เราจะสืบสาน รักษา และต่อยอด และครองแผ่นดิน
โดยธรรม เพื่อประโยชน์สุขแห่งอาณาราษฎรตลอดไป”

ในรอบปีที่ผ่านมา เครือเจริญโภคภัณฑ์ ยังคงขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความ
ยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง รายงานฉบับนี้ได้นำเสนอผลการดำเนินงานในภาพรวม
ของกลุ่มบริษัทในเครือ ครอบคลุม 8 สายธุรกิจ ที่ปัจจุบันได้ขยายการลงทุน
ออกไป 21 ประเทศ ใน 6 ทวีปทั่วโลก ท่ามกลางยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน
ทั้งหมดนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญสูงสุดกับการส่งเสริมเพื่อยก
ระดับการศึกษา ด้วยเล็งเห็นว่าการศึกษาเป็นยุทธศาสตร์สำคัญของการชาติที่
จะทำให้เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง ดังจะขอกตัวอย่างเช่น ประเทศไทย
เป็นประเทศเกษตรกรรม การอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำเป็นเรื่องที่มีความ
สำคัญ แต่ไม่ว่าเราจะดำเนินโครงการเพื่ออนุรักษ์น้ำสักกี่ร้อยก็พันโครงการ
แต่หากประชาชนไม่มีความรู้ความเข้าใจ ยังคงสร้างมลภาวะอย่างต่อเนื่อง
โครงการทั้งหมดที่ได้ลงทุนลงแรงไปแล้วก็แทบจะสูญเปล่า เครือเจริญโภคภัณฑ์
จึงได้อำสาเข้าไปมีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดคุณภาพด้าน
การศึกษาในทุกมิติ อาทิเช่น “โครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED”

ด้วยการเป็นผู้นำในการผสานความร่วมมือจาก 3 ภาคส่วน ทั้ง ภาครัฐ
ภาคประชาสังคม และภาคเอกชน ให้เข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาหลักสูตร
ตลอดจนส่งจิตอาสาลงพื้นที่ปฏิบัติงานจริงใน “โรงเรียนประชารัฐ” ซึ่งตั้ง
เป้าหมายการดำเนินงานในช่วงแรกไว้ 15% ของโรงเรียนสพฐ. ทั่วประเทศ
คือจำนวน 4,600 โรงเรียน ปัจจุบันมีภาคเอกชนตอบรับเข้าร่วมโครงการนี้
แล้วกว่า 33 องค์กร นอกจากนี้ยังได้จัดให้มีการมอบทุนเพื่อสนับสนุนการ
ศึกษา และโครงการอื่นๆ อีกหลายโครงการ นอกจากจะมีส่วนร่วมสนับสนุน
การศึกษาในภาคประชาสังคมแล้ว เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังให้ความสำคัญ
สูงสุดกับการสร้างบุคลากรคุณภาพที่ก่อปรด้วย ความรู้ ความสามารถ
และคุณธรรม ผ่านสถาบันการศึกษาปัญญาภิวัฒน์ ที่สามารถผลิตนักศึกษา
และบัณฑิตที่มีคุณภาพออกสู่สังคมได้หลายหมื่นคน รวมถึงการจัดอบรม
หลักสูตรผู้บริหารผ่านสถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยตั้งเป้าหมายว่า
คนเก่งและคนดี หรือผู้นำรุ่นใหม่เหล่านี้ จะเป็นทรัพยากรบุคคลที่เข้มแข็ง
ที่กระจายกันออกไปสร้างสรรค์คุณค่า ความเจริญก้าวหน้า และความผาสุก
ให้กับสังคมต่อไป

เครือเจริญโภคภัณฑ์ ถือเป็นพันธกิจหลักที่จะต้องสร้างโอกาสและความ
ยั่งยืนให้เกิดขึ้นทั้งในสังคมไทยและสังคมของโลกโดยภาพรวม อีกทั้งยัง
ตระหนักดีว่าการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายความยั่งยืนนั้น คงไม่สามารถ
กระทำให้สำเร็จได้ภายในระยะเวลาอันสั้น หากแต่ต้องใช้เวลา ความอดทน
ความมุ่งมั่นตั้งใจ และการลงมือปฏิบัติที่ต่อเนื่องสม่ำเสมอ ซึ่งวิสัยทัศน์ของ
เครือเจริญโภคภัณฑ์ในเรื่องการพัฒนาเพื่อให้เกิดความเจริญก้าวหน้ายั่งยืน
นี้ ได้สั่งสมสืบต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่นตลอด 99 ปี และจะยังคงรักษา
เจตนารมณ์เช่นนี้ไว้ต่อไป เพื่อให้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ สามารถเป็นองค์กร
ที่เติบโตขึ้นได้อย่างแข็งแกร่ง มั่นคง สง่างาม และยั่งยืน เคียงคู่กับสังคม
ไทยและประชาคมโลกตลอดไป

นายธนินท์ เจียรวนนท์

ประธานอาวุโส
เครือเจริญโภคภัณฑ์

Message from
THE CHAIRMAN

สารจากประธานกรรมการ

การลงทุนและพัฒนาโครงการ
ต่างๆ ภายใต้ความร่วมมือ
4 ประสาน เพื่อพัฒนาชุมชน
โดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรในทุก
ประเทศที่เราไปลงทุน ซึ่งเป็น
การสร้างคุณค่าร่วมกันกับ
สังคม



ช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ความหมายของคำว่า “ธุรกิจ” และ “ความยั่งยืนของธุรกิจ” ถูกท้าทายด้วยแรงขับเคลื่อน 3 ประการ ที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของโลกอย่างรวดเร็ว นั่นก็คือการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี นวัตกรรม และการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ซึ่งเห็นได้ชัดว่าธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จในอนาคตจะต้องสามารถนำเอานวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้และที่สำคัญจะต้องมี “ความยั่งยืน” เป็นหัวใจหลักของกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของประชากรโลกที่กำลังเติบโตเพิ่มมากขึ้น

เครือเจริญโภคภัณฑ์ก่อตั้งขึ้นอย่างมีเอกลักษณ์ กล่าวคือเรามีค่านิยม 3 ประโยชน์ เป็นหลักสำคัญในการดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชนมาเป็นอันดับแรก แล้วจึงเป็นประโยชน์ต่อบริษัท ทั้งนี้เครือฯ เป็นองค์กรที่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง เราปรับตัวอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอดเพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนไปของผู้คนมาเกือบศตวรรษ โดยมุ่งเน้นการสร้างสรรคณวัตกรรม การทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย เร็วและมีคุณภาพ ทั้งนี้โดยการผดุงไว้ซึ่งคุณธรรมและความซื่อสัตย์เสมอ และในท่ามกลางความกดดันจากการเปลี่ยนแปลงของโลกอันเนื่องมาจากเทคโนโลยีใหม่ที่ทรงพลัง รวมไปถึงความต้องการหรืออุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นจากการเติบโตของประชากรเมือง การวางรากฐานที่ดีเพื่อให้องค์กรเจริญก้าวหน้าไปสู่ศตวรรษต่อไปอย่างมั่นคงจึงถือเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่ง

ภายใต้ระบบการบริหารซีพีสู่ความเป็นเลิศ (CP Excellence) เครือเจริญโภคภัณฑ์จะต้องคิดค้นสร้างสรรค์นวัตกรรม และปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายแห่งความเป็นเลิศทางธุรกิจ ลดความเสี่ยงและสร้างความต่อเนื่องทางธุรกิจ เนื่องจากปัจจุบันผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศกำลังเกิดขึ้นอย่างชัดเจน เครือฯ จึงให้ความสำคัญอย่างมากกับการสร้างองค์กรให้มีความสามารถในการปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี โดยสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ ทักษะการทำงาน การปรับปรุงระบบการทำงาน โครงสร้างพื้นฐานและห่วงโซ่อุปทาน เพื่อที่จะทำให้เกิดแนวทางในการแก้ปัญหาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นประเด็นจากการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ การขาดแคลนน้ำรวมทั้งประเด็นการเปลี่ยนแปลงอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของเรา เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นในการใช้ศักยภาพจากขนาดและปริมาณของธุรกิจเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวมและต่อโลกที่เชื่อมโยงเป็นหนึ่งเดียวของเรา ซึ่งยุทธศาสตร์สำคัญที่จะขับเคลื่อนธุรกิจของเครือฯ ให้เติบโตอย่างยั่งยืนและมีความเป็นสากลก็คือ

การสร้างพลังแห่งความเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือ และการลงทุนในเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า ทั้งนี้เราเชื่อว่านวัตกรรมและเทคโนโลยีอันทันสมัยจะช่วยปลดล็อกและเป็นแนวทางแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศและประเด็นทางสังคมอื่นๆ ได้ รูปแบบธุรกิจ “ความร่วมมือ 4 ประสาน” อันเป็นเอกลักษณ์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ภายใต้โครงการฟาร์มไร้โซเดียม ๓ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ทำให้เกิดการเติบโตทางธุรกิจอย่างมีส่วนร่วมสร้างความสุขให้กับเกษตรกรในชุมชนไปพร้อมกับการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจร่วมกัน

ด้วยเหตุนี้เครือฯ จึงมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาและขยายผลรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่สร้างสรรค์เพื่อช่วยให้สังคมดีขึ้นและอนาคตที่ยั่งยืน พร้อมไปกับการสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่พนักงานของเราทั่วโลก ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด

กฎแห่งความสำเร็จที่จะทำให้ทุกองค์การของเราก้าวไกลบรรลุถึงเป้าหมายของโลกร่วมกันก็คือการผจญภัยกำลังเป็นหนึ่งเดียว ซึ่งเราได้ขับเคลื่อนผ่านสถาบันพัฒนาผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยการพัฒนาความสามารถของพนักงาน ผูกและผสานพลังระหว่างกลุ่มธุรกิจทั่วโลก สร้างความเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือให้เกิดขึ้นอย่างสัมฤทธิ์ผล ทั้งนี้รวมถึงการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้เพื่อประโยชน์สูงสุด ไม่ว่าจะเป็นปัญญาประดิษฐ์หรือระบบอัตโนมัติต่างๆ ไปจนถึงรูปแบบการดำเนินธุรกิจใหม่ๆ แม้กระทั่งนโยบายเพื่อที่จะรับมือกับความท้าทายระดับโลก ทั้งนี้เพื่อให้เรามั่นใจว่าผู้นำธุรกิจของเครือฯ ทั่วโลกและพนักงานของเครือฯ ทุกคนยอมรับในความหลากหลาย เปิดกว้างเรื่องสิทธิมนุษยชนและสามารถแก้ปัญหาที่เกิดจากสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง ทั้งหมดนี้จะช่วยให้เราก้าวถึงเป้าหมายด้านความยั่งยืนและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs) ทั้ง 17 ประการ

ภายใต้ค่านิยมหลักของเครือฯ เราจะยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจเพื่อสนองตอบเจตนารมณ์ในการช่วยยกระดับคุณภาพชีวิต สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้คนในสังคม เพื่อก้าวสู่นาคตอย่างยั่งยืนผ่านความร่วมมือในการทำงานกับพันธมิตรทางธุรกิจระดับโลกและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย เรามุ่งมั่นที่จะสร้างรากฐานแห่งความยั่งยืนที่แข็งแกร่ง ร่วมแก้ปัญหาที่เป็นความท้าทายระดับโลกเพื่อสร้างสังคมแห่งความร่วมมือร่วมใจทำให้โลกเต็มไปด้วยความสุข

นายสุกิต เจียรวนนท์
ประธานกรรมการ
เครือเจริญโภคภัณฑ์

Message from THE CEO

สารจากประธานคณะผู้บริหาร

การเติบโตทางธุรกิจอย่างมั่นคง
ของเครือฯ เป็นผลมาจากการ
ยึดมั่นในค่านิยม 3 ประโยชน์
ที่พัฒนามาจากแนวคิด
'การคิดถึงผู้อื่นก่อน' และ
'ความกตัญญู'



เป็นเวลาเกือบ 100 ปีแล้วที่เครือเจริญโภคภัณฑ์เติบโตอย่างเข้มแข็งไปพร้อมกับสังคม โดยมีส่วนร่วมผลักดันการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกสังคมชุมชนที่เครือเจริญโภคภัณฑ์เข้าไปดำเนินธุรกิจ ความสำเร็จนี้เป็นผลมาจากการยึดมั่นในค่านิยม 3 ประโยชน์ที่พัฒนามาจากแนวคิด “การคิดถึงผู้อื่นก่อน” และ “ความกตัญญู” และด้วยวิสัยทัศน์ “เรามุ่งมั่นในการสร้างอาหารคน อาหารสมอง โอกาสในการเข้าถึงคุณค่า เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน” เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมุ่งมั่นพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่องไปพร้อมกับกับการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้มั่นใจว่าเจตนารมณ์ของเครือฯ สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสนับสนุนวิสัยทัศน์และพันธกิจและปฏิบัติตามหลักสากล 10 ประการของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact) อย่างครบถ้วนและแน่วแน่เพื่อร่วมผลักดันเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDG) ขององค์การสหประชาชาติทั้ง 17 ประการ

ในยุค 4.0 ที่โลกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเป็นเท่าทวีคูณ (Exponential Speed of Change) นั้น องค์กรก็ต้องปรับตัวอยู่เสมอเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ไม่ว่าจะเป็นการปรับตัวต่อผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสภาพอากาศ ต่อสภาพสังคม หรือความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงต่อเนื่อง ปัจจัยสำคัญของความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์คือการตั้งมั่นบนค่านิยมองค์กร 6 ประการที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อให้การเติบโตทางธุรกิจเป็นไปพร้อมกับความยั่งยืนของสังคมและประเทศ การเตรียมความพร้อมและพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างผู้นำที่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงในทุกองคาพยพขององค์กร การเข้าใจตลาดและการสร้างนวัตกรรมเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของโลกที่ไม่เคยหยุดนิ่ง โดยเครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการปรับการดำเนินงานให้เป็นดิจิทัล การสร้างทักษะความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของบุคลากร รวมทั้งการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีแห่งอนาคต เช่น เทคโนโลยีชีวภาพด้านอาหารและสุขภาพ อินเทอร์เน็ตของทุกสรรพสิ่ง หุ่นยนต์และปัญญาประดิษฐ์ ระบบอัตโนมัติ ระบบโลจิสติกส์ และพลังงานทางเลือก

ปี 2561 เป็นปีที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ก้าวเดินเกินครึ่งทางบนเส้นทางสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 2563 ภายใต้ยุทธศาสตร์ Heart-Health-Home ตามเจตนารมณ์ของเครือฯ ที่จะเสริมสร้างคุณภาพชีวิต สุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดีของผู้มีส่วนได้เสีย สำหรับผลการดำเนินงานด้าน Heart นั้น เครือฯ ได้ประกาศนโยบายเรื่องการกำกับปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของกลุ่มบริษัท ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน ในกระบวนการดำเนินธุรกิจและห่วงโซ่อุปทาน และพัฒนาผู้นำ 1,347 คน จากทุกช่วงอายุผ่านโครงการข้ามสายงาน (cross-functional)

สำหรับผลการดำเนินงานด้าน Health เครือฯ มุ่งมั่นลดความเหลื่อมล้ำผ่าน การสร้างเศรษฐกิจระดับชุมชนและการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อยและกลุ่มเปราะบางกว่า 668,926 คน นอกจากนี้ เครือฯ ยังคงมีส่วนร่วมในการผลักดันโครงการผู้นำเพื่อการพัฒนาการศึกษาที่ยั่งยืน (CONNEXED ED) โดยมีพนักงานเข้าร่วมเป็น School Partner จำนวน 665 คน มีโรงเรียน 1,592 โรงเรียนเข้าร่วมโครงการ เช่น โครงการผู้นำด้านเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา (ICT Talent) โครงการศูนย์การเรียนรู้ชุมชน (Learning Center) และโครงการสื่อและอุปกรณ์ ICT เพื่อการศึกษา เป็นต้น

สำหรับการดำเนินงานด้าน Home เครือฯ ได้ประกาศนโยบายบรรจุกินที่ที่ยั่งยืนและเป้าหมาย 2568 สำหรับประเทศไทย โดย 100% ของบรรจุกินที่ พืชผักที่นำมาใช้จะต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ นำมาใช้ใหม่ หรือสามารถย่อยสลายได้ และจะมุ่งมั่นค้นคว้าวิจัยเพื่อลดการใช้พลาสติกและสร้างความตระหนักแก่ผู้บริโภคเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ เครือฯ มุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรที่มีคาร์บอนไดออกไซด์สุทธิเป็นศูนย์ (Carbon Neutral) และลดขยะอาหารจากกิจกรรมการดำเนินการของบริษัท เป็นศูนย์ (Zero food waste) ภายในปี 2573 และเครือฯ ยังคงทำงานร่วมกับคู่ค้าธุรกิจอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาระบบการตรวจสอบย้อนกลับได้ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มสินค้าหลักที่สำคัญ

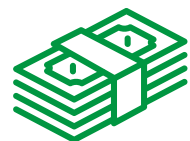
สุดท้ายนี้ ผมหวังว่ารายงานความยั่งยืนฉบับนี้จะช่วยช่วยให้ท่านได้รับทราบถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือฯ ผมมีความภาคภูมิใจในปีที่ผ่านมาบริษัทในเครือฯ ประสบความสำเร็จ ได้รับการยอมรับเป็นที่ประจักษ์จากสถาบันชั้นนำทั่วโลก เช่น การเป็นสมาชิกหุ้นยั่งยืนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การเป็นสมาชิก Dow Jones Sustainability Indices การเป็นสมาชิก FTSE4Good Emerging Index การได้รับรางวัล Asia Sustainability Reporting Awards และได้รับการยอมรับจาก World Business Council for Sustainable Development ผมขอขอบคุณผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน ด้วยใจจริงที่สนับสนุนเครือฯ ด้วยดีเสมอมา และขอบคุณเพื่อนพนักงานซีพีทั่วโลกที่ร่วมแรงร่วมใจผลักดันการดำเนินงานที่มุ่งเน้นความยั่งยืนเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกให้กับสังคมไทยและสังคมโลก

นายสุกชัย เจียรพนนท์

ประธานคณะผู้บริหาร
เครือเจริญโภคภัณฑ์

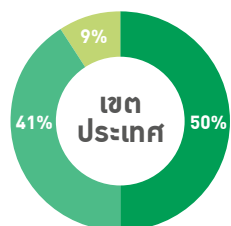
สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2561

ECONOMIC

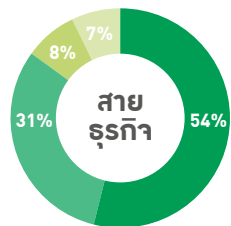


รายได้รวม
2,052,647
ล้านบาท

สัดส่วนรายได้แยกตามประเภท

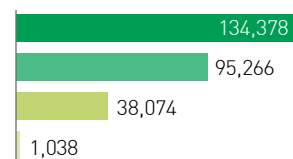


■ ไทย
■ จีน
■ อื่นๆ

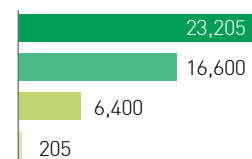


■ เกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร
■ ค้าปลีก
■ สื่อสารและโทรคมนาคม
■ อื่นๆ

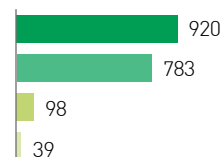
ผลประโยชน์ของพนักงาน (ล้านบาท)



ภาษีที่จ่ายให้แก่รัฐบาล (ล้านบาท)



สนับสนุนชุมชนและสังคม (ล้านบาท)



■ รวมทั้งหมด
■ ไทย
■ จีน
■ อื่นๆ

HEART : LIVING RIGHT

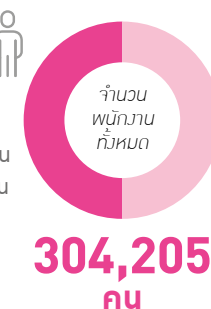


6,915
จำนวนพนักงานของบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ผ่านหลักสูตรอบรมออนไลน์ 'จรรยาบรรณธุรกิจ'



627
จำนวนผู้บริหารในประเทศไทยและจีนที่เข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการบริหารความเสี่ยง

พนักงานชาย
50.4%
153,436 คน
เข้าใหม่ + 50,533 คน
ลาออก - 42,959 คน



พนักงานหญิง
49.6%
150,769 คน
เข้าใหม่ + 55,111 คน
ลาออก - 43,428 คน

ผู้รับเหมาชาย
6,327 คน

304,205
คน

ผู้รับเหมาหญิง
3,805 คน



1.92
อัตราการบาดเจ็บทุกประเภท
(ราย ต่อ 200,000 ชั่วโมงการทำงาน)



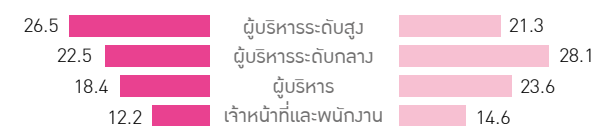
0.40
อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน
(ราย ต่อ 200,000 ชั่วโมงการทำงาน)



3,411,278 คน
ที่ได้รับการส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาและองค์ความรู้

12.69
ชั่วโมงต่อคนต่อปี

14.82
ชั่วโมงต่อคนต่อปี



ค่าเฉลี่ยเวลาการฝึกอบรมพนักงานแยกตามระดับ (ชั่วโมงต่อคนต่อปี)

HEALTH : LIVING WELL



เกษตรกร
113,067 ราย
ที่ได้รับการส่งเสริม



ผู้ประกอบการรายย่อย
543,572 ราย
ที่ได้รับการสนับสนุน



กลุ่มเปราะบาง
12,287 ราย
ที่ได้รับการสนับสนุน



283
จำนวนผลิตภัณฑ์อาหารที่มุ่งเน้นสุขโภชนาการสุขภาพและสุขภาวะที่ดีขึ้น



มูลค่านวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และกระบวนการ
7,921 ล้านบาท



จำนวนผลงานนวัตกรรมที่เข้าร่วมมหกรรมนวัตกรรมชีวภาพ
2,249 ผลงาน



ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา
17,533 ล้านบาท

HOME : LIVING TOGETHER



47.92 ล้านกิโลวัตต์
28.98 กิโลวัตต์/ล้านบาท



5.71 ล้านตัน CO₂e
3.45 ตัน CO₂e/ล้านบาท



329.59 ล้านลูกบาศก์เมตร
199.33 ลูกบาศก์เมตร/ล้านบาท



2.11 ล้านตัน
1.27 ตัน/ล้านบาท



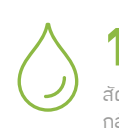
ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่สามารถลดได้
0.91 ล้านตัน CO₂e



ปริมาณการนำน้ำมาใช้ต่อรายได้ที่ลดลง
40.74 เปอร์เซ็นต์



9.88%
สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน



12.06%
สัดส่วนการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ



21.20%
สัดส่วนการนำของเสียกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ



73.94%
สัดส่วนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำได้

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

PEOPLE : การส่งเสริมคุณภาพชีวิตประชาชน



1 NO POVERTY

113,067 ราย

เกษตรกรในประเทศกำลังพัฒนาที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต

12,287 ราย

กลุ่มเปราะบาง ได้แก่ ผู้พิการ ผู้สูงอายุ และเด็ก ผู้ด้อยโอกาส ที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต



4 QUALITY EDUCATION

3,411,278 คน

เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ที่ได้รับการส่งเสริมการเข้าศึกษาและพัฒนาทักษะที่จำเป็น

32,734 คน

ทุนการศึกษาเครือเจริญโภคภัณฑ์ และทุนการศึกษาบุตรพนักงานสะสมทั้งหมด



2 ZERO HUNGER

243,280 คน

เด็กและเยาวชนที่ได้รับการส่งเสริม และเพิ่มโอกาสการเข้าถึงอาหาร



3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING

15 ประเทศ

ประเทศกำลังพัฒนาที่เครื่อง เข้าไปลงทุนในการเลี้ยงสัตว์และผลิตอาหารที่ได้มาตรฐานสากลเยี่ยม คุณภาพปลอดภัย และถูกอนามัยต่อผู้บริโภค



5 GENDER EQUALITY

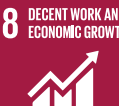
51% : 49%

สัดส่วนจำนวนพนักงานชายต่อพนักงานหญิง

12.69 : 14.82

ค่าเฉลี่ยเวลาการฝึกอบรมพนักงานชายและหญิง

PROSPERITY : การสร้างความเจริญก้าวหน้า



8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

304,205 คน

การจ้างพนักงานของเครือฯ ทั่วโลก เครื่องฯ มุ่งมั่นพัฒนากระบวนการเฝ้าระวังด้านสิทธิมนุษยชนอย่างจริงจัง (Human Rights Due Diligence: HRDD) ตามหลักปฏิบัติของสหประชาชาติว่าด้วยการดำเนินธุรกิจและสิทธิมนุษยชน



9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE

543,572 ราย

ผู้ประกอบการรายย่อยที่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

17,533 ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา



7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY

4.73 ล้านกิโลวัตต์

ปริมาณการใช้พลังงานหมุนเวียน

0.23 ล้านกิโลวัตต์

ปริมาณพลังงานที่ได้จากการเปลี่ยนของเสียให้เป็นพลังงาน



10 REDUCED INEQUALITIES

1,845 ราย

จำนวนการจ้างงานผู้พิการ

29.2 ล้านคน

จำนวนผู้ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทรูมันนี่ ใน 6 ประเทศกำลังพัฒนาในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้



11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES

กลุ่มธุรกิจโทรคมนาคมโดยทรู ได้ให้บริการ 4G LTE ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศไทย และเริ่มทดสอบเทคโนโลยี 5G ที่นำไปสู่การปฏิรูปการปฏิบัติอุตสาหกรรมครั้งใหม่รวมถึงเปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิตในอนาคต

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

PLANET : การอนุรักษ์โลก



12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

91.06%

สัดส่วนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่มีคุณสมบัติสามารถรีไซเคิลได้ ใช้ซ้ำ และย่อยสลายได้ (ข้อมูลเฉพาะประเทศไทย)

21.20%

สัดส่วนการนำของเสียกลับมาใช้ซ้ำหรือใช้ใหม่



13 CLIMATE ACTION

913,407 ตัน

การบอนไดออกไซด์เทียบเท่าปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่สามารถลดได้

182 รายการ

ผลิตภัณฑ์และบริการสะสมทั้งหมดที่ได้รับฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์



6 CLEAN WATER AND SANITATION

12%

สัดส่วนการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่หรือใช้ซ้ำ

40%

ลดการใช้น้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ เทียบกับปี 2558



14 LIFE BELOW WATER

10 จังหวัด

จังหวัดชายฝั่งทะเลประเทศไทยที่มีการดำเนินโครงการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน



15 LIFE ON LAND

7,034 ไร่

พื้นที่ป่าที่ได้รับการอนุรักษ์และฟื้นฟู

11,268 ไร่

พื้นที่เกษตรกรรมที่ได้รับการพัฒนาแหล่งน้ำและฟื้นฟูพืช

PEACE : การสร้างสันติภาพ



16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS

หลักการบรรษัทภิบาลของเครือเจริญโภคภัณฑ์เปรียบเสมือนเข็มทิศที่จะนำไปกำหนดมาตรฐานเบื้องต้นแก่คณะกรรมการบริษัทในการทำกบฏดูแล การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนการควบคุมดูแลความเสี่ยงและวัฒนธรรมองค์กร

PARTNERSHIP : การยกระดับความเป็นหุ้นส่วนเพื่อความร่วมมือ



17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

ร่วมก่อตั้งสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กในประเทศไทย และเข้าร่วมเป็นภาคีสมาชิกสภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (World Business Council for Sustainable Development: WBCSD)

รางวัลและความภาคภูมิใจปี 2561



DJSI
กลุ่มบริษัทในเครือฯ ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกในกลุ่มดัชนีความยั่งยืนของดาวโจนส์ประเภทตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets) และระดับโลก (DJSI World) ประจำปี 2561 และได้รับรางวัลความยั่งยืนซึ่งได้แสดงไว้ใน The Sustainability Year Book 2019 ดังนี้

Telecommunication Services
SAM Gold Class
True Corporation Public Company Limited

Food & Staples Retailing
SAM Silver Class
CP ALL Public Company Limited

Food Products
SAM Bronze Class
Charoen Pokphand Foods Public Company Limited

Winner Asia's Best Stakeholder Reporting
Winner Asia's Best Environmental Reporting
บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด



CDP
บริษัท กรุ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
• ผลการดำเนินการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ Score B

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)
• ผลการดำเนินการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ Score B-
ผลดำเนินการด้านป่าไม้ Score B-



FTSE4Good Index Series 2018
บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)
บริษัท กรุ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
• ได้รับการคัดเลือกให้เป็นสมาชิกกลุ่มดัชนี FTSE4Good Index Series โดยติดอันดับในกลุ่ม Emerging Index



Sustainability Report Awards 2018
รางวัลรายงานความยั่งยืน 'ยอดเยี่ยม'
• บริษัท กรุ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

รางวัลรายงานความยั่งยืน 'ดีเยี่ยม'
• บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด
• บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

รางวัลรายงานความยั่งยืน 'ดีเด่น'
• บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

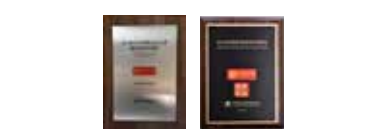
รางวัลรายงานความยั่งยืน 'Best Report Design'
• บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด



ASEAN Energy Awards 2018
Winner: Energy Management for Buildings & Industry (Small and Medium Industry)
• บริษัท เจริญโภคภัณฑ์โปรดิ๊วส จำกัด
2nd Runner-up: Energy Efficient Building (Retrofitted Building)
• บริษัท ซี.พี. แลนด์ จำกัด (มหาชน)



Thailand Energy Awards 2018
ประเภทโรงงานควบคุมดีเด่น
• บริษัท เจริญโภคภัณฑ์โปรดิ๊วส จำกัด
• บริษัท ซี.พี. แร่ จำกัด
ประเภทอาคารควบคุมดีเด่น
• บริษัท ซี.พี. แลนด์ จำกัด (มหาชน)



C.P. LOTUS CORPORATION (South)
• 2018 CCFA China Retail Technology Innovation Award
• 2018 CCFA Excellent Enterprise University - Best Innovation Practice Award
• 2018 SHOP Awards Silver Award



รางวัลจากกระทรวงแรงงานฯ
• รางวัลสถานประกอบกิจการต้นแบบดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประจำปี 2561
• รางวัลคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน และ จป. วิชาชีพดีเด่น ปี 2561
• รางวัลเกียรติยศสถานประกอบกิจการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน ปี 2561
• รางวัลสถานประกอบกิจการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน ประจำปี 2561 ระดับประเทศ



SUPERDROB ZAKLADY DROBIARSKO-MIESNE S.A.
• The Golden 100 of Polish Agriculture (2018) - 40th place in the 'GoldenHundred' (Golden 100) - 4th place in Platinum in the category 'Breeders and-slaughterhouses'
• Ranking of 500 of a prestigious newspaper 'Rzeczpospolita' The company is located in the first 300 largest companies in Poland



Super Brand Mall SHANGHAI KINGHILL LIMITED
• 2018 Pudong Top Ten Business Innovation Service Desk
• 2018 Pudong Business Innovation Service Star



C.P. VIETNAM CORPORATION
• รางวัล Top 100 บริษัทยั่งยืน ในโครงการประเมินและจัดอันดับธุรกิจยั่งยืนประเทศไทย เวียดนาม
• ได้รับรางวัลเหรียญอิสริยาภรณ์แรงงานชั้นตรี จากรัฐบาลเวียดนาม



CPF Foods (UK) Ltd.
• The Worcestershire Apprenticeship Awards 2018 - Medium Apprenticeship Employer of the year
• Finalist in the Technical Champion category of the BFFF People Awards 2018

โครงการซีพีเพื่อความยั่งยืน

โครงการ ‘ซีพีเพื่อความยั่งยืน’ เป็นโครงการที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้ริเริ่มขึ้นเมื่อปี 2559 เพื่อยกย่องโครงการเพื่อชุมชนและสังคม ของบุคลากรในเครือฯ ให้เป็นต้นแบบในการทำความดี ซึ่งพบว่าหลายโครงการเกิดจากพนักงานในพื้นที่ได้เห็นปัญหา (Pain Point) และต้องการแก้ไขปัญหาต่างๆ นำไปสู่การมีส่วนร่วมกับชุมชน ในการแก้ปัญหาที่ยั่งยืน โดยการแบ่งปันถ่ายทอดองค์ความรู้สู่สังคม ทำให้เกิดพลังความร่วมมือสู่การแก้ไขปัญหาสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน แสดงให้เห็นว่า ‘คนซีพีทำความดีได้ทุกที่ทุกเวลา’ สำหรับในปี 2561 ซึ่งเป็นการดำเนินโครงการ ‘ซีพีเพื่อความยั่งยืน’ ครั้งที่ 2 มีโครงการที่ได้รับการเชิดชูเกียรติรวม 28 โครงการ จาก 204 โครงการ ที่ส่งเข้าร่วมคัดเลือก ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการผลักดันให้ผู้บริหารและพนักงานได้มีส่วนร่วมในการก้าวสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน พ.ศ. 2563 ของเครือฯ

HEART LIVING RIGHT



U-Project

เสริมสร้างคูคิด พัฒนาธุรกิจคุณสยามแม่คโคร่วมกับสถาบันการศึกษา ฝึกนักศึกษา ให้เรียนรู้การบริหารจัดการร้านโชห่วย เพื่อนำมาปรับปรุงร้านให้มีการจัดการที่ทันสมัย เพื่อความสามารถในการแข่งขัน

ผลลัพธ์ : ตั้งแต่ปี 2552 มีนักศึกษา ร่วมโครงการ 33,637 คน เป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจกว่า 343 ล้านบาท/ปี



อุปกรณ์จบบันทึกอักษรเบรลล์

ทราฯ ร่วมกับมหาวิทยาลัยมหิดล พัฒนาเครื่อง Braille Note Taker ช่วยให้ผู้พิการทางสายตาค้นคว้าได้รวดเร็ว เพิ่มประสิทธิภาพการเรียนมากขึ้น

ผลลัพธ์ : พร้อมระดมทุนสนับสนุนการผลิตเครื่องมือจำนวน 1,000 เครื่อง มอบให้ผู้พิการทางสายตา



ICT Talent ผู้นำเทคโนโลยีการศึกษา

ทราฯ ร่วมกับ สพร. แก้ปัญหาครูไม่ครบชั้น ไม่ครบวิชา โดยอบรมเทคโนโลยีด้านการศึกษา พัฒนาทักษะ ICT ให้กับครูผู้รุ่นใหม่ (ICT Talent) จนจัดการเรียนการสอนได้มีประสิทธิภาพ

ผลลัพธ์ : ปัจจุบันมี ICT Talent กว่า 765 คน ยกกระดับครูกว่า 33,000 คน

HEALTH LIVING WELL



ทีมจิตอาสาซีพีโลตัส

พนักงาน ซีพี โลตัส เขตใต้ แต่ละสาขาจัดตั้งทีมอาสาสมัคร ร่วมกับรัฐบาลท้องถิ่น เพื่อช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้ยากไร้ และส่งเสริมการศึกษาให้เยาวชนในชนบททางดั่ง

ผลลัพธ์ : ก่อตั้งห้องสมุดและ Music club ใน 2 โรงเรียน และจัดตั้งโรงเรียนประถม CP Lotus Hope แห่งแรกขึ้น

สร้างบ้านพักผู้ป่วยและญาติ

ซีพี เวียดนาม สร้างที่พักผู้ป่วยและญาติโรงพยาบาลมะเร็ง สาขา Tan Trieu โดยคิดค่าเช่าต่ำเพื่อให้โรงพยาบาลมีเงินทุนหมุนเวียน จนภาครัฐนำเป็นต้นแบบไปขยายผลในระดับประเทศ

ผลลัพธ์ : สร้างอาคาร 3 หลัง 240 เตียง



เก็บผืนดินน้ำใจให้น้อง

พนักงานซีพีเอฟ ประเทศลาว ร่วมกับชุมชน ปรับปรุงอาคารเรียนและจัดหาอุปกรณ์การเรียนให้เพียงพอ จนต่อยอดเป็นความร่วมมือกับเอกอัครราชทูตไทยที่ สปป.ลาว และสมานักธุรกิจไทย นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ผลลัพธ์ : บรรเทาปัญหาให้โรงเรียนบ้านพู่เก้านาง และบ้านนายาง ในถิ่นทุรกันดาร



Minneapolis Crisis Nursery

พนักงานบริษัท Bellisio Foods ร่วมมือกับ Crisis Nursery เมืองมินนีแอโพลิส จัดที่พักพิงและให้การช่วยเหลือเบื้องต้นแก่เด็กแรกเกิดถึง 6 ขวบ เพื่อบรรเทาปัญหาการทารุณกรรมและทอดทิ้งเด็ก

ผลลัพธ์ : มีครอบครัวได้รับการช่วยเหลือแล้วกว่า 1,200 ราย



แปลงใหญ่ข้าวประชารัฐสุพรรณบุรี

กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ สนับสนุนการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวของเกษตรกรเดิมบางนางบวช ทุกขั้นตอนการผลิตและการตลาด

ผลลัพธ์ : ผลผลิตเพิ่ม 78 ก.ก./ไร่ รายได้เกษตรกรเพิ่ม 2,058 บาท/ไร่ ชุมชนมีรายได้เพิ่ม 41,160 บาท/ครัวเรือน/ฤดูกาล



สามเณรปลูกปัญญาธรรมนานาชาติ

ทราฯ ต่อยอดโครงการสามเณรปลูกปัญญาธรรมสู่ระดับสากล เพื่อปลูกฝังคุณธรรมในจิตใจเยาวชนนานาชาติอย่างยั่งยืน

ผลลัพธ์ : ผู้ชมกว่า 190 ประเทศทั่วโลก ได้รับชมผ่านระบบออนไลน์ ก่อให้เกิดสันติสุขในสังคมโลก



สร้างความเข้มแข็งของชุมชน

อย่างยั่งยืนด้วยกล้วยหอมทองซีพีอออลล์ ร่วมกับสหกรณ์ กลุ่มวิสาหกิจต่างๆ ส่งเสริมการปลูกกล้วยหอมทองที่มีประสิทธิภาพและปลอดภัยตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ผลลัพธ์ : เกษตรกรมีความมั่นคงในอาชีพกว่า 1,890 ครอบครัว มีกำไรขั้นต่ำ 30,000 บาท/crop/ไร่



สนับสนุนอาชีพผู้พิการด้านการเกษตร

ทราฯ สนับสนุนการฝึกอาชีพและทักษะการเกษตร ให้ผู้พิการสามารถพึ่งพาตนเองอยู่ในภูมิลำเนาได้

ผลลัพธ์ : ผู้พิการมีรายได้ จากการปลูกเห็ดเฉลี่ย 3,000 บาท/เดือน เกิดการรวมกลุ่ม พัฒนาสู่การก่อตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคม



น้ำดื่มชุนไร

พนักงานซีพีเอฟร่วมกับชุมชนส่งเสริมการเลี้ยงผึ้งชันโรงในป่าชายเลน เป็นการสร้างอาชีพสู่การสร้างรายได้ที่ยั่งยืน

ผลลัพธ์ : ฟันฟูป่าชายเลนได้กว่า 105 ไร่ ชาวบ้านมีรายได้กว่า 5,500 บาท/คน/เดือน



สับปลอดภัยคนไทยยิ้มได้

สยามแม่คโคร่วมกับหลายภาคส่วนสร้างชุมชนต้นแบบ ‘ผางโมเดล’ เพื่อยกระดับความรู้เกษตรกรให้ปลูกส้มปลอดภัย 100%

ผลลัพธ์ : เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น การ reject ผลส้มเป็นศูนย์ เกิดความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจกว่า 170 ลบ.



ก้าวที่พลาดสู่โอกาสสายอาชีพ
ซีพีออลล์ร่วมกับกรมพินิจฯ พื้นที่
สภาพจิตใจและพัฒนาทักษะวิชาชีพ
บาริสต้าให้เยาวชนในสถานพินิจได้มี
อาชีพสุจริตหลังการปล่อยตัว
ผลลัพธ์ : สามารถลดอัตราการ
กระทำผิดซ้ำของเยาวชนเหล่านี้ถึง
ได้ 100%



**กองทุนช่วยเหลือพนักงาน
โลตัสท่าอากาศยาน**
ผู้บริหารและพนักงาน ซีพี โลตัส
เขตใต้ จัดตั้งกองทุนตั้งแต่ปี 2014
เพื่อช่วยเหลือพนักงานและครอบครัว
ที่เจ็บป่วย เสียชีวิต หรือไร้ที่อยู่อาศัย
จากภัยพิบัติทางธรรมชาติ
ผลลัพธ์ : ปัจจุบันมีเงินหมุนเวียนใน
กองทุนกว่า 8 แสนหยวน ช่วยเหลือ
พนักงานแล้วกว่า 80 ครอบครัว



**พัฒนาศักยภาพบุคคล
ออทิสติก**
ทुरुฯ พัฒนาแอปพลิเคชัน True
Autistic Series เพื่อพัฒนาบุคคล
ออทิสติกทั้งกายภาพและสติปัญญา
นำไปสู่การพัฒนาทักษะวิชาชีพ
จนสามารถมีอาชีพ สร้างรายได้
เลี้ยงดูตนเองได้
ผลลัพธ์ : ตั้งแต่ปี 2014 มีเด็ก
ออทิสติกร่วมโครงการกว่า 3,000 คน
ได้รับการจ้างงานจากทुरुฯ 124 คน



หาย(ไม่)ห่วย
ทुरुฯ ร่วมกับมูลนิธิกระจกเงา นำ
แอปพลิเคชัน Thai Missing มาช่วย
ติดตามและแจ้งเบาะแสผู้สูญหายได้
อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น
ผลลัพธ์ : สามารถแจ้งเบาะแสผู้ช่วย
สมอเลื่องที่หายจากบ้านในปี 2561-
2562 ได้ 10%



ปันรักษ์ ปันชีวิต
ชมรมจักรยาน Stronger CP Crop ร่วม
กับศูนย์วิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยง
สัตว์น้ำชายฝั่ง ประจวบคีรีขันธ์ สร้าง
ความตระหนัก ในการอนุรักษ์พันธุ์
สัตว์น้ำกับชาวประมงชายฝั่ง
ผลลัพธ์ : สร้างอาชีพให้ชาวประมง
ชายฝั่ง และรักษาระบบนิเวศให้กับ
ท้องทะเล



ซีพีเอฟวิ่งเพื่อการกุศล
ชมรมสุขภาพ CPF Running Club
โรงงานอาหารสัตว์บึงบางนา
พนักงานกำลังกับหน่วยงานทั้งภายใน
และภายนอกองค์กร จัดกิจกรรม CPF
RUN FOR CHARITY หางเงินรายได้
เพื่อสาธารณประโยชน์
ผลลัพธ์ : มียอดบริจาคสู่องค์กร
สาธารณกุศลทั่วประเทศถึง 5.77 ลบ.



**บริจาคโลหิต ให้ความรู้
โรคธาลัสซีเมีย**
ปี 2009 ซีพี เวียดนาม ร่วมกับภาครัฐ
และเครือข่ายพันธมิตร จัดทำ
โครงการบริจาคโลหิตระดับประเทศ
โดยปรับเปลี่ยนทัศนคติคนเวียดนาม
ให้หันมาบริจาคโลหิต แทนการขาย
หรือให้แก่คนในครอบครัวเท่านั้น
ตลอดจนให้ความรู้และตรวจรักษา
โรคธาลัสซีเมีย
ผลลัพธ์ : ปัจจุบันมีผู้บริจาคโลหิต
13,400 คน ได้ปริมาณโลหิต 127,700
ยูนิต



Spring Pink Charity
ซีพี โลตัส เขตใต้ ร่วมกับสภาสตรี
มณฑลกว่างตุง ช่วยเหลือสตรีใน
พื้นที่ชนบทให้ได้รับการตรวจมะเร็ง
ปากมดลูกและมะเร็งเต้านม ลดปัญหา
การเข้าถึงสาธารณสุขและความ
ยากจน
ผลลัพธ์ : ตั้งแต่ปี 2009 ระดมทุนได้
กว่า 10 ล้านหยวน มีสตรีมารับการ
ตรวจมะเร็งมากกว่า 5,000 คน และ
กว่า 103 คน ได้รับการรักษาจนหาย



Milk for Kids
พนักงาน บริษัท เมียนมา ซี.พี.
โลฟสต็อก สนับสนุนนมให้เด็กนักเรียน
เด็กไร้บ้านและเด็กกำพร้า เพื่อให้มี
สุขภาพ อร่ามสมบูรณ์แข็งแรง มี
ความพร้อม ในการเรียนรู้
ผลลัพธ์ : ตั้งแต่ปี 2018 เด็ก 5,000
คนใน 6 โรงเรียน ได้ดื่มนม 30,000
ลิตร



**แพทย์เยาวชนเวียดนาม
ปฏิบัติตามคำสอนของลุงโฮ**
กองทุนซีพี เวียดนาม ร่วมกับภาครัฐ
ดำเนินโครงการแพทย์เยาวชนอาสา
ทั่วประเทศเวียดนาม เพื่อให้ความรู้
ด้านสุขภาพและตรวจรักษาประชาชน
ในพื้นที่ห่างไกลอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่
ปี 2010
ผลลัพธ์ : ในปี 2018 มีแพทย์เยาวชน
อาสาทั่วประเทศ 6,000 คน และผู้รับ
การตรวจรักษากว่า 100,000 คน



เฝ้าระวังช้างป่า
ด้วยระบบเตือนภัยล่วงหน้า ทुरुฯ
ร่วมกับกรมอุทยานแห่งชาติฯ นำ
เทคโนโลยีสื่อสาร มาใช้เฝ้าระวัง
ช้างป่าเข้าไปหากินในพื้นที่เกษตรกรรม
รอบเขตอุทยานแห่งชาติกุยบุรี
ผลลัพธ์ : ตั้งแต่ปี 2560-2562
สามารถลดความเสียหายพื้นที่เกษตร
ลง มีการขยายผลนาระบบไปใช้ใน
พื้นที่อุทยานต่างๆ ทั่วประเทศ



Mangrove Planting
พนักงานซีพีเอฟ ฟิลิปปินส์ ร่วมกับ
ชุมชนและภาครัฐ พื้นที่ป่าชายเลน
เพื่อพัฒนาเป็นสวนปาสาธารณะเชิง
นิเวศ และสร้างอาชีพให้ชุมชน
ผลลัพธ์ : ปลูกป่าชายเลนในเมือง
Bataan กว่า 38,000 ต้น บนพื้นที่
กว่า 30 ไร่



ฟื้นฟูทรัพยากรชายฝั่งทะเล
ด้วยการจัดสร้างปะการังเทียม เครือ
เจริญโภคภัณฑ์ร่วมจัดวางปะการัง
เทียมแห่งคอนกรีตในพื้นที่จังหวัด
สงขลา ปัตตานี นราธิวาส เพื่อเป็น
แหล่งอาศัยของสัตว์น้ำวัยอ่อน
ผลลัพธ์ : พบปลาเศรษฐกิจ และสัตว์
น้ำวัยอ่อน บริเวณปะการังเทียม
เพิ่มขึ้น



**ลดใช้ถุงพลาสติกใน
มหาวิทยาลัย**
ซีพีออลล์ร่วมกับมหาวิทยาลัยต่าง
รณรงค์ปลูกจิตสำนึก ให้เยาวชนและ
คนทั่วไป ลดการใช้ถุงพลาสติก โดย
เริ่มในมหาวิทยาลัยต่างๆ
ผลลัพธ์ : ลดการใช้ถุงพลาสติกได้
กว่า 125 ล้านใบ เป็นยอดเงินบริจาค
ให้โรงพยาบาลศิริราช ครั้งที่ 1
จำนวน 25 ล้านบาท



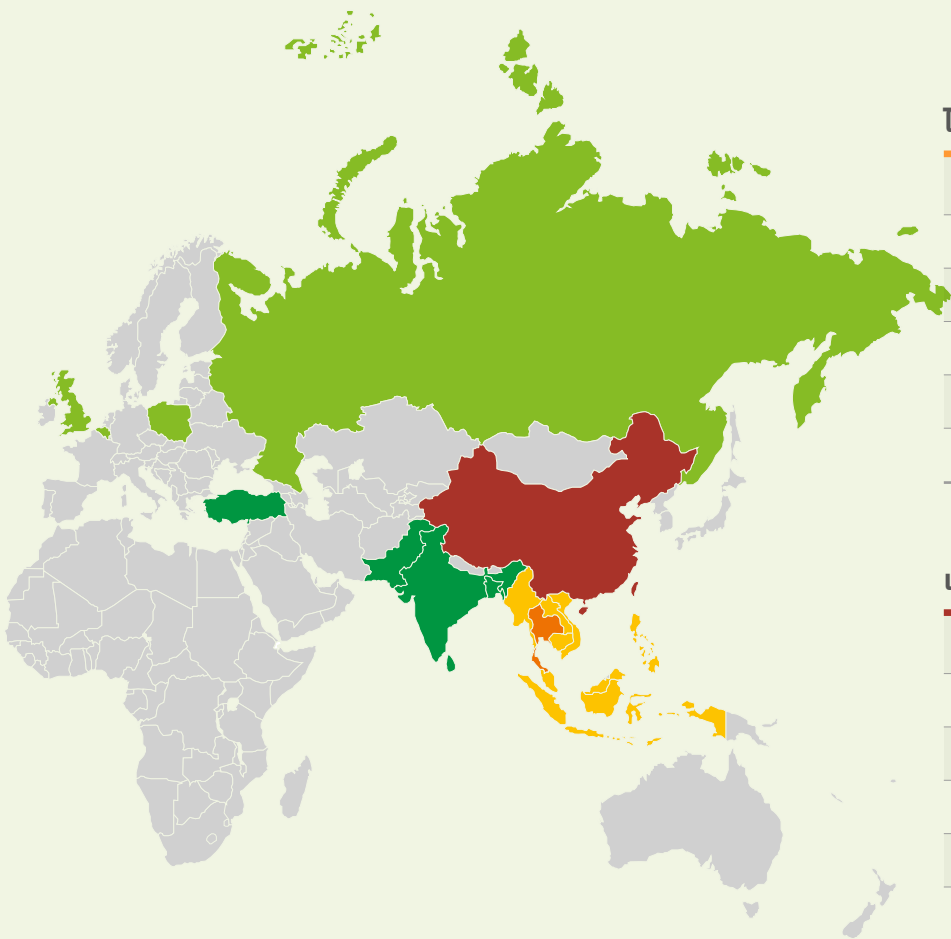
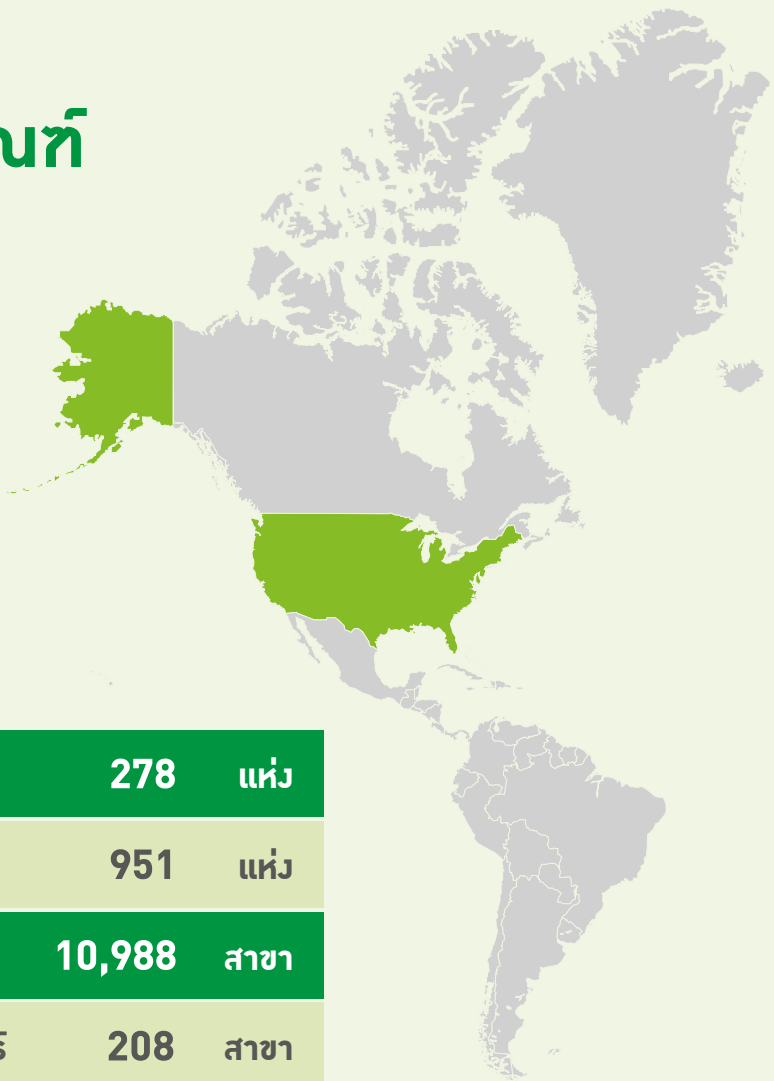
ฐานธุรกิจของ เครือเจริญโภคภัณฑ์

วิสัยทัศน์เครือเจริญโภคภัณฑ์
‘เรามุ่งมั่นในการสร้าง
อาหารคน อาหารสมอง
โอกาสในการเข้าถึงคุณค่า
เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่
ที่ดีสำหรับทุกคน’

	โรงงานผลิต	278	แห่ง
	ฟาร์มเลี้ยงสัตว์บก/สัตว์น้ำ	951	แห่ง
	ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น	10,988	สาขา
	ไฮเปอร์มาร์เก็ต/ซูเปอร์สโตร์	208	สาขา
	ศูนย์วิจัยและพัฒนา/สถานีวิจัย	52	แห่ง
	จำนวนพนักงานทั้งหมด	304,205	คน
	ประเทศและเขตเศรษฐกิจ	21	ประเทศ
	จำนวนประชากรรวม ในประเทศที่เป็นฐานธุรกิจ	4,381	ล้านคน

สัญลักษณ์ : สายธุรกิจหลัก

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



ไทย (สำนักงานใหญ่) a b c d e f

	โรงงานผลิต	73
	ฟาร์มเลี้ยงสัตว์บก/สัตว์น้ำ	352
	ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น	10,988
	ไฮเปอร์มาร์เก็ต/ซูเปอร์สโตร์	129
	ศูนย์วิจัยและพัฒนา/สถานีวิจัย	37
	จำนวนพนักงานทั้งหมด	202,869

เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ a b e f g h

	โรงงานผลิต	117
	ฟาร์มเลี้ยงสัตว์บก/สัตว์น้ำ	193
	ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น	-
	ไฮเปอร์มาร์เก็ต/ซูเปอร์สโตร์	76
	ศูนย์วิจัยและพัฒนา/สถานีวิจัย	11
	จำนวนพนักงานทั้งหมด	58,309

เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ a d f

	โรงงานผลิต	49
	ฟาร์มเลี้ยงสัตว์บก/สัตว์น้ำ	233
	ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น	-
	ไฮเปอร์มาร์เก็ต/ซูเปอร์สโตร์	1
	ศูนย์วิจัยและพัฒนา/สถานีวิจัย	-
	จำนวนพนักงานทั้งหมด	31,442

เอเชียใต้ และเอเชียตะวันตก a

	โรงงานผลิต	26
	ฟาร์มเลี้ยงสัตว์บก/สัตว์น้ำ	163
	ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น	-
	ไฮเปอร์มาร์เก็ต/ซูเปอร์สโตร์	2
	ศูนย์วิจัยและพัฒนา/สถานีวิจัย	2
	จำนวนพนักงานทั้งหมด	7,776

ยุโรป และอเมริกา a f

	โรงงานผลิต	13
	ฟาร์มเลี้ยงสัตว์บก/สัตว์น้ำ	10
	ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น	-
	ไฮเปอร์มาร์เก็ต/ซูเปอร์สโตร์	-
	ศูนย์วิจัยและพัฒนา/สถานีวิจัย	2
	จำนวนพนักงานทั้งหมด	3,809

เอเชียตะวันออกเฉียงใต้

	โรงงานผลิต	49
	ฟาร์มเลี้ยงสัตว์บก/สัตว์น้ำ	233
	ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น	-
	ไฮเปอร์มาร์เก็ต/ซูเปอร์สโตร์	1
	ศูนย์วิจัยและพัฒนา/สถานีวิจัย	-
	จำนวนพนักงานทั้งหมด	31,442

เอเชียใต้ และเอเชียตะวันตก

	โรงงานผลิต	26
	ฟาร์มเลี้ยงสัตว์บก/สัตว์น้ำ	163
	ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น	-
	ไฮเปอร์มาร์เก็ต/ซูเปอร์สโตร์	2
	ศูนย์วิจัยและพัฒนา/สถานีวิจัย	2
	จำนวนพนักงานทั้งหมด	7,776

ยุโรป และอเมริกา

	โรงงานผลิต	13
	ฟาร์มเลี้ยงสัตว์บก/สัตว์น้ำ	10
	ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น	-
	ไฮเปอร์มาร์เก็ต/ซูเปอร์สโตร์	-
	ศูนย์วิจัยและพัฒนา/สถานีวิจัย	2
	จำนวนพนักงานทั้งหมด	3,809

ธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์



บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด



บริษัทหลัก

บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด
CPG Overseas Company Limited

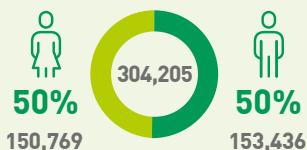
ธุรกิจหลัก

เครือเจริญโภคภัณฑ์มี บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด เป็นบริษัทแม่ ดำเนินกิจกรรมในลักษณะบริษัท Holding Company ถือหุ้นบริษัทในเครือฯ ทั้งในและต่างประเทศ มีการดำเนินธุรกิจที่หลากหลายทั้งอุตสาหกรรมการผลิตและการบริการ โดยสามารถแบ่งประเภทธุรกิจออกเป็น 8 สายธุรกิจหลัก ครอบคลุม 13 กลุ่มธุรกิจย่อย ปัจจุบันมีการลงทุนอยู่ใน 21 ประเทศ และเขตเศรษฐกิจ

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2561

2560 2561

จำนวนพนักงาน (ราย)



อัตราบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (รายต่อ 200,000 ชั่วโมงการทำงาน)

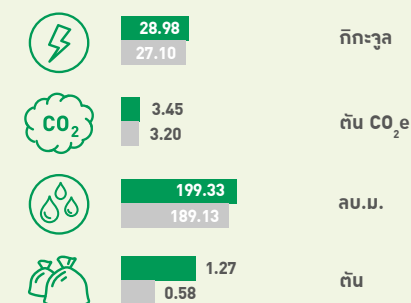


การส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต (ราย)



3,411,278 คน
เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ที่ได้รับการส่งเสริมการเข้าศึกษา

ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (หน่วยต่อรายได้ล้านบาท)





กลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร

ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร



บริษัทหลัก

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)
C.P. Pokphand Co., Ltd.
Charoen Pokphand Enterprise (Taiwan) Co., Ltd.
C.P. Bangladesh Co., Ltd.
Myanmar C.P. Livestock Co., Ltd.
Charoen Pokphand Pakistan (Pvt.) Ltd.

ธุรกิจหลัก

กลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร ครอบคลุมธุรกิจอาหารสัตว์ ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ อาหาร เวชภัณฑ์ ยารักษาสัตว์ และอุปกรณ์การเกษตร และดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกและร้านอาหารที่มุ่งสร้างความมั่นคงทางอาหารด้วยคุณภาพ ความปลอดภัย เป็นมิตรต่อชุมชน สิ่งแวดล้อม และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ ด้วยมาตรฐานระดับสากล ที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอดห่วงโซ่การผลิต



กลุ่มธุรกิจการค้าวัตถุดิบอาหารสัตว์

ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร

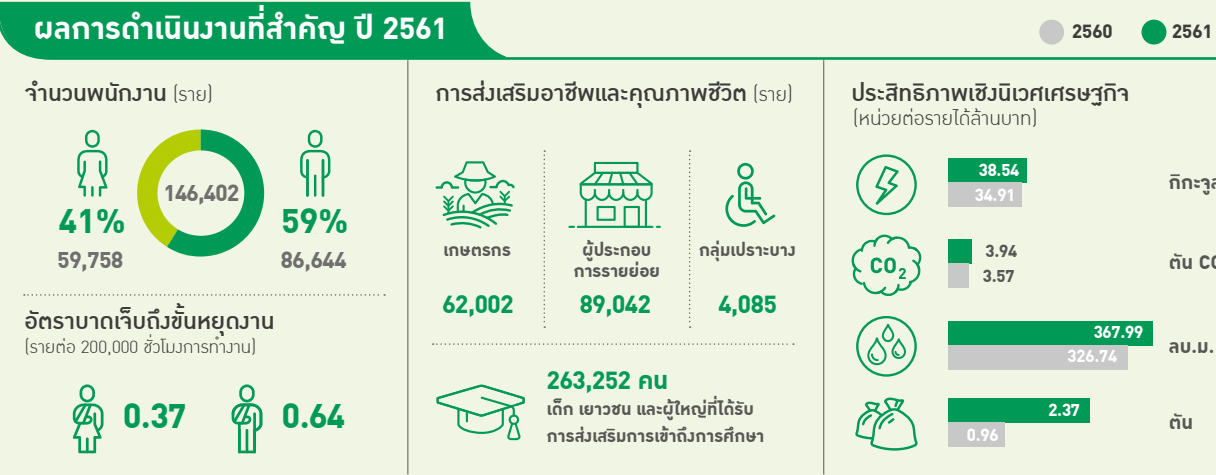


บริษัทหลัก

บริษัท กรุ๊ปเพปรีดิวส์ จำกัด (มหาชน)

ธุรกิจหลัก

กลุ่มการค้าวัตถุดิบอาหารสัตว์เป็นห่วงโซ่การผลิตที่สำคัญของธุรกิจต้นน้ำ มุ่งมั่นจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพดีที่สุดตามมาตรฐาน และส่งต่อไปให้กับลูกค้าตรงตามความต้องการผ่านระบบโลจิสติกส์แบบบูรณาการ ควบคู่กับการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด รวมถึงการสนับสนุนหลังการเก็บเกี่ยว เพื่อให้การผลิตมีคุณภาพ ลดการสูญเสียและต้นทุนโดยรวม โดยวัตถุดิบหลักที่ทางกลุ่มการค้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ทำการจัดหา เช่น ข้าวโพด ถั่วเหลือง ข้าวสาลี รำข้าว และปลาป่น เป็นต้น



บริษัท กรุ๊ปเพปรีดิวส์ จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นโดยบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด ซึ่งผลการดำเนินงานทั้งหมดนำไปรวมอยู่ในกลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร



กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ

ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร



บริษัทหลัก

- บริษัท ซี.พี. อินเตอร์เทรด จำกัด
- บริษัท ข้าว ซี.พี. จำกัด
- บริษัท ซี.พี. ฟู้ดสตรี จำกัด
- บริษัท ท่าเรืออยุธยาและโอซีดี จำกัด
- บริษัท โดนามิคกรานสปอร์ต จำกัด
- บริษัท โดนามิคอินเตอร์กรานสปอร์ต จำกัด

ธุรกิจหลัก

กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้เครือเจริญโภคภัณฑ์ นำโดยบริษัท ซี.พี. อินเตอร์เทรด จำกัด และบริษัท ข้าว ซี.พี. จำกัด ประกอบด้วย 2 ธุรกิจหลัก คือ ธุรกิจข้าวและอาหาร และธุรกิจโลจิสติกส์ครบวงจร ครอบคลุมธุรกิจข้าวครบวงจร ตั้งแต่การเพาะปลูก การผลิต การแปรรูปสินค้าข้าว และจัดจำหน่าย มีการสร้างโรงสีข้าวเพื่อรับวัตถุดิบจากเกษตรกรโดยตรง อีกทั้งมีโรงงานปรับปรุงคุณภาพข้าว (โรงงานที่ทันสมัยที่สุดในภูมิภาค บนพื้นที่ 270 ไร่ ในเขตอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา) มีกำลังการผลิตรวม 1.08 ล้านตันข้าวสารต่อปี เพื่อการค้าในประเทศและส่งออก ภายใต้ตราสินค้า 'ตราฉัตร' จัดจำหน่ายกว่า 100 ประเทศทั่วโลก ภายใต้มาตรฐานและตราสินค้าเดียวกัน หากจำหน่ายในต่างประเทศ จะใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า 'Royal Umbrella' ตลอดจนธุรกิจให้บริการขนส่งระหว่างประเทศ และในประเทศ (ขนส่งทางน้ำแห่งแรกในประเทศไทย ช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ใช้เรือบรรทุกติดเครื่องยนต์แทนการใช้รถบรรทุกในการขนส่ง)



กลุ่มธุรกิจพืชครบวงจร

ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร



บริษัทหลัก

- บริษัท เจริญโภคภัณฑ์โปรตีนอส จำกัด
- บริษัท ซี.พี. สตาร์เลนส์ จำกัด
- บริษัท เจริญโภคภัณฑ์การเกษตร จำกัด
- บริษัท เจริญโภคภัณฑ์วิศวกรรม จำกัด

ธุรกิจหลัก

กลุ่มธุรกิจพืชครบวงจร เป็นผู้เชี่ยวชาญธุรกิจเกษตรด้านการวิจัยพัฒนาผลไม้ และผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวและข้าวโพด ธุรกิจอาหารพืช ฟาร์มพืชไร่ขนาดใหญ่ ธุรกิจสวนเกษตร ยางพาราและผลไม้ ศูนย์บริการปัจจัยการเกษตร รวมทั้งผลิตและจำหน่ายเครื่องจักรกลการเกษตรให้กับเกษตรกรทั้งในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นพี่เลี้ยงทางด้านวิศวกรรม เทคโนโลยีสมัยใหม่ และนวัตกรรม เพื่อรองรับการขยายตัวทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2561

2560 2561

จำนวนพนักงาน (ราย)



อัตราบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (รายต่อ 200,000 ชั่วโมงการทำงาน)

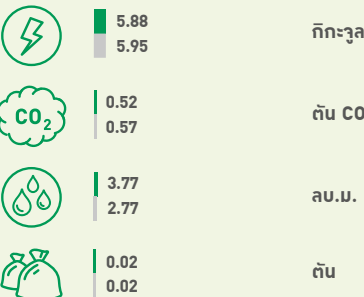


การส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต (ราย)



6,951 คน เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ที่ได้รับการส่งเสริมการเข้าศึกษา

ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (หน่วยต่อรายได้ล้านบาท)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2561

2560 2561

จำนวนพนักงาน (ราย)



อัตราบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (รายต่อ 200,000 ชั่วโมงการทำงาน)

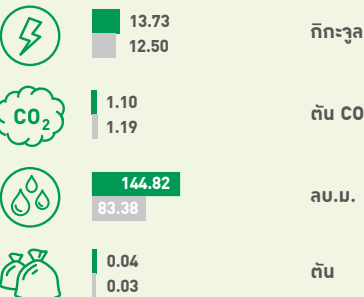


การส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต (ราย)



3,038 คน เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ที่ได้รับการส่งเสริมการเข้าศึกษา

ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (หน่วยต่อรายได้ล้านบาท)





กลุ่มธุรกิจเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และผลิตภัณฑ์อารักขาพืช

ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร

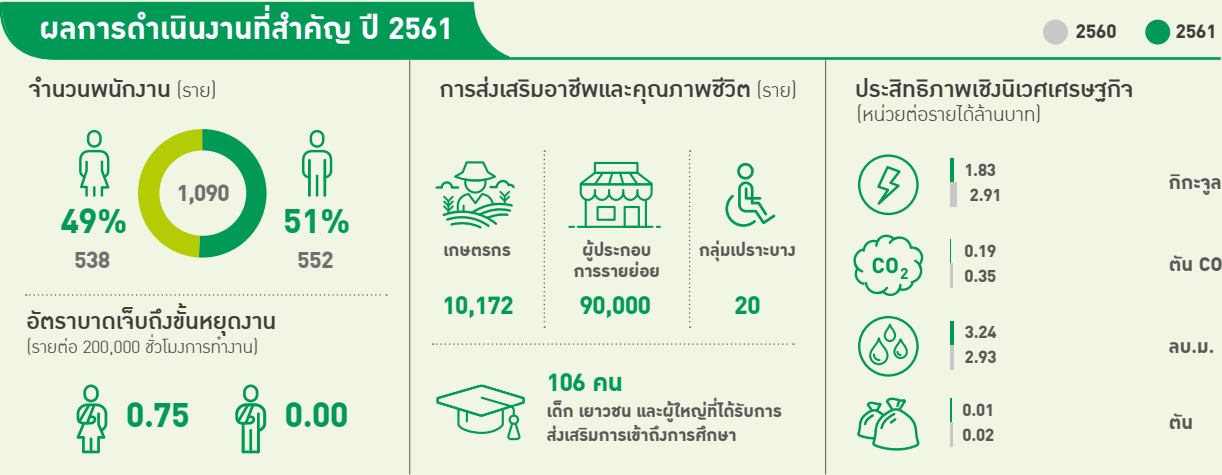


บริษัทหลัก

บริษัท เจริญไทย จำกัด

ธุรกิจหลัก

กลุ่มธุรกิจเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และผลิตภัณฑ์อารักขาพืช โดยบริษัท เจริญไทย จำกัด ดำเนินธุรกิจด้านปัจจัยการเกษตร ประกอบด้วย 3 ธุรกิจหลัก ได้แก่ เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และผลิตภัณฑ์อารักขาพืช มุ่งเน้นวิจัยพัฒนา สินค้า คัดสรรสินค้าจากแหล่งผลิตชั้นนำของโลกมาจำหน่าย และขยายตลาดไปยังต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังจำหน่ายอุปกรณ์การเกษตรและโรงเรือนตลอดจนประกอบธุรกิจ ผัก ผลไม้สด ให้คำปรึกษาเรื่องการเพาะปลูก การใช้ปุ๋ย และผลิตภัณฑ์อารักขาพืชอย่างถูกวิธีแก่เกษตรกรและผู้ประกอบการทั่วประเทศ





กลุ่มธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง

ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร

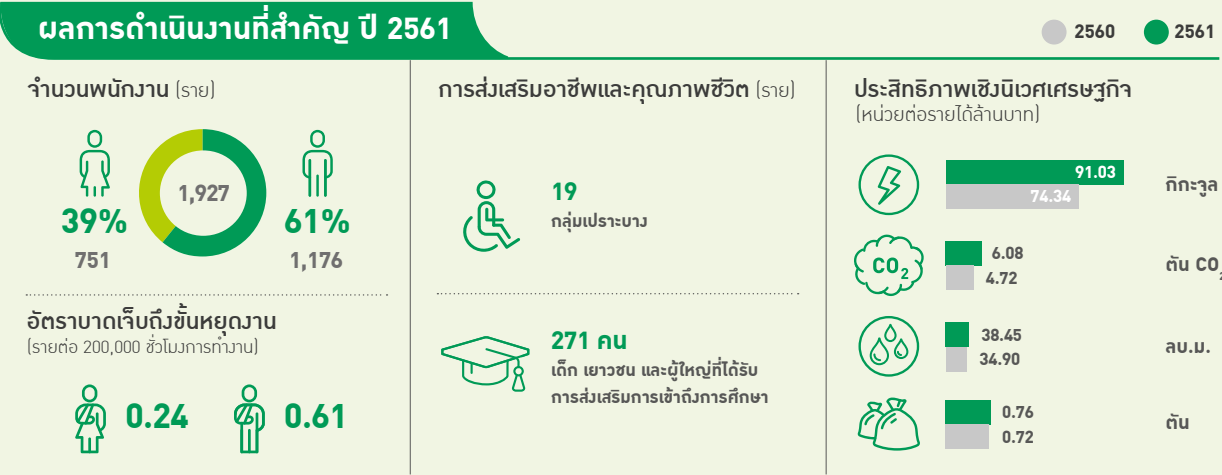


บริษัทหลัก

บริษัท เพอร์เฟก คอมพานี จำกัด

ธุรกิจหลัก

กลุ่มธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง โดยบริษัท เพอร์เฟก คอมพานี จำกัด ผู้นำธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง ตั้งใจยกระดับคุณภาพชีวิตของคนและสัตว์เลี้ยง ดูแลเอาใจใส่และคิดค้นผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง มีส่วนช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างคนและสัตว์เลี้ยง ผลิตภัณฑ์ของบริษัท อาทิ อาหารสุนัข อาหารแมว อาหารปลา อาหารม้า อาหารนก อาหารกระต่าย อาหารหนู ฯลฯ ผลผลิตจากโรงงานที่ได้มาตรฐานระดับโลก วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง และมีประโยชน์ช่วยให้สัตว์เลี้ยงมีสุขภาพดี มีชีวิตที่ยืนยาวและมีความสุข



กลุ่มธุรกิจการตลาดและการจัดจำหน่าย

ธุรกิจค้าปลีก



บริษัทหลัก

บริษัท ซี.พี. ออลล์ จำกัด (มหาชน)
บริษัท สยามแปซิฟิก จำกัด (มหาชน)
C.P. Lotus Corporation

ธุรกิจหลัก

กลุ่มธุรกิจการตลาดและการจัดจำหน่าย นำโดยบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ในประเทศไทยปัจจุบันประกอบด้วย 3 ธุรกิจหลักคือ ค้าปลีก ค้าส่ง และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น มีจำนวน 10,988 สาขา ศูนย์จำหน่ายสินค้าส่งแม่โคร 129 สาขา ผลิตและจำหน่าย เบเกอรี่ อาหารพร้อมรับประทาน และอาหารสำเร็จรูป บริการการเงิน การศึกษา โลจิสติกส์ สารสนเทศ และสื่อการตลาด ส่วนในประเทศจีน นำโดยบริษัท C.P. Lotus Corporation ผู้นำการให้บริการห้างค้าปลีก ในประเทศจีน และช้อปปิ้งมอลล์ในนาม 'Lotus'

กลุ่มธุรกิจโทรคมนาคม

ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม



บริษัทหลัก

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ธุรกิจหลัก

กลุ่มธุรกิจโทรคมนาคม โดยบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ผู้ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมและเทคโนโลยีดิจิทัลครบวงจรรายแรก ในประเทศไทย และเป็นผู้นำด้านธุรกิจคอนเวอร์เจนซ์ แบ่งธุรกิจหลักออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ทรูมูฟเอช (TrueMove H) ทรูออนไลน์ (TrueOnline) ให้บริการบรอดแบนด์ อินเทอร์เน็ตและ WiFi และทรูวิชั่นส์ (TrueVisions) ให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกทั่วประเทศไทย

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2561			2560	2561
จำนวนพนักงาน (ราย)				
 63% 66,823		 37% 38,638		
อัตราบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (รายต่อ 200,000 ชั่วโมงการทำงาน)				
 0.32		 0.56		
การส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต (ราย)				
 เกษตรกร	 ผู้ประกอบการรายย่อย	 กลุ่มเปราะบาง		
28,556	62,764	1,782		
116,146 คน เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ที่ได้รับการส่งเสริมการเข้าศึกษา				
ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (หน่วยต่อรายได้ล้านบาท)				
 17.35 15.80	 15.80	กิกะจูล		
 2.89 2.65	 2.65	ตัน CO ₂ e		
 19.52 20.15	 20.15	ลบ.ม.		
 0.13 0.12	 0.12	ตัน		

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2561			2560	2561
จำนวนพนักงาน (ราย)				
 53% 12,399		 47% 10,967		
อัตราบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (รายต่อ 200,000 ชั่วโมงการทำงาน)				
 0.03		 0.14		
การส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต (ราย)				
 ผู้ประกอบการรายย่อย	 กลุ่มเปราะบาง			
100,005	6,253			
3,020,180 คน เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ที่ได้รับการส่งเสริมการเข้าศึกษา				
ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (หน่วยต่อรายได้ล้านบาท)				
 15.15 15.95	 15.95	กิกะจูล		
 2.33 2.41	 2.41	ตัน CO ₂ e		
 1.10 1.22	 1.22	ลบ.ม.		
 0.44 0.20	 0.20	ตัน		



กลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซและดิจิทัล

ธุรกิจอีคอมเมิร์ซและดิจิทัล



บริษัทหลัก

บริษัท แอสเซนด กรุ๊ป จำกัด
บริษัท พรวิวัล โซลูชันส์ จำกัด

ธุรกิจหลัก

ธุรกิจอีคอมเมิร์ซและธุรกิจดิจิทัล ผู้ให้บริการดิจิทัลแพลตฟอร์มด้านฟินเทค อีคอมเมิร์ซ และบริการดิจิทัลโซลูชัน รวมถึงพัฒนาซอฟต์แวร์ด้านความปลอดภัยและบริการเทคโนโลยีด้านไอที ที่ปรึกษาธุรกิจและผู้ให้บริการตลาดกลางการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Procurement) การประมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) คลังความรู้และคลาวด์



กลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์



บริษัทหลัก

บริษัท ซี.พี. แลนด์ จำกัด (มหาชน)
Shanghai Kinghill Limited
บริษัท ซีพี พร็อพเพอร์ตี้ โฮลดิ้ง จำกัด
Chia Tai Land Co.,Ltd.

ธุรกิจหลัก

กลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย ดำเนินกิจการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ด้านเช่าและขาย การโรงแรม ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ การบริหารงานทรัพยากรอาคาร และนิคมอุตสาหกรรมในประเทศจีนมีบริษัท Shanghai Kinghill Limited พัฒนาศูนย์การค้าครบวงจร 'Super Brand Mall' และบริษัท Chia Tai Land Co., Ltd. พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ให้บริการที่ปรึกษาและการบริหารจัดการโครงการ

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2561

2560 2561

จำนวนพนักงาน (ราย)



อัตราบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน
(รายต่อ 200,000 ชั่วโมงการทำงาน)

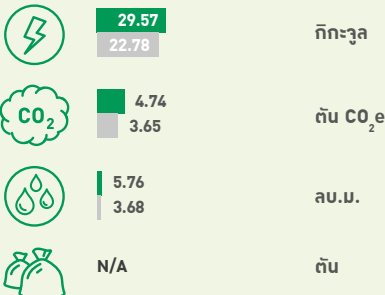


การส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต (ราย)



40 คน
เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ที่ได้รับการส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษา

ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ
(หน่วยต่อรายได้ล้านบาท)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2561

2560 2561

จำนวนพนักงาน (ราย)



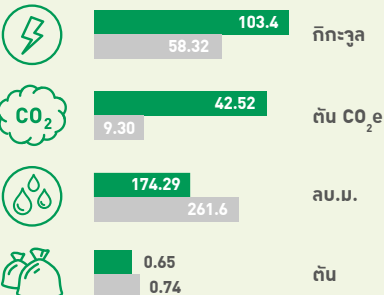
อัตราบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน
(รายต่อ 200,000 ชั่วโมงการทำงาน)



การส่งเสริมการศึกษา (ราย)



ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ
(หน่วยต่อรายได้ล้านบาท)



กลุ่มธุรกิจยานยนต์
ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม



บริษัทหลัก

SAIC Motor-CP Co.,Ltd.
MG Sales (Thailand) Co.,Ltd.
Luoyang Northern Ek Chor Motorcycle Co.,Ltd.
ECI Metro Investment Co.,Ltd.

ธุรกิจหลัก

กลุ่มธุรกิจยานยนต์มุ่งเน้นการลงทุนในอุตสาหกรรม จำหน่ายและผลิตเครื่องจักรกลหนักในประเทศจีน ดำเนินกิจการผลิตยานยนต์ รถจักรยานยนต์ และยานยนต์ขับเคลื่อนด้วยไฟฟ้า ได้มาตรฐานสากล มุ่งนโยบายให้ความสำคัญกับคุณภาพวัสดุ เช่น รถยนต์ MG (ประเทศไทย) ยานยนต์ไฟฟ้า CHOK-Cross เครื่องจักรกลหนักและเครื่องยนต์ CATERPILLAR (9 มณฑลในประเทศจีน) และมอเตอร์ไซค์เครื่องยนต์ Dayang เป็นต้น

กลุ่มธุรกิจบรรจภัณฑ์
ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม



บริษัทหลัก

บริษัท ซีพีพีซี จำกัด (มหาชน)

ธุรกิจหลัก

กลุ่มธุรกิจบรรจภัณฑ์ โดยบริษัท ซีพีพีซี จำกัด (มหาชน) ดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล โดยมีกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักในประเทศไทย 5 กลุ่ม ได้แก่ กระสอบพลาสติก บรรจภัณฑ์อาหาร และเครื่องตีพลาสติกแผ่นแข็งและเคลือบ ท่อพีวีซีและข้อต่อ และแกนกระดาษ ในประเทศจีนผลิตเสื้อแจ็กเก็ตและกระเป๋า และในประเทศเวียดนามผลิตกระสอบพลาสติกและเสื้อแจ็กเก็ต

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2561			2560			2561		
จำนวนพนักงาน (ราย)			การส่งเสริมการศึกษา (ราย)			ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (หน่วยต่อรายได้ล้านบาท)		
25% 141 75% 429 570			618 คน เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ที่ได้รับการส่งเสริมการเข้าศึกษา			10.19 กิกะจูล		
อัตราบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (รายต่อ 200,000 ชั่วโมงการทำงาน)			1.31 ตัน CO₂e			1.31 ตัน CO₂e		
0.00 0.00			14.04 ลบ.ม.			14.04 ลบ.ม.		
			0.38 ตัน			0.38 ตัน		

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2561			2560			2561		
จำนวนพนักงาน (ราย)			การส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต (ราย)			ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (หน่วยต่อรายได้ล้านบาท)		
44% 1,188 56% 1,527 2,715			3 เกษตรกร			64.24 กิกะจูล		
อัตราบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (รายต่อ 200,000 ชั่วโมงการทำงาน)			681 ผู้ประกอบการรายย่อย			8.04 ตัน CO₂e		
0.33 1.06			13 กลุ่มประมง			7.72 ตัน CO₂e		
			361 คน เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ที่ได้รับการส่งเสริมการเข้าศึกษา			55.69 ลบ.ม.		
						48.67 ลบ.ม.		
						0.79 ตัน		
						0.56 ตัน		

กลุ่มธุรกิจยาและเวชภัณฑ์

ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์



บริษัทหลัก

Sino Biopharmaceutical Limited

ธุรกิจหลัก

กลุ่มบริษัท ไชนไบโอฟาร์มา จำกัด เป็นองค์กรด้านเวชภัณฑ์และนวัตกรรมของประเทศไทย ประกอบด้วยศูนย์พัฒนาและวิจัย ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาประเภทต่างๆ เคมีภัณฑ์ ยาจีนที่ทันสมัย และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอื่นๆ มีความเชี่ยวชาญด้านยารักษาโรคตับอักเสบ โรคหัวใจ โรคระบบทางเดินหายใจ โรคกระดูกและข้อ เป็นต้น มีความร่วมมือกับสถาบันเภสัชกรรมชั้นนำทั้งในประเทศจีนและต่างประเทศ เพื่อขยายธุรกิจหลักของกลุ่มให้ครอบคลุมการดูแลสุขภาพมากขึ้น

กลุ่มธุรกิจการเงินและการธนาคาร

ธุรกิจการเงินและการธนาคาร

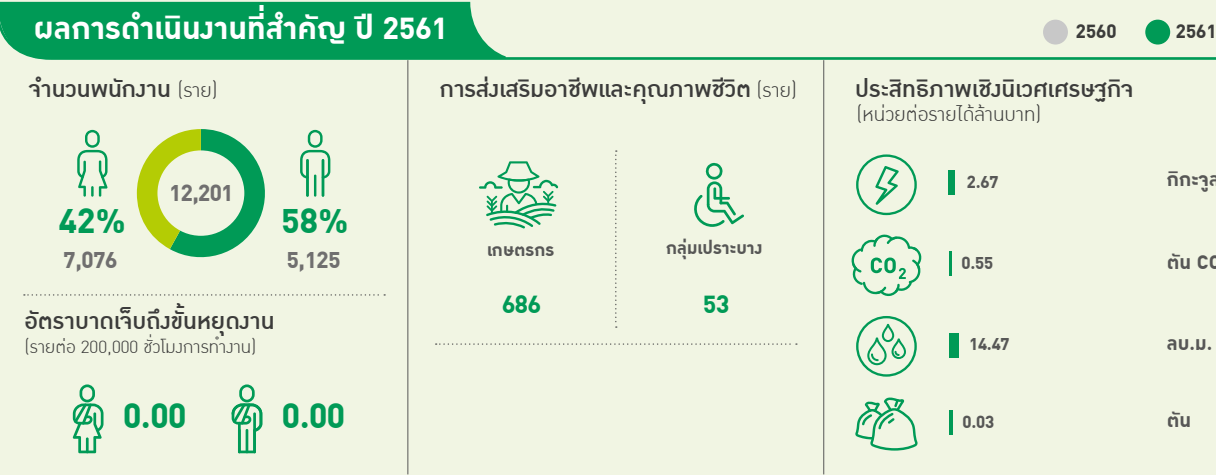


บริษัทหลัก

Zheng Xin Bank Company Limited
ITOCHU Corporation
Ping An Insurance (Group) Company of China Ltd.
CITIC Group Corporation Ltd.

ธุรกิจหลัก

เครือข่าย ร่วมมือกับกลุ่มบริษัทชั้นนำด้านการธนาคาร การเงิน และประกันภัยแบบครบวงจรระดับนานาชาติ ในประเทศจีนมี Ping An Insurance (Group) ประกอบด้วยธุรกิจหลัก 3 กลุ่ม ได้แก่ ธุรกิจประกันภัยการธนาคาร และการลงทุน CITIC Group Corporation และ Zheng Xin Bank Company Limited ผู้ให้บริการด้านการเงิน และ ITOCHU Corporation ผู้จัดการการเงิน รวมถึงการลงทุนทางธุรกิจในญี่ปุ่นและต่างประเทศ



ไม่รวมอยู่ในขอบเขตการรายงาน



ค่านิยมองค์กร 6 ประการ

SIX CORE VALUES

ค่านิยม 6 ประการจะหล่อหลอมให้บุคลากร มีความเชื่อ ความประพฤติและการปฏิบัติไปในแนวทางเดียวกัน นำมาให้องค์กรก้าวข้ามอุปสรรคต่างๆ สามารถดำเนินธุรกิจให้เติบโตในทุกด้าน ทั้งเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กัน เพื่อนำประโยชน์ที่สร้างส่งต่อให้กับคนรุ่นถัดไปอย่างยั่งยืน

1. สามประโยชน์

ไม่มีองค์กรธุรกิจใดในโลกที่เติบโตอย่างมั่นคงแข็งแรงได้โดยลำพัง หากแต่ต้องมีความเข้มแข็งของประชาชน สังคม และประเทศชาติเคียงข้างด้วยเสมอ เช่นเดียวกันกับเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่สามารถนำพาองค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน เพราะดำเนินธุรกิจโดยยึดหลัก ‘3 ประโยชน์’ ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ได้แก่ ประโยชน์ต่อประเทศที่เข้าไปลงทุน ประโยชน์ต่อประชาชนในทุกประเทศที่เข้าไปลงทุน และประโยชน์ต่อบริษัท ซึ่งเครือฯ ได้ปลูกฝังแนวคิดค่านิยมนี้มาตั้งแต่ยุคบุกเบิกธุรกิจสู่การกระทำที่มุ่งหวังให้ประเทศที่ได้อิทธิพลเกิดประโยชน์และธุรกิจเติบโตก้าวหน้า

2. ทำเร็วและมีคุณภาพ

การดำเนินธุรกิจในยุคโลกไร้พรมแดนเช่นปัจจุบัน สิ่งสำคัญที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโตก้าวหน้าได้อย่างยั่งยืน คือ ‘ทำเร็ว’ และ ‘มีคุณภาพ’ เพื่อให้ธุรกิจก้าวทันการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงในด้านเทคโนโลยี ข้อมูลข่าวสาร พฤติกรรมผู้บริโภค และกฎระเบียบการค้าต่างๆ เครือฯ จึงต้องคิดเร็ว ทำเร็ว และทำอย่างมีคุณภาพ ถือเป็นนโยบายสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่ทุกคนในองค์กรได้ยึดถือและปฏิบัติ

3. ทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการลงทุนใน 21 ประเทศและเขตเศรษฐกิจ มีบริษัทในเครือมากกว่า 200 บริษัท และมีพนักงานทั้งหมดกว่า 300,000 คน โดยเครือฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาปรับปรุงขั้นตอนและกระบวนการทำงานให้รวดเร็ว ลดขั้นตอนต่างๆ ที่ไม่จำเป็น โดยมีนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทำให้การทำงานง่ายขึ้น สะดวกขึ้น เพื่อให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพ ‘การทำเรื่องยากเป็นเรื่องง่าย’ จึงเป็นข้อปฏิบัติที่สำคัญของทุกคนในองค์กรที่จะนำมาซึ่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของเครือฯ นับแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

4. ยอมรับ การเปลี่ยนแปลง

โลกเต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลง ทั้งการเปลี่ยนแปลงทางสภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภค รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงทางด้านภูมิอากาศและภัยพิบัติต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นอย่างฉับพลัน ดังนั้น กลยุทธ์สำคัญที่ทำให้เครือเจริญโภคภัณฑ์เกิดความยั่งยืนได้คือ ‘การยอมรับการเปลี่ยนแปลง’ เพื่อให้สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ได้ตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ช่วยให้เครือฯ เกิดการปรับตัวพยายามค้นคว้า ศึกษาวิจัย มองหาโอกาสใหม่ไม่หยุดนิ่งทั้งยังมุ่งมั่นพัฒนาเพื่อสิ่งที่ดีกว่า เพื่อตอบสนองทุกความต้องการของผู้บริโภคและประเทศชาติ

5. สร้างสรรค์สิ่งใหม่

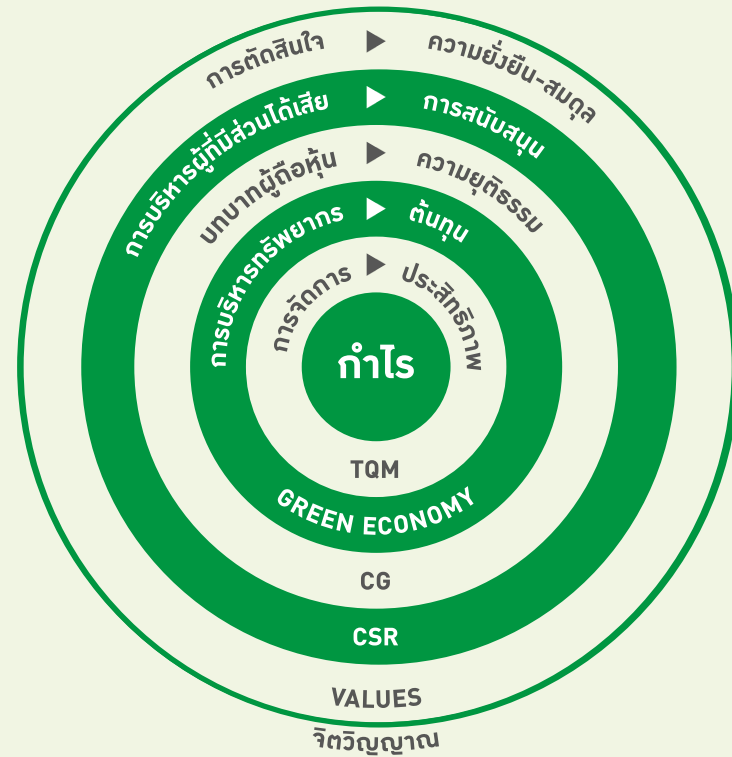
บรรทัดแห่งการดำเนินธุรกิจ ความคิดสร้างสรรค์คือพลังขับเคลื่อนให้เกิดความก้าวหน้าในทุกระดับของการดำเนินธุรกิจ ทั้งแนวคิด วิธีการ กระบวนการ ผลิตภัณฑ์และบริการ เพราะโลกไม่หยุดนิ่ง ธุรกิจจึงต้องสร้างสรรค์นวัตกรรมตลอดเวลา พนักงานเครือเจริญโภคภัณฑ์จึงทำงานด้วยความพร้อมที่จะ ‘สร้างสรรค์สิ่งใหม่’ ที่ดีกว่า ‘องค์กรแห่งนวัตกรรม’ คือเป้าหมายที่ทุกองค์กรในเครือฯ กำลังมุ่งมั่นขับเคลื่อนและแน่นอนว่า ผลสุดท้ายย่อมนำมาซึ่งการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีที่สุดสำหรับผู้บริโภคนั่นเอง

6. คุณธรรม และความซื่อสัตย์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินกิจการมายาวนาน เกือบศตวรรษด้วยยึดมั่นในหลักการของความซื่อสัตย์และมีคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง จวบจนปัจจุบันที่ธุรกิจเครือฯ แดกแขนงไปมากมาย ความซื่อสัตย์และมีคุณธรรมยังคงเป็นเสาหลักขององค์กร เราดำเนินอยู่เสมอว่า ธุรกิจการค้าที่มุ่งหวังผลประโยชน์แต่เพียงฝ่ายเดียว ย่อมไม่อาจดำรงยืนนาน และไม่อาจได้รับความไว้วางใจ ทั้งจากคู่ค้า ผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ในภาคสังคม ดังนั้น ไม่ว่าจะจำหน่ายสินค้าเพียงหนึ่งชิ้น หรือจำหน่ายสินค้าเป็นร้อยๆ ตัน เราก็ต้องตั้งมั่นบนหลักการของ ‘คุณธรรมและความซื่อสัตย์’

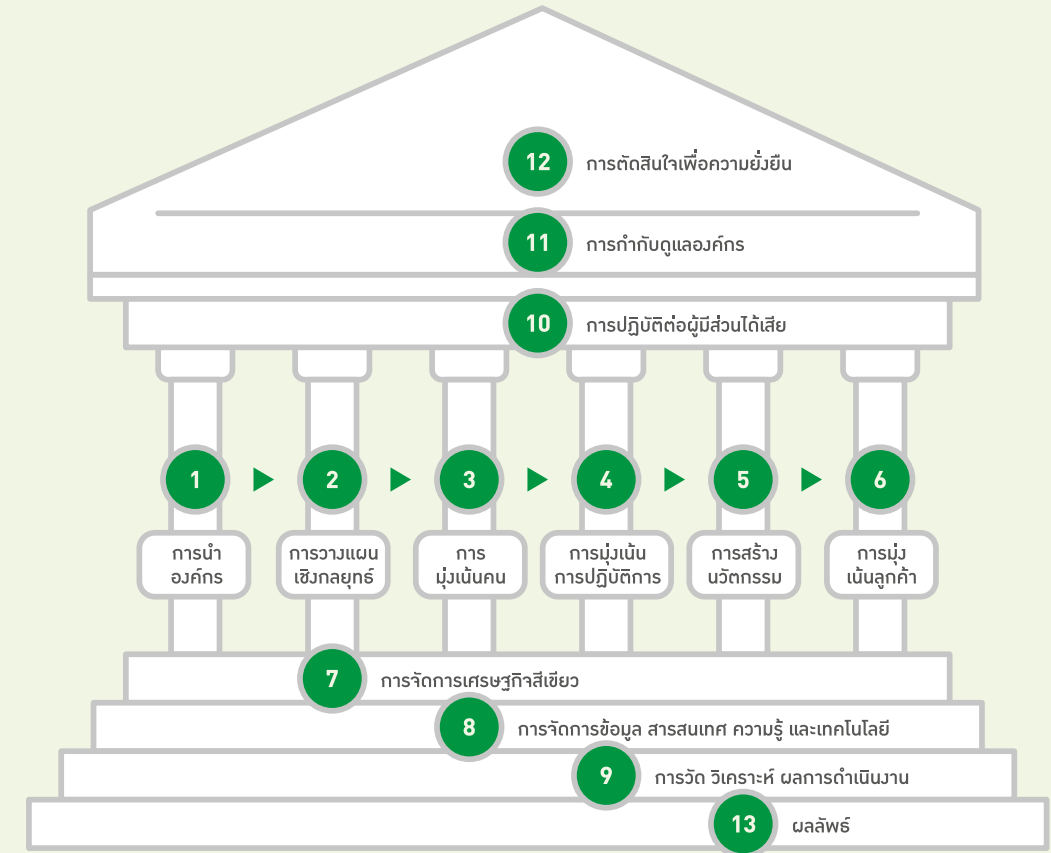
ระบบการบริหาร ซีพี สุ่วความเป็นเลิศ

C.P. EXCELLENCE



กว่า 9 ทศวรรษที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินธุรกิจที่เติบโตอย่างต่อเนื่องยาวนาน ครอบคลุม 21 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลก เครือเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาระบบการบริหาร ซีพี สุ่วความเป็นเลิศ และดำเนินการตามระบบฯ โดยพนักงานและผู้บริหารทุกระดับ ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่าเครือฯ มีการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ มีการบริหารต้นทุนอย่างเหมาะสม สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก

มีระบบการกำกับดูแล เพื่อสร้างความมั่นใจว่าเครือฯ มีการดำเนินธุรกิจด้วยความยุติธรรมและให้เป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ดูแลทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ชุมชนและสังคมโดยรวม โดยยึดมั่นในการปฏิบัติตามค่านิยม 6 ประการ เป็นพื้นฐานเพื่อหล่อหลอมจิตวิญญาณของทุกคนในองค์กร



ระบบการบริหาร 'ซีพี สุ่วความเป็นเลิศ' หรือ C.P. Excellence เป็นกรอบการดำเนินงานที่ช่วยให้พนักงานและผู้บริหารมีแนวทางในการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน มุ่งมั่นไปสู่เป้าหมายเดียวกัน โดยระบบการบริหาร ซีพีฯ เหมือนบ้าน 1 หลังที่ประกอบด้วย 13 ส่วน ทั้งเป็นฐานราก เสาหลัก หลังคา

เพื่อเป็นบ้านให้กับทุกคนในองค์กรได้อยู่ร่วมกันอย่างร่มเย็น บนกฎกติกาเดียวกัน ก่อให้เกิดความสุข มั่นคงในการอยู่ร่วม และร่วมแรงกันในการทำงาน ทั้งนี้ไม่ใช่แค่ประโยชน์ของคนในบริษัท แต่เพื่อประเทศชาติและสังคมในภาพรวม อันจะนำพาให้เครือฯ พัฒนาและเป็นองค์กรที่ยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง

SUSTAINABILITY MANAGEMENT

การจัดการด้านความยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความมุ่งมั่นที่จะสร้างธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ซึ่งเปรียบเสมือนทิศทางที่จะนำพาให้เกิดการปฏิบัติ เพื่อสามารถบรรลุเป้าหมายความยั่งยืน ให้สัมฤทธิ์ผลตามวิสัยทัศน์ในการสร้าง 'อาหารคน อาหารสมอง สร้างโอกาสในการเข้าถึงคุณค่า เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน' โดยยึดมั่นความกตัญญูทั้งต่อประเทศชาติ สังคม และบริษัท ตามหลักค่านิยม 3 ประโยชน์ ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจ

พอเพียง ระบบการบริหาร ซีพี สุ่วความเป็นเลิศ (C.P. Excellence) ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล โดยมีโครงสร้างการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนให้เกิดการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องจนสามารถบรรลุเป้าหมายความยั่งยืนของเครือฯ นอกจากนี้ยังสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs) ทั้ง 17 ประการ และจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพ



ยุทธศาสตร์
ด้านความยั่งยืน



การกำกับดูแล
ด้านความยั่งยืน



การประเมินประเด็น
สำคัญด้านความยั่งยืน



เกี่ยวกับ
รายงานฉบับนี้

SUSTAINABILITY STRATEGY

ยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน





เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมีรากฐานสำคัญประกอบด้วยค่านิยม "3 ประโยชน์" ที่มุ่งสร้างสรรค์ประโยชน์แก่ประเทศชาติและสังคม รวมถึงระบบบริหารจัดการที่เรียกว่า "ซีพี สุภาพเป็นเลิศ" หรือ "C.P. Excellence" และตั้งอยู่บนพื้นฐานของการมีธรรมาภิบาล มีความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนการเคร่งครัดต่อกฎระเบียบข้อบังคับ และมาตรฐานของทุกประเทศที่เข้าไปลงทุน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติอีกด้วย

ค่านิยม 3 ประโยชน์			
ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	ระบบการบริหารซีพี สุภาพเป็นเลิศ	The 10 UNGC Principles 17 UN SDGs & UNGP	กฎระเบียบข้อบังคับและมาตรฐาน
 Heart Living Right	 Health Living Well	 Home Living Together	
การกำกับดูแลกิจการ	คุณค่าทางสังคม	การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	
สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน	สุขภาพและสุขภาวะที่ดี	การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ	
การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล	การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย	การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ	
การศึกษา	การบริหารจัดการนวัตกรรม	การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	

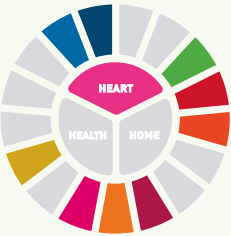
การขับเคลื่อนความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์มีพื้นฐานมาจากความ
กตัญญูและความซื่อสัตย์ โดยพนักงานทุกคนยึดมั่นในหลักค่านิยม
3 ประโยชน์ ที่ปฏิบัติต่อเนื่องมาเกือบ 100 ปี นับตั้งแต่ก่อตั้งบริษัท
น้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ ดำเนินการตามระบบ
ซีพี สุภาพเป็นเลิศ และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ยึดมั่นหลักการสากล
กฎระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรฐานของทุกประเทศที่เครือฯ เข้าไป
ดำเนินงาน เครือเจริญโภคภัณฑ์กำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน
ครอบคลุม 12 เป้าหมายหลัก ซึ่งมีความสอดคล้องตาม SDGs ของ
สหประชาชาติ ทุกองค์ประกอบภายใต้ยุทธศาสตร์ความยั่งยืน โดยมี
กรอบการดำเนินงาน 3Hs Heart-Health-Home เป็นตัวขับเคลื่อนองค์กร
ให้เติบโตและก้าวหน้าอย่างมั่นคง เพื่อสร้างการยอมรับจากผู้มีส่วนได้เสีย
ในทุกพื้นที่ครอบคลุม 21 ประเทศทั่วโลกและเขตเศรษฐกิจ

การดำเนินการตามยุทธศาสตร์ความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง เป็นผลให้
บริษัทธุรกิจหลักและเครือซีพีได้รับการยอมรับจากองค์กรสากลระดับโลก
โดยในปี 2561 บริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ 3 ราย ประกอบด้วยบริษัท
เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) หรือซีพีเอฟ บริษัท ซีพี ออลล์
จำกัด (มหาชน) และบริษัท ทูรออร์บอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้รับเลือก
ให้เป็นสมาชิก Dow Jones Sustainability Indices ดัชนีวัดความยั่งยืน
ระดับโลก ตลอดจนเครือฯ ได้ประกาศขับเคลื่อนโครงการซีพีเพื่อความ
ยั่งยืน เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานในทุกประเทศทั่วโลกดำเนินกิจกรรม
เพื่อสังคมในเชิงรุกในทุกพื้นที่ที่เครือฯ มีธุรกิจ โดยจัดให้มีการคัดเลือก
โครงการเพื่อสังคมที่มีความโดดเด่นเพื่อเป็นแบบอย่างที่ดี โดยมี
เจตนารมณ์ในการสร้างธุรกิจให้เติบโตไปพร้อมกับคู่ค้าและพันธมิตร
ทั้งระบบเศรษฐกิจ ประชาชน และประเทศชาติ

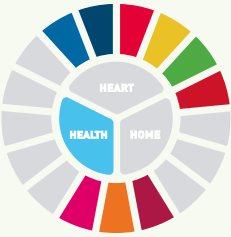
การร่วมสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



HEART: LIVING RIGHT



HEALTH: LIVING WELL



HOME: LIVING TOGETHER



โอกาสในการเพิ่มผลกระทบบวก
โอกาสในการลดผลกระทบลบ

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



Raw Materials

Suppliers

Transportation

Company Operations

Distribution

User

End of Life

การกำกับดูแลกิจการ	ร้อยละ 100 ของกลุ่มธุรกิจในประเทศ มีการเปิดเผยผลการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลและความยั่งยืนผ่านรายงานประจำปี	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS									
สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน	ร้อยละ 100 ของกลุ่มธุรกิจในประเทศ มีการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Due Diligence)	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	10 REDUCED INEQUALITIES								
การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล	ร้อยละ 100 ของผู้นำและพนักงาน ผ่านการอบรมพัฒนาความรู้และความเข้าใจด้านความยั่งยืน	4 QUALITY EDUCATION	5 GENDER EQUALITY	17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS								
การศึกษา	เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ 4,350,000 คน มีโอกาสเข้าถึงการศึกษาและการพัฒนาทักษะที่จำเป็น	4 QUALITY EDUCATION	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE								
คุณค่าทางสังคม	เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงกลุ่มเปราะบาง 100,000 ราย ได้รับการส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต	1 NO POVERTY	4 QUALITY EDUCATION	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	10 REDUCED INEQUALITIES							
สุขภาพและสุขภาวะที่ดี	ร้อยละ 30 ของผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นสุขโภชนาการ สุขภาพ และสุขภาวะที่ดีขึ้น	2 ZERO HUNGER	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING									
การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย	ร้อยละ 100 ของกลุ่มธุรกิจในประเทศ มีการประเมินการสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย	16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS	17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS									
การบริหารจัดการนวัตกรรม	เพิ่มมูลค่านวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการร้อยละ 50 เทียบกับปีฐาน 2559	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE	17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS								
การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ร้อยละ 10 เทียบกับปีฐาน 2558 ลดการใช้พลาสติกสำหรับบรรจุภัณฑ์ในประเทศให้สามารถนำมาใช้ซ้ำ ใช้ใหม่ หรือย่อยสลายได้ 100% ภายในปี 2568 ปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์สุทธิเป็นศูนย์ (Carbon Neutral) ภายในปี 2573 ลดขยะอาหารจากกิจกรรมการดำเนินการของบริษัทเป็นศูนย์ ภายในปี 2573	7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY	11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	13 CLIMATE ACTION							
การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ	ลดปริมาณการใช้น้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ร้อยละ 10 เทียบกับปีฐาน 2558	6 CLEAN WATER AND SANITATION	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	14 LIFE BELOW WATER								
การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ	ร้อยละ 100 ของวัตถุดิบหลักผ่านการประเมินการจัดหาจากแหล่งผลิตที่ไม่บุกรุกทำลายป่าไม้และทรัพยากรทางทะเล	6 CLEAN WATER AND SANITATION	14 LIFE BELOW WATER	15 LIFE ON LAND								
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	ร้อยละ 100 ของคู่ค้าธุรกิจหลักได้รับการประเมินด้านความยั่งยืน	4 QUALITY EDUCATION	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE								

ความก้าวหน้าการดำเนินงาน สู่เป้าหมายความยั่งยืนปี 2563 (ประเทศไทย)

เครือฯ ได้มีการเร่งขับเคลื่อนการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์และเป้าหมายตามที่กำหนด โดยปัจจุบัน กล่าวได้ว่ามีความก้าวหน้าในการดำเนินงาน และถือเป็นครั้งแรกของการดำเนินงานสู่เป้าหมายปี 2563 โดยสามารถดำเนินงานบรรลุเป้าหมายบางข้อแล้ว อาทิ การกำกับดูแลกิจการ นอกจากนี้ เครือฯ ยังเพิ่มเป้าหมายใหม่ ได้แก่

1. การลดการใช้พลาสติกสำหรับบรรจุภัณฑ์ในประเทศไทยให้สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ ใช้ใหม่ หรือย่อยสลายได้ 100% ภายในปี 2568
2. การปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์สุทธิเป็นศูนย์ (Carbon Neutral) ภายในปี 2573 และ
3. การลดขยะอาหารจากกิจกรรมดำเนินงานของบริษัทเป็นศูนย์ ภายในปี 2573

ทั้งนี้ความสำเร็จที่เกิดขึ้นมาจากความร่วมมือร่วมใจของพนักงานและผู้บริหารทุกคนในองค์กร เป็นพลังร่วมขับเคลื่อนการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืน

สัญลักษณ์:

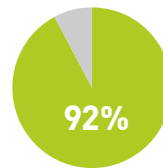
- บรรลุเป้าหมาย (≥100%)
- มีความก้าวหน้าตามแผน (>50%)
- มีความก้าวหน้าช้ากว่าแผน (<50%)

HEART: LIVING RIGHT



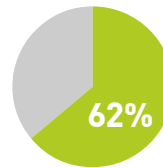
การกำกับดูแลกิจการ

ทุกกลุ่มธุรกิจมีการเปิดเผยผลการดำเนินงานผ่านรายงานความยั่งยืนเครือฯ (ไม่รวมกลุ่มธุรกิจการเงินและการธนาคาร)



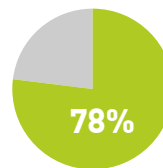
สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน

ก้าวหน้าตามแผนงาน มีการประเมินประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ (Salient Human Rights Issues) 12 จาก 13 กลุ่มธุรกิจในประเทศไทย



การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล

ผู้นำและพนักงานผ่านการอบรมพัฒนาความรู้และความเข้าใจด้านความยั่งยืน 62% จากเป้าหมาย 100%



การศึกษา

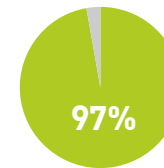
สนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาและการพัฒนาทักษะที่จำเป็น 3,400,133 คน จากเป้าหมาย 4,350,000 คน

HEALTH: LIVING WELL



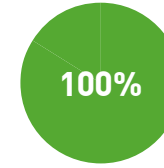
คุณค่าทางสังคม

ส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิตเกษตรกร SMEs และกลุ่มเปราะบางรวม 554,087 ราย จากเป้าหมาย 100,000 ราย



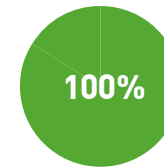
สุขภาพและสุขภาวะที่ดี

ผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นสุขอนามัยการสุขภาพและสุขภาวะที่ดี 29% จากเป้าหมาย 30%



การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

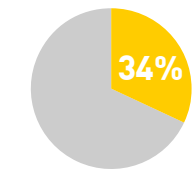
ทุกกลุ่มธุรกิจมีกระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย



การบริหารจัดการนวัตกรรม

มูลค่านวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการที่ได้รับการคัดเลือกจากมหกรรมนวัตกรรมบัวบาน เพิ่มขึ้นเป็น 7,921 ล้านบาท จากปีฐาน 4,058 ล้านบาท

HOME: LIVING TOGETHER



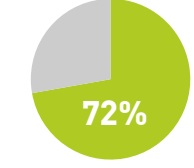
การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ลดลง 3.40% จากเป้าหมาย 10% เทียบกับปีฐาน 2558



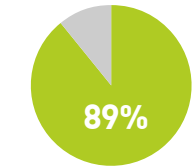
การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ

ปริมาณการใช้น้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ลดลง 32.12% จากเป้าหมาย 10% เทียบกับปีฐาน 2558



การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

วัดดูดิบหลักผ่านการประเมินการจัดทำอย่างรับผิดชอบและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ 72% จากเป้าหมาย 100%



การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

คู่ค้าธุรกิจหลักได้รับการประเมินด้านความยั่งยืน 89% จากเป้าหมาย 100%

SUSTAINABILITY GOVERNANCE

การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน



MATERIALITY ASSESSMENT

การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์จัดทำรายงานฉบับนี้ขึ้นเพื่อเป็นหนึ่งในช่วงทางสำหรับสื่อสารให้กับผู้มีส่วนได้เสียได้ทราบถึงความมุ่งมั่นและผลการดำเนินงานตามกรอบยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืนของเครือฯ โดยนำเสนอผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนครอบคลุมทั้ง 3 มิติ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยพิจารณาจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานเพื่อทำการประเมินประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ ภายใต้หลักการรายงานประเด็นสำคัญ 4 ประการตามหลัก GRI Standards ซึ่งประกอบด้วย การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในกระบวนการจัดทำรายงาน (Stakeholder Inclusiveness) การพิจารณาบริบทความยั่งยืน (Sustainability Context) การประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ (Materiality) และความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล (Completeness) โดยผ่านกระบวนการและขั้นตอนการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ ดังนี้

1

การระบุประเด็นสำคัญ

2

การจัดลำดับความสำคัญ

3

การทวนสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือ

4

การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

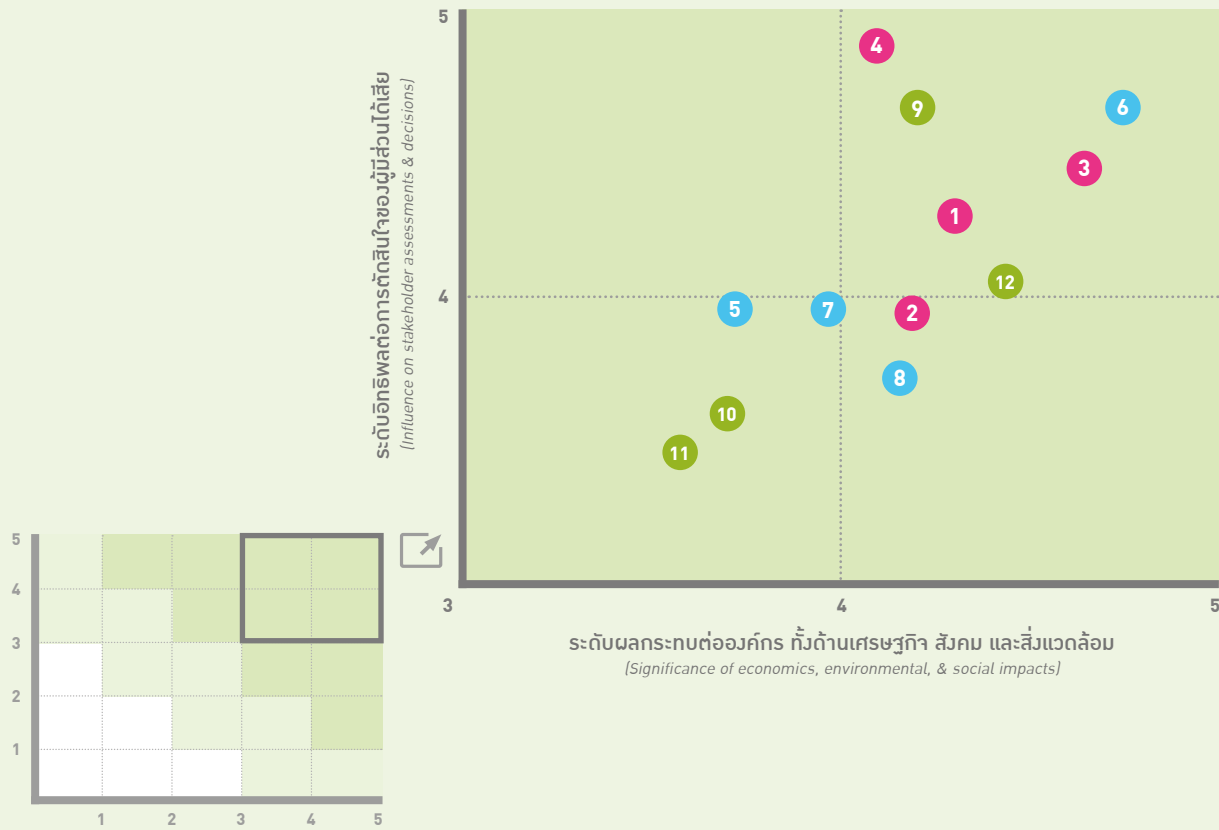
เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้นำประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญในปี 2560 มาพิจารณา ทบทวนประกอบกับการพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอก โดยคำนึงถึงความครอบคลุมของทุกประเด็นสำคัญไปยังทุกกลุ่มของเครือฯ ทั่วโลก พร้อมทั้งเทียบเคียงประเด็นด้านความยั่งยืนของ 8 สายธุรกิจหลัก

เครือฯ ระดมความคิดเห็นจากผู้บริหารระดับสูงขององค์กร สายธุรกิจหลัก และตัวแทนจากทุกกลุ่มธุรกิจ เพื่อจัดลำดับความสำคัญประเด็นด้านความยั่งยืนทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ผ่านการประชุมเชิงปฏิบัติการ การกำหนดค่าถ่วงน้ำหนัก การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อรับทราบถึงประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ และจัดทำ

เครือฯ ได้ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของการจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ ผ่านการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกถึงประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน เพื่อนำไปพัฒนารายงานความยั่งยืน พร้อมทั้งนำเสนอต่อคณะผู้บริหาร (Executive Committee) ในการพิจารณาและขอความเห็นชอบ

เครือฯ มีการทบทวนกระบวนการจัดทำและการเปิดเผยข้อมูลในรายงานความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง ผ่านช่องทางที่หลากหลาย พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อแนวทางการดำเนินงาน เพื่อนำไปปรับปรุงรูปแบบการเปิดเผยผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือฯ ในฉบับต่อไป

ผลการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน



- HEART

- 1. การกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance)
 - 2. สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน (Human Rights and Labor Practices)
 - 3. การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล (Leadership and Human Capital Development)
 - 4. การศึกษา (Education)
- HEALTH

- 5. คุณค่าทางสังคม (Social Impact)
 - 6. สุขภาพและสุขภาวะที่ดี (Health and Well-Being)
 - 7. การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement)
 - 8. การบริหารจัดการนวัตกรรม (Innovation)
- HOME

- 9. การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Management)
 - 10. การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ (Water Stewardship)
 - 11. การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ (Ecosystem & Biodiversity Protection)
 - 12. การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ (Responsible Supply Chain Management)

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนระดับสายธุรกิจ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้รวบรวมประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับธุรกิจของเครือข่าย 8 สายธุรกิจ โดยระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับลักษณะธุรกิจของแต่ละสายธุรกิจ และครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบ เครือฯ จัดให้มีการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรวบรวมและนำเสนอประเด็นสำคัญต่างๆ จากสายธุรกิจหลักของเครือฯ เพื่อทำการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญในภาพรวมของเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยในแต่ละสายธุรกิจหลักของเครือฯ ได้มีการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญผ่านหลักการรายงานประเด็นสำคัญ (GRI Standards)



HEART



HEALTH

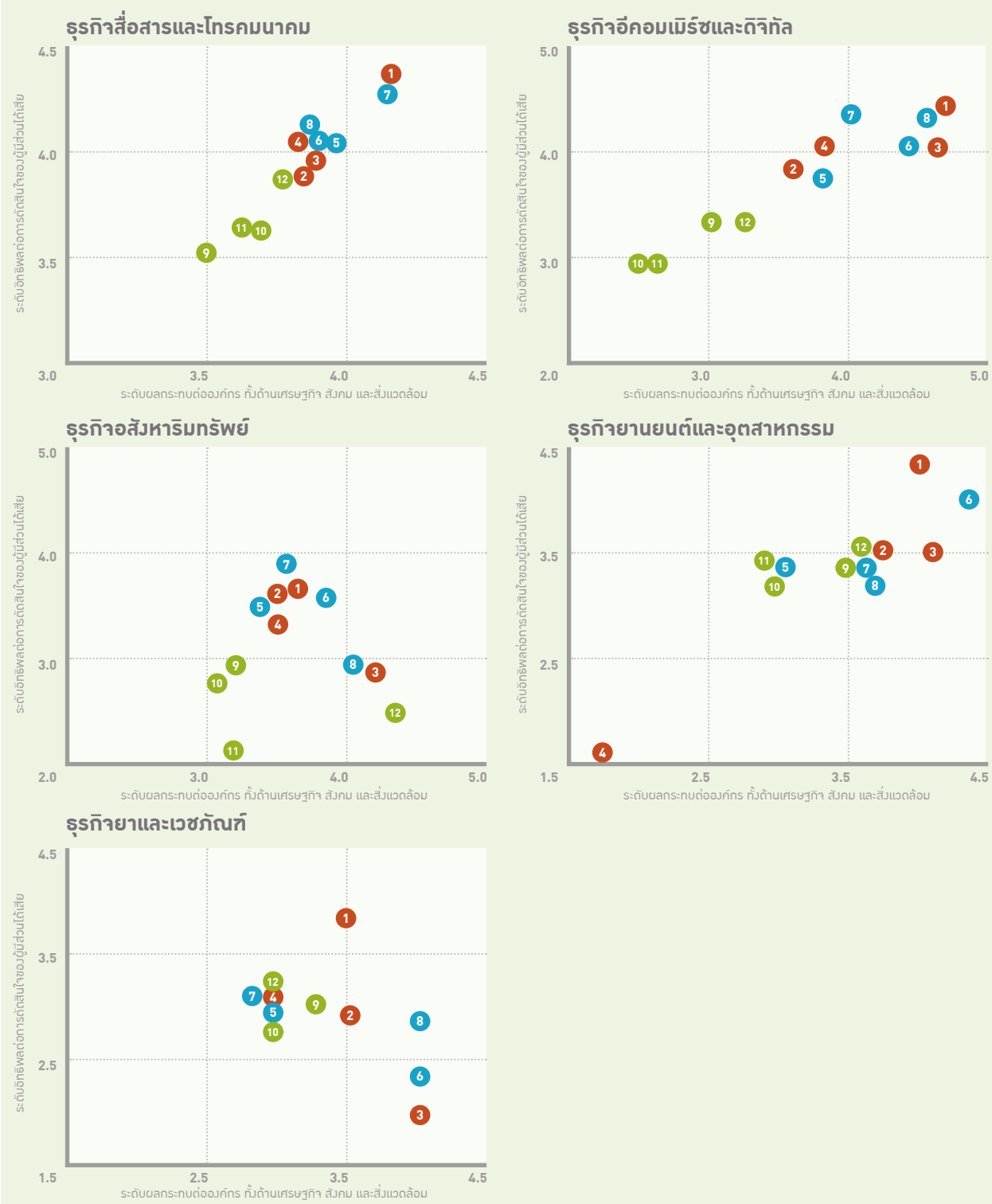
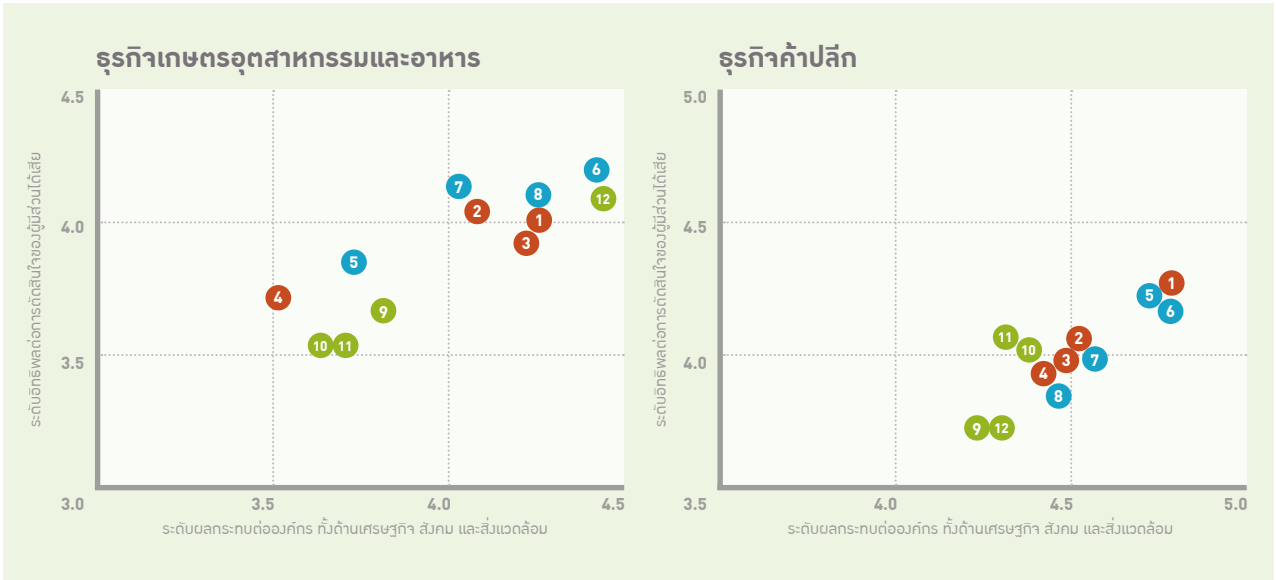


HOME

- 1. การกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance)
- 2. สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน (Human Rights and Labor Practices)
- 3. การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล (Leadership and Human Capital Development)
- 4. การศึกษา (Education)

- 5. คุณค่าทางสังคม (Social Impact)
- 6. สุขภาพและสุขภาวะที่ดี (Health and Well-Being)
- 7. การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement)
- 8. การบริหารจัดการนวัตกรรม (Innovation)

- 9. การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Management)
- 10. การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ (Water Stewardship)
- 11. การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ (Ecosystem & Biodiversity Protection)
- 12. การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ (Responsible Supply Chain Management)



ช่องทางการสื่อสารด้านความยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญเรื่องการสื่อสารด้านความยั่งยืนไปยังผู้มีส่วนได้เสีย จึงได้จัดทำช่องทางในการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย อาทิ YouTube, Facebook ทั้งนี้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้มีส่วนได้เสียมั่นใจว่าเครือฯ ยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล มีการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม พัฒนาชุมชน คำนึงถึงผลกระทบต่อนักสังคม ไม่ว่าจะเป็นเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย หรือกลุ่มเปราะบาง มุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพชีวิตเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ชักชวนความยากจน และดูแลปกป้องสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

YouTube

รายการ
'คิดเพื่อชีวิตยั่งยืน'
Sustainable Life

สแกนเพื่อ
ชมวิดีโอ



sustainablelife.co/cpgroup

Website

cpgroupglobal.com/sustainability



สแกนเพื่อ
เข้าชมเว็บไซต์

www.cpgroupglobal.com/sustainability

วารสารบัวบาน

เมล็ดพันธุ์แห่งความยั่งยืน



ฉบับที่ 5 :
กุมภาพันธ์ 2561



ฉบับที่ 6 :
เมษายน 2561



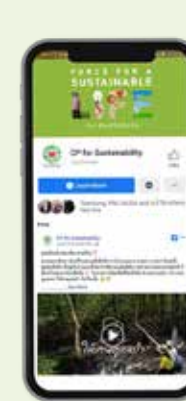
ฉบับที่ 7 :
กันยายน-ตุลาคม 2561



ฉบับที่ 8 :
พฤศจิกายน-ธันวาคม 2561

Facebook

- CP for Sustainability
- We are CP



สแกนเพื่อเข้าชม
Facebook : We are CP



สแกนเพื่อเข้าชม
Facebook : CP for Sustainability

ABOUT THIS REPORT

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

การจัดทำรายงานความยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์จัดทำรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ขึ้นเป็นฉบับที่ 3 ต่อเนื่องจากรายงานความยั่งยืนประจำปี 2560 ที่เผยแพร่สู่สาธารณะเมื่อกรกฎาคม 2561 โดยรายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเป็นประจำทุกปี

กรอบการรายงาน

เครือฯ จัดทำรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ ตามมาตรฐานของ Global Reporting Initiatives (GRI) โดยการเปิดเผยข้อมูลเป็นไปตามหลักเกณฑ์แบบทางเลือกหลัก (Core Option)

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ

เครือฯ มุ่งมั่นดำเนินงานให้มีความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) ทั้ง 17 เป้าหมายอย่างต่อเนื่อง (สามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 297)

จุดประสงค์การจัดทำรายงานฉบับนี้

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นด้วยวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจสู่ความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

การรับรองจากหน่วยงานภายนอก

การประเมินความน่าเชื่อถือของชุดข้อมูลในรายงานฉบับนี้ดำเนินการโดย บริษัท ลอยด์ส ริจิสเตอร์ ควอลิตี้ แอสซัวร์นซ์ จำกัด (LRQA) ซึ่งเป็นหน่วยงานรับรองอิสระที่น่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับในระดับสากล โดยชุดข้อมูลที่ได้รับการทวนสอบ ประกอบด้วย GRI 302-1, GRI 303-1, GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 306-2 และ GRI 403-2 (สามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 298-299)

บริษัทที่อยู่ในขอบเขตของรายงาน

ผลการดำเนินงานด้านทรัพยากรบุคคลครอบคลุมบริษัทย่อยภายใต้เครือเจริญโภคภัณฑ์ทั้งหมด (ร้อยละ 100) ส่วนผลการดำเนินงานด้านพลังงาน น้ำ ของเสีย ก๊าซเรือนกระจก และความปลอดภัย ครอบคลุม 12,477 หน่วยงานของบริษัทย่อยทั้งหมดภายใต้เครือเจริญโภคภัณฑ์

ขอบเขตการดำเนินงาน

รายงานฉบับนี้ได้นำเสนอผลการดำเนินงานในภาพรวมของกลุ่มบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ครอบคลุม 8 สายธุรกิจ ทั้งในและต่างประเทศ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม ปี 2561

การรายงานความก้าวหน้าของการดำเนินงาน

เครือฯ ได้นำเสนอความก้าวหน้าในการปฏิบัติตามหลักสากลของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact) มาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2558 โดยในปี 2561 บริษัทได้ยกระดับความโปร่งใสเป็นการรายงานความก้าวหน้าตามหลักการของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติขั้นสูงสุดจำนวน 21 ประการ

ช่องทางการติดต่อ

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายงานฉบับนี้ที่สำนักกิจกรรมสื่อสารองค์กร เครือเจริญโภคภัณฑ์ อาคารทรูทาวเวอร์ ชั้น 25
18 ถนนรัชดาภิเษก ห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
โทรศัพท์: +66(0)-2858-6254
อีเมล: prcpgroup@cp.co.th
เว็บไซต์: www.cpgroupglobal.com

นอกจากรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ของเครือเจริญโภคภัณฑ์แล้ว บริษัทในเครือฯ บางบริษัทยังได้จัดทำรายงานความยั่งยืน (หรือเทียบเท่า) ประจำปี 2561 ได้แก่

- บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)
- บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
- บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)
- บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
- บริษัท ซี.พี. อินเตอร์เทรด จำกัด
- Charoen Pokphand Enterprise (Taiwan) Co., Ltd.
- C.P. Pokphand Co., Ltd.
- C.P. Lotus Corporation
- Chia Tai Enterprises International Limited
- Sino Biopharmaceutical Limited

นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้นำประเด็นที่มีนัยสำคัญของบริษัทในเครือฯ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานด้านล่างนี้มาผนวกเข้าในกระบวนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ ในรายงานฉบับนี้อีกด้วย สามารถอ่านรายละเอียดกระบวนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนได้ที่หน้า 56-59

รายงานความยั่งยืน (หรือเทียบเท่า) ของบริษัทในเครือฯ



HEART

LIVING RIGHT



เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ประกอบธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ กฎเกณฑ์ สัญญา และข้อตกลงอย่างเคร่งครัด โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้พร้อมทั้งยึดถือหลักสิทธิมนุษยชนสากล และปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม โดยไม่ละเลยการบริหารทรัพยากรบุคคล พัฒนาผู้นำทั้งด้านทักษะการทำงาน และด้านจริยธรรมอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เครือยังมุ่งสร้างโอกาสให้กับกลุ่มเปราะบางในเรื่องของการศึกษา นวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อสร้างการเข้าถึงให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และส่งเสริมการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กรตลอดจนเป็นที่ยอมรับและไว้วางใจจากสังคมและผู้มีส่วนได้เสีย



การกำกับดูแล
กิจการ



สิทธิมนุษยชน
และการปฏิบัติ
ด้านแรงงาน



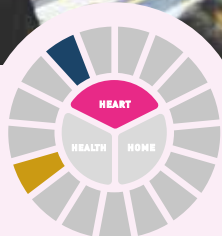
การพัฒนา
ผู้นำและ
ทรัพยากร
บุคคล



การศึกษา

CORPORATE GOVERNANCE

การกำกับดูแลกิจการ



SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

HEART

การกำกับดูแลกิจการ 67



ความท้าทาย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญในการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยมีการประกาศใช้จรรยาบรรณธุรกิจ นโยบาย และแนวปฏิบัติในระดับเครือฯ พร้อมทั้งกำหนดให้พนักงานเข้ารับการอบรมและผ่านการรับรองหลักสูตรจรรยาบรรณธุรกิจเป็นประจำทุกปี มีการเน้นย้ำในการปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบกฎเกณฑ์ และข้อบังคับ โดยเฉพาะมาตรฐานทางจริยธรรม จึงถือเป็นความท้าทายอย่างยิ่งขององค์กรที่ดำเนินงานครอบคลุมหลากหลายธุรกิจ ในกว่า 20 ประเทศทั่วโลก อีกทั้งพนักงานกว่า 300,000 ชีวิต ที่จะให้พนักงานทุกคนนำหลักการกำกับดูแลกิจการไปใช้อย่างเคร่งครัดโดยสมบูรณ์เพื่อให้ปราศจากการประพฤติมิชอบในหน้าที่

ความท้าทายที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการมีระบบการกำกับดูแลกิจการที่มีประสิทธิภาพ มีกระบวนการกำกับดูแลที่สอดคล้องตามการดำเนินงาน โดยเชื่อมโยงข้อมูลของการบริหารความเสี่ยง กฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ และหลักธรรมาภิบาลเข้าด้วยกัน ทำให้การบริหารงานบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย สร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย

ผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมาย

เป้าหมายปี 2563 (ประเทศไทย)

100%

ของกลุ่มธุรกิจเครือฯ มีการเปิดเผยผลการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลและความยั่งยืนผ่านรายงานของเครือฯ

ความก้าวหน้า

0% ————— 100%

● ปี 2560: 13 กลุ่มธุรกิจ

● ปี 2561: 13 กลุ่มธุรกิจ

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2561



การกำกับดูแลกิจการ

11,268 คน

จำนวนพนักงานของบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ผ่านหลักสูตรอบรม 'จรรยาบรรณธุรกิจ'



การบริหารความเสี่ยง

627 คน

จำนวนผู้บริหารในประเทศไทยและจีนที่เข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการบริหารความเสี่ยง



การปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับ

ประกาศนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ เครือเจริญโภคภัณฑ์

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG12 การบริโภคและการผลิตอย่างมีความรับผิดชอบ

12.6 สนับสนุนให้บริษัทรับแนวปฏิบัติที่ยั่งยืนไปใช้ และผนวกข้อมูลด้านความยั่งยืนลงในวารสารรายงาน



SDG16 ความสงบสุข ความยุติธรรม และสถาบันที่เข้มแข็ง

16.5 ลดการทุจริตในตำแหน่งหน้าที่และการรับสินบนทุกรูปแบบ

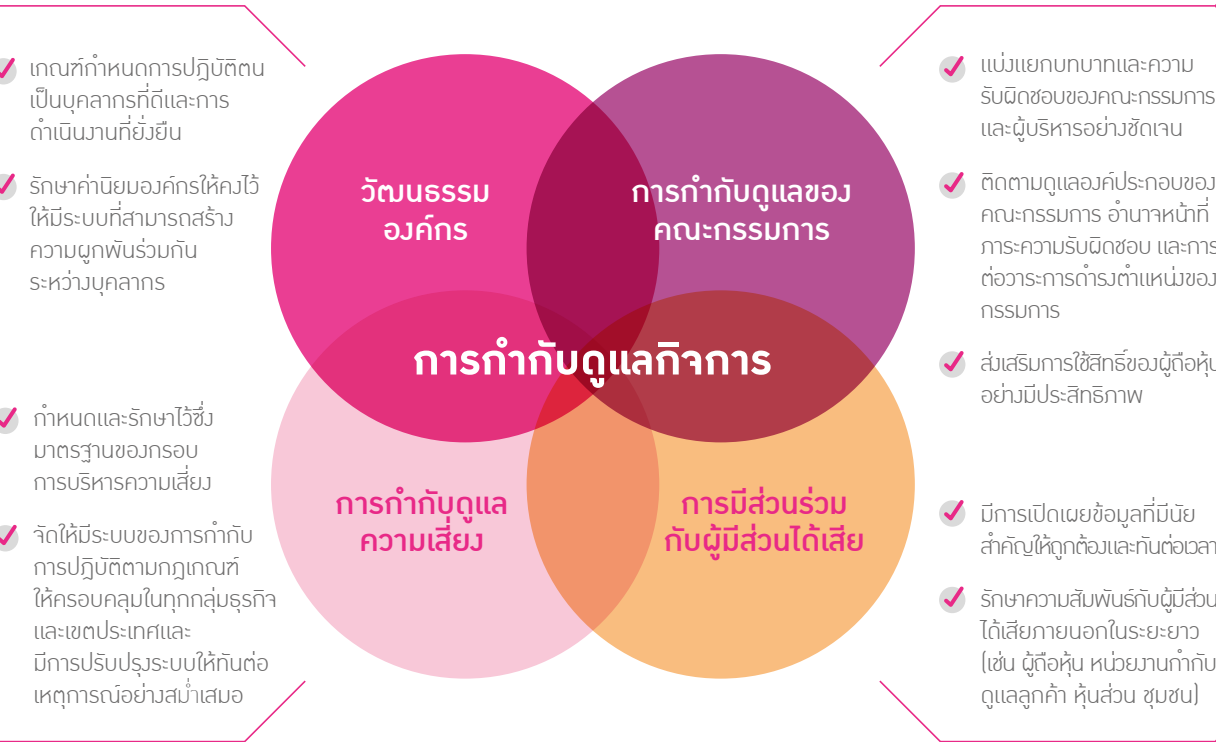
16.7 สร้างหลักประกันว่าจะมีกระบวนการตัดสินใจที่มีความรับผิดชอบ ครอบคลุม มีส่วนร่วม และมีความเป็นตัวแทนที่ดีในทุกระดับการตัดสินใจ

การกำกับดูแลกิจการ เพื่อความโปร่งใส สร้างมูลค่าเพิ่ม และเติบโตอย่างยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยึดมั่นการดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล และดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ซึ่งทำให้เครือฯ เป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจภายใต้ความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ ภายใต้หลักบรรษัทภิบาลทำให้เครือเจริญโภคภัณฑ์ก้าวสู่ความเป็นผู้นำธุรกิจแนวหน้าของเอเชียผ่านวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการที่สร้างความเข้าใจอย่างใกล้ชิดกับความต้องการของชุมชนและประเทศที่เครือฯ เข้าไปดำเนินธุรกิจ ซึ่งหลักบรรษัทภิบาลเป็นเสมือนแนวทางในการกำหนดมาตรฐานเบื้องต้นสำหรับคณะกรรมการบริษัท เพื่อกำกับดูแลธุรกิจ รวมไปถึงการเคารพสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ตลอดจนควบคุมและดูแลความเสี่ยงในองค์กรเพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพสูงสุดตามหลักบรรษัทภิบาล

นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้มีการยกระดับหลักบรรษัทภิบาลขององค์กร พร้อมทั้งประกาศใช้นโยบายและแนวทางปฏิบัติต่างๆ อาทิ นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์ นโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน นโยบายและแนวปฏิบัติการให้-รับของขวัญหรือผลประโยชน์อื่นใด นโยบายและแนวปฏิบัติการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน นโยบายและแนวปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและความเป็นส่วนตัว เป็นต้น พร้อมกันนี้ เครือฯ ยังได้มีการจัดอบรมหลักสูตรและกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างความตระหนักด้านจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานให้สามารถนำองค์กรไปสู่การเติบโตได้อย่างยั่งยืน

กรอบการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ



ในปีที่ผ่านมา ด้านธรรมาภิบาล ได้ดำเนินงานตามกรอบการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ โดยได้เน้นในเรื่องการสร้างวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งเป็นการสร้างรากฐานที่สำคัญของการกำกับดูแลกิจการ ทำการเผยแพร่จรรยาบรรณธุรกิจพร้อมกับนโยบายและแนวปฏิบัติให้แก่กรรมการผู้บริหารและพนักงานเพื่อยึดถือเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน และได้จัดทำโครงการปรับปรุงกระบวนการงานธรรมาภิบาลอย่างต่อเนื่อง (Governance Continuously Process Improvement) ซึ่งร่วมมือระหว่างบริษัทในเครือเครือเจริญโภคภัณฑ์ในการสร้างระบบธรรมาภิบาล โดยมีขั้นตอนการทำงาน มีการกำหนดผู้รับผิดชอบ มีการตรวจสอบ การรายงาน และมีตัวชี้วัดความสำเร็จ เพื่อส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการให้เป็นรูปธรรมในระดับเครือฯ นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้พัฒนาระบบ e-Learning สำหรับการถ่ายทอดความรู้ สร้างความเข้าใจแก่พนักงานทุกระดับ ทุกลักษณะงานทุกประเทศทั่วโลก อย่างสะดวกและรวดเร็ว ทำให้การเผยแพร่เรื่องการกำกับดูแลกิจการ โดยเฉพาะหลักสูตรจรรยาบรรณธุรกิจซึ่งเป็นหลักสูตรแรกที่ใช้ระบบ e-Learning บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย

จำนวนผู้บริหารระดับกลางและพนักงานที่ผ่านการอบรม และผ่านการทดสอบจรรยาบรรณธุรกิจ

	โดยระบบ e-Learning สำหรับผู้บริหารระดับกลางและพนักงานที่มีอีเมลและสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต	6,915 คน
	โดยการฝึกอบรมในห้องเรียน สำหรับพนักงานที่ไม่มีอีเมลและไม่สามารถเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตได้ ดำเนินการจัดทำโดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลหรือฝ่ายฝึกอบรมของแต่ละบริษัท	4,353 คน

เครือฯ กำหนดให้บุคลากรทุกคนต้องรับทราบและเรียนรู้ทำความเข้าใจจรรยาบรรณธุรกิจ รวมถึงนโยบายและแนวปฏิบัติประกอบอีก 12 ฉบับ โดยมีการดำเนินการให้ความรู้แก่พนักงานบริษัทในประเทศไทยที่ไม่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ กำหนดเป้าหมายการเรียนรู้และการทดสอบครบตามเกณฑ์ครบสมบูรณ์ 100% โดยเริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 12 พฤศจิกายน 2561 จนถึง ไตรมาสสอง ปี 2562 การฝึกอบรมจรรยาบรรณธุรกิจแบ่งออกเป็นสามระดับโดยแต่ละระดับมีรูปแบบดังนี้

1. การจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ สำหรับผู้บริหารระดับสูงภายในไตรมาสสาม ปี 2562
2. การเรียนรู้และทดสอบจรรยาบรรณธุรกิจโดยระบบ e-Learning
3. การเรียนรู้และการทดสอบจรรยาบรรณธุรกิจโดยการฝึกอบรมในห้องเรียน

นอกจากนี้ ยังได้จัดให้มีการฝึกอบรมผู้ฝึกสอน (Train the Trainer) พร้อมจัดทำสื่อการสอนให้แก่กลุ่มธุรกิจทั้ง 13 กลุ่ม กว่า 50 คน เพื่อให้นำเนื้อหาและสื่อการสอนไปปรับใช้ในการถ่ายทอดความรู้ตามความเหมาะสมแก่พนักงานแต่ละกลุ่มธุรกิจ

จรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct)

เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีมาตรฐานจริยธรรมเดียวกัน

ในปี 2560 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการพัฒนาคู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณทางธุรกิจในระดับเครือฯ (CP Code of Conduct) เพื่อให้กลุ่มบริษัทได้นำคู่มือดังกล่าวไปปฏิบัติและขับเคลื่อนองค์กรในทิศทางเดียวกัน โดยในปี 2561 เครือฯ ได้มีการประกาศใช้คู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณทางธุรกิจ รวมถึงการประกาศใช้นโยบายย่อยต่างๆ ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มบริษัทในเครือฯ ซึ่งจรรยาบรรณธุรกิจครอบคลุมนโยบายและแนวปฏิบัติที่สำคัญของเครือฯ 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) คุณธรรม 2) คุณภาพ 3) บุคลากร 4) สิทธิพลเมือง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงมาตรฐานในการปฏิบัติให้เป็นไปตามค่านิยมด้านคุณธรรมและความซื่อสัตย์ขององค์กร นอกจากนี้ จรรยาบรรณธุรกิจยังสร้างความตระหนักรู้และถูกสื่อสารให้กรรมการและบุคลากรทุกคนในองค์กรเข้าใจถึงค่านิยมที่ดีและสามารถนำไปปฏิบัติเพื่อเป็นแนวทางไปสู่ความโปร่งใสและก้าวสู่การเป็นผู้นำระดับโลก



คู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจในระดับเครือฯ (CP Code of Conduct)



“เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินธุรกิจเป็นที่ยอมรับในระดับโลก เรื่องธรรมาภิบาลจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจในปัจจุบัน เราเก่งอย่างเดียวยังไม่พอต้องทำให้ทั่วโลกรู้ว่าเราประกอบธุรกิจอย่างมีคุณธรรมและความซื่อสัตย์ เพราะบริษัทไม่มีจิตวิญญาณ CEO พนักงานทุกคนคือจิตวิญญาณของบริษัท ดังนั้น นำโดย CEO เพื่อนพนักงานและเจ้าหน้าที่ทุกคน ต้องศึกษาเรียนรู้และนำจรรยาบรรณธุรกิจระดับเครือฯ ไปใช้ในชีวิตการทำงาน เพื่อภาพลักษณ์ สร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย”

นายณินท์ เจียรวนนท์ ประธานอาวุโส เครือเจริญโภคภัณฑ์
ได้ประกาศใช้จรรยาบรรณธุรกิจระดับเครือฯ พร้อมนโยบายและแนวปฏิบัติเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2561 ณ สถาบันผู้นำ เครือเจริญโภคภัณฑ์

1. คุณธรรม



การหลีกเลี่ยงความขัดแย้งทางผลประโยชน์



การป้องกันการฉ้อโกงสินบน และทุจริต



การให้-รับของขวัญและการดูแลต้อนรับทางธุรกิจ



การแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรม



การรักษาความโปร่งใส

2. คุณภาพ



การส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ



การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน



การจัดซื้อจัดหาอย่างมีจริยธรรม



การขายและการตลาดอย่างรับผิดชอบ

3. บุคลากร



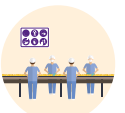
การส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติต่อกันด้วยความเคารพและเป็นธรรม



การส่งเสริมโอกาสที่เท่าเทียม ความหลากหลายของบุคลากร และการอยู่ร่วมกัน



การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล



การจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในสถานประกอบการ

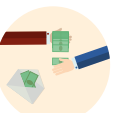
4. สิทธิพลเมือง



การบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศของบริษัท



การซื้อขายหลักทรัพย์



การต่อต้านการฟอกเงิน

นโยบายและแนวปฏิบัติของเครือเจริญโภคภัณฑ์

คุณธรรม	คุณภาพ	บุคลากร	สิทธิพลเมือง
1) นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์ 2) นโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน 3) นโยบายและแนวปฏิบัติการให้รับของขวัญหรือผลประโยชน์อื่นใด	1) นโยบายและแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน 2) จรรยาบรรณสำหรับคู่ค้าธุรกิจ 3) นโยบายและแนวปฏิบัติการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน	1) นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน 2) นโยบายและแนวปฏิบัติการแข่งขันอย่างเสรี 3) นโยบายและแนวปฏิบัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและความเป็นส่วนตัว 4) นโยบายและแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน	1) นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศ 2) นโยบายและแนวปฏิบัติการป้องกันการฟอกเงิน

การต่อต้านคอร์รัปชัน (Anti-Corruption)

เพื่อส่งเสริมการดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ตลอดจนสนับสนุน และส่งเสริมให้บุคลากรทุกระดับมีจิตสำนึกในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ พร้อมทั้งได้สร้างความตระหนักรู้ถึงการคอร์รัปชัน โดยได้รับความร่วมมือจากคณะกรรมการ ผู้บริหาร บุคลากร คู่ค้า และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังได้ประกาศใช้นโยบายการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน นโยบายการให้-รับของขวัญหรือผลประโยชน์อื่นใด โดยกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ต้องปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัด ไม่ดื้อโกง ไม่ติดสินบน ปฏิบัติตามเกณฑ์การให้-รับของขวัญและการดูแลต้อนรับ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างวัฒนธรรมซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติงาน

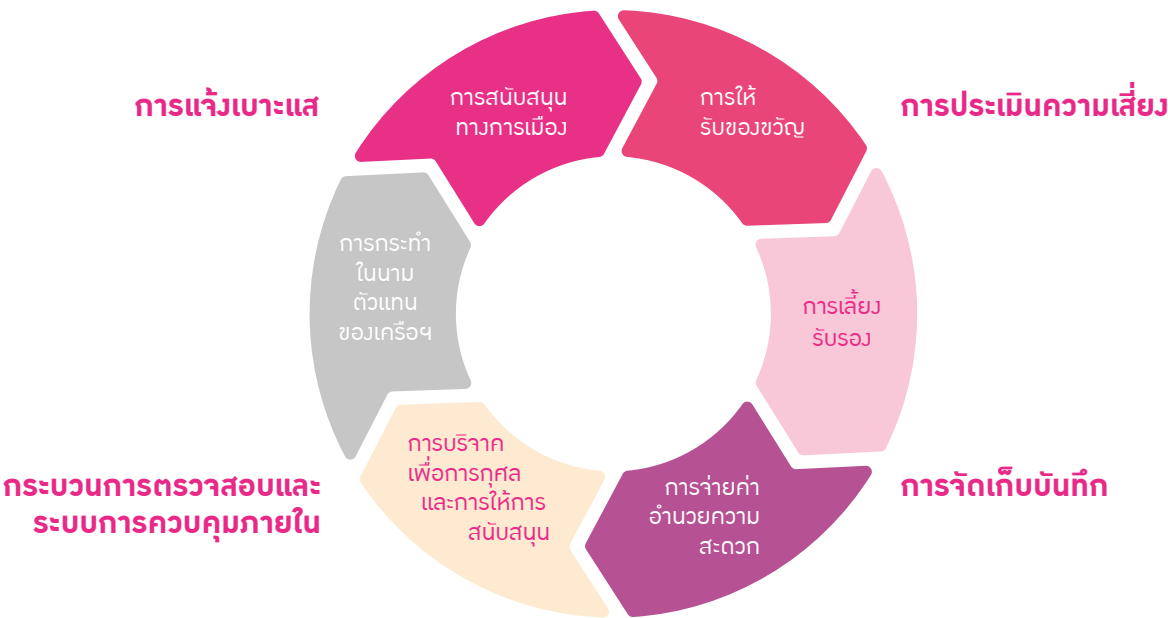
ผู้บริหารและพนักงานเครือเจริญโภคภัณฑ์และบริษัทในเครือฯ ได้เข้าร่วมเป็นหนึ่งในภาคีเครือข่ายร่วมประกาศเจตจำนงในฐานะพลเมืองต่อต้านคอร์รัปชัน โดยดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและต่อต้านการทุจริตในการทำงาน ส่งเสริมให้เกิดการทำความดี สังคมไทยสามารถก้าวไปอย่างมั่นคง และเศรษฐกิจของประเทศพัฒนาต่อไปอย่างยั่งยืน



บริษัทในเครือฯ ที่ได้รับการรับรองการเป็นสมาชิก แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Thailand's Private Sector Collective Action Coalition Against Corruption: CAC)



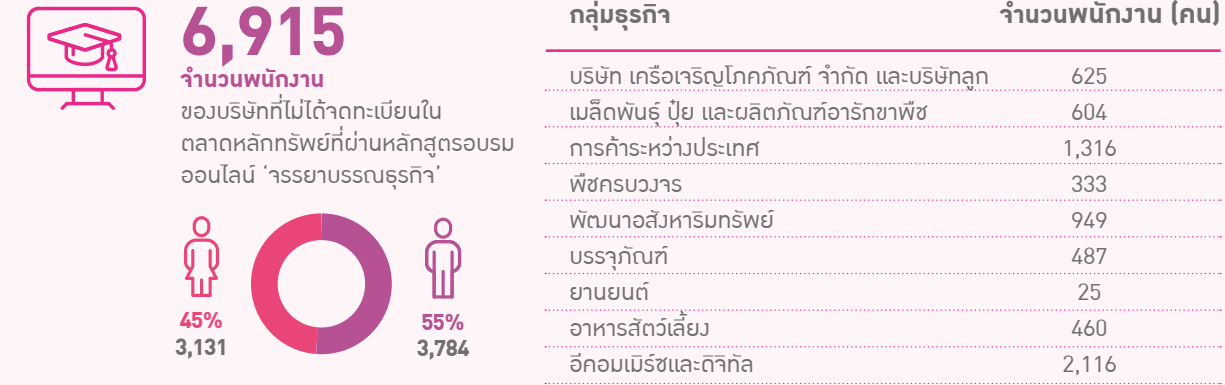
แนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน



ข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการด้านการกำกับดูแลกิจการ

Corporate Governance Dashboard

การกำกับดูแลกิจการ (CORPORATE GOVERNANCE)



การบริหารความเสี่ยง (RISK MANAGEMENT)



การปฏิบัติตามกฎหมาย (COMPLIANCE)



การบริหารความเสี่ยง (Risk Management) เพื่อป้องกันผลกระทบจากความเสี่งด้านต่างๆ อย่างเหมาะสม

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีด้านการบริหารความเสี่ยง (Risk Governance) ผ่านคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) ที่มีการทบทวนและติดตามผลรายไตรมาส รวมถึงการรายงานผลต่อคณะกรรมการธรรมาภิบาล (Governance Committee) ทั้งนี้เพื่อให้การขับเคลื่อนระบบการบริหารความเสี่ยงเป็นไปตามนโยบายและโครงสร้างที่ถูกกำหนดไว้อย่างเหมาะสม

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีกรอบบริหารความเสี่ยง (Risk Management Framework) ใช้เป็นมาตรฐานร่วมกันภายใน และสอดคล้องกับหลักบริหารที่ยอมรับในระดับสากล (COSO – Enterprise Risk Management 2017) รวมถึงมุ่งมั่นในการจัดการความเสี่ยงโดยทำแผนรับมือความเสี่ยงที่จะนำไปสู่เหตุการณ์ในภาวะวิกฤต ทั้งนี้ ระบบดังกล่าวได้สื่อสารสร้างความตระหนักรู้ให้กับผู้บริหาร หน่วยงานที่รับผิดชอบความเสี่ยง (Risk

Owners) ในกลุ่มธุรกิจทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ภายใต้เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ การกำกับดูแลกิจการที่ดีด้านการบริหารความเสี่ยงจะช่วยขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จที่สร้างความสมดุลทั้งในด้านผลประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและดำเนินธุรกิจที่รักษาสิ่งแวดล้อม

ในปี 2561 เครือเจริญโภคภัณฑ์ บรรลุเป้าหมายร่วมกันในการพัฒนาระบบบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรของกลุ่มธุรกิจนอกตลาดหลักทรัพย์ในประเทศไทย เพื่อให้มีการดำเนินงานและรายงานผลที่เป็นระบบ โดยขับเคลื่อนการปฏิบัติผ่านโครงการ ‘พีเลี่ยน ERM’ ซึ่งเป็นระบบการให้คำปรึกษาและแลกเปลี่ยนแนวทางการปฏิบัติที่เป็นเลิศร่วมกันจากบริษัทชั้นนำในตลาดหลักทรัพย์ ในกลุ่มของเครือเจริญโภคภัณฑ์

 **สร้างระบบ**

 **ขยายขอบข่าย**

 **ยกระดับประสิทธิภาพ**

 **เชื่อมโยงระบบ**

2561

- กลุ่มธุรกิจนอกตลาดหลักทรัพย์ มีระบบการกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงตามมาตรฐาน ERM และขยายผลสู่กลุ่มธุรกิจในเขตประเทศจีน

2562

- ขยายผลต่อเนื่องสู่กลุ่มธุรกิจในต่างประเทศที่มีความเสี่ยงสำคัญและประมวลความเสี่ยงจากกลุ่มธุรกิจในประเทศหลัก

2563

- ขยายผลต่อเนื่องสู่กลุ่มธุรกิจในต่างประเทศที่หมดและยกระดับความเข้มแข็งการจัดการเพื่อป้องกันความเสี่ยงใหม่ที่คาดไม่ถึง

2564

- ทุกกลุ่มธุรกิจทั่วโลกมีระบบ ERM และจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับยอมรับได้เชื่อมโยงระบบ ERM สู่ทุกกระบวนการดำเนินงานและการตัดสินใจเพื่อให้เป็นวัฒนธรรมขององค์กร



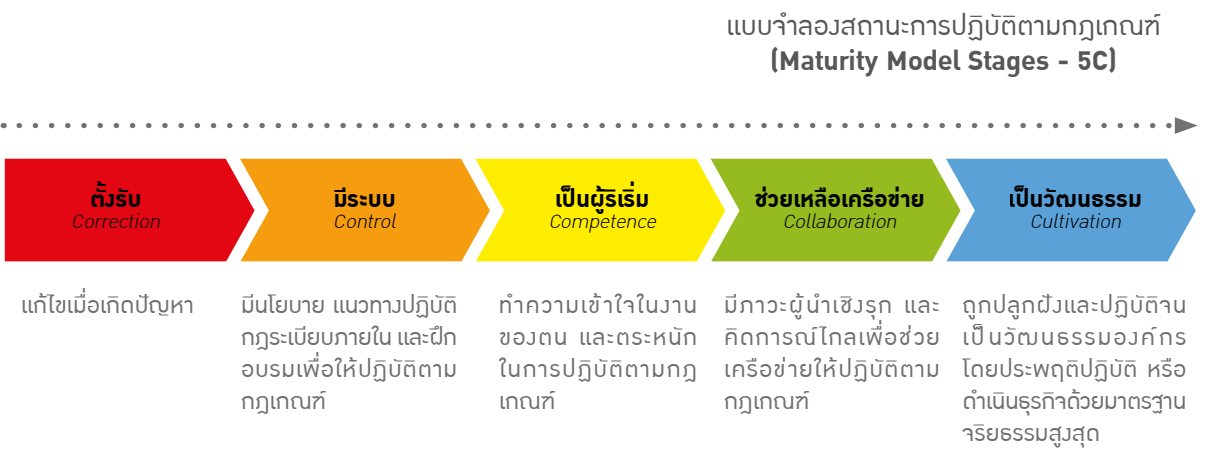
การอบรมเชิงปฏิบัติการด้านความยั่งยืนและบริหารความเสี่ยงองค์กร สำหรับผู้บริหารกลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ณ เมืองฮูฮอต เขตปกครองตนเองมองโกเลียใน ประเทศจีน

การกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของกลุ่มบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปตามกฎเกณฑ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมผู้บริโภค ส่งผลให้เครือเจริญโภคภัณฑ์ ต้องปรับแนวทางในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างโอกาส และการขยายธุรกิจให้เติบโตสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว อย่างเหมาะสม เครือฯ มุ่งมั่นให้มีการดำเนินการตามกรอบนโยบายและแนวทางปฏิบัติที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เครือฯ มีแบบประเมินองค์กรตามกรอบของ UN Global Compact โดยประเมินผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อให้หน่วยงานอื่นๆ เข้าถึงการประเมินได้

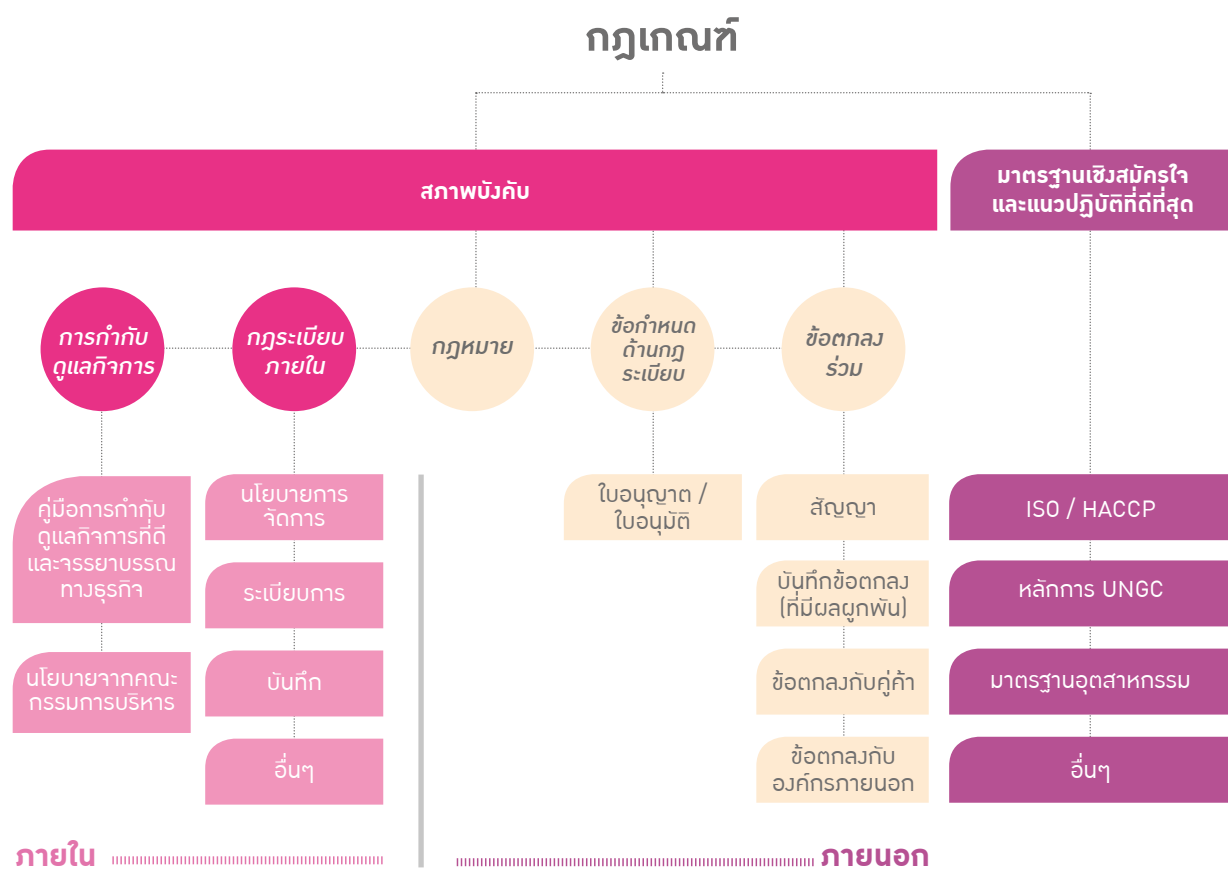
นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ (Compliance Audit) เพื่อดำเนินการตรวจสอบแบบข้ามสายงาน (Cross Functional Audit) ผ่านเครือข่ายทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศทั่วโลก รวมทั้งได้จัดอบรมให้กับระดับผู้บริหาร ซึ่งเป็นการแสดงถึงการสร้างความตระหนักรู้ ในการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ด้านต่างๆ อาทิ ด้านสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติด้านแรงงาน การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการต่อต้านคอร์รัปชัน รวมถึงจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรมและโปร่งใส

แผนดำเนินงานของเครือเจริญโภคภัณฑ์ด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับโดยใช้แบบจำลอง Maturity Model Stages – 5C



เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดเป้าหมายเรื่องการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่จะขับเคลื่อนบริษัทในเครือฯ ให้มีการบริหาร จัดการ และการดำเนินธุรกิจทั้งเครือฯ เป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบ กฎเกณฑ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมไปถึงจรรยาบรรณธุรกิจของเครือฯ กฎระเบียบภายใน เจรียงไขใบอนุญาตประกอบธุรกิจ สัญญา มาตรฐานและแนวปฏิบัติที่ดี ซึ่งเครือฯ ยอมรับปฏิบัติตาม (รวมเรียกว่า 'กฎเกณฑ์') อันจะส่งผลให้เครือฯ ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ ได้รับความเชื่อถือและความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ โดยมีแนวปฏิบัติตามนโยบายที่กรรมการผู้บริหาร พนักงาน และผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องทุกคนของเครือฯ ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

รูปแบบกฎเกณฑ์ประเภทต่างๆ

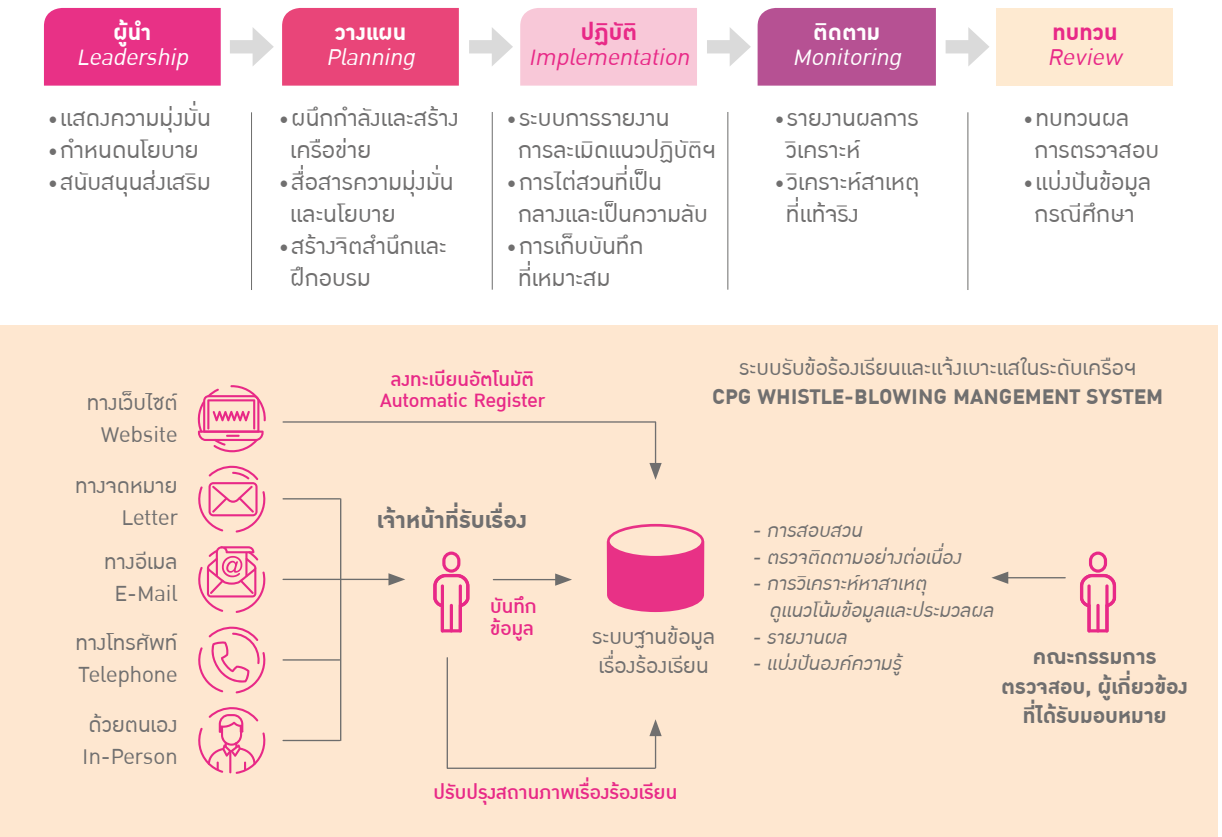


การรับข้อร้องเรียนและแจ้งเบาะแส (Grievances and Whistle-blowing)

เครือเจริญโภคภัณฑ์ ส่งเสริมการปฏิบัติงานและการกำกับดูแลกิจการอย่างโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้มาอย่างต่อเนื่อง โดยผู้ร้องเรียนส่งเรื่องร้องเรียนได้ผ่าน 5 ช่องทาง อันได้แก่ เว็บไซต์ โทรศัพท์ อีเมลจดหมาย และด้วยตนเอง ศูนย์รับเรื่องร้องเรียนจะทำการบันทึก ตรวจสอบ รวมถึงส่งให้คณะกรรมการตรวจสอบจากเครือฯ สอบสวนเรื่องดังกล่าว คณะกรรมการฯ ทำหน้าที่รายงานผลการพิจารณาโดยปรากฏในผังรายงานการรับข้อร้องเรียนและแจ้งเบาะแสของเครือฯ (C.P. Group Whistle-Blowing Dashboard) เพื่อให้ผู้บริหารดำเนินการดำเนินการอย่างเหมาะสมในลำดับถัดไป

ในปี 2561 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้รับเรื่องร้องเรียนทั้งหมด 81 เรื่อง ซึ่งประกอบด้วย ประเด็นด้านสินค้า/บริการ 46 เรื่อง ประเด็นด้านการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม 9 เรื่อง ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม 6 เรื่อง ประเด็นการปฏิบัติด้านแรงงาน 6 เรื่อง และประเด็นอื่นๆ 14 เรื่อง พร้อมกันนี้ประเด็นเรื่องร้องเรียนดังกล่าว ได้ถูกดำเนินการแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของเครือฯ ในการให้ความสำคัญเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างจริงจัง ซื่อสัตย์ และมีคุณธรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร

ระบบการรับข้อร้องเรียนและแจ้งเบาะแส



HUMAN RIGHTS AND LABOR PRACTICES

สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน



ความท้าทาย

สิทธิมนุษยชนเป็นประเด็นที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญสูง มาโดยตลอด เครือฯ แสดงเจตนารมณ์ผ่านการดำเนินงานที่คำนึงถึง และเคารพสิทธิมนุษยชน มีการปกป้องสิทธิของผู้มีส่วนได้เสีย และหลีกเลี่ยงซึ่งการละเมิดสิทธิทุกรูปแบบ รวมถึงการเยียวยาหากเกิดผลกระทบทางลบจากกิจกรรมของเครือฯ ซึ่งอาจเกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด

เครือฯ ตระหนักถึงความท้าทายในการบริหารจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน ด้วยธุรกิจของเครือฯ ที่มีห่วงโซ่อุปทานที่ซับซ้อน ตั้งอยู่ในกว่า 21 ประเทศ ครอบคลุมกว่า 13 กลุ่มธุรกิจ เครือฯ จึงได้พัฒนาและทวนสอบระบบการบริหารจัดการ การตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) อย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาความสอดคล้องกับบริบทของแต่ละประเทศ ลักษณะทางธุรกิจ รวมไปถึงความเสี่ยงจำเพาะ โดยยึดมั่นมาตรฐานทางจริยธรรมและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของเครือฯ และหลักปฏิบัติของสหประชาชาติว่าด้วยการดำเนินธุรกิจและสิทธิมนุษยชน (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs)

ผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมาย เป้าหมายปี 2563 (ประเทศไทย)

100%

ของกลุ่มธุรกิจเครือฯ มีการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Due Diligence)

ความก้าวหน้า



ปี 2560: ดำเนินการรวม 10 กลุ่มธุรกิจ

ปี 2561: ดำเนินการรวม 12 กลุ่มธุรกิจ

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2561



สิทธิมนุษยชน

397 คน

จำนวนผู้บริหารระดับสูงและระดับกลางที่ได้รับการอบรมและสร้างจิตสำนึกทางด้านสิทธิมนุษยชน



การปฏิบัติด้านแรงงาน

20,000 คน

จำนวนพนักงานที่ผ่านการอบรม 'จรรยาบรรณธุรกิจ'



การบริหารจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน

185 หน่วยงาน

จำนวนหน่วยงานที่ได้รับการตรวจประสิทธิภาพการบริหารทางด้านความปลอดภัย

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG 3 สุขภาพดี และสวัสดิภาพที่ดี

3.6 ลดจำนวนการตายและบาดเจ็บจากอุบัติเหตุทางถนน



SDG 5 ความเท่าเทียมทางเพศ

5.1 ยุติการเลือกปฏิบัติต่อผู้หญิง



SDG 8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจและการสร้างงาน

8.5 ส่งเสริมการจ้างงานที่มีคุณภาพให้ทั่วถึง
8.7 ยุติความเป็นทาสสมัยใหม่ การค้ามนุษย์ และการใช้แรงงานเด็ก
8.8 ปกป้องสิทธิแรงงานและส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย ครอบคลุมแรงงานต่างด้าว



SDG 10 ลดความไม่เสมอภาค

10.3 สร้างโอกาสที่เท่าเทียมและไม่มีการแบ่งแยก
10.7 รับมือข้อบกพร่องและบริหารจัดการนโยบายด้านการอพยพเป็นอย่างดี

แนวทางการบริหารจัดการ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดทำนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นขององค์กรในการผลักดันและให้ความสำคัญกับนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนอย่างจริงจัง โดยมีผลบังคับใช้กับทุกกลุ่มธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้ริเริ่มพัฒนากระบวนการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน ซึ่งประกอบด้วย การประเมินความเสี่ยงทางด้านสิทธิมนุษยชน การกำหนดแผนและแนวทางการแก้ไขเพื่อลดความเสี่ยง รวมถึงการเฝ้าระวังและติดตามความเสี่ยงดังกล่าว เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังมุ่งมั่นผลักดันให้ภาคส่วนต่างๆ เคารพและผดุงไว้ซึ่งสิทธิมนุษยชน โดยสนับสนุนการฝึกอบรมแนวปฏิบัติและมาตรการควบคุมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

เพื่อให้มั่นใจว่าทุกกลุ่มธุรกิจมีการบริหารจัดการความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนที่อยู่ในขอบเขตความรับผิดชอบของตนอย่างเต็มที่ ในขณะเดียวกันยังมุ่งเน้นการดำเนินการเชิงรุกเพื่อป้องกันผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นกับการจ้างแรงงาน โดยมีนโยบายชัดเจนที่จะไม่กระทำหรือสนับสนุนให้มีการใช้แรงงานบังคับในทุกรูปแบบ รวมถึงการใช้แรงงานต่างด้าวอย่างผิดกฎหมาย

นอกจากนี้ เครือฯ ยังให้ความสำคัญต่อการเสริมสร้างวัฒนธรรมการทำงานของพนักงาน ซึ่งมีความหลากหลายในด้านต่างๆ อาทิ อายุ เพศ วัฒนธรรม และบุคลิกภาพ เป็นต้น ให้มีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน พร้อมกันนี้ เครือฯ ยังได้ให้ความสำคัญต่อการสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงานและผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งองค์กรมีจุดมุ่งหมายในการที่จะก้าวไปสู่การเป็นองค์กรที่ปลอดภัยอุบัติเหตุ และโรคจากการทำงาน ผ่านการบูรณาการความร่วมมือในการดำเนินงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร

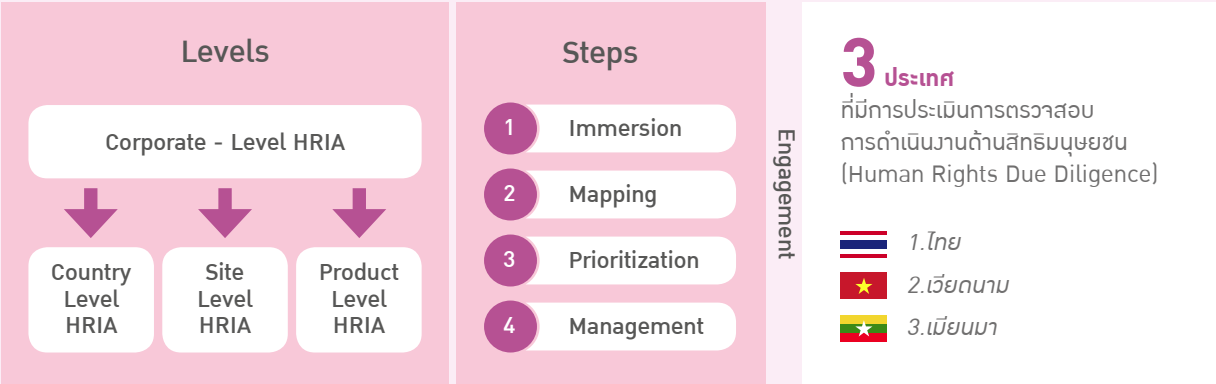
นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้มุ่งมั่นในการให้ความสำคัญกับการดำเนินการกระบวนการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนให้ครอบคลุมทุกกลุ่มธุรกิจในเครือฯ พร้อมทั้งส่งเสริมความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในที่ทำงานให้ครอบคลุมทั้งพนักงานและผู้รับเหมาภายในปี 2563



ข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชน

Human Rights Management Dashboard

กระบวนการประเมินประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน



ผลการประเมินประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน

ความรุนแรง	การเลือกปฏิบัติ	ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย
	สิทธิของแรงงานและการจ้างงาน	สิทธิของชุมชน	การบังคับใช้แรงงาน
	สิทธิของกลุ่มเปราะบาง	สิทธิในที่ดิน	แรงงานเด็ก
	เสรีภาพในการรวมกลุ่มเจรจาต่อรอง	ความเป็นส่วนตัว	แรงงานต่างด้าว
	การรักษาความมั่นคงและสิทธิมนุษยชน		
โอกาส			

○ พบทุกกลุ่มธุรกิจ ● พบบางกลุ่มธุรกิจ

ข้อมูล ณ ปี 2561

สรุปผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญปี 2561

ประเด็นสำคัญ	สิ่งที่ดำเนินการ	ผลลัพธ์
ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย	- ตรวจประเมินในเขตประเทศไทยและการขยายผลไปยังต่างประเทศ (จีน เวียดนาม ลาว กัมพูชา) - โครงการสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยอย่างยั่งยืน (โครงการนำร่อง 5 หน่วยธุรกิจ)	- ผู้บริหารและพนักงานของแต่ละองค์กรให้ความสำคัญและร่วมขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความปลอดภัย - สามารถลดอัตราการเกิดอุบัติเหตุของรถยก (Forklift) ที่หน่วยงานนำร่อง (ซีพี เมจิ) จากอัตราความถี่ จาก 12.24 เป็น 5.16 และอัตราความรุนแรง จาก 7.22 เป็น 0.67
แรงงานบังคับ	- นโยบายการจัดหาอย่างยั่งยืน และแนวปฏิบัติสำหรับลูกจ้างธุรกิจ (CPF) - Foreign Worker Relationships Management (CPRAM) - โครงการนำร่องการตรวจประเมินด้านสิทธิมนุษยชนกลุ่มโทรคมนาคม (True)	- ฝึกอบรมให้ความรู้ สนับสนุน ให้คู่ค้าธุรกิจหลักตรวจประเมินตนเองด้านความยั่งยืน - มีการดูแลแรงงานต่างด้าวในเรื่องสวัสดิการ สุขภาพ และความเป็นอยู่ รวมถึงการเสริมสร้างความรู้ความสามารถ - ดำเนินการประมาณ 75% ของหน่วยงาน
แรงงานเด็ก	นโยบายด้านการจ้างงานและการบริหารแรงงาน	- สื่อสารให้ Supplier รับทราบ - เริ่มดำเนินการติดตามตรวจสอบ Critical Supplier
การเลือกปฏิบัติ	- จัดทำและสื่อสารบรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct) - โครงการส่งเสริมศักยภาพเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้พิการ โดยกลุ่มโทรคมนาคม (True)	- สื่อสารให้พนักงานทุกกลุ่มธุรกิจเพื่อเรียนรู้และทดสอบผ่านระบบ (e-Learning) - ดำเนินการว่าจ้างผู้พิการกลุ่มโทรคมนาคม จำนวน 254 ราย - กลุ่ม CPF จำนวน 757 ราย
ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	- มีนโยบายและมาตรฐานการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม - การสำรวจความคิดเห็นและข้อกังวลของชุมชน	- มีการดำเนินการตามนโยบายและมาตรฐาน - มีแผนการดำเนินการที่สามารถตอบสนองข้อกังวลของชุมชน

การดูแลพนักงาน

การส่งเสริมโอกาสที่เท่าเทียม ความหลากหลายของบุคลากร และการอยู่ร่วมกัน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ส่งเสริมสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานของธุรกิจ
เครือฯ และทุกบริษัทของการจ้างงานตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานเพื่อสร้าง
โอกาสที่เท่าเทียมกันมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเครือฯ มีความเชื่อมั่นว่า
ความหลากหลายของบุคลากรและการอยู่ร่วมกันมีความสำคัญ
อย่างยิ่ง โดยเครือฯ มีความตั้งใจสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน
ผ่านการยอมรับในความแตกต่าง อาทิ ระดับการศึกษา เพศ เชื้อชาติ
สัญชาติ รูปแบบการทำงาน อายุ และบุคลิกภาพ เป็นต้น ดังข้อมูล
บุคลากรปี 2561 เครือฯ จ้างงานโดยพิจารณาจากคุณสมบัติ ความดี
ผลงาน และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นมืออาชีพ โดยระบุอยู่
ในจรรยาบรรณและแนวปฏิบัติของเครือฯ เพื่อให้พนักงานทุกคน
ยึดถือเป็นแนวปฏิบัติเดียวกันทั้งองค์กร

ค่าเฉลี่ยเวลาการฝึกอบรมพนักงาน (ชั่วโมงต่อคนต่อปี)

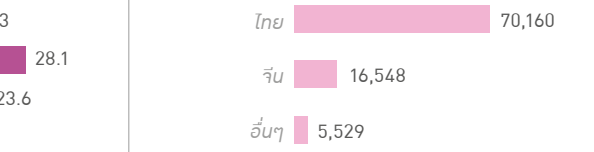


ค่าเฉลี่ยเวลาการฝึกอบรมพนักงานแยกตามระดับ (ชั่วโมงต่อคนต่อปี)

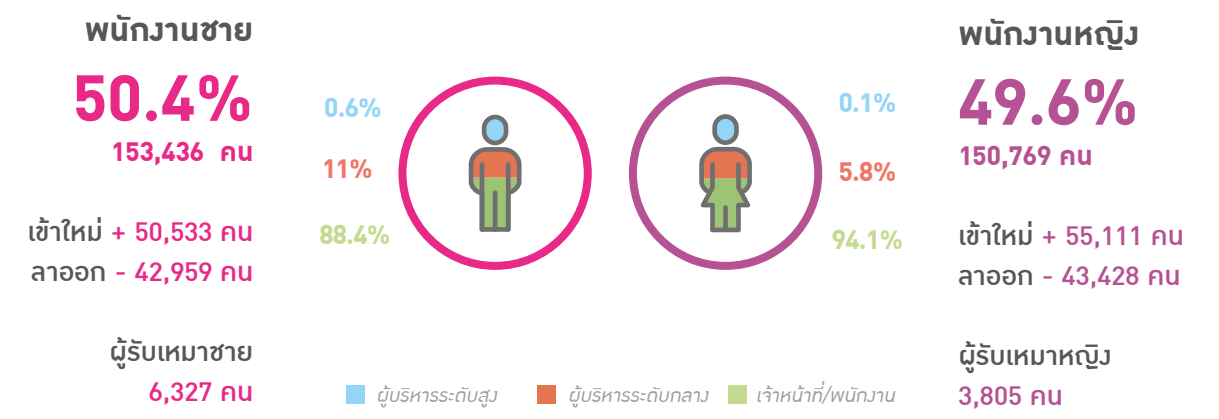
การอบรมบุคลากร

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นดำเนินการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน
อย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีโอกาสในการพัฒนาทักษะ
ความรู้ตลอดจนสร้างเสริมประสบการณ์ ผ่านการฝึกอบรมในรูปแบบ
การเรียนรู้ต่างๆ ทั้งในห้องเรียน การศึกษาดูงานนอกสถานที่ และ
ฝึกปฏิบัติจริง ด้วยปณิธานในการสร้างบุคลากรให้เป็น 'คนดี คนเก่ง'
เครือฯ จึงมีการดำเนินงานตามขั้นตอนการฝึกอบรมอย่างเป็นระบบ
โดยเริ่มตั้งแต่การสำรวจความต้องการฝึกอบรม การจัดทำแผนการ
อบรมการจัดอบรมและการบันทึกประวัติ เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงาน
ทุกเพศทุกวัย ทุกเชื้อชาติ และทุกระดับ มีโอกาสเติบโตก้าวหน้าใน
หน้าที่การงานอย่างเท่าเทียม และมีโอกาสในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
ดังข้อมูลการฝึกอบรมปี 2561 เครือเจริญโภคภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยเวลา
การฝึกอบรมพนักงานทั้งหมด (ชั่วโมงต่อคนต่อปี) อยู่ที่ 13.3 ชั่วโมง
ต่อคนต่อปี (GRI 404-1)

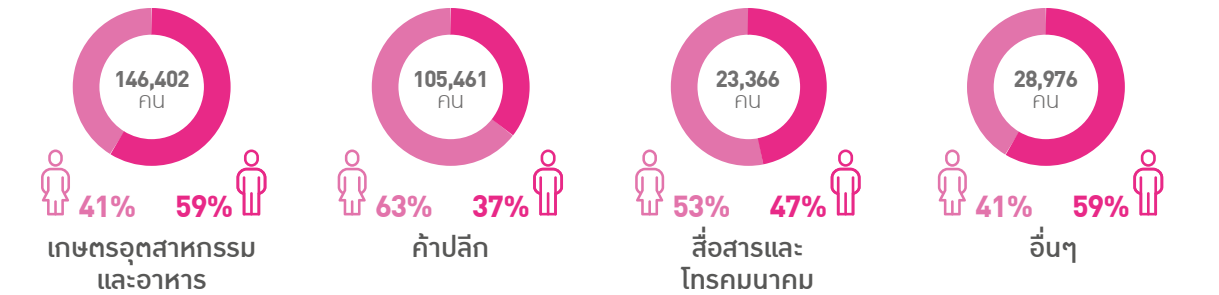
จำนวนพนักงานที่ได้รับการฝึกอบรมและพัฒนา ด้านความยั่งยืน (คน)



ข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการด้านบุคลากร Human Resource Management Dashboard



สัดส่วนพนักงานแยกตามสายธุรกิจ (%)



การบริหารจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เครือเจริญโภคภัณฑ์

(Occupational Health, Safety, and Working Environment at C.P. Group)

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักดีว่าความปลอดภัยและสุขภาพที่ดีเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่พนักงานทุกคนพึงจะได้รับ พร้อมทั้งให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยของพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้เครือเจริญโภคภัณฑ์จะพัฒนาและดำเนินการตามระบบการจัดการความปลอดภัย ตลอดจนการสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยในการทำงานมาอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจากเครือเจริญโภคภัณฑ์มีการดำเนินธุรกิจที่หลากหลายและเป็นธุรกิจที่ใช้แรงงานเป็นจำนวนมาก ซึ่งบริษัทในเครือฯ รวมกันมีจำนวนพนักงานทั่วโลกกว่า 300,000 คน ถือเป็นความท้าทายหลักในการบรรลุเป้าหมายองค์กรที่จะเป็นองค์กรปลอดภัยอุบัติเหตุ ‘Zero Accident’

โดยในปีที่ผ่านมา มีพนักงานเสียชีวิตถึง 7 ราย และผู้รับเหมาเสียชีวิตถึง 2 ราย โดยแบ่งเป็นการเสียชีวิตจากการทำงานกับไฟฟ้าและอุบัติเหตุจากการขับรถยนต์ไปปฏิบัติงาน ซึ่งบริษัทได้ทำการไต่สวนอุบัติเหตุเพื่อหาสาเหตุที่แท้จริง และกำหนดมาตรการความปลอดภัยเพื่อป้องกันการเกิดซ้ำ รวมทั้งการทบทวนทั้งปัจจัยจากงาน (Job Factors) และปัจจัยทางด้านบุคคล (Human Factors) ครอบคลุมไปถึงการทบทวนมาตรการปฏิบัติงานเพื่อความปลอดภัยที่เกี่ยวข้อง เช่น Lock-out/Tag-out และการใช้รถยนต์ บริษัทได้ทำการอบรมพนักงานที่มีความเสี่ยง และทำการสื่อสารบทเรียนที่ผ่านมา (Sharing Lessons Learned) ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อการเรียนรู้ระหว่างหน่วยงาน และป้องกันการเกิดซ้ำภายในองค์กรในภาพรวม



ข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

Occupational Health & Safety Management Dashboard

ข้อมูลด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ปี 2561

 จำนวนรายบาดเจ็บ (ไม่หยุดงาน)			 จำนวนรายบาดเจ็บ (หยุดงาน)			 จำนวนรายที่เสียชีวิต จากอุบัติเหตุ		
พนักงาน	1,989 ราย (ชาย)	2,278 ราย (หญิง)	พนักงาน	633 ราย (ชาย)	478 ราย (หญิง)	พนักงาน	7 ราย (ชาย)	0 ราย (หญิง)
	45 ราย (ชาย)	27 ราย (หญิง)		26 ราย (ชาย)	38 ราย (หญิง)		2 ราย (ชาย)	0 ราย (หญิง)
ผู้รับเหมา			ผู้รับเหมา			ผู้รับเหมา		

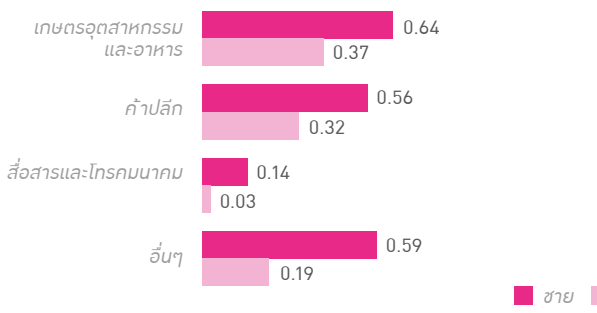
อัตราการบาดเจ็บทุกประเภท ราย ต่อ 200,000 ชั่วโมงการทำงาน

	2560		2561	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
พนักงาน	3.03		1.92	
	2.81	3.26	2.04	1.86
ผู้รับเหมา	0.30		0.20	
	0.32	0.24	0.16	0.34

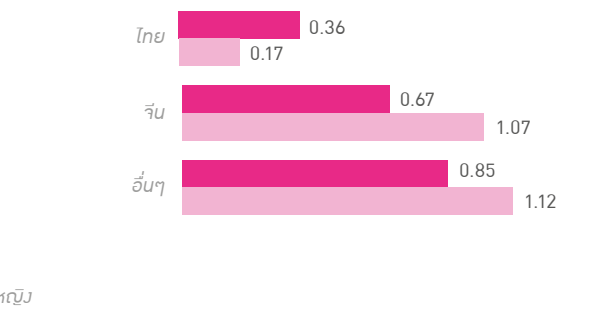
อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน ราย ต่อ 200,000 ชั่วโมงการทำงาน

	2560		2561	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
พนักงาน	0.27		0.40	
	0.37	0.18	0.49	0.33
ผู้รับเหมา	0.08		0.12	
	0.09	0.05	0.09	0.20

อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน แบ่งตามสายธุรกิจ ราย ต่อ 200,000 ชั่วโมงการทำงาน



อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน แบ่งตามประเทศ ราย ต่อ 200,000 ชั่วโมงการทำงาน



■ ชาย ■ หญิง

การยกระดับมาตรฐานการจัดการภาวะวิกฤต และการตรวจประเมินการจัดการความปลอดภัย เครือเจริญโภคภัณฑ์ (Improving Crisis Management Standards and Safety Management Audits at C.P. Group)

ในปี 2560 กลุ่มบริษัทในเครือฯ มีอุบัติเหตุถึงขั้นเสียชีวิตเกิดขึ้น เครือฯ จึงได้ริเริ่มโครงการตรวจประเมินประสิทธิภาพด้านการบริหาร ความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม (SHE) ทั้งเครือฯ โดย เริ่มจากผู้บริหารที่ดูแลหน่วยงานมากกว่า 100 คนในประเทศไทย ร่วม ตรวจประเมินหน่วยงานโดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานที่มีความเสี่ยง สูง ด้วยการฝึกกำลังแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อนำไปสู่การ ปรับปรุง การแก้ไข และได้ขยายไปยังต่างประเทศในกลางปี 2561

นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้จัดทำคู่มือแนวทางการจัดการภาวะวิกฤตระดับ องค์กรและระดับประเทศ ครอบคลุมกระบวนการบริหารจัดการภาวะ วิกฤตเพื่อให้ทุกกลุ่มธุรกิจสามารถนำไปปรับใช้ในหน่วยงานต่างๆ ใน เครือเจริญโภคภัณฑ์ทั่วโลก ซึ่งถือเป็นการดำเนินการเพื่อจัดการความ เสี่ยงหลัก ปกป้องความปลอดภัยของพนักงานและผู้รับเหมาของ เครือฯ และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานด้านความปลอดภัยและ ปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง



ผลการตรวจประเมินประสิทธิภาพด้านการบริหารความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมของเครือฯ

โครงการตรวจประเมินประสิทธิภาพด้านการบริหาร SHE ประกอบไป ด้วยเกณฑ์ที่คณะกรรมการใช้ในการตรวจประเมินครอบคลุม 7 เรื่อง หลักๆ ได้แก่ ภาวะผู้นำ การป้องกันอุบัติเหตุร้ายแรง ระบบการขอ อนุญาตการปฏิบัติการ การตอบสนองต่อเหตุฉุกเฉิน การจัดการภาวะ วิกฤต การรายงานและสอบสวนอุบัติเหตุ และด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งผล จากการตรวจจะถูกกำหนดเป็นแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางปฏิบัติเดียวกันทั่วทั้งองค์กร รวมถึงแบ่งปัน ประสบการณ์ระหว่างกลุ่มบริษัท และเรื่องที่บริษัทต้องดำเนินการปรับปรุง

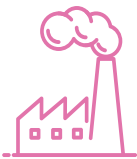
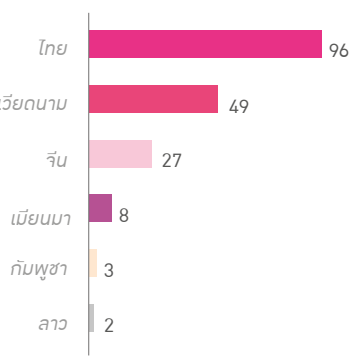
เพื่อพัฒนาผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัยให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อบรรลุเป้าหมายการเป็นองค์กรที่ปลอดภัยที่สุดภายในปี 2563

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักถึงเรื่องความปลอดภัยและการมีส่วนร่วม ของทุกภาคส่วน โดยผู้บริหารเครือฯ ทุกกลุ่มธุรกิจเป็นกรรมการตรวจ ประเมินข้ามกลุ่มธุรกิจเพื่อเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมและเสริมสร้าง วัฒนธรรมองค์กรด้านความปลอดภัยอย่างยั่งยืน



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2561

จำนวนสถานประกอบการที่ผ่านการ ตรวจประเมิน ประจำปี 2561



185 โรงงาน
ได้รับการตรวจประเมิน ครอบคลุม 6 ประเทศ

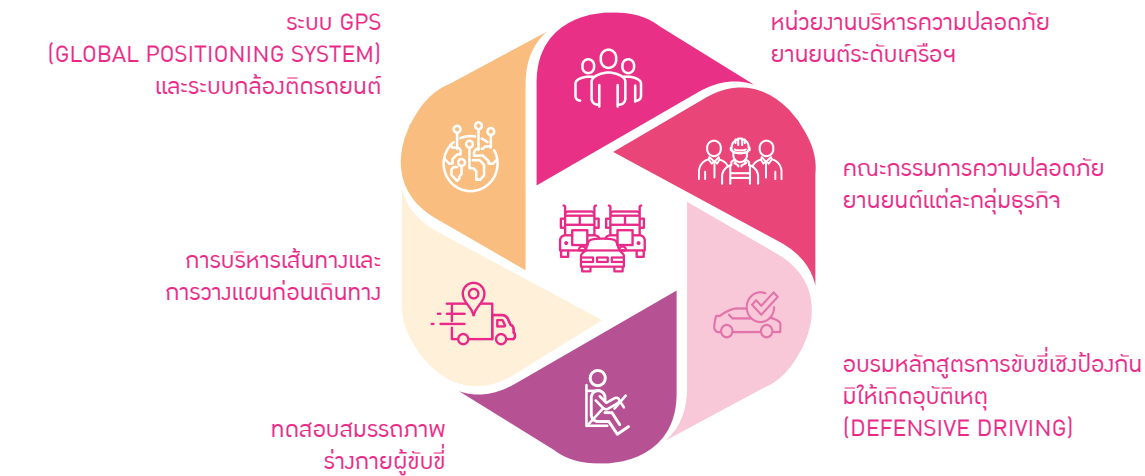


420 คน
ผู้บริหารเครือฯ เป็นกรรมการในการตรวจประเมิน

การบริหารจัดการความปลอดภัยยานยนต์

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการใช้ยานยนต์เป็นจำนวนมาก และมีจำนวนพนักงานที่ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนทำงานอย่างต่อเนื่อง เครือฯ จึงให้ความสำคัญกับความปลอดภัยยานยนต์ ยกระดับและพัฒนาองค์ความรู้ด้านความปลอดภัยทางถนนให้กับพนักงานในเครือฯ และคู่ค้าธุรกิจ

เครือฯ มุ่งเน้นที่จะเผยแพร่องค์ความรู้ในเรื่องความปลอดภัยในวงกว้าง เพื่อให้ทุกภาคส่วนดำเนินงานได้อย่างปลอดภัย และเป็นการส่งเสริมสังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งความปลอดภัยในทุกที่ ทุกเวลา โดยใช้แนวทางการบริหารความปลอดภัยยานยนต์ของเครือฯ



เครือฯ จัดให้มีกระบวนการทดสอบและควบคุมคุณภาพของพนักงานขับรถ โดยมีการจัดอบรมหลักสูตรการขับขี่เชิงป้องกันมิให้เกิดอุบัติเหตุ การทดสอบสมรรถภาพผู้ขับขี่และการออกใบอนุญาตขับขี่เครือฯ

เป็นมาตรฐานเฉพาะ โดยมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน และได้ขยายไปสู่กลุ่มธุรกิจในต่างประเทศ ได้แก่ เวียดนาม กัมพูชา และลาว



11,572 คน*
พนักงานขับรถยนต์ที่ผ่านการอบรมและได้รับใบอนุญาตขับขี่จากเครือฯ



2,006 คน*
คู่ค้าธุรกิจที่ผ่านการอบรมการขับขี่ปลอดภัยจากเครือฯ

*ข้อมูลตั้งแต่ปี 2559-2561

CASE STUDY 1

การบริหารจัดการความปลอดภัยยานยนต์ในธุรกิจขนส่งสินค้าของเครือฯ



ที่มาของโครงการ

ธุรกิจขนส่งสินค้าของเครือฯ ซึ่งประกอบด้วยบริษัท โตนาไมค ทรานสปอร์ต จำกัด และบริษัท โตนาไมค โลจิสติกส์ จำกัด รวมถึงบริษัทในเครือฯ ที่มีการใช้รถยนต์ ได้กำหนดให้การดำเนินการด้านความปลอดภัยยานยนต์ให้ปลอดภัยปราศจากอุบัติเหตุเป็นส่วนสำคัญของการดำเนินธุรกิจ

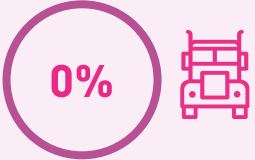
การดำเนินงาน

เครือฯ จัดตั้งคณะกรรมการด้านแพลตฟอร์มโลจิสติกส์ ระดับเครือฯ เพื่อกำหนดเป้าหมายและติดตามผลการปฏิบัติงาน โดยมีการกำหนดเป้าหมายด้านความปลอดภัยเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลงาน นอกจากนี้ เครือฯ ยังมีศูนย์ควบคุมติดตามการปฏิบัติงานรถขนส่งทุกคันของเครือฯ เพื่อตรวจสอบพฤติกรรมรถของพนักงานแบบตลอดเวลา (Real-time) และมีการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ปรับปรุง พัฒนาการปฏิบัติการต่อไป

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2561



รถขนส่งของบริษัททุกคันติดตั้งระบบ GPS และกล้องติดรถยนต์ โดยผ่านการติดตามโดยศูนย์ควบคุมส่วนกลาง



ไม่มีการเสียชีวิตของพนักงานขับรถขนส่งของเครือฯ ตั้งแต่ปี 2559

อัตราการเกิดอุบัติเหตุรถขนส่ง (รายต่อล้านกิโลเมตร)



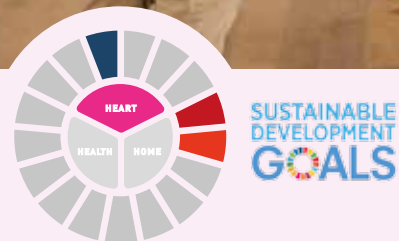
ระยะทางทั้งหมดของรถขนส่ง (ล้านกิโลเมตร)



■ 2561 ■ 2560

LEADERSHIP AND HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT

การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล



ความท้าทาย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ปรับตัวเพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีและนวัตกรรมในยุค 4.0 อย่างสม่ำเสมอ โดยเครือฯ มีการกำหนดพันธกิจ วิสัยทัศน์ ทิศทาง และกลยุทธ์ รองรับความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพ และเพิ่มขีดความสามารถของ 'บุคลากร' เป็นหัวใจหลัก เครือฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างความพร้อมของบุคลากรเพื่อการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรบุคคลของเครือฯ ให้สอดคล้องกับมาตรฐานระดับโลก เพื่อก้าวสู่การเป็น 'แบรนด์นายจ้างระดับโลก' หรือ 'Global Employer Brand' อย่างภาคภูมิใจ

ความท้าทายของเครือฯ คือการสร้างความผูกพันและช่องทางในการมีส่วนร่วมให้กับพนักงาน Generation Y ที่เพิ่มจำนวนขึ้น เพื่อรักษานักวิชาการที่มีความสามารถให้อยู่ร่วมกับเครือฯ ก้าวเป็นผู้รุ่นใหม่จะสมประสงค์การมีส่วนร่วมเรียนรู้และเติบโตไปกับเครือฯ รองรับเส้นทางซี.พี. 4.0 เพื่อนำธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน สร้างประโยชน์แก่ประเทศไทย รวมไปถึงทุกประเทศที่เข้าไปลงทุน

ผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมาย เป้าหมายปี 2563 (ประเทศไทย)

100%

ขอผู้นำและพนักงานผ่านการอบรมพัฒนาความรู้และความเข้าใจด้านความยั่งยืน

ความก้าวหน้า



● ปี 2560: อยู่ระหว่างพัฒนาหลักสูตร

● ปี 2561: 62% ของผู้นำและพนักงาน

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2561



การพัฒนาผ่านหลักสูตรพัฒนาผู้นำ

1,621 คน

ผู้บริหารและพนักงานที่ผ่านการอบรมตามหลักสูตรพัฒนาผู้นำของสถาบันผู้นำเครือฯ



การพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่

475 คน

พนักงานที่ผ่านการอบรม Future Leaders Development Program



การพัฒนาโครงสร้างองค์กรแบบเครือข่าย

1,347 คน

พนักงานที่ผ่านการทำโครงการข้ามสายงาน ข้ามกลุ่มธุรกิจผ่านหลักสูตรพัฒนาผู้นำต่างๆ

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG 4 คุณภาพการศึกษา

- 4.4 เพิ่มจำนวนประชาชนที่มีทักษะที่จำเป็นด้านการเงิน
- 4.7 การศึกษาสำหรับการพัฒนาอย่างยั่งยืนและการเป็นพลเมืองของโลก



SDG 5 ความเท่าเทียมทางเพศ

- 5.5 สร้างหลักประกันว่าผู้หญิงมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในการเป็นผู้นำและการตัดสินใจ



SDG 17 ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

- 17.6 แลกเปลี่ยนความรู้และร่วมมือสำหรับการเข้าถึงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม

แนวทางการบริหารจัดการ

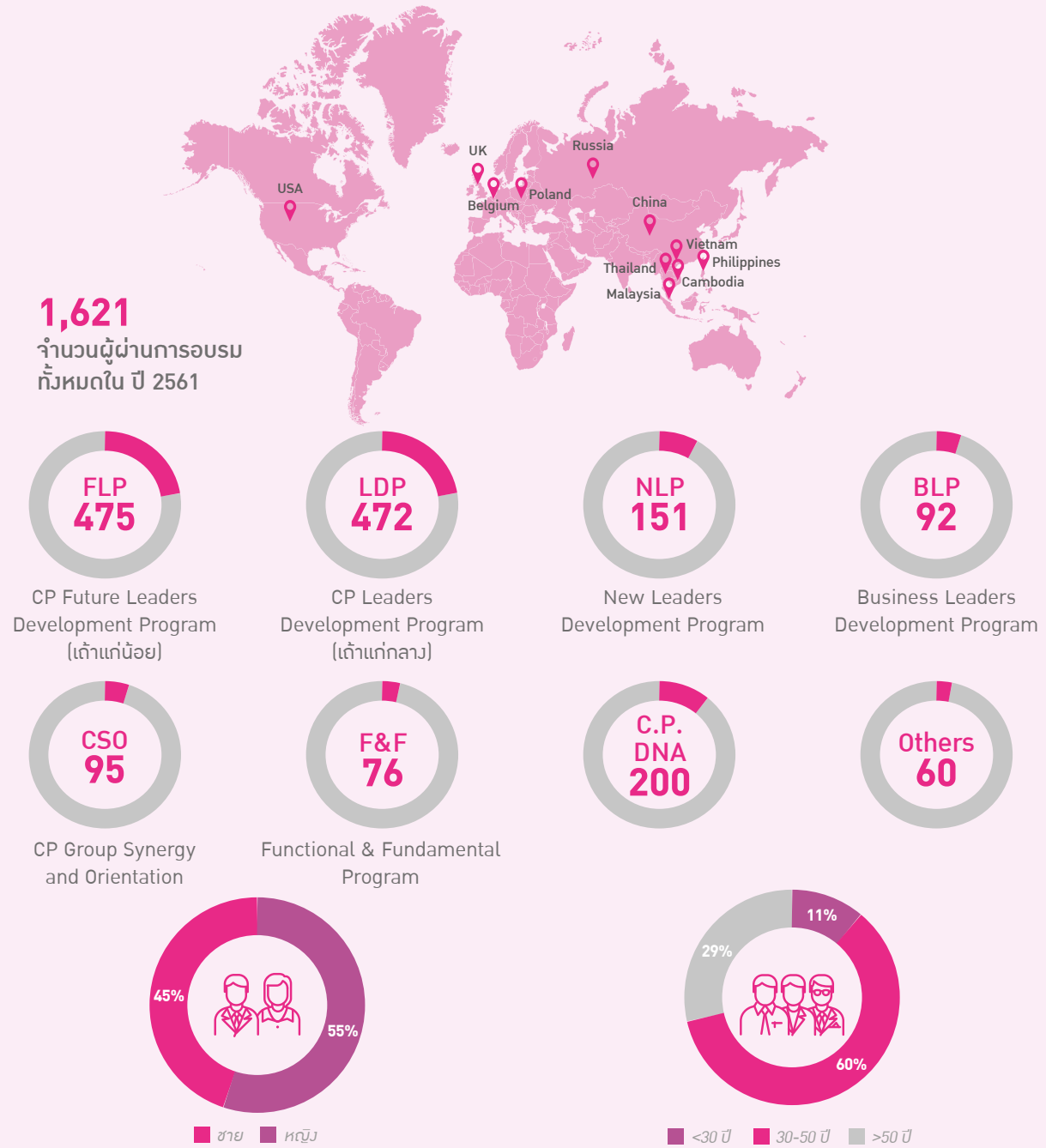
สถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นศูนย์กลางของการฝึกกำลังในการสร้างผู้นำในทุกระดับ ให้ผู้นำสร้างผู้นำ เน้นการลงมือปฏิบัติจริง การแก้ปัญหาทางธุรกิจจริง โดยผู้บริหารระดับสูงมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมการสอนในองค์กร ตามวิสัยทัศน์ ‘ฝึกกำลัง สร้างผู้นำ ขับเคลื่อนธุรกิจ’ ผ่านการจัดประชุมสัมมนา อบรม และการริเริ่ม

ทำโครงการต่างๆ (Action Learning Program) หมุนเวียนตลอดปี เพื่อเป็นกลไกในการถ่ายทอดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สร้างประสบการณ์ข้ามสายงานระหว่างกลุ่มธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อพัฒนาองค์กร พัฒนาธุรกิจ เสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจในทุกๆ ด้าน

สถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีการพัฒนาหลักสูตรโดยเน้นการทำโครงการผ่านการปฏิบัติจริง (Action Learning Program) มุ่งเน้นความสามารถและมุมมองในแบบเจ้าแก หรือ Entrepreneur เพื่อเสริมสร้างให้ผู้นำมีความครบเครื่องทั้งเรื่องงานและเรื่องคน ซึ่งมีการจัดหลักสูตรเป็น 3 กลุ่มตามความเหมาะสมของผู้นำแต่ละระดับ



ข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการด้านการพัฒนาผู้นำ Leadership Development Dashboard



การพัฒนาผ่านหลักสูตรพัฒนาผู้นำ



สถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นศูนย์กลางของการฝึกกำลังในการสร้างผู้นำในทุกระดับ เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ โดยจัดให้มีหลักสูตรพัฒนาผู้นำของเครือเจริญโภคภัณฑ์เอง และเปิดโอกาสให้กับบุคลากรจากทั้งในและต่างประเทศได้เข้าร่วมหลักสูตร ซึ่งถูกออกแบบมาให้เหมาะกับผู้นำในแต่ละระดับและบทบาทหน้าที่ ทั้งยังเป็นการเตรียมความพร้อมและทัศนคติเพื่อก้าวสู่ผู้นำในระดับที่สูงขึ้นอีกด้วย

ท่านประธานอาวุโส ธนินท์ เจียรวนนท์ ให้ความสำคัญกับผู้บริหารหนุ่มสาวรุ่นใหม่ซึ่งจะเป็นพลังในอนาคตของซีพี ในประเทศจีนเองมีผู้บริหารหนุ่มสาวรุ่นใหม่ผ่านการอบรมหลักสูตร FLP แล้วถึง 4 รุ่น ในปีที่ผ่านมาท่านประธานอาวุโส ธนินท์ เจียรวนนท์ และ Mr. Bai ShanLin รองประธานอาวุโส เขตประเทศจีน ได้ไปเยี่ยมชมกิจการซีพี เฟรชมาร์ท ที่เมืองหลานโจว มณฑลกานซู สาธารณรัฐประชาชนจีน และให้กำลังใจกับผู้บริหารหนุ่มสาว ในการทำงานให้พวกเขาก้าวสู่ความสำเร็จได้



นายณรงค์ เจียรวนนท์
รองประธานอาวุโส
เครือเจริญโภคภัณฑ์

“ปัญหาสิ่งแวดล้อมล้วนส่งผลกระทบต่อทุกคนในสังคม เครือเจริญโภคภัณฑ์เห็นความสำคัญ และจัดให้มีการประเมินผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจอย่างรอบด้าน การพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ของเครือฯ จึงมีการผนวกกระบวนการสร้างความตระหนักรู้และความเอาใจใส่ต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาวัฒนธรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม และนำไปใช้จริงทั้งในธุรกิจหลักของเครือฯ และกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม”

CASE STUDY 2

การเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริงเพื่อความยั่งยืน โครงการลดขยะพลาสติก

ปัจจุบัน ปัญหาขยะพลาสติกเป็นปัญหาใหญ่ระดับโลก ประเทศไทยเป็นประเทศที่ผลิตขยะพลาสติกลงท้องทะเลเป็นอันดับ 6 ของโลก หรือ 1.03 ล้านตัน/ปี เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักดีว่า สามารถเป็นส่วนหนึ่งในการลดขยะพลาสติกได้ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน โครงการ BLP ซึ่งเน้นการดำเนินโครงการร่วมกันข้ามกลุ่มธุรกิจเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติจริงจึงริเริ่มดำเนินโครงการนี้อย่างเป็นรูปธรรมเพื่อทราบถึงพฤติกรรมการใช้พลาสติก แล้วจึงออกแบบแคมเปญที่จะมาช่วย

ลดขยะพลาสติกในกิจวัตรประจำวัน และศึกษาโมเดลธุรกิจที่จะช่วยลดการใช้พลาสติกในห่วงโซ่อุปทานของเครือฯ เช่น การใช้นวัตกรรมนำซึ่งข้าวโพดมาเป็นวัสดุทดแทนพลาสติกในบรรจุภัณฑ์อาหารของซีพี เป็นต้น จากการสื่อสารและสร้างจิตสำนึกในการลดการใช้พลาสติก ทำให้ปริมาณการใช้ถุงและแก้วพลาสติกลดลงอย่างต่อเนื่อง และยังสามารถสร้างความร่วมมือเพื่อนำขยะพลาสติกที่เกิดขึ้นแล้วไปสร้างเป็นสาธารณประโยชน์ คือเป็นทางเท้าให้กับโรงเรียนในเขตทรกั้นดารได้



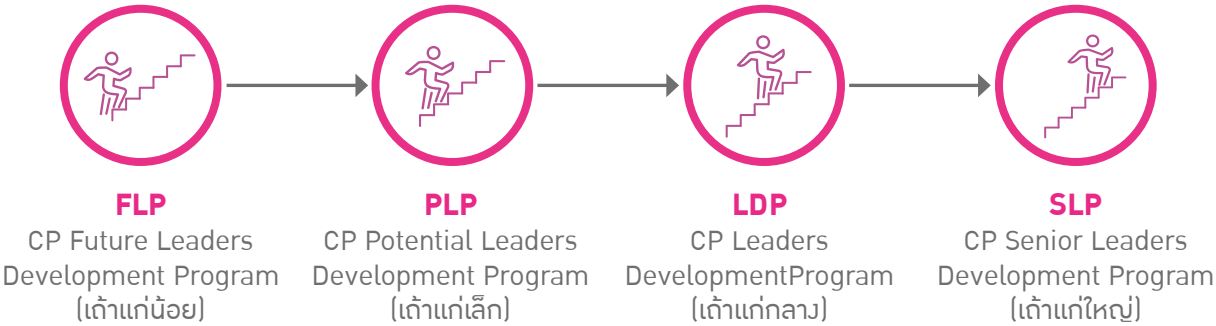
ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

153.72 ล้านใบ/ปี
จำนวนถุงพลาสติกที่ลดได้

187 ตัน/ปี
ปริมาณพลาสติกหุ้มฝาขวดน้ำ
ที่ลดได้

13.55 ล้านบาท
ยอดสมทบบริจาคให้
โรงพยาบาลศิริราช

หลักสูตรพัฒนาผู้นำ ของสถาบันผู้นำ เครือเจริญโภคภัณฑ์



โครงการยุทธศาสตร์เชิงปฏิบัติการ		โครงการยุทธศาสตร์เชิงกลยุทธ์	
ภาพรวมของหลักสูตร			
หลักสูตรแรกสำหรับพนักงานรุ่นใหม่ที่มีความสามารถ (Young Talents) ในเครือฯ ทั้งไทยและต่างประเทศ มุ่งการสร้างผู้นำที่ครบเครื่องในแบบฉบับของเครือฯ	หลักสูตรพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพความเป็นผู้นำของตนเองแล้ว มุ่งเน้นการพัฒนาธุรกิจ บริหารจัดการ ครอบคลุมในขอบเขตที่รับผิดชอบ สร้างรายได้และผลกำไรให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน	หลักสูตรพัฒนาผู้นำระดับปฏิบัติการ ให้สามารถบริหารจัดการโครงการเชิงยุทธศาสตร์ มุ่งเน้นการปฏิรูประบบการทำงานให้รวดเร็ว มีคุณภาพ ผนึกกำลังข้ามสายงานและใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด	หลักสูตรมุ่งเน้นการยกระดับและพัฒนาเครือฯ อย่างยั่งยืน ผ่านการวางแผน และทำโครงการเชิงยุทธศาสตร์เพื่อขยายผลวิสัยทัศน์เครือฯ สู่การปฏิบัติการ
คุณสมบัติผู้เข้าอบรม			
นักศึกษาจบใหม่และ Young Talents จากกลุ่มธุรกิจ	ผู้ผ่านหลักสูตรFLPและพนักงานจากกลุ่มธุรกิจ	ผู้จัดการและผู้บริหารระดับกลาง	ผู้บริหารระดับสูง
ผู้สนับสนุนโครงการ			
CEO และ CEO-1	CEO และ CEO-1	CEO และ CEO-1	CEO และประธานเครือฯ



“FLP เป็นโครงการที่ทำให้เราได้ลองทำในสิ่งที่เราไม่เคยคิดว่าจะมีโอกาสทำ ได้เปิดโลกทัศน์อีกมุมในการใช้ชีวิตและการทำงาน ทำให้ได้เรียนรู้วิถีที่จะจัดระบบความคิด การสื่อสารกับคนอื่นว่าเป็นผู้บริหารระดับสูงหรือว่าจะเป็นพนักงานในร้านหรือลูกค้าเองก็ตาม”

นางสาวณณิณี โกวิฑูรย์สกุล
เจ้าหน้าที่การขายต่างประเทศ
กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ

หลักสูตรบ่มเพาะและหลักสูตรเสริม ของสถาบันผู้นำ เครือเจริญโภคภัณฑ์



โปรแกรมบ่มเพาะ		โปรแกรมเสริม	
ภาพรวมของหลักสูตร			
หลักสูตรสำหรับพนักงานใหม่ เพื่อสร้างความเข้าใจในค่านิยมเครือฯ 6 ประการ สร้างความรู้จักรธุรกิจของเครือฯ และสร้างสายสัมพันธ์ข้ามกลุ่มธุรกิจ	โปรแกรมสำหรับผู้บริหารระดับผู้จัดการ เพื่อเพิ่มพูนทักษะในการบริหารงานและคน	โปรแกรมสำหรับผู้บริหารแต่ละกลุ่มธุรกิจ เพื่อเพิ่มศักยภาพความเป็นผู้นำด้วยการทำโครงการยุทธศาสตร์ข้ามสายงานข้ามกลุ่มธุรกิจ	หลักสูตรเสริมความรู้ธุรกิจด้านต่างๆ เช่น การเงิน การตลาด การบริหารบุคคล ที่เน้นการลงมือทำจริง
คุณสมบัติผู้เข้าอบรม			
พนักงานทุกระดับ	ผู้จัดการแผนก ผู้จัดการฝ่าย ผู้จัดการทั่วไป	ผู้บริหารระดับกลาง-สูงระดับขับเคลื่อนกลยุทธ์ของกลุ่มธุรกิจ	ผู้จัดการแผนก ผู้จัดการฝ่าย ผู้จัดการทั่วไป
ผู้สนับสนุนโครงการ			
ผู้บังคับบัญชาตามสายงาน	ผู้บังคับบัญชาตามสายงาน	CEO-1	ผู้บังคับบัญชาตามสายงาน



“BLP เป็นหนึ่งความทรงจำที่งดงามในชีวิต เป็นหลักสูตรที่สร้างความเปลี่ยนแปลงในความก้าวหน้าในอาชีพ ด้วยการเปิดโอกาสให้เราได้พิสูจน์ตัวเอง เรียนรู้ที่จะก้าวข้ามอุปสรรคเพื่อความแข็งแกร่งยิ่งขึ้น ได้เรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้นำในซีพี รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นรอบโลก ที่ยังเป็นการสร้างเครือข่ายกับเพื่อนซีพีจากทั่วโลก”

Ms. Khin Zarchi Han
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ฝ่ายทรัพยากรบุคคล
Myanmar C.P. Livestock Co., Ltd.

การบริหารบุคลากร

ตลอดระยะเวลาการดำเนินงานที่ยาวนานของเครือเจริญโภคภัณฑ์ การเข้าสู่ยุค 4.0 ที่ธุรกิจเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามามีบทบาทในการดำเนินงานมากขึ้น บุคลากรจึงเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่า เครือเจริญโภคภัณฑ์ซึ่งเป็นบริษัทระดับโลกที่มีรูปแบบธุรกิจหลากหลาย (Conglomerate) จึงมีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในโลกธุรกิจ โดยสร้างความรู้ พัฒนาทักษะที่จำเป็น รวมไปถึงสร้างทัศนคติที่พร้อมก้าวไปสู่การเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลแก่บุคลากรกว่า 300,000 คน ทั้งนี้ เครือฯ ได้มีการดำเนินกลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคลเครือฯ 'Workforce 4.0'

เพื่อเป็นหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาบุคลากร โดยกลยุทธ์ดังกล่าวประกอบด้วย 4 เสาหลัก ได้แก่ การมุ่งมั่นที่จะเป็น 'แบรนด์นายจ้างระดับโลก' โดยการส่งเสริมให้พนักงานมีความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จของเครือฯ การมุ่งเน้นการทำงานแบบองค์กรเครือข่ายเพื่อการปรับตัวตอบสนองที่รวดเร็ว การปรับกระบวนการทำงานของพนักงานเพื่อเตรียมเข้าสู่ยุคดิจิทัล และการพัฒนาผู้นำ คนดี คนเก่ง และการแสวงหาและเรียนรู้สมรรถภาพต่างๆ จากองค์กรระดับโลก เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับบุคลากรของเครือฯ

ความก้าวหน้าการดำเนินกลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคลเครือฯ 'Workforce 4.0'



การเป็นองค์กรในฝันของพนักงาน

- ศึกษาบริษัทชั้นนำระดับโลก และสำรวจความผูกพันของพนักงานภายในองค์กรอย่างทั่วถึง



การพัฒนาโครงสร้างองค์กรแบบเครือข่าย

- สร้างการทำงานในลักษณะองค์กรแบบเครือข่ายผ่านการทำโครงการข้ามสายงานและ/หรือข้ามกลุ่มธุรกิจ เช่น โครงการ SPLD (Strategic Project for Leadership Development)



การปรับกระบวนการทำงานของพนักงานสู่ระบบดิจิทัล

- สร้างกระบวนการทำงานร่วมกันบนแพลตฟอร์มดิจิทัลผ่านระบบ Connect ของแต่ละกลุ่มธุรกิจ



การพัฒนาผู้นำ คนดี คนเก่ง สายอาชีพของพนักงาน และการเรียนรู้จากองค์กรระดับโลก

- พัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ผ่านหลักสูตร FLP โดยจำนวนผู้จบหลักสูตร 97% ได้รับมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบใหม่ 56% ได้รับโอกาสย้ายข้ามกลุ่มธุรกิจและ 49% ได้เลื่อนตำแหน่ง
- ร่วมมือกับสมาคมนักเรียนไทยในต่างประเทศที่กำลัศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยชั้นนำ เพื่อสรรหาและคัดเลือกคนดี คนเก่งระดับโลก



“การพัฒนาทักษะแห่งอนาคตที่สอดคล้องกับค่านิยมเครือฯ ให้แก่บุคลากรถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างธุรกิจสู่ความสำเร็จในยุคที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี โดยการพัฒนาบุคลากรในกลุ่มธุรกิจต่างๆ ในเครือฯ จะคำนึงถึงหลักใหญ่ๆ 2 ประการ ดังนี้ ประการแรก การระบุทักษะการเรียนรู้ที่จำเป็น การวางแผนและการพัฒนาทักษะบุคลากรอย่างเหมาะสมและรวดเร็ว โดยอาจมีการฝึกกำลังกับผู้เชี่ยวชาญระดับโลกเพื่อร่วมกันพัฒนาบุคลากรของเครือฯ และประการที่สอง การเสริมสร้างทักษะต่างๆ จะต้องครอบคลุมบุคลากรทุกคนในเครือฯ เพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมและก้าวไปข้างหน้าด้วยกัน โดยขณะนี้ทางเครือฯ ได้มีการวางแผนพัฒนาทักษะความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Literacy) สำหรับบุคลากรทุกคน โดยรวมไปถึงทักษะในด้านต่างๆ สำหรับการใช้ชีวิตในยุคดิจิทัลอีกด้วย”



Mr. Kulshaan Singh
ประธานคณะกรรมการบุคคล (ร่วม)
เครือเจริญโภคภัณฑ์



“ผู้นำด้านทรัพยากรบุคคลของเครือฯ มุ่งมั่นที่จะส่งเสริมและผลักดันศักยภาพของบุคลากรเครือฯ เพื่อให้มั่นใจว่าบุคลากรทุกคนมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการขับเคลื่อนธุรกิจและสังคมสู่ความยั่งยืน”



CASE STUDY 3

การสร้างแรงบันดาลใจให้บุคลากร



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

12,013 คน

ผู้ติดตามใน LinkedIn

162.6%

เพิ่มอัตราผู้สมัคร

713 คน

จำนวนผู้เข้าอบรม

Store Development Program

การแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง รวมไปถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เป็นไปอย่างรวดเร็วทำให้เกิดการขยายตัวของตลาดและก่อให้เกิดตลาดใหม่ แม้ใครจะมีเป้าหมายที่จะขยายตัวทั้งในประเทศและต่างประเทศ การดึงดูด พัฒนา และรักษานักงานที่มีศักยภาพให้ร่วมสร้างคุณค่าและเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกับบริษัท จึงเป็นประเด็นที่สำคัญอย่างยิ่ง

แม้ใครจึงมุ่งเน้นพัฒนาการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล 3 ด้านคือ ระบบเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารทรัพยากรบุคคล การพัฒนาทักษะพนักงานให้กล้าคิด กล้าทำ กล้าแสดงออก และการรักษาดูแลคุณภาพชีวิตของพนักงาน นอกจากนั้นยังสร้างอัตลักษณ์ขององค์กรที่ชัดเจน ใช้เครื่องมือการคัดเลือกพนักงานที่ทันสมัย เพื่อสรรหาพนักงานที่ตรงกับทิศทางขององค์กร

จากการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและรอบด้าน ทำให้พนักงานมีโอกาสนในการก้าวหน้าในสายอาชีพและเติบโตพร้อมองค์กร แม้ใครยังมีแนวทางในการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงาน เพื่อผลักดันให้แม้ใครก้าวเข้าสู่องค์กรที่ทุกคนอยากเข้ามาร่วมงาน และพนักงานทำงานอย่างมีความสุข

CASE STUDY 4

ซีพี สานฝัน ปันโอกาส สู่นำรุ่นใหม่ One Young World



ซีพี สานฝัน ปันโอกาส สู่นำรุ่นใหม่ (One Young World) เป็นอีกหนึ่งโครงการของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่แสดงให้เห็นถึงการถ่ายทอดแนวคิดการสร้างผู้นำรุ่นใหม่มาสู่ภาคปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม โดยเปิดโอกาสให้ผู้นำรุ่นใหม่แสดงความสามารถของตนเองอย่างเต็มที่ผ่านกระบวนการคัดเลือกที่เข้มข้นจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในทุกมิติที่ผู้นำรุ่นใหม่พึงมี

ในปี พ.ศ. 2561 (2018) มีผู้นำรุ่นใหม่ที่ได้รับการคัดเลือกทั้งสิ้น 20 คน จากกลุ่มธุรกิจต่างๆ ในเครือฯ และจากองค์กรภายนอก โดยทั้ง 20 คนได้เข้าร่วมโปรแกรมเสริมสร้างศักยภาพเพื่อสร้างความมั่นใจก่อนเข้าร่วมประชุมสุดยอดผู้นำรุ่นใหม่ 'One Young World Summit 2018' ครั้งที่ 9 ณ กรุงเฮก ประเทศเนเธอร์แลนด์ นอกจากนี้ยังได้มีโอกาสเข้าร่วมประชุมเวทีระดับโลกอีกด้วย ผู้นำรุ่นใหม่ทั้ง 20 คนยังได้เป็นทูตตัวแทนด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ (CP Sustainable Development Ambassador) เพื่อขับเคลื่อนทั้งองค์กรและสังคมให้เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น

...พลังความคิด พลังสู่ความยั่งยืน...

เครือเจริญโภคภัณฑ์เข้าร่วมเป็น Delegate Partners และส่งคณะผู้นำรุ่นใหม่เข้าร่วมการประชุมสุดยอดผู้นำเยาวชนเป็นประจำทุกปีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 (2015)



The Hague Summit 2018



Bogota Summit 2017



Ottawa Summit 2016



Bangkok Summit 2015

ผู้แทนคณะผู้นำรุ่นใหม่ One Young World 2018 จากเครือเจริญโภคภัณฑ์



“ถ้าเราตระหนักว่ามนุษย์และธรรมชาติเป็นสิ่งที่ต้องพึ่งพาอาศัยกันและกัน จงปล่อยความเป็นตัวตนทิ้งไป ความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติก็จะเกิดขึ้น”

นางสาวกมลนาถ องค์กรวรรณดี



“พลังของนวัตกรรมสามารถกำหนดโลกอนาคต และด้วยศักยภาพของผู้นำรุ่นใหม่จะเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนให้เกิดความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อปรับปรุงความเป็นอยู่และวิถีชีวิตที่ดีขึ้น”

นางสาวอริยนา อิตตชก้า



“การศึกษา นับว่าเป็นจุดเริ่มต้นของคลื่นกระทบที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง”

นางสาวณัฐณิชา เกียรติบำรุง



“เราไม่สามารถหายใจได้โดยปราศจากธรรมชาติ ทุกลมหายใจก็หมายถึงสิ่งมีชีวิต เปรียบเหมือนธรรมชาติก็เช่นกัน”

นายธาริน ยวงตระกูล



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

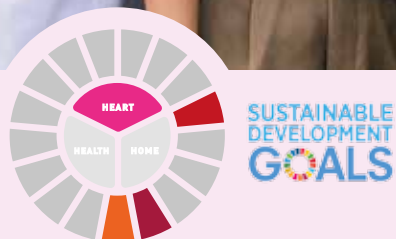
100 คน
ผู้นำรุ่นใหม่
One Young World Summit

4 ปีต่อเนื่อง
เข้าร่วมประชุมสุดยอดผู้นำ
เยาวชน

196 ประเทศ
เครือข่ายผู้นำเยาวชน

EDUCATION

การศึกษา



SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

HEART

การศึกษา 107



ความท้าทาย

นวัตกรรมเทคโนโลยีกลายเป็นพื้นฐานสำคัญของการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการศึกษารวมถึงการยกระดับทักษะที่มีความจำเป็นเพื่อการทำงานในยุคปัจจุบันเป็นอย่างมาก จากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของนวัตกรรมเทคโนโลยีส่งผลให้เกิดความเหลื่อมล้ำหลายด้านทั่วโลก เช่น ด้านการศึกษาและด้านความมั่นคงในอาชีพ เป็นต้น ดังนั้น การส่งเสริมและพัฒนาโครงสร้างการศึกษาขั้นพื้นฐาน (Quality Basic Education) การยกระดับรูปแบบการเรียนรู้ที่สามารถเกิดขึ้นได้อย่างต่อเนื่องในทุกช่วงอายุ (Lifelong Learning Pathways) การใช้ นวัตกรรมเพื่อการศึกษา (Education Innovation) เพื่อการพัฒนาองค์ความรู้ การบริหารจัดการ และยกระดับทักษะต่างๆ จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำของประชากรในสังคม การศึกษาจึงมีบทบาทสำคัญในการเป็นแรงขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ การมุ่งมั่นส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาให้แก่เยาวชนไทย จึงสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการเติบโตก้าวหน้าอย่างยั่งยืนของเศรษฐกิจ ดังนั้น เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงได้ตระหนักถึงบทบาทในการมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมและเป็นหนึ่งในพันธมิตรในการขับเคลื่อน และยกระดับการศึกษาของประเทศให้ดีขึ้น ผ่านทางกิจกรรมส่งเสริม ด้านการศึกษาของทุกบริษัทในเครือฯ

ผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมาย เป้าหมายปี 2563 (ประเทศไทย)

4,350,000

จำนวนเด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ มีโอกาสเข้าถึงการศึกษาและการพัฒนาทักษะที่จำเป็น

ความก้าวหน้า



ปี 2560: 2,559,677 คน

ปี 2561: 3,400,133 คน

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2561

सानอนาถการศึกษา



1,592

จำนวนโรงเรียนประชารัฐ
ที่บริษัทในเครือฯ ร่วมดูแล

สนับสนุนทุนการศึกษา



32,734

จำนวนทุนการศึกษาทั้งหมดที่
สนับสนุนโดยบริษัทในเครือฯ

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG 4 คุณภาพการศึกษา

- 4.3 ทุกคนเข้าถึงการศึกษาวิชาชีพ อาชีวศึกษา อุดมศึกษา รวมถึงมหาวิทยาลัยที่มีคุณภาพ ในราคาที่เข้าถึงได้
- 4.5 ขจัดความเหลื่อมล้ำในการศึกษาทุกรูปแบบ
- 4.B ขยายจำนวนทุนการศึกษาสำหรับการศึกษายุทธวิธีแบบสำหรับประเทศกำลังพัฒนา
- 4.C เพิ่มจำนวนครูที่มีคุณภาพในประเทศกำลังพัฒนา



SDG 8 งานที่เหมาะสม และการเติบโตทางเศรษฐกิจ

- 8.6 ส่งเสริมเยาวชนให้มีงานทำ มีการศึกษา และได้รับการฝึกอบรม



SDG 9 อุตสาหกรรม นวัตกรรม และโครงสร้างพื้นฐาน

- 9.C เพิ่มการเข้าถึงเทคโนโลยีด้านข้อมูลการสื่อสาร โดยถ้วนหน้า

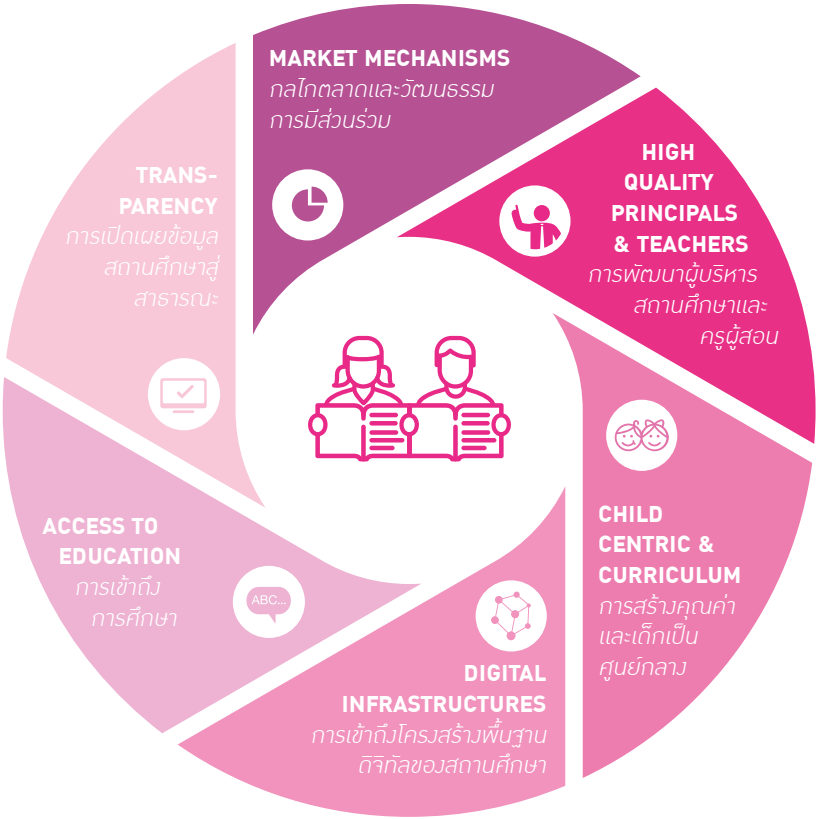
แนวทางการบริหารจัดการ

เครือเจริญโภคภัณฑ์เชื่อมั่นว่าการสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมด้านการศึกษาและการสร้างโอกาสการเข้าถึงองค์ความรู้ คือการพัฒนาศักยภาพของเยาวชนและผู้ใหญ่ทุกวัย สร้างความพร้อมเพื่อรับมือกับความท้าทายด้านต่างๆ ลดความเหลื่อมล้ำ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย โดยเครือฯ ยึดมั่น 5 ยุทธศาสตร์หลักเพื่อการยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการการศึกษาไทยอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแรงผลักดันการพัฒนาระดับมหภาค (Mega Trend) คือการเปิดเผยข้อมูลสถานศึกษาสู่สาธารณะเพื่อความโปร่งใส การสร้างเสริมกลไกตลาดและวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม การพัฒนาผู้บริหาร สถานศึกษาและครูผู้สอน การสร้างคุณค่าและ

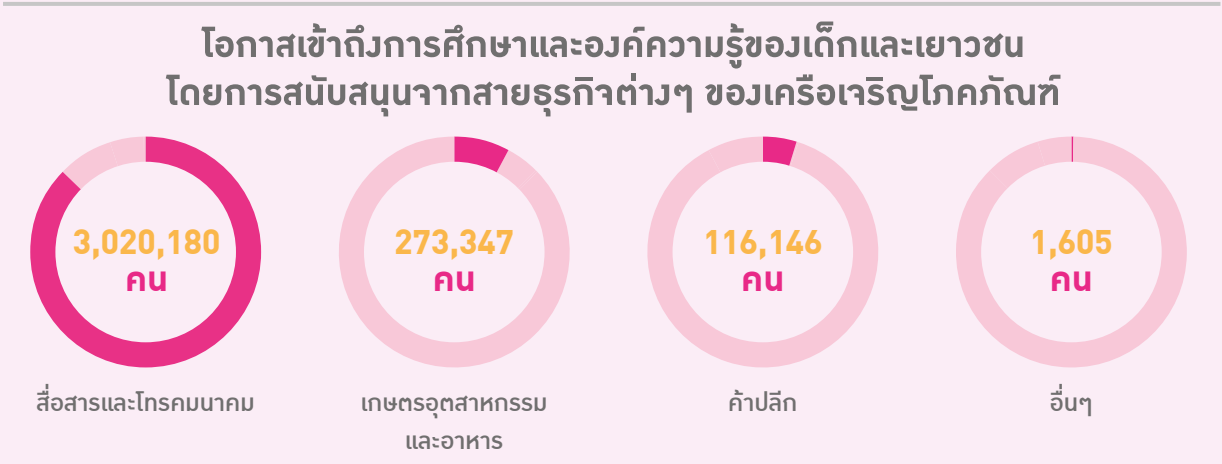
หลักสูตรที่ยึดเป็นศูนย์กลาง และการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลของสถานศึกษา

เครือฯ มีความตั้งใจที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (UN SDGs) จึงมีแผนการปฏิบัติการงานที่สอดคล้องกับ UN SDGs ในระดับเป้าหมายย่อย (Targets) เน้นการจัดความเหลื่อมล้ำในการศึกษา การเปิดโอกาส ขยายการเข้าถึงส่งเสริมศักยภาพของทั้งผู้เรียนและครูผู้สอน เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืนของทุกฝ่าย

กรอบการดำเนินงานด้านการศึกษา



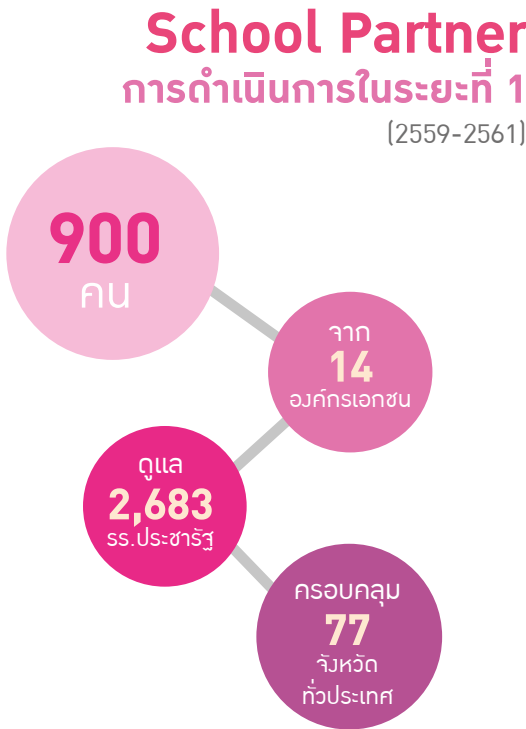
ข้อมูลด้านการส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษา
- Education Dashboard -





เชื่อมโยงบทบาทการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน
มุ่งสร้างวัฒนธรรม
การมีส่วนร่วมด้าน
การศึกษาที่ยั่งยืน

โครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED ริเริ่มขึ้นเพื่อตอบสนองนโยบายภายใต้โครงการสานพลังประชารัฐ ด้านการศึกษาพื้นฐานและการพัฒนาผู้นำ (E5) โดยผสานความร่วมมือจาก 3 ภาคส่วน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคประชาสังคม และภาคเอกชน เพื่อตอบโจทย์ยุทธศาสตร์การลดความเหลื่อมล้ำ พัฒนาศักยภาพคน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ทั้งนี้โครงการได้ดำเนินงานและก่อตั้งโดย 12 องค์กรเอกชนชั้นนำ ด้วยความมุ่งมั่นในการเปลี่ยนแปลงการศึกษาไทย พัฒนาศักยภาพเด็กและเยาวชนไทยในอนาคตให้ก้าวสู่การเป็น ‘เด็กดี - เด็กเก่ง’ ของประเทศอย่างยั่งยืน จึงผนึกกำลังร่วมสร้างรูปแบบการพัฒนา ผู้นำรุ่นใหม่ ‘School Partner’ นำศักยภาพของบุคลากรจากแต่ละองค์กรเอกชนเข้าร่วมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพผู้นำเพื่อการพัฒนาการศึกษาที่ยั่งยืน (Leadership Program for Sustainable Education) พร้อมลงพื้นที่ปฏิบัติงานจริงใน ‘โรงเรียนประชารัฐ’ ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้บริหารสถานศึกษา ครู นักเรียน เชื่อมโยงสู่การจัดทำแผนพัฒนาโรงเรียนและชุมชนของตนเองตามบริบทรายพื้นที่



หมายเหตุ : 1,925 ss. อยู่ระหว่างการสรรหาผู้สนับสนุนเพิ่มเติม

ปัจจุบันโครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED มีองค์กรเอกชนที่เล็งเห็นความสำคัญและตอบรับการมีส่วนร่วมทางการศึกษาแล้วกว่า 33 องค์กร ทำให้เกิดโครงการต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรมในด้านการพัฒนาการศึกษาอย่างยั่งยืน โดยมีผู้นำรุ่นใหม่ หรือ School Partner ที่เข้าร่วมโครงการด้วยจิตอาสา ซึ่งนอกจากจะได้รับการพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถในด้านต่างๆ (Hard Skills & Soft Skills) แล้วยังเป็นผู้ขับเคลื่อนที่ทำให้เกิดการรวมพลังผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ร่วมสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมด้านการศึกษาให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่โรงเรียนประชารัฐทั่วประเทศอีกด้วย โดยมีเป้าหมายการดำเนินงาน 15% ของโรงเรียน สพฐ. ทั่วประเทศ (4,600 โรงเรียน) ขับเคลื่อนผ่าน 5 ยุทธศาสตร์หลักในการยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาไทยในศตวรรษที่ 21



5 ยุทธศาสตร์หลัก
ขับเคลื่อนและยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษา

	TRANSPARENCY การเปิดเผยข้อมูลสถานศึกษาสู่สาธารณะ		MARKET MECHANISMS กลไกตลาดและวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม
	HIGH QUALITY PRINCIPALS & TEACHERS การพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน		CHILD CENTRIC & CURRICULUM สร้างคุณค่าและเด็กเป็นศูนย์กลาง
	DIGITAL INFRASTRUCTURES การเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลของสถานศึกษา		

ระยะที่ 1 : ริเริ่มโดย 12 องค์กร

ระยะที่ 2 : ขยายความร่วมมือสู่ 33 องค์กร



CASE STUDY 5

ผลสัมฤทธิ์การดำเนินโครงการยกระดับคุณภาพการศึกษาไทยในศตวรรษที่ 21



เครือเจริญโภคภัณฑ์ และ บมจ. โทร คอมพิวเตอร์

1 โครงการผู้นำเพื่อการพัฒนาการศึกษาที่ยั่งยืน (School Partner)

School Partner ดึงศักยภาพเฉพาะของแต่ละบุคคล ลงพื้นที่ปฏิบัติงานใกล้ชิดร่วมกับผู้บริหารโรงเรียน ครู นักเรียน และชุมชน ชวนคิดเพื่อวางแผนพัฒนาคุณภาพโรงเรียนสู่ความยั่งยืนกว่า 1,700 โครงการ จากโรงเรียนพระราชวังกว่า 1,000 โรงเรียนทั่วประเทศ เสนอของบประมาณสนับสนุนสำหรับปีการศึกษา 2561

399

School Partner

1,000

โรงเรียน

68

จังหวัด

งบประมาณสนับสนุน 204,082,657 บาท



2 โครงการผู้นำด้านเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา (ICT Talent)



บริษัท โทร คอมพิวเตอร์ จำกัด (มหาชน) ในฐานะองค์กรเอกชน ผู้ดำเนินธุรกิจด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ตระหนักถึงความสำคัญของเทคโนโลยี ที่จะเป็นประตุโอกาสให้กับเด็กและเยาวชนไทยสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูล ข่าวสาร องค์ความรู้ต่างๆ ได้อย่างทัดเทียมและทั่วถึง จึงได้ริเริ่มและก่อตั้ง 'โครงการผู้นำด้านเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา (ICT Talent)' เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงทั้ง 'ครูผู้สอน' และ 'ผู้เรียน' ในการ Apply Technology สู่กระบวนการเรียนรู้ สู่การยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาไทยในยุคดิจิทัล ผ่านการเปิดรับสมัคร-คัดเลือก จากผู้สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง และมีภูมิลำเนาใกล้เคียงกับโรงเรียนพระราชวัง

2560

(Model 1:1)

นำร่อง 100 ICT Talents
ครอบคลุม 100 โรงเรียน

2561

(Model 1:5)

เพิ่มขึ้นเป็น 208 ICT Talents
ครอบคลุม 1,000 โรงเรียน

งบประมาณสนับสนุน 47,138,500 บาท

- บทบาทหน้าที่ : Engage-Enable-Empower ส่งเสริมการเข้าใจ-เข้าถึง และใช้ ICT เพื่อการศึกษาให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- ผลสัมฤทธิ์ : สามารถผลักดันให้ 'ภาครัฐ' ขยายผลโครงการ ICT Talent สู่การพัฒนาศักยภาพครู IT ในระบบราชการอีกกว่า 600 อัตรา



3 โครงการศูนย์การเรียนรู้ชุมชน (Community Learning Center)

เพื่อเชื่อมโยงการสร้างกระบวนการเรียนรู้แบบ Problem Based Learning ที่มุ่งเน้นให้ 'ผู้เรียน' เข้าใจปัญหาของชุมชนตนเอง สามารถ คิด วิเคราะห์ ตีความ ตลอดจนประสานความร่วมมือกับชุมชน พ่อแม่ ผู้ปกครอง หรือปราชญ์ชาวบ้าน ร่วมหาแนวทางการแก้ปัญหาหรือ สร้างกระบวนการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ 'โรงเรียนเป็นของชุมชน' มุ่งเน้นเรียนรู้ให้เด็กนักเรียนเป็นศูนย์กลาง เชื่อมโยงการแก้ปัญหา ชุมชนสู่ความยั่งยืน มีการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ชุมชน (Learning Center) ครบ 9 แห่ง ครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วประเทศ

งบประมาณ 3,808,835 บาท



4 โครงการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเพื่อการศึกษา (Notebook for Education)

เพราะเชื่อมั่นว่าเด็กทุกคนมีอัจฉริยภาพในตัวเอง การเปิดโอกาสให้ เด็กและเยาวชนไทยได้มีโอกาสในการเข้าถึงแหล่งสาระการเรียนรู้ จากทั่วทุกมุมโลก เปิดมุมมองและจินตนาการ ส่งเสริมการเรียนรู้แบบ คิดวิเคราะห์ได้ด้วยตนเองคือแนวคิดของโครงการคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊กเพื่อการศึกษา โดยการนำศักยภาพของ ทูร คอร์ปอเรชั่น ส่งมอบคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก รุ่น TRUE SMART BOOK พร้อมอุปกรณ์ จำนวน 5,000 ชุดนําร่องใน 17 จังหวัดทั่วประเทศ

งบประมาณ 40,357,836 บาท



5 โครงการสื่อและอุปกรณ์ ICT เพื่อการศึกษา (Digital Infrastructures)



เปิดโอกาสการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐาน
ดิจิทัลของสถานศึกษา

- ติดตั้งอุปกรณ์และสื่อ ICT ใน 3,351 โรงเรียน
- ครอบคลุม 39,839 ห้องเรียน

งบประมาณ 1,264,661,746 บาท

6 โครงการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อการศึกษา (True High-Speed Internet for Education)



ติดตั้งเครือข่ายสัญญาณ True
High-Speed Internet ด้วยความเร็ว
อินเทอร์เน็ต 80-100 Mbps
ใน 1,294 โรงเรียน

งบประมาณ 214,311,831 บาท



บมจ. เจริญโภคภัณฑ์อาหาร



เป้าหมาย:

ซีพีเอฟ ตั้งเป้าหมายการปลูกฝังเด็กให้เป็นคนดีและคนเก่ง มีความรู้ทั้งทางวิชาการและวิชาชีพควบคู่กับคุณธรรม เพื่อให้เด็กสามารถคิดอย่างสร้างสรรค์สามารถเลือกแนวทางการดำเนินชีวิตของตนได้ตามศักยภาพและความถนัดอย่างถูกต้อง โดยอาสาสมัครผู้นำของซีพีเอฟ จะร่วมหารือกับผู้บริหารโรงเรียนและครูอย่างใกล้ชิด เพื่อกำหนดกิจกรรมให้เหมาะสมกับทั้งตัวครูและนักเรียน รวมถึงการพัฒนาการเรียนการสอนให้เด็กนักเรียนสามารถพัฒนาเป็นอาชีพได้ในอนาคต ซึ่งจะเป็นผลดีในการยกระดับคุณภาพชีวิตและสังคมไทยให้ได้มาตรฐาน ขณะเดียวกันจะเป็นปัจจัยขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

รูปแบบการสนับสนุน:

- งบประมาณตามแผนพัฒนาโรงเรียน เน้นการบูรณาการทักษะวิชาการและวิชาชีพ
- องค์ความรู้และงบประมาณด้านการเลี้ยงไก่พันธุ์ไข่ เชื่อมโยงการทำงานร่วมกับมูลนิธิพัฒนาชีวิตชนบท
- อบรมพัฒนาบุคลากร ผ่าน 2 หลักสูตร ได้แก่
 - หลักสูตรการสร้าง 7 อุปนิสัยของผู้มีประสิทธิภาพสูง : ปลูกฝังตั้งแต่ระดับประถม ทำให้โรงเรียนมีหลักเกณฑ์ชัดเจนในการกำหนดแนวทางและจุดมุ่งหมายที่เป็นรูปธรรมมีกระบวนการบริหารจัดการดีขึ้น
 - หลักสูตร The Leader in Me หรือสร้างผู้นำในตัวฉัน : พัฒนภาวะผู้นำในตัวเด็กนักเรียน



85	School Partner
295	โรงเรียน
3	จังหวัด
งบสนับสนุน 50,191,796 บาท	



บมจ. ซีพี ออลล์ และ
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์



เป้าหมาย:

ซีพี ออลล์ ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน ผลานการศึกษาค้นคว้าการเป็นผู้นำด้านธุรกิจค้าปลีก ร่วมแบ่งปันโอกาสและองค์ความรู้สู่เยาวชน จุดประกายให้เด็กๆ ค้นพบศักยภาพและความถนัดเฉพาะของตนเอง พร้อมประสานการทำงานร่วมกับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ นำองค์ความรู้ ความสามารถ และความชำนาญด้านการศึกษาไปต่อยอดสร้างสรรค์กระบวนการสำหรับการเตรียมความพร้อมการสร้างคนไทยในอนาคต ที่ตอบโจทย์ตลาดแรงงานในภาคอุตสาหกรรม

รูปแบบการสนับสนุน:

- งบประมาณตามแผนพัฒนาโรงเรียน ดึงศักยภาพของบุคลากรและเครือข่ายจากหลากหลายหน่วยงานทั่วประเทศ ร่วมศึกษาบริบทรายพื้นที่ สนับสนุนงบประมาณต่อยอดทักษะและศักยภาพของนักเรียนตามความถนัด สอดแทรกกิจกรรมด้านบริหารจัดการ วางรากฐานการประกอบอาชีพในอนาคต
- อบรมพัฒนาบุคลากร ผ่าน 2 หลักสูตร ได้แก่
 - หลักสูตร STEM Education : เตรียมความพร้อมบุคลากรครูให้สามารถบูรณาการปรับแผนการเรียนการสอนเชิงรุก เพิ่มโอกาสสร้างการเรียนรู้ให้นักเรียนรอบด้าน
 - หลักสูตร STEM Robotics : เตรียมความพร้อมผู้เรียนในการฝึกกระบวนการคิด-วางแผน-ออกแบบหุ่นยนต์นวัตกรรมด้วยตนเอง เปิดโอกาสให้นักเรียนได้เรียนรู้นอกกรอบเข้าถึงการแข่งขันเวทีต่างๆ



64	School Partner
277	โรงเรียน
45	จังหวัด
งบสนับสนุน 20,821,925 บาท	



17	School Partner
20	โรงเรียน
5	จังหวัด
* เริ่มดำเนินการเป็นปีแรก	

จุดตั้งสถาบันการศึกษา เพื่อร่วมสร้างบัณฑิตที่มีคุณภาพ

เครือเจริญโภคภัณฑ์เล็งเห็นโอกาสในการใช้ความเชี่ยวชาญและความเข้าใจในการประกอบธุรกิจเพื่อสนับสนุนการศึกษา บ่มเพาะเยาวชน จึงจัดตั้งสถาบันการศึกษาขึ้น โดยมุ่งเน้นการพัฒนาความเป็นผู้นำสู่การพัฒนาทักษะให้ครูและสร้างเสริมองค์ความรู้ในเด็กและเยาวชน ตลอดจนการสร้างอาชีพตามความถนัด เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอน เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มได้รับผลประโยชน์ที่ยั่งยืน และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

เครือฯ เริ่มมีผลงานด้านการศึกษาที่เด่นชัดปรากฏสู่สังคมภายนอกตั้งแต่ปี 2538 โดยริเริ่มจากฝึกสอนในระดับวิชาชีพ กระทั่งปัจจุบันได้จัดตั้งสถาบันการศึกษาที่ตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลายของสังคม เพื่อสร้างบุคลากรที่มีทักษะและความพร้อมที่จะปฏิบัติงานจริงในกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของทุกคน และการพัฒนาสังคม



ปรัชญาบัตรในกำมือไม่ใช่หลักประกัน
ของอนาคตที่มั่นคงแต่เป็นเพียง ‘ใบเบิกทาง’
ที่ช่วยสร้างโอกาสให้ได้งานทำ แต่หลังจากนั้น
ทุกคนต้องใช้ความสามารถพิสูจน์ตัวเอง
สถาบันของเราจึงเน้นเรื่องการทำงานเป็นพิเศษ
และพยายามปลูกฝังนักศึกษาให้มีคุณสมบัติ
ตามคติพจน์ที่ว่า ‘เรียนเป็น คิดเป็น ทำงานเป็น
เน้นวัฒนธรรม รักความถูกต้อง’



นายก่องศักดิ์ ไซรัชมีศักดิ์
ประธานกรรมการบริหาร
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์

เครือฯ โดยบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ยึดมั่นในการส่งต่อคุณค่าให้แก่ผู้อื่น โดยวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์มีความตั้งใจที่จะ ‘สร้างความแกร่ง สู้คนเก่ง’ เน้นการส่งเสริมบุคลากรให้มีทั้งองค์ความรู้ด้านวิชาการและมีทักษะประสบการณ์ในการปฏิบัติการจริง มีการจัดหลักสูตรเตรียมความพร้อมในสาขาธุรกิจค้าปลีก และสาขาไฟฟ้ากำลัง โดยมีทุนการศึกษาเพื่อเปิดโอกาสในการเข้าถึงให้กับเยาวชนทุกคน



สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

เครือฯ โดยบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มีความตั้งใจที่จะขยายขอบเขตการสนับสนุนด้านการศึกษา จากระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพและวิชาชีพชั้นสูง ต่อยอดไปยังระดับปริญญาตรี โดยอาศัยความรู้ด้านการประกอบธุรกิจภายในหลายกลุ่มอุตสาหกรรมของเครือในการสร้างจัดตั้งคณะบริหารธุรกิจ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี รวมไปถึงสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ และการบริหารคน ซึ่งการเรียนการสอนทั้งหมดนี้สร้างเสริมความสามารถของเยาวชนไทย เตรียมความพร้อมสู่การเป็นพลเมืองไทยที่มีคุณภาพ



โรงเรียนสาธิตสถาบัน การจัดการปัญญาภิวัฒน์

ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2560 จากเจตนารมณ์ของเครือฯ ซึ่งต้องการสร้างรากฐานเพื่อความสำเร็จที่ดี เพื่อให้เยาวชนได้มีโอกาสในการเรียนรู้สิ่งที่เหมาะสมกับตัวเอง โดยมีการส่งเสริมประสบการณ์เรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ในรูปแบบ Digital Class Room สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้และการศึกษาเพิ่มเติม ในอาคารเรียนที่นำแนวคิด Green Building มาใช้ในการออกแบบและการสร้าง เป็นตัวอย่างของการดำเนินการอย่างยั่งยืนที่แท้จริง

Nanjing Tech University Pujiang Institute

เครือฯ โดยบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ตระหนักถึงประโยชน์ของการศึกษาที่เน้นให้นักเรียนมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน จึงส่งเสริมความร่วมมือกับ Nanjing Tech University พัฒนาระบบการศึกษาที่เน้นการสร้างความรู้จากภาคธุรกิจ โดยสถาบันฯ มีการทำงานร่วมกับธุรกิจจีนและนานาชาติ เพื่อเตรียมความพร้อมและเปิดโอกาสให้นักเรียนได้พัฒนาทักษะซึ่งเป็นที่ต้องการของกลุ่มอุตสาหกรรมอย่างแท้จริง โดยเน้นการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติงาน (Practice Oriented Approach)

 สนับสนุนทุนการศึกษาสร้างโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ

เป็นเวลากว่า 40 ปีที่เครือเจริญโภคภัณฑ์จากทุกสายธุรกิจร่วมสร้างพลังร่วมในการขับเคลื่อนศักยภาพของคนในสังคม โดยการให้การสนับสนุนทุนการศึกษา ในปี พ.ศ. 2561 นี้ เครือฯ ได้มอบทุนมูลค่ากว่า 1,034 ล้านบาท ให้แก่นิสิตระดับอุดมศึกษาทั่วประเทศ ทั้งยังมอบทุนให้แก่บุตรพนักงานที่เรียนดีเยาวชนทุกคนสามารถเข้าถึงและ

สมัครเพื่อขอรับทุนการศึกษาได้ โดยในปีหนึ่งๆ ทุนการศึกษาเปิดโอกาสให้เยาวชนกว่า 30,000 คน ได้เข้าศึกษาระดับอุดมศึกษา พัฒนาความสามารถเพื่อมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและขับเคลื่อนประเทศสู่ความยั่งยืน

ทุนการศึกษา ปี 2561	ระดับชั้น	จำนวน (คน)	มูลค่า (ล้านบาท)
เครือเจริญโภคภัณฑ์			
• ทุนการศึกษาเครือเจริญโภคภัณฑ์	ปริญญาตรี	264	17.20
• ทุนการศึกษาบุตรพนักงาน	ทุกระดับ	2,081	15.36
สายธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร	ทุกระดับ	598	25.19
สายธุรกิจค้าปลีก	อาชีวศึกษาและอุดมศึกษา	28,518	966.63
สายธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม	ทุกระดับ	599	5.98
สายธุรกิจอื่นๆ	ปริญญาตรี	674	4.03
รวม		32,734	1,034.40



HEALTH

LIVING WELL



เครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความมุ่งมั่นในการส่งเสริมให้สังคมมีความยั่งยืนในทุกมิติ โดยการสร้างสังคมให้มีความแข็งแกร่งในด้านต่างๆ เช่น การส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดี การส่งเสริมการมีรายได้และอาชีพที่มั่นคง การสร้างโอกาสในการเข้าถึงความช่วยเหลือทั้งด้านข้อมูล การศึกษา เทคโนโลยี เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินการต่อเนื่องในการดำเนินโครงการที่มุ่งเน้นการส่งเสริมสุขภาพ รวมทั้งสรรหาพันธมิตรที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดีของผู้บริโภค มีการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างความผูกพันร่วมกันกับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้แบ่งปันองค์ความรู้และนวัตกรรมของเครือฯ พร้อมทั้งร่วมมือกับองค์กรต่างๆ ในการที่จะช่วยส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของสังคมให้มีความยั่งยืน และสามารถเป็นแรงขับเคลื่อนให้สังคมมีการเปลี่ยนแปลงที่ดียิ่งขึ้นได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน



คุณค่า
ทางสังคม



สุขภาพและ
สุขภาวะที่ดี



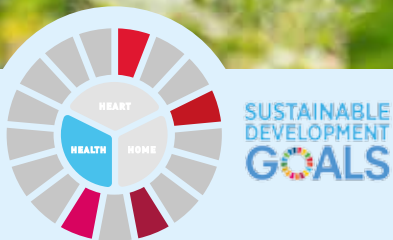
การสร้าง
ความผูกพันกับ
ผู้มีส่วนได้เสีย



การบริหาร
จัดการ
นวัตกรรม

SOCIAL IMPACT

คุณค่าทางสังคม



ความท้าทาย

ปัญหาความเหลื่อมล้ำเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดสภาวะการแบ่งแยกของผู้คนในสังคม (Social polarization) และการขาดความไว้วางใจในสังคม (Lack of social trust) ปัจจุบันสภาพแวดล้อมของสังคมมีความไว้วางใจต่ำ ทำให้ธุรกิจมีความเสี่ยงด้านชื่อเสียงและด้านการกำกับดูแลจากหน่วยงานทางการเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนอาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของการดำเนินธุรกิจในระยะยาว ดังนั้น ปัญหาความเหลื่อมล้ำจึงไม่ได้เป็นเพียงปัญหาสังคมที่อยู่ไกลตัวอีกต่อไป แต่กลายเป็นความเสี่ยงต่อภาคธุรกิจได้เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ ภาคธุรกิจไม่สามารถมุ่งแสวงหาผลกำไรได้เพียงอย่างเดียวโดยไม่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียโดยรอบและความอยู่รอดของผู้คนในสังคมได้อีกต่อไป แต่ภาคธุรกิจจำเป็นต้องสร้างความเข้าใจกับความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรให้มากยิ่งขึ้น ในขณะเดียวกันธุรกิจต้องมีการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจและสังคม โดยนำความต้องการหรือความคาดหวังของคนในสังคมมาบูรณาการเป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายขององค์กร นอกจากนี้ ภาคธุรกิจยังต้องมีความมุ่งมั่นในการส่งเสริมการดูแลและสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนโดยรอบอย่างต่อเนื่อง ผ่านกิจกรรมสร้างคุณค่าให้กับสังคมและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเฉพาะการลดความยากจน ซึ่งความท้าทายของเครือฯ คือการสร้างแรงบันดาลใจให้ทุกคนในองค์กรมีความกล้าที่จะเดินออกมาจากกรอบเดิม การช่วยให้คนมีแรงบันดาลใจในการทำ ความดี การสร้างวัฒนธรรมและปลูกฝังการทำดีและความกตัญญูและความซื่อสัตย์

ผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมาย เป้าหมายปี 2563 (ประเทศไทย)

100,000 ราย

เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ได้รับการส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต

ความก้าวหน้า

0% 100%

2560: 121,246 ราย

2561: 554,087 ราย

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2561



การส่งเสริมเกษตรกร
113,067 ราย
เกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริม



การส่งเสริมผู้ประกอบการ
รายย่อย
543,572 ราย
ผู้ประกอบการรายย่อยที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพ



การส่งเสริมกลุ่มเปราะบาง
12,287 ราย
กลุ่มเปราะบางที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG 1 ยุติความยากจน

- 1.2 ลดความยากจนอย่างน้อย 50%
- 1.4 สตรีเท่าเทียมกันในการเป็นเจ้าของบริการขั้นพื้นฐาน เทคโนโลยี และทรัพยากรทางเศรษฐกิจ



SDG 4 คุณภาพการศึกษา

- 4.4 เพิ่มจำนวนประชาชนที่มีทักษะที่จำเป็นด้านการเงิน



SDG 8 งานที่เหมาะสม และการเติบโตทางเศรษฐกิจ

- 8.6 ส่งเสริมเยาวชนให้มีงานทำ มีการศึกษา และได้รับการฝึกอบรม



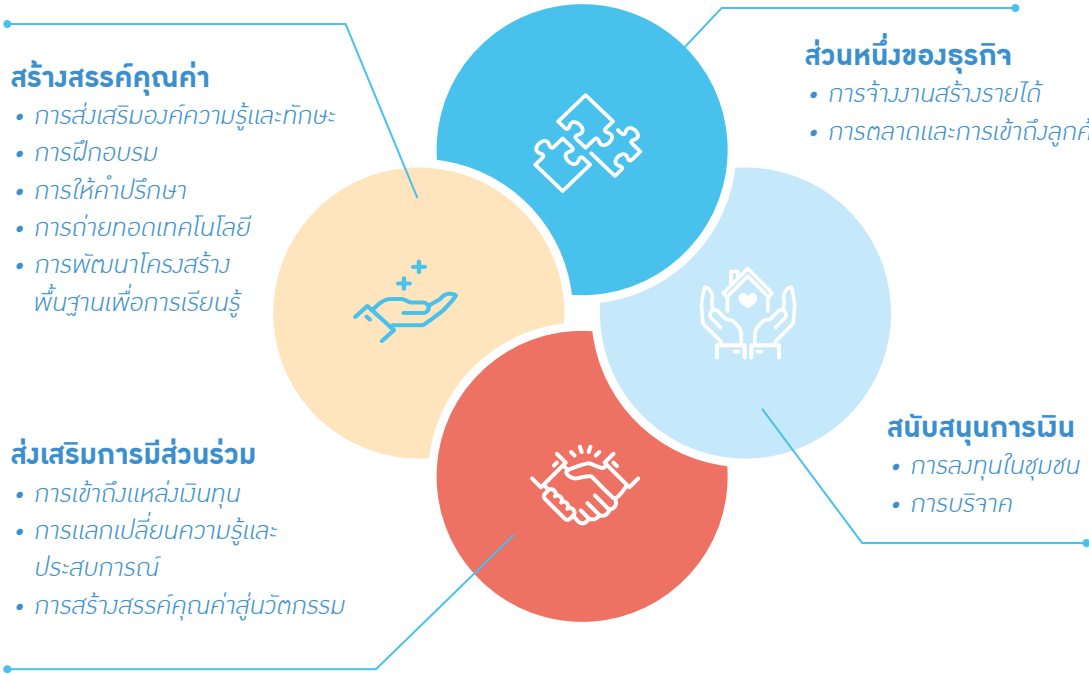
SDG 10 ลดความไม่เสมอภาค

- 10.1 ลดความไม่เท่าเทียมกับของรายได้

แนวทางการบริหารจัดการ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความตระหนักและให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่อาจได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจและระบบทางสังคม โดยการสนับสนุนเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มเปราะบางให้เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจ สนับสนุนทางการเงิน ส่งเสริมการมีส่วนร่วม และสร้างสรรค์คุณค่า การสร้างรายได้ ซึ่งเครือฯ ได้ให้ความสำคัญและมีการดำเนินงานมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาและช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้กับชุมชน ตลอดจนกลุ่มเปราะบางให้สามารถดำรงชีวิตตามปัจจัยขั้นพื้นฐานในสังคมได้อย่างยั่งยืน

นอกจากนี้เครือฯ ยังมีแนวทางและแผนการดำเนินงานในการขับเคลื่อน ‘โครงการซีพีเพื่อความยั่งยืน’ กำหนดกลยุทธ์การดำเนินโครงการผ่านตัวแทนจากแต่ละกลุ่มธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินงานมีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน พร้อมกันนี้เครือฯ มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนผ่านแนวทางการดำเนินงานของเครือฯ อาทิ การพัฒนาชุมชน (Community Development) การขจัดความยากจน (Poverty Reduction) และการเกษตรกรรม (Agriculture) อีกทั้งมีการเชิดชูโครงการที่โดดเด่นเพื่อยกย่องให้เป็นแบบอย่างที่ดีของเครือฯ



โครงการ ‘ซีพีเพื่อความยั่งยืน’

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ขับเคลื่อนโครงการซีพีเพื่อความยั่งยืน เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานในทุกประเทศทั่วโลกดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในเชิงรุกในทุกพื้นที่ที่เครือฯ มีการดำเนินธุรกิจ โดยจัดให้มีการคัดเลือกโครงการเพื่อสังคมที่มีความโดดเด่นเพื่อเป็นแบบอย่างที่ดี

โดยในปีนี้มีโครงการซีพีเพื่อความยั่งยืนที่ได้รับการยกย่องเชิดชูเกียรติรวมทั้งสิ้น 28 โครงการ จาก 204 โครงการที่ส่งเข้าประกวด ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการผลักดันให้ผู้บริหารและพนักงานได้มีส่วนร่วมในการก้าวสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน พ.ศ. 2563 ของเครือฯ ภายใต้ยุทธศาสตร์ ‘Heart การดำเนินธุรกิจด้วยใจที่ยั่งยืน Health การสร้างสังคมสู่ความยั่งยืน Home การปกป้องและรักษาสีเขียวตลอดห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน’ ที่มีเจตนารมณ์ในการสร้างธุรกิจให้เติบโตไปพร้อมกับคู่ค้าและพันธมิตรทั้งระบบเศรษฐกิจ ประชาชน และประเทศชาติ

ข้อมูลด้านการสร้างคุณค่าทางสังคม

Social Impact Management Dashboard

ผลการดำเนินงานปี 2561

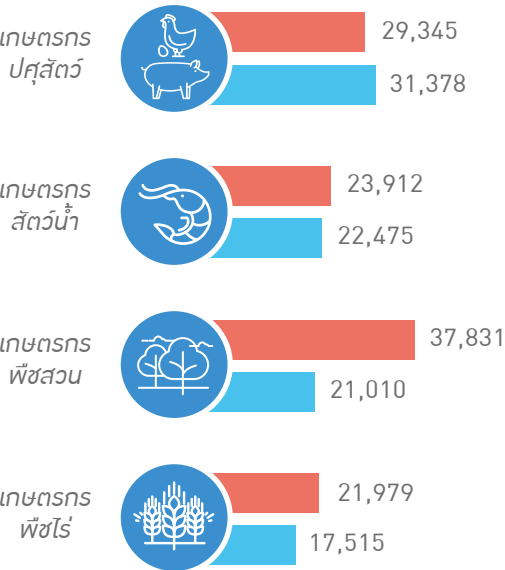


ส่งเสริมเกษตรกรและพัฒนาชุมชนชนบท

จำนวนเกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริม (ราย)

● ปี 2561
● ปี 2560

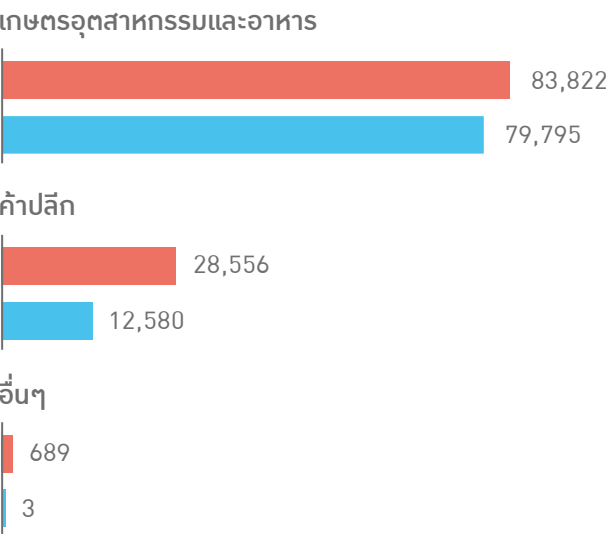
แยกตามประเภท (ราย)



แยกตามประเทศ (ราย)

ประเทศ	2560	2561
ไทย	58,333	75,035
จีน	7,402	8,521
อื่นๆ	26,643	29,511

แยกตามสายธุรกิจ (ราย)



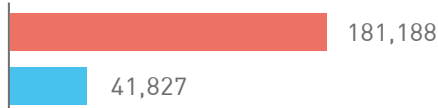
ส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย

จำนวนผู้ประกอบการรายย่อยที่ได้รับการส่งเสริม (ราย)

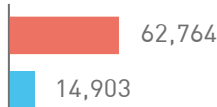
● ปี 2561
● ปี 2560



เกษตรกรอุตสาหกรรมและอาหาร



ค้าปลีก



อื่นๆ



ส่งเสริมผู้พิการ เด็ก และผู้สูงอายุ

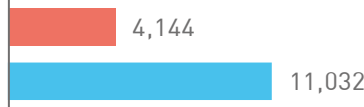
จำนวนผู้พิการ เด็ก และผู้สูงอายุ ที่ได้รับการส่งเสริม (ราย)

● ปี 2561
● ปี 2560

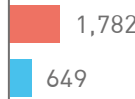


	2560	2561
จำนวนผู้พิการ	1,811	1,845
ส่งเสริมอาชีพผู้พิการ	3,954	7,793
พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ	8,910	2,273
ดูแลเด็กกำพร้า	570	376
รวม	15,245	12,287

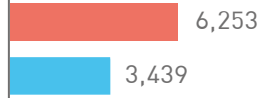
เกษตรกรอุตสาหกรรมและอาหาร



ค้าปลีก



สื่อสารและโทรคมนาคม



อื่นๆ



ตัวอย่างโครงการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคม ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ทั่วโลก

1 สถานรับเลี้ยงเด็กถูกเงินเมืองมินนีแอโพลิส
โดย Bellisio Foods Inc. (สหรัฐอเมริกา)
จัดตั้งอาสาสมัครในการร่วมสนับสนุนงานของ Crisis
Nursery รับดูแลเด็กแรกเกิดถึง 6 ขวบ



2 ปลุกป่าแห่งชัยชนะ (รัสเซีย)
โครงการร่วมมือระหว่างภาครัฐ ในการพัฒนาพื้นที่ป่าที่
เคยถูกไฟป่าเผาทำลาย โดยปลูกป่าทดแทน สร้างพื้นที่
ป่าและสร้างการมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน



3 ช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาส (ตุรกี)
เพิ่มศักยภาพในการพัฒนาเยาวชนด้อยโอกาสให้เข้าถึง
แหล่งอาหารที่มีโปรตีนโดยการสนับสนุนอาหารที่มี
โปรตีนคุณภาพในสถานเลี้ยงเด็กกำพร้า Koruncuk



4 กองทุนหมู่บ้าน Local Village Fund (LVF) (เมียนมา)
การมอบเงินกองทุนพัฒนาหมู่บ้าน เพื่อใช้เป็น
ทุนหมุนเวียน เพื่อพัฒนาความยั่งยืนให้กับชุมชน



5 เลี้ยงไก่ไข่เพื่ออาหารกลางวันเด็กกำพร้า (เวียดนาม)
สนับสนุนและลดค่าใช้จ่ายอาหารเลี้ยงเด็กของบ้าน
เด็กกำพร้าจังหวัด Ben Tre ส่งเสริมประสบการณ์แก่
เยาวชนให้ได้เรียนรู้การเลี้ยงสัตว์ มีศักยภาพในการ
พึ่งพาตนเอง สามารถนำไปประกอบอาชีพได้ในอนาคต



6 โครงการ 'สี่ประสาน' (จีน)
โครงการร่วมมือระหว่างภาครัฐ เกษตรกร สถาบันการเงิน
และเครือเจริญโภคภัณฑ์ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตร



7 ปรับปรุงศาสนสถาน (ปากีสถาน)
สร้างการมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน ในการร่วมปรับปรุงศาสนสถาน
(มัสยิด) อันเป็นศูนย์รวมที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของชุมชน



8 ช่วยเหลือผู้สูงอายุและผู้พิการ (อินเดีย)
สร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นแก่ผู้สูงอายุและผู้พิการ ด้วยการมอบ
อวัยวะเทียมและเงินช่วยเหลือ เพื่อให้เกิดกำลังใจในการดำเนินชีวิตต่อไป



9 การบริจาคโลหิต (ฟิลิปปินส์)
ร่วมกับองค์กรสภากาชาดฟิลิปปินส์ ส่งเสริมให้พนักงานและชุมชน
ร่วมกันบริจาคโลหิต แก้ปัญหาการขาดแคลนโลหิตสำหรับผู้ป่วยฉุกเฉิน



10 U-project เสริมสร้างคู่คิด พัฒนาธุรกิจคุณ (ไทย)
การร่วมมือระหว่างแม็กโครและมหาวิทยาลัย ถึงศักยภาพความคิด
คนรุ่นใหม่ผสมผสานประสบการณ์คนรุ่นก่อน สู่การปรับปรุง
พัฒนาร้านค้าปลีกให้ทันกับการแข่งขันในโลกยุคใหม่



10 จัดการป่าอนุรักษ์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
บ้านกองกาย (ไทย)
ส่งเสริมเครื่องช่วยการป้องกันแก้ไขปัญหาลำไยกับชุมชน หมอกควัน
ไฟป่า อำเภอแม่แจ่ม พื้นที่ป่าต้นน้ำลำธาร ทรัพยากรธรรมชาติ
ยกระดับคุณภาพชีวิตของคนต้นน้ำ ลดรายจ่ายสร้างรายได้ให้แก่
ประชาชนในพื้นที่



10 หมู่บ้านเกษตรกรรมหนองหว้า (ไทย)
แก้ปัญหาความยากจนของเกษตรกร โดยความร่วมมือระหว่าง
ภาครัฐ เกษตรกร สถาบันการเงิน และเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดย
การถ่ายทอดเทคโนโลยี และการบริหารจัดการฟาร์มสุกร จนเป็น
ชุมชนเลี้ยงสุกรที่ทันสมัยที่สุดในประเทศไทย



10 พัฒนาศักยภาพและคุณภาพชีวิตบุคคลออกัสติก
(ไทย)
เพื่อให้บุคคลออกัสติกพึ่งพาตัวเองได้ สู่การจัดตั้งเป็นออกัสติกไทย
วิชาชีพเพื่อสังคม ที่จะทำให้น้องๆ เหล่านี้มีรายได้กลับมาพัฒนาสู่
รุ่นต่อไป



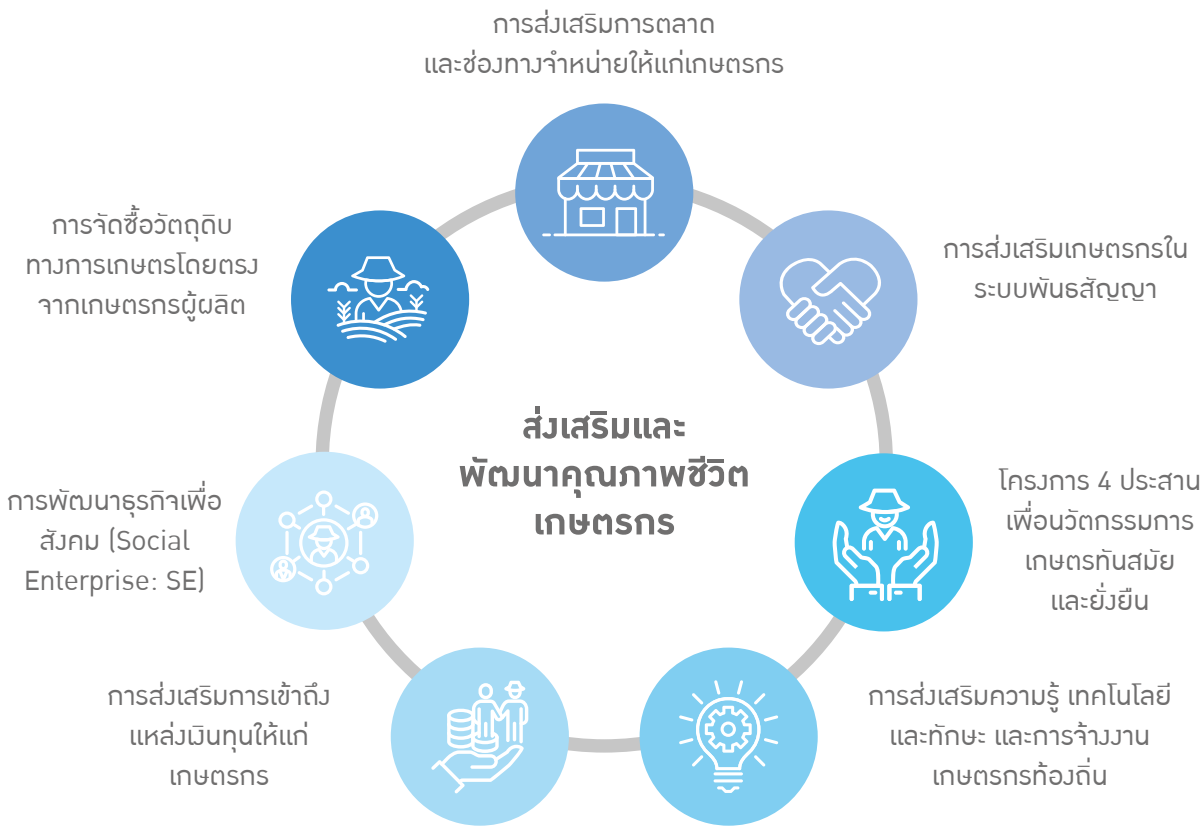
ส่งเสริมเกษตรกรและพัฒนาชุมชนชนบท เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของเกษตรกร

ความสำคัญ

ภาคเกษตรยังสำคัญในระบบเศรษฐกิจสังคมไทย จีน และประเทศอื่นทั่วโลก เพราะเกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่คนจำนวนมาก และเกษตรกรส่วนใหญ่ยังคงมีความยากจน เนื่องจาก เกษตรกรขาด 4 เรื่อง คือขาดเงินทุน ขาดความรู้ ขาดเทคโนโลยี และขาดตลาด ในขณะที่ เครือฯ มีทรัพยากรและสามารถสร้างความร่วมมือจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ในการที่จะยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกร โดยเฉพาะการจัด ความยากจน ซึ่งจะสนับสนุนเป้าหมายที่ยั่งยืน (SDGs) เป้าหมายที่ 1

การดำเนินงานของเรา

เครือฯ ดำเนินงานอย่างรอบด้านเพื่อส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร ทั้งการพัฒนาเพิ่มทักษะและศักยภาพในการบริหารจัดการที่ดินทำกิน โดยมุ่งเน้นดำเนินโครงการที่สร้างคุณค่าทั้งเศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อม ในรูปแบบ 'สี่ประสาน' ผ่านความร่วมมือของ 4 ฝ่าย ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการเงิน และเกษตรกร พร้อมทั้งสนับสนุน กฎหมายรองรับระบบเกษตรพันธสัญญา และโครงการต่างๆ รอบด้าน เพื่อให้เกษตรกรสามารถยืนหยัดได้ด้วยตัวเองอย่างยั่งยืน



CASE STUDY 6

การพัฒนารูปแบบธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อส่งเสริมเกษตรกร

ที่มาของโครงการ:

บริษัท ทรู โฟล์ดโวลล์ รีเทล จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นเป็นบริษัทต้นแบบของธุรกิจค้าปลีก การค้าด้านธุรกิจกาแฟและธุรกิจเกี่ยวเนื่องที่สร้างความยั่งยืนสู่สังคม ผ่านการดำเนินธุรกิจที่ดีและกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน จึงมุ่งสร้างความยั่งยืนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและทิศทางด้านความยั่งยืนในระดับสากลขององค์กรสหประชาชาติ

การดำเนินงาน:

บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของบริษัท ในการเป็นองค์กรที่อำนวยความสะดวก

ให้ทุกชุมชน ภายใต้แนวทาง 'Build Trust and Create Shared Value' การดำเนินงานที่สำคัญภายใต้แนวทางการพัฒนารูปแบบเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อส่งเสริมเกษตรกร

บริษัทร่วมมือกับองค์กรจากชุมชนหมู่บ้าน สนับสนุน จ.น่าน ในการสนับสนุนการปลูกกาแฟให้กับเกษตรกรในชุมชน ตั้งแต่การคัดเลือกพันธุ์ที่ดี ให้ความรู้วิชาการในการให้ปุ๋ยและบำรุงดิน ตลอดจนรับซื้อผลผลิตกาแฟที่มีคุณภาพดีจากเกษตรกร



S	O	C	I	A	L
Solution	Outcome	Change Model	Inclusion	Advantage	Long-term
มุ่งแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม	ผลลัพธ์เชิงประจักษ์ สามารถวัดผลได้ เป็นรูปธรรม	สร้างการเปลี่ยนแปลงใหม่ เกิดเป็นโมเดลต้นแบบที่กำลังขยายผลได้	การมีส่วนร่วมจากหลายภาคส่วน ทั้งรัฐบาล เอกชน ชุมชนในท้องถิ่น และองค์กรอิสระต่างๆ	สร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาดจริง ให้กับเกษตรกร ผู้มีรายได้น้อย	เข้มแข็ง เลี้ยงตัวเองได้ สามารถยืนด้วยกำลังของตัวเอง



“เครือข่ายวิสาหกิจภาคที่มุ่งมั่นในการส่งเสริมให้สังคมมีความยั่งยืนในทุกมิติ
โดยการสร้างสังคมให้มีความแข็งแกร่งในด้านต่างๆ เช่น การส่งเสริมการมีรายได้
และอาชีพที่มั่นคง รวมถึงการสร้างโอกาสในการเข้าถึงความช่วยเหลือ
ทั้งด้านข้อมูลการศึกษา และเทคโนโลยี”

CASE STUDY 7

การพัฒนาปรับปรุงสัญญากับเกษตรกรในโครงการ
ส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ (Contract Farming)



ที่มาของโครงการ:

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) หรือซีพีเอฟ มุ่งหวังที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมยกระดับคุณภาพชีวิตเกษตรกรมาอย่างต่อเนื่อง ผ่านการดำเนินโครงการ Contract Farming นับตั้งแต่ปี 2518

อย่างไรก็ดี เพื่อให้การดำเนินโครงการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ในปี 2558 บริษัทจึงริเริ่มการพัฒนาปรับปรุงสัญญาระหว่างบริษัทและเกษตรกรในโครงการ Contract Farming โดยมุ่งส่งเสริมบทบาทของเกษตรกรคู่ค้ามากขึ้น อาทิ การมีส่วนร่วมตัดสินใจในการบริหารความเสี่ยง การระบุรายละเอียดการจ่ายผลตอบแทน ผลตอบแทนเพิ่มเติม (Incentive) รวมถึงการจัดทำทะเบียนฟาร์มรูปแบบใหม่

การดำเนินงาน:

ซีพีเอฟได้พัฒนาปรับปรุงสัญญาโดยยึดแนวทางสากลของ UNIDROT (The International Institute for the Unification of Private Law) ซึ่งเป็นหน่วยงานอิสระทางกฎหมายสากลอันดับ 1 ของโลก โดยสัญญาฉบับปรับปรุงได้รับการประเมินจากคณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยแล้วว่ามีความเป็นธรรมและเป็นสากล ขณะเดียวกันองค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO-Food and Agriculture Organization of the United Nations) ยังให้การยอมรับโดยนำไปเป็นตัวอย่างในหลายประเทศอีกด้วย

นอกจากนี้ ซีพีเอฟยังเป็นผู้ประกอบการรายแรกของประเทศไทยที่ให้ความสำคัญเรื่องการบริหารความเสี่ยงแทนเกษตรกรรายย่อย โดยจัดทำประกันภัยให้กับเกษตรกรคู่สัญญาทั้งที่กฎหมายไม่ได้บังคับ และเกษตรกรไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

5,147 ราย

เกษตรกรในระบบเกษตรพันธสัญญาของบริษัท

98%

ของเกษตรกรในระบบสามารถจ่ายคืนเงินกู้ได้

10,000 ล้านบาท

วงเงินคุ้มครองประกันภัยรวม

องค์ประกอบสำคัญของสัญญาตามแนวทาง
สากลของ UNIDROIT

การผลิต มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความต้องการ ของตลาดและสร้างความมั่นคง ทางรายได้	อาหารปลอดภัย ไม่ใช้ฮอร์โมนเป็นสารเร่งโต ควบคุมการใช้ยาตามความ จำเป็น ตรวจสอบสารตกค้าง ก่อนนำไปแปรรูป	การลงทุน เกษตรกรร่วมลงทุนกับบริษัท มีความมั่นคง ทำงานเป็นระบบ
ตลาดจำหน่าย ไม่ต้องหาตลาดเอง มีราคาที่ คาดการณ์ได้	การป้องกันความเสียหาย ส่งเสริมให้มีการทำประกันภัย ในสัญญา และมีการควบคุมโรค	สัตวบาล นักวิชาการ เกษตร ถ่ายทอดความรู้ในการเลี้ยงสัตว์ หรือปลูกพืช
ความเท่าเทียมเป็นธรรม ดำเนินการตามกฎหมาย มาตรฐานสากล ระบบการ ประกันราคาและฝากเลี้ยง	เกษตรกรมีส่วนร่วม ร่วมมือกันระหว่างสองฝ่าย เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด ระหว่างกัน	การสื่อสารที่ชัดเจน เนื้อหาครบถ้วน เข้าใจง่าย มีเหตุผล เข้าใจตรงกันทุกฝ่าย

CASE STUDY 8

การประเมินคุณค่าต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
โครงการเกษตรกรรมหมุนเวียนทันสมัยจังหวัด

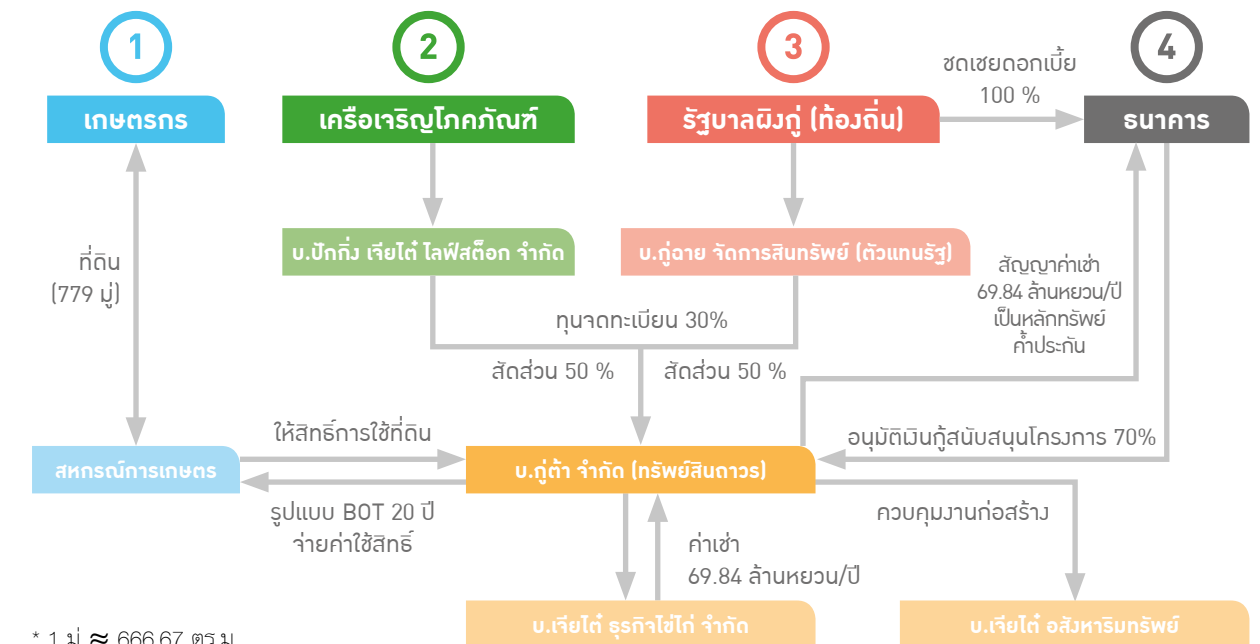
เครือข่ายวิสาหกิจที่ได้รับโอกาสจากรัฐบาลจีน ให้มีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการเกษตร หนุมานเวียนทันสมัยถึงทุ่ง เขตผิงกู่ นครปักกิ่ง ประเทศจีน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 โดยเป็นหนึ่งในโครงการที่ดำเนินงานตามนโยบาย 'เกษตร สมัยใหม่' ในรูปแบบ 'สี่ประสาน' หรือ 'Four in One' ผ่านความร่วมมือของ 4 ฝ่าย ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการเงิน และ เกษตรกร ทั้งนี้โครงการเกษตรหนุมานเวียน

ทันสมัยถึงกับมีเกษตรกรเป็นเจ้าของโครงการ โดยรวมตัวกันเป็นสหกรณ์ที่มีรัฐบาลจีนเป็นผู้สนับสนุน ซึ่งรัฐบาลจะจัดหาแหล่งเงินทุน โดยมีธนาคารปักกิ่งเป็นผู้ให้เงินกู้ยืม และเมื่อดำเนินโครงการครบ 20 ปี ทรัพย์สินจะตกเป็นของสหกรณ์ที่เกษตรกรเป็นเจ้าของ

เครือเจริญโภคภัณฑ์จะเป็นผู้เช่าพื้นที่และบริหารจัดการโครงการ ลงทุนด้านเทคโนโลยี การตลาด การกระจายสินค้า รวมไปถึงช่องทาง

จัดจำหน่ายเพื่อช่วยรับความเสี่ยงแทนเกษตรกร โดยมีจุดมุ่งหมายหลักในการผลิตอาหารปลอดภัย และมีคุณค่าที่ดีแก่ผู้บริโภค นอกเหนือไปกว่านั้น โครงการเกษตรกรรมหมุนเวียนดังกล่าวยังช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรให้ดียิ่งขึ้น โดยเกษตรกรจะได้รับรายได้จากการเช่าที่ดินจากโครงการ ส่วนสิทธิได้รับรายได้จากการเช่าอสังหาริมทรัพย์ นอกจากนี้ เกษตรกรบางส่วนยังรายได้จากการทำงานในโครงการอีกด้วย

รูปแบบการดำเนินโครงการเกษตรกรรม หมุนเวียนกันสมัยผิงกู๋ตามแนวทาง ‘สี่ประสาน’



* 1 ไร่ $\approx$ 666.67 ตร.ม.

โครงการเกษตรกรรมหมุนเวียนทันสมัยผิงกุ๋ เขตผิงกุ๋ นครปักกิ่ง ประเทศจีน



การดำเนินงาน:

โครงการเกษตรกรรมหมุนเวียนทันสมัยผิงกุถือเป็นโครงการนวัตกรรมด้านการเกษตรที่มีความทันสมัยและยั่งยืน เนื่องจากมีการใช้เทคโนโลยีระดับสูง และนับเป็นฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่ที่ทันสมัยที่สุด โดยสามารถเลี้ยงไก่ไข่ได้กว่า 3 ล้านตัว นอกจากนี้เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดยังมีการปลูกสวนท้อในพื้นที่โครงการกว่า 25,000 ไร่ โดยใช้ปุ๋ยจากมูลไก่ที่เกิดในโครงการ และมีการเลี้ยงจระเข้เพื่อกำจัดซากไก่และขायผลิตรถยนต์ที่ได้จากจระเข้อีกด้วย

ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากโครงการนอกเหนือจากผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจแล้ว ยังส่งผลดีด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และชุมชนเกษตรกรที่เป็นเจ้าของพื้นที่โครงการจำนวน 1,608 ครอบครัวได้รับค่าเช่าที่ดิน ซึ่งในจำนวนนั้นกว่า 756 ครอบครัวเป็นทหารพิการในด้านสิ่งแวดล้อมโครงการมีการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้แผงโซลาร์ในการผลิตไฟฟ้า การจัดการขยะ เป็นต้น



“โครงการไก่ไข่ครบวงจรผิงกุเป็นนวัตกรรมใหม่ในการทำเกษตร”

Mr.Wu Lian Jiang
Pinggu District Political and Legal Committee Secretary & Director of the former District Agriculture Committee

ชาวนาและรัฐบาลจีน และผู้นำปักกิ่งให้ความสนใจโครงการนี้มาก อย่างไรก็ตาม จากการสอบถามเกษตรกรรายหนึ่งที่เข้าร่วมโครงการกล่าวว่า ก่อนจะเข้าร่วมโครงการมีการประชุมกันหลายรอบ ใช้เวลาในการคิดนาน เพราะก่อนหน้านี้ปลูกข้าวสาลีตั้งแต่รุ่นปู่ ทำต่อกันมาเรื่อยๆ จึงไม่ค่อยมีความเชื่อว่าโครงการนี้จะทำได้ ตั้งแต่โครงการนี้เกิดขึ้น ชีวิตเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นและมีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิม

Mr. Wu Lian Jiang ได้กล่าวถึงโครงการว่า
โมเดล 4 ประสานเกิดจากการคิดให้ทุกฝ่ายได้ประโยชน์ร่วมกัน คือรัฐบาล ชาวนา บริษัท และธนาคาร ชาวนาเป็นเจ้าของที่ดิน ไม่มีความรู้ ไม่มีเงินลงทุน ทางบริษัทมีเทคโนโลยี มีความรู้ มีตลาด มีความพร้อม ทางรัฐบาลมีความคิดว่าอยากเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร แต่ไม่รู้จะทำอย่างไร ธนาคารมีความต้องการพัฒนาเกษตรแต่ไม่สามารถให้กู้ได้ ทั้ง 4 หน่วยงานจึงประสานความร่วมมือกันสร้างโปรเจกต์ ก็คิดเอา 4 ประสานโมเดลมาไว้ที่เดียวกัน สร้างด้วยกัน

โครงการไก่ไข่ครบวงจรผิงกุเป็นนวัตกรรมใหม่ในการทำเกษตรคือชาวนาร่วมเป็นเจ้าของบริษัท คนบริหารบริษัทเป็นลูกจ้างของชาวนา ชาวนามอบหมายให้บริษัททำ บริษัทนำรายได้กลับไปให้ชาวนา ชาวนาได้ผลประโยชน์จากโครงการนี้โดยชาวนาให้บริษัทเช่าที่ดิน ผลประโยชน์ต่างๆเป็นของชาวนา และสูงกว่าที่เขาเคยได้รับ

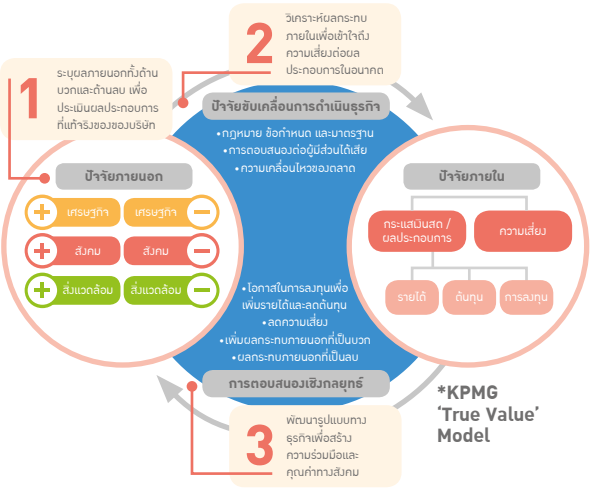
ส่วนรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริม เพราะฉะนั้นการทำโมเดลใหม่นี้เหมาะสมกับสถานการณ์ประเทศจีนในปัจจุบัน ได้ประโยชน์ทั้ง



การประเมินคุณค่าต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โครงการเกษตรกรรมหมุนเวียนกันสมัยผิงกู๋

การประเมินคุณค่าต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของโครงการเกษตรกรรมหมุนเวียนกันสมัยผิงกู๋ได้มีการนำวิธีการ KPMG 'True Value' เข้ามาใช้ในการประเมิน ซึ่งประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลักที่สำคัญได้แก่

- 1. Assess The Company's 'TRUE' Earnings ระบุประเด็นสำคัญด้านต่างๆ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อโครงการทั้งทางบวกและทางลบ
- 2. Understand Future Earning At Risk วิเคราะห์ผลกระทบจากประเด็นสำคัญต่างๆ ที่มีต่อโครงการ
- 3. Create Corporate And Societal Value นำผลวิเคราะห์มาต่อยอดพัฒนารูปร่างที่สร้างสร้างคุณค่าและโอกาสให้แก่สังคม



ผลกระทบภายนอกด้านเศรษฐกิจ (Economic Externalities)		
ผลตอบแทนพนักงาน (Employee Benefits) ผลกระทบต่อเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากผลประโยชน์ที่พนักงานได้รับจากการจ้างงานและสวัสดิการต่างๆ ซึ่งรวมถึงค่าจ้าง โบนัส หอพักฟรีแก่พนักงานบางส่วน เป็นต้น	ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (Taxes) ผลกระทบต่อเศรษฐกิจที่เกิดจากการจ่ายภาษีของโครงการให้แก่ประเทศที่โครงการเข้าไปดำเนินการ	ผลประโยชน์ที่โครงการคืนสู่ชุมชน (Dividends) ผลกระทบต่อเศรษฐกิจที่เกิดจากรายได้ที่เกษตรกรและสหกรณ์ได้รับจากค่าเช่าที่ดิน/อสังหาริมทรัพย์ ของโครงการ
ผลกระทบภายนอกด้านสังคม (Social Externalities)		
การเพิ่มทักษะพนักงาน (Employee Training) ผลกระทบต่อพนักงาน และเกษตรกรได้รับการจากฝึกอบรมทักษะด้านต่างๆ	สุขภาพของพนักงานและชุมชน (Health & Safety) ผลที่เกิดต่อร่างกายและสุขภาพของพนักงานและชุมชนโดยรอบอันเนื่องมาจากการดำเนินโครงการ	ความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety) ผลกระทบต่อบุคคลทั่วไปได้รับจากอาหารและผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย มีคุณภาพ และสามารถตรวจสอบได้จากโครงการ
ผลกระทบภายนอกด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Externalities)		
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHG Emissions) ผลกระทบต่อด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอันมาจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินโครงการ	การใช้น้ำ (Water Consumption) ผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อมอันเนื่องมาจากการใช้น้ำของโครงการ	ขยะ / ขยะ (Waste) ผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากขยะทุกประเภทที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการโครงการ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

คุณค่าทางเศรษฐกิจ

โครงการเกษตรกรรมหมุนเวียนกันสมัยผิงกู๋มีส่วนร่วมทั้งทางตรงและทางอ้อมในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น จากการจ้างงาน การจ่ายภาษี รวมไปถึงการเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรรูปแบบต่างๆ ซึ่งผลประโยชน์สุทธิด้านเศรษฐกิจต่อสังคมคิดเป็นมูลค่า 117.7 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2561

คุณค่าทางสังคม

ผลประโยชน์สุทธิที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอกทางสังคมคิดเป็นจำนวน 4.3 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่มาจากผลประโยชน์ที่พนักงานและเกษตรกรได้จากการลงทุนด้านการฝึกอบรมของโครงการซึ่งคิดเป็น 99% ของผลประโยชน์สุทธิทั้งหมดจากผลกระทบภายนอกด้านสังคม

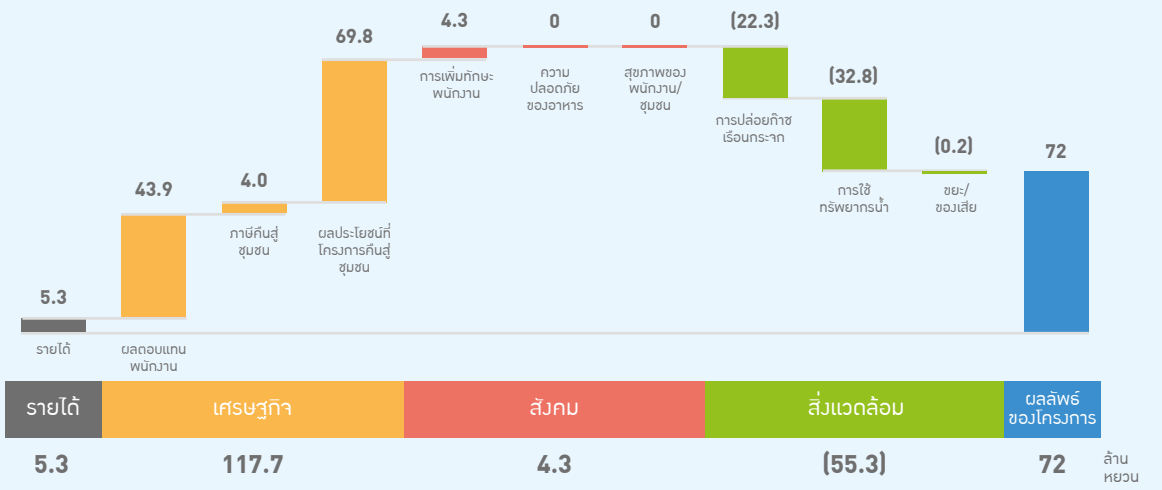
คุณค่าทางสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบภายนอกด้านสิ่งแวดล้อมมีต้นทุนสุทธิ 55.3 ล้านบาท โดยค่าการใช้น้ำมีนัยสำคัญที่สุดในด้านสิ่งแวดล้อมคิดเป็น 59% ของผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่มีต่อโครงการ ปัจจัยรองลงมาคือการปล่อยก๊าซเรือนกระจกซึ่งคิดเป็น 40%

ผลจากการประเมินคุณค่าต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของโครงการเกษตรกรรมหมุนเวียนกันสมัยผิงกู๋แสดงให้เห็นว่าผลกระทบภายนอกเชิงบวกด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการดำเนินโครงการ เมื่อคิดเป็นมูลค่าทางการเงินมีมูลค่าสูงกว่าผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ได้จากการดำเนินโครงการกว่า 72 ล้านบาท

ทั้งนี้ผลกระทบภายนอกเชิงบวกที่สำคัญของโครงการ ได้แก่ รายได้ที่เกษตรกรและสหกรณ์ได้รับจากการเช่าที่ดินและเช่าอสังหาริมทรัพย์ของโครงการ ผลประโยชน์ที่พนักงานได้รับการดำเนินโครงการ รวมไปถึงภาษีที่ประเทศจีนและชุมชนได้รับการโครงการ ซึ่งส่งผลให้มูลค่าของผลกระทบเชิงบวกมีค่ากว่า 117.7 ล้านบาท

สำหรับผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากโครงการได้แก่ การใช้น้ำ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่มาจากการใช้เชื้อเพลิง และพลังงานของโครงการ รวมไปถึงขยะต่างๆ ที่เกิดขึ้น



* ยังไม่ได้นำการใช้น้ำในการผลิตอาหารมาใช้ในการประเมินผลกระทบนี้
* ผลการประเมินนี้เป็นค่าประมาณเฉพาะในส่วนของการดำเนินงานภายใต้โครงการเกษตรกรรมหมุนเวียนกันสมัยผิงกู๋เท่านั้น



ส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อสร้างโอกาสทางอาชีพ

ความสำคัญ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยให้สามารถประกอบธุรกิจและขยายธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน ผ่านการให้ความรู้พื้นฐานในการประกอบอาชีพ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรายย่อยเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายยิ่งขึ้น รวมไปถึงสร้างโอกาสในการเริ่มต้นธุรกิจ นอกจากนี้ ยังถือเป็นการสร้างความก้าวหน้าทางอาชีพให้กับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อย พร้อมทั้งขับเคลื่อนความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจได้อีกด้วย

การดำเนินงานของเรา

โครงการสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยที่เครือฯ ให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง สามารถทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจภายในท้องถิ่นยิ่งขึ้น เพิ่มช่องทางและโอกาสในการเป็นเจ้าของธุรกิจ พร้อมกันนี้ เครือฯ ยังมุ่งมั่นสนับสนุนให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการไปสู่ระดับสากลมากยิ่งขึ้น พร้อมสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับประเทศอย่างมีศักยภาพและยั่งยืนมากยิ่งขึ้น



CASE STUDY 9

โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อยผ่าน 24 Shopping โดย ซีพี ออลล์



ที่มาของโครงการ:

บริษัท ทเวนตีโฟร์ ช็อปปิง จำกัด (24 Shopping Co., Ltd.) บริษัท ในกลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคยุคใหม่ ด้วยการสรรหาสินค้าที่มีคุณภาพ สินค้าที่มีความแปลกใหม่เข้ามาจำหน่ายในรูปแบบของ Omni Chanel มีนโยบายสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจเอสเอ็มอีด้วยการเป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้า ผู้ประกอบการเอสเอ็มอี

นำสินค้ามาจำหน่ายผ่านทเวนตีโฟร์แคตตาล็อกมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ พร้อมทั้งยังได้วางแผนงานเพื่อรองรับการขยายงานและการเติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยการพัฒนาการจัดส่งในรูปแบบของ Store Hub

การดำเนินงาน:

ให้ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีสามารถนำสินค้ามาเก็บไว้ที่ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ในพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อพักสินค้าชั่วคราวก่อนที่รถขนส่งจาก

ศูนย์กระจายสินค้าส่วนกลางของเซเว่นแคตตาล็อกจะมารับเพื่อไปส่งต่ออีกทอดหนึ่ง นับว่าเป็นการช่วยลดภาระค่าขนส่งให้กับผู้ประกอบการเอสเอ็มอี ช่วยให้สินค้าคงความสดใหม่และมีคุณภาพดีอยู่เสมอ ทั้งยังมีเป้าหมายส่งเสริมและสนับสนุนสินค้าเอสเอ็มอีที่มีนวัตกรรมใหม่ๆ ที่มีจุดเด่นมีความแตกต่างและมีคุณภาพดี และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสินค้าเอสเอ็มอีพัฒนาสินค้าใหม่ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

2,772 ราย
SMEs ที่ขายสินค้าผ่าน 24 Shopping

6,170 ล้านบาท
สร้างรายได้ให้กับ SMEs ที่เข้าร่วม

CASE STUDY 10

ทรู สมาร์ท เมอร์ชานต์
ผู้ช่วยร้านค้ายุคใหม่

ที่มาโครงการ:
โลกดิจิทัลได้เริ่มเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของทุกคน ทุกวันนี้คนไทยมีกิจกรรมทุกอย่างผ่านทางสมาร์ทโฟนแทบจะในทุกด้าน รวมถึงการทำธุรกรรมการเงินและชำระเงินผ่านทางสมาร์ทโฟนกลายเป็นกระแสที่กำลังมาแรง และมีแนวโน้มเติบโตก้าวกระโดดตามการขยายตัวของตลาดสมาร์ทโฟนที่นับวันยิ่งเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจค้าปลีกยังปรับตัวมาขาย หรือหันมาทำการตลาดโปรโมชั่นผ่านช่องทางออนไลน์ควบคู่กับออฟไลน์กันมากขึ้น

การดำเนินงาน:
กลุ่มทรู คอร์ปอเรชั่น พัฒนา ทรู สมาร์ท เมอร์ชานต์ (True Smart Merchant) แอปพลิเคชันที่เป็นเสมือนผู้ช่วยจัดการร้านค้า เนื่องจากความเข้าใจใน Pain Point ของร้านค้ารายย่อยที่มีความต้องการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และต้องการโปรโมตร้านตนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น แอปพลิเคชัน ทรู สมาร์ท เมอร์ชานต์ จึงทำหน้าที่เป็นเครื่องมือการตลาดสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการรายย่อย



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

161,438 ราย
เจ้าของร้านผู้ใช้บริการ

177 ล้านบาท
มูลค่าการค้าขายผ่าน
แอปพลิเคชัน



CASE STUDY 11

ทรูมันนี่ กับ การส่งเสริม
ผู้ประกอบการรายย่อยใน
6 ประเทศ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้



ที่มาโครงการ:
ทรูมันนี่เป็นผู้ให้บริการธุรกิจการเงินดิจิทัล (Fintech) ชั้นนำของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมประจำวันของธุรกิจและประชาชนทั่วไป รวมถึงการเติมเงินโทรศัพท์มือถือ ผ่านช่องทางทรูมันนี่วอลเล็ท (Mobile Wallet Application) และตัวแทนทรูมันนี่ (Agent) ในต่างประเทศ อาทิ เมียนมา กัมพูชา เวียดนาม อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์

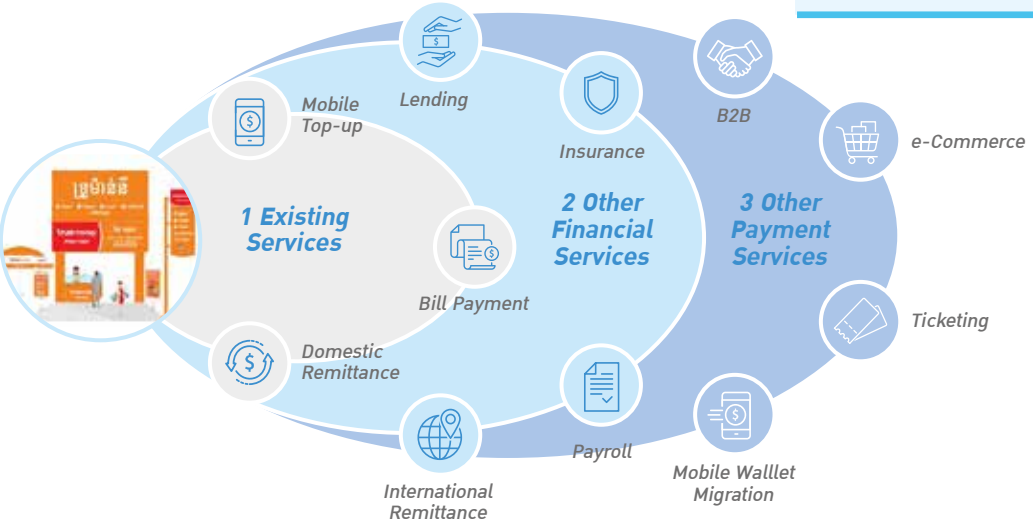
การดำเนินงาน:
ในปี 2560 ธุรกิจต่างประเทศของทรูมันนี่ส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย โดยให้บริการลูกค้ารวมกว่า 16 ล้านคน และมีมูลค่าการจ่ายเงินผ่านแพลตฟอร์มระบบรวมกว่า 62,000 ล้านบาท พร้อมกันนี้ ทรูมันนี่มุ่งมั่นพัฒนาธุรกิจเพิ่มขีดความสามารถเพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงบริการทางการเงิน ผ่านช่องทางที่ก้าวล้ำและทันสมัยมากยิ่งขึ้น โดยการอาศัยเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาช่วยพัฒนาเพื่อนำไปสู่การดำเนินชีวิตที่ดีขึ้น

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

62,622 คน
ตัวแทนทรูมันนี่

29.2 ล้านคน
จำนวนลูกค้าโดยรวม
ที่ทำธุรกรรมกับทรูมันนี่ต่าง
ประเทศทั่วโลก

123,000 ล้านบาท
มูลค่าการชำระเงินผ่าน
แพลตฟอร์ม



ส่งเสริมกลุ่มเปราะบาง เพื่อความเท่าเทียมในสังคม

ความสำคัญ

ความท้าทายที่ส่งผลกระทบต่อโลกในปัจจุบันคือจำนวนประชากรโลกที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ประชากรกลุ่มเปราะบางได้รับความเท่าเทียมในสังคมจึงเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมที่เกิดขึ้น ภายใต้แนวคิดที่ว่า 'การสร้างรากฐานทางธุรกิจให้แข็งแรง ต้องดำเนินควบคู่ไปพร้อมกับการสร้างรากฐานคุณภาพชีวิตของคนในสังคม' จึงทำให้เครือฯ มีแนวคิดและตระหนักถึงการสนับสนุนแก่คนในสังคมอย่างต่อเนื่อง

การดำเนินงานของเรา

การพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับประชากรกลุ่มเปราะบาง เครือเจริญโภคภัณฑ์ ริเริ่มดำเนินการโครงการช่วยเหลือประชากรกลุ่มเปราะบาง อาทิ ผู้พิการ ผู้สูงอายุ เด็ก ผู้ด้อยโอกาสทางสังคม พร้อมกันนี้ เครือฯ ได้มีการส่งเสริมอาชีพ พัฒนาศักยภาพ ทักษะ และความรู้ พร้อมทั้งขยายโอกาสในการประกอบอาชีพที่ยั่งยืนให้แก่ประชากรกลุ่มเปราะบาง โดยการร่วมมือกับสมาคมต่างๆ ที่ร่วมกันเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญเพื่อการพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืน

โครงการเพื่อ
ส่งเสริมเด็กและ
ผู้ด้อยโอกาส
ทางสังคม



โครงการ
สำหรับผู้สูงอายุ

โครงการ
สำหรับผู้พิการ

การดำเนินโครงการส่งเสริมกลุ่มเปราะบางของเครือเจริญโภคภัณฑ์



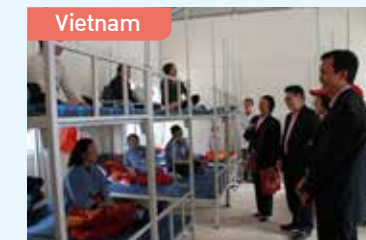
การส่งเสริมช่วยเหลือเด็กกำพร้าที่บ้านเด็กกำพร้า SOS จังหวัด Ben Tre มีเด็กภายใต้การดูแลจำนวน 120 คน ซีพีเวียดนาม ได้ดำเนินการสร้างโรงเรียนเลี้ยงไก่ไข่ เพื่อนำไข่ที่ได้มาประกอบอาหารเลี้ยงเด็กที่อยู่ในวัยเรียน และให้เด็กได้เรียนรู้การเลี้ยงไก่ไข่จากการเรียนรู้ของจริง สามารถนำไปประกอบอาชีพในการพึ่งพาตนเองในอนาคต



ด้วยความต้องการช่วยเหลือเด็กกำพร้าในเมืองย่างกุ้งที่ไม่มีอาหารที่มีโภชนาการเพียงพอ จึงเกิดโครงการ Food for Life มาจากใจของพนักงานจิตอาสาที่อยากช่วยเหลือเด็กกำพร้าที่สถานเลี้ยงเด็ก อาหารเลี้ยงเด็กที่อยู่ในวัยเรียน และให้เด็กได้เรียนรู้การเลี้ยงไก่ไข่จากการเรียนรู้ของจริง สามารถนำไปประกอบอาชีพในการพึ่งพาตนเองในอนาคต



โรงเรียนห่างไกลในประเทศลาวยังขาดแคลนหนังสือเรียนและอุปกรณ์การเรียนเป็นจำนวนมาก อีกทั้งสภาพอาคารเรียนยังชำรุด ไม่เหมาะสมต่อการเรียน ซีพีลาว ร่วมกับพนักงานได้จัดหาทุนทรัพย์ในการจัดซื้อหนังสือ อุปกรณ์การเรียน-กีฬา และเครื่องกรองน้ำดื่มที่สะอาด พร้อมปรับปรุงอาคารเรียนใหม่ให้เด็กสามารถมีห้องเรียนที่ดีในการเรียนหนังสือ



จากปัญหาผู้ป่วยมะเร็งและครอบครัวที่มีฐานะยากลำบาก การรักษาโรคต้องใช้ระยะยาวและค่าใช้จ่ายในการรักษาสูง ซีพีเวียดนาม ได้สร้างบ้านพักแก่ผู้ป่วยที่เข้ามารักษาให้กับโรงพยาบาลมะเร็งแห่งชาติ ประเทศเวียดนาม ได้ดำเนินการสร้างบ้านพักจำนวน 3 หลัง พร้อมด้วยเตียงนอนสำหรับคนป่วย 240 เตียง ในการช่วยเหลือผู้ป่วย รวมถึงสร้างขวัญกำลังใจให้กับคนป่วยและครอบครัว



จากจุดเริ่มต้น ชิวเมย์เจียว พนักงานของซีพี โลตัส ได้จัดตั้งทีมอาสาสมัครเพื่อช่วยเหลือต่อเด็กและคนชราที่มีฐานะยากจน จนเกิดโครงการ 'แผนการถ่ายทอดความอบอุ่น' ไปช่วยเหลือพัฒนาการศึกษาจัดทำห้องสมุดโลตัสแห่งแรกที่โรงเรียนมัธยมซางอูชาน ในปัจจุบันมีทีมอาสาสมัครของแต่ละสาขาและได้ร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นของรัฐบาล จนจัดตั้งโรงเรียนประถม CP Lotus Hope ขึ้น



ปัญหาด้านการทารุณกรรมและทอดทิ้งเด็กในเมืองมินนีแอโพลิส สหรัฐอเมริกา ทำให้หลายครอบครัวอยู่ในภาวะวิกฤต Belisio Foods ได้จัดตั้งอาสาสมัครร่วมกับสถานรับเลี้ยงเด็ก เข้ามาช่วยดูแลเด็กแรกเกิดจนถึง 6 ขวบ แบบชั่วคราวกว่า 1,247 ราย พร้อมจัดหาอุปกรณ์การเรียน จัดหาอาหารและเสื้อผ้า และจัดตั้งกองทุนเพื่อปรารถนาให้เด็กมีสภาพแวดล้อมที่ดี และปลูกฝังพนักงานให้มุ่งมั่นทำความดี

CASE STUDY 12

มูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบท*

โครงการดูแลเด็กกำพร้าในชุมชนวัฒนธรรม



ที่มาโครงการ:

ในวโรกาสมหามงคลที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ทรงเจริญพระชนมพรรษาครบ 60 พรรษา ในปี พ.ศ. 2530 เครือเจริญโภคภัณฑ์ และเหล่าพนักงานสำนักในพระมหากรุณาธิคุณของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช

คณะผู้บริหารและเหล่าพนักงานจึงได้ร่วมกันจัดตั้ง 'มูลนิธิพัฒนาชีวิตชนบท' ขึ้นเพื่อน้อมเกล้าน้อมกระหม่อมรับแนวพระราชดำริมาดำเนินการตามรอยใต้เบื้องพระยุคลบาท ในอันที่จะดำเนินงานต่างๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน

สร้างงานสร้างอาชีพให้กับสังคมชนบทและชุมชนเมือง มูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบท ดำเนินการภายใต้ 3 ยุทธศาสตร์ คือ ด้านเด็กและเยาวชน ด้านความยากจน และด้านผู้สูงอายุ

โครงการหลักของมูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบท



โครงการเลี้ยงไก่ไข่เพื่ออาหารกลางวันนักเรียน



โครงการดูแลเด็กกำพร้าในชุมชนวัฒนธรรม



โครงการศูนย์ฝึกเยาวชนเกษตร



โครงการสนับสนุนทุนการศึกษานักเรียนในพระราชานุเคราะห์

*เปลี่ยนชื่อจาก 'มูลนิธิพัฒนาชีวิตชนบท' เป็น 'มูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบท' ในปี 2561

สร้างสรรค์และส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนผู้ด้อยโอกาสได้อยู่กับครอบครัวและชุมชน เพื่อให้ได้รับความรัก ความอบอุ่น ได้เรียนรู้และมีพัฒนาการในทุกด้านที่สมวัย พร้อมทั้งได้รับการถ่ายทอดวัฒนธรรมที่ดีงามเกิดเป็นความรัก ความผูกพัน ความเอื้ออาทร เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจในการดำเนินชีวิต เพื่อพัฒนาชุมชนที่ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

การตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

296 ครอบครัว
ที่รับอุปการะในโครงการ

โครงการศูนย์ฝึกเยาวชนเกษตร



ร่วมเป็นคณะทำงานโดยได้รับอนุญาตจากศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยทรายให้ใช้พื้นที่จัดตั้ง 'ศูนย์ฝึกอาชีพเยาวชนเกษตร' ทำการจัดตั้งอาคารฝึกอบรมและที่พักอาศัย ซึ่งมีพิธีเปิดเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2531 ดำเนินงานใน 3 ด้าน ได้แก่ สาธิตอาชีพเกษตรเชิงธุรกิจ เป็นศูนย์เรียนรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยี และเป็นหน่วยงานร่วมขยายผลของศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยทรายฯ

การตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

500 คน
ที่ได้รับการอบรมและการงานด้านการเกษตร

CASE STUDY 13

การรวมคนพิการเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความมุ่งมั่นในการสนับสนุนกลุ่มผู้พิการมาอย่างต่อเนื่อง โดยทำงานร่วมกับหน่วยงานราชการ องค์กรอิสระ และภาคเอกชน ตามแนวทางประชารัฐในการยกระดับความเป็นอยู่ สร้างอาชีพ เพิ่มทักษะ ให้ความรู้ในการผลิตสินค้า และสนับสนุนด้านช่องทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม



‘ปันไปไม่ทิ้งกัน’ สร้างศูนย์ฝึกอาชีพคนพิการอาเซียน
มูลนิธิสกลเพื่อคนพิการร่วมมือกับมูลนิธิสกลเพื่อคนพิการ และกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ วางแผน และสนับสนุนบุคลากร ในการจัดกิจกรรมระดมทุนคนตาดีร่วมปัน จักรยานกับคนตาบอด จากกรุงเทพฯ ถึง อ. เชียงดาว จ.เชียงใหม่ ผ่าน 9 จังหวัด เพื่อระดมทุนสร้างศูนย์ฝึกอาชีพคนพิการเชียงใหม่ จ.เชียงใหม่ โดยระดมเงินได้ 32 ล้านบาท ในปี 2561 โดยไม่หักค่าใช้จ่ายใดๆ



‘สร้างช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าและเพิ่มรายได้’
สมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทยนำสินค้าที่ผลิตจากสมาชิกสมาคมฯ เช่น กล้วยอบกรอบ เข้าจำหน่ายที่ทรู คอฟฟี่ สาขาไอทีมอลล์ มุ่งมั่น ‘เสริมพลังคนพิการ และการประกันการอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเสมอภาค ทั้งถึง และเป็นธรรม’

คุณลัดดาภรณ์ โกสุม หนึ่งในผู้พิการทางสายตา ที่ทรูให้การสนับสนุน ฝึกอาชีพเกษตรร่วมกับสมาคมฯ ได้รับรางวัลคนพิการต้นแบบจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ในวันคนพิการสากล ประจำปี 2561 สามารถเพิ่มรายได้ครัวเรือน จาก 15,000 บาท เป็น 75,000 บาท ใน 1 ปี และคิดค้นสูตรก้อนเชื้อเห็ด ที่มีระยะเวลาการออกดอกของเห็ดนางฟ้ายาวนานกว่าสูตรทั่วไป



นายต่อพงศ์ เสลานนท์
นายกสมาคม
คนตาบอดแห่งประเทศไทย

“ผมคิดว่าการยื่นมือมาให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนของทรูและเครือเจริญโภคภัณฑ์ ถือเป็นกำลังใจที่มีคุณค่ามากสำหรับพวกเรา และเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้แผนงานด้านการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรรมให้กับคนตาบอดจะสำเร็จและยั่งยืน”



ศ.วริยะ นามศิริพงศ์พันธุ์
ผู้ก่อตั้งมูลนิธิ
สกลเพื่อคนพิการ

“การฝึกฝนทักษะและได้รับโอกาสจากสังคมไทย ทำให้ประสบความสำเร็จอย่างที่เป็นอย่างอยู่ ทุกวันนี้ ผมหวังว่าศูนย์ฝึกอาชีพคนพิการอาเซียน อ.เชียงใหม่ จะเป็นความหวังให้ผู้พิการที่ต้องการพึ่งพาตัวเองได้อย่างยั่งยืนต่อไป”



นายวิทย์ บุณนาค
นายกสมาคม
คนหูหนวกแห่งประเทศไทย

True Coffee Deaf Barista เป็นโครงการที่ให้โอกาสคนหูหนวกได้แสดงความสามารถ และร่วมทำงานกับพนักงานทั่วไป ซึ่งจะเป็นต้นแบบในสังคมไทยให้บริษัทอื่นๆ นำไปปรับใช้ต่อไป”

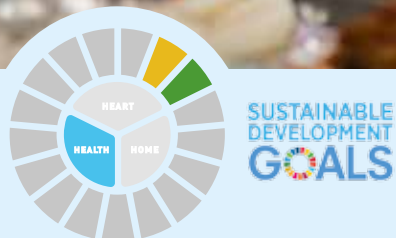


แนวคิด ‘Creating a Better Life for Vulnerable Groups’ ส่งเสริมศักยภาพและพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้ด้อยโอกาสในสังคม

- ทรู คอฟฟี่ เปิดโอกาสให้ผู้พิการพัฒนาเป็นบาริสต้ามืออาชีพ และสามารถทำงานร่วมกับผู้คนในสังคมได้อย่างมีความสุข True Coffee Deaf Barista รุ่น 2 ปัจจุบันมี True Coffee Deaf Barista ทั้งหมด 6 คน
- แพ็กเกจ TMH Special สำหรับคนหูหนวกโดยเฉพาะ เพื่อให้ผู้พิการหูหนวกสามารถสื่อสารถึงกันได้อย่างรวดเร็วและไร้ขีดจำกัดด้านข้อมูล

HEALTH AND WELL-BEING

สุขภาพและสุขภาวะที่ดี



ความท้าทาย

เครื่องเจริญโภคภัณฑ์มีความตั้งใจที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และผลักดันโครงการเพื่อส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดีของผู้บริโภค อ้างอิงตามแนวทางเพื่อสุขภาพของประเทศไทยและสากล โดยใช้ศักยภาพและทรัพยากรของเครือฯ ในการสร้างสรรค์ เน้นการป้องกันและแก้ไขปัญห สุขภาวะของประชาชนทุกกลุ่ม ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนเป้าหมายที่ 2 และ 3 มุ่งเน้นจัดความหิวโหยและส่งเสริมการมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี ยิ่งไปกว่านั้น เครือฯ ให้ความสำคัญกับการสื่อสารสร้างเสริมความตระหนักรู้ ความเข้าใจกับสังคม ผ่านการสื่อสารที่มีข้อมูลครบถ้วนเข้าใจง่ายและถูกต้อง เพื่อสร้างสังคมที่มีความเข้าใจในสุขภาพโภชนาการ มีสุขภาพที่ดี ทั้งนี้ อ้างอิงถึงผลงานวิจัยของสภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum: WEF) ความท้าทายในประเด็นด้านสุขภาพและสุขภาวะที่ดีคือการสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายทั้งภายในและภายนอกบริษัทเข้าใจถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคม หากประเด็นนี้ไม่ได้รับการแก้ไขที่ตรงจุด ผลการวิจัยโดยสภาเศรษฐกิจโลกระบุว่า จำนวนประชากรในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเอเชียตะวันตกมีแนวโน้มที่จะไม่ได้รับสารอาหารที่เพียงพอ แม้ว่าจะบริโภคอาหารในปริมาณที่เพียงพอ (Hidden Hunger)

ผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมายเป้าหมายปี 2563 (ประเทศไทย)

30%

ของผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นสุขภาพโภชนาการสุขภาพ และสุขภาวะที่ดี

ความก้าวหน้า



ปี 2560 : 37% ของผลิตภัณฑ์ใหม่

ปี 2561 : 29% ของผลิตภัณฑ์ใหม่

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2561



การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
283 ผลิตภัณฑ์



การส่งเสริมการเข้าถึงอาหาร
243,280 คน
จำนวนเด็ก เยาวชน คนยากจน และกลุ่มเปราะบางที่เข้าถึงอาหาร



กระบวนการผลิตที่ปลอดภัย
มีคุณภาพ
100%
ของฟาร์มปฏิบัติตามหลักการใชยาปฏิชีวนะอย่างมีความรับผิดชอบ และสมเหตุสมผล



การส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์
100%
ของธุรกิจเครื่อง ที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตามหลักสวัสดิภาพสัตว์

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG 2 ยุติความยากจน

- 2.1 การเข้าถึงอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการและความปลอดภัยเป็นระดับสากล
- 2.2 ยุติภาวะทุพโภชนาการทุกรูปแบบ



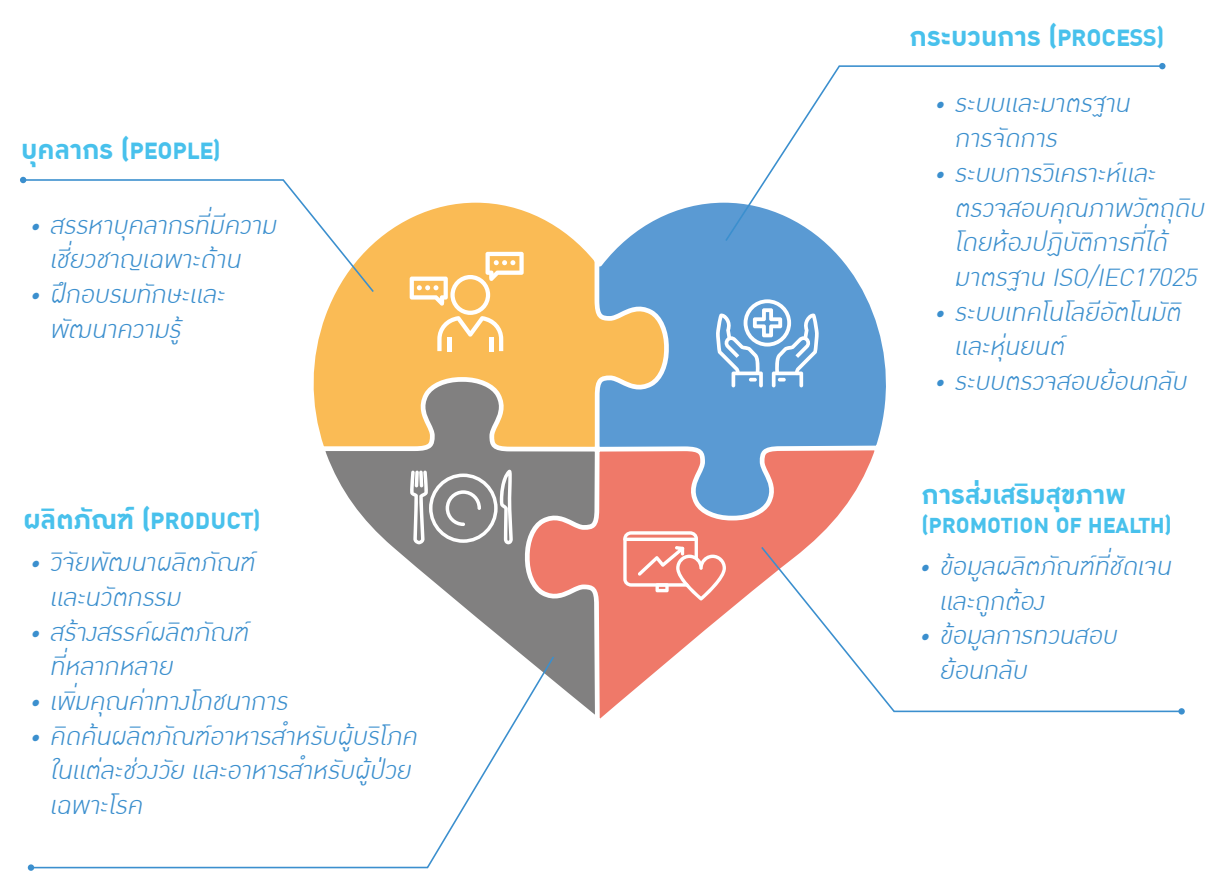
SDG 3 สุขภาพดีและสวัสดิภาพที่ดี

- 3.4 ลดการตายจากโรคไม่ติดต่อ และสนับสนุนความเป็นอยู่ที่ดี
- 3.B สนับสนุนการวิจัย, การพัฒนา และให้มีการเข้าถึงยาและวัคซีนในราคาที่หาซื้อได้ในระดับสากล

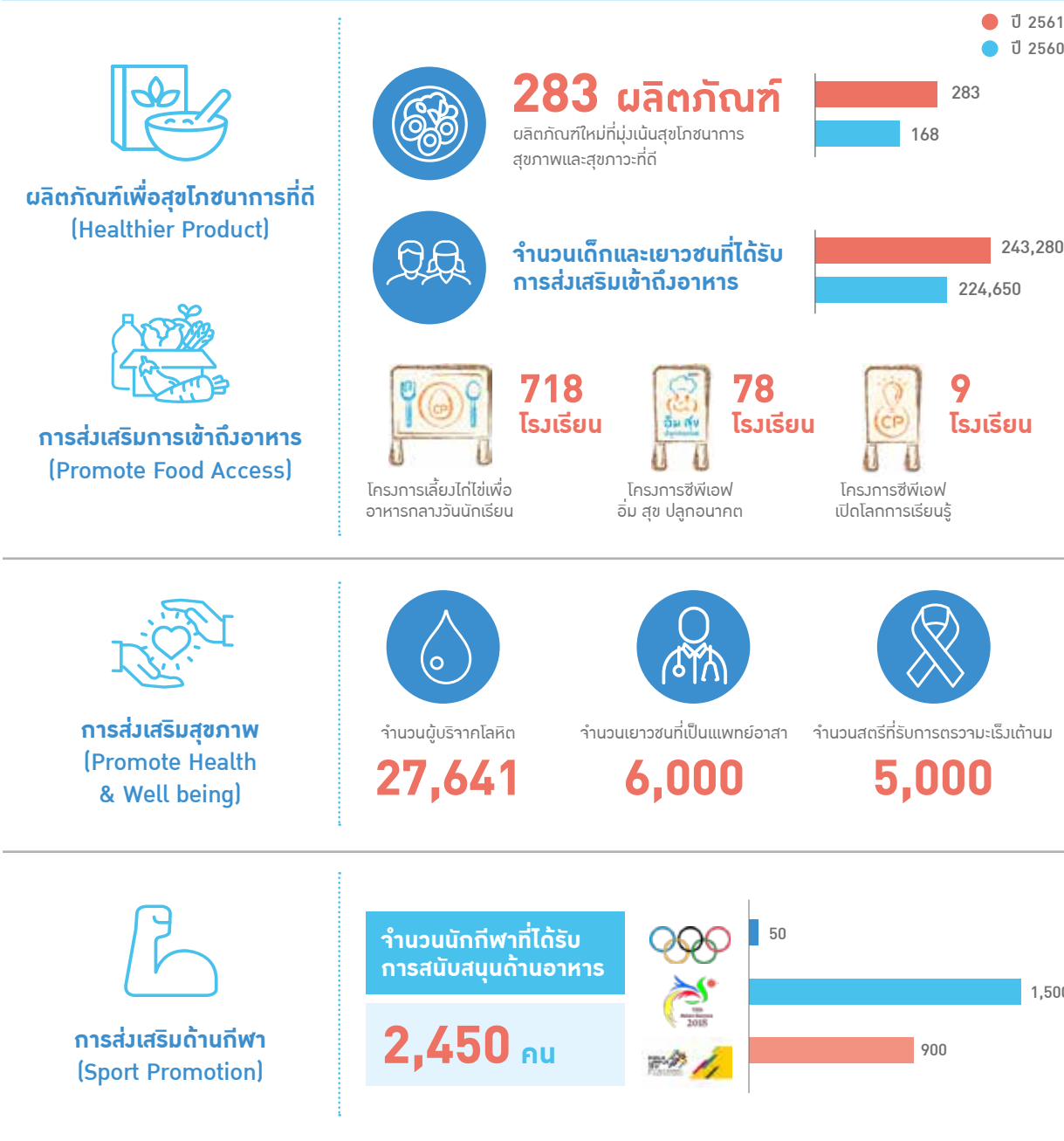
แนวทางการบริหารจัดการ

สุขภาพและสุขภาวะที่ดีของประชากรทุกคนในแต่ละประเทศเป็นประเด็นสำคัญที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถของประเทศนั้นๆ ในอนาคต รวมไปถึงช่วยลดภาระต้นทุนค่ารักษาพยาบาลในระดับประเทศลงได้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ในฐานะผู้นำในธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจเวชภัณฑ์ ตระหนักดีว่าเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถร่วมบรรเทาปัญหาดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการใช้ศักยภาพของเครือฯ ซึ่งมีหน้าที่หลักที่ต้องการนำเสนอสินค้าและบริการที่ส่งเสริมคุณภาพชีวิต ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดีของประชาชน

เครือฯ จึงมุ่งมั่นทุ่มเทในการวิจัยและพัฒนาสินค้า ใช้การบริหารจัดการตามมาตรฐานสากล มีการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพตลอดห่วงโซ่คุณค่า พร้อมทั้งส่งเสริมความรู้และภาวะโภชนาการที่ดีให้เกิดขึ้นในสังคมวงกว้าง ผ่านการบริหารจัดการ 4Ps ที่เน้นพัฒนาบุคลากร (People) พัฒนาระบบการตามมาตรฐานสากล (Process) พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สร้างเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดีให้กับผู้บริโภค (Product) และส่งเสริมสุขภาพ (Promotion of Health) ด้วยการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการควบคู่ไปกับการดำเนินโครงการที่ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี



ข้อมูลการดำเนินการเพื่อส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี



ตัวอย่างโครงการส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ทั่วโลก

1 **บริจาคโลหิตเพื่อช่วยเหลือสังคม (ตุรกี)**
สนับสนุนศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ เรื่องการขาดแคลนโลหิต ให้ได้รับการบริจาคโลหิตอย่างเพียงพอกับความต้องการ สร้างสุขภาวะที่ดีให้กับสังคม



2 **สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเยาวชน (โปแลนด์)**
สนับสนุนการแข่งขันฟุตบอล SuperDrob Cup จากโรงเรียน ในภูมิภาคต่างๆ ของโปแลนด์ เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านร่างกาย และทักษะฟุตบอล



3 **Milk for Kids (เมียนมา)**
ร่วมกับภาคการศึกษาของรัฐให้การสนับสนุนการบริโภคนมแก่ เด็กไร้บ้าน สดแทนเลี้ยงเด็กกำพร้า และโรงเรียนต่างๆ ที่ขาดแคลน อาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ



4 **สร้างบ่อบาดาลให้โรงเรียน (บังกลาเทศ)**
พนักงานฟาร์ม Valka-13 ร่วมกันสร้างบ่อบาดาลให้โรงเรียน ประถม Chanpur เพื่อให้นักเรียนและชุมชนมีน้ำดื่มที่มีคุณภาพ ถูกสุขอนามัย



5 **ปรับปรุงสาธารณูปโภคโรงเรียน (อินเดีย)**
จัดหาน้ำดื่มที่สะอาดและสร้างโรงครัวที่ถูกสุขลักษณะ รวมถึง อุปกรณ์การเรียนให้โรงเรียนของรัฐ 24 แห่งในเขต TN และ รัฐอานธรประเทศ



6 **สร้างที่ล้างมือให้นักเรียนอนุบาล (ลาว)**
สร้างเสริมสุขภาพอนามัยที่ดีให้นักเรียนด้วยการให้ความรู้ด้าน สุขภาวะ และจัดสร้างที่ล้างมือให้กับโรงเรียนอนุบาลบ้านดงบัว นครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว



7 **อาหารกลางวันนักเรียน (กัมพูชา)**
มอบผลิตภัณฑ์อาหารปรุงสุก เพื่อให้เด็กนักเรียนได้เข้าถึง อาหารที่มีคุณภาพ มีประโยชน์ต่อการพัฒนาการร่างกาย



8 **CPF Run for Charity (ไทย)**
จัดตั้งชมรมวิ่งเพื่อสุขภาพขึ้นเพื่อเป็นการสร้างเสริมสุขภาพ อนามัยที่ดีให้กับบุคลากร ชุมชน และสังคม ลดการเจ็บป่วยและ โรคจากการทำงาน รายได้จากการจัดกิจกรรมส่งต่อสู่สังคมเพื่อ สาธารณประโยชน์กว่า 5.7 ล้านบาท



8 **พัฒนาศักยภาพและคุณภาพชีวิต ผู้พิการบุคคลออทิสติก (ไทย)**
พัฒนาแอปพลิเคชัน True Autistic เพื่อพัฒนาศักยภาพ บุคคลออทิสติก ทั้งด้านกายภาพและสติปัญญา สร้างเสริมสมาธิ สายตา และทักษะการเคลื่อนไหว



9 **Medicine Supplies for Health Center Philippines (ฟิลิปปินส์)**
ร่วมกับสาธารณสุขในพื้นที่ barangay gugo ให้ความรู้เบื้องต้นใน การใช้อย่างถูกต้อง และบริจาคยาที่จำเป็นขั้นพื้นฐานให้กับชุมชน



10 **กองทุนช่วยเหลือพนักงานตำอ้าย (จีน)**
กองทุนสะสมเพื่อช่วยเหลือพนักงานชีพ ไรต์ส ที่ได้รับความเดือดร้อน จากการเจ็บป่วยหรือต้องการความช่วยเหลือจากเหตุฉุกเฉิน



10 **Spring Pink Charity (จีน)**
เพื่อช่วยเหลือกลุ่มสตรีด้อยโอกาสในการเข้ารับการตรวจและรักษา มะเร็งเต้านมและมะเร็งปากมดลูก ในพื้นที่ชนบทกว่า 1 ล้านคน



11 **แพทย์เยาวชนเวียดนาม อาสาสมัครเพื่อสุขภาพ อนามัยประชาชน (เวียดนาม)**
ร่วมกับโรงพยาบาลในเมืองไฮฟอง จัดบริการทางการแพทย์ โดย แพทย์อาสาสมัคร ตรวจรักษาโรคสำหรับคนอยู่ในพื้นที่ห่างไกล และเผยแพร่ความรู้การปฐมพยาบาลเบื้องต้นแก่ครู เยาวชนอาสา กรอบกลุ่มโรงเรียนกว่า 700 แห่ง



11 **บริจาคโลหิต (เวียดนาม)**
ร่วมกับสภาชาตเวียดนามขับเคลื่อนเรื่องการบริจาคโลหิต ตั้งแต่ปี 2009 จนถึงปัจจุบัน มียอดปริมาณโลหิตกว่า 127,700 ยูนิต์



12 **CP Charity Fund Run (มาเลเซีย)**
ร่วมกับคู่ค้าและสถานเอกอัครราชทูตไทยประจำมาเลเซีย จัดโครงการ CP Charity Fund Run เพื่อสุขภาพ และระดมทุนแก่ผู้ด้อยโอกาสในสังคมให้มีความคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น



การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

สร้างเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดีที่สุดในผู้บริโภค

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นทุ่มเทในการคิดค้นและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและส่งเสริมสุขภาวะที่ดีขึ้นของผู้บริโภค รวมทั้งนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องผ่านการวิจัยและพัฒนาโดยใช้เทคโนโลยีด้านอาหารที่ทันสมัยและได้มาตรฐานสากล โดยการจัดตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหารมาตรฐานโลก ซึ่งถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะส่งเสริมให้นักวิจัยและพัฒนาอาหารมีความคิดสร้างสรรค์ และแสดงศักยภาพในการทดลองผลิตสินค้าใหม่ อีกทั้งยังเป็นการเน้นย้ำความมุ่งมั่นในการวิจัยและพัฒนาอาหารมนุษย์ด้วยทีมงานวิจัยที่เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของร่างกายที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงวัย และคิดค้นนวัตกรรมอาหารเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้บริโภคทั่วโลก โดยมีโรงงานต้นแบบที่สามารถทดลองและพัฒนาการผลิตสินค้าตอบสนองความต้องการของตลาดได้ทันที



เครือฯ พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและสุขภาวะที่ดีขึ้น เนื่องจากแนวโน้มในการรับประทานอาหารโดยผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับคุณประโยชน์หรือสารอาหารเป็นอันดับแรกๆ โดยบริษัทในเครือฯ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

ได้ทำการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาทิ บริษัท ซีพีเอฟ ซีพีแรม เบลลีซีโอ ฟู้ด อิงค์ เจริญโภคภัณฑ์เมล็ดพันธุ์ และซี.พี. อินเตอร์เทรด เป็นต้น



ศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหารซีพีเอฟ

ตั้งอยู่ที่ อ.วังน้อย จ.พระนครศรีอยุธยา มีเทคโนโลยีสำหรับการสร้างสรรค์นวัตกรรมอาหารอย่างครบครัน มีโรงงานต้นแบบ (Pilot Plant) ที่สามารถผลิตอาหารจากงานวิจัยออกมาเป็นอาหารสำเร็จรูปพร้อมจำหน่าย เพื่อทดลองตลาดได้ทันที ตั้งเป้าผลิตอาหารเพื่อสุขภาพไม่น้อยกว่า 30% อาทิ อาหารเพื่อผู้สูงอายุ อาหารเพื่อผู้ป่วย และอาหารที่เหมาะสมกับแต่ละช่วงวัยของมนุษย์

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพโภชนาการที่ดีขึ้น



เจริญโภคภัณฑ์อาหาร อกโก่นุ่มรสโยเกิร์ตเลมอน

- โปรตีนสูง
- ใยอาหารสูง
- ไขมันต่ำ



เจริญโภคภัณฑ์อาหาร ข้าวน้ำตกมังสวริตี

- ความหวานจากน้ำตาลมะพร้าว
- ความเค็มจากดอกเกลือ
- วัตถุดิบจากธรรมชาติ



ซีพีแรม ข้าวปลาผัดพริกสด

- โปรตีนคุณภาพสูงจากเนื้อปลา
- คาร์โบไฮเดรตต่ำ
- อุดมด้วยสมุนไพรไทย



เบลลีซีโอ ฟู้ด อิงค์ Chicken & Wild Rice Stroganoff

- โปรตีนจากธรรมชาติ
- ไม่เติมแต่งสี
- ไขมันทรานส์ 0 กรัม



เบลลีซีโอ ฟู้ด อิงค์ Chicken Alfredo Florentine

- ไขมันต่ำ
- ไขมันทรานส์ 0 กรัม
- ไม่ใช้น้ำตาลฟรุกโตสจากข้าวโพด



เบลลีซีโอ ฟู้ด อิงค์ Cauliflower Rice Bowl

- คาร์โบไฮเดรตต่ำ
- โปรตีนสูง
- ไม่ใช้น้ำตาลฟรุกโตสจากข้าวโพด



เจริญโภคภัณฑ์เมล็ดพันธุ์ น้ำมะพร้าวโคโค่ พาวเวอร์

- แคลเซียมสูง
- ไม่เติมน้ำตาล
- ออร์แกนิก 100%



ซี.พี. อินเตอร์เทรด ข้าวพันธุ์พิเศษ กข 43

- ดัชนีน้ำตาลต่ำ
- การเปลี่ยนแปลงเป็นน้ำตาลช้า
- เหมาะกับผู้ป่วยเบาหวาน



ท็อปส์ ฟู้ดส์ Chicken Tikka Masala

- ไม่ใส่สารกันบูด
- ไม่แต่งสีสังเคราะห์
- ไม่ใส่สารเพิ่มรสชาติ



การมุ่งเน้นกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ

ผลิตอาหารที่ได้มาตรฐานและปลอดภัย

เครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นบริษัทผลิตอาหารขนาดใหญ่ระดับโลก มีโรงงานผลิตอาหารกระจายอยู่ในหลายประเทศทั่วโลก ดังนั้น กระบวนการผลิตที่มีคุณภาพจึงเป็นเรื่องที่เครือฯ ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง จึงพัฒนาและยกระดับคุณภาพของกระบวนการผลิต การวิเคราะห์ การตรวจสอบคุณภาพ รวมไปถึงห้องปฏิบัติการต่างๆ

ต้องได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล และมีการรับรองจากหน่วยงานภายนอก (3rd Party) รวมไปถึงการใช้ระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการผลิตและความปลอดภัยในอาหาร เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภค

มาตรฐานสากลและท้องถิ่นที่บริษัทในเครือทั้งในและต่างประเทศนำมาประยุกต์ใช้เพื่อความมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร

ด้านคุณภาพ

- ✓ CPF Food Standard : มาตรฐานอาหารซีพีเอฟ
- ✓ ISO 9001 : ระบบบริหารงานคุณภาพ
- ✓ ISO 29990 : มาตรฐานการให้บริการด้านการเรียนรู้สำหรับการฝึกอบรมและการให้การศึกษาแบบไม่เป็นทางการ (นอกระบบ)
- ✓ ISO 22000 : ระบบการจัดการด้านความปลอดภัยอาหาร
- ✓ ISO/IEC 17025 : มาตรฐานข้อกำหนดทั่วไปสำหรับความสามารถของห้องปฏิบัติการทดสอบและสอบเทียบ
- ✓ Good Manufacturing Practices (GMP) : หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร
- ✓ Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP) : ระบบวิเคราะห์อันตรายและควบคุมจุดวิกฤต
- ✓ Good Agricultural Practices (GAP) : การจัดการคุณภาพการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืช
- ✓ Global Good Agricultural Practices (Global G.A.P.) : มาตรฐานภาคเอกชนสำหรับการผลิตสินค้าเกษตรของกลุ่มผู้ค้าปลีกในยุโรป
- ✓ British Retail Consortium (BRC) : ระบบคุณภาพสำหรับธุรกิจค้าปลีกอาหาร

- ✓ International Food Standard (IFS) : มาตรฐานอาหารระหว่างประเทศเพื่อให้การผลิตอาหารปลอดภัย
- ✓ QS Quality Scheme for Food (QS) : ระบบคุณภาพสำหรับอาหารสดที่ครอบคลุมทุกขั้นตอนในกระบวนการผลิตของประเทศเยอรมนี
- ✓ CEN TS 16555 : มาตรฐานการบริหารจัดการนวัตกรรม
- ✓ Safe Quality Food (SQF Level 3)
- ✓ Halal : มาตรฐานการควบคุมฮาลาล
- ✓ Global Food Safety Initiative (GFSI)
- ✓ Quality Assurance International (QAI)
- ✓ International Food Safety Standards of FSSC 22000 : ระบบมาตรฐานการรับรองความปลอดภัยสำหรับการผลิตอาหาร
- ✓ CAS (Taiwan Premium Agricultural Products) – ไต้หวัน
- ✓ Food Safety Code for Manufacturing (SQF)

ด้านสวัสดิภาพสัตว์

- ✓ Animal Welfare Standard, the European Union : สวัสดิภาพสัตว์ของสหภาพยุโรป
- ✓ Genesis Standards : สหราชอาณาจักร
- ✓ Agricultural Labelling Ordinance (ALO) : สวิตเซอร์แลนด์

CASE STUDY 14

มาตรฐานผลิตอาหารปลอดภัย

Safe Quality Food Standard



เครือฯ ให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยทางด้านอาหารอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นดำเนินการผลิตอาหารปลอดภัย และจัดทำระบบการจัดการความปลอดภัยอาหารโดยปฏิบัติตามข้อกำหนดที่เข้มงวดในการจัดการความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของอาหาร และจัดเตรียมผลิตภัณฑ์จนส่งมอบสู่ผู้บริโภค ทั้งนี้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในกระบวนการตรวจสอบและการกำกับดูแลให้กับผู้บริโภค ในปี 2561 บริษัท เบลลีซีโอ ฟู้ด อิงค์ ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา ภายใต้กลุ่มธุรกิจเกษตรหรือซีพีเอฟ ได้ยกระดับมาตรฐานกระบวนการผลิตอาหาร โดยได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตอาหารปลอดภัย Safe Quality Food : SQF Code for Manufacturing Edition 8.0 (SQF level 3 certification) ซึ่งเป็นมาตรฐานผลิตอาหารปลอดภัย ที่ให้การรับรองระบบการจัดการความปลอดภัยอาหารกับองค์กรซึ่งมีระบบที่เข้มงวดในการจัดการความเสี่ยง

ด้านความปลอดภัยของอาหาร และจัดเตรียมผลิตภัณฑ์จนส่งมอบอาหารปลอดภัยสู่ผู้บริโภคซึ่งครอบคลุมการผลิตที่มีระบบการจัดการที่เข้มงวดทั้งด้านคุณภาพและความปลอดภัยอาหาร ส่งให้ซีพีเอฟเป็นบริษัทผู้นำหนึ่งในไม่กี่แห่งนอกกลุ่มสหภาพยุโรปที่ได้มาตรฐานระดับสูงของโลก



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

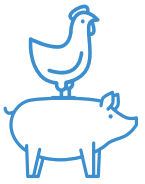
 เป็นบริษัทนอกกลุ่มสหภาพยุโรปที่ได้มาตรฐาน SQF

 มี Good Manufacturing and Hygiene Practice และ HACCP

 มีการจัดการความเสี่ยงความปลอดภัยอาหาร

 ครอบคลุมตลอดห่วงโซ่อุปทาน

 มีระบบบริหารจัดการคุณภาพที่ดี

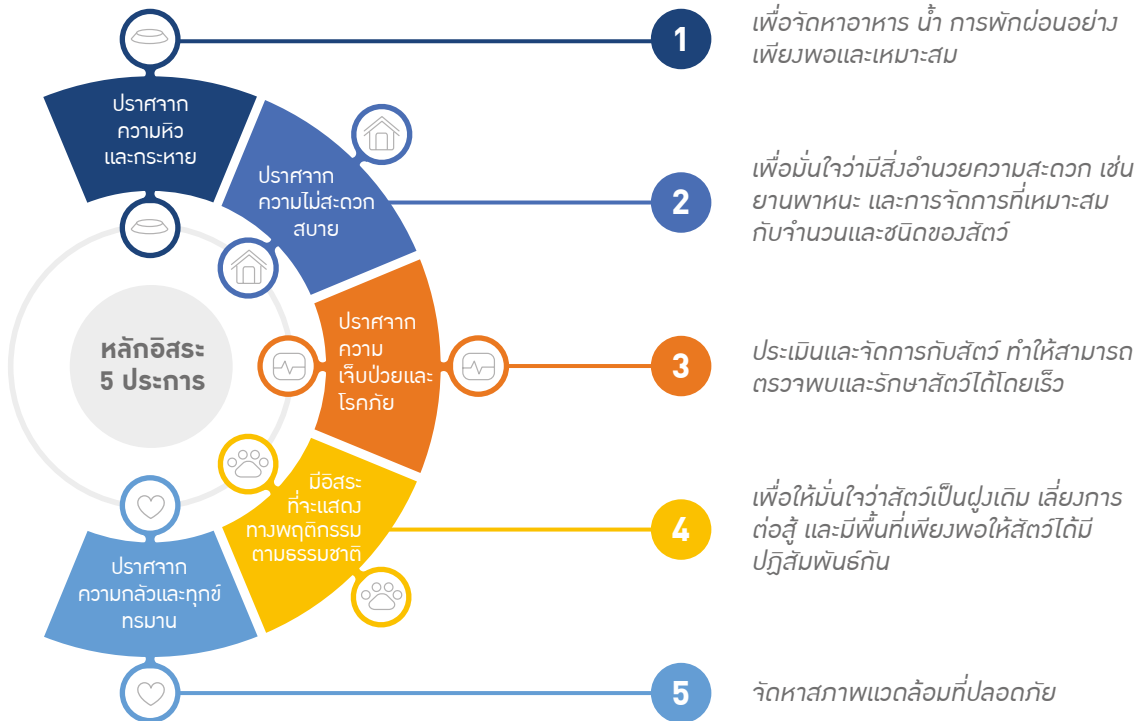


การส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์

สร้างเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดีที่สุดให้ผู้บริโภค

การมุ่งเน้นการเลี้ยงตามหลักสวัสดิภาพสัตว์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักว่าหลักสวัสดิภาพสัตว์มีความสัมพันธ์โดยตรงต่อคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารเครือฯ จึงยึดหลักสวัสดิภาพสัตว์ในการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การเลี้ยงสัตว์ การผลิตเนื้อสัตว์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงกระบวนการขนส่งสัตว์ทุกประเภท โดยจัดให้มีการดูแลสุขภาพ มีความเป็นอยู่ที่ดี ป้องกันสาเหตุอันนำมาซึ่งการบาดเจ็บของสัตว์ ได้รับอาหารที่เหมาะสม ปราศจากความทุกข์ทรมานใดๆ ตลอดช่วงการเลี้ยงตามสิทธิ์ที่สัตว์พึงได้รับ



CASE STUDY 15

การยึดมั่นหลักสวัสดิภาพสัตว์ตลอดห่วงโซ่คุณค่า

เครือเจริญโภคภัณฑ์ใส่ใจกับคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารในทุกขั้นตอนการผลิต นอกเหนือไปจากระบบคุณภาพและเทคโนโลยีต่างๆ ที่เครือฯ นำมาใช้ในการผลิตแล้ว เครือฯ ยังยึดมั่นในหลักสวัสดิภาพสัตว์ในทุกๆ ผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ไก่เนื้อ สุกร เป็ด

ไก่ไข่ และโคนม ตลอดจนธุรกิจสัตว์น้ำ โดยใช้หลักการรักษาสวัสดิภาพสัตว์โดยปฏิบัติตามหลักอิสระ 5 ประการ (Five Freedoms) และนำระบบความปลอดภัยทางชีวภาพในฟาร์ม (Farm Biosecurity) มาประยุกต์ใช้ในการจัดการฟาร์ม โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการ

ด้านสวัสดิภาพสัตว์ เพื่อขับเคลื่อนนโยบายและเป้าหมายด้านสวัสดิภาพสัตว์ในระยะยาว รวมถึงการพัฒนาผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง



การเลี้ยงสุกรจุ่มท้องในคอกขั้วรวม

(Sow in Group Gestation Pen)

ธุรกิจการเลี้ยงสุกร เริ่มปรับให้การเลี้ยงเป็นการให้อิสระแม่พันธุ์ที่อุ้มท้องในการเคลื่อนไหวและมีปฏิสัมพันธ์กับสุกรตัวอื่นๆ ทำให้แม่สุกรรู้สึกผ่อนคลาย ไม่เครียด สามารถกินอาหาร นอนพักผ่อน และขับถ่ายได้อย่างอิสระ รวมถึงสามารถแสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติได้อย่างเต็มที่



การเลี้ยงไก่ไข่แบบปล่อยอิสระในโรงเรือน

(Cage-Free Chicken Husbandry)

ธุรกิจการเลี้ยงไก่ไข่ในเครือฯ เริ่มปรับเปลี่ยนเป็นการเลี้ยงแบบอิสระเปิดโอกาสให้แม่ไก่ได้ใช้ชีวิตร่วมกับแม่ไก่ตัวอื่น ๆ ภายในโรงเรือนอย่างอิสระ ทำให้แม่ไก่รู้สึกผ่อนคลายและมีสุขภาพที่ดี โดยการเลี้ยงไก่ไข่แบบปล่อยอิสระในโรงเรือน ได้เริ่มนำร่องแล้วในประเทศไทยที่ฟาร์มวังสมบูรณ์ จ.สระบุรี และดำเนินการแล้วร้อยละ 12 และร้อยละ 50 ของกำลังการผลิตในประเทศได้วันและกัมพูชา ตามลำดับ

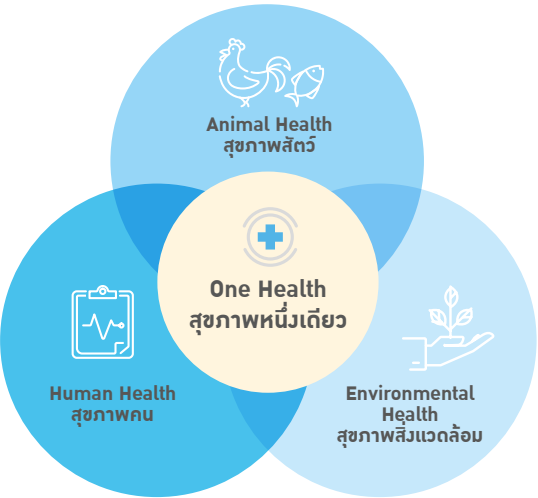
ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- 100% ของฟาร์มไก่เนื้อทั่วประเทศไทย มีเจ้าหน้าที่สวัสดิภาพสัตว์
- 33% ของฟาร์มสุกรแม่พันธุ์จุ่มท้องเป็นคอกขั้วรวม
- 100% ของธุรกิจไก่เนื้อ สุกร เป็ด ไก่ไข่ โคนม และสัตว์น้ำ ดำเนินตามนโยบายสวัสดิภาพสัตว์

การใช้ยาปฏิชีวนะอย่างรับผิดชอบและสมเหตุสมผล

(Responsible and Prudent Use of Antibiotics)

ปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเรื่องการใชยาปฏิชีวนะในเนื้อสัตว์ เครือเจริญโภคภัณฑ์ในฐานะผู้ผลิตรายใหญ่เห็นความสำคัญในประเด็นดังกล่าวจึงลงนามแสดงเจตจำนงสนับสนุนความพยายามของสหประชาชาติในการจัดการปัญหาการดื้อยาต้านจุลชีพ (United Nations Efforts to Combat Antimicrobial Resistance) ในการประชุมสุขภาพหนึ่งเดียว (One Health Summit) เมื่อปี 2559 ณ กรุงวอชิงตัน ดีซี ประเทศสหรัฐอเมริกา ด้วยแนวคิด ‘สุขภาพหนึ่งเดียว’ (One Health) ซึ่งเป็นวิธีการแก้ปัญหาสุขภาพแนวทางใหม่ที่รวมเอาแนวทางปฏิบัติด้านสุขภาพคน สุขภาพสัตว์ และสุขภาพสิ่งแวดล้อม เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อนำสู่การมีสุขภาพที่ดีโดยรวม



หลักปฏิบัติด้านการใช้ยาต้านจุลชีพในสัตว์ ในปี 2560

เครือเจริญโภคภัณฑ์โดยกลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ประกาศวิสัยทัศน์ระดับโลกด้านการใช้ยาต้านจุลชีพในสัตว์ ในปี 2560 เป็นหลักปฏิบัติหนึ่งเดียวทั้งในฟาร์มเลี้ยงสัตว์ของบริษัท และฟาร์มในโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์แก่เกษตรกร



ปราศจากการใช้ยาปฏิชีวนะที่ผ่านการรับรองให้ใช้เฉพาะในคนเท่านั้น (Human-Only Antibiotics)



ปราศจากการใช้ยาปฏิชีวนะที่ผ่านการรับรองให้ใช้ทั้งในคนและสัตว์ (Shared-Class Antibiotics) ที่สำคัญทางการแพทย์ของมนุษย์ เพื่อวัตถุประสงค์เร่งการเจริญเติบโต (Growth Promoter)



ปราศจากการใช้ฮอร์โมน เพื่อวัตถุประสงค์เร่งการเจริญเติบโต (Growth Promoter)



สายธุรกิจไก่เนื้อครบวงจรมีนบุรี ได้รับการรับรองการเลี้ยงไก่แบบไม่ใช้ยาปฏิชีวนะตลอดการผลิต ตั้งแต่โรงฟักไก่เนื้อ ฟาร์มไก่เนื้อ จนถึงโรงงานชำแหละและแปรรูป จาก NFS ประเทศสหรัฐอเมริกา



สายธุรกิจไก่ไข่มีการนำโปรไบโอติกและสารสกัดจากธรรมชาติมาใช้ ทำให้ไม่มีการใช้ยาปฏิชีวนะทุกชนิดในฟาร์มไก่ไข่



ธุรกิจเพาะฟักและอนุบาลลูกกึ่ง นำเทคโนโลยีชีวภาพมาใช้ ทำให้แม่กึ่งสร้างไข่และวางไข่ได้ดีกว่าการตัดกันตามแม่กึ่ง และในกระบวนการเลี้ยงมีการนำโปรไบโอติกมาใช้ จึงทำให้ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ยาปฏิชีวนะ

CASE STUDY 16

‘ไก่เบญจา’

เครือฯ มุ่งมั่นที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความสนใจเรื่องสุขภาพ จึงมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยอาศัยวิธีการตามธรรมชาติ ‘ไก่เบญจา’ เป็นหนึ่งในนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ของเครือฯ ที่เลี้ยงไก่ด้วยข้าวกล้องคัดพิเศษสูตรเฉพาะของ U-Farm ที่อุดมไปด้วยกาบา (GABA) และสารต้านอนุมูลอิสระพร้อมด้วยวิตามิน B3 B6 B9 ช่วยในการเสริมสร้างกล้ามเนื้อของไก่ให้มีโครงสร้างกล้ามเนื้อที่ดี จึงทำให้เนื้อมีความยืดหยุ่น ทั้งยังทำให้ได้รสชาติความหอม ความนุ่ม และความฉ่ำของเนื้อไก่อีกมากกว่า

ทั่วไปถึง 55% ที่สำคัญยังปลอดสาร ไม่ใช้ฮอร์โมน และไม่ใช้ยาปฏิชีวนะตลอดการเลี้ยงดู โดยได้รับการรับรองมาตรฐานระดับโลกจาก NSF International นอกจากนี้ การเลี้ยงดูที่ดียังถือเป็นหัวใจสำคัญของนวัตกรรมความสำเร็จนี้ด้วย โดยบริษัทมีระบบฟาร์มป้องกันโรคขนาดใหญ่ และเลี้ยงไก่แบบปล่อยอิสระในโรงเรือน (Cage Free) ที่มีการควบคุมอากาศ อุณหภูมิ และอาหารตามช่วงอายุวัยอย่างถูกสุขลักษณะ รวมถึงมีน้ำสะอาดด้วยระบบกรองพิเศษ และตรวจสอบสุขภาพอย่างสม่ำเสมอ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

0%

ไม่เคยได้รับยาปฏิชีวนะ 100% ตลอดการเลี้ยงดู

0%

ฮอร์โมนตลอดการเลี้ยงดู





การส่งเสริมการเข้าถึงอาหาร

สร้างเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดีที่สุดในโลก

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความมุ่งมั่นส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดีของประชาชน โดยนำจุดแข็งในด้านธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร

รวมถึงช่วยบรรเทาผลกระทบอันเกิดจากข้อจำกัดในการเข้าถึงอาหารแก่ผู้บริโภค ชุมชน และสังคม โดยดำเนินการผ่านโครงการและกิจกรรมต่างๆ มาอย่างต่อเนื่อง

CASE STUDY 17

Milk for Kids

โครงการ Milk for Kids เกิดจากความดีริเริ่มจิตอาสาของพนักงานซีพี ในเมียนมา ที่ต้องการส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนประชาชนกลุ่มสำคัญต่ออนาคตของประเทศ ได้บริโภคนมสดที่ถูกหลักโภชนาการเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับนโยบายของเครือฯ ที่ต้องการพัฒนาโคนมให้เป็นแหล่งโปรตีนที่มีคุณภาพและสร้าง

พื้นฐานอาชีพหลักให้เกษตรกรท้องถิ่น ในปี 2557 รัฐบาลเมียนมาและเครือฯ จึงร่วมกันพัฒนาโครงการฟาร์มโคนมพร้อมผลิตน้ำนมพาสเจอร์ไรซ์ขึ้นที่เมืองเนปีดอ เพื่อเป็นศูนย์เรียนรู้ การจัดการและพัฒนาคุณภาพอาหารโคนม เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์จากนมสำหรับเด็กและเยาวชน และในปี 2559

พนักงานทุกระดับได้เริ่มสร้างเครือข่าย ร่วมกับลูกค้าและคู่ค้า จัดซื้อนมสดพาสเจอร์ไรซ์จากฟาร์มโคนมเนปีดอ ที่สนับสนุนโดยบริษัทนำปบริจาคให้กับเด็กและเยาวชนซึ่งเป็นกลุ่มเปราะบางในสังคม ในโรงเรียนวัดแบบกินนอนที่ดำเนินการโดยชุมชนและองค์กรทางศาสนา



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

5,000 คน

จำนวนนักเรียนได้รับ
บริจาคนม

6 โรงเรียน

จำนวนโรงเรียน
ที่ได้รับบริจาค

30,000 ลิตร

ปริมาณนมโคบริจาครวม

CASE STUDY 18

การส่งเสริมการเข้าถึงอาหารในเด็กและเยาวชนของซีพีเอฟ

บมจ. เจริญโภคภัณฑ์อาหาร ตระหนักถึงความสำคัญของการมีโภชนาการที่ดีในเด็กและเยาวชน ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาสังคมไทย โดยดำเนินการส่งเสริมการเข้าถึงอาหารและสนับสนุนภาวะโภชนาการที่ดีของเด็กนักเรียน ด้วยเชื่อมั่นว่าการมีโภชนาการที่ดีจะเป็นต้นทุนสำคัญที่ส่งเสริมให้เด็กเติบโตได้เต็มศักยภาพ



โครงการเลี้ยงไก่เพื่ออาหารกลางวันนักเรียน

สร้างการเรียนรู้กระบวนการเลี้ยงไก่ไข่ การบริหารจัดการและนำผลผลิตที่เหลือออกจำหน่ายในชุมชนเพื่อสร้างรายได้เป็นกองทุนหมุนเวียนแก่โรงเรียน รวมถึงเป็นแหล่งเรียนรู้เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ภายในชุมชน

โครงการ ซีพีเอฟ อัม สุข ปลูกอนาคต

ดำเนินการแก้ไขปัญหาภาวะทุพโภชนาการอย่างเป็นระบบ ต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2558-2561 โดยกำหนดเป้าหมายเพื่อพัฒนาและส่งเสริมแหล่งเรียนรู้ในการเข้าถึงอาหารของเด็กและเยาวชนในโรงเรียนและชุมชน

ภาคเหนือ

135 โรงเรียน

2 โรงเรียน

ภาคกลาง

63 โรงเรียน

32 โรงเรียน

5 โรงเรียน

ภาคตะวันตก

112 โรงเรียน

2 โรงเรียน

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

277 โรงเรียน

14 โรงเรียน

1 โรงเรียน

ภาคตะวันออก

41 โรงเรียน

15 โรงเรียน

2 โรงเรียน

ภาคใต้

90 โรงเรียน

13 โรงเรียน

1 โรงเรียน

โครงการเปิดโลกการเรียนรู้

เพิ่มความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิตอาหารที่มีคุณภาพ ปลอดภัย ถูกหลักโภชนาการ สำหรับเด็กและเยาวชนทั่วประเทศ ผ่านการเรียนรู้จากโรงงานผลิตอาหารแปรรูปของบริษัทที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิตที่ทันสมัย

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

236,300 คน

จำนวนเด็กและเยาวชน
เข้าถึงอาหาร

การส่งเสริมสุขภาพ

สร้างเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดีที่สุดให้ผู้บริโภค

นอกเหนือจากความมุ่งมั่นในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพ และสุขภาวะที่ดีของประชาชน เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้ส่งเสริม พัฒนาต่อยอดโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมสุขภาพ ในการสร้างเสริมสุขภาพที่ดีมีจุดมุ่งเน้นที่การเข้าถึงความเสมอภาค โดยสร้างโอกาสและแหล่งประโยชน์ต่างๆ ที่ช่วยให้ประชาชนเข้าถึง คักยภาพด้านสุขภาพอย่างเต็มที่และเท่าเทียมกัน

CASE STUDY 19

แพทย์เยาวชนเวียดนามปฏิบัติตามคำสอนของลุงโฮ อาสาสมัครเพื่อสุขภาพอนามัยประชาชน

พื้นที่ห่างไกลทุรกันดารทั่วประเทศเวียดนาม มีปัญหาขาดการดูแลสุขภาพที่ดี ขาดแคลน บุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านการส่งเสริมสุขภาพ อนามัย ภาครัฐและเอกชนจึงร่วมมือในการ ช่วยเหลือ โดยสนับสนุนแพทย์อาสาส่งเสริม คุณภาพชีวิตเพื่อทำให้ทุกคนมีสิทธิ์การเข้าถึง การดูแลรักษาโรคได้อย่างเท่าเทียมกัน เป็นการช่วยเหลือและบรรเทาความเดือดร้อน ส่งเสริมให้ความรู้การดูแลสุขภาพและการ ปฐมพยาบาลเบื้องต้นแก่เยาวชนในท้องถิ่น ในปี 2553 กองทุนซีพีเวียดนามเพื่อการกุศล ประสานงานให้ความช่วยเหลือโรงพยาบาลเด็ก เขต 1 เมืองโฮจิมินห์ จัดทำโครงการบริการ ตรวจรักษาโรค สำหรับคนที่ยากไร้ในพื้นที่ห่างไกล โดยกองทุนซีพีฯให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาความร่วมมือจัดทำโครงการ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

6,000 คน

จำนวนแพทย์เยาวชน

700 แห่ง

จำนวนโรงเรียนที่ได้รับอบรม

100,000 คน

จำนวนผู้ได้รับการตรวจสุขภาพ

CASE STUDY 20

CP Lotus Spring Pink Charity

ปัญหาแม่เร่ร่อนปากมดลูกและมะเร็งเต้านม ยังคงเป็นปัญหาใหญ่ สำหรับสตรีที่อยู่ใน พื้นที่ชนบท การเข้าถึงการตรวจมะเร็งทั้ง 2 ชนิดนี้ มีอัตราส่วนน้อยกว่าร้อยละ 1 ของ ประชากรทั้งหมดในประเทศจีน ซึ่งมะเร็งทั้ง 2 ชนิดนี้ มีโอกาสรักษาให้หายได้ถ้าตรวจพบ ได้เร็วและเข้าถึงการรักษาอย่างทันเวลาที่ รับความร่วมมือจากรัฐบาลจนเกิดกระแสสังคม กองทุนฯ ระดมทุนได้กว่า 10 ล้านหยวน มีสตรี มารับการตรวจมากกว่า 5,000 คน กว่าพันคน ที่ตรวจพบเซลล์มะเร็ง และ 103 คน ที่ทนทุกข์ จากมะเร็งขั้นรุนแรงและได้รับการรักษาจน พ้นความทุกข์ทรมาน ในปี 2561 ได้ต่อยอด ตั้งเป้าเข้าถึงพื้นที่ชนบทในมณฑลกว่างตุง 2,277 แห่ง ภายในเวลา 3 ปี โดย Mr.Li Wen Hai ประธานบริหาร CP Lotus China ได้ วาดภาพแสดงถึงความกตัญญูต่ออนุภากรี พร้อมบทกวีที่กล่าวไว้ว่า ‘มารดาได้มอบความ เยารว้ยให้แก่บุตร และเก็บร่องรอยความ ร่วงโรยไว้กับตัวเอง’



“มารดาได้มอบความเยารว้ย ให้แก่บุตร และเก็บร่องรอย ความร่วงโรยไว้กับตัวเอง”



รูปปั้น ‘พระคุณแม่’ ตั้งอยู่ส่วนสาธารณะประจำเมืองฮัวเถา

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

5,000 คน

จำนวนสตรีเข้ารับการตรวจ

103 คน

จำนวนเข้ารับการรักษา

10 ล้านหยวน

กองทุน ‘Spring Pink’



CASE STUDY 21

ส่งเสริมการดำดีด้วยการบริจาคโลหิต



การบริจาคโลหิต เป็นสิ่งที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะทั่วโลกยังคงมีความต้องการโลหิตเพื่อช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินที่ร่างกายเสียโลหิตจากอุบัติเหตุ ผ่าตัด หรือโรคที่จำเป็นต้องรักษาด้วยโลหิต เพื่อช่วยเหลือชีวิตให้ทันท่วงที นอกจากนี้ยังเสริมสร้างคุณธรรมปลูกจิตสำนึกเยาวชนให้ทำดี มีจิตอาสาเห็นถึงประโยชน์คุณค่าของการบริจาคโลหิต รวมถึงการสร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะประโยชน์แก่

ประชาชนทั่วไปได้ร่วมปฏิบัติ ให้มีความเสียสละ มีจิตเมตตาให้ความช่วยเหลือต่อกัน

เครือเจริญโภคภัณฑ์โดยสำนักบริหารโครงการพิเศษ ร่วมกับศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย ดำเนินโครงการส่งเสริมการบริจาคโลหิตของบริษัทในเครือฯ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศอย่างต่อเนื่องผ่านโครงการ 'เครือเจริญโภคภัณฑ์ มุ่งสู่ 100 ปี ทำความดีด้วยการบริจาคโลหิต' โดยได้รับความร่วมมือจากบริษัท ภายในเครือฯ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนทั่วไป ทั้งยังมีการให้ความสำคัญกับการสร้างกลุ่มผู้บริจาคที่เป็นคนรุ่นใหม่ ผ่านโครงการ 'สนับสนุนเยาวชนไทยให้โลหิต' และโครงการ 'ให้เลือด ให้ชีวิต สปิริตคนรุ่นใหม่' เป็นการให้ความรู้และปลูกฝังให้การบริจาคโลหิตเป็นหน้าที่ที่ควรปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง สร้าง

สร้างรากฐานสนับสนุนการสร้างกลุ่มผู้บริจาครุ่นใหม่



โดยการให้ความรู้ปลูกจิตสำนึกเยาวชนมีจิตอาสา ในการช่วยเหลือผู้อื่น ส่งเสริมให้นักเรียนที่มีอายุ 17 ปีบริบูรณ์ เริ่มต้นเป็น

'ผู้ให้' และผู้นำการบริจาคโลหิต สนับสนุนส่งเสริมให้สถานศึกษาเป็นจุดศูนย์กลางประชาสัมพันธ์เผยแพร่การบริจาคโลหิตของชุมชนผ่านโครงการ 'เครือเจริญโภคภัณฑ์ สนับสนุนเยาวชนไทยให้โลหิต'และโครงการ 'ให้เลือดให้ชีวิต สปิริตคนรุ่นใหม่'

โดยมีจำนวนเยาวชนที่เข้าอบรม 2,714 คน และมีจำนวนเยาวชนที่บริจาคโลหิต 231 คน ซึ่งได้ปริมาณโลหิต 515 ยูนิต

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

24,757 ยูนิต
ปริมาณโลหิตบริจาครวม

9,902,800 ซีซี
ปริมาณโลหิตบริจาครวม

95 หน่วยงาน
หน่วยงานเครือข่าย ที่จัดกิจกรรม

คุณธรรม ความเสียสละ และให้เยาวชนเป็นผู้ประชาสัมพันธ์กิจกรรมบริจาคโลหิตสู่สังคม และขยายการดำเนินโครงการไปยังประเทศต่างๆ ที่เครือฯ เข้าไปดำเนินธุรกิจ



ส่งเสริมบุคลากรเครือฯ ให้มีความรู้ มีทักษะในการปฐมพยาบาลและการช่วยชีวิตขั้นพื้นฐาน โดยสร้างบุคลากรให้เป็น 'วิทยากรอาสาสมัครการช่วยชีวิตขั้นพื้นฐาน เครือเจริญโภคภัณฑ์' (CP CPR Volunteer) เพื่อ

เผยแพร่ความรู้ และให้การช่วยเหลือแก่ผู้ประสบเหตุทั้งภายในเครือฯ และสังคมภายนอกผ่านโครงการ 'ส่งเสริมคุณภาพชีวิต การปฐมพยาบาลและการช่วยชีวิตขั้นพื้นฐาน'

โดยมีบุคลากรซีพี จำนวน 1,614 คน มีบุคคลภายนอกจำนวน 107 คน และเยาวชนในสถานศึกษา 5,097 คน ที่ผ่านการอบรม



การสร้างกลุ่มนักเรียนระดับมัธยม ม.4-6 ขึ้นไป ให้มีทักษะพื้นฐานในการช่วยชีวิตขั้นพื้นฐาน และการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

โดยการเรียนรู้ และฝึกปฏิบัติอย่างถูกต้อง เป็นการเตรียมความพร้อมให้แก่เยาวชนและเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนในสังคมผ่านโครงการ 'เยาวชนจิตอาสา CPR กู้ชีพ' **โดยมี 10 โรงเรียนที่เข้าร่วม และจำนวนนักเรียนที่เข้าอบรมจำนวน 2,575 คน**

CASE STUDY 22

ส่งเสริมการดำดีด้วยการรณรงค์บริจาคอวัยวะและดวงตา โครงการ Let Them See Love



เครือเจริญโภคภัณฑ์และทรู คอร์ปอเรชั่น ร่วมสนับสนุนศูนย์รับบริจาคอวัยวะ และศูนย์ดวงตาสภากาชาดไทย โดยจัดตั้งโครงการ Let Them See Love ขึ้นในปี พ.ศ. 2550 เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และตระหนักถึงความสำคัญของการบริจาคอวัยวะอันได้แก่ หัวใจ ตับ ปอด ไต และดวงตา เพื่อช่วยฟื้นฟูสุขภาพของผู้ป่วยอวัยวะเสื่อมสภาพให้ผ่าตัดปลูกถ่ายอวัยวะได้สำเร็จ มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงสมบูรณ์พร้อมดำเนินชีวิตเป็นปกติ และมองเห็นคุณค่าของการมีชีวิตอีกครั้ง

โดยในปี พ.ศ. 2561 ได้จัดทำภาพยนตร์โฆษณาภายใต้แนวคิด 'ปลูก ถ้ายฝัน' (Dream Transplant) เพื่อสร้างการรับรู้ให้ประชาชนทั่วไปตระหนักถึงความสำคัญของการให้ และแสดงความจำนงบริจาคอวัยวะ นอกจากนี้ ทรู คอร์ปอเรชั่น ได้เปิดรับบริจาคทุนทรัพย์ผ่านระบบ SMS ในเครือข่าย TrueMove H และการแลก True Point เป็นเงินบริจาคผ่านแอปพลิเคชันของ TrueYou เพื่อเพิ่มช่องทางในการสนับสนุนกระบวนการปลูกถ่ายอวัยวะและดวงตา เช่น การผ่าตัดปลูกถ่ายอวัยวะ การจัดซื้ออุปกรณ์ของศูนย์รับบริจาคอวัยวะ และศูนย์ดวงตาสภากาชาดไทย

สแกนเพื่อรับชม VDO โครงการ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

201,334 คน
จำนวนผู้แสดงความจำนงบริจาคอวัยวะ-ดวงตา ในปี พ.ศ. 2561

8.2%
ที่เพิ่มขึ้นของผู้แสดงความจำนงบริจาคอวัยวะ-ดวงตา เทียบจากปี พ.ศ. 2560

2,172,040 คน
มีนบริจาคสนับสนุนทุนทรัพย์ให้แก่ศูนย์รับบริจาคอวัยวะ และศูนย์ดวงตาสภากาชาดไทยในปี พ.ศ. 2561



การส่งเสริมด้านกีฬา

สร้างเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดีที่สุดให้ผู้บริหาร

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมด้านกีฬาให้กับเด็กและเยาวชน ซึ่งเป็นกำลังสำคัญของประเทศ โดยมีการสนับสนุนโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมกีฬาให้กับเด็กและเยาวชนอย่างต่อเนื่อง ทั้งใน

ระดับท้องถิ่นและระดับชาติ เพื่อเปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนที่มีความสามารถได้มีโอกาสที่จะแสดงศักยภาพด้านกีฬาออกมา รวมทั้งเป็นการสานฝันให้กับเด็กและเยาวชนที่สนใจด้านกีฬาด้วย

CASE STUDY 23

สานฝันปันโอกาส

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการดำเนินโครงการ 'ซีพี สานฝัน ปันโอกาส' อย่างต่อเนื่องเพื่อปั้นเยาวชนที่มีความสามารถเข้าสู่สโมสรฟุตบอลอาชีพ โดยจัดให้มีการคัดเลือกเยาวชนเพื่อเข้าเรียนรู้ทักษะด้านการเล่น

ฟุตบอลที่ดี รวมไปถึงได้เรียนรู้ในระดับมืออาชีพกับสโมสรเบงค็อกยูไนเต็ดหรือ BUFC Academy และมอบทุนการศึกษาจากเครือฯ เพื่อเข้าเรียนโรงเรียนกรุงเทพคริสเตียน ตั้งแต่มัธยมศึกษาปีที่ 1-6 เป็นการสร้าง

โอกาสและสานฝันให้เยาวชนได้มีการศึกษาและฝึกฝนทักษะด้านฟุตบอล เพื่อต่อยอดสู่การเป็นนักฟุตบอลอาชีพ และเป็นกำลังสำคัญในทีมชาติไทย



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

>5,000 คน

จำนวนเยาวชนที่ร่วมคัดตัวเพื่อเข้าโครงการ

7 จังหวัด

จำนวนจังหวัดที่มีการคัดเลือกเยาวชน

20 คน

จำนวนเยาวชนที่ผ่านการคัดเลือกเข้าร่วมโครงการ

CASE STUDY 24

การสนับสนุนนักกีฬาทิพย์ชาติไทยในการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ร่วมด้วยบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน), บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้รับความไว้วางใจจากคณะกรรมการโอลิมปิกแห่งประเทศไทยฯ (The National Olympic Committee of Thailand) คณะกรรมการพาราลิมปิกแห่งประเทศไทย (Paralympic Committee of Thailand) และการกีฬาแห่งประเทศไทย (Sports Authority of Thailand) ให้เป็นผู้สนับสนุนด้านอาหารและการสื่อสารอย่างเป็นทางการแก่นักกีฬาทิพย์ชาติไทย รวมไปถึงเจ้าหน้าที่และสื่อมวลชนไทยในการแข่งขันแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ เพื่อสร้างเสริมสุขภาพที่ดีทั้งร่างกายและจิตใจ โดยสนับสนุนอาหารที่สะอาด ปลอดภัย มีคุณภาพ พร้อมด้วยคุณค่าทางโภชนาการ และรสชาติอาหารไทยที่นักกีฬาคุ้นเคย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างพลังให้กับนักกีฬาไทยพร้อมสำหรับการแข่งขัน และยังสนับสนุนด้านการสื่อสาร

ด้วยการบริการ International Roaming เพื่ออำนวยความสะดวกให้คณะนักกีฬาทิพย์ชาติไทยเสริมสร้างกำลังใจตลอดการแข่งขันเอเชียนเกมส์และเอเชียนพาราเกมส์ ซึ่งเป็นนักกีฬาพิการทีมชาติไทยอย่างเท่าเทียมกัน

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์และบริษัทในเครือฯ ได้จัดทำโฆษณาภายใต้แนวคิด '#ทีมชาติไทย' มุ่งสร้างกระแสแรงเชียร์และความเป็นหนึ่งเดียวกันของคนไทยทั่วประเทศ รวมทั้งดำเนินการประชาสัมพันธ์และรายงานผลการแข่งขันกีฬาอย่างต่อเนื่องตลอดการแข่งขันปลุกกระแสให้คนไทยร่วมเป็นหนึ่งเดียวกันในการเชียร์กีฬาเพื่อส่งกำลังใจให้นักกีฬาไทยในการแข่งขันครั้งสำคัญ นับเป็นอีกหนึ่งความมุ่งมั่นที่สะท้อนถึงพันธสัญญาของเครือเจริญโภคภัณฑ์ในการผลักดันและส่งเสริมด้านสุขภาพและสุขภาวะที่ดีให้แก่สังคมไทย



ซีเกมส์ และ
เอเชียนพาราเกมส์ 2017
ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย



2559

โอลิมปิกเกมส์
และพาราลิมปิกเกมส์ 2016

ณ กรุงรีโอเดจาเนโร
สหพันธ์สาธารณรัฐบราซิล



2560

เอเชียนเกมส์
และเอเชียนพาราเกมส์ 2018

ณ กรุงจาการ์ตา และปาเล็มบัง
ประเทศอินโดนีเซีย

2561

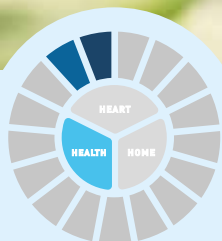


สแกนเพื่อรับชม
VDO โครงการ

STAKEHOLDER ENGAGEMENT



การสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย



SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

HEALTH

การสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย 177



ความท้าทาย

การสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียอย่างครอบคลุม ถือเป็นหัวใจสำคัญและถูกนำเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนากลยุทธ์ของทุกบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการดำเนินงานขององค์กรและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเป็นระบบตามแนวทาง ซีพี สุ่วความเป็นเลิศ (C.P. Excellence) โดยดำเนินการพิจารณาความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองด้วยแนวทางที่สามารถบริหารจัดการประเด็นที่มีความสำคัญทั้งต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเหมาะสม

เนื่องจากกลุ่มบริษัทในเครือได้กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทยและในประเทศต่างๆ ทั่วโลก กระบวนการวิเคราะห์และทบทวนเพื่อป้องกันความต้องการหรือความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างครบถ้วน พร้อมทั้งการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มผ่านกิจกรรมและช่องทางการสื่อสารต่างๆ อย่างต่อเนื่อง จึงจำเป็นต้องมีความถี่ของการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับแผนงานของแต่ละบริษัทและความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้มั่นใจว่าการตอบสนองต่อความคาดหวังและข้อกังวลของผู้มีส่วนได้เสียจะเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

ผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมาย เป้าหมายปี 2563 (ประเทศไทย)

100%

ของกลุ่มธุรกิจ ในเครือฯ มีกระบวนการสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

ความก้าวหน้า

0% 100%

ปี 2560: 13 กลุ่มธุรกิจ

ปี 2561: 13 กลุ่มธุรกิจ

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2561



การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสีย

10

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญของเครือฯ



การรับฟังเสียงจาก
ผู้มีส่วนได้เสีย

จัดการประชุมร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
เพื่อทบทวนประเด็นสำคัญ
ด้านความยั่งยืน



การร่วมมือกับพันธมิตร

ร่วมก่อตั้งสมาคมเครือข่าย
โกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย
(Global Compact
Network Thailand)

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG 16 ความสงบสุข, ความยุติธรรม
และสถาบันที่เข้มแข็ง

16.7 สร้างหลักประกันว่าจะมีกระบวนการตัดสินใจที่มี
ความรับผิดชอบ ครอบคลุม มีส่วนร่วม และ
มีความเป็นตัวแทนที่ดี ในทุกระดับการตัดสินใจ



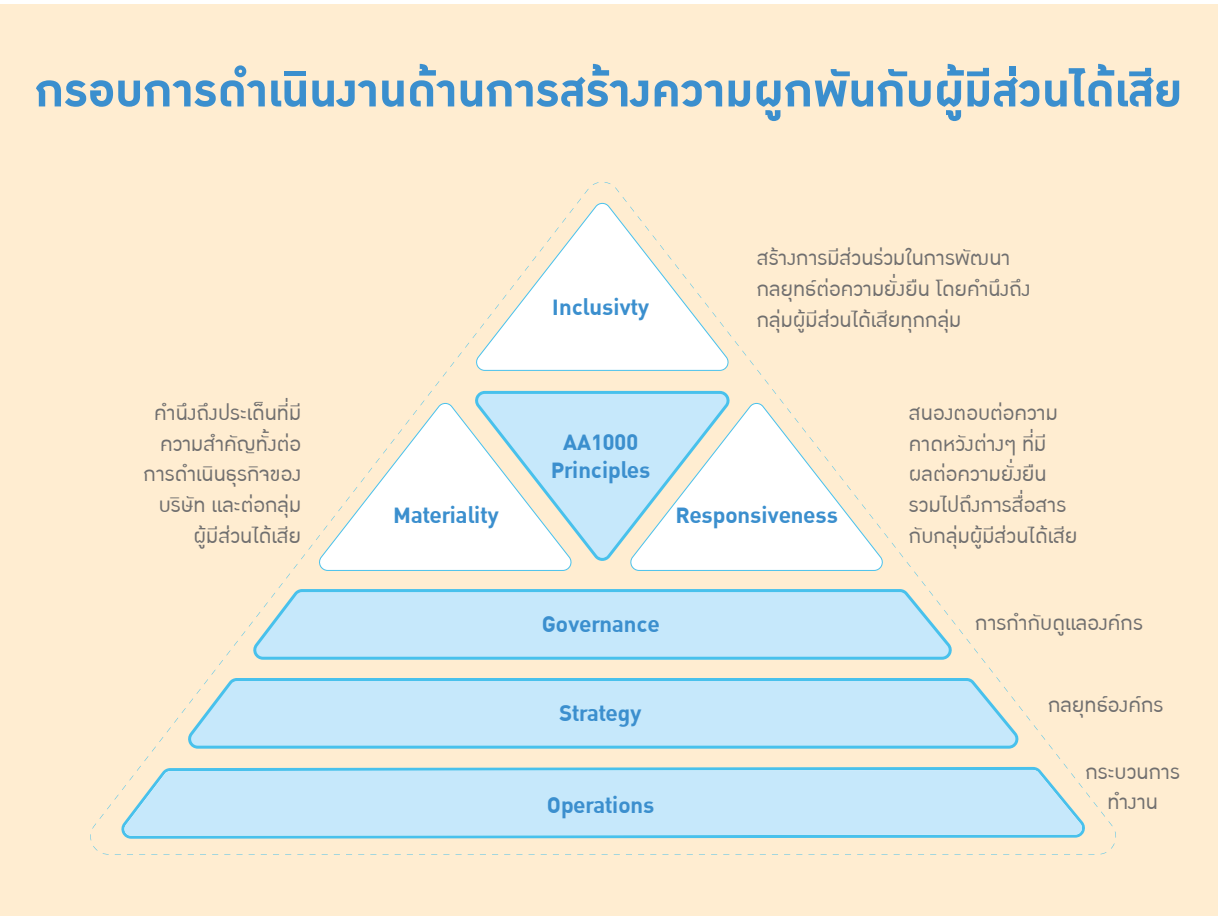
SDG 17 ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

17.16 ยกระดับหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลกเพื่อ
การพัฒนาที่ยั่งยืน
17.17 สนับสนุนความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพ

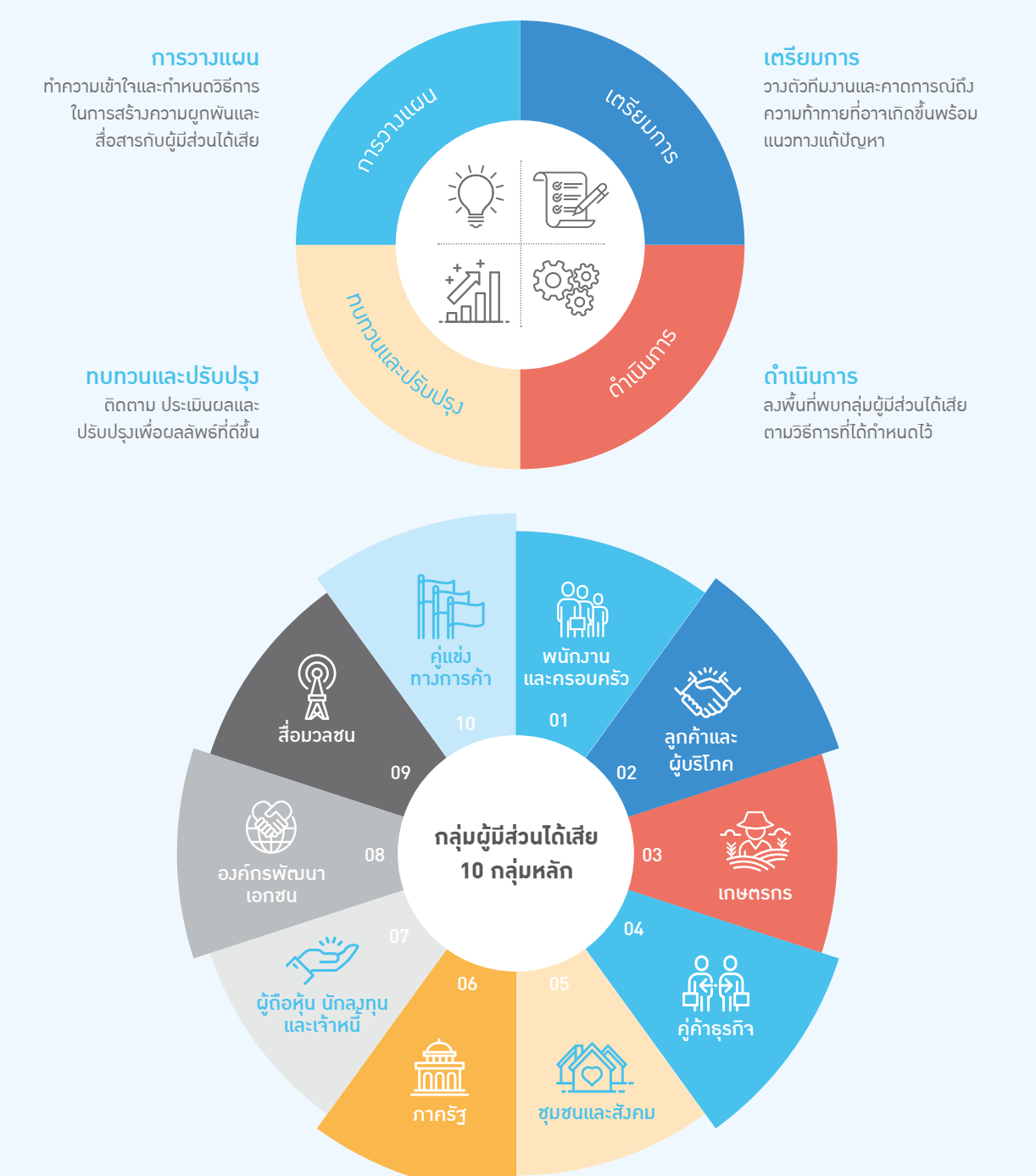
แนวทางการบริหารจัดการ

เครือเจริญโภคภัณฑ์สร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียตามกรอบการดำเนินงานด้านการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย ประยุกต์ใช้หลักการของมาตรฐาน AA1000 โดยมีจุดประสงค์ให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย และทำให้การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียเป็นส่วนหนึ่งของการกำกับดูแลองค์กร กลยุทธ์ และกระบวนการทำงาน โดยผู้มีส่วนได้เสียของเครือฯ ยังคงประกอบด้วย 10 กลุ่มสำคัญ โดยมีการกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียใหม่ คือให้กลุ่มผู้ถือหุ้น นักลงทุน และเจ้าหน้าที่เป็นกลุ่มเดียวกัน และดึงกลุ่มเกษตรกรแยกออกมาจากกลุ่มคู่ค้า เนื่องจาก

เกษตรกรเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่จำเป็นต้องมีกระบวนการสร้างความผูกพันที่ค่อนข้างเฉพาะ สำหรับการจัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปี 2561 เครือฯ ได้รวบรวมประเด็นและข้อคิดเห็นซึ่งครอบคลุมมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนร่วมจัดลำดับความสำคัญของประเด็นดังกล่าว นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทในเครือฯ ยังได้ดำเนินการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียถึงมุมมองต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท และได้้นำประเด็นที่มีนัยสำคัญมาใช้ในการกำหนดแนวทางการตอบสนองความต้องการกับผู้มีส่วนได้เสีย และสร้างความผูกพันอย่างสอดคล้องในทิศทางเดียวกันทั้งองค์กร



กระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย



กรอบการดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสีย

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางในการสร้างความผูกพัน	
 พนักงานและครอบครัว	- Intranet และวารสารภายใน - สำรวจความคิดเห็นพนักงาน - ผู้บริหารพบพนักงาน	- การประชุมนำเสนอผลงานนวัตกรรม - กิจกรรมจิตอาสา - ช่องทางรับฟังความคิดเห็น
 ลูกค้าและผู้บริโภค	- สำรวจความคิดเห็นลูกค้า - ออกเยี่ยมลูกค้า - พบปะและประชุม	- จัดทำเว็บไซต์และวารสารสำหรับผู้บริโภค - ศูนย์รับข้อร้องเรียนลูกค้า - ศูนย์ผู้บริโภค
 เกษตรกร	- ออกเยี่ยมเกษตรกร - สำรวจความคิดเห็นเกษตรกร - การประชุมร่วมกับเกษตรกร	- ศูนย์ส่งเสริมเกษตรกร - จัดทำเว็บไซต์และจุลสารเพื่อเกษตรกร
 คู่ค้าธุรกิจ	- ประชุมร่วมกับคู่ค้าธุรกิจ - เยี่ยมเยียนคู่ค้า พร้อมรับฟังความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียน	- ร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรม - ตรวจประเมินให้คำปรึกษา/บริการวิชาการ - โครงการสร้างเสริมศักยภาพ
 ชุมชนและสังคม	- เวทีรับฟังความคิดเห็น - สานเสวนาและเข้าพื้นที่เยี่ยมเยียนอย่างสม่ำเสมอ	- เปิดช่องทางรับข้อร้องเรียน - จัดกิจกรรมส่งเสริมคุณภาพชีวิต
 ภาครัฐ	- ร่วมมือและสนับสนุนการริเริ่มและพัฒนา - โครงการและกิจกรรมสร้างสรรค์ประโยชน์	- การร่วมสนับสนุนนโยบายสาธารณะ - การร่วมประชุม ร่วมพบปะพูดคุย - รับการตรวจเยี่ยมกิจการ
 ผู้ถือหุ้น นักลงทุน และเจ้าหนี้	- ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี - เยี่ยมชมกิจการ - จดหมายถึงเจ้าหนี้	- สำนักลงทุนสัมพันธ์ - การแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน - สื่อสารผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น เว็บไซต์
 องค์การพัฒนาเอกชน	รับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์รวมถึงการประชุมเพื่อดำเนินงานร่วมกัน	สนับสนุนการทำงานเป็นเครือข่าย
 สื่อมวลชน	- ดำเนินกิจกรรมการสื่อสารกับสื่อมวลชนผ่านเครื่องมือสื่อสารในทุกรูปแบบ - นำคณะสื่อมวลชนเยี่ยมชมกิจการ	- การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารกับสื่อมวลชน - สนับสนุนและมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสื่อมวลชน
 คู่แข่งทางการค้า	การประชุมร่วมกับองค์กรกลาง อาทิ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อและเวทีสาธารณะ

วิธีการตอบสนอง	Case Study	
- ปฏิบัติต่อพนักงานตามหลักสิทธิมนุษยชน - พัฒนาศักยภาพพนักงาน - รักษาพนักงานที่เก่งและดี	- พัฒนาระบบบริหารงานบุคคล - ดำเนินงานตามมาตรฐานแรงงานไทย	Case study 1, 3, 21, 23, 25 และ 32
- พัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการที่ได้มาตรฐาน - จัดทำระบบประกันคุณภาพตั้งแต่วัตถุดิบต้นทางจนถึงลูกค้า	สื่อสารให้ลูกค้าและผู้บริโภคเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการผ่านหลากหลายผลิตภัณฑ์และรักษาความลับของลูกค้า	Case study 2, 14, 16, 27, 31, 33, 34 และ 46
- จัดทำสัญญาที่เป็นธรรม ตามกฎหมาย - ประกันรายได้ จัดหาตลาด และช่องทางจำหน่ายให้กับเกษตรกร	สื่อสาร ให้ความรู้ที่จำเป็นอย่างถูกต้อง เหมาะสม และเพียงพอต่อเกษตรกร	Case study 6, 7, 12, 15, 34, 35, และ 39-46
ปฏิบัติต่อคู่ค้าทุกรายด้วยความเสมอภาคและยุติธรรมตามข้อตกลง/จรรยาบรรณทางธุรกิจ	- พัฒนาข้อกำหนดการตรวจประเมินคู่ค้าตามนโยบายด้านการจัดหายั่งยืน - สื่อสารให้คู่ค้าเข้าใจข้อกำหนดต่างๆ	Case study 6, 7, 9, 10, 11, 24, 27, 29, 31, 33 และ 39-46
ส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อยให้สามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและปลอดภัย	- ส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิตให้กับผู้คนในสังคม - จัดทำแผนมวลชนสัมพันธ์เน้นการมีส่วนร่วม	Case study 5, 8, 12, 13, 17-22, 26, 29-33, 35-42 และ 45
- ปฏิบัติตามกฎหมาย/ระเบียบที่เกี่ยวข้อง - สนับสนุนการตรวจประเมินของภาครัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืน	ติดตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องและนำมาบังคับใช้ในการดำเนินงาน สนับสนุนให้ความร่วมมืออันเป็นประโยชน์ต่อประเทศ	Case study 4, 5, 8, 23, 24, 28 และ 46
- ปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมายหลักธรรมาภิบาล - วัตถุประสงค์และข้อบังคับบริษัท รวมถึงมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น	- ปฏิบัติตามเงื่อนไขอย่างเคร่งครัด - รับฟังความคิดเห็นสะท้อนกลับจากผู้ถือหุ้นและนักลงทุน	Case study 24, 26, 29 และ 30
- ประสานงานในพื้นที่เพื่อแก้ปัญหาร่วมกัน - รับฟังข้อชี้แนะจากองค์กรพัฒนาเอกชนและนำมาใช้ในการกำหนดแนวทางดำเนินงาน	สนับสนุนงานวิจัยที่ต้องใช้เทคโนโลยีการสื่อสารมาสนับสนุน เช่น เครื่องมือ Video Call กับแพทย์ผู้ป่วยฉุกเฉินในรพพยาบาล	Case study 4, 5, 14, 24, 27, 29-31 และ 38-42
- ปฏิบัติต่อสื่อฯ ด้วยความสัมพันธ์อันดี - ให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง	เป็นประโยชน์บนพื้นฐานข้อเท็จจริงและกันต่อเหตุการณ์เพื่อการเผยแพร่สู่สาธารณชนอย่างเป็นทางการ	Case study 4, 5, 15, 16, 22-24, 27, 28, 30 และ 33
- ปฏิบัติตามกฎกติกา/จริยธรรมการแข่งขันที่ดี - จัดให้มีระบบการควบคุมดูแลให้มีการดำเนินการใดๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งความลับทางการค้าของคู่แข่ง	โดยวิธีการที่ผิดกฎหมาย ไม่ทำลายชื่อเสียงคู่แข่ง ด้วยการให้ร้ายโดยปราศจากความจริง	Case study 5, 10 และ 27



การรับฟังเสียงจากผู้มีส่วนได้เสีย

Listen to Our Stakeholders



“งานฟื้นฟูทะเลอย่างยั่งยืนต้องมาคู่กับพลังชุมชน สร้างให้ชุมชนมาร่วมดูแลทะเล”

นายบรรณ นะแสง
นายกสมาคมรักทะเลไทย

แนวทางปฏิบัติ

เชื่อมั่นว่า “ให้งานของเราพูดดีที่สุด” ควรสื่อสารประชาสัมพันธ์ผลงานเมื่อบรรลุผลสำเร็จแล้ว อย่างโครงการปะการังเทียมเพื่อฟื้นฟูการประมงชายฝั่งอย่างยั่งยืน เป็นต้น

การที่เครือฯ เป็นองค์กรใหญ่ แต่ละกลุ่มธุรกิจก็มีหน่วยงานความยั่งยืน จึงควรผนึกกำลังกัน ไม่แบ่งแยกว่าเป็นงานของคนนั้นคนนี้ และต่อไปถ้าเครือฯ ขยายกิจกรรมฟื้นฟูทะเลไปยังประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้จะเป็นเรื่องใหญ่มาก ยกตัวอย่างเช่น ฟิลิปปินส์ อาจจะจับมือกับอาจารย์มหาวิทยาลัยสร้างเครือข่ายร่วมกัน เป็นเรื่องที่ดี แสดงให้เห็นว่าโลกทัศน์เราเปิดกว้าง ไม่ใช่ทำแต่ทะเลไทย



ความรู้สึกต่อเครือเจริญโภคภัณฑ์

จากการที่ได้รับรางวัลเหรียญทองให้ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสัตว์ เลิกซื้อปลาปนจากเรืออวนลากเพื่อนำมาเป็นส่วนประกอบสำคัญในการผลิตอาหารสัตว์ เพราะผู้ได้รับผลกระทบคือชาวประมงพื้นบ้าน ทำให้ได้เจรจากับคุณศุภชัย เจียรวนนท์ (ประธานคณะผู้บริหาร เครือเจริญโภคภัณฑ์) ซึ่งการพูดคุยครั้งแรกถือว่าล้มเหลวเพราะต่างฝ่ายต่างมีข้อมูลไม่ตรงกัน ต่อมาได้เจอกันครั้งที่สองจึงได้เห็นความจริงใจ เพราะคุณศุภชัยได้ประกาศจะฟื้นฟูทะเลไทยอย่างยั่งยืน และมีนโยบายยกเลิกซื้อปลาปน By Catch จากอวนลาก อวนรุน แต่จะรับซื้อแบบ By Products ซึ่งรับต่อเนื่องมาจากโรงงานปลากระป๋อง ถือว่าเป็นความกล้าหาญ เพราะรู้ว่าจะทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้นพอสมควร

ดำเนินงานอย่างมีกลยุทธ์

การที่เครือเจริญโภคภัณฑ์จะฟื้นฟูทะเลไทยอย่างยั่งยืนนั้นจะต้องทำ 4 เรื่องสำคัญ คือ (1) ด้านนโยบายร่วมกับภาครัฐ (2) งานชุมชน งานฟื้นฟูทะเลอย่างยั่งยืนต้องมาคู่กับ “พลังชุมชน” สร้างให้ชุมชนมาร่วมดูแลทะเล (3) งานวิจัยทางวิชาการ ที่ไม่ได้ทำอยู่คนเดียว แต่ต้องมีแนวร่วมที่หลากหลาย สร้างงานวิจัยแวดล้อมทั้งที่อาจเป็นด้านลบและด้านบวก (4) การสื่อสารสู่สาธารณะ ที่ลำพังเพียงสื่อที่เครือฯ มีอยู่อาจจะไม่เพียงพอ



“เครือฯ ต้องพิสูจน์ตัวเอง และต้องรับภาระเพิ่ม... ต้องทำการสื่อสารร่วมกับเกษตรกรและชุมชน”

นายประยงค์ ดอกลำไย
เลขาธิการคณะกรรมการประสานงาน
องค์กรพัฒนาเอกชนภาคเหนือ
(อป.อพช.)

ความรู้สึกต่อเครือเจริญโภคภัณฑ์

ในช่วง 2-3 ปี ที่ผ่านมามีความตั้งใจและความเปลี่ยนแปลงหลายอย่างที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไข ทั้งเรื่องการส่งเสริมเกษตรกรระบบเกษตรพันธสัญญา และการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ แต่การที่เครือฯ ทำธุรกิจมานาน กลายเป็นองค์กรขนาดใหญ่ในอุตสาหกรรมด้านการเกษตร จึงต้องใช้ความพยายามขึ้นอีกในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับคนบางกลุ่มในสังคมที่ยังหวาดระแวงบริษัทขนาดใหญ่ ประกอบกับปัญหาที่มีความเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรรมและทรัพยากรธรรมชาติ เป็นปัญหาใหญ่ระดับชาติที่มีความซับซ้อน มีผลกระทบในวงกว้าง การจะตอบโจทย์ทั้งหมดหรือเปลี่ยนแปลงแบบพลิกฝ่ามือย่อมเป็นไปไม่ได้

ความคาดหวัง

เครือฯ มีพัฒนาการที่ดีในการปรับปรุงระบบสัญญา รวมถึงการจ่ายเบี้ยประกันความเสี่ยงให้เกษตรกร แต่ยังคงต้องทำต่อ อยากเห็นการยกระดับเกษตรกรไปสู่ความเป็นหุ้นส่วนมากยิ่งขึ้น และการรับรู้ของสังคมยังมีน้อย ควรมีเวทีให้เกษตรกรได้เป็นคนพูดเองว่า ได้เห็นการเปลี่ยนแปลงอะไรอย่างชัดเจนบ้าง ทั้งกับตัวเองและการเปลี่ยนแปลงในระดับชุมชน

จากปัญหามลพิษจากฝุ่นละอองขนาดเล็ก (PM 2.5) ทางภาคเหนือของไทยที่มักเกิดขึ้นในช่วงต้นปี แม้ว่าโดยข้อเท็จจริงสาเหตุหลักจะมาจากประเทศเพื่อนบ้านและไฟป่าในพื้นที่ป่าอนุรักษ์หรือป่าสงวน มีเพียงส่วนน้อยที่เกิดจากพื้นที่เกษตร แม้ว่าเครือฯ ประกาศไม่รับซื้อข้าวโพดในพื้นที่ปัญหา ทำให้หลุดจากข้อกล่าวหา แต่เกษตรกรยังได้รับผลกระทบ เครือฯ จึงต้องผลักดันต่อ อย่ายังไว้สัปดาห์ต่อไปเพื่อปกป้องตนเองเท่านั้น และควรมีระบบกลางในการตรวจสอบเพื่อสร้างความเชื่อมั่น

ข้อเสนอแนะ

เมื่อโครงการต่างๆ ที่เครือฯ ไปสนับสนุนเริ่มประสบความสำเร็จแข็งแรงขึ้น อย่างโครงการน้ำพางโมเดล ที่มุ่งให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีรายได้ที่มั่นคง สามารถช่วยฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของชุมชนในการจัดการที่ดินและทรัพยากร และเป็นพื้นที่ต้นแบบสำหรับการขับเคลื่อนทางนโยบายเพื่อการจัดการป่าไม้และที่ดินอย่างเป็นธรรม ก็ควรจะมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในวงกว้างให้มากขึ้น

นอกจากนี้ การที่เครือฯ ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจในภาคการเกษตรที่มีเกษตรกรอีกจำนวนมากที่อยู่ในสภาวะยากจน จึงต้องมีส่วนร่วมในการหาทางออกให้กับปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคม ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและลดความหวาดระแวงของสังคมที่มีต่อองค์กรได้ด้วย





“สร้างโครงการที่เป็นคุณค่าร่วมระหว่างภาคธุรกิจ ภาครัฐ และภาคประชาชน ทำให้เกิดการยกระดับการสร้างเชื่อมั่นศรัทธา (Trust) สร้างความเป็นหุ้นส่วน (Partnerships) และมุ่งมั่นทำให้เกิด”

ดร.เพ็ญศักดิ์ มกรภิรมย์
ที่ปรึกษาศูนย์ศึกษาและพัฒนาสันติวิธี
มหาวิทยาลัยมหิดล และนักวิชาการ
อิสระด้านสิทธิมนุษยชน

ความรู้สึกต่อเครือเจริญโภคภัณฑ์

ปัจจุบันเครือฯ ขยายธุรกิจออกไปไม่ใช่แค่เกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร แต่เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตคน ทำทุกเรื่องที่เป็นความอยู่รอดและคุณภาพชีวิตคน บทบาทของเครือฯ จึงไม่ใช่การพัฒนาชนบทเพียงอย่างเดียว แต่ต้องมาดูแลการพัฒนาเมืองด้วย นอกจากนี้ ในการระดมกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลักของเครือฯ ในการรายงานความยั่งยืน ยังเห็นภาพเกษตรกรไม่ชัดเจน ถึงแม้ว่าเกษตรกรจะเป็นทั้งคู่ค้า ลูกค้า และชุมชน การสร้างความเป็นหุ้นส่วน (Partnerships) ยังน้อยอยู่ เวลาเกิดปัญหาต่างๆ แม้จะมีการชี้แจงแต่ไปไม่ถึงถึง ยังไม่เป็นการสื่อสารอย่างมีพลังที่ต้องวิเคราะห์ปัญหา ให้ข้อมูลที่ถูกเวลาและถูกจุด เรื่องทะเลเครือฯ ทำได้ดี แต่พอปัญหาปลาปนหมดไป ต้องหาประเด็นสำคัญร่วมกันที่ใหญ่ขึ้นในการดำเนินงานต่อ

ความคาดหวัง

เครือฯ ต้องทำงานเรื่องสังคมอีกมากมาย สื่อสารให้สังคมเข้าใจข้อเท็จจริง ช่วยกันแก้ปัญหา โดยสร้างโครงการที่เป็นคุณค่าร่วมระหว่างภาคธุรกิจ ภาครัฐ และภาคประชาชน ทำให้เกิดการยกระดับการสร้างเชื่อมั่นศรัทธา สร้างความเป็นหุ้นส่วน และมุ่งมั่นทำให้เกิด ยกตัวอย่าง เช่น

- การทำย่านรัชดาภิเษก เป็น Smart City (เมืองอัจฉริยะ) และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

- การทำพื้นที่เขาใหญ่ให้ชุมชน คน และสัตว์ สามารถอยู่ร่วมกัน อยากจะเห็นการเติมเต็มในการรายงานฯ เรื่องคุณค่าของเครือฯ ที่มีต่อสังคม โดยเฉพาะเรื่องความยากจน ความเหลื่อมล้ำ การสร้างรายได้

ข้อเสนอแนะ

เครือฯ มีโครงการตัวอย่างที่ดีอย่างหมู่บ้านเกษตรกรรมหนองหว้า และกำแพงเพชร แต่ไม่ควรหยุดแค่นั้น ควรขยายการพัฒนาหมู่บ้านนวัตกรรมเกษตรและประมง ที่แสดงให้เห็นจริงๆ ว่าสามารถเปลี่ยนจากชุมชนที่ไม่รอดให้อยู่ได้ มีการจัดการกับปัญหาที่เกี่ยวข้องกับหลายเรื่อง (Cross-cutting Issues) อย่างไร พร้อมกับการตอบโจทย์เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ควร ‘สร้างกระบวนการกลุ่ม’ ทำเรื่องที่มีผลกระทบต่อคน โดยเฉพาะระดับล่างมากๆ เพื่อช่วยจัดความยากจนตามเป้าหมายความยั่งยืน (SDG 1)



“เมื่อเครือฯ จะนำกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนไปสู่การปฏิบัติ ต้องคิดเสมอว่าทำอย่างไรจะทำให้ทุกคนในห่วงโซ่อุปทานสามารถเดินไปด้วยกัน”

นางสาวสฤณี อาชวานันทกุล
กรรมการผู้จัดการด้านการพัฒนาความรู้
บริษัท ปาสาละ จำกัด

ความรู้สึกต่อเครือเจริญโภคภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ไม่ใช่แค่บริษัทใหญ่ แต่เป็นกลุ่มบริษัทระดับโลก (Global Conglomerates) ซึ่งในขนาดใหญ่และดำเนินธุรกิจหลากหลายเป็นเรื่องยากอยู่แล้วที่จะทำเรื่องความยั่งยืนที่ครอบคลุม ประเด็นที่ต้องตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสียอาจมี 2 ระดับคือ ระดับโลกและระดับท้องถิ่นในประเทศ นอกจากนี้ มุมมองของคนในสังคมมักมองเครือฯ ในภาพยักษ์ใหญ่ มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายต่างๆ ที่ทำอะไรก็จะส่งผลกระทบต่อสังคมสูง ทำให้เครือฯ ต้องให้ความสำคัญกับการแสดงความจริงใจ สร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสียมากยิ่งขึ้น

กลยุทธ์การดำเนินงาน

เครือฯ มีวิสัยทัศน์ด้านความยั่งยืน 3 ด้านเป็นแนวทางในการดำเนินงานแล้ว สิ่งที่ต้องมีความชัดเจนเพิ่มขึ้นคือกลยุทธ์ที่จะให้ระดับความสำคัญกับเรื่องใดมากน้อย เลือกที่จะทำอะไร ไม่ทำอะไร และกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน มีการสื่อสารความก้าวหน้าในการดำเนินงาน และต้องระวังอย่าให้เกินจริง

สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

ถ้าเรามีกระบวนการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียจะทำให้รู้ตัวก่อน ที่ผ่านมาเครือฯ ยังเป็นลักษณะของ Feedback มากกว่า Proactive อย่างไรก็ตาม ช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา เห็นได้ว่าเครือฯ

มีการพูดคุยกับผู้มีส่วนได้เสียภายนอกมากขึ้น ซึ่งเป็นแนวโน้มที่ดี แต่ถ้าเครือฯ ทำให้มากขึ้นก็จะเข้าใจว่าทำไมเค้าถึงคิดแบบนี้ และเป็นองค์ประกอบสำคัญของการกำหนดกลยุทธ์ ที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียที่แท้จริง

ร่วมสร้างความเข้มแข็งไปด้วยกัน

เมื่อเครือฯ จะนำกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนไปสู่การปฏิบัติต้องคิดเสมอว่าทำอย่างไรจะทำให้ทุกคนในห่วงโซ่อุปทานสามารถเดินไปด้วยกัน มีกระบวนการในการเสริมสร้างความสามารถ (Capacity Building) รองรับ

นอกจากนี้ เครือฯ ยังควรมีส่วนร่วมสนับสนุนให้ภาครัฐมีความเข้มแข็งมากขึ้น โดยอาจจะใช้วิธี ‘แนวร่วม’ คือร่วมกับหลายๆ บริษัทในการเสนอนโยบายสาธารณะที่คิดว่าเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม อย่างต่างประเทศที่มีการผลิต White Paper ในนามของหลายๆ บริษัทร่วมกัน เป็นการให้ข้อมูลความรู้ต่อสาธารณะ



การร่วมมือกับพันธมิตร เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืน *Partnership for Sustainable Development*

เมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2561 สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทยเข้าร่วมงานประกาศวาระแห่งชาติ ‘สิทธิมนุษยชนร่วมขับเคลื่อน Thailand 4.0 เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน’ จัดโดยกระทรวงยุติธรรม กระทรวงต่างประเทศ ณ ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล โดยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ให้เกียรติเป็นประธานเปิดงาน โดยมีผู้แทนจากภาครัฐ เอกชน ราชทูตนานาชาติ องค์กรระหว่างประเทศ ภาคประชาสังคม และตัวแทนเยาวชน เข้าร่วมงานประมาณ 300 คน รวมถึงนายคุชัย เจียรวนนท์ ประธานสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย พร้อมผู้แทนสมาชิกเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กจาก 15 องค์กรภาคเอกชน

ตามที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เข้าร่วมเป็นภาคีในข้อตกลงแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact: UNGC) ตั้งแต่ปี 2559 โดยมีเจตนารมณ์ในการมีส่วนร่วมปฏิบัติตามหลักสากล 10 ประการ ครอบคลุมประเด็นหลัก 4 ด้าน ได้แก่ สิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต้านทุจริต และยังเป็น 1 ใน 15 องค์กรภาคเอกชนผู้ร่วมก่อตั้งสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็ก (Global Compact Network Association) ในประเทศไทย โดยได้เปิดตัว ‘สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย’ อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2561 เพื่อรวมพลังภาคเอกชนสร้างประวัติศาสตร์หน้าใหม่ขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน



“การรวมตัวกันของภาคเอกชนจากทุกกลุ่มอุตสาหกรรมจะก่อให้เกิดพลังยิ่งใหญ่ในการขับเคลื่อนธุรกิจได้อย่างยั่งยืนและเสริมแกร่งให้ภาคธุรกิจไทยสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ด้วย”

นายบัน คี มูน
อดีตรัฐมนตรีต่างประเทศ

บริบทที่ท้าทาย แต่ยังมีโอกาสอีกมาก

ทุกวันนี้โลกกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ซึ่งเป็นผลมาจากความไม่แน่นอนและความเสี่ยงต่างๆ ที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น นำไปสู่ความไม่มั่นคง และความท้าทายรอบด้าน แม้โลกจะเผชิญการเปลี่ยนแปลงมากมาย แต่ก็ยังมี ‘โอกาส’ ใหม่ๆ ที่จะช่วยให้ภาคธุรกิจก้าวทันความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงได้

พันธมิตรจะช่วยผลักดันให้สำเร็จได้

การที่จะบรรลุเป้าหมายและสร้างโอกาสใหม่ๆ ได้นั้น องค์กรเดียวเพียงลำพังไม่สามารถจะทำได้สำเร็จ ต้องจับมือร่วมกันทำงานในรูปแบบของพันธมิตร เนื่องจากการร่วมมือกันระหว่างภาคส่วนต่างๆ จะผลักดันให้เกิดพลังและช่วยเชื่อมโยงองค์ประกอบต่างๆ ให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ดังความสำเร็จของ UN Global Compact ตลอด 10 ปี ที่ตนดำรงตำแหน่งเลขาธิการสหประชาชาติ ครอบคลุมทั้งเรื่องการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ การสร้างพลังให้กับสตรี การส่งเสริมสิทธิมนุษยชน สันติภาพ การศึกษา และหลักนิติธรรม

ความรับผิดชอบเป็นเรื่องสำคัญของทุกองค์กร

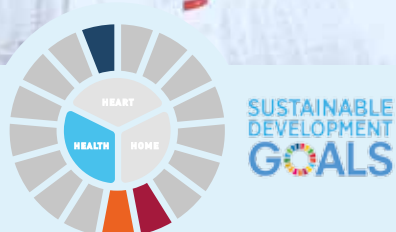
ในช่วง 40 ปีที่ผ่านมา ภาคธุรกิจไทยทั้งบริษัทขนาดใหญ่ไปจนถึงขนาดกลางและขนาดเล็ก มีพัฒนาการเรื่องการทำธุรกิจอย่างยั่งยืนอย่างน่าประทับใจ รวมทั้งมีการพัฒนาสู่ประเทศที่มีรายได้ระดับสูงขึ้น ขณะที่ภาพการส่งออกรวมถึงอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและบริการเติบโตขึ้นมาก ซึ่งความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่นี้ ต้องมาพร้อมกับความรับผิดชอบที่ยิ่งใหญ่ด้วยเช่นกัน

ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่สำคัญมากสำหรับธุรกิจในยุคปัจจุบัน เมื่อภาคธุรกิจแสดงความรับผิดชอบในสิ่งนี้ ก่อให้เกิดความร่วมมือระดับนานาชาติ เพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จในด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

มนุษย์ต้องปรับตัวเข้ากับธรรมชาติที่เปลี่ยนแปลงไป และทำธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เชื่อมั่นว่าสมาคมฯ นี้จะทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางสร้างความร่วมมือเพื่อสร้างโลกให้ดีขึ้น และเต็มไปด้วยโอกาสใหม่ๆ สำหรับธุรกิจ

INNOVATION

การบริหารจัดการนวัตกรรม



ความท้าทาย

ความท้าทายของเศรษฐกิจในยุค 4.0 คือความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มีทิศทางใหม่ๆ ที่เป็นทิศทางระดับโลกที่เครือข่ายต้องปรับตัวตาม ไม่เว้นแม้แต่ในอุตสาหกรรมเกษตร ยิ่งไปกว่านั้นบริบทในการดำเนินธุรกิจ ให้ความสำคัญกับเรื่องการค้าถึงสังคม และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น นวัตกรรมจึงเป็นสิ่งที่เครือข่ายภาคีภาคีให้ความสำคัญและเชื่อมั่นว่าจะช่วยขับเคลื่อนธุรกิจไปข้างหน้าอย่างยั่งยืน ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว รวมถึงการสร้างคุณค่าให้สังคม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กัน เครือข่ายภาคีภาคี จึงมุ่งมั่นวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมเพื่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เรามุ่งมั่นทุ่มเท ทั้งการสร้างนวัตกรรมแบบปิด และนวัตกรรมแบบเปิด เพื่อสร้างศักยภาพให้เกิดขึ้นกับองค์กรและสังคมอย่างแท้จริง ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของพนักงาน โดยปลูกฝังนิสัยและสร้างเสริมทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลง มุ่งสู่การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และแสวงหานวัตกรรมอยู่ตลอดเวลาในการทำงาน โดยการสร้างให้เกิดบรรยากาศการคิดสร้างสรรค์ แบ่งปัน และฝึกกำลังระหว่างพนักงานภายในเครือข่าย เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรมทั่วทั้งองค์กร

ผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมาย เป้าหมายปี 2563 (ประเทศไทย)

50%

เพิ่มมูลค่านวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และกระบวนการเทียบกับปีฐาน พ.ศ. 2559

ความก้าวหน้า

0%  100%

ปี 2561: มูลค่านวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการที่ได้รับการคัดเลือกจากมหกรรมนวัตกรรมบ๊วบาน เพิ่มขึ้นเป็น 7,921 ล้านบาท จากปีฐาน 4,058 ล้านบาท

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2561



มูลค่านวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และกระบวนการ

7,921 ล้านบาท



จำนวนผลงานนวัตกรรม

2,249 ผลงาน

ที่เข้าร่วมมหกรรมนวัตกรรมบ๊วบาน



ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา

17,533 ล้านบาท

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG 8 งานที่เหมาะสม และการเติบโตทางเศรษฐกิจ

8.2 สร้างความหลากหลาย นวัตกรรม และยกระดับผลิตภาพทางเศรษฐกิจ



SDG 9 อุตสาหกรรม นวัตกรรม และโครงสร้างพื้นฐาน

9.5 เพิ่มพูนการวิจัยและยกระดับเทคโนโลยีของภาคอุตสาหกรรม

9.B สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีภายในและความหลากหลายของอุตสาหกรรม



SDG 17 ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

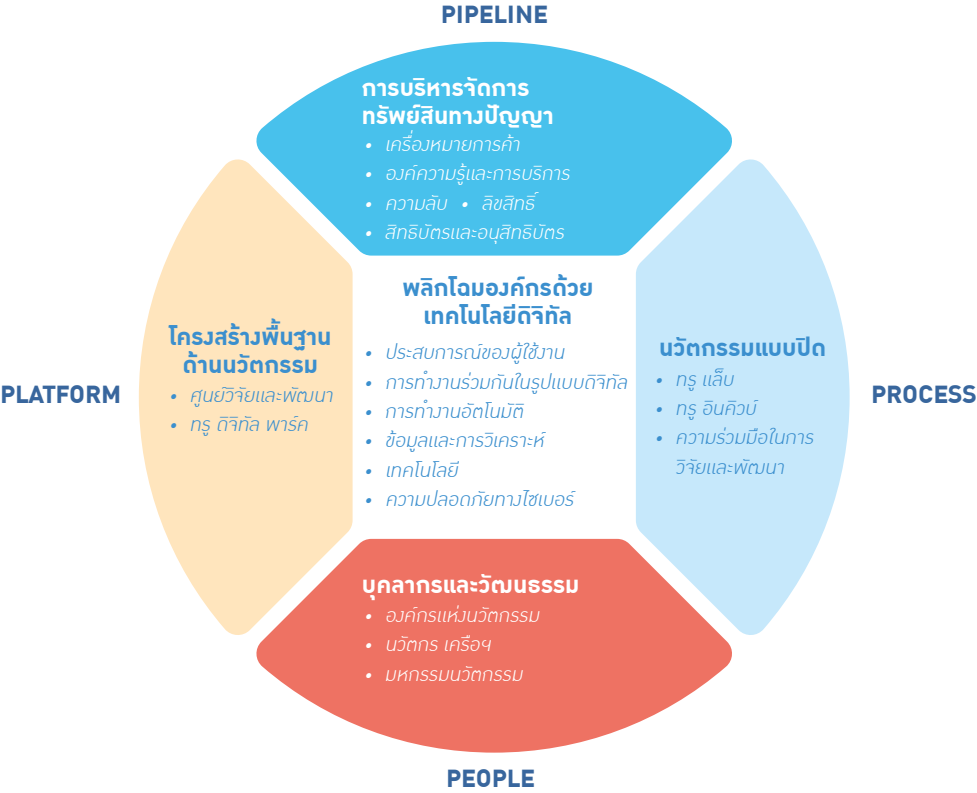
17.17 สนับสนุนความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพ

แนวทางการบริหารจัดการ

เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล หรือยุค 4.0 เครือเจริญโภคภัณฑ์เชื่อว่านวัตกรรมจะเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้เราก้าวทันการเปลี่ยนแปลงในระดับโลกหรือ Mega Trend จึงได้ดำเนินการตามกรอบการบริหารจัดการด้านนวัตกรรมของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ประกอบด้วยการสร้างแพลตฟอร์ม (Platform) การพัฒนาบุคลากรและวัฒนธรรมองค์กร (People) พัฒนาระบบการ (Process) ได้แก่นวัตกรรมแบบเปิด และการบริหารจัดการทรัพยากรทางปัญญา (Pipeline) ซึ่งพื้นฐานสำคัญคือการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อพลิกโฉมองค์กร เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มุ่งสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมทั่วทั้งองค์กร นอกจากนี้ยังมีการใช้เทคโนโลยี

ที่ทันสมัย ได้แก่ โบโเทคโนโลยี เช่น การพัฒนาเมล็ดพันธุ์ที่ทนต่อสภาพอากาศ นาโนเทคโนโลยี เทคโนโลยีชีวภาพ เช่น ดาวเทียมเพื่อการเกษตร ในการระบุเขตสีและแร่ธาตุในดิน วิทยาการหุ่นยนต์และดิจิทัล เช่น การตรวจสอบย้อนกลับ และเครือข่ายการเก็บข้อมูล (Traceability and Block Chain) เหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญที่เครือฯ มุ่งมั่นพัฒนาสร้างบรรยากาศภายในองค์กร รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดนวัตกรรมที่จะรองรับการเปลี่ยนแปลงตามทิศทางของโลก โดยเครือเจริญโภคภัณฑ์ขับเคลื่อนการสร้างนวัตกรรมโดยการจัดให้มีผู้รับผิดชอบและเป้าหมายที่ชัดเจนของกลยุทธ์ต่างๆ ในการสร้างนวัตกรรม เพื่อให้สามารถวัดผลอย่างเป็นรูปธรรม

กรอบการบริหารจัดการนวัตกรรม เครือเจริญโภคภัณฑ์



Digital Transformation การพลิกโฉมองค์กรด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

หนึ่งในวิสัยทัศน์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์คือการสร้างคุณค่าให้กับทุกชุมชนและทุกประเทศที่เราเข้าไปดำเนินธุรกิจ และเป็นศูนย์กลางเทคโนโลยีระดับภูมิภาค ดังนั้น เครือฯ จึงต้องมีการเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกโฉมในหลายด้าน หนึ่งในนั้นคือการพลิกโฉมองค์กรด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อก่อให้เกิดแรงขับเคลื่อน โดยสามารถนำข้อมูลจำนวนมากมาวิเคราะห์อย่างมีประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต การจัดการตลาด การบริการลูกค้า การขยายธุรกิจและการลงทุนในอนาคต โดยการทำงานร่วมกับกลุ่มธุรกิจทั่วทั้งองค์กร และกำหนดตัวชี้วัดอย่างชัดเจน เพื่อให้การดำเนินงานเรื่องนี้ในทุกกลุ่มธุรกิจสอดคล้องและมุ่งไปยังเป้าหมายเดียวกัน โดยแบ่งเป็น 6 โดเมนหลัก

ประสบการณ์ผู้ใช้
(User experience)

สร้างและกำหนดแบบความเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคเชิงลึก เพื่อก่อให้เกิดคุณค่าที่สูงขึ้น

การทำงานร่วมกันแบบดิจิทัล
(Digital workplace)

ปรับโครงสร้าง คน กระบวนการ เพื่อเพิ่มความคล่องตัว เสริมการทำงานร่วมกัน และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

การทำงานอัตโนมัติ
(Automation)

ทำให้กระบวนการปฏิบัติงานเป็นอัตโนมัติและปฏิรูปกระบวนการทางธุรกิจทั้งหมด เพื่อให้เกิดผลลัพธ์แบบครบวงจร

ข้อมูลและการวิเคราะห์
(Data & Analytics)

สร้างองค์กรแห่งข้อมูลเพื่อปลดล็อกการสร้างรายได้และเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

เทคโนโลยียุคหน้า
(Next Gen Technology)

สร้างต้นแบบและสถาปัตยกรรมด้านไอทีที่ช่วยเพิ่มความรวดเร็วในการพัฒนาข้อเสนอต่อลูกค้า พร้อมกับพัฒนาโครงสร้างของระบบหลัก

ความปลอดภัยของไซเบอร์
(Cyber Security)

การสร้างความยืดหยุ่นทางดิจิทัล เพื่อปกป้องทรัพย์สินภายใน ในแง่ของความสามารถทางเทคนิคและวัฒนธรรม



การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านนวัตกรรม

เพื่อรองรับการวิจัยและพัฒนา และสร้างนวัตกรรมสู่อนาคต

เพื่อการสนับสนุน รองรับ และขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรม เครือฯ ลงทุนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ในปี 2561 เครือฯ ลงทุนในการวิจัยและพัฒนา 17,533 ล้านบาท โดยมีบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนา รวม 5,950 คน และมีศูนย์วิจัยและพัฒนา และสถานีวิจัย ที่ครอบคลุม

ตั้งแต่การวิจัยเมล็ดพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ อาหารสัตว์ อาหารมนุษย์ ยา เทคโนโลยี และอื่นๆ กระจายอยู่ทั่วโลก ซึ่งจะเป็นเครื่องเสริมศักยภาพในการวิจัยและพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในทุกกลุ่มเป้าหมาย



● ศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหาร Bellisio



● ศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหาร Top's Foods



● ศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหารและเวชภัณฑ์



● ศูนย์วิจัยและพัฒนาเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด และธัญพืชอาหารพืช



● ศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหารสัตว์



● ศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหารสัตว์น้ำ การเลี้ยง และสุขภาพสัตว์น้ำ



● ศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหารซีพีเอฟ



● ศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหารซีพีแรม



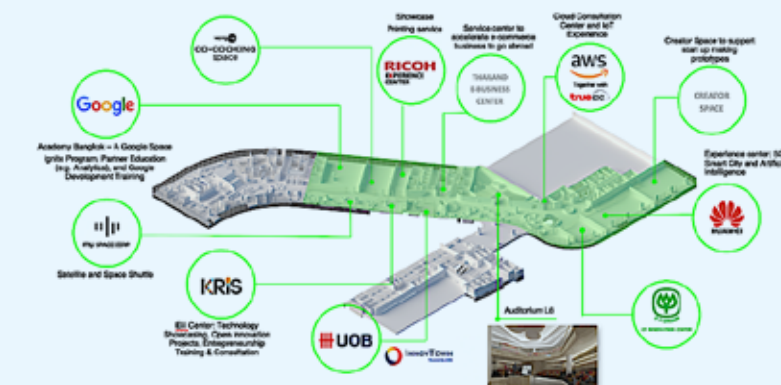
CASE STUDY 25

ทรู ดิจิทัล พาร์ค (True Digital Park)

เครือฯ เชื่อว่าระบบนิเวศที่เหมาะสมลงตัวจะเป็นส่วนสำคัญที่ขับเคลื่อนให้เกิดการสร้างนวัตกรรม เพื่อตอบสนอง 'ไทยแลนด์ 4.0' หนึ่งในยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนประเทศไทย จึงริเริ่มโครงการเพื่อขับเคลื่อนการสร้างนวัตกรรม โครงการ 'ทรู ดิจิทัล พาร์ค' สอดคล้องตามนโยบายภาครัฐ โดยออกแบบให้เป็นระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่สมบูรณ์แบบด้านนวัตกรรมดิจิทัลที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ บนพื้นที่ 77,000 ตารางเมตร และเป็นแห่งแรกในไทยที่จะมาเป็นศูนย์กลางนวัตกรรมด้านดิจิทัล แนวคิดนี้จะช่วยดึงดูดนักลงทุนเข้ามาช่วยต่อยอดนวัตกรรมในประเทศต่อไปในอนาคต



true digital_park



Ecosystem ของทรู ดิจิทัล พาร์ค ประกอบด้วย

- บริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่จากทั่วโลก
- สตาร์ทอัพและผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล
- โครงการบ่มเพาะวิสาหกิจเริ่มต้น (Incubators & Accelerators)
- แหล่งรวมนักลงทุนจากทั่วโลก (Investors & VCs)
- ศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จของภาครัฐ (One Stop Service)
- สิ่งอำนวยความสะดวกรองรับการสร้างสรรคนวัตกรรม



การสร้างองค์กรแห่งนวัตกรรม

“เป็นองค์กรที่พนักงานทุกระดับมีทัศนคติ มีใจ และเห็น
ความสำคัญในการขับเคลื่อน สนับสนุนและแบ่งปัน
เพื่อร่วมกันสร้างนวัตกรรม”

มหกรรมนวัตกรรมบิวบาน 2019 C.P. INNOVATION EXPOSITION 2019



บรรยากาศของการสร้างผลงานนวัตกรรมและการปลูกฝังให้พนักงานยอมรับการเปลี่ยนแปลงและมีส่วนร่วมในการสร้างนวัตกรรมเป็นการหล่อหลอมให้เกิดวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งจะขับเคลื่อนให้เกิดองค์กรแห่งนวัตกรรม เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงจัดให้มีเวทีการประกวดผลงานนวัตกรรมเป็นประจำทุกปี 2 ปีอย่างต่อเนื่อง โดยมหกรรมนวัตกรรมบิวบานเป็นงานสำคัญของเครือเจริญโภคภัณฑ์ และการจัดงานครั้งนี้มีผลงานนวัตกรรมจากบริษัทในเครือฯ เข้าร่วมจาก 16 ประเทศ และมีการประชุมวิชาการเครือเจริญโภคภัณฑ์ 2019 ควบคู่กับมหกรรมนวัตกรรมฯ ไปพร้อมกัน เพื่อเป็นการแบ่งปันความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์สำหรับพนักงานในเครือฯ นอกจากนี้เครือฯ ยังส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมโดยมีระบบการให้คะแนนผลงานที่ผ่านเข้ารอบมหกรรมนวัตกรรมบิวบานเพื่อเป็นคะแนนสะสมส่วนบุคคลของพนักงานและก้าวสู่การเป็นนวัตกรรมในระดับต่างๆ ของเครือฯ ด้วย

“การผนึกกำลังของพี่น้องซีพีทุกคนจะนำไปสู่อนาคตของซีพี โดยเริ่มต้นจากก้าวเล็กๆ ที่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง และทำให้เกิดสิ่งใหม่จนเป็นนวัตกรรม”



ดร.อาชวี เตตานนถ์
รองประธานอาวุโส เครือเจริญโภคภัณฑ์

มหกรรมนวัตกรรมบิวบาน 2019 (ครั้งที่ 4)

ผลงานนวัตกรรม



จำนวนคนผู้เข้าร่วม

33,939



45%

55%

54

จำนวนผลงานนวัตกรรมที่รับรางวัล
CHAIRMAN AWARD

ด้านเศรษฐกิจ

21

ด้านสังคม

9

ด้านเทคโนโลยี

24

92

จำนวนบทความวิชาการ
CP SYMPOSIUM 2019

Biotech

26

Animal Science

30

Engineering & IT

36

จำนวนนวัตกรรม



★★★★ นวัตกรรม 3 | 10



★★★ นวัตกรรม 2 | 192



★ นวัตกรรม 1 | 558

ผู้ช่วยนวัตกรรม

2,947

จำนวนผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ในเครือฯ



นักวิจัยสาขา
ต่างๆ
>500



สัตว์บาลและ
สัตวแพทย์
>10,000



วิศวกร
>10,000

การสร้างองค์กรแห่งนวัตกรรม

ในงานมหกรรมนวัตกรรมบัวบานมีการนำเสนอผลงานนวัตกรรมที่ได้รางวัลระดับ Chairman Awards ซึ่งเป็นรางวัลเกียรติยศสูงสุดของเครือฯ จำนวน 54 รางวัล จากในประเทศไทยและต่างประเทศ โครงการเหล่านี้ล้วนเป็นโครงการที่มีประโยชน์ที่สามารถเป็นตัวอย่างให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสำหรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่มธุรกิจเพื่อต่อยอดและพัฒนาการปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง



โครงการฟาร์มเพาะฟักลูกกึ่งบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

ผลิตภัณฑ์ใหม่กึ่ง Pullet หรือกึ่งสายพันธุ์ CPF โตเร็ว ต้านทานโรค ทนทานต่อสภาพแวดล้อม คิดค้นมาเพื่อแก้การระบาดของโรคตายด่วนในกึ่งเนื้อ โดยนำกึ่งสายพันธุ์นี้เลี้ยงอนุบาลในระบบปิดที่ควบคุมสภาพแวดล้อมจนกึ่งมีน้ำหนักถึงเกณฑ์ จึงนำไปเลี้ยงต่อในบ่อตัวเต็มวัยทำให้มีอัตราการรอดดีขึ้น



New Break-through of Pig Industry of North China Inner Mongolia CP Food Co., Ltd. (China)

โครงการเลี้ยงสุกร 1 ล้านตัวในประเทศจีน ด้วยการดำเนินงานด้วยหลัก 3-Green (Production, Life and Development) เป็นแนวทางบริหารจัดการเชิงนิเวศ โดยบริหารจัดการมูลสุกรที่เกิดขึ้นจากฟาร์มเลี้ยงสุกรในโครงการ เพื่อนำกลับไปฟื้นฟูและปรับปรุงสภาพดินรูปแบบของเกษตรอินทรีย์อย่างครบวงจร



อุปกรณ์ตรวจวัดระดับน้ำสำหรับแหล่งน้ำขนาดเล็ก บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ทรู คอร์ปอเรชั่นและมูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์ ร่วมกับ สสนก. พัฒนาอุปกรณ์วัดระดับน้ำขนาดเล็กที่มีต้นทุนต่ำ ติดตั้งง่าย ส่งข้อมูลผ่านระบบมือถือแสดงปริมาณน้ำจากแหล่งน้ำขนาดเล็กทั่วประเทศ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและสนับสนุนการวางแผนการบริหารจัดการน้ำรวมถึงภัยพิบัติของประเทศ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

42%

ลดระยะเวลาการเลี้ยงกึ่งในบ่อตัวเต็มวัย

40%

ลดความเสียหายลูกกึ่งในช่วง 30 วันแรก

3-4 รอบ/ปี

เพิ่มรอบการเลี้ยงกึ่ง

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

50%

ลดการใช้ปุ๋ยอินทรีย์

300,000 ไร่ (จีน)

ครอบคลุมพื้นที่การเพาะปลูกข้าวโพด

200,000 ตัน

สร้างผลผลิตข้าวโพดอาหารสัตว์

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

11 จุด

จำนวนจุดติดตั้งอุปกรณ์ ณ ปัจจุบัน

ไม่เกิน 5 ซม.

ค่าความผิดพลาดการวัดระดับน้ำ

รางวัลเหรียญทองแดง

Seoul International Invention Fair 2017, South Korea

เพื่อเพิ่มศักยภาพของบุคลากร ภายในงานยังจัดให้มีปาฐกถาพิเศษจากนักวิชาการระดับโลก ในหัวข้อแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่จะเกิดขึ้นในโลก เพื่อแบ่งปันทิศทางใหม่ๆ ในโลกอนาคต และความสำคัญของนวัตกรรมที่จะมาเสริมสร้างศักยภาพของธุรกิจได้ เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานได้รับทราบ เรียนรู้ ติดตาม ก้าวทันเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้นในระดับมหภาคในอนาคต



ดร.อัครวิทย์ กาญจนโอภาส รองเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ

โลกกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้ที่ไม่เตรียมการที่จะปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงจะกลายเป็นผู้เสียประโยชน์ ในที่สุด ทุกวันนี้เทคโนโลยีเป็นสิ่งที่ช่วยตอบโจทย์เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของความต้องการของผู้บริโภค โครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป เราต้องแข่งขันกันด้วยความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบเพื่อตอบโจทย์ของผู้บริโภค นวัตกรรมและการวิจัยจะเป็นสิ่งที่ทำให้เราสามารถแข่งขันได้ ทั้งนวัตกรรมที่เกิดจากภายในองค์กร และนวัตกรรมภายนอกที่เกิดจากความร่วมมือกับภาคส่วนต่างๆ จะเป็นส่วนที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับองค์กรได้ การออกแบบ การลงมือทำ การสร้างนวัตกรรม การสร้างบุคลากร การให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีจะเป็นเครื่องมือช่วยสร้างอนาคตขององค์กร



Dr. Mehul Mehta, MD as Senior Fellow, Harvard Global Health

ภายใต้องค์ประกอบหลักที่สำคัญๆ ทั้งในส่วนของโครงสร้างบรรยากาศ และเปิดโอกาสในการแสดงความคิดเห็น (Get Rich Idea) ในการพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานจากกลุ่มคนผู้เชี่ยวชาญที่มาจากหลากหลายธุรกิจ รวมถึงการท้าทายกำแพงโครงสร้างการบริหารงาน (Breaking out Hierarchy) และก่อให้เกิดการประยุกต์ หรือ Apply งานทดลองใหม่ๆ (Experiment) ที่มีประโยชน์ ก่อให้เกิดการฉีกกำลังและความร่วมมือกันของคนภายในองค์กร (Collaboration across the domain) เหล่านี้เป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญที่ทำให้เครือเจริญโภคภัณฑ์ เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านนวัตกรรมที่นำไปสู่การเป็นผู้นำของโลกอุตสาหกรรมได้อย่างยั่งยืน



การสร้างองค์กรแห่งนวัตกรรม



นายเปรมศักดิ์ วนิชสุนทร
รองกรรมการผู้จัดการบริหาร
บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

“หัวใจหลักสำคัญในการขับเคลื่อน และผลักดันงานนวัตกรรมของเครือฯ ก็คือการส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานในองค์กร มีความกระตือรือร้น สนใจที่จะคิดและลงมือทำสิ่งใหม่ๆ พร้อมเรียนรู้ที่จะพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กรอย่างต่อเนื่อง”



ดร.พัชรี กิตติสุบรรณ
หัวหน้าศูนย์วิจัยและพัฒนา
ซีพี ฟู้ดแล็บ บริษัท ซีพีออลล์ จำกัด (มหาชน)

“ไม่ว่าเราคิดจะทำงานเล็กหรืองานใหญ่ หากเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดประโยชน์กับผู้อื่นแล้ว ความดี สติ และปัญญาจะช่วยขับเคลื่อนให้เราประสบความสำเร็จในทุกๆ ด้านโดยไม่ทอดทิ้ง เพราะความตั้งใจของเราในการสร้างนวัตกรรมครั้งนี้เป็นการสร้างนวัตกรรมแบบเปิดที่มีส่วนช่วยนำคุณคามาสู่สังคมไทยในอนาคต”



นายเจริญศักดิ์ รัตนวราห
IT Specialist
บริษัท กรุ๊ป คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

“ภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งของมหกรรมนวัตกรรมบับาน พวกเรามุ่งมั่นที่จะนำเทคโนโลยีหลากหลายด้านมาปรับปรุงต่อยอด เพื่อใช้กับงานด้านต่างๆ ของเรา จนได้ นวัตกรรมหุ่นยนต์ COFY มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริการลูกค้าและสามารถต่อยอดไปยังหุ่นยนต์บริการอื่นๆ อีกด้วย”

CASE STUDY 26

โครงการพอใจวันเดียว One Day Satisfaction Project

เครือฯ ตั้งเป้าหมายที่จะขับเคลื่อนให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการริเริ่มปรับปรุงสร้างสรรค์งานของตนเอง และต่อยอดจนกลายเป็นนวัตกรรม ผ่านโครงการพอใจวันเดียว และเชื่อมั่นว่านี่คือจุดเริ่มต้นของการสร้างนวัตกรรมที่ทุกคนมีส่วนร่วมได้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังผลักดันให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการมุ่งองค์กรแห่งนวัตกรรม โครงการพอใจวันเดียวเป็นโครงการที่ต้องการมุ่งเน้นการสร้างบรรยากาศ ส่งเสริม และสนับสนุนให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการสร้างนวัตกรรมในองค์กร โดย ดร.อาชว์ เตาลานนท์ ได้ริเริ่มโครงการพอใจวันเดียวซึ่งมีหลักการแนวคิดมาจากท่านประธานอาวุโส ธนินท์ เจียรวนนท์

ที่สอนให้พนักงานในเครือฯ ทุกคนเรียนรู้ที่จะพอใจกับความสำเร็จในปัจจุบันเพียงแค่วันเดียว และวันพรุ่งนี้ให้คิดหาแนวทางที่ดีขึ้นกว่าเดิม การสร้างการมีส่วนร่วมให้พนักงานทุกคนในเครือฯ มีส่วนร่วมในการสร้างนวัตกรรม โดยการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ในงานที่ตนรับผิดชอบ เพื่อเป็นพื้นฐานมุ่งสู่การสร้างนวัตกรรม นี่จึงเป็นการสร้างบรรยากาศของการมุ่งสู่องค์กรแห่งนวัตกรรมแบบทั่วทั้งองค์กรอย่างแท้จริง นอกจากนั้นเครือฯ มีการส่งเสริมผ่านระบบการให้คะแนนเมื่อพนักงานมีส่วนร่วมในการทำโครงการปรับปรุงงานของตน ซึ่งพนักงานสามารถ

สะสมคะแนนดังกล่าวเป็นคะแนนส่วนบุคคล และเมื่อคะแนนถึงระดับที่เครือฯ กำหนด พนักงานจะได้รับยกย่องให้เป็นนวัตกรรมในระดับต่างๆ ของเครือฯ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

6,228 โครงการ
จำนวนโครงการ

6,269 คน
พนักงานที่มีส่วนร่วม

13 กลุ่มธุรกิจ
ในประเทศไทยเข้าร่วมโครงการ





CASE STUDY 27

ศูนย์วิจัยและพัฒนายาไซโนไบโอฟาร์มาซูติคอล

บริษัท ไชโนไบโอฟาร์มาซูติคอล ประเทศจีนภายใต้เครือเจริญโภคภัณฑ์ ดำเนินธุรกิจวิจัยผลิตและขายผลิตภัณฑ์ยา โดยมีฐานการผลิตอยู่ในประเทศจีน ในปี 2561 เป็นต้นมา บริษัทมุ่งเน้นการวิจัยและการสร้างนวัตกรรมอย่างเต็มที่ เพื่อสร้างมาตรฐานและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ซึ่งในปี 2561 บริษัทลงทุนถึง 2,090 ล้านบาทเพื่อการวิจัยซึ่งสูงเป็นอันดับหนึ่งในประเทศจีน ทำให้บริษัทได้รับการประกาศสิทธิบัตรที่ได้รับอนุญาต 40 ฉบับ และอยู่ระหว่างยื่นคำขอสิทธิบัตรใหม่ 115 รายการซึ่งในศูนย์วิจัย CTTQ R&D INSTITUTE ของบริษัท ไชโนไบโอฟาร์มาซูติคอล มีนักวิจัยระดับปริญญาเอกกว่า 500 คน และถือเป็นสุดยอดนวัตกรรมทางเภสัชกรรม 5 อันดับแรกในประเทศจีน



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

13 แห่ง
ศูนย์วิจัยและพัฒนาหลัก

10%
งบประมาณด้านวิจัยและพัฒนาเทียบกับรายได้

2.09 พันล้านบาท
งบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนา





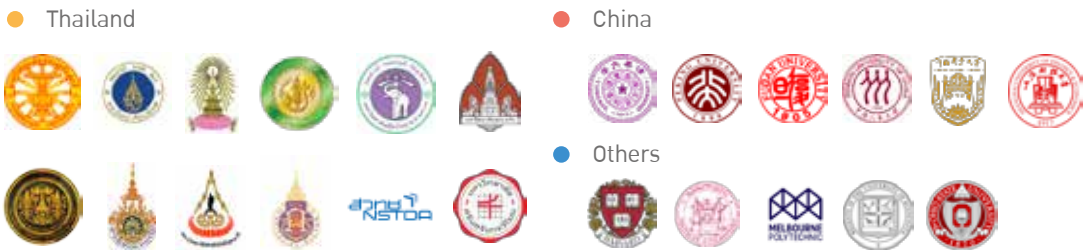
การเสริมสร้างนวัตกรรมแบบเปิด

สร้างระบบนิเวศส่งเสริมความร่วมมือในการสร้างนวัตกรรม

ปัจจุบัน เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ นับว่าเป็นแกนหลักสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร ซึ่งที่มาของเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่นั้น อาจเกิดจากองค์ความรู้จากกลุ่มคนภายในองค์กรในการวิจัยและพัฒนา อย่างไรก็ตามการเปิดกว้างเพื่อนำเอาองค์ความรู้จากภายนอกองค์กรมาประยุกต์และต่อยอด นับว่าเป็นส่วนที่สำคัญเช่นกันในการที่จะเพิ่มอัตราเร่งการสร้างสรรค์เทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กรอีกช่องทางหนึ่งเช่นกัน ดังนั้น เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงไม่เพียง

แต่ให้ความสำคัญกับการทดลอง คิดค้น และพัฒนานวัตกรรมภายในองค์กรเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญและเปิดกว้างต่อความร่วมมือในการพัฒนานวัตกรรมร่วมกับกลุ่มพันธมิตรต่างๆ ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง เพื่อร่วมพัฒนา แบ่งปัน แลกเปลี่ยนและต่อยอดนวัตกรรมต่างๆ เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และการบริการ ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและนวัตกรรมในโลกอุตสาหกรรม

เครือข่ายความร่วมมือด้านการวิจัยพัฒนา



CASE STUDY 28

โครงการประกวดสุดยอดนวัตกรรม 7 Innovation Awards

เครือฯ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการนำผลงานวิจัยที่มีอยู่ในแต่ละองค์กรและสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ ที่ผู้ประกอบการ SMEs มีอยู่ มาทำการทดสอบหรือทดลองกับกลุ่มลูกค้าหรือผู้บริโภคในตลาดจริง เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และเกิดการพัฒนาต่อยอดทางธุรกิจ เครือฯ จึงริเริ่มรางวัล 'สุดยอดนวัตกรรม 7 Innovation Awards (เซเว่นอินโนवेशัน อวอร์ดส์)' ที่เป็นผลงานสำคัญชิ้นแรกที่เกิดขึ้นจากโครงการความร่วมมือขับเคลื่อนนวัตกรรมสำหรับ

ประเทศ โดย 11 องค์กรระดับประเทศ เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจสำหรับผลงานที่มีนวัตกรรม ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอยู่หลายช่องทางของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

105 ผลงาน
จำนวนผลงานส่งเข้าประกวด

19 ผลงาน
ชนะเลิศผลงานด้าน
เศรษฐกิจ

7 ผลงาน
ชนะเลิศผลงานด้านสังคม

HOME

LIVING TOGETHER



เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งมั่นป้องกันผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมรอบด้านที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานของเครือฯ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งรวมถึงการจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การจัดการทรัพยากรน้ำ การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ ตลอดจนการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ ทั้งนี้เครือฯ มีเป้าหมายและแนวทางปฏิบัติเพื่อลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมในแต่ละด้านอย่างต่อเนื่อง เพื่อการเติบโตขององค์กรอย่างสมดุลและยั่งยืนอย่างแท้จริง



การจัดการ
การเปลี่ยนแปลง
สภาพภูมิอากาศ



การดูแลรักษา
ทรัพยากรน้ำ



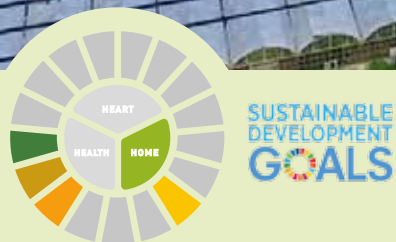
การปกป้อง
ระบบนิเวศ
และความ
หลากหลาย
ทางชีวภาพ



การจัดการ
ห่วงโซ่อุปทาน
อย่างรับผิดชอบ

CLIMATE CHANGE MANAGEMENT

การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



ความท้าทาย

ภายใต้ความท้าทายจากผลกระทบการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเครือฯ ได้เล็งเห็นถึงโอกาสจากการเปลี่ยนแปลง ในการสร้าง แรงผลักดันและสนับสนุนให้ทุกกลุ่มธุรกิจของเครือฯ ใน 21 ประเทศ ได้มีส่วนร่วมในการช่วยลดปัจจัยในการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผ่านมาตรการต่างๆ ให้มีความสอดคล้องกับ Paris Agreement on Climate Change และการประชุมสุดยอดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ (The UN Climate Summit 2018) ที่มีความมุ่งมั่นใน การพยายามลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมาตรการในการติดตาม อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การผลักดันให้มีการใช้พลังงานทดแทน ทั่วโลกในปี 2560 ส่งผลให้เกิดการใช้พลังงานทดแทนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 9.5 จากทั่วโลก ทำให้การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ลดลง เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความมุ่งมั่นที่จะบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศและมีส่วนร่วมในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในวงกว้าง ยึดหลักปฏิบัติตามหลักสากลที่เกี่ยวข้อง บูรณาการเข้ากับ หลักการดำเนินงานธุรกิจที่ให้ความสำคัญในเรื่องผลกระทบจากการ เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

จากความมุ่งมั่นนี้ เครือฯ จึงเพิ่มเป้าหมายด้านการจัดการการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ ได้แก่

1. การลดการใช้พลาสติกสำหรับบรรจุภัณฑ์ในประเทศไทยให้สามารถ นำกลับมาใช้ซ้ำ ใช้ใหม่ หรือย่อยสลายได้ 100% ภายในปี 2568
2. การปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์สุทธิเป็นศูนย์ (Carbon Neutral) ภายในปี 2573 และ
3. การลดขยะอาหารจากกิจกรรมดำเนินงานของบริษัทเป็นศูนย์ ภายในปี 2573

ผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมาย เป้าหมายปี 2563 (ประเทศไทย)

10%

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้เทียบกับปีฐาน พ.ศ. 2558

ความก้าวหน้า



- ปี 2560: ลดลง 3.01% จากเป้าหมาย 10%
- ปี 2561: ลดลง 3.40% จากเป้าหมาย 10%

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2561



การบริหารจัดการและ เพิ่มประสิทธิภาพพลังงาน
0.91 ล้านตัน CO₂e
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก



พลังงานหมุนเวียน
9.88%
สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน



การจัดการของเสีย
21.20%
สัดส่วนการนำของเสียกลับมาใช้ซ้ำ / ใช้ใหม่



บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม
73.94%
สัดส่วนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ / ใช้ใหม่ได้

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG 7 พลังงานที่สะอาดและสามารถซื้อหาได้
7.2 เพิ่มสัดส่วนของพลังงานทดแทนในการใช้พลังงานของโลก
7.3 เพิ่มอัตราการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ของโลกให้เพิ่มขึ้น 2 เท่า



SDG 11 เมืองและชุมชนที่ยั่งยืน
11.6 ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในเขตเมือง



SDG 12 การบริโภคและการผลิตอย่างมีความรับผิดชอบ
12.2 การจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ
12.3 ลดขยะเศษอาหารของโลกครึ่งหนึ่ง
12.5 ลดการเกิดของเสียอย่างจริงจัง



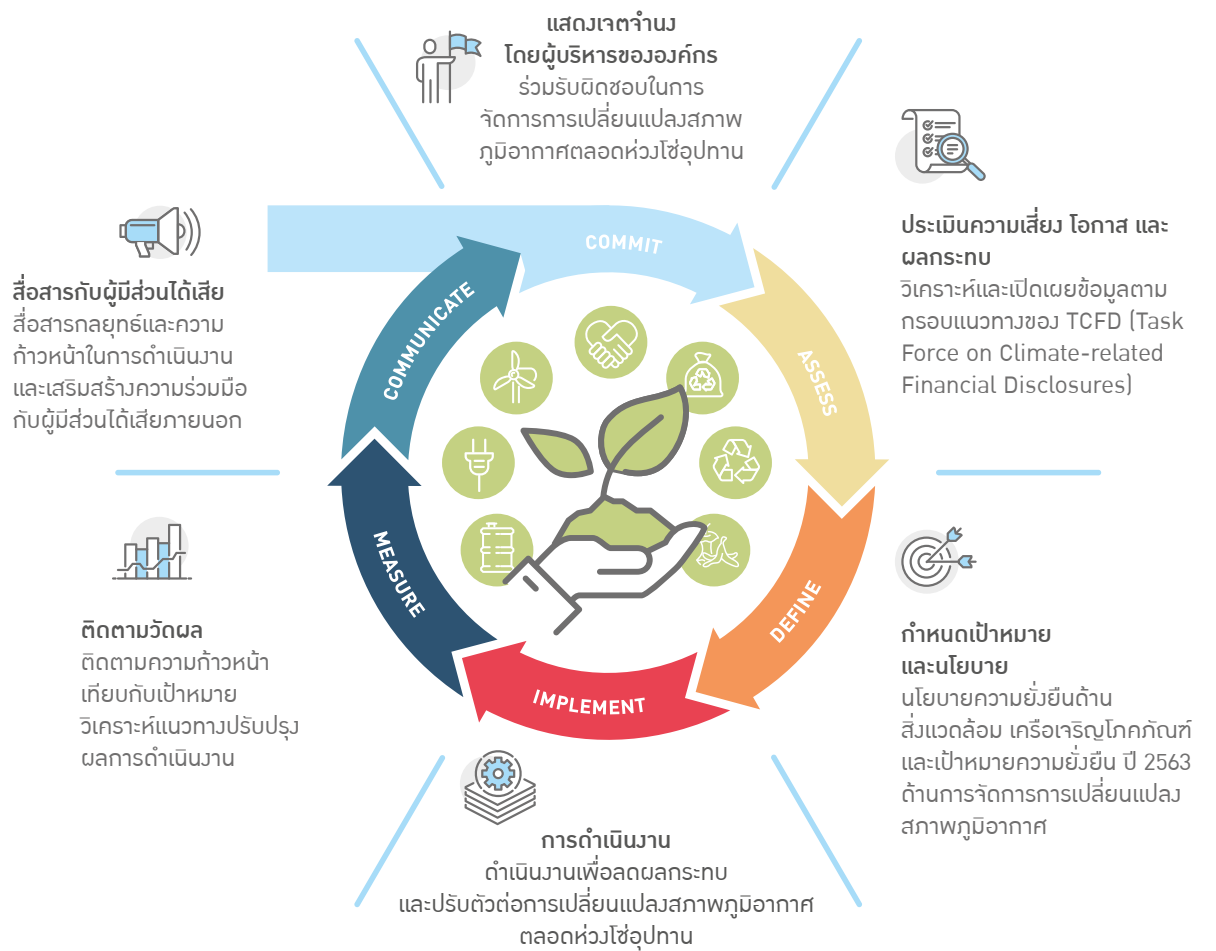
SDG 13 การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
13.3 การสร้างความตระหนักรู้และขีดความสามารถในเรื่อง การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

แนวทางการบริหารจัดการ

เครือเจริญโภคภัณฑ์กำหนดกรอบการดำเนินงานเพื่อบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตลอดห่วงโซ่อุปทาน กำหนดนโยบายและเป้าหมายที่ครอบคลุมถึงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การใช้พลังงานหมุนเวียน การจัดการของเสีย การลดการใช้บรรจุภัณฑ์ พลาสติก มีการประเมินความเสี่ยงและโอกาสด้านสภาพภูมิอากาศ ตลอดจนจัดทำ Scenario Analysis ตามแนวทางของ Task Force on Climate-Related Financial Disclosure (TCFD) จัดทำแผนงานที่

ครอบคลุมรอบด้าน เช่น ความเสี่ยงทั้งด้านกายภาพ เทคโนโลยี การตลาด นโยบาย และกฎข้อบังคับ ชื่อเสียงองค์กร เป็นต้น นอกจากนี้ เครือฯ มีการสื่อสารผลการดำเนินงานด้านการจัดการและเยียวยาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบ ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น รายงานความยั่งยืน การรายงานความก้าวหน้า การปฏิบัติตามข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ รวมถึงผ่านโครงการเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของ CDP

กรอบการดำเนินงานด้านการจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



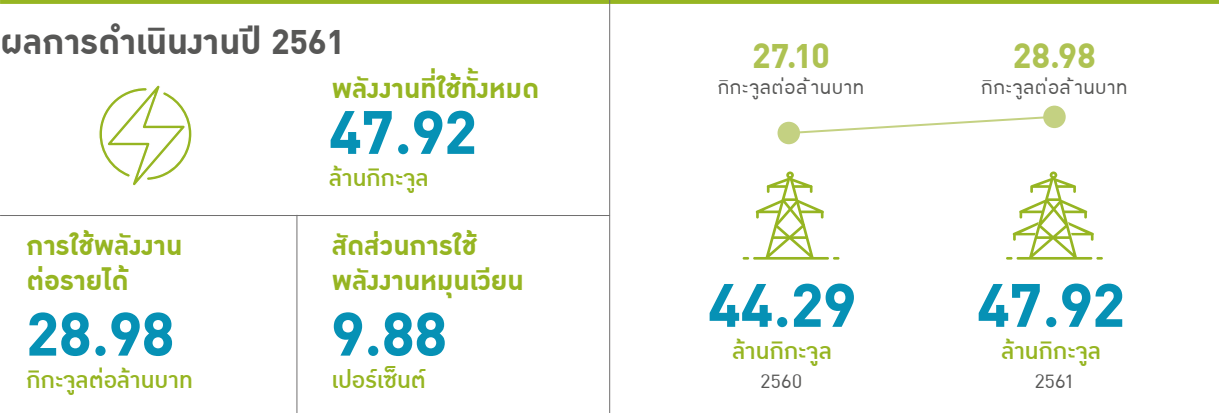
การประเมินความเสี่ยงและโอกาสด้านสภาพภูมิอากาศตามกรอบแนวทางของ TCFD*

ความเสี่ยง (Risks)	โอกาส (Opportunities)
นโยบายและข้อบังคับ (POLICY & LEGAL) การมีนโยบาย ข้อกำหนดระดับสากล และกลไกต่างๆ เพื่อเพิ่มการควบคุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภาพรวมให้เป็นไปตามข้อกำหนดขององค์การสหประชาชาติ	RESOURCE EFFICIENCY เกิดการใช้พลังงานทดแทนอย่างมีประสิทธิภาพ ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน
เทคโนโลยี (TECHNOLOGY) เทคโนโลยีเกิดใหม่ที่ส่งเสริมด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งอาจส่งผลกระทบกับการทำการตลาดในปัจจุบัน	แหล่งพลังงาน (ENERGY SOURCE) แหล่งพลังงานที่มีความหลากหลายในการดำเนินการผลิตมากขึ้น
การตลาด (MARKET) นโยบายหรือการลงทุนในธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ ลดความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดคาร์บอนสูง	ผลิตภัณฑ์และบริการ (PRODUCTS/SERVICES) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการคาร์บอนต่ำใหม่ออกสู่ตลาดมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป
ชื่อเสียง (REPUTATION) ความคาดหวังที่สูงขึ้นของผู้มีส่วนได้เสีย ส่งผลต่อรายได้ที่ลดลง ชื่อเสียงและมูลค่าของแบรนด์ที่ลดลง	การตลาด (MARKET) ที่สอดคล้องกับแนวโน้มด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จะสร้างและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ดียิ่งขึ้น
ความเสี่ยงทางกายภาพ (PHYSICAL RISKS) ภัยธรรมชาติ ระดับน้ำทะเลที่เปลี่ยนแปลงไป การกัดเซาะชายฝั่ง ภัยแล้งที่เพิ่มสูงขึ้นจากอุณหภูมิที่เพิ่มขึ้น ความร้อนที่ส่งผลต่อการตายของมนุษย์ การแพร่กระจายของโรคติดต่อทั้งพืชและสัตว์ เป็นต้น	RESILIENCE โอกาสด้านชื่อเสียงและเพิ่มมูลค่าของแบรนด์
การกำกับดูแล Governance แต่งตั้งคณะกรรมการฯ ทั้งในระดับเครือฯ และระดับกลุ่มธุรกิจเพื่อกำกับดูแลความเสี่ยงและโอกาสของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	กลยุทธ์ Strategy เครือฯ กำหนดกลยุทธ์ธุรกิจในการจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งมีความสอดคล้องกับกลยุทธ์และการวางแผนด้านการเงินของเครือฯ
การบริหารความเสี่ยง Risk Management นำผลการประเมินความเสี่ยงและโอกาส และบริบทในการดำเนินธุรกิจแต่ละประเทศมาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ	ตัวชี้วัดและเป้าหมาย Metrics & Targets กำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายที่ใช้สำหรับประเมินและจัดการความเสี่ยง และโอกาสด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่สอดคล้องกับการบริหารความเสี่ยงด้านการเงินของเครือฯ

*คณะกรรมการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosures)

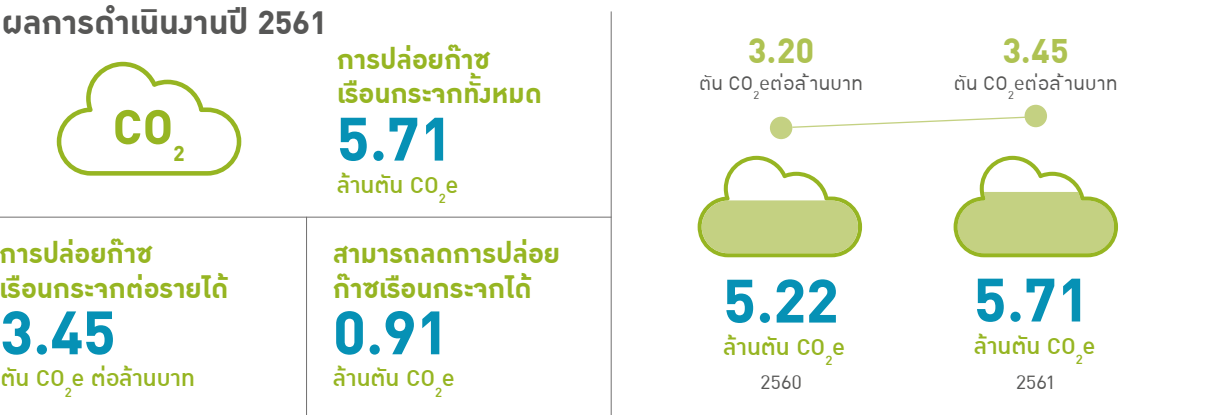
ข้อมูลเพื่อการจัดการพลังงาน

Energy Management Data



ข้อมูลเพื่อการจัดการการก๊าซเรือนกระจก

Greenhouse Gas Management Data



การจัดการและเพิ่มประสิทธิภาพพลังงาน

ทุกบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นและดำเนินการเพื่อการจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน จึงได้ดำเนินโครงการด้านพลังงานอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2547

โดยผนึกกำลังร่วมกันทั้งหน่วยธุรกิจในประเทศไทย และธุรกิจ在不同ประเทศ ครอบคลุมการปรับปรุงประสิทธิภาพระบบทำความเย็น การปรับเปลี่ยนเครื่องจักรและอุปกรณ์ ตลอดจนโครงการลดการใช้พลังงานในควบคู่ไปกับการพัฒนากระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

ผลการดำเนินงานปี 2561



เปรียบเทียบกับปี 2560



CASE STUDY 29

โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานในระบบทำความเย็นและระบบปรับอากาศขนาดใหญ่



ที่มาโครงการ:

บริษัท ซีพีเอฟ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร มีการใช้ระบบทำความเย็นและระบบปรับอากาศ ซึ่งมีส่วนการใช้พลังงานไฟฟ้าสูง ซึ่งมีการใช้พลังงานไฟฟ้าประมาณ 60-70% ถือเป็นต้นทุนด้านพลังงานหลักที่ต้องดำเนินการลดของบริษัทฯ

การดำเนินงาน:

บริษัทฯ เริ่มตั้งแต่การออกแบบและเลือกใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเหมาะสม การบริหารจัดการ การดูแลบำรุงรักษาเครื่องจักร และการปรับปรุงต่างๆ เพื่อการประหยัดพลังงานและการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานของระบบปรับอากาศและระบบทำความเย็น เพื่อมุ่งลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน อาทิ โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพในระบบทำความเย็นและระบบปรับอากาศ โครงการมอเตอร์ประสิทธิภาพสูง

ในระบบทำความเย็น การปรับปรุงระบบทำน้ำแข็ง และปรับปรุงการลดความเย็นสูญเสีย เป็นต้น จากความมุ่งมั่นที่จะเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและปรับปรุงเครื่องจักรอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2561 หน่วยงานในสายธุรกิจสุกร ไก่เนื้อ ไก่ไข่ และอาหารสำเร็จรูปของบริษัทฯ ได้ร่วมดำเนินโครงการสนับสนุนการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานในระบบทำความเย็นและระบบปรับอากาศขนาดใหญ่ ร่วมกับกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พพ.) รวมทั้งสิ้น 32 โครงการ สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ถึง 8.5 ล้านกิโลวัตต์ชั่วโมง และประหยัดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานไฟฟ้าได้กว่า 29 ล้านบาทต่อปี

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

8.5 gwh
พลังงานไฟฟ้าที่สามารถลดลงได้ต่อปี

4,606 ตัน CO₂e
ก๊าซเรือนกระจกที่สามารถลดได้ต่อปี



CASE STUDY 30

การใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานในร้านเซเว่น อีเลฟเว่น



ที่มาโครงการ:
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เล็งเห็นถึงความสำคัญในการประหยัดพลังงานและทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด จึงดำเนินการปรับปรุงระบบและอุปกรณ์ต่างๆ ในร้านเซเว่น อีเลฟเว่น อย่างต่อเนื่อง โดยมีแผนที่จะขยายขอบเขตการติดตั้งทั่วประเทศไทย

นอกจากนี้ เพื่อจัดทำโครงการที่เป็นไปตามกลยุทธ์ย่อย ด้าน Green Stores และร่วมสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG) เป้าหมายที่ 7

การดำเนินงาน:
ดำเนินโครงการเปลี่ยนหลอดไฟเป็นชนิด LED โครงการเปลี่ยนเครื่องปรับอากาศเป็นแบบ Inverter โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพคอยล์เย็นสำหรับตู้แช่แข็งขนาดใหญ่ โครงการผลิตไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์และโครงการปรับปรุงระบบทำความเย็นของตู้แสดงสินค้าชนิดไร้บานประตู นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาโครงการร้านเซเว่น อีเลฟเว่น สำเร็จรูปที่ผลิตโครงสร้างจากโรงงาน (Knock Down) ซึ่งใช้วัสดุเปลือกอาคารที่กันความร้อน ทำให้สามารถลดภาระทำความเย็นจากระบบปรับอากาศได้อย่างมีนัยสำคัญ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



9,815 สาขา

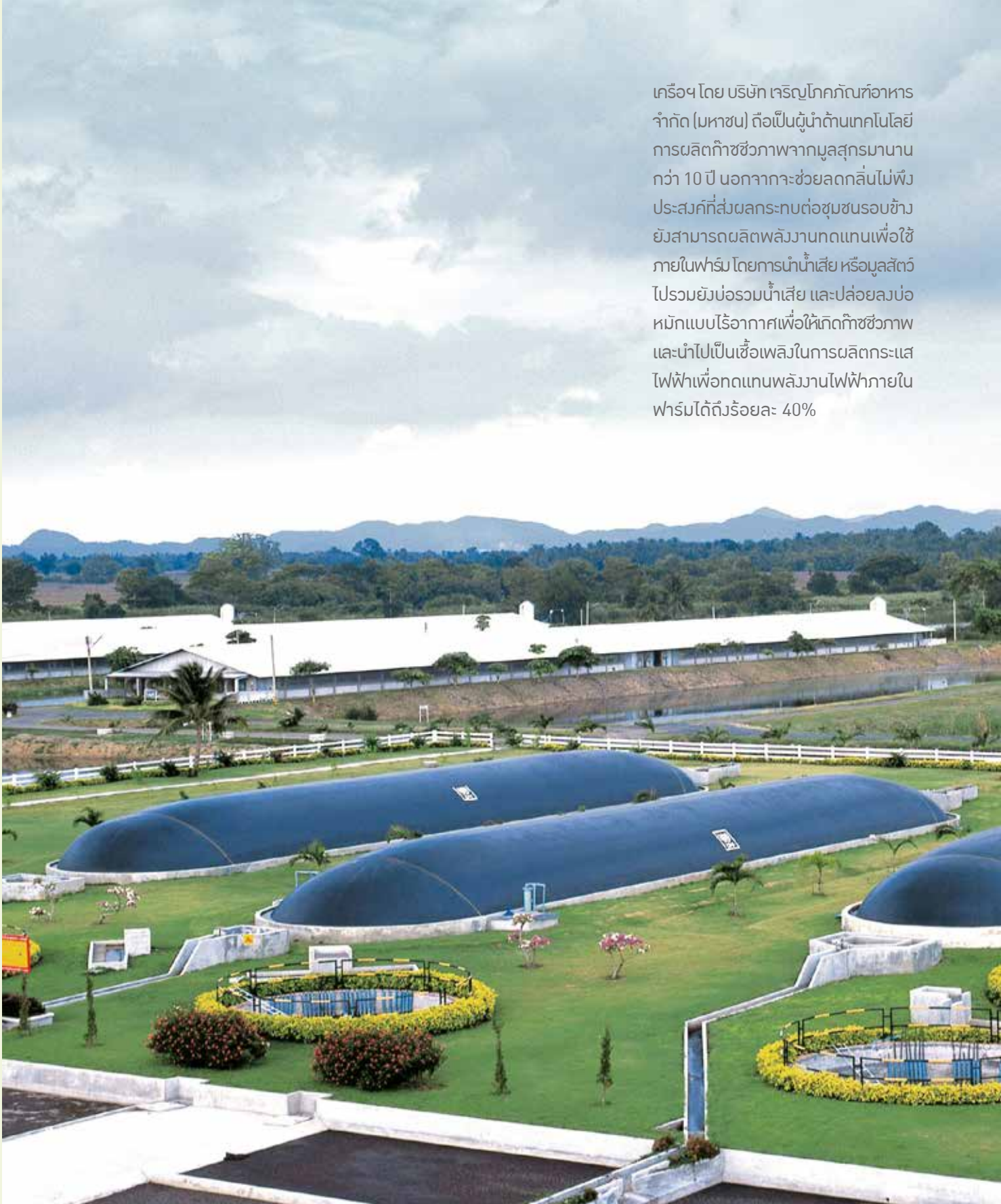
เปลี่ยนมาใช้หลอด LED
สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าเฉลี่ย 859 kWh/สาขา/เดือน

3,244 สาขา

เปลี่ยนมาใช้ระบบปรับอากาศแบบ Inverter สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าเฉลี่ย 1,020 kWh/สาขา/เดือน

2,609 สาขา

ปรับปรุงระบบทำความเย็นของตู้แสดงสินค้าชนิดไร้บานประตูสามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าเฉลี่ย 243 kWh/สาขา/เดือน



เครื่อง โดย บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ถือเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีการผลิตก๊าซชีวภาพจากมูลสุกรมานานกว่า 10 ปี นอกจากจะช่วยลดกลิ่นไม่พึงประสงค์ที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนรอบข้างยังสามารถผลิตพลังงานทดแทนเพื่อใช้ในฟาร์ม โดยการนำน้ำเสีย หรือมูลสัตว์ไปรวมยμβ่อรวมน้ำเสีย และปล่อยลงบ่อหมักแบบไร้อากาศเพื่อให้เกิดก๊าซชีวภาพและนำไปเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้าเพื่อทดแทนพลังงานไฟฟ้าภายในฟาร์มได้ถึงร้อยละ 40%



การส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน

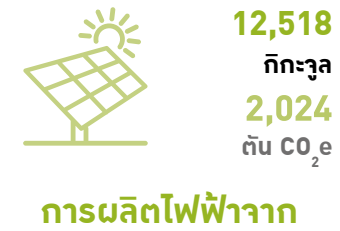
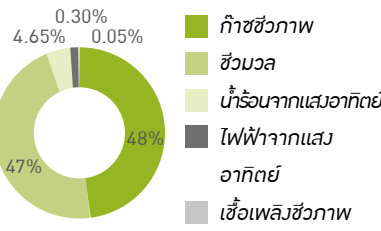
กลุ่มบริษัทของเครือเจริญโภคภัณฑ์ร่วมวางแผนและดำเนินการเพื่อเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนอย่างต่อเนื่อง โดยการเพิ่มการใช้พลังงานหมุนเวียนเพื่อทดแทนการใช้พลังงานฟอสซิล ทั้งในกระบวนการผลิต การบริการ และการบริหารอาคาร ครอบคลุมถึง

พลังงานแสงอาทิตย์ ก๊าซชีวภาพ ชีวมวล เชื้อเพลิงชีวภาพ ด้วยพลังร่วมของบริษัทในเครือฯ ทั่วโลก ส่งผลให้เครือฯ มีปริมาณการใช้พลังงานหมุนเวียนถึง 4.73 ล้านกิกะจูล คิดเป็น 0.69 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ปริมาณการใช้พลังงานหมุนเวียนเพื่อทดแทนพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิลและปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่สามารถลดได้ ปี 2561

ปริมาณการใช้พลังงานหมุนเวียนทั้งหมด

*หน่วย: ล้านกิกะจูล



CASE STUDY 31

ระบบผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์



ที่มาโครงการ:

บริษัท ซี.พี. แลนด์ จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นในการอนุรักษ์พลังงานและส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน โดยบริษัทฯ มีความตั้งใจที่จะสนับสนุนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ซึ่งถือเป็นพลังงานสะอาดที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ ยังมีความตั้งใจที่จะสร้างเสริมแหล่งศึกษาเรียนรู้ให้แก่ชุมชนเพื่อความรู้ความเข้าใจในการประยุกต์ใช้พลังงานสะอาด



การดำเนินงาน:

บริษัทฯ ได้พัฒนาโครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา (Solar Rooftop) ของศูนย์ประชุมและจัดแสดงสินค้านานาชาติขอนแก่น ซึ่งมีศักยภาพในการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ขนาด 990 kWp DC และสามารถผลิตกระแสไฟฟ้าได้ประมาณ 1,400,000 kWh ต่อปี หรือคิดเป็น 35,000,000 kWh

ตลอดอายุโครงการ 25 ปี คิดเป็นผลการประหยัด (กรณีจ่ายไฟเต็มระบบ) 5,400,000 บาทต่อปีหรือ 134 ล้านบาทตลอดอายุโครงการด้วยเงินลงทุน 33 ล้านบาท

ซึ่งเริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 24 สิงหาคม 2561 และสามารถพร้อมจ่ายไฟได้ 1 มีนาคม 2562 โดยมีการเปิดใช้อย่างเป็นทางการเมื่อเดือนมกราคม 2561 ที่ผ่านมา เพื่อผลิตไฟฟ้าใช้เองภายในอาคาร และใช้ในอาคารสำนักงานข้างเคียงซึ่งเป็นของ บริษัท ซี.พี. แลนด์ จำกัด (มหาชน)

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

1.4 gwh
ไฟฟ้าที่ได้จากพลังงานแสงอาทิตย์ต่อปี

850 ตัน CO₂e
ก๊าซเรือนกระจกที่สามารถลดลงได้ต่อปี

การมีส่วนร่วมกับกลไก ลดก๊าซเรือนกระจกของภาครัฐ

โครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตามมาตรฐานของประเทศไทย (Thailand Voluntary Emission Reduction Program: T-VER)

โครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตามมาตรฐานของประเทศไทย คือโครงการลดก๊าซเรือนกระจกที่องค์กรบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) พัฒนาขึ้นเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการลดก๊าซเรือนกระจกในประเทศโดยความสมัครใจ และสามารถนำปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นที่เรียกว่าคาร์บอนเครดิตไปขายในตลาดคาร์บอนภาคสมัครใจใน

ประเทศได้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เข้าร่วมโครงการ T-VER ตั้งแต่ปี 2558 จนถึงปัจจุบัน โดยมีโครงการที่เข้าร่วมทั้งหมด 5 โครงการ ในส่วนการเพิ่มประสิทธิภาพพลังงานและพลังงานหมุนเวียน โดยมีปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ได้รับการรับรอง 11,832 ตัน CO₂e ต่อปี



การผลิตไบโอดีเซล
เพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิงทดแทน
บริษัท ซีพีเอฟ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)



การเปลี่ยนมาใช้หลอด LED
จำนวน 21 สาขา
บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)



การเปลี่ยนเครื่องสำรองไฟฟ้า
เพิ่มประสิทธิภาพพลังงาน
บริษัท ทรู อินเทอร์เน็ต ดาต้า เซ็นเตอร์
จำกัด ศูนย์รัชดา



การติดตั้งระบบผลิตพลังงานร่วมเพื่อ
ทดแทนระบบผลิตพลังงานแบบแยกส่วน
บริษัท เพอร์เฟก คอมพานีเนีย กรุ๊ป จำกัด



การเปลี่ยนมาใช้หลอด LED
บริษัท ซีพีเอฟ ฟู้ด แอนด์ เบฟเวอร์เรจ
จำกัด โรงงานอาหารสำเร็จรูปแปดริ้ว

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

5 โครงการ
ที่เข้าร่วมโครงการ T-VER

11,832 ตัน CO₂e
ก๊าซเรือนกระจกที่ได้รับการ
รับรองต่อปี

“เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตของประชาชน และความยั่งยืนของการพัฒนาประเทศ เป็นองค์กรภาคเอกชนที่ให้ความร่วมมือกับภาครัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับ อบก. ในการร่วมมือกันลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อบรรเทาปัญหาภาวะโลกร้อน”

นางประเสริฐสุข เพฑูรย์สิทธิชัย
ผู้อำนวยการองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก



โครงการสนับสนุนกิจกรรมลดก๊าซเรือนกระจก (Low Emission Support Scheme: LESS)

โครงการสนับสนุนกิจกรรมลดก๊าซเรือนกระจก (Low Emission Support Scheme) หรือเรียกว่าโครงการ LESS คือโครงการที่มีแนวคิดในการพัฒนารูปแบบการดำเนินกิจกรรม เพื่อสร้างความตระหนักให้เกิดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และยกย่องผู้ทำความดี โดยการมอบใบประกาศเกียรติคุณ (Letter of Recognition: LOR) เพื่อให้ผู้ดำเนินกิจกรรมลดก๊าซเรือนกระจก

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้สนับสนุนกิจกรรมลดก๊าซเรือนกระจกทั้งการดำเนินการภายในองค์กร และได้รับใบประกาศเกียรติคุณโครงการ LESS ต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2559 ในด้านการเพิ่มประสิทธิภาพพลังงาน สนับสนุนการใช้พลังงานหมุนเวียน การจัดการของเสีย รวมทั้งสนับสนุนให้มีการเพิ่มพื้นที่สีเขียว ปลูกต้นไม้เพื่อช่วยกักเก็บคาร์บอน นอกจากนี้ เครือฯ ยังส่งเสริมคู่ค้าดำเนินกิจกรรมลดก๊าซเรือนกระจกควบคู่กันด้วย



ด้านพลังงาน
86 กิจกรรม



การจัดการของเสีย
2 กิจกรรม



การกักเก็บคาร์บอน
184 กิจกรรม



สนับสนุนคู่ค้า
1 กิจกรรม

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

758,629 ตัน CO₂e
ที่ลดได้จากกิจกรรมลด
ก๊าซเรือนกระจก

การกักเก็บคาร์บอนของต้นไม้
35,199 ตัน CO₂e

การส่งเสริมฉลากคาร์บอน

แนวโน้มของผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับฉลากคาร์บอนสูงขึ้นมาก การผลิตสินค้าที่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากกระบวนการผลิตในระดับต่ำเพื่อแสดงความร่วมมือในการลดภาวะโลกร้อนจึงได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทั้งจากผู้ผลิตและผู้บริโภค เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลกระทบด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตลอดวัฏจักรผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบ การขนส่ง การประกอบชิ้นส่วน การใช้งาน และการจัดการซากผลิตภัณฑ์หลังใช้งาน ด้วยการเป็นผู้ผลิตไปรายแรกของประเทศไทยและของโลก ที่ได้รับการรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint of Product) จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน

ในปี 2558 ผลิตภัณฑ์ของเครือฯ ก็ได้รับรองฉลากลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint Reduction) เพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นในการร่วมลดก๊าซเรือนกระจก นอกจากนั้น เครือฯ มีการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่โรงงานผลิตอาหารสัตว์ การเลี้ยงสัตว์ การผลิตอาหาร การกระจายสินค้า และการจัดจำหน่าย จึงได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์แหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร เพื่อบริหารจัดการ และขอรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (Carbon Footprint of Organization) ในทุกกระบวนการของห่วงโซ่คุณค่าของเครือฯ จะเห็นได้ว่าเครือฯ ได้สนับสนุนฉลากคาร์บอนในประเทศไทยที่มีทั้งหมด 3 ประเภท และยังคงมุ่งมั่นดำเนินการอย่างต่อเนื่อง



ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์



ฉลากลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์



คาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร

182 ผลิตภัณฑ์

ได้รับการรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์

18 ผลิตภัณฑ์

ได้รับการรับรองฉลากลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์

17 หน่วยงาน

ได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร



CASE STUDY 32

ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์สีเขียว



ที่มาโครงการ:

เครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความมุ่งมั่นในการผลิตสินค้าคุณภาพ ความปลอดภัยอาหาร (Food Safety) เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Friendly) เพื่อช่วยบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่นับวันจะส่งผลกระทบรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยบูรณาการเจตนารมณ์นี้เข้ากับทุกส่วนของการปฏิบัติงาน

การดำเนินงาน:

เครือฯ ริเริ่มโครงการ 'บรรจุภัณฑ์สีเขียว' โดยเป็นความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์ (บริษัท ซี.พี. อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ จำกัด บริษัท ซี.พี. สหอุตสาหกรรม จำกัด) และคู่ค้าในการพัฒนากระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากจะขอการรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของบรรจุภัณฑ์ชนิดต่างๆ อย่างต่อเนื่องแล้ว ยังต่อยอดตามหลักการ 3Rs ได้แก่ มุ่งลดการใช้วัสดุ (Reduce) ปรับเปลี่ยนชนิดของวัสดุ (Replace) และออกแบบใหม่ (Redesign) ทำให้มีบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับฉลากลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ หรือฉลากลดโลกร้อน เมื่อปี 2558 เป็นกลุ่มแรกๆ ของประเทศอีกด้วย



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



18 ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์

8 ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฉลากลดคาร์บอน

683 ล้านบาท ยอดขายผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์

1,823 ตัน CO₂e ก๊าซเรือนกระจกที่สามารถลดลงจากยอดผลิตสินค้าที่ได้รับการรับรองต่อปี



“เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งมั่นปกป้องผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมรอบด้านที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานของเครือฯ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งรวมถึงการจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การจัดการทรัพยากรน้ำ การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ ตลอดจนการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ”





การบริหารจัดการของเสีย

กลุ่มธุรกิจภายใต้เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ตระหนักและให้ความสำคัญในการบริหารจัดการของเสียที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจทั้งในส่วนของการกระบวนการผลิตและการบริการ โดยได้ทำการศึกษา ทดลองนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยและนวัตกรรมใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน เพื่อลดการส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น ซึ่งได้กำหนดทิศทางและกรอบการดำเนินงานในการบริหารจัดการของเสียตลอดห่วงโซ่อุปทานอย่างต่อเนื่อง

โดยมุ่งเน้นการลดปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นจากแหล่งกำเนิด พร้อมกับการใช้ทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด รวมไปถึงการนำของเสียและผลผลิตพลอยได้ที่เกิดขึ้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อเป็นการลดปริมาณของเสียที่จะส่งไปที่หลุมฝังกลบขยะปลายทาง รวมไปถึงการสนับสนุนและส่งเสริมทั้งในส่วนของกลุ่มลูกค้าและกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจ ให้ตระหนักและให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการของเสียอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกในวงกว้างต่อการอนุรักษ์และรักษาสีเขียวอย่างยั่งยืน

CASE STUDY 33

โครงการนำเศษอาหารเหลือทิ้งมาผลิตก๊าซชีวภาพ

ที่มาโครงการ:

บริษัท ซีพีแรม จำกัด (โรงงานลาดหลุมแก้ว) เล็งเห็นความสำคัญต่อการจัดการของเสีย และมุ่งเน้นลดปริมาณของเสียโดยนำเศษอาหารเหลือทิ้งที่เกิดขึ้นภายในโรงงานกลับมาใช้ประโยชน์ เป็นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่จำกัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การดำเนินงาน:

บริษัทฯ นำเศษอาหารมาผลิตเป็นก๊าซชีวภาพ เพื่อทดแทนการใช้ก๊าซหุงต้ม และลดต้นทุนการจัดการเศษอาหาร เป็นการนำของเสียอินทรีย์มาใช้ประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ รวมถึงส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการของเสียควบคู่ไปด้วย



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

800 กิโลกรัม/วัน
ปริมาณเศษอาหารที่นำไปผลิตเชื้อเพลิงก๊าซชีวภาพ

120 ลบ.ม./วัน
ปริมาณก๊าซชีวภาพที่สามารถผลิตได้จากอาหารเหลือทิ้ง

50 กิโลกรัม/วัน
ก๊าซหุงต้มที่สามารถลดลงได้

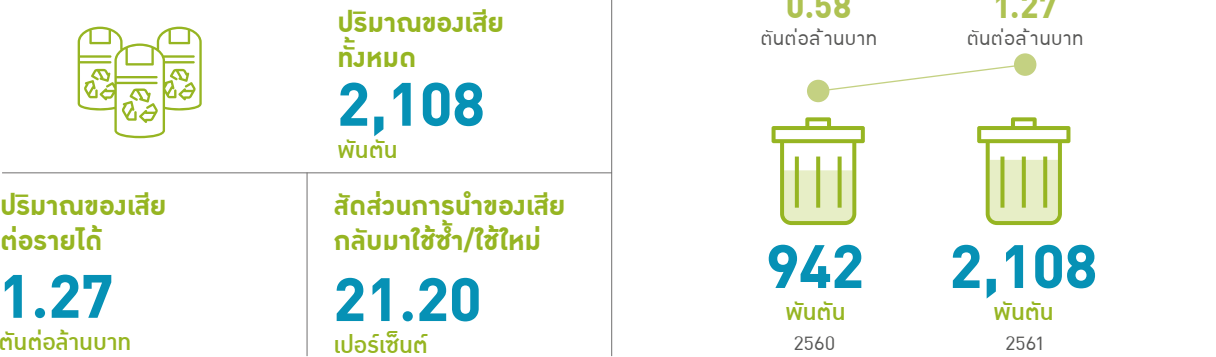
57 ตัน CO₂e/ปี
ก๊าซเรือนกระจกที่สามารถลดลงได้



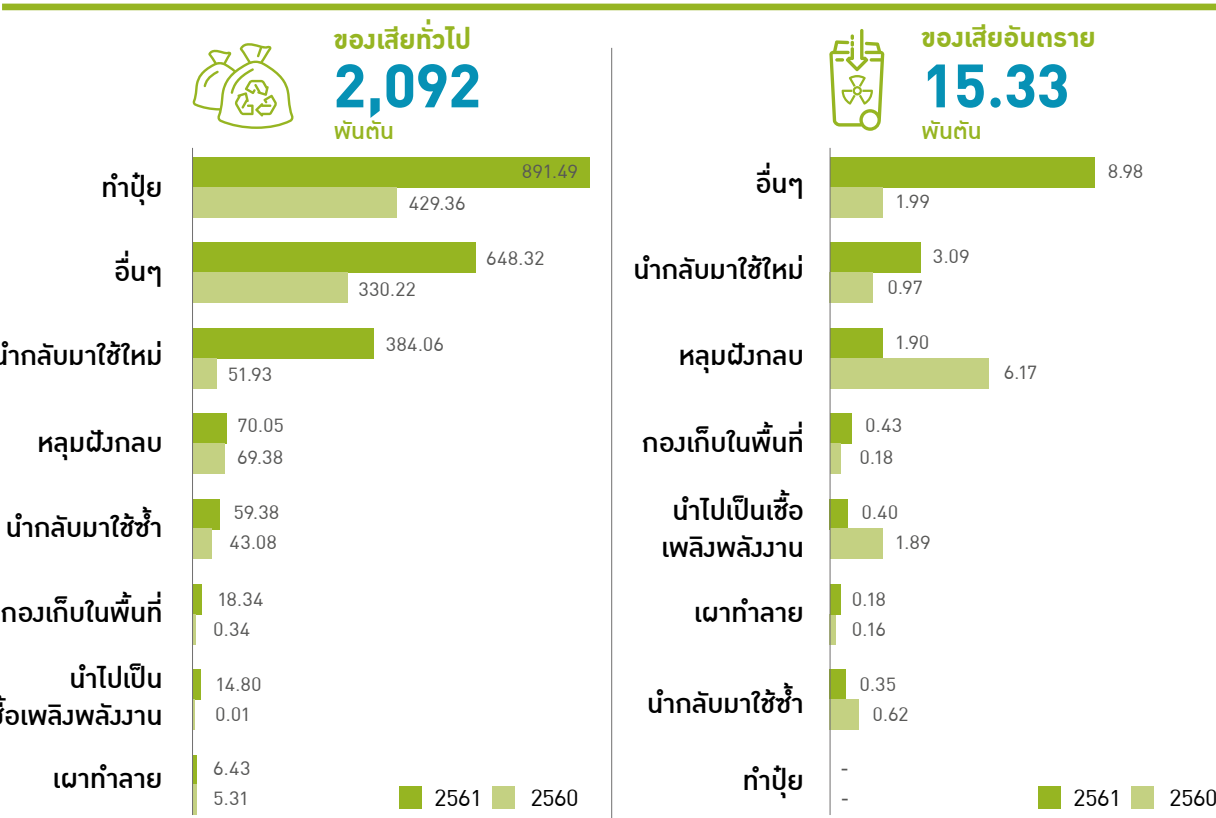
ข้อมูลเพื่อการจัดการของเสีย

Waste Management Data

ผลการดำเนินงานปี 2561



ปริมาณของเสียแยกตามประเภท

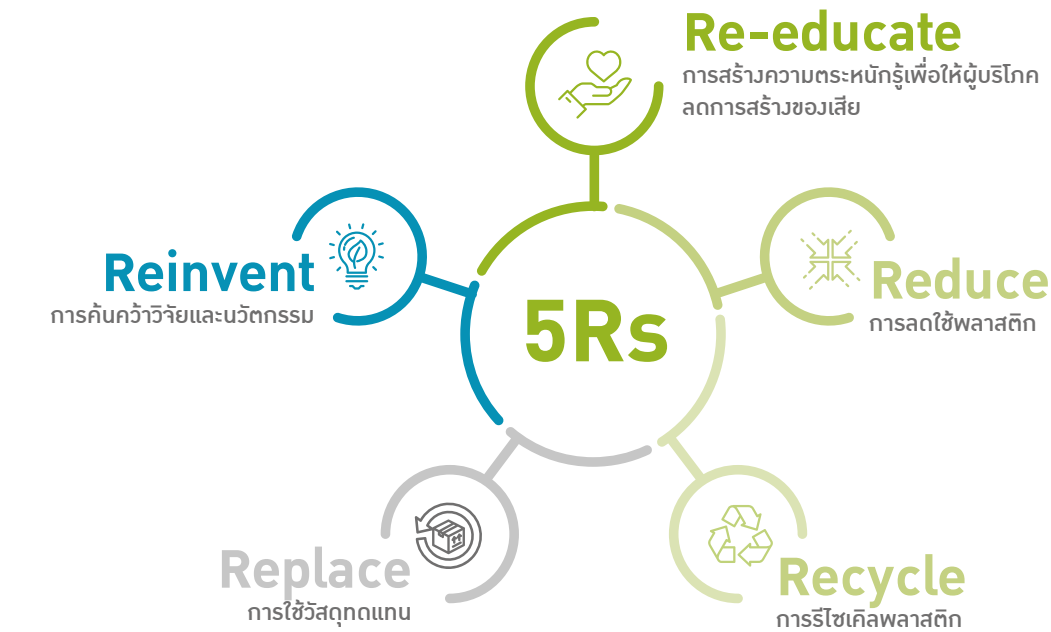


การลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นในการแก้ไขปัญหาขยะพลาสติกซึ่งเป็นปัญหาที่สำคัญระดับโลก ทั้งยังสอดคล้องกับหลักการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนของเครือฯ พร้อมกันนี้เครือฯ จึงประกาศใช้นโยบาย ‘บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน’ เพื่อกำหนดทิศทางและกรอบการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการของเสีย (Waste Management) ทั้งจากกระบวนการผลิตและกระบวนการอื่นๆ ตลอดห่วงโซ่คุณค่าซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์พลาสติกเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่จะต้องได้รับการจัดการแก้ไขอย่างเร่งด่วน นโยบายบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นที่จะส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมตลอดจนให้ความรู้และสร้างการมีส่วนร่วมในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้ยุทธศาสตร์ขับเคลื่อน ‘5Rs’

ได้แก่ การสร้างความตระหนักรู้เพื่อให้ผู้บริโภคลดการก่อให้เกิดของเสีย (Re-educate) การลดการใช้พลาสติก (Reduce) การรีไซเคิลพลาสติก (Recycle) การใช้วัสดุทดแทน (Replace) และการค้นคว้าวิจัยนวัตกรรม (Reinvent) โดยกำหนดให้ทุกกลุ่มธุรกิจที่ดำเนินการในประเทศไทยมีการกำหนดเป้าหมายร่วมกันใน พ.ศ. 2568 คือ 100% ของบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่นำมาใช้จะต้องสามารถ ‘นำกลับมาใช้ซ้ำ นำมาใช้ใหม่ หรือย่อยสลายได้’

ทั้งนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดให้ทุกกลุ่มธุรกิจที่มีการดำเนินงานทั้งในและต่างประเทศ ได้ยึดถือและมีแนวทางในการปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้สอดคล้องกับพันธกิจและนโยบายความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร รวมถึงร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไขปัญหาขยะพลาสติก ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมและสร้างสรรค์สังคมที่ยั่งยืน



ข้อมูลด้านการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ยั่งยืน (ประเทศไทย) Sustainability Plastic Packaging Dashboard (Thailand)

ผลการดำเนินงานปี 2561

บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ทั้งหมด

66,765 ตัน

ลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกลง

908 ตัน

สัดส่วนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ / ใช้ใหม่ได้

91.06 เปอร์เซ็นต์

การกำหนดสัญลักษณ์มาตรฐานของพลาสติกกลุ่มต่างๆ ที่สามารถนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ (Recycle) มี 7 ประเภท ดังนี้

1 PET, PETE (Polyethylene Terephthalate) นำมาทำขวดบรรจุภัณฑ์เส้นใย และใยสังเคราะห์

2 HDPE (High Density Polyethylene) นำมาทำขวดนม ภาชนะพลาสติก ถังน้ำ

3 PVC (Polyvinylchloride) นำมาทำก้นน้ำประปาหรือรางน้ำการเกษตร กระป๋องหมักเทียบ บ้านฉนวนพลาสติก

4 LDPE (Low Density Polyethylene) นำมาทำฟิล์มห่ออาหาร แช่แข็ง ถุงเย็บบรรจุอาหาร

5 PP (Polypropylene) นำมาทำถาดรองพลาสติกบรรจุอาหาร ขาจาน ถัง ตะกร้า ขวดซอส

6 PS (Polystyrene) นำมาทำโฟม ถ้วย ถ้วย จาน ไม้แขวนเสื้อ และเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ

7 Other เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกหลายชนิด ที่ไม่ใช่พลาสติกชนิดใดชนิดหนึ่ง ใน 6 ที่ได้กล่าวในข้างต้น

การใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกแยกตามประเภท

ความยากในการรีไซเคิลแบ่งตามประเภท	1 PETE ง่าย จัดการได้ ยาก ยากมาก 157 ตัน	2 HDPE 17,205 ตัน	3 PVC 16 ตัน
	4 LDPE 7,164 ตัน	5 PP 18,160 ตัน	6 PS 180 ตัน
		7 OTHER 18,047 ตัน	

INTRODUCTION

STABILITY MANAGEMENT

HEART

HEALTH

HOME

APPENDIX



CASE STUDY 34

โครงการลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก

ที่มาโครงการ:

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้ทำการประเมินความเสี่ยงและทราบถึงการมีส่วนก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศทั้งบนบกและในน้ำจากขยะและวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งพลาสติกประเภทใช้แล้วทิ้ง ซึ่งคงอยู่ในระบบนิเวศอย่างยาวนาน ก่อผลกระทบต่อทางสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยลดผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจที่จะส่งผลกระทบต่อบริษัทในเชิงภาพลักษณ์และปกป้องต้นกำเนิดของแหล่งทรัพยากร รวมถึงการลดผลกระทบต่อระบบนิเวศและส่งเสริมคุณภาพชีวิตของคนในสังคมที่พึ่งพาทรัพยากรจากระบบนิเวศร่วมกันอีกด้วย บริษัทฯ จึงดำเนินโครงการเด่นที่มีความสำคัญและส่งผลในการลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก



กระบี่ ซึ่งเป็นการร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการปลูกจิตสำนึกและสร้างแนวปฏิบัติในการจัดการขยะอย่างยั่งยืน

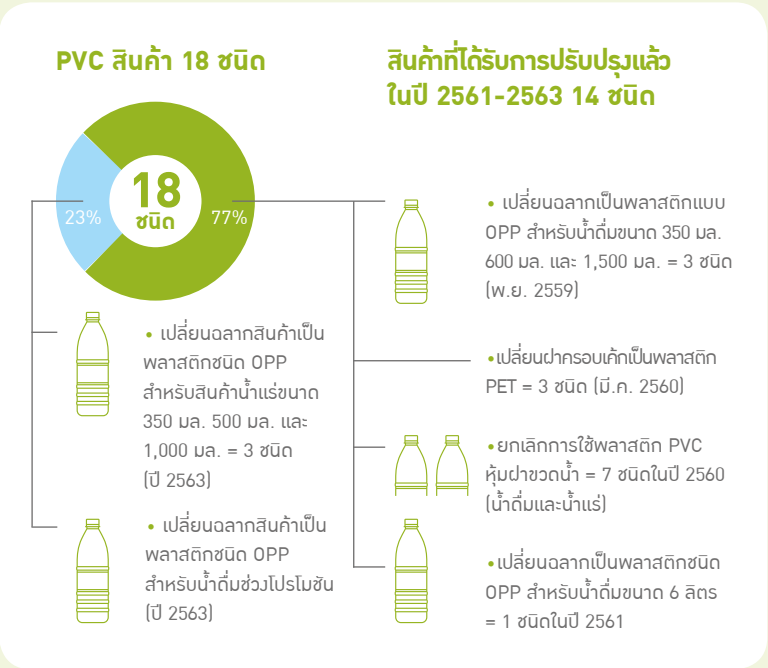


2. ยกเลิกการใช้วัสดุ PVC ในบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ตราสินค้า CP ALL การยกเลิกการใช้วัสดุ PVC ในบรรจุภัณฑ์ของสินค้าที่ใช้ตราสินค้า CP ALL สำหรับสินค้า PB Food ปี 2561 มีการดำเนินงานไปแล้วร้อยละ 77 (สินค้า 14 ชนิด จากทั้งหมด 18 ชนิด) โดยเป้าหมายในปี 2561 เท่ากับร้อยละ 72

การดำเนินงาน:

1. ระบบการนำกลับของบรรจุภัณฑ์

บริษัทฯ วางแผนพัฒนาระบบการนำกลับของบรรจุภัณฑ์โดยให้มีการนำถุงหิ้วจากร้านเซเว่น อีเลฟเว่น กลับมาใช้แทนถุงใหม่ โดยมีเป้าหมายการนำกลับมาใช้ 814,639 ใบต่อปี และมีแผนอนาคต โดยเริ่มในปี 2562 ศึกษาและดำเนินการทดลองนำกระดาษและพลาสติกที่ใช้สนับสนุนในกระบวนการทางธุรกิจเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล เป็นวัสดุที่สามารถใช้งานในร้านได้ จากความสำคัญทั้งในด้านการจัดการขยะและปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ บริษัทฯ ได้จัดตั้งโครงการความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมบนพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัด



3. การลดปริมาณการใช้พลาสติกหุ้มฝาขวดน้ำ

บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการลดปริมาณการใช้พลาสติกหุ้มฝาขวดน้ำดื่มทั้งหมดที่วางขายในร้านเซเว่น อีเลฟเว่นภายในปี 2561 ซึ่งสามารถช่วยลดการใช้พลาสติกไปได้กว่า 187 ตันต่อปี และกำลังขยายขอบเขตของโครงการไปยังสินค้าอื่นๆ และเพิ่มการบังคับใช้สัญลักษณ์รีไซเคิลบนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าที่ใช้ตราสินค้า CP ALL



4. การรณรงค์ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ถุงพลาสติกของสังคม

บริษัทฯ เข้าใจถึงบทบาทสำคัญที่สามารถช่วยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของคนในสังคมได้ จึงใช้โอกาสอันดีในช่วงเช้าของวันที่ 7 เดือน 11 ที่ผ่านมามีประกาศเจตนารมณ์ของบริษัทในการลดการใช้ถุงพลาสติก โดยจัดงานประกาศเจตนารมณ์บริเวณหน้าตึกอยู่ในเขตเซ็นเตอร์ ถนนสีลม ในงานนี้ยังร่วมมือกับซูเปอร์สตาร์ ตูน บอดี้สแลม ในการจัดตั้งโครงการ 'ลดวันละถุง คุณทำได้'

เพื่อรณรงค์สนับสนุนให้คนในสังคมได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ถุงพลาสติก โดยเมื่อปฏิเสธการรับถุง 1 ครั้ง จะมีการบันทึกในระบบเพื่อเปลี่ยนเป็นเงิน 0.20 บาท ต่อถุงและนำไปบริจาคให้แก่โรงพยาบาลศิริราชในการซื้ออุปกรณ์การแพทย์ให้กับอาคารนวมินทรบพิตร 84 พรรษา



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

4.2 แสใน/วัน
จำนวนถุงพลาสติกที่ลดลงจากโครงการรณรงค์ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสังคม

153 ล้านใบ/ปี
จำนวนถุงพลาสติกที่ลดลงจากโครงการรณรงค์ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสังคม

ร้อยละ 77
ของสินค้าที่พัฒนาแล้ว ยกเลิกการใช้วัสดุ PVC

CASE STUDY 35

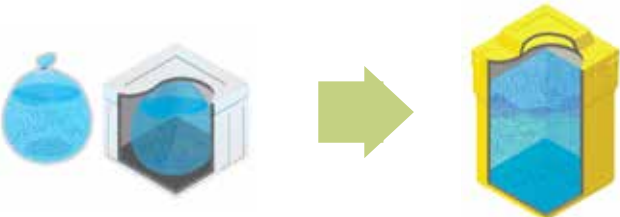
ลดการใช้ถุงพลาสติกบรรจุลูกพันธุ์กุ้ง

ที่มาโครงการ:
ด้วยปัญหาขยะพลาสติกที่ได้ทวีความรุนแรงส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทะเล เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมุ่งมั่นลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกตลอดห่วงโซ่การผลิต

การดำเนินงาน:
การดำเนินธุรกิจฟาร์มสัตว์น้ำ ในเขตประเทศอินเดีย มีการจัดจำหน่ายและขนส่งลูกพันธุ์กุ้งจากฟาร์มไปยังกลุ่มลูกค้าเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้ง การขนส่งรูปแบบเดิมคือการนำลูกกุ้งบรรจุใส่ถุงพลาสติก และบรรจุใส่กล่องโฟม ซึ่งมีการใช้เป็นปริมาณมากในแต่ละปี จึงมีการเปลี่ยนรูปแบบการขนส่ง โดยใช้ประยุกต์ใช้ ถึง Q-Pass



และ Q-Box เช่นเดียวกันกับธุรกิจสัตว์น้ำประเทศไทยซึ่งเป็นถึงบรรจุลูกพันธุ์กุ้งที่เดิมอากาศสามารถใช้งานโดยไม่ต้องใช้ถุงพลาสติก



รูปแบบเดิม :
บรรจุใส่ถุง และกล่องโฟม

รูปแบบใหม่ :
บรรจุใส่ถุง Q-Pass



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

1.07 ล้านกล่อง
จำนวนกล่องโฟมที่สามารถลดลง

260 ตัน
จำนวนบรรจุภัณฑ์ถุงพลาสติกที่ลดได้จากการเปลี่ยนรูปแบบการขนส่งลูกพันธุ์กุ้งต่อปี

698 ตัน CO₂e
ก๊าซเรือนกระจกที่สามารถลดลงได้ในปี 2560



WATER STEWARDSHIP

การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ



ความท้าทาย

สถาบันจัดการน้ำระหว่างประเทศ (IWMI) ประมาณการว่าในราวปี พ.ศ. 2568 ประชากร 4,000 ล้านคน ใน 48 ประเทศ (2 ใน 3 ของประชากรโลก) จะเผชิญกับปัญหาความขาดแคลนน้ำ ในขณะที่ธนาคารโลกประมาณการว่า 30 ปีข้างหน้า ประชากรครึ่งหนึ่งของโลกจะประสบกับภาวะขาดแคลนน้ำ หากยังคงมีการใช้น้ำที่ฟุ่มเฟือย ยิ่งไปกว่านั้น สภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum) ระบุว่าประเด็นด้านทรัพยากรน้ำเป็นประเด็นทางสิ่งแวดล้อมที่สำคัญที่สุดประเด็นหนึ่งในปี พ.ศ. 2560 การรักษาความมั่นคงของทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource Security) โดยเฉพาะอย่างยิ่งน้ำสะอาด เป็นประเด็นที่ภาคเอกชนจำเป็นต้องให้ความสำคัญ เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญและใส่ใจกับการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ ทั้งยังเป็นการสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน เป้าหมายที่ 6 เครือฯ ตระหนักดีถึงความท้าทายและความสำคัญในการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยมุ่งมั่นบริหารจัดการทรัพยากรน้ำแบบบูรณาการ (Integrative Water Management) ครอบคลุมตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนากระบวนการ เทคโนโลยี นวัตกรรม และโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงนี้ เพื่อผลักดันให้การบริหารจัดการน้ำในระดับเครือฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมาย เป้าหมายปี 2563 (ประเทศไทย)

10%

ลดปริมาณการนำน้ำมาใช้น้อยรายได้เทียบกับปีฐาน พ.ศ. 2558

ความก้าวหน้า

0% 100%

ปี 2560: ลดลง 23.07%

ปี 2561: ลดลง 32.12%

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2561



ลดปริมาณการนำน้ำมาใช้ต่อรายได้

40.74%

ของปริมาณการนำน้ำมาใช้น้อยรายได้ของปีฐาน พ.ศ. 2558



ประเมินความเสี่ยงด้านน้ำ

100%

ของพื้นที่ที่มีความเสี่ยงเรื่องน้ำสูง



นำน้ำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ

12.06%

ของปริมาณการนำน้ำมาใช้น้อยรายได้

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG 6 น้ำสะอาดและการสุขาภิบาล

- 6.1 น้ำดื่มที่ปลอดภัยและมีราคาที่สามารถซื้อหาได้
- 6.3 ปรับปรุงคุณภาพน้ำ การบำบัดน้ำเสีย และการใช้ซ้ำที่ปลอดภัย
- 6.4 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำและสร้างหลักประกันว่าบริหารจัดการน้ำ
- 6.5 ดำเนินการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำแบบองค์รวม
- 6.B สนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการจัดการน้ำและสุขอนามัย



SDG 12 การบริโภคและการผลิตอย่างมีความรับผิดชอบ

- 12.2 การจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ



SDG 14 สืบมีชีวิตในท้องทะเล

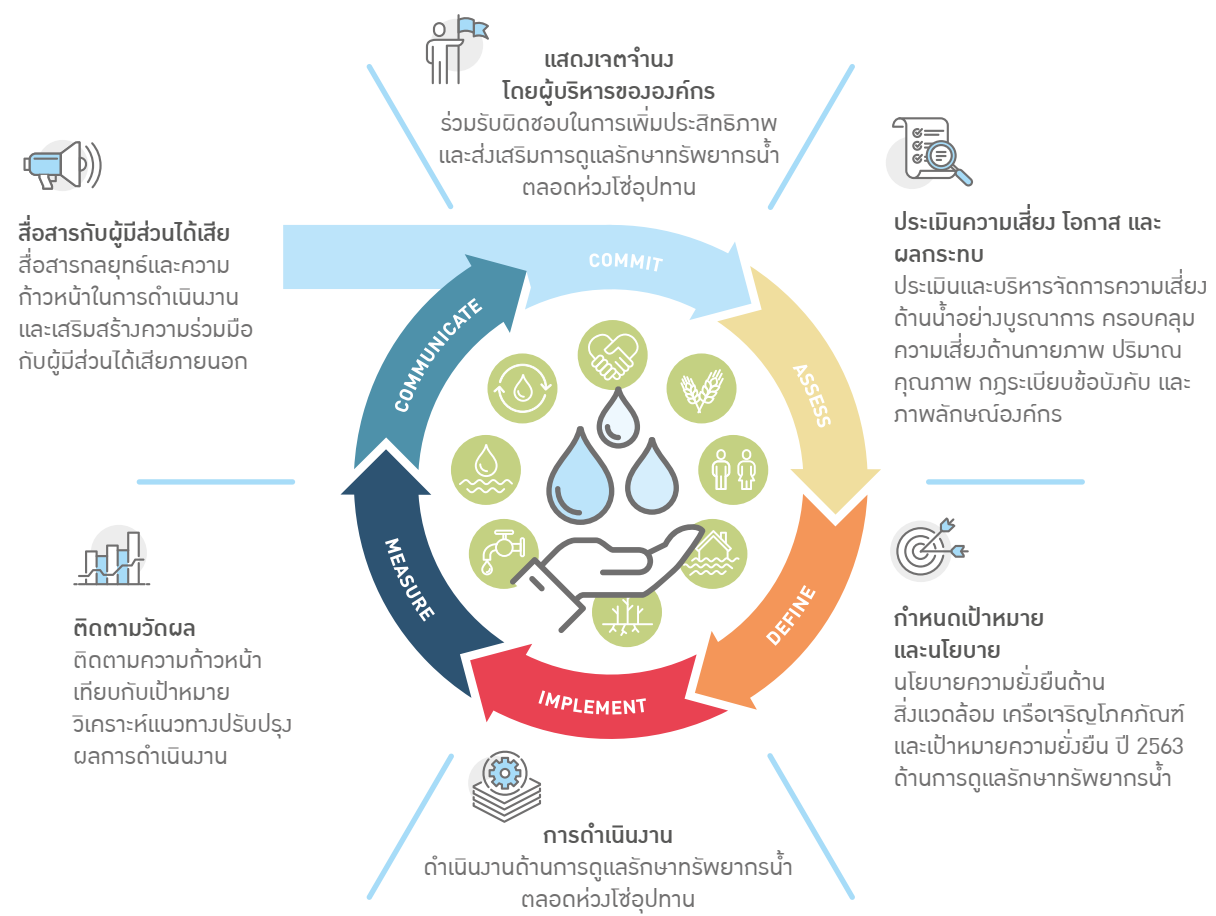
- 14.1 การลดมลพิษทางทะเล

แนวทางการบริหารจัดการ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินงานด้านการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำตามแนวทางของโครงการ CEO Water Mandate ภายใต้ UN Global Compact และนโยบายการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำภายใต้นโยบายความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมเครือเจริญโภคภัณฑ์ รวมถึงตามกรอบการดำเนินงานด้านการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ เพื่อเป็นแนวทางให้บรรลุตามเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ ครอบคลุมการประเมินความเสี่ยงจากการขาดแคลนน้ำ พร้อมทั้งวางแผนการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านน้ำทั้งขององค์กร และคู่ค้ารายสำคัญ การส่งเสริมการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

การใช้น้ำด้วยระบบการจัดการน้ำแบบหมุนเวียนตามหลักการ 5Rs (Reduce, Reuse, Recover, Recycle, Restore) การส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำของชุมชน และการมีส่วนร่วมอย่างรับผิดชอบกับผู้มีส่วนได้เสีย การสนับสนุนการประเมินการใช้น้ำตลอดวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์หรือวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ นอกจากนี้ เครือฯ ยังให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ข้อมูลและผลการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการน้ำอย่างโปร่งใส ครอบคลุมทั้งการดำเนินงานภายในองค์กร และการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้า ชุมชน และผู้มีส่วนได้เสีย

กรอบการดำเนินงานด้านการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ

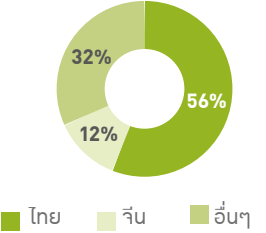


การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำอย่างบูรณาการ เพื่อการวางแผนบริหารจัดการน้ำตลอดห่วงโซ่อุปทาน

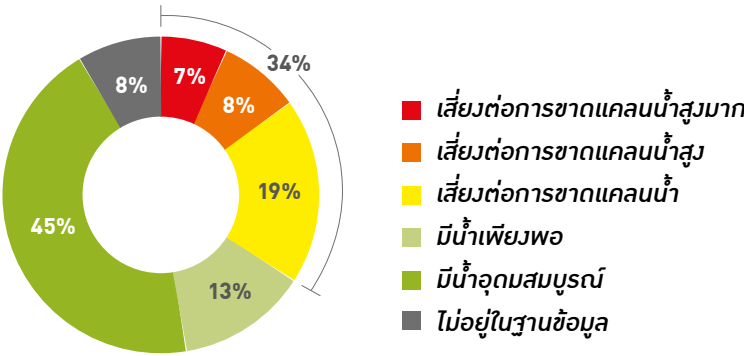


จากการประเมินความเสี่ยงพบว่า 34% ของหน่วยงานทั้งหมดในเครือเจริญโภคภัณฑ์อยู่ในระดับพื้นที่ที่เสี่ยงต่อการขาดแคลนน้ำไปจนถึงระดับขาดแคลนน้ำสูงมาก

หน่วยงานในเครือฯ ที่อยู่ในพื้นที่ที่เสี่ยงต่อการขาดแคลนน้ำ ไปจนถึงระดับขาดแคลนน้ำสูงมาก แบ่งตามเขตประเทศ



หน่วยงานในเครือฯ แบ่งตามระดับการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำ



ตัวอย่างแผนการจัดการด้านน้ำ

- โครงการลดการใช้น้ำและการส่งเสริมการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำด้วยระบบการจัดการน้ำแบบหมุนเวียน ตามหลักการ 5Rs (Reduce, Reuse, Recover, Recycle, Restore) ของบริษัทในเครือฯ
- การนำน้ำที่ผ่านการเลี้ยงกุ้งหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่
- โครงการรักษาน้ำรักสิ่งแวดล้อม
- การส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำของชุมชน
- การมีส่วนร่วมอย่างรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย
- การสนับสนุนการประเมินการใช้น้ำตลอดวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ หรือวอเตอร์ฟุตพริ้นท์

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

เกษตรอุตสาหกรรม และอาหาร

- ปริมาณน้ำที่ช่วยลดจากค่าเฉลี่ยในธุรกิจ/อุตสาหกรรม การเลี้ยงกุ้ง
- เพิ่มปริมาณน้ำรีไซเคิลที่นำมาใช้
- เพิ่มสัดส่วนของน้ำรีไซเคิลที่นำมาใช้ทดแทนน้ำจากแหล่งภายนอก

การตลาดและจัดจำหน่าย

- ปริมาณน้ำที่ช่วยลด
- ไม่มีการปล่อยน้ำทิ้งลงสู่สาธารณะ

การจัดการน้ำแบบหมุนเวียน

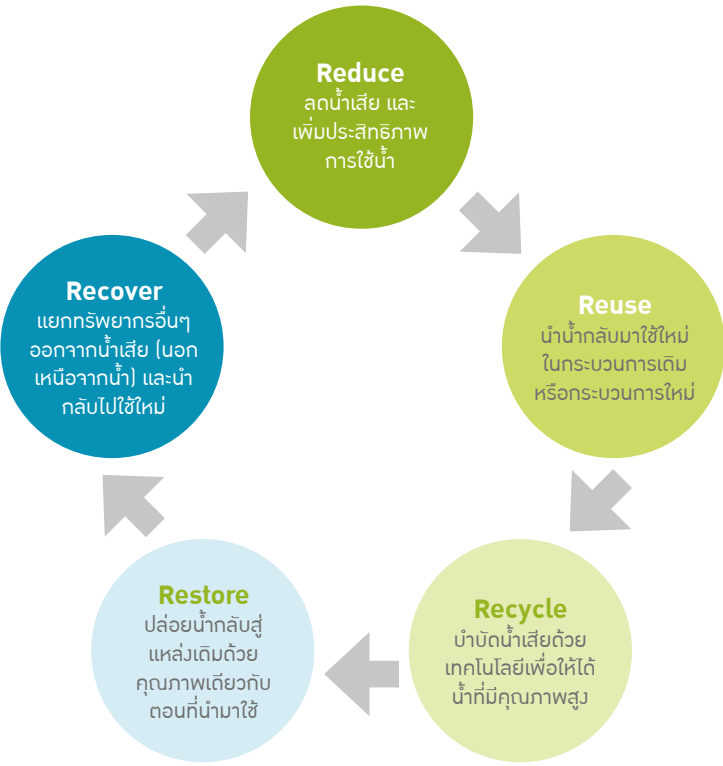
เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในทรัพยากรน้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เครือเจริญโภคภัณฑ์ประยุกต์แนวคิดการจัดการน้ำแบบหมุนเวียน (Circular Water Management) ตามหลักการ 5Rs มาใช้ในการบริหารจัดการการใช้น้ำภายในองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในทรัพยากรน้ำผ่านการดำเนินการต่างๆ เช่น

ธุรกิจแปรรูปเนื้อสัตว์และผลิตอาหารแปรรูป 12 โรงงาน และศูนย์จำหน่ายสินค้าแม่โคร 85 สาขา นำน้ำที่ผ่านการบำบัดอย่างดีแล้วกลับมาใช้ใหม่ในกิจกรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิต ลดการใช้น้ำจากแหล่งภายนอกได้รวมกันถึง 2,393,500 ลูกบาศก์เมตรต่อปี

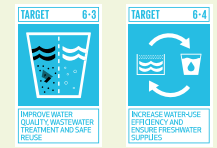
ธุรกิจการเลี้ยงสัตว์น้ำพัฒนากระบวนการเลี้ยงกุ้งโดยการปรับปรุงพื้นที่การเลี้ยง ปรับปรุงอัตราการให้อาหาร สามารถนำน้ำทะเลที่ผ่านการใช้น้ำปรับปรุงคุณภาพและหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ในกระบวนการเลี้ยงได้มากกว่า 20 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อปี

ธุรกิจการเลี้ยงสุกรป่นน้ำที่ผ่านการบำบัดจากระบบผลิตก๊าซชีวภาพให้เกษตรกรใช้ปลูกพืชในโครงการป่นน้ำปุ๋ยให้ชุมชนเพื่อการเกษตร โดยในปี 2561 บริษัทป่นน้ำปุ๋ยให้ชุมชนรอบฟาร์มสุกรกว่า 380,000 ลูกบาศก์เมตร



CASE STUDY 36

ระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำด้วยระบบ UF และ RO เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่



ที่มาของโครงการ:

ด้วยตระหนักถึงการลดลงของทรัพยากรน้ำสะอาด เครือฯจึงมีความพยายามในการปรับปรุงคุณภาพน้ำเพื่อหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ในกระบวนการที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิต เพื่อนำมาทดแทนน้ำจากแหล่งน้ำภายนอก ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการลดการใช้น้ำโดยนำน้ำรีไซเคิลมาใช้ทดแทนน้ำจากแหล่งภายนอกให้ได้ 20% ภายในปี พ.ศ. 2563

การดำเนินงาน:

นำระบบ Water Reclamation & Storage มาใช้ในธุรกิจแปรรูปเนื้อไก่ แปรรูปเนื้อสุกร แปรรูปสัตว์น้ำ อาหารแปรรูป และอาหารสำเร็จรูปของกลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร

จำนวน 10 โรงงาน ด้วยระบบ Ultrafiltration membrane (UF) หรือระบบ Reverse Osmosis (RO) และนำน้ำที่ผ่านกระบวนการบำบัดอย่างดีแล้วมาใช้ทดแทนน้ำจากแหล่งน้ำภายนอกในวงจรหล่อเย็นด้วยน้ำของระบบทำความเย็นระบบสุขาภิบาล ล้างถนนโดยรอบโรงงาน ล้างทำความสะอาดรถขนส่ง และอื่นๆ

ธุรกิจผลิตอาหารสำเร็จรูปได้ริเริ่มโครงการนำน้ำที่ผ่านกระบวนการผลิตกลับมาใช้ใหม่ให้ได้ 100% ณ ศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหาร ซีพีเอฟ และมีการทดลองเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีด้านการทำความเย็นเพื่อลดการใช้น้ำในโรงงานอีกด้วย

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

1,934,500
ลบ.ม.

ปริมาณน้ำรีไซเคิลที่นำมาใช้

12%

สัดส่วนของน้ำรีไซเคิลที่นำมาใช้ทดแทนน้ำจากแหล่งภายนอก

CASE STUDY 37

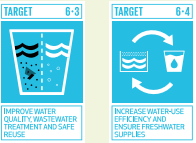
การนำน้ำที่ผ่านการเลี้ยงกุ้ง หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่

ที่มาของโครงการ:

การเลี้ยงกุ้งขาวปัจจุบันเป็นการเลี้ยงแบบบ่อกลางแจ้งจึงทำให้ไม่สามารถควบคุมสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมกับการเลี้ยงกุ้งได้ตลอดทั้งปี ปริมาณน้ำที่ใช้ในการผลิตกุ้งสูงเนื่องจากต้องใช้เปลี่ยนถ่ายน้ำระหว่างการเลี้ยงกุ้ง เพื่อกำจัดแอมโมเนียและไนโตรที่ ที่เป็นของเสียจากการเลี้ยงกุ้ง และอีกปัญหาที่สำคัญคือพื้นที่การเลี้ยงกุ้งที่มีอยู่อย่างจำกัด ไม่สามารถขยายพื้นที่ในการเลี้ยงเพิ่มได้เนื่องจากจะส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและป่าชายเลนซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญ

การดำเนินงาน:

ธุรกิจเลี้ยงสัตว์น้ำประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการเลี้ยงกุ้งในโรงเรือนปิดแบบอิสราเอลซึ่งสามารถป้องกันโรคและควบคุมอุณหภูมิให้เหมาะสมกับการเลี้ยงกุ้งได้ตลอดทั้งปี โดยใช้เทคโนโลยีการเลี้ยงกุ้งด้วยระบบไบโอฟลอคเพื่อบำบัดของเสียภายในน้ำระหว่างการเลี้ยงกุ้งทำให้ปริมาณน้ำที่ใช้ในการผลิตกุ้งต่ำกว่าการเลี้ยงกุ้งในบ่อกลางแจ้ง



เทคโนโลยีการบำบัดน้ำระหว่างการเลี้ยงกุ้งด้วยระบบไบโอฟลอคทดแทนการเปลี่ยนถ่ายน้ำเพื่อลดของเสียจากตัวกุ้งจากอาหาร ซึ่งจะอยู่ในรูปของแอมโมเนียและไนโตรที่ การนำเอาระบบไบโอฟลอคโดยใช้จุลินทรีย์บำบัดเป็นหัวเชื้อตั้งต้นเข้ามาใช้กับกระบวนการเลี้ยงกุ้งจึงสามารถรองรับการผลิตได้ที่ 13-14 ตัน/ไร่/รุ่น ใช้น้ำในการผลิตเพียง 700 ลิตร/การผลิตกุ้ง 1 กิโลกรัม โดยไม่มีการเสียหายของกุ้งจากพิษของค่าแอมโมเนียและไนโตรที่ระหว่างการเลี้ยง ในขณะที่การเลี้ยงกุ้งโดยทั่วไปใช้น้ำ 5,000-9,000 ลิตร/การผลิตกุ้ง 1 กิโลกรัม

ในกระบวนการกระตุ้นระบบไบโอฟลอคในบ่อกุ้งนั้น ได้นำเอาผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์บำบัดมาเป็นหัวเชื้อตั้งต้นในการกระตุ้นระบบไบโอฟลอคโดยใช้เวลาเพียง 10-20 วัน ระบบก็จะสามารถบำบัดสารละลายไนโตรเจนได้ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นใหม่โดยอยู่ระหว่างดำเนินการขอรับอนุสิทธิบัตรกระบวนการกระตุ้นจุลินทรีย์บำบัดสารละลายไนโตรเจนสำหรับการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ



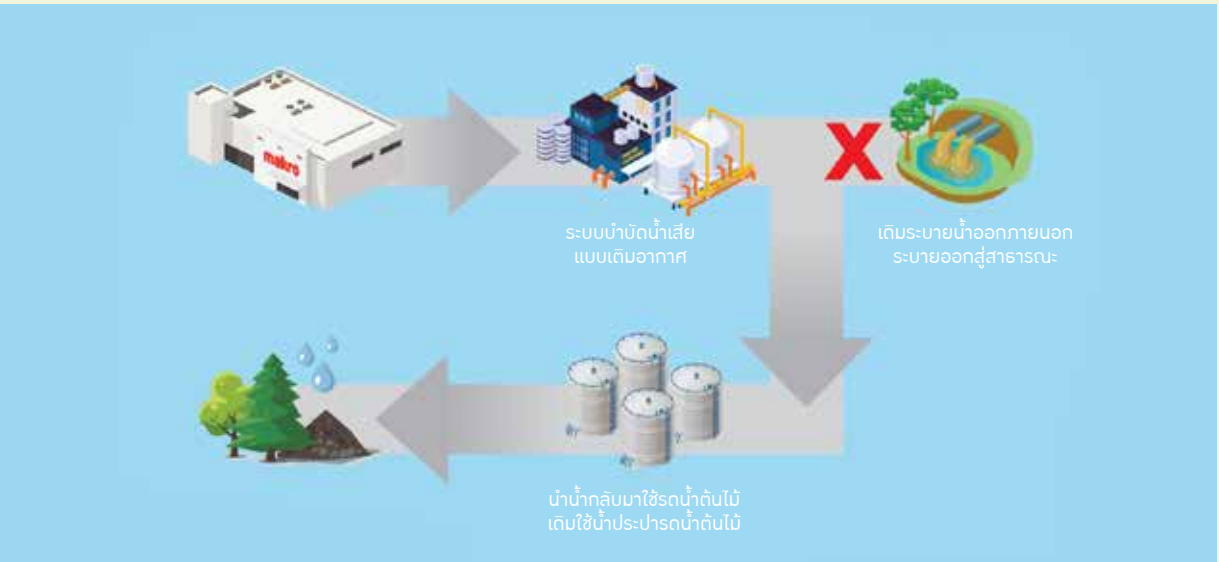
ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

4,300 ลิตร/กิโลกรัม
ปริมาณน้ำที่ใช้ลดลงจาก
ค่าเฉลี่ยในธุรกิจ/อุตสาหกรรม
การเลี้ยงกุ้ง

86%
สัดส่วนน้ำที่ใช้ลดลง

CASE STUDY 38

โครงการรักษาน้ำรักสิ่งแวดล้อม



ที่มาของโครงการ:

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญในการจัดการทรัพยากรน้ำและมลภาวะทางน้ำ เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ควรคำนึงถึงควบคู่ไปกับการประกอบธุรกิจ และขยายศูนย์จำหน่ายสินค้าไปยังทุกพื้นที่ทั่วโลก นอกจากนี้ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครมีการใช้น้ำในกิจกรรมอุปโภคเฉลี่ย 75 ลูกบาศก์เมตรต่อวันต่อสาขา และมีการปล่อยน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วออกสู่ท่อระบายสาธารณะเฉลี่ย 60 ลูกบาศก์เมตรต่อวันต่อสาขา

การดำเนินงาน:

แผนก่อสร้างและบริหารทรัพยากรอาคารเล็งเห็นความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงออกแบบ

และติดตั้งระบบรองรับน้ำจากระบบบำบัดน้ำเสียและระบบรดน้ำอัตโนมัติ เพื่อนำน้ำที่ผ่านการบำบัดกลับมาใช้ใหม่ในการรดน้ำต้นไม้บริเวณศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร ทำให้ลดการใช้น้ำในการดูแลพื้นที่สีเขียวภายในบริเวณศูนย์จำหน่ายสินค้าและไม่มี การปล่อยน้ำทิ้งลงสู่สาธารณะ (Zero Waste Water Discharge) สามารถประหยัดการใช้น้ำประปาได้ถึง 15 ลูกบาศก์เมตรต่อวันต่อสาขา หรือ 5,400 ลูกบาศก์เมตรต่อปีต่อสาขา ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครดำเนินโครงการแล้วเสร็จทั้งสิ้น 85 สาขา ไม่มีการปล่อยน้ำทิ้งลงสู่สาธารณะ และสามารถลดการใช้น้ำประปาได้ถึง 459,000 ลูกบาศก์เมตร โดยวัดผลผ่านปริมาณการใช้น้ำประปาที่ลดลงเปรียบเทียบกับก่อนการดำเนินโครงการ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

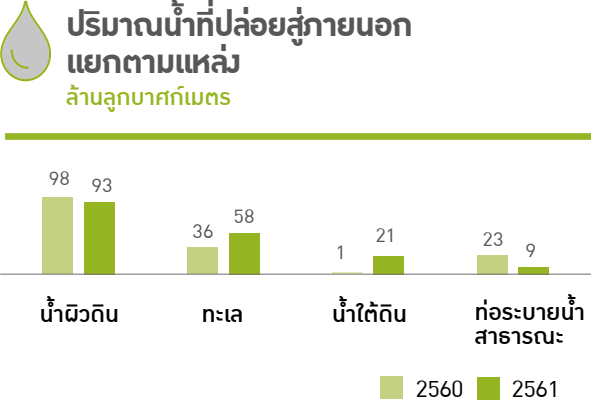
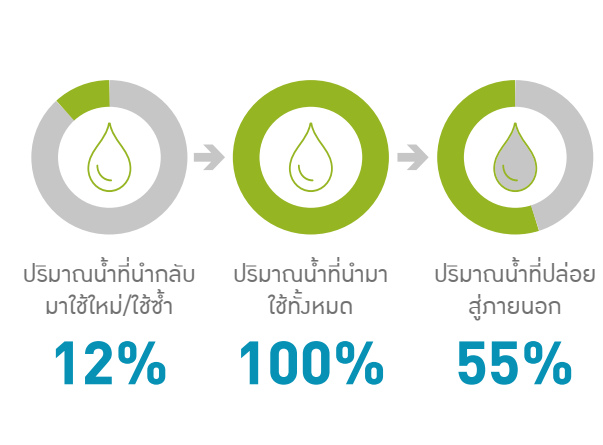
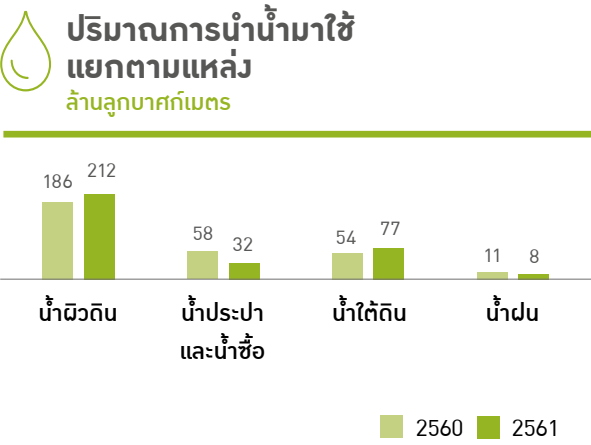
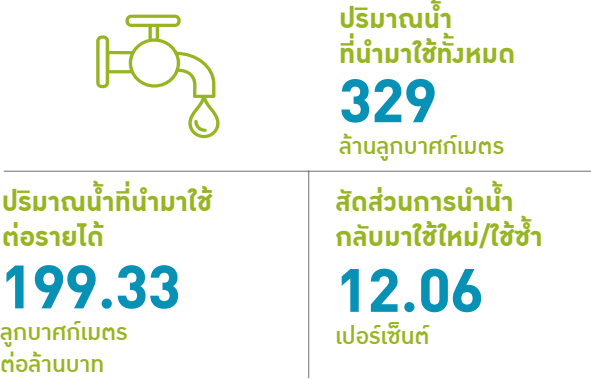
85 สาขา
ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร
ไม่มีการปล่อยน้ำทิ้งสู่
สาธารณะ

459,000
ลบ.ม./ปี
ประหยัดน้ำประปา



ข้อมูลเพื่อการจัดการทรัพยากรน้ำ
Water Management Data

ผลการดำเนินงานปี 2561



การส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำของชุมชน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในทรัพยากรน้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ทรัพยากรน้ำคาดว่าจะได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เครือฯ จึงมีแนวคิดในการจัดการทรัพยากรน้ำ เนื่องจากน้ำเป็นสินค้าสาธารณะ และการเข้าถึงน้ำสะอาดเป็นสิทธิพื้นฐานของทุกคน การสร้างความตระหนักด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชน การพัฒนาแหล่งน้ำอย่างต่อเนื่อง และการป้องกันการบุกรุกป่า จะช่วยส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำของชุมชนอย่างยั่งยืน เครือฯ จึงริเริ่มส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำให้กับหลายชุมชนในประเทศต่างๆ ที่เครือฯไปทำธุรกิจ



CASE STUDY 39

โครงการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำของชุมชน ประเทศอินเดีย



ที่มาของโครงการ:

จากสถานการณ์การเข้าถึงน้ำสะอาดในประเทศอินเดีย CP Aquaculture (India) Private Limited และ CPF (India) Private Limited เห็นความสำคัญของปัญหาดังกล่าว จึงได้ริเริ่มโครงการส่งเสริมการพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานให้กับชุมชนใกล้เคียง พร้อมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในระยะยาว โดยมุ่งเน้นเรื่องน้ำซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตของสมาชิกในชุมชนใกล้เคียงกับหน่วยงานธุรกิจด้วย

การดำเนินงาน:

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ได้ดำเนินโครงการแหล่งน้ำบาดาลเพื่อการใช้สอยในชุมชน โครงการ

น้ำ RO เพื่อการบริโภค โครงการเครื่องกรองน้ำดื่มในโรงเรียน ทั้งนี้โครงการทั้งหมดสามารถช่วยให้ชุมชนเข้าถึงแหล่งน้ำสะอาดเพื่อการอุปโภคบริโภคเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

จนถึงปัจจุบัน หน่วยงานได้สนับสนุนโครงการแหล่งน้ำบาดาลให้กับชุมชนไปแล้ว 23 โครงการ โครงการน้ำ RO ให้กับชุมชน 4 โครงการ โครงการจัดหาเครื่องกรองน้ำดื่มให้กับโรงเรียน 35 โครงการ รวมถึงโครงการจัดหาเครื่องกรองน้ำดื่มให้กับชุมชน 2 โครงการ รวมผู้ที่ได้รับการสนับสนุนทั้งหมดจำนวน 29,870 คน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

18,520 คน
สมาชิกชุมชนและโรงเรียนที่เข้าถึงน้ำสะอาด

26 โครงการ
โครงการแหล่งน้ำบาดาล
โครงการกรองน้ำ RO และ
โครงการจัดหาเครื่องกรองน้ำดื่ม

ECOSYSTEM AND BIODIVERSITY PROTECTION



การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ



รางวัลเกียรติยศ ด้วยประธานสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ และ รางวัลยอดเยี่ยม ระดับบุคคลทั่วไป ประเภทป่าไม้ ภาพ Landscape ประจำปี 2561
ภาพ : แคนยอนน้ำหนาว สถานที่ : อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จ.เพชรบูรณ์ ผู้ถ่ายภาพ : นายจามิกร สุขธรรมาร



ความท้าทาย

พื้นที่ป่าครอบคลุม 1 ใน 3 ของพื้นที่บนโลก โดยมากกว่าร้อยละ 80 เป็นที่อยู่อาศัย ซึ่งพื้นที่ป่าไม้เขตร้อนเป็นพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของความหลากหลายของสิ่งมีชีวิตมากที่สุด ในปัจจุบันการคุกคามพื้นที่ป่าและกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์สร้างผลกระทบมากมายให้กับระบบนิเวศซึ่งประเด็นสำคัญที่มีการพูดถึงและให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในปัจจุบัน เช่น ขยะพลาสติกและพลาสติกขนาดเล็กในทะเล (Marine Litter & Microplastics) ซึ่งมากกว่า 8 ล้านตันขยะพลาสติกถูกทิ้งสะสมใต้มหาสมุทรทุกปี ปัญหาขยะพลาสติกเหล่านี้ ส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพของทะเล อาทิ ส่งผลกระทบต่อสัตว์ที่ใกล้สูญพันธุ์ จำนวนประชากรปลา ระบบนิเวศแนวชายฝั่ง เป็นต้น เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และมีความมุ่งมั่นที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการลดผลกระทบและปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศให้มีความอุดมสมบูรณ์ ผ่านการมีส่วนร่วมของภาคธุรกิจและภาคอุตสาหกรรมในการดูแลและลดผลกระทบเหล่านี้ พร้อมกันนี้ เครือฯ ยังได้ประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพของโลกอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งมั่นอนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางทะเลอย่างรับผิดชอบ พร้อมทั้งปกป้องฟื้นฟูและสนับสนุนการใช้ระบบนิเวศบนบก ป่าไม้และความหลากหลายทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน

ผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมาย เป้าหมายปี 2563 (ประเทศไทย)

100%

ขอวัตถุประสงค์หลักผ่านการประเมินการจัดหาจากแหล่งผลิตที่ไม่บุกรุกทำลายป่าไม้และทรัพยากรทางทะเล

ความก้าวหน้า



- ปี 2560: อยู่ในช่วงดำเนินการ
- ปี 2561: 72% ขอวัตถุประสงค์หลักผ่านการประเมินการจัดหาจากแหล่งผลิตที่ไม่บุกรุกทำลายป่าไม้และทรัพยากรทางทะเล

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2561



ปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศบก

1,166 ไร่

พื้นที่ป่าไม้ที่ได้รับการฟื้นฟู



พื้นที่ที่ได้รับการเข้าถึงและ พัฒนาแหล่งน้ำ

58,901 ไร่

พื้นที่เกษตรกรรมที่ได้รับการพัฒนา แหล่งน้ำ พันธุ์พืช



ปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศทางทะเลและชายฝั่ง

10 จังหวัด

ที่ได้รับการฟื้นฟูแหล่งทรัพยากรทางทะเล

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG 6 น้ำสะอาดและการสุขาภิบาล

6.6 ปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องกับแหล่งน้ำ



SDG 14 สืบมีชีวิตในท้องทะเล

- 14.2 การปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศ
- 14.4 การประมงอย่างยั่งยืน
- 14.5 การอนุรักษ์ชายฝั่งและพื้นที่ทางทะเล
- 14.B สนับสนุนชาวประมงพื้นบ้านรายเล็ก



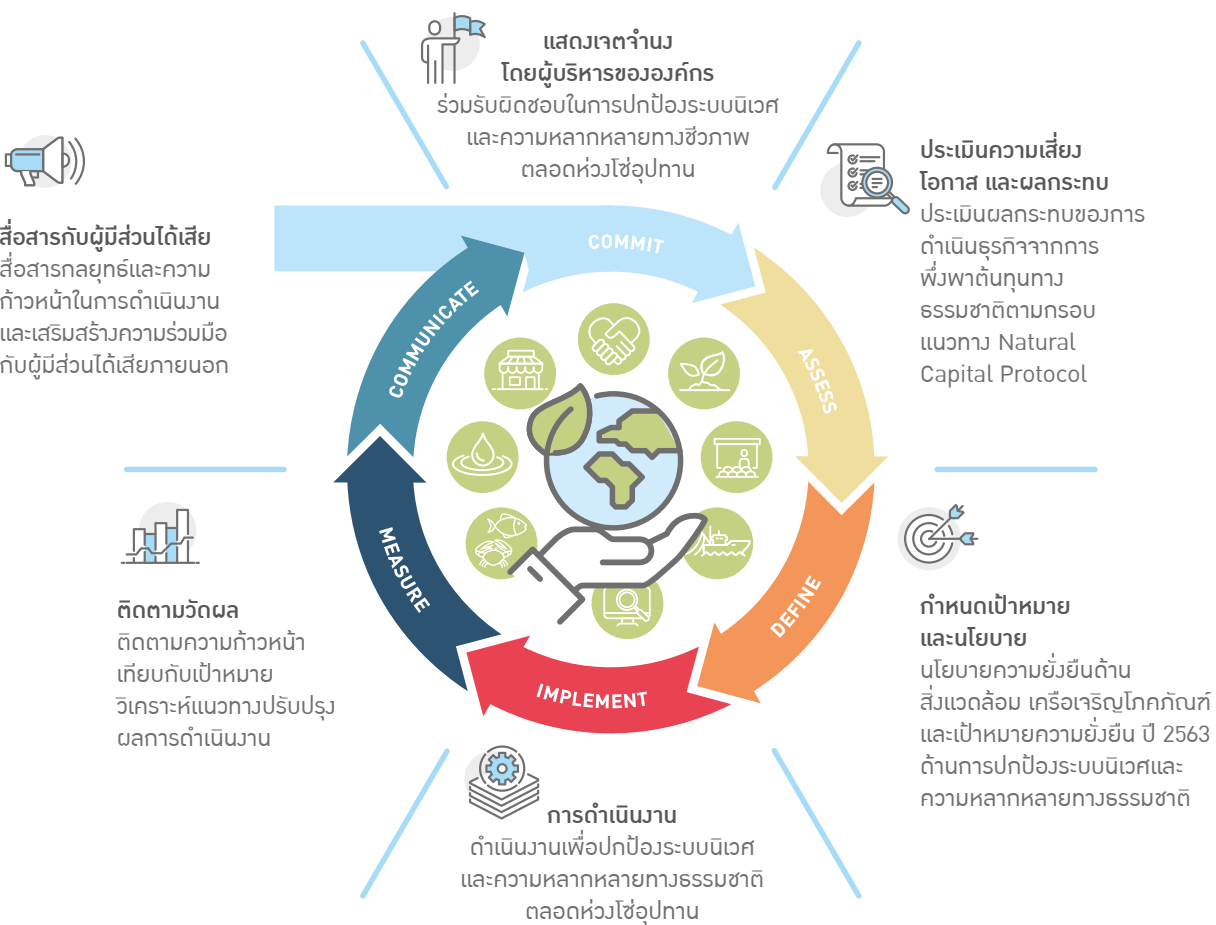
SDG 15 สืบมีชีวิตบนผืนดิน

- 15.1 การอนุรักษ์และฟื้นฟูการใช้ระบบนิเวศบนบกและในน้ำจืด
- 15.2 หยุดยั้งการตัดไม้ทำลายป่า และฟื้นฟูพื้นที่เสื่อมโทรม
- 15.4 สร้างหลักประกันว่าจะมีการอนุรักษ์ระบบนิเวศภูเขา
- 15.5 ปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพและถิ่นที่อยู่ตามธรรมชาติ

แนวทางการบริหารจัดการ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและความหลากหลายทางชีวภาพมาโดยตลอด โดยยึดมั่นดำเนินการตามหลักการดังกล่าวตั้งแต่การเลือกสถานที่ตั้งสถานประกอบการที่ไม่อยู่ในแหล่งอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับ มาตรฐาน และกฎกระทรวงที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด ประเมินผลกระทบและกำหนดมาตรการป้องกันและบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ เครือฯ ยังให้ความสำคัญกับการจัดหาวัตถุดิบทางการเกษตรที่มาจากแหล่งที่รับผิดชอบและไม่บุกรุกพื้นที่ป่าและทรัพยากรทางทะเล มีส่วนร่วมผลักดันการปกป้อง พื้นระบบนิเวศบนบกและทะเลเพื่อความสมดุลของระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพอย่างยั่งยืน

กรอบการดำเนินงานด้านการปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ



การประเมินต้นทุนทางธรรมชาติ เพื่อรักษาระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ



จากการที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เป็นสมาชิก World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) เครือฯ ได้นำ Natural Capital Protocol หรือกรอบการประเมินต้นทุนทางธรรมชาติที่ WBCSD ได้พัฒนาร่วมกับองค์กรระดับโลก ได้แก่ Conservation International, The B Team, PwC และ Sustain Value มาเป็นแนวทางในการประเมินต้นทุนทางธรรมชาติขององค์กร เพื่อศึกษาค่าภัยและความเสื่อมโทรมของระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ ประเมินเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ และนำผลลัพธ์ที่ได้ไปหาแนวทางการอยู่ร่วมกันระหว่างการใช้ประโยชน์และการรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติ

เครือฯ ได้คัดเลือกโรงงานข้าวนครหลวง ของบริษัท ซี.พี. อินเตอร์เนต จำกัด และบริษัท ข้าว ซี.พี. จำกัด มาเป็นโครงการศึกษานำร่องในการประเมินต้นทุนทางธรรมชาติ เนื่องจากโรงงานตั้งอยู่บริเวณริมแม่น้ำป่าสัก อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และใช้ระบบการขนส่งสินค้าทางน้ำเพื่อความสะดวกรวดเร็วผ่านทางท่าเรืออยุธยาและไอซีดี ทำให้โรงงานข้าวนครหลวงมีการใช้ประโยชน์จากธรรมชาติซึ่งก่อให้เกิดทั้งผลกระทบและการพึ่งพา กัน เครือฯ เล็งเห็นความสำคัญในการประเมินมูลค่าของระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพเพื่อเป็นต้นทุนทางธรรมชาติของโรงงานข้าวนครหลวง

กรอบแนวทางการประเมิน



หลักการ : ตรงประเด็น, แม่นยำ, การทำซ้ำ, ความสอดคล้อง



การจัดหาวัตถุดิบและการตรวจสอบย้อนกลับ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค

ความสำคัญ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการพัฒนาระบบการตรวจสอบย้อนกลับตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานด้วยระบบตรวจสอบที่แม่นยำ รวดเร็ว และโปร่งใส สร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค อีกทั้งยังเป็นกลไกในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมที่สำคัญ โดยเฉพาะการป้องกันผลกระทบต่อระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ และคู่ค้าธุรกิจยังคงปฏิบัติตามระบบการตรวจสอบแหล่งที่มาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความมั่นใจว่าวัตถุดิบมาจากแหล่งที่มีการจัดหาอย่างยั่งยืน

การประเมินความเสี่ยง

เครือฯ ได้มีการพัฒนาระบบการประเมินตนเองด้านความยั่งยืนสำหรับคู่ค้าธุรกิจในรูปแบบออนไลน์ (Online Supplier Sustainability Self-Assessment) ใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกคู่ค้าธุรกิจรายใหม่ ริเริ่มในปี 2560 กับคู่ค้าธุรกิจกลุ่มวัตถุดิบหลักเพื่อบริหารความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานเบื้องต้น

พัฒนาคู่ค้าธุรกิจ

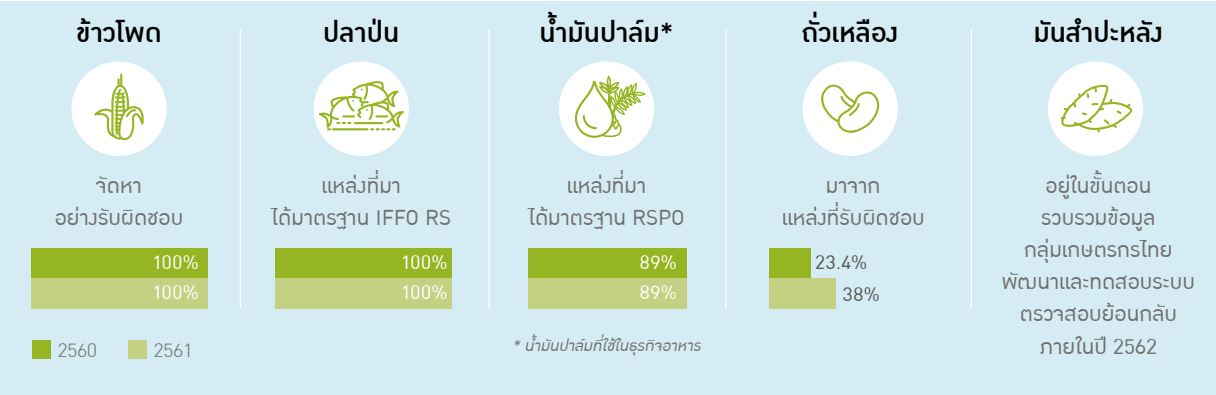
เครือฯ มีนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน และแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้าธุรกิจ สร้างการมีส่วนร่วมและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับคู่ค้าธุรกิจ ชุมชน เกษตรกร องค์กรอิสระ และภาครัฐ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจและส่งเสริมให้เกิดมาตรฐานการจัดหาอย่างรับผิดชอบตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน

การสื่อสาร

- การรายงานความก้าวหน้า (COP) การปฏิบัติตามข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact)
- เครือฯ ได้เข้าร่วมเผยแพร่ข้อมูลและผลการดำเนินงานด้านป่าไม้ โดยได้รับการประเมินผลโครงการ CDP ประจำปี 2561 ในระดับ Management (B-) ซึ่งแสดงถึงการมีกระบวนการจัดการด้านป่าไม้ซึ่งเป็นระดับที่สูงกว่าทั้งค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมผู้ผลิตอาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverage Processing) ที่ได้รับการประเมินทั้งหมด



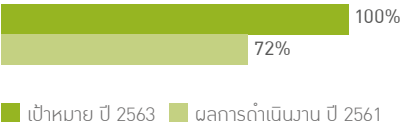
ความก้าวหน้า การดำเนินงานหาวัตถุดิบหลัก



การตรวจสอบย้อนกลับของวัตถุดิบอาหารสัตว์ - ผลการดำเนินงาน ปี 2561 -



วัตถุดิบหลักทางการเกษตรจัดหาจากแหล่งผลิตที่รับผิดชอบและตรวจสอบย้อนกลับได้



กลุ่มธุรกิจการค้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ได้รวบรวมผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทาน ทำความเข้าใจประเด็นปัญหาของวัตถุดิบอาหารสัตว์แต่ละประเภท มีการกำหนดนโยบายและเกณฑ์ในการจัดหาวัตถุดิบอาหารสัตว์อย่างยั่งยืน จัดหาวัตถุดิบจากแหล่งผลิตที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม จัดทำ Life Cycle Assessment เพื่อทำความเข้าใจผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของแต่ละฟาร์ม จัดทำระบบตรวจสอบย้อนกลับข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ตั้งแต่ปี 2559 และปฏิบัติตามอย่างต่อเนื่อง



การตรวจสอบย้อนกลับวัตถุดิบ ข้าวโพด

นโยบายการรับซื้อข้าวโพดเลี้ยงสัตว์



ไม่เขา > ไม่เผา > เราซื้อ

ไม่รับซื้อผลผลิตในพื้นที่ที่ไม่มีเอกสารสิทธิ์ กับบนพื้นที่ราบและบนที่เชิงเขา

ไม่รับซื้อผลผลิตในพื้นที่ที่มีการเผาตอซังหรือเศษวัสดุ

รับซื้อผลผลิตในพื้นที่ที่มีเอกสารสิทธิ์/ทะเบียนเกษตรกรเพื่อระบุตัวตนและพื้นที่เพาะปลูก

นโยบายการรับซื้อข้าวโพดเลี้ยงสัตว์



ข้อมูลเกษตรกร > ข้อมูลผู้รวบรวม

บัตรประชาชน

บัตรประชาชน

ทะเบียนนิติบุคคล

โฉนดที่ดิน

ทะเบียนเกษตรกร

การตรวจสอบย้อนกลับวัตถุดิบ ข้าวโพด

1. เกษตรกรปลูกข้าวโพดใน

- ✓ พื้นที่ที่มีเอกสารสิทธิ์
- ✓ ไม่มีการเผาตอซังเพื่อคุณภาพที่ดี
- ✓ ส่วนผลผลิตข้าวโพดไปย้งโรงงานหรือผู้รวบรวม
- ➡ ส่งข้อมูลออฟฟิตเพื่อจัดเก็บในระบบ

2. ผู้รวบรวม (รายย่อย)

- ✓ รวบรวมผลผลิตข้าวโพด
- ➡ ส่งข้อมูลออฟฟิตเพื่อจัดเก็บในระบบ

3. ผู้รวบรวม (รายใหญ่)

- ✓ รวบรวมผลผลิตข้าวโพด
- ➡ ส่งข้อมูลออฟฟิตเพื่อจัดเก็บในระบบ

4. โรงงาน

- ✓ รับผลผลิตข้าวโพดจากแหล่งที่ลงทะเบียนในระบบ
- ✓ มั่นใจในวัตถุดิบตามนโยบายการรับซื้อ



ตรวจสอบย้อนกลับด้วยระบบการตรวจสอบแหล่งที่มา

การอนุรักษ์ฟื้นฟูป่าไม้ และทรัพยากรทางทะเล เพื่อปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศบก ทะเล และชายฝั่ง

ความสำคัญ

“ป่าไม้และทะเล” ถือเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสำคัญและมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิด หากทรัพยากรดังกล่าวสูญเสียความสมดุล ย่อมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศและสิ่งมีชีวิตอันจะส่งผลกระทบต่อดำรงชีวิตและระบบเศรษฐกิจในที่สุด

โครงการต่างๆ ที่เครือฯ ได้ดำเนินการนั้นมีเป้าหมายในการลดผลกระทบด้านมลพิษ เสริมสร้างและพัฒนาการบริหารจัดการ อนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรป่าไม้ ทรัพยากรประมง และทรัพยากรทางทะเล สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Goals: SDGs) เป้าหมายที่ 14 (Life Below Water) หรือการใช้ประโยชน์จากมหาสมุทรและทรัพยากรทางทะเล และเป้าหมายที่ 15 (Life on Land) ส่งเสริมการใช้ประโยชน์ที่ยั่งยืนของระบบนิเวศบนบก ซึ่งเป้าหมายดังกล่าวมีเป้าประสงค์ย่อยดังนี้



SDG 14
สิ่งมีชีวิตในท้องทะเล

การปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศ

บริหารจัดการและปกป้องระบบนิเวศ

ลดและแก้ปัญหาผลกระทบการเป็นกรด

ทำประมงอย่างยั่งยืน

เพื่อพื้นที่อนุรักษ์ทางทะเลและชายฝั่ง

ไม่อุทกหนุณการประมงเกินขีดจำกัด

เพิ่มผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการใช้ทรัพยากรทะเลอย่างยั่งยืน

เพิ่มความสามารถและถ่ายทอดเทคโนโลยี

สนับสนุนชาวประมงพื้นบ้าน

บังคับใช้กฎหมายระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับทะเล

การดำเนินงานของเรา

เครือฯ ได้มีการจัดทำกิจกรรมและโครงการต่างๆ เพื่อผลักดัน ปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศบนบก ป่าไม้ และระบบนิเวศทางทะเล โดยความร่วมมือกับพันธมิตรหลายภาคส่วนเพื่อสร้างพลังร่วม ได้แก่ เครือข่ายพระราชกรณียกิจภาคีเครือข่ายภาคธุรกิจ-เอกชน เครือข่ายภาคประชาสังคม และชุมชนในพื้นที่



SDG 15
สิ่งมีชีวิตบนผืนดิน

การอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศบกและน้ำจืด

หยุดยั้งการทำลายป่าและฟื้นฟูป่าเสื่อมโทรม

ฟื้นฟูผืนดินและดินที่เสื่อมโทรม

สร้างหลักประกันว่าการอนุรักษ์ระบบนิเวศ

ปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพและถิ่นที่อยู่ตามธรรมชาติ

สร้างหลักประกันการอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศบกและน้ำจืด

ยุติการค้าและการขนย้ายพันธุ์พืชและสัตว์คุ้มครอง

ป้องกันการนำเข้าและลดผลกระทบของชนิดพันธุ์ต่างถิ่นที่รุกรานระบบนิเวศ

บูรณาการเรื่องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพเข้าสู่วางแผน

ตัวอย่างโครงการการมีส่วนร่วมอนุรักษ์ ฟื้นฟู ระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ



ต้นแม่น้ำปิง

- โครงการจัดการน้ำเพื่อการเกษตรแม่แจ่ม
- โครงการจัดการป่าอนุรักษ์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนด้วยศาสตร์พระราชา บ้านกองกาย
- โครงการธรรมชาติปลอดภัย จ. เชียงใหม่

ต้นแม่น้ำวัง

- โครงการสร้างป่าสร้างรายได้ ต.ปงดอน อ.แจ้ห่ม จ. ลำปาง

ต้นแม่น้ำน่าน

- โครงการสวนหมวกใส่รองเท้านี้ให้เขาหัวโล้น
- โครงการป่ามีชีวิต
- โครงการเมืองวัง
- โครงการเรือนเพาะชำบ้านน้ำยาว
- โครงการส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการจัดการพื้นที่ต้นน้ำเสื่อมสภาพบนพื้นที่สูงชัน บ้านกุ่มใหม่
- โครงการสานพลังประชารัฐพัฒนาและฟื้นฟูพื้นที่ต้นน้ำน่าน บ้านนาบง
- มูลนิธิส่งเสริมการเรียนรู้ชุมชน (วิถ์ปัญญา)
- โครงการปลูกไม้เพื่อแก้ไขปัญหาภูเขาหัวโล้น
- โครงการน้ำพวงโมเดล

โครงการซีพีเอฟรักษ์นิเวศ

ลุ่มน้ำป่าสัก เขาพระยาเดินธง จ. ลพบุรี

- ชุมชนบ้านไม้รุ้ง ต. ไม้รุ้ง อ. คลองใหญ่ จ. ตราด
- บ้านคลองมะขาม ต. หาดเล็ก อ. คลองใหญ่ จ. ตราด
- บ้านห้วยบอน ต. ไม้รุ้ง อ. คลองใหญ่ จ. ตราด
- บ้านสะพานหิน ต. แหลมกลัด อ. เมือง จ. ตราด
- สหกรณ์บางจะเกร็ง จ. สมุทรสงคราม
- ชุมชนหมู่ 3 ต. วัจ อ. ท่าชนะ จ. สุราษฎร์ธานี
- ต. พลายวาส อ. กาญจนดิษฐ์ จ. สุราษฎร์ธานี
- อ. หัวไทร จ. นครศรีธรรมราช
- เกาะปู จ. กระบี่
- อ. ปาณาเร จ. ปัตตานี

โครงการธนาคารปูชุมชน

ศูนย์อนุรักษ์และพัฒนาควายไทย จ. ชลบุรี

ระบบความยั่งยืน ฟาร์มกุ้ง จ. ตราด

โครงการซีพีเอฟ ปลูก-บัน-ป้อง ป่าชายเลน

- จ. สมุทรสาคร
- จ. ระยอง
- จ. ชุมพร
- จ. พังงา
- จ. สงขลา

โครงการประมงพื้นบ้าน

- จ. สงขลา
- จ. ปัตตานี

โครงการอนุรักษ์น้ำมูล จ. นครราชสีมา

โครงการบูรณาการฐานข้อมูลและองค์ความรู้ปลาทูไทยอ่าวไทย

โครงการปกป้องระบบนิเวศน้ำจืดในชายฝั่ง

โครงการปกป้องระบบนิเวศทางทะเลและชายฝั่ง

***เป็นโครงการที่ร่วมมือกับหลายภาคส่วน**

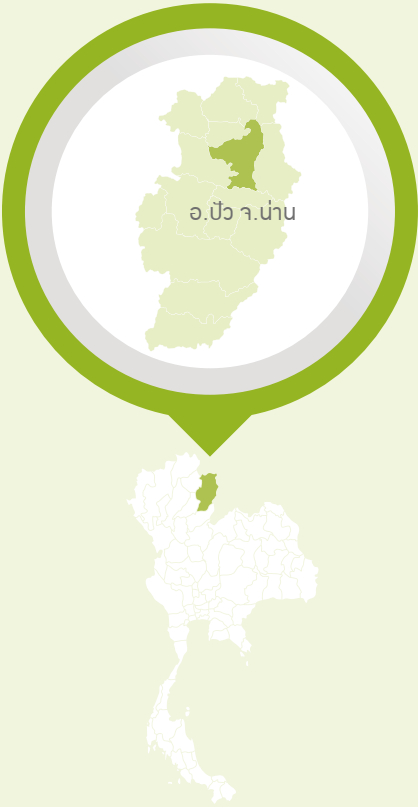
CASE STUDY 40

โครงการส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วม
ในการจัดการพื้นที่ป่าต้นน้ำเสื่อมสภาพ
บนพื้นที่สูงชัน อุทยานแห่งชาติดอยภูคา
(พื้นที่ป่าอนุรักษ์ บ้านทุ่งใหม่ ต.อวน อ.ปัว จ.น่าน)

วิกฤตป่าต้นน้ำถูกทำลาย เกิดรอยหัวโล้นในพื้นที่ป่าต้นน้ำ เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว รวมทั้งส่งเสริมให้ชุมชนดูแลรักษาพื้นที่ป่าต้นน้ำให้กลับมาอุดมสมบูรณ์ เครือเจริญโภคภัณฑ์ร่วมมือกับกรมอุทยานแห่งชาติดอยภูคา และชาวบ้าน เข้าร่วมดำเนินโครงการปลูกป่าอนุรักษ์ พื้นที่ป่าต้นน้ำให้กลับมาอุดมสมบูรณ์ โดยมีการดำเนินโครงการจัดการพื้นที่ป่าต้นน้ำเสื่อมสภาพบนพื้นที่สูงชัน บ้านทุ่งใหม่ ต.อวน อ.ปัว จ.น่าน เน้นการแก้ปัญหาเชิงระบบให้ชาวบ้านสามารถอยู่ร่วมกับป่าได้



‘ชาวบ้านร่วมกันฟื้นฟูป่า ปลูกป่าชุมชน ทำแนวกันไฟ’
เครือเจริญโภคภัณฑ์ร่วมส่งเสริมการสร้างชุมชนให้เป็นชุมชนต้นแบบในการฟื้นฟูพื้นที่ป่าต้นน้ำเสื่อมสภาพ สร้างแนวกันไฟป่า และแนวป่ากันชนที่คนในชุมชนสามารถเข้ามาหาของป่าได้ พร้อมกับการฟื้นฟูระบบนิเวศไปด้วยกัน



สร้างชุมชนต้นแบบใน
การฟื้นฟูสภาพป่า
เสื่อมสภาพ



สร้างแนวกันไฟป่า



สร้างแนวกันชนป่า
คนในชุมชนสามารถอยู่
ร่วมกับป่าได้

ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนโครงการ



ปลูกป่าอนุรักษ์ พื้นที่
สร้างป่าสร้างรายได้
สนับสนุนกล้าไม้เพื่อการฟื้นฟูป่า
และชาวบ้านสามารถเก็บผลประโยชน์



ติดตามและดูแล
สำรวจอัตราการรอดตาย
และการเจริญเติบโตของกล้าไม้



ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน
ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการ
ปกป้องและฟื้นฟูป่า



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ร่วมฟื้นฟูป่า
226.77 ไร่

ร่วมปกป้องป่า
851.63 ไร่

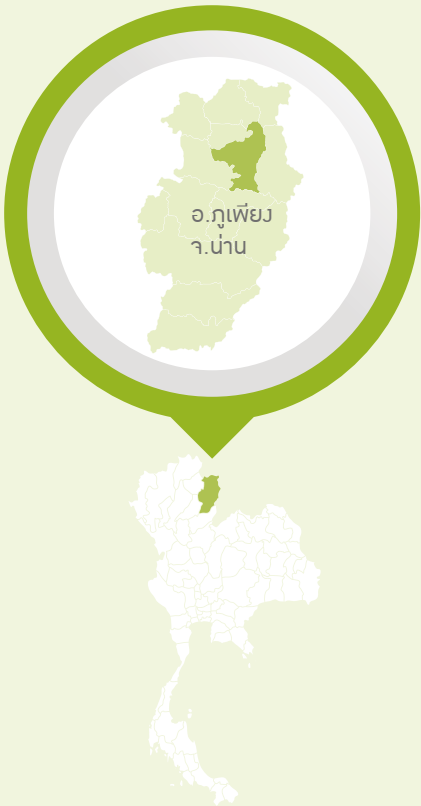




CASE STUDY 41

โครงการพัฒนาในพื้นที่จังหวัดน่าน
พื้นที่ความร่วมมือ ‘อบต. เมืองจัง’

จังหวัดน่านมีสภาพภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นภูเขา แต่ปัจจุบันพื้นที่ป่าไม้ของจังหวัดน่านมีแนวโน้มลดลง ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาภูเขาหัวโล้น รวมทั้งเกษตรกรยังปลูกพืชไร่แบบเชิงเดี่ยว และมีปัญหาในเรื่องลัทธิที่ดินทำกิน ขาดแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรและอุปโภคบริโภคที่ยั่งยืน ขาดระบบบริหารจัดการน้ำแหล่งน้ำ ทำให้น้ำน้อยในฤดูแล้ง และปัญหาน้ำท่วมในฤดูฝน



การฟื้นคืนป่าต้นน้ำ

- เครือฯ ร่วมกับภาคีเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนชาวบ้านในพื้นที่ร่วมกันจัดกิจกรรมปลูกป่าบนพื้นที่ป่าเสื่อมโทรมและเขาหัวโล้น



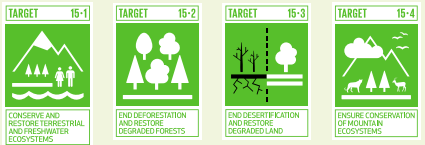
การคืนพื้นที่ป่า

- ป่าแล้งน้ำ หากจะเปลี่ยนจากการปลูกพืชเชิงเดี่ยวมาเป็นปลูกไม้ผลจำเป็นต้องมีน้ำ
- ป่าแล้งน้ำ ปรับพื้นที่นาในพื้นที่ราบให้เหมาะสมกับการปลูกข้าว
- ป่าแล้งน้ำทางเลือก สนับสนุนปัจจัยให้ชาวบ้านปรับเปลี่ยนอาชีพ



นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้

- จัดตั้งศูนย์ภูมิสารสนเทศเพื่อการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม (GIS) เพื่อจัดทำฐานข้อมูลจำแนกการใช้ประโยชน์ป่าไม้ที่ดินรายแปลงสำหรับการวิเคราะห์และวางแผนบริหารจัดการ



ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนโครงการ



บริหาร
จัดการน้ำ



สิทธิที่ดิน
ทำกิน



ทางเลือกด้านอาชีพ
และพืชเกษตร



ความยากจน
หนี้สิน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ร่วมสนับสนุนภาคประชาชนและภาคประชาสังคม รวมถึงภาคีในพื้นที่ในการพัฒนายุทธศาสตร์ ‘คนอยู่กับป่าอย่างสมดุล’ ด้วยการพัฒนาด้านอาชีพ สร้างระบบน้ำเพื่อการเกษตร

ควบคู่กับการฟื้นฟูป่า โดยใช้วิธี ‘นาแล้งน้ำ’ ‘ป่าแล้งน้ำ’ ‘ป่าแล้งน้ำ’ ทางเลือก’ และนำเทคโนโลยีระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) มาประยุกต์ใช้ในการจัดการพื้นที่รายแปลง



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

พัฒนาระบบชลประทานท้องถิ่น
58,901 ไร่
พื้นที่ใน ต.เมืองจัง 7 หมู่บ้าน
มีน้ำทำการเกษตรและอุปโภค
บริโภคที่เพียงพอตลอดทั้งปี

CASE STUDY 42

โครงการจัดการป่าอนุรักษ์โดยชนิตัวด้วยศาสตร์พระราชา

(โครงการสร้างป่าสร้างรายได้ บ้านกองกาย ต.บ้านทับ อ.แม่แจ่ม จ.เชียงใหม่)

โครงการจัดการปอเนกประโยชน์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนด้วย
ศาสตร์พระราชา เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนโครงการแม่แจ่มโมเดล
พลัสที่เครือข่ายภาคภักดี ได้ร่วมกับหน่วยงานราชการในพื้นที่อำเภอ
แม่แจ่ม และภาคีเครือข่าย อาทิ มูลนิธิเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ภาคเหนือ

สถาบันอื้อฉาว องค์กรบริหารส่วนตำบลบ้านทับ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านกองกาย ต.บ้านทับ และศูนย์ภูมิสารสนเทศเพื่อการจัดการ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อการมีส่วนร่วม อ.แม่แจ่ม ขัณฑ์เลื่อน ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม

ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนโครงการ



พัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการเกษตร

- พัฒนาระบบจัดการน้ำเพื่อการเกษตร
ให้น้ำใช้ได้ตลอดทั้งปี เป็นปัจจัยเกื้อหนุน
ให้คนอยู่กับป่าได้อย่างยั่งยืน



สร้างป่าสร้างรายได้

- ปรับเปลี่ยนด้านอาชีพควบคู่การฟื้นฟูป่า
- ถ่ายทอดองค์ความรู้ การบริหารจัดการด้านการเกษตร
- เป็นช่องทางตลาดในอนาคต



จัดตั้งวิสาหกิจชุมชน

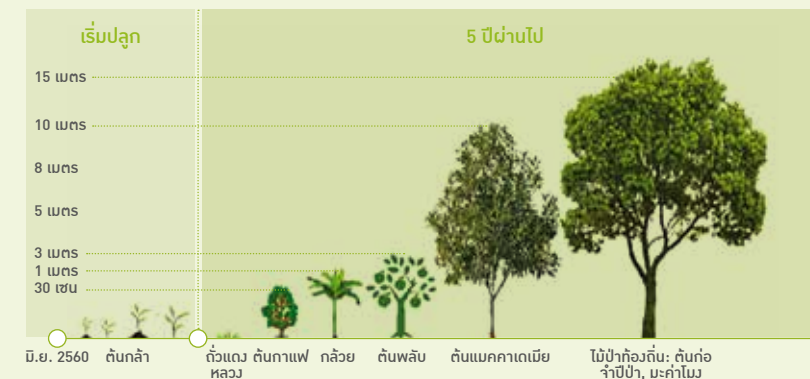
- ยกระดับชุมชนให้เกิดการรวมกลุ่ม
- ถ่ายทอดทักษะการบริหารจัดการกลุ่ม
- การแปรรูปผลผลิต



สร้างป่าสร้างอาชีพ - อาชีพทางเลือก ที่เป็นมิตรกับ ‘ธรรมชาติ’



- ปรับเปลี่ยนเกษตรเชิงเดี่ยว มาเป็นเกษตรยั่งยืน
- พัฒนาระบบน้ำเพื่อการเกษตร
- เกษตรมูลค่าสูง ใช้พื้นที่น้อยลง



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

เพิ่มพื้นที่สีเขียว
43,945 ต้น

ระบบน้ำที่สามารถใช้งานได้
ตลอดทั้งปี

3 หมู่บ้าน
(บ้านกองกาย บ้านสองธาร
บ้านแม่ขี้มูกน้อย

พัฒนาผู้คน สร้างชุมชนยั่งยืน

- เครื่อง ให้การสนับสนุนการปรับเปลี่ยนอาชีพ เกษตรพันธู์ไร้อาชีพ กาแฟ กล้วย ไข่ พลับ แมกคาเดเมีย และพืชประจำถิ่น
- ถ่ายทอดความรู้ด้านการดูแลรักษา
- สร้างหมู่บ้านต้นแบบ ให้ความรู้
- สร้างโมเดลการสร้างป่าสร้างรายได้ จัดตั้งเป็น 'โรงเรียนกาแฟเพื่อการฟื้นฟูป่า' ถ่ายทอดความรู้และฟื้นฟูป่า

จัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน
มีสมาชิก

26 រាជ

ผลิตภัณฑ์ ผลิตผล
มีเอกลักษณ์
สร้างรายได้





CASE STUDY 43

โครงการการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเล

โครงการธนาคารปูชุมชน

ที่มาของโครงการ:

ธนาคารสัตว์น้ำ หรือการเพาะขยายพันธุ์ปู วัยอ่อนโดยชุมชน เป็นหนึ่งในเครื่องมือช่วย เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ควบคู่ ไปกับการฟื้นฟูทรัพยากรสัตว์น้ำอย่างยั่งยืน

เป้าหมาย:

สร้างกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ในการอนุรักษ์ อีกทั้งส่งเสริมการบริหาร ทรัพยากรทางทะเลโดยชุมชนอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์ด้าน ความยั่งยืนของเครือฯ

การดำเนินงาน:



คัดเลือกชุมชน ที่มีศักยภาพ



เพิ่มศักยภาพ วางแผนและดำเนินการร่วมกับชุมชน



เก็บข้อมูล วัดผลและพัฒนา

กระบวนการ:



ชาวประมง จับสัตว์น้ำที่มี ไข่ออกกระดอง



นำไข่มาฝาก ธนาคารสัตว์น้ำ คืนแม่ให้ ชาวประมง



ธนาคาร อนุบาลตัวอ่อน ลูกสัตว์น้ำ



นำตัวอ่อน ปล่อยคืน ธรรมชาติ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

790,860,021 ตัว ปริมาณปูวัย (ลูกปู) คืนสู่ธรรมชาติ

2.16 เท่า การเพิ่มขึ้นของจำนวน การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

928 คน จำนวนผู้ตระหนักถึงการ อนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเล

โครงการปะการังเทียม

ที่มาของโครงการ:

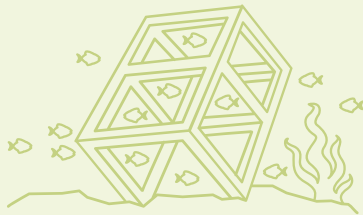
ด้วยยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืนของเครือ เจริญโภคภัณฑ์ ในด้านค่านิยม 3 ประโยชน์ การ สร้างคุณค่าทางสังคม การปกป้องระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ รวมทั้ง ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งคือภารกิจสำคัญ

เป้าหมาย:

ร่วมฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งเพื่อ ความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศ เพิ่มผลผลิต สัตว์น้ำ ส่งผลประโยชน์แก่ชาวประมงพื้นบ้านใน บริเวณใกล้เคียง ทั้งในเชิงรายได้และความเป็น อยู่ที่ดีขึ้นในที่สุด

การดำเนินงาน:

พื้นที่เหมาะสม	สำรวจความต้องการของชุมชน เป็นชุมชนขนาดใหญ่ที่มีความเดือดร้อน จากการที่ทรัพยากรสัตว์น้ำลดลง วิเคราะห์พื้นที่ และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ
รูปแบบการวาง	จัดวางปะการังเทียม แท่งคอนกรีตทรงลูกบาศก์ ขนาด 1.5 x 1.5 x 1.5 ม. พื้นที่ละ 500 แท่ง
การประเมินผล ที่ครบถ้วน	ประเมินโครงการด้านทรัพยากร สังคม เศรษฐกิจ โดยผู้เชี่ยวชาญ



ฟื้นฟู

มีส่วนร่วม กับทุกภาคส่วน

สร้างรายได้และ คุณภาพชีวิตที่ดี

การร่วมมือ กับชุมชน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ด้านสิ่งแวดล้อม

- สำรองพบสัตว์น้ำเศรษฐกิจ วัยอ่อน
- ปลาเศรษฐกิจ
- ปลาสวยงาม
- สัตว์น้ำกลุ่มอื่นๆ



ด้านเศรษฐกิจและสังคม

- ชุมชนมีความมั่นคงทาง อาชีพเพิ่มขึ้น
- จับปลาได้มากขึ้น
- เกิดความเข้มแข็งของชุมชน



ECOSYSTEM

วิจัยและพัฒนา ชุมชน หน่วยราชการ และเครือข่าย

ร่วมกันพัฒนาเครื่องมือ
สามารถเพาะฟักตัวอ่อน
สัตว์น้ำได้หลายชนิด



ส่งเสริมศักยภาพชุมชน พลังงานหมุนเวียน

ใช้โซลาร์เซลล์ผลิตพลังงานสะอาด
ให้กับธนาคารปูชุมชน



ส่งเสริมศักยภาพ ชุมชน

ศูนย์การเรียนรู้
หลักสูตรพัฒนาชุมชนให้
ความรู้กับชุมชนที่สนใจ
หน่วยงานรัฐ-เอกชน
สถานศึกษาเข้ามาเรียนรู้
และทำร่วมกัน



ขยายพันธุ์สัตว์น้ำ ธนาคารปู

ชุมชน หน่วยราชการ
และเครือข่าย ร่วมกัน
จัดตั้งธนาคารปู
เพื่อเพิ่มปริมาณลูกปู
ในธรรมชาติ



ขยายพันธุ์สัตว์น้ำ แนวเขตอนุรักษ์

สนับสนุนการเพาะฟัก
สัตว์น้ำวัยอ่อนสู่พื้นที่อนุ
รักษ์พันธุ์สัตว์น้ำวัยอ่อน
เช่น ปากแม่น้ำ ป่าชายเลน



สร้างแหล่งที่อยู่อาศัย

ปะการังเทียม

จัดสร้างและวางปะการังเทียม สร้างพื้นที่ให้
ลูกปลาเติบโต แหล่งอาหารและพื้นที่วางไข่
ของสัตว์น้ำวัยอ่อนในธรรมชาติ



สร้างแหล่งที่อยู่อาศัย

ซั้ง

สนับสนุนการวางซั้งกอก ป้องกันการทำ
ประมงผิดกฎหมาย เพื่อเพิ่มพื้นที่หลบภัย
ของสัตว์น้ำวัยอ่อนในธรรมชาติ



RESPONSIBLE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ



ความท้าทาย

เพราะเราตระหนักดีว่า คู่ค้าเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับคู่ค้าธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อมุ่งสู่การปฏิบัติที่เป็นเลิศ ครบทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ด้วยความหลากหลายของสินค้าและบริการ ก่อปรกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมและปัจจัยทางภูมิศาสตร์ของคู่ค้าที่กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทยและประเทศต่างๆ ทั่วโลก ถือเป็นความท้าทายที่ยิ่งใหญ่ในการขับเคลื่อนเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวก ข้อจำกัดดังกล่าวมิได้ทำให้เครือฯ ยุติหรือย่อท้อ แต่ในทางกลับกัน เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังคงมุ่งมั่นเพื่อพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าให้ดียิ่งขึ้น เราจะร่วมกันคิด ร่วมกันสร้าง เพื่อก้าวสู่ความยั่งยืนไปพร้อมๆ กัน นอกจากนี้ยังสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อพัฒนาประเทศที่เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการดำเนินธุรกิจ หรือเข้าไปลงทุนตามหลักค่านิยม 3 ประโยชน์

ผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมาย เป้าหมายปี 2563 (ประเทศไทย)

100%

คู่ค้าธุรกิจหลักได้รับการประเมินด้านความยั่งยืน

ความก้าวหน้า



- ปี 2560: อยู่ในช่วงดำเนินการ
- ปี 2561: 89% คู่ค้าธุรกิจหลักได้รับการประเมินด้านความยั่งยืน

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2561



คู่ค้าธุรกิจหลัก
2,308 ราย
จำนวนคู่ค้าธุรกิจหลัก



สัดส่วนการจัดหาจาก
คู่ค้าธุรกิจหลัก
70.4%
จากปริมาณการสั่งซื้อทั้งหมด



การสื่อสารรยาบรรณ
คู่ค้าธุรกิจ
2,133 ราย
จำนวนคู่ค้าธุรกิจหลักได้รับ
การสื่อสารรยาบรรณคู่ค้าธุรกิจ

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG 4 คุณภาพการศึกษา
4.4 เพิ่มจำนวนประชาชนที่มีทักษะที่จำเป็นและการเป็น
ผู้ประกอบการด้านการเงิน



SDG 8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจและการสร้างงาน
8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งเน้นการสร้างงานและความเป็น
ผู้ประกอบการ



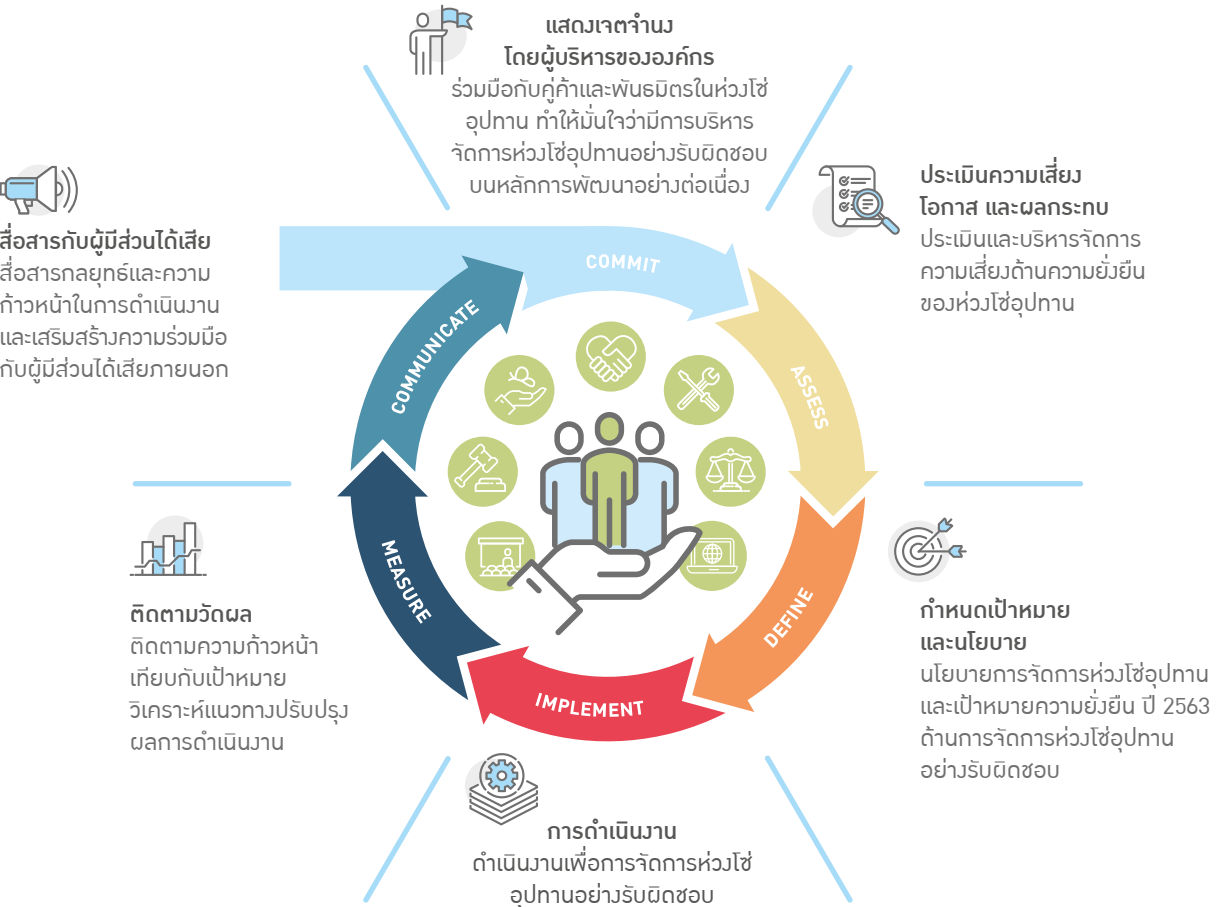
SDG 9 อุตสาหกรรม นวัตกรรม และโครงสร้างพื้นฐาน
9.4 ปรับปรุงอุตสาหกรรมเพื่อให้เกิดความยั่งยืนโดยเพิ่ม
ประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและการใช้เทคโนโลยี

แนวทางการบริหารจัดการ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้บูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการจัดหา และดำเนินการภายใต้กรอบดำเนินงานการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ (Responsible Supply Chain Management Framework) ควบคู่ไปกับการส่งเสริมให้คู่ค้าธุรกิจปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณของเครือฯ ที่ได้จัดทำไว้เพื่อให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกัน โดยจะนำมาซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ

ตลอดห่วงโซ่อุปทานและผู้มีส่วนได้เสียในวงกว้าง และเพื่อให้เกิดการดำเนินการอย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด รองรับธุรกิจในเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่มีอยู่ทั่วโลก เครือฯ จึงได้พัฒนาเครื่องมือการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนผ่านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อค้นหาโอกาสในการปรับปรุง และวางมาตรการจัดการเชิงรุกที่เป็นการผสานความร่วมมือระหว่างคู่ค้าธุรกิจและเครือเจริญโภคภัณฑ์

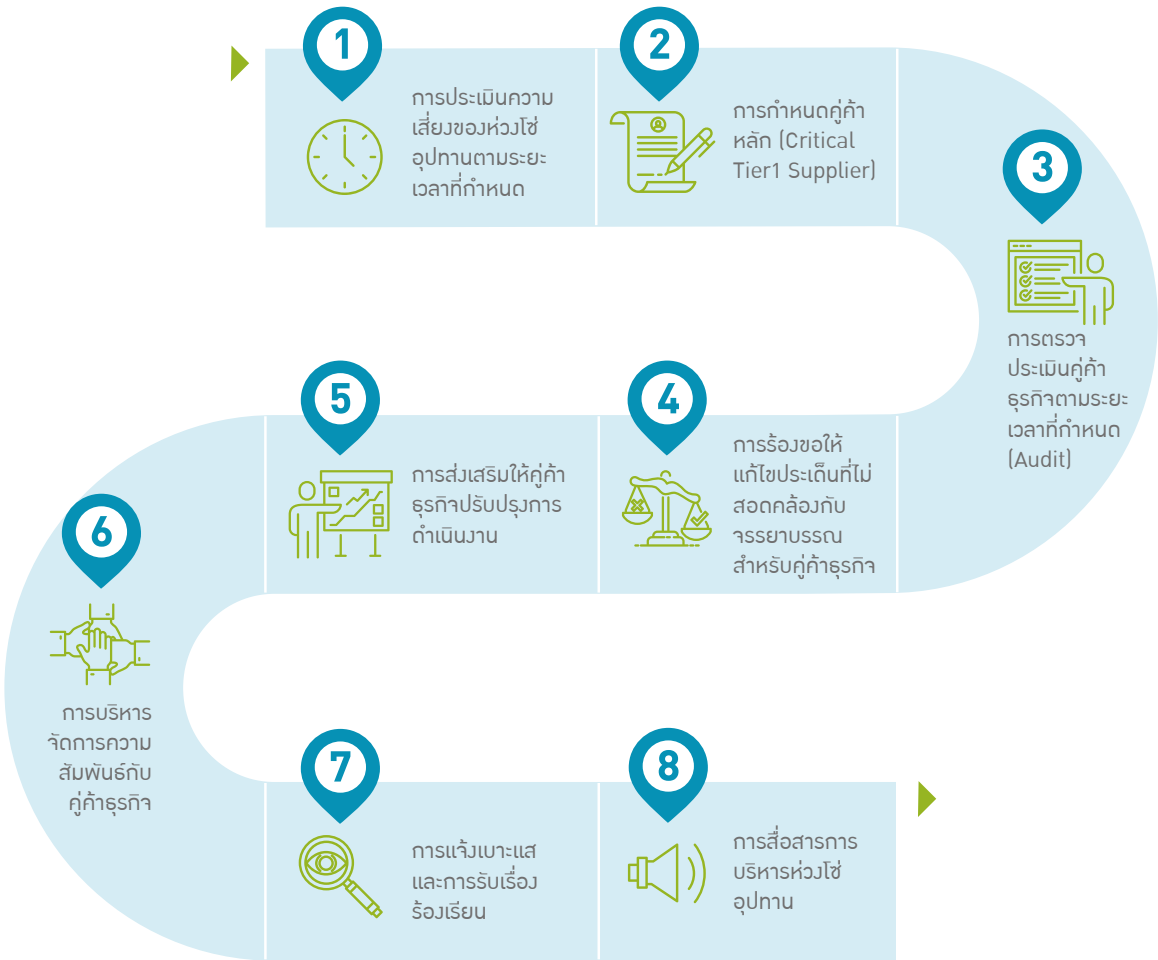
กรอบการดำเนินงานด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ



นโยบายและแนวปฏิบัติในการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อมีส่วนรับผิดชอบร่วมกับคู่ค้าธุรกิจ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นพัฒนาศักยภาพคู่ค้าซึ่งเปรียบเสมือนพันธมิตรทางธุรกิจโดยการจัดการความเสี่ยงทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดห่วงโซ่อุปทาน และได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติในการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อแสดงความมุ่งมั่นและเจตนารมณ์ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานมีส่วนรับผิดชอบร่วมกับคู่ค้าธุรกิจ ในห่วงโซ่อุปทานในการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน

ขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติ เพื่อการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน



การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

เพื่อจัดการความเสี่ยงด้านความยั่งยืน



จรรยาบรรณ
สำหรับคู่ค้า



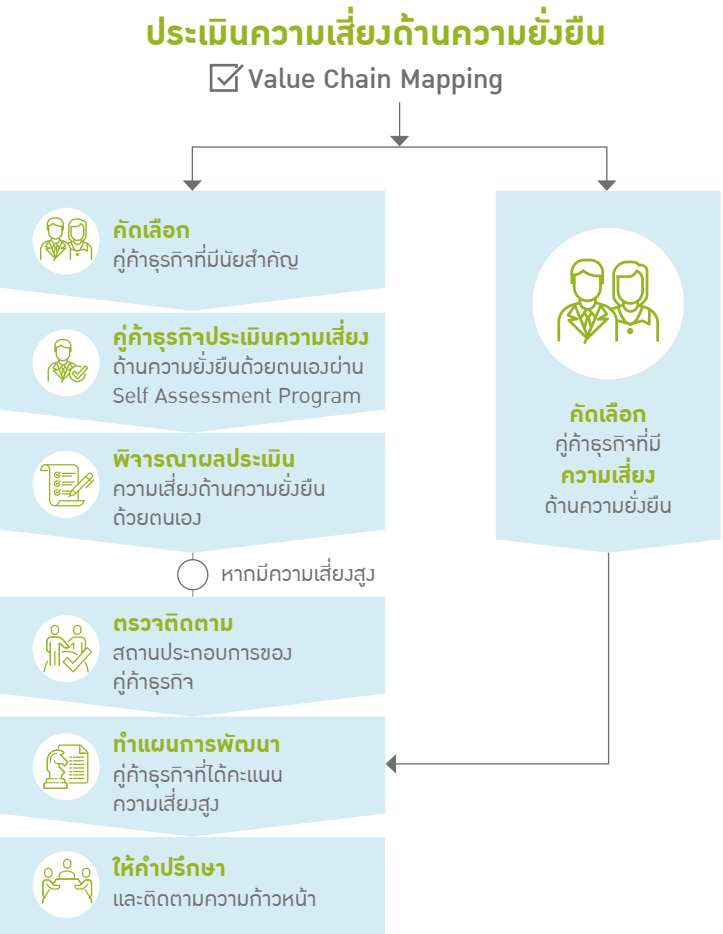
กำหนดคู่ค้าหลัก
ลำดับที่หนึ่ง



ประเมินความเสี่ยง
ในห่วงโซ่อุปทาน



บริหารความสัมพันธ์
กับคู่ค้า



เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการบริหารห่วงโซ่อุปทานโดยการกำหนดขั้นตอนการบริหารในระดับเครือฯ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับทุกกลุ่มธุรกิจภายในเครือฯ ให้มีการบริหารห่วงโซ่อุปทานไปในทิศทางเดียวกัน โดยในการบริหารห่วงโซ่อุปทานนั้น เครือฯ เริ่มต้นจากการสื่อสารคู่มือจรรยาบรรณสำหรับคู่ค้า ไปยังคู่ค้าธุรกิจทุกราย เพื่อให้คู่ค้าธุรกิจได้รับทราบนโยบายและความคาดหวังของเครือฯ และสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้นเพื่อให้การดำเนินงานเกิดผลสัมฤทธิ์ จึงจัดให้มีการกำหนดคู่ค้าหลักในลำดับที่หนึ่งด้วยเนื่องจากเป็นกลุ่มคู่ค้าธุรกิจที่มีศักยภาพที่จะเริ่มดำเนินการในเรื่องนี้ก่อน อย่างไรก็ตามเครือฯ ยังคงจัดให้มีการประเมินความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานเพื่อใช้ในการระบุกลุ่มวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืน ซึ่งจะทำให้เครือฯ สามารถบริหารจัดการ รวมไปถึงการพัฒนา ร่วมกับกลุ่มคู่ค้าธุรกิจที่ส่งมอบวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงอย่างยั่งยืนได้ สำหรับกลุ่มคู่ค้าที่ส่งมอบวัตถุดิบที่เครือฯ ประเมินว่ามีความเสี่ยงด้านความยั่งยืนนั้น เครือฯ จะมีการทำแผนพัฒนาร่วมกับคู่ค้าต่อไป

จรรยาบรรณสำหรับคู่ค้า



1. การปฏิบัติตามกฎหมายและกฎเกณฑ์



2. ความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์



3. การตรวจสอบย้อนกลับ



4. ข้อมูลส่วนบุคคล การรักษาความลับ และทรัพย์สินทางปัญญา



5. แรงงานเด็ก



6. การบังคับแรงงาน และการกดขี่แรงงาน



7. การเลือกปฏิบัติ



8. การจ้างงาน ค่าตอบแทน และสิทธิประโยชน์



9. เสรีภาพในการรวมกลุ่ม เป็นสมาคม และการร่วมเจรจาต่อรอง



10. อาชีวอนามัยและความปลอดภัย



11. สิทธิในที่ดิน



12. การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม



13. การจัดซื้อจัดหาวางอย่างมีความรับผิดชอบ



14. การประกอบธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์



15. ความขัดแย้งทางผลประโยชน์



16. การต่อต้านสินบนและคอร์รัปชัน

Responsible Supply Chain

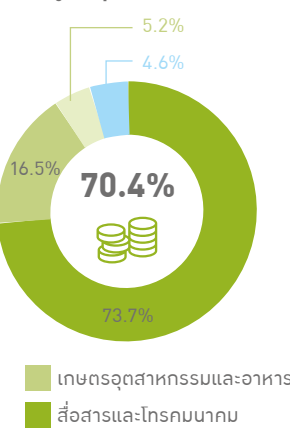
คู่ค้าธุรกิจหลักและการระบุคู่ค้าธุรกิจที่มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืน
(Critical Suppliers and Sustainability High-Risk Suppliers Identifications)



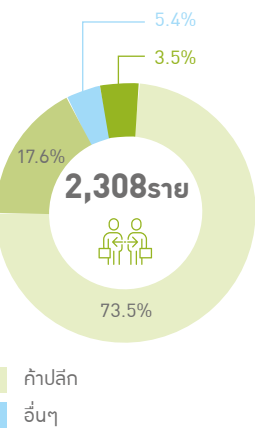
Responsible Supply Chain Dashboard (ประเทศไทย)

ผลการดำเนินงานปี 2561

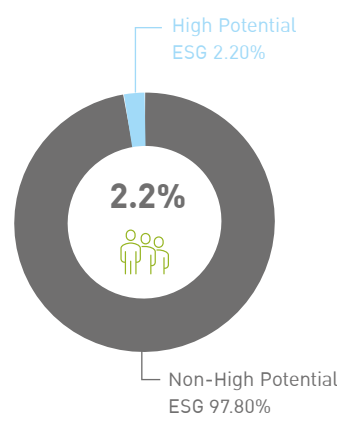
สัดส่วน **70.4%**
ข้อมูลค่าการจัดหา
จากคู่ค้าธุรกิจหลัก



จำนวน **2,308**
คู่ค้าธุรกิจหลัก

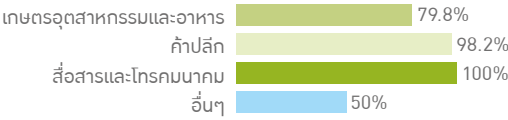


สัดส่วน **2.2%**
คู่ค้าธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูง
ด้านความยั่งยืน



คู่ค้าธุรกิจหลักที่ผ่านการสื่อสาร
จรรยาบรรณคู่ค้าธุรกิจ

92.4%



การสร้างเสริมศักยภาพคู่ค้า เพื่อพัฒนาความยั่งยืนทั่วห่วงโซ่อุปทาน

ความสำคัญ

เครือฯ ส่งเสริมการสร้างอาชีพและพัฒนาศักยภาพของประชาชนในสังคม ผ่านการสร้างความมั่นคงทางอาชีพที่เอื้อต่อการมีรายได้ที่สม่ำเสมอ การสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ซึ่งกันและกัน การนำความรู้ทางด้านนวัตกรรมเกษตรและประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจไปถ่ายทอดเพื่อพัฒนาศักยภาพ และการพัฒนาเกษตรกรให้สามารถสร้างอาชีพเสริมนอกภาคเกษตรผ่านโครงการฝึกอบรมอาชีพอย่างต่อเนื่อง

การดำเนินงานของเรา

เครือฯ จัดตั้งทีมวิชาการในการส่งเสริมให้ความรู้ เพิ่มทักษะ และศักยภาพในการบริหารจัดการที่ดินทำกิน โดยการร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนในการเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาคุณภาพชีวิตเกษตรกร พร้อมทั้งสนับสนุนกฎหมายรองรับระบบเกษตรพันธสัญญา เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของเกษตรกรและทำให้เกษตรกรสามารถยืนหยัดได้ด้วยตัวเองอย่างยั่งยืน ตลอดจนการวางแผนร่วมกับเกษตรกรและบริหารจัดการตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานการผลิต

การพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าธุรกิจ



CASE STUDY 44

โครงการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืนด้วยกล้วยหอมทอง



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

1,825 ราย
จำนวนเกษตรกรคู่ค้าที่เข้าร่วมโครงการ

14,863 ไร่
ครอบคลุมพื้นที่เกษตรกรรม

ที่มาของโครงการ:

ปัญหาที่มักพบอย่างต่อเนื่องในภาคการเกษตรคือปริมาณผลผลิตทางการเกษตรล้นตลาดส่วนหนึ่งมีสาเหตุมาจากการขาดการวิเคราะห์สถานการณ์ความต้องการสินค้าที่แท้จริงในตลาดผู้บริโภค ส่งผลให้สินค้าเกษตรราคาตกต่ำ ผ่นวกกับปัญหาสารเคมีตกค้าง

เนื่องจากมีการใช้สารเคมีและปุ๋ยเคมีเกินความจำเป็น ทำให้ต้นทุนการเพาะปลูกสูงขึ้น และเกิดปัญหาการส่งคืนสินค้ากลับมายังเกษตรกรต้นทาง และนำไปสู่การเสื่อมสภาพสินค้าเกษตรในเวลาต่อมา

การดำเนินงาน:

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) จึงได้พัฒนาโครงการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืนด้วยกล้วยหอมทอง โดยการจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทานจนได้กล้วยหอมทองที่มีคุณภาพ ปลอดภัยต่อผู้บริโภค และเป็นการสร้างอาชีพถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น

การดำเนินงาน:

- 1 การวางแผน**
วางแผนปลูกร่วมกับเกษตรกรเพิ่มประสิทธิภาพการปลูก ลดการใช้สารเคมี
- 2 ราคา**
ราคารับซื้อสูงกว่าราคาตลาดประกันราคารับซื้อทั้งปี ไม่ต้องหาแหล่งจำหน่าย
- 3 การผลิต**
เพิ่มประสิทธิภาพสายการผลิตพัฒนาโรงงานได้ GMP 100% เทคโนโลยีการบ่มเย็น
- 4 กระจายสินค้า**
กระจายโรบ่ม/แพ็คทุกภูมิภาค ส่งตรงไปยังลูกค้าภาคตรวจสอบย้อนกลับได้

CASE STUDY 45

โครงการการต่อยอด
'เกษตรกรพี่เลี้ยง ข้าวโพดยั่งยืน'

ที่มาของโครงการ:

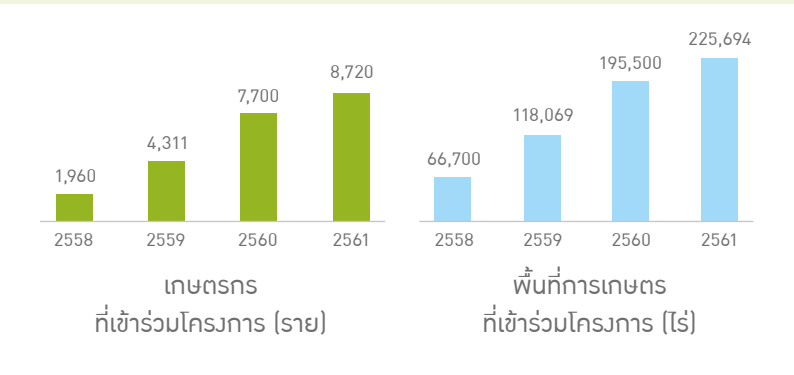
จากความมุ่งมั่นของบริษัทกรุงเทพโปรตีนสัตว์ จำกัด (มหาชน) ถูกถ่ายทอดมาสู่การขยายผลอย่างจริงจังในโครงการ 'เกษตรกรพี่เลี้ยง ข้าวโพดยั่งยืน' ที่เดินหน้าสานต่อเข้าสู่ปีที่ 4 เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกร คู่ค้าของเครือเจริญโภคภัณฑ์ให้มีศักยภาพ เทียบเท่ากับมาตรฐานสินค้าเกษตร มกษ. 4402-2553 (Thai Agricultural Standard-TAS 4402, Good Agricultural Practices for Maize) โดยร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ อาทิ สำนักงานปฏิรูปที่ดินการเกษตร (สปก.) กรมส่งเสริมการเกษตร ผู้นำชุมชน ฯลฯ

การดำเนินงาน:

บริษัทฯ พัฒนาศักยภาพเกษตรกรคู่ค้า ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ผ่านวิธีส่งเสริมด้วยรูปแบบต่างๆ ได้แก่ การจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรคู่ค้าถึงวิธีการเพาะปลูก

เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ในการปลูกข้าวโพด ให้เกษตรกรในพื้นที่ที่มีเอกสารสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมาย สามารถทำการเพาะปลูกอย่างมีประสิทธิภาพตามหลักวิชาการ เพื่อให้ผลผลิตข้าวโพดเพิ่มขึ้น มีคุณภาพ ลดต้นทุนจากการใช้ปุ๋ยที่เหมาะสมและใช้สารเคมีเท่าที่จำเป็น ตลอดจนใช้วิธีการปลูกที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การไม่เผาซังข้าวโพด ไม่บุกรุกพื้นที่ป่า รองรับนโยบายการจัดการอย่างยั่งยืนผนวกกับนโยบายการตรวจสอบย้อนกลับแหล่งที่มาของวัตถุดิบของเครือเจริญโภคภัณฑ์

การวิเคราะห์ดินด้วยตนเอง การใส่ปุ๋ยอย่างถูกวิธีและส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มของเกษตรกรเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ในการเพาะปลูกและเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวก



TARGET 4-4

INCREASE THE NUMBER OF PEOPLE WITH RELEVANT SKILLS FOR FINANCIAL SUCCESS

TARGET 8-9

PROMOTE POLICIES TO SUPPORT JOB CREATION AND GROWING ENTERPRISES

TARGET 9-4

UPGRADE ALL INDUSTRIES AND INFRASTRUCTURES FOR SUSTAINABILITY

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

8,720 ราย
จำนวนเกษตรกรคู่ค้าที่เข้าร่วมโครงการ

225,694 ไร่
ครอบคลุมพื้นที่การเกษตรใน 23 จังหวัด

98,240 ตัน
ปริมาณการรับซื้อจากเกษตรกร

ช่วยลดภาระการขนส่ง และสร้างความมั่นใจแก่เกษตรกรคู่ค้าว่ามีตลาดรับซื้อที่แน่นอน โปร่งใส และเป็นธรรม เกษตรกรรายย่อยสามารถส่งผลผลิตเข้าสู่โรงงานผลิตอาหารสัตว์ของเครือฯ โดยตรง 15 แห่งทั่วประเทศ พร้อมทั้งเปิดจุดรับซื้อและรวบรวมผลผลิตใกล้พื้นที่แหล่งเพาะปลูกของเกษตรกรในพื้นที่ 2 แห่ง คือจุดรับซื้ออำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา และอำเภอลานสัก จังหวัดอุทัยธานี

กระบวนการพัฒนาศักยภาพเกษตรกรคู่ค้าใน
'เกษตรกรพี่เลี้ยง ข้าวโพดยั่งยืน'

ขั้นตอนที่ 1
ถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยี

ขั้นตอนที่ 2
ร่วมปรับปรุงอุปกรณ์/เครื่องมือเพาะปลูก

ขั้นตอนที่ 3
โครงการ Environmental Footprint

ขั้นตอนที่ 4
จัดทำแปลงการเรียนรู้

ขั้นตอนที่ 5
วิเคราะห์ผล/ปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

ขั้นตอนที่ 6
ขยายผลสู่เกษตรกรในพื้นที่อื่น



นอกจากนี้ บริษัท กรุงเทพโปรตีนสัตว์ จำกัด (มหาชน) ได้มีส่วนขับเคลื่อนวิสัยทัศน์เชิงนโยบายของภาครัฐ 'ประเทศไทย 4.0' ที่ต้องการเปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ที่เน้นการบริหารจัดการและใช้เทคโนโลยีเพื่อการปฏิวัติการเกษตรไทยให้สามารถรองรับความเปลี่ยนแปลงในโลกดิจิทัลได้อย่างภาคภูมิ โดยบริษัท กรุงเทพโปรตีนสัตว์ จำกัด (มหาชน) ได้ร่วมมือกับบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พัฒนาแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนภายใต้ชื่อ 'ช่วยปลูก'

'ช่วยคิด'

วางแผนการปลูก
จัดหาวัตถุดิบ และ
เครื่องจักร อุปกรณ์

'ช่วยทำ'

แจ้งเตือนแผน
การปลูก การใส่ปุ๋ย
การเก็บเกี่ยว

'ช่วยขาย'

ข้อมูลราคารับซื้อ
ข้าวโพดหน้าโรงงาน

CASE STUDY 46

โครงการ ‘การเสริมสร้างศักยภาพเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งรายย่อย ประเทศเวียดนาม

ที่มาของโครงการ:

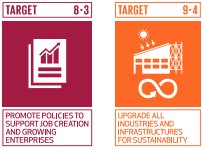
จากสถานการณ์การลุกลามของโรคระบาดในฟาร์มเลี้ยงกุ้งที่มีมาอย่างต่อเนื่อง สร้างความเสียหายแก่เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งในวงกว้าง ส่งผลให้เกษตรกรสูญเสียเวลาและขาดรายได้ เกิดหนี้สินจำนวนมาก ทางบริษัทซีพี เวียดนาม จึงได้ศึกษาค้นคว้าวิจัยร่วมกับหน่วยงานหลายภาคส่วน กอปรกับการศึกษาดูงานจากต่างประเทศเพื่อหาแนวทางป้องกันการเกิดโรคระบาดในฟาร์มเลี้ยงกุ้ง ซึ่งส่งผลให้กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งมีรายได้จากการขายกุ้งให้กับทางบริษัทมากยิ่งขึ้น

การดำเนินงาน:

CPF Combine Model คือผลสำเร็จจากการวิจัยและพัฒนา และเป็นนวัตกรรมระบบการเลี้ยงกุ้ง ซึ่งประกอบด้วย การปรับรูปแบบการเลี้ยง การจัดแผนผังโครงสร้างฟาร์ม การไม่ใช้ยาปฏิชีวนะ และระบบการจัดการการเลี้ยงแบบ 3C

- Clean shrimp (กุ้งสะอาด)
- Clean water (น้ำสะอาด)
- Clean bottom (บ่อสะอาด)

บริษัทซีพี เวียดนาม ได้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ และให้คำแนะนำภาคสนามแก่คู่ค้าธุรกิจ พร้อมทั้งติดตามผลอย่างใกล้ชิด เปรียบเสมือนเป็นฟาร์มของเราเอง



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

2,980 ราย
จำนวนเกษตรกรคู่ค้าที่เข้าร่วมโครงการ

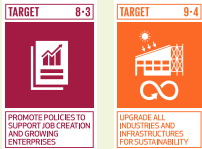
99%
ผลผลิตต่อรุ่นต่อปีเพิ่มขึ้น

4 รุ่นต่อปี (ครอป)
จำนวนรุ่นการเลี้ยงต่อปี



CASE STUDY 47

โครงการพัฒนาการทวนสอบย้อนกลับผ่านมาตรฐานข้าวยั่งยืน ในโครงการข้าวประชารัฐ



ที่มาของโครงการ:

กว่า 5 ปีที่กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ บริษัท ซี.พี. อินเตอร์เทรด ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ผนึกกำลังทำโครงการพัฒนาการทวนสอบย้อนกลับผ่านมาตรฐานข้าวยั่งยืน ในโครงการข้าวประชารัฐ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรคู่ค้ามีความรู้ความสามารถในการเพาะปลูกข้าวอย่างถูกวิธี ตามหลักความปลอดภัยของอาหาร มีระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพและอยู่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ โครงการดังกล่าว ยังเป็นอีกหนึ่งโครงการสำคัญที่ช่วยทำให้ชาวนาไทยมีคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ มีรายได้ที่ดีขึ้น และสร้างความภาคภูมิใจต่ออาชีพชาวนา รากฐานเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศอีกด้วย

การดำเนินงาน:

บริษัทฯ ได้พัฒนามาตรฐานเกษตรยั่งยืน หรือ KCP Sustainable rice standard เพื่อส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทานของข้าวซึ่งครอบคลุม 6 ประเด็นสำคัญ ได้แก่

- ความปลอดภัยอาหาร
- การบริหารห่วงโซ่อุปทาน
- ความหลากหลายทางชีวภาพ
- แรงงานและสิทธิมนุษยชน
- สุขภาพและความปลอดภัย
- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้พัฒนาระบบ Up Stream Rice Development Program (URD) เพื่อใช้ในการเชื่อมโยงข้อมูลตั้งแต่การเพาะปลูก ผลิต ขนส่ง จุดกระจายสินค้า จนกระทั่งสินค้าถึงมือผู้บริโภค



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

5,643 ราย
จำนวนเกษตรกรคู่ค้าที่เข้าร่วมโครงการ

146,131 ไร่
ครอบคลุมพื้นที่การเกษตร

ผลการดำเนินงาน:	2556/57	2557/58	2558/59	2559/60	2560/61
จำนวนเกษตรกร (ราย)	262	447	639	3,571	5,643
พื้นที่ (ไร่)	4,853	8,696	13,029	73,612	146,131

APPENDIX

ກາລຸພນວກ

บริษัทที่อยู่ในขอบเขตการรายงานความยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ ประจำปี 2561

สายธุรกิจ/บริษัท	ประเทศ	เศรษฐกิจ	สิ่งแวดล้อม				สังคม	
			พลังงาน	ก๊าซเรือนกระจก	น้ำ	ของเสีย	ความปลอดภัย	บุคคล
1 บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด	ไทย	●	○	○	○	○	○	●
ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร								
1 บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
C.P. POKPHAND CO., LTD.	จีน	●	●	●	●	●	●	●
C.P. AQUACULTURE (BEIHAI) CO., LTD.	จีน	●	○	○	○	○	○	●
C.P. AQUACULTURE (DONGFANG) CO., LTD.	จีน	●	○	○	○	○	○	●
C.P. VIETNAM CORPORATION	เวียดนาม	●	●	●	●	●	●	●
CHAROEN POKPHAND ENTERPRISES (TAIWAN) CO., LTD.	ไต้หวัน	●	●	●	●	●	●	●
C.P. CAMBODIA CO., LTD.	กัมพูชา	●	●	●	●	●	●	●
CPF (INDIA) PRIVATE LTD.	อินเดีย	●	●	●	●	●	●	●
C.P. LAOS CO., LTD.	ลาว	●	●	●	●	●	●	●
CHAROEN POKPHAND FOODS (MALAYSIA) SDN. BHD.	มาเลเซีย	●	●	●	●	●	●	●
CHAROEN POKPHAND FOODS PHILIPPINES CORP.	ฟิลิปปินส์	●	●	●	●	●	●	●
SUPERDROB ZAKLADY DROBIARSKO-MIESNE S.A.	โปแลนด์	●	●	●	●	●	●	●
CHAROEN POKPHAND FOODS (OVERSEAS) LL	รัสเซีย	●	●	●	●	●	●	●
TOPS FOODS NV	เบลเยียม	●	●	●	●	●	●	●
NORFOLK FOODS (PRIVATE) LIMITED.	ศรีลังกา	●	○	○	○	○	○	○
C.P. STANDARD GIDA SANAYI VE TICARET A.S.	ตุรกี	●	●	●	●	●	●	●
CP FOODS (UK) LTD.	อังกฤษ	●	○	○	○	○	○	○
BELLISIO INVESTMENT LLC	อเมริกา	●	●	●	●	●	●	●
บริษัท ซี.พี.-เมจิ จำกัด	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
2. AGRO-INDUSTRY AND FOOD BUSINESS GROUP.	จีน	●	●	●	●	●	●	●
3. CHIA TAI ENTERPRISES INTERNATIONAL LIMITED.	จีน	●	●	●	●	●	●	●
4. MYANMAR C.P. LIVESTOCK CO., LTD.	เมียนมา	●	●	●	●	●	●	●
6. C.P. BANGLADESH CO., LTD.	บังกลาเทศ	●	●	●	●	●	●	●
7. CHAROEN POKPHAND PAKISTAN (PVT.) LTD.	ปากีสถาน	●	●	●	●	●	●	○
8. CHIA TAI FEEDMILL PTE. LTD.	สิงคโปร์	●	○	○	○	○	○	○
9. CHINA ANIMAL HUSBANDRY BUSINESS	จีน	●	●	●	●	●	●	●
10. บริษัท เจริญใต้ จำกัด	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
11. บริษัท ซี.พี.อินเตอร์เทรด จำกัด	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
12. บริษัท ข้าว ซี.พี. จำกัด	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
13. บริษัท โดนามิคกรานสเปอร์ด	ไทย	●	○	○	○	○	○	●
14. บริษัท โดนามิคอินเตอร์กรานสเปอร์ด จำกัด	ไทย	●	○	○	○	○	○	●
15. บริษัท ทำเรือยุธยาและไอซีดี จำกัด	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
16. APSARA RICE (CAMBODIA) CO., LTD	กัมพูชา	●	●	●	●	○	●	●
17. บริษัท เจริญโภคภัณฑ์โปรดิ๊วส จำกัด	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
	อินเดีย	●	○	○	○	○	○	●
	เมียนมา	●	●	●	●	●	●	●
	เวียดนาม	●	●	●	●	●	●	●
18. บริษัท เจริญโภคภัณฑ์การเกษตร จำกัด	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
19. บริษัท ซี พี สตาร์เลนส์ จำกัด	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
20. บริษัท เจริญโภคภัณฑ์วิศวกรรม จำกัด	ไทย	●	○	○	○	○	○	●
21. บริษัท เพอร์เฟก คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
	จีน	●	○	○	○	○	○	○

สายธุรกิจ/บริษัท	ประเทศ	เศรษฐกิจ	สิ่งแวดล้อม				สังคม	
			ปริมาณ	ก๊าซเรือนกระจก	น้ำ	ของเสีย	ความปลอดภัย	บุคคล
ธุรกิจค้าปลีก								
1. บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
2. บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
3. C.P. LOTUS CORPORATION	จีน	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม								
1. บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจค้าปลีก								
1. บริษัท แอสเซนด กรุ๊ป จำกัด	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
2. TRUE MONEY (CAMBODIA) LIMITED	กัมพูชา	●	●	●	●	○	○	●
3. PT WITAMI TUNAI MANDIRI (TMN INDONESIA)	อินโดนีเซีย	●	●	●	●	○	○	●
4. TRUE MONEY MYANMAR COMPANY LIMITED	เมียนมา	●	●	●	●	○	○	●
5. TRUE MONEY PHILIPPINES INC.	ฟิลิปปินส์	●	●	●	●	○	○	●
6. บริษัท ฟรีวิลส์ โฮลดิ้งส์ จำกัด	ไทย	●	○	○	○	○	○	●
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์								
1. บริษัท ซี.พี. แลนด์ จำกัด (มหาชน)	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
2. บริษัท ซีพี พร็อพเพอร์ตี้ โฮลดิ้ง จำกัด	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
3. SHANGHAI KINGHILL LIMITED	จีน	●	●	●	●	●	●	●
4. CHIA TAI LAND CO., LTD.	จีน	●	●	●	●	○	○	●
ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม								
1. บริษัท ซีพี มอเตอร์ โฮลดิ้ง จำกัด	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
2. LUOYANG NORTHERN EK CHOR MOTORCYCLE CO., LTD	จีน	○	○	○	○	○	○	○
3. บริษัท ซีพีพีซี จำกัด (มหาชน)	ไทย	●	●	●	●	●	●	●
	จีน	●	○	○	○	○	○	○
	เวียดนาม	●	○	○	○	○	○	○
ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์								
1. SINO BIOPHARMACEUTICAL LIMITED	จีน	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจการเงินและการธนาคาร								
1. ZHENG XIN BANK COMPANY LIMITED.								
2. PING AN INSURANCE (GROUP) COMPANY OF CHINA,LTD.								
3. ITOCHU CORPORATION								
4. CITIC GROUP CORPORATION LTD.								

● หมายถึง ผลการดำเนินงานของบริษัทครอบคลุมอยู่ในรายงานฉบับนี้
○ หมายถึง ผลการดำเนินงานของบริษัทไม่ได้ครอบคลุมอยู่ในรายงานฉบับนี้
*ปัจจุบัน กลุ่มธุรกิจการเงินและการธนาคารไม่ได้ถูกนำมารวมในการบริหารจัดการของเครือเจริญโภคภัณฑ์

ผลการดำเนินการด้านความยั่งยืน ปี 2561

HEART

GRI STANDARD	ข้อมูล	หน่วย	2560	2561		
1. การกำกับดูแลกิจการ						
หน่วยงานที่อยู่ในขอบเขตของรายงานความยั่งยืน						
	• โรงงานผลิต • ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ และฟาร์มพืชสวน-พืชไร่ • สาขาร้านเซเว่น อีเลฟเว่น • โอเปอเรตอร์มาเก็ต/ซูเปอร์สโตร์	• แห่ง • แห่ง • แห่ง • แห่ง	• 259 • 940 • 10,268 • 195	• 259 • 951 • 10,988 • 204		
2. สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน						
ข้อมูลด้านบุคลากร						
102-8	จำนวนแรงงาน					
		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	
	• จำนวนแรงงานทั้งหมด	คน	306,695	314,337		
			159,364	147,331	159,763	154,574
	จำแนกตามประเภทสัญญาจ้าง		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
	• พนักงาน	คน	306,695	304,205		
		159,364	147,333	153,436	150,769	
	• ผู้รับเหมา	คน	94,465	10,132		
			48,010	46,455	6,327	3,805
	405-1	ความหลากหลายของพนักงาน				
			ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
	จำแนกตามระดับ		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
	• ผู้บริหารระดับสูง • ผู้บริหารระดับกลาง • ผู้บริหาร • เจ้าหน้าที่	• คน • คน • คน • คน	• 1,499 • 5,298 • 11,319 • 135,634	• 400 • 2,733 • 7,135 • 135,827	• 774 • 2,555 • 13,914 • 131,413	• 178 • 1,237 • 7,202 • 137,849
	จำแนกตามอายุ		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
	• อายุน้อยกว่า 30 ปี • อายุ 30-50 ปี • อายุมากกว่า 50 ปี	• คน • คน • คน	• 65,304 • 79,839 • 9,032	• 63,576 • 76,314 • 6,000	• 61,417 • 77,862 • 9,327	• 64,636 • 75,586 • 6,244
401-1	การจ้างงาน					
		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	
	• จำนวนการจ้างใหม่	คน	101,919	105,644		
			51,016	50,903	50,533	55,111
	จำแนกตามอายุพนักงานจ้างใหม่		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
	• อายุน้อยกว่า 30 ปี • อายุ 30-50 ปี • อายุมากกว่า 50 ปี	• คน • คน • คน	• 34,406 • 12,738 • 780	• 33,115 • 12,937 • 537	• 35,091 • 12,401 • 3,041	• 40,150 • 13,705 • 1,256

GRI STANDARD	ข้อมูล	หน่วย	2560	2561		
ข้อมูลด้านบุคลากร						
	การลาออก					
	พนักงานลาออก		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
	● จำนวนการลาออก	คน	78,837		86,387	
			40,174	38,663	42,959	43,428
	จำแนกตามอายุพนักงานลาออก		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
	● อายุต่ำกว่า 30 ปี	คน	26,103	25,881	27,268	28,668
	● อายุ 30-50 ปี	คน	12,174	10,854	14,193	13,418
	● อายุมากกว่า 50 ปี	คน	1,110	977	1,498	1,342
	การลาคลอดบุตร (พนักงาน)		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
	● จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิลาคลอดบุตร/ดูแลบุตร	คน	-	-	507	1,017
	● จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังใช้สิทธิลาคลอดบุตร/ดูแลบุตร	คน	-	-	494	852
ข้อมูลด้านความปลอดภัย						
403-2 (a)	พนักงาน		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
	● อัตราการบาดเจ็บทุกประเภท [IR]	ราย/200,000 ชั่วโมงการทำงาน	3.03		1.92	
			2.81	3.26	2.04	1.86
	● อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน [LTR]	ราย/200,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.27		0.40	
			0.37	0.18	0.49	0.33
	● อัตราการเกิดโรคจากการทำงาน [ODR]	ราย/200,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.04		0.00	
			0.05	0.03	0.01	0.00
	● อัตราความรุนแรงของการบาดเจ็บจากการทำงาน [LDR]	วันหยุดงาน/200,000 ชั่วโมงการทำงาน	2.82		6.05	
			3.75	1.90	7.53	4.70
	● อัตราการขาดงาน [AR]	ร้อยละ	1.63		1.61	
			1.51	1.75	1.38	1.82
	● จำนวนผู้เสียชีวิตจากการทำงาน	คน	7		7	
			6	1	7	0
403-2 (b)	ผู้รับเหมา		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
	● อัตราการบาดเจ็บทุกประเภท [IR]	ราย/200,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.30		0.20	
			0.32	0.24	0.16	0.34
	● จำนวนผู้เสียชีวิตจากการทำงาน	คน	1		2	
			1	0	2	0

ผลการดำเนินการด้านความยั่งยืน ปี 2561

HEART

GRI STANDARD	ข้อมูล	หน่วย	2560	2561	
3. การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล					
การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
● ค่าเฉลี่ยเวลาการฝึกอบรมพนักงานทั้งหมด	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	16.18		13.30	
		16.39	15.97	12.69	14.81
จำแนกตามระดับ		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
● ผู้บริหารระดับสูง	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	13.34		25.55	
		13.60	12.40	26.55	21.23
● ผู้บริหารระดับกลาง	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	20.47		24.33	
		21.55	18.39	22.55	28.00
● ผู้บริหาร	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	18.35		20.19	
		19.38	16.71	18.44	23.58
● เจ้าหน้าที่	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	12.12		13.51	
		12.24	12.00	12.27	14.69
4. การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย					
● จำนวนกลุ่มธุรกิจที่มีการรวบรวมประเด็นความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย	กลุ่มธุรกิจ	13	13		

หมายเหตุ :

- NA : ไม่มีข้อมูล
- จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมไม่นับรวมการส่งพนักงานไปศึกษาต่อระดับปริญญาโทและปริญญาเอกทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหลักสูตรการอบรมที่มีระยะเวลาต่อเนื่องระหว่างปี 2559-2560
- ข้อมูลอุบัติเหตุจากผู้รับเหมา ไม่นับรวมข้อมูลจากกลุ่มธุรกิจโทรคมนาคม
- ข้อมูลอุบัติเหตุและการเสียชีวิตจากคนงานและผู้รับเหมา ไม่นับรวมข้อมูลจากกลุ่มธุรกิจโทรคมนาคมและกลุ่มพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
- การบาดเจ็บ (Injury) คือการบาดเจ็บจากอุบัติเหตุในการทำงาน ตั้งแต่เล็กน้อย (First Aid) และหยุดงานตั้งแต่ 1 วันขึ้นไป
- การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน คือการบาดเจ็บที่ทำให้หยุดตั้งแต่ 1 วันขึ้นไป (เริ่มนับวันหยุดถัดจากวันที่เกิดอุบัติเหตุ)
- ความรุนแรงการบาดเจ็บ คือนับจากจำนวนวันทำงานที่หยุดจริง
- อัตราการบาดเจ็บ (Injury Rate: IR) = จำนวน (ราย) ของการบาดเจ็บทุกระดับ (ในช่วงเวลาที่รายงาน) X 200,000 (ชั่วโมงการปฏิบัติงาน) / จำนวนชั่วโมงการปฏิบัติงาน (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)
- อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Rate: LTR) = จำนวน (ราย) ของการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 200,000 (ชั่วโมงการปฏิบัติงาน) / จำนวนชั่วโมงการปฏิบัติงาน (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)
- อัตราความรุนแรงของการบาดเจ็บ (Lost Day Rate: LDR) = จำนวนวันหยุดงานจากการบาดเจ็บ (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 200,000 (ชั่วโมงการปฏิบัติงาน) / จำนวนชั่วโมงการปฏิบัติงาน (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)
- อัตราการเกิดโรคจากการทำงาน (Occupational Disease Rate : ODR) = จำนวน (ราย) ที่เจ็บป่วยหรือเป็นโรคจากการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) x 200,000 (ชั่วโมงการปฏิบัติงาน) / จำนวนชั่วโมงการปฏิบัติงาน (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)
- อัตราการขาดงาน (Absentee Rate : AR) = จำนวนวันหยุดงานจากการบาดเจ็บและเจ็บป่วยจากการหยุดงานอื่นๆ ที่ไม่ใช่อการลาที่ได้รับอนุญาตในช่วงเวลาที่รายงาน x 100 / จำนวนวันทำงานทั้งหมดในรอบปี
- จำนวนผู้เสียชีวิตจากการทำงาน (Total Number Of Work-related fatalities) คือจำนวนผู้ปฏิบัติงานที่เสียชีวิตโดยมีสาเหตุมาจากการทำงานซึ่งอาจเกิดจากอุบัติเหตุหรือโรคจากการทำงาน

HEALTH

GRI STANDARD	ข้อมูล	หน่วย	2560	2561
5. การสร้างคุณค่าร่วมกับสังคม				
- เกษตรกรที่ได้รับการสนับสนุน - ผู้ประกอบการรายย่อยที่ได้รับการสนับสนุน - กลุ่มเปราะบางที่ได้รับการสนับสนุน	ราย	92,378	113,067	
	ราย	57,646	543,572	
	ราย	15,245	12,287	
6. สุขภาพและสุขภาวะที่ดี				
- ผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายโดยมุ่งเน้นสุขภาพ การ สุขภาพ และสุขภาวะที่ดีขึ้น - จำนวนเด็กที่ได้รับการส่งเสริมและเพิ่มโอกาสการเข้าถึงอาหาร	ผลิตภัณฑ์	168	283	
	คน	32,650	243,280	
7. การศึกษา				
- สนับสนุนเด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ ให้มีโอกาสเข้าถึงการศึกษา - สนับสนุนทุนการศึกษา	ราย	2,568,762	3,411,278	
	ทุน	22,109	32,734	
8. การสร้างนวัตกรรม				
- ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา - จำนวนบุคลากรด้านวิจัยและพัฒนา - จำนวนสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตร	ล้านบาท	12,223	17,533	
	คน	5,388	5,950	
	รายการ	866	1,296	

ผลการดำเนินการด้านความยั่งยืน ปี 2561

HOME

GRI STANDARD	ข้อมูล	หน่วย	2560	2561
9. การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ				
พลังงาน				
302-1 (e)	พลังงานที่ใช้ทั้งหมด	ล้านกิกะจูล	44.29	47.92
302-1 (a)	● พลังงานที่ใช้แล้วหมดไป	ล้านกิกะจูล	18.04	18.92
302-1 (b)	● พลังงานหมุนเวียน	ล้านกิกะจูล	4.03	4.73
302-1 (c)	● ไฟฟ้าที่ซื้อเข้า	ล้านกิกะจูล	22.22	24.26
302-1 (d)	● ไฟฟ้าที่ขายออก	ล้านกิโลวัตต์-ชั่วโมง	5.01	39.67
302-3	● ค่าการใช้พลังงาน ต่อรายได้	กิกะจูลต่อล้านบาท	27.10	28.98
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก				
	ปริมาณก๊าซเรือนกระจก (SCOPE 1+2)	ล้านตัน CO ₂ e	5.22	5.71
305-1	● ปริมาณก๊าซเรือน (Scope 1)	ล้านตัน CO ₂ e	1.26	1.22
305-2	● ปริมาณก๊าซเรือน (Scope 2)	ล้านตัน CO ₂ e	3.96	4.49
305-4	● ค่าก๊าซเรือนกระจก ต่อรายได้	ตัน CO ₂ e ต่อล้านบาท	3.20	3.45
305-1 (c)	● ปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ตัน CO ₂ เทียบเท่าจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงชีวภาพ (Biogenic)	ล้านตัน CO ₂ e	0.38	0.45
ของเสีย				
	ปริมาณของเสียทั้งหมดที่เกิดขึ้น	ตัน	941,611	2,108,194
306-2 (a)	ปริมาณของเสียอันตราย	ตัน	11,978	15,331
306-2 (b)	● น้ำกลับไปใช้ซ้ำ/ใช้ใหม่	ร้อยละ	13.22	22.42
	ปริมาณของเสียไม่อันตราย	ตัน	926,633	2,092,863
	● น้ำกลับไปใช้ซ้ำ/ใช้ใหม่	ร้อยละ	10.22	21.19
	● ทำปุ๋ย	ร้อยละ	46.19	42.60
	ปริมาณของเสีย ต่อรายได้	ตันต่อล้านบาท	0.58	1.27
10. การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ				
น้ำ				
303-1 (a)	ปริมาณการใช้น้ำมาใช้	พันลูกบาศก์เมตร	309,068	329,585
303-1 (a)	● น้ำผิวดิน	พันลูกบาศก์เมตร	185,917	212,636
	● น้ำใต้ดิน	พันลูกบาศก์เมตร	54,215	76,664
	● น้ำฝน	พันลูกบาศก์เมตร	10,930	7,673
	● น้ำประปา	พันลูกบาศก์เมตร	57,998	32,612
	● น้ำเสียจากหน่วยงานอื่น	พันลูกบาศก์เมตร	10	-
303-3 (a)	ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่	พันลูกบาศก์เมตร	34,183	39,774
303-3 (b)	ร้อยละของปริมาณการใช้น้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่	ร้อยละ	11.06	12.06
	ปริมาณการนำน้ำมาใช้ ต่อรายได้	ลูกบาศก์เมตร ต่อล้านบาท	189.13	199.33
น้ำทิ้ง				
306-1 (a)	ปริมาณน้ำที่ปล่อยออกสู่ภายนอก	พันลูกบาศก์เมตร	157,279	181,355

GRI STANDARD	ข้อมูล	หน่วย	2560	2561
11. การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ				
	● พื้นที่ป่าชายเลนและป่าต้นน้ำที่ได้รับการปกป้องและอนุรักษ์	ไร่	6,223	1,143
	● พื้นที่เกษตรกรรมที่ได้รับการพัฒนาแหล่งน้ำพันธุ์พืช	ไร่	NA	11,268
12. การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ				
● คู่ค้าธุรกิจที่ได้รับการสื่อสารคู่มือจริยธรรมธุรกิจ		ราย	11,377	13,510
● เกษตรกรที่ได้รับการฝึกอบรมเสริมสมรรถนะและเพิ่มขีดความสามารถ		ราย	18,362	19,168

- หมายเหตุ :
- การคำนวณเป็นไปตามการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนตามกรอบ (GRI 302-1)
 - ปริมาณพลังงานเชื้อเพลิงที่ใช้ = ผลรวมของปริมาณเชื้อเพลิงที่ใช้แต่ละประเภท X ค่าความร้อนของเชื้อเพลิงแต่ละประเภท (หน่วยวัด : กิกะจูลต่อเดือน) (ค่า CONVERSION FACTOR อ้างอิงจากรายงานพลังงานของประเทศไทยรายปี กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน)
 - การใช้พลังงานไฟฟ้า = ผลรวมของปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ใช้ (กิโลวัตต์ชั่วโมง) X 3.6 (หน่วยวัด : กิกะจูลต่อเดือน)
 - ปริมาณพลังงานรวมที่ใช้ทั้งหมด = พลังงานใช้แล้วหมดไป + พลังงานหมุนเวียน + การใช้พลังงานไฟฟ้า (หน่วยวัด : กิกะจูลต่อเดือน)
 - ค่าความเข้มข้นการใช้พลังงานต่อรายได้ ครอบคลุมการใช้พลังงานที่ใช้แล้วหมดไป ได้แก่ ถ่านหิน น้ำมันดีเซล น้ำมันเบนซิน น้ำมันเตา เชื้อเพลิงปิโตรเลียมเหลว ก๊าซธรรมชาติ พลังงานหมุนเวียน ได้แก่ ก๊าซชีวภาพ ชีวมวล (อาติ แกลบ ถ่านไม้ เปลือกเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ เศษไม้ ชังข้าวโพด กะลาปาล์ม ชี้อ้อย) ไบโอดีเซล และพลังงานไฟฟ้าที่ใช้ภายในองค์กรเท่านั้น
 - การรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ครอบคลุมก๊าซ CO₂ CH₄ และ N₂O โดยการคำนวณและแสดงผลในรูปก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าในการทำให้เกิดภาวะโลกร้อน (Global Warming Potential: GWP) ที่กำหนดโดย Intergovernmental Panel on Climate Change 2006 (IPCC) ขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์การก๊าซเรือนกระจก (Emission Factor) อ้างอิงข้อมูลจาก IPCC และองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (GRI 303-1, GRI 305-2, GRI 305-4)
 - ค่าความเข้มข้นของก๊าซเรือนกระจกต่อรายได้ ครอบคลุมปริมาณก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 (Scope 1) และขอบเขตที่ 2 (Scope 2) (GRI 305-4)
 - ปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมดรวบรวมข้อมูลจากมิเตอร์ ใบเสร็จเรียกเก็บเงิน คำนวนจากอัตราไหลของบิ๊ม และปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยของกรมอุตุนิยมวิทยา (GRI 303-1 : 2016 version)
 - ปริมาณน้ำ Reuse/Recycle รวบรวมข้อมูลจากมิเตอร์ และการคำนวณจากอัตราไหลของบิ๊ม (GRI 303-3 : 2016 version))
 - ปริมาณของเสียทั่วไปและปริมาณของเสียอันตรายที่เกิดขึ้นภายในบริษัทเป็นปริมาณของเสียสะสมรวมปีที่ผ่านมา
 - ปริมาณของเสียทั้งหมดที่เกิดขึ้น คัดรวมเฉพาะปริมาณของเสียทั่วไปและของเสียอันตรายที่เกิดขึ้นในแต่ละปี โดยปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นภายในบริษัทในแต่ละปีคำนวณจากปริมาณของเสียสะสมในปีปัจจุบัน – ปริมาณของเสียสะสมในปีที่ผ่านมา (GRI 306-2)
 - ข้อมูลวิธีการกำจัดของเสียได้มาจากการยืนยันวิธีการกำจัดจากผู้รับกำจัดหรือจากเอกสารใบกำกับการขนส่งขยะจากผู้รับกำจัด
 - ข้อมูลปริมาณของเสีย ไม่นับรวมข้อมูลจากกลุ่มธุรกิจไทรคมนาคม
 - ข้อมูลผลการดำเนินการด้านความยั่งยืนเขตประเทศไทยปี 2561 สามารถดูได้ที่ www.cpgroupglobal.com/sustainability

GRI CONTENT INDEX GRI102-55

GRI 102: GENERAL DISCLOSURES 2016

DISCLOSURES		PAGE/WEBSITE	EXTERNAL ASSURANCE
Organizational Profile			
102-1	Name of the organization	- Our Business - About this Report	-
102-2	Activities, brands, products, and services	Our Business	-
102-3	Location of headquarters	Business Overview	-
102-4	Location of operations	Business Overview	-
102-5	Ownership and legal form	Our Business	-
102-6	Markets served	Business Overview	-
102-7	Scale of the organization	- Our Business 2018 Highlights - Business Overview	-
102-8	Information on employees and other workers	Appendix	-
102-9	Supply chain	Responsible Supply Chain Management	-
102-10	Significant changes to the organization and its supply chain	About this Report	-
102-11	Precautionary Principle or approach	Climate Change Management	-
102-12	External initiatives	- Water Stewardship - Stakeholder Engagement	-
102-13	Membership of associations	Stakeholder Engagement	-
Strategy			
102-14	Statement from senior decision-maker	Message from the Senior Chairman	-
102-15	Key impacts, risk and opportunities	- Message from the Chairman - Message from the CEO	-
Ethics and Integrity			
102-16	Values, principles, standards, and norms of behavior	- Six Core Values - C.P. Excellence	-
102-17	Mechanisms for advice and concerns about ethics	Corporate Governance	-
Governance			
102-18	Governance structure	Sustainability Governance	-
102-20	Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics	Sustainability Governance	-
Stakeholder Engagement			
102-40	List of stakeholder group	Stakeholder Engagement	-
102-41	Collective bargaining agreements	Human Rights and Labor Practices	-
102-42	Identifying and selecting stakeholders	Stakeholder Engagement	-
102-43	Approach to stakeholder engagement	Stakeholder Engagement	-
102-44	Key topics and concerns raised	Stakeholder Engagement	-

DISCLOSURES		PAGE/WEBSITE	EXTERNAL ASSURANCE
Reporting Practice			
102-45	Entities included in the consolidated financial statements	Our Business	-
102-46	Defining report content and topic Boundaries	Reporting Boundary	-
102-47	List of material topics	Materiality Assessment	-
102-48	Restatements of information	Materiality Assessments	-
102-49	Changes in reporting	About this Report	-
102-50	Reporting period	About this Report	-
102-51	Date of most recent report	About this Report	-
102-52	Reporting cycle	About this Report	-
102-53	Contact point for questions regarding the report	- Materiality Assessment - About this Report	-
102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	About this Report	-
102-55	GRI content index	GRI Content Index	-
102-56	External assurance	About this Report	-

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES

GRI STANDARD	DISCLOSURES	PAGE/WEBSITE	OMISSION/ NOTE	EXTERNAL ASSURANCE
Economic Performance				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	Sustainability Management	-	-
103-2	The management approach and its components	Sustainability Management	-	-
103-3	Evaluation of the management approach	Sustainability Management	-	-
201-1	Direct economic value generated and distributed	2018 Highlights	-	-
Indirect Economic Impacts				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	- Social Impact - Education	-	-
103-2	The management approach and its components	- Innovation - Social Impact - Education	-	-
103-3	Evaluation of the management approach	- Innovation - Social Impact - Education	-	-
203-1	Infrastructure investments and services supported	- Innovation - Social Impact - Education	-	-
203-2	Significant in direct economic impacts	- Innovation - Social Impact - Education - Innovation	-	-
Anti-corruption				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	Corporate Governance	-	-
103-2	The management approach and its components	Corporate Governance	-	-
103-3	Evaluation of the management approach	Corporate Governance	-	-
205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	Corporate Governance	-	-

GRI STANDARD	DISCLOSURES	PAGE/WEBSITE	OMISSION/ NOTE	EXTERNAL ASSURANCE
Energy				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	● Climate Change Management	-	-
103-2	The management approach and its components	● Climate Change Management	-	-
103-3	Evaluation of the management approach	● Climate Change Management	-	-
302-1	Energy consumption within the organization	● Appendix	-	✓
302-3	Energy intensity	● Appendix	-	-
302-4	Reduction of energy consumption	● Appendix	-	-
Water				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	● Water Stewardship	-	-
103-2	The management approach and its components	● Water Stewardship	-	-
103-3	Evaluation of the management approach	● Water Stewardship	-	-
303-1	Water withdrawal by source	● Appendix	-	✓
303-3	Water recycled and reused	● Appendix	-	-
Biodiversity				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	● Ecosystem & Biodiversity Protection	-	-
103-2	The management approach and its components	● Ecosystem Biodiversity Protection	-	-
103-3	Evaluation of the management approach	● Ecosystem & Biodiversity Protection	-	-
304-3	Habitats protected or restored	● Ecosystem & Biodiversity Protection	-	-
Emissions				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	● Climate Change Management	-	-
103-2	The management approach and its components	● Climate Change Management	-	-
103-3	Evaluation of the management approach	● Climate Change Management	-	-
305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	● Appendix	Direct GHG emissions from stationary combustion of CP ALL Public Company Limited are not available because our data collection system is under standardization. This data will be available in the next reporting period.	✓
305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	● Appendix	-	✓
305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions	● Climate Change Management	-	-
305-4	GHG emissions intensity	● Appendix	-	-
305-5	Reduction of GHG emissions	● Appendix	-	-

GRI STANDARD	DISCLOSURES	PAGE/WEBSITE	OMISSION/ NOTE	EXTERNAL ASSURANCE
Effluents and Wastes				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	● Climate Change Management	-	-
103-2	The management approach and its components	● Climate Change Management	-	-
103-3	Evaluation of the management approach	● Climate Change Management	-	-
306-1	Water discharge by quality and destination	● Appendix	we were only able to provide total amount of water discharge and avoid data discrepancies. We will report water discharge by quality and destination in the next reporting period.	-
306-2	Waste by type and disposal method	● Appendix	Total amount of waste of the Corporation Public Company Limited. are not available because our data collection system is under standardiza-tion. this data will be available in the next reporting period.	✓
Supplier Environmental Assessment				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	● Responsible Supply Chain Management	-	-
103-2	The management approach and its components	● Responsible Supply Chain Management	-	-
103-3	Evaluation of the management approach	● Responsible Supply Chain Management	-	-
308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	● Responsible Supply Chain Management	-	-
308-2	Negative environmental Impacts in the supply chain and actions taken	● Responsible Supply Chain Management	-	-
Employment				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	● Human Rights and Labor Practices	-	-
103-2	The management approach and its components	● Human Rights and Labor Practices	-	-
103-3	Evaluation of the management approach	● Human Rights and Labor Practices	-	-
401-1	New employee hires and employee turnover	● Appendix	-	-
Occupational Health and Safety				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	● Human Rights and Labor Practices	-	-
103-2	The management approach and its components	● Human Rights and Labor Practices	-	-
103-3	Evaluation of the management approach	● Human Rights and Labor Practices	-	-

GRI STANDARD	DISCLOSURES	PAGE/WEBSITE	OMISSION/ NOTE	EXTERNAL ASSURANCE
Occupational Health and Safety				
403-2	Types of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities	● Appendix	Rates of injury and number of work-related fatalities for all workers of True Corporation Public Company Limited, are not available because our data collection system is under standardization. This data will be available in the next reporting period.	✓
Training and Education				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	● Leadership and Human Capital Development	-	-
103-2	The management approach and its components	● Leadership and Human Capital Development	-	-
103-3	Evaluation of the management approach	● Leadership and Human Capital Development	-	-
404-1	Average hours of training per year per employee	● Appendix	-	-
Human Rights Assessment				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	● Human Rights and Labor Practices	-	-
103-2	The management approach and its components	● Human Rights and Labor Practices	-	-
103-3	Evaluation of the management approach	● Human Rights and Labor Practices	-	-
412-1	Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments	● Human Rights and Labor Practices	-	-
Local Communities				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	● Social Impact ● Health and Well-being ● Education ● Water Stewardship ● Ecosystem & Biodiversity Protection ● Responsible Supply Chain Management	-	-
103-2	The management approach and its components	● Social Impact ● Health and Well-being ● Education ● Water Stewardship ● Ecosystem & Biodiversity Protection ● Responsible Supply Chain Management	-	-

GRI STANDARD	DISCLOSURES	PAGE/WEBSITE	OMISSION/ NOTE	EXTERNAL ASSURANCE
Local Communities				
103-3	Evaluation of the management approach	● Social Impact ● Health and Well-being ● Education ● Water Stewardship ● Ecosystem & Biodiversity Protection ● Responsible Supply Chain Management	-	-
413-1	Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	● Social Impact ● Health and Well-being ● Education ● Water Stewardship ● Ecosystem & Biodiversity Protection ● Responsible Supply Chain Management	-	-
Supplier Social Assessment				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	● Ecosystem & Biodiversity Protection ● Responsible Supply Chain Management	-	-
103-2	The management approach and its components	● Ecosystem & Biodiversity Protection ● Responsible Supply Chain Management	-	-
103-3	Evaluation of the management approach	● Ecosystem & Biodiversity Protection ● Responsible Supply Chain Management	-	-
414-2	Negative social impacts in the supply chain and actions taken	● Ecosystem & Biodiversity Protection ● Responsible Supply Chain Management	-	-
Product and Service Labelling				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	● Health and Well-being	-	-
103-2	The management approach and its components	● Health and Well-being	-	-
103-3	Evaluation of the management approach	● Health and Well-being	-	-
417-1	Requirements for product and service information and labeling	● Health and Well-being	-	-
Healthy and Affordable Food				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	● Health and Well-being ● Innovation	-	-
103-2	The management approach and its components	● Health and Well-being ● Innovation	-	-
103-3	Evaluation of the management approach	● Health and Well-being ● Innovation	-	-

UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT
COMMUNICATION ON PROGRESS - ADVANCED LEVEL

CRITERION	DESCRIPTION	PAGE
1	The COP describes mainstreaming into corporate functions and business units	48-55, 67-69, 70-77, 79-81, 84, 86, 88-90, 93-94, 96, 98-100, 126-128, 136, 139, 144, 155-157, 164-167, 190, 194-195, 201-203
2	The COP describes value chain implementation	72, 79-83, 97, 136, 144-147, 162-165, 178-181, 235, 245-251, 253, 265-272, 274-275
3	The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of human rights	79-83, 369
4	The COP describes effective management systems to integrate the human rights principles	80-83, 86, 267-268
5	The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms of human rights integration	82-83, 86, 88, 267-268, 270
6	The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of labor	79-81, 86-89, 100, 248-251
7	The COP describes effective management systems to integrate the labor principles	70-71, 79-80, 86-90, 265-269
8	The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms of labor principles integration	86-91, 265-269
9	The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of environmental stewardship	49-53, 207-210, 233-236, 245-246, 265-268
10	The COP describes effective management systems to integrate the environmental principles	208, 246-248, 266-268
11	The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms for environmental stewardship	233, 235, 237-241, 245, 247, 248, 250-251, 270
12	The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of anti-corruption	70-72, 76-77
13	The COP describes effective management systems to integrate the anti-corruption principle	72-73
14	The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms for the integration of anti-corruption	76-77
15	The COP describes core business contributions to UN goals and issues	14-17, 50-51, 56-59, 62-63, 66-67, 78-79, 92-93, 106-107, 124-125, 154-155, 176-177, 188-189, 206-207, 232-233, 244-245, 264-265
16	The COP describes strategic social investments and philanthropy	14-17, 125-153, 157-159, 167-175, 242-243, 253-261, 273-277
17	The COP describes advocacy and public policy engagement	72, 110-111, 78-181, 186-187,
18	The COP describes partnerships and collective action	102, 104-106, 110-111, 139-141, 170-175, 186-187, 253-258, 272-277
19	The COP describes CEO commitment and leadership	8 – 13
20	The COP describes Board adoption and oversight	49-55, 57, 67-68, 70-71
21	The COP describes stakeholder engagement	56-57, 76-77, 177-181



UNITED NATIONS SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

GOAL	DESCRIPTION	CHAPTER
1	End poverty in all its forms everywhere	● Social Impact ● Climate Change Management
2	End hunger, achieve food security and improved nutrition and promote sustainable agriculture	● Health & Well-being ● Climate Change Management
3	Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages	● Human Rights & Labor Practices ● Health & Well-being
4	Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all	● Human Rights & Labor Practices ● Leadership & Human Capital Development ● Education
5	Achieve gender equality and empower all women and girls	● Human Rights & Labor Practices
6	Ensure availability and sustainable management of water and sanitation for all	● Water Stewardship ● Ecosystem & Biodiversity Protection
7	Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy for all	● Climate Change Management
8	Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all	● Human Rights & Labor Practices ● Social Impact ● Education ● Innovation ● Water Stewardship
9	Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation	● Innovation
10	Reduce inequality within and among countries	● Human Rights & Labor Practices ● Social Impact
11	Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable	● Climate Change Management
12	Ensure sustainable consumption and production patterns	● Corporate Governance ● Human Rights & Labor Practices ● Climate Change Management ● Ecosystem & Biodiversity Protection ● Responsible Supply Chain Management
13	Take urgent action to combat climate change and its impacts	● Climate Change Management
14	Conserve and sustainably use the oceans, seas and marine resources for sustainable development	● Ecosystem & Biodiversity Protection
15	Protect, restore and promote sustainable use of terrestrial ecosystems, sustainably manage forests, combat desertification, and halt and reverse land degradation and halt biodiversity loss	● Ecosystem & Biodiversity Protection
16	Promote peaceful and inclusive societies for sustainable development, provide access to justice for all and build effective, accountable and inclusive institutions at all levels	● Corporate Governance ● Human Rights & Labor Practices ● Stakeholder Engagement ● Responsible Supply Chain Management
17	Strengthen the means of implementation and revitalize the global partnership for sustainable development	● Climate Change Management ● Water Stewardship ● Ecosystem & Biodiversity Protection

LRQA Assurance Statement

Relating to Charoen Pokphand Group Co., Ltd.'s Sustainability Report for the calendar year 2018

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

Terms of Engagement

Lloyd's Register Quality Assurance Ltd. (LRQA) was commissioned by Charoen Pokphand Group Co., Ltd. (CPG) to provide independent assurance on its Sustainability Report for the calendar year 2018 ("the Report") against the assurance criteria below to a limited level of assurance and at the materiality of the professional judgement of the verifier using LRQA's verification approach. LRQA's verification approach is based on current best practice and uses the principles of AA1000AS (2008) - Inclusivity, Materiality, Responsiveness and Reliability of performance data and processes defined in ISAE3000.

Our assurance engagement covered CPG's operations and activities in Thailand, including its subsidiary companies and specifically the following requirements:

- Confirming that the Report is in accordance with GRI standards and Core option, and
- Evaluating the reliability of data and information for selected specific standard disclosures: Energy consumption within the organization (GRI 302-1), Total water withdrawal by source (GRI 303-1); Direct GHG emissions (GRI 305-1) – combustions only; Energy indirect greenhouse gas emission (GRI 305-2), Waste by type and disposal method (GRI 306-2) and Types of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, absenteeism and number of work-related fatalities (GRI 403-2) only. This information is available through <http://www.cpgcorp.com/global/th/sustainability>

Our assurance engagement excluded the data and information of CPG's operations and activities outside of Thailand.

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

LRQA's Opinion

Based on LRQA's approach nothing has come to our attention that would cause us to believe that CPG has not:

- Met the requirements above
- Disclosed reliable performance data and information for the selected specific standard disclosures
- Covered all the issues that are important to the stakeholders and readers of this Report.

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

Note: The extent of evidence-gathering for a limited assurance engagement is less than for a reasonable assurance engagement. Limited assurance engagements focus on aggregated data rather than physically checking source data at sites.

LRQA's Approach

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

- Assessing CPG's approach to stakeholder engagement to confirm that issues raised by stakeholders were captured correctly. We did this by reviewing documents and associated records.
- Reviewing CPG's process for identifying and determining material issues to confirm that the right issues were included in their Report and updated overtime. We did this by benchmarking reports written by CPG and its peers to ensure that sector specific issues were included for comparability.
- Auditing CPG's data management systems to confirm that there were no significant errors, omissions or mis-statements in the Report. We did this by reviewing the effectiveness of data handling processes and systems, including corroborating information from third party assurance engagements done for CPF, CPAI, CPI and True Corp. We also spoke with key people in various facilities responsible for compiling the data and drafting the Report.

- Sampling of evidences presented at True Corp Plc., MG and CPPC Rayong, to confirm the reliability of the selected specific standard disclosures

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

Observations

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

- Stakeholder Inclusivity:
We are not aware of any key stakeholder groups that have been excluded from CPG's stakeholder engagement process. However, we believe that CPG should extend the engagement process to include international stakeholders as CPG's have operations in China and ASEAN.
- Materiality:
We are not aware of any material aspects concerning CPG's sustainability performance that have been excluded from the Report. CPG has processes for identifying and determining their material aspects; the evaluation process considers factors such as stakeholder concerns, business risks and legal compliance.
- Responsiveness:
CPG and its subsidiaries have processes for responding to various stakeholder groups. We believe that future reports should further explain the actions being taken by CPG to tackle the OH&S issues typically for contractors' activities under control of True Corp and CPPC.
- Reliability:
CPG use spreadsheets and manual systems to collect and calculate the data and information associated with the selected specific standard disclosures listed above. CPG should consider periodically reviewing data and information consolidated from its subsidiary companies. This would promote awareness of the data systems and check accuracy of data sources and transposed information.

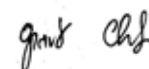
LRQA's competence and independence

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

This verification, together with verification for CPG subsidiary is the only work undertaken by LRQA for CPG and as such does not compromise our independence or impartiality.

Signed

Dated: 12 July 2019



Opart Charuratana
LRQA Lead Verifier

On behalf of Lloyd's Register Quality Assurance Ltd.
Lloyd's Register International (Thailand) Limited
22th Floor, Sirinrat Building, 3388/76 Rama IV Road
Klongton, Klongtoey, Bangkok 10110 THAILAND
LRQA Reference: BGK600000300

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

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

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

Copyright © Lloyd's Register Quality Assurance Limited, 2019. A member of the Lloyd's Register Group.



ซีพี...เพื่อความยั่งยืน



ซีพี...เพื่อความยั่งยืน



บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด
313 อาคาร ซี.พี.ทาวเวอร์ ชั้น14, 16
ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500



+66(0)-2858-6254



www.cpgroupglobal.com

