

For a Better Tomorrow



เครือเจริญโภคภัณฑ์
รายงานความยั่งยืนประจำปี 2566



กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม



CP ร้อยเรียงความดี



ซีพี...เพื่อความยั่งยืน



ทรงพระเจริญ

เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา ๖ รอบ

๒๘ กรกฎาคม ๒๕๖๓

ด้วยเกล้าด้วยกระหม่อม ขอเดชะ

ข้าพระพุทธเจ้า บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด และบริษัทในเครือ

บริษัท เจริญใต้ จำกัด บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท ทูร คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน)



สารบัญ

หน้า

สารจากผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์

สารจากประธานอาวุโส

4

สารจากประธานกรรมการ

6

สารจากประธานคณะผู้บริหาร

8

สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ

10

ความคืบหน้าการดำเนินงานสู่เป้าหมายความยั่งยืน เครือฯ ปี 2573

12

รางวัลและความภาคภูมิใจ ปี 2566

14

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

16

รู้จักเครือเจริญโภคภัณฑ์

20

ห่วงโซ่คุณค่าของเครือเจริญโภคภัณฑ์

22

ภาพรวมธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์

24

การวิเคราะห์รับทราบการดำเนินงาน

26

คำนิยามองค์กร 6 ประการ

30

4

การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน

32

การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน

34

การวิเคราะห์ผลกระทบภายนอก

38

ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่

41

การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

43

การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

46

กลยุทธ์และเป้าหมายความยั่งยืน

50

กระบวนการสร้างคุณค่า

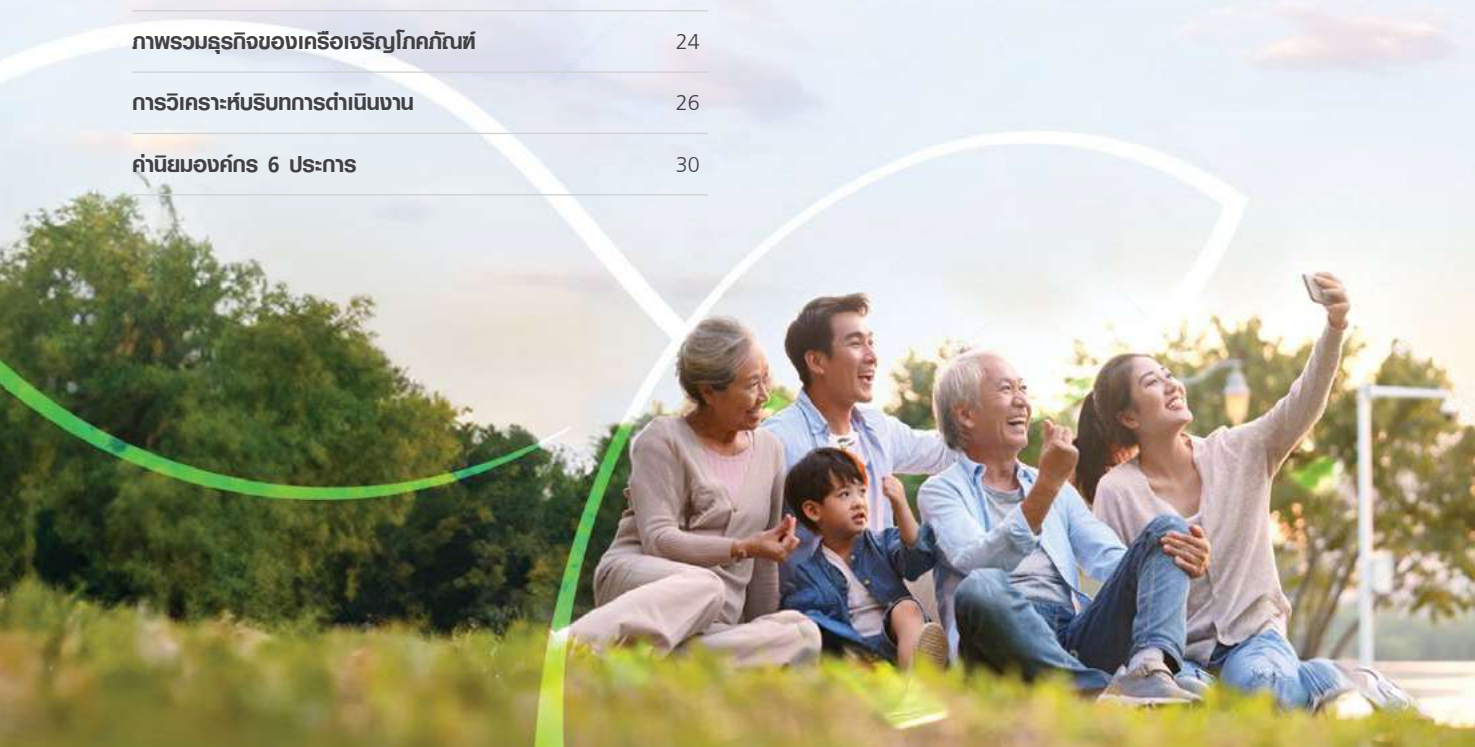
52

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

54

ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

56



HEART: Living Right**60**

การกำกับดูแลกิจการ	64
สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน	76
การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ	90
การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล	100
ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล	112

HOME: Living Together**174**

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	178
ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน	200
การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ	212
การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ	224
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	240

HEALTH: Living Well**118**

สุขภาพและสุขภาวะที่ดี	122
คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม	134
ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ	148
การบริหารจัดการนวัตกรรม	156
การสร้างความปลอดภัยให้กับผู้มีส่วนได้เสีย	166

ภาคผนวก**252**

ขอบเขตการรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2566	254
GRI Content Index	256
การรับรองจากหน่วยงานภายนอก	272



หน้า

ภารกิจกับดูแลด้านความยั่งยืน

HEART Living Right

HEALTH Living Well

HOME Living Together

ภาพรวม

สารจากประธานอาวุโส

Message from THE SENIOR CHAIRMAN



สถานการณ์โลกและวิถีการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ได้ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจที่หลากหลายมิติ เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการเตรียมรับมือกับปัจจัยเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น จึงได้บัญญัติค่านิยมองค์กรเพื่อให้บุคลากรใช้ยึดมั่นเป็นหลักในการปฏิบัติภารกิจหน้าที่ จากวิถีการทำงาน กลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร ด้วยตระหนักว่า องค์กรที่มีความยืดหยุ่น และพร้อมที่จะปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับทุกวิกฤตการณ์ได้อย่างรวดเร็วเท่านั้น จึงจะสามารถนำพาธุรกิจสู่เป้าหมายความสำเร็จที่ยั่งยืนได้ และบุคลากรเครือเจริญโภคภัณฑ์ คือ หัวใจสำคัญที่จะนำเอาแก่นแท้ค่านิยมมาบูรณาการ เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถก้าวทันโลกอนาคตได้อย่างมั่นคงยั่งยืน

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

ให้บุคลากรจากทุกกลุ่มธุรกิจทั่วโลกได้แสดงศักยภาพ ความคิดสร้างสรรค์ในการค้นคว้าวิจัย การประดิษฐ์ หรือต่อยอดงานนวัตกรรมที่สร้างประโยชน์ในการขับเคลื่อนประเทศเข้าสู่ยุค 5.0 เพื่อให้เครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นองค์กรที่สามารถเติบโตขึ้นอย่างแข็งแกร่งในทุกมิติของความยั่งยืน

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



นายนิท เจียรวนนท์

ประธานอาวุโส

เครือเจริญโภคภัณฑ์



หน้า

การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน

HEART Living Right

HEALTH Living Well

HOME Living Together

ภาพรวม

สารจากประธานกรรมการ

Message from THE CHAIRMAN



“ความยั่งยืน” เป็นรากฐานสำคัญที่ทำให้องค์กรเติบโตและก้าวไปข้างหน้าอย่างเข้มแข็ง

ท่ามกลางสถานการณ์โลกที่เต็มไปด้วยความท้าทายและโอกาสใหม่ ๆ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์การเติบโตสู่ยุคอุตสาหกรรมที่ล้ำหน้า ด้วยการพัฒนาและใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยในการพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ตามแนวทางปฏิบัติของ “ค่านิยมองค์กร 6 ประการ” ที่มุ่งเน้นการสร้างประโยชน์ให้กับประเทศไทยและประชาชนในทุก ๆ ประเทศ ที่เครือฯ เข้าไปลงทุนด้วย “ความซื่อสัตย์และมีคุณธรรม” อันสร้างความไว้วางใจและประโยชน์ต่อผู้มีส่วนร่วมตลอดห่วงโซ่คุณค่ามากกว่าหนึ่งศตวรรษ

ด้วยความตระหนักรู้และเข้าใจในความท้าทายต่าง ๆ ของโลก ในปัจจุบัน เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงทางอาหารเพื่อการเข้าถึงที่เพียงพอสำหรับทุกคน และการปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อรักษาสมดุลตามธรรมชาติของสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการดำรงชีวิต อีกทั้งการสร้างบุคลากรรุ่นใหม่ที่ดีและเก่งมาช่วยขับเคลื่อนธุรกิจด้วยความยั่งยืนจากรุ่นสู่รุ่น เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงได้ประกาศ

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

ทั้งนี้ เป้าหมายที่ตั้งไว้จะสำเร็จได้ด้วยความร่วมมือร่วมใจของบุคลากรและผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนตลอดห่วงโซ่คุณค่า ขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่งที่ได้ร่วมกันสร้างความเปลี่ยนแปลงทางบวกทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมตลอดมา และขอให้เราทุกคนมีความมุ่งมั่นในการสร้างอนาคตที่ยั่งยืนในทุกด้านเช่นนี้ เพื่อก้าวสู่เป้าหมายความยั่งยืนร่วมกันและสร้างวันพรุ่งนี้ที่ดีกว่าให้กับโลกของเรา



นายสุกิต เจียรนนท์

ประธานกรรมการ

เครือเจริญโภคภัณฑ์



สารจากประธานคณะกรรมการบริหาร

Message from THE CEO



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

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

นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญมากขึ้นกับประเด็นเรื่องการปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ เนื่องจากการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ อาจทำให้ผลผลิตของระบบนิเวศลดลง และลดความสามารถในการรับมือกับภัยพิบัติทางธรรมชาติต่าง ๆ จึงถือเป็นอีกภารกิจที่เราต้องประสานความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ในการฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

เรามุ่งหวังให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งนี้ ในทุกเป้าหมายสำคัญของเรา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การลดการเกิดขยะของเสียสู่หลุมฝังกลบ และการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม เราจะขับเคลื่อนอย่างเต็มที่ และจะมีการบูรณาการความร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตรธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อก้าวไปให้ถึงเป้าหมายที่กำหนด รวมถึงจะสร้างความร่วมมือกับประชาคมโลกเพื่อแก้ไขปัญหาและความท้าทายเหล่านี้ไปด้วยกัน

ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีก้าวล้ำอย่างรวดเร็ว แต่ปรากฏว่าการเข้าถึงข้อมูลและเทคโนโลยีเป็นไปตามพื้นที่และความสามารถทางเศรษฐกิจจึงเกิดความไม่เท่าเทียมกันในเรื่องนี้ ช่องว่างทางสังคมจึงขยายออกมากขึ้นและกลายเป็นปัญหาแพร่กระจายไปในหลายประเทศทั่วโลก สำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์นั้นมีความตั้งใจที่จะแก้ไขปัญหานี้ ด้วยการเน้นไปที่การศึกษาและการพัฒนาทักษะแก่เยาวชน เพื่อเสริมสร้างสังคมที่ยั่งยืนและเข้มแข็งขึ้นอย่างสมดุล

สำหรับผลการดำเนินงานตามเป้าหมายความยั่งยืน ปี 2573 ของเรามีทั้งที่เป็นไปตามแผนงาน ล้ำช้ากว่าแผนงาน และก้าวหน้าเกินแผนงาน ซึ่งเราจะติดตามประเด็นที่ล้ำช้ากว่าแผนงานอย่างใกล้ชิดเพื่อที่จะปรับปรุง พัฒนา ให้สามารถเดินหน้าไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้

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

ท้ายที่สุด ผมเห็นว่าท่ามกลางความท้าทายและวิกฤตต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ผู้บริหารและพนักงานถือเป็นพลังสำคัญที่ทำให้องค์กรขับเคลื่อนฝ่าด่านพายุแห่งการเปลี่ยนแปลงมาได้ ขอขอบคุณทุกคนที่ทุ่มเทกำลังกายและใจให้กับองค์กรเพื่อความยั่งยืนในทุกมิติ และขอขอบคุณผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนที่เชื่อมั่นในการดำเนินงานของเรา เรามุ่งมั่นที่จะทำมากกว่าเดิม เพื่อสร้างโลกที่ดีขึ้นให้กับรุ่นต่อ ๆ ไป



นายสุภชัย เจียรวนนท์

ประธานคณะผู้บริหาร

เครือเจริญโภคภัณฑ์





สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ

HEART: Living Right

ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการปรับปรุงกระบวนการและริเริ่มโครงการใหม่ ๆ ในหลายด้าน เช่น การขยายแผนการสื่อสารเรื่องการกำกับดูแลให้ทั่วทั้งเครือฯ และการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน เป็นต้น การดำเนินงานเหล่านี้ส่งเสริมให้เครือฯ สามารถคงไว้ซึ่งการเป็นองค์กรที่มีจริยธรรม คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน และมุ่งเน้นพัฒนาทรัพยากรบุคคลอย่างเท่าเทียม

รายได้รวม

3,320,897 ล้านบาท

▲ +14%

ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับพนักงานทั้งหมด

237,251 ล้านบาท

▲ +6%

สัดส่วนพนักงานที่ผ่านการอบรม
ด้านจรรยาบรรณธุรกิจ

100%

= 0%

สัดส่วนของกลุ่มธุรกิจที่รับได้การประเมิน
ความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

100%

= 0%

จำนวนภัยคุกคามทางไซเบอร์

0 กรณี

= 0%

สัดส่วนของพนักงานหญิงทั้งหมด

50.80%

▼ -0.4%

จำนวนพนักงานที่ได้รับการโปรโมท
ในสายงานอาชีพ

72,013 คน

▲ +37%

จำนวนคนทั่วโลกที่ได้รับโอกาสเข้าถึง
การศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีพ
(ทั้งรูปแบบ Online และ Offline)

48,361,902 คน

▲ +6%

หมายเหตุ: เป็นการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานระหว่างปี 2565 และ 2566 ในรูปแบบร้อยละ



HEALTH: Living Well

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังคงให้ความสำคัญต่อการนำนวัตกรรมเข้ามาร่วมใช้ในการผลิตสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มว่าจะได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย พร้อมกับมีความเหมาะสมสำหรับแต่ละช่วงวัย และสามารถเข้าถึงได้โดยทุกคน

จำนวนเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย กลุ่มเปราะบาง และกลุ่มอื่น ๆ ที่ได้รับการส่งเสริมความรู้ ความสามารถ และสนับสนุนในด้านต่าง ๆ

2,929,229 ราย

▲ +36%

จำนวนเด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ และผู้ที่อยู่ในสถานการณ์เสี่ยง ที่ได้รับโอกาสในการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย

8,459,092 ราย

▲ +62%

ค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อสินค้าและบริการในท้องถิ่น

1,110,331 ล้านบาท

▲ +35%

จำนวนผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และสุขภาวะที่ดี

921 ผลิตภัณฑ์

▲ +2%

สัดส่วนของผลิตภัณฑ์อาหารที่มีการสื่อสารอย่างชัดเจนและโปร่งใส

82.6%

▲ +39%

ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา

28,264 ล้านบาท

▼ -2%

จำนวนมืออาหารที่มอบให้กับผู้ด้อยโอกาส โดยเฉพาะเด็ก เยาวชน ผู้ยากไร้ และผู้ที่อยู่ในสถานการณ์เสี่ยง

8.80 ล้านมือ

▲ +238%

HOME: Living Together

ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้าน นอกจากนี้ ยังได้มีการดำเนินงานกับภาคส่วนต่าง ๆ ตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อลดการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ และส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชนทุกคน

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 และ Scope 2

5.82 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี

▼ -5%

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 3

73.52 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี

▲ +0.4%

ปริมาณการลดการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้

16.85 กิกะจูลต่อล้านบาท

▼ -14%

สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน

17%

▲ +2%

สัดส่วนการนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์

88.73%

▲ +4.43%

ปริมาณน้ำที่นำไปใช้ต่อหน่วยรายได้

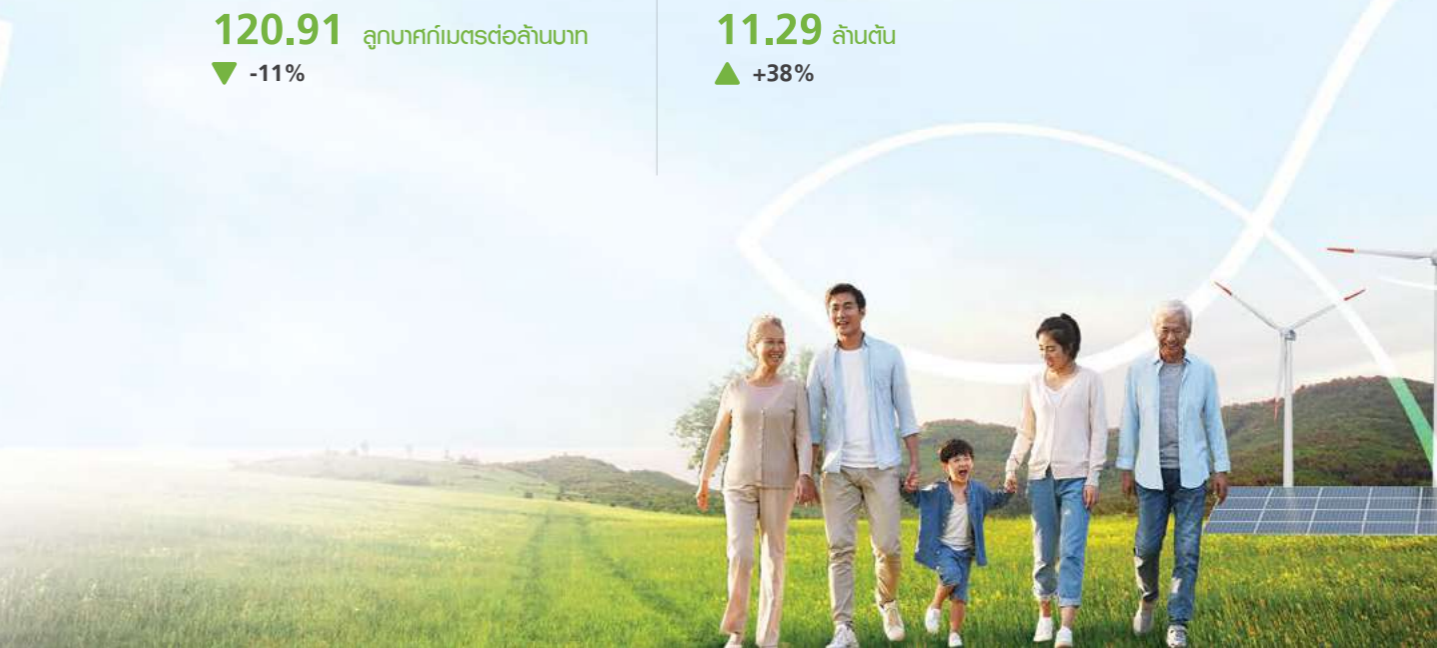
120.91 ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท

▼ -11%

จำนวนการปลูกต้นไม้เพื่อปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศบนบก

11.29 ล้านต้น

▲ +38%



ความคืบหน้าการดำเนินงานสู่เป้าหมายความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573

ความเกี่ยวข้อง

เป้าหมายเครือฯ	ตัวชี้วัด	ปีฐาน	ความคืบหน้า		ความคืบหน้าการดำเนินงานในปี 2566	เกษตรกรรม	การผลิต	การบรรจุ	การขนส่ง			
			2565	2566								
HEART: Living Right	การกำกับดูแลกิจการ	ร้อยละร้อยละของกลุ่มธุรกิจได้รับการยอมรับของการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ	2563			78.46% 2565	95.06% 2566	100%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน	ร้อยละร้อยละของกลุ่มธุรกิจมีการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนจากกิจกรรมองค์กรและคู่ค้าโดยตรงที่มีความเสี่ยงสูงเป็นประจำ	2563			100% 2565	100% 2566	100%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ	50 ล้านคนได้รับการสนับสนุนโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต หรือการเสริมทักษะ	2563			91% 2565	97% 2566	100%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล	ร้อยละร้อยละของพนักงานได้รับการฝึกอบรมด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี	2563			100% 2565	100% 2566	100%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล	ร้อยละร้อยละของพนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี	2563			44% 2565	46% 2566	100%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล	ร้อยละร้อยละของกลุ่มธุรกิจได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากลด้านการจัดการความมั่นคงและความปลอดภัยของข้อมูลและสารสนเทศ	2563			100% 2565	100% 2566	100%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
HEALTH: Living Well	สุขภาพและสุขภาวะที่ดี	ร้อยละ 70 ของสัดส่วนยอดขายจากผลิตภัณฑ์และบริการแบบ B2B และ B2C ที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี	2563			49.5% 2565	45.3% 2566	70%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม	5 ล้านคนได้รับการส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้สำหรับผู้ที่มีความต้องการ เช่น เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) และกลุ่มเปราะบางตลอดห่วงโซ่คุณค่า	2563			46.3% 2565	58.6% 2566	5 ล้านคน	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ	10 ล้านคน ของเด็ก ประชาชน และคนยากจนได้รับการสนับสนุนโอกาสในการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการ	2563			52.2% 2565	84.6% 2566	10 ล้านคน	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	การบริหารจัดการนวัตกรรม	7,500 ฉบับของสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรที่ได้รับการขึ้นทะเบียน	2563			48.8% 2565	54.2% 2566	7,500 ฉบับ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย	ร้อยละ 80 ของคะแนนความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียหลักจากการสำรวจของทุกกลุ่มธุรกิจ	2563			80% 2565	81% 2566	80%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
HOME: Living Together	การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สุทธิจากการดำเนินธุรกิจเป็นศูนย์ (Scope 1 และ Scope 2)	2564			3.71% 2565	9.45% 2566	100%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
		ลดปริมาณขยะอาหารที่ถูกนำไปฝังกลบให้เป็นศูนย์	2563			-1.93% 2565	8.71% 2566	100%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน	ลดปริมาณของเสียที่ถูกนำไปฝังกลบให้เป็นศูนย์	2563			3% 2565	18% 2566	100%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
		ร้อยละร้อยละของบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ทั้งหมดสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ใช้ซ้ำ หรือย่อยสลายได้	2563			93.5% 2565	94.49% 2566	100%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ	ลดปริมาณการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ให้ได้ร้อยละ 20 เทียบกับปีฐาน 2563	2563			100% 2565	100% 2566	100%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
		ร้อยละร้อยละของวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูงที่ตรวจสอบย้อนกลับได้	2563			53.26% 2565	33.4% 2566	100%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ	ร้อยละร้อยละของกลุ่มธุรกิจดำเนินโครงการร่วมกับพันธมิตรที่เกี่ยวข้องในระดับสากลเพื่อบริหารจัดการและติดตามความหลากหลายทางชีวภาพ	2563			36.84% 2565	45% 2566	100%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	ร้อยละร้อยละของคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงได้รับการตรวจประเมิน	2563			73.76% 2565	69.81% 2566	100%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

ห่วงโซ่มูลค่าของเครือฯ

การตลาด

การบริการ

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุนต่อ SDGs

■	■		
■	■		
■	■		
■			
■	■		
■	■		
■	■		
■	■		
■	■		
	■		



รางวัลและความภาคภูมิใจ ปี 2566

ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์ที่ได้รับรางวัลและความภาคภูมิใจจากหลายสถาบันที่มีการดำเนินงานและเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน รางวัลและความภาคภูมิใจเหล่านี้ เป็นเครื่องยืนยันความสำเร็จและความมุ่งมั่นของเครือฯ ที่มีต่อการดำเนินงานด้านความยั่งยืนมาอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นการแสดงถึงความยอมรับของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ

S&P Global

S&P Global The Sustainability Yearbook 2024

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

Top 1%**S&P Global****CSA Score**

ในกลุ่มอุตสาหกรรม

Telecommunication

Services

**Top 5%****S&P Global****CSA Score**

ในกลุ่มอุตสาหกรรม

Food Product

**Top 5%****S&P Global****CSA Score**

ในกลุ่มอุตสาหกรรม

Industrial

Conglomerates

**Sustainability****Yearbook Member**

ในกลุ่มอุตสาหกรรม

Food & Staples

Retailing

**Industry Mover****และ Sustainability****Yearbook Member**

ในกลุ่มอุตสาหกรรม

Food & Staples

Retailing

**World
Benchmarking
Alliance**

World Benchmarking Alliance (WBA)

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

**Food and
Agriculture
อันดับที่ 10**

จาก 350 บริษัททั่วโลก

**Seafood
Stewardship
อันดับที่ 8**

จาก 30 บริษัททั่วโลก

**Nature
อันดับที่ 6**

จาก 350 บริษัททั่วโลก



CDP

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



Reporting Matters 2023

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



Ethisphere (The 2024 World's Most Ethical Companies)

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้รับการพิจารณา คัดเลือกให้เป็นบริษัทที่มีจริยธรรม มากที่สุดในโลก ประจำปี 2567 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4



HR Asia Best Companies to Work for in Asia 2023

โลดส์ได้รับการยกย่องเป็นองค์กรโดดเด่น ที่นำทำงานด้วยที่สุดในเอเชีย โดยได้รับ รางวัล HR Asia Best Companies to Work for in Asia 2023 โดยนิตยสาร HR Asia ของบริษัท Business Media International (BMI) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 สะท้อนความมุ่งมั่นของโลดส์ในการเป็น ผู้นำองค์กรที่เป็นเลิศด้านการดูแลเพื่อน พนักงาน



Thailand Top Company Awards 2023

แม็คโครรับรางวัลจากเวที Thailand Top Company Awards 2023 ประเภท MOST TRUSTED BRAND สุดยอดองค์กรธุรกิจไทย ที่สร้างแบรนด์ ได้แข็งแกร่งจนได้รับการยอมรับทั้งทาง ด้านคุณภาพและบริการ มอบประสบการณ์ ที่ดีให้กับลูกค้า สะท้อนความสำเร็จของ แแบรนด์ “แม็คโคร” ที่เข้าไปอยู่ในใจของ ลูกค้าทุกกลุ่ม



The Most Impactful Corporate

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ได้รับ รางวัล The Most Impactful Corporate จากงาน Future Trends Ahead & Awards 2024 ซึ่งสะท้อนถึงการเป็น องค์กรที่ปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาล ได้ครบถ้วน มีผลงานเป็นที่ยอมรับใน ระดับประเทศและนานาชาติ ส่งเสริม การเติบโตให้กับเศรษฐกิจของประเทศ ใส่ใจการดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทาน และสามารถต่อยอดธุรกิจให้กับ หน่วยงานอื่น ๆ ได้



Global Good Governance Awards

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ได้รับ 2 รางวัลเกียรติยศ จากเวทีระดับโลก Global Good Governance Awards (3G Awards) 2023 ซึ่งจัดโดยบริษัทที่ปรึกษาทางการเงิน Cambridge IFA International Financial Advisory ในสหราชอาณาจักร ในฐานะองค์กรที่มีความมุ่งมั่นและ โดดเด่นในการขับเคลื่อนการพัฒนา ที่ยั่งยืน และการดำเนินโครงการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม



เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

แนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืน

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

รายงานความยั่งยืนประจำปี 2566 ได้ถูกจัดทำขึ้นโดยอ้างอิงตามมาตรฐานและกรอบการรายงานต่าง ๆ



GRI Standards 2021



International Financial Reporting Standards: S1 and S2



Sustainability Accounting Standards Board



United Nations Global Compact



Sustainable Development Goals



United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights



World Business Council for Sustainable Development: Reporting Matters

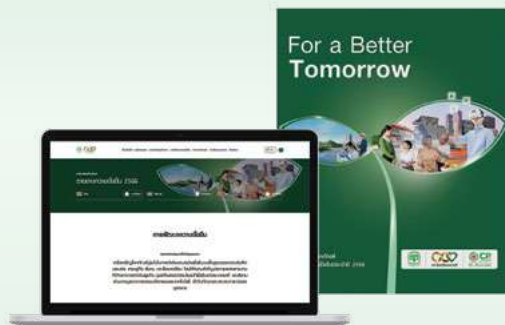


World Economic Forum: Stakeholder Capitalism



Taskforce on Nature-related Financial Disclosures

ช่องทางการเข้าถึงรายงานของเรา



หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติมสามารถเยี่ยมชมได้ที่

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



ขอบเขตการรายงาน

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

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



การรับรองรายงานโดยองค์กรภายนอก

ความครบถ้วนและความถูกต้องของข้อมูลที่ถูกเปิดเผยในรายงานความยั่งยืนเป็นหนึ่งในประเด็นหลักที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญ เพราะสิ่งเหล่านี้ส่งเสริมความมุ่งมั่นของเครือฯ ในการเป็นองค์กรแห่งความโปร่งใสในทุกด้าน ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงได้ว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาภายนอกที่มีความเป็นอิสระจากธุรกิจและการดำเนินงานของเครือฯ เข้ามาทำการตรวจรับรองความครบถ้วน ความถูกต้อง และความสอดคล้องของเนื้อหาในรายงานฯ ตามมาตรฐานการรายงาน GRI Standards 2021 ในระดับความเชื่อมั่นแบบปานกลาง (Moderate) และมาตรฐานการตรวจรับรอง AA1000AS v3

ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการเพิ่ม Indicators สำหรับการตรวจรับรอง เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของเครือฯ และของผู้มีส่วนได้เสีย

นอกจากนี้ เพื่อให้มีความครอบคลุมการดำเนินธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ มากขึ้น เครือฯ ได้กำหนดให้ผู้ทวนสอบทำการตรวจรับรองความถูกต้องของข้อมูลทั้งหมด 20 Indicators ซึ่งมากกว่าของปี 2565 จำนวน 1 Indicator นอกเหนือจากการตรวจรับรองข้อมูลตาม Indicators ที่ได้ระบุไว้แล้ว เครือฯ ยังได้ให้บริษัทที่ปรึกษาฯ ดำเนินการตรวจรับรองกระบวนการและผลการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน แนวทางการบริหารจัดการสำหรับแต่ละประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ความคืบหน้าการดำเนินงาน ความสอดคล้อง และความท้าทายของเป้าหมายความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573 อีกทั้งยังให้ดำเนินการตรวจระบบการบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กร หรือ Enterprise Risk Management System และข้อมูลการคัดกรองคู่ค้าของเครือฯ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าการดำเนินงานของเครือฯ และคู่ค้าเป็นไปอย่างมีจริยธรรม และมีความรับผิดชอบ



ตัวชี้วัดที่ได้รับการตรวจสอบความถูกต้องโดยองค์กรภายนอก

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

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

หากต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติม

➤ สามารถเยี่ยมชมได้ที่หน้า 256-271

รูปแบบของรายงานของเรา

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

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

การเชื่อมโยงข้อมูลไปยังรายงานเล่มอื่น ๆ และเว็บไซต์เครือข่าย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการจัดทำรายงานเฉพาะเรื่อง เพื่ออธิบายแนวทางและผลการดำเนินงานในแต่ละเรื่องอย่างละเอียด เช่นเดียวกับรายงานความยั่งยืนฯ เนื้อหาที่ปรากฏในรายงานเฉพาะเรื่องจะต้องได้รับการทบทวนและอนุมัติให้เปิดเผยโดยคณะกรรมการบริหารความยั่งยืน สำหรับปี 2566 เครือฯ ได้จัดทำรายงานเฉพาะเรื่องทั้งหมด 8 รายงาน



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



[Stakeholder Engagement Report 2023](#)



[Sustainability Performance Report 2023](#)



[Sustainable Development Goals Report 2023](#)



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



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



[รายงานการกำกับดูแลกิจการที่ดี ประจำปี 2565](#)



[รายงานสิทธิมนุษยชน ประจำปี 2565](#)



ช่องทางการติดต่อ

สำนักบริหารความยั่งยืน ธรรมาภิบาลและสื่อสารองค์กร เครือเจริญโภคภัณฑ์

เลขที่ 1 อาคารซี.พี. ทาวเวอร์ 2 ชั้น 17 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

อีเมล: cpg-sd@cp.co.th



รู้จักเครื่องเจริญโภคภัณฑ์

วิสัยทัศน์เครื่องเจริญโภคภัณฑ์

“เราเป็นองค์กรที่เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ในการสร้างอาหารคน อาหารสมอง โอกาสในการเข้าถึงคุณค่า เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน”

สัดส่วนรายได้ และพนักงานตามกลุ่มประเทศ

ไทย (สำนักงานใหญ่)

ร้อยละ **47.67**
ของรายได้

ร้อยละ **63.43**
ของพนักงาน

จีน

ร้อยละ **41.57**
ของรายได้

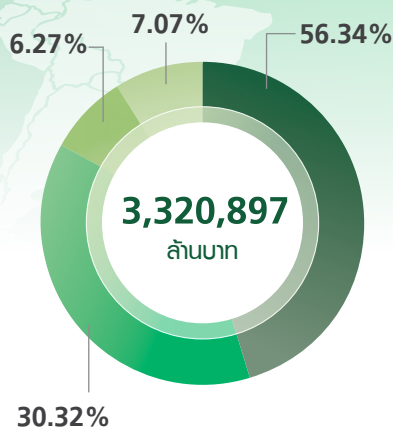
ร้อยละ **19.16**
ของพนักงาน

อื่น ๆ

ร้อยละ **10.76**
ของรายได้

ร้อยละ **17.41**
ของพนักงาน

สัดส่วนรายได้ แยกตามสายธุรกิจ



เกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร

ค้าปลีก

สื่อสารและโทรคมนาคม

อื่น ๆ

ภาษีที่จ่ายให้แก่รัฐบาล



15,356

ล้านบาท

ภาพรวมของเครือเจริญโภคภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีบริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด เป็นบริษัทแม่ ซึ่งดำเนินกิจกรรมในลักษณะบริษัท Holding Company ถือหุ้นบริษัทในเครือฯ ทั้งในและต่างประเทศ รวม 21 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลก

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

21 ประเทศและ
เขตเศรษฐกิจ

8 สายธุรกิจหลัก

14 กลุ่มธุรกิจ

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

สัญลักษณ์ของสายธุรกิจหลัก

(A) เกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร

(B) ค้าปลีก

(C) สื่อสารและโทรคมนาคม

(D) อีคอมเมิร์ซและดิจิทัล

(E) อสังหาริมทรัพย์

(F) ยานยนต์และอุตสาหกรรม

(G) ยาและเวชภัณฑ์

(H) การเงินและการธนาคาร



ห่วงโซ่คุณค่า ของเครือเจริญโภคภัณฑ์

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



8 สายธุรกิจหลัก ครอบคลุม 14 กลุ่มธุรกิจ

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





ภาพรวมธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีบริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด เป็นบริษัทแม่ ซึ่งดำเนินกิจกรรมในลักษณะบริษัท Holding Company ถือหุ้นบริษัทในเครือฯ ทั้งในและต่างประเทศ มีการดำเนินธุรกิจที่หลากหลาย ทั้งอุตสาหกรรมการผลิตและการบริการ

8

สายธุรกิจหลัก

14

กลุ่มธุรกิจ

21

ประเทศและ
เขตเศรษฐกิจ

1. ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร

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

2. ธุรกิจค้าปลีก

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

3. ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม

- บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ¹ และบริษัทย่อย

4. ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจดิจิทัล

- บริษัท แอสเซนด กรู๊ป จำกัด และบริษัทย่อย
- บริษัท พีวีแอล โซลูชันส์ จำกัด



5. ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

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

6. ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม

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

7. ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์

- บริษัท แอ็ดวันซ์ฟาร์มา จำกัด
- CPBIO
- CP Pharmaceutical Group

8. ธุรกิจการเงินและการธนาคาร

- Zheng Xin Bank Company Limited

ธุรกิจอื่น ๆ

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

หมายเหตุ: ¹ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[> ธุรกิจของเรา](#)





การวิเคราะห์บริบทการดำเนินงาน

เครือเจริญโภคภัณฑ์วิเคราะห์บริบทการดำเนินงานของเครือฯ เป็นประจำทุกปี อีกทั้งยังได้นำผลจากการวิเคราะห์รวมเข้าไปในกระบวนการบริหารความเสี่ยงองค์กร และการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน เพื่อให้เครือฯ มีความสามารถในการรับมือต่อความท้าทายต่าง ๆ พร้อมทั้งสามารถจัดทำแผนกลยุทธ์องค์กร เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างเหมาะสม ในการวิเคราะห์บริบทการดำเนินงาน เครือฯ ได้นำปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงตลอดห่วงโซ่มูลค่า การเปลี่ยนแปลงของข้อกำหนดและกฎหมาย ความแปรปรวนของระดับภูมิภาค และแนวโน้มของตลาด มาเป็นองค์ประกอบในการพิจารณา



ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร

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

ธุรกิจค้าปลีก

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



ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม

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



ธุรกิจอีคอมเมิร์ซและธุรกิจดิจิทัล

ในยุคสมัยที่เทคโนโลยีและดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ และการใช้ชีวิตประจำวัน สิ่งเหล่านี้ทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างรวดเร็ว แต่อย่างไรก็ตาม การแข่งขันในตลาดที่รุนแรง ภัยคุกคามด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ และความต้องการนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องก็เป็นหนึ่งในความท้าทายที่ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ และธุรกิจดิจิทัลต้องเผชิญ เพื่อเป็นการป้องกันธุรกิจอีคอมเมิร์ซได้ใช้มาตรการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ที่แข็งแกร่งเพื่อปกป้องข้อมูลและธุรกรรมของลูกค้า อีกทั้งยังได้ลงทุนในเครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูงและ AI เพื่อปรับแต่งประสบการณ์ของลูกค้าให้เป็นแบบส่วนตัวและปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

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





ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม

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



ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์

จากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้ประชาชนหันมาให้ความสำคัญต่อสุขภาพและสุขอนามัยที่ดี ซึ่งการสนใจของประชาชนนี้ ทำให้องค์กรนานาชาติได้ออกกฎระเบียบที่เข้มงวดมากขึ้น เพื่อเป็นการรักษาไว้ซึ่งความปลอดภัยและสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค ซึ่งกฎระเบียบที่เข้มงวดขึ้นส่งผลให้ต้นทุนด้านการวิจัยและพัฒนาสูงขึ้น และการแข่งขันในตลาดก็มีความรุนแรงมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์ได้ปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบโดยการนำระบบการควบคุมคุณภาพขั้นสูงมาใช้ และรักษาการสื่อสารที่โปร่งใสกับหน่วยงานกำกับดูแล ธุรกิจยาฯ ได้เพิ่มการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างสรรค์และนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ ยังได้ติดตามความร่วมมือเชิงกลยุทธ์และความร่วมมือกับบริษัทเภสัชกรรมและสถาบันการวิจัยอื่น ๆ เพื่อแบ่งปันความรู้ อดต้นทุน และเร่งการพัฒนาใหม่ เพื่อให้มั่นใจว่ายานเหล่านั้นจะยังคงแข่งขันได้และตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ธุรกิจการเงินและการธนาคาร

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

ธุรกิจอื่น ๆ

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





ค่านิยมองค์กร 6 ประการ

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



สามประโยชน์

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



ทำเร็วมีคุณภาพ

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



ทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย

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





ยอมรับการเปลี่ยนแปลง

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



สร้างสรรค์สิ่งใหม่

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



คุณธรรมและความซื่อสัตย์

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



การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน

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

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





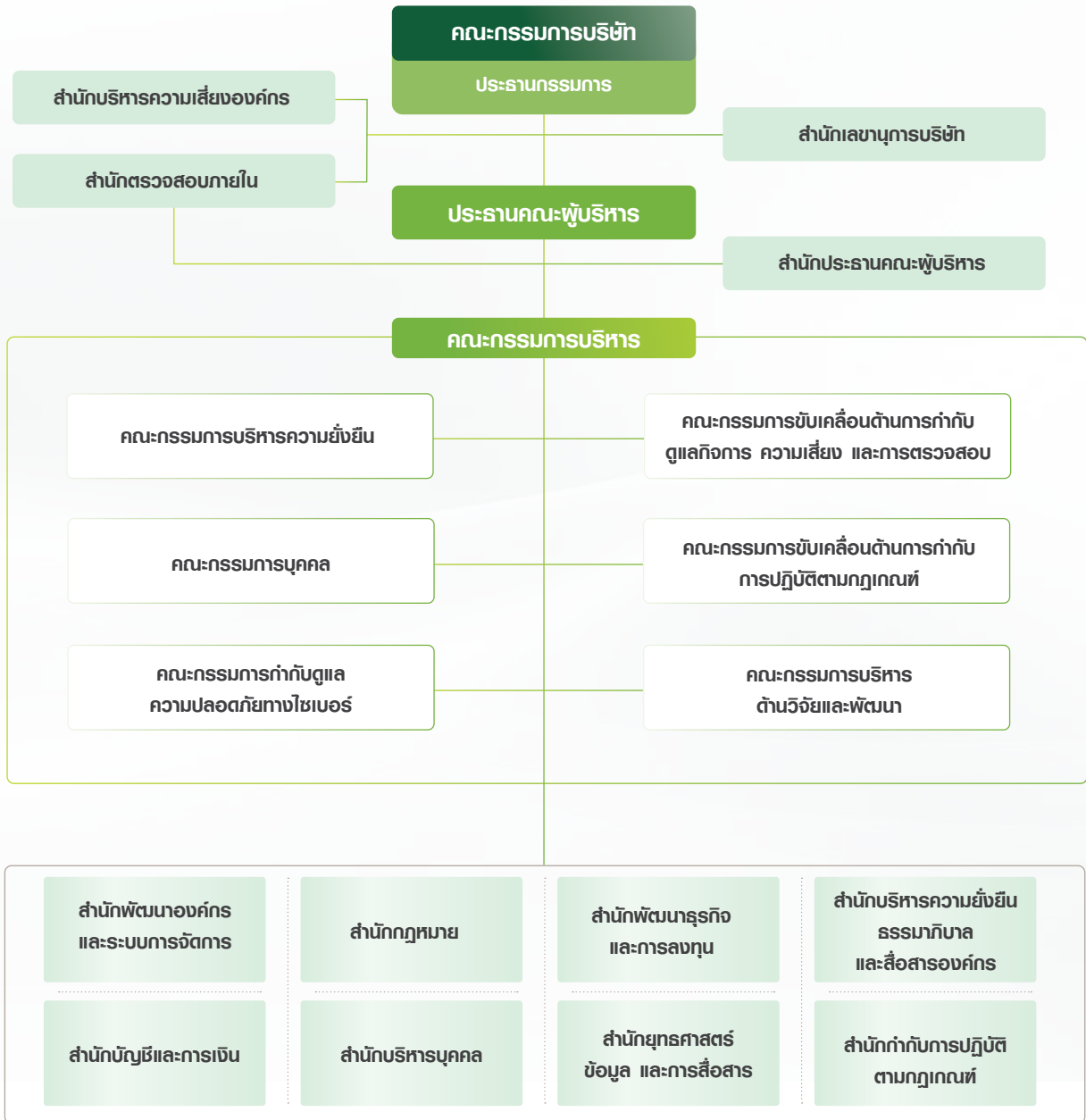
การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน



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

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

เครือเจริญโภคภัณฑ์ที่มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความยั่งยืน มีจริยธรรม และโปร่งใส เพื่อสร้างพหุผลที่ดีกว่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างไม่มีวันหมดอายุ เครือฯ จึงได้กำหนดให้ผลการดำเนินงานตามเป้าหมายสู่ความยั่งยืนเครือฯ ปี 2573 เป็นหนึ่งในดัชนีชี้วัดของประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการประเมินผลงานประจำปีและพิจารณาคำตอบแทน





โครงสร้างและบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการ ที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน

คณะกรรมการบริหารความยั่งยืน

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

คณะกรรมการบุคคล

กำกับดูแลการดำเนินงานด้านทรัพยากรบุคคลของเครือเจริญโภคภัณฑ์ให้เป็นไปตามกลยุทธ์ กำหนดและทบทวนกลยุทธ์ด้านบุคคล ผลักดันการดำเนินงานให้เป็นไปตามกลยุทธ์และมีมาตรฐานที่เทียบเท่าสากล คณะกรรมการฯ ประกอบด้วย ผู้บริหารจากสายงานที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการ

คณะกรรมการกำกับดูแลความปลอดภัยทางไซเบอร์

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

คณะกรรมการขับเคลื่อนการกำกับดูแลกิจการ ความเสี่ยง และการตรวจสอบ

สนับสนุนคณะกรรมการบริหารภายใต้การกำกับดูแลให้การดำเนินงานของเครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการ และมีการบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน และการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ พร้อมกับพิจารณาถ่วงดุลของกลยุทธ์ แผนงานและแนวทางในการกำกับดูแลกิจการฯ คณะกรรมการฯ จะรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริหารเป็นประจำ

คณะกรรมการขับเคลื่อนการกำกับ การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

พิจารณาถ่วงดุลและทบทวนนโยบาย มาตรฐานและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ ติดตามดูแลให้มีระบบการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่มีประสิทธิภาพและมีความเป็นอิสระ และพิจารณารายงานการสืบสวนสอบสวนเรื่องที่ได้รับการร้องเรียน แจ้งเบาะแสหรือแจ้งข้อมูลจากผู้มีส่วนได้เสีย คณะกรรมการฯ จะรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริหารเป็นประจำ

คณะกรรมการบริหารด้านวิจัยและพัฒนา

กำหนดทิศทางด้านวิจัยและพัฒนา และการตัดสินใจในเรื่องเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนาของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาด และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยคณะกรรมการฯ ต้องนำเสนอโดยตรงต่อประธานคณะผู้บริหารและประธานเครือฯ ตามลำดับ



The Next Chapter สู่เป้าหมายความยั่งยืน

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

การรับฟังความเห็นแบบรอบด้าน เพื่อนำมาปรับองค์กรให้ครบทุกมิติ จะทำให้องค์กรปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว สอดรับกับความท้าทายของการเปลี่ยนแปลงโลก ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

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

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

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



The Next Chapter หรือก้าวต่อไปในการสร้างความยั่งยืนของเราจะผนึกกำลังทุกกลุ่มธุรกิจขับเคลื่อนด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนให้มีประสิทธิภาพและเป็นเนื้อเดียวกันกับธุรกิจ

ดร. สิริพล นอนศักดิ์ยุทธ

ประธานคณะผู้บริหารด้านความยั่งยืนองค์กร และการพัฒนากลยุทธ์
เครือเจริญโภคภัณฑ์



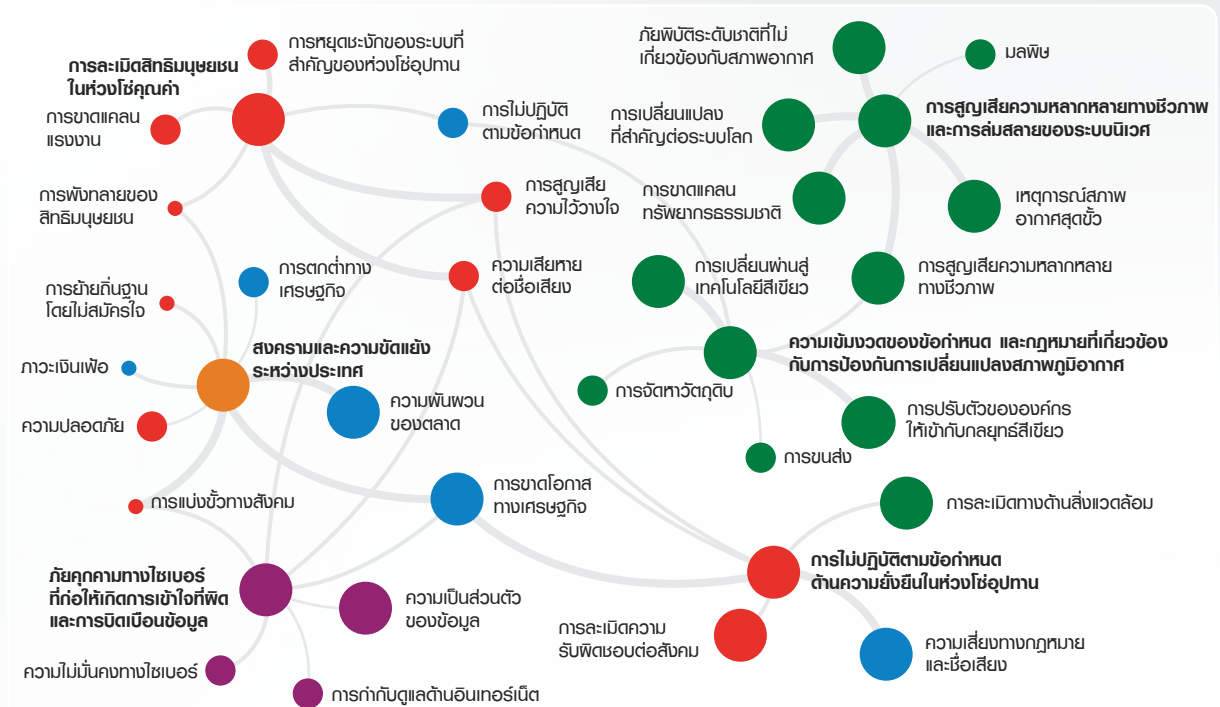
การวิเคราะห์ผลกระทบภายนอก

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

และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่ เพื่อให้มั่นใจว่าการบริหารความเสี่ยงองค์กรจะไม่เพียงแต่พิจารณาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเท่านั้น แต่ได้คำนึงถึงความเสี่ยงและผลกระทบที่มีต่อการกำกับดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ทำการวิเคราะห์ความเสี่ยงองค์กร และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่เป็นประจำทุกปี และมีการทบทวนระดับของความเสี่ยงที่ได้ถูกระบุ รวมถึงมาตรการหรือแผนจัดการความเสี่ยงเพื่อบรรเทาผลกระทบอย่างต่อเนื่อง สำหรับปี 2566 ประเด็นความเสี่ยงองค์กรที่มีนัยสำคัญ มีดังนี้

การแสดงความเชื่อมโยงประเด็นความเสี่ยง



ชนิดของความเสี่ยง

- ด้านเศรษฐกิจ
- ด้านสิ่งแวดล้อม
- ด้านภูมิรัฐศาสตร์
- ด้านสังคม
- ด้านเทคโนโลยี

ระดับความเสี่ยง





ระดับความสัมพันธ์ของความเสี่ยง

- สูง
- กลาง
- ต่ำ

สงครามและความขัดแย้งระหว่างประเทศ

ชนิดของความเสี่ยง: ด้านภูมิรัฐศาสตร์

wane:นุดือ Capital:  Manufacturing  Human  Relationship

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง: การกำกับดูแลกิจการ | สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน | การบริหารจัดการนวัตกรรม | การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

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

การบริหารความเสี่ยง

ติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด พร้อมประเมินผลกระทบและโอกาสที่อาจเกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่อุปทาน และจัดทำมาตรการรองรับต่อปัจจัยต่าง ๆ อย่างเหมาะสม อาทิ แผนการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบ แผนการจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งใหม่หรือทดแทน แผนการปรับปรุงสูตรการผลิตสำหรับกรณีที่ต้องเปลี่ยนไปใช้วัตถุดิบทดแทน แผนการเพิ่มความปลอดภัยให้แก่พนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องที่ปฏิบัติงานในเขตที่มีความเสี่ยง

ความเข้มงวดของข้อกำหนด และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ชนิดของความเสี่ยง: ด้านสิ่งแวดล้อม

wane:นุดือ Capital:  Relationship  Natural

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง: การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ | การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นความเสี่ยงสำคัญของโลกประเทศต่าง ๆ จึงได้มีการออกข้อกำหนด กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ข้อกำหนดเหล่านี้มีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละประเทศ ซึ่งส่งผลให้การดำเนินงานระหว่างประเทศ โดยเฉพาะการนำเข้าหรือส่งออกวัตถุดิบและสินค้ามีความยากลำบากมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ในบางกรณีธุรกิจก็อาจไม่สามารถดำเนินการได้ตามข้อกำหนด หรือทันช่วงระยะเวลาที่ถูกกำหนดไว้ ซึ่งทำให้เกิดการหยุดชะงักของธุรกิจ



การบริหารความเสี่ยง

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



การละเมิดสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่คุณค่า

ชนิดของความเสียหาย: ด้านสังคม

wane:นุดอ Capital:  Financial  Human  Relationship

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง: สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน | การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

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

การบริหารความเสี่ยง

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

ภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่ก่อให้เกิดการเข้าถึงที่ผิดและการบิดเบือนข้อมูล

ชนิดของความเสียหาย: ด้านเทคโนโลยี

wane:นุดอ Capital:  Intellectual  Relationship

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง: ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล

ทุกวันนี้ เทคโนโลยีและดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตและการทำธุรกิจเป็นอย่างมาก เพราะเทคโนโลยีและดิจิทัลมีส่วนสนับสนุนให้การทำงานเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตาม ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและดิจิทัลก็นำพามาซึ่งภัยคุกคามทางไซเบอร์ ที่ไม่ได้มีเพียงการเจาะระบบเพื่อขโมยข้อมูลที่สำคัญ เช่น ข้อมูลการค้า การเงิน ข้อมูลการซื้อขาย และข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น แต่ยังมี การนำข้อมูลขององค์กรไปใช้ในทางที่ผิด อาทิ การสื่อสารข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง หรือการบิดเบือนข้อมูลให้แก่สาธารณะ เพื่อสร้างความไม่พอใจ หรือการเข้าถึงที่ผิดต่อเครือเจริญโภคภัณฑ์ ภัยคุกคามเหล่านี้เป็นความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงองค์กร ความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย และความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ

การบริหารความเสี่ยง



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

ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่

นอกจากการวิเคราะห์และระบุความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในปัจจุบันแล้ว การวิเคราะห์ความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นใหม่ก็มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของเครือข่ายวิสาหกิจที่มีความหลากหลายทางธุรกิจ และมีความซับซ้อนในห่วงโซ่อุปทานสูง ดังนั้น การมีแผนการดำเนินงานหรือแผนการรองรับต่อความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตจะช่วยให้เครือข่ายฯ คงไว้ซึ่งความสามารถในการจัดการกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ ในเชิงรุก สามารถปรับปรุงการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์คว้าโอกาสใหม่ ๆ บรรเทาภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้น รักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันในสภาพแวดล้อมที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว และสามารถส่งมอบคุณค่าให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ และการล่มสลายของระบบนิเวศ

ชนิดของความเสี่ยง: ด้านสิ่งแวดล้อม

wangs:nucio Capital:  Manufacturing  Natural

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง: การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ | การปกป้องระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ | การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

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

การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ และการล่มสลายของระบบนิเวศมีความสำคัญต่อเครือข่ายวิสาหกิจ เนื่องจากเครือข่ายฯ มีการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติและบริการระบบนิเวศในการดำเนินงาน เช่น การทำเกษตรกรรม และการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ เป็นต้น ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงของความหลากหลายทางชีวภาพ และความสมบูรณ์ของระบบนิเวศสามารถส่งผลโดยตรงต่อความพร้อมของวัตถุดิบ ทรัพยากรน้ำ บริการการผสมเกสร และความยืดหยุ่นโดยรวมของห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ และการล่มสลายของระบบนิเวศยังก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ ชื่อเสียง และการเข้าถึงตลาดสำหรับเครือข่ายวิสาหกิจ นอกจากนี้ ความคาดหวังของสังคมและความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียยังมีบทบาทสำคัญ ผู้บริโภค นักลงทุน และองค์กรภาคประชาสังคมได้ให้ความสำคัญกับบริษัทที่แสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ และการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนมากขึ้น ดังนั้น การแก้ปัญหาการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ และการล่มสลายของระบบนิเวศจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับเครือข่ายฯ



การบริหารความเสี่ยง

เครือข่ายวิสาหกิจได้กำหนดมาตรการบรรเทาผลกระทบที่ครอบคลุม เพื่อจัดการกับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ และการล่มสลายของระบบนิเวศ ซึ่งรวมถึงการจัดลำดับความสำคัญของแนวทางปฏิบัติในการจัดหาวัตถุดิบที่ยั่งยืน เช่น ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและอาหารทะเล เป็นต้น การส่งเสริมการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ การจัดการป่าไม้ อย่างมีความรับผิดชอบ และการลงทุนในโครงการริเริ่มด้านการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ นอกจากนี้ เครือข่ายฯ ยังดำเนินการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมอย่างเข้มงวด เพื่อประเมินผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อความหลากหลายทางชีวภาพ และระบบนิเวศ มีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อส่งเสริมการทำงานและการตัดสินใจร่วมกัน และลงทุนในการวิจัยและนวัตกรรมสำหรับเทคโนโลยีและแนวปฏิบัติที่ยั่งยืน มากไปกว่านี้ เครือข่ายฯ มีการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด และสนับสนุนการเกษตรและการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่เป็นมิตรต่อความหลากหลายทางชีวภาพอย่างจริงจัง ความพยายามเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของเครือข่ายฯ ในการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ ปกป้องระบบนิเวศ และมีส่วนสนับสนุนเชิงบวกต่อความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมและความพยายามในการอนุรักษ์



การไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน

ชนิดของความเสี่ยง: ด้านสังคม

ผลกระทบต่อ Capital:  Manufacturing  Relationship

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง: การกำกับดูแลกิจการ I การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

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

การบริหารความเสี่ยง

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



การสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อการรับฟังและการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย เพราะความสัมพันธ์และความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียเปรียบเสมือนแรงขับเคลื่อนที่นำพาเครือฯ สู่อำนาจก้าวหน้าและมั่นคงไปอีก 100 ปี ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้เสียช่วยให้เครือฯ มีความเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลก ซึ่งสามารถนำมาระบุโอกาสและลดความเสี่ยงพร้อมนำมาพัฒนากลยุทธ์และแผนการดำเนินงาน เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับโลก

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีกระบวนการระบุและจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียหลักผ่านการหารือร่วมกับหน่วยงานและผู้เชี่ยวชาญภายในที่เกี่ยวข้องเป็นประจำ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มจะได้รับการสื่อสาร และบริหารจัดการประเด็นข้อห่วงกังวลอย่างถูกต้องและเหมาะสม โดยเครือฯ ระบุผู้มีส่วนได้เสียจากลักษณะการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย และจัดลำดับความสำคัญโดยพิจารณาปัจจัยด้านอิทธิพลของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อการดำเนินงาน

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

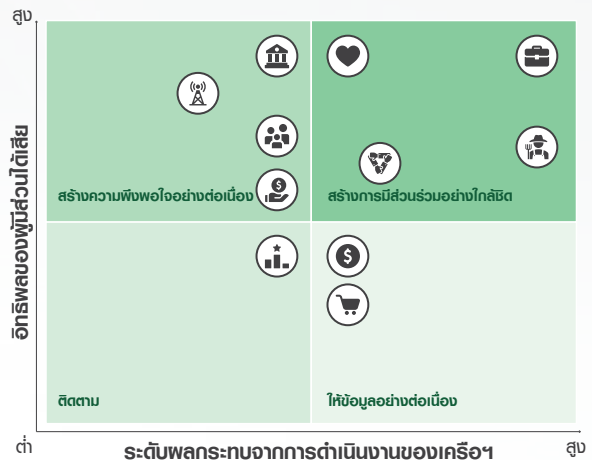
➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้



[Stakeholder Engagement Report 2023](#)

การระบุและการจัดลำดับความสำคัญผู้มีส่วนได้เสีย

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





	ความสำคัญในการมีส่วนร่วม	ประเด็นที่อยู่ในความสนใจ	การดำเนินงานเพื่อตอบสนอง	คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย
 <p>เกษตรกร</p>	<p>เกษตรกรคือผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญด้านการจัดหาวัตถุดิบที่จำเป็นต่อการดำเนินงานของเครือเจริญโภคภัณฑ์ การมีส่วนร่วมกับเกษตรกรเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาไว้ซึ่งความมั่นคงของห่วงโซ่คุณค่า</p>	<ul style="list-style-type: none"> • การส่งเสริมศักยภาพเกษตรกร • การเข้าถึงทรัพยากรต่าง ๆ อย่างเพียงพอและรวดเร็ว • การรับประกันรายได้ • การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม • การควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> • สนับสนุนการทำเกษตรอย่างยั่งยืนเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม • ส่งเสริมด้านเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาผลผลิตให้มีคุณภาพ • รับประกันแหล่งที่มาของรายได้ • จัดทำสัญญาที่เป็นธรรมตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ 	<ul style="list-style-type: none"> • การสร้างงาน สร้างอาชีพ และรายได้ที่มั่นคง • การปกป้อง และรักษาสິงแวดล้อมโดยรวม • ความมั่นคงของระบบอาหารโลก
 <p>ชุมชน สังคม</p>	<p>การสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับชุมชนและสังคมถือเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาชื่อเสียงที่ดี ส่งเสริมความไว้วางใจ และสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการดำเนินงานของเครือเจริญโภคภัณฑ์</p>	<ul style="list-style-type: none"> • การมีส่วนร่วมในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตชุมชน • การส่งเสริมการจ้างงานในชุมชน • ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจที่มีต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม • การนำนวัตกรรมเข้ามาปรับปรุงกระบวนการทำงาน 	<ul style="list-style-type: none"> • จัดทำโครงการเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน รวมถึงกลุ่มเปราะบาง • สนับสนุนการจ้างแรงงาน และการสร้างธุรกิจใหม่ในชุมชน • จัดทำโครงการพัฒนาองค์ความรู้ของชุมชน และสังคม โดยเฉพาะด้านนวัตกรรม และเทคโนโลยี 	<ul style="list-style-type: none"> • การจ้างงานภายในชุมชน • ความเข้มแข็งของสังคม และชุมชน • การปกป้อง และรักษาสິงแวดล้อมโดยรวม
 <p>ลูกค้าธุรกิจ</p>	<p>ลูกค้าธุรกิจจัดหาสินค้า บริการ และทรัพยากรที่จำเป็นซึ่งช่วยให้เครือเจริญโภคภัณฑ์สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว</p>	<ul style="list-style-type: none"> • การส่งเสริมศักยภาพลูกค้าในการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นระบบ • การคุ้มครองสิทธิมนุษยชนและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม • การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> • กำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ • สื่อสารและตรวจประเมินลูกค้า และประกาศใช้จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับลูกค้า เพื่อให้เกิดการปฏิบัติต่อลูกค้าทุกรายด้วยความเสมอภาคและยุติธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> • การพัฒนาความรู้ และความสามารถของลูกค้า • ความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก • ความมั่นคงของระบบอาหารโลก • การปกป้อง และรักษาสິงแวดล้อมโดยรวม
 <p>เจ้าหน้าที่</p>	<p>เจ้าหน้าที่ช่วยให้เครือเจริญโภคภัณฑ์สามารถดำเนินงานได้อย่างไร้รอยต่อ ดังนั้น การปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญาจ้างอย่างเคร่งครัดจึงเป็นเรื่องสำคัญ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • การกำกับดูแลกิจการที่ดี • การเปิดเผยผลการดำเนินงานอย่างโปร่งใส และมีประสิทธิภาพ • การเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการแข่งขันทางธุรกิจ • การตอบแทนสู่สังคม 	<ul style="list-style-type: none"> • ดำเนินธุรกิจตามกฎหมาย และหลักธรรมาภิบาล • ปฏิบัติตามเงื่อนไขของเจ้าหน้าที่อย่างเคร่งครัด • ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงาน และสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> • ความมั่นคงทางการเงิน และเศรษฐกิจของประเทศ • การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม • การเป็นพันธมิตรระยะยาว
 <p>พนักงานและครอบครัว</p>	<p>พนักงานและครอบครัวเป็นแรงขับเคลื่อนหลักในการนำพาเครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งสู่เป้าหมายเครือข่าย จึงมีการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานเชิงบวก</p>	<ul style="list-style-type: none"> • การพัฒนาศักยภาพและความก้าวหน้าในอาชีพ • การดำเนินการตามหลักสิทธิมนุษยชน • สภาพแวดล้อมในการทำงานและอาชีวอนามัยและความปลอดภัย • ความคล่องตัวในการทำงาน 	<ul style="list-style-type: none"> • พัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง • กำหนด และประกาศใช้แนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน • ประกาศใช้มาตรฐานการจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> • ความมั่นคงในสายงานอาชีพ • ความรู้ และทักษะสำหรับการเติบโต • ความปลอดภัย และความเท่าเทียม

	ความสำคัญในการมีส่วนร่วม	ประเด็นที่อยู่ในความสนใจ	การดำเนินงานเพื่อตอบสนอง	คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย
 NGOs	<p>NGO มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชนและการกำหนดนโยบาย การมีส่วนร่วมถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการทำความเข้าใจต่อข้อห่วงกังวลของสังคม</p>	<ul style="list-style-type: none"> ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจที่มีต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม การเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะอย่างครบถ้วน และโปร่งใส 	<ul style="list-style-type: none"> รับฟังความคิดเห็นและหาวิธีแนวทางการป้องกันผลกระทบร่วมกันอย่างต่อเนื่อง สื่อสาร และเปิดเผยข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ และโปร่งใส 	<ul style="list-style-type: none"> การเป็นพันธมิตรระยะยาวเพื่อพัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อม การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม
 ภาครัฐ	<p>การมีส่วนร่วมกับภาครัฐอย่างมีประสิทธิภาพถือเป็นสิ่งสำคัญในการรับรองการปฏิบัติตามกฎระเบียบ การจัดการความเสี่ยงได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ</p>	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง การเป็นตัวอย่างในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ การดำเนินงานเพื่อส่งเสริมประเทศ และชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> ติดตามและปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด ร่วมมือ และสนับสนุนการพัฒนาโครงการที่สร้างประโยชน์ต่อประเทศและชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> ความมั่นคงทางการเงิน และเศรษฐกิจของประเทศ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม
 คู่แข่งทางการค้า	<p>การติดตามและทำความเข้าใจกลยุทธ์ จุดแข็ง และจุดอ่อนของคู่แข่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาด</p>	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามจริยธรรม การแข่งขัน กฎหมาย และกฎระเบียบทางการค้า การตอบแทนสู่สังคม 	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติตามกฎกติกา / จริยธรรมการแข่งขันที่ดี ไม่มีการดำเนินการใด ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งความลับทางการค้าของคู่แข่ง ไม่ทำลายชื่อเสียงคู่แข่งด้วยการให้ร้ายโดยปราศจากความจริง 	<ul style="list-style-type: none"> การริเริ่มนวัตกรรมด้านการผลิตและผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ การรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการ การเป็นพันธมิตรเพื่อพัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อม
 สื่อมวลชน	<p>สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ และกิจกรรมของเครือเจริญโภคภัณฑ์ เครือฯ จึงมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนเชิงกลยุทธ์และโปร่งใส</p>	<ul style="list-style-type: none"> การกำกับดูแลกิจการ การเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะอย่างครบถ้วน และโปร่งใส ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจที่มีต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติต่อสื่อมวลชนด้วยความสัมพันธ์ที่ดี ให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง และทันต่อเหตุการณ์ 	<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม การเปิดเผยข้อมูลโปร่งใส และรวดเร็ว
 ผู้ถือหุ้น/ นักลงทุน	<p>การลงทุนของผู้ถือหุ้น / นักลงทุนส่งเสริมให้เกิดการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมกับผู้ถือหุ้นและนักลงทุนอย่างโปร่งใส</p>	<ul style="list-style-type: none"> การกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง การเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะอย่างครบถ้วน และโปร่งใส การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล ข้อบังคับบริษัท ประกาศใช้นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการบริหารความเสี่ยง เปิดเผยผลการดำเนินงานอย่างโปร่งใส 	<ul style="list-style-type: none"> ความมั่นคงทางการเงิน และเศรษฐกิจของประเทศ การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม
 ลูกค้า และผู้บริโภค	<p>เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งคิดค้นผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค และเสริมสร้างความไว้วางใจของลูกค้า</p>	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองของผู้บริโภค การตรวจสอบย้อนกลับของผลิตภัณฑ์ การลดความซับซ้อนของระบบการซื้อของ ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดีให้กับผู้บริโภคแต่ละช่วงวัย พัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ พัฒนาระบบการสั่งซื้อออนไลน์ให้มีความสะดวกและเชื่อมโยง 	<ul style="list-style-type: none"> การริเริ่มนวัตกรรมด้านการผลิตและผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ การรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการ การจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน

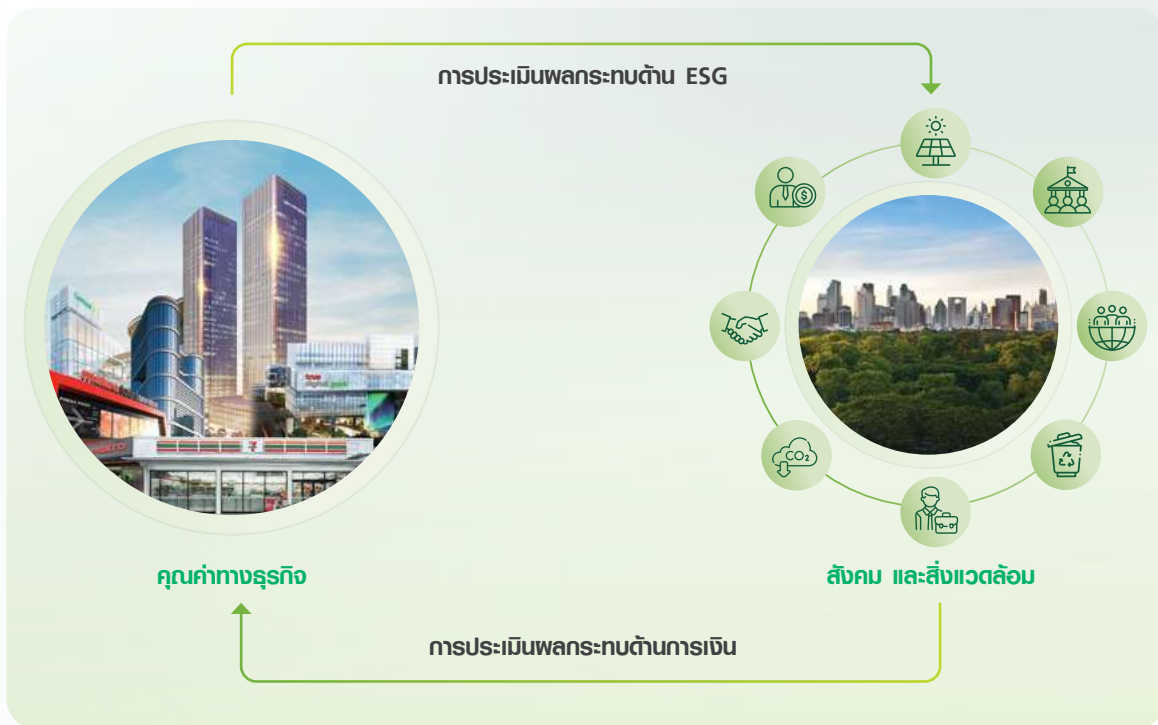


การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีกระบวนการระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่ครอบคลุมมุมมองจากภายในสู่ภายนอก ซึ่งเป็นการพิจารณาผลกระทบ และความเสี่ยงจากการดำเนินงานของเครือฯ ที่มีต่อภายนอกและผู้มีส่วนได้เสีย ในขณะที่อิทธิพลจากภายนอกที่มีต่อการดำเนินงานของเครือฯ หรือการมองจากภายนอกสู่ภายในก็นำมาพิจารณาด้วยเช่นกัน กระบวนการนี้เรียกว่า Double Materiality ในขณะเดียวกัน เครือฯ ยังได้ทำการพิจารณาการเปลี่ยนแปลงและระดับผลกระทบที่มีต่อด้านการเงินของแต่ละประเด็นด้านความยั่งยืนที่อาจเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาต่าง ๆ กระบวนการนี้เรียกว่า Dynamic Materiality

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

การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนแบบ Double และ Dynamic



การพิจารณาการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว

การทบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนประจำปี 2566

ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์ทำการทบทวนลำดับความสำคัญและความสอดคล้องของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน โดยมี 5 ขั้นตอนหลัก ดังนี้



1. การวิจัยขั้นทุติยภูมิ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินการประเมินว่าประเด็นความสำคัญด้านความยั่งยืนที่ได้ถูกระบุไว้ในปี 2565 นั้นยังมีความสำคัญต่อเครือฯ และผู้มีส่วนได้เสียอยู่หรือไม่ โดยวิเคราะห์จากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น อาทิ แนวโน้มโอกาส และความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ ทิศทางของของตลาด ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก



2. การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียภายใน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินการสื่อสารผลจากการวิจัยขั้นทุติยภูมิให้แก่คณะกรรมการบริหารความยั่งยืน และผู้บริหารจากหน่วยงานต่าง ๆ ได้รับความทราบ พร้อมทำการสัมภาษณ์ เพื่อรับฟังถึงข้อคิดเห็นที่มีต่อลำดับความสำคัญของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน รวมถึงเป้าหมาย กลยุทธ์ และแนวทางการปฏิบัติ



3. การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียภายนอก

เครือเจริญโภคภัณฑ์ทำการวิเคราะห์ข้อคิดเห็น และข้อห่วงกังวลที่ได้รับจากช่องทางความร่วมมือของผู้มีส่วนได้เสียประจำปี นอกจากนี้ ยังได้มีการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้เชี่ยวชาญจากด้านต่าง ๆ เพื่อทำความเข้าใจต่อข้อมูลเชิงลึก ซึ่งผลจากการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียภายนอก



4. การทวนสอบโดยองค์กรภายนอก

เครือเจริญโภคภัณฑ์กำหนดให้กระบวนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนต้องได้รับการทวนสอบโดยองค์กรภายนอกที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นอิสระจากธุรกิจและการดำเนินงานของเครือฯ โดยการทวนสอบจะให้ความสำคัญไปที่ความโปร่งใส และความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับได้



5. การทบทวนและการอนุมัติ

คณะกรรมการบริหารความยั่งยืน มีหน้าที่ในการทบทวนผลของการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน และผลจากการทวนสอบโดยองค์กรภายนอก ก่อนจะนำไปรายงานให้คณะกรรมการบริหารได้รับความทราบและเห็นชอบก่อนการเปิดเผย



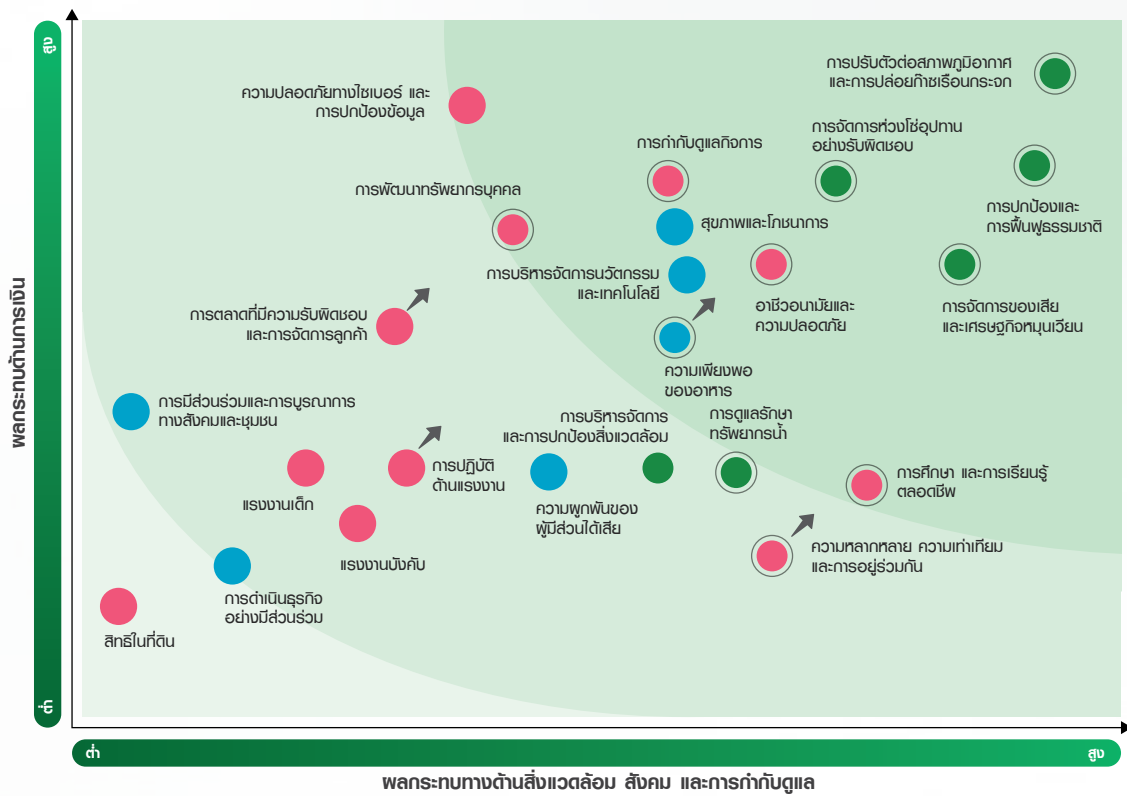
ผลการทบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนประจำปี 2566

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

ได้ลดระดับลง เนื่องจากนโยบายและการดำเนินงานของเครือฯ มีความเข้มข้น และมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ กระบวนการทบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่ดำเนินการในปี 2566 และผลของการทบทวนฯ ได้รับการตรวจสอบโดยองค์กรภายนอกที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นอิสระจากธุรกิจและการดำเนินงานของเครือฯ รายละเอียดและคำรับรองสามารถศึกษาได้ที่หน้า 272-273

การจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนมีนัยสำคัญต่อเครือฯ และผู้มีส่วนได้เสีย



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

- ประเด็นที่มีความสำคัญต่อเครือฯ
- ประเด็นที่อาจเพิ่มสำคัญในอนาคต

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และสิทธิมนุษยชน	ชนิดของผลกระทบ
 <p>การปรับตัวต่อสภาพภูมิอากาศ และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก</p>	<p>การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมีผลกระทบต่อโดยตรงต่อการดำเนินงานของเครือฯ และผู้มีส่วนได้เสีย การดำเนินงานผ่านแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืนไม่เพียงพอแต่ปรับปรุงประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลเท่านั้น แต่ยังคงปกป้องสิทธิมนุษยชนด้วยการสนับสนุนการเข้าถึงทรัพยากร</p>	<p>ผลกระทบด้านลบที่เกิดขึ้นแล้ว</p> <p style="text-align: center;">-</p>
 <p>การอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ</p>	<p>ระบบนิเวศที่ดีและความหลากหลายทางชีวภาพเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการรักษาความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติ นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้ชุมชนสามารถเข้าถึงน้ำสะอาด ที่ดินอันอุดมสมบูรณ์ และทรัพยากรอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อความเป็นอยู่ที่ดี</p>	<p>ผลกระทบด้านลบที่อาจจะเกิดขึ้น</p> <p style="text-align: center;">-</p>
 <p>การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ</p>	<p>การดำเนินการจัดหายั่งยืนจะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การตัดไม้ทำลายป่าและมลพิษ นอกจากนี้ ยังส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านแรงงานที่เป็นธรรม และการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนทั่วทั้งเครือข่ายอุปทาน</p>	<p>ผลกระทบด้านบวกที่เกิดขึ้นแล้ว</p> <p style="text-align: center;">+</p>
 <p>การจัดการของเสีย และระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน</p>	<p>การนำแนวปฏิบัติจัดการของเสียที่มีประสิทธิภาพมาใช้จะช่วยลดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม และอนุรักษ์ทรัพยากร นอกจากนี้ การใช้โมเดลเศรษฐกิจหมุนเวียนส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน สนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น และส่งเสริมนวัตกรรม</p>	<p>ผลกระทบด้านบวกที่เกิดขึ้นแล้ว</p> <p style="text-align: center;">+</p>
 <p>การกำกับดูแลกิจการ</p>	<p>กรอบการกำกับดูแลที่แข็งแกร่งรับประกันความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการตัดสินใจตามหลักจริยธรรม ซึ่งจำเป็นสำหรับการบริหารความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม และการรักษามาตรฐานระดับสูงของการดำเนินธุรกิจ</p>	<p>ผลกระทบด้านบวกที่เกิดขึ้นแล้ว</p> <p style="text-align: center;">+</p>
 <p>อาชีวอนามัยและความปลอดภัย</p>	<p>อาชีวอนามัยและความปลอดภัยผลกระทบต่อความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียในชุมชน มาตรการด้านอาชีวอนามัยฯ ช่วยให้มั่นใจได้ถึงสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและดีต่อสุขภาพ ลดอุบัติเหตุในที่ทำงาน การบาดเจ็บ และความเจ็บป่วย</p>	<p>ผลกระทบด้านลบที่เกิดขึ้นแล้ว</p> <p style="text-align: center;">-</p>
 <p>การศึกษาและเรียนรู้ตลอดชีวิต</p>	<p>เครือฯ ส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนเข้าถึงทักษะและความรู้ที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิต และการมีอาชีพที่มั่นคง นอกจากนี้ ยังช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม</p>	<p>ผลกระทบด้านบวกที่เกิดขึ้นแล้ว</p> <p style="text-align: center;">+</p>
 <p>ความเพียงพอของอาหาร</p>	<p>การรับประกันความเพียงพอและความมั่นคงด้านอาหารเกี่ยวข้องกับหลักปฏิบัติด้านการเกษตรที่ยั่งยืน และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ประเด็นนี้ยังสนับสนุนสิทธิมนุษยชนด้วยการเข้าถึงอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการและราคาไม่แพง</p>	<p>ผลกระทบด้านลบที่อาจจะเกิดขึ้น</p> <p style="text-align: center;">-</p>

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่





กลยุทธ์และเป้าหมายความยั่งยืน

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

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



เครือเจริญโภคภัณฑ์

เราเป็นองค์กรที่เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

ในการสร้างอาหารคน อาหารสมอง โอกาสในการเข้าถึงคุณค่า เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน

ค่านิยม 3 ประโยชน์

ปรัชญา
เศรษฐกิจพอเพียง

ระบบบริหารซีพี
สู่ความเป็นเลิศ

The 10 UNGC Principle
17 UN SDGs & UNGP

กฎระเบียบข้อบังคับกับ
และมาตรฐาน

HEART: Living Right

HEALTH: Living Well

HOME: Living Together



การกำกับดูแลกิจการ



สุขภาพและสุขภาวะที่ดี



การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน



คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม



ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน



การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ



ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ



การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ



การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล



การบริหารจัดการนวัตกรรม



การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ



ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล



การสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย



การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

ความร่วมมือ การเสริมสร้างขีดความสามารถ ทิศบคติ และวัฒนธรรมความยั่งยืน

แนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ



องค์กรที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์



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



องค์กรที่ลดขยะและของเสียเป็นศูนย์



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



องค์กรที่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม



การระบาดของ COVID-19 ประกอบกับสถานการณ์และความเสี่ยงในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นภาวะเศรษฐกิจถดถอย ความขัดแย้งระหว่างประเทศ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และความต้องการของตลาดแรงงานทำให้ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคมนั้นมีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมีความมุ่งมั่นที่จะเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยลดปัญหาความเหลื่อมล้ำ ซึ่งเครือฯ มีกลยุทธ์และเป้าหมายการดำเนินงานในหลายด้าน โดย 2 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ การส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพให้แก่เยาวชนและผู้ด้อยโอกาสทั่วประเทศผ่านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการร่วมมือกับพันธมิตรจากภาคส่วนต่างๆ เพื่อขยายขอบเขตของการดำเนินงานสำหรับกลยุทธ์ที่ 2 เครือฯ มุ่งพัฒนาความรู้ และทักษะใหม่ ๆ ให้แก่พนักงาน และคู่ค้าของเราอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทุกฝ่ายสามารถดำเนินงานได้เต็มประสิทธิภาพ และมีโอกาสในการเติบโตภายใต้ยุคที่เทคโนโลยีและดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

กระบวนการสร้างคุณค่า

ปัจจัยนำเข้า

กระบวนการสร้างคุณค่าผ่านการดำเนินธุรกิจ



Financial Capital

- 2,281,772 ล้านบาท
ค่าใช้จ่ายทั้งหมด



Manufacturing Capital

- 330 โรงงานผลิต
- 1,075 ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ และฟาร์มพืชสวน - พืชไร่
- 14,630 สาขาร้านเซเว่น อีเลฟเว่น
- 2,605 ไฮเปอร์มาร์เก็ต / ซูเปอร์สโตร์



Intellectual Capital

- 91 ศูนย์วิจัยและพัฒนา
- 28,264 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา



Human Capital

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



Relationship Capital

- ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย
- การเข้าร่วมเป็นสมาชิกกับองค์กรต่าง ๆ



Natural Capital

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

วิสัยทัศน์

“ เราเป็นองค์กรที่เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรม ในการสร้างอาหารคน อาหารสมอง โอกาสในการเข้าถึงคุณค่า เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน ”

C.P. Group

ธุรกิจอุตสาหกรรม
และอาหาร

ธุรกิจค้าปลีก

Services

การเงิน
และการธนาคารธุรกิจยาและ
เวชภัณฑ์และอาหาร

Marketing & Sales

Logistics

กลยุทธ์องค์กร

S1 – New Business Platform

S2 – Digital Transformation

S3 – R&D/Excellence Center

S4 – Global Talent & Leadership Development

S5 – Investment for Growth & Competitiveness

S6 – Sustainable Growth through Data & Analysis

S7 – Sustainable Development & Corporate Governance

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของเครือเจริญโภคภัณฑ์

นักลงทุน

ภาครัฐ

การวิเคราะห์ผลกระทบและความเสี่ยงจากภายนอก

- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของระบบนิเวศ ความหลากหลายทางชีวภาพ และความเพียงพอของทรัพยากรทางธรรมชาติ
- การหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทานที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของห่วงโซ่อุปทาน

ของเครือเจริญโภคภัณฑ์

ผลลัพธ์

คุณค่าที่มอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย

SDGs



คำนิยามองค์กร 6 ประการ

Value Chain

ธุรกิจสื่อสาร
และคมนาคม

ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ
และดิจิทัล



Agricultural Farming

ธุรกิจยานยนต์
และอุตสาหกรรม

ธุรกิจพัฒนา
อสังหาริมทรัพย์

Packaging

Manufacturing

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

HEART: Living Right

HEALTH: Living Well

HOME: Living Together



- ชุมชน และสังคม
- คู่ค้าธุรกิจ
- เจ้าหน้าที่
- พนักงาน และครอบครัว
- NGOs
- คู่แข่งทางการค้า
- สื่อมวลชน
- ผู้ถือหุ้น และนักลงทุน
- ลูกค้า และผู้บริโภค

- การขาดแคลนทรัพยากรบุคคลที่มีทักษะสำหรับอนาคต และการรักษาพนักงานที่ดีและเก่ง
- การเปลี่ยนแปลงของตลาดไปสู่ผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และได้รับ การรับรองหรือตรวจสอบ

Financial Capital

- + รายได้จากการขาย 3,320,897 ล้านบาท

Manufacturing Capital

- + จำนวนโรงงานการผลิตที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล 330 แห่ง
- + ร้อยละ 100 ของธุรกิจได้รับการรับรองความปลอดภัยด้านข้อมูล

Intellectual Capital

- + จำนวนบุคลากรด้าน R&D 8,968 คน
- + จำนวนสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรที่เครือฯ ได้รับในปี 2566 4,068 ฉบับ
- + จำนวนผลิตภัณฑ์และบริการแห่งนวัตกรรมมากกว่า 2,000 รายการ

Human Capital

- + ร้อยละ 100 ของธุรกิจมีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน
- + ร้อยละ 100 ของพนักงานที่ได้รับการอบรม
- + ร้อยละ 50.80 ของพนักงานผู้หญิงในเครือฯ
- + 28.07 ชั่วโมงของการอบรมเฉลี่ยต่อพนักงานต่อปี
- จำนวนการเสียชีวิตของพนักงานและผู้รับเหมา 17 ราย
- พนักงานลาออกจำนวน 168,125 คน

Relationship Capital

- + คะแนนความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียร้อยละ 81
- + การสร้างเครือข่ายสมาชิกด้านความยั่งยืนทั่วโลกกว่า 13 องค์กร
- + เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย กลุ่มเปราะบาง และอื่น ๆ ที่ได้รับการสนับสนุน 2,929,229 ราย
- ผลกระทบต่อชื่อเสียงองค์กร

Natural Capital

- + ปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 & 2) ลดลง 0.36 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- + เพิ่มปริมาณการใช้พลังงานหมุนเวียน 197 เมกะวัตต์
- + ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ 54.7 ล้านลูกบาศก์เมตร
- + ลดการเกิดปริมาณขยะของเสียจากการบวนการผลิต 21,442 ตัน

Financial Capital

- สร้างโอกาสในการส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม และปกป้องสิ่งแวดล้อม ผ่านการดำเนินงานที่ยั่งยืน

Manufacturing Capital

- สร้างความปลอดภัยของกระบวนการผลิต และสินค้าและบริการที่ส่งมอบสู่ลูกค้าและผู้บริโภค
- ส่งเสริมความปลอดภัยให้แก่ชุมชน สังคม และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

Intellectual Capital

- ส่งมอบผลิตภัณฑ์และสินค้าแห่งนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- แบ่งปันองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมสู่สังคม

Human Capital

- สร้างสถานที่ทำงานที่มีความปลอดภัย เท่าเทียม และไม่มีการแบ่งแยก
- ปกป้องพนักงานของเครือฯ และคู่ค้าได้ตามหลักการด้านสิทธิมนุษยชน
- สร้างความมั่นใจว่าเครือฯ มีความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ
- มอบสิทธิประโยชน์ให้แก่พนักงานอย่างเท่าเทียม
- มอบโอกาสในการเข้าถึงความรู้ ความสามารถ และทักษะที่เป็นประโยชน์ต่อพนักงาน
- เป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือ และมีชื่อเสียงสำหรับการรักษาพนักงานที่ดีและเก่ง พร้อมสามารถดึงดูดบุคลากรที่มีความสามารถ

Relationship Capital

- เพิ่มโอกาสในการเติบโตอย่างยั่งยืนของคู่ค้าตลอดห่วงโซ่อุปทาน
- มอบผลตอบแทนจากการลงทุนที่น่าดึงดูด
- สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในการปกป้องสภาพแวดล้อม และยกระดับการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนอย่างทั่วถึง
- การเป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือ

Natural Capital

- ลดผลกระทบที่เกิดต่อดิน น้ำ อากาศ และความเป็นอยู่ของสิ่งมีชีวิตทั่วไป
- ลดการพึ่งพาทรัพยากรทางธรรมชาติ
- สนับสนุนการบรรลุเป้าหมายของสากลในการจำกัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์



การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

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

เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังคงให้การสนับสนุนต่อการบรรลุเป้าหมาย Sustainable Development Goals: SDGs อย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี เครือฯ จะดำเนินการทบทวนลำดับความสำคัญของ SDGs ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียของเครือฯ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าการดำเนินงานของเครือฯ จะมุ่งเน้นไปที่กิจกรรมที่มีผลกระทบมากที่สุด ในกระบวนการทบทวน เครือฯ ได้นำทิศทางการดำเนินงานและกลยุทธ์ขององค์กร กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน กิจกรรมของเครือฯ ตลอดจนห่วงโซ่คุณค่า และข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียมาร่วมพิจารณา

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

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



[Sustainable Development Goals Report 2023](#)



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

เป้าหมายที่มีความสำคัญเชิงกลยุทธ์



เครือฯ มุ่งยกระดับสุขภาพ และสุขอนามัย โดยให้ความสำคัญต่อการวิจัยและพัฒนาอาหาร รวมถึงเวชภัณฑ์ที่จำเป็น

กว่า 400,000 คน
ที่เข้าถึงแพลตฟอร์ม “หมอดี”



เครือฯ มุ่งเน้นการขยายเครือข่ายการสื่อสาร แบบไร้พรมแดน พร้อมกับพัฒนาความรู้ ความสามารถที่จำเป็นต่อโลกอนาคต เพื่อให้ทุกคนสามารถเติบโตได้อย่างเท่าเทียมกัน

48,361,902 คน

เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ที่ได้รับการส่งเสริม การเข้าถึงการศึกษาและพัฒนาทักษะที่จำเป็น



เครือฯ ได้ทำการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนทั่วทั้งเครือฯ และมีแผนที่จะขยายให้ครอบคลุมทั้งห่วงโซ่อุปทาน

0 กรณี

ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการจ้างแรงงานอย่าง ผิดกฎหมายภายในเครือฯ และห่วงโซ่อุปทาน



เครือฯ ได้เปิดโอกาสให้คู่ค้าและพันธมิตร เข้าร่วมในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และลดการใช้ทรัพยากร ทางธรรมชาติอย่างต่อเนื่อง

94.49%

สัดส่วนการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติสามารถ ใช้ซ้ำ ใช้ใหม่ และย่อยสลายได้



เครือฯ ตั้งเป้าหมายมุ่งสู่ Net Zero Emissions ภายในปี 2593 แผนงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การเปลี่ยนถ่ายสู่การใช้พลังงานทดแทน การพลังงานหมุนเวียนภายในองค์กร และ ลดการเกิดก๊าซเรือนกระจกในห่วงโซ่อุปทาน

0.36 ล้านตัน

จำนวนคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าปริมาณ ก๊าซเรือนกระจกที่สามารถลดได้ในปี 2566



เครือฯ ได้ดำเนินการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเล ร่วมกับพันธมิตร ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน

17 จังหวัด

จังหวัดชายฝั่งทะเลประเทศไทยที่มีการดำเนิน โครงการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเล



เครือฯ ได้ประกาศเป้าหมายในการลดผลกระทบ ต่อความหลากหลายทางชีวภาพเป็นศูนย์ อีกทั้ง ยังเร่งดำเนินการฟื้นฟู และปกป้องทรัพยากร ป่าไม้ผ่านการร่วมมือกับพันธมิตร

11.29 ล้านตัน

จำนวนการปลูกต้นไม้ทั่วโลก



เครือฯ ให้ความสำคัญต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิก กับเครือข่ายด้านความยั่งยืนทั้งในระดับประเทศ และระดับสากล เพื่อร่วมขับเคลื่อนสู่อนาคต ที่ยั่งยืน และดีกว่าสำหรับทุกคน

13 องค์กร

องค์กรด้านความยั่งยืนที่เครือฯ เข้าร่วมเป็น สมาชิก และมีการร่วมมืออย่างต่อเนื่อง



ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักดีว่าการที่เราทุกคนจะสามารถบรรลุเป้าหมายของสากลที่เกี่ยวข้องกับการปกป้องสิ่งแวดล้อม และยกระดับความเป็นอยู่ของสังคมให้มีความน่าอยู่นั้น จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงได้เข้าร่วมเป็นพันธมิตร หรือสมาชิกกับองค์กรต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ พร้อมกับให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่ เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ยั่งยืนและเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่าย นอกจากนี้ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าการร่วมมือกับองค์กรภายนอกจะเป็นไปอย่างไร้ข้อสงสัย เครือฯ จะทำการพิจารณาเป้าหมายและแนวทางการดำเนินงาน และผลการดำเนินงานที่ผ่านมาขององค์กรนั้น ๆ หลังจากการพิจารณาแล้วหน่วยงานที่รับผิดชอบจะแจ้งให้ผู้บริหารในสายงานได้รับทราบ

ในกรณีที่เป็นการเข้าร่วมกับองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน คณะกรรมการบริหารงานด้านความยั่งยืน ธรรมภิบาล และสื่อสารองค์กรจะเข้ามาร่วมพิจารณาการเข้าร่วมเป็นสมาชิกหรือการให้ความสนับสนุน นอกจากนี้ เครือฯ ยังกำหนดให้มีการติดตามผลการดำเนินงานขององค์กรที่เครือฯ เข้าร่วมเป็นสมาชิกหรือให้ความสนับสนุนเป็นประจำ และหากพบการดำเนินงานที่ไม่โปร่งใส ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของเครือฯ หรือไม่ปฏิบัติตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ เครือฯ จะนำมาพิจารณาสถานการณ์เป็นสมาชิกหรือการให้ความสนับสนุนต่อไป โดยในปี 2566 เครือฯ ไม่พบการละเมิดหรือการดำเนินงานที่ไม่เหมาะสมขององค์กรที่เครือฯ เข้าร่วมเป็นสมาชิกหรือให้ความสนับสนุน



สภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum: WEF)



วัตถุประสงค์หลักขององค์กร

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

แนวทางการร่วมมือของเครือฯ

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

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



[การสนับสนุนภาคส่วนต่าง ๆ](#)



สภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

(The World Business Council for Sustainable Development: WBCSD)



วัตถุประสงค์หลักขององค์กร

WBCSD มีความมุ่งมั่นในการส่งเสริมความยั่งยืนให้เกิดขึ้นในภาคธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย ส่งเสริมการค้าเสรีอย่างมีความรับผิดชอบ และปรับกิจกรรมให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs) โดยให้ความสำคัญไปทางด้าน การลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม และการปกป้องสภาพแวดล้อม



แนวทางการร่วมมือของเครือฯ

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



ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact: UNGC)



วัตถุประสงค์หลักขององค์กร

UNGc มุ่งส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนและการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อทั่วโลก โดยระดมธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ส่งเสริมหลักปฏิบัติทางจริยธรรมในด้านสิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงาน สิ่งแวดล้อม และมาตรการต่อต้านการทุจริต



แนวทางการร่วมมือของเครือฯ

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



มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี (Connex ED)



วัตถุประสงค์หลักขององค์กร

Connex ED เป็นโครงการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อขับเคลื่อนระบบการศึกษาของประเทศสู่มาตรฐานสากล และร่วมสร้างพื้นฐานของการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน



แนวทางการร่วมมือของเครือฯ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ร่วมขับเคลื่อนและยกระดับมาตรฐานการศึกษาพื้นฐานและการพัฒนาผู้นำ เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน และลดความเหลื่อมล้ำของคนในสังคมอย่างยั่งยืนด้วยการศึกษาที่นับเป็นพื้นฐานของการพัฒนาประเทศ

การเข้าร่วมเป็นสมาชิกกับองค์กรด้านการปกป้องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

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

ได้รับความร่วมมือกับทุกฝ่าย เพื่อร่วมกันบรรลุเป้าหมาย ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงได้มีการร่วมมือและให้การสนับสนุนพันธมิตรภายนอกที่มีเป้าหมายและแนวทางในการปกป้องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในทิศทางเดียวกัน มากไปกว่านั้นเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดบทบาทหน้าที่ในการเข้าร่วมหรือให้การสนับสนุนไว้ดังนี้

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



หอการค้าไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย The Thai Chamber of Commerce



วัตถุประสงค์หลักขององค์กร

เป็นสถาบันหลักทางด้านการค้าและบริการของประเทศ ที่ใช้ข้อมูล ความรู้ เครือข่าย และความร่วมมือที่เข้มแข็ง เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน และขับเคลื่อนประเทศไทยให้เติบโตได้ในตลาดโลกอย่างยั่งยืน โดยหนึ่งในเป้าหมายของการดำเนินงาน คือ การปกป้องสภาพภูมิอากาศและจำกัดการเพิ่มอุณหภูมิโลกตามข้อกำหนดของสากล



แนวทางการร่วมมือของเครือฯ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ร่วมสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนของประเทศ ใน 30 คณะกรรมการยุทธศาสตร์ รวมถึงคณะกรรมการยุทธศาสตร์เพื่อความยั่งยืน ด้าน ESG พลังงาน เศรษฐกิจหมุนเวียนและสิ่งแวดล้อม เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน



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



วัตถุประสงค์หลักขององค์กร

TIPMSE มุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมแนวทางปฏิบัติด้านบรรจุภัณฑ์และการรีไซเคิลที่ยั่งยืนในประเทศไทย สนับสนุนวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปรับปรุงระบบรีไซเคิล ให้ความรู้ผู้มีส่วนได้เสียเกี่ยวกับความยั่งยืน สนับสนุนนวัตกรรม และร่วมมือกับพันธมิตรจากหลากหลายภาคส่วน เพื่อดำเนินนโยบายและโครงการเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



แนวทางการร่วมมือของเครือฯ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ร่วมสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อส่งเสริมการคัดแยกบรรจุภัณฑ์ใช้แล้วและวัสดุรีไซเคิลอย่างต่อเนื่อง



HEART

Living Right

การดำเนินงานธุรกิจบนรากฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี และมีความโปร่งใสในทุก ๆ กิจกรรมจะส่งเสริมให้เครือเจริญโภคภัณฑ์บรรลุเป้าหมายของการเป็นองค์กรที่ยั่งยืน ดังนั้น เครือฯ จึงได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการบริหารคอยติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับให้คำแนะนำที่เหมาะสมเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานที่เป็นเลิศ ซึ่งนอกจากการกำกับดูแลในภาพรวมแล้ว คณะกรรมการฯ ยังให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานทางด้านการปกป้องสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า การดูแลพนักงานให้มีความรู้ และทักษะที่เพียงพอ และ การสนับสนุนการศึกษาให้แก่เยาวชน เพื่อส่งเสริมความเท่าเทียมกันในองค์กรและสังคม เครือฯ ยังได้ขยายแนวทางดำเนินงานไปสู่ผู้ค้า วัตถุดิบ ประสงค์ ที่ต้องการให้ผู้ค้ามีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับเครือฯ สามารถส่งมอบสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดและลูกค้า และเติบโตอย่างยั่งยืนไปพร้อมกับเครือฯ นอกเหนือจากประเด็นดังกล่าวแล้ว เครือฯ ยังให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูลทั้งขององค์กร และลูกค้า เพื่อสร้างความไว้วางใจและความปลอดภัยของข้อมูล

การกำกับดูแลกิจการ	64
สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน	76
การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ	90
การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล	100
ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล	112





กระบวนการสร้างคุณค่า

ปัจจัยนำเข้า

กระบวนการสร้างคุณค่าผ่านการดำเนินธุรกิจ ของเครือเจริญโภคภัณฑ์



Manufacturing Capital

- ร้อยละ 100 ของธุรกิจ ได้รับการรับรองความปลอดภัยด้านข้อมูล



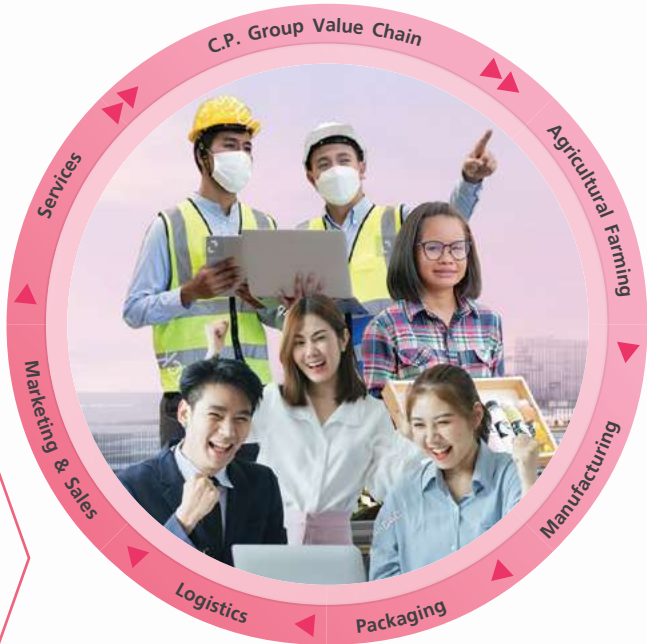
Human Capital

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



Relationship Capital

- การสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคงระหว่างเครือฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม
- ความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อสร้างสังคมและองค์กรที่ยั่งยืน



กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้นการสร้างมาตรฐานและการกำกับดูแลกิจการที่ดีทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดให้แก่ประเทศชาติ ประชาชน และพนักงานของเครือฯ โดยมีความมุ่งหวังในการลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเท่าเทียมทางสังคม ปกป้องสิทธิมนุษยชน ยกกระดับความปลอดภัยและอาชีวอนามัย รวมถึงการพัฒนาาระบบการศึกษา และการสนับสนุนการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ๆ ในยุคดิจิทัลและเทคโนโลยี นอกจากนี้ เครือฯ ยังให้ความสำคัญกับการป้องกันและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ทั้งของเครือฯ คู่ค้า พันธมิตร ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ เพื่อรักษาความเชื่อถือและความเป็นส่วนตัวในยุคนี้ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วด้วยเทคโนโลยี เพื่อให้เครือเจริญโภคภัณฑ์สามารถเติบโตอย่างยั่งยืนไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเศรษฐกิจได้ในทุกมิติ

ผลลัพธ์

คุณค่าที่มอบให้แก่
ผู้มีส่วนได้เสีย

SDGs



Manufacturing Capital

- + จำนวนพนักงานที่มีความรู้ด้าน STEM จำนวน 44,951 ตำแหน่ง



Human Capital

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



Relationship Capital

- + คะแนนความผูกพันของพนักงานอยู่ที่ร้อยละ 78



Manufacturing Capital

- ส่งเสริมความรู้ ทักษะที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน และการใช้ชีวิตในยุคแห่งเทคโนโลยี และดิจิทัล



Human Capital

- สร้างสถานที่ทำงานที่มีความโปร่งใส มีจริยธรรม
- สร้างสถานที่ทำงานที่มีความปลอดภัย เท่าเทียม และไม่มีการแบ่งแยก
- ปกป้องพนักงานของเครือฯ และคู่ค้า ได้ตามหลักการด้านสิทธิมนุษยชน
- มอบสิทธิประโยชน์ให้แก่พนักงานอย่างเท่าเทียม
- มอบโอกาสในการเข้าถึงความรู้ ความสามารถ และทักษะที่เป็นประโยชน์ต่อพนักงาน
- เป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือ และมีชื่อเสียงสำหรับการรักษาพนักงานที่ดีและเก่ง พร้อมทั้งสามารถดึงดูดบุคลากรที่มีความสามารถ



3.6



4.1

4.3

4.4

4.5

4.7

4.A

4.B

4.C



5.1

5.2

5.3

5.5



8.5

8.6

8.7

8.8



9.C



10.3

10.4

10.7



12.6

12.8



16.2

16.5

16.7

16.B



17.6

17.8



การกำกับดูแลกิจการ Corporate Governance

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

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



12.6 นวัตกรรมข้อมูลด้านความยั่งยืนในการรายงานของบริษัท



16.5 ลดการทุจริตและการรับสินบนทุกรูปแบบ
16.7 มีกระบวนการตัดสินใจที่มีความรับผิดชอบ
16.b ส่งเสริมการไม่เลือกปฏิบัติเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

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



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

84%

ผลการประเมินการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริหารทั้งหมด

86%

ผลการประเมินการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริหารรายบุคคล

100%

ของพนักงานผ่านการเรียนรู้และทดสอบจรรยาบรรณธุรกิจ

เป้าหมายและความคืบหน้า

ทุกกลุ่มธุรกิจได้รับการประเมินด้านการกำกับดูแลกิจการ



แผนการดำเนินงานในอนาคต



จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติระดับเครือข่าย ให้ครอบคลุมหัวข้อด้านความยั่งยืนทั้ง 3 มิติ



เพิ่มประสิทธิภาพของแพลตฟอร์มดิจิทัลด้านการกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง และการปฏิบัติตามกฎหมาย



การกำกับดูแลกิจการ

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



การสร้างจริยธรรมและธรรมาภิบาลที่ดี คือรากฐานในการนำองค์กรสู่ความเป็นเลิศและยั่งยืน

คุณศุภชัย เอี่ยมวัฒนา
ประธานคณะกรรมการ
เครือเจริญโภคภัณฑ์

คณะกรรมการบริษัท

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

คณะกรรมการบริหาร

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

ความรู้ความสามารถของคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการบริหาร

คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการบริหารมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ของเครือเจริญโภคภัณฑ์อย่างรอบด้าน ตลอดจนเข้าใจถึง การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยความเสี่ยงทั้งภายในและภายนอก ที่อาจมีผลกระทบต่อธุรกิจของเครือฯ

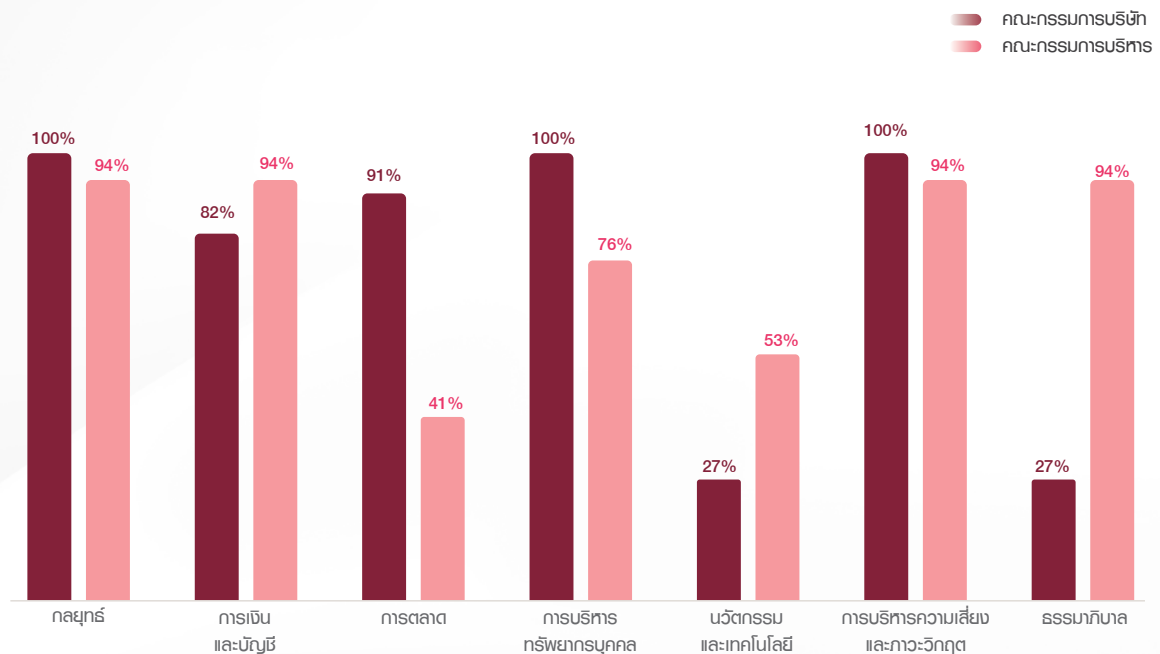
เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียว่า เครือเจริญโภคภัณฑ์ จะสามารถรับมือกับความท้าทายใหม่ ๆ และมีแผนกลยุทธ์ ที่สอดคล้องกับแนวโน้มของโลก รวมถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

เครือฯ จึงส่งเสริมให้กรรมการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ เช่น การฝึกอบรม การสัมมนา การพบปะแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การทำงานที่จัดโดยหน่วยงานกำกับดูแลของภาครัฐหรือองค์กรอิสระ เช่น สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) รวมถึง กิจกรรมที่จัดภายในเครือฯ อย่างต่อเนื่อง

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[การกำกับดูแลกิจการ](#)

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





การยกระดับการกำกับดูแลกิจการ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นยกระดับการกำกับดูแลกิจการให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และเป็นไปด้วยมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการวางโครงสร้างและพัฒนากระบวนการในการกำกับดูแลไปสู่รูปแบบดิจิทัล ในปี 2566 เครือฯ ได้ขับเคลื่อนการดำเนินงานเพื่อให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม ดังนี้



เครือฯ สร้างการตระหนักรู้แก่ผู้บริหารและพนักงาน และส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมการทำงานที่มีจริยธรรม เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านจริยธรรมและการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของทุกกลุ่มธุรกิจในเครือฯ อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ เครือฯ ยังสนับสนุนและส่งเสริมศักยภาพการดำเนินธุรกิจของคู่ค้าภายใต้กรอบจริยธรรมทางธุรกิจโดยเชื่อมโยงแนวทางการกำกับดูแล สังคม และสิ่งแวดล้อมเข้ามาในกระบวนการบริหารจัดการคู่ค้าตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทำให้เกิดการเติบโตทางธุรกิจร่วมกันได้อย่างยั่งยืน


CASE STUDY


Train the Trainer นโยบายและแนวปฏิบัติระดับเครือ

เครือเจริญโภคภัณฑ์จัดการอบรมนโยบายและแนวปฏิบัติระดับเครือฯ รวม 4 นโยบาย ได้แก่ นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ด้านการให้รับของขวัญและประโยชน์อื่นใด ด้านการแจ้งเบาะแส และด้านการป้องกันการฟอกเงินและการต่อต้านการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูงให้แก่ตัวแทนจากบริษัทในเครือ (Train the Trainer) ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ทำให้ผู้แทนของกลุ่มธุรกิจในเครือฯ เข้าใจเนื้อหาสาระของนโยบายและแนวปฏิบัติ สามารถถ่ายทอดภายในบริษัทของตนเองเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติทั่วทั้งเครือฯ และมีการสร้างระบบการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพเพื่อส่งเสริมให้เกิดการป้องกันและการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ



มีผู้ผ่านการอบรมรวม **316** คนจากทุกกลุ่มธุรกิจ

 Relationship Capital

 Human Capital



CASE STUDY

CG Network Recognition Awards 2023



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

การมอบรางวัลดังกล่าวสนับสนุนให้การทำงานด้านการกำกับดูแลกิจการของกลุ่มธุรกิจเครือฯ เป็นไปตามมาตรฐานเดียวกัน อีกทั้งเครือฯ สามารถติดตามผลการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการของกลุ่มธุรกิจเครือฯ ได้อย่างต่อเนื่อง มีการแบ่งปันความรู้ ประสบการณ์ระหว่าง CG Network ทำให้เกิดการยกระดับมาตรฐานการปฏิบัติงาน และพนักงานมีจิตสำนึกในการปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรม

68 กลุ่มธุรกิจที่ได้รับรางวัล
แบ่งเป็น **21** กลุ่มธุรกิจในประเทศไทย และ
45 กลุ่มธุรกิจ在不同ประเทศ และเขตประเทศอื่น

Relationship Capital Human Capital

CG Network จำนวน 171 คน

Relationship Capital Human Capital

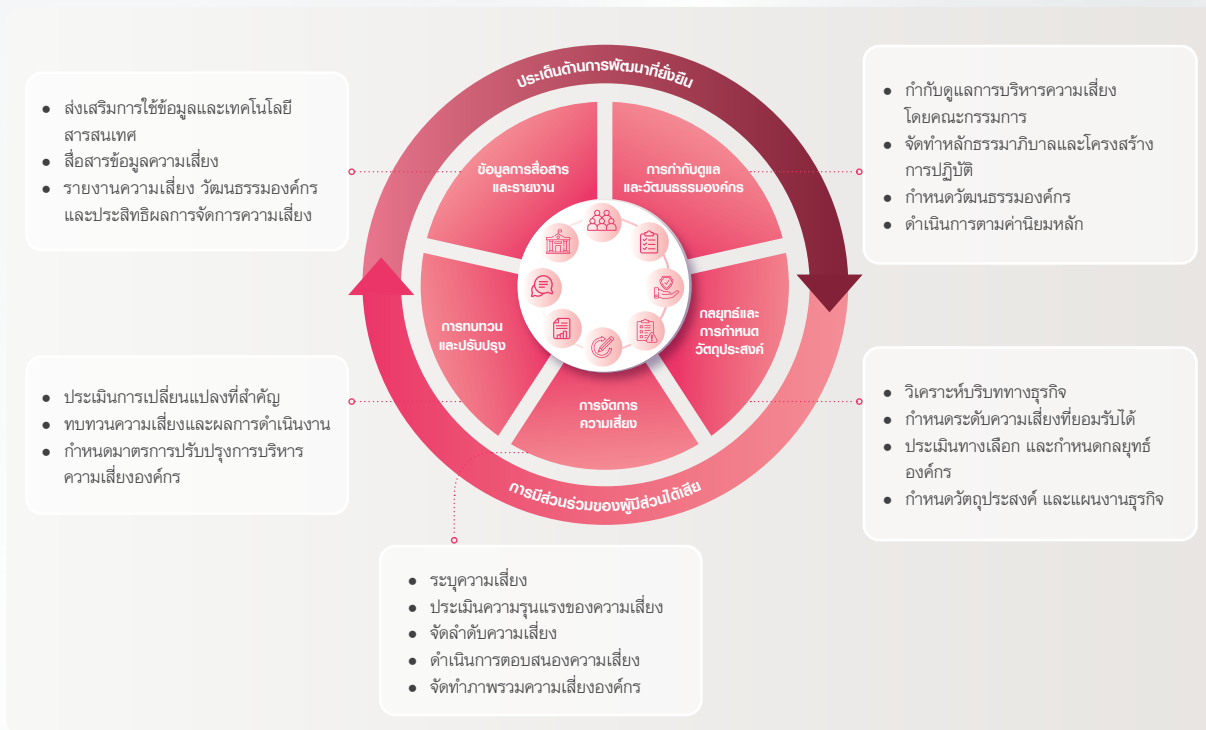


การบริหารความเสี่ยงองค์กร

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

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

กรอบการบริหารความเสี่ยง



การสร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร พนักงาน และทุกหน่วยงานเป็นเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owners) มีหน้าที่รับผิดชอบดำเนินการประเมิน ติดตาม และสนับสนุนให้การจัดการความเสี่ยงเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เครือเจริญโภคภัณฑ์ส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมองค์กรผ่านการกำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยง การสื่อสาร

ด้านระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite Statement) เพื่อสร้างความรับรู้ และนำไปแนะนำปฏิบัติ กำกับดูแลงานที่ได้รับมอบให้เป็นไปตามกรอบระดับการยอมรับความเสี่ยงในทุกกิจกรรมการดำเนินงาน จนกลายเป็นวัฒนธรรมขององค์กรด้านการบริหารความเสี่ยง



CASE STUDY




การตอบสนองกรอบการบริหารความเสี่ยงของเครือฯ และการประเมินความเสี่ยงขององค์กร


ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการจัดการฝึกอบรมหลักสูตรการบริหารความเสี่ยงให้กับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านการบริหารความเสี่ยง ความเข้าใจตามบทบาทหน้าที่ การกำกับดูแลงานบริหารความเสี่ยงขององค์กร โดยหัวข้อของการอบรม ได้แก่ หลักสูตรประสิทธิภาพของการควบคุมความเสี่ยง ซึ่งจัดขึ้นสำหรับผู้บริหารและหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการบริหารความเสี่ยงของกลุ่มธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจของผู้บริหารและพนักงานเกี่ยวกับมาตรการควบคุมความเสี่ยง หลักสูตรการประเมินความเสี่ยงองค์กร จัดขึ้นสำหรับผู้บริหารและพนักงานของกลุ่มธุรกิจ เพื่อสร้างความเข้าใจ

เกี่ยวกับแนวปฏิบัติด้านการบริหารความเสี่ยงที่เป็นมาตรฐานขององค์กร และช่วยให้ผู้บริหารและพนักงานสามารถระบุ ประเมิน และจัดทำแผนจัดการความเสี่ยงของตนได้ Risk Management Network/Champion เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องแลกเปลี่ยนเรียนรู้แนวทางการดำเนินงานในมุมมองต่าง ๆ และจัดสัมมนาผู้บริหาร หัวหน้าหน่วยธุรกิจ ด้านการประเมินความเสี่ยง

จำนวนผู้ที่เข้ารับการอบรมในปี 2566

ทั้งสิ้น 827 คน

 **Relationship Capital**

 **Human Capital**



การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

การบริหารจัดการการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดนโยบายการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของกลุ่มบริษัทในเครือฯ ซึ่งมีการจัดทำเป็นภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน และมีการประกาศใช้เพื่อสื่อสารเจตนารมณ์ด้านการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และกำหนดทิศทางการปฏิบัติงานให้พนักงานทั่วโลก รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ทราบโดยทั่วกัน และมีการดำเนินการขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ ยังได้จัดทำกรอบการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

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

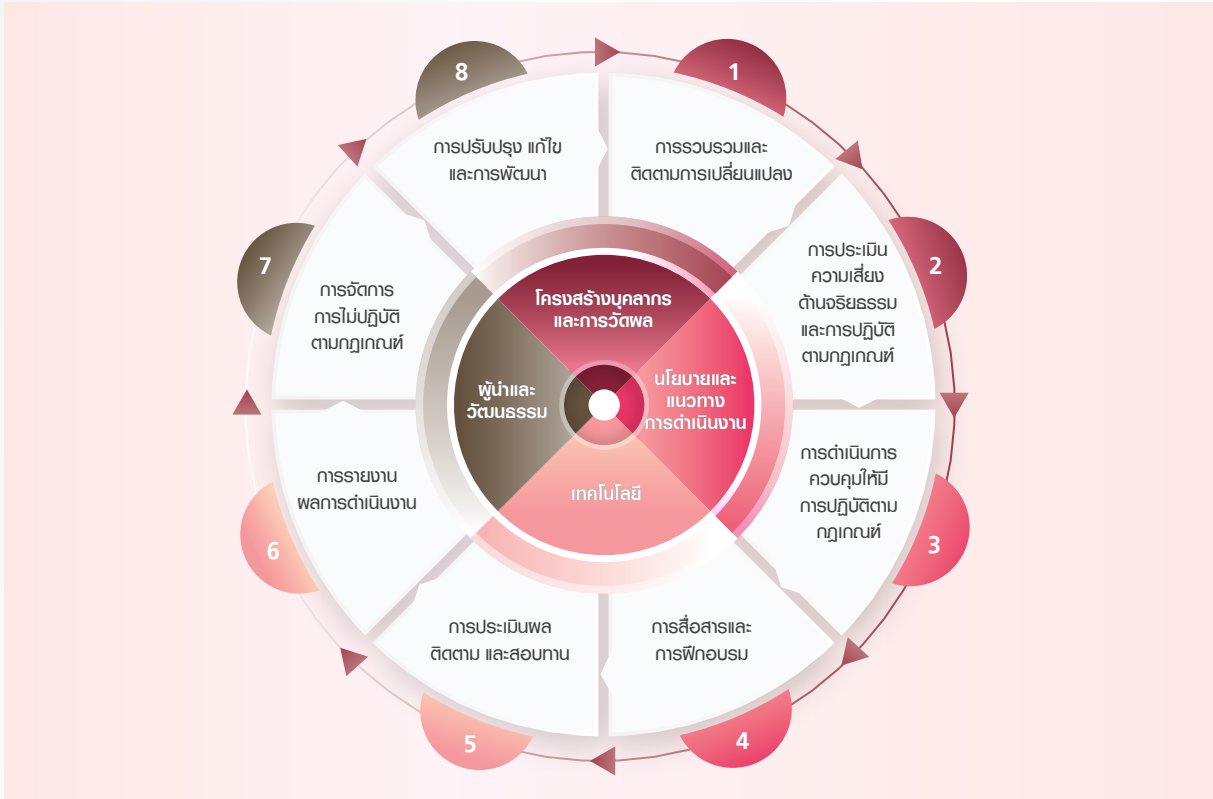
โครงสร้างการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

สำหรับกรอบการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ (Compliance Framework) นั้น ประกอบด้วย 4 โครงสร้างพื้นฐานหลัก คือ

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



จากโครงสร้างพื้นฐานหลักทั้ง 4 เครือฯ ได้จัดทำกระบวนการกำกับ การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ 8 กระบวนการย่อย เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ อย่างเป็นรูปธรรม ดังนี้



ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการในการกำกับ การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล เพื่อให้ การกำกับ การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของเครือฯ เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือของผู้มีส่วนได้เสียในระดับโลก เช่น

- การนำข้อมูลจากการประเมินความเสี่ยงด้านจริยธรรมและ การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ การไม่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ และรายงาน การแจ้งเบาะแสเรื่องร้องเรียนที่เครือฯ ได้รับ รวมถึงผลสำรวจ ด้านการกำกับ การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์จากบุคลากรในเครือฯ มาใช้ปรับปรุงมาตรการควบคุม และพัฒนาโปรแกรมการอบรม และสื่อสาร ปรับปรุงเกณฑ์การประเมิน Compliance Maturity Self-Assessment เพื่อยกระดับให้กลุ่มธุรกิจมีระบบการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์เทียบเท่ามาตรฐานสากล
- พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ GRC Platform และ Regulatory and Compliance Management System เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการกำกับดูแล



กระบวนการรับเรื่องร้องเรียน

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

ผลกระทบจากกระบวนการสืบสวนสอบสวนจะได้รับการพิจารณาเยียวยาและบรรเทาความเสียหายที่เกิดขึ้นด้วยมาตรการที่เหมาะสม และเป็นธรรม

จำนวนเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำผิดของพนักงาน และมาตรการในการจัดการสำหรับปี 2566

	2566			มาตรการในการจัดการ			
	กรณีร้องเรียน	อยู่ระหว่างการสืบสวน	เสร็จสิ้น	ตัดทอนด้วยวาจา	ตัดทอนด้วยลายลักษณ์อักษร	พักงาน	เลิกจ้าง
บ่อร้องเรียนด้านจรรยาบรรณและจริยธรรม (กรณี)							
การฉ้อโกง	2	-	2	-	-	1	1
ผลประโยชน์ทับซ้อน	2	1	1	-	-	-	1
การไม่ดำเนินงานตามกฎหมายระเบียบ	5	1	4	4	-	-	-
การเลือกปฏิบัติ	3	-	3	3	-	-	-
การล่วงละเมิด	3	-	3	2	-	-	1
คอร์รัปชัน	1	-	1	-	1	-	-
การซื้อขายโดยใช้ข้อมูลภายใน	-	-	-	-	-	-	-
การต่อต้านการแข่งขัน	-	-	-	-	-	-	-
บ่อร้องเรียนด้านความปลอดภัยของข้อมูล (กรณี)							
การละเมิดความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า	-	-	-	-	-	-	-
รวม (กรณี)	16	2	14	9	1	1	3

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

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[รายละเอียดกรณีการละเมิดจรรยาบรรณและจริยธรรม](#)

การตรวจสอบเพื่อความโปร่งใส

การตรวจสอบภายในองค์กร

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

กิจการ ความเสี่ยง และการตรวจสอบ เครือฯ เพื่อให้เกิดการปรับปรุงการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ไปจนถึงระดับปฏิบัติการในเครือฯ และการบริหารจัดการบุคคลภายนอก เพื่อการกำกับดูแลกิจการอย่างเป็นรูปธรรม พร้อมรับความท้าทายที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในโลกปัจจุบัน

ทั้งนี้ สารระสำคัญในการปรับปรุงการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ได้รวมถึง

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



สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน

Human Rights and Labor Practices

แนวโน้มด้านสิทธิมนุษยชนมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว โดยมีปัจจัยต่าง ๆ เป็นตัวขับเคลื่อน เช่น ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการเพิ่มความเข้มงวดของข้อกำหนดต่าง ๆ เมื่อสังคมเชื่อมโยงถึงกันมากขึ้น ความต้องการให้บริษัทยึดมั่นในมาตรฐานสิทธิมนุษยชนในการดำเนินงาน และห่วงโซ่อุปทานก็เพิ่มมากขึ้น ประเด็นต่าง ๆ เช่น สิทธิแรงงาน ความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน และความหลากหลายและการไม่แบ่งแยก ได้รับความสนใจมากขึ้นจากผู้มีส่วนได้เสีย นอกจากนี้ แนวโน้มที่เกิดขึ้นใหม่ เช่น การเปลี่ยนแปลงแนวทางในการทำงานเป็นดิจิทัลมากขึ้น เศรษฐกิจขนาดใหญ่ และการเพิ่มขึ้นของปัญญาประดิษฐ์ เป็นต้น ก่อให้เกิดความท้าทายและโอกาสในการปกป้องสิทธิมนุษยชน สำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์เราให้ความสำคัญในการปกป้องและคุ้มครองสิทธิมนุษยชนให้กับผู้มีส่วนได้เสียเสมอมา ด้วยเครือข่าย ๖ องค์กรที่ว่าการยึดมั่นในหลักการด้านสิทธิมนุษยชน นอกจากนี้จะเป็นการป้องกันและลดผลกระทบต่อผู้ทรงสิทธิ์ (Rights Holder) ตลอดห่วงโซ่มูลค่าแล้ว ยังเป็นการป้องกันและลดความเสี่ยงของบริษัทอีกด้วย ยิ่งไปกว่านั้น การขยายขอบเขตการจัดการด้านสิทธิมนุษยชนไปยังคู่ค้าทางธุรกิจยังเป็นอีกเรื่องที่เราให้ความสำคัญไม่น้อยไปกว่าการจัดการภายในขอบเขตการปฏิบัติภายในเครือฯ อันจะนำไปสู่สังคมที่อยู่ร่วมกันด้วยความเคารพ มีจริยธรรม และพัฒนาอย่างยั่งยืน

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



3.6 ลดจำนวนการตายและบาดเจ็บจากอุบัติเหตุจากการจราจรทางถนน



5.1 ยุติการเลือกปฏิบัติทุกรูปแบบ
5.2 ขจัดความรุนแรงทุกรูปแบบ
5.3 ขจัดแนวปฏิบัติที่เป็นภัยทุกรูปแบบ
5.5 เปิดโอกาสให้ผู้หญิงมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่



8.5 การจ้างงานที่มีคุณภาพและเท่าเทียม
8.7 ขจัดแรงงานที่ถูกรังแก และแรงงานเด็ก
8.8 ส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย



10.3 สร้างโอกาสที่เท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ
10.4 ดำเนินการใช้นโยบายด้านสังคมเพื่อความเสมอภาค
10.7 อำนวยความสะดวกในการโยกย้ายถิ่นฐาน



16.2 ยุติการข่มเหง การค้ามนุษย์ ความรุนแรง และการทรมานทุกรูปแบบที่มีต่อเด็ก

> สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[Sustainable Development Goals Report 2023](#)

[Sustainability Performance Report 2023](#)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

100%

ของหน่วยธุรกิจของเครือฯ
ที่ได้รับการตรวจสอบความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

50.80%

สัดส่วนพนักงานหญิงทั้งหมด

อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานของพนักงานและผู้รับเหมา

พนักงาน

1.63

ราย/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน

ผู้รับเหมา

1.11

ราย/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน

เป้าหมายและความคืบหน้า

100% ทุกกลุ่มธุรกิจ มีการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน
จากกิจกรรมขององค์กรและผู้ค้าโดยตรงที่มีความเสี่ยงสูงเป็น
ประจำ



แผนการดำเนินงานในอนาคต



ยกระดับการกำกับดูแลด้านสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่มูลค่า โดยเฉพาะ
ในพื้นที่ที่มีแนวโน้มความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนสูงขึ้น พร้อมทั้งสร้าง
เครื่องมือพร้อมใช้งานให้กับผู้ค้า



ความร่วมมือในการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนของกลุ่มธุรกิจ
และหน่วยงานระดับเครือฯ เพื่อสร้างความเข้าใจและพัฒนาศักยภาพ
บุคลากร รวมถึงจัดทำแนวทางการทำงานและมาตรการเยียวยา
ให้เป็นรูปธรรม



การดำเนินงานเพื่อปกป้องสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า

การดำเนินงานที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล



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

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



[รายงานสิทธิมนุษยชนประจำปี 2565](#)

การบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชน

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนได้มีความรุนแรงมากขึ้นในหลายภูมิภาคทั่วโลก โดยปัญหาส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย จำนวนทรัพยากรที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ และความไม่แน่นอนของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเครือเจริญโภคภัณฑ์มีการดำเนินธุรกิจในบางภูมิภาคที่ตรวจพบประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ดังนั้น เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียว่าการดำเนินธุรกิจของเครือฯ รวมถึงคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจของเครือฯ ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ การละเมิดสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า เครือฯ ได้จัดให้มีนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน พร้อมทั้งมีการสื่อสารอบรมให้พนักงานและคู่ค้ามีความเข้าใจ และสามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้อย่างถูกต้อง โดยเครือฯ มีคณะทำงานด้านสิทธิมนุษยชนเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนการปฏิบัติตามนโยบายและแผนงาน อีกทั้งยังมีหน้าที่คอยติดตามประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนของเครือฯ ทุกกลุ่มธุรกิจ และคู่ค้า คณะทำงานฯ ทำการรายงานความคืบหน้า และประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่มีความเสี่ยงสูงให้แก่คณะกรรมการด้านความยั่งยืนได้รับทราบเป็นประจำ

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



[นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน](#)



[นโยบายการป้องกันการค้าเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิด](#)



[นโยบายความหลากหลาย ความเสมอภาคและการอยู่ร่วมกัน](#)



[นโยบายและแนวทางการปฏิบัติในการจ้างงานแรงงานข้ามชาติ](#)



เครือเจริญโภคภัณฑ์จะสามารถเติบโตอย่างยั่งยืนได้ต่อเมื่อเราไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง เราต้องการสร้างสังคมที่เคารพซึ่งกันและกัน เคารพสิทธิมนุษยชน ความต้องการขั้นพื้นฐาน ได้รับการตอบสนอง และทุกคนมีโอกาสที่เท่าเทียม

ดร. นตัส ประติษฐ์สาร

ผู้ช่วยบริหารประธานคณะผู้บริหาร รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส สำนักความร่วมมือระหว่างประเทศด้านความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร เครือเจริญโภคภัณฑ์

กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

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



อาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน



แรงงานบังคับและแรงงานข้ามชาติ



ข้อมูลส่วนบุคคลและความปลอดภัยทางไซเบอร์



สิทธิทางด้านแรงงานและการเลือกปฏิบัติ

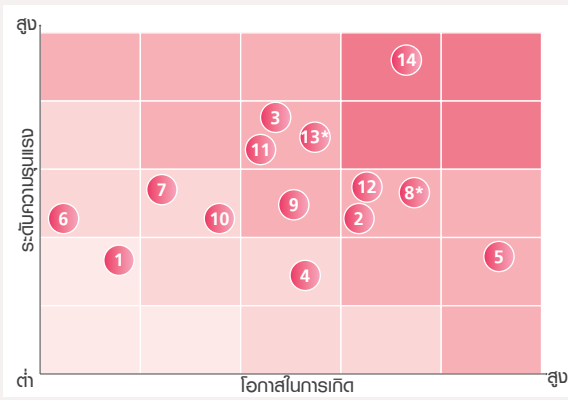


ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิทธิมนุษยชน

การทบทวนความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ประจำปี 2566

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ทำการทบทวนความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนเป็นประจำทุกปี สำหรับผลการทบทวนของปี 2566 พบการเปลี่ยนแปลงในหลายประเด็นที่ต้องติดตามอย่างใกล้ชิด ไม่ว่าจะเป็นแรงงานบังคับและแรงงานข้ามชาติ ที่มีแนวโน้มที่จะสร้างผลกระทบมากขึ้น โดยเฉพาะในหน่วยงานของผู้รับเหมา คู่ค้าของเครือฯ ที่อยู่ในภาคการผลิตสินค้าอุปโภค ซึ่งมีความจำเป็นต้องใช้แรงงานจำนวนมาก ประเด็นด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

ของคณงานและผู้รับเหมาก็ยังมีแนวโน้มไม่ดีขึ้น เนื่องจากยังพบการเกิดอุบัติเหตุรุนแรง นอกจากนี้ ปัญหาที่สืบเนื่องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงก็ส่งผลกระทบต่อสิทธิมนุษยชนในหลายประเด็น เช่น ปัญหาการขาดแคลนน้ำที่ส่งผลกระทบต่อดำรงชีวิต และจำนวนการผลิตลดลงซึ่งส่งผลให้เกิดปัญหาเศรษฐกิจ เป็นต้น นอกจากนี้ จำนวนการทำธุรกรรมออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ข้อมูลสำคัญส่วนบุคคลของลูกค้าอยู่ในความเสี่ยง









- 1 เสรีภาพในการรวมตัวเพื่อเจรจาต่อรองร่วม
- 2 สิทธิในการเข้าถึงน้ำและสุขาภิบาล
- 3 ความหลากหลายและความเท่าเทียม (DE&I)
- 4 สิทธิในที่ดิน
- 5 ไร้อาตุแพ้ความขัดแย้ง
- 6 การรักษาความปลอดภัยและสิทธิมนุษยชน
- 7 สิทธิของกลุ่มเปราะบาง
- 8 ความเป็นส่วนด้วยข้อมูลและความปลอดภัยทางไซเบอร์*
- 9 สิทธิของเด็ก พุ้ยเยาว์ แรงงานเด็ก
- 10 สิทธิทางด้านแรงงาน
- 11 การเลือกปฏิบัติและการกีดกัน
- 12 บลพิษด้านสิ่งแวดล้อมกระทบต่อสิทธิชุมชน
- 13 แรงงานข้ามชาติและการบังคับใช้แรงงาน*
- 14 อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

หมายเหตุ: * ประเด็นที่มีความซับซ้อนและต้องติดตามอย่างใกล้ชิด



มาตรการสำคัญในการจัดการความเสี่ยง และผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน

	อาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน	แรงงานบังคับและแรงงานข้ามชาติ	ข้อมูลส่วนบุคคลและความปลอดภัยทางไซเบอร์	สิทธิทางด้านแรงงานและการเลือกปฏิบัติ	ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิทธิมนุษยชน
 <p>ผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบ</p>	พนักงาน คนงาน ผู้รับเหมา 5 หน่วยงาน	แรงงานข้ามชาติในห่วงโซ่อุปทาน 10 หน่วยงาน	ลูกค้า พนักงาน คนงาน 10 หน่วยงาน	พนักงาน คนงาน 10 หน่วยงาน	ชุมชน และภาคเกษตร ใน 21 ประเทศ
 <p>กลุ่มธุรกิจหลัก</p>	ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม	ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	ธุรกิจค้าปลีก	ทุกกลุ่มธุรกิจ	ทุกกลุ่มธุรกิจ
 <p>ตัวอย่างเหตุการณ์ที่พบ</p>	ผู้รับเหมาตกจากที่สูง ขณะปฏิบัติงานบนเสาส่งสัญญาณ	แรงงานชาวพม่าของผู้รับเหมาต้องจ่ายค่าแรงที่ได้มาให้กับนายหน้า ในการนำเข้ามาทำงานในเมืองไทย	พบร่องรอยการใช้งานผิดปกติ เช่น การพยายามเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าของเครือข่าย โดยบุคคลภายนอก เป็นต้น	พนักงานได้ร้องเรียนว่าโดนคุกคามโดยเพื่อนร่วมงานด้วยวาจาที่ไม่สุภาพ	ปัญหาการขาดแคลนน้ำจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
 <p>แผนการแก้ไข</p>	ทบทวนระบบ Work Permit ขั้นตอนการทำงานเพื่อความปลอดภัยในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงจำเพาะ และปรับปรุงขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อความปลอดภัย SSOP	การส่งเสริมให้มี การปฏิบัติตามนโยบาย การจ้างแรงงานต่างด้าว ให้กับหน่วยงานสรรหาแรงงาน ในประเทศต้นทาง	ทบทวนและปรับปรุง ระบุชุดข้อมูลที่ต้องการเก็บให้ลดลงเพื่อความปลอดภัย และให้ความรู้กับลูกค้า พนักงาน ในการป้องกันการบุกรุกในการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน	สื่อสารถึงสิทธิดังกล่าว รวมทั้งมาตรการทางวินัยและการชดเชยที่จะเกิดขึ้นหากมีการละเมิดเกิดขึ้น	นโยบายและมาตรการทางด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม 11 ฉบับ
 <p>แผน USSIM</p>	สื่อสารให้เกิดการปฏิบัติตาม Life Saving Rules ไปยัง 470 พื้นที่ และเพิ่มมาตรการในการบังคับใช้อุปกรณ์ PPE ให้กับพนักงานทุกคนที่เกี่ยวข้อง	สื่อสารและทำความเข้าใจในการปฏิบัติให้สอดคล้องกับนโยบาย จัดจ้างแรงงานข้ามชาติ ไปยัง 470 พื้นที่ในประเทศไทย และตรวจสอบหน่วยงานในห่วงโซ่อุปทาน ไปยัง 20 พื้นที่	ดำเนินการติดตาม และแจ้งเตือนธุรกรรมที่ผิดปกติไปยังลูกค้า ส่งเสริมให้หน่วยงานจำนวน 470 พื้นที่ และประยุกต์ใช้ ISO/IEC 27001:2022	สื่อสารถึงความคืบหน้าของข้อร้องเรียนในเรื่องดังกล่าว เช่น ผลความคืบหน้า และการเยียวยาที่เกิดขึ้น เป็นต้น	การสร้างความตระหนัก และการปฏิบัติตามนโยบาย รณรงค์ โครงการทางด้านสิ่งแวดล้อม เช่น Net Zero เป็นต้น
 <p>ผลลัพธ์</p>	สถิติการเกิดอุบัติเหตุร้ายแรงในพนักงานลดลง แต่สถิติการเกิดอุบัติเหตุในกลุ่มผู้รับเหมา ยังไม่เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ	จำนวน Agency ที่ปฏิบัติตาม Ethical Recruitment เพิ่มขึ้น	ตรวจการติดตาม การคุกคามทางไซเบอร์ จำนวนมากขึ้น แต่การตอบสนองยังสามารถควบคุมการโจมตี	สถิติการร้องเรียนในเรื่องดังกล่าวยังไม่เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ	ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึงร้อยละ 9.45 ในปี 2566

การแก้ไขและเยียวยา ปี 2566

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

การละเมิดข้อกำหนด



การเลือกปฏิบัติ
3 กรณี



การล่วงละเมิด
3 กรณี

การลงโทษผู้กระทำผิด



การเลิกจ้าง
1 กรณี



มาตรการทางวินัยอื่น ๆ
5 กรณี

CASE STUDY

Human Rights Impact Assessment (HRIA)

ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์ร่วมมือกับแต่ละกลุ่มธุรกิจ ในการจัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เพื่อประเมินสถานภาพ การบริหารด้านสิทธิมนุษยชน และประเมินผลกระทบทางด้าน สิทธิมนุษยชนทั้งที่เกิดขึ้นจริงและมีโอกาสเกิด (Actual and Potential Impacts) ให้กับกลุ่มธุรกิจเครือฯ ทั้งหมด 81 หน่วยงาน ที่อยู่ประเทศไทยและ 37 หน่วยงานที่อยู่ในต่างประเทศ สำหรับการประเมินหน่วยงานในประเทศไทย มีบริษัททั้งหมดจำนวน 150 บริษัทที่ได้รับการประเมิน ซึ่งเป็นการประเมินในพื้นที่ทั้งหมด เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกของหน่วยงาน จึงทำให้สามารถค้นหา ประเด็นที่เข้าข่ายกระทบกับผู้ทรงสิทธิของคู่ค้าตลอดห่วงโซ่ อุปทาน จากการประเมินครั้งนี้ เครือฯ สามารถจำแนกผู้ที่ได้รับ ผลกระทบเป็นกลุ่ม ๆ ได้ดังนี้ พนักงาน คนงาน ผู้รับเหมา คู่ค้า ชุมชน และลูกค้า ซึ่งทำให้เครือฯ สามารถกำหนดแนวทางการ แก้ไขเพื่อลดผลกระทบและป้องกันการเกิดความเสี่ยงด้านสิทธิ มนุษยชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ตัวอย่างการประเมินผลกระทบต่อสิทธิมนุษยชน

ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน	ผู้ได้รับผลกระทบ				
	พนักงาน	คนงาน ผู้รับเหมา	คู่ค้า	ชุมชน	ลูกค้า
1. แรงงานบังคับ	NA			NA	NA
2. อารมณ์ทางลบและความไม่พอใจ				NA	
3. การเลือกปฏิบัติและการคุกคาม				NA	
4. การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล				NA	
5. สิทธิของแรงงานต่างชาติ	NA			NA	NA

ระดับผลกระทบ: ● สูงมาก ● สูง ● ปานกลาง ● ต่ำ ● ไม่มี

ร้อยละ 100 ของหน่วยงานในประเทศไทยที่ได้รับการประเมินผลกระทบต่อสิทธิมนุษยชนในพื้นที่

Relationship Capital

Human Capital



การปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเท่าเทียม

การสร้างวัฒนธรรมแห่งความเท่าเทียม

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

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

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

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้



[นโยบายความหลากหลาย ความเสมอภาค และการอยู่ร่วมกัน](#)



[นโยบายป้องกันการเลือกปฏิบัติ และการล่วงละเมิด](#)



CASE STUDY

งาน Pride Month

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

จำนวนกิจกรรมมากกว่า **20** ครั้ง



Relationship Capital



Human Capital



การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เป็นสุข

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

นอกจากการดำเนินงานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เครือเจริญโภคภัณฑ์มอบให้แก่พนักงานแล้ว เครือฯ ยังได้มีกระบวนการประเมินผลการดำเนินงานของพนักงานทุกคนเป็นประจำทุกปี ซึ่งการประเมินผลฯ เป็นไปอย่างโปร่งใส และเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถหรือผลการประเมินฯ กับหัวหน้างานเป็นประจำ ซึ่งไม่จำเป็นต้องอยู่ในช่วงการประเมินฯ ประจำปี เพื่อให้พนักงานสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง

CASE STUDY



SMART Office

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

ได้รับการรับรองจาก Great Place to Work® องค์กรระดับโลกที่มุ่งเน้นด้านการวิจัยและสนับสนุนการสร้างวัฒนธรรมการทำงาน

ความผูกพันของพนักงานในปี 2566

อยู่ที่ **ร้อยละ 75**



Relationship Capital



Human Capital



การปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเท่าเทียม



เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อความเท่าเทียมและความหลากหลายของพนักงานทุกคน โดยเปิดโอกาสให้พนักงานทุกเพศ ทุกวัย และทุกระดับชั้นได้แสดงความสามารถในการขับเคลื่อน การดำเนินงานให้สู่เป้าหมายและวิสัยทัศน์ที่ได้ตั้งไว้ และไม่ปิดกั้น โอกาสในการเติบโตของพนักงาน อีกทั้งยังมีการส่งเสริมความรู้

ความสามารถทักษะที่จำเป็นโดยอ้างอิงจากการดำเนินงาน ไม่มี การเลือกปฏิบัติ รวมทั้งเปิดโอกาสและสนับสนุนให้ผู้บริหาร และพนักงานหญิง รวมถึงเพศทางเลือกได้แสดงความสามารถ ด้วยทักษะความสามารถ รวมไปถึงทัศนคติและบริหารคนด้วยความเท่าเทียม

การส่งเสริมความเท่าเทียมในองค์กร



ร้อยละ 44.92

สัดส่วนพนักงานหญิงในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างรายได้



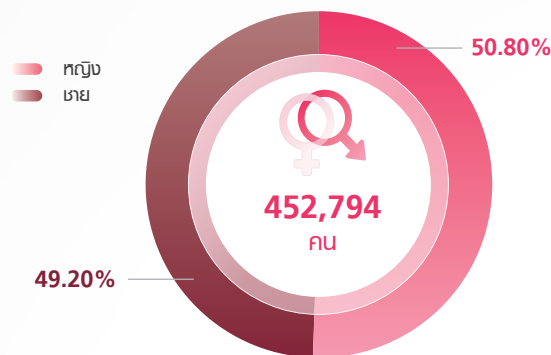
ร้อยละ 42.20

ช่องพนักงานหญิงที่ทำงานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (STEM)

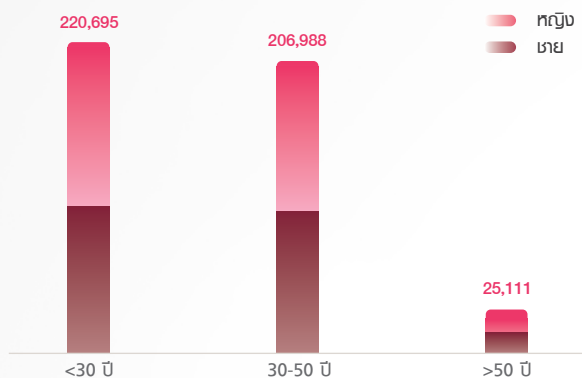
ข้อมูลความหลากหลายของพนักงาน

จำนวนพนักงานทั้งหมด

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



จำนวนพนักงานตามช่วงอายุ



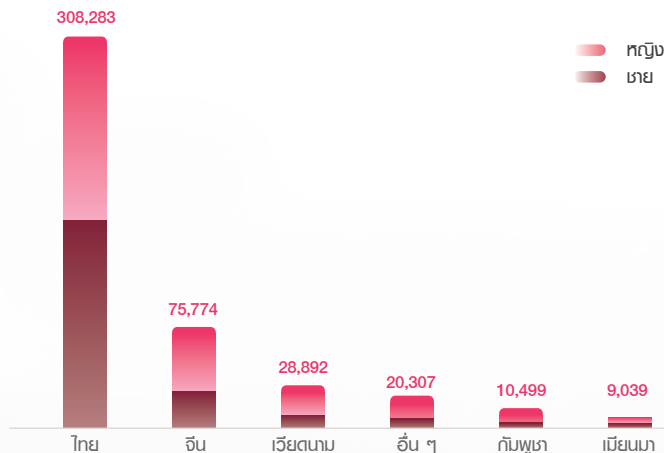
จำนวนพนักงานตามระดับพนักงาน

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

จำนวนพนักงานตามภูมิภาค

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

จำนวนพนักงานตามสัญชาติ





ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในสถานที่ทำงาน

การบริหารจัดการความปลอดภัย และอาชีวอนามัย

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

แห่งการเป็นองค์กรที่อุทิศเหตุเป็นศูนย์ นอกจากนี้ เครือฯ ยังจัดให้มีระบบบริหารจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในการทำงานซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐานสากล ISO 45001 ด้วยการดูแล ส่งเสริม สนับสนุน และยกระดับแนวทางการจัดการเพื่อให้พนักงาน และผู้รับเหมาของเครือฯ รวมไปถึงคู่ค้าของบริษัทได้มี การทำงานอย่างปลอดภัย มีสุขอนามัย และความเป็นอยู่ที่ดี

นอกจากนี้ แนวปฏิบัติด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และ สิ่งแวดล้อมในการทำงานได้รับการทบทวนและแสดงความคิดเห็น จากกลุ่มธุรกิจ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและสร้างความมั่นใจว่า แนวทางการดำเนินงานนั้นมีความเหมาะสม และสามารถนำไป ปฏิบัติใช้ได้จริง



CASE STUDY

กฎพิทักษ์ชีวิต

ในปี 2566 เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดทำสื่อการฝึกอบรมในรูปแบบ วีดิโอการสอนในเรื่องกฎพิทักษ์ชีวิต (Life Saving Rules) เพื่อสร้าง การรับรู้และความเข้าใจให้กับพนักงานทุกระดับ พร้อมทั้งจัดสัมมนา เชิงปฏิบัติในเรื่องกฎพิทักษ์ชีวิตให้กับกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ เพื่อให้ได้เรียนรู้ แนวทางการลดอุบัติเหตุ พร้อมทั้งแลกเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงาน และยกระดับการจัดการให้เทียบเท่าระดับสากล



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



[กฎพิทักษ์ชีวิต](#)



[ระบบการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม](#)



การประเมินความปลอดภัยจากการทำงาน

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

การทำงานในพื้นที่อับอากาศและกฎพิทักษ์ชีวิต หลังจากที่ได้แผนการป้องกันได้ถูกนำไปปฏิบัติใช้แล้ว หน่วยงานที่รับผิดชอบจะเข้าไปทำการประเมินประสิทธิภาพของแผนงานอีกครั้ง

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



CASE STUDY

การตรวจประเมินประสิทธิภาพการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมการทำงาน



ดำเนินการตรวจประเมินประจำปีครอบคลุม ร้อยละ 100 ของพื้นที่

Human Capital

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

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

โดยมีผลการตรวจประเมินประสิทธิผล การจัดการบริหารด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมการทำงาน ร้อยละ 91.11 และผลการรับรู้กฎพิทักษ์ชีวิตร้อยละ 100



ข้อมูลด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานทั้งหมด

1.54 ราย/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน



พนักงาน
1.63

ราย/1,000,000
ชั่วโมงการทำงาน

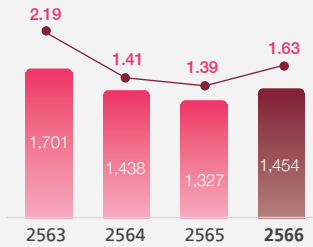


ผู้รับเหมา
1.11

ราย/1,000,000
ชั่วโมงการทำงาน

การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (พนักงาน)

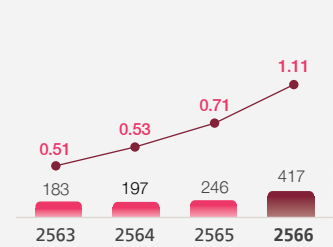
(พนักงาน)



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

การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (ผู้รับเหมา)

(ผู้รับเหมา)



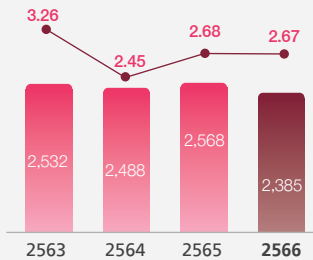
อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานแบ่งตามภูมิภาค

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

หน่วย: ราย/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน

การบาดเจ็บทุกประเภท (พนักงาน)

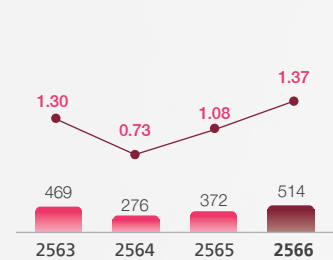
(พนักงาน)



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

การบาดเจ็บทุกประเภท (ผู้รับเหมา)

(ผู้รับเหมา)

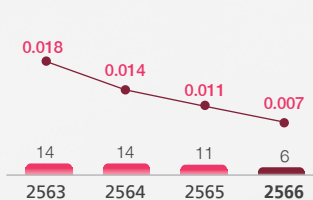


จำนวนผู้เสียชีวิตจากการทำงาน แบ่งตามประเภท ปี 2566

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

การเสียชีวิตจากการทำงาน (พนักงาน)

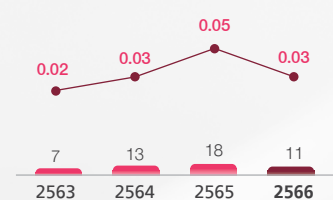
(พนักงาน)



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

การเสียชีวิตจากการทำงาน (ผู้รับเหมา)

(ผู้รับเหมา)



การบริหารจัดการด้านยานยนต์

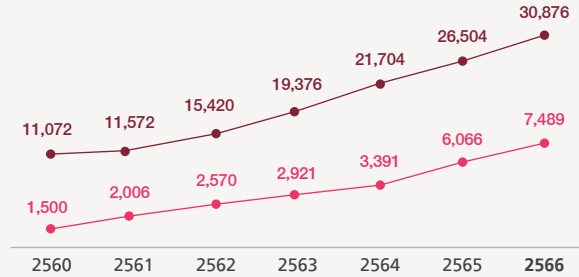
เครือเจริญโภคภัณฑ์กำหนดนโยบายความปลอดภัยทางด้านยานยนต์และการขนส่งเพื่อกำกับดูแลควบคุมการขับขี่และการขนส่งสินค้าเพื่อความปลอดภัยของพนักงาน คู่ค้าและสินค้า รวมทั้งการป้องกันอุบัติเหตุที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบอย่างร้ายแรงต่อสิ่งแวดล้อม สังคม ชีวิตร และทรัพย์สินขององค์กร คู่ค้า และชุมชนเครือฯ จึงมุ่งมั่นพัฒนาส่งเสริมให้ความรู้และสิ่งที่ดีที่สุดเพื่อสร้างบุคลากรและคู่ค้าที่มีคุณภาพมีจิตสำนึกในการขับขี่และการขนส่งสินค้าที่ปลอดภัย ลดอุบัติเหตุบนท้องถนน และเป็นตัวอย่างการเรียนรู้ที่สำคัญให้กับชุมชนและสังคม



พนักงานของเครือฯ และพนักงานขับรถขนส่งของคู่ค้าธุรกิจ

เสียชีวิตรวม 11 ราย
ลดลง 3 รายจากปี 2565

ข้อมูลด้านความปลอดภัยยานยนต์



● พนักงานขับรถขนส่งที่ผ่านการอบรมและได้รับใบขับขี่จากเครือฯ (คน)

● จำนวนคู่ค้าธุรกิจที่ผ่านการอบรมการขับขี่ปลอดภัยจากเครือฯ (คน)

CASE STUDY

การขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เพื่อเป็นการลดผลกระทบต่อสภาพภูมิอากาศจากภาคการขนส่ง เครือเจริญโภคภัณฑ์สนับสนุนการใช้ยานยนต์ไฟฟ้า และมีคณะทำงานจากแต่ละกลุ่มธุรกิจร่วมกันพิจารณามาตรการความปลอดภัยสำหรับสถานที่จอดยานยนต์ไฟฟ้า สถานีชาร์จไฟฟ้า และแผนรองรับกรณีฉุกเฉิน เพื่อให้เกิดความปลอดภัยแก่พนักงาน ลูกค้า และคู่ค้าทางธุรกิจ

จำนวนยานยนต์ไฟฟ้าในการขนส่งของเครือฯ และคู่ค้าธุรกิจกว่า 1,766 คัน

Relationship Capital

จำนวนก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการใช้ยานยนต์ไฟฟ้าของเครือฯ และคู่ค้าธุรกิจ 2,531 ตันคาร์บอนไดออกไซด์ต่อปี

Natural Capital





บทนำ

การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน

HEART Living Right

HEALTH Living Well

HOME Living Together

ภาพผนวก



CONNEXTE CO

การประชุมแนวทางความร่วมมือ 3 ภาคส่วน

มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา

การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ Education and Inequality Reduction

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

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



- 4.1 ส่งเสริมให้เด็กทุกเพศเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ
- 4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็นต่อการจ้างงาน
- 4.7 ส่งเสริมการศึกษาสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน
- 4.a ยกระดับสถานศึกษาให้เหมาะสมต่อเด็ก ผู้พิการ และเพศภาวะ
- 4.b เพิ่มจำนวนทุนการศึกษา
- 4.c เพิ่มจำนวนครูที่มีคุณภาพ



- 5.5 มอบโอกาสที่เท่าเทียมในการเป็นผู้นำในทุกระดับของการตัดสินใจ



- 10.1 ส่งเสริมการเติบโตของรายได้ของกลุ่มประชากร



- 8.6 ลดสัดส่วนของเยาวชนที่ไม่ทำงาน ไม่ได้รับการศึกษา และการฝึกอบรม



- 17.6 เพิ่มพูนความร่วมมือระหว่างประเทศในการเข้าถึงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และนวัตกรรม

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[Sustainable Development Goals Report 2023](#)

[Sustainability Performance Report 2023](#)



CONFERENCE 2023

ในการสนับสนุนการศึกษาไทย ประจำปี 2566
การศึกษา คอมเน็กซ์อีดี



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

48,361,902 คน

จำนวนเด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ที่ได้รับการสนับสนุนโอกาสเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ และการพัฒนาทักษะที่จำเป็น (สะสม)

142,577 คน

จำนวนนักเรียนและนักศึกษาที่ได้รับการฝึกงาน (สะสม)

193,029 คน

จำนวนผู้ได้รับทุนการศึกษา (สะสม)
ซึ่งเพิ่มจากปี 2565 จำนวน 51,950 ทุน

เป้าหมายและความคืบหน้า

50 ล้านคนที่ได้รับการสนับสนุนโอกาสในการเข้าถึงการศึกษา
ที่มีคุณภาพ ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต หรือการเสริมทักษะ



แผนการดำเนินงานในอนาคต



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



มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี

ความร่วมมือในการยกระดับคุณภาพการศึกษา

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

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



CASE STUDY



พลิกโฉมการศึกษา รับมือความท้าทายในยุคดิจิทัล

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

สร้างผู้นำ ICT Talent กว่า 2,000 คน



Intellectual Capital



Human Capital

นักเรียนที่เข้าถึงการเรียนรู้ และข้อมูลสารสนเทศ 1.6 ล้านคน



Intellectual Capital



Human Capital



เทคโนโลยีอะไรก็ตามที่ทำให้ห้องความรู้เข้าถึงเด็ก ๆ เราขอเป็นผู้บุกเบิก (First Mover) เพื่อให้เด็กไทยทั่วประเทศเข้าถึงการศึกษาและเนื้อหาการเรียนการสอนที่มีคุณภาพทุกที่ทุกเวลา

ดร. เนตรชนก วิภาตะศิลปิน
 หัวหน้าสายงานกลยุทธ์องค์กรและด้านการศึกษา
 บริษัท ทวี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

**ผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์และยกระดับคุณภาพ
 การจัดการศึกษาปี 2566 (ส-สม)**



Transparency

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



Market Mechanisms

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



Hight-quality Principals & Teachers

อบรมครู และผู้บริหารโรงเรียนกว่า **60,000 คน**



Child Centric & Curriculum

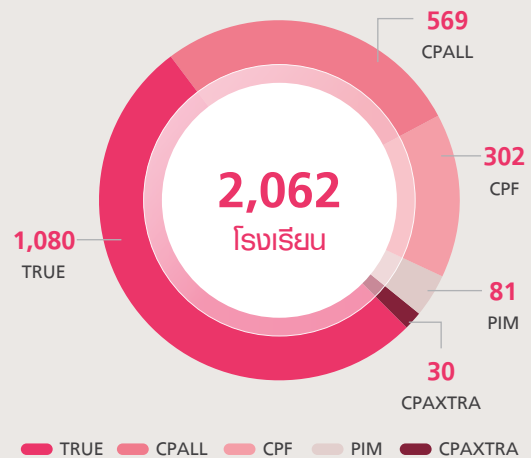
จัดตั้ง Learning Center **27 แห่ง**



Digital Infrastructures

3,351 โรงเรียน ติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
4,188 เครื่อง คอมพิวเตอร์จากที่บ้านเช่น-
 อีเลฟว่น (ส-สม)

**จำนวนโรงเรียนที่บริษัทในเครือฯ ให้การสนับสนุน
 โครงการสานอนาคตการศึกษาคอนเน็กซ์อีดี**





สังคมแห่งภูมิปัญญาที่ยั่งยืน

Sustainable Intelligence Transformation Model (SI Transformation Model)

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

ปัจจุบันและในหลายทศวรรษข้างหน้า โลกของเรากำลังเผชิญความท้าทายหลายด้าน อาทิ ปัญหาความเหลื่อมล้ำ การเปลี่ยนแปลงผันผวนอันเกิดจากเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ

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

Sustainable Intelligence Transformation Model



ฐานที่ 1
TRANSPARENCY



ฐานที่ 2
MARKET MECHANISM



ฐานที่ 3
LEADERSHIP & TALENTS



ฐานที่ 4
CHILD CENTRIC & EMPOWERMENT



ฐานที่ 5
TECHNOLOGY



ระดับที่ 1: การปฏิรูปการศึกษา

ความโปร่งใส

กลไกตลาด และวัฒนธรรมมีส่วนร่วม

ผู้นำและบุคลากร

เด็กเป็นศูนย์กลาง เสริมสร้างคุณธรรม และความมั่นใจ

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและ Digital Transformation



ระดับที่ 2: การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

กำหนดมาตรฐานและดัชนีที่จำเป็นสำหรับการมุ่งสู่ความเป็นดิจิทัลของไทย

สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน

สร้างบุคลากรด้านดิจิทัล

พัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

ศูนย์กลางนวัตกรรมระดับภูมิภาคและระดับโลก

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

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

แนวทางในการขับเคลื่อนการศึกษาที่เครือข่ายสนับสนุนผ่านโครงการและความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน

วิทยาการคอมพิวเตอร์
เป็นวิชาบังคับ

มี Incentive Content
ในช่วง Prime Time

นักเรียนทุกคน
มีคอมพิวเตอร์

3 ล้านคน
เป็นผู้มีทักษะดิจิทัลขั้นสูง
ภายในปี 2571

ทุกโรงเรียนมีศูนย์การเรียนรู้
ภายในปี 2568

20,000 Startups
ภายในปี 2570

➤ อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมและโครงการที่เกี่ยวข้องได้ใน [การศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำ](#)





การส่งเสริมการศึกษา

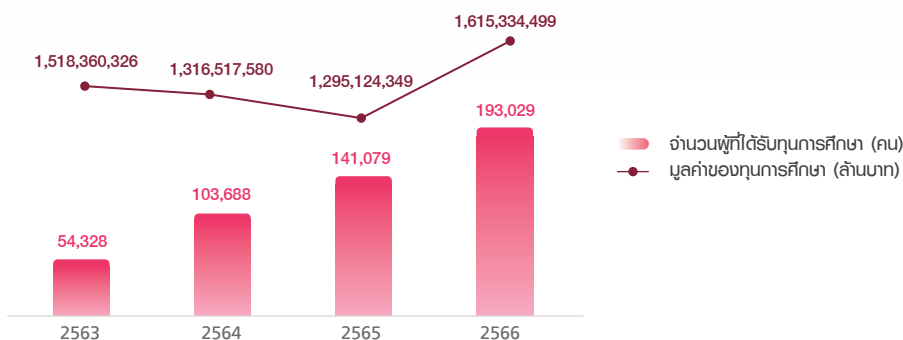
การส่งเสริมการศึกษาของเครือเจริญโภคภัณฑ์



ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาในประเทศไทยเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นมาอย่างยาวนาน ซึ่งเป็นผลมาจากความเหลื่อมล้ำในด้านต่าง ๆ เช่น คุณภาพของโรงเรียนที่แตกต่างกัน การศึกษาไม่ทั่วถึงในพื้นที่ห่างไกล การขาดแคลนทุนการศึกษา เครือเจริญโภคภัณฑ์ร่วมสนับสนุนเพื่อส่งเสริมการศึกษาทั้งในและต่างประเทศ โดยใช้

ศักยภาพที่เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาเป็นแรงขับเคลื่อน เพิ่มโอกาสให้เด็กและเยาวชนสามารถเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ที่มีประโยชน์ และใช้งานอย่างถูกต้องปลอดภัย ผ่านโครงการต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อร่วมสร้างสังคมแห่งภูมิปัญญาที่ยั่งยืน

จำนวนผู้ได้รับทุนการศึกษาและมูลค่าของทุนการศึกษา



Work-based Education Model มากกว่า การศึกษา คือ “ประสบการณ์” ทำงานจริง

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



ขับเคลื่อนการศึกษา อินเทอร์เน็ตคือศูนย์กลางความรู้

“Learning Center” มีบทบาทสำคัญในการสร้างระบบนิเวศและเสริมกระบวนการเรียนรู้ให้ผู้เรียนได้เพิ่มพูนประสบการณ์และสนุกไปกับการเรียนการสอนที่让孩子เป็นศูนย์กลาง ขยายผลจนเมืององค์กรเอกชน และภาครัฐ ร่วมสนับสนุน ปัจจุบันมีศูนย์ Learning Center 27 แห่ง

True Digital Academy

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





การส่งเสริมโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต

การฝึกฝนด้านเทคนิคและทักษะวิชาชีพ Lifelong Learning

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



เสริม Skill เกษตรดิจิทัล สร้าง “นักจัดการเกษตรนวัตกรรม”

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



CASE STUDY

เสียงสะท้อนของการเรียนรู้จาก Learning Center

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

จำนวนเด็กและเยาวชนที่มีส่วนร่วม **5,700 คน**



Human Capital



Relationship Capital



ให้โอกาสการเรียนรู้แก่พนักงาน

ความร่วมมือกันระหว่างบริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน) และสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ต่อยอดการศึกษาให้กับพนักงานได้เรียนฟรีในหลักสูตรการจัดการธุรกิจร้านอาหาร 2 ปี ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้ความรู้กับงานที่ทำอยู่ได้ และหลังจากเรียนจบยังมีโอกาสเติบโตที่ซีพี แอ็กซ์ตรา ได้มากขึ้นจากวุฒิการศึกษาที่เพิ่มขึ้น



CP Future Campus

มหาวิทยาลัยเครือข่ายวิทยุโทรทัศน์ แบ่งปันความรู้สู่ภาคสังคม ภาคการศึกษาและภาคธุรกิจผ่านผู้มีประสบการณ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงนักวิชาการที่มีชื่อเสียงระดับโลกมารวมอยู่ใน CP Future Campus เพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงการศึกษาอย่างเท่าเทียม และเรียนรู้สิ่งใหม่ ตามความสนใจที่แตกต่างกันได้ในทุกที่ ทุกเวลา

สร้างโอกาสทางอาชีพแก่กลุ่มเปราะบาง

จัดอบรมเตรียมความพร้อมให้กับตัวแทนนักเรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน ตั้งแต่กระบวนการคัดสรรวัสดุดิบ การขงเครื่องตีพิมพ์ ได้มาตรฐาน การจัดทำบัญชี การขาย การบริการ ปรับปรุงต่อเติมอาคารที่อยู่ริมรั้วของโรงเรียนจนเกิดเป็นร้านกาแฟสร้างอาชีพ เป็นแหล่งพัฒนาการเรียนรู้ทั้งทฤษฎีและปฏิบัติ ให้นักเรียนเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณค่า สร้างอาชีพ สร้างงาน สร้างเงิน สร้างเศรษฐกิจระดับฐานรากให้กับชุมชน สังคม





การพัฒนาผู้นำ และทรัพยากรบุคคล

Leadership and Human Capital Development

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

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



- 4.3 สร้างหลักประกันให้ชายและหญิงทุกคนเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ
- 4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็นต่อการจ้างงาน
- 4.5 ขจัดความเหลื่อมล้ำทางเพศด้านการศึกษา และส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาอย่างเท่าเทียม



- 8.5 สนับสนุนการจ้างงานเต็มที่และมีคุณภาพสำหรับหญิง ชาย และผู้มีภาวะทุพพลภาพ

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[Sustainable Development Goals Report 2023](#)

[Sustainability Performance Report 2023](#)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

28.07 ชั่วโมง/คน/ปี

เฉลี่ยชั่วโมงการฝึกอบรมในปี 2566
เพิ่มขึ้นร้อยละ 32.22 จากปี 2565

100%

สัดส่วนพนักงานที่ได้รับ
การประเมินผลการดำเนินงานประจำปี

44,951 คน

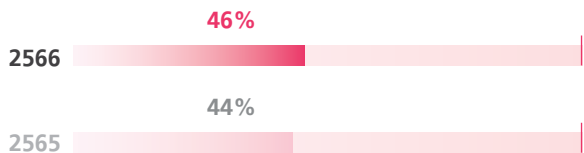
จำนวนพนักงานที่มีความรู้ด้าน Science, Technology,
Engineering, and Mathematics หรือ STEM

เป้าหมายและความคืบหน้า

พนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรมด้านความยั่งยืน เป็นประจำทุกปี



พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือโครงการด้านความยั่งยืน เป็นประจำทุกปี



แผนการดำเนินงานในอนาคต



ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อร่วมกันพัฒนา
ผู้นำรุ่นใหม่



พัฒนาศูนย์การเรียนรู้ (Learning Center) ตาม 17 เป้าหมายของ
UN Sustainable Development Goals (SDGs)



การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล

ยุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรบุคคลของเครือฯ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มียุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรบุคคล เป็นกรอบในการบริหารบุคลากรภายใต้การดำเนินการของเครือฯ ที่มีพนักงานกว่า 4 แสนคนที่มีความแตกต่างและหลากหลาย ด้วยจำนวนบุคลากรที่มีเป็นจำนวนมาก และกระจายอยู่ทั่วโลก การมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาศักยภาพบุคลากรของเครือฯ ให้เป็น คนดี คนเก่ง เพื่อร่วมสร้างองค์กรที่ยั่งยืนจึงเป็นเรื่องสำคัญในยุค แห่งการเปลี่ยนแปลง เครือฯ มีการกำหนดกลยุทธ์ด้านทรัพยากร บุคคลของเครือฯ โดยเน้นไปที่การสร้างองค์กรแห่งอนาคต

โดยสามารถผสมผสานการทำงานของคนและเครื่องจักร หรือ เทคโนโลยีได้อย่างกลมกลืน การดึงดูดและสรรหาคณะคนเก่ง ทั่วโลก เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการร่วมขับเคลื่อนเครือฯ ให้เติบโต อย่างยั่งยืน การสร้างผู้นำรุ่นใหม่ผ่านการเรียนรู้จริง โดยมีสถาบัน ผู้นำเครือฯ เป็นศูนย์กลาง และเสริมสร้างวัฒนธรรมการรักเครือฯ โดยหล่อหลอมให้คนซีพีใช้ค่านิยม 6 ประการในการดำเนินการและ มีความภูมิใจที่ได้เป็นพนักงานของเครือฯ



การดึงดูดและสรรหาคณะคนเก่งทั่วโลก

- คัดเลือกคนดีและคนเก่งเพื่อขับเคลื่อนกลยุทธ์ และสร้างความยั่งยืนให้แก่องค์กร
- รักษาบุคลากรที่มีศักยภาพให้อยู่กับองค์กรในระยะยาว โดยให้ทำงานที่ท้าทาย และให้อำนาจในการตัดสินใจ โดยมีผู้ใหญ่ชี้แนะ แต่ไม่ชี้นำ



การสร้างผู้นำและพัฒนากักขะแห่งอนาคต

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



สร้างองค์กรในรูปแบบสตาร์ทอัพและโมดูลาร์

- เป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง
- ส่งเสริมให้มีการทำงานข้ามสายงานภายในเครือฯ เพื่อการพัฒนาบุคลากรรอบด้าน



เสริมสร้างวัฒนธรรมการรักเครือฯ

- ปลุกฝังค่านิยม 6 ประการ
- เน้นการสร้างแรงบันดาลใจ สร้างความรัก ความผูกพัน และความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งของเครือฯ

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติ

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

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

CASE STUDY

สร้างการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่การเป็นองค์กรไบโอเนติก (Bionic Organization)

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

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

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

ผลตอบแทนการลงทุนการพัฒนาบุคลากร

Human Capital Return on Investment (HCROI)

 **14.02** เท่า

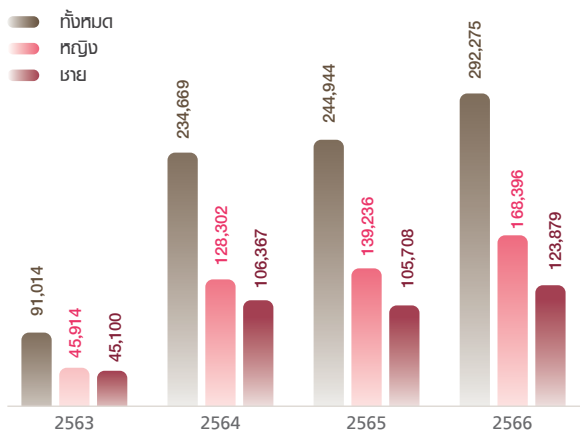


การสรรหาและดึงดูดคนเก่งทั่วโลก

การสรรหาบุคลากรสำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์

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

จำนวนการจ้างพนักงานใหม่



CASE STUDY

กิจกรรม “Lotus Cup” คันทาและพัฒนาศักยภาพนักศึกษาในประเทศจีน มุ่งส่งเสริมประสบการณ์การเป็นผู้ประกอบการเพื่อสร้างรากฐานในการพัฒนาอาชีพในอนาคต

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



จำนวนนักศึกษาเข้าร่วมกว่า 200 คน

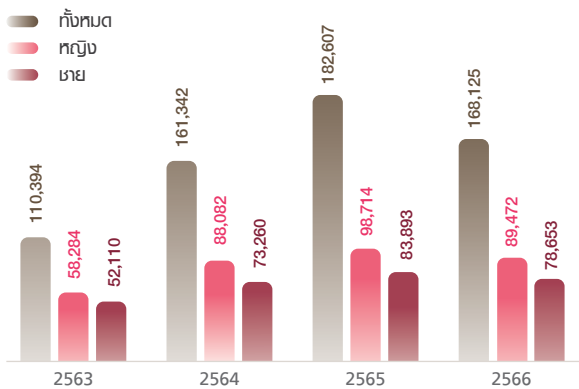
Relationship Capital

Human Capital

การรักษาไว้ซึ่งพนักงานที่ดี และเก่ง

ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี การคำนึงถึงทัศนคติ การใช้ชีวิตและการทำงานของคนรุ่นใหม่ และการรักษาไว้ซึ่งพนักงานที่มีคุณค่าจึงเป็นเรื่องสำคัญ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการปรับปรุงโครงสร้างชั้นงานรูปแบบใหม่ ปรับขอบเขตงานที่ทับซ้อน ลดขั้นตอนการทำงาน ส่งเสริมการให้อำนาจผู้นำรุ่นใหม่ ได้ตัดสินใจ รวมทั้งมีการพัฒนาความรู้ ความสามารถ และทักษะที่จำเป็นของแต่ละบุคคล การกำหนดเป้าหมายและการประเมินผลรายบุคคลโดยเป็นการวัดผลที่โปร่งใส ให้ผลตอบแทนเหมาะสมกับผลงาน อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนมีสิทธิที่เท่าเทียมกัน ในการเติบโตในสายอาชีพที่พนักงานสนใจ เครือฯ ยังจัดให้มีสวัสดิการต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานของเราสามารถใช้ชีวิตในการทำงานได้อย่างสบายใจและมีคุณภาพ รวมทั้งมีการประเมินค่าจ้างค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับค่าครองชีพอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้ทำการประเมินความผูกพันของพนักงานเป็นประจำทุกปี เพื่อนำผลมาปรับปรุงระบบการบริหารจัดการบุคลากรของเครือฯ ต่อไป

จำนวนการลาออกของพนักงาน



จากความมุ่งมั่นของเครือเจริญโภคภัณฑ์ด้านการรักษาไว้ซึ่งพนักงานที่ดี และเก่ง ส่งผลให้จำนวนการลาออกของพนักงานนั้น ลดลงร้อยละ 7.93

CASE STUDY

ประเมินค่าจ้างค่าตอบแทนที่ตอบสนองต่อค่าครองชีพอย่างเหมาะสม

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



ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมดได้รับค่าจ้างค่าตอบแทนที่ตอบสนองต่อค่าครองชีพอย่างเหมาะสม

- Financial Capital
- Human Capital

CASE STUDY

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





การสร้างผู้นำและพัฒนาทักษะแห่งอนาคต โดยสถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์

การพัฒนาศักยภาพของพนักงาน



เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้นการสร้างผู้นำรุ่นใหม่และธุรกิจให้เติบโตไปพร้อมกันแบบก้าวกระโดด เครือฯ จึงได้มีการพัฒนาหลักสูตรการพัฒนาผู้นำที่มีศักยภาพ ผ่านสถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ วางแผนพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่อย่างเป็นระบบ ให้มีความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่สอดคล้องกับค่านิยมและยุทธศาสตร์ของเครือฯ เรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง โดยการดำเนินโครงการยุทธศาสตร์และรับคำปรึกษาจากผู้บริหารระดับสูง และคณะที่ปรึกษาของเครือฯ โดยเน้นให้ผู้เข้าอบรมได้รับการปฏิบัติงานจริง ผู้เข้าอบรมจะเกิดทักษะในหลากหลายมิติ พร้อมทั้งเรียนรู้อย่างรอบด้านจากประสบการณ์ของผู้บริหารระดับสูง วิทยากรผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์แขนงต่าง ๆ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากผู้เข้าอบรมด้วยกัน เพื่อพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ สูการเป็นผู้นำทางธุรกิจอย่างมืออาชีพ และผนึกกำลังเพื่อสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจเครือฯ ทั้งในและต่างประเทศ รวบรวม พัฒนา และนำเสนอองค์ความรู้ที่เกิดขึ้น เพื่อส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น โดยหลักสูตรสามารถแบ่งออกได้ดังนี้



โครงการเชิงกลยุทธ์ มุ่งเน้นการยกระดับและพัฒนาเครือฯ (เก้าแก้วใหญ่)

เน้นการยกระดับและพัฒนาเครือฯ ทำโครงการเชิงยุทธศาสตร์เพื่อขยายผล



โครงการพัฒนาผู้นำระดับปฏิบัติการ เน้นการปฏิรูปกระบวนการ (เก้าแก้วกลาง)

เน้นการปฏิรูปตลอดห่วงโซ่อุปทานและการผนึกกำลัง



โครงการพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ เน้นการพัฒนาธุรกิจ (เก้าแก้วเล็ก)

เน้นการพัฒนาธุรกิจและบริหารทีมผ่านการเป็นสปอนเซอร์



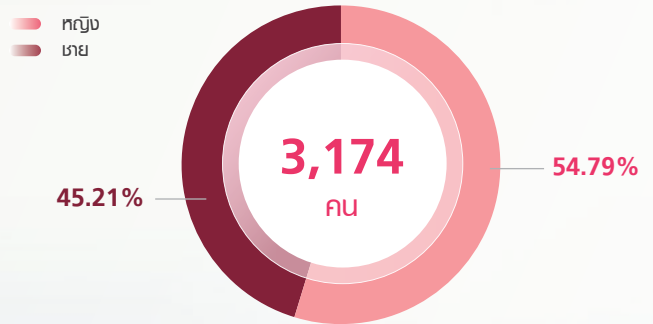
โครงการสำหรับพนักงานรุ่นใหม่ (เก้าแก้วน้อย)

ผู้นำรุ่นใหม่ มุ่งสร้างผู้นำที่ครบเครื่อง (เก้าแก้ว)

โครงการพัฒนาผู้นำ (โครงการเก้าแก้ว) ผลักดันให้ธุรกิจเติบโตแบบก้าวกระโดด

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

จำนวนผู้บริหารและพนักงานที่เข้าร่วม โครงการพัฒนาผู้นำ ประจำปี 2566




CASE STUDY

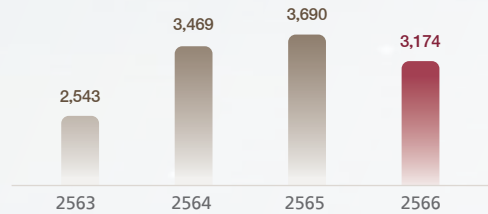
ระบบพลัสเซลล์ปัญญาประดิษฐ์

ผู้นำในโครงการเก้าแก้วกลาง (LDP 7 เดลิเวอรี่) เป็นการพัฒนานำระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาประมวลผลจากประวัติการค้นหาการสั่งซื้อ ควบคู่กับสินค้าขายดีและสินค้าโปรโมชัน มาแสดงผลแบบรายบุคคล (Personalized) เพื่อส่งเสริมการขายให้ลูกค้าเลือกหยิบเพิ่มได้ทันที

ลูกค้ากดสินค้าลงตะกร้า
เพิ่มขึ้นร้อยละ 27

สั่งซื้อสำเร็จร้อยละ 16.7

 Financial Capital



ประเภทโครงการ	ผู้บริหาร (คน)	พนักงาน (คน)	รวม (คน)
เก้าแก้วน้อย	782	724	1,506
เก้าแก้วเล็ก	909	683	1,592
เก้าแก้วกลาง	23	17	40
เก้าแก้วใหญ่	25	11	36
รวม	1,739	1,435	3,174



สถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ มุ่งมั่นส่งเสริมให้พนักงานได้รับความรู้และทักษะที่มีคุณภาพอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง เน้นการเรียนรู้ผ่านการทำจริง ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต และส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการยอมรับความแตกต่าง การปฏิบัติต่อกันอย่างเท่าเทียม

คุณพิมพ์ลรัตน์ ธิพัฒน์นาวิจิตรกุล

ผู้อำนวยการ สถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ และประธานผู้บริหารทรัพยากรบุคคล เครือเจริญโภคภัณฑ์



การส่งเสริมความรู้ความสามารถของพนักงาน

การส่งเสริมความรู้ความสามารถของพนักงานทุกระดับ

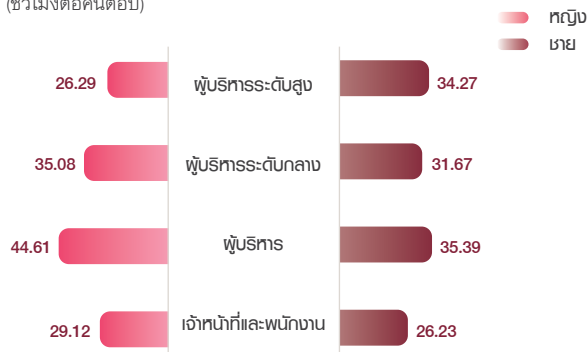


ในปัจจุบัน ดิจิทัลและเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตของธุรกิจ ซึ่งเครือเจริญโภคภัณฑ์ก็มีความมุ่งมั่นที่จะก้าวสู่การเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง ผ่านการนำเครื่องจักรเทคโนโลยีมาประยุกต์ในการทำงานร่วมกับซอฟต์แวร์ที่พัฒนาขึ้น อย่างไรก็ตาม ด้วยจำนวนพนักงานของเครือฯ ที่มีมากกว่า 4 แสนคนทั่วโลก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพนักงานที่อยู่ในระดับแรงงาน การพัฒนาทักษะของพนักงานทุกคนให้สอดคล้องกับการเติบโตขององค์กร และสามารถนำดิจิทัลและเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประสิทธิผลนั้นเป็นความท้าทายสำคัญของเครือฯ

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

จำนวนชั่วโมงการอบรมสำหรับพนักงาน

(ชั่วโมงต่อคนต่อปี)





CASE STUDY

ต่อยอดความสำเร็จด้วยระบบ

Knowledge Management: KM

เครือเจริญโภคภัณฑ์โดยสถาบันผู้นำ เครือฯ ได้มีการต่อยอดความสำเร็จโดยการพัฒนาองค์ความรู้ที่เกิดจากการสั่งสมจากการปฏิบัติงานจริงทั้งข้อสังเกต ความท้าทายและผลสำเร็จที่เกิดขึ้นเพื่อเป็นฐานข้อมูล จัดทำเป็นระบบการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) เพื่อให้พนักงานที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ได้อย่างรวดเร็ว ทันที ทุกที่ ทุกเวลา และหลากหลายช่องทาง



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

142,000 องค์ความรู้ (Knowledge on Demand) เข้าถึงง่ายตามต้องการ



Intellectual Capital



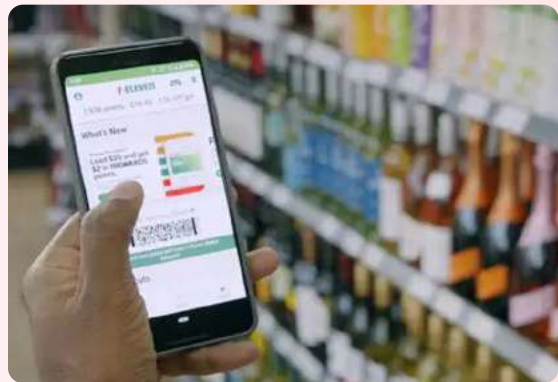
Human Capital



CASE STUDY

การพัฒนาบุคลากรให้พร้อมเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลแพลตฟอร์ม

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



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



หลักสูตร “การปรับปรุงกระบวนการทำงานด้วย Power App & Power Automate” เพื่อเพิ่มทักษะการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี



หลักสูตร “Advanced Digital Marketing Program” เพื่อเสริมทักษะ Digital Marketing สร้างการตลาดแบบดิจิทัลที่น่าสนใจ

โครงการปรับปรุงกระบวนการทำงานด้วย 96 โครงการ จากพนักงาน 1,160 ราย ที่ร่วมอบรม



Human Capital



ระบบการประเมินผลปฏิบัติงาน และความก้าวหน้าในสายงานอาชีพ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการประเมินผลการทำงานของพนักงานในหลากหลายรูปแบบ เพื่อให้การประเมินผลฯ มีความเหมาะสมกับลักษณะการปฏิบัติงานและสะท้อนผลการปฏิบัติได้อย่างครบถ้วน อาทิ การประเมินตามเป้าหมายในการทำงาน (Management by Objectives) การประเมินผลการปฏิบัติงานหลายมิติ (Multidimensional Performance Appraisal) ประเมินผลแบบทีม (Team-based Appraisal) และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นแบบอจีล์ (Agile Conversations) ซึ่งการประเมินผลฯ ที่เครือฯ จะเป็นไปอย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ และไม่มีการแบ่งแยก กระบวนการประเมินผลจะเริ่มต้นตั้งแต่การกำหนดเป้าหมาย ติดตาม และทบทวนผลการปฏิบัติงานประจำปี

ร่วมกับผู้บังคับบัญชาอย่างใกล้ชิด นอกเหนือจากการประเมินผลฯ แล้ว เครือฯ ยังส่งเสริมให้เกิดการสร้างบรรยากาศในการให้คำแนะนำ (Feedback) ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา เพื่อให้พนักงานตระหนักถึงจุดแข็งและจุดอ่อนที่มี และจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพของพนักงานได้อย่างต่อเนื่อง

ผลของการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานไม่เพียงใช้ในการพิจารณาค่าตอบแทน แต่ก็นำมาประกอบใช้ในการพัฒนาความรู้ ความสามารถ และทักษะของพนักงานให้สามารถเติบโตในสายงานอาชีพที่สนใจ



ร้อยละ: 100

ของพนักงานที่ได้รับผลประเมินผล
และพัฒนาศักยภาพและความก้าวหน้าในอาชีพ



ร้อยละ: 24.64

ของพนักงานที่เลื่อนตำแหน่งภายในองค์กร

เสริมสร้างวัฒนธรรมการรักเครือฯ

การสร้างวัฒนธรรมเครือฯ ที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง ส่งเสริม และสนับสนุนให้พนักงานเป็นคนดี คนเก่ง มีคุณธรรม มีความรักและความภาคภูมิใจในองค์กร โดยขับเคลื่อนผ่านการปลูกฝังค่านิยม 6 ประการของเครือฯ อย่างเข้มแข็งและต่อเนื่อง

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดแนวทางการสร้างวัฒนธรรมองค์กร ความรักเครือฯ ให้แก่พนักงานทุกระดับตั้งแต่วันแรกในการเป็นพนักงานของเครือฯ ยึดหลักในการสร้างวัฒนธรรมองค์กร ตามกรอบการสร้างวัฒนธรรมองค์กร 3P ได้แก่



Process ขั้นตอนเป็นระบบ มีขั้นตอนการสื่อสารที่เป็นระบบ สามารถถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ และวิถีชีวิตน้องค์กรไปสู่พนักงานทุกระดับ



People ประกอบด้วยกลุ่ม CP Ambassador โดยคัดเลือกตัวแทนจากทุกกลุ่มธุรกิจ เพื่อขับเคลื่อนกิจกรรมต่าง ๆ



Platform แพลตฟอร์มเพื่อการสื่อสารทั้ง 2 ทาง และระบบการเรียนรู้ที่จะช่วยเรื่องการสื่อสาร สร้างองค์ความรู้ รับผิดชอบต่อสังคมที่เห็นจากพนักงานในรูปแบบแพลตฟอร์มที่มีประสิทธิภาพ

การสำรวจ CP Love Index

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



Superfan Index

ร้อยละ **38.6**

ช่องทางการสื่อสารภายในของพนักงาน

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



ความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูล

Cybersecurity & Data Protection

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

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



9.C เพิ่มการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และมุ่งจัดให้มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตโดยถ้วนหน้า



17.6 เพิ่มทุนการเข้าถึงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรม
17.8 เพิ่มทุนการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนที่สำคัญ

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

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



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

100%

โครงสร้างพื้นฐานด้านไอที
ได้รับการรับรองโดยมาตรฐานด้านไอทีระดับสากล

100%

ของกลุ่มธุรกิจมีการประเมินตนเองตามแนวทาง NIST

166,979 คน

จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรมหัวข้อความปลอดภัย
ของข้อมูลส่วนบุคคล

เป้าหมายและความคืบหน้า

ทุกกลุ่มธุรกิจได้รับการรับรองมาตรฐานสากลด้านการจัดการ
ความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและสารสนเทศ



แผนการดำเนินงานในอนาคต



ปรับปรุงนโยบายและแนวทางปฏิบัติให้ครอบคลุมความเสี่ยงที่อาจ
เกิดขึ้นใหม่ และมีความทันสมัยมากขึ้น



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



ยกระดับโปรแกรมความปลอดภัยสำหรับคำสั่งในการเขียนโปรแกรม
(Source Code) และชุดคำสั่งต่าง ๆ (Library)



การรักษาความมั่นคงและความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูล

การบริหารจัดการความมั่นคงและความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูล

การนำเทคโนโลยีและระบบดิจิทัลมาใช้ภายในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความรวดเร็วของการดำเนินงานนั้นมีความแพร่หลายมากขึ้น ซึ่งการนำเทคโนโลยีและระบบดิจิทัลมาใช้ไม่เพียงแต่ส่งผลประโยชน์ให้แก่องค์กรและผู้มีส่วนได้เสีย แต่ยังทำให้องค์กรต้องเผชิญกับความเสี่ยด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งความเสี่ยงจากการถูกโจมตีทางไซเบอร์อาจนำมาซึ่งผลกระทบต่อองค์กร ลูกค้า หรือพันธมิตรทางธุรกิจ ความสูญเสียทางการเงิน การสูญเสียชื่อเสียง และกระทบต่อความเชื่อมั่นของลูกค้า ด้วยเหตุนี้ เพื่อเป็นการรักษาความลับของข้อมูล

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

การจัดการความเสี่ยงทางไซเบอร์ของเครือฯ



Risk Management Program (RMP)

พัฒนาและปรับใช้กลยุทธ์การจัดการความเสี่ยง



Risk Framing

กำกับดูแล RMP พร้อมทั้งระบบสมมติฐาน ข้อจำกัด



Impact-Level Prioritization

จัดหมวดหมู่ของระบบและข้อมูลตามความสำคัญ



Risk Identification

ดำเนินงานตาม RMP เพื่อระบุความเสี่ยง



Risk Assessment

ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยฯ ของเครือข่าย



Risk Monitoring

พัฒนากลยุทธ์การติดตามความเสี่ยงสำหรับองค์กร



Supply Chain Risk Management Program

พัฒนาแผนการจัดการความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน



Business Impact Analysis (BIA)

ดำเนินการวิเคราะห์ผลกระทบทางธุรกิจบนระบบแอปพลิเคชัน



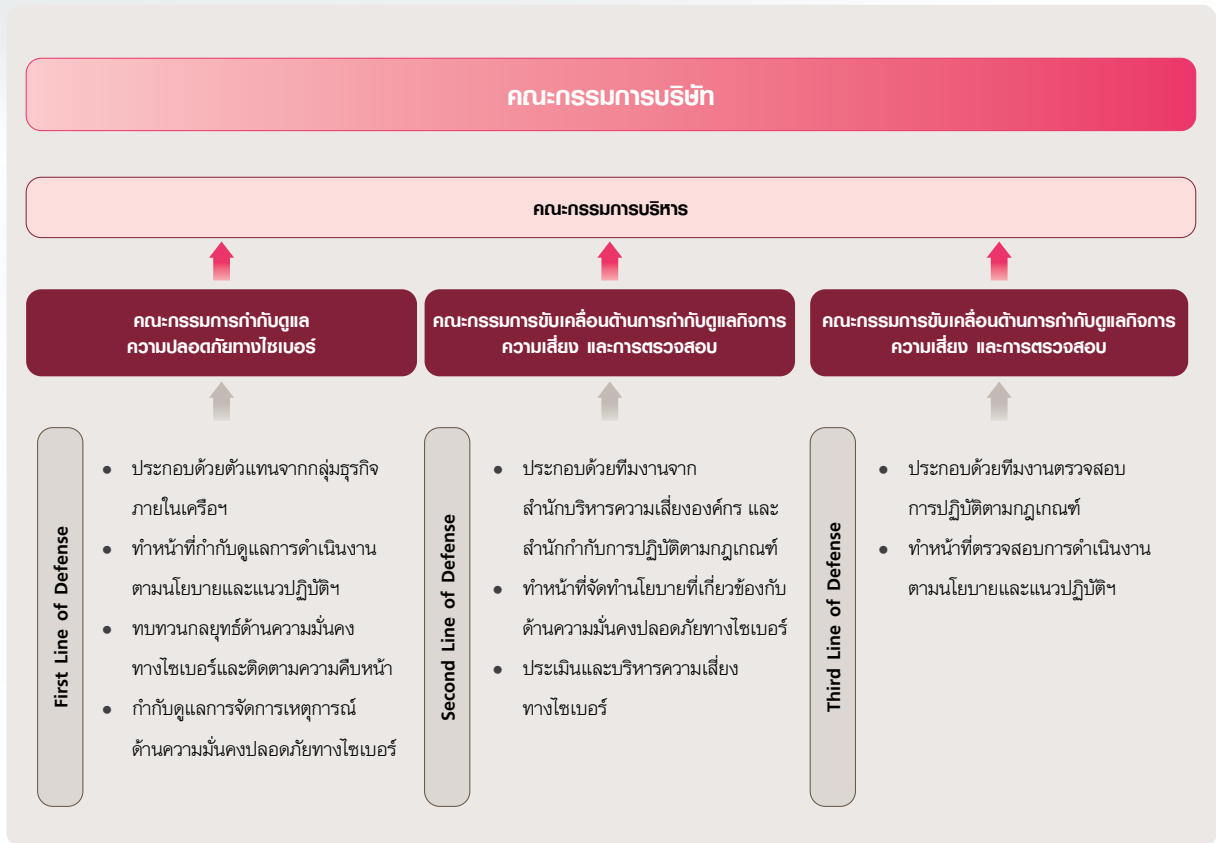
Risk Response

ระบุทางเลือกเพื่อตอบสนองต่อความเสี่ยง

โครงสร้างการกำกับดูแลความมั่นคงและความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูล

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

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





การป้องกันความเสี่ยงทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล

มาตรการป้องกันความเสี่ยงทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล

นอกเหนือจากการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติเพื่อป้องกันความเสี่ยงทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล พร้อมกับมีการเปิดเผยนโยบายเหล่านั้นในเว็บไซต์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียสามารถเข้ามาศึกษาแนวทางการดำเนินงานของเครือฯ ได้อย่างสะดวกแล้ว เครือฯ ยังมีการสื่อสารนโยบายและแนวปฏิบัติฯ ไปยังทุกกลุ่มธุรกิจ เพื่อให้ทุกกลุ่มธุรกิจมีแนวทางการดำเนินงานที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน นอกจากนี้ เครือฯ ยังสนับสนุนให้ลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจทุกรายมีนโยบายและการดำเนินงานที่เคร่งครัด เพื่อป้องกันความเสี่ยงทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล ซึ่งเครือฯ ได้กำหนดให้ประเด็นนี้เป็นหนึ่งในข้อกำหนดในจรรยาบรรณสำหรับลูกค้า เพื่อให้องค์กรที่จะมาร่วมเป็นคู่ค้าของเครือฯ มีความตระหนักและมีการดำเนินงานในเรื่องนี้อย่างเป็นระบบ รวมทั้งเป็นหนึ่งในหัวข้อของการตรวจประเมินคู่ค้าอีกด้วย

เพื่อให้พนักงานทุกคนมีความรู้ในการป้องกันความเสี่ยงทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล พร้อมทั้งสามารถแบ่งปันองค์ความรู้ให้กับคู่ค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจ รวมถึงสังคมภายนอกได้อย่างถูกต้องและชัดเจน เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดให้มีการอบรมในหัวข้อดังกล่าว เพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้กับพนักงานทั่วทั้งเครือฯ เป็นประจำทุกปี ผ่านระบบการเรียนรู้แบบ E-learning นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ยังมีการทดสอบการตอบสนองภัยคุกคามทางไซเบอร์ เช่น การทดสอบส่งอีเมลหลอกลวงไปยังพนักงาน เป็นต้น เพื่อให้มั่นใจว่าเมื่อเกิดการโจมตีหรือภัยทางไซเบอร์ขึ้น พนักงานจะสามารถปฏิบัติตามนโยบาย และแนวทางที่เครือฯ ได้กำหนดไว้

ช่องทางการแจ้งข้อกังวลกรณีมีข้อสงสัย

หากพนักงานพบการกระทำที่เข้าข่ายการฝ่าฝืนนโยบายความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ หรือพบเหตุการณ์ต้องสงสัยหรือผิดปกติที่มีความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและภัยคุกคามทางไซเบอร์ สามารถแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนได้ตามช่องทาง ดังนี้



เว็บไซต์
WWW.CPGROUPGLOBAL.COM



จดหมาย



โทรศัพท์



CPG CONNECT



อีเมล



แจ้งด้วยตนเอง



CASE STUDY

การอบรมและทดสอบหลักสูตร

พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

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



ร้อยละ 100 ของพนักงานผ่านการอบรม PDPA

Human Capital

CPG Cybersecurity Day 2023



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

“วัคซีนไซเบอร์” สร้างภูมิคุ้มกัน (Cyber Vaccine)

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





HEALTH

Living Well

ในปัจจุบัน ความต้องการของตลาดและผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีต่อสุขภาพนั้น เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสภาพภูมิอากาศ และโครงสร้างประชากร ที่ทำให้ความตระหนักต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมสุขภาพที่ดีของแต่ละช่วงวัยยังเป็นที่ต้องการมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงเพิ่มระดับความเข้มข้นในการคิดค้น วิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการแห่งนวัตกรรม และสร้างความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ นอกจากการดำเนินงานภายในแล้ว เครือฯ ยังดำเนินการสนับสนุนการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เพื่อสร้างคุณค่าและสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับสังคม พร้อมกันนี้ยังได้แสวงหาความร่วมมือไปยังองค์กรภายนอก ไม่ว่าจะเป็นคู่ค้า ภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อขยายแนวทางการดำเนินงาน และเปิดรับแนวคิดใหม่ ๆ ที่สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่ยั่งยืนให้แก่ทุกคน รวมถึงการสร้างความผูกพันของผูมีส่วนได้เสียที่มีต่อสังคม

สุขภาพและสุขภาวะที่ดี	122
คุณค่าและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม	134
ความมั่นคงทางอาหารและการเข้าถึงโภชนาการ	148
การบริหารจัดการนวัตกรรม	156
การสร้างความผูกพันกับผูมีส่วนได้เสีย	166





กระบวนการสร้างคุณค่า

ปัจจัยนำเข้า

กระบวนการสร้างคุณค่าผ่านการดำเนินธุรกิจ ของเครือเจริญโภคภัณฑ์



Manufacturing Capital

- ร้อยละ 100 ของโรงงานการผลิตที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล
- การขยายแหล่งการผลิตอย่างยั่งยืนเพื่อรักษาความมั่นคงทางอาหาร



Intellectual Capital

- 91 ศูนย์วิจัยและพัฒนา
- 28,264 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา



Human Capital

- 37,425 พนักงานที่ได้รับการอบรมและพัฒนาพนักงานด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี



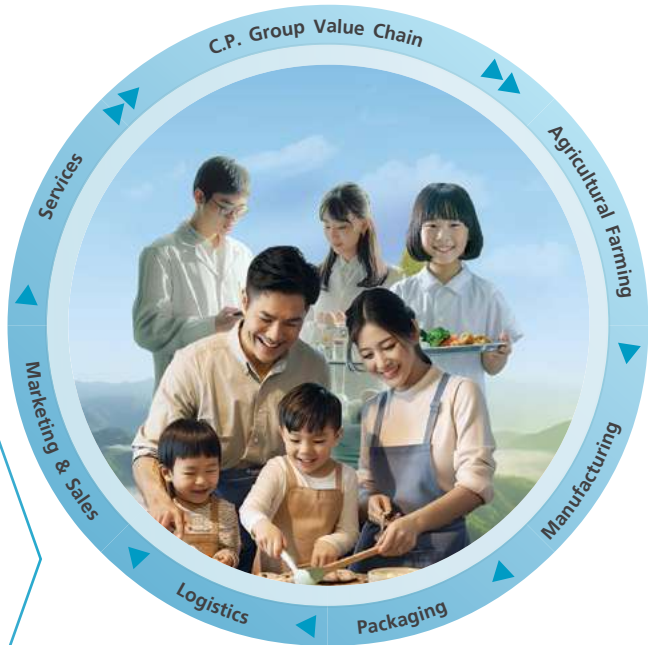
Relationship Capital

- การสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคงระหว่างเครือฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม
- ความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อสร้างสังคมและองค์กรที่ยั่งยืน



Natural Capital

- การมุ่งสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- การดำเนินงานเพื่อลดขยะอาหาร



กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

เนื่องด้วยเครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นผู้นำด้านอุตสาหกรรมและอาหาร ธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจเวชภัณฑ์ เครือฯ จึงมุ่งพัฒนากระบวนการผลิตให้มีมาตรฐานเทียบเท่าสากล เพื่อสนับสนุนการผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์และบริการแห่งอนาคตอย่างยั่งยืนให้แก่ผู้บริโภคและลูกค้า นอกจากนี้ ยังเน้นการพัฒนากระบวนการผลิตและการส่งเสริมพนักงาน คู่ค้า เกษตรกร คู่ค้ารายย่อย และกลุ่มเปราะบาง เพื่อเปิดโอกาสให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ภายนอก เช่น การกระตุ้นนวัตกรรมใหม่ ๆ เป็นต้น เพื่อยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนโดยรวมและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

ผลลัพธ์

คุณค่าที่มอบให้แก่
ผู้มีส่วนได้เสีย

SDGs



Manufacturing Capital

- + 1,242 รายการของผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นโภชนาการ สุขภาพ และสุขภาวะที่ดี



Intellectual Capital

- + จำนวนบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนา 8,968 คน
- + จำนวนสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรที่เครือข่าย ได้รับในปี 2566 4,068 ฉบับ
- + จำนวนผลิตภัณฑ์และบริการแห่งนวัตกรรม มากกว่า 2,000 รายการ



Human Capital

- + เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย กลุ่มเปราะบาง และอื่น ๆ ที่ได้รับการสนับสนุน 2,929,229 ราย



Relationship Capital

- + คะแนนความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียร้อยละ 81
- + การสร้างเครือข่ายสมาชิกด้านความยั่งยืนทั่วโลก กว่า 13 องค์กร



Natural Capital

- 50,030 ต้น ปริมาณขยะอาหารที่เกิดจากการดำเนินงาน



Manufacturing Capital

- ส่งมอบผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีของแต่ละช่วงวัย และสำหรับผู้ที่ต้องการโภชนาการเป็นพิเศษ



Intellectual Capital

- ส่งมอบผลิตภัณฑ์และสินค้าแห่งนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- แบ่งปันองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมสู่สังคม



Human Capital

- สร้างโอกาสในการเติบโตไปพร้อมกับเครือข่ายอย่างยั่งยืน
- สร้างรายได้ที่มั่นคง



Relationship Capital

- เพิ่มโอกาสในการเติบโตอย่างยั่งยืนของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทาน
- มอบผลตอบแทนจากการลงทุนที่น่าดึงดูด
- สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในการปกป้องสภาพแวดล้อม และยกระดับการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนอย่างทั่วถึง
- การเป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือ



Natural Capital

- ลดผลกระทบที่เกิดต่อดิน น้ำ อากาศ และความเป็นอยู่ของสิ่งมีชีวิตทั่วไป
- สนับสนุนการบรรลุเป้าหมายของสากลในการจำกัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์



1.2 1.4



2.1 2.2 2.3
2.4



3.8 3.B



4.4



8.2 8.3 8.6



9.3 9.5 9.B



10.1



16.7



17.16 17.17



สุขภาพและสุขภาวะที่ดี Health & Well-being

จากสถานการณ์จำนวนประชากรโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรง ก่อให้เกิดความเสี่ยงในการขาดแคลนพืชและสัตว์ที่เป็นแหล่งอาหารสำคัญ ทำให้ประชาชนไม่สามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการอย่างเพียงพอและในราคาที่จับต้องได้ จึงทำให้ผู้คนจำนวนมากทั่วโลกต้องเผชิญกับภาวะทุพโภชนาการ จนกลายเป็นปัญหาสาธารณสุข และก่อให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจในหลายประเทศ เครือเจริญโภคภัณฑ์ในฐานะที่เป็น ผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมได้ตระหนักถึงหน้าที่ความรับผิดชอบต่อในการขับเคลื่อนสร้างระบบที่ดีกว่าในการผลิตอาหารที่ยั่งยืน และภายใต้แนวคิด “เพื่อฟรุ้งนี้ ที่ดีกว่า” และ “ความดีไม่มีวันหมดอายุ” เครือฯ จึงมุ่งเน้นในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อ ปรับระบบการผลิตให้รองรับความต้องการอาหารที่ให้ความสำคัญกับการมีสุขภาพดีและมีคุณค่าทางโภชนาการเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้ร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนตลอดห่วงโซ่คุณค่าในการตรวจสอบแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ซึ่งเน้นไปที่ การสรรหาวัตถุดิบจากแหล่งที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ ส่งเสริมคู่ค้าธุรกิจปรับเปลี่ยน นำระบบการผลิตแบบดิจิทัลมาใช้ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว รวมถึง การเปิดเผยข้อมูลโภชนาการอย่างครบถ้วน เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



- 2.1 ส่งเสริมให้ทุกคนได้เข้าถึงอาหาร ที่ปลอดภัย มีโภชนาการ และเพียงพอ
- 2.2 ยุติภาวะทุพโภชนาการทุกรูปแบบ
- 2.4 ส่งเสริมระบบการผลิตอาหารที่ยั่งยืน



- 3.8 ส่งเสริมการเข้าถึงการบริการสาธารณสุข จำเป็นที่มีคุณภาพ
- 3.B สนับสนุนการวิจัยและการพัฒนาวัคซีน และยาสำหรับโรคติดต่อ และส่งเสริม ให้มีการเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็น อย่างเท่าเทียม

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



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

31.7%

สัดส่วนยอดขายรวมจากผลิตภัณฑ์และบริการ
ที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพ และสุขภาวะที่ดีในปี 2566

42.3%

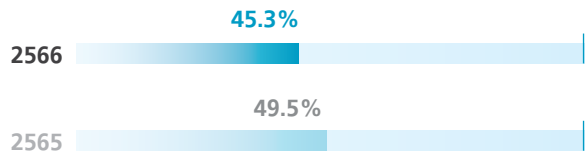
สัดส่วนข้อร้องเรียนเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านอาหารที่ลดลง
เมื่อเทียบกับปี 2565

37.8%

สัดส่วนผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นสุขโภชนาการ สุขภาพ และสุขภาวะที่ดี
ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2565

เป้าหมายและความคืบหน้า

70% ของยอดขายมาจากผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งแบบ B2B และ B2C ที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี



แผนการดำเนินงานในอนาคต



นำเทคโนโลยีและวิทยาการที่ทันสมัยมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิตตลอดห่วงโซ่มูลค่า ภายใต้ความร่วมมือกับ ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างระบบการผลิตอาหารที่ยั่งยืน ทั้งในปัจจุบันและอนาคต



สนับสนุนและส่งเสริมให้ลูกค้าและเกษตรกรไปโครงการส่งเสริม การเลี้ยงสัตว์ปฏิบัติตามนโยบายและข้อกำหนดด้านสวัสดิภาพสัตว์ อย่างเคร่งครัด



การส่งเสริมการเข้าถึงสุขภาพและสุขภาวะที่ดีให้แก่ทุกคน



ในฐานะที่เครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นผู้นำด้านธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจเวชภัณฑ์ เครือฯ จึงมีความมุ่งมั่นในการพัฒนากระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหารให้กับประชากรโลก โดยมีนวัตกรรมเป็นหัวใจหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีคุณภาพ เพื่อส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดีอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมตามเป้าหมาย “สุขภาพดีถ้วนหน้า” (Health for All) ขององค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) เครือฯ ยังคงเดินหน้าคิดค้น วิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อคิดค้นนวัตกรรมในการพัฒนาอาหารที่ส่งเสริมสุขภาพ ตลอดจนนำระบบดิจิทัลและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อลดการสูญเสีย สร้างระบบอาหารมั่นคงและยั่งยืน รวมถึงคิดค้นผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ที่सानแนวทางพัฒนาอย่างยั่งยืน

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



สัดส่วนของหน่วยการผลิตและฟาร์มในประเทศไทยของเครือฯ ได้รับการรับรองโดยโครงการริเริ่มด้านความปลอดภัยด้านอาหารระดับโลก (Global Food Safety Initiative: GFSI)

ร้อยละ 26.1*

* ข้อมูลประเทศไทยและเวียดนาม



CASE STUDY

โครงการ สัมผัสวิถีคนไทยยิ้มได้ ปีที่ 10

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




เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ **70** ราย

 Relationship Capital

สนับสนุนส้มจากเกษตรกรจำนวน
1,826.60 ตันต่อปี

ยอดขายส้มจากโครงการนี้ **132** ตันต่อปี

 Manufacturing Capital





ความรับผิดชอบต่อสวัสดิภาพสัตว์และสุขภาพของปศุสัตว์

การเลี้ยงสัตว์ตามหลักสวัสดิภาพสัตว์

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

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



CASE STUDY

Smart Hatchery ยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารคุณภาพปลอดภัย



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

โรงฟักอัจฉริยะมีกำลังการผลิต 1.3 ล้านตัว/สัปดาห์
ซึ่งก่อให้เกิดผลประหยัด 18.8 ล้านบาท/ปี



Manufacturing Capital



Financial Capital

ข้อมูลด้านการส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์

การวัดผลการส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์ (Welfare Outcome Measures: WOMs) เพื่อประเมินว่าสัตว์เหล่านี้ได้รับสวัสดิภาพขั้นสูงตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ อันส่งผลโดยตรงต่อสุขภาพกายและใจที่ดียิ่งของสัตว์

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

การใช้จ่ายปฏิชีวนะอย่างมีความรับผิดชอบ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งสู่ระบบการผลิตอาหารที่ยั่งยืน ยึดมั่นในหลักการใช้จ่ายปฏิชีวนะอย่างรับผิดชอบและสมเหตุสมผลตลอดกระบวนการเลี้ยงสัตว์ พร้อมประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและสร้างสรรคนวัตกรรม เพื่อลดปัญหาการเกิดเชื้อดื้อยา และปัญหา ยาปฏิชีวนะตกค้างในผลิตภัณฑ์จากสัตว์ พร้อมส่งเสริมให้สัตว์มี สุขภาวะที่ดีและปลอดภัย เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม เครือฯ ได้ดำเนินงานตามหลักปฏิบัติด้านการใช้ยาต้านจุลชีพในสัตว์ อย่างเคร่งครัดตลอดห่วงโซ่การผลิตอาหารทั่วโลก ครอบคลุมฟาร์ม ของกลุ่มบริษัทในเครือฯ และของเกษตรกรในโครงการส่งเสริมการ

การประเมินการดำเนินงานด้านสวัสดิภาพสัตว์ในผลิตภัณฑ์หลัก ของบริษัทตลอดห่วงโซ่คุณค่าทั่วโลก ปี 2566

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

เลี้ยงสัตว์ทั้งหมด โดยการใช้จ่ายปฏิชีวนะจะต้องเป็นไปเพื่อการรักษา (Therapeutic Uses) สำหรับตำรับไวซึ่งหลักสวัสดิภาพสัตว์ ภายใต้ การดูแลอย่างใกล้ชิดของสัตวแพทย์ผู้ควบคุมฟาร์มเท่านั้น (Under Veterinary Prescription Only) เพื่อตอบสนองความต้องการของ สังคมตามหลักการ “สุขภาพหนึ่งเดียว” (One Health)

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[สุขภาพและสุขภาวะที่ดี](#)



การดูแลสัตว์น้ำ

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



CASE STUDY

ซี.พี. เวียดนาม ร่วมพัฒนาอุตสาหกรรมผลิต สัตว์น้ำและการประมงที่ยั่งยืน

ซี.พี. เวียดนาม ร่วมมือกับพันธมิตรใน “โครงการปรับปรุง การประมงอวนลากสำหรับสัตว์น้ำหลากหลายสายพันธุ์ใน เขตป่าเรียดะ หวงเต่า” (Vung Tau Multispecies Trawl Fishery Improvement Project) ทางชายฝั่งด้านตะวันออกของเวียดนาม ที่ผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการของ MarInTrust องค์กรสากลด้านมาตรฐานปลาปนและน้ำมันปลา โดย ซี.พี. เวียดนาม ได้นำความรู้และประสบการณ์จากการดำเนินโครงการพัฒนา การประมงอย่างยั่งยืนของธุรกิจสัตว์น้ำ ซีพีเอฟ ในประเทศไทย ที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการของ MarInTrust มาต่อยอด ใช้กับโครงการในเขตป่าเรียดะ หวงเต่า เพื่อส่งเสริมการทำประมง ตามหลักสากล เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรม ประมงในประเทศเวียดนาม



CASE STUDY

การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำอย่างยั่งยืน

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



ร้อยละ 100 ของวัตถุดิบปลาปนที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้จากแหล่งที่มา

ร้อยละ 7.51 ของปลาปน เป็นผลพลอยได้จากการทำประมง (Bycatch) และอยู่ภายใต้แผนการทำประมงอย่างยั่งยืน (Fishery Improvement Plan) (เขตหวงเต่า)



Manufacturing Capital

CASE STUDY

ซีพีเอฟ ร่วมมือ SeaBOS เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ ไร้สารเร่งโต



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

**แนวทางต้นแบบสำหรับเกษตรกรในการเลี้ยงกุ้งโดยไม่ใช้ยา
จุลชีพและสารเร่งการเจริญเติบโต**



Manufacturing Capital



Relationship Capital



การดูแลสัตว์บก

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



CASE STUDY

รางวัลความมุ่งมั่นในการผลิตไก่ดีเด่น (Good Chicken Production Award)



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

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

บริษัทได้รับรางวัล Good Chicken Production Awards ระดับ 3 ดาว



Manufacturing Capital



Relationship Capital



CASE STUDY

ซีพีเอฟ สนับสนุนเกษตรกรคอนแทรคฟาร์มมิ่ง ชูความสำเร็จระบบ Biosecurity สร้างอาหารมั่นคง

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



ร้อยละ 100 ฟาร์มบริษัทและคอนแทรคฟาร์มมิ่งใช้ระบบ Biosecurity



Manufacturing Capital

45 ราย ฟาร์มเกษตรกรคอนแทรคฟาร์มมิ่ง เข้าร่วมโครงการการเลี้ยงสุกรแบบไม่ใช้ยาปฏิชีวนะตลอดการเลี้ยงและผ่านการรับรองจาก NSF



Human Capital



Relationship Capital

ความรับผิดชอบต่อความปลอดภัยของผู้บริโภค

การสื่อสารเพื่อการบริโภคอย่างยั่งยืน

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

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



สัดส่วนของฉลากบนด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์ ทั้งที่กำกับกับตามกฎหมาย และภาคสมัครใจที่ให้อินโฟกราฟิกที่มองเห็นง่ายและเข้าใจง่าย

ร้อยละ 41.1



“ฉลากทางเลือกเพื่อสุขภาพ” สำหรับผลิตภัณฑ์ อาหารมือหลัก



คุณค่าทางโภชนาการ			
พลังงาน	น้ำตาล	ไขมัน	โซเดียม
XX	XX	XX	XX
น้อยกว่า	น้อยกว่า	น้อยกว่า	น้อยกว่า
*X%	*X%	*X%	*X%

*เป็นร้อยละของปริมาณบริโภคประจำวัน

GDA (Guideline Daily Amounts)

คือ การแสดงค่าพลังงาน น้ำตาล ไขมัน และโซเดียม บนฉลากด้านหน้าบรรจุภัณฑ์ โดยแสดงปริมาณสารอาหารต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ที่เข้าใจได้ง่าย

- ปราศจากเชื้อซัลโมเนลลา
- ปลอดยาปฏิชีวนะ
- ปลอดฮอร์โมน



การรับรองผลิตภัณฑ์ที่สามารถรับประทานแบบดิบได้



การรับรองผลิตภัณฑ์ที่ปลอดยาปฏิชีวนะ



- ไข่ไก่ฟาร์มที่ผ่านการฆ่าเชื้อ และฆ่าเชื้อ
- ผลิตภัณฑ์ที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้



ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองเพื่อให้นักกีฬาทีมชาติบริโภคระหว่างเตรียมการฝึกซ้อม แข่งขัน



การยกระดับสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคน

การส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน

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

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



CASE STUDY

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งสู่ 100 ปี ทำความดีด้วยการบริจาคโลหิต



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

ปริมาณโลหิตที่ได้รับบริจาคจากโครงการในปี 2566
13.4 ล้าน ซี.ซี.



Relationship Capital

CASE STUDY



โลตัสจับมือคนไทยต้านภัยมะเร็ง

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

ผู้เข้ารับบริการคัดกรองแล้วกว่า 946 ราย

Relationship Capital

CASE STUDY

โรงพยาบาลอุพลาฯ – เครือซีพี ส่งเครื่องบินเช่าเหมาลำบินลัดฟ้าขนส่งอวัยวะช่วยชีวิตผู้ป่วยโรคหัวใจขึ้นวิกฤต



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

จำนวนอวัยวะที่ได้รับการขนส่งตลอด 3 ปี 41 ชิ้น

18 ชิ้น 4 ชิ้น 13 ชิ้น 6 ชิ้น

Relationship Capital

CASE STUDY

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



บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ช่วยให้คนไทยเข้าถึงบริการทางการแพทย์และสาธารณสุขได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง ด้วยการร่วมมือกับโรงพยาบาลศิริราชในโครงการ “ศิริราชต้นแบบโรงพยาบาลอัจฉริยะระดับโลก ด้วยเทคโนโลยีเครือข่าย 5G” ทรูได้นำศักยภาพเครือข่าย 5G ผลานเทคโนโลยีดิจิทัล ร่วมพัฒนาระบบการให้บริการด้านการแพทย์ การรักษาพยาบาล และบริการสาธารณสุขในรูปแบบใหม่ ประกอบด้วยเทคโนโลยี Multi-access Edge Computing รถพยาบาลอัจฉริยะ และยานยนต์อัจฉริยะไร้คนขับ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานปลอดภัย และประหยัดพลังงาน

มีผู้ป่วยฉุกเฉินที่ได้รับการช่วยเหลือมาแล้วกว่า 2,700 เคส

Relationship Capital



คุณค่าและการสร้างประโยชน์ ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม

Social Impact and Economic Contribution

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นในการสร้างองค์กรที่ยั่งยืนและตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาสังคมและชุมชนในทุกมิติ และตลอดห่วงโซ่คุณค่า เครือฯ ให้ความสำคัญและคำนึงถึงการสะท้อนมุมมองทั้งในด้านบวกและด้านลบที่มาจากผู้มีส่วนได้เสีย ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่ม การพิจารณาผลกระทบต่อสังคมและชุมชนที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของเครือฯ โดยเครือฯ พยายามที่จะระบุและจัดการผลกระทบด้านลบที่เกิดขึ้นและแก้ไขผลกระทบที่เครือฯ อาจเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้อง โดยยึดมั่นในนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน ตลอดจนมาตรการเยียวยาจากผลกระทบที่เกิดขึ้น เครือฯ สร้างผลกระทบเชิงบวกด้วยการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ที่ดีให้กับผู้คน อาทิ กลุ่มที่ต้องการความช่วยเหลือ เกษตรกร กลุ่มเปราะบาง และผู้ประกอบการรายย่อย ผ่านโครงการต่าง ๆ สิ่งที่เป็นข้อกังวลของผู้มีส่วนได้เสียจะเป็นบทเรียนให้กับเครือฯ นำมาปรับปรุงแก้ไข ตลอดจนหามาตรการที่เหมาะสมเพื่อเสริมสร้างความยืดหยุ่นให้กับคนในสังคมโดยรวมเข้าเป็นกลยุทธ์หนึ่งขององค์กรเพื่อกำหนดเป็นนโยบายและแนวปฏิบัติ รวมถึงการพิจารณาป้องกันผลกระทบอื่น ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในอนาคต

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



- 1.2 ลดสัดส่วน ชาย หญิง และเด็ก ในทุกช่วงวัย ที่อยู่อาศัยได้ความยากจนในทุกมิติ
- 1.4 สนับสนุนให้กลุ่มเปราะบางเข้าถึงเทคโนโลยีและบริการทางการเงินที่เหมาะสม



- 2.3 เพิ่มผลิตภาพทางการเกษตรและรายได้ของผู้ผลิตอาหารรายเล็ก



- 4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่เกี่ยวข้องจำเป็นสำหรับการจ้างงานและการเป็นผู้ประกอบการ



- 8.3 สนับสนุนการสร้างงานที่มีคุณภาพ และความเป็นผู้ประกอบการ
- 8.6 ลดสัดส่วนของเยาวชนที่ไม่มีงานทำ



- 9.3 เพิ่มการเข้าถึงบริการทางการเงิน โดยรวมถึงเครดิตในราคาที่สามารถจ่ายได้ให้แก่วิสาหกิจขนาดเล็ก



- 10.1 บรรลุการเติบโตของรายได้ของกลุ่มประชากรร้อยละ 40 ที่มีรายได้ต่ำสุดอย่างก้าวหน้าและยั่งยืน

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



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

เกษตรกร

1.22 ล้านราย

ผู้ประกอบการรายย่อย

1.27 ล้านราย

กลุ่มเปราะบาง

0.23 ล้านราย

กลุ่มอื่น ๆ

0.21 ล้านราย

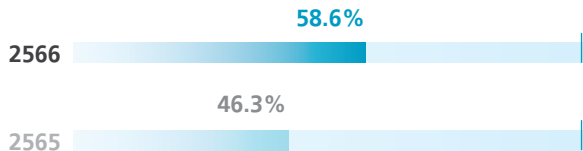
จำนวนเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย กลุ่มเปราะบาง และกลุ่มอื่น ๆ ที่ได้รับการสนับสนุน

304.67 ล้านบาท

จำนวนการลงทุนเพื่อการพัฒนาสังคม และชุมชน

เป้าหมายและความคืบหน้า

5 ล้านคนได้รับการส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้สำหรับผู้ที่มีความต้องการ เช่น เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) และกลุ่มเปราะบางตลอดห่วงโซ่มูลค่า



แผนการดำเนินงานในอนาคต



ส่งเสริมเกษตรกรด้านเทคโนโลยีการผลิตควบคู่กับการทำการเกษตรแบบยั่งยืน



เพิ่มโอกาสเข้าถึงเทคโนโลยีของแพลตฟอร์มต่าง ๆ ของกลุ่มเปราะบางและผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพ



ลดความเสี่ยงการเกิดผลกระทบเชิงลบต่อสังคมและชุมชนในโครงการที่ครี้อฯ ไปได้เป็นการ



กลยุทธ์การสร้างคุณค่าสู่สังคม

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

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



การประเมินผลกระทบจากการดำเนินงานสร้างคุณค่าสู่สังคมโดยเครื่องมือ
Social & Human Capital Protocol

ส่งเสริมและพัฒนาชีวิตเกษตรกรและชาวประมง

การส่งเสริมเกษตรกร

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นสร้างสรรค์การดำเนินงานเพื่อพัฒนาและเสริมทัพความเข้มแข็งให้กับภาคการเกษตร รวมถึงสร้างคุณค่าร่วมให้กับสังคมไทยตลอดระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจ การส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้แก่เกษตรกรเป็นหนึ่งในกลยุทธ์การสร้างคุณค่าสู่สังคม การเกษตรเป็นธุรกิจต้นน้ำที่เครือฯ ได้สั่งสมองค์ความรู้มาอย่างยาวนานจนสามารถถ่ายทอดเป็นองค์ความรู้และพัฒนาทักษะให้เกษตรกร สามารถสร้างบุคลากรที่จะถ่ายทอดองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่น โดยอาศัยการมีส่วนร่วมจากพันธมิตรหลายภาคส่วน เครือฯ ให้การสนับสนุนด้านการเงิน ด้านการบริหารจัดการ ช่องทางการจัดจำหน่ายตลอดจนเทคโนโลยีที่ทันสมัย ใช้การตลาดนำการผลิตเพื่อให้เกษตรกรสามารถผลิตสินค้าได้มาตรฐานตรงตาม

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



CASE STUDY

โครงการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรโดยตรง

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

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



Relationship Capital





การพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีของกลุ่มชาวประมง



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

ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการ เพื่อส่งเสริมการฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเลพร้อมทั้งการพัฒนาวิถีประมงซึ่งจะนำไปสู่การฟื้นฟูอย่างยั่งยืน

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





CASE STUDY

FLEC ต้นแบบเปิดโอกาส “เด็กข้ามชาติ” เข้าถึง การศึกษาอย่างเท่าเทียม

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



ได้เข้าถึงโอกาสทางการศึกษาปี 2559 - ปัจจุบัน 263 คน

Human Capital



CASE STUDY

“SEACOSYSTEM เพื่อทะเลไทยยั่งยืน” พัฒนา ระบบนิเวศทางทะเลเชิงบูรณาการ สร้างรายได้ ให้ชาวประมงอย่างยั่งยืน



เครือข่ายวิทยุโกศกัณฑ์ เดินหน้าขับเคลื่อนการดำเนินงานที่มุ่งเน้น ความสำคัญ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ขับเคลื่อนตัวชี้วัดและมาตรฐาน 2) การผลักดันนโยบาย 3) การพัฒนาชุมชน 4) การพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และ 5) นวัตกรรม และ เทคโนโลยีดิจิทัล รวมทั้งให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากร ทางทะเล ควบคู่ไปกับการยกระดับคุณภาพชีวิตชุมชน ทำให้ ชาวประมงสามารถมีรายได้เลี้ยงตัวเองจากปูและสัตว์น้ำ และ ยังเริ่มเรียนรู้ที่จะต่อยอดสู่การแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ในการสร้างรายได้ ปัจจุบันเครือข่าย ได้ทำงานร่วมกับชุมชนกว่า 100 ชุมชนในพื้นที่ 21 จังหวัด

ชาวประมงพื้นบ้านมีรายได้เลี้ยงตัวเอง มากกว่า 2,500 บาท/วัน

Relationship Capital Human Capital

ชาวประมงพื้นบ้านได้รับประโยชน์ มากกว่า 5,550 ครอบครัว

Relationship Capital Human Capital



ส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย

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



นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีมาตรฐานระดับสากลเพื่อยกระดับเศรษฐกิจในท้องถิ่นและประเทศให้มีศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันมากยิ่งขึ้น เครือฯ จัดให้มีการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการรายย่อยอย่างต่อเนื่อง โดยร่วมมือกับภาคีเครือข่ายองค์กรที่สนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยให้มีขีดความสามารถสูงขึ้นและเติบโตอย่างแข็งแกร่ง นอกจากนี้ เครือฯ ยังมี “แพลตฟอร์มแห่งโอกาส” ซึ่งดำเนินการโดย บริษัท ซีพี ซีดีดีง โซเชียลอิมแพคท์ จำกัด ที่มุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมทางด้านเศรษฐกิจ การสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม เปิดประตูสู่โอกาสให้กับผู้ประกอบการไทยได้ค้นพบศักยภาพสูงสุด เปิดตลาดสินค้าไทยให้ก้าวสู่การเป็นที่ยอมรับทั้งในระดับประเทศและสากล สามารถตอบโจทย์เวทีการค้าโลกที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนมากขึ้น

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[แพลตฟอร์มแห่งโอกาสเพื่อผู้ประกอบการและเกษตรกรไทย](#)



CASE STUDY

ซีพี แอ็กซ์ตรา ผนึกกำลัง แม็คโคร-โลตัส จัดงาน “SME FOODIES’ PARADISE ตลาดนัด SME สัญจร” สนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่น ขับเคลื่อน เศรษฐกิจชุมชน

ซีพี แอ็กซ์ตรา ผนึกกำลัง แม็คโคร - โลตัส ขยายแพลตฟอร์ม แห่งโอกาสสำหรับ SME และเกษตรกรไทย สนับสนุนนโยบาย ส่วนราชการท้องถิ่นด้านการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน ส่งเสริม การสร้างงานสร้างอาชีพให้ผู้ประกอบการ พร้อมสนับสนุน การจ้างงานของคนในชุมชนโดยรอบพื้นที่สาขาและศูนย์กระจาย สินค้า จัดกิจกรรม “SME FOODIES’ PARADISE ตลาดนัด SME สัญจร” ครั้งที่ 1 ประจำปี 2566 ที่โลตัส สาขาพระนครศรีอยุธยา



เปิดพื้นที่จำหน่ายสินค้าในสาขาของแม็คโครและโลตัส ทั่วประเทศกว่า 2,800 แห่ง



Relationship Capital



Human Capital



CASE STUDY



สร้างผู้ประกอบการ SMEs หน้าที่มีศักยภาพ ใต้ 197 ราย



Relationship Capital



Human Capital

เพิ่มจำนวนสินค้า SMEs ในเขว่น อีเลฟเว่น รวมถึงสิ้น 9,763 รายการ



Relationship Capital



Human Capital

ซีพี ออลล์ และผู้ประกอบการ SMEs ขอบคุณ คนไทยที่ร่วมสนับสนุนสินค้า SMEs ผ่านร้านเซเว่นฯ ปี 2566

ในปี 2566 บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มีโครงการ “Giving & Sharing” ซึ่งเป็นโครงการสนับสนุน SMEs ให้มีศักยภาพในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ โครงการนี้ได้รับแรงสนับสนุนจากกลุ่มต่าง ๆ อาทิ กลุ่มผู้บริโภคที่เปรียบเสมือนครูคนสำคัญที่คอยให้โจทย์ในการพัฒนาสินค้า และกลุ่มร้านค้าเขว่น อีเลฟเว่นที่จัดกิจกรรมและการให้ความรู้ในหลากหลายด้าน ทั้งด้านการตลาดยุคใหม่ การเขียนคอนเทนต์ที่กระตุนยอดขาย มาตรฐานการผลิต ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางอาหาร ซึ่งความรู้และทักษะเหล่านี้ได้ถูกส่งต่อไปยังชุมชนและท้องถิ่น ก่อให้เกิดการสร้างรายได้และอาชีพ โดยที่ผ่านมามีการดำเนินงาน ในด้านนี้ได้สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจรวมกว่า 20,000 ล้านบาท



ส่งเสริมกลุ่มเปราะบาง



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



ทักษะ และความรู้ พร้อมทั้งขยายโอกาสในการประกอบอาชีพที่ยั่งยืนให้แก่ประชากรกลุ่มเปราะบาง โดยการร่วมมือกับพันธมิตรและองค์กรต่าง ๆ ที่ร่วมกันเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญเพื่อการพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืน



CASE STUDY

โครงการ เน็ตทำกิน ตัดปีกทักษะดิจิทัลผู้สูงวัย

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



จัดอบรมให้กับผู้สูงอายุไปแล้ว
กว่า **900** รายในปี 2566



Relationship Capital



Human Capital



CASE STUDY

โครงการ มอบความรักแก่เด็กออทิสติก เขตกุยหลิน



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

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



Relationship Capital



มูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบท

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

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

กระบวนการบริหารจัดการ



ผลการดำเนินงานของมูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบทในปี 2566



โครงการเลี้ยงไก่เพื่ออาหารกลางวันนักเรียน

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



โครงการพัฒนาอาชีพด้านการบริการ

- เยาวชนผู้สนใจได้รับการฝึกฝน แล้วนำไปประกอบอาชีพ พึ่งพาตนเองได้อย่างมั่นคง จำนวนรวมถึงปัจจุบัน 249 คน



โครงการครอบครัวอุปการะในชุมชนวัฒนธรรม

- ได้รับความรัก ความอบอุ่น จากครอบครัวอุปการะ และการศึกษาอย่างมีคุณภาพ จำนวนรวมถึงปัจจุบัน 358 คน



โครงการสนับสนุนทุนการศึกษานักเรียน ในพระราชานุเคราะห์ฯ อ.ประจวบคีรีขันธ์

- นักเรียนจากโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน มีโอกาสศึกษาต่อและประกอบอาชีพที่มั่นคง จำนวนรวมถึงปัจจุบัน 249 คน



โครงการเกษตรผสมผสาน อ.บุรีรัมย์

- ส่งเสริมอาชีพ เพื่อสร้างรายได้ที่ยั่งยืน จัดตั้งกลุ่มชุมชน เพิ่มทักษะและองค์ความรู้ จำนวนเกษตรกร 3,073 คน



ศูนย์แลกเปลี่ยนความรู้ชุมชน (สวนเทพหยาด อ.สงขลา)

- ขยายแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จำนวนผู้เข้าดูงาน 6,533 คน



โครงการบ้านปลาในทะเลสาบสงขลา อ.สงขลา

- อนุรักษ์ พื้นที่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทำอาชีพประมงพื้นบ้านอย่างยั่งยืน จำนวนบ้านปลา 100 ชั่ง



อมก๋อยโมเดล อ.เชียงใหม่

- อนุรักษ์ พื้นที่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พัฒนาคุณภาพชีวิตคนบนพื้นที่สูง สัตว์ป่า จำนวนต้นไม้ที่ปลูก 99,000 ต้น



พื้นที่ป่าได้รับการปกป้องดูแล อ.เชียงใหม่

- ปกป้องพื้นที่ป่าต้นน้ำ ต้นไม้ที่ปลูกตามโครงการดูแลรักษาป่าชุมชนให้มีความยั่งยืน จำนวนพื้นที่ป่า 1,324 ไร่



การประเมินผลลัพธ์จากการดำเนินโครงการ สนับสนุนทุนการศึกษานักเรียนในพระราชานุเคราะห์

โครงการ “สนับสนุนทุนการศึกษานักเรียนในพระราชานุเคราะห์” เป็นหนึ่งในโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็กและเยาวชน สนองแนวพระราชดำริ สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งมีพระราชหฤทัยมุ่งมั่นช่วยเหลือเด็กและเยาวชนที่ขาดโอกาสในถิ่นทุรกันดารให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยสนับสนุนการศึกษาให้แก่เด็กนักเรียนที่จบการศึกษามัธยมศึกษา หรือเท่าที่มีการเปิดการเรียนการสอนในโรงเรียนสังกัดตำรวจตระเวนชายแดน ให้เยาวชนมีโอกาสศึกษาต่อพัฒนาตนเองให้เป็นคนดี พึ่งตนเอง และกลับไปช่วยเหลือพัฒนาชุมชน ที่ผ่านมามูลนิธิ ร่วมกับหน่วยงานและสถาบันการศึกษา ดำเนินโครงการสนับสนุนทุนการศึกษานักเรียนในพระราชานุเคราะห์ สร้างโอกาสทางการศึกษาให้แก่เด็กนักเรียนศิษย์เก่าโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน ตลอดระยะเวลาที่อยู่ในโครงการ เด็ก ๆ ได้เรียนรู้การใช้ชีวิตที่ศูนย์ฝึกอาชีพเยาวชนเกษตร จังหวัดเพชรบุรี

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment)

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

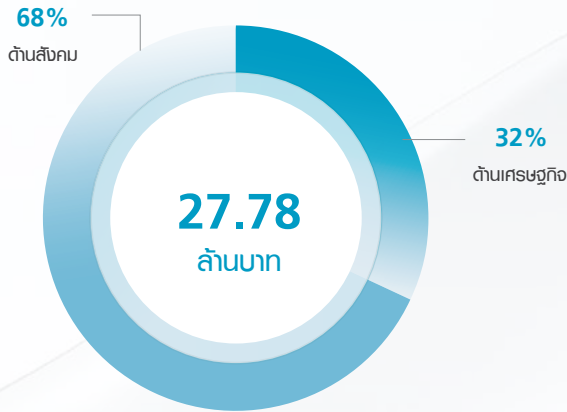


ผลการประเมิน

ในการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน โครงการสนับสนุนทุนการศึกษาให้นักเรียนในพระราชานุเคราะห์ ได้ทำการประเมินผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ นักเรียนทุนฯ ผู้ปกครองของนักเรียนทุน และคุณครูตำรวจตระเวนชายแดน เพื่อพิจารณาถึงความเปลี่ยนแปลงและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งพบว่านักเรียนทุนฯ มีผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจนทั้งทางตรงและทางอ้อม

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้เสีย

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



ผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจและด้านสังคม

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

ด้านเศรษฐกิจ



มีโอกาสในอาชีพเพิ่มมากขึ้น

7,138,446 บาท



มีรายได้เพิ่มขึ้น

1,836,176 บาท

ด้านสังคม



มีความนับถือและเห็นคุณค่าในตัวเอง

1,058,138 บาท



มีภาวะความเป็นผู้นำ

690,900 บาท



สร้างประสบการณ์ในการเรียนรู้

440,000 บาท



มีโภชนาการที่ดี

8,195,416 บาท



มีสุขภาพกายที่ดี

326,800 บาท



สร้างความเป็นจิตอาสา

8,316,000 บาท



ความวิตกกังวล

-32,917 บาท



อาการเจ็บป่วยและอุบัติเหตุ

-188,000 บาท



ความมั่นคงทางอาหาร และการเข้าถึงโภชนาการ

Food Security & Access to Nutrition

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

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



- 2.1 ส่งเสริมให้ทุกคนได้เข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีโภชนาการ และเพียงพอ
- 2.2 ยุติภาวะทุพโภชนาการทุกรูปแบบ

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



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

30.1%

สัดส่วนงบประมาณด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ

8,802,762 มื้อ

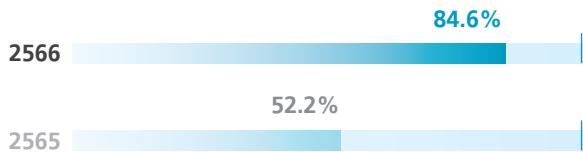
จำนวนมื้ออาหารที่มอบให้กับผู้ด้อยโอกาส โดยเฉพาะเด็ก เยาวชน ผู้ยากไร้ และผู้ที่อยู่ในสถานการณ์เสี่ยง

8,459,092 ราย

จำนวนเด็ก เยาวชน ที่ได้รับโอกาสในการเข้าถึงอาหาร รวมทั้งความรู้ ด้านความปลอดภัยอาหาร และคุณค่าทางโภชนาการ (จำนวนตัวเลขสะสม)

เป้าหมายและความคืบหน้า

10 ล้านรายของเด็ก ประชาชน และคนยากจนที่ได้รับการสนับสนุน โอกาสในการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการ



แผนการดำเนินงานในอนาคต



ขยายแนวทางการเกษตรอย่างยั่งยืนให้เกิดทั่วทั้งองค์กร และคู่ค้าทางการเกษตร



นำแนวปฏิบัติด้านการผลิตและการจัดหาที่ยั่งยืนมาใช้เพื่อปรับปรุงสุขภาพของดินและฟื้นความหลากหลายทางชีวภาพ



สนับสนุนให้ผู้คนได้เข้าถึงอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ปลอดภัย และในราคาที่เอื้อมถึง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเปราะบาง



ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ในการริเริ่มโครงการแจกจ่ายอาหารส่วนเกินที่เกิดจากการจัดจำหน่าย



การบริหารจัดการความมั่นคงทางอาหาร

จากรายงานองค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ ในปี 2565 ร้อยละ 29.6 ของประชากรโลกอยู่ในภาวะความอดอยาก ในระดับปานกลางถึงขั้นรุนแรง ในจำนวนนี้ประมาณ 900 ล้านคน อยู่ในภาวะความอดอยากรุนแรง โดยมีปัจจัยสำคัญจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่มีแนวโน้มรุนแรงขึ้น ทำให้เกิดภาวะโลกร้อน การเกิดภัยพิบัติ การขาดแคลนน้ำ ที่ส่งผลต่อผลผลิตทางการเกษตร เช่นเดียวกับจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น ขณะที่พื้นที่การเกษตรลดลง การเกิดโรคระบาดและความขัดแย้งระหว่างประเทศที่ส่งผลต่อการผลิตและราคาสินค้า และก่อให้เกิดความไม่มั่นคงทางอาหาร ดังนั้น การผลิตอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพเยี่ยมด้วยโภชนาการ รวมถึงมีความเพียงพอต่อความต้องการของประชากรโลก เป็นหนึ่งในเป้าหมายการดำเนินงานของ เครือเจริญโภคภัณฑ์ เครือฯ ให้ความสำคัญทั้งด้านเทคโนโลยี

และนวัตกรรม เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ การพัฒนาแหล่งโปรตีนที่หลากหลายเพื่อสร้างสรรค์อาหารแห่งอนาคต รวมถึงการตระหนักเรื่องสิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมทฤษฎีเกษตรฟื้นฟู (Regenerative Agriculture) นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้นำหลักปฏิบัติภายใต้นโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืนมาทำกับการดำเนินการผลิตของเครือฯ และของคู่ค้า เพื่อส่งเสริมความยั่งยืนที่ดีของชุมชน รวมทั้งสุขภาวะที่ดีของผู้บริโภค และการเข้าถึงผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอย่างเท่าเทียมและเพียงพอต่อความต้องการ อีกทั้งเครือฯ ได้มีการประสานความร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ ในการส่งเสริมและบรรเทาผลกระทบอันเกิดจากข้อจำกัดในการเข้าถึงอาหารผ่านโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการสร้างอาหารคนอาหารสมอง และการสร้างโอกาสส่งเสริมทุกคนได้เข้าถึงคุณค่านี้ อย่างเท่าเทียม เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคน

การบริหารจัดการความมั่นคงทางอาหาร



การปฏิรูประบบอาหาร เพื่อการผลิตและบริโภคอย่างยั่งยืน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน

ทุกวันนี้ ผู้บริโภคหันมาดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ด้วยการเติมเต็มชีวิตในด้านสังคมและจิตใจ รวมถึงสถานการณ์โลกที่กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารทางเลือกใหม่ ๆ และอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีกว่า เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีขึ้น ลดความเสี่ยงต่อการเป็นโรคติดต่อไม่เรื้อรัง จึงเป็นหนึ่งในภารกิจหลักของเครือเจริญโภคภัณฑ์ในปัจจุบัน เครือฯ มีผลิตภัณฑ์อาหารที่มุ่งเน้นสุขภาพ การ สุขภาพ และสุขภาพะที่ดีจำนวน 1,242 ผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งออกเป็นผลิตภัณฑ์ปรับลดไขมัน น้ำตาล โซเดียม ผลิตภัณฑ์เพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงสูตร และอาหารเฉพาะบุคคล นอกจากนี้ เครือฯ ยังได้มีการร่วมมือระหว่างบริษัท องค์กร และภาครัฐ เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมผ่านโครงการวิจัยของเครือฯ

ด้วยแนวโน้มอนาคต การขาดแคลนทรัพยากรอาหารที่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงวิถีการผลิตอาหารเดิม ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงได้มีแนวคิดการสร้างอาหารแห่งอนาคตที่ส่งเสริมความมั่นคงทางด้านอาหาร และสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม โดยเครือฯ สร้างสรรค์วัตถุดิบต่าง ๆ ให้เกิดเป็นอาหารรูปแบบใหม่ มีรสชาติดี และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ เช่น กลุ่มโปรตีนทางเลือกโดยได้คัดเลือกวัตถุดิบที่ทำจากพืชที่ให้โปรตีนสูง พัฒนารสชาติ กลิ่น สีสัมผัสให้เหมือนผลิตภัณฑ์จากสัตว์ เช่น MEAT ZERO และกลุ่มผลิตภัณฑ์ VG for Love เป็นต้น นอกจากนี้ เครือฯ ยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ติดฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์และผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำมากกว่า 971 รายการ เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคเข้าถึงอาหารคุณภาพและปลอดภัย ควบคู่กับการมีส่วนร่วมบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



CASE STUDY

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคที่ห่วงใยสุขภาพ (VG for Love)



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

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



Manufacturing Capital



การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการผลิตและบริโภคอย่างยั่งยืน และผลิตภัณฑ์ที่ช่วยเพิ่มภูมิคุ้มกัน



เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศไทย) TASTE INC - ไก่ย่างสปีซี่

- มีโปรตีนสูง
- โซเดียมต่ำ
- ไขมันอิ่มตัวต่ำ
- ย่างด้วยถ่านที่มาจากแหล่งผลิตที่ยั่งยืน



ท็อปส์ฟู้ดส์ (ประเทศไทย) ข้าวไก่พุดเบรียวหวาน

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



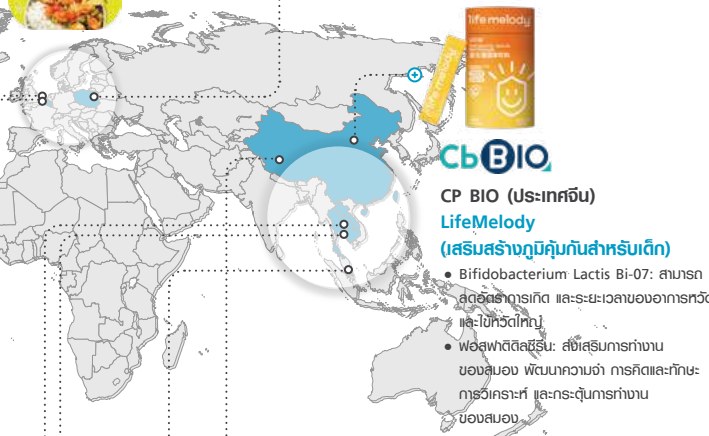
SuperDroB (ประเทศโปแลนด์)

- โปรตีนจากข้าว
- โลโก้ "V-Label" ผ่านการตรวจสอบและรับรองตามข้อกำหนดคุณสหภาพมังสวิรัติยุโรป (European Vegetarian Union)



บริษัท เบลลิซโซ ฟู้ด อิงค์ (สหรัฐอเมริกา) Michelina's Grande : Rigatoni Alfredo with Chicken & Broccoli

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



CP BIO (ประเทศไทย) LifeMelody (เสริมสร้างภูมิคุ้มกันสำหรับเด็ก)

- Bifidobacterium Lactis Bi-07: สามารถลดอัตราการเกิด และระยะเวลาของอาการท้องและไข้หวัดใหญ่
- โฟสฟาตัสดีซิน: สหิเสริมการทำงานของสมอง พัฒนาความจำ การคิดและทักษะการวิเคราะห์ และกระตุ้นการทำงานของสมอง



ซีพีแรม (ประเทศไทย) ข้าวหอมมะลิผสมข้าวไรซ์เบอร์รี่ ยำอกไก่ย่าง

- มีโปรตีนจากเนื้ออกไก่ล้วน
- โซเดียมต่ำ ไขมันอิ่มตัวต่ำ
- ไขมันอิ่มตัวต่ำ
- เป็นแหล่งโปรตีน



เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศไทย) ข้าวพุดอกไก่ผสมควินัว

- ไขมันต่ำ
- แหล่งโปรตีนที่ดีเยี่ยม
- อุดมไปด้วยไฟเบอร์



เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศไทย) MEAT ZERO X TASTE ASIA มาลาไก่อกไก่พร้อมข้าวกล้องงอก

- ปราศจากเนื้อสัตว์
- ตัวเหลืองไม่ดำแดงปนเหลือง
- เหมาะสำหรับผู้: วีแกน มังสวิรัติ และมังสวิรัตแบบยืดหยุ่น



เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (ประเทศไทย) CP FI-IT (CP ฟิต): ไล้รอกอกไก่พร้อมโยเกิร์ต

- โปรตีนสูงเทียบเท่ากับไข่ขาว 5 ฟอง
- ไขมันและโซเดียมลดลง
- ปลอดภัย ปราศจากฮอร์โมนเร่งการเจริญเติบโตตามหลักสวัสดิภาพสัตว์
- ปลอดภัยสาร ร้อยละ 100 ไม่มีการใช้สารเทียม
- ได้รับรางวัล "สุดยอดนวัตกรรมอาหาร" (THAIFEX-Anuga Taste Innovation Show 2023) และ "สุดยอดรสชาติอาหารระดับโลก ประจำปี 2566" จากประเทศไทย



การสร้างความเป็นคงทางอาหาร

ผู้คนจำนวนมากทั่วโลกประสบปัญหาความอดอยากและการเข้าถึงอาหาร โดยมีสาเหตุหลักมาจากประชากรโลกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างรุนแรงกระทบต่อจำนวนพื้นที่ด้านการเกษตรที่ลดลง หลายพื้นที่เกิดปัญหาขาดแคลนน้ำ อันเป็นต้นเหตุสำคัญที่ผลผลิตต้องหยุดชะงัก รวมถึงการบริโภคในปัจจุบันมีการสูญเสียอาหารและมีขยะอาหารมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยการเข้าถึงอาหารที่เพียงพอและมีคุณค่าทางโภชนาการถือเป็นสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานที่ทุกคนพึงได้รับอย่างเสมอภาค ด้วยเหตุนี้ ความเป็นคงทางอาหารจึงเป็นประเด็นสำคัญสำหรับเครือข่ายวิจัยภาคพื้นที่ และทำให้เครือข่าย มุ่งมั่นในการส่งเสริมสุขภาพและสภาวะที่ดีเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางอาหารให้ประชาชนสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอย่างเท่าเทียมเพียงพอต่อความต้องการในราคาที่เข้าถึงได้ สุขลักษณะและหลักโภชนาการ

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





CASE STUDY

การหาอัตราการผลิตเชื้อ *Bacillus* ในปุ๋ยอินทรีย์ เพิ่มประสิทธิภาพการควบคุมโรครากเน่าโคนเน่าในข้าวโพด ประเทศเมียนมา



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

ในปี 2566 สามารถช่วยปกป้องผลผลิตของเกษตรกร โดยใช้ไปกับพื้นที่ได้มากถึง 38,400 เอเคอร์



Manufacturing Capital



Relationship Capital



CASE STUDY

Sustainable Agriculture

บริษัท ซี.พี. อินเทอร์เน็ต จำกัด และบริษัทในธุรกิจข้าว ชนส่งและบริการ ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ผนึกกำลังทำโครงการพัฒนาการทวนสอบย้อนกลับผ่านมาตรฐานข้าวยั่งยืนในโครงการข้าวประชารัฐ เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ค้ามีความรู้ความสามารถในการเพาะปลูกข้าวอย่างถูกวิธี ตามหลักความปลอดภัยของอาหาร มีระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ และอยู่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

จำนวนผลิตภัณฑ์ข้าวที่ได้รับตราสัญลักษณ์
KHAO C.P. SUSTAINABILITY 59,574 ตัน



Manufacturing Capital



CASE STUDY



ปริมาณอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการ
 เทียบเท่ากับจำนวนมืออาหารที่บริจาคทั้งหมด
5.79 ล้านมือ

ส่งมอบอาหารส่วนเกินกว่า **3.09** ล้านคน



Relationship Capital



Natural Capital

การร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อขับเคลื่อน

“ธนาคารอาหารแห่งชาติ”

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



การบริหารจัดการนวัตกรรม Innovation

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

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



8.2 บรรลุการมีผลผลิตทางเศรษฐกิจในระดับที่สูงขึ้นผ่านการยกระดับเทคโนโลยี และนวัตกรรม



9.5 เพิ่มทุนการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ระดับขีดความสามารถทางเทคโนโลยีของภาคอุตสาหกรรม
9.b สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยี การวิจัย และนวัตกรรมที่นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าของสินค้าโภคภัณฑ์

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



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

4,068 ฉบับ

จำนวนสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรสะสม เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ร้อยละ 11.2

2.2%

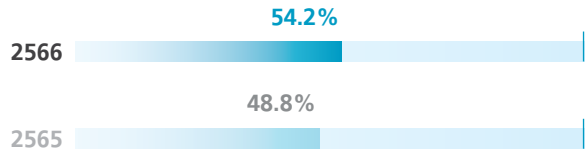
สัดส่วนรายได้จากสินค้าและบริการใหม่

28,264 ล้านบาท

มูลค่าเงินลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา ลดลงจากปี 2565 ร้อยละ 1.7

เป้าหมายและความคืบหน้า

7,500 ฉบับของสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรที่ได้รับการขึ้นทะเบียน



แผนการดำเนินงานในอนาคต



ลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ เช่น เอไอ (AI) และบิโกลิตา เป็นต้น



พัฒนาแพลตฟอร์มแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านนวัตกรรม เพื่อส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมทั้งในองค์กรและภายนอก



พัฒนาระบบนิเวศทางนวัตกรรม (Innovation Ecosystem) ของเครือเจริญโภคภัณฑ์



การบริหารจัดการนวัตกรรมเพื่อพรุ่งนี้ที่ดียิ่งกว่า

การบริหารจัดการนวัตกรรม

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

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

วัฒนธรรม

- รางวัลนวัตกรรมระดับเครือฯ : Chairman Award
- รางวัลนวัตกรรมระดับกลุ่มธุรกิจ
- โครงการพอใจวันเดียว

ทรัพยากร

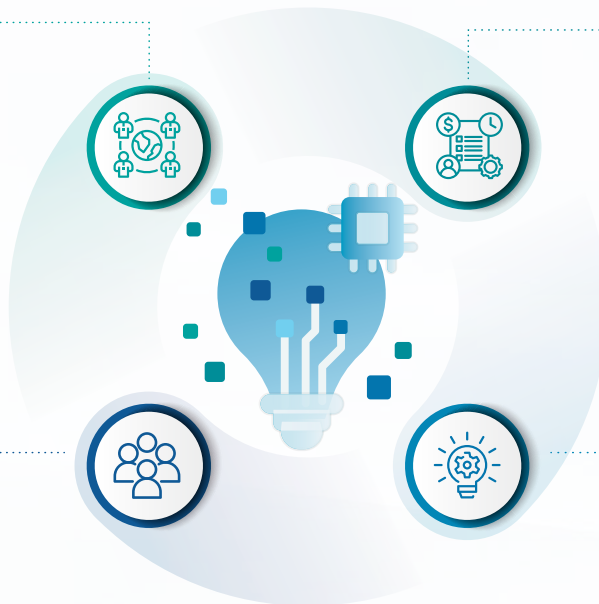
- เป็นศูนย์กลางการวิจัยและพัฒนา
- ศูนย์วิจัย

บุคลากร

- นำร่องนวัตกรรม / การปรับปรุงงาน เป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผล
- นักวิจัย / นวัตกรรม

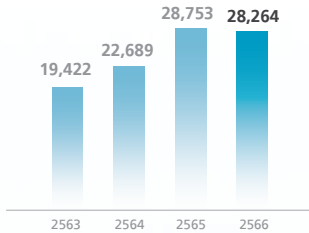
องค์ความรู้

- การอบรมด้านนวัตกรรม / เทคโนโลยีให้กับพนักงาน
- ระบบการจัดการองค์ความรู้ ด้านนวัตกรรม

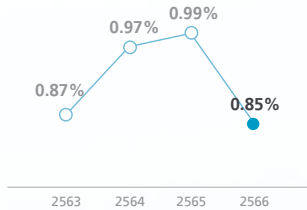


การลงทุน

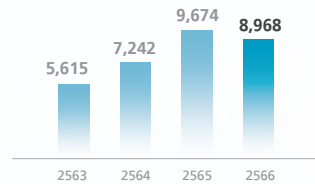
ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา (ล้านบาท)



สัดส่วนค่าใช้จ่าย R&D ต่อรายได้



จำนวนบุคลากรด้าน R&D (คน)

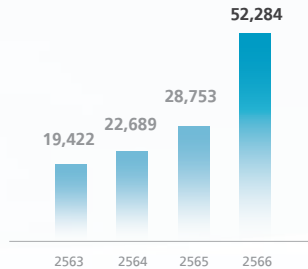


กระบวนการ



จำนวนศูนย์วิจัย
91 แห่ง

จำนวนโครงการพอใจวันเดียว



นวัตกรรมโครงการแบบเปิด
616 โครงการ



จำนวนนักวิจัย
8,968 คน

การมีส่วนร่วมในโครงการ
นวัตกรรม
46,121 คน



จำนวนนวัตกรรม
37,425 คน



ผลลัพธ์



สัดส่วนรายได้
จากสินค้าใหม่
2.2%



ค่าใช้จ่ายที่ลดลง
จากนวัตกรรม
2,509 ล้านบาท



จำนวนทรัพย์สิน
ทางปัญญา
4,068 เรื่อง



การพัฒนานวัตกรรมในกระบวนการผลิต

นวัตกรรมกระบวนการผลิต



การพัฒนาวัตกรรมการด้านความยั่งยืนของเครือฯ ต้องมุ่งเน้นลูกค้า ครอบคลุม ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ รวมถึงการตรวจสอบย้อนกลับ และพัฒนาให้กลายเป็น Product Sustainability ส่งถึงผู้บริโภค

คุณณรงค์ เอี่ยมสวนนท์

รองประธานอาวุโส

เครือเจริญโภคภัณฑ์

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

นอกจากการนำนวัตกรรมมาพัฒนากระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นแล้ว เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังสนับสนุนให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ ซึ่งเป็นไปตามค่านิยมองค์กรของเครือฯ คือการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และการยอมรับการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมองค์กรทั้ง 2 ข้อนี้ ทำให้เครือฯ ไม่ปิดกั้นที่จะส่งเสริมและปลูกฝังให้พนักงานทุกระดับไม่ยึดติดกับกระบวนการปัจจุบัน แต่ในขณะเดียวกันก็มองหานวัตกรรมหรือ

เทคโนโลยีใหม่ ๆ มาเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการ ส่งเสริมการทำงานที่ง่ายขึ้น และเปิดโอกาสให้นำเสนอผลงาน ซึ่งหากมีความคุ้มค่า เครือฯ ก็มีการลงทุนในนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีดังกล่าว

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

CASE STUDY



แอปพลิเคชันด้านการบริหารจัดการงานขนส่ง

และโลจิสติกส์อัจฉริยะ: AXONS Move

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

ประหยัดค่าใช้จ่าย **ร้อยละ 30**

พัฒนาองค์ความรู้และประสบการณ์ของทีมงานเพื่อต่อยอดสู่ธุรกิจอื่น ๆ



Financial Capital



Human Capital

CASE STUDY

โครงการ Shared Services Center (SSC)

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

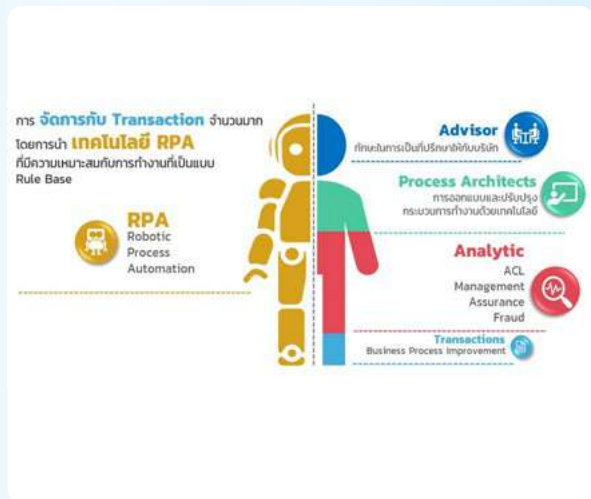
รายได้ **10-53** ล้านบาท/ปี



Financial Capital



Human Capital





การพัฒนานวัตกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์แห่งนวัตกรรม



ในปัจจุบันความต้องการของตลาดและลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและรวดเร็ว ซึ่งหากบริษัทไม่สามารถคิดค้นผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการได้ทันทั่วทั้งก็มีความเสี่ยงในการสูญเสียพื้นที่ทางการตลาดและความสามารถในการแข่งขัน ด้วยเหตุนี้ เครื่องเจริญโคกภัณฑ์จึงไม่เคยหยุดที่จะพัฒนาสินค้าและบริการออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังและความต้องการของลูกค้าและสังคม ซึ่งเกณฑ์ที่เครื่องฯ ใช้ในการคิดค้นและการพัฒนาสินค้าหรือบริการ ได้แก่ ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยทางสุขภาพของผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย ความปลอดภัยและความสะดวกสบายของการใช้งาน และความต้องการของตลาด

ในปี 2566 เครื่องเจริญโคกภัณฑ์ได้มีการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ตามแผนงาน เพื่อตอบสนองต่อทิศทางการดูแลสุขภาพ และความปลอดภัยทางอาหาร เทคโนโลยีพลังงานและบ้านอัจฉริยะ อาทิ โครงการโกไทยจะไปอวกาศ ผลิตภัณฑ์ Meat Zero ผลิตภัณฑ์ไซสโตเสริมซีลีเนียมและปลอดภัยปฏิบัติชนะ อุปกรณ์บ้านอัจฉริยะ และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ อีกมากมาย



สัดส่วนรายได้จากสินค้าและบริการใหม่

ร้อยละ 2.2



ผลิตภัณฑ์ Soyirun ของเครื่องเจริญโคกภัณฑ์ ได้รับรางวัลการออกแบบอุตสาหกรรมจาก iF Design Award 2024

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

CASE STUDY

โครงการ True GIGATEX Intelligent Fiber Router

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



รายได้ **480** ล้านบาท/ปี

 Financial Capital

ลูกค้าเพิ่มขึ้น **50,000** ราย

 Relationship Capital


CASE STUDY

**โครงการฟักทองทนไวรัสสายพันธุ์แรกของไทย**

“ฟักทอง ทองสยาม” ฟักทองทนไวรัสสายพันธุ์แรกของไทย ทนทานต่อไวรัส SLCCNV (Squash Leaf Curl China Virus) ที่ทำให้เกิดโรคใบหงิก ใบเจริญเติบโตผิดปกติ ต้นเตี้ยแคระ และติดผลไม่สมบูรณ์หรือไม่ติดผล กลุ่มธุรกิจเจียไต๋ได้วิจัยและปรับปรุงสายพันธุ์ฟักทองทนไวรัสด้วยนวัตกรรมที่ทันสมัยและใช้เทคนิคทางโมเลกุลทำให้ได้ผลผลิตฟักทองสายพันธุ์แรกในไทยที่สามารถทนไวรัสที่ทำให้เกิดอาการใบหงิกเหลืองบนฟักเขียว (Squash Leaf Curl China Virus: SLCCNV) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังได้รางวัล “นวัตกรรมดีเด่น” ประเภทการวิจัยและพัฒนา จากการปรับปรุงสายพันธุ์พืช “ฟักทอง ทองสยาม” ฟักทองทนไวรัสสายพันธุ์แรกของไทย และรางวัล “องค์กรที่มีความเป็นเลิศ” สาขานวัตกรรมและการเกษตร อีกด้วย

รายได้ **7.38** ล้านบาท/ปี

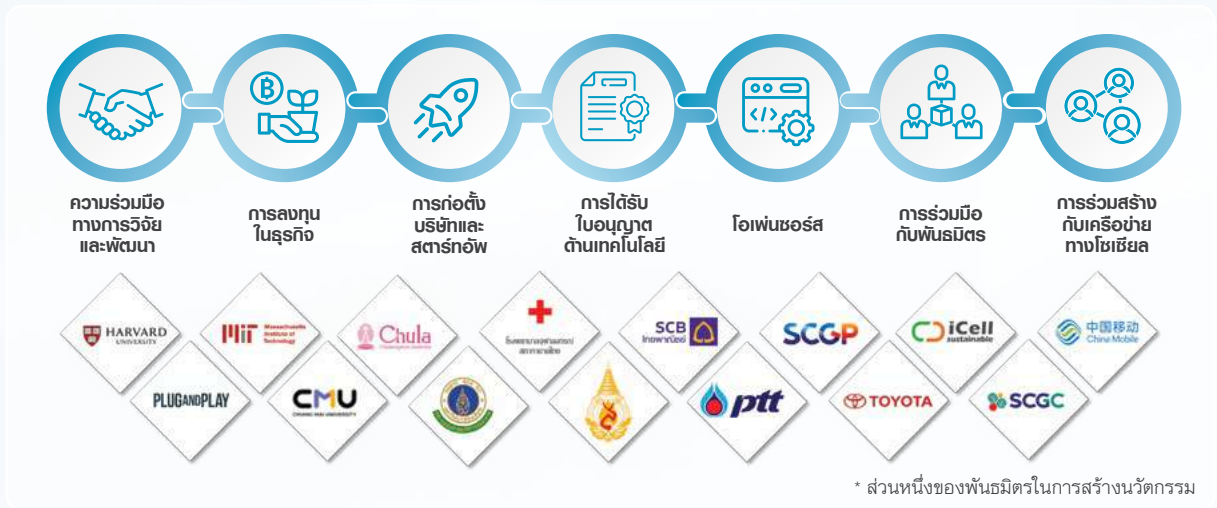
 Financial Capital

 Intellectual Capital



การสร้างความร่วมมือด้านนวัตกรรม

นอกจากความพยายามในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมจากความเชี่ยวชาญภายในเครือเจริญโภคภัณฑ์แล้ว เรายังเชื่อมั่นว่าการร่วมผนึกกำลัง และแบ่งปันความรู้และประสบการณ์กับหน่วยงานภายนอกจะช่วยเพิ่มศักยภาพ ความรวดเร็วในการพัฒนานวัตกรรมไปอีกระดับ อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ความเชี่ยวชาญกับหน่วยงานภายนอกองค์กร เกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ ซึ่งจะช่วยให้องค์ความรู้ หรือผลงานการพัฒนานวัตกรรมสามารถต่อยอดออกไปได้ในวงกว้างและสามารถนำไปใช้งานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย



CASE STUDY

โครงการเนื้อจากพืช “Nasi Kerabu Bliss Bowl”

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



ควารางวัลรองชนะเลิศอันดับที่ 3

Human Capital

CASE STUDY

**โครงการหุ่นยนต์ด้านเวชศาสตร์นิวเคลียร์
ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการผู้ป่วยโรคมะเร็ง
ต่อมไทรอยด์ด้วยสารรังสีไอโอดีน**



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

โอกาสในการสร้างรายได้ 40 ล้านบาท/ปี

Financial Capital

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้อยละ 90

Relationship Capital

CASE STUDY

“นึ่มนึ่ม เส้นโซ่ขาวพร้อมทาน”

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับคู่ค้าทางธุรกิจในการพัฒนาอาหารที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคที่มีความจำเป็นในการรับประทานอาหารเพื่อรักษาโรค เช่น ผู้ป่วยโรคไตหรือผู้ป่วยโรคมะเร็งที่ต้องบริโภคโซ่ขาวประมาณ 10-20 ฟองต่อวัน แต่ไม่สามารถทานได้ตามปริมาณ จึงเป็นแรงบันดาลใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “นึ่มนึ่ม เส้นโซ่ขาวพร้อมทาน” ที่คิดค้นโดยใช้เทคนิคการแลกเปลี่ยนไอออนของสารสกัดสาหร่ายสีน้ำตาล ซึ่งเป็นส่วนประกอบหนึ่งในเส้นโซ่ขาวกับไอออนในน้ำเกลือที่ใช้แช่เส้นบวกรับธรรมชาติของโซ่ขาวที่เมื่อสุกแล้วจะเปลี่ยนสถานะจากของเหลวเป็นของแข็ง จึงทำให้เส้นแข็งตัวได้และมีเนื้อสัมผัสที่เหนียวนุ่ม ไม่มีส่วนผสมของแป้งและไขมัน ให้พลังงานต่ำ มีกรดอะมิโนครบถ้วน มีโปรตีนสูงเทียบเท่าโซ่ขาว 3 ฟองต่อน้ำหนักเส้น 100 กรัม เก็บได้นาน 1 ปี



รายได้ 20 ล้านบาท/ปี

Financial Capital



การสร้าง ความผูกพัน กับผู้มีส่วนได้เสีย Stakeholder Engagement

การสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่สำคัญสำหรับการดำเนินงานธุรกิจ เพราะการได้รับการยอมรับและความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสียจะส่งเสริมให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งไม่เพียงแค่นับสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ แต่ยังช่วยให้องค์กรสามารถส่งมอบคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มได้ในระยะยาว ที่เครือเจริญโภคภัณฑ์เรามีกระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียที่ครอบคลุม และมีการทบทวนอยู่เป็นประจำ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าประเด็นที่อยู่ในความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียได้ถูกนำมาบูรณาการเข้าในกระบวนการตัดสินใจอย่างครบถ้วน แต่อย่างไรก็ตาม ด้วยบริบททางธุรกิจของเครือฯ ทำให้กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของเครือฯ มีความหลากหลาย ซึ่งจำเป็นต้องใช้ช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มสามารถเข้าถึงข้อมูลการดำเนินงานของเครือฯ รวมถึงการเสนอข้อคิดเห็นหรือข้อห่วงกังวลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว นอกจากการสร้างให้มีช่องทางการสื่อสารที่ครอบคลุมแล้ว การเปิดเผยผลการสร้าง ความมีส่วนร่วมอย่างโปร่งใสและตรงไปตรงมาก็เป็นอีกหนึ่งประเด็นที่เครือฯ ให้ความสำคัญมาโดยตลอด

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



16.7 สร้างหลักประกันว่าจะมีกระบวนการตัดสินใจที่ครอบคลุม และมีส่วนร่วมในทุกระดับการตัดสินใจ



17.16 ยกกระดับความร่วมมือระดับโลก เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
17.17 สนับสนุนและส่งเสริมหุ้นส่วนความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาครัฐ-ภาคเอกชน และประชาสังคม

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



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

81%

คะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ร้อยละ 1

78%

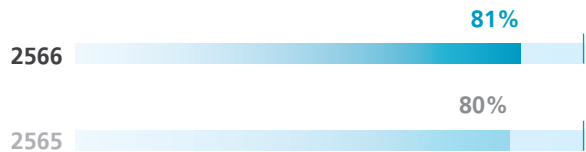
คะแนนความพึงพอใจต่อการสื่อสาร รับฟัง และตอบสนองของเครือฯ ลดลงจากปี 2565 ร้อยละ 1

84%

คะแนนความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือฯ เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ร้อยละ 4

เป้าหมายและความคืบหน้า

80% คะแนนความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียหลักจากการสำรวจของทุกกลุ่มธุรกิจ



แผนการดำเนินงานในอนาคต



พัฒนากระบวนการสำรวจความคิดเห็นและการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย



แสวงหาความร่วมมือกับพันธมิตรภายนอกเพิ่มเติม เพื่อริเริ่มโครงการที่ส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน



กระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

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

ของเครือฯ (Responsibility) ความช่วยเหลือของเครือฯ (Tension) การมีอิทธิพลต่อเครือฯ (Influence) และการมีความเห็นต่อเครือฯ (Diverse Perspectives) แล้วจึงจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียเพื่อกำหนดแนวทางการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียที่มีประสิทธิภาพและภายในระยะเวลาที่เหมาะสม สุดท้าย เครือฯ ดำเนินการสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียตามแผนงานที่กำหนดไว้ ซึ่งกระบวนการนี้ รวมถึงการสื่อสารอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ข้อมูลที่ชัดเจนและถูกต้อง การปรึกษาเพื่อขอความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ การพัฒนาแผนการปฏิบัติงาน และการสื่อสารผลการสร้างความผูกพันฯ

การสำรวจความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย

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

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

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[Stakeholder Engagement Report 2023](#)

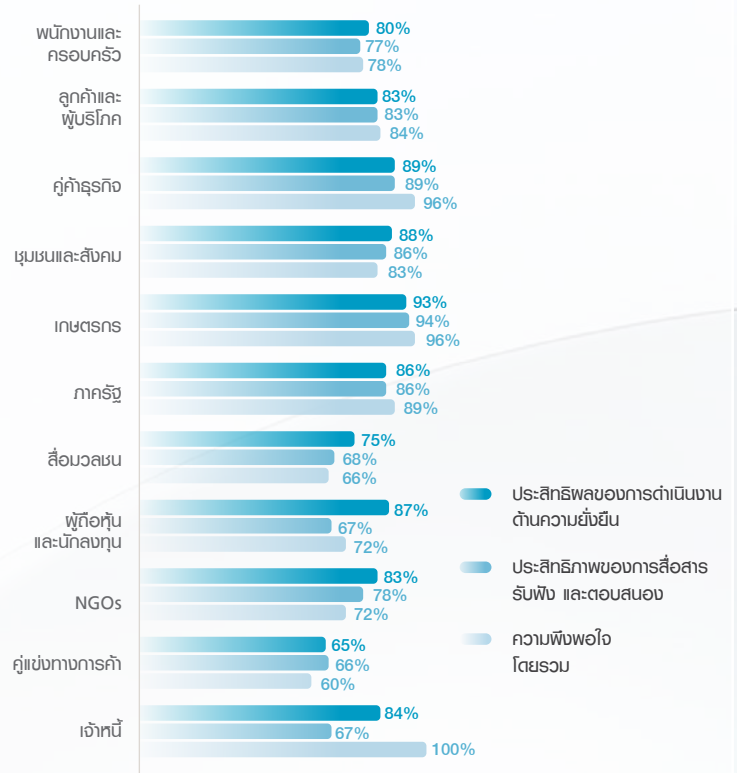


ผลสำรวจความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียประจำปี 2566

คะแนนความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย

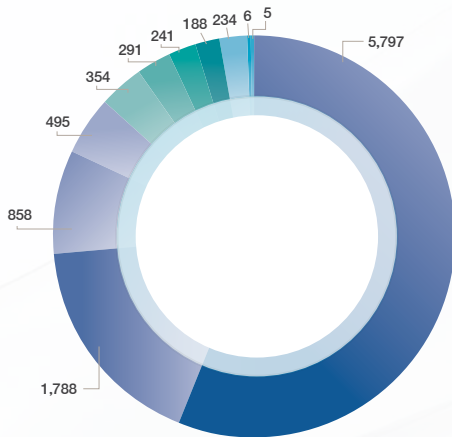


คะแนนความพึงพอใจแต่ละด้าน



สัดส่วนผู้ตอบแบบสำรวจ

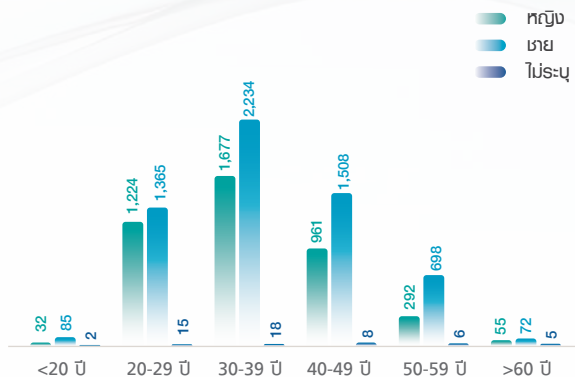
(หน่วย: คน)



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

ความหลากหลายของผู้ตอบแบบสำรวจ

(หน่วย: คน)





การรับฟังและตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสีย

หนึ่งในแนวปฏิบัติด้านการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียของเครือเจริญโภคภัณฑ์คือ การปรึกษาเพื่อขอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม รวมถึงการรับฟังความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญภายนอก ซึ่งความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียและผู้เชี่ยวชาญนั้นมีความสำคัญและส่งเสริมให้เครือฯ มีความเข้าใจลึกซึ้งต่อแนวโน้มและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง และนำมาปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานให้สามารถตอบสนองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

พนักงาน

ในฐานะพนักงาน ผมให้ความสำคัญกับการส่งเสริมความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน โดยเน้นไปที่การสร้างความรู้ ความสามารถใหม่ ๆ และการเปิดโอกาสให้ทีมมองที่ออกนอกกรอบ โดยเครือฯ มีโครงการสร้างผู้นำและพัฒนากักขะแห่งอนาคต ซึ่งเป็นการร่วมมือข้ามแผนกหรือข้ามบริษัท และเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถนำสิ่งที่ได้เรียนรู้ไปใช้กับการทำงานจริง และช่วยย้ให้พนักงานได้เรียนรู้และเติบโตในทางปฏิบัติและปรับปรุงความสามารถในการแก้ปัญหาได้อย่างต่อเนื่อง

คุณหวั่ง เพ็ญ

บริษัท C.P. Food (Hengshui) จำกัด



คู่ค้าทางธุรกิจ

วันนี้ เครือฯ เข้ามามีบทบาทในการเป็นผู้นำด้วยนโยบายที่ชัดเจนในการไม่ทนต่อการตัดไม้ทำลายป่าและความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับได้ร้อยละ 100 ความเป็นผู้นำที่แข็งแกร่งนี้สอดคล้องกับความมุ่งมั่นของ Bunge ที่จะปราศจากการตัดไม้ทำลายป่าร้อยละ 100 ภายในปี 2568 ซึ่งการทำงานร่วมกันจะสามารถสร้างแพลตฟอร์มที่เป็นตัวอย่างในอุตสาหกรรม และช่วยพัฒนาระบบนิเวศที่เอื้อต่อการจัดหาอย่างมีความรับผิดชอบ เรามุ่งมั่นที่จะมีอิทธิพลต่อกิจทางของอุตสาหกรรม เพื่อให้แน่ใจว่าการดำเนินการเชิงบวกของเราจะช่วยผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในผู้อื่น

Mr. Mohit Purbey

Bunge Asia Ptd, Ltd.



ลูกค้า

ในฐานะลูกค้า ผมขอยกย่องความมุ่งมั่นของ C.P. Group ในการทำงานอย่างใกล้ชิดกับเกษตรกรและส่งเสริม GAP+ ในด้านคุณภาพและความปลอดภัย โครงการปลูกข้าวอย่างยั่งยืนได้ช่วยปรับปรุงความเป็นอยู่ของชาวเกษตรกรและเกษตรกรเปลี่ยนสภาพภูมิอากาศเป็นสิ่งที่สำคัญ เป้าหมายความยั่งยืนระยะกลาง/ระยะยาวของเครือฯ ในห่วงโซ่อุปทานและกลยุทธ์สำหรับการรับมือกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมดินน้ำและปลายน้ำมีแนวโน้มที่ดี ผมแนะนำให้พัฒนาบรรพบุรุษที่ยั่งยืนและปรับปรุงการจัดการของเสีย ความพยายามของกลุ่ม C.P. ถือเป็นเรื่องน่ายกย่อง แต่การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องในด้านเหล่านี้ถือเป็นสิ่งสำคัญ

Mr. Ching Yong Hai

Topseller Pte Ltd., a subsidiary of PSC Corporation Ltd.

เกษตรกร

โครงการกรมก๋อยโมเดล ของมูลนิธิเจริญโภคภัณฑ์พัฒนาชีวิตชนบท เข้ามาช่วยพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนผ่านการสร้างอาชีพ และส่งเสริมรายได้ที่มั่นคง โดยโครงการฯ ดำเนินงานภายใต้แผนงานเกษตรมูลค่าสูง ใช้การส่งเสริมการเกษตรแบบ “ตลาดนำการผลิต” โดยมีการวางแผนการผลิตร่วมกับกลุ่มเกษตรกรฯ ทำให้การผลิตพืชเกษตรมูลค่าสูง “ใช้พื้นที่ในการผลิตน้อย แต่ได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่า” มีการบริหารจัดการแปลงปลูกที่ถูกวิธีตามหลักวิชาการ ส่งผลให้เกษตรกรมีพื้นที่เหลือใช้ประโยชน์เพิ่มเติมจากการปลูกพืชรายได้

คุณสมชัย เพียงขวัญหทัย

สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรมูลค่าสูง บ้านทุ่งจำเริง ต.อมก๋อย อ.เขียงใหม่



ชุมชนสังคม

เครือฯ มีการดำเนินงานกับชุมชนมาอย่างต่อเนื่อง แต่ก็อยากจะทำให้ต่อยอดพัฒนาในเรื่องอาชีพของชุมชนอย่างยั่งยืน เช่น การส่งเสริมอาชีพเรื่องพืช เรื่องสัตว์ และการพัฒนาพันธุ์ข้าวต่าง ๆ เมื่อไรที่ครอบครัวเขาสามารถอยู่ได้ด้วยตนเองสังคมก็ควรจะมีความสุข นอกจากนี้ อยากให้ช่วยในด้านเศรษฐกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ต้นน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำ แล้วก็พัฒนาต่อยอดทางนวัตกรรมเรื่องการผลิต

คุณสุรสิทธิ์ แสงโกโพบรี

นายกองค์การบริหารส่วนตำบลบุโพธิ์ อ.บุรีรัมย์



ภาครัฐ

เครือฯ มีการดำเนินงานด้านการปกป้องสิทธิมนุษยชนที่ค่อนข้างเข้มข้น โดยเฉพาะการสื่อสารและอบรมให้พนักงานได้รับทราบและนำไปปฏิบัติอย่างถูกต้อง อีกทั้งยังได้ดำเนินการกับภาคส่วนภายนอกต่าง ๆ มาอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม หากเป็นไปได้ก็อยากให้การยกระดับในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการปกป้องสิทธิมนุษยชนผ่านทาง E-learning ให้บริษัทอื่น ๆ ได้ศึกษา และนำไปพัฒนาการดำเนินงานเพื่อสร้างสังคมที่ยั่งยืน นอกจากนี้ ประเด็นด้านการปกป้องสิทธิมนุษยชนในการลงทุนข้ามพรมแดนของประเทศไทยก็เป็นเรื่องที่ยังไม่ค่อยมีการดูแล ดังนั้น หากเครือฯ จะเข้ามาให้การสนับสนุนก็จะเป็นประโยชน์เชิงการให้ความรู้ และการทำความเข้าใจกับภาครัฐ

คุณณารัตน์กษณ์ แพ้ไขยภูมิ

ผู้อำนวยการกองสิทธิมนุษยชนระหว่างประเทศ, กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ, กระทรวงยุติธรรมประเทศไทย



NGOs

เครือฯ ได้ดำเนินการตามกลยุทธ์ความยั่งยืนที่ครอบคลุม และมีการเปิดเผยผลการดำเนินงานที่ชัดเจน เครือฯ ยังได้เปิดเผยกระบวนการตรวจสอบสถานะด้านสิทธิมนุษยชน พร้อมด้วยนโยบายที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมสิทธิมนุษยชน รวมถึงสิทธิของแรงงานข้ามชาติ หัวข้อเรื่องสิทธิมนุษยชนมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น เพื่อให้เครือฯ สามารถรักษาบทบาทผู้นำในหัวข้อเรื่องธุรกิจและสิทธิมนุษยชนได้ พมต้องการให้เครือฯ ดำเนินการตามนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนอย่างต่อเนื่อง และควรมุ่งเน้นทั้งการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลลัพธ์และการบังคับใช้นโยบายเพื่อเพิ่มความโปร่งใสให้กับผู้มีส่วนได้เสียด้วยเหตุนี้ เรจึงขอสนับสนุนให้เครือฯ เพิ่มบทบาทมากขึ้นในการเจรจาระหว่างประเทศเกี่ยวกับธุรกิจและสิทธิมนุษยชน

Mr. Maximilian Potter

หัวหน้าฝ่ายการเคลื่อนย้ายแรงงานและการรวมตัวทางสังคม, องค์การระหว่างประเทศเพื่อการโยกย้ายถิ่นฐาน





การร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักดีว่าการบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนในมิติต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม การพัฒนาอาหารที่เพียงพอต่อความต้องการ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพนั้น จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ ซึ่งความร่วมมือจะช่วยให้องค์กรสามารถเรียนรู้แนวปฏิบัติใหม่ ๆ รวมถึงแบ่งปันเทคโนโลยีที่ส่งเสริมการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม



การร่วมสร้างความมั่นคงทางอาหาร สร้างงาน สร้างรายได้ เชื่อมเศรษฐกิจการค้าไทย-ฝรั่งเศส

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

ความร่วมมือในการบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอนในประเทศไทย

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





ความร่วมมือเพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านพลังงาน

คุณสุภกิต เจียรนวนนท์ ประธานกรรมการ เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้ลงนามบันทึกความเข้าใจกับमितซูบิชิ คอร์ปอเรชั่น เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ร่วมกันในการลดการปล่อยคาร์บอนของอุตสาหกรรม การผลิตในประเทศไทย ซึ่งเครือฯ และमितซูบิชิ คอร์ปอเรชั่น นั้นมีความตั้งใจที่จะร่วมกันดำเนินการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาแหล่งพลังงานปลอดคาร์บอนในประเทศต่าง ๆ รอบประเทศไทย และจัดหาพลังงานปลอดคาร์บอนให้กับอุตสาหกรรมการผลิตของไทย

เครือฯ นำทีมสภาดิจิทัล ตีจุดตลาดลงทุนจากสิงคโปร์ ใน SVCA Conference 2566

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



ร่วมแสดงวิสัยทัศน์บนเวที Thailand Supply Chain Network

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





HOME

Living Together

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อเราที่มีต่อการปกป้องสิ่งแวดล้อมสำหรับคนรุ่นปัจจุบันและอนาคต ในฐานะที่เครือฯ มีการดำเนินงานในธุรกิจที่หลากหลาย รวมถึงธุรกิจการเกษตร อาหาร การค้าปลีก และโทรคมนาคม เราเข้าใจถึงความเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมทางธุรกิจของเรา กับการมีส่วนร่วมของสิ่งแวดล้อม ความมุ่งมั่นของเครือฯ ในการปกป้องสิ่งแวดล้อมไม่ได้เป็นเพียงภาระผูกพันขององค์กรเท่านั้น แต่ยังเป็นเสาหลักของกลยุทธ์ความยั่งยืนของเครือฯ เครือฯ จึงได้บูรณาการเรื่องสิ่งแวดล้อมเข้าไว้ในการทำงานทุกด้านของเรา ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืน ไปจนถึงการลดการใช้พลังงาน การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การอนุรักษ์น้ำ การจัดการของเสีย และการปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ เราทุ่มเทให้กับการนำแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดไปปฏิบัติ เพื่อลดความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมและเพิ่มประสิทธิภาพของการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ตลอดจนเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน นอกจากนี้ เรายังตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกมิติ

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	178
ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน	200
การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ	212
การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ	224
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบต่อ	240



กระบวนการสร้างคุณค่า

ปัจจัยนำเข้า

กระบวนการสร้างคุณค่าผ่านการดำเนินธุรกิจ ของเครือเจริญโภคภัณฑ์



Financial Capital

- 4,345 ล้านบาท การลงทุนทางด้านสิ่งแวดล้อม



Manufacturing Capital

- ร้อยละ 94.6 ของโรงงานการผลิตหรืออาคารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- 1,929 สาขาที่ได้รับการปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน



Human Capital

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



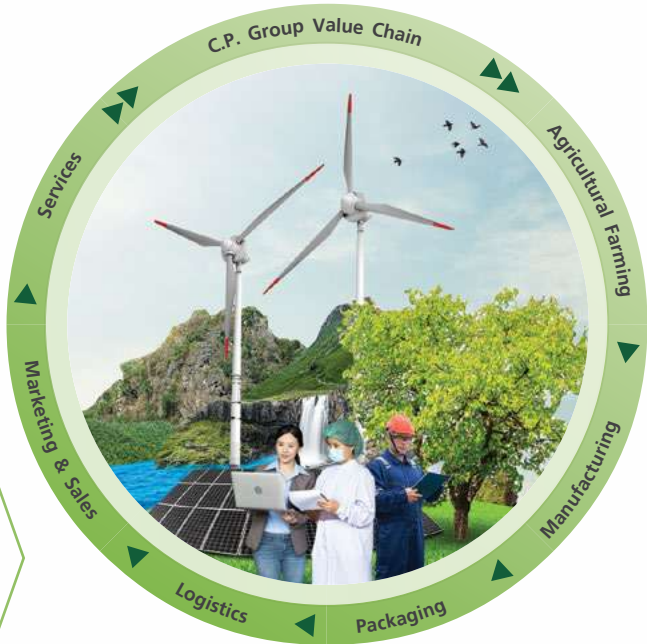
Relationship Capital

- การสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคงระหว่างเครือฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม
- ความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อสร้างสังคมและองค์กรที่ยั่งยืน



Natural Capital

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



กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

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

ผลลัพธ์

คุณค่าที่มอบให้แก่
ผู้มีส่วนได้เสีย

SDGs



Relationship Capital

- + คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจที่มีการดำเนินงานด้านการปกป้อง รักษาสิ่งแวดล้อม 105 ราย



Natural Capital

- + ปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1&2) ลดลง 0.36 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- + เพิ่มปริมาณการใช้พลังงานหมุนเวียน 197 เมกะวัตต์
- + ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ 54.7 ล้านลูกบาศก์เมตร
- + ลดการเกิดปริมาณขยะของเสียจากกระบวนการผลิต 21,442 ตัน
- ผลกระทบที่เกิดต่อดิน น้ำ อากาศ และความเป็นอยู่ของสิ่งมีชีวิตทั่วไป



Manufacturing Capital

- ส่งมอบผลิตภัณฑ์และสินค้าแห่งนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด และมีมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- แบ่งปันองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมสู่สังคม



Human Capital

- สร้างโอกาสในการเติบโตไปพร้อมกับเครือข่ายอย่างยั่งยืน



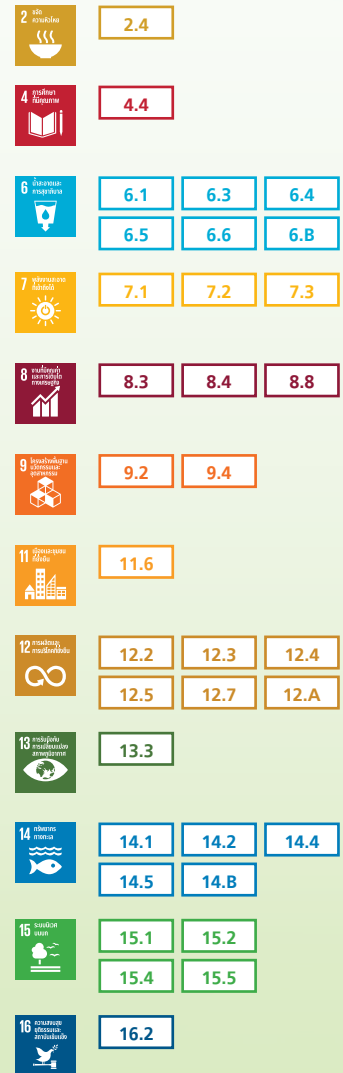
Relationship Capital

- เพิ่มโอกาสในการเติบโตอย่างยั่งยืนของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทาน
- สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในการปกป้องสภาพแวดล้อม และยกระดับการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนอย่างทั่วถึง
- การเป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือ



Natural Capital

- ลดผลกระทบที่เกิดต่อดิน น้ำ อากาศ และความเป็นอยู่ของสิ่งมีชีวิตทั่วไป
- ลดการพึ่งพาต่อทรัพยากรทางธรรมชาติ
- สนับสนุนการบรรลุเป้าหมายของสากลในการจำกัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์





หน้า

การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน

HEART Living Right

HEALTH Living Well

HOME Living Together

ภาพผนวก

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

Climate Resilience

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

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



- 7.2 เพิ่มสัดส่วนของพลังงานหมุนเวียน
- 7.3 เพิ่มอัตราปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน



- 8.4 ปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรในการบริโภคและการผลิตอย่างต่อเนื่อง



- 9.4 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและการใช้เทคโนโลยีและกระบวนการทางอุตสาหกรรมที่สะอาดและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



- 11.6 ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการให้ความสำคัญกับคุณภาพอากาศ



- 12.a สนับสนุนความสามารถด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่จะขับเคลื่อนไปสู่แบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนยิ่งขึ้น



- 13.3 พัฒนาการศึกษ และสร้างความตระหนักรู้ในเรื่องการลดผลกระทบและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[Sustainable Development Goals Report 2023](#)

[Sustainability Performance Report 2023](#)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

9.45%

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

20%

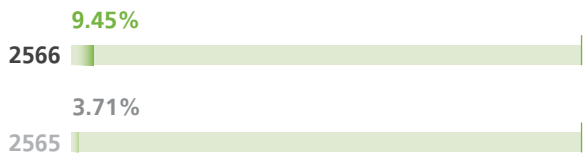
ปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน
ในปี 2566 เครือฯ ดำเนินโครงการอนุรักษ์พลังงานและเพิ่มประสิทธิภาพ สามารถประหยัดการใช้พลังงานได้ 0.82 ล้านกิกะจูล

17%

สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน
ในปี 2566 เครือฯ เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน คิดเป็นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 0.97 ล้านตัน CO₂e

เป้าหมายและความคืบหน้า

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



แผนการดำเนินงานในอนาคต



เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน



จัดทำ Carbon Neutral (Scope 1 & 2) Roadmap สู่ปี 2573 สำหรับทุกกลุ่มธุรกิจ



ส่งเสริมและสนับสนุนให้ลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียลดทวงโซ่คุณค่า มีการดำเนินงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก



Net Zero Transition Plan

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้กำหนดแผนเพื่อมุ่งสู่องค์กรที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการพลังงานและทรัพยากรเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการปรับเปลี่ยนการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด โดยเลือกใช้พลังงานสะอาดและเทคโนโลยีสีเขียว ตลอดจนส่งเสริมผู้มีส่วนได้เสียในการร่วมมือในการลดก๊าซเรือนกระจกได้อย่างยั่งยืน



การใช้พลังงานอย่างคุ้มค่าและลดคาร์บอน

เป้าหมาย: เพิ่มประสิทธิภาพพลังงานร้อยละ 20

การปฏิบัติตามวิธีการหรือนโยบายที่ทำให้การใช้พลังงานลดลง โดยทำให้ได้ผลผลิตหรือบริการเทียบเท่ากับปริมาณพลังงานที่ใช้มีความคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพที่สูงขึ้นในด้านการเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม

- ระบบทำความเย็นที่มีประสิทธิภาพสูง
- หม้อไอน้ำและเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน
- ระบบอัดอากาศแบบรวมศูนย์
- ระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์
- เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต



พลังงานสะอาดและพลังงานทางเลือก

เป้าหมาย: เพิ่มการใช้พลังงานหมุนเวียนร้อยละ 50

การใช้พลังงานที่ผลิตขึ้นโดยไม่ก่อให้เกิดมลพิษ หรือกิจกรรมที่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยลง รวมถึงการนำเข้าหรือใช้แหล่งพลังงานสะอาด เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างความยั่งยืนในการผลิตพลังงาน

- แสงอาทิตย์ในการผลิตไฟฟ้า
- ก๊าซชีวภาพเพื่อผลิตไฟฟ้า
- พลังงานชีวมวลทดแทนเชื้อเพลิงพลังงานจากฟอสซิล
- ระบบกักเก็บพลังงาน



การขนส่งสีเขียว

เป้าหมาย: ลดคาร์บอนจากการขนส่งร้อยละ 25

พัฒนาระบบบริหารจัดการเส้นทางที่มีประสิทธิภาพใช้เชื้อเพลิงให้คุ้มค่า โดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ควบคุมเส้นทางอัจฉริยะ และใช้ข้อมูลสารสนเทศ เพื่อวางแผนและติดตามการขนส่งให้มีประสิทธิภาพสูงสุด รวมถึงส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาดในรถขนส่งตลอดห่วงโซ่คุณค่า

- รถบรรทุกไฟฟ้าเพื่อขนส่ง
- ระบบไฮโดรเจนและแบตเตอรี่
- Logistic Management System เพิ่มประสิทธิภาพ
- การวิเคราะห์และควบคุมการลดคาร์บอนของภาคขนส่ง



เป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกของเครือเจริญโภคภัณฑ์



เป้าหมายระยะสั้นภายในปี 2573

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

เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593

SBT: USSQเป้าหมาย Net Zero Emissions (Scope 1+2+3)



ส่งเสริมการลดคาร์บอนตลอดห่วงโซ่มูลค่า

เป้าหมาย: ลดคาร์บอนร่วมกับคู่ค้าร้อยละ 25

สนับสนุนกิจกรรมที่เน้นการลดปริมาณคาร์บอนไดออกไซด์ตลอดห่วงโซ่มูลค่า สนับสนุนเกษตรกรและคู่ค้าทางธุรกิจโดยการถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคโนโลยี เพื่อลดก๊าซเรือนกระจกให้กับคู่ค้า และส่งเสริมการทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์ ซึ่งนำไปสู่ความยั่งยืนและพัฒนาธุรกิจในระยะยาว

- ส่งเสริมติดตั้ง Solar PPA ให้คู่ค้า
- ร่วมมือกับคู่ค้าเพื่อลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์
- ส่งเสริมการปลูกนาข้าวเปียกสลับแห้ง
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการปลูกพืชเกษตรกรรม



การกักเก็บคาร์บอน

เป้าหมาย: ส่งเสริมเทคโนโลยีดักจับและกักเก็บคาร์บอน

สนับสนุนเทคโนโลยีในการกักเก็บคาร์บอนเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้บรรลุเป้าหมาย Net-Zero นอกจากนี้ ยังส่งเสริมตลาดคาร์บอนให้ทุกคนเกิดการตระหนักและใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

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

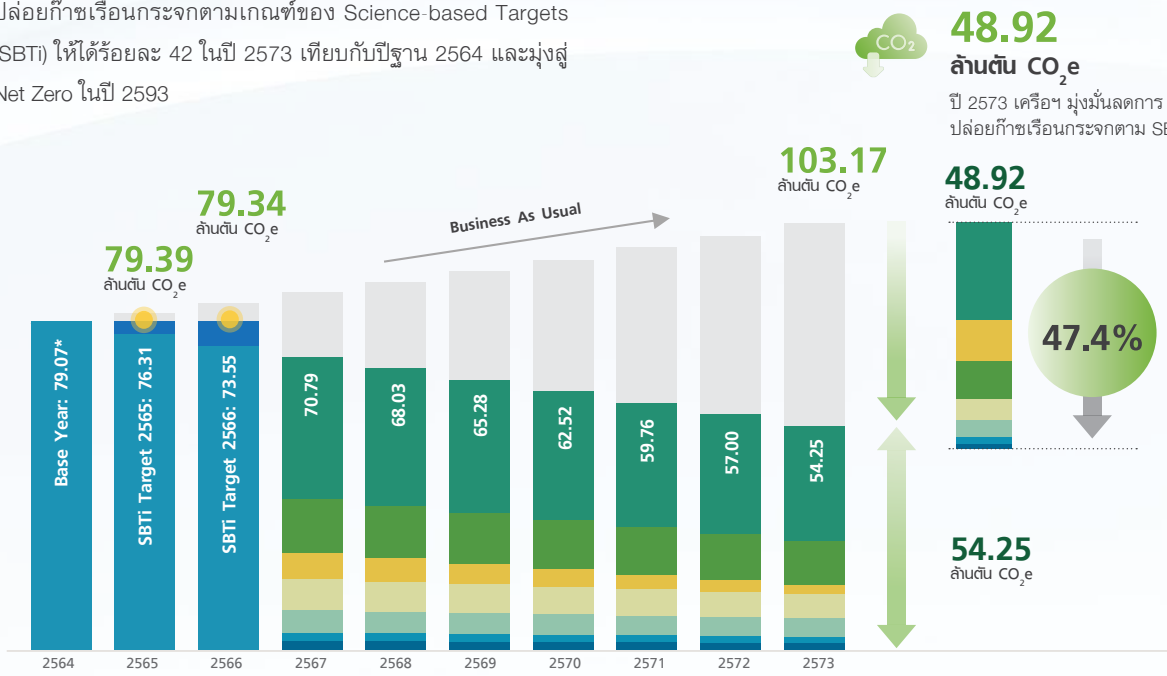




แนวทางสู่เป้าหมาย Carbon Neutral และ Near-term ปี 2573 (Scope 1, 2, และ 3)

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

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังสนับสนุนการลดก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่คุณค่า ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดการใช้พลังงาน เพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียน และปกป้องสิ่งแวดล้อมทั้งความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ



หมายเหตุ: เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงขอบเขตการเก็บข้อมูลและวิธีการคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก S1, S2 และ S3 ตั้งแต่ปี 2564 จนถึงปัจจุบัน



9.25 ล้านตัน CO₂e: 9%



เพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียน และเพิ่มประสิทธิภาพพลังงาน

ส่งเสริมพลังงานหมุนเวียนและพลังงานสะอาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เช่น การผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ การใช้เชื้อเพลิงชีวมวล การผลิตพลังงานจากก๊าซชีวภาพ รวมถึงส่งเสริมการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดการใช้พลังงาน และเลือกใช้เทคโนโลยีทันสมัยที่มีประสิทธิภาพสูงในการผลิต



2.88 ล้านตัน CO₂e: 1.5%



บong เสี่ยงเป็นศูนย์และใส่ใจบรรจุกักตังยั้งยั้ง

ลดของเสี้ยวและใช้ทรัพยากรในการผลิตให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด เช่น การลดขยะอาหารและนำไปทำปุ๋ยกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาที่นำไปสู่การเกิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างเป็นรูปธรรม พร้อมจัดการบรรจุภัณฑ์พลาสติกอย่างครบวงจรและขยายความรับผิดชอบต่อขยะจากบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่

20.71 ล้านตัน CO₂e: 20%



ลดการปล่อยก๊าซจากเกษตรกรรม และสามารถตรวจสอบย้อนกลับแหล่งที่มาของวัตถุดิบ

ร่วมพัฒนาเกษตรกรและคู่ค้าทางธุรกิจในการสนับสนุนองค์ความรู้ ถ่ายทอดเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ตลอดห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำถึงปลายน้ำ เช่น การทำนาเปียกสลับแห้ง การลดการปล่อยก๊าซจากการปลูกพืชไร่ และสามารถตรวจสอบย้อนกลับวัตถุดิบว่าต้องไม่มาจากแหล่งที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



ทำนาเปียกสลับแห้ง ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเฉลี่ย **600** กิโลกรัม CO₂e/ไร่/ฤดูกาล

7.89 ล้านตัน CO₂e: 9%



ลดคาร์บอนร่วมกับคู่ค้า และเพิ่มสัดส่วนผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ

เพิ่มสัดส่วนผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green Product) โดยเฉพาะสินค้าที่วางขายในร้านค้าปลีก ต้องมีกระบวนการประเมินคาร์บอนผลิตภัณฑ์เพื่อหาแนวทางการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์ และสนับสนุนให้คู่ค้ามีการใช้พลังงานทดแทนเพิ่มขึ้น เช่น การติดตั้ง Solar PV บนหลังคาโรงงานของคู่ค้า



จำนวนกำลังไฟฟ้ารวม **197 MWp** ที่ติดตั้ง Solar PV

4.91 ล้านตัน CO₂e: 5%



การขนส่งสีเขียว

ในทุกขั้นตอนของการขนส่งสีเขียวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม เครือฯ ได้มีระบบบริหารจัดการเส้นทางเพื่อให้ใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า โดยนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น ระบบควบคุมเส้นทางอัจฉริยะ ระบบนำทาง และการใช้ข้อมูลสารสนเทศ เปลี่ยนมาใช้รถบรรทุกไฟฟ้าและรถยนต์ไฟฟ้าเพิ่มขึ้น และติดตั้งสถานีชาร์จรถไฟฟ้าให้ครอบคลุมเส้นทางที่ใช้ในการขนส่ง



130 สถานีติดตั้งระบบชาร์จรถไฟฟ้า ส่งเสริมพลังงานไฟฟ้าสะอาด

3.28 ล้านตัน CO₂e: 3%



การลงทุนเพื่อสิ่งแวดล้อม

เครือฯ ได้ลงทุนในธุรกิจที่ผลิตพลังงานไฟฟ้าที่ใช้แสงอาทิตย์ และการติดตั้ง (ALTERVIM) และการลงทุนในโครงการพลังงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นที่การเพิ่มผลประโยชน์ทางสิ่งแวดล้อมและสังคม



ในปี 2566 สามารถนำของเสียไปทำปุ๋ยได้ **736,000** ตัน



การบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ความเร่งด่วนด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นสิ่งที่เครือข่ายภาคภัณฑ์ให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศสามารถส่งผลกระทบต่อปริมาณน้ำฝนและอุณหภูมิ ซึ่งก่อให้เกิดความไม่เสถียรในการผลิตและการจัดหาวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงมีการพิจารณาอย่างรอบด้าน เพื่อสร้างความมั่นใจว่าธุรกิจจะสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เครือฯ มีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานและการผลิต เพื่อลดการใช้พลังงานและลดก๊าซเรือนกระจก และเตรียมความพร้อมต่อความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้น

ภายใต้สถานการณ์ความไม่แน่นอนของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และความซับซ้อนของการดำเนินธุรกิจ ทำให้เครือฯ ต้องขับเคลื่อนทุกบริษัทให้ไปในทิศทางเดียวกัน จึงมีการตั้งเป้าหมายและระบบการบริหารจัดการที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั่วทั้งเครือฯ โดยเฉพาะเรื่องการจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งต้องขยายแนวทางการดำเนินงานไปตลอดห่วงโซ่คุณค่า ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พร้อมทั้งระบุแนวทางการป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และหาโอกาสสำหรับการเติบโตอย่างยั่งยืน

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



[TCFD Report 2023](#)

กรอบการบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ความเสี่ยง

- ความเสี่ยงทางกายภาพ**
 - นโยบายและข้อบังคับ
 - ราคาคาร์บอนและข้อผูกพัน
 - กฎระเบียบและข้อบังคับของสินค้าและบริการ
 - การร้องเรียนและการผิดสัญญา
- เทคโนโลยี**
 - ทดแทนสินค้าและบริการที่มีอยู่ด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีการปล่อยมลพิษต่ำกว่า
 - การลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ไม่ประสบความสำเร็จ
- การตลาด**
 - การเปลี่ยนความไม่แน่นอนของพฤติกรรมลูกค้าในสัญญาณตลาด
 - ต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้น
- ชื่อเสียง**
 - ข่าวเชิงลบและภาพลักษณ์ทางธุรกิจ
 - ทัศนคติเชิงลบของผู้มีส่วนได้เสีย

ความเสี่ยงทางกายภาพ **เฉียบพลัน:** เหตุการณ์สภาพอากาศสุดขั้ว **เรื้อรัง:** รูปแบบสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงและเพิ่มขึ้นตามอุณหภูมิโลก และระดับน้ำทะเลที่สูงขึ้น

การบริหารจัดการกลยุทธ์ด้านความเสี่ยง

วางแผนด้านการเงิน



โอกาส

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



CASE STUDY

ซีพีพีนักกำลังพันธมิตรพลักดันศักยภาพผลิตพลังงานไฮโดรเจนบนเวทีระดับโลก



เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เข้าร่วมประชุมสมัชชาประเทศภาคีอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศครั้งที่ 28 ได้ประกาศความสำเร็จความร่วมมือกับโตโยต้าและ Commercial Japan Partnership Technologies Corporation (CJPT) ในโครงการนำร่องการผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานไฮโดรเจนจากก๊าซชีวภาพจากของเสียจากฟาร์มสัตว์ปีก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนในภาคขนส่งเป็นจุดเริ่มต้นในการปฏิบัติการใช้พลังงานสะอาดในอนาคต โดยคุณสุภกิต เจียรนนท์ ประธานกรรมการ เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้กล่าวว่า ถือเป็นโอกาสที่ดีในการรวมตัวกันของผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อสภาพภูมิอากาศ เพื่อสร้างนวัตกรรมและพัฒนาแนวทางใหม่ในการใช้พลังงานในอนาคต

ความยั่งยืนสู่คู่ค้าธุรกิจ

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



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

คุณสมเจตนา ภาสกาณท์

ผู้อำนวยการ ด้านพัฒนาความยั่งยืน
สำนักบริหารความยั่งยืน ธรรมาภิบาลและสื่อสารองค์กร
เครือเจริญโภคภัณฑ์

การบริหารความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ประเภท	ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น	ตัวแปรสำคัญ	มาตรการป้องกัน	ระดับความเสี่ยงทางธุรกิจ
<p>ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลง</p>	<p>นโยบายและกฎหมาย (ช่วงเวลา: ระยะกลาง)</p> <ul style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในการดำเนินการจากกฎระเบียบที่บังคับในโครงการเปลี่ยนแปลงทางภูมิอากาศ ซึ่งทำให้ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการดำเนินการที่มีการปล่อยคาร์บอนสูง 7,350 ล้านบาท ระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับพลาสติกทำให้ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นสำหรับการจัดซื้อวัสดุทดแทนที่มีคุณสมบัติเดียวกัน เลิกใช้ทรัพย์สินที่มีอยู่ก่อนเวลาเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายและความกังวลที่เพิ่งปรากฏเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อกฎหมาย ค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการเพิ่มขึ้น 538 ล้านบาท 		<ul style="list-style-type: none"> จัดเตรียมความพร้อมดำเนินตามแผนการปรับเปลี่ยนกลไกเพื่อกำหนดเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามหลักเกณฑ์ของ Science Based Targets (SBT) เช่น โครงการเพิ่มประสิทธิภาพพลังงานภายในองค์กร โครงการพลังงานแสงอาทิตย์ และโครงการตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ส่งเสริมให้ลดการใช้ถุงพลาสติกใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง พัฒนานวัตกรรมที่ออกแบบเพื่อบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน การส่งเสริมการเรียกบรรจุภัณฑ์ (Take-back) 	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
	<p>การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (ช่วงเวลา: ระยะสั้น)</p> <ul style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนจากเทคโนโลยีที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ต่ำ 4,970 ล้านบาท การลงทุนที่ไม่สำเร็จในเทคโนโลยีใหม่ เทคโนโลยีใหม่ที่ทำให้ตลาดผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง 		<ul style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในการพัฒนาเทคโนโลยีที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำ รายได้ที่ลดลงและค่าใช้จ่ายในด้านพลังงานเพิ่มขึ้น ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทน 	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	<p>การเปลี่ยนแปลงของตลาด (ช่วงเวลา: ระยะกลาง)</p> <ul style="list-style-type: none"> ความต้องการสำหรับบางผลิตภัณฑ์และบริการลดลงเนื่องจากลูกค้าใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น ทำให้ค่าใช้จ่ายวิจัยตลาดเพิ่มขึ้น 6,580 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายในการผลิตเพิ่มขึ้น เนื่องจากราคาพลังงานเพิ่มขึ้น ค่าใช้จ่ายในการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น 29,610 ล้านบาท 		<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมโครงการเพื่อลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การขนส่ง การนำไปใช้ และการจัดการของเสีย ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือฯ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ขอการรับรองขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานระดับสากล และสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงความสำคัญผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ 	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
	<p>ชื่อเสียง (ช่วงเวลา: ระยะสั้น)</p> <ul style="list-style-type: none"> ความคาดหวังที่เพิ่มขึ้นจากผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อทางภูมิอากาศและการเข้าใจในปัญหาทางภูมิอากาศ การเปลี่ยนแปลงในค่านิยมของผู้บริโภค ทำให้รายได้ลดลง อาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและมูลค่าแบรนด์ 		<ul style="list-style-type: none"> จัดทำจรรยาบรรณสำหรับคู่ค้าธุรกิจ และส่งเสริมให้คู่ค้าธุรกิจตระหนักถึงความสำคัญและปฏิบัติตาม เพื่อให้การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม และธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน แสดงความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม และสร้างความมั่นใจในการบริหารจัดการของเครือฯ 	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<p>ความเสี่ยงด้านสภาพ</p>	<p>แบบดับเพลิง (ช่วงเวลา: ระยะสั้น ถึง ระยะกลาง)</p> <ul style="list-style-type: none"> การหยุดชะงักตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า รายได้ลดลงและมูลค่าทรัพย์สินเสียหาย เช่น ร้าน 7-Eleven ที่ต้องรับมือกับความเสียหายจากน้ำท่วม คิดเป็นมูลค่า 2,177 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 20% จากการป้องกันปัญหาที่เกิดขึ้น ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทานได้รับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากน้ำท่วม ผู้คน และไฟฟ้า 		<ul style="list-style-type: none"> ได้นำแผนธุรกิจต่อเนื่อง (BCP) มาใช้ในการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่เป็นไปได้ทั้งจากปัญหาน้ำท่วม ผู้คน และไฟฟ้า พร้อมแผนการปฏิบัติเมื่อเกิดเหตุการณ์ขึ้นจริง วางแผนการผลิตให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า ร่วมกับคู่ค้าและพันธมิตรในการวางแผนป้องกันปัญหาที่เกี่ยวข้องกับปัญหา เช่น น้ำท่วม และเส้นทางทางการขนส่ง 	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	<p>แบบบูรณา (ช่วงเวลา: ระยะกลาง ถึง ระยะยาว)</p> <ul style="list-style-type: none"> ต้นทุนสินค้าเพิ่มขึ้น และการผลิตและคุณภาพของสินค้าและบริการลดลง ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศในเชิงลบ ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น และค่าดำเนินการป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น คิดเป็นมูลค่า 55,195 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาในระบบต่าง ๆ เช่น ระบบทำความเย็น ระบบปรับอากาศ และมอเตอร์ไฟฟ้าเพิ่มขึ้น 10% 		<ul style="list-style-type: none"> วางแผนสิ่งซื้อวัตถุดิบล่วงหน้าและควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบ ใช้ระบบควบคุมและอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพสูง เช่น เครื่องทำความเย็นและระบบปรับอากาศประสิทธิภาพสูง มอเตอร์ประสิทธิภาพสูง และใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>

โอกาสที่สำคัญด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

โอกาสที่เกี่ยวข้อง	ตัวแปรสำคัญ	ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น	ระดับโอกาสทางธุรกิจ
<p>การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า</p> <ul style="list-style-type: none"> การใช้วัสดุที่มีคุณภาพดีขึ้น การใช้ระบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดการสูญเสียและปรับปรุงความมีประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรและพลังงาน 		<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มรายได้และลดต้นทุนการดำเนินงาน รวมทั้งต้นทุนพลังงาน เพิ่มความสามารถในการผลิตผ่านโครงการนวัตกรรมและการปรับปรุงกระบวนการขึ้นไปถึง 3,780 ล้านบาท 	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<p>การใช้แหล่งพลังงานที่สะอาด</p> <ul style="list-style-type: none"> การใช้แหล่งพลังงานที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำ เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ ลม น้ำ หรือชีวเชื้อเพลิง การใช้เทคโนโลยีที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำ การเข้าร่วมในตลาดคาร์บอน และกลไกการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 		<ul style="list-style-type: none"> ลดต้นทุนการดำเนินงานลงไป 1,925 ล้านบาทและลดความเสี่ยงต่อความผันผวนของราคาเชื้อเพลิงฟอสซิล การลงทุนในเทคโนโลยีที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำ เพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านการประหยัดค่าพลังงานและการสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า 	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<p>ผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</p> <ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำ แนวโน้มความต้องการของลูกค้าที่ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม 		<ul style="list-style-type: none"> ตอบโจทย์ความชื่นชมของผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม เช่น ผลิตภัณฑ์ที่มีระดับคาร์บอนต่ำ ฉลากคาร์บอน เพิ่มรายได้จากความต้องการในผลิตภัณฑ์และบริการที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำ 35,420 ล้านบาท 	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
<p>การแข่งขันทางการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> การค้นหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ เช่น ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับพลังงานทดแทน แพลตฟอร์มบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม และตลาดการซื้อขายคาร์บอน เพื่อสนับสนุนเป้าหมายลดก๊าซเรือนกระจกในระดับโลก 		<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มรายได้ผ่านการเข้าถึงตลาดใหม่ การลงทุนในธุรกิจพลังงานทางเลือกหรือพลังงานทดแทนที่สามารถทำกำไรได้ถึง 1,540 ล้านบาท เพิ่มชื่อเสียงและมูลค่าแบรนด์ 	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<p>ชื่อเสียง</p> <ul style="list-style-type: none"> ความร่วมมือกับองค์กรภายนอกเพื่อสร้างเครือข่ายจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม ตลอดจนสื่อสารและวัดผลได้ และต้องสอดคล้องความรู้อันสนับสนุนผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน 		<ul style="list-style-type: none"> สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการลดก๊าซเรือนกระจกให้ได้เป้าหมายในระดับสากล เพิ่มชื่อเสียงขององค์กร เพิ่มความเชื่อถือในห่วงโซ่อุปทานและความสามารถในการดำเนินการทุกกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลดก๊าซเรือนกระจก 	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>

ตัวแปรที่มีผลกระทบต่อความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน

กฎหมายประเทศ	ข้อบังคับต่าง ๆ	กลไกราคาคาร์บอน	การเปลี่ยนเทคโนโลยี
ต้นทุนเทคโนโลยีใหม่	พฤติกรรมของผู้บริโภค	ส่วนแบ่งการตลาด	ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ตัวแปรที่มีผลกระทบต่อความเสี่ยงทางกายภาพ

อุณหภูมิเฉลี่ย	อุณหภูมิเพิ่มขึ้น	พายุ	ปริมาณน้ำฝน
ระดับน้ำทะเลสูงขึ้น	น้ำท่วม	การขาดแคลนน้ำ	ไฟฟ้า

ตัวแปรที่มีผลกระทบต่อโอกาสด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

กฎหมายประเทศ	ข้อบังคับต่าง ๆ	กลไกราคาคาร์บอน	การเปลี่ยนเทคโนโลยี
ต้นทุนเทคโนโลยีใหม่	พฤติกรรมของผู้บริโภค	ส่วนแบ่งการตลาด	ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม



การจัดการและเพิ่มประสิทธิภาพพลังงาน และส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้สูงขึ้น โดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยใช้ในทุกระบวนการเพื่อลดการใช้พลังงานให้ได้มากที่สุด และส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียนต่าง ๆ เช่น ระบบผลิตพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ การใช้เชื้อเพลิงชีวมวลและก๊าซชีวภาพ โดยดำเนินการทั้งโรงงาน ฟาร์ม ศูนย์กระจายสินค้าและร้านสะดวกซื้อ จนไปถึงสถานีฐานส่งสัญญาณของบมจ. ทูร์ คอร์ปอเรชั่น ด้วย

การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ของเครือฯ

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



ฟาร์มและโรงงาน

17.66 MW, 27 ไร่
14,374 ตัน CO₂e



Supercenter

27.74 MW, 48 ไร่
22,579 ตัน CO₂e



Supercenter

46.53 MW, 134 ไร่
37,873 ตัน CO₂e



ร้านสะดวกซื้อและ ศูนย์กระจายสินค้า

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



แพงโซลาร์ฐานส่งสัญญาณ

17.32 MW, 7,800 ไร่
14,098 ตัน CO₂e



ศูนย์การประชุมและแสดง สินค้านานาชาติ

0.9 MW, 2 ไร่
733 ตัน CO₂e



แพงโซลาร์บนหลังคา

4 MW, 1 ไร่
3,256 ตัน CO₂e



แพงโซลาร์บนหลังคา

0.03 MW, 1 ไร่
24 ตัน CO₂e

ปี 2566

กำลังผลิตติดตั้งรวม

197 MWp

สามารถผลิตพลังงานไฟฟ้าได้
มากกว่า **171 ล้าน kWh/ปี**

คิดเป็นปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่
ลดได้ **110,608 tCO₂e/ปี**



CASE STUDY

โครงการความร่วมมือในการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อผลิตไฟฟ้าในเขตประเทศจีน

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



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



Natural Capital



CASE STUDY

อาคารเดอะ ทารา (THE TARA)

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



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



Natural Capital



การร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียในการลดก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Scope 3)

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

เพื่อหาแนวทางในการลดก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรมในห่วงโซ่คุณค่า ไม่ว่าจะเป็นการแบ่งปันองค์ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีให้กับคู่ค้า เพื่อต่อยอดและพัฒนาเทคโนโลยีร่วมกัน การสร้างระบบนิเวศสีเขียวให้เกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่คุณค่า และการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการคาร์บอนต่ำ

โครงการลดก๊าซเรือนกระจก Scope 3 ของเครือเจริญโภคภัณฑ์



ฟาร์มวัน (FarmOne)

ผู้ช่วยเกษตรกรครบวงจรสำหรับเกษตรกรที่อยู่ใน Contract Farming ที่จะทำให้การวางแผนจัดการแปลงเป็นเรื่องง่าย สามารถจัดการแปลงปลูกอย่างมีประสิทธิภาพ พยากรณ์อากาศแม่นยำละเอียดทุกแปลง ควบคุมต้นทุนได้ และเพิ่มคุณภาพผลผลิตให้ดียิ่งขึ้น ด้วยข้อมูลที่แม่นยำและ AI เทคโนโลยีที่ทันสมัย



การเกษตรปฏิรูป

ถ่ายทอดความรู้ให้เกษตรกรในการทำเกษตรกรรมฟื้นฟู โดยมุ่งเน้นไปที่การฟื้นฟูและสร้างความอุดมสมบูรณ์ในดิน การบำบัดทรัพยากรน้ำ การเพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพ และลดการใช้สารเคมีที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยในการลดก๊าซเรือนกระจก



ติดตั้งพลังงานสะอาด (Solar PV) ให้กับคู่ค้า

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



รถบรรทุกไฟฟ้า เพื่อการขนส่งสีเขียว

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



CASE STUDY

การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเกษตรกรรมร่วมกับลูกค้า ด้วยมาตรฐานเกษตรยั่งยืน




ธุรกิจพืชครบวงจร เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ให้ความรู้กับเกษตรกร ในการสร้างบุคลากร เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้และหลักวิชาการ ที่ถูกต้องในการทำเกษตรยั่งยืนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและ แนวทางการเพิ่มคาร์บอนในดิน ช่วยลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และลด การเกิดขยะในกระบวนการแบบเกษตรครบวงจร

- ลดการไถและการใช้น้ำที่เหมาะสม
- ลดการเผาในพื้นที่เกษตร
- การทำนาเปียกสลับแห้ง
- การทำเตาชีวมวล
- การใช้พลังงานงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตร
- มาตรฐานเกษตรยั่งยืน

ทั้งนี้ โครงการจะขยายผลต่อยังเกษตรกรสมาชิกกว่า 7,000 ราย ของธุรกิจฟาร์มโปรและเกษตรกรในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศ เมียนมา เพื่อยกระดับอาชีพเกษตรกรสู่มาตรฐานสากลในด้าน การเพาะปลูก ส่งผลให้เกษตรกรสมาชิกมีคุณภาพชีวิตและ ความเป็นอยู่ที่ดี

ส่งเสริมเกษตรกรกว่า **7,000** ราย ให้เข้าถึงความรู้ **ด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากเกษตรกรรม**

 **Natural Capital**

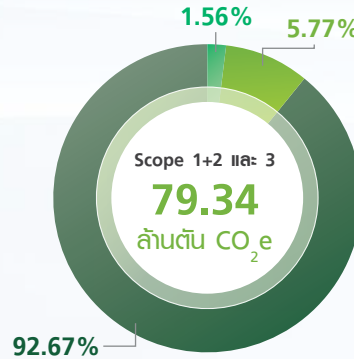


ข้อมูลการจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

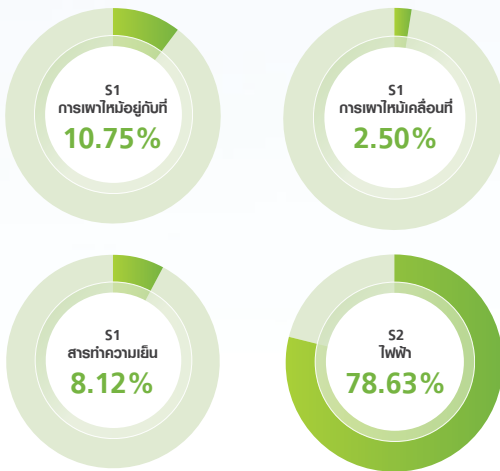
จำนวนการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1+2 และ 3

(หน่วย: ล้านตัน CO₂e)

Scope 1:			
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก	1.24	1.56%	
ทางตรงขององค์กร			
Scope 2:			
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก	4.58	5.77%	
ทางอ้อมจากการใช้พลังงาน			
Scope 3:			
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก	73.52	92.67%	
ทางอ้อมอื่น ๆ			



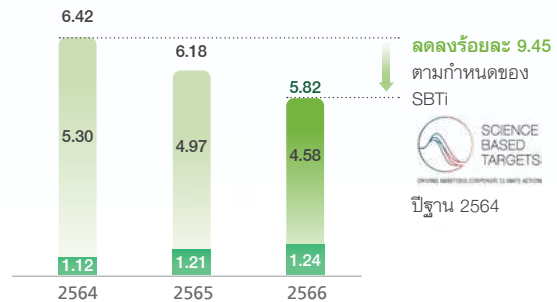
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1+2



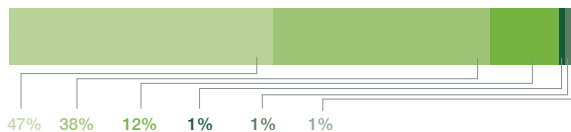
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อปี

(หน่วย: ล้านตัน CO₂e)

Scope 1 Scope 2

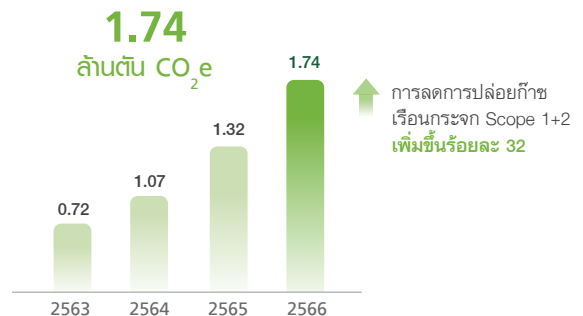


แบ่งตามกลุ่มธุรกิจ



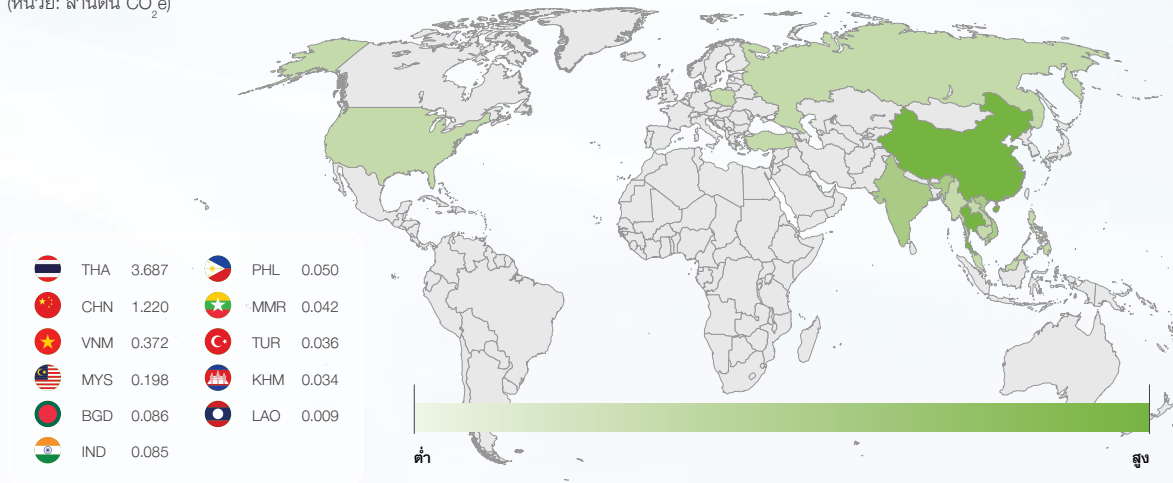
- เกษตรอุตสาหกรรม
- ค้าปลีก
- สื่อสารและโทรคมนาคม
- อีคอมเมิร์ซและดิจิทัล
- อสังหาริมทรัพย์
- กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ

การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากโครงการต่าง ๆ



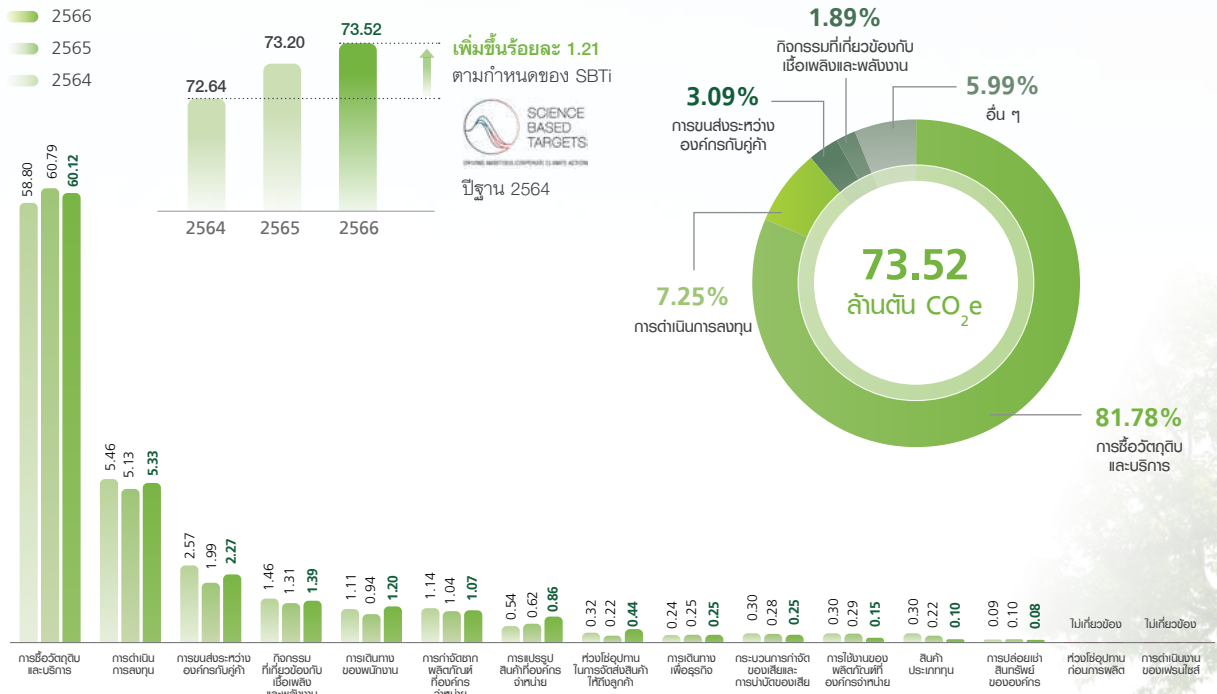
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 และ 2 แยกตามรายประเทศ

(หน่วย: ล้านตัน CO₂e)



การปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 3

(หน่วย: ล้านตัน CO₂e)



หมายเหตุ: เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงขอบเขตการเก็บข้อมูลและวิธีการคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม ขอบเขตที่ 3 ตั้งแต่ปี 2564 จนถึงปัจจุบัน



ข้อมูลการจัดการพลังงาน

62% พลังงานไฟฟ้า
 21% เชื้อเพลิงฟอสซิล
 17% พลังงานหมุนเวียน



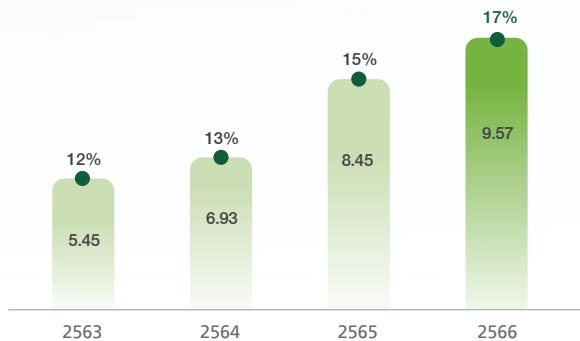
(หน่วย: ล้านกิกะจูล)

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

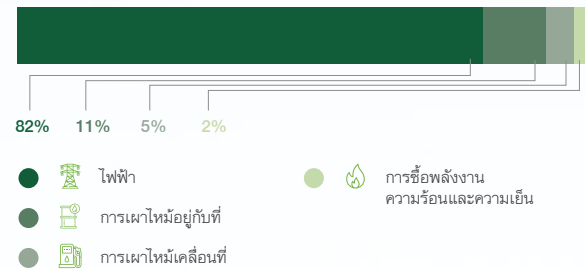
การใช้พลังงานทั้งหมด

การใช้พลังงานหมุนเวียน 2563-2566

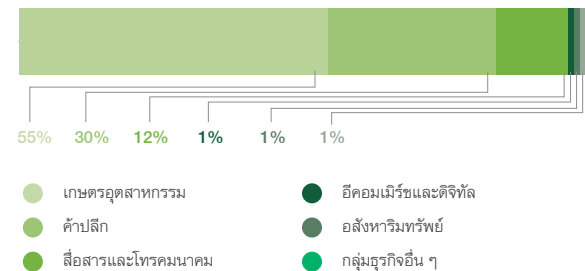
- การใช้พลังงานหมุนเวียน 2563-2566 (ล้านกิกะจูล)
- สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน (ร้อยละ)



ประเภทของพลังงานและกิจกรรม

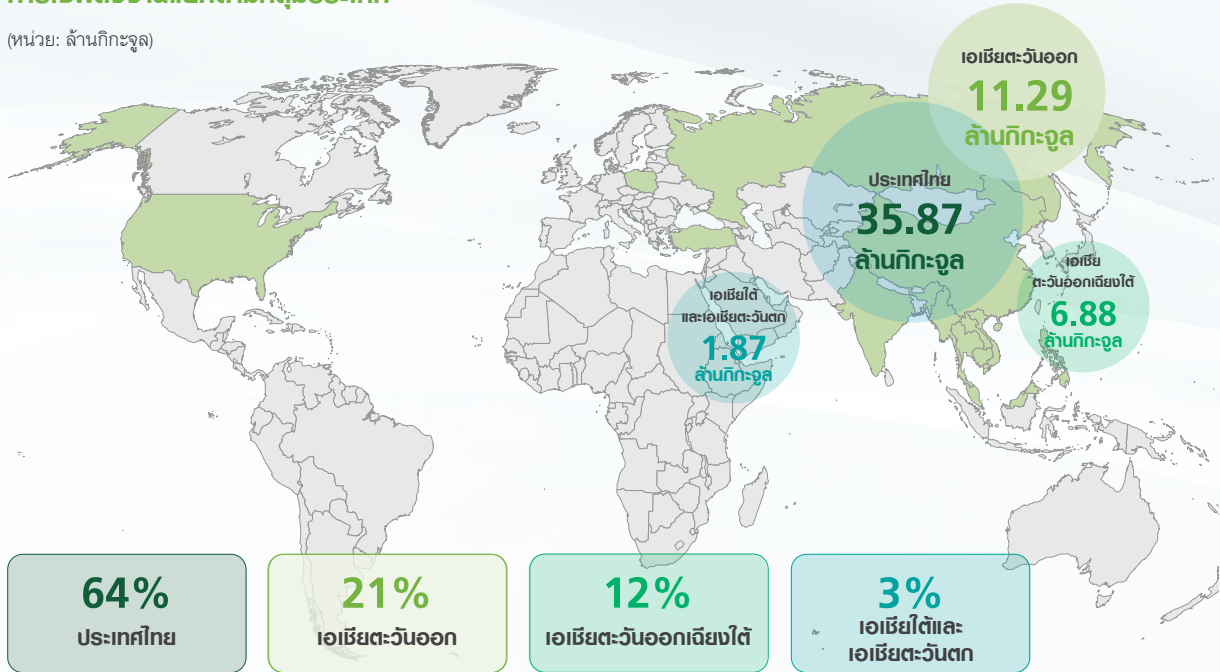


แบ่งตามหน่วยธุรกิจ



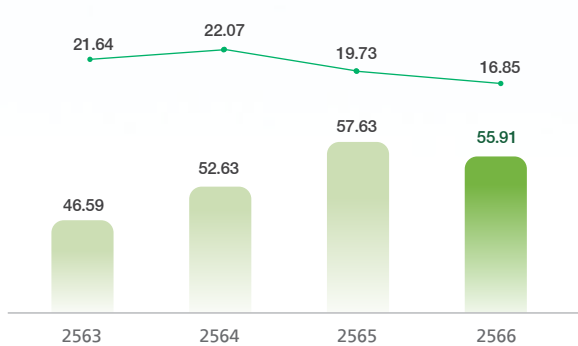
การใช้พลังงานแยกตามกลุ่มประเทศ

(หน่วย: ล้านกิโลจูล)



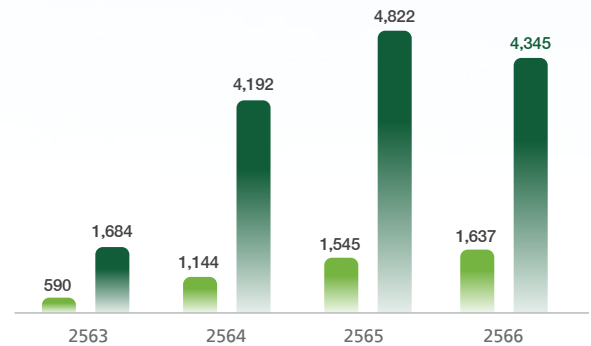
การใช้พลังงานทั้งหมดต่อหน่วยรายได้

■ การใช้พลังงานทั้งหมด (ล้านกิโลจูล)
 ▲ การใช้พลังงานทั้งหมดต่อหน่วยรายได้ (กิโลจูล/ล้านบาท)



สรุปการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม

■ การลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม (ล้านบาท)
 ■ พลประยัต (ล้านบาท)





ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรับผิดชอบต่อการผลิตสินค้าผู้บริโภค โดยนำแนวคิดการบริหารจัดการวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์มาใช้ ตั้งแต่การออกแบบ การเพาะปลูก การจัดหาวัตถุดิบ การผลิตสินค้า บริการและโซลูชัน การจัดจำหน่าย และการขนส่ง รวมทั้งการจัดการของเสียและการสิ้นสุดของผลิตภัณฑ์ที่ใช้แล้ว

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการตามหลักการด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง และสนับสนุนให้คู่ค้าพันธมิตรทางธุรกิจ รวมถึงผู้รับเหมาให้ปฏิบัติตามหลักการดังกล่าวเพื่อสร้างคุณค่าและความยั่งยืนระยะยาวร่วมกัน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และเป้าหมายความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์



CASE STUDY

อาหารสัตว์รักษ์โลก

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

ปริมาณไนโตรเจนส่วนเกินที่ลดลงจากมูล



ร้อยละ 20-30 จากมูลสุกร



ร้อยละ 12-13 จากมูลไก่ไข่



ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก

74,700 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



Natural Capital



CASE STUDY

ไข่ไก่แบรนด์ “ยูฟาร์ม” คว่า “ฉลากคาร์บอนนิวทรัล” รายแรกของเอเชีย

ซีพีเอฟ นำไข่ไก่ Cage Free รับ “ฉลากคาร์บอนนิวทรัล” เป็นรายแรกของภูมิภาคเอเชีย เพื่อยืนยันถึงทางเลือกของผู้บริโภค ในการช่วยลดปัญหาโลกร้อน โดยกระบวนการเลี้ยงไก่ที่ลดการปล่อยคาร์บอน โดยยังคงปลอดภัย โปรตีนสูง สะอาด ดีต่อผู้รักสุขภาพ เพื่อร่วมลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากผลิตภัณฑ์อาหารของบริษัทฯ รวมถึง “ไข่ไก่” ที่ซีพีเอฟได้ดำเนินการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์ไข่ไก่อย่างต่อเนื่อง ให้เหลือน้อยที่สุดผ่านโครงการต่างๆ เช่น การใช้สายพานลำเลียง ไข่อัตโนมัติ การลดการสูญเสียไข่ไก่ (Food Loss) ตามแนวทางขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) รวมถึงการนำของเสียจากเปลือกไข่ไปใช้ประโยชน์ และการใช้พลังงานทางเลือก เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ และพลังงานชีวมวลจากระบบบำบัดน้ำเสีย ปัจจุบันซีพีเอฟมี 818 ผลิตภัณฑ์ที่มีการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานสากล โดยกว่า 56 ผลิตภัณฑ์ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของไข่ไก่ทั่วไปถึง 30%

ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก
617,000 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



Natural Capital



การบริหารจัดการวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญในความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องเพื่อผลิตสินค้าที่ช่วยลดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ลดการสร้างของเสียในระหว่างขั้นตอนผลิต ตลอดจนการรีไซเคิลตลอดอายุของผลิตภัณฑ์ สามารถตรวจสอบและติดตามได้ทุกขั้นตอน เพื่อให้เกิดแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดที่ได้ถูกพัฒนาขึ้นมาใหม่ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของความมุ่งมั่นของเครือฯ ที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและช่วยให้ผู้บริโภคมีข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจการซื้อสินค้า



ข้าวกะเพราหมู (Ezygo)

ได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์อยู่ที่

789 กรัม CO₂e ต่อกิโลกรัม

โดย องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) ประเทศไทย



877 ผลิตภัณฑ์

คาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์ (CFP)



92 ผลิตภัณฑ์

ฉลากลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (CFR)



2 ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ฉลากคาร์บอนนิวทรัล



35 แห่ง

คาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO)



12 โครงการ

การลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตามมาตรฐานของประเทศไทย (TVERs)



ข้าวพิตคะน้าปลาเค็ม

ได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์

อยู่ที่ **1.12 กิโลกรัม CO₂e**

ต่อกิโลกรัม โดย องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.)

ประเทศไทย



**อาหารไก่พื้นเมือง เอราวัณ 35
ขนาด 30 กิโลกรัม**

ได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์
อยู่ที่ **21.5 กิโลกรัม CO₂e** ต่อถุง
โดย องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก
(อบก.) ประเทศไทย



**เจอร์โฮ มีท แอส มิล (สูตรไก่)
(309 กรัม)**

ได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์อยู่ที่ **5.09 กิโลกรัม CO₂e**
ต่อถุง 1.2 กิโลกรัม โดย องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก
(อบก.) ประเทศไทย



**ข้าวกะเพราเนื้อเตจากพืช
250 กรัม**

ได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์อยู่ที่
555 กรัม CO₂e ต่อถุง
โดย องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก
(อบก.) ประเทศไทย



**บะหมี่กึ่งถ้วยซุปละหั่นและผัก
ตราซีพี (309 กรัม)**

ได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์
อยู่ที่ **1.25 กิโลกรัม CO₂e** ต่อถ้วย
โดย องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก
(อบก.) ประเทศไทย



ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน Circular Economy

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนในทุกกลุ่มธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพทั่วทั้งองค์กร ตั้งแต่การพัฒนาศักยภาพบุคลากร การจัดสรรงบประมาณในการวิจัยและพัฒนา ควบคู่ไปกับการแสวงหาวิธีการ เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ ๆ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้ส่งเสริมความร่วมมือในการสร้างเครือข่ายกับกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนับว่าเป็นความท้าทายที่สำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการสร้างความตระหนักเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของสังคมให้มีความรู้ และความเข้าใจถึงบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบให้สอดคล้องต่อสภาพปัญหาและผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น ด้วยเหตุผลดังกล่าว เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงได้พยายามในการผลักดันและให้ความสำคัญต่อการวางรากฐานให้กับกลุ่มเด็ก เยาวชน และคนรุ่นใหม่ของประเทศ ในการดำเนินงานภายใต้กรอบระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อช่วยกันส่งเสริมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโลก ควบคู่ไปกับการพัฒนาอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและอย่างยั่งยืนสืบต่อไป

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



8.4 ปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรของโลกในการบริโภคและการผลิตอย่างต่อเนื่อง



11.6 ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการให้ความสำคัญกับการจัดการขยะมูลฝอยและของเสียอื่น ๆ



12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ
12.3 ลดของเสียอาหาร และลดการสูญเสียอาหาร ตลอดจนการผลิตและห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการสูญเสียหลังการเก็บเกี่ยว
12.4 บรรลุเรื่องการจัดการสารเคมีและของเสียทุกชนิดตลอดวงจรชีวิตด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

12.5 ลดการเกิดของเสียโดยให้มีการป้องกันการลดปริมาณ การใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้ใหม่
12.a สนับสนุนความสามารถด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่จะขับเคลื่อนไปสู่แบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนยิ่งขึ้น

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[Sustainable Development Goals Report 2023](#)

[Sustainability Performance Report 2023](#)



ฟาร์มสุกรท่าฉลอม อ.โคกเขี้ยว จ.นครราชสีมา

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

94.49% **78.94%**

บรรลุเกณฑ์พลาสติกที่ใช้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ใช้ซ้ำ หรือย่อยสลายได้

การนำของเสียกลับมาใช้ใหม่ / ใช้ซ้ำ

442.86 ตัน

การลดปริมาณการสูญเสียอาหาร และอาหารส่วนเกิน ด้วยการส่งต่อไปยังกลุ่มคนเปราะบางในสังคม โดยกลุ่มธุรกิจภายในเครือฯ

แผนการดำเนินงานในอนาคต



ส่งเสริมการพหุภาคีกำลัง และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการบริหารจัดการอาหารส่วนเกินและขยะอาหารตลอดห่วงโซ่คุณค่า



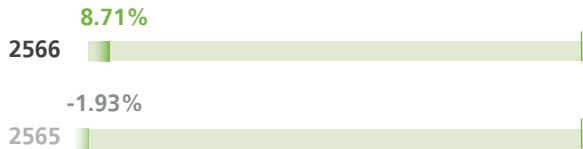
ดำเนินงานร่วมกับพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง เพื่อผลักดันมาตรฐานด้านบรรจุกินที่ยั่งยืน



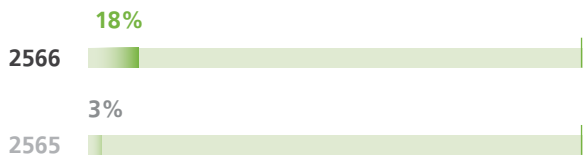
ส่งเสริมเด็ก เยาวชน และคนรุ่นใหม่ที่ใส่ใจและเป็นกำลังสำคัญในการเป็นส่วนหนึ่งของกลไกการดำเนินงาน ตามกรอบระบบเศรษฐกิจทฤษฎีวิน

เป้าหมายและความคืบหน้า

ลดปริมาณขยะอาหารที่ถูกนำไปฝังกลบให้เป็นศูนย์



ลดปริมาณของเสียที่ถูกนำไปฝังกลบให้เป็นศูนย์



บรรลุเกณฑ์พลาสติกที่ใช้ทั้งหมดสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ใช้ซ้ำ หรือย่อยสลายได้





กรอบการดำเนินงานตามระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

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



การจัดการแหล่งวัตถุดิบ

การแสวงหาแหล่งวัตถุดิบที่ได้มาจากแหล่งที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างเช่น

- จัดหาแหล่งวัตถุดิบข้าวโพดที่ยั่งยืนในการผลิตอาหารสัตว์โดยที่ไม่ได้ซื้อมาจากแหล่งพื้นที่ที่มีการเผา พื้นที่ที่ไม่ได้บุกรุกป่าตามหลักการ “ไม่เผา ไม่เผา เราซื้อ”



การออกแบบ

มุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาการออกแบบ และการใช้งาน ควบคู่ไปกับการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมี ในการผลิต ตัวอย่างเช่น

- บรรจุมล็ดภัณฑ์ไก่แปรรูปแช่แข็ง Flaming Chicken Tenders ลดปริมาณกระดาษร้อยละ 40 ขณะที่ยังคงคุณภาพและความแข็งแรงเท่ากับกล่องรูปแบบเดิม



การผลิตสินค้าและบริการ

การปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าและบริการ ในทุกขั้นตอน ควบคู่ไปกับการประยุกต์ใช้ Technology Digital 5G ในการกำกับและควบคุมการผลิตสินค้าและบริการ ตัวอย่างเช่น

- การประยุกต์ใช้ระบบ Sensors ในการตรวจวัดและตรวจติดตามข้อมูล รวมถึงการรายงานผล Online ที่เกิดขึ้นผ่านระบบมือถือ

C.P. Group Circular

การจัดการแหล่งวัตถุดิบ

การออกแบบ

การผลิตสินค้าและบริการ



PRODUCT INNOVATION



SERVICES INNOVATION



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

ซึ่งเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดทำนโยบายที่เกี่ยวข้อง พร้อมกับสื่อสารให้กลุ่มธุรกิจในเครือฯ พันธมิตร และคู่ค้าได้รับทราบและนำไปปฏิบัติใช้

Value Chain



การบริหารจัดการของเสีย 3Rs (Reduce-Reuse-Recycle)

มุ่งเน้นการให้ความสำคัญต่อการนำของเสีย หรือผลิตผลพลอยได้ที่เกิดขึ้น กลับไปใช้ใหม่ ใช้ซ้ำ รวมถึงแปรรูปเพิ่มมูลค่า ก่อนที่จะนำไปกำจัดด้วยวิธีการที่ถูกต้องและเหมาะสม ทดแทนการนำไปกำจัดด้วยหลุมฝังกลบขยะ

- การเก็บกลับขวดพลาสติก PET ไปแปรรูปเพื่อใช้ในการผลิตเส้นพริกงาน 7-11



การบริโภคและใช้งานอย่างรู้คุณค่า

ส่งเสริมการบริโภคและการใช้งานสินค้าและบริการอย่างรู้คุณค่า และการบริโภคอย่างพอเพียง ตัวอย่างเช่น

- การใช้ถุงนุ่ย กลับไป Upcycling ในการผลิตเป็นกระเป๋าเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน



การขนส่ง

ส่งเสริมการใช้รถยนต์ส่งที่ใช้แหล่งพลังงานทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดมลพิษที่จะเกิดขึ้นตามมาให้น้อยที่สุด ตัวอย่างเช่น

- การใช้รถยนต์ไฟฟ้าทดแทนการใช้รถยนต์สันดาปภายใน เพื่อส่งเสริมการลดปริมาณควันและฝุ่น PM 2.5





การบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ยั่งยืน



เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้การสนับสนุนและส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน พร้อมแสวงหาโอกาสและช่องทางความร่วมมือกับพันธมิตรจากภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อต่อยักษ์และแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างครบวงจร และสร้างจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับกลุ่มผู้บริโภคอย่างเป็นรูปธรรม

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

เอสซีจี เคมิคอลส์ (SCGC) เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2566 เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน พร้อมทั้งแก้ไขปัญหากำจัดบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการใช้งานแล้วอย่างครบวงจร

อีกทั้ง เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกับสถาบันการจัดการบรรจุภัณฑ์และรีไซเคิลเพื่อสิ่งแวดล้อม สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (TIPMSE) ซึ่งเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร เพื่อร่วมขับเคลื่อนในการแก้ไขปัญหาบรรจุภัณฑ์พลาสติก ภายใต้แนวคิดที่ว่า บรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการใช้งานแล้วจะไม่ไร้ชยะ และจะไม่ก่อให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมอีกต่อไป



CASE STUDY

โครงการ “ซีพี-เมจิ รีไซเคิล”

บริษัท ซีพี-เมจิ จำกัด ได้จัดกิจกรรมรณรงค์เชิญชวนให้ประชาชนส่งแกลลอนนมเมจิกลับสู่บริษัท ซึ่งบริษัทฯ จะนำกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล และนำไปผลิตเป็นเม็ดพลาสติกชนิดขึ้นรูปเป็น “ถังชยะเพื่อแยกชยะ” แล้วส่งมอบกลับให้ทางจังหวัดสระบุรี โครงการนี้นับว่าเป็นตัวอย่างที่ผลักดันให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน

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

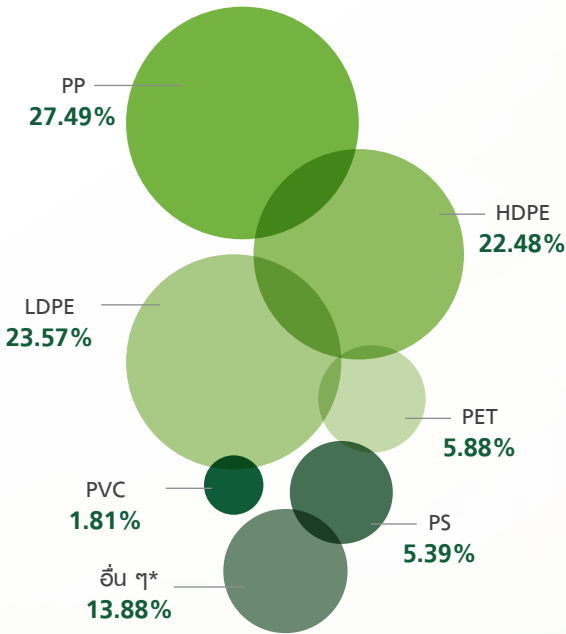


Natural Capital



ข้อมูลภาพรวมประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์พลาสติกในปี 2566

ประเภทของพลาสติกที่ใช้ในแต่ละชนิดของเครื่องรีไซเคิลในปี 2566

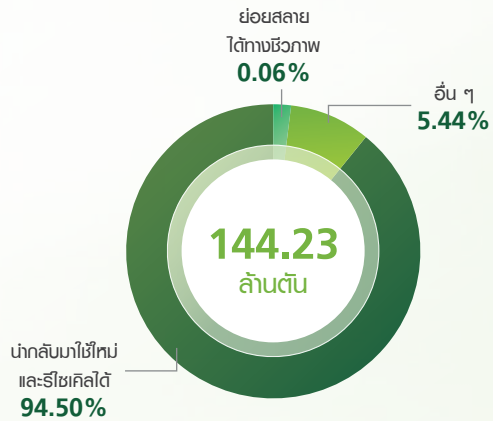
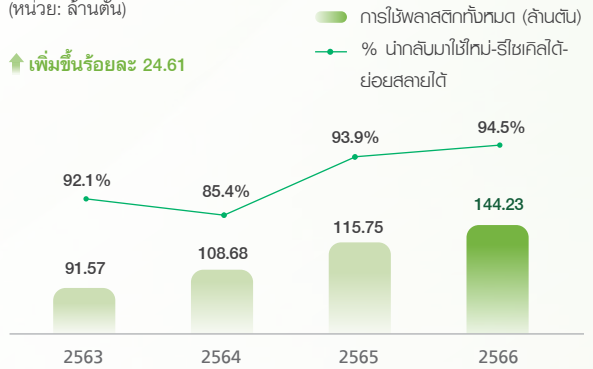


* ปัจจุบัน ชนิดของพลาสติกมีความหลากหลายเป็นอย่างมาก ทั้งที่เป็นชนิดของพลาสติกที่ย่อยสลายได้ และพลาสติกที่มีคุณสมบัติพิเศษในแต่ละประเภทการใช้งาน i.e., Oxo, Multi Layer etc.

แนวโน้มบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนของเครือฯ (2563-2566)

(หน่วย: ล้านตัน)

↑ เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.61



สรุปภาพรวมสัดส่วนของชนิดพลาสติกของเครื่องรีไซเคิล ในปี 2566

(หน่วย: ล้านตัน)

	บรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบชั้นเดียวที่นำกลับมาใช้ใหม่ และรีไซเคิลได้	136.30	94.50%
	บรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบย่อยสลายได้ทางชีวภาพ	0.09	0.06%
	บรรจุภัณฑ์พลาสติกอื่น ๆ ประเภทหลายชั้นที่แตกสลายได้ด้วยออกซิเจน	7.85	5.44%

ภาพรวมการใช้วัสดุรีไซเคิล สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่เป็นพลาสติกและบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ใช่พลาสติกในปี 2566

(หน่วย: ตัน)

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



การบริหารจัดการของเสีย

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



CASE STUDY



เพิ่มจำนวนผลผลิตอ้อยและไม้ยูคาลิปตัสได้ถึง
ร้อยละ 46.71 และร้อยละ 29.89



Natural Capital

โครงการเกษตรผสมผสานเพื่อความยั่งยืน ของฟาร์มสุกร ซีพี หลายปีในประเทศไทย

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



CASE STUDY

โครงการ “e-Waste ทิ้งถูกที่ ดีต่อใจ” รวบรวม จัดการขยะ e-Waste อย่างถูกวิธี

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้กำหนดเป้าหมายในการเป็นองค์กรที่ร่วมขับเคลื่อนการบริหารจัดการปัญหาขยะอิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Waste ตามกรอบตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้าง ความรับผิดชอบต่อภาคประชาชน ด้วยการเป็นจุดรีไซเคิล e-Waste เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนสามารถนำสมาร์ตโฟน โทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์เสริม และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ขนาดเล็กที่เลิกใช้งานแล้วมาทิ้งที่กล่องจุดรับขยะ e-Waste ทั้งที่ร้านทรู ซ้อปทรูสเฟียร์ และศูนย์บริการดีแทค รวม 154 สาขาทั่วประเทศ



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



Natural Capital

ภาพรวมข้อมูลการบริหารจัดการของเสีย ปี 2566

ปริมาณของเสีย

แยกตามประเภท

ปริมาณของเสีย

ทั้งหมด

1,612
พินตัน



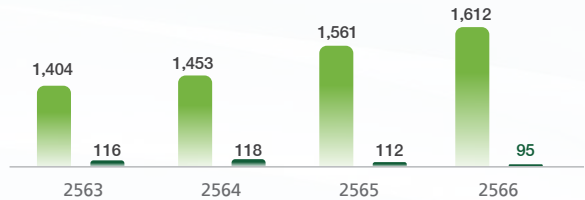
88.73%

การนำของเสีย
กลับไปใช้ประโยชน์

ปริมาณของเสียทั้งหมด

(หน่วย: พินตัน)

- แนวโน้มปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นทั้งหมด
- ปริมาณของเสียที่ถูกนำไปกำจัดด้วยวิธีการฝังกลบ



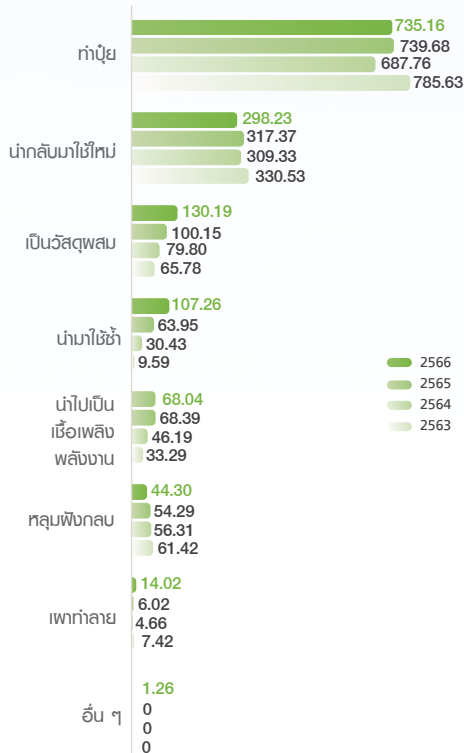
ปริมาณของเสีย

แยกตามวิธีการกำจัด



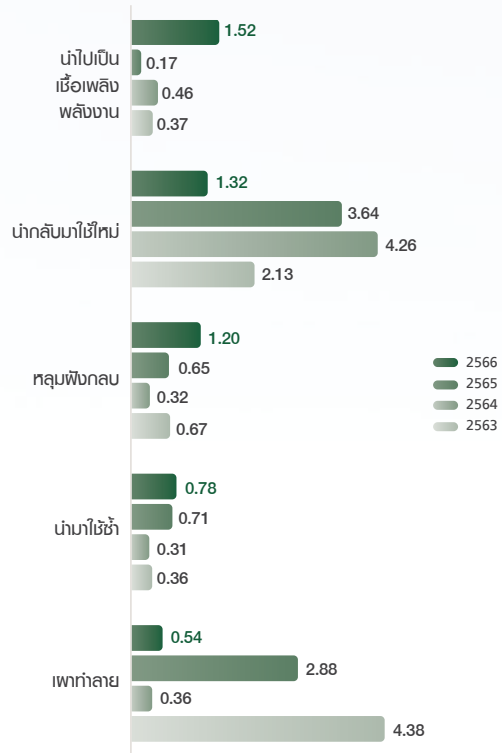
ของเสียทั่วไป

1,607.16 พินตัน



ของเสียอันตราย

5.37 พินตัน





การจัดการปัญหาสูญเสียอาหารและขยะอาหาร

เครือเจริญโภคภัณฑ์ให้ความสำคัญในการผลักดันการบริหารจัดการการสูญเสียอาหาร และขยะอาหารที่เกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้บรรลุตามนโยบายการลดขยะอาหารให้เป็นศูนย์ (Zero Food Waste) โดยเครือฯ ได้กำหนดกรอบแนวทางการดำเนินงานร่วมกับ

ทุกกลุ่มธุรกิจ รวมถึงให้การสนับสนุนการผนึกกำลังความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจและทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ในการนำอาหารส่วนเกินและขยะอาหารที่เกิดขึ้นกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด



CASE STUDY

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

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



จำนวนขยะอาหารในปี 2566

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



Natural Capital



CASE STUDY

โครงการ “ธนาคารอาหารแห่งชาติ” มอบพื้นที่เป็นศูนย์เก็บและกระจายอาหารบริจาค ลดการสูญเสียที่ต้นทาง



บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน) ในนามโลตัส ได้ร่วมมือกับมูลนิธิสโกลาร์ส ออฟ ชัสตีเนนซ์ ประเทศไทย (SOS) ในการขับเคลื่อน “ธนาคารอาหารแห่งชาติ” โดยผ่านทางโลตัส สาขาบ้านฟ้า ลำลูกกา ซึ่งได้จัดสรรพื้นที่บางส่วนให้กับมูลนิธิ SOS ใช้เป็นโกดังจัดเก็บและกระจายอาหารส่วนเกิน ที่จะส่งต่อให้กับชุมชนที่ขาดแคลนและกลุ่มเปราะบาง

พื้นที่จัดสรรในการดำเนินงาน **324** ตารางเมตร



Relationship Capital

ภาพรวมข้อมูลการบริหารจัดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร ปี 2566

จำนวนการสูญเสียอาหารและขยะอาหารทั้งหมด

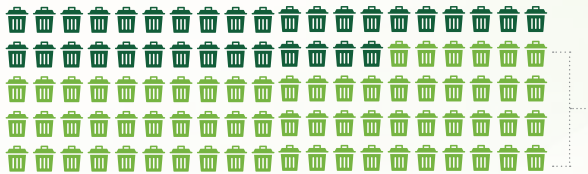
(พันตัน)

การสูญเสียอาหาร
และขยะอาหาร

208 พันตัน

ขยะอาหาร
34%

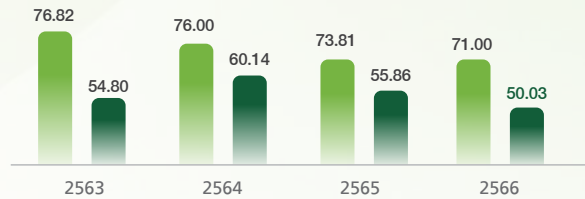
การสูญเสียอาหาร
66%



แนวโน้มปริมาณขยะอาหารที่เกิดขึ้นทั้งหมด และ ปริมาณขยะอาหารที่ถูกนำไปกำจัดด้วยวิธีการฝังกลบ

(2563-2566)

แนวโน้มปริมาณขยะอาหารที่เกิดขึ้นทั้งหมด
ปริมาณขยะอาหารที่ถูกนำไปกำจัดด้วยวิธีการฝังกลบ



จำนวนการสูญเสียอาหารทั้งหมด

แยกตามวิธีการกำจัด

การสูญเสียอาหาร

137.72 พันตัน

อื่น ๆ
0.001%

หลุมฝังกลบ
0.65%

นำไปเป็นเชื้อเพลิง
พลังงาน
0.01%

รีไซเคิล

99.34%

แยกตามประเภท



จำนวนขยะอาหารทั้งหมด

แยกตามวิธีการกำจัด

ขยะอาหาร

71 พันตัน

อื่น ๆ
0.06%

นำไปเป็นปุ๋ย
1.39%

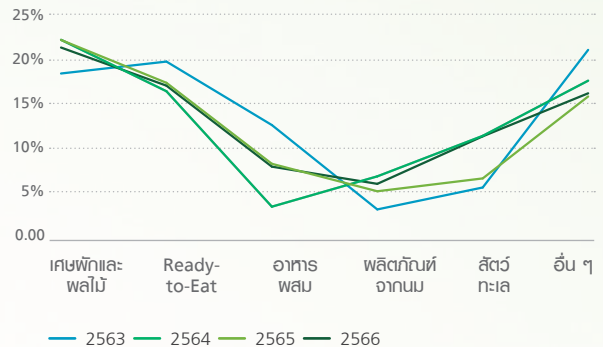
นำไปเป็นเชื้อเพลิง
พลังงาน
5.62%

หลุมฝังกลบ

70.42%

รีไซเคิล
22.51%

แยกตามประเภท





สรุปภาพรวมการบริหารจัดการของเสีย และแนวทางสู่การกำจัดด้วยวิธีหลุมฝังกลบเป็นศูนย์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ ควบคู่ไปกับการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมการกำจัดของเสียด้วยวิธีการหลุมฝังกลบเป็นศูนย์ การดำเนินงานของเครือฯ มุ่งเน้นไปที่การลดการเกิดของเสียจากแหล่งกำเนิด ตลอดห่วงโซ่คุณค่า รวมไปถึงให้ความสำคัญในการแปรรูปและเพิ่มมูลค่าของเสียที่เกิดขึ้น



ลดการสูญเสียที่ต้นทาง
ลดการตัดจ่ายวัตถุดิบและสินค้า



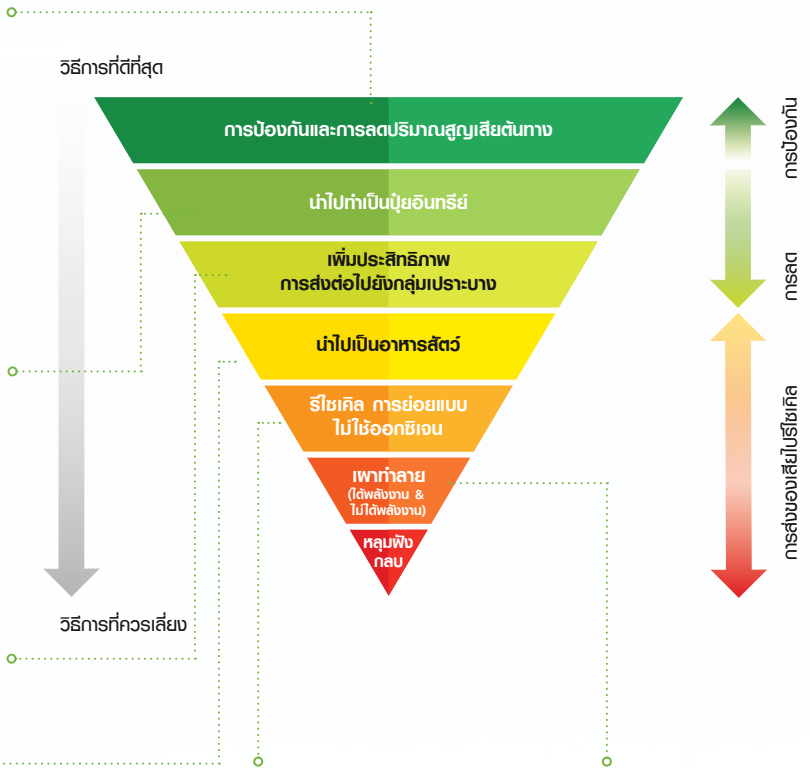
นำไปผลิตปุ๋ยอินทรีย์



บริจาคอาหารกลุ่มผู้เปราะบาง มูลนิธิ ฯลฯ



นำไปบริจาคเป็นอาหารสัตว์



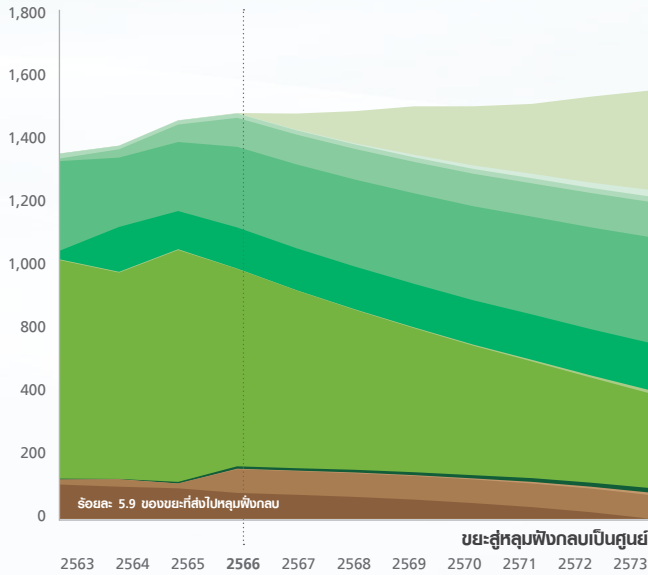
นำกากตะกอนน้ำเสีย ฟันระบบย่อยสลายนกกาฯ



นำเศษกากขี้มันมาเผาเป็นเชื้อเพลิงผสม

การวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการมุ่งสู่การมีขยะสู่หลุมฝังกลบเป็นศูนย์ ภายในปี 2573 ของเครือฯ

(หน่วย: พันตัน)



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



กลุ่มขยะอาหาร

คิดเป็นสัดส่วน ประมาณร้อยละ 74

โดยมีตัวอย่างมาตรการในการบริหารจัดการ ดังนี้

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



กลุ่มที่มิใช่ขยะอาหาร

คิดเป็นสัดส่วน ประมาณร้อยละ 26

โดยมีตัวอย่างมาตรการในการบริหารจัดการ ดังนี้

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



การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ Water Stewardship

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

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



- 6.1 ดำเนินการเพื่อให้ทุกคนเข้าถึงน้ำดื่มที่ปลอดภัย
- 6.3 ปรับปรุงคุณภาพน้ำ โดยการลดมลพิษและเพิ่มการนำกลับมาใช้ใหม่และการใช้ซ้ำที่ปลอดภัย
- 6.4 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำในทุกภาคส่วน และสร้างหลักประกันว่าจะมีการใช้น้ำและจัดหาน้ำที่ยั่งยืน

- 6.5 ดำเนินการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำแบบองค์รวมในระดับ
- 6.6 ปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องกับแหล่งน้ำ
- 6.b สนับสนุนและเพิ่มความเข้มแข็งในการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการจัดการน้ำและสุขาภิบาล



- 14.1 ป้องกันและลดมลพิษทางทะเลทุกประเภท

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[Sustainable Development Goals Report 2023](#)

[Sustainability Performance Report 2023](#)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

120.91

ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท

ปริมาณน้ำที่นำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ ลดลงร้อยละ 11 จากปี 2565

16.49

ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท

ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำต่อหน่วยรายได้ ลดลงร้อยละ 31 จากปี 2565

14%

น้ำนำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ ลดลงร้อยละ 4 จากปี 2565

เป้าหมายและความคืบหน้า

20% ลดปริมาณการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ที่เทียบกับปีฐาน 2563

100%

2566

2565

แผนการดำเนินงานในอนาคต



พัฒนาและปรับปรุงโดยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ



ขยายขอบเขตในการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำและร่วมกันจัดทำแผนบริหารจัดการน้ำให้กับคู่ค้า



ฝึกอบรมเรื่องการจัดการประสิทธิภาพในการใช้น้ำให้แก่พนักงานทุกคน



ส่งเสริมการจัดทำโครงการการเข้าถึงแหล่งน้ำและสุขาภิบาลที่ดีให้กับชุมชน ครอบคลุมทุกประเทศที่เข้าไปดำเนินการ



การบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า

กรอบการดำเนินงานด้านการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ



องค์กรและผู้ค้า



ชุมชน



ลูกค้า

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

น้ำเสียและนำกลับไปใช้ให้เกิดประโยชน์ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายปี 2573 ลดการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ร้อยละ 20 เทียบจากปีฐาน 2563 นอกจากนี้ ยังส่งเสริมกิจกรรมที่สร้างความตระหนักรู้ให้กับพนักงาน ชุมชน และผู้มีส่วนได้เสียให้เห็นถึงความสำคัญในการร่วมมือกันดูแลรักษาทรัพยากรน้ำให้คงอยู่ต่อไป

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้



[การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ](#)

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



Water

B

การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำแบบบูรณาการขององค์กร

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้มีการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำให้กับทุกหน่วยงานที่เครือฯ เข้าไปดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงระดับความเครียดน้ำ (Water Stress) และปริมาณน้ำที่นำมาใช้ เพื่อจัดทำแผนบริหารจัดการด้านน้ำตามความเสี่ยงในแต่ละระดับ

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

L Locate Interface with Nature

ดำเนินการคัดเลือกพื้นที่สำหรับการประเมิน ซึ่งพื้นที่ที่นำมาประเมินต้องอยู่ในพื้นที่ความเครียดน้ำ (Water Stressed Area)

1. ฟาร์มไก่ 🇹🇭
2. ฟาร์มหมู 🇹🇭
3. ฟาร์มไก่ 🇹🇭
4. ฟาร์มหมู 🇹🇭
5. ฟาร์มเกษตร (ข้าว ข้าวโพด และถั่วเหลือง) 🇹🇭

E Evaluate Dependencies & Impacts

ดำเนินการประเมินการพึ่งพาและผลกระทบของแต่ละพื้นที่ ซึ่งพบว่าฟาร์มไก่ ฟาร์มหมู และฟาร์มเกษตรมีการพึ่งพาการใช้ทรัพยากรน้ำในการเลี้ยงสัตว์ที่สูงมาก อันก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อมโหรีของแหล่งน้ำจืดจากการผันน้ำ และสูญเสียความอุดมสมบูรณ์ของสายพันธุ์ ในขณะที่ฟาร์มไก่ในบึงกลาเทศยังพบมลพิษทางน้ำ ซึ่งทำให้คุณภาพน้ำลดลง

A Assess Material Risks & Opportunities

ดำเนินการประเมินความเสี่ยงของการพึ่งพาที่ได้ถูกระบุ พร้อมกำหนดแผนการบรรเทาผลกระทบ สำหรับประเด็นการพึ่งพาการใช้ทรัพยากรน้ำในการเลี้ยงสัตว์นั้น พื้นที่ที่พบความเสี่ยงมีการอนุรักษ์และลดการใช้น้ำสอดคล้องกับเป้าหมายการลดน้ำของเครือฯ สำหรับการบรรเทาประเด็นด้านมลพิษทางน้ำ พื้นที่ที่มีความเสี่ยงมีการบำบัดน้ำเสียด้วยวิธีการฟื้นฟูทางชีวภาพ

P Prepare To Respond & Report

กำหนดเป้าหมายการดำเนินงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายรอบความหลากหลายทางชีวภาพระดับโลก ได้แก่ ลดการนำน้ำมาใช้ร้อยละ 20 ต่อรายได้เทียบกับปีฐาน 2563 และนำนโยบายการจัดการควบคุมศัตรูพืชแบบไม่ใช้สารเคมีมาใช้ในฟาร์มที่เป็นเจ้าของทั้งหมดหากเป็นไปได้ ลดความเสี่ยงจากสารกำจัดศัตรูพืชลงร้อยละ 50

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ

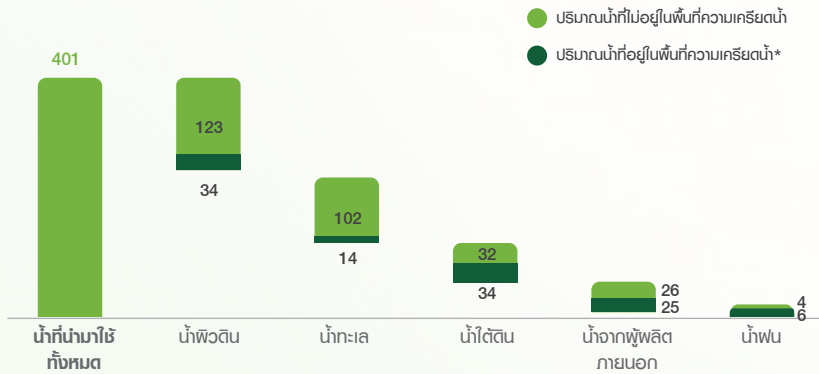




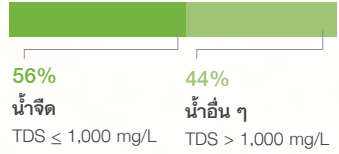
ข้อมูลด้านทรัพยากรน้ำปี 2566

ปริมาณน้ำที่นำมาใช้แบ่งตามแหล่งน้ำ

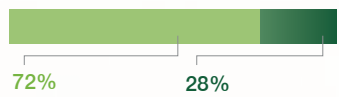
(ล้านลูกบาศก์เมตร)



สัดส่วนน้ำแบ่งตามประเภท



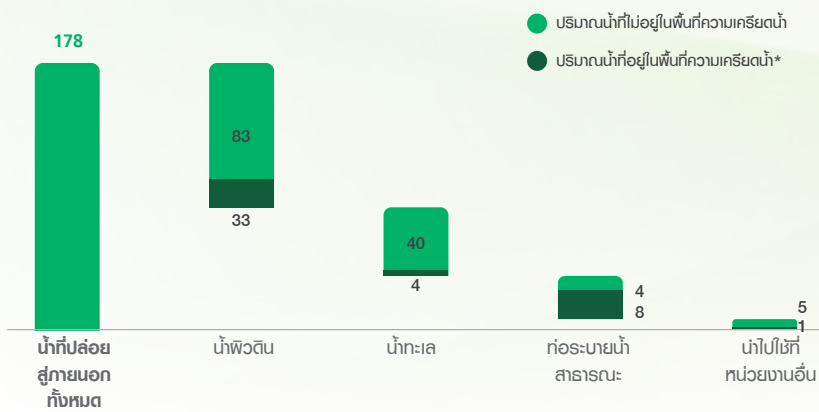
สัดส่วนน้ำที่อยู่ในพื้นที่ความเค็ม



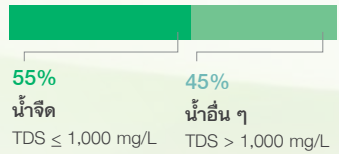
* หน่วยงานที่อยู่ในพื้นที่ความเค็มมีระดับสูงและสูงมากตาม Aqueduct Water Risk Atlas

ปริมาณน้ำที่ปล่อยสู่ภายนอกแบ่งตามแหล่งน้ำ

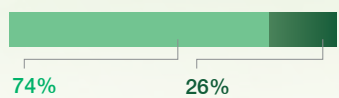
(ล้านลูกบาศก์เมตร)



สัดส่วนน้ำแบ่งตามประเภท



สัดส่วนน้ำที่อยู่ในพื้นที่ความเค็ม



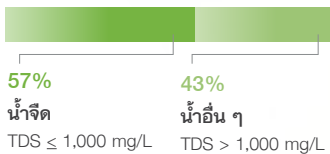
* หน่วยงานที่อยู่ในพื้นที่ความเค็มมีระดับสูงและสูงมากตาม Aqueduct Water Risk Atlas



ปริมาณน้ำใช้ทั้งหมด

232 ล้านลูกบาศก์เมตร

สัดส่วนน้ำแบ่งตามประเภท



ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ

55 ล้านลูกบาศก์เมตร



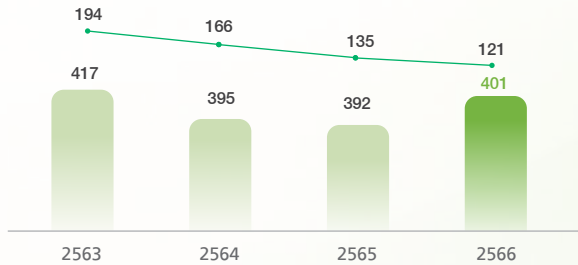
คุณภาพน้ำทิ้ง

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

* ค่า BOD และ COD คำนวณจากค่าเฉลี่ยในทุกหน่วยธุรกิจทั่วโลก

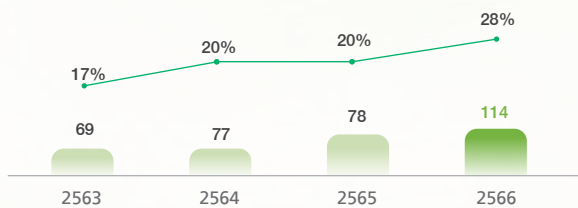
ปริมาณน้ำที่นำมาใช้

(ล้านลูกบาศก์เมตร) (ลูกบาศก์เมตร/ล้านบาท)



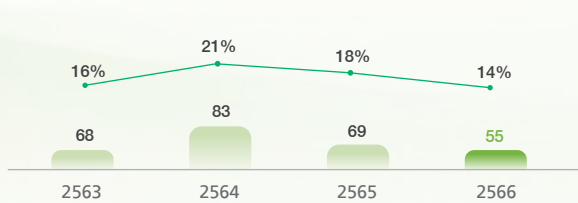
ปริมาณน้ำที่นำมาใช้ที่อยู่ในพื้นที่ความเครียดน้ำ*

(ล้านลูกบาศก์เมตร)



ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่/ใช้ซ้ำ

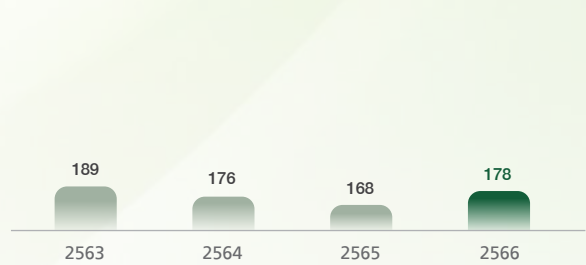
(ล้านลูกบาศก์เมตร)



* ปริมาณน้ำที่อยู่ในพื้นที่ความเครียดน้ำปี 2566 มีปริมาณสูงขึ้นอย่างมีนัยยะ เนื่องจากการอัปเดตพื้นที่ตาม Aqueduct Water Risk Atlas 4.0

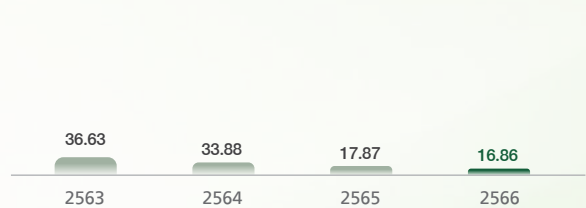
ปริมาณน้ำที่ปล่อยสู่ภายนอก

(ล้านลูกบาศก์เมตร)



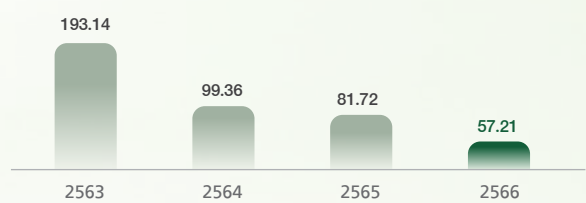
คุณภาพน้ำทิ้ง – ค่า BOD (Biological Oxygen Demand)

(มิลลิกรัม/ลิตร)



คุณภาพน้ำทิ้ง – ค่า COD (Chemical Oxygen Demand)

(มิลลิกรัม/ลิตร)



ปี 2566

สามารถลดปริมาณการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้

ร้อยละ: 38 เทียบกับปีฐาน 2563

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





การบริหารจัดการน้ำแบบหมุนเวียนขององค์กร

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

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



[การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ](#)



CASE STUDY

โครงการธนาคารน้ำใต้ดิน



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

ปริมาณน้ำที่คืนสู่ธนาคารน้ำใต้ดิน

5,840 ลูกบาศก์เมตร/ปี/ศูนย์จำหน่ายสินค้า

คิดเป็นร้อยละ **44** ของปริมาณน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้ว



Natural Capital

การบริหารจัดการน้ำเสียก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติขององค์กร

การปล่อยน้ำเสียที่ยังไม่ได้รับการบำบัดลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ จะส่งผลกระทบต่อเชิงลบในหลาย ๆ ด้าน ทั้งด้านสิ่งแวดล้อมในการทำลายสิ่งมีชีวิตและพันธุ์พืชในน้ำ ด้านสุขภาพของมนุษย์จากการเป็นแหล่งก่อให้เกิดเชื้อโรคและมลพิษทางน้ำ รวมถึงทำลายแหล่งน้ำที่มนุษย์ใช้เพื่ออุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ตระหนักดีถึงการดำเนินธุรกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพแหล่งน้ำ จึงมีความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการน้ำเสียและตรวจสอบคุณภาพน้ำให้ได้มาตรฐานก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ

กรอบการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการน้ำเสีย

กำหนดมาตรฐานคุณภาพน้ำเสีย

กำหนดเป้าหมายและวางแผนเพื่อปรับปรุงคุณภาพน้ำเสียให้ตรงตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ตามแต่ละประเทศ

จัดการและกำจัดน้ำเสีย

ใช้เทคโนโลยีและกระบวนการต่าง ๆ ที่เหมาะสมในการกำจัดสารประกอบที่ไม่พึงประสงค์จากน้ำเสีย สามารถนำน้ำเสียที่ได้คุณภาพไปใช้ใหม่ได้ มุ่งสู่การเป็นองค์กร Water Zero Discharge



กรอบการดำเนินงาน
ด้านการบริหารจัดการน้ำเสีย

รายงานและติดตามผลคุณภาพน้ำเสีย

หลังจากได้รับการตรวจสอบคุณภาพน้ำเสียแล้ว ต้องมีการรายงานผ่านระบบความยั่งยืนเพื่อติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

ตรวจสอบและวัดคุณภาพของน้ำเสีย

ตรวจสอบคุณภาพน้ำเสียก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติเป็นประจำทุกเดือน เพื่อให้มั่นใจว่ามีการจัดการน้ำเสียที่ถูกต้องตามมาตรฐานที่แต่ละประเทศกำหนดไว้



การบริหารจัดการน้ำเสียก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ



CASE STUDY

โครงการป็นน้ำปุ๋ยสู่เกษตรกร



บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) นำน้ำจากระบบไบโอแก๊ส (Biogas) ที่ผ่านการบำบัดแล้วจากระบบบำบัดของฟาร์มสุกรและคอมเพล็กซ์ไก่ไข่ ส่งให้แก่เกษตรกรผู้เพาะปลูกพืชในพื้นที่ใกล้เคียง ใช้ในสวนปาล์ม น้ำมัน ไร่แดงโม พักทอง อ้อย ข้าวโพด และหญ้าเนเปียร์

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



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

ลดการปล่อยน้ำเสียไปเป็นน้ำปุ๋ย
181,000 ลูกบาศก์เมตร/ปี

คอมเพล็กซ์ไก่ไข่จำนวน 5 แห่ง
ไม่ปล่อยน้ำทิ้งออกภายนอกฟาร์ม

Zero Wastewater Discharge



Natural Capital

การบริหารจัดการน้ำของลูกค้า

ร่วมมือกับพืชมัสส่วนได้เสียในการจัดการน้ำตลอดห่วงโซ่อุปทาน

เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้พัฒนาแนวทางการบริหารจัดการด้านน้ำของลูกค้าซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญต่อธุรกิจ เป็นการสนับสนุนและส่งเสริมให้ลูกค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Suppliers) มีการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ลดความเสี่ยงต่อการขาดแคลนน้ำ และร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำให้คงอยู่ต่อไปโดยหนึ่งในการดำเนินงานที่สำคัญคือ จัดทำการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำให้กับลูกค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 เพื่อจัดกลุ่มตามระดับความเครียดน้ำ (Water Stress) โดยใช้เครื่องมือที่เชื่อถือได้ระดับสากล

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

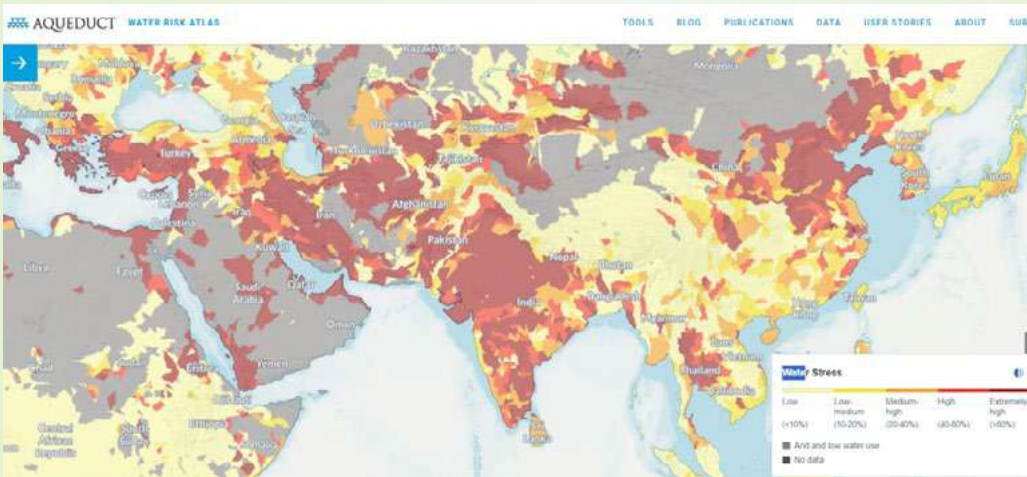


[การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ](#)



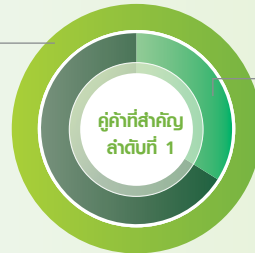
CASE STUDY

การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำให้กับลูกค้าของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)



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

ลูกค้าสำคัญลำดับที่ 1
100%



อยู่ในพื้นที่ความเครียดน้ำ
30%

ประเมินความเสี่ยงด้านน้ำให้กับลูกค้าที่สำคัญลำดับที่ 1
115 ราย คิดเป็นร้อยละ 100



Natural Capital



การบริหารจัดการน้ำของชุมชน

ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำและสุขาภิบาลของชุมชน

เครือข่ายริโอโกทกัณฑ์มีความมุ่งมั่นที่จะร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม ในการสนับสนุนสิทธิในการเข้าถึงน้ำและสุขาภิบาลของชุมชน และสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ระบบลำเลียงน้ำ บ่อเก็บน้ำและแหล่งต้นน้ำที่จะสามารถช่วยเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงน้ำสะอาดและสุขอนามัยที่ดีของชุมชน

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



[การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ](#)

โครงการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำและสุขาภิบาลของชุมชนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

1

เอเชียตะวันออกเฉียง

🇹🇵 ประเทศจีน

- โครงการสร้างบ่อน้ำและสถานีสูบน้ำหมู่บ้านไปเตียน มณฑลหูเป่ย์
- โครงการติดตั้งระบบน้ำประปาหมู่บ้านฉางชุน มณฑลเสฉวน
- โครงการติดตั้งน้ำประปาหมู่บ้านโหวฮวา มณฑลเสฉวน

2

เอเชียใต้

🇮🇳 ประเทศบังกลาเทศ

- โครงการสร้างบ่อน้ำบาดาลให้ชุมชน

🇮🇳 ประเทศอินเดีย

- โครงการ Water For Life

3

เอเชียตะวันออกเฉียงใต้

🇻🇳 ประเทศเวียดนาม

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

🇲🇲 ประเทศเมียนมา

- โครงการน้ำดื่มสะอาดในโรงเรียนพื้นที่เขต Aung Za Bu
- โครงการแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรที่ยั่งยืนในพื้นที่เขต Bago และ Naypyitaw

🇸🇲 ประเทศกัมพูชา

- โครงการห้องน้ำสะอาดเพื่อน้อง ๆ จ.กำปงสปรือ

🇵🇭 ประเทศฟิลิปปินส์

- โครงการแบ่งปันน้ำให้กับชุมชน Barangay Gugo

🇹🇭 ประเทศไทย

- โครงการธรรมชาติปลอดภัย อ.แม่แจ่ม จ.เชียงใหม่
- โครงการน้ำพวงโมเดล
- โครงการพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรบ้านแม่วาก จ.เชียงใหม่
- โครงการฝายมีชีวิตในพื้นที่ 17 จังหวัดทางภาคเหนือ
- โครงการพื้นที่ความร่วมมือ ต.เมืองจั้ง จ.น่าน
- โครงการคืนน้ำใสให้บ้านโสมง จ.ปราจีนบุรี
- โครงการน้ำดื่มธรรมชาติ บ้านธรรมชาติล่าง จ.ตราด
- โครงการน้ำดื่มสุรสกรสู่ชุมชน บ้านห้วยน้ำดิบ จ.เชียงใหม่
- โครงการสร้างห้องน้ำ กองทุนซีพีเอฟคืนสุขผู้สูงวัย ต.ดอนกระเบื้อง จ.ราชบุรี
- โครงการซ่อมแซมฝายชะลอน้ำ เขาพระยาเดินธง
- โครงการห้องสุขาสีโมสร
- โครงการน้ำคืนชีวิต บ้านสบซุ่น จ.น่าน
- โครงการน้ำคืนชีวิต บ้านยอดดอยวัฒนา จ.น่าน
- โครงการส่งมอบน้ำประปาเพื่อชุมชนพูนพิน จ.สุราษฎร์ธานี
- โครงการสนับสนุนระบบผลิตน้ำ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงเลอตอ



การฟื้นฟูลุ่มน้ำเพื่อความสมบูรณ์โดยรวม

ปกป้องและฟื้นฟูลุ่มน้ำที่อยู่ในพื้นที่ความเสี่ยงด้านน้ำสูง

เครือข่ายวิจัยภาคพื้นที่มีการจัดทำการศึกษาประเมินความเสี่ยงด้านน้ำให้กับทุกพื้นที่การผลิตของเครือข่าย จากผลการประเมินพบว่ามียังทั้งหมด 15 ลุ่มน้ำหลักใน 7 ประเทศที่เครือข่ายฯ เข้าไปดำเนินธุรกิจที่อยู่ในพื้นที่ความเสี่ยงด้านน้ำสูง ดังนั้น เครือฯ จึงให้ความสำคัญในการร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการปกป้องและฟื้นฟูป่าต้นน้ำ ที่เป็นแหล่งต้นกำเนิดของทรัพยากรน้ำที่เราทุกคนต้องการนำมาใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน



CASE STUDY

สร้างบ้านปลาในเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำ ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา



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

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

สร้างบ้านปลาในเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำ บริเวณรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 5 แห่ง จำนวน 100 แห่ง



Natural Capital



การปกป้องระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ Ecosystem & Biodiversity Protection

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

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



2.4 สร้างหลักประกันว่าจะมีระบบการผลิตอาหารที่ยั่งยืน รักษาระบบนิเวศ เสริมขีดความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



6.6 ปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องกับแหล่งน้ำ



14.2 บริหารจัดการและปกป้องระบบนิเวศทางทะเลและชายฝั่งเพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบทางลบ
14.4 สนับสนุนการประมงอย่างมีประสิทธิผลและยุติการประมงเกินขีดจำกัด
14.5 อนุรักษ์พื้นที่ทางทะเลและชายฝั่ง
14.b จัดให้ชาวประมงพื้นบ้านรายเล็กเข้าถึงทรัพยากรทางทะเลและตลาด



15.1 อนุรักษ์การฟื้นฟู และการใช้ระบบนิเวศบนบกและแหล่งน้ำจืด
15.2 หยุดยั้งการตัดไม้ทำลายป่า ฟื้นฟูป่าที่เสื่อมโทรม และเพิ่มการปลูกป่า
15.4 อนุรักษ์ระบบนิเวศภูเขาและความหลากหลายทางชีวภาพ
15.5 หยุดยั้งการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ

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



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

27.9% **11.29** ล้านตัน

วัตถุดิบที่มีหลักฐานว่ามาจากพื้นที่ จำนวนต้นไม้ที่ปลูกสะสมในปี 2566 ที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า

1,991 แห่ง

พื้นที่ดำเนินงานของเครือฯ ที่ได้รับการประเมินความเสี่ยง ด้วยโปรแกรม IBAT

แผนการดำเนินงานในอนาคต



จัดทำนโยบายต่อต้านการตัดไม้ทำลายป่า



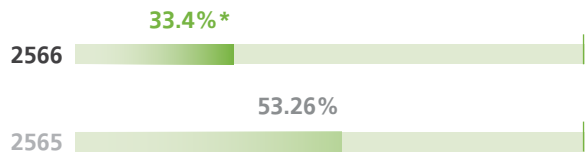
จัดทำแนวปฏิบัติเรื่องความหลากหลายทางชีวภาพระดับเครือฯ



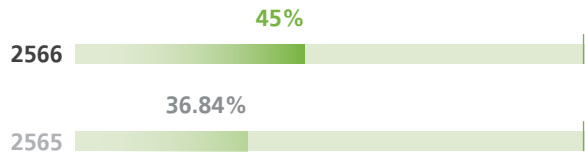
ขยายขอบเขตการดำเนินงานตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability System) วัตถุดิบที่มีความเสี่ยงที่ประเทศจีน

เป้าหมายและความคืบหน้า

100% ของวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูงที่ตรวจสอบย้อนกลับได้ ภายในปี 2573



100% ของทุกกลุ่มธุรกิจดำเนินโครงการร่วมกับพันธมิตร ที่เกี่ยวข้องในระดับสากล เพื่อบริหารจัดการและติดตามความหลากหลายทางชีวภาพในการดำเนินธุรกิจ



หมายเหตุ:

* ในปี 2566 เป้าหมายการตรวจสอบย้อนกลับของวัตถุดิบหลักที่มีความเสี่ยงทั้งหมด ขยายขอบเขตไปจนถึงแปลงเพาะปลูกและแหล่งทำประมง



การยกระดับการดำเนินงานด้านความหลากหลายทางชีวภาพ

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

นโยบายและแนวปฏิบัติ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความมุ่งมั่นในการดำเนินงานโดยไม่ก่อให้เกิดความสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน จึงกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติเพื่อเป็นกรอบการดำเนินงานให้กับบริษัทในเครือฯ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องประกอบด้วย นโยบายปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ และนโยบายการต่อต้านการตัดไม้ทำลายป่า ซึ่งครอบคลุมการดำเนินงานภายในเครือฯ และตลอดห่วงโซ่คุณค่า

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

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

▶ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



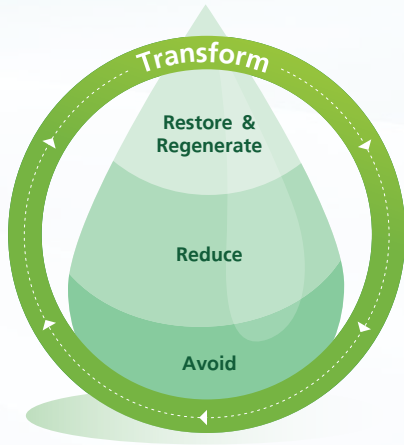
[นโยบายปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ](#)



[ความมุ่งมั่นในการต่อต้านการตัดไม้ทำลายป่า](#)



กลยุทธ์ เป้าหมาย และการดำเนินการเพื่อจัดการผลกระทบ



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

การดำเนินงานกับลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อลดผลกระทบ

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีการจัดซื้อวัตถุดิบทางการเกษตรจากลูกค้าเป็นจำนวนมาก ซึ่งการดำเนินงานของลูกค้าที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดและกฎหมาย ไม่ว่าจะเป็นด้านการกำกับดูแล ความปลอดภัย สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม และการได้มาซึ่งวัตถุดิบที่มาจากแหล่งผลิตที่ไม่มีความยั่งยืน นำไปสู่ความเชื่อมั่นต่อบริษัทของลูกค้าและเครือฯ ได้ ดังนั้น เพื่อเป็นการป้องกันผลกระทบเหล่านี้ โดยเฉพาะทางด้านการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ เครือฯ จึงได้สนับสนุนให้ลูกค้ามีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ และของเครือฯ พร้อมส่งเสริมให้ลูกค้านำหลักการการบริหารความเสี่ยง โดยยึดหลักการหลีกเลี่ยง การจำกัดผลกระทบ การฟื้นฟู และการชดเชย ไปปรับใช้ในธุรกิจ

นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้ริเริ่มโครงการความร่วมมือกับลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ ได้แก่ การลดความเสี่ยงและผลกระทบด้านการตัดไม้ทำลายป่าโดยการใช้ระบบการจัดหากากถั่วเหลืองอย่างยั่งยืน (Traceability) ในกลุ่มธุรกิจการค้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ เพื่อต่อยานโยบายจัดหาอย่างยั่งยืนและตรวจสอบย้อนกลับตลอดห่วงโซ่การผลิตของทั้งลูกค้าและบริษัท เพื่อสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม





การประเมินความเสี่ยงต่อความหลากหลายทางชีวภาพ

พื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ

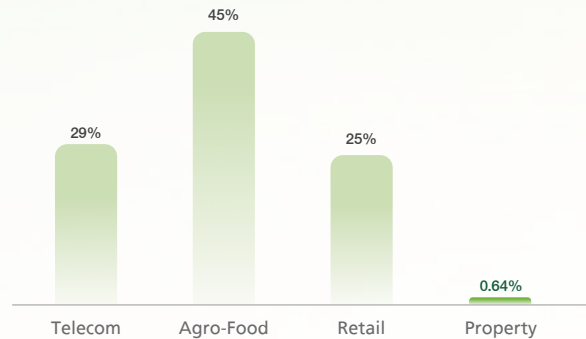
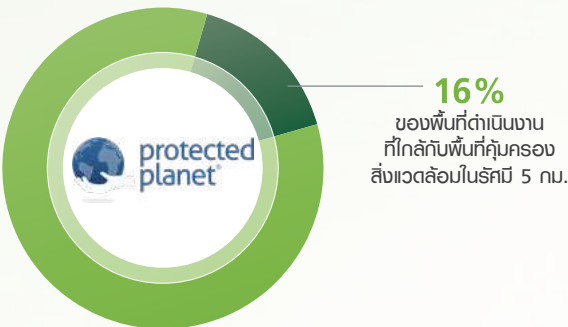
ในบทการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ ได้มีการเสนอข้อมูลการคัดกรองพื้นที่ที่การดำเนินงานของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่ตั้งอยู่ในหรือใกล้กับบริเวณที่มีความสำคัญต่อความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อใช้ข้อมูลเชิงพื้นที่ในการวิเคราะห์ความเสี่ยงและนำไปกำหนดเป็นแนวทางการดำเนินงานต่อไป

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

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

- พื้นที่คุ้มครองสิ่งแวดล้อม
- พื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพที่สำคัญ
- พื้นที่ที่พบชนิดพันธุ์ที่ถูกคุกคามตามบัญชีแดงของ

The International Union for Conservation of Nature



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



47.19%
จำนวนจากการพบสัตว์ใกล้สูญพันธุ์ (CR) และพื้นที่สำคัญสำหรับนกอพยพ



12.98%
จำนวนจากการพบชนิดพันธุ์ที่ถูกคุกคาม (Threatened Species)



7.54%
จำนวนจากการพบชนิดพันธุ์ที่ถูกคุกคาม และชนิดพันธุ์ที่สำคัญอื่น ๆ ที่ไม่อยู่ใน IUCN Red List

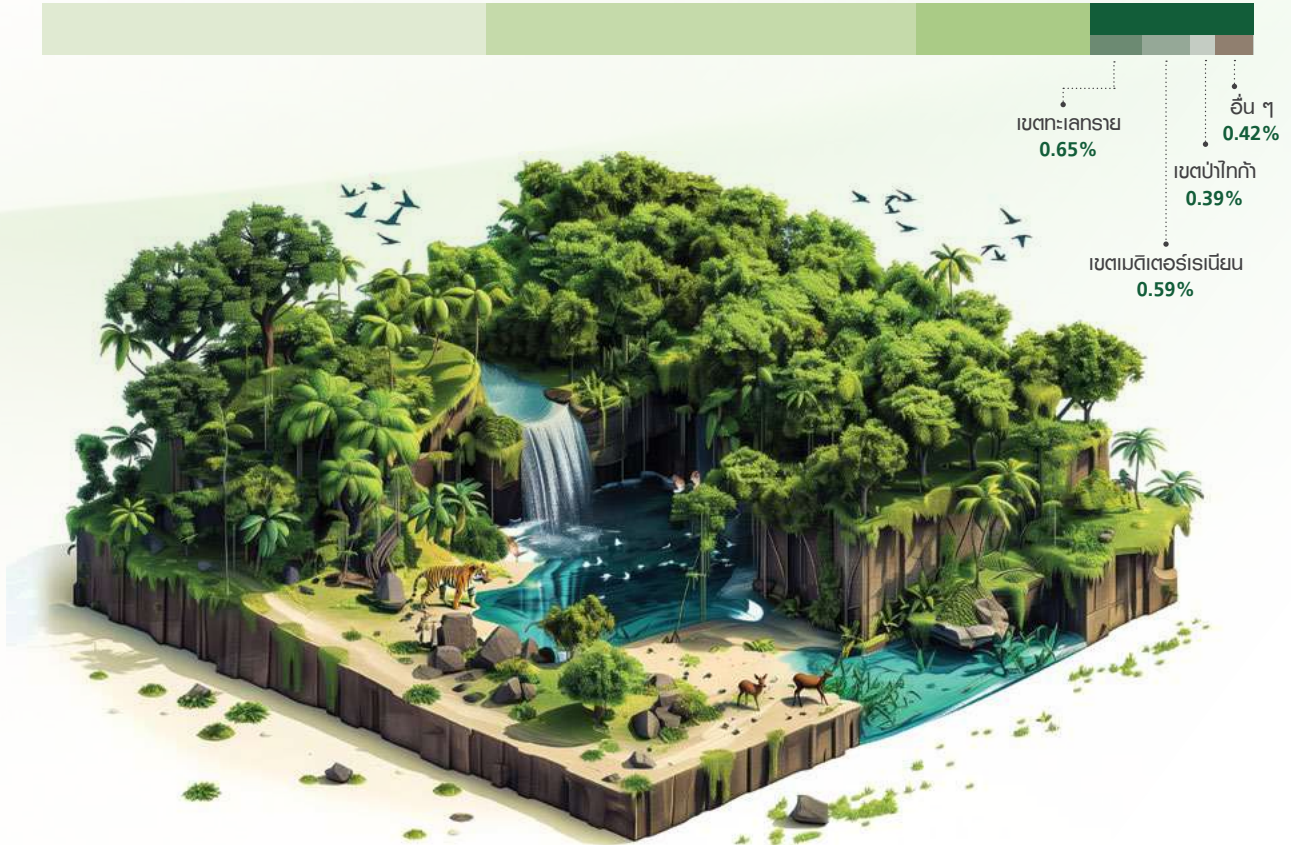
ข้อมูลเขตชีวนิเวศ (Biomes) ในประเทศต่าง ๆ ที่มีพื้นที่ปฏิบัติงานของเครือฯ ตั้งอยู่

เขตป่าดิบแล้งในเขตร้อนชื้นสุด
36.4%

เขตป่าดิบชื้นในเขตร้อนชื้นสุด
35.7%

เขตป่าชายเลน
14%

เขตป่าผลัดใบในเขตอบอุ่น
11.8%



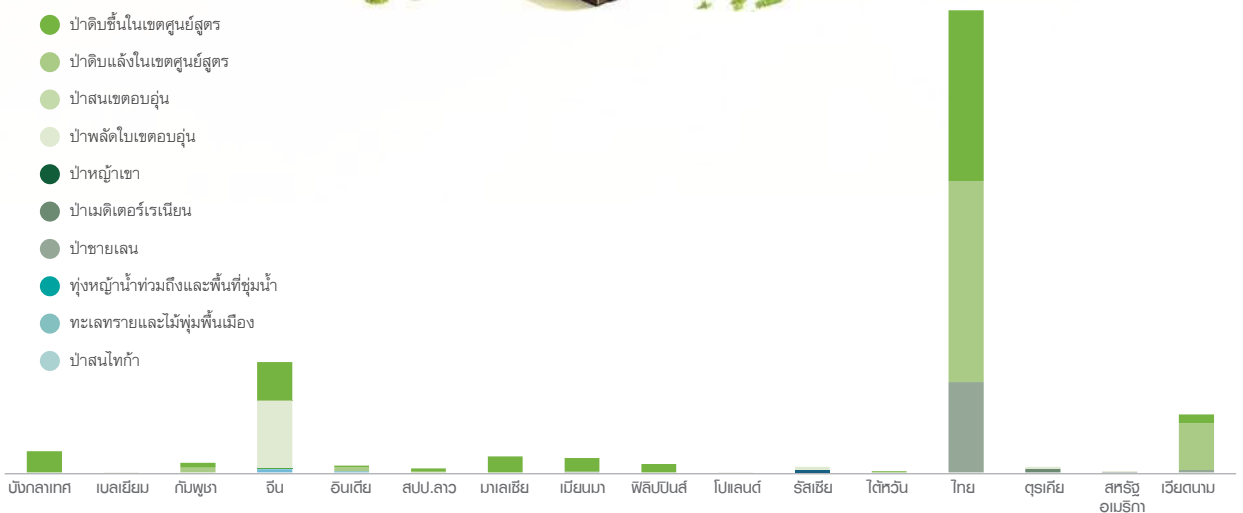
เขตทะเลทราย
0.65%

อื่น ๆ
0.42%

เขตป่าทาก้า
0.39%

เขตเมดิเตอร์เรเนียน
0.59%

- ป่าดิบชื้นในเขตร้อนชื้นสุด
- ป่าดิบแล้งในเขตร้อนชื้นสุด
- ป่าสนเขตอบอุ่น
- ป่าผลัดใบเขตอบอุ่น
- ป่าหญ้าเขา
- ป่าเมดิเตอร์เรเนียน
- ป่าชายเลน
- ทุ่งหญ้าน้ำท่วมถึงและพื้นที่ชุ่มน้ำ
- ทะเลทรายและไม้พุ่มพื้นเมือง
- ป่าสนไทก้า





การประเมินการพึ่งพาบริการของระบบนิเวศ

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

- การเป็นแหล่งผลิต
- การบริการด้านการควบคุมกลไกของระบบ
- การบริการด้านการสนับสนุน

นอกจากนี้ ระบบนิเวศบริการยังให้บริการกับผู้ใช้ทรัพยากรจากภาคส่วนอื่นด้วย ถ้าหากระบบนิเวศเสื่อมโทรมลงจนไม่สามารถให้บริการได้ จะก่อให้เกิดความเสี่ยงกับธุรกิจที่พึ่งพาระบบนิเวศบริการต่าง ๆ และผู้ใช้ทรัพยากรอื่น ๆ เช่น ความเสี่ยงจากกฎหมายหรือข้อบังคับที่เข้มงวดขึ้น และความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นต้น

> สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้



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

[ประจำปี 2566](#)

การประเมินภาวะกดดันต่อธรรมชาติ

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

ตัวอย่างของผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจเครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้แก่



ธุรกิจเกษตรและอาหาร - ที่มีการใช้ น้ำผิวดินจนทำให้ปริมาณน้ำผิวดินตามธรรมชาติลดลง การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ที่ดินและจากมูลสัตว์ และการนำพืชหรือสัตว์ต่างถิ่นเข้ามาในพื้นที่



ธุรกิจค้าปลีก - อาจส่งผลกระทบต่อ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้พลังงานและของเสีย

ผลจากการประเมินนี้เป็นแนวทางเริ่มต้นสำหรับธุรกิจต่าง ๆ ในการเปลี่ยนผ่านการดำเนินธุรกิจไปพร้อมกับการคำนึงถึงความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายของโลกและของประเทศไทยในการลดการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพในอนาคต และดำรงทรัพยากรธรรมชาติยังคงอยู่ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ



การพึ่งพาธรรมชาติ (Dependency)

- Genetic
- Pollination
- Pest Control
- Climate Regulation
- Bioremediation
- Clean Water
- Soil Quality

- Flood Prevention
- Food
- Flood Prevention
- Clean Water
- Energy
- Bioremediation

- Flood Prevention
- Clean Water
- Genetic
- Bioremediation
- Pest Control
- Flood Prevention

- Flood Prevention
- Food
- Energy
- Clean Water
- Bioremediation

- Flood Prevention
- Food
- Energy
- Clean Water
- Bioremediation

- Materials
- Energy
- Clean Water
- Flood Prevention
- Erosion Control

- Materials
- Energy
- Clean Water
- Flood Prevention
- Recreation
- Bioremediation

Wang-nu (Impact)



หมายเหตุ:

- บริการด้านจัดเตรียมทรัพยากร
- บริการด้านการควบคุมระบบธรรมชาติ
- บริการด้านวัฒนธรรมและสังคม
- บริการด้านการสนับสนุนระบบนิเวศ



การอนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ*

การอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศบนบก

6,917 ไร่

การปลูกป่าเพื่อฟื้นฟูป่าเสื่อมโทรม

1,184 ไร่

วนเกษตร

6,298 ไร่

การบำรุงรักษาป่าให้ฟื้นตัวตามธรรมชาติ

75 ไร่

กำหนดพื้นที่กันชนบริเวณที่ติดกับระบบนิเวศ

374 ไร่

การอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศทางทะเลและชายฝั่ง

5 โครงการ



เพิ่มรายได้ให้กับชุมชน **>64** ล้านบาท



ชุมชนที่ได้รับประโยชน์จากโครงการ **>99** ชุมชน

หมายเหตุ: * ตัวเลขผลการดำเนินงานสะสม



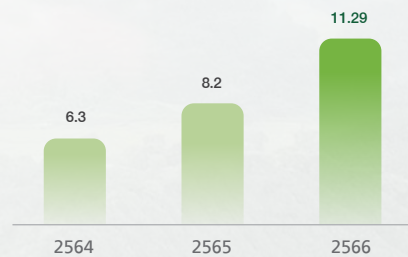
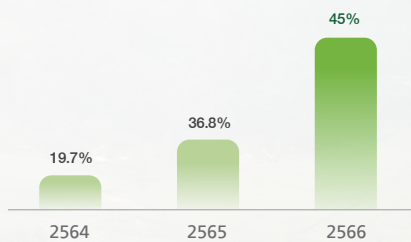
เครือเจริญโภคภัณฑ์ดำเนินการปลูกต้นไม้ในพื้นที่ต้นน้ำ ปิง วัง ยม น่าน มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวและปกป้องพื้นฟูระบบนิเวศ ซึ่งการปลูกต้นไม้เพิ่มขึ้นยังช่วยดูดซับคาร์บอน ที่เป็นต้นเหตุสำคัญของภาวะโลกร้อน และลดภาวะการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ อีกทั้งในการสร้างป่าต้นน้ำทางภาคเหนือ ตลอดจนทำให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างสมดุลระหว่างมนุษย์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

คุณจอมกิตติ ศิริกุล

รองกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส ด้านพัฒนาความยั่งยืนภาครัฐและกิจการสัมพันธ์ เครือเจริญโภคภัณฑ์

กลุ่มธุรกิจดำเนินโครงการร่วมกับพันธมิตรที่เกี่ยวข้องเพื่อบริหารจัดการและติดตามความหลากหลายทางชีวภาพในการดำเนินธุรกิจ

ความคืบหน้าการปลูกต้นไม้ให้ได้ 20 ล้านต้นภายในปี 2568 (ล้านต้น)





ตัวอย่างโครงการด้านการอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศบนบก



CASE STUDY

ค่ายเยาวชน “สร้างอมก๋อยน่าอยู่ คู่ป่าต้นน้ำ”



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

มูลนิธิเครือข่ายภูมิปัญญาและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาชีวิตชนบท จึงได้ร่วมกับกลุ่มครู และสถานศึกษาในพื้นที่กว่า 20 โรงเรียน เปิดค่ายเยาวชน “อมก๋อยน่าอยู่ คู่ป่าต้นน้ำ” ร่วมกับที่มีจุดประสงค์เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกให้กับเยาวชนมีความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของ

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

จำนวนเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ 50 คน



Relationship Capital



Natural Capital

ตัวอย่างโครงการด้านการฟื้นฟูทรัพยากรทางน้ำ



CASE STUDY

โครงการส่งเสริมการอนุรักษ์ปลาตะกรับและอาชีพประมงพื้นบ้าน

ปลาตะกรับ (ปลาซั้ง) ในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเป็นปลาที่มีเนื้อรสชาติดีเป็นที่ต้องการของตลาดและราคาสูง แตกต่างจากปลาตะกรับในพื้นที่อื่นๆ ของประเทศไทย เนื่องมาจากลักษณะเฉพาะทางภูมิศาสตร์และการไหลเวียนของน้ำในทะเลสาบสงขลา แต่ในปัจจุบันผลผลิตการประมงปลาตะกรับลดจำนวนลงอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลกระทบต่อชาวประมงพื้นบ้านที่มีรายได้ลดลง



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

เครือข่ายวิจัยภาคพื้นที่ได้เล็งเห็นถึงปัญหาดังกล่าว จึงได้ร่วมมือกับกรมประมงจัดฝึกอบรมและถ่ายทอดองค์ความรู้วิธีการเพาะเลี้ยงปลาตะกรับแบบครบวงจร ตั้งแต่วิธีการผสมเทียมปลา การอนุบาลลูกปลาวัยอ่อน การเลี้ยงปลาในกระชัง รวมถึงการเลี้ยงปลาตะกรับแบบผสมผสาน ให้กับชุมชนชาวประมงรอบ ๆ ทะเลสาบสงขลาที่มีความสนใจ เพื่อเพาะเลี้ยงและปล่อยลูกพันธุ์ปลากลับคืนสู่ธรรมชาติ เพื่อการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลต่อไป

จำนวนลูกพันธุ์ปลาที่ได้รับการอนุบาลและปล่อยคืนสู่ธรรมชาติ 3,000 ตัว



Relationship Capital



Natural Capital





การจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

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

ระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพที่อาจเกิดขึ้นใน ห่วงโซ่คุณค่าโรงงานผลิตอาหารสัตว์และโรงงานแปรรูปอาหาร ทั้งของมนุษย์และสัตว์ต้องใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีกระบวนการผลิต ตามมาตรฐานสากล ทั้งยังดำรงรักษาสิ่งแวดล้อมตั้งแต่คลังสินค้า ไปจนถึงระบบกระจายสินค้าต้องผ่านมาตรฐานความสะอาดของ อุปกรณ์ ระบบการบริหารจัดการที่ดี และระบบจัดจำหน่ายสินค้า ส่งตรงถึงมือผู้บริโภค



ความก้าวหน้าการดำเนินงานด้านการตรวจสอบย้อนกลับวัตถุดิบหลัก

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

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

CASE STUDY

ความร่วมมือในการใช้แผนที่ดาวเทียมตรวจสอบย้อนกลับห่วงโซ่ถั่วเหลือง

การขยายตัวของพื้นที่เกษตรกรรมมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดไม้ทำลายป่า เราตระหนักดีว่าห่วงโซ่อุปทานของถั่วเหลืองและกากถั่วเหลือง ซึ่งเป็นหนึ่งในวัตถุดิบหลักที่สำคัญของการผลิตอาหารสัตว์ มีความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการตัดไม้ทำลายป่า และวิธีการปลูกยังอาจทำให้เกิดการปล่อยคาร์บอนออกสู่ชั้นบรรยากาศ

ด้วยสาเหตุเหล่านี้บริษัท กรุงเทพโปรดิวส์ จำกัด (มหาชน) (หรือ บีเคพี) ซึ่งมีภารกิจสำคัญในการจัดหาวัตถุดิบทางการเกษตรให้กับบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) หรือ ซีพีเอฟ จึงได้จับมือร่วมกับคู่ค้าที่สำคัญ คือ บริษัท หลุยส์ เดเรย์ฟัส (แอลดีซี) ผู้ค้าและแปรรูปสินค้าเกษตรชั้นนำระดับโลก ลงนามบันทึกความเข้าใจ เพื่อสร้างความร่วมมือในการใช้แผนที่ดาวเทียม



ในการตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งปลูก เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในกระบวนการจัดหาถั่วเหลืองและผลิตภัณฑ์จากถั่วเหลืองจากประเทศบราซิล สำหรับใช้เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ในประเทศไทย รวมถึงกิจการในภูมิภาคเอเชีย ทั้งนี้ บีเคพีและซีพีเอฟตั้งเป้าหมายในการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานถั่วเหลืองและกากถั่วเหลืองที่ปลอดภัยจากการตัดไม้ทำลายป่าภายในปี 2568



CASE STUDY

ซีพีร่วมกับคู่ค้าในการใช้ภาพถ่ายดาวเทียมและข้อมูลจุดความร้อนตรวจจับการเผา

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

โดยบีเคพีมีมาตรการในการส่งเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่ให้ความรู้เกษตรกรเปลี่ยนวิธีการจัดการตอซัง ทางบริษัทฯ มีมาตรการหยุดซื้อ 1 ปี ในกรณีที่พบว่าเกษตรกรยังมีการเผาซ้ำ บีเคพีจะส่งข้อมูลภาพถ่ายดาวเทียมจุดความร้อนให้กับคู่ค้าทุกรายทั่วประเทศทุกวันตั้งแต่เดือนมกราคม 2567



➤ รับชมวิดีโอการทำงานของระบบตรวจสอบย้อนกลับได้ที่



ทฤษฎีพันควินภาคเหนือ ด้วยกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับ โดย THE STANDARD



ร้อยละ 100 การตรวจสอบย้อนกลับข้าวโพด
ในประเทศไทย

ร้อยละ 39.8 การตรวจสอบย้อนกลับข้าวโพดใน
10 ประเทศ

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

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

>40,000 จำนวนลูกค้าที่เข้าร่วมโครงการ

>2 ล้านไร่ พื้นที่เป้าหมาย



Relationship Capital



Natural Capital



การจัดการห่วงโซ่อุปทาน อย่างรับผิดชอบ

Responsible Supply Chain Management

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

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



2.4 สร้างหลักประกันว่าจะมีระบบการผลิตอาหารที่ยั่งยืน ไร้การละเมิดในเขตเสริมขีดความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่เกี่ยวข้องจำเป็น รวมถึงทักษะทางด้านเทคนิคและอาชีพสำหรับการมีงานที่มีคุณค่า



8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งเน้นการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลผลิตภาพ
8.8 ปกป้องสิทธิแรงงานและส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยและมั่นคงสำหรับผู้ทำงานทุกคน



9.2 ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ครอบคลุมและยั่งยืน



12.7 ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านการจัดซื้อจัดจ้างที่ยั่งยืน
12.a เสริมความแข็งแกร่งด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่จะขับเคลื่อนไปสู่การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน



13.3 สร้างความตระหนักรู้ และขีดความสามารถในเรื่องการลดผลกระทบและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[Sustainable Development Goals Report 2023](#)

[Sustainability Performance Report 2023](#)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

99.3%

การสื่อสาร/อบรมผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดทา

89.5%

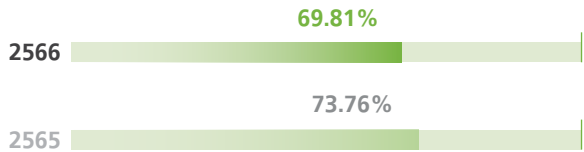
มูลค่าการชื้อภายในประเทศ

87.4%

คู่ค้ารายใหม่ที่ผ่านการคัดเลือกโดยใช้เกณฑ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายและความคืบหน้า

การตรวจประเมินด้านความยั่งยืนกับคู่ค้าที่มีความสำคัญ*



* ปี 2566 มีการขยายขอบเขตให้ครอบคลุมถึงความเสี่ยงทางธุรกิจและความเสี่ยงด้านความยั่งยืน

แผนการดำเนินงานในอนาคต



ยกระดับการจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบก้าวกระโดดด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและดิจิทัล



ลงทุนคนคู่ค้า เสริมศักยภาพ เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

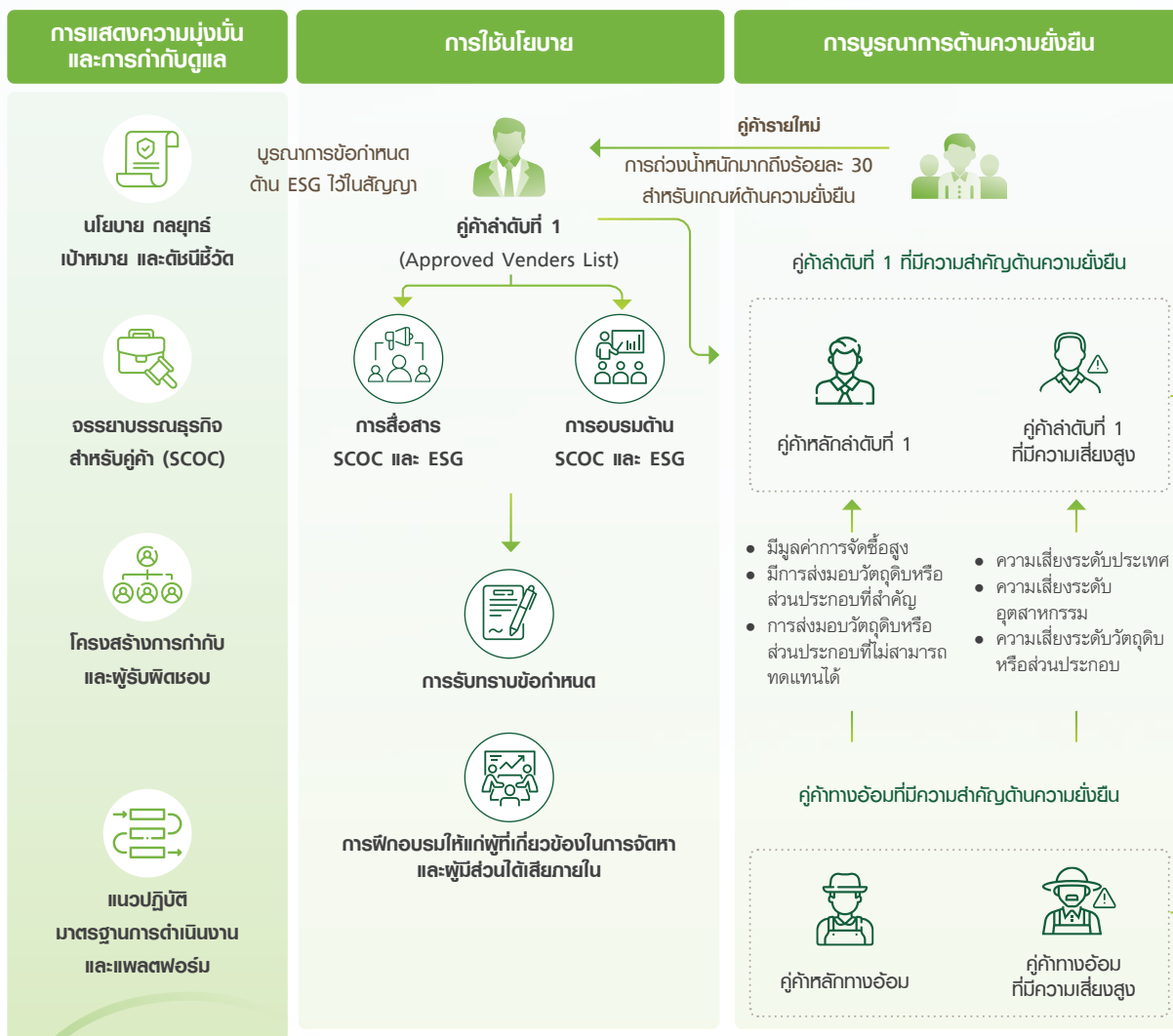


ส่งเสริมให้กิจการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมตลอดห่วงโซ่อุปทานขององค์กร (Scope 3)



การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

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



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



[นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดทายอย่างยั่งยืน](#)



[การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ](#)



[จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า](#)



[การตรวจประเมินด้านความยั่งยืนสำหรับคู่ค้า](#)





แนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ (Supplier ESG Program) 5 ขั้นตอน



➤ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



[การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ](#)

CASE STUDY

ศูนย์ 7-Eleven สนับสนุน SME


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

7 บริการ SME Service Solution ประกอบด้วย


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




197 รายของผู้ประกอบการ SME ที่เข้าร่วมโครงการ

 Relationship Capital

7,500 สาขาที่มอบโอกาสแก่ SME ด้วยการเพิ่ม SME Shelf ที่ร้านสาขา

 Manufacturing Capital

 Relationship Capital



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

การคัดกรองผู้ค้า (Supplier Screening)



28,299 ราย

ผู้ค้าลำดับที่ 1



3,382 ราย

ผู้ค้าลำดับที่ 1 ที่มีความสำคัญ

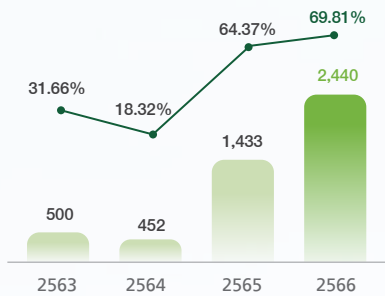


113 ราย

ผู้ค้าทางอ้อมที่มีความสำคัญ

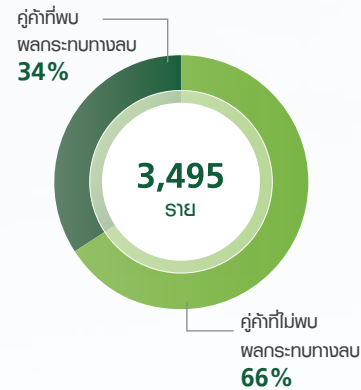
การประเมินผู้ค้า (Supplier Assessment)

ผู้ค้าที่มีความสำคัญที่ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืน* (ร้อยละ)

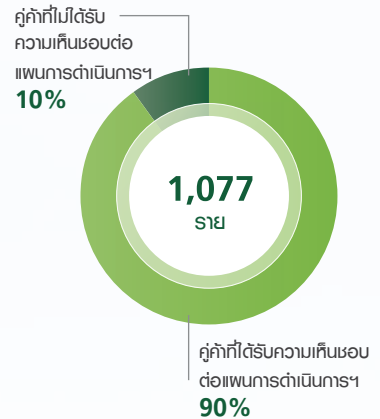


หมายเหตุ: *ข้อมูลของปี 2563-2566 ได้รับการทบทวนเพื่อรวมเฉพาะผู้ค้าที่มีความสำคัญ

ผู้ค้าที่ถูกประเมินพบผลกระทบทางลบหรือมีโอกาสเกิดผลกระทบทางลบในอนาคต

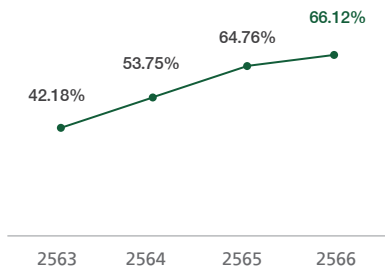


ผู้ค้าที่ได้รับความเห็นชอบต่อแผนการดำเนินการแก้ไขและปรับปรุง



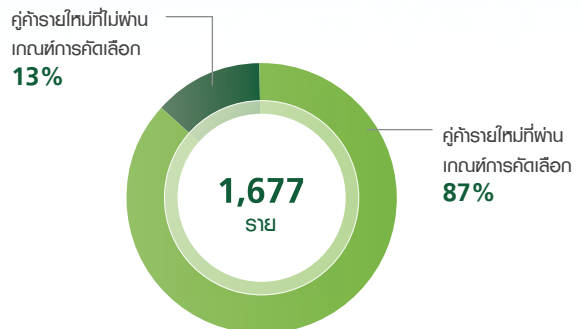
การพัฒนาศักยภาพผู้ค้า (Supplier Development)

ผู้ค้าที่เข้าร่วมโปรแกรมการพัฒนาศักยภาพผู้ค้า (ร้อยละ)



การคัดเลือกผู้ค้ารายใหม่

ผู้ค้ารายใหม่ที่ผ่านการคัดเลือก โดยใช้เกณฑ์ด้านความยั่งยืน



การสร้างความตระหนัก

จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้าของคู่ค้าลำดับที่ 1 ที่มีความสำคัญ



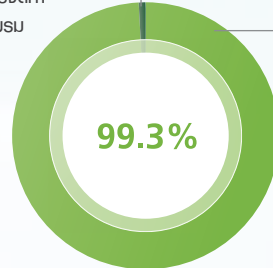
การสื่อสาร/อบรม



การลงนามรับทราบ

นโยบายการจัดทหายั่งยืน

สัดส่วนพนักงาน
ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทา
ยังไม่ได้รับการอบรม
0.7%

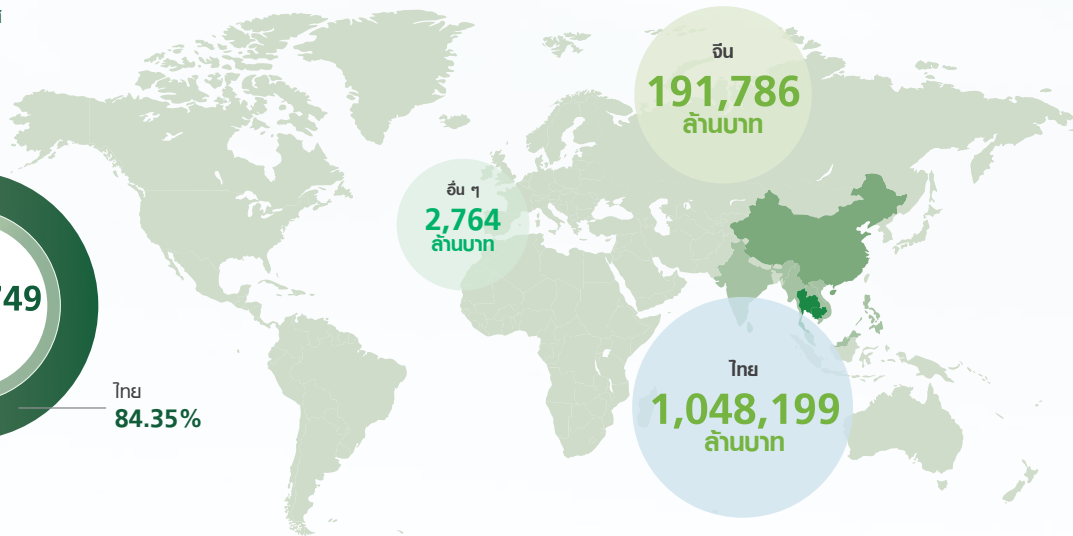
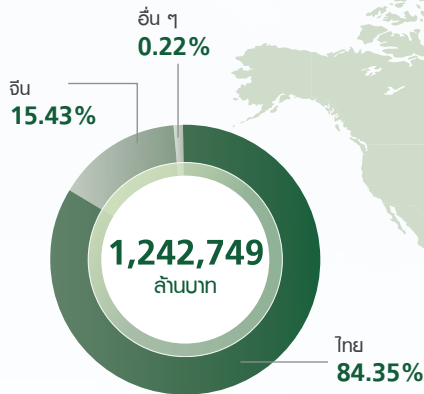


การสื่อสาร/อบรมพนักงาน
ที่เกี่ยวข้องในการจัดทา

สัดส่วนพนักงาน
ที่เกี่ยวข้องกับการ
จัดทาได้รับ
การอบรม
99.3%

มูลค่าการซื้อขาย

มูลค่าการซื้อขายแยกตามเขตประเทศ



ร้อยละ **97.5**
คู่ค้าที่อยู่ภายในประเทศที่ธุรกิจตั้งอยู่



ร้อยละ **79**
มูลค่าการซื้อขายจาก
คู่ค้าลำดับที่ 1 ที่มีความสำคัญ



ร้อยละ **89.5**
มูลค่าการซื้อขายในประเทศ



3 ราย
คู่ค้าที่ถูกยกเลิกการซื้อขาย



การประเมินความเสี่ยงการดำเนินงานของคู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ

การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญที่จะส่งเสริมให้องค์กรสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน เครือเจริญโภคภัณฑ์จึงมุ่งเน้นการบริหารจัดการคู่ค้าตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อลดความเสี่ยงด้าน ESG และผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจของเครือฯ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ด้วยเกณฑ์ในมิติต่าง ๆ

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

แพลตฟอร์ม 360 Supplier Due Diligence



การพิจารณาข้อมูล

ข้อมูลของคู่ค้า

- ชนิดของธุรกิจ
- ภูมิศาสตร์
- สถานะทางการเงิน
- ผู้ถือหุ้น และอื่น ๆ

ข้อมูลอื่น ๆ

- ข้อมูลจากแบบสอบถาม
- การเยี่ยมชมพื้นที่
- การตรวจสอบ
 - ข้อมูลควรวาง
 - ประวัติอาชญากรรม
 - ประวัติด้านการโดนลงโทษ



การประเมินความเสี่ยง

- การกำหนดกฎเกณฑ์
- การประเมิน และการให้คะแนน
- การกำหนดมาตรฐาน และข้อกำหนดของคู่ค้า



การรายงาน

- การออกรายงาน
- การสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากคู่ค้า
- การบูรณาการข้อมูลเข้ากับระบบอื่น ๆ



เครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้กำหนดให้มีการประเมินการปฏิบัติงานตามข้อกำหนดในจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า และข้อกำหนดด้านความยั่งยืนสำหรับคู่ค้าที่มีความสำคัญอย่างสม่ำเสมอทุกปี ด้วยวิธีการที่เหมาะสม ได้แก่



แบบสอบถาม / แบบประเมินตนเอง



การตรวจประเมินสถานประกอบการ
โดยผู้ตรวจสอบของเครือฯ



การตรวจประเมินสถานประกอบการ
โดยผู้ตรวจสอบอิสระ



การวิเคราะห์ข้อมูลการดำเนินงานของคู่ค้า
จากการประเมินของผู้ให้บริการที่น่าเชื่อถือ

ซึ่งที่ผ่านมา เครือฯ ได้ร่วมมือกับบริษัทภายนอกที่เป็นอิสระ ทำการตรวจประเมินด้านความยั่งยืนกับคู่ค้าโดยอ้างอิงตามข้อกำหนดของจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้าของเครือฯ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

สำหรับคู่ค้าที่ตรวจพบว่ามีความเสี่ยง หรือมีการดำเนินงานที่ไม่สอดคล้องกับข้อกำหนด เครือฯ จะเข้าไปให้คำแนะนำเพื่อพัฒนาแนวทางการดำเนินงานให้เกิดความสอดคล้อง พร้อมทำการติดตามความคืบหน้าในการปรับปรุงแก้ไขความไม่สอดคล้องที่พบอย่างใกล้ชิดเพื่อลด บรรเทา และขจัดความเสี่ยงในทุกมิติ

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





การดำเนินงานร่วมกับลูกค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อธุรกิจที่ยั่งยืน

ลูกค้า ถือเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ที่มีส่วนช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค และลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ด้วยเหตุนี้ เครือฯ จึงให้ความสำคัญต่อการเสริมสร้างศักยภาพของคู่ค้าให้เติบโตอย่างยั่งยืนมาอย่างต่อเนื่อง ด้วยการบริหารจัดการ

ที่เหมาะสมกับปัจจัยความเสี่ยง และการดำเนินธุรกิจของลูกค้าที่แตกต่างกัน อาทิ การจัดอบรมให้ความรู้ การวิจัยและพัฒนา และการร่วมขจัดข้อจำกัดต่าง ๆ ที่ครบทุกมิติทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม



CASE STUDY

โครงการ SMEs PLUS

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



6,500 คู่ค้าที่เข้าร่วมโครงการ (ราย)



Relationship Capital



CASE STUDY

โครงการ “ข้าวชาวนาไทย ปี 5”

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



5,529 เกษตรคู่ค้าที่เข้าร่วมโครงการ (ราย)

127,453 พื้นที่การเกษตร (ไร่)



Relationship Capital



Natural Capital



CASE STUDY

โครงการพัฒนาระบบขนส่งถั่วเหลืองทางรถไฟ



25 หยวนต่อตัน ต้นทุนขนส่งและบรรจุกักที่ลดลง



Relationship Capital



Natural Capital

ซีพี เขตประเทศจีน ร่วมกับบริษัทรถไฟกวางโจว และบริษัท Shenzhen CIMC Special Equipment Supply Chain ผู้ผลิตตู้คอนเทนเนอร์ ร่วมกันพัฒนาการขนส่งถั่วเหลืองเพื่อป้อนโรงงานอาหารสัตว์โดยใช้รถไฟ ซึ่งเดิมไม่สามารถทำได้เนื่องจากเป็นวัสดุที่สามารถติดไฟเองจากความร้อนสะสมในสภาพแวดล้อมปิดสนิท จึงถือเป็นนวัตกรรมที่ช่วยแก้ปัญหาดังกล่าว ทั้งสองฝ่ายได้ร่วมกันศึกษาวิจัยและพัฒนาตู้คอนเทนเนอร์ที่มีระบบระบายอากาศใช้ในการขนส่งถั่วเหลือง ซึ่งนับเป็นครั้งแรกของประเทศจีน สามารถขนส่งถั่วเหลืองในปริมาณมากขึ้น 5% ประหยัดต้นทุนขนส่งและบรรจุภัณฑ์ได้ 25 หยวนต่อตัน เมื่อเทียบกับการใช้ถุงแบบดั้งเดิม ลดการใช้พลาสติก และลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการขนส่งได้อีกด้วย



ภาพผนวก

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

ขอบเขตการรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2566	254
GRI Content Index	256
การรับรองจากหน่วยงานภายนอก	272





ขอบเขตการรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2566

เนื้อหาที่ปรากฏในรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2566 เป็นการนำเสนอผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ และกลุ่มธุรกิจภายใต้เครือฯ ทั้งหมด 9 กลุ่มธุรกิจ โดยข้อมูลด้านเศรษฐกิจเป็นการรวบรวมข้อมูลการดำเนินงานของเครือฯ ใน 21 ประเทศและเขตเศรษฐกิจทั่วโลก ข้อมูลผลการดำเนินงานสิ่งแวดล้อม และสังคม (เฉพาะความปลอดภัย และอาชีวอนามัย) ครอบคลุมข้อมูลของบริษัทและบริษัทย่อยที่มีการดำเนินงานในประเทศไทย เวียดนาม อินเดีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย กัมพูชา ตูรเคีย ลาว จีน เมียนมา อินโดนีเซีย บังกลาเทศ และได้หวัน และข้อมูลผลการดำเนินงานด้านสังคม (เฉพาะทรัพยากรบุคคล) ครอบคลุมข้อมูลของบริษัทตั้งรายชื่อในตารางด้านล่างนี้

ธุรกิจ/บริษัท	เศรษฐกิจ	สิ่งแวดล้อม				สังคม	
		พลังงาน	ก๊าซเรือนกระจก	น้ำ	ของเสีย	ความปลอดภัย	บุคคล
1 บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด และบริษัทย่อย	●	○	○	○	○	○	●
ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร							
1 บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
2 Agro-Industry and Food Business Group (China)	●	●	●	●	●	●	●
3 Chia Tai Enterprises International Limited	●	●	●	●	●	●	●
4 Myanmar C.P. Livestock Company Limited	●	●	●	●	●	●	●
5 C.P. Bangladesh Company Limited	●	●	●	●	●	●	●
6 Charoen Pokphand Pakistan (Pvt.) Limited	●	○	○	○	○	○	●
7 Chia Tai Feedmill Pte. Limited	●	○	○	○	○	○	●
8 บริษัท เจียไต๋ จำกัด และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
9 บริษัท ซี.พี. อินเตอร์เทรด จำกัด และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
10 บริษัท เจริญโภคภัณฑ์โปรตีนสัตว์ จำกัด และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
11 บริษัท เจริญโภคภัณฑ์การเกษตร จำกัด	●	●	●	●	●	●	●
12 บริษัท เจริญโภคภัณฑ์วิศวกรรม จำกัด	●	○	○	○	○	○	●
13 บริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจค้าปลีก							
1 บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
2 บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
3 C.P. Lotus Corporation	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม							
1 บริษัท ทูร์คอปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	●	●	●	●	●	●	●
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจดิจิทัล							
1 บริษัท แอสเซนด กรุ๊ป จำกัด และบริษัทย่อย	●	○	○	○	○	○	●
2 บริษัท พีวีเอส โซลูชันส์ (จำกัด)	●	●	●	●	●	●	●

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

หมายเหตุ:

* ปัจจุบัน กลุ่มธุรกิจการเงินและการธนาคารไม่ได้อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของเครือเจริญโภคภัณฑ์

¹ ขอบเขตข้อมูลเฉพาะก๊าซเรือนกระจก Scope 3

² ขอบเขตข้อมูลเฉพาะธุรกิจหลักในประเทศไทย

● หมายถึง ผลการดำเนินงานของบริษัทครอบคลุมอยู่ในรายงานฉบับนี้

○ หมายถึง ผลการดำเนินงานของบริษัทไม่ได้ครอบคลุมอยู่ในรายงานฉบับนี้



GRI Content Index

GRI Content Index (GRI Standards 2021)

Foundation 2021

Statement of Use	Charoen Pokphand Group has reported in accordance with the GRI Standards for the period between 1 January 2023 to 31 December 2023
GRI 1 Used	GRI 1: Foundation 2021
Applicable GRI Sector Standard(s)	GRI 13: Agriculture, Aquaculture and Fishing Sectors 2022

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
General Disclosure 2021									
The Organization and its Reporting Practices									
GRI 2	2-1 Organizational details	page 21-21 C.P. Group website: Our Business							
GRI 2	2-2 Entities included in the organization's sustainability reporting	page 254-255							
GRI 2	2-3 Reporting period, frequency and contact point	page 16-17							
GRI 2	2-4 Restatement of information	Sustainability Performance Report 2023					G4		
GRI 2	2-5 External assurance	page 272-273					G13		
Activities and Workers									
GRI 2	2-6 Activities, value chain and other business relationships	page 22-23 C.P. Group website: Overview						S1 31 S1 32	
GRI 2	2-7 Employees	page 92-93 Sustainability Performance Report 2023							
GRI 2	2-8 Workers who are not employees	Sustainability Performance Report 2023		a, b, c	information unavailable / incomplete	Data is not available due to the collection system is under development This data will be reported in the next 1-2 years.			

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Governance									
GRI 2	2-9 Governance structure and composition	page 34-37 C.P. Group website: Sustainability Governance					G5, G11	S2 27	
GRI 2	2-10 Nomination and selection of the highest governance body	page 74-75							
GRI 2	2-11 Chair of the highest governance body	page 34-35, 64-65 C.P. Group website: Sustainability Governance						S2 27	
GRI 2	2-12 Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	page 36, 46-49					G1, G7		
GRI 2	2-13 Delegation of responsibility for managing impacts	page 36, 46-49					G5		
GRI 2	2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting	page 16-17					G1		
GRI 2	2-15 Conflicts of interest	page 82 C.P. Group website: Corporate Governance							
GRI 2	2-16 Communication of critical concerns	page 72 C.P. Group website: Corporate Governance							
GRI 2	2-17 Collective knowledge of the highest governance body	page 75-83 C.P. Group website: Corporate Governance							
GRI 2	2-18 Evaluation of the performance of the highest governance body	page 73							
GRI 2	2-19 Remuneration policies		a, b	confidentiality constraints	The information is internally confidential information		G10		
GRI 2	2-20 Process to determine remuneration		a, b	confidentiality constraints	The information is internally confidential information				
GRI 2	2-21 Annual total compensation ratio		a, b, c	confidentiality constraints	The information is internally confidential information				



GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Strategies, Policies and Practices									
GRI 2	2-22 Statement on sustainable development strategy	page 50-51					G1	S1 30	
GRI 2	2-23 Policy commitments	Codes of Conduct Human Rights and Labor Practices Policy and Guidelines					G2, G3, G7, G7.1, HR2, L1.1, E1.1		
GRI 2	2-24 Embedding policy commitments	C.P. Group has several policies in place to ensure strict compliance to our Codes, vision and strategy, as well as applicable laws and regulations. Each management level has responsibility in the policy development, implementation, and monitoring. Beside overseeing the adoption of policies, every level of employee is provided with trainings to confirm clear understanding of each policy, and ability to execute everyday activity in accordance with statement set forth within policies.							☑
GRI 2	2-25 Processes to remediate negative impacts	page 82, 88-89 C.P. Group website: Corporate Governance Human Rights and Labor Practices							☑
GRI 2	2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	page 82 C.P. Group website: Report a Concern Whistleblowing Policy and Guidelines					G8, G8.1		☑
GRI 2	2-27 Compliance with laws and regulations	page 80-82 C.P. Group website: Corporate Governance							
GRI 2	2-28 Membership associations	page 56-59 C.P. Group website: Stakeholder Engagement							
Stakeholder Engagement									
GRI 2	2-29 Approach to stakeholder engagement	Stakeholder Engagement Report 2023							
GRI 2	2-30 Collective bargaining agreements	Sustainability Performance Report 2023					L1.2		

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Material Topics 2021									
GRI 3	3-1 Process to determine material topic	page 46-49 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023					G7, G7.1, HR3, L2, L3		
GRI 3	3-2 List of material topics	page 48-49 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023					HR1, E12		
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 48-49 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023					G7, G9, HR2, HR2.1, HR3, HR4, HR5, HR6, HR7, HR8, L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12, E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, AC1, AC4, AC6, AC7, AC8		
Economic Performance 2016									
GRI 201	201-1 Direct economic value generated and distributed	page 20				13.2.1 13.22.1 13.22.2			
GRI 201	201-2 Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	page 194-195 Taskforce on Climate-related Financial Disclosure (TCFD) Report 2023				13.2.2	E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E9		
GRI 201	201-3 Defined benefit plan obligations and other retirement plan		a, b, c, d, e	information unavailable / incomplete	The information is internally confidential				
GRI 201	201-4 Financial assistance received from government		a, b, c	Not applicable	C.P. Group does not receive any financial assistance from government				
Indirect Economic Impacts 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 138 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.22.1			



GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Indirect Economic Impacts 2016									
GRI 203	203-1 Infrastructure investments and service supported	page 140-149				13.22.3			
GRI 203	203-2 Significant indirect economic impacts	page 140-149				13.22.4			
Procurement Practice 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 248 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023							
GRI 204	204-1 Proportion of spending on local supplier	C.P. Group website: Responsible Supply Chain Management							
Anti-corruption 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 72 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.26.1			
GRI 205	205-1 Total number and percentage of operations assessed for risks related to corruption.	page 81-83				13.26.2	G6, AC1, AC4, AC6, AC7, AC8		
GRI 205	205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures	Page 76 Sustainability Performance Report 2023				13.26.3	AC1, AC3, AC4, AC6, AC7, AC8		
GRI 205	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	page 82 C.P. Group website: Corporate Governance				13.26.4	AC1, AC4, AC5, AC6, AC7, AC8		
Anti-competitive Behavior 2016									
GRI 206	206-1 Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices	page 82				13.25.1 13.25.2			
Materials 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 208 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023							

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Materials 2016									
GRI 301	301-1 Materials used by weight or volume	page 213 Sustainability Performance Report 2023	Data on materials that are used to produce is excluded	Information Unavailable	See remark 1 on this page				☑ packaging
GRI 301	301-2 Recycled input materials used	page 213, 215 Sustainability Performance Report 2023	Data on the used of recycled materials is excluded	Information Unavailable	See remark 1 on this page				
GRI 301	301-3 Reclaimed products and their packaging materials	page 213 Sustainability Performance Report 2023	a, b	Information Unavailable	See remark 1 on this page				
Energy 2016 ⁽²⁾									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 186 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023							
GRI 302	302-1 Energy consumption within the organization	page 202-203 Sustainability Performance Report 2023					E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E10, E11		☑
GRI 302	302-2 Energy consumption outside the organization	page 202-203 Sustainability Performance Report 2023	a, b, c	information unavailable / incomplete	See remark 2 on this page		E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5		
GRI 302	302-3 Energy intensity	page 203 Sustainability Performance Report 2023					E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5		
GRI 302	302-4 Reduction of energy consumption	page 202-203 Sustainability Performance Report 2023					E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5		
GRI 302	302-5 Reductions in energy requirement of products and services	page 202-203 Sustainability Performance Report 2023	a, b, c	information unavailable / incomplete	See remark 3 on this page		E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5		

Remark:

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



GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Water and Effluents 2018									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 220 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.7.1			
GRI 303	303-1 Interactions with water as a shared resource	page 222-231				13.7.2	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5		
GRI 303	303-2 Management of water discharge-related impacts	page 222-231				13.7.3	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5		
GRI 303	303-3 Water withdrawal	page 224-225 Sustainability Performance Report 2023				13.7.4	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E13		☑
GRI 303	303-4 Water discharge	page 224-225 Sustainability Performance Report 2023	303-4-d-iii	Information unavailable	See remark 4 on this page	13.7.5	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5		☑
GRI 303	303-5 Water consumption	page 224-225 Sustainability Performance Report 2023				13.7.6	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E13		☑
Biodiversity 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 232 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.3.1 13.4.1 13.23.1			
GRI 304	304-1 Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	page 236-237 Biodiversity (TNFD) Report 2023				13.3.2	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E15, E16		
GRI 304	304-2 Significant impacts of activities, products, and services on biodiversity	page 238-239 Biodiversity (TNFD) Report 2023				13.3.3	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5		
GRI 304	304-3 Habitats protected or restored	page 240 Biodiversity (TNFD) Report 2023				13.3.4	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E17		
GRI 304	304-4 IUCN Red List species and national conservation list species with habitats in areas affected by operations	Page 236-237				13.3.5			

Remark:

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

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Emissions 2016⁽¹⁾									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 186 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.1.1	S1 27	S1 30 S1 33 S2 29	
GRI 305	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	page 200-201 Sustainability Performance Report 2023	b	Information Unavailable	See remark 5 on this page	13.1.2	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E6	S2 29 S1 B29-30 S2 B20 S2 B21 S2 B22 S2 B27 S2 B38-57 S2 BC81	☑
GRI 305	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	page 200-201 Sustainability Performance Report 2023				13.1.3	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E6	S2 29 S2 B20 S2 B21 S2 B22 S2 B27 S2 B29 S2 B31 S2 B38-57 S2 BC81	☑
GRI 305	305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions	page 200-201 Sustainability Performance Report 2023				13.1.4	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E7, E7.1	S2 29 S2 B20 S2 B21 S2 B22 S2 B29 S1 B29-30 S2 B38-57 S2 BC81	☑
GRI 305	305-4 GHG emissions intensity	page 200-201 Sustainability Performance Report 2023				13.1.5	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5		
GRI 305	305-5 Reduction of GHG emissions	page 200-201 Sustainability Performance Report 2023				13.1.6	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5		
GRI 305	305-6 Emissions of ozone-depleting substances (ODS)		a, b, c, d	Information Unavailable	See remark 6 on this page	13.1.7	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5		
GRI 305	305-7 Nitrogen oxides (NOx), Sulfur oxides (SOx), and other significant air emissions	Sustainability Performance Report 2023		NOx, SOx, POP, HAP, and PM	Information Unavailable	See remark 7 on this page	13.1.8	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E18	☑ (VOCs)

Remark:

- C.P. Group's GHG emission data cover only CO2, CH4, SF6, N2O, refrigerant leak, flaring, fire extinguishing agents, CH4 from wastewater treatment, and landfill waste within operating areas of business groups of C.P. Group. The reporting data excluded GHG emissions from septic tank and industrial welding. This calculation excludes all kinds of fugitives and leaks, as well as combustion at flare stacks originating from CPF. C.P. Group's will integrate this requirements into data collection system and will report the data in the next 3-5 years.
- Data is not available due to the collection system is under development. This data will be reported in the next 3-5 years.
- In 2023, C.P. Group reports only VOC data. For data of NOx and SOx will be included in the data collection, which will be reported in 2024. While, data of POP, HAP, and PM will also be integrated into the data collection system, and will be reported in the next 3-5 years.



GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Waste 2020									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 208 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.8.1 13.9.1			
GRI 306	306-1 Waste generation and significant waste-related impacts	page 212-219				13.8.2	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5		
GRI 306	306-2 Management of significant waste-related impacts	page 212-219				13.8.3	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5		
GRI 306	306-3 Waste generated	page 213, 215, 217 Sustainability Performance Report 2023	Electronic waste from Ascend group Waste data from ALLNOW Group only included data from ALLNOW Complex	Information unavailable	See remark 8 on this page	13.8.4	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E19		<input checked="" type="checkbox"/>
GRI 306	306-4 Waste diverted from disposal	page 213, 215, 217 Sustainability Performance Report 2023	d	Information Unavailable	See remark 9 on this page	13.8.5 13.9.2	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E20		<input checked="" type="checkbox"/>
GRI 306	306-5 Waste directed to disposal	page 213, 215, 217 Sustainability Performance Report 2023	d	Information Unavailable	See remark 10 on this page	13.8.6	E1, E2, E3, E4, E4.1, E4.2, E5, E20		<input checked="" type="checkbox"/>
Supplier Environmental Assessment 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 248 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023							
GRI 308	308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria	page 249 Sustainability Performance Report 2023							<input checked="" type="checkbox"/>
GRI 308	308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	page 250-251, 252 Sustainability Performance Report 2023							
Employment 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 84 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.20.1			

Remark:

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

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

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

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS 51 & 52	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Employment 2016									
GRI 401	401-1 New employee hires and employee turnover	page 112-113 Sustainability Performance Report 2023	a, b	Information Unavailable	See remark 11 on this page				
GRI 401	401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	page 90-91 C.P. Group website: Human Rights and Labor Practices							
GRI 401	401-3 Parental leave	page 91 Sustainability Performance Report 2023							
Labor / Management Relations 2016									
GRI 402	402-1 Minimum notice periods regarding operational changes	At C.P. Group, minimum notice periods regarding operational changes is 30 days in advance.				13.15.5			
Occupational Health and Safety 2018									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 84 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.19.1			
GRI 403	403-1 Occupational Health and Safety Management System	page 94-95				13.19.2	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L13		
GRI 403	403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	page 95				13.19.3	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		
GRI 403	403-3 Occupational health services	page 91, 94-95			See remark 12 on this page	13.19.4	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		
GRI 403	403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	C.P. Group highly values workers engagement, even the amid of COVID-19 pandemic. C.P. Group communicates with worker regarding occupational health and safety on regular basis to ensure that highest occupational health and safety standards are uphold. In case of uncertainty, C.P. Group has consultation channels for workers to file questions.				13.19.5	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		

Remark:

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

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



GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Occupational Health and Safety 2018									
GRI 403	403-5 Worker training on occupational health and safety	page 94-95 C.P. Group website: Human Rights and Labor Practices				13.19.6	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		
GRI 403	403-6 Promotion of worker health	page 95	a, b	Information Unavailable	See remark 13 on this page	13.19.7	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		
GRI 403	403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	page 94-95				13.19.8	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		
GRI 403	403-8 Workers covered by an occupational health and safety management system		a, b, c	Not applicable	See remark 13 on this page	13.19.9	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		
GRI 403	403-9 Work-related injuries	page 96 Sustainability Performance Report 2023	The number and hour worked of small distributors are excluded	Information Unavailable	See remark 14 on this page	13.19.10	L1, L2, L3, L4, L5, L9, L10, L11, L12	<input checked="" type="checkbox"/>	
GRI 403	403-10 Work-related ill health	Sustainability Performance Report 2023				13.19.11	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12	<input checked="" type="checkbox"/>	
Training and Education 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 108 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023							
GRI 404	404-1 Average hours of training per year per employee	page 116 Sustainability Performance Report 2023							
GRI 404	404-2 Program for upgrading employee skills and transition assistance	page 114-117 Sustainability Performance Report 2023							
GRI 404	404-3 Percentage of employees receiving regulation performance and career development reviews	page 118 Sustainability Performance Report 2023							

Remark:

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

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

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS 51 & 52	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Diversity and Equal Opportunity 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 84 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.15.1			
GRI 405	405-1 Diversity of governance bodies and employees	C.P. Group's Board of Director consists of 11 members, of which 10 members are non-independent directors, and 1 is executive directors. A total of 100% of members are male. However, C.P. Group does not discriminate from having female director, and this has been stated in CG Policy, which is internal document.				13.15.2	G11		
GRI 405	405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men	Sustainability Performance Report 2023 a, b	Confidentiality constraints	The information is internally confidential information		13.15.3	L8		
Non-discrimination 2016									
GRI 406	406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken	C.P. Group website: Corporate Governance				13.15.4 13.18.1	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		
Freedom of Association and Collective Bargaining 2016									
GRI 407	407-1 Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk	As stated in C.P. Group's Code of Conduct, human Rights and Labor Practices Policy and Guidelines, and Supplier Code of Conduct, employees, suppliers and contractors have the rights to freely exercise their rights and participate in any collective bargaining in accordance with legal procedures in the applicable jurisdiction.				13.18.2	L1, L2, L3, L4, L5, L12, L13		



GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Child Labor 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 84 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.17.1			
GRI 408	408-1 Operations and suppliers at significant risk for incident of child labor	page 82, 88-89				13.17.2	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		
Forces or Compulsory Labor 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 84 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.16.1			
GRI 409	409-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	page 82, 84				13.16.2	L1, L2, L3, L4, L5, L11, L12		
Security Practices 2016									
GRI 410	410-1 Security personnel trained in human rights policies or procedures		a, b	Not applicable	See remark 15 on this page				
Rights of Indigenous Peoples 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 84 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.14.1			
GRI 411	411-1 Incidents of violations involving rights of indigenous people	page 82, 88-89				13.14.2			
Local Communities 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 138 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.12.1			
GRI 413	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	page 140-149				13.12.2			
GRI 413	413-2 Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	page 150-151				13.12.3			

Remark:

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

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Supplier Social Assessment 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 248 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023							
GRI 414	414-1 New suppliers that were screened using social criteria	page 249 Sustainability Performance Report 2023							☑
GRI 414	414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken	page 250, 251-252 Sustainability Performance Report 2023							
Public Policy 2016									
GRI 415	415-1 Political contributions	page 56-58 C.P. Group website: Stakeholder Engagement				13.24.1 13.24.2			
Customer Health and Safety 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 152 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023				13.10.1 13.11.1			
GRI 416	416-1 Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	page 154-159				13.10.2 13.10.4			
GRI 416	416-2 Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services	C.P. Group website: Health and Well-being				13.10.3 13.10.5			
Marketing and Labelling 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 126 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023							
GRI 417	417-1 Requirements for product and service information and labeling	page 135							
GRI 417	417-2 Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling	page 82 C.P. Group website: Corporate Governance							
GRI 417	417-3 Incidents of non-compliance concerning marketing communications	page 82 C.P. Group website: Corporate Governance							



GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Our Response/ Location Reference	Omission			GRI Sector Specific	UNGC CoP	IFRS S1 & S2	External Assurance
			Requirement Omitted	Reason	Explanation				
Customer Privacy 2016									
GRI 3	3-3 Management of material topics	page 120 Double and Dynamic Materiality Assessment Report 2023							
GRI 418	418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	page 82 C.P. Group website: Corporate Governance Cybersecurity and Data Protection							

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

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



การรับรองจากหน่วยงานภายนอก



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

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

Terms of engagement

LRQA was commissioned by Charoen Pokphand Group Co, Ltd (CPG) to provide independent assurance on its Sustainability Report for the calendar year 2023 ("the report") against the assurance criteria below to a moderate level of assurance and at the materiality of the professional judgement of the verifier using AccountAbility's AA1000AS v3^a for type 2 assurance^b

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

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

Notes:

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

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

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

LRQA's Opinion

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

- Met the requirements above
- Disclosed reliable performance data and information for the selected indicators as no errors or omissions were detected
- Covered all the issues that are important to the stakeholders and readers of this report.

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

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

LRQA's approach

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

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

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

^c GHG quantification is subject to inherent uncertainty.



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

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

Observations

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

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

LRQA's standards, competence and independence

LRQA ensures the selection of appropriately qualified individuals based on their qualifications, training and experience. The outcome of all verification and certification assessments is then internally reviewed by senior management to ensure that the approach applied is rigorous and transparent. This verification, together with verification for CPG subsidiaries are the only works undertaken by LRQA for CPG and as such does not compromise our independence or impartiality.

Signed

Paveena Hengsriratwat

LRQA Lead Verifier

On behalf of LRQA (Thailand) Limited

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

Ratchadaphisek Road, Huaykwang Sub-District, Huaykwang District,

Bangkok, 10310 Thailand

LRQA Reference: BGK00001060

LRQA, its affiliates and subsidiaries, including LRQA (Thailand) Limited, and their respective officers, employees or agents are, individually and collectively, referred to in this clause as LRQA. LRQA assumes no responsibility and shall not be liable to any person for any loss, damage or expense caused by reliance on the information or advice in this document or howsoever provided, unless that person has signed a contract with the relevant LRQA entity for the provision of this information or advice and in that case any responsibility or liability is exclusively on the terms and conditions set out in that contract. The English version of this Assurance Statement is the only valid version. LRQA assumes no responsibility for versions translated into other languages. This Assurance Statement is only valid when published with the Report to which it refers. It may only be reproduced in its entirety. Copyright © LRQA Group Limited, 2024

9th July 2024

For a Better
Tomorrow



บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด

อาคารทรู ทาวเวอร์ 18 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

โทรศัพท์: +66(0)-2766-8000

อีเมล: propgroup@cp.co.th

เว็บไซต์: www.cpgroupglobal.com