



ซีพีเอฟ 2030
ปฏิบัติการขับเคลื่อนความยั่งยืน

กลยุทธ์ความยั่งยืน ซีพีเอฟ 2030

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ปรัชญา 3 ประโยชน์



อาหารมั่นคง



สังคมพึ่งตน



ดินน้ำป่าคงอยู่



อาหารที่ยั่งยืน



สิทธิมนุษยชน



การบริหารทรัพยากรที่เป็นเลิศ



การตลาดอย่างรับผิดชอบต่อผู้บริโภค



อัมรู้



การจัดการอย่างรับผิดชอบต่อโลก



สวัสดิภาพสัตว์



ผลลัพธ์เชิงบวกทางสังคม



สร้างคุณค่าปราศจากขยะ

การกำกับดูแลกิจการสู่ความยั่งยืน

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (UN SDGs) และหลักสากล 10 ประการตามแนวทางข้อตกลงแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact)



รักซีพีเอฟ

ด้วยวิสัยทัศน์ “ครัวของโลก”
ซีพีเอฟร่วมมอบอาหารปลอดภัย สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้
พร้อมดูแลสิ่งแวดล้อมด้วยความใส่ใจในทุกภาค: ไร่นา ทุกขั้นตอน
ตลอดกระบวนการผลิตจนถึงมือผู้บริโภค

1

ธุรกิจอาหารสัตว์
การผลิตและจำหน่าย
อาหารสัตว์

2

ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป
การเพาะพันธุ์สัตว์ การเลี้ยงสัตว์
และการแปรรูปเนื้อสัตว์ขึ้นพื้นฐาน

3

ธุรกิจอาหาร
การผลิต ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์
แปรรูปกึ่งปรุงสุกและปรุงสุก
และอาหารพร้อมรับประทาน

4

ช่องทางจำหน่ายอาหาร
การเพิ่มช่องทางจำหน่ายสินค้า





ธุรกิจของบริษัท

ขอบเขตในการดำเนินธุรกิจ จำแนกออกเป็น 2 ส่วนหลัก

กิจการประเทศไทย (Thailand Operations)

ประกอบด้วย ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารแบบครบวงจรเพื่อจำหน่ายในประเทศ และเพื่อส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ เนื้อสัตว์แปรรูป และอาหารพร้อมรับประทาน ไปยังต่างประเทศมากกว่า 40 ประเทศใน 5 ทวีปทั่วโลก ครอบคลุมทั้งสัตว์บกและสัตว์น้ำ ได้แก่ สุกร ไก่เนื้อ ไก่ไข่ เป็ด กุ้ง และปลา

กิจการต่างประเทศ (Overseas Operations)

เป็นการประกอบธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารในต่างประเทศ ได้แก่ จีน (รวมถึงไต้หวัน) เวียดนาม อังกฤษ อินเดีย สหรัฐอเมริกา กัมพูชา รัสเซีย ตุรกี ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ลาว เบลเยียม ศรีลังกา โปแลนด์ บราซิล และแคนาดา



ทวีปอเมริกาเหนือ
2 ประเทศ

- สหรัฐอเมริกา
แคนาดา
- -

ทวีปอเมริกาใต้
1 ประเทศ

- บราซิล
-

ทวีปเอเชีย
9 ประเทศ

- ไทย
จีน
ไต้หวัน
เวียดนาม
อินเดีย
กัมพูชา
ฟิลิปปินส์
มาเลเซีย
ลาว
ศรีลังกา
- -
 -
 -
 -
 -
 -
 -
 -
 -

ทวีปยุโรป
5 ประเทศ

- อังกฤษ
รัสเซีย
ตุรกี
เบลเยียม
โปแลนด์
- -
 -
 -
 -

ความยั่งยืนของซีพีเอฟ กับเป้าหมาย UN SDGs

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



ซีพีเอฟ สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรสหประชาชาติ (UN SDGs) 17 ข้อ



บทนำ

ขอบเขตการดำเนินงาน

<บทนำ>

ด้วยความตระหนักเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนและแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียนที่มากขึ้น ซีพีเอฟเล็งเห็นถึงความสำคัญของการทบทวนและการขยายขอบเขตความมุ่งมั่นขององค์กรในการกำหนดกลยุทธ์ความยั่งยืนซีพีเอฟ 2030 มุ่งสู่ระดับโลก เพื่อให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศระดับสากล และการก้าวขึ้นเป็นผู้นำและผู้ขับเคลื่อนหลักในธุรกิจที่มีความยั่งยืน กลยุทธ์ความยั่งยืนซีพีเอฟ 2030 ที่กำหนดขึ้นใหม่นี้ จะถูกนำไปใช้ปฏิบัติในการดำเนินงานขององค์กร ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ด้วยเป้าหมาย และ ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานที่เฉพาะเจาะจง

<วัตถุประสงค์ของกลยุทธ์ความยั่งยืน>

กลยุทธ์ความยั่งยืนซีพีเอฟ 2030 ถูกกำหนดขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทมีความยั่งยืน สอดคล้องกับเป้าหมายอันมุ่งมั่นขององค์กร และเพื่อเป็นการสนับสนุนหลักการพัฒนาด้านความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ภายใต้กลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารครบวงจร โดยกรอบการดำเนินงานของกลยุทธ์ความยั่งยืนซีพีเอฟ 2030 ที่กำหนดขึ้นใหม่นี้ จะทำให้ ซีพีเอฟ สามารถดำรงฐานะผู้นำในธุรกิจอาหารไปจนถึงปี 2573 และสร้างมูลค่าสูงสุดให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด

<วัตถุประสงค์ของคู่มือ>

เอกสารนี้ นำเสนอกรอบการดำเนินงาน เป้าหมาย ความมุ่งมั่น เป้าประสงค์ และตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของ กลยุทธ์ความยั่งยืน ซีพีเอฟ 2030 เพื่อใช้สื่อสารภายในไปยังทุกหน่วยงานและพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจขององค์กร

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



1. การวิเคราะห์แนวโน้มและบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน

ประเมินแนวทางปฏิบัติด้านความยั่งยืนของซีพีเอฟในปัจจุบัน เปรียบเทียบกับบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันและแนวโน้มในระดับโลก



2. การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย

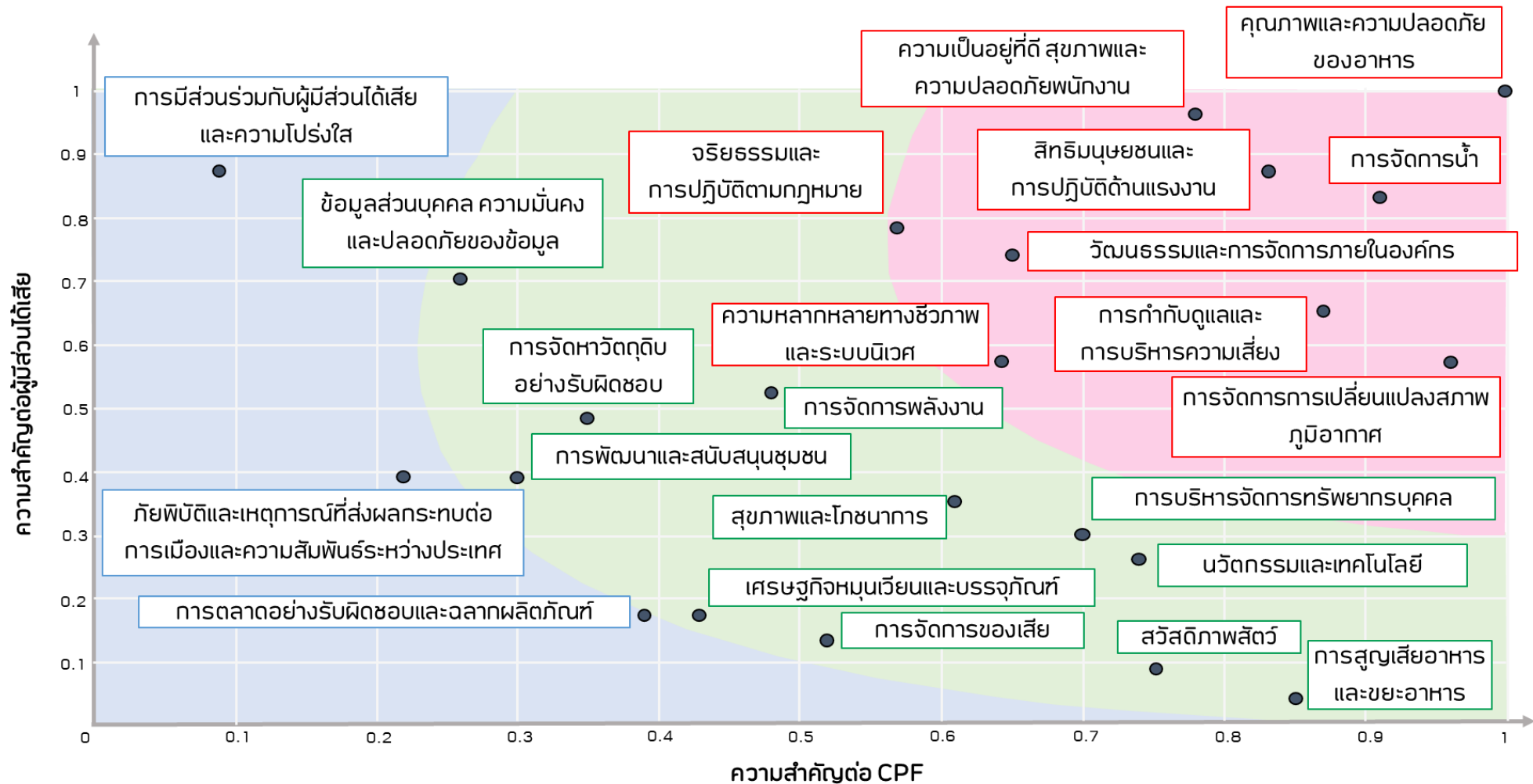
รวบรวมความเห็นจากผู้มีส่วนได้เสียและผู้บริหาร เพื่อกลั่นกรองประเด็นด้าน ESG



3. การวิเคราะห์และประเมินประเด็นสำคัญด้าน ESG

การวิเคราะห์เชิงลึก เพื่อจัดลำดับประเด็นสำคัญด้าน ESG

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนในกลยุทธ์ความยั่งยืน ซีพีเอฟ 2030





กลยุทธ์ความยั่งยืน ซีพีเอฟ 2030

เรามุ่งมั่นที่จะร่วมกันสร้าง ระบบอาหารหมุนเวียน (Circular Food System)
ด้วยกลยุทธ์ความยั่งยืนซีพีเอฟ 2030



อาหารมั่นคง

เป้าหมาย: สร้างความมั่นคงทางอาหาร โดยการเพิ่มรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นแก่ผู้คน

อาหารที่ยั่งยืน

การตลาดอย่างรับผิดชอบ

สวัสดิภาพสัตว์



สังคมพึ่งตน

เป้าหมาย: ดำเนินการสร้างผลกระทบเชิงบวกทางสังคมให้แก่พนักงานและคนในสังคม ตลอดห่วงโซ่คุณค่า

สิทธิมนุษยชน

อัมรู้

ผลลัพธ์เชิงบวกทางสังคม



ดิน น้ำ ป่า คงอยู่

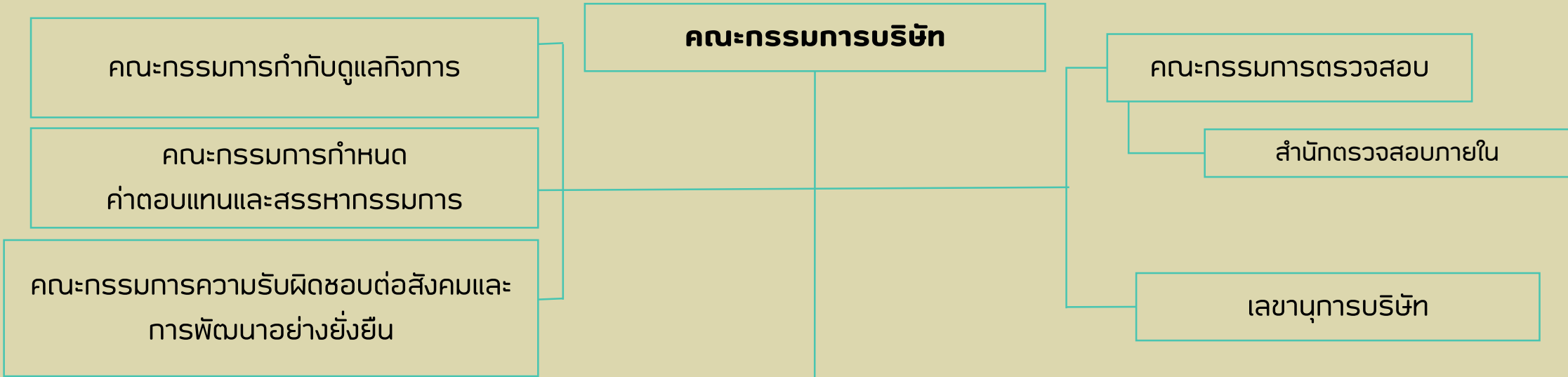
เป้าหมาย: ดำเนินการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในเชิงบวกตลอดห่วงโซ่คุณค่า

การบริหารทรัพยากรที่เป็นเลิศ

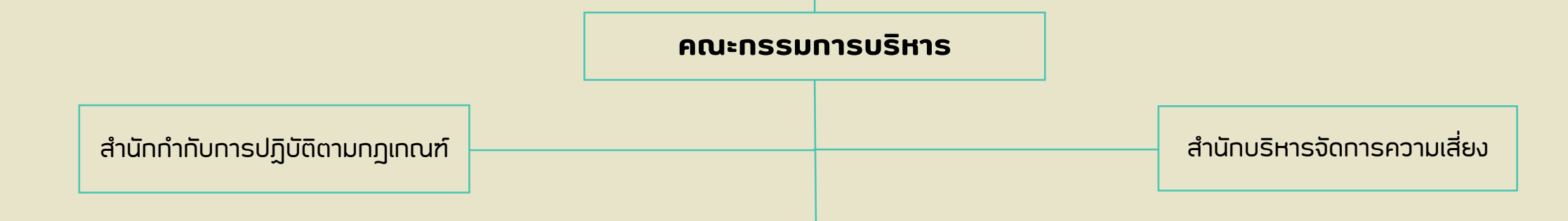
การจัดหาอย่างรับผิดชอบต่อโลก

สร้างคุณค่า ปราศจากขยะ

กำกับดูแล



บริหารงาน



ดำเนินงานและติดตาม



3 เป้าหมาย	9 ความมุ่งมั่น	21 เป้าประสงค์
อาหารมั่นคง สร้างความมั่นคงทางอาหาร โดยการเพิ่มรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นแก่ผู้คน	อาหารที่ยั่งยืน	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละ 40 ของยอดขายมาจากผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ การเรียกคืนสินค้าเป็นศูนย์
	การตลาดอย่างรับผิดชอบ	<ul style="list-style-type: none"> เข้าถึงผู้บริโภคจำนวน 35 ล้านรายต่อวัน ด้วยอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ดีกว่า ร้อยละ 50 ของผลิตภัณฑ์ใหม่ได้รับการพัฒนาเพื่อสุขภาพที่ดีและมีคุณค่าทางโภชนาการที่มากขึ้น
	สวัสดิภาพสัตว์	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละ 100 ของฟาร์มสุกรแม่พันธุ์อุ้มท้องได้รับการเลี้ยงดูในระบบคอกขังรวม เพิ่มกำลังการผลิตของไข่ไก่ที่มาจากเลี้ยงแบบปล่อยอิสระในโรงเรือน ร้อยละ 30 ต่อปี เมื่อเทียบกับปี 2563 ร้อยละ 100 ของการเลี้ยงไก่เนื้อได้รับการเสริมสภาพแวดล้อมทางกายภาพ
สังคมพึ่งตน ดำเนินการสร้างผลกระทบเชิงบวกทางสังคมให้แก่พนักงานและคนในสังคมตลอดห่วงโซ่คุณค่า	สิทธิมนุษยชน	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละ 100 มีการดำเนินการตรวจสอบประเมินสถานะด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านในทุก 3 ปี ซึ่งรวมถึงการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบในพื้นที่เสี่ยงสูงของบริษัท
	อัมรู้	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนการศึกษาและการฝึกอบรมบุคลากรจำนวน 3 ล้านชั่วโมง
	ผลลัพธ์เชิงบวกทางสังคม	<ul style="list-style-type: none"> 3,000,000 ราย ที่เชื่อมโยงกับการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของเรา ได้รับการพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น
ดิน น้ำ ป่า คงอยู่ ดำเนินการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในเชิงบวกตลอดห่วงโซ่คุณค่า	การบริหารทรัพยากรที่เป็นเลิศ	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละ 25 ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อมต่อหน่วยการผลิตลดลงภายในปี 2568 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2558 ร้อยละ 30 ของปริมาณการดื่มน้ำมาใช้ต่อหน่วยการผลิตลดลงภายในปี 2568 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2558 ดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ 200,000 ตัน จากการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่า ในพื้นที่ยุทธศาสตร์และการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในสถานประกอบการ ลดของเสียที่ถูกนำไปฝังกลบและเผาให้เป็นศูนย์ กำหนดเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามหลักการทางวิทยาศาสตร์ (Science-based target) (ขอบเขตที่ 1, 2 และ 3) สนับสนุนคู่ค้าธุรกิจทั้งหมด ที่ได้รับการระบุว่ามิผลกระทบต่อทรัพยากรน้ำในระดับสูง เพื่อให้ดำเนินการจัดทำแผนบริหารจัดการน้ำ
	การจัดหาอย่างรับผิดชอบต่อโลก	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละ 100 ของวัตถุดิบหลักมาจากพื้นที่ที่ได้รับการตรวจสอบแล้วว่าปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า เพิ่มพื้นที่อนุรักษ์ ปกป้องและฟื้นฟูป่าชายเลนและป่าต้นน้ำในพื้นที่ยุทธศาสตร์จำนวน 20,000 ไร่ ร้อยละ 100 ของวัตถุดิบหลักสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้
	สร้างคุณค่า ปราศจากขยะ	<ul style="list-style-type: none"> ลดปริมาณขยะอาหารในกระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ให้เป็นศูนย์ ร้อยละ 100 ของบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับบรรจุอาหารที่นำมาใช้จะต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือ นำมาใช้ใหม่ หรือ สามารถย่อยสลายได้



| **อาหารมั่นคง**

เป้าหมาย: สร้างความมั่นคงทางอาหาร โดยการเพิ่มรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่
ส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นแก่ผู้คน

ความมุ่งมั่น:



อาหารที่ยั่งยืน



การตลาดอย่างรับผิดชอบ



สวัสดิภาพสัตว์



| สังคมพึ่งตน

เป้าหมาย: ดำเนินการสร้างผลกระทบเชิงบวกทางสังคมให้แก่พนักงานและคนในสังคม
ตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ความมุ่งมั่น:



สิทธิมนุษยชน



อีอาร์



ผลลัพธ์เชิงบวกทางสังคม



ดิน น้ำ ป่า คงอยู่

เป้าหมาย: ดำเนินการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในเชิงบวกตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ความมุ่งมั่น:



การบริหารทรัพยากร
ที่เป็นเลิศ



การจัดการ
อย่างรับผิดชอบต่อโลก



สร้างคุณค่า
ปราศจากขยะ



ช่องทางการติดต่อ

สำนักพัฒนาความยั่งยืนองค์กร

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) (สำนักงานใหญ่)

313 อาคารซีพี ทาวเวอร์ ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500, ประเทศไทย

☎ (+66) 0 2766 8571-4 ✉ sd@cpf.co.th 🌐 www.cpfworldwide.co.th

