



บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

ข้อมูลบริษัทโดยสรุป ปี 2567

ครัวของโลก

ผ่านนวัตกรรมที่มั่นคง





สารบัญ

สารจากผู้บริหาร

4

ภาพรวมธุรกิจ

6 ความมุ่งมั่นของบริษัท

7 โครงสร้างการดำเนินธุรกิจ

8 กิจการของบริษัท

10 พัฒนาการที่สำคัญ

12 ธุรกิจของบริษัทโดยสรุป

14 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

24 นวัตกรรมจากใจสู่จาน

28 การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

การดำเนินงาน

34 ผลการดำเนินงานปี 2567

36 รางวัลและความสำเร็จ ปี 2567

การจัดการและกำกับดูแลกิจการ

40 การกำกับดูแลกิจการ

47 การบริหารจัดการความเสี่ยง

51 กุณและโครงสร้างการถือหุ้น

52 โครงสร้างการบริหาร

53 คณะกรรมการบริษัท

54 ผู้บริหารและพนักงาน

56 ติดต่อบริษัท

คำจำกัดความ

“บริษัท” ที่กล่าวในข้อมูลบริษัทโดยสรุปนี้ หมายถึง บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) (หรือคำย่อว่า “ซีพีเอฟ”) และบริษัทย่อย



แบบ 56-1 One Report ปี 2567
(รายงานประจำปี)



รายงานความยั่งยืน
ปี 2567



“ทุกคำสำหรับผู้บริโภค
ผ่านการสรรสร้างที่ใส่ใจ 
พร้อมดูแลสุขภาพทุกคนบนโลกใบนี้
เพื่อร่วมสร้างสังคมที่ดีอย่างยั่งยืน”



Protecting our *Climate*

มุ่งมั่นปกป้องสภาพภูมิอากาศ โดย "ประยุกต์นวัตกรรม
สร้างผลกระทบเชิงบวก ต่อสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า"



Improving Quality of Life for *People*

ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้คน
ผ่านการ "สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน
ของพนักงาน สังคม และประชากรโลก"



Creating Prosperous *Food*

สร้างความมั่นคงทางอาหาร "ด้วยนวัตกรรมการผลิต
สินค้าที่ส่งเสริมสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดี
แก่ผู้บริโภคอย่างยั่งยืน"



สารจากผู้บริหาร



บริษัทตั้งเป้าหมาย
ลดการปล่อยก๊าซ
เรือนกระจกสุทธิ
เป็นศูนย์
ตลอดห่วงโซ่คุณค่า
ภายในปี พ.ศ. 2593

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้ดำเนินธุรกิจตามวิสัยทัศน์ “ครัวของโลก” ด้วยความมุ่งมั่นในการสร้างความมั่นคงทางอาหารที่ยั่งยืนให้กับประชากรโลกอย่างต่อเนื่อง ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์คุณภาพที่ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค และเข้าถึงได้ในทุกสถานการณ์ พร้อมทั้ง การขยายเครือข่ายการจัดจำหน่ายไปยังภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ เพื่อช่วยลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพ

บริษัทได้นำน้อมนำแนวคิดของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ที่ตั้งอยู่บนรากฐานแนวทางการพัฒนาที่คำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันในตัวเอง ตลอดจนใช้ความรู้และคุณธรรมเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิต ด้วยการมีสติ ปัญญา และความเพียร พร้อมไปกับการนำแนวคิดปรัชญา 3 ประโยชน์สู่ความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่มุ่งดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างประโยชน์ให้กับประเทศ ประชาชน และบริษัท โดยแนวคิดทั้งสองนี้เป็นหลักการสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจของบริษัทให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งนำเป้าหมายในการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติทั้ง 17 ข้อ เป็นส่วนหนึ่งสำหรับแนวทางการพัฒนาและการสร้างภูมิคุ้มกันต่อวิกฤตให้กับองค์กร โดยให้ความสำคัญในการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงพื้นที่ (SDG Localization) เพื่อนำวาระการพัฒนาระดับโลกสู่ชุมชนท้องถิ่นให้บรรลุผลลัพธ์ตามเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ



บริษัทดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารครบวงจร มีฐานการผลิตผ่านการลงทุนและร่วมลงทุนใน 17 ประเทศ รวมทั้งมีเครือข่ายการจัดจำหน่ายและส่งออกมากกว่า 50 ประเทศทั่วโลก ด้วยแนวทางการขับเคลื่อนการเติบโตด้วย “นวัตกรรมความยั่งยืน หรือ Sustainovation” โดยมุ่งสร้างวัฒนธรรมองค์กรนวัตกรรม ด้วยผลงานนำเทคโนโลยีวิทยาศาสตร์ และแนวคิดด้านความยั่งยืนในการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้วยเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสังคม และเพิ่มคุณค่าทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าร่วมไปกับสังคมรอบด้านตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนที่อยู่รอบพื้นที่ดำเนินงาน บนพื้นฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี


นายสุกิต เจียรวนนท์
ประธานกรรมการ

* ภาพเงินได้จ่ายตามงบกระแสเงินสดในการเงินของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

ในปี 2567 บริษัทได้เผชิญกับความท้าทายและโอกาสที่เกิดขึ้นใหม่จากความผันผวนของเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงของสังคมและสภาพภูมิอากาศ จึงได้มีการปรับโครงสร้างทางธุรกิจ กลยุทธ์และแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ที่มุ่งสู่ความมีประสิทธิภาพทั้งการผลิตและการดำเนินงาน ทำให้ในปี 2567 บริษัทสามารถมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญด้วยผลกำไรสุทธิจำนวน 19,558 ล้านบาท จากผลขาดทุนสุทธิ 5,207 ล้านบาทในปี 2566 โดยมีรายได้จากการขายรวม 580,747 ล้านบาท มีค่าใช้จ่ายภาษีให้แก่ภาครัฐ 5,813 ล้านบาท* และมีมูลค่าสินทรัพย์ 876,724 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2567

บริษัทตระหนักและมุ่งมั่นในการมีส่วนร่วมในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการบรรลุเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net-Zero) ตลอดห่วงโซ่อุปทานภายในปี 2050 (พ.ศ. 2593) โดยในปี 2567 บริษัทเป็นผู้ผลิตอาหารแห่งแรกในโลกที่ได้รับอนุมัติเป้าหมายทั้งระยะสั้นและระยะยาวจาก the Science Based Targets initiative (SBTi) ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก นอกจากนั้น บริษัทได้นำระบบข้อมูลของ SAP มาเริ่มใช้ในกิจการประเทศไทยเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลตลอดห่วงโซ่อุปทานบนดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อบริหารจัดการและรายงานข้อมูลความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม

สุดท้ายนี้ ในนามของคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ขอขอบคุณผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนที่สนับสนุนและไว้วางใจเสมอมา บริษัทจะมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจให้เติบโตอย่างมั่นคง และร่วมสร้างคุณค่าร่วมให้กับทุกภาคส่วน เพื่อให้เป็น “ครัวของโลก” ที่สามารถสร้างความมั่นคงทางอาหารอย่างยั่งยืนได้อย่างแท้จริง


นายประสิทธิ์ บุญดวงประเสริฐ
ประธานคณะผู้บริหาร

DISCLAIMER : THE USE BY CHAROEN POKPHAND FOODS PCL OF ANY MSCI ESG RESEARCH LLC OR ITS AFFILIATES (“MSCI”) DATA, AND THE USE OF MSCI LOGOS, TRADEMARKS, SERVICE MARKS OR INDEX NAMES HEREIN, DO NOT CONSTITUTE A SPONSORSHIP, ENDORSEMENT, RECOMMENDATION, OR PROMOTION OF CHAROEN POKPHAND FOODS PCL BY MSCI. MSCI SERVICES AND DATA ARE THE PROPERTY OF MSCI OR ITS INFORMATION PROVIDERS, AND ARE PROVIDED ‘AS-IS’ AND WITHOUT WARRANTY. MSCI NAMES AND LOGOS ARE TRADEMARKS OR SERVICE MARKS OF MSCI.



ความมุ่งมั่นของบริษัท

วิสัยทัศน์

ครัวของโลก

เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหารให้แก่ผู้บริโภคทั่วโลก

พันธกิจ

ดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารแบบครบวงจร ที่มุ่งมั่นสร้างสรรค์นวัตกรรมในการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในด้านคุณค่าทางโภชนาการ รสชาติและความปลอดภัย สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ โดยให้ความสำคัญในการสร้างกระบวนการผลิตที่ทันสมัย ได้มาตรฐานระดับสากล ใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับแนวหน้าของอุตสาหกรรม ด้วยความใส่ใจในผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน



ทิศทางกลยุทธ์เพื่ออาหารมั่นคง

เติบโตอย่างยั่งยืน



ขยายธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม
และอาหารครบวงจร



สร้างศักยภาพ
การเติบโตสู่ระดับโลก

มุ่งสู่ความเป็นเลิศ



เป็นผู้นำแห่งคุณภาพ
และอาหารปลอดภัย



สร้างสรรค์นวัตกรรม
และเพิ่มประสิทธิภาพ

สร้างพื้นฐานที่มั่นคง



มุ่งเน้นการพัฒนา
บุคลากร



รับผิดชอบต่อสังคม
และสิ่งแวดล้อม

การกำกับดูแลกิจการ

CPF-way



สามประโยชน์ สู่ความยั่งยืน
(ต่อประเทศ ประชาชน และบริษัท)



ยอมรับการเปลี่ยนแปลง



ทำเร็วและมีคุณภาพ



ทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย



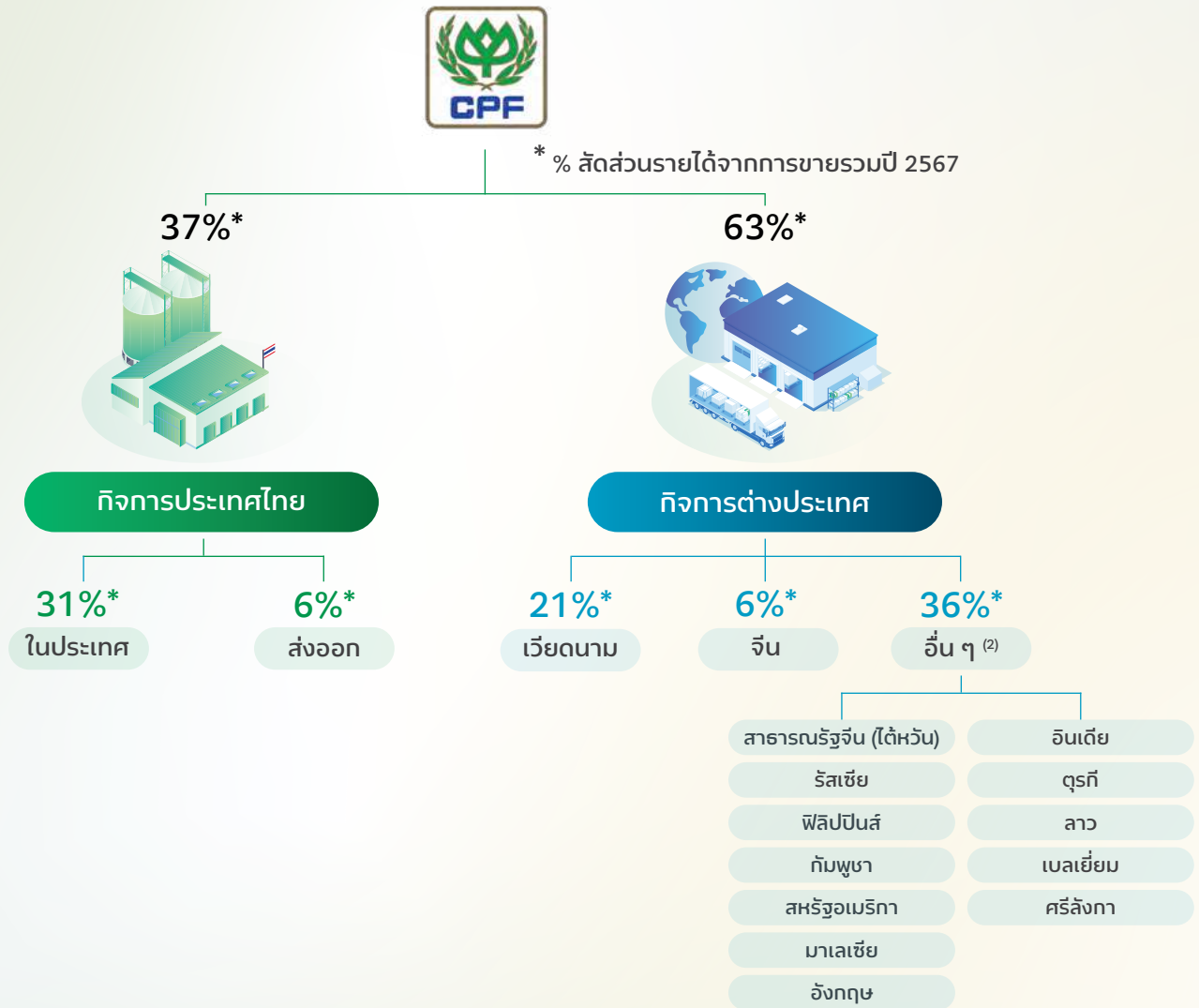
มีคุณธรรม ความซื่อสัตย์
และรู้จักตอบแทนบุญคุณ



สร้างสรรค์สิ่งใหม่

โครงสร้างการดำเนินงานธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567



บริษัทร่วม และการร่วมค้า ⁽¹⁾

ซีพี-เมจิ	(59.99%)	SuperDrob	(49.45%)	บมจ. ซีพี แอ็กซ์ตรา	(8.85%)
HyLife Investment	(50.10%)	CPF Poland	(49.45%)	Chia Tai Investment	(26.69%)
รอส บริดเดอร์ส สยาม	(49.99%)	Camanor Produtos Marinhos	(40.00%)		
อาร์เบอร์ เอเคอร์ส ประเทศไทย	(49.98%)	บมจ. ซีพี ออลล์	(34.45%)		

หมายเหตุ :

⁽¹⁾ % สัดส่วนการถือหุ้นโดยบริษัท ทั้งทางตรงและทางอ้อม และแสดงเพียงบริษัทร่วม และการร่วมค้าหลัก⁽²⁾ รายชื่อพื้นที่อื่นที่มีฐานการผลิต



กิจการของบริษัท

บริษัทมีฐานการผลิตในธุรกิจ
เกษตรอุตสาหกรรมและ
อาหารผ่านการลงทุนและ
ร่วมลงทุนใน
17 ประเทศ



จัดจำหน่ายใน
>50 ประเทศ ใน **5** ทวีปทั่วโลก



เข้าถึงผู้บริโภค
>4,000 ล้านคน

ทวีปยุโรป

5 ประเทศ



ทวีปอเมริกาเหนือ

2 ประเทศ



ทวีปเอเชีย

9 ประเทศ



ทวีปอเมริกาใต้

1 ประเทศ



รายละเอียดฐานการผลิตของบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567

	ธุรกิจ อาหารสัตว์	ธุรกิจเลี้ยงสัตว์-แปรรูป			ธุรกิจ อาหาร
		 สุนัข	 สัตว์ปีก	 สัตว์น้ำ	
ทวีปเอเชีย					
 ไทย	●	●	●	●	●
 จีน	●*	●*	●	●	●
สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน)	●	●	●		●
 เวียดนาม	●	●	●	●	●
 อินเดีย	●		●	●	●
 กัมพูชา	●	●	●		●
 ฟิลิปปินส์	●	●	●	●	●
 มาเลเซีย	●	●	●	●	●
 ลาว	●	●	●		●
 ศรีลังกา				●	●
ทวีปยุโรป					
 อังกฤษ					●
 รัสเซีย	●	●	●		●
 ตุรกี	●		●		
 เบลเยียม					●
 โปแลนด์*	●		●		●
ทวีปอเมริกาเหนือ					
 สหรัฐอเมริกา				●	●
 แคนาดา*	●	●			
ทวีปอเมริกาใต้					
 บราซิล*				●	

หมายเหตุ : * ธุรกิจของบริษัทฯ ร่วมและร่วมค้า



พัฒนาการที่สำคัญ

ปี 2520-2529

2521

- จัดทะเบียนจัดตั้งบริษัทในนาม “**บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหารสัตว์ จำกัด**” เพื่อผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ ในเขตภาคใต้ของประเทศไทย



ปี 2540-2549

2541

- **ลงทุนในประเทศเวียดนาม** ซึ่งดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ เลี้ยงสัตว์ และอาหารแปรรูป

2542

- เปลี่ยนชื่อเป็น “**บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)**” พร้อมกับประกาศวิสัยทัศน์ “**ครัวของโลก**” (Kitchen of the World)

2545

- **ลงทุนในประเทศอังกฤษ** ซึ่งดำเนินธุรกิจผลิตอาหารแช่เย็นเพื่อจำหน่ายในสหภาพยุโรป
- **ลงทุนในประเทศจีน** ซึ่งดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์น้ำ ฟาร์มเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ และเพาะพันธุ์สัตว์น้ำ
- **ลงทุนในประเทศเบลเยียม** ซึ่งดำเนินธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายเนื้อสัตว์แปรรูปและอาหารสำเร็จรูปในสหภาพยุโรป

2547

- **ลงทุนในประเทศตุรกี** ซึ่งดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์บกและฟาร์มไก่

2548

- **ลงทุนในประเทศมาเลเซีย** ซึ่งดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์น้ำ การเพาะเลี้ยงกุ้งครบวงจร และการแปรรูปกุ้ง

2549

- **ลงทุนในประเทศรัสเซีย** ซึ่งดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์บกและเลี้ยงสัตว์บก
- **ลงทุนในประเทศลาว** ซึ่งดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์บกและเลี้ยงสัตว์บก

ปี 2530-2539

2530

- นำหุ้นสามัญเข้าเป็นหลักทรัพย์ จัดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยภายใต้ชื่อย่อ “**CPF**”

2535

- **ลงทุนในประเทศอินเดีย** ซึ่งดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์และเลี้ยงสัตว์

2537

- แปรสภาพเป็น**บริษัทมหาชนจำกัด** เมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2537

ปี 2550-2566

2550

- **ลงทุนในประเทศฟิลิปปินส์** ซึ่งดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์และฟาร์มเลี้ยงสัตว์

2552

- เข้าซื้อหุ้นสามัญของ **Charoen Pokphand Enterprise (Taiwan) Co., Ltd. (CPE)** ซึ่งเป็นบริษัทที่มีหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ไต้หวัน ภายใต้ชื่อย่อ TWSE:1215 ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ เลี้ยงสัตว์และอาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ใน**ไต้หวัน**

2554

- **ลงทุนในประเทศกัมพูชา** ซึ่งดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ เลี้ยงสัตว์ และผลิตภัณฑ์อาหาร

2555

- เข้าซื้อหุ้น **C.P. Pokphand Co., Ltd. (CPP)** ซึ่งเป็น**หลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฮ่องกง** ภายใต้ชื่อย่อ HKSE:00043 ดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมไก่ครบวงจรในประเทศจีน





2559

- **ลงทุนในประเทศสหรัฐอเมริกา** ซึ่งดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานแบบ Single Serve
- **ลงทุนในประเทศศรีลังกา** ซึ่งดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารพร้อมรับประทาน

2560

- **ลงทุนในประเทศโปแลนด์** ซึ่งดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ซึ่งผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ ไก่สด ไก่แปรรูปปรุงสุก ไส้กรอก และแฮม

2561

- **ลงทุนในประเทศบราซิล** ซึ่งดำเนินธุรกิจฟาร์มกึ่งและแปรรูปขั้นต้น มีผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ กุ้งสดและกึ่งแปรรูปแช่แข็ง

2562

- **ลงทุนในประเทศแคนาดา** ซึ่งดำเนินธุรกิจสุกร ตั้งแต่การผลิตอาหารสัตว์ ฟาร์มเลี้ยงสุกร โรงงานแปรรูปเนื้อสุกรเพื่อส่งออกไปยังตลาดพรีเมียม อาทิ ญี่ปุ่น และเกาหลี



2563

- **ลงทุนในธุรกิจฟาร์มสุกรในประเทศจีน** เพื่อขยายธุรกิจไปสู่ธุรกิจสุกรครบวงจรในประเทศจีน
- **ลงทุนในกลุ่มเทสโก้เอเชีย** ซึ่งประกอบธุรกิจค้าปลีก ในสัดส่วน 20%

2564

- **โอนขายกิจการกลุ่มเทสโก้เอเชีย** ทั้งหมดให้แก่บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

2565

- **นำหุ้นสามัญทั้งหมดของ C.P. Pokphand Co., Ltd.** ออกจากการเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฮ่องกง

2566

- **เข้าซื้อเครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการ “FIVESTAR”** ที่จดทะเบียนใน 12 ประเทศ เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจร้านอาหาร “FIVE STAR”
- **จัดตั้งบริษัท ซีพี-โอโรกิ จำกัด** เพื่อดำเนินธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลอาหารพร้อมปรุง และอาหารพร้อมทาน
- **CP Food Investment Limited** ซึ่งเป็นบริษัทย่อยขายเงินลงทุนในธุรกิจไก่ครบวงจรในประเทศจีนจำนวน 4 บริษัท

ปี 2567

- **บริษัท CPF Poland S.A.** ซึ่งดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารในประเทศโปแลนด์ได้เปลี่ยนสถานะจากบริษัทย่อยเป็นเงินลงทุนในการร่วมค้า สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทลดลงจาก 66.67% เป็น 49.45%
- **เข้าซื้อหุ้นสามัญของ Newburgh Foods Limited** ซึ่งดำเนินธุรกิจแปรรูปและค้าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปในประเทศอังกฤษ ในสัดส่วน 65% เพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าไก่แปรรูปเข้าสู่ช่องทางค้าปลีกและร้านอาหารบริการด่วน (QSR) ขึ้นมา

NEWBURGH
FOODS





ธุรกิจของบริษัทโดยสรุป

บริษัทดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารแบบครบวงจรด้านโปรตีนเนื้อสัตว์ โดยมี**ประเภทสัตว์หลักที่สำคัญ** ได้แก่ **สุกร ไก่เนื้อ กุ้ง และไก่ไข่** มีกระบวนการผลิตตั้งแต่การผลิตอาหารสัตว์ การเพาะพันธุ์สัตว์ การเลี้ยงสัตว์ การแปรรูป ขึ้นพื้นฐาน การผลิตอาหารและอาหารพร้อมรับประทาน การดำเนินการค้าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์และอาหาร รวมถึงธุรกิจร้านอาหาร โดยจำแนกธุรกิจตามลักษณะผลิตภัณฑ์เป็น 3 ประเภท



ธุรกิจอาหารสัตว์

การผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์
รวมถึงขนบสัตว์เลี้ยง

พัฒนานวัตกรรมกระบวนการผลิตอาหารสัตว์ รวมถึงขนบสัตว์เลี้ยง ควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญต่อการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมรอบด้าน มีการสนับสนุนภาคการผลิตของเกษตรกรท้องถิ่น ตลอดจนมีระบบตรวจสอบย้อนกลับถึงที่มาของวัตถุดิบ



ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป

การเพาะพันธุ์สัตว์ การเลี้ยงสัตว์เพื่อการค้า และการแปรรูปเนื้อสัตว์ขึ้นพื้นฐาน และ**การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ชำแหละ** นำเทคโนโลยีทันสมัยมีประสบการณ์ในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาใช้ตลอดกระบวนการเลี้ยงควบคู่ไปกับการดูแลความเป็นอยู่ของสัตว์ตามหลักสวัสดิภาพสัตว์สากล เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล





ธุรกิจอาหาร

ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูป ทั้งปรุงสุกและปรุงสุกและอาหารสำเร็จรูป หรืออาหารพร้อมรับประทาน รวมถึงธุรกิจร้านอาหาร เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร พร้อมรับประทานที่มีคุณภาพในด้านคุณค่าทางโภชนาการ เพื่อสุขภาพที่ดี และราคาที่เหมาะสมด้วยนวัตกรรมการผลิตที่ทันสมัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีระบบสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอดกระบวนการผลิต



ช่องทางจำหน่ายอาหาร

บริษัทจัดจำหน่ายผ่านช่องทางที่หลากหลายเพื่อความสะดวกของผู้บริโภค รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัท เช่น จุดจำหน่ายสินค้าห้าดาว ร้านอาหารเซสเตอร์ และศูนย์อาหาร Food World การจัดจำหน่ายผ่านช่องทางค้าส่ง ช่องทางค้าปลีก เช่น แม็คโคร โลตัส และร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น และช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นๆ ทั้งในไทยและต่างประเทศ



สัดส่วนรายได้จากการขาย แบ่งตามผลิตภัณฑ์



55%

ธุรกิจเนื้อสัตว์และแปรรูป

23%

ธุรกิจอาหารสัตว์

22%

ธุรกิจอาหาร

ขอบเขตในการดำเนินธุรกิจ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก



กิจการประเทศไทย

37% ของรายได้จากการขาย

ประกอบธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารเพื่อจำหน่ายในประเทศไทย ส่งออกและค้าระหว่างประเทศกว่า 50 ประเทศทั่วโลก



กิจการต่างประเทศ

63% ของรายได้จากการขาย

ประกอบธุรกิจและร่วมลงทุนในธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารใน 16 ประเทศ ได้แก่ เวียดนาม จีน รวมถึงสาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) รัสเซีย ฟิลิปปินส์ กัมพูชา สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย อังกฤษ อินเดีย ตุรกี ลาว เบลเยียม ศรีลังกา และบริษัทร่วมในแคนาดา บราซิล และโปแลนด์



ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ธุรกิจอาหารสัตว์

รายได้จากธุรกิจอาหารสัตว์
ปี 2567

131,364 ล้านบาท



23%
ของรายได้
จากการขายรวม

บริษัทมีการดำเนินธุรกิจอาหารสัตว์ใน 11 ประเทศทั่วโลก ได้แก่ ไทย เวียดนาม ตุรกี อินเดีย สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ กัมพูชา ลาว รัสเซีย และร่วมลงทุนในประเทศจีนและแคนาดา

11 ประเทศ



อาหารสัตว์เป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในห่วงโซ่การผลิตเนื้อสัตว์และอาหารที่มีคุณภาพ บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมด้านการกระบวนการผลิตและโภชนาการอาหารสัตว์อย่างต่อเนื่อง เพื่อผลิตอาหารที่เหมาะสมกับความต้องการของสัตว์แต่ละประเภทและช่วงวัย ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการเจริญเติบโตและอัตราแลกเนื้อ กระบวนการผลิตของบริษัทดำเนินไปตามมาตรฐานสากล โดยนำเทคโนโลยีขั้นสูง เช่น ระบบอัตโนมัติ หุ่นยนต์ และการบริหารจัดการผ่านระบบดิจิทัลมาใช้ในการผลิต ส่งผลให้สามารถควบคุมคุณภาพลดต้นทุน และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลิตภัณฑ์หลักในธุรกิจอาหารสัตว์ ได้แก่ อาหารไก่ อาหารสุกร และอาหารกึ่ง ทั้งในรูปแบบอาหารและอาหารสำเร็จรูป ชนิดผงและเม็ด โดยเป็นการผลิตและจำหน่ายภายในประเทศที่ดำเนินธุรกิจเป็นหลัก

นอกจากนี้ บริษัทมีการดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายขนมสัตว์เลี้ยงภายใต้ตราสินค้าหลักคือ เจอร์ไฮ (Jerhigh) จินนี่ (Jinny) และเคซี่ (K-Sy) ผลิตจากวัตถุดิบจากผลิตภัณฑ์พลอยได้ของบริษัท (Waste to Value) เช่น เนื้อไก่ชิ้นส่วน เป็นต้น ด้วยมาตรฐานการผลิตที่เทียบเท่าการผลิตอาหารสำหรับมนุษย์

6

ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารสัตว์



การเลือกที่ตั้งและรูปแบบโรงงาน

บริษัทให้ความสำคัญในการวางแผนและเลือกที่ตั้งโรงงานในพื้นที่เกษตรอุตสาหกรรม โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและสาธารณสุขเป็นสำคัญ โรงงานตั้งอยู่ในทำเลที่มีความสูงและมีแหล่งน้ำเพียงพอ พร้อมทั้งอยู่ห่างจากชุมชนและพื้นที่การเลี้ยงสัตว์เพื่อรักษามาตรฐานความปลอดภัยด้านอาชีวอนามัยและลดความเสี่ยงจากการปนเปื้อน การออกแบบโรงงานใช้แนวคิดโรงงานสีเขียว (Green Factory) และระบบโรงงานอัจฉริยะ (Smart Factory) โดยให้ความสำคัญในการดูแลผลกระทบจากการผลิตที่อาจมีต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ การติดตั้งระบบบำบัดอากาศเสียจากบอยเลอร์แบบ Wet Scrubber และระบบไอโซนเพื่อกำจัดกลิ่นไม่พึงประสงค์ การจัดการฝุ่นด้วยระบบดักจับฝุ่นไซโคลอน และลดการพึ่งพาถ่านหินในการผลิต โรงงานยังได้นำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้วยระบบควบคุมอัตโนมัติเต็มรูปแบบ รวมถึงการใช้ AI Vision เพื่อตรวจสอบคุณภาพการผลิตอย่างละเอียดในทุกขั้นตอน ลดการใช้แรงงานคนในจุดที่มีความเสี่ยงต่อความปลอดภัยเพื่อเพิ่มความแม่นยำและประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต

สูตรการผลิตอาหารสัตว์

บริษัทคัดสรรสูตรอาหารที่สอดคล้องกับความต้องการทางโภชนาการของสัตว์แต่ละประเภทในแต่ละช่วงวัย ให้ได้รับคุณค่าทางอาหารเพียงพอต่อการเจริญเติบโตตลอดจนการใช้โปรไบโอติกในอาหารสัตว์เพื่อส่งเสริมระบบการย่อยอาหารและเสริมสร้างความแข็งแรงของสัตว์ ส่งผลให้สัตว์มีสุขภาพที่ดี ไม่เจ็บป่วย ซึ่งทำให้สามารถลดการใช้ยาในสัตว์ได้

การคัดสรรวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ประกอบด้วยข้าวโพด ถั่วเหลือง ปลาป่น รำข้าว และส่วนประกอบวิตามินและแร่ธาตุอื่นๆ วัตถุดิบที่ใช้มีคุณภาพตามมาตรฐานที่ได้รับการรับรอง โดยบริษัทดำเนินนโยบายการจัดซื้อวัตถุดิบจากแหล่งผลิตในประเทศเป็นลำดับแรก เพื่อเป็นการสนับสนุนภาคการผลิตของเกษตรกรท้องถิ่น และมุ่งมั่นในการจัดหาวัตถุดิบหลักทางการเกษตรอย่างรับผิดชอบสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ถึงแหล่งเพาะปลูก

การผลิตและควบคุมคุณภาพ

บริษัทผลิตและการควบคุมการผลิตด้วยระบบอัตโนมัติและเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการกระบวนการผลิตร่วมกับหุ่นยนต์ภายใต้ระบบมาตรฐานสากลที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานอิสระภายนอก เพื่อความปลอดภัยของพนักงานและเพื่อลดความเสี่ยงจากการปนเปื้อนในกระบวนการผลิต ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์ทุกในกิจการประเทศไทยได้รับการรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ทุกรายการตามเจตนารมณ์ของบริษัทที่ต้องการลดการปลดปล่อยคาร์บอนตลอดห่วงโซ่อุปทาน

การขายและบริการหลังการขาย

บริษัทให้ความสำคัญกับการขายและบริการหลังการขาย โดยมุ่งเน้นการถ่ายทอดความรู้และสนับสนุนด้านวิชาการแก่เกษตรกร เพื่อช่วยให้การเลี้ยงสัตว์มีประสิทธิภาพและยั่งยืน รวมถึงการให้คำแนะนำด้านการบริหารฟาร์มและเทคโนโลยีการเลี้ยงสัตว์ บริษัทดำเนินการขายอาหารสัตว์ผ่านเกษตรกร ตัวแทนจำหน่าย และช่องทางออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บข้อมูลลูกค้า นอกจากนี้ยังมีการสำรวจความพึงพอใจของเกษตรกรเพื่อนำมาปรับปรุงสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป อุตสาหกรรมอาหารสัตว์มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง โดยการแข่งขันขึ้นอยู่กับคุณภาพอาหารสัตว์และการบริหารจัดการที่ช่วยให้เกษตรกรประสบความสำเร็จในการเลี้ยงสัตว์



ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป

รายได้จากธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป
ปี 2567

320,240 ล้านบาท



55%
ของรายได้
จากการขายรวม

บริษัทดำเนินธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูปใน 15 ประเทศ ได้แก่ ไทย เวียดนาม รัสเซีย กัมพูชา ฟิลิปปินส์ จีน สาธารณรัฐจีน(ไต้หวัน) มาเลเซีย ลาว อินเดีย ตุรกี ศรีลังกา สหรัฐอเมริกา และร่วมลงทุนในแคนาดา บราซิล และโปแลนด์

15 ประเทศ



ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูปประกอบด้วยการเพาะพันธุ์สัตว์ การเลี้ยงสัตว์ เพื่อการค้า และการแปรรูปเนื้อสัตว์ขั้นพื้นฐาน โดยบริษัทได้คัดเลือก และพัฒนาสายพันธุ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในแต่ละพื้นที่ ได้ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทันสมัย รวมถึงระบบดิจิทัลมาใช้ ตลอดกระบวนการเลี้ยง ควบคู่ไปกับการดูแลความเป็นอยู่ที่ดีของสัตว์ ตามหลักสวัสดิภาพสัตว์สากล เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพ และความปลอดภัย โดยมีผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ พันธุ์สัตว์ สัตว์มีชีวิต เนื้อสัตว์ที่ผ่านการแปรรูปขั้นพื้นฐาน (เนื้อสัตว์แบ่งเป็นชิ้นส่วน) และ ไข่ไก่ โดยมีประเภทของสัตว์หลัก ได้แก่ สุกร ไก่เนื้อ ไก่ไข่ เป็ด และกิ้ง

7

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของ
ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป



1

สายพันธุ์สัตว์ที่แข็งแรง



2

อาหารสัตว์คุณภาพ



3

โรงเรือน โรงงาน และ
อุปกรณ์ที่เหมาะสม



4

การบริหารจัดการ
การเลี้ยงสัตว์ที่ดี



5

กระบวนการผลิตที่ปลอดภัย
ได้มาตรฐานสากล



6

ระบบการขนส่ง
ที่มีประสิทธิภาพ



7

การจัดการความปลอดภัย
ทางชีวภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน

การเลือกที่ตั้งและรูปแบบฟาร์ม

บริษัทคำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม โดยเลือกพื้นที่ที่เหมาะสม มีสาธารณูปโภคพื้นฐานเพียงพอ และดำเนินงานภายใต้ระบบความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity) เพื่อลดความเสี่ยงจากโรค ฟาร์มได้รับการออกแบบตามแนวคิด**ฟาร์มอัจฉริยะ** โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบอัตโนมัติมาช่วยควบคุมสภาพแวดล้อม การให้อาหาร และการตรวจสอบสุขภาพสัตว์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น พร้อมทั้งคำนึงถึงหลักสวัสดิภาพสัตว์ และพัฒนาเป็น**ฟาร์มสีเขียว**ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม บริษัทบริหารการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพโดยมีระบบจัดการของเสียระบบบำบัดน้ำและน้ำของเสียจากฟาร์มมาผลิตชีวมวลและก๊าซชีวภาพเพื่อใช้เป็นพลังงานหมุนเวียนในการผลิตไฟฟ้าภายในฟาร์ม

การพัฒนาเพาะพันธุ์สัตว์

อาหารสัตว์และพันธุ์สัตว์เป็นองค์ประกอบหลักของการเลี้ยงสัตว์ซึ่งผลิตภายใต้ระบบการผลิตอาหารครบวงจรของกลุ่มบริษัท สำหรับพันธุ์สัตว์บริษัทดำเนินการคัดเลือกและนำเข้าพันธุ์สัตว์ระดับทวดพันธุ์สำหรับสุกร และปูย่าพันธุ์สำหรับไก่เนื้อและไก่ไข่จากอเมริกา ยุโรป และออสเตรเลีย เพื่อนำมา**พัฒนาสายพันธุ์ให้เหมาะสม**กับสภาพแวดล้อมและความต้องการของตลาดในแต่ละประเทศ ส่วนการเลี้ยงกึ่งบริษัทพัฒนาสายพันธุ์เฉพาะของตนเอง โดยใช้หลักพันธุศาสตร์และเทคโนโลยีชีวภาพ เพื่อให้ได้พันธุ์ที่แข็งแรง ด้านทานโรคได้ดี และให้ผลผลิตสูง รองรับสภาพการเลี้ยงในแต่ละพื้นที่ รวมถึงตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

การเลี้ยงสัตว์

บริษัทพัฒนาระบบการเลี้ยงสัตว์ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ภายใต้หลัก “อิสระ 5 ประการ” เพื่อสวัสดิภาพสัตว์ ไม่ใช่ฮอร์โมนเร่งการเจริญเติบโต และให้สัตว์สามารถแสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติ ระบบฟาร์มอัจฉริยะ นำเทคโนโลยีต่างๆ มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดการสัมผัสสัตว์ และลดความเสี่ยงจากโรค นอกจากนี้ โครงการ Space Safety Standard ถูกนำมาใช้ในธุรกิจไก่เนื้อในประเทศไทย เพื่อรับรองความปลอดภัยด้านอาหารในระดับสูงสุดตามมาตรฐานขององค์การนาซา บริษัทยังดำเนินโครงการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรรายย่อย (Contract Farming) ซึ่งเป็นโครงการที่ส่งเสริมอาชีพเกษตรกร ลดความเสี่ยงด้านตลาด และให้การสนับสนุนด้านเทคโนโลยี อาหารสัตว์ และทีมวิชาการ เพื่อสร้างความยั่งยืนในภาคการเกษตร



ขั้นตอนการแปรรูปขั้นพื้นฐาน

บริษัทดำเนินการแปรรูปเนื้อสัตว์ตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ครอบคลุมทั้งกระบวนการขนส่งและการแปรรูป โดยกำหนดระยะทางที่เหมาะสม และมาตรการลดความเครียดของสัตว์ก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิตกิจการในแต่ละประเทศดำเนินการขอการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานอิสระภายนอก โดยยึดข้อกำหนดของบริษัทและลูกค้า รวมถึงกฎหมายของประเทศนั้นๆ เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการผลิตมีความปลอดภัยและได้มาตรฐานระดับสากล

บรรจุภัณฑ์

บริษัทให้ความสำคัญกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ตอบโจทย์เรื่องการใช้งาน การสร้างความรู้สึกที่ดีให้กับผู้บริโภคผ่านการออกแบบ การรักษาคุณภาพของอาหารให้สะอาดและปลอดภัย โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับธุรกิจเลี้ยงสัตว์ โดยมุ่งเน้นความยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ

การขายและช่องทางการจัดจำหน่าย

สำหรับพันธุ์สัตว์ รวมถึงสัตว์มีชีวิตส่วนใหญ่เป็นการขายที่หน้าฟาร์ม สำหรับส่วนชิ้นส่วนเนื้อสัตว์ ไช้ไก่ และผลิตภัณฑ์พลอยได้จากการเลี้ยงสัตว์มีช่องทางการจัดจำหน่าย ผ่านตัวแทนจำหน่าย ตลาดสด (Traditional Market) ช่องทางการค้าส่งค้าปลีกที่ทันสมัย (Modern Trade) ทั้งนี้ ธุรกิจเลี้ยงสัตว์มีการเติบโตตามความต้องการที่เพิ่มขึ้นจากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น และการเข้าถึงเนื้อสัตว์ที่มีคุณภาพในราคาที่เข้าถึงได้สะดวกขึ้น

หลักอิสระ 5 ประการ



1 ได้รับสารอาหารและน้ำตามต้องการ



2 อยู่สบายในสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม



3 สุขภาพแข็งแรง ไม่มีบาดเจ็บ



4 เลี้ยงดูอย่างดี มีความสุข



5 อิสระเสรี มีพฤติกรรมธรรมชาติ



ธุรกิจอาหาร

รายได้จากธุรกิจอาหาร
ปี 2567

129,143 ล้านบาท



22%
ของรายได้
จากการขายรวม

บริษัทมีฐานการผลิตของธุรกิจอาหารใน 15 ประเทศ ได้แก่ ไทย สหรัฐอเมริกา จีน อังกฤษ เวียดนาม สาธารณรัฐจีน(ไต้หวัน) ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย กัมพูชา อินเดีย รัสเซีย ลาว ตุรกี ศรีลังกา เบลเยียม และร่วมลงทุนในโปแลนด์

15 ประเทศ



บริษัทมุ่งพัฒนาอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ รสชาติที่ตอบโจทย์ผู้บริโภค และความปลอดภัยตลอดห่วงโซ่การผลิต พร้อมทั้งกำหนดราคาที่สามารถเข้าถึงได้และมีความหลากหลายตามความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละท้องถิ่นผ่านช่องทางการขายที่หลากหลาย ทั้งของบริษัทเอง และผ่านช่องทางการขายต่างๆ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหารให้แก่ผู้บริโภคทั่วโลก บริษัทเพิ่มมูลค่าให้กับเนื้อสัตว์โดยพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและอาหารพร้อมรับประทาน ผ่านเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล ระบบการผลิตถูกออกแบบให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทุกขั้นตอน เพื่อสร้างความมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร นอกจากนี้ บริษัทพัฒนาระบบขนส่งที่สอดคล้องกับมาตรฐานด้านอาชีวอนามัย และจัดทำฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่ชัดเจนและโปร่งใส เพื่อให้ข้อมูลที่ต้องการแก่ผู้บริโภค ธุรกิจอาหารของบริษัทประกอบด้วยผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป อาหารพร้อมทาน ตลอดจนร้านอาหาร นอกจากนี้ บริษัทมีการส่งออกสินค้าอาหารผ่านสาขาตัวแทนจำหน่ายของบริษัท และผู้นำเข้าในประเทศต่างๆ รวมถึงการดำเนินธุรกิจการค้าผลิตภัณฑ์อาหารระหว่างประเทศ (International Trading)

การจัดหาวัตถุดิบ

ผลิตภัณฑ์อาหารของบริษัทใช้ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ของบริษัทเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต อันรวมถึงผลผลิตจากโครงการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรรายย่อย (Contract Farming) สำหรับวัตถุดิบอื่นๆ ที่เป็นส่วนประกอบของอาหารนั้น บริษัทให้ความสำคัญกับคุณภาพและแหล่งที่มาของวัตถุดิบว่าต้องได้มาตรฐาน และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ นอกจากนี้ บริษัทมีการสรรหาผลิตภัณฑ์อาหารจากแหล่งผลิตอื่นๆ ทั่วโลก (Global Sourcing) โดยเป็นการใช้ประโยชน์จากศักยภาพของเครือข่ายการขายของบริษัทโดยการจัดซื้อนั้นอยู่ภายใต้นโยบายการจัดซื้ออย่างเป็นธรรมและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

การผลิต

บริษัทดำเนินการผลิตภายใต้มาตรการ**คุณภาพและความปลอดภัย**ตลอดกระบวนการผลิต พร้อมมุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม การผลิตให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพ และปลอดภัยต่อการบริโภค ระบบ**เทคโนโลยีอัตโนมัติและหุ่นยนต์**ถูกนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความแม่นยำในกระบวนการผลิต นอกจากนี้ บริษัทได้จัดตั้ง**ศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร**ในประเทศไทย เพื่อเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร ผ่านการวิจัยและพัฒนาเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคและแนวโน้มตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

บรรจุภัณฑ์

บริษัทเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องอาหารให้ปลอดภัยและคงคุณค่าอาหารตามหลักโภชนาการไว้อย่างสมบูรณ์และสามารถเก็บรักษาอาหารได้นานขึ้น เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดขยะอาหารและการสูญเสียอาหาร (Food Waste, Food Loss) รวมถึงการสรรหาบรรจุภัณฑ์ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และมีฉลากผลิตภัณฑ์ (Product Labelling) ที่บ่งบอกถึงคุณค่าทางโภชนาการและปริมาณที่ควรบริโภค (Guideline Daily Amounts) เพื่อสนับสนุนการบริโภคเพื่อสุขภาพที่ดี

ช่องทางการจัดจำหน่าย

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น บริษัทได้กระจายการจัดจำหน่ายในช่องทางอันหลากหลาย เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงอาหารของผู้บริโภค เช่น ช่องทางค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Market) อาทิ ตลาดสด ช่องทางค้าปลีกและค้าส่งทันสมัย (Modern Trade) อาทิ ร้านค้าสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ต ช่องทางธุรกิจบริการอาหาร (Food Service) อาทิ ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร ศูนย์อาหาร และธุรกิจจัดเลี้ยงซึ่งจัดจำหน่ายผ่านทั้งช่องทางของบริษัท และช่องทางของพันธมิตรทางการค้า

ธุรกิจอาหารมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและแข่งขันสูงขึ้นจากการเติบโตของสังคมเมืองและการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิต ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะอาด คุณภาพ และความหลากหลายของอาหาร โดยเฉพาะอาหารเพื่อสุขภาพจากแหล่งผลิตที่น่าเชื่อถือ ผู้ผลิตต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับลักษณะการบริโภคในแต่ละพื้นที่ และวัฒนธรรม การเข้าถึงผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นปัจจัยสำคัญ ทำให้ผู้ประกอบการต้องวางกลยุทธ์ที่ช่วยให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และสร้างความมั่นคงทางอาหารทั้งในช่วงปกติและภาวะวิกฤต ซึ่งเป็นหัวใจของการดำเนินธุรกิจอาหารอย่างยั่งยืน



“คุณภาพและความปลอดภัย” ตลอดกระบวนการผลิต คือ หัวใจของสุขภาพที่ดี

ด้วยลักษณะการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร บริษัทจึงมีศักยภาพในการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพ ตลอดกระบวนการผลิตได้อย่างเป็นระบบ พร้อมนำระบบมาตรฐานสากลและมาตรฐานของกลุ่มลูกค้าซึ่งได้รับการรับรองจากหน่วยงานอิสระ (Third Party) มาประยุกต์ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ และการผลิตอาหารนอกเหนือจากการปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับของประเทศที่บริษัทมีการดำเนินธุรกิจอยู่อย่างเคร่งครัด

มาตรฐานด้านการผลิต



ธุรกิจอาหารสัตว์

- GAP
- GMP/GHPs
- HACCP
- ISO 9001
- ISO 22000
- ISO/IEC 17025
- FAMI-QS
- Global G.A.P.
- RWA
- ALO
- BAP
- Marin Trust
- AI Compartment
- CPF Food Standard ; PS 7818



ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป

- GAP/CoC Dept. of Fisheries
- GMP/GHPs
- HACCP
- ISO 9001
- ISO 22000
- ISO/IEC 17025
- BRCGS
- Halal
- Global G.A.P.
- RWA
- ALO
- BAP
- ASC
- FMD Free
- AI Compartment
- LR Farm F1rst
- CPF Food Standard ; PS 7818



ธุรกิจอาหาร

- GMP/GHPs
- HACCP
- ISO 9001
- ISO 22000
- ISO/IEC 17025
- BRCGS
- Halal
- KOSHER
- ALO
- BAP
- ASC
- RSPO
- CPF Food Standard ; PS 7818

มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม

- ISO14001
- CPF SHE&En Standard
- ISO 50001

มาตรฐานด้านความปลอดภัยในการทำงาน

- Good Labour Practice (GLP)
- ISO 45001
- TLS 8001-2010
- CPF SHE&En Standard

หมายเหตุ : นโยบายและแนวปฏิบัติของบริษัทสอดคล้องตามมาตรฐานข้างต้น ทั้งนี้ กิจกรรมในแต่ละประเทศจะเป็นผู้พิจารณาขอการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานอิสระภายนอกตามความเหมาะสม โดยยึดข้อกำหนดของบริษัทและลูกค้า รวมถึงกฎหมายประเทศเป็นสำคัญ



เราใส่ใจสร้างสรรค์อาหารที่มีคุณภาพ และปลอดภัย เพื่อสร้างความพึงพอใจ ให้กับผู้บริโภคทั่วทุกมุมโลก



ผลิตภัณฑ์จากไก่และเป็ด



เนื้อไก่ มีโอเมก้า 3



เลี้ยงโดยไม่ใช้
ยาปฏิชีวนะ



ผลิตภัณฑ์แคลอรีต่ำ
เพื่อสุขภาพ



ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ



เลี้ยงในฟาร์มระบบปิด





ผลิตภัณฑ์จากหมู



หมูดำสายพันธุ์พิเศษ



เนื้อหมูมีโอเมก้า 3



ผลิตภัณฑ์จากไข่



ลดการใช้พลาสติก
ในบรรจุภัณฑ์



ไข่ไก่สด ลดโลกร้อน



ไข่ไก่สด
ปลอดคาร์บอน

หมายเหตุ: รูปถ่ายสินค้าที่แสดง เป็นตัวอย่างบางส่วนของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทผลิตและจำหน่าย



ผลิตภัณฑ์ไส้กรอก

ผลิตภัณฑ์ Retort
สามารถเก็บในอุณหภูมิห้อง

ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม



ผลิตภัณฑ์โปรตีนจากพืช



ผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ



บรรจุภัณฑ์ใช้พลาสติกชนิดเดียว





ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทาน / พร้อมปรุง



เนื้อหมู มีโอเมก้า 3



บรรจุภัณฑ์ที่ใช้
วัสดุรีไซเคิล 100%



ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม



ผลิตภัณฑ์ซุปรและซอส และอาหารทางการแพทย์



อาหารสูตรครบถ้วน
สำหรับผู้ป่วย และผู้สูงอายุ



หมายเหตุ: รูปถ่ายสินค้าที่แสดง เป็นตัวอย่างบางส่วนของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทผลิตและจำหน่าย



นวัตกรรมจากใจสู่จาน

นวัตกรรม คือ หัวใจสำคัญในการรักษาความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรม บริษัทจึงมุ่งมั่นพัฒนาศักยภาพและขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการวิจัยและพัฒนาในทุกมิติ ทั้งด้านอาหารสัตว์ การเลี้ยงสัตว์ และการแปรรูปอาหาร เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมในผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต และรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ ที่ช่วยเพิ่มความแตกต่าง สร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภค และสนับสนุนความยั่งยืนต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม พร้อมนำเสนอผลงานนวัตกรรมที่โดดเด่นในหลากหลายด้าน



นวัตกรรมอาหาร

ซีพี ชิคเก้น พอคเก็ต

ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ โดยเฉพาะผู้ที่ต้องการอาหารที่มีคาร์โบไฮเดรตต่ำแต่มีโปรตีนที่สูง ด้วยการใช้เนื้อไก่แทนขนมปังเป็นแผ่นห่อ ทำให้ได้โปรตีนสูง อิ่มนาน และช่วยควบคุมพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ผลิตภัณฑ์นี้ยังครองรสชาติที่อร่อยถูกใจทุกเพศทุกวัย อีกทั้งยังได้รับรางวัลด้านนวัตกรรมจากเวทีระดับสากล THAIFEX - Anuga Asia 2024 ซึ่งสะท้อนถึงความคิดสร้างสรรค์และคุณภาพที่โดดเด่น ซีพี ชิคเก้น พอคเก็ต เป็นนวัตกรรมที่ไม่เพียงตอบสนองความต้องการด้านโภชนาการ แต่ยังเติมเต็มประสบการณ์อาหารเพื่อสุขภาพในทุกมื้อได้อย่างลงตัว



ไข่ไก่ Cage Free แบนด์ U Farm พร้อมฉลากคาร์บอนนิวทรัล

ไข่ไก่เคจฟรี แบนด์ ยูฟาร์ม เป็นผลิตภัณฑ์กลุ่มคาร์บอนต่ำที่ตอบสนองต่อแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ตลอดห่วงโซ่อุปทานจนถึงการกำจัดซากบรรจุภัณฑ์ ผ่านโครงการต่างๆ เช่น การใช้สายพานลำเลียงไข่อัตโนมัติ การลดการสูญเสียไข่ไก่ (Food Loss) ตามแนวทางขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) การนำของเสียจากเปลือกไข่ไปใช้ประโยชน์ และการใช้พลังงานทางเลือก เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ และพลังงานชีวมวลจากระบบบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น ทำให้การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์นี้เท่ากับศูนย์ และได้รับฉลาก Carbon Neutral Product จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) นับเป็นไข่ไก่เคจฟรี (ไก่ที่เลี้ยงในโรงเรือนแบบไม่ขังกรง) ที่ปลอดคาร์บอนรายแรกในเอเชีย ซึ่งนอกจากจะเป็นแหล่งโปรตีนคุณภาพสูงที่ดีต่อสุขภาพแล้ว ยังเป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการสนับสนุนการจัดการปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลกด้วยการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม





หมูอึ้งสูตรภูเก็ตและขาหมูพะโล้

ผลิตภัณฑ์หมูอึ้งสูตรภูเก็ตและขาหมูพะโล้เป็นการต่อยอดจากเนื้อหมูซึ่งคุณภาพสูงที่สุดด้วยโอเมก้า 3 จากการเลี้ยงด้วยสูตรอาหารซูเปอร์ฟู้ด อาทิ เมล็ดแฟลกซ์ (Flaxseed) น้ำมันปลา และสาหร่ายทะเล เป็นต้น ปราศจากการใช้ยาปฏิชีวนะ 100% นำเนื้อหมูซึ่งมาต้นจนเปื่อยรสชาติเข้มข้นเข้าเนื้อหอมกลิ่นเครื่องเทศสำหรับเมนูหมูอึ้งอาหารพื้นเมืองขึ้นชื่อของจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีความพิเศษที่แตกต่างจากการตุ๋นเนื้อหมูสามชั้นทั่วไป ตอบโจทย์สไตลคนรุ่นใหม่หรือผู้ที่ชื่นชอบการรับประทานอาหารเมนูต้น ที่ต้องใช้ระยะเวลาให้การปรุงนานให้สะดวกขึ้น พร้อมทั้งได้รสชาติอร่อยตามต้นตำรับอย่างแท้จริง

ชีสสวีแกน

นวัตกรรมชีสเพื่อสุขภาพที่พัฒนาขึ้นจากการใช้ปลายข้าวหัก ซึ่งเป็นผลพลอยได้จากกระบวนการสีข้าว นำมาแปรรูปด้วยกระบวนการชีวภาพจนได้เป็นชีสที่มีคุณสมบัติโดดเด่นไขมันต่ำ อุดมด้วยโปรตีน แร่ธาตุ และวิตามิน อีกทั้งยังปราศจากแลคโตส ทำให้เป็นทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่ไม่แพนมวัว และช่วยให้ร่างกายดูดซึมสารอาหารได้ง่าย ผลิตภัณฑ์นี้ไม่เพียงแต่ตอบโจทย์การบริโภคเพื่อสุขภาพ แต่ยังช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบทางการเกษตรของไทย เช่น ข้าว ให้เกิดประโยชน์สูงสุด



นวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

ระบบตรวจสอบย้อนกลับสินค้าผ่านเทคโนโลยี Blockchain (ตรวจได้ทั้งคุณภาพ ความปลอดภัย และลดโลกร้อน)

ระบบตรวจสอบย้อนกลับสินค้าผ่านเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) เป็นนวัตกรรมดิจิทัลที่นำเทคโนโลยีบล็อกเชน มาใช้ในการตรวจสอบย้อนกลับสินค้าตลอดห่วงโซ่อุปทานการผลิตอาหารด้วยความแม่นยำและรวดเร็ว เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค โดยผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายๆ ผ่านการสแกนคิวอาร์โค้ด (QR Code) บนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งจะแสดงข้อมูลที่มาจากผลิตภัณฑ์ เช่น แหล่งที่มาของสินค้า การรับรองมาตรฐานสากลด้านคุณภาพและความปลอดภัยอาหาร ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงข้อมูลปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการผลิต นวัตกรรมนี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้ผู้บริโภคมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารที่บริโภค แต่ยังส่งเสริมความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทานและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้วยการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม





โครงการรถจับไถ่

รถจับไถ่เป็นนวัตกรรมที่พัฒนาอุปกรณ์ต้นแบบสำหรับการลำเลียงและขนย้ายสัตว์ปีกในโรงเรือนเลี้ยงไก่ เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะโรงเรือนในประเทศไทย ที่มีขนาดและการจัดวางแตกต่างจากโรงเรือนในต่างประเทศ ซึ่งทำให้อุปกรณ์จากต่างประเทศไม่สามารถใช้งานได้โดยตรง โครงการนี้ไม่เพียงตอบโจทย์การใช้งานที่สอดคล้องกับความต้องการเฉพาะในประเทศ แต่ยังช่วยลดค่าใช้จ่ายได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยประหยัดเงินได้ 8.6 ล้านบาทต่อคัน เมื่อเทียบกับการนำเข้ารถจับไถ่จากต่างประเทศ

โครงการฟาร์มต้นแบบพลังงานสะอาด

ฟาร์มพลังงานสะอาดเป็นการพัฒนาฟาร์มต้นแบบที่สามารถผลิตพลังงานไฟฟ้าทดแทนใช้ภายในฟาร์มได้ทั้งหมด 100% โดยไม่ต้องพึ่งพาพลังงานจากภายนอก ซึ่งเป็นก้าวสำคัญในการสร้างความยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมการเกษตร ในขณะที่ฟาร์มทั่วไปมักพึ่งพาพลังงานไฟฟ้าจากก๊าซชีวภาพประมาณร้อยละ 86 และพลังงานไฟฟ้าจากภายนอกร้อยละ 14 โครงการนี้ได้พัฒนาระบบจัดการพลังงานแบบอัตโนมัติที่สามารถควบคุมการทำงานร่วมกันระหว่างพลังงานจากก๊าซชีวภาพ พลังงานแสงอาทิตย์ และไฟฟ้าสำรองจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ซึ่งจะใช้งานเฉพาะในกรณีฉุกเฉิน ฟาร์มต้นแบบนี้สามารถผลิตไฟฟ้าจากพลังงานสะอาดได้กว่า 438,000 kWh ต่อปี ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้มากถึง 192 ตัน CO₂ เทียบเท่าต่อปีต่อฟาร์ม 1 แห่ง



โครงการ SAP Net-Zero Intelligence Platform



โครงการ SAP Net-Zero Intelligence Platform เป็นนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อสร้างแพลตฟอร์มข้อมูลการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่มีมาตรฐานและได้รับการยอมรับในระดับโลก โดยแก้ไขข้อจำกัดของข้อมูลในปัจจุบันที่ส่วนใหญ่มักเป็นที่ยอมรับเฉพาะภายในแต่ละประเทศ แพลตฟอร์มนี้สามารถรวบรวมและจัดการ Big Data ที่เกี่ยวข้องกับการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกแบบเรียลไทม์ รวมถึงแสดงแนวโน้มในอนาคตภายใต้มาตรฐานที่น่าเชื่อถือสำหรับทุกประเทศทั่วโลก ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ Net Zero ของบริษัท แพลตฟอร์ม

ดังกล่าวแสดงข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมอย่างครบถ้วน ครอบคลุมการจัดการด้านพลังงาน น้ำ ขยะ สารทำความเย็น และก๊าซเรือนกระจกใน Scope 1, 2 และ 3 นอกจากนี้ ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านทั้งคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือได้ โดยบริษัทเป็นบริษัทแรกในโลกที่ใช้แพลตฟอร์มนี้ เริ่มในปี 2567 ในกิจการประเทศไทย และจะขยายไปยังกิจการทั่วโลกของบริษัทในปี 2568 โครงการนี้เป็นก้าวสำคัญในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืน และเพิ่มความโปร่งใสในกระบวนการดำเนินงานของบริษัทบนเวทีระดับโลก



นวัตกรรมด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

โครงการส่งเสริมนวัตกรรมด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมกับชุมชน

CPF Sustainability in Action Awards เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมแนวทางการดำเนินกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์เพื่อความยั่งยืนของบริษัท โดยมุ่งเน้นการพัฒนาโครงการที่สร้างผลกระทบเชิงบวก ทั้งในด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสนับสนุนให้พนักงานและหน่วยงานต่างๆ มีส่วนร่วมในการพัฒนาโครงการ



นวัตกรรมความร่วมมือกับพันธมิตรภายนอก

โครงการ SMEx ต้นทุนต่ำ นำรักโลกเพื่อสนับสนุนห่วงโซ่อุปทาน

เป็นโครงการที่มุ่งส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพการเติบโตของร้านค้า SME ในประเทศไทยโดยยกระดับความรู้ด้านประสิทธิภาพและการลดต้นทุน พร้อมทั้งสนับสนุนการบริหารจัดการทรัพยากรและพลังงานของร้านค้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและก้าวสู่เป้าหมาย Net Zero โครงการนี้เน้นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกใน Scope 3 นอกจากนี้ยังช่วยสนับสนุนร้านค้าในการลดความเสี่ยงและอุบัติเหตุในกระบวนการดำเนินธุรกิจ



โครงการแพลตฟอร์มระบบต้นแบบการตรวจสอบผลิตภัณฑ์โดยอัตโนมัติในสายการผลิต

แพลตฟอร์มระบบต้นแบบการตรวจสอบผลิตภัณฑ์โดยอัตโนมัติในสายการผลิตเป็นนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นเพื่อเพิ่มความแม่นยำและประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตอาหารแปรรูป ซึ่งยังไม่มีเคยมีมาก่อนในอุตสาหกรรม โดยใช้เทคโนโลยีล้ำสมัย ได้แก่ การตรวจสอบภาพถ่ายด้วยคอมพิวเตอร์ (Computer Visual Inspection) ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) และการวิเคราะห์อุณหภูมิแกนกลาง (Core Temperature) ของผลิตภัณฑ์ ระบบสามารถตรวจสอบคุณลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์อย่างละเอียด พร้อมระบุตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ที่ไม่ผ่านมาตรฐานบนสายพานการผลิต เพื่อให้ระบบอัตโนมัติหรือหุ่นยนต์แยกผลิตภัณฑ์ที่ไม่ผ่านคุณลักษณะออกจากสายพานได้อย่างแม่นยำและรวดเร็ว โครงการนี้เป็นผลจากความร่วมมือระหว่างศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ภายใต้สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) และบริษัท ซีพีเอฟ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)



การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

บริษัทพิจารณาบริบทการดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ณ ปัจจุบัน ประกอบกับวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่สำคัญ ซึ่งครอบคลุมความเสี่ยงทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร นำไปสู่การกำหนดปัจจัยสำคัญด้านความยั่งยืน 7 ด้าน โดยได้ตั้งเป้าหมายขององค์กรให้สอดคล้องกับประเด็นสำคัญดังกล่าว รวมถึงเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ 17 ประการ (UN SDGs) และหลักการสากลตามแนวทางข้อตกลงแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact) 10 ประการ

ปัจจัยสำคัญด้านความยั่งยืน 7 ด้าน





การกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง และการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

การกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในการที่จะสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร พร้อมๆ กับการสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจขององค์กร และการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนั้น การนำหลักการและแนวปฏิบัติที่กำหนดไว้ในนโยบายบริษัท และการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนของบริษัทไปปฏิบัติ จึงถือเป็นพันธกิจของคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท



ความมั่นคงทางอาหาร

ความมั่นคงทางอาหารเป็นภารกิจหลักของบริษัทในฐานะหนึ่งในผู้นำด้านธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร บริษัทมุ่งมั่นสร้างความมั่นคงทางอาหารด้วยการผลิตอาหารคุณภาพ ปลอดภัย และมีโภชนาการที่ดี สินค้าเข้าถึงได้อย่างเพียงพอในทุกระดับ พร้อมจัดหาวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบและสร้างคุณค่าร่วมในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของทุกคน



สิทธิมนุษยชน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลและเคารพสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นพนักงาน แรงงานและครอบครัว ลูกค้า ผู้บริโภค คู่ค้าธุรกิจ ชุมชนรอบด้าน ผู้ถือหุ้น ผู้ถือหุ้นกู้ นักลงทุน เจ้าหนี้ทางการค้า ผู้ให้เงินกู้ หน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาสังคม หน่วยงานวิชาการ สื่อมวลชน รวมถึงผู้ที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานของบริษัท บริษัทดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นในหลักการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนตามกฎหมายและมาตรฐานสากล พร้อมกำหนดกลยุทธ์ป้องกันความเสี่ยงจากการละเมิดสิทธิ รวมถึงมีกลไกคุ้มครองและเยียวยาเมื่อเกิดเหตุการณ์ พร้อมเปิดโอกาสให้ทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมในการหารือเพื่อสร้างความเข้าใจ ความร่วมมือ และผลประโยชน์ร่วมกัน



พนักงานและชุมชน

บริษัทเชื่อว่าความสำเร็จมาจากพนักงานที่มีศักยภาพพร้อมรับความเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์กรที่สอดคล้องกับธุรกิจ และเทคโนโลยีที่ส่งเสริมการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทจึงวาง

กลยุทธ์ทรัพยากรบุคคลมุ่งสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศ โดยพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ควบคู่คุณธรรม ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Employee Life Cycle) และจัดการสุขภาวะ ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย พร้อมทั้งการสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้เกิดความผูกพัน (Employee Engagement) นอกจากนี้ยังส่งเสริมพนักงานให้มีบทบาทในการดูแลชุมชนรอบด้าน โดยเฉพาะในยามวิกฤตเพื่อสร้างประโยชน์ร่วมกันอย่างยั่งยืนทั้งต่อองค์กรและสังคม



การรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทให้ความสำคัญกับการลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่อุปทานการผลิตอาหาร โดยมีแนวทางหลักในการลดก๊าซเรือนกระจกผ่านห่วงโซ่อุปทานที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า การใช้พลังงานหมุนเวียน การเพิ่มประสิทธิภาพการเกษตรและกระบวนการผลิตผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล บริษัทมีเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ตลอดห่วงโซ่อุปทานในปี 2050 (หรือ พ.ศ. 2593) ซึ่งเป้าหมายและแผนการลดก๊าซเรือนกระจกตามหลักวิทยาศาสตร์ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวของบริษัทได้รับการรับรองจากองค์กร Science Based Targets initiative (SBTi)



การดูแลทรัพยากรน้ำ

บริษัทบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การประเมินความเสี่ยงของแหล่งน้ำที่ใช้เพื่อป้องกันอุทกภัยและภัยแล้ง ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อลดการใช้น้ำต้นทุน จัดการน้ำให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุดและนำเทคโนโลยีระบบน้ำหมุนเวียนมาดำเนินการใช้ควบคุมคุณภาพของน้ำก่อนปล่อยออกสู่สาธารณะ รวมถึงการร่วมมือกับภาครัฐและชุมชนในการดูแลแหล่งน้ำในท้องถิ่น



ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ

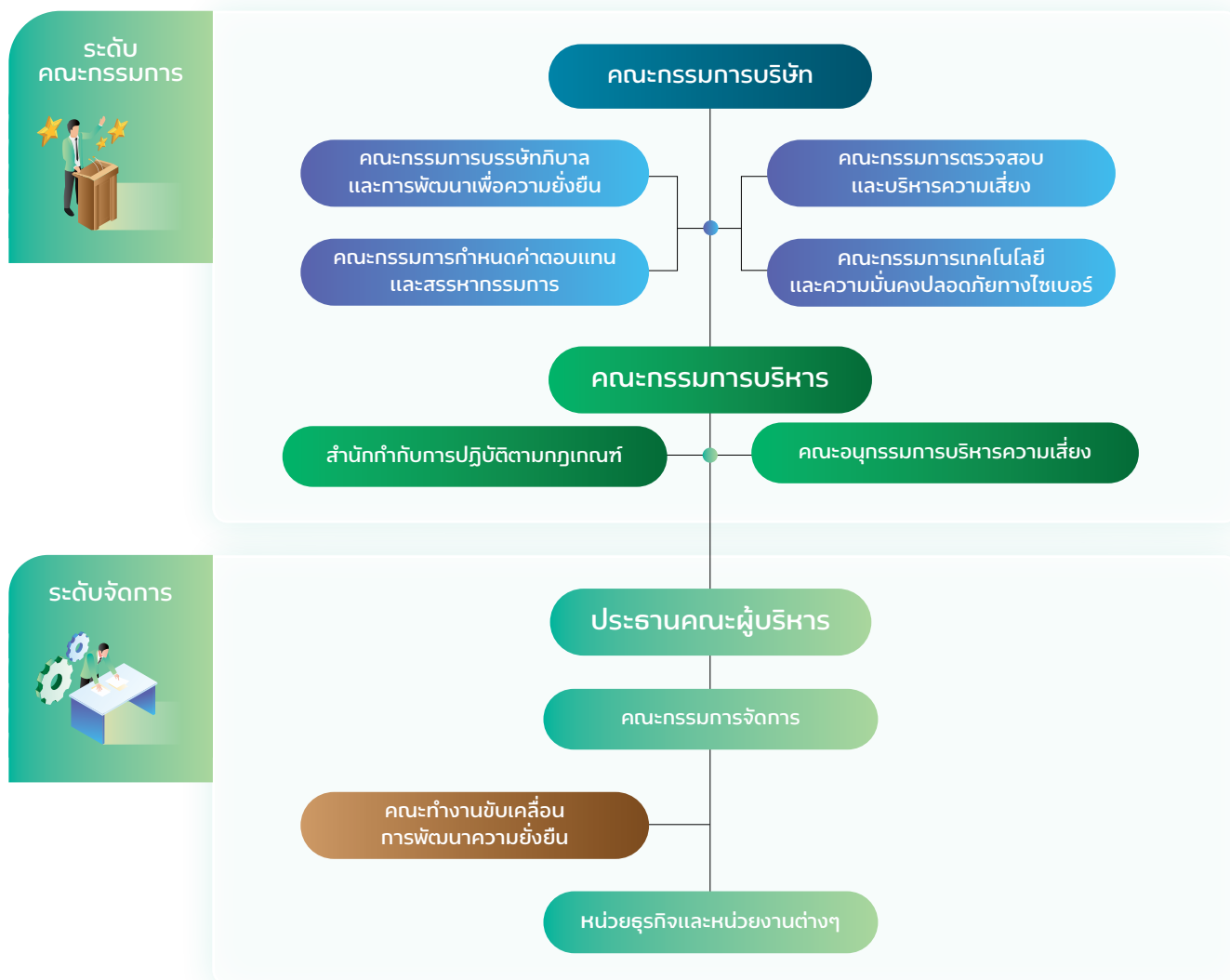
บริษัทตระหนักว่าความหลากหลายทางชีวภาพเป็นส่วนสำคัญของสิ่งแวดล้อมโลก จึงได้ส่งเสริมกิจกรรมที่มุ่งดูแลและฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพทั้งภายในสถานประกอบการและผ่านความร่วมมือกับภาครัฐและผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่ต่างๆ เพื่อสร้างความยั่งยืนและรักษาความสมดุลของระบบนิเวศในระยะยาว



โครงสร้างการกำกับดูแลและการขับเคลื่อนด้านความยั่งยืน

คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งและมอบหมายคณะกรรมการชุดย่อยในด้านต่างๆ เพื่อช่วยกำกับดูแลและกลั่นกรองการดำเนินงานในด้านที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน อันรวมถึงคณะกรรมการบริษัทกิตติบาทและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน คณะกรรมการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการเทคโนโลยีและความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ โดยมอบหมายให้คณะกรรมการบริหารมีหน้าที่ให้การดูแลการกำกับกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

โครงสร้างการขับเคลื่อนด้านพัฒนาความยั่งยืน



เพื่อให้การขับเคลื่อนความยั่งยืนเป็นไปอย่างต่อเนื่อง บริษัทได้กำหนดแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อขับเคลื่อนความยั่งยืนด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นระยะเวลา 10 ปี ตั้งแต่ปี 2564 - 2573 (หรือปี ค.ศ. 2021 - 2030) ดังแสดงในรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2567 นอกจากนี้ บริษัทจัดให้มีการทบทวนประเด็นความยั่งยืนและแผนงานด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปีเพื่อให้ทันกับกระแสโลกที่ปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว

การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทมุ่งมั่นในการดูแลสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยทำการวิเคราะห์ผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมตลอดวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ ทำให้ทราบข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจและออกนโยบายครอบคลุมการดำเนินธุรกิจ โดยบูรณาการประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมผนวกเข้ากับแนวทางการลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดการใช้ทรัพยากรและลดการปล่อยมลพิษ โดยประเด็นสำคัญและแนวทางการจัดการ ดังนี้

การรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทกำหนดเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ตลอดห่วงโซ่คุณค่า ภายในปี พ.ศ. 2593 ซึ่งเป้าหมายและแผนงานได้รับการรับรองจากองค์กร the Science Based Targets initiative (SBTi) โดยเป็นบริษัทผลิอาหารบริษัทแรกในโลกที่ได้รับอนุมัติทั้งเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว สอดคล้องตามมาตรฐาน Forest, Land, and Agriculture (FLAG) ซึ่งเป็นมาตรฐานเฉพาะสำหรับภาคเกษตรและอาหาร โดยมีแนวทางหลักในการลดก๊าซเรือนกระจกผ่านห่วงโซ่อุปทานที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า การใช้พลังงานหมุนเวียน การเพิ่มประสิทธิภาพการเกษตรและกระบวนการผลิตผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล และการใช้และการพัฒนาเทคโนโลยีอื่นๆ เช่น ยานยนต์จากพลังงานไฟฟ้า และพลังงานไฮโดรเจนจากมูลสัตว์ นอกจากนี้ ยังรับมือต่อความเสี่ยงอย่างภัยธรรมชาติ ผ่านการบริหารจัดการน้ำเพื่อรับมือต่อภัยแล้งและน้ำท่วม

เศรษฐกิจหมุนเวียน บรรลุภัณฑ์ และการจัดการของเสีย

บริษัทกำหนดและขับเคลื่อนนโยบายด้านการจัดการของเสียและเศรษฐกิจหมุนเวียนโดยให้ความสำคัญในการลดของเสียในกระบวนการผลิตที่ถูกนำไปฝังกลบ รวมทั้งการลดปริมาณขยะอาหารในกระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัท ตลอดจนได้กำหนดนโยบาย

และแนวทางปฏิบัติด้านบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน พร้อมนำหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียนมาใช้ตลอดห่วงโซ่คุณค่า

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำไปหมุนเวียนกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถย่อยสลายได้ นอกจากนี้ ได้มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ องค์กรอิสระ และผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการขยะอาหารและบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค

การดูแลทรัพยากรน้ำ

บริษัทมีการบริหารการใช้ทรัพยากรน้ำโดยมีแนวทางในการลดการดึงน้ำมาใช้ในการผลิตต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ให้ลดลงโดยใช้หลักการ 3Rs เข้ามาบริหารจัดการ ได้แก่ การลดการใช้น้ำ การใช้ซ้ำ และการนำน้ำที่ผ่านการบำบัดกลับมาใช้ใหม่ รวมถึงควบคุมคุณภาพน้ำทั้งก่อนปล่อยออกสู่ภายนอกให้เป็นไปตามมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังมี การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำเพื่อกำหนดมาตรการจัดการที่เหมาะสม พร้อมมีส่วนร่วมกับชุมชน เกษตรกร รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญอื่นๆ ในพื้นที่ ในการบริหารจัดการน้ำ ปกกันน้ำท่วม และสำรองน้ำสำหรับเมื่อต้องเผชิญกับภัยแล้ง ซึ่งอาจทวีความรุนแรงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การสร้างความมั่นคงของน้ำภาคการผลิต

- ประเมินความเสี่ยงด้านน้ำเพื่อกำหนดมาตรการจัดการ
- พัฒนาแหล่งเก็บกักน้ำ และแหล่งน้ำทางเลือก เช่น ระบบน้ำบาดาล เพื่อรับมือต่อภัยแล้ง
- เทคโนโลยีการผลิตที่ส่งเสริมการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

- มีส่วนร่วมในการวางแผนการจัดการน้ำกับภาครัฐ เอกชน และชุมชน
- ร่วมมือกับภาครัฐในการใช้ระบบฐานข้อมูลเพื่อติดตามประเมินผล และป้องกันความเสี่ยง

การอนุรักษ์ฟื้นฟูสภาพป่าต้นน้ำและพื้นที่ลุ่มน้ำ

- ฟื้นฟูพื้นที่ป่าต้นน้ำ เช่น เขาพระยาเดินธง จังหวัดลพบุรี พื้นที่ลุ่มน้ำมูล และพื้นที่อื่นๆ ที่ใกล้แหล่งการดำเนินงาน

การจัดการน้ำท่วมและอุทกภัย

- การปรับปรุงการระบายน้ำ สิ่งกีดขวางทางน้ำ และโครงสร้างป้องกันรับมือการเกิดน้ำท่วม
- มีแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจเพื่อรองรับต่อสภาวะวิกฤต

การจัดการคุณภาพน้ำ

- การป้องกันและลดการเกิดน้ำเสียที่ต้นทาง
- พัฒนาระบบบำบัดน้ำเสีย พร้อมควบคุมคุณภาพน้ำก่อนปล่อยออก ให้สอดคล้องตามกฎหมาย
- การนำน้ำเสียผ่านการบำบัดกลับมาใช้ใหม่ โดยเทคโนโลยีการบำบัดขั้นสูง เช่น Ultra Filtration และไบโอฟลอค



ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ

บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะดูแลและปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพและการต่อต้านการตัดไม้ทำลายป่า โดยได้มีการพิจารณาความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพของที่ตั้งการผลิตในประเทศไทยด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) เป็นเครื่องมือในการแสดงภาพและประเมินความใกล้เคียงกันของสถานประกอบการและพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพหลัก (Biodiversity Area) และพื้นที่คุ้มครองทั้งระดับประเทศและสากล จัดทำนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืนและแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้าธุรกิจในการไม่ตัดไม้ทำลายป่า และสื่อสารไปยังคู่ค้าเพื่อให้เกิดการตระหนักในการจัดหาหรือได้มาของวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบร่วมกันตลอดห่วงโซ่อุปทาน ส่งเสริมการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าเพื่อดูแลสิทธิของทุกคนที่ควรมีสัมผัสสิ่งแวดล้อมที่ดี ผ่านการดำเนินโครงการที่หลากหลาย

โครงการรักษานิเวศ ลุ่มน้ำป่าสัก เขาพระยาเดินธง

โครงการรักษานิเวศ ลุ่มน้ำป่าสัก เขาพระยาเดินธง จังหวัดลพบุรี ในประเทศไทย ที่เป็นการเปลี่ยนพื้นที่แห้งแล้งเป็นป่าสีเขียว คืนความชุ่มชื้นกลับสู่ธรรมชาติ และมีพันธุ์พืชและสัตว์ป่าหลากหลายชนิด



โครงการปลูกปิ่น ป้องป่าชายเลน

โครงการปลูกปิ่น ป้องป่าชายเลน ใน 3 พื้นที่ในประเทศไทย ได้แก่ ตำบลบางหญ้าแพรก จังหวัดสมุทรสาคร ตำบลปากน้ำประแส จังหวัดระยอง และตำบลท่าพริก จังหวัดตราด ทำให้ระบบนิเวศป่าชายเลนอุดมสมบูรณ์เป็นแหล่งอนุบาลสัตว์น้ำวัยอ่อนส่งผลให้ทรัพยากรสัตว์น้ำกลับคืน



การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสังคม

บริษัทให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรให้เป็นผู้มีความรู้คู่คุณธรรม มุ่งพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้สามารถสร้างการแข่งขันได้ในทางธุรกิจผ่านการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต การเป็นองค์กรนวัตกรรม การส่งเสริมวัฒนธรรมและการจัดการภายในองค์กรเพื่อให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุข มีความเป็นอยู่และสุขภาพที่ดี และมีความปลอดภัยในการทำงาน พร้อมส่งเสริมให้บุคลากรนำความรู้ที่ได้ออกไปพัฒนาช่วยเหลือชุมชนสังคม ปลูกฝังให้คำนึงถึงสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทาน

สิทธิมนุษยชน

บริษัทให้ความสำคัญกับการเคารพความหลากหลาย ความเท่าเทียม และการคุ้มครองกลุ่มเปราะบาง พร้อมส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย ผ่านกิจกรรมและช่องทางการสื่อสารต่างๆ และทำงานร่วมกับองค์กรทุกภาคส่วนเพื่อยกระดับการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน ให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความคาดหวังได้อย่างครอบคลุมและยั่งยืน



การบริหารทรัพยากรบุคคล

เพื่อรับมือกับความท้าทายที่เผชิญในยุคที่โลกธุรกิจกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บริษัทปรับกลยุทธ์และนโยบายด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลมุ่งสู่การเป็น “Bionic Organization” ที่ผสมผสานการทำงานของบุคคลและเทคโนโลยีได้อย่างลงตัวเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยกลยุทธ์นี้เน้นการดำเนินงาน 5 ด้าน ที่สำคัญต่อการรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันและการขับเคลื่อนความสำเร็จขององค์กรในอนาคต ดังนี้

1. **เพิ่มคนเก่งดิจิทัล:** เพิ่มพนักงานที่มีทักษะดิจิทัล และสามารถสร้างผลงานตามเป้าหมาย
2. **สร้างขีดความสามารถของบุคลากรและองค์กร:** พัฒนาศักยภาพคนและองค์กร เพื่อบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจร่วมกัน
3. **สร้างองค์กรแห่งนวัตกรรม:** สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนการคิดค้นแนวคิด และนวัตกรรมเพื่อสร้างสิ่งใหม่อย่างต่อเนื่อง
4. **สร้างผู้นำการเปลี่ยนแปลง:** พัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลงในทุกระดับขององค์กร เพื่อสามารถชี้แนะทีมและผลักดันผลลัพธ์ทางธุรกิจได้
5. **สร้างแบรนด์ LOVE:** ส่งเสริมให้พนักงานเกิดความรักความภูมิใจ และมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร



ด้านเศรษฐกิจ

ส่งเสริมการสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนและสังคม ให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างพอเพียงและมีความยั่งยืน ผ่านการใช้องค์ความรู้ของบุคลากรและความเชี่ยวชาญของบริษัทผ่านการดำเนินโครงการต่างๆ โดยบริษัทเน้นการส่งเสริมให้เกิดการสานต่อและถ่ายทอดโครงการที่ประสบความสำเร็จ ไปยังเครือข่ายพันธมิตร ควบคู่กับการวางรากฐานโครงการเพื่อต่อยอดการสร้างทักษะและรายได้ให้แก่ชุมชน เช่น โครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์แก่เกษตรกรรายย่อยและผู้ประกอบการกิจการหัตถา เป็นต้น



การพัฒนาและสนับสนุนชุมชน

ชุมชนและสังคมเป็นผู้มีส่วนได้เสียที่บริษัทให้ความสำคัญ โดยมีกระบวนการรับฟังความต้องการและความคาดหวังเพื่อเป็นแนวทางพัฒนาและสนับสนุนโครงการต่างๆ ให้ตอบโจทย์ชุมชนอย่างรอบด้าน ทั้งมิติสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ ด้วยเป้าหมายในการยกระดับความเป็นอยู่และสิ่งแวดล้อมที่ดีผ่านการร่วมกิจกรรมกับองค์กร โดยมีแนวทางการดำเนินการดังนี้

แนวทางการดำเนินงาน

- การประกาศนโยบายและความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมควบคู่กับการเติบโตอย่างยั่งยืน
- การสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียเพื่อรับฟังความต้องการและความคาดหวังในแนวทางการพัฒนาชุมชน
- การสนับสนุนและส่งเสริมให้บุคลากรภายในองค์กรนำความรู้ช่วยเหลือสนับสนุนชุมชนเพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อม
- การสร้างความร่วมมือกับตลอดห่วงโซ่คุณค่ารวมถึงผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม



ด้านคุณภาพสังคม

ส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่มเปราะบางทางสังคม ได้แก่ กลุ่มผู้พิการให้มีโอกาสการพัฒนาที่ดี สามารถใช้ชีวิตในสังคมได้ สนับสนุนการเรียนรู้ให้กับนักเรียน เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา ผ่านโครงการส่งเสริมการศึกษาด้วยความร่วมมือกับมูลนิธิสานอนาคตการศึกษา หรือ CONNEXT ED ต่อเนื่องเป็นปีที่ 9 และการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุให้มีสุขภาพและการดำรงชีวิตที่ดีในชุมชนและสังคมผ่านโครงการซีพีเอฟ คีนสุขภาพผู้สูงอายุ เป็นต้น



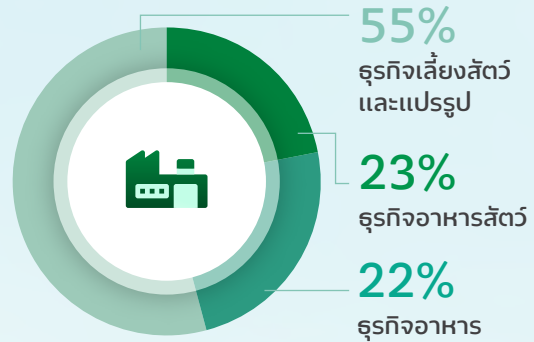


ผลการดำเนินงาน ปี 2567

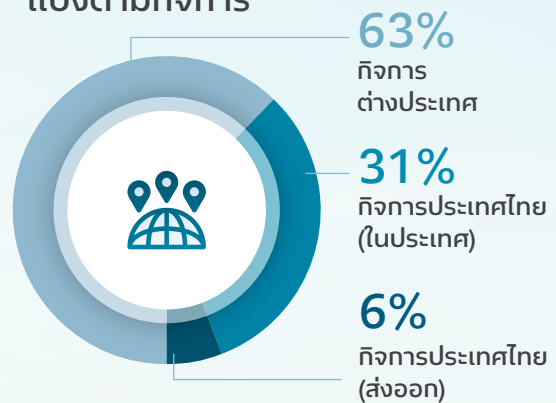


สัดส่วนรายได้จากการขาย

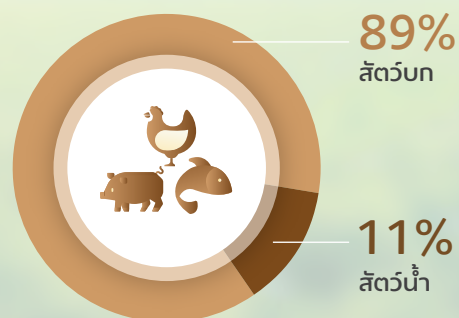
แบ่งตามผลิตภัณฑ์



แบ่งตามกิจการ

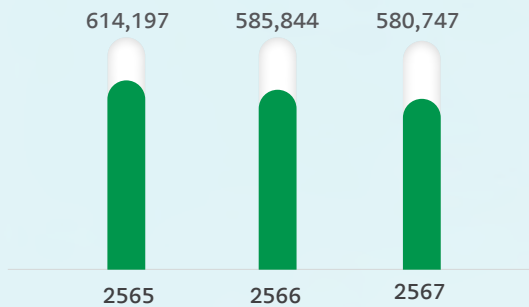


แบ่งตามส่วนธุรกิจ

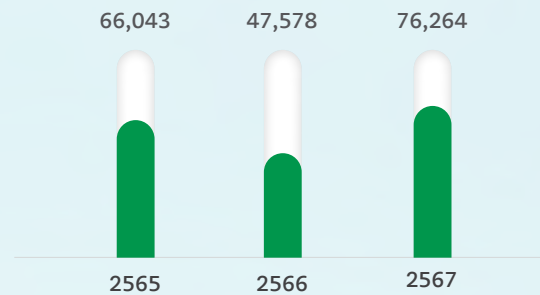


รายได้จากการขาย

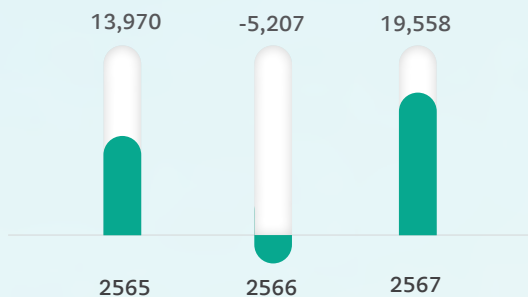
หน่วย : ล้านบาท

กำไรก่อนดอกเบี้ยภาษี
และค่าเสื่อมราคา (EBITDA)⁽¹⁾

หน่วย : ล้านบาท

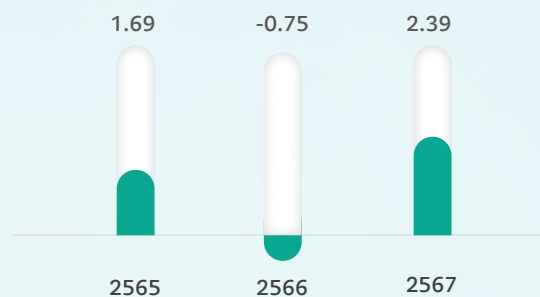
กำไรสุทธิ⁽²⁾

หน่วย : ล้านบาท



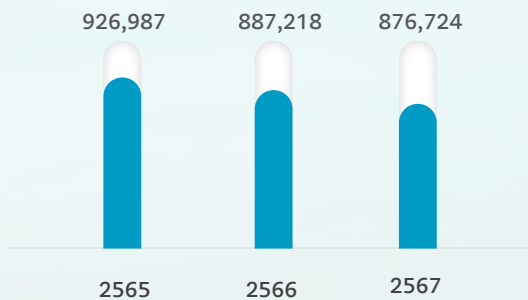
กำไรสุทธิต่อหุ้น

หน่วย : บาทต่อหุ้น

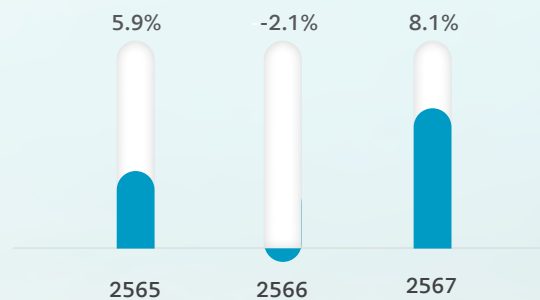


สินทรัพย์รวม

หน่วย : ล้านบาท

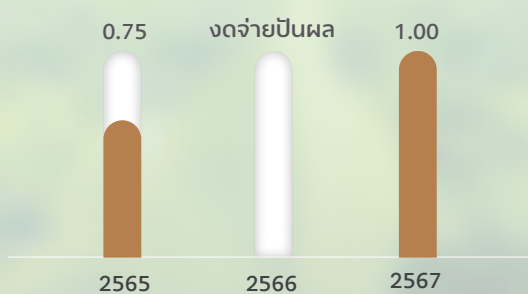
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น⁽³⁾

หน่วย : ร้อยละ



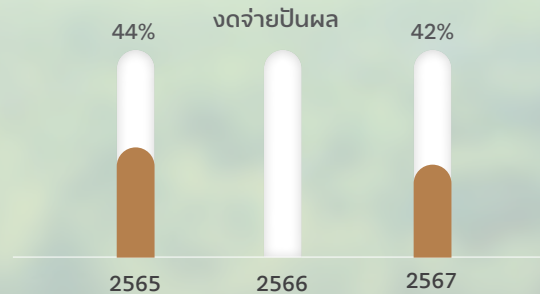
เงินปันผล

หน่วย : บาทต่อหุ้น



อัตราการจ่ายปันผล

หน่วย : ร้อยละ



⁽¹⁾ EBITDA = รายได้จากการขาย - ต้นทุนขาย + รายได้อื่นสุทธิ - ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร + กำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน + ค่าเสื่อมราคาและตัดจำหน่าย + ค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ชีวภาพ + เงินปันผลรับจากบริษัทร่วมและร่วมค้า

⁽²⁾ กำไรสุทธิ = กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่

⁽³⁾ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น = กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่/ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทเฉลี่ย



รางวัลและความสำเร็จ ปี 2567

รางวัลด้านความเป็นเลิศขององค์กร

The 14th Asian Excellence Awards 2024

จัดโดยนิตยสาร Corporate Governance Asia จำนวน 5 รางวัล ได้แก่

- รางวัลซีอีโอยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย
- รางวัลซีเอฟโอยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย
- รางวัลนักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย
- รางวัลบริษัทนักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย
- รางวัลความยั่งยืนแห่งเอเชีย



CAC Change Agent Award 2024

จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบัน
กรรมการบริษัทไทย (IOD) และแนวร่วม
ต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย
(CAC) สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการ
ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสตามแนวทาง
สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล



Asia's Best Companies Poll 2024

จัดโดยนิตยสาร FinanceAsia จำนวน 5 รางวัล ได้แก่

- รางวัลบริษัทที่มีการบริหารจัดการที่ยอดเยี่ยม ระดับ Gold
- รางวัลบริษัทด้านความหลากหลาย ความเสมอภาค และการมีส่วนร่วม ยอดเยี่ยม ระดับ Bronze
- รางวัลบริษัทเอกชนขนาดกลางยอดเยี่ยม ระดับ Bronze
- รางวัล CEO ยอดเยี่ยม ให้แก่ นายประสิทธิ์ บุญดวงประเสริฐ ประธานคณะผู้บริหาร
- รางวัล CFO ยอดเยี่ยม ให้แก่ นายไพศาล จิระกิจเจริญ ประธานผู้บริหารฝ่ายการเงิน

Thailand Franchise Award 2024

จัดโดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 3 รางวัล มอบให้ธุรกิจห้าดาว ได้แก่

- รางวัลแฟรนไชส์อาหารไทยยอดเยี่ยม
- รองชนะเลิศอันดับ 1 สุดยอดเยี่ยมแฟรนไชส์ไทยแห่งปี
- รองชนะเลิศอันดับ 1 แฟรนไชส์ไทยอินเทอร์เน็ตยอดเยี่ยม





IAA Awards for Listed Companies 2024

จัดโดยสมาคมนักวิเคราะห์การลงทุน ได้รับรางวัลนักลงทุนสัมพันธ์ดีเด่น หมวดธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

ASEAN-OSHNET Best Practice Awards 2024

จัดโดย Ministry of Manpower, MOM ประเทศสิงคโปร์ มอบให้แก่โรงงานผลิตอาหารสัตว์
ธารเกษมจ.สระบุรีสะท้อนถึงการดำเนินงานด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยดีเด่นในภูมิภาคอาเซียน



รางวัลด้านนวัตกรรม

THAIFEX - Anuga Taste Innovation Show 2024

รางวัลนวัตกรรมอาหารจากงาน THAIFEX-Anuga Asia 2024 มอบให้แก่ผลิตภัณฑ์ ซีพี ซิคเก้น พอคเก็ต แชนด์วิช ที่เปลี่ยนจากแป้งขนมปัง เป็นเนื้อไก่



The 49th International Exhibition of Inventions Geneva, Switzerland

รางวัลระดับ Bronze และรางวัล Special Prize จากผลงานนวัตกรรม “ซีสวีแกน” ที่ทำจากปลายข้าวหัก (Just-Cheese) ไขมันต่ำ มีคุณค่าทางโภชนาการสูง

Global Most Innovative Knowledge Enterprise Award 2024

จัดโดยสถาบันความรู้และนวัตกรรมเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (IKI-SEA) จำนวน 2 รางวัล ได้แก่

- รางวัลเหรียญทองระดับภูมิภาค The Southeast Asia Most Innovative Knowledge Enterprise Award 2024
- รางวัลระดับโลก Global Most Innovative Knowledge Enterprise Award 2024



DTN Smart Labelling Contest

รางวัลชนะเลิศการออกแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากอัจฉริยะ จัดโดย กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศกระทรวงพาณิชย์ จากการนำเสนอโครงการต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน ผสานกับเทคโนโลยีทันสมัยภายใต้แนวคิด “อาหารที่ดีจะส่งมอบความรู้สึกที่ดีให้กับผู้บริโภค” ติด “ฉลากอัจฉริยะ”



รางวัลด้านการตลาด



Thailand Corporate Excellence Award 2024

จัดโดยสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (TMA) ร่วมกับสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประเภท Distinguished Awards จำนวน 2 รางวัล ได้แก่

- สาขาความเป็นเลิศด้านการตลาด (Marketing Excellence)
- สาขาความเป็นเลิศด้านสินค้า/การบริการ (Product / Service Excellence Award)

Marketing Award of Thailand 2024

จัดโดยสมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย จำนวน 4 รางวัล ได้แก่

- รางวัลสุดยอดแคมเปญการตลาดแห่งปี CMO's TOP CHOICE Award จากแคมเปญ 'ไก่ไทยจะไปอวกาศ'
- รางวัลระดับ Silver ประเภทการตลาดที่ถ่ายทอดจุดยืนของแบรนด์แก่กลุ่มเป้าหมายผ่านการสร้างประสบการณ์และการสื่อสารต่างๆ
- รางวัลระดับ Silver ประเภทการตลาดที่ถ่ายทอดจุดยืนของแบรนด์แก่กลุ่มเป้าหมายผ่านการสร้างประสบการณ์และการสื่อสารต่างๆ มอบให้แก่แบรนด์ห้าดาว จากหนังสือโฆษณา "My Parent is a Tiktoker"
- รางวัล Certificate Shortlist ประเภทการตลาดที่มีความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี จากแคมเปญ "พักชอฟต์ใจ กับไข่ตุ๋น ซีพี"



Marketing Excellence Awards 2024

จัดโดย MARKETING-INTERACTIVE นิตยสารออนไลน์ชั้นนำระดับเอเชีย จำนวน 6 รางวัล ได้แก่

- ระดับ Gold 2 รางวัล สาขา Excellence in Brand Strategy และสาขา Excellence in Communications
- ระดับ Silver Award สาขา Excellence in Out-of-Home Advertisement
- รางวัลระดับ Bronze 3 รางวัล ในสาขา Excellence in TV / Video Advertising สาขา Marketing Team of the Year และในสาขา Excellence in Interactive Marketing AR&VR

รางวัลด้านทรัพยากรบุคคล

Thailand Labour Management Excellence Award 2024

รางวัลพระราชทานฯ สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี มอบแก่สถานประกอบการที่มีระบบบริหารจัดการด้านแรงงานยอดเยี่ยม ประเภทสถานประกอบการขนาดกลาง และขนาดเล็ก จัดโดยกระทรวงแรงงาน มอบให้แก่โรงงานผลิตอาหารสัตว์น้ำบ้านบึง จังหวัดชลบุรี และโรงเพาะฟักลูกกุ้งท่าบอน จังหวัดสงขลา



รางวัลองค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ประจำปี 2567

ประเภทองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ระดับดีเด่น ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 จัดโดยกระทรวงยุติธรรม สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของซีพีเอฟ ในการส่งเสริมและขับเคลื่อนการเคารพสิทธิมนุษยชนให้อยู่ในกระบวนการดำเนินธุรกิจทุกมิติ

รางวัลดีเด่นด้านการคุ้มครองสิทธิและการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ

เนื่องในวันสตรีสากลประจำปี 2567 จัดโดยกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จำนวน 2 รางวัล ได้แก่ รางวัลดีเด่นประเภทองค์กรเอกชน และรางวัลดีเด่นประเภทบุคคลภาคเอกชน

รางวัลจากกิจการต่างประเทศ

เวียดนาม

Food Hero 2024

จัดโดยเครือข่ายการพัฒนาอาหารเวียดนาม และสมาคมอาหารโปร่งใส (AFT) ร่วมกับเครือข่ายธนาคารอาหารโลก (GFN) ที่นครโฮจิมินห์ เวียดนาม

นิตยสาร Vietnam Report ร่วมกับ VietNamNet มอบ 3 รางวัลให้แก่ C.P.Vietnam ได้แก่

- รางวัล Top 10 Most Reputable Food Company 2024 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5
- รางวัล TOP 10 บริษัทผลิตอาหารสัตว์ชั้นนำ 5 ปีซ้อน
- รางวัล Top 50 บริษัทยอดเยี่ยมของเวียดนาม



High-Quality Vietnamese Brand 2024

ได้รับการยกย่องให้เป็นหนึ่งในแบรนด์สินค้าที่มีคุณภาพสูงของเวียดนามปี 2024 โดยผ่านการโหวตของผู้บริโภค จัดโดยสมาคมธุรกิจสินค้าที่มีคุณภาพสูงประเทศเวียดนาม

ประกาศเกียรติคุณ 2 รางวัล จากสหพันธ์เยาวชนแห่งชาติเวียดนาม (Vietnam Youth Federation)

- ประกาศเกียรติคุณประเภท “ผลงานยอดเยี่ยม” มอบให้แก่สหพันธ์เยาวชน ซี.พี.เวียดนาม
- ประกาศเกียรติคุณประเภท “มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมของสหพันธ์ฯ” มอบให้แก่ “กองทุน ซี.พี.เวียดนามเพื่อการกุศล” เนื่องจากดำเนินกิจกรรมที่เป็นประโยชน์และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวเวียดนาม

สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน)

Fun Food Taiwan 2024

จัดโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร (FIRDI) สำนักพัฒนาอุตสาหกรรม (IDB) และสมาคมอาหารในไต้หวัน มอบให้แก่ผลิตภัณฑ์ชาหมูเยอรมันกรอบ ผลิตภัณฑ์อกไก่ซอลท์เวลล์

Superior Taste Award 2024

ด้านรสชาติยอดเยี่ยม จัดโดยสถาบัน International Taste Institute ประเทศเบลเยียม มอบให้แก่ผลิตภัณฑ์ไก่หยองรสดั้งเดิม ผลิตภัณฑ์ไก่หมักพริกไทย กระเพราไก่ และสเต็กไก่กรอบ



สหราชอาณาจักร



Technical Partnership Award

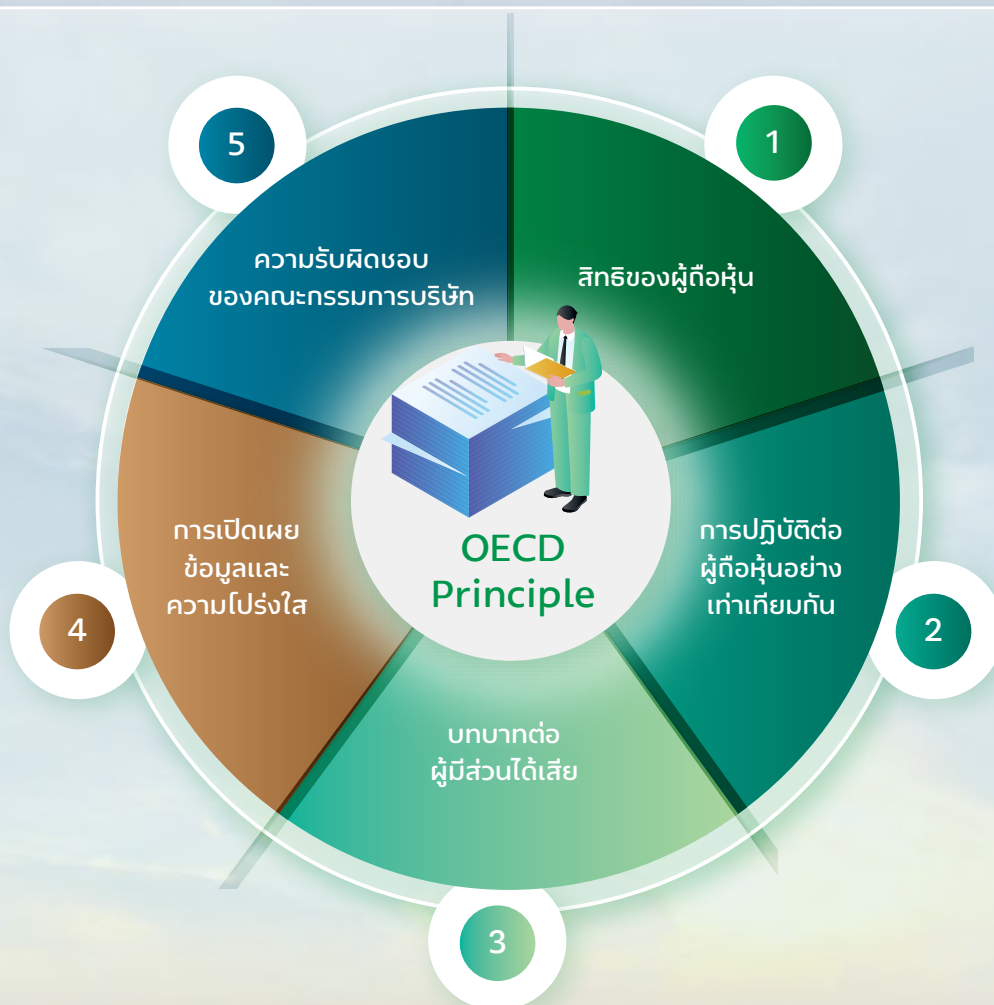
จัดโดย Sysco Corporation บริษัทชั้นนำระดับโลกด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารและธุรกิจการบริการ สะท้อนความสำเร็จของ the Foodfellas ในการเป็นพันธมิตรที่ส่งมอบสินค้าและบริการคุณภาพสูง ได้มาตรฐานระดับสากล



การกำกับดูแลกิจการ

นโยบายบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

นโยบายบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนของบริษัทได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ที่ตั้งอยู่บนรากฐานแนวทางการพัฒนาที่คำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกัน ในตัวเอง ตลอดจนใช้ความรู้และคุณธรรม และแนวคิดปรัชญา 3 ประโยชน์สู่ความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่มุ่งดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างประโยชน์ให้กับประเทศ ประชาชน และบริษัท โดยแนวคิดทั้งสองนี้เป็นหลักการสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจของบริษัทให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งนำเป้าหมายในการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติทั้ง 17 ข้อ เป็นส่วนหนึ่งสำหรับแนวทางการพัฒนาและการสร้างภูมิคุ้มกันต่อวิกฤตให้กับองค์กร โดยให้ความสำคัญในการพัฒนาอย่างยั่งยืนเชิงพื้นที่ (SDG Localization) เพื่อนำวาระการพัฒนาระดับโลกสู่ชุมชนท้องถิ่นให้บรรลุผลลัพธ์ตามเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งได้ทำการศึกษากรอบและแนวทางการดำเนินงานจากกฎเกณฑ์ หลักการ ข้อกำหนด กฎหมาย และแนวคิด แนวปฏิบัติต่างๆ ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล



1. สิทธิของผู้ถือหุ้น

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญในการคุ้มครองสิทธิของผู้ถือหุ้นและสนับสนุนให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิของตนตามความเหมาะสมสอดคล้องกับที่กฎหมายได้กำหนดไว้ รวมถึงการให้ข้อมูลที่สำคัญและจำเป็นต่อผู้ถือหุ้นผ่านช่องทางต่างๆ โดยข้อมูลดังกล่าวต้องมีความชัดเจนและทันต่อเหตุการณ์เพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้ถือหุ้น

1

เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นสามารถเสนอเรื่องเพื่อบรรจุเพิ่มเป็นวาระในการประชุมผู้ถือหุ้นล่วงหน้าก่อนวันประชุม รวมทั้งให้เสนอชื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเพื่อเข้ารับการศึกษา เลือกตั้งเป็นกรรมการของบริษัท

2

สื่อสารข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท 30 วันก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้น

3

จัดส่งหนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้นพร้อมเอกสารประกอบให้แก่ผู้ถือหุ้นทางไปรษณีย์ 21 วันก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้น โดยมอบหมายให้บริษัทศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งทำหน้าที่เป็นนายทะเบียนของบริษัทเป็นผู้ดำเนินการ

2. การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

บริษัทสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นของบริษัทได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรมตามสิทธิพื้นฐานที่มีอยู่ เช่น การจัดประชุมผู้ถือหุ้นที่สนับสนุนให้มีการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน อันรวมถึงสิทธิในการเสนอเรื่องเพื่อบรรจุเป็นวาระการประชุม และการเสนอชื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการ โดยคณะกรรมการบริษัทได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการรับเรื่องเพื่อพิจารณา รวมถึงช่องทางและช่วงเวลารับเรื่อง โดยได้มีการสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท และช่องทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

3. บทบาทต่อผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทดูแลและปฏิบัติต่อสังคมนรอบด้านตลอดห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นธรรมบนพื้นฐานของหลักสิทธิมนุษยชน โดยมีแนวทางและนโยบายในการดูแลสิทธิประโยชน์ตามสิทธิที่พึงมีของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเหมาะสม รวมถึงดูแล ป้องกัน แก้ไข หรือเยียวยาผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม (หากมี) และดำเนินกิจกรรมเพื่อดูแลและเสริมสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม

ผู้มีส่วนได้เสีย



ผู้ถือหุ้นและ
นักลงทุน



พนักงาน



ลูกค้าและผู้บริโภค



คู่ค้าธุรกิจ



ชุมชนและสังคม



หน่วยงานภาครัฐ



ภาคประชาสังคม
และภาควิชาการ



สื่อมวลชน

นอกจากนี้ บริษัทยังตระหนักและให้ความสำคัญกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยบริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะปกป้องและรักษาข้อมูลส่วนบุคคลให้ปลอดภัยสอดคล้องกับกฎหมาย และเป็นที่ยอมรับตามมาตรฐานสากล จึงได้จัดทำนโยบายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อเป็นแนวปฏิบัติให้พนักงานทุกระดับชั้นดำเนินงานได้ถูกต้องตามกฎหมาย และได้จัดทำประกาศเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อแจ้งเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลให้มั่นใจได้ว่าทุกธุรกรรมที่ทำกับบริษัทมีความมั่นคงปลอดภัย น่าเชื่อถือ และมีมาตรการที่เหมาะสมในการป้องกันความเสียหายที่เกิด



4. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

บริษัทเคารพและให้ความสำคัญในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยบริษัทจะปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลจากการถูกนำไปใช้ในทางที่ผิดและรักษาข้อมูลดังกล่าวให้ปลอดภัยตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และมาตรฐานสากล โดยคณะกรรมการบริษัทมอบหมายให้สำนักลงทุนสัมพันธ์และตลาดทุน ทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลทางการเงินและข้อมูลโดยทั่วไปของบริษัทให้กับนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ และผู้ลงทุนของบริษัท และเป็นช่องทางให้นักลงทุนที่สนใจติดต่อสื่อสารกับบริษัท สำหรับรายงานทางการเงิน บริษัทได้จัดทำงบการเงินตามมาตรฐานการบัญชี และมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่ประกาศใช้โดยสภาวิชาชีพบัญชี รวมถึงหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปของประเทศไทย โดยเลือกใช้นโยบายบัญชีที่เหมาะสมและถือปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ



ในส่วนข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า บริษัทจะทำการขายและการตลาดอย่างรับผิดชอบและซื่อสัตย์ โดยข้อมูลที่ใช้เพื่อการส่งเสริมการขายและการโฆษณา รวมถึงการดำเนินงานสื่อสารใดๆ ในนามของบริษัท จะต้องไม่คลาดเคลื่อนจากความจริงหรืออาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด มีการอธิบายข้อเท็จจริงและข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส และปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องในแต่ละประเทศ

5. ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่และความรับผิดชอบในการกำกับดูแลติดตามให้ฝ่ายบริหารปฏิบัติงานเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนในระยะยาว บนพื้นฐานของการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง วัตถุประสงค์และข้อบังคับของบริษัท และมติของที่ประชุมผู้ถือหุ้น รวมทั้งกำกับดูแลติดตามให้ฝ่ายบริหารมีการบริหารและขับเคลื่อนองค์กรตามกลยุทธ์ แผนงานและเป้าหมายประจำปีที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท ทั้งผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม บนการคำนึงถึงการผสมผสานสมดุลของประโยชน์ต่อบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ ภายใต้ 3 แนวทางกลยุทธ์หลัก คือ “เติบโตอย่างยั่งยืน มุ่งสู่ความเป็นเลิศ และสร้างพื้นฐานที่มั่นคง” ควบคู่ไปกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรบนค่านิยมของบริษัท หรือ “CPF Way”

บทบาทของกรรมการ



กำหนดเป้าหมาย



กำกับดูแล
การดำเนินธุรกิจ



ประเมินผล ติดตาม
และเปิดเผย

องค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567



กรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหาร
67%



กรรมการอิสระ
33%



13 คน
กรรมการผู้ขาย



2 คน
กรรมการผู้หญิง



3 คน
อายุ 50 - 59 ปี



6 คน
อายุ 60 - 69 ปี



6 คน
อายุ 70 - 79 ปี

บริษัทให้ความสำคัญในเรื่องความหลากหลายทางด้านทักษะ ความรู้ความสามารถของกรรมการ ตามทักษะที่กรรมการบริษัทพึงมี (Board Skills Matrix) โดยถือเป็นส่วนหนึ่งของการสรรหากรรมการ เพื่อจะได้คัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมที่มีความรู้ความชำนาญครอบคลุมในด้านต่างๆ อีกทั้งยังคำนึงถึงความหลากหลายในด้านเชื้อชาติ สัญชาติ เพศ และอายุ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดองค์ประกอบคณะกรรมการบริษัท

จรรยาบรรณธุรกิจ

“จรรยาบรรณธุรกิจ ซีพีเอฟ” เป็นหลักการพื้นฐาน แนวทางการปฏิบัติงานของกรรมการบริษัท และบุคลากรของบริษัท เพื่อให้บุคลากรของบริษัทได้ยึดถือปฏิบัติร่วมกันตามความคาดหวังของบริษัท โดยระบุหลักการดำเนินธุรกิจ ค่านิยมองค์กร การปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ การปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ รวมถึงการกำกับดูแลการปฏิบัติให้เป็นไปตามความคาดหวัง เพื่อประโยชน์ในการสร้างมาตรฐานในการปฏิบัติงานของกรรมการบริษัท และบุคลากรด้วยคุณธรรมและความซื่อสัตย์ รายละเอียดในคู่มือฉบับนี้ไม่ได้กล่าวถึงทุกสถานการณ์ โดยเฉพาะเจาะจง แต่จะช่วยให้เป็นแนวทางตัดสินใจให้ปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ โดยกรรมการบริษัทและบุคลากรของบริษัทจะต้องปฏิบัติตามดังต่อไปนี้

- ทำความเข้าใจหลักการและแนวปฏิบัติต่างๆ
- ปรึกษาผู้บังคับบัญชาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระเบียบหรือนโยบายนั้น หากเกิดความไม่มั่นใจในสิ่งที่กระทำถูกต้องตามจรรยาบรรณหรือไม่
- สื่อสารให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบ
- แจ้งเบาะแส เมื่อพบการกระทำที่ไม่ถูกต้องตามจรรยาบรรณธุรกิจตามช่องทางที่ได้กำหนดไว้ และให้ความร่วมมือในกระบวนการสืบสวนข้อเท็จจริง ซึ่งผู้ที่ให้เบาะแสจะได้รับความคุ้มครองตามนโยบายซึ่งสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง



ทั้งนี้ เพื่อให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจภายใต้มาตรฐานเดียวกัน บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องไว้ทั้งสิ้น 12 ฉบับ แบ่งออกเป็น 4 หมวดหมู่ ได้แก่



1. หมวดคุณธรรม

นโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์
นโยบายการต่อต้านคอร์รัปชัน
นโยบายการให้ รับของขวัญหรือประโยชน์อื่นใด



2. หมวดคุณภาพ

นโยบายด้านความยั่งยืน
จรรยาบรรณสำหรับคู่ค้าธุรกิจ
นโยบายบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน



3. หมวดบุคลากร

นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน
นโยบายการแจ้งเบาะแส
นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
นโยบายความปลอดภัยและอาชีวอนามัย



4. หมวดสินทรัพย์

นโยบายการบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศ
นโยบายการป้องกันการฟอกเงิน



การติดตามให้มีการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการ

การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนหลีกเลี่ยงการกระทำการใดๆ ที่เป็นความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และพนักงานต้องรายงานเรื่องความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นต่อผู้บังคับบัญชาของตน หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้บังคับบัญชามีหน้าที่แจ้งให้สำนักทรัพยากรบุคคลทราบตามแนวทางที่สำนักทรัพยากรบุคคลกำหนด

สำหรับการประชุมคณะกรรมการบริษัท หากกรรมการคนใดมีส่วนได้เสียในวาระที่พิจารณา ให้กรรมการคนนั้นต้องเปิดเผยรายละเอียดของการมีส่วนได้เสียนั้นต่อคณะกรรมการบริษัทโดยทันที และจะต้องไม่มีส่วนร่วมในการลงมติในวาระนั้น นอกจากนี้ กรรมการและผู้บริหารตามนิยาม ก.ล.ด. มีหน้าที่ต้องรายงานข้อมูลการมีส่วนได้เสียของตนและบุคคลที่เกี่ยวข้องเมื่อเข้าดำรงตำแหน่งครั้งแรก และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลต่อบริษัท โดยสำนักเลขานุการบริษัทจะจัดส่งสำเนารายงานดังกล่าวไปยังประธานกรรมการ และประธานคณะกรรมการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยง ภายใน 7 วันนับแต่วันที่บริษัทได้รับรายงาน เพื่อให้บริษัทมีข้อมูลประกอบการดำเนินการตามข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน ซึ่งเป็นรายการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์และอาจนำไปสู่การถ่ายเทผลประโยชน์ของบริษัทได้



การดำเนินงานระหว่างปี 2567

บริษัทได้สื่อสารแนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ไปยังกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนผ่านสื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์เป็นระยะๆ รวมทั้งบริษัทยังได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการรายงานข้อมูลการมีส่วนได้เสียของกรรมการและผู้บริหารเป็นระบบออนไลน์ ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกทั้งในด้านการรายงาน และการเรียกดูข้อมูล ทำให้ฐานข้อมูลถูกปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ ทั้งนี้ ในปี 2567 บริษัทไม่มีการเข้าทำรายการระหว่างกันที่ไม่ใช่รายการธุรกิจปกติหรือสนับสนุนธุรกิจปกติแต่อย่างใด

การดูแลเรื่องการใช้ข้อมูลภายใน

บริษัทมีนโยบายและแนวทางการกำกับดูแลการใช้ข้อมูลภายในของบริษัท เพื่อป้องกันมิให้มีการใช้ข้อมูลภายในเพื่อหาผลประโยชน์แก่ตนเองหรือผู้อื่นในทางมิชอบ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ถือหุ้นโดยรวม รวมทั้งสนับสนุนให้มีการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน และเป็นธรรมตามสิทธิพื้นฐานที่มีอยู่

นโยบายและแนวปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม

1. จัดให้มีนโยบายการใช้ข้อมูลภายในและการซื้อขายหลักทรัพย์ เพื่อให้ข้อมูลที่เป็สาระสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงราคาหรือมูลค่าของหลักทรัพย์ได้มีการเปิดเผยสู่สาธารณะอย่างถูกต้อง ไม่ขัดต่อกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง โดยกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน และลูกจ้างทุกคนได้ปฏิบัติเป็นแนวทางเดียวกัน กรณีกรรมการ ผู้บริหาร หรือผู้เข้าถึงข้อมูลภายในประสงค์จะซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท ให้แจ้งข้อมูลการเข้าทำรายการต่อสำนักเลขานุการบริษัท เป็นการล่วงหน้าอย่างน้อย 1 วันทำการก่อนวันเข้าทำรายการ
2. จัดให้มีนโยบายและมาตรฐานความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ เพื่อกำหนดทิศทาง หลักการ และกรอบของข้อกำหนดในการป้องกันทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศให้ปลอดภัยจากภัยคุกคาม ความถูกต้องครบถ้วนและความพร้อมใช้ของข้อมูลและระบบงานสารสนเทศ เพื่อผลักดันให้มีการควบคุมภายในด้านสารสนเทศที่รัดกุมตามแนวความเสี่ยง ที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล
3. จัดให้มีรายชื่อผู้เข้าถึงข้อมูลภายในซึ่งเป็นสมาชิกของคณะทำงานของโครงการที่มีสารสนเทศสำคัญซึ่งยังไม่ได้เปิดเผยต่อตลาดหลักทรัพย์ โดยผู้เข้าถึงข้อมูลภายในทุกคนจะต้องปฏิบัติตามนโยบายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลภายในอย่างเคร่งครัด

การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทได้จัดทำแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านคอร์รัปชันที่ครอบคลุม พร้อมทั้งสื่อสารสร้างความตระหนักและให้ความรู้แก่ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับอย่างสม่ำเสมอ เปิดช่องทางรับเรื่องร้องเรียนและแจ้งเบาะแสที่เป็นอิสระ ตลอดจนมีการสอบทานการปฏิบัติตามนโยบายเป็นประจำให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ กฎระเบียบข้อบังคับทั้งระดับประเทศและสากล



การดำเนินงานระหว่างปี 2567

- สร้างความตระหนัก โดยสื่อสารระเบียบปฏิบัติ เพื่อให้พนักงานได้รับทราบแนวปฏิบัติที่ถูกต้อง ไม่ขัดต่อหลักการต่อต้านคอร์รัปชันในกรณีต่างๆ ตามนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น อีเมล ระบบ Intranet (CPF Connect) และ Facebook เป็นต้น
- จัดทำสื่อการเรียนรู้ต่างๆ ในรูปแบบการเรียนรู้ทั้งทางออนไลน์ (Online Learning) และออฟไลน์ (Offline Learning) สำหรับบุคลากรในทุกๆ ประเทศให้สามารถเรียนรู้ ทำความเข้าใจ ตลอดจนนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ตามที่บริษัทกำหนดเป็นนโยบายให้บุคลากรทุกคนทำการทบทวนความรู้ความเข้าใจอยู่เป็นประจำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
- ได้รับการต่ออายุการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตกับคณะกรรมการโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต หรือ CAC
- ได้รับรางวัล CAC Change Agent Award 2024 โดยการชักชวนส่งเสริมคู่ค้าที่เป็น SME เข้าร่วมโครงการ CAC SMEs เพื่อสร้างความโปร่งใสให้กับห่วงโซ่อุปทาน
- ร่วมแสดงพลังต่อต้านการทุจริต ในงานวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล ประจำปี 2567 เมื่อวันศุกร์ที่ 6 กันยายน 2567 ในธีม **“โกงแบบโปร่งใส ESG... G เหมือนมีแต่มองไม่เห็น”** ผ่าน Facebook Live ขององค์กรต่อต้านคอร์รัปชัน เพื่อสร้างการรับรู้กระตุ้นให้คนในสังคมเล็งเห็นปัญหาคอร์รัปชันที่เกิดขึ้นในประเทศไทย และเพื่อสร้างความร่วมมือหลากหลายรูปแบบที่จะช่วยขจัดปัญหาคอร์รัปชันให้หมดไป





การแจ้งเบาะแส

บริษัทได้จัดทำนโยบายการแจ้งเบาะแส (<https://www.cpfworldwide.com/content/th/governance/whistleblowingpolicy.pdf>) เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงาน ผู้มีส่วนได้เสีย หรือบุคคลภายนอกสามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดกฎหมาย หรือจรรยาบรรณ หรือการทุจริตคอร์รัปชัน หรือการถูกละเมิดสิทธิผ่านช่องทางที่หลากหลาย รวมถึงกรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยงด้วย ดังต่อไปนี้



นโยบายการแจ้งเบาะแส
และข้อร้องเรียน

กรรมการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยง



1, 1/1 ซอยเย็นจิต 2 แยก 1 อาคารทรัพย์สินสมุทร 2
ชั้น 4 ถนนเย็นจิต แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร
กรุงเทพฯ 10120



02-780-8779 และ 097-190-5848



02-780-8787



iaoffice@cpf.co.th



LINE ID: CPFIA



<https://www.cpfworldwide.com/th/contact/form>

ศูนย์ผู้บริโภค



02-800-8000



consumercenter@cpf.co.th

ผู้แจ้งเรื่องร้องเรียนทั้งที่เป็นพนักงานหรือบุคคลภายนอก จะได้รับความคุ้มครองที่เหมาะสมจากบริษัท ทั้งการปกป้องผู้แจ้งเรื่องไม่ให้ถูกข่มขู่คุกคาม การรักษาความลับเกี่ยวกับข้อมูลของผู้แจ้งเรื่อง เว้นแต่ที่จำเป็นต้องเปิดเผยตามข้อกำหนดของกฎหมาย นอกจากนี้ จะไม่มีการเลิกจ้าง หรือพักงาน หรือเปลี่ยนตำแหน่งงาน หรือลงโทษทางวินัยต่อพนักงานที่เป็นผู้แจ้ง รวมทั้งให้ความเป็นธรรมและคุ้มครองพนักงานที่ปฏิเสธการกระทำซึ่งเข้าข่ายคอร์รัปชันและสินบนด้วย



ขั้นตอนการแจ้งข้อร้องเรียน

1



ผู้มีส่วนได้เสียภายในหรือภายนอกบริษัท
แจ้งเบาะแสหรือเรื่องร้องเรียน

2



หน่วยรับเรื่องร้องเรียน
หรือแจ้งเบาะแส 24 ชั่วโมง

3



คณะกรรมการตรวจสอบและ
บริหารความเสี่ยง และหน่วยงาน
ตรวจสอบภายใน รับเรื่องร้องเรียน

4



กระบวนการกลั่นกรอง / สอบสวน

5



ดำเนินการตามความเหมาะสม

6



รายงานคณะกรรมการตรวจสอบ
และบริหารความเสี่ยง และ
คณะกรรมการบริษัท

การบริหารจัดการความเสี่ยง

โลกในยุคปัจจุบันเผชิญกับความไม่แน่นอนในหลายด้าน และไม่สามารถคาดการณ์ได้ ดังนั้น การพัฒนาระบบการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ เพื่อใช้สำหรับป้องกัน ควบคุม และกำหนดมาตรการรองรับปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนความผันผวนต่างๆ ทั้งจากปัจจัยภายนอกและภายในบริษัท ย่อมช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจมีความยืดหยุ่นในการปรับตัว สามารถเติบโตอย่างยั่งยืน ตลอดจนสร้างโอกาสและผลตอบแทนได้อย่างเหมาะสม

วัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง

บริษัทสื่อสารบทบาทหน้าที่ และสร้างความตระหนัก เพื่อให้บุคลากรปฏิบัติตนอย่างรับผิดชอบในการคำนึงถึงความเสี่ยงและโอกาสที่อาจเกิดขึ้น ด้วยการดำเนินการดังต่อไปนี้



ด้านสภาพแวดล้อม

- สื่อสารนโยบายการบริหารความเสี่ยง
- บูรณาการหลักการเข้ากันนโยบาย กฎระเบียบ และขั้นตอนการปฏิบัติงาน
- กำหนดให้การบริหารความเสี่ยงเป็นหนึ่งในกลยุทธ์องค์กร
- กำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite)
- ระบุบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง



ด้านการปฏิบัติ

- ประชุมเชิงปฏิบัติการด้านความเสี่ยงร่วมกันระหว่างผู้บริหารหน่วยธุรกิจและสำนักบริหารความเสี่ยงองค์กรเป็นประจำ
- จัดทำมาตรการจัดการและกำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยงสำคัญ (Key Risk Indicators: KRIs) พร้อมทั้งติดตามความคืบหน้าการดำเนินงาน
- ประเมินความเสี่ยงในกิจกรรมต่างๆ อย่างรอบด้าน
- ส่งเสริมให้มีวาระการประชุมด้านความเสี่ยงในการประชุมประจำเดือนของหน่วยธุรกิจ
- สนับสนุนให้มีการแบ่งปันประสบการณ์การบริหารความเสี่ยงระหว่างหน่วยธุรกิจ



ด้านการสร้างความตระหนัก

- สื่อสารความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงในองค์กรผ่านสื่อและกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานทราบถึงแนวทางป้องกันและจัดการพัฒนาหลักสูตร จัดอบรม และทบทวนด้านความเสี่ยง เพื่อให้พนักงานมีความเข้าใจและสามารถประเมินความเสี่ยงได้



ด้านแรงจูงใจทางการเงิน

- พิจารณาผลประโยชน์ตอบแทนให้แก่ผู้บริหารและพนักงาน บนพื้นฐานของตัวชี้วัดที่กำหนดเรื่องความเสี่ยง





นโยบายการบริหารความเสี่ยง และโครงสร้างการจัดการ

บริษัทพัฒนาระบบการบริหารความเสี่ยงให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล COSO (The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) โดยดำเนินการแบบบูรณาการทั่วทั้งองค์กร และครอบคลุมความเสี่ยงทุกประเภท เพื่อสร้างความมั่นใจว่าการบริหารความเสี่ยงของบริษัทมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพียงพอ สามารถจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน การดำเนินการดังกล่าวมีผู้เกี่ยวข้อง ดังนี้



คณะกรรมการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยงได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทในการสอบทานความเพียงพอ ประสิทธิภาพ และการปฏิบัติตามนโยบายกลยุทธ์การบริหารความเสี่ยง รวมถึงระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้



คณะกรรมการบริหารกำกับดูแลและติดตามสถานะความเสี่ยงสำคัญ การบริหารความเสี่ยง ตลอดจนส่งเสริมวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง



คณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยงถูกแต่งตั้งขึ้นอย่างเป็นอิสระ แยกออกจากหน่วยธุรกิจมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการบริหารความเสี่ยงของบริษัท โดยมีหน้าที่สอบทานความเสี่ยงสำคัญของบริษัท ติดตามการดำเนินงานตามมาตรการจัดการความเสี่ยง และตัวชี้วัดความเสี่ยงสำคัญ



สำนักบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่ส่งเสริม เผยแพร่ความรู้ ตลอดจนให้คำแนะนำแก่หน่วยงานต่างๆ เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง พร้อมทั้งติดตามความคืบหน้าการจัดการ



ผู้บริหารหน่วยธุรกิจรับผิดชอบโดยตรงต่อการบริหารความเสี่ยงในขอบเขตงานที่ได้รับมอบหมาย และรายงานผลการบริหารความเสี่ยงต่อคณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยง



ผู้ประสานงานด้านความเสี่ยง (Risk Champion) เป็นตัวกลางในการประสานงานระหว่างหน่วยธุรกิจและสำนักบริหารความเสี่ยง



พนักงานทุกคนในองค์กรให้ความร่วมมือในการบริหารความเสี่ยง โดยถือเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย ปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง และรายงานความเสี่ยงที่พบตามช่องทางที่กำหนดอย่างทันเวลา



สำนักตรวจสอบภายในมีหน้าที่ประเมินกระบวนการปฏิบัติงาน ให้คำแนะนำเพื่อพัฒนาระบบการบริหารความเสี่ยง รวมทั้งนำผลประเมินความเสี่ยงไปจัดทำแผนการตรวจสอบประจำปี (Risk-Based Audit)



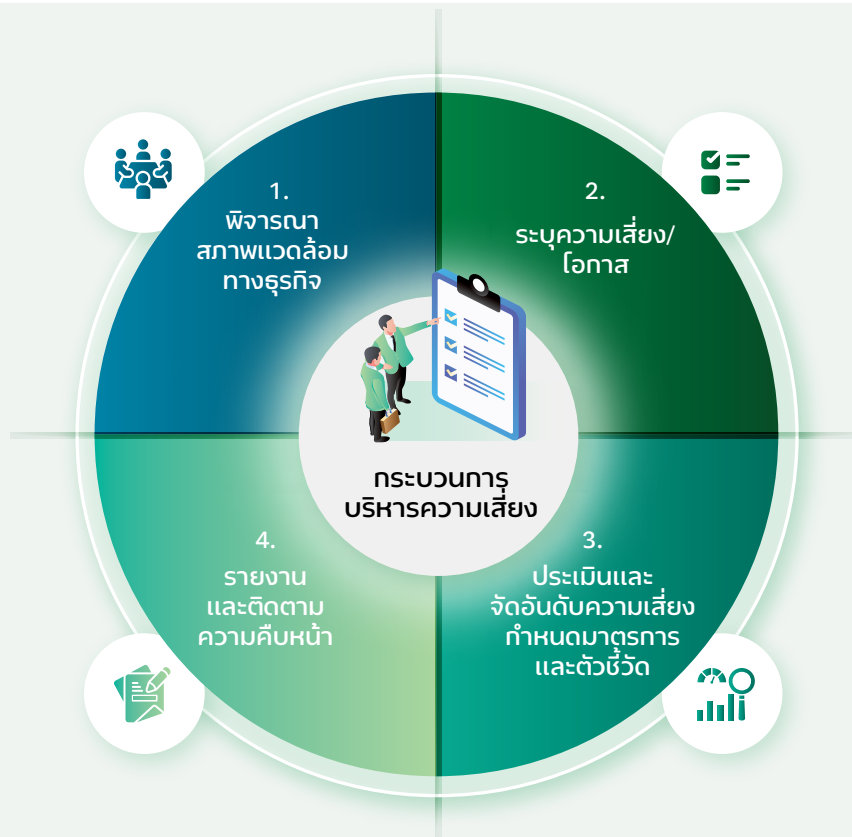
“

บริษัทกำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง หรือเมื่อสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยคณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยงจะรายงานผลการประเมินต่อคณะกรรมการบริหาร รวมถึงมีการแจ้งผลการประเมินต่อคณะกรรมการจัดการเพื่อทราบ และให้ดำเนินการตามมาตรการที่ระบุไว้

”

ระบบการบริหารความเสี่ยงและเครื่องมือที่ใช้

กระบวนการบริหารความเสี่ยงของบริษัทถูกรวบรวมไว้ใน “คู่มือการบริหารความเสี่ยง” โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานและเครื่องมือที่ใช้ ดังนี้



1. พิจารณาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดยการวิเคราะห์สถานะของโลกในระดับมหภาค อุตสาหกรรมและธุรกิจ ตลอดจนบริษัท เพื่อให้เห็นถึงสถานการณ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงแนวโน้มในอนาคต

2. ระบุความเสี่ยง ที่อาจส่งผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัท ทั้งความเสี่ยงที่เผชิญอยู่ในปัจจุบัน และความเสี่ยงใหม่ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต (Emerging Risk) รวมถึงโอกาสในการดำเนินธุรกิจ โดยใช้เครื่องมือหรือเทคนิคต่างๆ พร้อมทั้งอธิบายความหมายของความเสี่ยง เพื่อช่วยให้ผู้บริหารทราบถึงขอบเขตความเสี่ยง

3. ประเมินความเสี่ยง จัดอันดับของความเสี่ยง รวมถึงกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยงสำคัญและตัวชี้วัดความเสี่ยงสำคัญ

- กำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite)
- ประเมินความเสี่ยง โดยรวบรวมข้อมูลผ่านแบบประเมินความเสี่ยง (Risk Survey) ประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) และแสดงผลของความเสี่ยงบนแผนภูมิความเสี่ยง (Risk Heat Map)
- จัดอันดับความเสี่ยงโดยพิจารณาจากความสัมพันธ์ของผลกระทบและโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยงนั้น
- กำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยงที่ควรทำเพิ่มเติม และตัวชี้วัดความเสี่ยง สำหรับความเสี่ยงสำคัญ

4. รายงาน และติดตามความคืบหน้า ของมาตรการจัดการและสถานะของตัวชี้วัดความเสี่ยงสำคัญตามรอบที่กำหนด





ปัจจัยความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

บริษัทพิจารณาปัจจัยเสี่ยง โดยอ้างอิงตามแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social, and Governance: ESG) พร้อมทั้งกำหนดแนวทางการบริหารความเสี่ยง ดังต่อไปนี้

1. ความเสี่ยงใหม่ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต (Emerging Risks)

- การเผชิญหน้าระหว่างประเทศ
- การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ และความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน
- การเพิ่มขึ้นของกฎหมาย และกฎระเบียบด้านความยั่งยืน
- ความเสี่ยงจากการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน

2. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์

- สภาพอากาศเปลี่ยนแปลงไป
- พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป
- การลงทุนและผลการดำเนินงาน

3. ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน

- คุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า
- โรคระบาดในสัตว์ และโรคระบาดที่เชื่อมโยงมาสู่คน
- ความผันผวนของราคาสินค้าโภคภัณฑ์
- ความเสี่ยงทางไซเบอร์ (Cyber Risk)
- ความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัย และความปลอดภัย
- การบริหารบุคลากรเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต

4. ความเสี่ยงด้านการเงิน

- ความผันผวนของตลาดการเงิน
- ภาระหนี้ที่อยู่ในระดับสูงจากการดำเนินงานและการซื้อกิจการ
- ความสามารถในการชำระหนี้
- การดำรงอัตราส่วนทางการเงิน

5. ความเสี่ยงด้านการกำกับดูแลกิจการ

- ความเสี่ยงจากกฎหมาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
- สิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน

6. ความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร

7. ความเสี่ยงต่อการลงทุนในหลักทรัพย์ของบริษัท

- ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่ถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 25 ของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว
- ความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

ทุนและโครงสร้างการถือหุ้น

ณ วันที่ 13 มีนาคม 2568

ทุนจดทะเบียน

9,093,856,518 บาท

ทุนชำระแล้ว

8,413,568,585 บาท

59.27%

นิติบุคคลสัญชาติไทย

24.93%

นิติบุคคล
สัญชาติต่างประเทศ

0.02%

บุคคลธรรมดา
สัญชาติต่างประเทศ

15.78%

บุคคลธรรมดา
สัญชาติไทยโครงสร้าง
การถือหุ้น

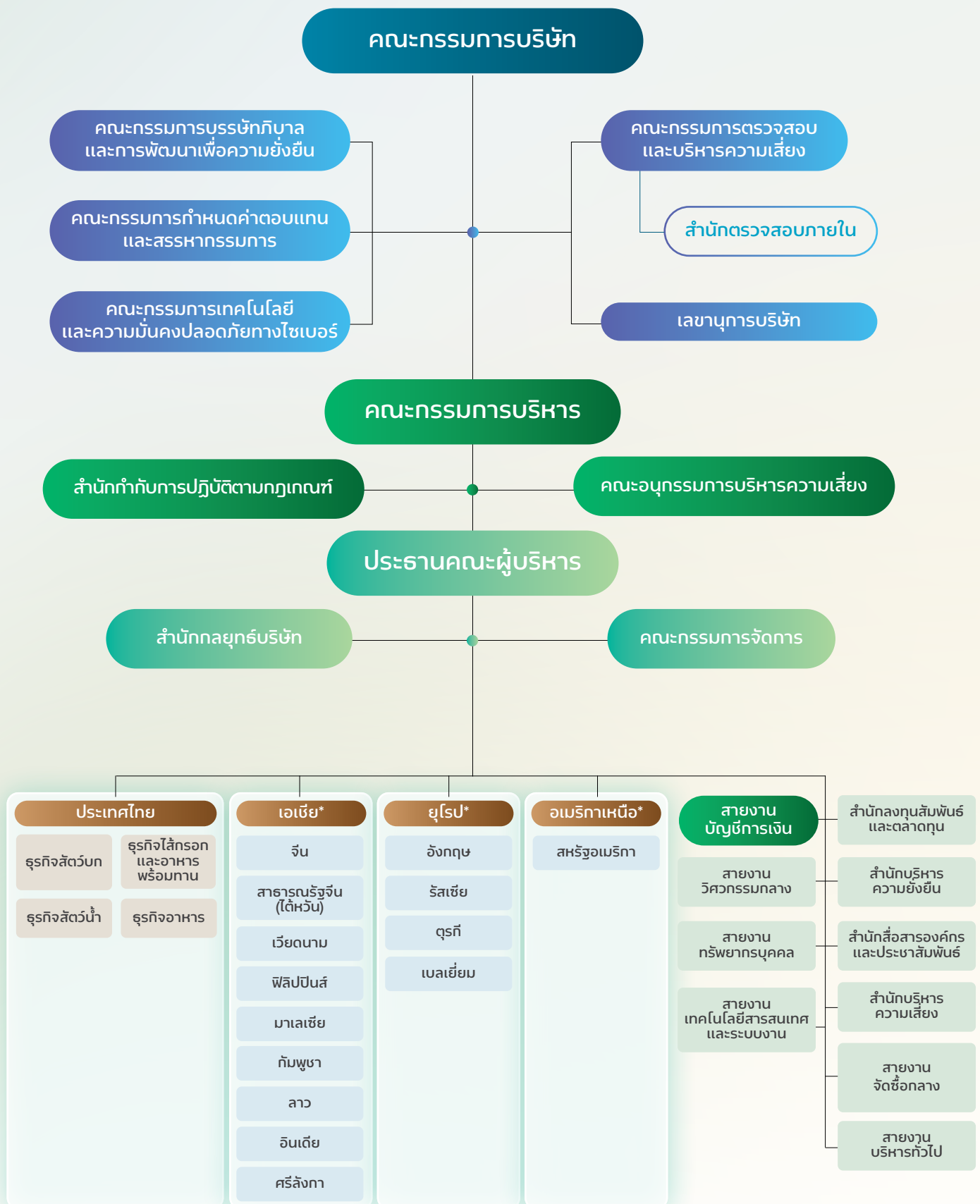
รายชื่อผู้ถือหุ้น 10 รายแรก มีดังนี้

รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น	สัดส่วนการถือหุ้น (ก่อนหักหุ้นซื้อคืน เพื่อบริหารทางการเงิน)
1. กลุ่ม CPG ⁽¹⁾	4,162,127,539	49.47%
2. บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด	875,107,414	10.40%
3. สำนักงานประกันสังคม	254,458,600	3.02%
4. STATE STREET EUROPE LIMITED	185,682,550	2.21%
5. SOUTH EAST ASIA UK (TYPE C) NOMINEES LIMITED	180,213,554	2.14%
6. กองทุนรวมวายุภักษ์หนึ่ง	154,734,200	1.84%
7. UBS AG HONG KONG BRANCH	123,855,600	1.47%
8. นายปริญญา เอื้อรวร	103,300,000	1.23%
9. ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อผู้ฝาก	73,390,306	0.87%
10. คิวเอส ซอฟต์แวร์ ซิสเต็มส์ จำกัด	60,500,000	0.72%

หมายเหตุ : ⁽¹⁾ กลุ่ม CPG รายงานตามมาตรา 246 และมาตรา 247 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม)



โครงสร้างการบริหาร



หมายเหตุ :

* เฉพาะที่มีฐานผลิตและเป็นบริษัทย่อย

คณะกรรมการบริษัท

ณ วันที่ 1 มีนาคม 2568 คณะกรรมการของบริษัทประกอบด้วยกรรมการจำนวน 15 คน ดังนี้



นายสุกิต เจียรนนท์
ประธานกรรมการ⁽¹⁾



นายพงษ์เทพ เจียรนนท์
รองประธานกรรมการ⁽¹⁾



นายสุกชัช เจียรนนท์
รองประธานกรรมการ⁽¹⁾



นายอติเรก ศรีประทักษ์
รองประธานกรรมการ⁽¹⁾



นายทฤษฎา จินะวิจารณ์
กรรมการ^{(2) (3)}



ศ.พิเศษ ดร. กิตติพงษ์ กิตยารักษ์
กรรมการ^{(2) (4) (5)}



นางวัชรีย์ วิมุกตายน
กรรมการ⁽²⁾



นายวินัย วิทวัสการเวช
กรรมการ^{(2) (6)}



นายเสว วรณเมธี
กรรมการ⁽²⁾



นางอรุณี วัฒนานันท์
กรรมการ⁽¹⁾



นายประสิทธิ์ บุญดวงประเสริฐ
กรรมการ⁽¹⁾



น.สพ. สุจินต์ ธรรมศาสตร์
กรรมการ⁽¹⁾



นายสิริพงศ์ อรุณรัตนา
กรรมการ⁽¹⁾



นายไพศาล จิระกิจเจริญ
กรรมการ⁽¹⁾



นายมนตรี สุวรรณโพธิ์ศรี
กรรมการ⁽¹⁾

หมายเหตุ :

⁽¹⁾ กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท โดยกำหนดให้กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท 2 คน ลงลายมือชื่อร่วมกันและประทับตราสำคัญของบริษัท

⁽²⁾ กรรมการอิสระ

⁽³⁾ ประธานกรรมการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยง

⁽⁴⁾ ประธานกรรมการบริษัทกสิวิสาหกิจและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

⁽⁵⁾ ประธานกรรมการอิสระ

⁽⁶⁾ ประธานกรรมการกำหนดค่าตอบแทนและสรรหากรรมการ



ผู้บริหาร

ณ วันที่ 1 มีนาคม 2568 ผู้บริหารและผู้บริหารสูงสุดของสายธุรกิจหลักมีดังต่อไปนี้

1. นายประสิทธิ์ บุญดวงประเสริฐ⁽¹⁾

ประธานคณะกรรมการ

2. น.สพ.สุจินต์ ธรรมศาสตร์⁽¹⁾

ประธานผู้บริหารฝ่ายปฏิบัติการ -
ธุรกิจสัตว์น้ำ

3. นายสิริพงศ์ อรุณรัตนา⁽¹⁾

ประธานผู้บริหารฝ่ายปฏิบัติการ -
ธุรกิจสัตว์บก

4. นายไพศาล จิระกิจเจริญ⁽¹⁾

ประธานผู้บริหารฝ่ายการเงิน

5. นางสาวพิมพ์ลัดน์ ธิพัฒน์นาวิจิตรกุล⁽¹⁾

ประธานผู้บริหารทรัพยากรบุคคล

6. นายเรวัติ หทัยสัตยพงศ์

ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจอาหารสัตว์บก

7. นายสมพร เจริญพงศ์

ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจสุกร

8. นายภาณุวัตร เนียมเปรม

ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจไก่เนื้อ-เปิดเนื้อ
ครบวงจร

9. นายสมคิด วรรณลูกขี้

ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจไก่ไข่

10. นายไพโรจน์ อภิรักษ์นุกูล

ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจสัตว์น้ำครบวงจร
เขตประเทศไทย

11. นายสุรจิต มัยลาภ

กรรมการผู้จัดการอาวุโส ธุรกิจอาหาร และ
รักษาการ กรรมการผู้จัดการ ธุรกิจการค้า
ในประเทศ

12. นายเอกปิยะ เอื้อวุฒิเกริก

กรรมการผู้จัดการ
ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ

13. นายสุนทร จักขุภรรณี

กรรมการผู้จัดการ
ธุรกิจห้าดาวและร้านอาหาร

14. นางสาวลลนา บุญงามศรี

กรรมการผู้จัดการ
ธุรกิจร้านอาหารเชสเตอร์

15. นายกิตติศักดิ์ ลิ้มอำไพ

กรรมการผู้จัดการ
ธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง

16. นายวิฑิต ลุจินตานนท์

ประธานคณะกรรมการกลุ่มธุรกิจการค้า
วัตถุดิบอาหารสัตว์

17. Mr. Robins Pharr McIntosh Jr.

ผู้บริหารสูงสุดธุรกิจพันธุ์สัตว์น้ำ

18. นายสุพล พันธุมะโอกาส

รักษาการ ผู้บริหารสูงสุดด้านวิจัยและ
พัฒนาอาหารสัตว์น้ำ

19. นางวิไลลักษณ์ คลอดเพ็ง

ผู้บริหารสูงสุดสายงานประกันคุณภาพ
อาหารกลาง

20. นายณฤกษ์ มางเขียว

กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพีเอฟ ฟู้ด แอนด์
เบฟเวอเรจ จำกัด (กิจการอาหารสำเร็จรูป)

21. นายพีรพงศ์ กรินชัย

ผู้บริหารสูงสุดด้านวิศวกรรมกลาง

22. นายเปรมศักดิ์ วัฒนสุขนร

ผู้บริหารสูงสุดสายงานวิจัยและ
พัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ

23. นางนลินี โรบินสัน

ผู้บริหารสูงสุดสายงานวิจัยและพัฒนา
ผลิตภัณฑ์อาหาร

24. นางสาวอนรรชวี ชูรัตน์

ผู้บริหารสูงสุด สายงานการตลาดกลาง

25. นางวรรณกนิษฐ์ ชำนาญเศรษฐการณ

ผู้บริหารสูงสุดธุรกิจแปรรูปไข่ ขนบปิ้ง
และอาหารสำเร็จรูปแปรรูป

26. นายสรรเสริญ สมัยสุด

กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพีเอฟ โอที
เซ็นเตอร์ จำกัด (เทคโนโลยีสารสนเทศ
และระบบงาน)

27. นายวรวิทย์ เจริญนากุล

รองกรรมการผู้จัดการบริหาร
สายงานบริหารทั่วไป

28. นางกอบบุญ ศรีชัย

เลขาธิการบริษัท และผู้บริหารสูงสุด
สายงานกิจการองค์กรและลงทุนสัมพันธ์

หมายเหตุ :

(1) ผู้บริหารของบริษัทตามนิยามในประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่ กจ. 17/2551
เรื่อง การกำหนดบทนิยาม ในประกาศเกี่ยวกับการออกและเสนอขายหลักทรัพย์ของบริษัท

ผู้บริหารกิจการต่างประเทศ

ชื่อ-นามสกุล	ประเทศ
1. Mr. Bai Shanlin	 จีน
2. นายปวิศ เอื้ออมรนิช	 เวียดนาม
3. Mr. Nicholas Shaw	 อังกฤษ
4. Mr. Graham Hillier	 อังกฤษ
5. นายทง โชติรัตน์	 สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน)
6. นายสิทธีพร พรหมจันทร์	 อินเดีย - ธุรกิจสัตว์บก
7. นายจักรกฤษณ์ วีระนาคินทร์	 อินเดีย - ธุรกิจสัตว์น้ำ
8. นายอาณัติ จุลินทร	 สหรัฐอเมริกา
9. นายสกล ชีวะโกเศรษฐ	 ฟิlippินส์
10. นายมนตรี สัมมนตรี	 มาเลเซีย - ธุรกิจสัตว์บก
11. นายวิรัช โพธิพันธุ์	 มาเลเซีย - ธุรกิจสัตว์น้ำ
12. Mr. Thomas Norgaard	 รัสเซีย - ธุรกิจสุกร
13. นายบุรี สีน	 รัสเซีย - ธุรกิจครบวงจรไก่
14. นายวิทยา เกรียงไกรวิทย	 กัมพูชา
15. Mr. Mehmet Ali Tekin	 ตุรกี
16. นายทำนอง พลทองมาก	 ลาว - ธุรกิจสัตว์บก
17. Ms. Ameena Ziauddin	 ศรีลังกา

พนักงาน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 ซีพีเอฟและบริษัทย่อย
มีพนักงานและคนงาน รวมทั้งสิ้น

132,739 คน*

* คนงาน หมายถึง คนงาน
รายเดือน คนงานรายวัน
และคนงานชั่วคราว





ติดต่อบริษัท

สำนักงานใหญ่

เลขที่ 313 อาคาร ซี.พี. ทาวเวอร์ ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500



02-766-8000



02-638-2139



www.cpfworldwide.com

สำนักเลขานุการบริษัท

เลขที่ 313 อาคาร ซี.พี. ทาวเวอร์ ชั้น 15 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500



02-766-8352 และ 02-766-8354



02-638-2139



csoffice@cpf.co.th

แจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียน

1, 1/1 อาคารทรัพย์สินบูร 2 ชั้น 4 ซอยเย็นจิต 2 แยก 1 ถนนเย็นจิต แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120



02-780-8779 และ 097-190-5848



02-780-8787



iaoffice@cpf.co.th



www.cpfworldwide.com/th/contact/form

สำนักลงทุนสัมพันธ์และตลาดทุน

เลขที่ 313 อาคาร ซี.พี. ทาวเวอร์ ชั้น 15 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500



02-766-8322 และ 02-766-8323



iroffice@cpf.co.th

สำนักสรรหาและคัดเลือกทรัพยากรบุคคล

เลขที่ 313 อาคาร ซี.พี. ทาวเวอร์ ชั้น 21 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500



02-766-8702-5



job@cpf.co.th

ศูนย์ผู้บริโภค ซีพีเอฟ (ประเทศไทย)



02-800-8000



consumercenter@cpf.co.th

รักสิ่งแวดล้อม โดยใช้กระดาษรีไซเคิล



ลดการใช้ไม้ใหม่
15 ต้น

ดูดซับก๊าซ CO₂
1.2 ตัน

ลดการใช้พลังงานน้ำ
3,402 ลิตร

ลดการใช้พลังงานไอน้ำ
0.5 ตัน

ลดการใช้พลังงานทั้งหมด
78 กิโลวัตต์-ชั่วโมง





บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 313 อาคาร ซี.พี. ทาวเวอร์ ถนนสีลม

แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

โทรศัพท์ : 02-766-8000

โทรสาร : 02-638-2139

www.cpfworldwide.com

