



บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

ข้อมูลบริษัทโดยสรุป ปี 2565



PUT OUR HE[♥]RT INTO FOOD

นวัตกรรมอาหารเพื่อผู้คนและโลกที่ดีขึ้น





สารบัญ



สารจากผู้บริหาร

4



ภาพรวมธุรกิจ

ความมุ่งมั่นของบริษัท	6
โครงสร้างการดำเนินธุรกิจ	7
กิจการของบริษัท	8
การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ	10
ธุรกิจของบริษัทโดยสรุป	12
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	14
นวัตกรรมจากใจสู่จาน	26
การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน	30



การดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานปี 2565	38
รางวัลและความสำเร็จปี 2565	40



การจัดการและกำกับดูแลกิจการ

การกำกับดูแลกิจการ	44
การบริหารความเสี่ยง	52
ทุนและโครงสร้างการถือหุ้น	55
โครงสร้างการบริหาร	56
คณะกรรมการบริษัท	57
ผู้บริหารและพนักงาน	58
ติดต่อบริษัท	60

คำจำกัดความ

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



แบบ 56-1
One Report ปี 2565
(รายงานประจำปี)



รายงานความยั่งยืน
ปี 2565

“
บริษัททุ่มเทด้านนวัตกรรม
สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์คุณภาพด้วยมาตรฐานที่ปลอดภัย
เพื่อความมั่นคงทางอาหารของผู้บริโภคทั่วโลก
บนพื้นฐานการมีคุณค่าความยั่งยืนร่วมกัน
”





นวัตกรรม

ส่งต่อความรัก ผ่านไปกับนวัตกรรม

เพราะเราเชื่อว่า **“ความรัก”** สัมผัสได้จากทุกสิ่งที่ทำ เราจึง **“ใส่ใจ”** ลงไปกับการสร้างสรรค์นวัตกรรม ตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย พร้อมส่งมอบไปยังผู้บริโภคทั่วโลก



ผู้คนและชุมชน

ส่งต่อรอยยิ้ม สู่ทุกคน

เราตั้งใจสร้าง **“รอยยิ้ม”** ให้กับทุกคนที่มีส่วนร่วมกับเรา ไม่ว่าจะเป็นรอยยิ้มของเกษตรกร รอยยิ้มของพนักงาน รอยยิ้มของพันธมิตรทางธุรกิจ รอยยิ้มของผู้ถือหุ้น ไปจนถึงรอยยิ้มของผู้บริโภค... ให้ทุกคนมีความสุขอย่างทั่วถึงร่วมกัน บนพื้นฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดี



โลก

ส่งต่อความห่วงใย เพื่อโลกของเรา

เรา **“ดูแล”** และ **“ห่วงใย”** ด้วยกระบวนการผลิตที่ใส่ใจธรรมชาติ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดการสูญเสียตาม**หลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)** เพื่อรักษาคุณภาพของธรรมชาติให้คงอยู่อย่างยั่งยืนตลอดไป



สารจากผู้บริหาร



“บริษัทได้ร่วมลงนามแสดงความมุ่งมั่นต่อองค์กร **Science Based Targets initiative (SBTi)** ในการกำหนดเป้าหมายขับเคลื่อนองค์กรมุ่งสู่เป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593”

Member of
**Dow Jones
Sustainability Indices**
Powered by the S&P Global CSA


FTSE4Good

MSCI
ESG RATINGS **BBB**
CCC B BB BBS A AA AAA

Sustainability Award
Silver Class 2022
S&P Global


CDP
DISCLOSURE INSIGHT ACTION

THSI
THAILAND
SUSTAINABILITY
INVESTMENT 2022

Corporate Governance Asia
ASIAN EXCELLENCE
AWARD
12TH
2022

**ASIA'S OUTSTANDING
COMPANIES
POLL**
by SI & MONEY

LCSB



CSI 100
DOANH NGHIỆP
BỀN VỮNG 2022

ESG100
2022
Environmental • Social • Governance



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.

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารครบวงจร ด้วยเป้าหมายการสร้างความมั่นคงทางอาหาร ภายใต้วิสัยทัศน์การเป็น “ครัวของโลก” ที่มีการเติบโตอย่างยั่งยืน มีฐานการผลิตผ่านการลงทุนและร่วมลงทุนใน 17 ประเทศทั่วโลก รวมทั้งมีการส่งออกจากฐานการผลิตในประเทศไทยไปมากกว่า 40 ประเทศ บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการและมีรสชาติเป็นที่พึงพอใจให้กับผู้บริโภค ด้วยกระบวนการผลิตและการดำเนินงานที่รักษาความสมดุลระหว่างความสำเร็จทางเศรษฐกิจและการสร้างคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน รวมถึงการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า ภายใต้ปรัชญา 3 ประโยชน์สู่ความยั่งยืนที่มุ่งสร้างสรรค์ประโยชน์เพื่อประเทศ ประชาชน และบริษัท บนพื้นฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ในปีที่ผ่านมาการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 19 (โควิด-19) ยังคงมีผลกระทบด้านเศรษฐกิจและกำลังซื้อทั่วโลก รวมถึงการส่งผลให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมและความพึงพอใจที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ ความขัดแย้งระหว่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศยูเครนและประเทศรัสเซีย ได้ทำให้ราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์และราคาพลังงานปรับตัวสูงขึ้น ด้วยอัตราเงินเฟ้อในหลายประเทศที่สูงขึ้นได้ทำให้หลายประเทศมีการปรับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพิ่มขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ต่างเป็นเรื่องที่ทำนายในการขับเคลื่อนธุรกิจ บริษัทได้มีนโยบายในการปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป มีการลงทุนอย่างระมัดระวัง และให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการบริหารต้นทุนในการดำเนินงานด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพ รวมถึงการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ ทั้งระบบดิจิทัล บล็อกเชนมาใช้ในการทำงานและกระบวนการผลิต

นอกจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นแล้ว อุตสาหกรรมการเลี้ยงสัตว์ในหลายประเทศได้เผชิญกับการแพร่ระบาดของโรคในการเลี้ยงสัตว์ อาทิเช่น โรคอหิวาต์แอฟริกาในสุกร (African Swine Fever: ASF) ในอุตสาหกรรมการเลี้ยงสุกร บริษัทได้เพิ่มมาตรการด้านความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity) ในการเลี้ยงสัตว์และกระบวนการทำงานอย่างเข้มงวดเพื่อให้สัตว์ปลอดจากการติดเชื้อ และทำให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์คุณภาพให้แก่ผู้บริโภค

ในปี 2565 บริษัทมี**รายได้จากการขายรวม 614,197 ล้านบาท** เติบโตขึ้นจากปี 2564 ร้อยละ 20 และมีมูลค่าสินทรัพย์ 926,987 ล้านบาท มีค่าใช้จ่ายภาษีให้แก่ภาครัฐ 6,003 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิ 13,970 ล้านบาท ในปี 2565 เพิ่มขึ้นจากปี 2564 ร้อยละ 7

คณะกรรมการบริษัทได้มีมติเห็นควรเสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2565 พิจารณานุมัติการจ่ายเงินปันผลประจำปี 2565 ในอัตราหุ้นละ 0.75 บาท โดยเป็นเงินปันผลระหว่าง

กาลที่จ่ายให้ผู้ถือหุ้นเมื่อวันที่ 14 กันยายน 2565 จำนวน 0.40 บาทต่อหุ้น และเป็นเงินปันผลประจำปีที่เสนอจ่ายให้ผู้ถือหุ้นในวันที่ 25 พฤษภาคม 2566 จำนวน 0.35 บาทต่อหุ้น

บริษัทให้ความสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจไปพร้อมกับการสร้างสมดุลในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งการดูแลสิ่งแวดล้อม ดูแลสังคมรอบด้าน และการมีรอบการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยในปี 2565 ที่ผ่านมา บริษัทได้ร่วมลงนามแสดงความมุ่งมั่นต่อองค์กร Science Based Targets initiative (SBTi) ในการกำหนดเป้าหมาย**ขับเคลื่อนองค์กรมุ่งสู่เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593** บริษัทมีการสนับสนุนลดการใช้พลังงานถ่านหิน และหันมาใช้พลังงานทดแทนเพิ่มขึ้น ได้ยกเลิกการใช้ถ่านหินในโรงงานประเทศเวียดนามตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2563 และยกเลิกการใช้ถ่านหินในโรงงานประเทศไทยตั้งแต่เดือนธันวาคม ปี 2565 นอกจากนี้ บริษัทได้ร่วมมือกับธนาคารในหลายประเทศในโครงการสนับสนุนการเติบโตของคู่ค้าและลูกค้า เพื่อให้มีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนต้นทุนที่เหมาะสมและมีเงินทุนหมุนเวียนดีขึ้นท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย

สุดท้ายนี้ ในนามของคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหารและพนักงานทุกคน ขอขอบคุณผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนสำหรับการสนับสนุนและความไว้วางใจที่ดีเสมอมา บริษัทยังคงยึดมั่นที่จะดำเนินธุรกิจตามวิสัยทัศน์ **“ครัวของโลก”** เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร บนหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ที่คำนึงถึงสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจเพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนตลอดไป


นายสุกกิต เจียรนวนนท์
ประธานกรรมการ


นายประสิทธิ์ บุญดวงประเสริฐ
ประธานคณะผู้บริหาร



ความมุ่งมั่นของบริษัท

วิสัยทัศน์

ครัวของโลก

ส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่เปี่ยมไปด้วยคุณภาพให้แก่ผู้บริโภคทั่วทุกมุมโลก

พันธกิจ

ดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารแบบครบวงจร เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในด้านคุณค่าทางโภชนาการ ปลอดภัยและความปลอดภัย สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ โดยมุ่งมั่นในการสร้างธุรกิจตามพื้นที่ยุทธศาสตร์และให้ความสำคัญในการสร้างกระบวนการผลิตที่ทันสมัยได้มาตรฐานระดับสากล ใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับแนวหน้าของอุตสาหกรรม และสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้นอย่างเหมาะสมด้วยความใส่ใจในผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน



ครัวของโลก

ทิศทางกลยุทธ์เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

ความยั่งยืน

เติบโตอย่างยั่งยืน



ขยายธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารครบวงจร

มุ่งสู่ความเป็นเลิศ



เป็นผู้นำแห่งคุณภาพและอาหารปลอดภัย

สร้างพื้นฐานที่มั่นคง



มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากร



สร้างศักยภาพการเติบโตสู่ระดับโลก



สร้างสรรค์นวัตกรรมและเพิ่มประสิทธิภาพ



รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

การกำกับดูแลกิจการ



สามประโยชน์ สู่ความยั่งยืน (ต่อประเทศ ประชาชน และบริษัท)



ยอมรับการเปลี่ยนแปลง



ทำเร็วและมีคุณภาพ



ทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย



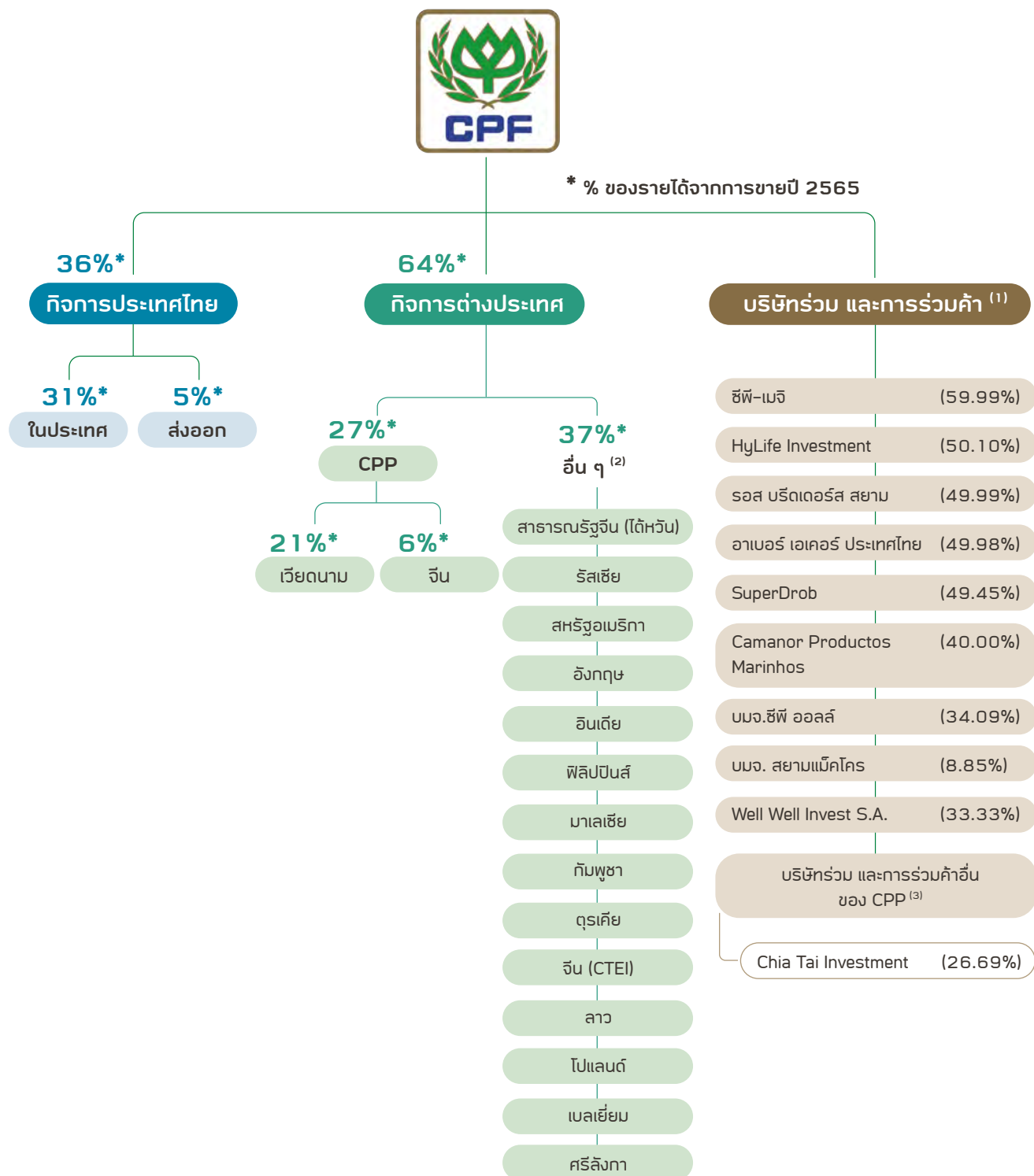
มีคุณธรรม ความซื่อสัตย์ และรู้จักตอบแทนบุญคุณ



สร้างสรรค์สิ่งใหม่

โครงสร้างการดำเนินงานธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565



หมายเหตุ :

(1) % สัดส่วนการถือหุ้นโดยบริษัท ทั้งทางตรงและทางอ้อม และแสดงเพียงบริษัทร่วม และการร่วมค้าหลัก

(2) รายชื่อพื้นที่อื่นที่มีฐานการผลิต

(3) กลุ่มบริษัทร่วมและร่วมค้าอื่นของ CPP ดูรายละเอียดได้ที่หมายเหตุประกอบงบการเงิน สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565



กิจการของบริษัท

บริษัท* บริษัทร่วม และบริษัทร่วมค้า
มีฐานการผลิตในธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม
และอาหารใน **17** ประเทศ

เป็นธุรกิจของบริษัท* **15** ประเทศ
และเป็นธุรกิจของบริษัทร่วม และร่วมค้า **2** ประเทศ

ส่งออก

>40 ประเทศ **5** ทวีปทั่วโลก

เข้าถึงผู้บริโภค

>4,000 ล้านคน



ทวีปอเมริกาเหนือ
2 ประเทศ



ทวีปยุโรป
5 ประเทศ



ทวีปอเมริกาใต้
1 ประเทศ



ทวีปเอเชีย
9 ประเทศ

รายละเอียดธุรกิจในแต่ละประเทศของบริษัท*

	ธุรกิจอาหารสัตว์	ธุรกิจเลี้ยงสัตว์-แปรรูป			ธุรกิจอาหาร
		 สุกร	 สัตว์ปีก	 สัตว์น้ำ	
ทวีปเอเชีย					
ไทย	●	●	●	●	●
จีน	●	●	●	●	●
สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน)	●	●	●	●	●
เวียดนาม	●	●	●	●	●
อินเดีย	●	●	●	●	●
กัมพูชา	●	●	●	●	●
ฟิลิปปินส์	●	●	●	●	●
มาเลเซีย	●	●	●	●	●
ลาว	●	●	●	●	●
ศรีลังกา	●	●	●	●	●
ทวีปยุโรป					
อังกฤษ	●	●	●	●	●
รัสเซีย	●	●	●	●	●
ตุรกี	●	●	●	●	●
เบลเยียม	●	●	●	●	●
โปแลนด์	●	●	●	●	●
ทวีปอเมริกาเหนือ					
สหรัฐอเมริกา	●	●	●	●	●

หมายเหตุ : บริษัท* หมายถึง บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) (หรือคำย่อว่า “ซีพีเอฟ”) และบริษัทย่อย



การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ



กว่า
4
ทศวรรษ

แห่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์คุณภาพ
เพื่อเป็น**ครัวของโลก**และของทุกคน



ปี 2540-2549

ปี 2520-2529

2521

- จัดทะเบียนจัดตั้งบริษัทในนาม “บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหารสัตว์ จำกัด” เพื่อผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ในประเทศไทย

ปี 2530-2539

2530

- นำหุ้นสามัญเข้าเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยภายใต้ชื่อย่อว่า “CPF”

2535

- ลงทุนในประเทศอินเดีย ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์และเลี้ยงสัตว์

2537

- แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เมื่อวันที่ 27 มี.ค. 2537

2541

- ลงทุนในประเทศเวียดนาม ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ เลี้ยงสัตว์ และอาหารแปรรูป

2542

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

2545

- ลงทุนในประเทศอังกฤษ ดำเนินธุรกิจผลิตอาหารแช่เย็นจำหน่ายในยุโรป
- ลงทุนในประเทศจีน ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์น้ำ ฟาร์มเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ และเพาะพันธุ์สัตว์น้ำ
- ลงทุนในประเทศเบลเยียม ดำเนินธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายเนื้อสัตว์แปรรูปและอาหารสำเร็จรูปในยุโรป

2547

- ลงทุนในประเทศตุรเคีย ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์บกและธุรกิจไก่ครบวงจร

2548

- ลงทุนในประเทศมาเลเซีย ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์น้ำ การเพาะเลี้ยงกุ้งครบวงจร และการแปรรูปกุ้ง

2549

- ลงทุนในประเทศรัสเซีย ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์บกและเลี้ยงสัตว์บก
- ลงทุนในประเทศลาว ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์บกและเลี้ยงสัตว์บก

ปี 2550-2564

2550

- ลงทุนในประเทศฟิลิปปินส์ ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์และฟาร์มเลี้ยงสัตว์

2552

- เข้าซื้อหุ้นสามัญของ Charoen Pokphand Enterprise (Taiwan) Co., Ltd. (“CPE”) ซึ่งเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ไต้หวัน ภายใต้ชื่อย่อ TWSE:1215 ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยงสัตว์และอาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ในประเทศไต้หวัน

2554

- ลงทุนในประเทศกัมพูชา ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ เลี้ยงสัตว์ และผลิตภัณฑ์อาหาร

2555

- เข้าซื้อหุ้น C.P. Pokphand Co., Ltd. (“CPP”) ซึ่งเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฮ่องกง ภายใต้ชื่อย่อ HKSE:00043 ดำเนินธุรกิจผลิตอาหารสัตว์ชั้นนำในประเทศจีน และเป็นผู้ดำเนินเกษตรอุตสาหกรรมสัตว์บกครบวงจร และธุรกิจสัตว์น้ำในประเทศเวียดนาม

2559

- ลงทุนในประเทศสหรัฐอเมริกา ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานแบบ Single Serve
- ลงทุนในประเทศศรีลังกา ดำเนินการผลิตและจำหน่ายอาหารพร้อมรับประทาน

2560

- ลงทุนในประเทศโปแลนด์ ดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ซึ่งผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ ไก่สด ไก่แปรรูปปรุงสุก ไส้กรอก และแฮม

2561

- ลงทุนในประเทศบราซิล ดำเนินธุรกิจฟาร์มกุ้งและแปรรูปขั้นต้น มีผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ กุ้งสดและกุ้งแปรรูปแช่แข็ง

2562

- ลงทุนในประเทศแคนาดา ดำเนินธุรกิจสุกร ตั้งแต่การผลิตอาหารสัตว์ ฟาร์มเลี้ยงสุกร โรงงานแปรรูปเนื้อสุกร เพื่อส่งออกไปยังตลาดพรีเมียม อาทิ ญี่ปุ่น เกาหลี จีน

2563

- ลงทุนในธุรกิจฟาร์มสุกรในประเทศจีน เพื่อขยายธุรกิจไปสู่ธุรกิจสุกรครบวงจรในประเทศจีน
- ลงทุนในกลุ่มเทสโก้เอเชีย ซึ่งประกอบธุรกิจค้าปลีกในสัดส่วน 20%

2564

- โอนขายกิจการกลุ่มเทสโก้เอเชีย ทั้งหมดให้แก่บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) (“MAKRO”) และได้รับค่าตอบแทนเป็นหุ้นสามัญของ MAKRO จำนวน 1,002 ล้านหุ้น ซึ่งภายหลังร่วมเสนอขายหุ้นใน MAKRO ให้แก่ประชาชนทั่วไปจำนวน 66 ล้านหุ้น
- เปิดตัวผลิตภัณฑ์ “MEAT ZERO” ผลิตภัณฑ์เนื้อจากพืช (Plant-based Meat) ที่ผลิตด้วยนวัตกรรม ‘PLANT-TEC’ ทำให้ได้เนื้อทางเลือกที่มีความเหมือนเนื้อสัตว์จริง ทั้งอาหารสำเร็จรูปพร้อมปรุง (Ready-to-Cook) และอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready-to-Eat) จำหน่ายในประเทศไทยและเริ่มบุกตลาดในทวีปเอเชีย

ปี 2565

- นำหุ้นสามัญทั้งหมดของ C.P. Pokphand Co., Ltd. (“CPP”) ออกจากการเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฮ่องกง
- ซี.พี. เวียดนาม เริ่มดำเนินการผลิตเนื้อไก่ครบวงจรในจังหวัดบิญเฟือก (Binh Phuoc) นับเป็นโครงการเลี้ยงไก่แปรรูปแบบครบวงจรเพื่อการส่งออกแห่งแรกของประเทศ

- กิจการประเทศไทยกลับมาส่งออกไก่ไปประเทศซาอุดีอาระเบียอีกครั้ง หลังจากได้มีการส่งออกไก่ไปยังประเทศซาอุดีอาระเบียครั้งล่าสุดเมื่อปี พ.ศ. 2547

หมายเหตุ : เรียงลำดับตามเดือนที่บริษัทได้แจ้งข่าวต่อตลาดหลักทรัพย์ฯ



ธุรกิจของบริษัทโดยสรุป

ขอบเขตในการดำเนินธุรกิจแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก

กิจการประเทศไทย

ประกอบธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารเพื่อจำหน่ายในประเทศไทยและเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศกว่า 40 ประเทศทั่วโลก



กิจการต่างประเทศ

ประกอบธุรกิจและร่วมลงทุนในธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารใน 16 ประเทศ ได้แก่ เวียดนาม จีน รวมถึงสาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) รัสเซีย อินเดีย สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฟิลิปปินส์ กัมพูชา มาเลเซีย ตูรเคีย ลาว โปแลนด์ เบลเยียม ศรีลังกา แคนาดา และบราซิล

บริษัทดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารครบวงจร ครอบคลุมตั้งแต่การผลิตอาหารสัตว์ จนถึงการผลิตอาหารพร้อมรับประทาน โดยจำแนกธุรกิจตามลักษณะผลิตภัณฑ์เป็น 3 ประเภท

ธุรกิจอาหารสัตว์

การผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ รวมถึงขมสัตว์เลี้ยง พัฒนานวัตกรรมกระบวนการผลิตอาหารสัตว์ รวมถึงขมสัตว์เลี้ยง ควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญต่อการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และรับผิดชอบต่อลูกค้าและสังคมรอบด้าน มีการสนับสนุนภาคการผลิตของเกษตรกรท้องถิ่น ตลอดจนมีระบบ ตรวจสอบย้อนกลับถึงที่มาของวัตถุดิบ เพื่อแสดงถึงความโปร่งใส สร้างความไว้วางใจต่อผู้มีส่วนได้เสีย



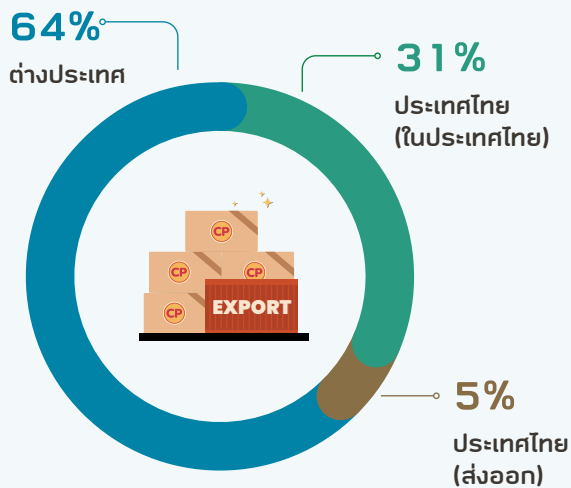
ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป

การเพาะพันธุ์สัตว์ การเลี้ยงสัตว์เพื่อการค้า และการแปรรูปเนื้อสัตว์ขึ้นพื้นฐาน และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ชำแหละ

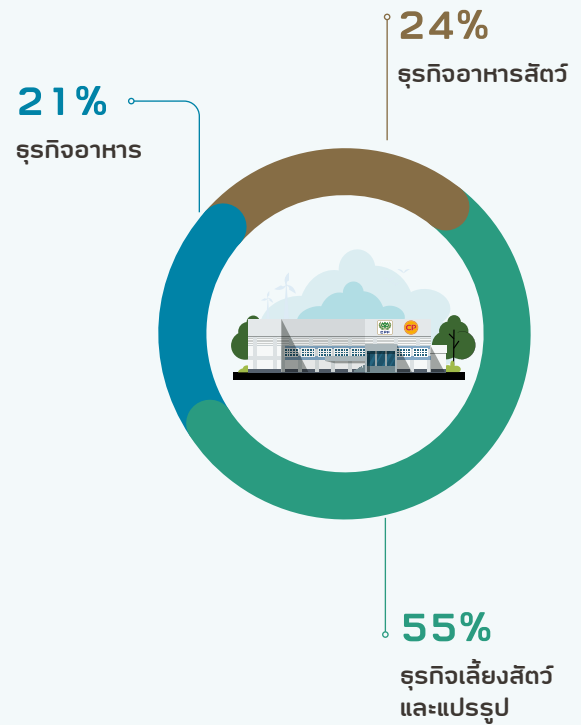
นำเทคโนโลยีทันสมัยมีประสบการณ์ในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาใช้ตลอดกระบวนการเลี้ยงควบคู่ไปกับการดูแลความเป็นอยู่ของสัตว์ตามหลักสวัสดิภาพสัตว์สากล เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล



สัดส่วนรายได้จากการขาย แบ่งตามขอบเขตการดำเนินธุรกิจ



สัดส่วนรายได้จากการขาย แบ่งตามผลิตภัณฑ์



ธุรกิจอาหาร

ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปถึงปรุงสุกและปรุงสุกและอาหารสำเร็จรูป หรืออาหารพร้อมรับประทาน รวมถึงช่องทางการจำหน่ายอาหารและร้านอาหาร เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานที่มีคุณภาพในด้านคุณค่าทางโภชนาการอย่างต่อเนื่องเพื่อสุขภาพที่ดี และราคาที่เหมาะสมด้วยนวัตกรรมการผลิต ที่ทันสมัยเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีระบบสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอดกระบวนการผลิต



ช่องทางจำหน่ายอาหาร

บริษัทจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในช่องทางที่หลากหลายเพื่อความสะดวกของผู้บริโภค เช่น ช่องทางค้าส่ง ช่องทางค้าปลีก ร้านอาหารเซสเตอร์ จุดจำหน่ายสินค้าห้าดาว และศูนย์อาหาร เป็นต้น





ลักษณะการประกอบธุรกิจ



ธุรกิจอาหารสัตว์



รายได้จากธุรกิจ
อาหารสัตว์ ปี 2565

146,121 ล้านบาท

หรือคิดเป็นร้อยละ 24
ของรายได้จากการขายรวม

บริษัทมีการดำเนินธุรกิจอาหารสัตว์ใน 11 ประเทศทั่วโลก ได้แก่ ประเทศไทย เวียดนาม จีน รวมถึง สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) รัสเซีย อินเดีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย กัมพูชา ติมอร์ เลสเต และร่วมลงทุนในประเทศจีน และแคนาดา ในปี 2565 ธุรกิจอาหารสัตว์มีมูลค่ารายได้จากการขายรวมจำนวน 146,121 ล้านบาท หรือ คิดเป็นร้อยละ 24 ของรายได้จากการขายรวมของบริษัท

อาหารสัตว์นับเป็นจุดเริ่มต้นในห่วงโซ่การผลิตเนื้อสัตว์และการผลิตอาหารที่มีคุณภาพ เพราะอาหารสัตว์เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อสุขภาพและภาวะโภชนาการของสัตว์โดยตรง บริษัทจึงให้ความสำคัญในการคิดค้นนวัตกรรมการผลิตอาหารสัตว์และพัฒนาเทคโนโลยีในด้านโภชนาศาสตร์สัตว์อย่างต่อเนื่อง เป็นผลให้บริษัทสามารถผลิตอาหารสัตว์ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล บนต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ และสามารถจัดจำหน่ายได้ในราคาที่เหมาะสมให้แก่เกษตรกร ปัจจุบันผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ อาหารสุกร อาหารไก่ อาหารเป็ด และอาหารกึ่งทั้งในรูปแบบอาหารและอาหารสำเร็จรูปชนิดผงและชนิดเม็ด โดยเป็นการผลิตและจำหน่ายภายในประเทศที่ดำเนินธุรกิจเป็นหลัก นอกจากการผลิตอาหารสัตว์บริษัทยังมีการผลิตและจัดจำหน่ายขนมสัตว์เลี้ยง

6 ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจอาหารสัตว์



1

วัตถุดิบมีคุณภาพ



2

สูตรอาหารสัตว์ที่เหมาะสมกับประเภทและความต้องการทางโภชนาการ



3

โรงงานที่สะอาดกระบวนการผลิตที่ทันสมัยตามมาตรฐานสากล



4

สินค้าคุณภาพและตรวจสอบย้อนกลับได้



5

ต้นทุนที่แข่งขันได้



6

ถ่ายทอดเทคโนโลยี และองค์ความรู้ที่ทันสมัย เกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์แก่เกษตรกร

- **การเลือกที่ตั้งและรูปแบบโรงงาน** บริษัทพิจารณาที่ตั้งที่เหมาะสมอยู่ในแหล่งการผลิตที่มีสาธารณูปโภครองรับ มีแหล่งน้ำเพียงพอ ไม่ส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ และมีมาตรการป้องกันการปนเปื้อนตามหลักความปลอดภัยด้านอาชีวอนามัย รูปแบบโรงงานมีการออกแบบด้วยหลักการโรงงานสีเขียวที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและชุมชนใกล้เคียง มีกระบวนการลดของเสียโดยการนำผลิตเป็นพลังงานหมุนเวียนใช้ในโรงงาน และมีการบริหารจัดการมลภาวะฝุ่นและกลิ่นที่อาจเกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตอาหารสัตว์ ในปี 2563 บริษัทได้ยกเลิกการใช้ถ่านหินในโรงงานประเทศเวียดนาม และตั้งแต่เดือนธันวาคม ปี 2565 กิจการในประเทศไทยได้ยกเลิกการใช้ถ่านหินในโรงงานทั้งหมด
- **สูตรการผลิตอาหารสัตว์** บริษัทคัดสรรสูตรอาหารที่สอดคล้องกับความต้องการทางโภชนาการของสัตว์แต่ละประเภทในแต่ละช่วงวัย ให้ได้รับคุณค่าทางอาหารเพียงพอต่อการเจริญเติบโต ตลอดจนการใช้โปรไบโอติกในอาหารสัตว์เพื่อส่งเสริมระบบการย่อยอาหารและเสริมสร้างความแข็งแรงของสัตว์
- **การคัดสรรวัตถุดิบ** วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ ประกอบด้วยข้าวโพด กากถั่วเหลือง ปลาป่น รำข้าว และส่วนประกอบวิตามินและแร่ธาตุอื่น ๆ วัตถุดิบที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่ได้รับการรับรอง นับเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญใน

การผลิตอาหารสัตว์ที่ดี โดยบริษัทดำเนินนโยบายการจัดซื้อวัตถุดิบจากแหล่งผลิตในประเทศเป็นลำดับแรก เพื่อเป็นการสนับสนุนภาคการผลิตของเกษตรกรท้องถิ่น รวมทั้งมีนโยบายการจัดหาอย่างยั่งยืนและแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้าธุรกิจ

- **การผลิตและควบคุมคุณภาพ** บริษัทผลิตและการควบคุมการผลิตด้วยระบบอัตโนมัติ รวมถึง เทคโนโลยีดิจิทัล ภายใต้ระบบมาตรฐานสากลที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานอิสระภายนอก เพื่อความปลอดภัยของพนักงานและเพื่อลดความเสี่ยงจากการปนเปื้อนในกระบวนการผลิต
- **การขายและบริการหลังการขาย** บริษัทตระหนักว่าความสำเร็จในการเลี้ยงสัตว์ของเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์นั้นจะนำมาสู่ความยั่งยืนร่วมกันของธุรกิจอาหารสัตว์ บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการแบ่งปันความรู้ความเข้าใจในการเลี้ยงสัตว์และการใช้อาหารสัตว์ที่ถูกต้องเหมาะสม สำหรับการจำหน่ายอาหารสัตว์นั้น บริษัทจำหน่ายโดยตรงจากโรงงานให้แก่เกษตรกรและผ่านตัวแทนจำหน่าย รวมถึงการพัฒนาการขายอาหารสัตว์ในรูปแบบออนไลน์ เพื่อให้สามารถเข้าถึงเกษตรกรในพื้นที่ห่างไกลได้มากขึ้น ตลาดอาหารสัตว์ยังมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของความต้องการบริโภคเนื้อสัตว์ และการขยายตัวของการเลี้ยงสัตว์ในรูปแบบของการเลี้ยงในระบบอุตสาหกรรมที่มีความทันสมัยมากขึ้น



ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป



รายได้จากธุรกิจ
เลี้ยงสัตว์และแปรรูป
ปี 2565

339,686 ล้านบาท

หรือคิดเป็นร้อยละ 55
ของรายได้จากการขายรวม

บริษัทดำเนินธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูปใน 15 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย เวียดนาม จีน รวมถึง สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) รัสเซีย สหรัฐอเมริกา อินเดีย Philipines มาเลเซีย กัมพูชา ตุรเคีย ลาว โปแลนด์ ศรีลังกา และร่วมลงทุนในประเทศแคนาดา และบราซิล โดยแต่ละประเทศมีลักษณะการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับโอกาสทางการตลาดและความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ ในปี 2565 ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูปมีรายได้จากการขายรวมจำนวน 339,686 ล้านบาท หรือคิดเป็น ร้อยละ 55 ของรายได้จากการขายรวมของบริษัท

ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูปของบริษัทประกอบด้วย การเพาะพันธุ์สัตว์ การเลี้ยงสัตว์เพื่อการค้า และการแปรรูปเนื้อสัตว์ขึ้นพื้นฐานโดยบริษัทได้คัดเลือกและพัฒนาสายพันธุ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในแต่ละพื้นที่ และได้ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทันสมัยรวมถึงระบบดิจิทัลมาใช้ตลอดกระบวนการเลี้ยง ควบคู่ไปกับการดูแลความเป็นอยู่ที่ดีของสัตว์ตามหลักสวัสดิภาพสัตว์สากล เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพและความปลอดภัยโดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ดูแลสิ่งแวดล้อมและลดการสูญเสียอาหาร (Food Loss) ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยมีผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ พันธุ์สัตว์ สัตว์มีชีวิต เนื้อสัตว์ที่ผ่านการแปรรูปขึ้นพื้นฐาน (เนื้อสัตว์แบ่งเป็นชิ้นส่วน) และ ไส้ไก่ โดยมีประเภทของสัตว์หลักได้แก่ สุกร ไก่เนื้อ ไก่ไข่ เป็ด และกิ้ง

7 ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป



1

สายพันธุ์สัตว์ที่แข็งแรง



2

อาหารสัตว์คุณภาพ



3

โรงเรียน โรงงาน และ
อุปกรณ์ที่เหมาะสม



4

การบริหารจัดการ
การเลี้ยงสัตว์ที่ดี



5

กระบวนการผลิตที่ปลอดภัยได้
มาตรฐานสากลและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



6

ระบบการขนส่งที่มี
ประสิทธิภาพ



7

การจัดการความปลอดภัย
ทางชีวภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน

- **สถานที่ตั้งและการออกแบบฟาร์มที่เหมาะสมกับการเลี้ยงสัตว์** บริษัทคำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม มีสาธารณูปโภคพื้นฐานเพียงพอ และการออกแบบฟาร์มที่มีระบบความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity) เพื่อป้องกันการติดเชื้อเข้าสู่ฟาร์ม อีกทั้งระบบการเลี้ยงยังคำนึงถึงสวัสดิภาพสัตว์ และพัฒนารูปแบบของฟาร์มเลี้ยงสัตว์เป็นฟาร์มสีเขียวที่เป็นมิตรกับชุมชนและสิ่งแวดล้อม โดยมีการบริหารการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ มีระบบการจัดการของเสีย ระบบการบำบัดน้ำ รวมถึงการนำของเสียจากฟาร์มมาใช้ผลิตชีวมวลและก๊าซชีวภาพใช้เป็นพลังงานหมุนเวียนในการผลิตไฟฟ้าภายในฟาร์ม

- **สายพันธุ์** บริษัทคัดเลือกและพัฒนาสายพันธุ์ให้เหมาะสมกับสภาวะแวดล้อมและความต้องการของแต่ละประเทศที่ดำเนินธุรกิจ โดยสายพันธุ์ถูกพัฒนาตามพื้นฐานวิชาพันธุศาสตร์ เพื่อให้ได้พันธุ์สัตว์ที่แข็งแรง และมีความต้านทานโรคได้ดี ให้ผลผลิตสูง เหมาะกับสภาวะแวดล้อมในการเลี้ยงของแต่ละประเทศ
- **การเลี้ยงสัตว์** บริษัทได้พัฒนาระบบและเทคโนโลยีที่ใช้ในการเลี้ยงสัตว์อย่างต่อเนื่อง ภายใต้หลักการความใส่ใจในสวัสดิภาพสัตว์ “หลักอิสระ 5 ประการ ควบคุม” ไปกับประสิทธิภาพในการเลี้ยงต่อพื้นที่ ไม่ใช้ฮอร์โมนในการเร่งการเจริญเติบโต เพื่อให้สัตว์นั้นได้อยู่ภายใต้การเลี้ยงที่ปราศจากความทุกข์ทรมาน และมีอิสระที่จะแสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติ

หลักอิสระ 5 ประการ

1



ได้รับสารอาหาร
และน้ำตามต้องการ

2



อยู่สบายในสิ่งแวดล้อม
ที่เหมาะสม

3



สุขภาพแข็งแรง
ไม่มีบาดเจ็บ

4



เลี้ยงดูอย่างดี
มีความสุข

5



อิสระเสรี มีพฤติกรรม
ธรรมชาติ



- **การแปรรูปขั้นพื้นฐาน** บริษัทปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานด้านสวัสดิภาพสัตว์ในการแปรรูปเนื้อสัตว์ขั้นพื้นฐาน ทั้งในกระบวนการขนส่ง และกระบวนการแปรรูป โดยกิจการในแต่ละประเทศจะขอการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานอิสระภายนอกโดยยึดข้อกำหนดของบริษัทและลูกค้า รวมถึงกฎหมายในประเทศนั้น ๆ เป็นสำคัญ
- **บรรจุภัณฑ์** ที่บริษัทเลือกใช้ได้คำนึงถึงการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ การใช้พลาสติกชีวภาพ (Bioplastic) ที่เรียกว่า Polylactic Acid (PLA) ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่ย่อยสลายได้ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการเก็บอาหาร
- **การขายและช่องทางการจัดจำหน่าย** สำหรับพันธุ์สัตว์รวมถึงสัตว์มีชีวิตส่วนใหญ่เป็นการขายที่หน้าฟาร์ม สำหรับเนื้อสัตว์ชำแหละ เนื้อสัตว์แปรรูป ไข่ไก่ และผลิตภัณฑ์พลอยได้ จากการเลี้ยงสัตว์มีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย ตลาดสด (Traditional Market) ช่องทางการค้าส่งค้าปลีกที่ทันสมัย (Modern Trade) รวมทั้งการส่งออกเนื้อสัตว์แช่แข็งผ่านตัวแทนของบริษัท





ธุรกิจอาหาร



รายได้จากธุรกิจอาหาร
ปี 2565

128,390 ล้านบาท

หรือคิดเป็นร้อยละ 21
ของรายได้จากการขายรวม

ปัจจุบัน บริษัทมีฐานการผลิตของธุรกิจอาหารใน 16 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย เวียดนาม จีน รวมถึงสาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) รัสเซีย สหรัฐอเมริกา อังกฤษ อินเดีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย กัมพูชา ตุรเคีย ลาว โปแลนด์ เบลเยียม ศรีลังกา และร่วมลงทุนในประเทศแคนาดา ในปี 2565 ธุรกิจอาหารมีรายได้จากการขายรวม 128,390 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 21 ของรายได้จากการขายรวมของบริษัท

บริษัทให้ความสำคัญในการวิจัยและพัฒนาผลิตอาหารที่มีคุณภาพในด้านคุณค่าทางโภชนาการ มีรสชาติ เป็นที่พึงพอใจแก่ผู้บริโภคในแต่ละประเทศ และมีความหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละวัยและในแต่ละท้องถิ่น ด้วยกระบวนการที่มีความปลอดภัยตลอดห่วงโซ่การผลิตรวมถึงการส่งเสริมความสะอาดให้แก่ผู้บริโภคให้สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้โดยการมีช่องทางการขายที่หลากหลายเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหารให้แก่ผู้บริโภคทั่วโลก ธุรกิจอาหารของบริษัทประกอบด้วยผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป อาหารพร้อมปรุง อาหารพร้อมทาน ตลอดจน ร้านอาหารเชสเตอร์ และจุดจำหน่ายอาหารภายใต้ธุรกิจห้าดาว และฟู้ดเซน



- **วัตถุดิบที่มีคุณภาพ** บริษัทให้ความสำคัญกับคุณภาพของวัตถุดิบและแหล่งผลิต ทั้งนี้ นอกจากเนื้อสัตว์ของบริษัทที่เป็นแหล่งวัตถุดิบหลักในการผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร บริษัทได้มีการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพอื่น ๆ จากแหล่งผลิตที่ได้มาตรฐาน โดยทำงานใกล้ชิดกับเกษตรกรเพื่อสร้างคุณค่าร่วมกัน ซึ่งเป็นโครงการสนับสนุนผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นส่วนประกอบในการปรุงอาหารจากเกษตรกรในพื้นที่ พร้อมทั้งการแบ่งปันความรู้และสร้างความเข้าใจในการทำการเกษตรอย่างยั่งยืน และจัดให้มีนโยบายการจัดหาอย่างยั่งยืนและแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้าธุรกิจเพื่อการดำเนินธุรกิจที่มั่นคงบนพื้นฐานของการดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างเป็นระบบตลอดห่วงโซ่อุปทาน
- **การผลิต** มาตรการคุณภาพและความปลอดภัยตลอดกระบวนการผลิต คือ สิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญอย่างยั่งยืนมาโดยตลอด บริษัทจึงมุ่งมั่นวิจัยและพัฒนานวัตกรรมการผลิตที่มีประสิทธิภาพให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารคุณภาพและปลอดภัยในการบริโภค บริษัทได้นำระบบเทคโนโลยีอัตโนมัติและเทคโนโลยีหุ่นยนต์ใช้เสริมสร้างประสิทธิภาพในการผลิต ทั้งนี้บริษัทได้จัดตั้งบริษัท ศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร ซีพีเอฟ จำกัด ในประเทศไทย เพื่อเป็นศูนย์กลางการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอาหาร ผ่านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบโจทยการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคและอุตสาหกรรมอาหาร
- **บรรจุภัณฑ์** บริษัทให้ความสำคัญกับการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องอาหารให้ปลอดภัยและคงคุณค่าอาหารตามหลักโภชนาการไว้อย่างสมบูรณ์และสามารถเก็บรักษาอาหารได้นานขึ้นเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดขยะอาหารและการสูญเสียอาหาร (Food Waste, Food Loss) รวมถึงการสรรหาบรรจุภัณฑ์ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และมีฉลากผลิตภัณฑ์ (Product Labelling) ที่บ่งบอกถึงคุณค่าทางโภชนาการและปริมาณที่ควรบริโภค (Guideline Daily Amounts) เพื่อสนับสนุนการบริโภคเพื่อสุขอนามัยที่ดี
- **ช่องทางการจัดจำหน่าย** บริษัทได้กระจายการจัดจำหน่ายในช่องทางอันหลากหลาย เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงอาหารของผู้บริโภค เช่น 1.) ช่องทางค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Market) 2.) ช่องทางค้าปลีกและค้าส่งทันสมัย (Modern Trade) อาทิ ร้านค้าสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต และ ไฮเปอร์มาร์เก็ต 3.) ช่องทางธุรกิจบริการอาหาร (Food Service) อาทิ ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร ศูนย์อาหาร และธุรกิจจัดเลี้ยง ซึ่งจัดจำหน่ายผ่านทั้งช่องทางของบริษัทและช่องทางของพันธมิตรทางการค้า รวมถึงจุดจำหน่ายอาหารภายใต้ธุรกิจห้าดาวและฟู้ดเซน รวมถึงธุรกิจร้านอาหารของบริษัท เช่น ร้านอาหารเชสเตอร์ นอกจากนี้ บริษัทยังมีการส่งออกสินค้าผ่านสาขาตัวแทนจำหน่ายของบริษัทในประเทศต่าง ๆ และผู้นำเข้าในต่างประเทศ

ธุรกิจอาหารเป็นธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีภาวะการแข่งขันสูง ทั้งนี้ จากแนวโน้มสังคมเมืองที่มีการขยายตัวและมีวิถีการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการอาหารสำเร็จรูปเพื่อความสะดวกสบายเพิ่มมากขึ้น ขณะเดียวกัน ผู้บริโภคยังคงมองหาอาหารที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาหารเพื่อสุขภาพ ที่มีแหล่งที่มาที่เป็นที่ยอมรับ ผู้ผลิตจึงต้องมีการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคให้เหมาะสมกับสภาพวัฒนธรรมการบริโภคของแต่ละพื้นที่

“คุณภาพและความปลอดภัย”

ตลอดกระบวนการผลิต คือหัวใจของสุขภาพที่ดี

ด้วยลักษณะการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร บริษัทจึงมีศักยภาพในการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพ ตลอดกระบวนการผลิตได้อย่างเป็นระบบ พร้อมนำระบบมาตรฐานสากลและมาตรฐานของกลุ่มลูกค้าซึ่งได้รับการรับรองจากหน่วยงานอิสระ (Third Party) มาประยุกต์ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ การเลี้ยงสัตว์ และการผลิตอาหารนอกเหนือจากการปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับของประเทศที่บริษัทมีการดำเนินธุรกิจอยู่อย่างเคร่งครัด

	ธุรกิจอาหารสัตว์	ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป	ธุรกิจอาหาร
มาตรฐานด้านการผลิต	• GMP • HACCP • ISO 9001 • ISO 22000 • ISO/IEC 17025 • GMP+ B1 B2 B3 B4 • FAMI-QS • RWA • ALO • Global GAP • BAP • Marin Trust • AI Compartment • CPF Food Standard • PS 7818:2018	• GAP • GMP • GHPs • HACCP • ISO 9001 • ISO 22000 • Halal Standard • GobaI GAP • CoC Dept. of Fisheries • BAP • FMD Free • AI Compartment • BRC • QS • RWA • ALO • Genesis GAP/ Lloyd's Register Poultry Schem • CPF Food Standard • PS 7818:2018	• GMP • GHPs • HACCP • ISO 9001 • Halal Standard • BRC • QS • ALO • RSPO • BAP • ASC • CPF Food Standard • PS 7818:2018
มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม	• ISO 14001 • CPF SHE&En Standard		
มาตรฐานด้านความปลอดภัยในการทำงาน	• Good Labour Practice (GLP) • TLS 8001-2010 • ISO45001 • CPF SHE&En Standard		

หมายเหตุ :

นโยบายและแนวปฏิบัติของบริษัทสอดคล้องตามมาตรฐานข้างต้น ทั้งนี้ กิจกรรมในแต่ละประเทศจะเป็นผู้พิจารณาขอรับรองมาตรฐาน จากหน่วยงานอิสระภายนอกตามความเหมาะสม โดยยึดข้อกำหนดของบริษัทและลูกค้า รวมถึงกฎหมายประเทศเป็นสำคัญ





เราใส่ใจคัดสรรอาหารที่มีคุณภาพ และปลอดภัย เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคทั่วทุกมุมโลก

ผลิตภัณฑ์หมู



ผลิตภัณฑ์จากไก่และเป็ด



ผลิตภัณฑ์ไข่



ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ



ผลิตภัณฑ์ไส้กรอก



ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทาน



หมายเหตุ : รูปภาพสินค้าที่แสดงนี้เป็นตัวอย่างบางส่วน
ของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทผลิตและจำหน่าย



ผลิตภัณฑ์โปรตีนจากพืช



เทคโนโลยีการสร้างผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์
พัฒนาโดย CPF R&D Center
ร่วมกับพันธมิตรจากต่างประเทศ



ผลิตภัณฑ์ซุปรและซอส



ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ



ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่



ผลิตภัณฑ์ขนมสัตว์เลี้ยง



หมายเหตุ : รูปถ่ายสินค้าที่แสดงนี้เป็นตัวอย่างบางส่วน
ของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทผลิตและจำหน่าย



นวัตกรรมจากใจสู่จาน



นวัตกรรมอาหารสัตว์



ข้าวเปลือกวัตถุดิบทดแทนเพื่อส่งเสริมรายได้เกษตรกรในประเทศ

บริษัทได้นำข้าวเปลือกมาใช้เป็นวัตถุดิบทางเลือก สำหรับการผลิตอาหารสัตว์ ด้วยการคิดค้นวิธีนำข้าวเปลือกมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพให้สัตว์ได้รับคุณประโยชน์ทางโภชนาการสูงสุด บริษัทร่วมมือกับ บริษัท เจริญโภคภัณฑ์เมล็ดพันธุ์ จำกัด วิจัยและพัฒนาข้าวสายพันธุ์ “เบญจนิล” และ “เบญจมุก” ซึ่งเป็นข้าวเปลือกสายพันธุ์ใหม่ที่มีสารต้านอนุมูลอิสระสูงกว่า ข้าวกล้องและข้าวไรซ์เบอร์รี่ ให้โปรตีนสูง และให้พลังงานสูง เทียบเท่าข้าวโพด ข้าวสาลี และข้าวบาร์เลย์ นอกจากนี้ ทีมวิจัยได้ร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญเพื่อพัฒนาเอนไซม์ (Enzyme) ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการย่อยข้าวเปลือกในอาหารสัตว์ให้สัตว์สามารถดูดซึมสารอาหารจากข้าวเปลือกได้ดีขึ้น ทั้งนี้ การใช้ข้าวเปลือกเป็นวัตถุดิบทดแทนได้ช่วยส่งเสริมรายได้เกษตรกรในประเทศอีกด้วย

โปรไบโอติกจุลินทรีย์ที่มีชีวิต ส่งเสริมสุขภาพของสัตว์

วิธีการที่จะเลี้ยงสัตว์ให้เติบโตแข็งแรงตามธรรมชาติ สัตว์จะต้องมีภูมิคุ้มกันที่ดี โปรไบโอติกเป็นจุลินทรีย์ชนิดดีที่ทำให้ลำไส้แข็งแรง บริษัทได้พัฒนาร่วมกับสถาบันวิจัยระดับโลกในการสร้างสรรค์นวัตกรรมอาหารสัตว์โปรไบโอติก (Probiotics Feed) มีการคัดสรรโปรไบโอติก นำมาใช้ผสมในอาหารสัตว์เพื่อให้สัตว์มีระบบลำไส้ที่แข็งแรง ต้านทานโรคได้เติบโตเร็วและแข็งแรง ไม่ใช้ยาปฏิชีวนะตลอดการเลี้ยงดูเพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจเรื่องความปลอดภัยของอาหาร



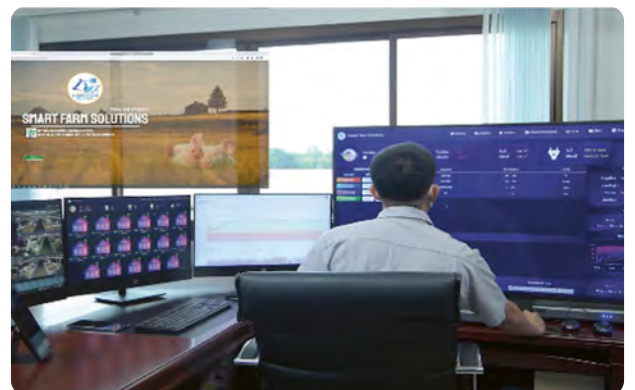


นวัตกรรมการเลี้ยงสัตว์



ระบบการจัดการโรค ASF ในสุกรแบบบูรณาการ

ระบบความปลอดภัยทางชีวภาพในการเลี้ยงสุกร เป็นระบบที่ทำให้การป้องกันโรคระบาดมีประสิทธิภาพสูงสุด ประกอบด้วย การเลี้ยงสุกรในโรงเรือนระบบปิด ป้องกันสัตว์ที่เป็นพาหะนำโรค เช่น หนู นก และแมลงต่าง ๆ ในส่วนวัตถุดิบที่นำมาใช้ในฟาร์มทั้ง อาหาร น้ำ และวัสดุอื่น ๆ ต้องมีการตรวจสอบย้อนกลับไปถึงแหล่งที่มาได้ ตลอดจนการควบคุมยานพาหนะเข้า-ออกฟาร์มอย่างเข้มงวด รถทุกคันและพนักงานทุกคนต้องผ่านระบบฆ่าเชื้อเพื่อไม่ให้เป็นพาหะนำเชื้อเข้าสู่ฟาร์ม รวมไปถึงการกำหนดจุดส่งมอบสุกรที่แยกออกจากตัวฟาร์มเพื่อให้มั่นใจในความปลอดภัยของสุกรในฟาร์ม บริษัทดำเนินการตามนโยบาย Zero ASF โดยการยกระดับ การเลี้ยงสุกรด้วยระบบความปลอดภัยทางชีวภาพสูงสุด 100% รวมถึงผลักดันเกษตรกรในโครงการส่งเสริมอาชีพการเลี้ยงสุกร หรือคอนแทรคฟาร์มมิ่ง เข้าสู่ระบบไบโอซีเคียวริตี้ทั้งหมด





นวัตกรรมการบริหารจัดการน้ำ



เทคโนโลยีการผลิตและบริหารจัดการน้ำ

บริษัทตระหนักดีถึงสถานการณ์ภัยแล้งที่นับวันยิ่งทวีความรุนแรงและเกิดขึ้นบ่อยครั้ง กอปรกับการดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารครบวงจรต้องอาศัยทรัพยากรน้ำอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นในบางพื้นที่ของสถานประกอบการที่อยู่ใกล้แหล่งน้ำธรรมชาติและอยู่ห่างไกลจากแหล่งชุมชนบริษัทได้มีการพัฒนาการผลิตน้ำใช้ในโรงงานเพื่อชดเชยน้ำประปาและช่วยลดค่าใช้จ่ายการผลิต ด้วยระบบการผลิตน้ำที่ทันสมัยและได้มาตรฐานเทียบเท่าน้ำประปาและยังนำน้ำที่ผลิตได้บางส่วนมาปรับปรุงคุณภาพเพิ่มเติมให้ดียิ่งขึ้น เพื่อใช้ในกระบวนการผลิตของบริษัท นอกจากนี้บริษัทยังได้ติดตั้งระบบควบคุมน้ำอัตโนมัติ โดยมีศูนย์กลางสั่งการสำหรับควบคุมการทำงาน และระบบตรวจสอบคุณภาพแบบต่อเนื่อง (Online Monitoring) ก่อนส่งจ่ายใช้ภายในโรงงานอีกด้วย และกำลังการผลิตที่เหลือได้นำไปผลิตน้ำประปาแบ่งปันให้ชุมชนรอบข้างได้อีกด้วย

เทคโนโลยีการบริหารจัดการน้ำเสีย

บริษัทมีวิธีจัดการบำบัดน้ำเสียที่มีสารอินทรีย์สูงจากกระบวนการผลิตโดยนำน้ำเสียเข้าสู่กระบวนการบำบัดน้ำเสียในรูปแบบที่สามารถผลิตก๊าซชีวภาพ และนำก๊าซชีวภาพเหล่านั้นมาเปลี่ยนเป็นพลังงานทดแทนใช้ภายในโรงงาน น้ำเสียที่ผ่านกระบวนการบำบัดของบริษัทมีคุณภาพน้ำตามมาตรฐานของทางกรมโรงงานอุตสาหกรรมก่อนจะมีการปล่อยลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ โดยโรงงานได้นำระบบรีไซเคิลที่ใช้รูปแบบการกรองด้วยเมมเบรนความละเอียดสูง ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ทำงานอัตโนมัติ มีประสิทธิภาพและความทันสมัยระดับโลก ทำให้น้ำที่ผ่านกระบวนการนี้จะมีคุณภาพใกล้เคียงกับน้ำประปาและสามารถนำกลับมาหมุนเวียนใช้ภายในโรงงานในส่วนที่ไม่สัมผัสอาหารได้อีกด้วย



นวัตกรรมสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้แก่ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน จากเนื้อไก่ส่วนหลัง และเนื้อไก่ส่วนท้อง

บริษัทมีการพัฒนาสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ส่วนเกินจากการผลิต (Byproduct) อย่างต่อเนื่อง ธุรกิจไก่เนื้อเป็นตัวอย่างหนึ่ง ที่ได้นำเทคโนโลยีการตัดแต่งเนื้อไก่ให้ได้ชิ้นส่วนที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค อาทิ ผลิตภัณฑ์ ซีพี ซิคเก้นริบ ที่ใช้ในวัตกรรมการตัดแต่งพิเศษจากเนื้อไก่ส่วนหลัง และผลิตภัณฑ์ Harami จากเนื้อไก่ส่วนท้อง ซึ่งเหมาะแก่การนำไปปรุงอาหารสไตล์ญี่ปุ่น



นวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพ

ผลิตภัณฑ์โปรตีนทางเลือกที่ทำจากพืช

จากการคิดค้นและพัฒนาโดยทีมงานของศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหารซีพีเพื่อร่วมมือกับบริษัทด้านการผลิตเนื้อจากพืชระดับโลก จนได้เอกลักษณ์นวัตกรรม “PLANT-TEC” ที่นำมาผลิตผลิตภัณฑ์โปรตีนทางเลือกจากพืช ที่มีรสชาติเหมือนเนื้อสัตว์ เหมาะสำหรับผู้บริโภคใส่ใจในสุขภาพที่ต้องการลดการบริโภคเนื้อสัตว์ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกระบวนการผลิตที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอันเป็นการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน





การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

บริษัทได้ประกาศภารกิจสอรับความเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านนโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน มุ่งสู่การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ด้วยนวัตกรรมพลังงานสะอาด ร่วมกับการฟื้นฟูระบบนิเวศ ในทุกกระบวนการ เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหารและการลดความหิวโหย ดำเนินการควบคู่กับการปรับตัวเพื่อร่วมกัน แก้ไขปัญหาสภาพภูมิอากาศเปลี่ยนแปลง

นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับและกฎหมายที่เกี่ยวข้องในทุก ๆ ประเทศ ที่เข้าไปดำเนินกิจการ มุ่งส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานที่เอื้อต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนและเกื้อหนุนความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง

สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ในรายงานความยั่งยืนประจำปี 2565

เป้าหมายความยั่งยืนซีพีเอฟ 2030



การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

บริษัทได้พิจารณาประเด็นด้านความยั่งยืนครอบคลุมความเสี่ยงและโอกาสอันมีนัยสำคัญ (Material topics) ซึ่ง สะท้อนมุมมองและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) สอดคล้องตามมาตรฐานการรายงานด้านความยั่งยืนระดับสากล GRI Standards 2021 โดยในปี 2665 บริษัทสามารถสรุปผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืน ครอบคลุมความเสี่ยงและโอกาสอันมีนัยสำคัญ ดังนี้

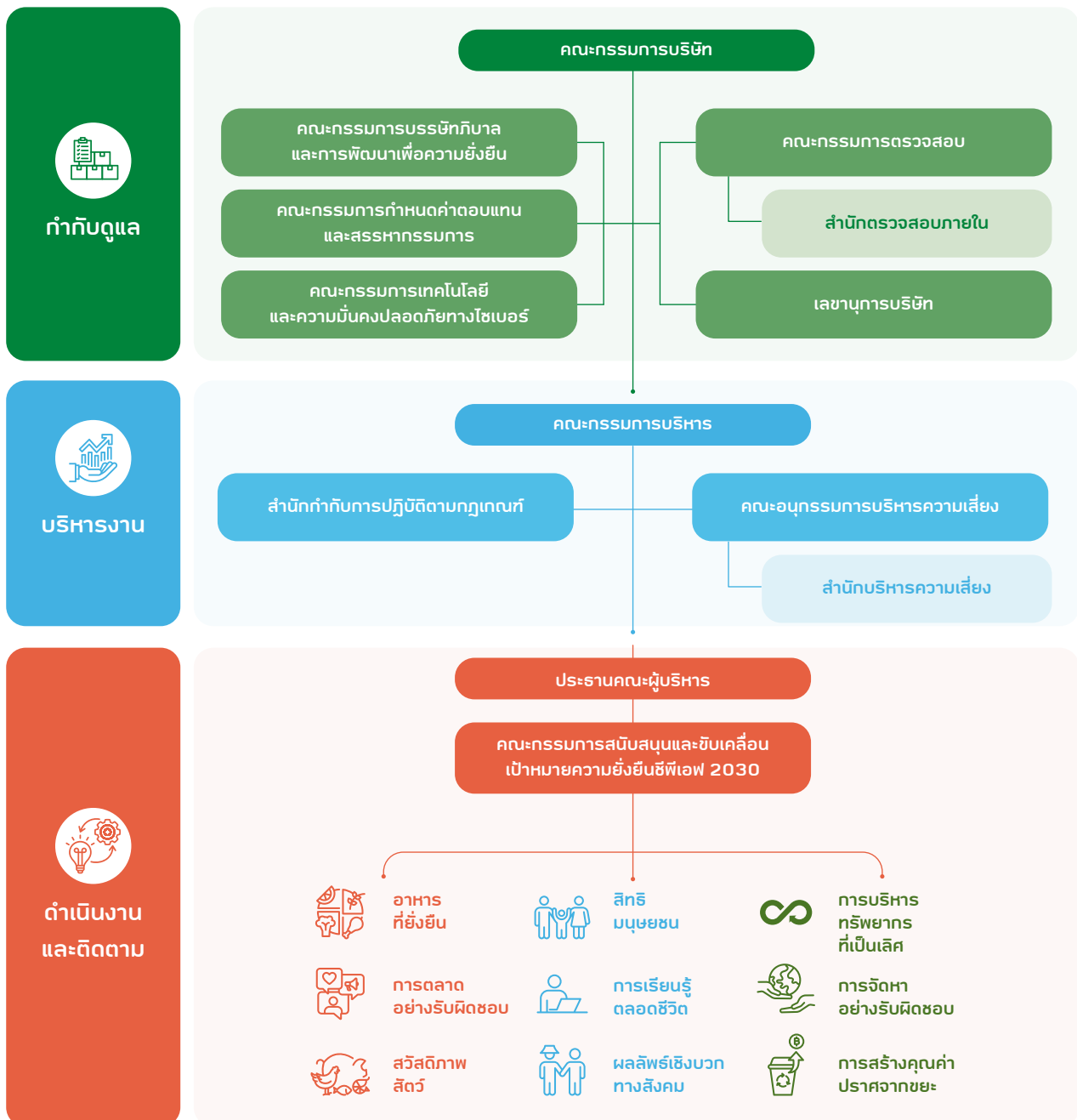
มุมมองประเด็น	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ประเด็นย่อยที่สำคัญด้านความยั่งยืน	ระดับผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย			
			1	2	3	4
 พื้นฐานความยั่งยืน	หลักการกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง และการกำกับปฏิบัติตามกฎเกณฑ์	การกำกับดูแลกิจการและการบริหารความเสี่ยง	2.88			
		จริยธรรมและการปฏิบัติตามกฎหมาย	2.84			
		การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียและความโปร่งใส	2.75			
 เศรษฐกิจ	ความมั่นคงทางอาหาร	คุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร	3.09			
		นวัตกรรมและเทคโนโลยี	3.37			
 สังคม	ความมั่นคงทางอาหาร	สวัสดิภาพสัตว์	3.33			
		การตลาดอย่างรับผิดชอบและฉลากผลิตภัณฑ์	3.32			
		สุขภาพและโภชนาการ	3.51			
	สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน	สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน	3.37			
	พนักงานและชุมชน	การพัฒนาและสนับสนุนชุมชน	2.94			
		ความเป็นอยู่ที่ดี สุขภาพ และความปลอดภัยพนักงาน	2.56			
		วัฒนธรรมและการจัดการภายในองค์กร	2.54			
		การบริหารทรัพยากรบุคคล	2.32			
 สิ่งแวดล้อม	การดูแลทรัพยากรน้ำ	การดูแลทรัพยากรน้ำ	3.21			
	การรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	การรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	2.84			
		การจัดการของเสีย	2.16			
		เศรษฐกิจหมุนเวียนและบรรจุภัณฑ์	3.38			
	ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ	การจัดหาวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบ	3.11			
		ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ	3.06			



โครงสร้างการกำกับดูแลและขับเคลื่อนเป้าหมายความยั่งยืนซีพีเอฟ

บริษัทได้กำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลและขับเคลื่อนเป้าหมายความยั่งยืนและมีการทบทวนประเด็นความยั่งยืนและแผนเชิงกลยุทธ์เป็นประจำทุกปีภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการบริษัท ซึ่งมีคณะกรรมการชุดย่อยในการกำกับดูแลและบริหารงาน ได้แก่ คณะกรรมการบริษัทกิตติคุณและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน คณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทนและสรรหากรรมการ คณะกรรมการเทคโนโลยีและความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริหาร

บริษัทมีการดำเนินงานและติดตามด้านความยั่งยืนภายใต้การนำของประธานคณะผู้บริหาร โดยมีการกำหนดผู้บริหารและคณะทำงานหรือผู้บริหารรับผิดชอบในแต่ละความมุ่งมั่นอย่างชัดเจน เพื่อให้การขับเคลื่อนเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ตรงตามเป้าหมาย ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการบริษัท



การดำเนินการขับเคลื่อนความยั่งยืน

บริษัทมุ่งขับเคลื่อนกลยุทธ์ CPF 2030 Sustainability in Action ที่สอดคล้องกับสถานการณ์โลกซึ่งกำลังเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากและรวดเร็ว



อาหารมั่นคง

บริษัทส่งเสริมระบบอาหารยั่งยืน โดยดำเนินการตามหลัก One Health Program ขององค์การอนามัยโลก (WHO) เพื่อรักษาความมั่นคงทางอาหาร ท่ามกลางสถานะความแปรปรวนของเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม บริษัทมีการรักษาความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity) อย่างเป็นระบบควบคู่กับการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ได้ตลอดกระบวนการ ผ่านการควบคุมการผลิตอย่างครบวงจรด้วยบิ๊กดาต้า ทั้งยังคัดค้านวัฏกรรมอาหารหลากหลาย เพื่อตอบสนองปัญหาโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-communicable diseases) ซึ่งเป็นปัญหาสุขภาพที่สำคัญ บริษัทมีความมุ่งมั่นในการผลิตและส่งมอบอาหารที่ให้คุณค่าทางโภชนาการแก่ผู้บริโภคทุกช่วงวัยทั่วโลกกว่า 4,000 ล้านคน รวมไปถึงการสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องการบริโภคอย่างยั่งยืนให้แก่ผู้บริโภค



PRODUCT TRACEABILITY





อีกทั้งมีการปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยทางอาหารอย่างเข้มงวด และยังสื่อสารให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้บริโภคอย่างโปร่งใส ทำการค้าอย่างรับผิดชอบ และมีการพัฒนาองค์ความรู้ทั้งในประเทศและสากล ร่วมกับภาค **Positive Consumption** ของสภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (World Business Council on Sustainable Development : WBCSD) เพื่อประโยชน์ของผู้บริโภคทั่วโลกอย่างยั่งยืน

บริษัทมีการขับเคลื่อนและยกระดับแนวทางการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสัตว์ ตามแนวปฏิบัติสากล “**หลักอิสระ 5 ประการ (Five Freedom)**” และบ่มเพาะจิตสำนึกบุคลากรในการส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์ทั้งในฟาร์มของบริษัท และฟาร์มของเกษตรกรในโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ ด้วยวิสัยทัศน์ระดับโลกของซีพีเอฟด้านการใช้ยาต้านจุลชีพในสัตว์ได้มีการประกาศนโยบายด้านสวัสดิภาพสัตว์ และการจัดตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านสวัสดิภาพสัตว์ เริ่มตั้งแต่การคัดสายพันธุ์สัตว์ที่ดี นำมาเลี้ยงในฟาร์มระบบปิดที่ทันสมัยด้วยระบบ Smart Farming ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์ในฟาร์มตามสุขลักษณะ มีนวัตกรรมการเลี้ยงโดยโปรไบโอติกสร้างภูมิคุ้มกันจากภายในแก่สัตว์ลดการใช้ยาปฏิชีวนะ นำข้อมูลจากระบบมาต่อยอดสู่ฐานข้อมูลบักดาต้า นำมาซึ่งการผลิตที่มีประสิทธิภาพและคุณภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังร่วมสื่อสารและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับคู่ค้าธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐ องค์กรประชาสังคม และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องทั้งในระดับประเทศและระดับสากล เช่น โครงการ Responsible Meat (ReMI) ภายใต้เครือข่าย FReSH ของ WBCSD



สังคมพืงตน

บริษัทมีความตระหนักถึงสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท อันได้แก่ พนักงาน บุคลากรในห่วงโซ่อุปทาน ผู้บริโภค รวมไปถึงชุมชนรอบสถานประกอบการ จึงมุ่งพัฒนาและสร้างเสริมทั้งบุคลากรภายในองค์กร ควบคู่กับการสนับสนุนเกษตรกรรายย่อย พัฒนาเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่น ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีร่วมกัน

การบริหารทรัพยากรบุคคล

บุคลากร คือ “**หัวใจสำคัญขององค์กร**” ที่ขับเคลื่อนองค์กรให้ประสบความสำเร็จและเติบโตอย่างยั่งยืน ในปี 2565 บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลโดย

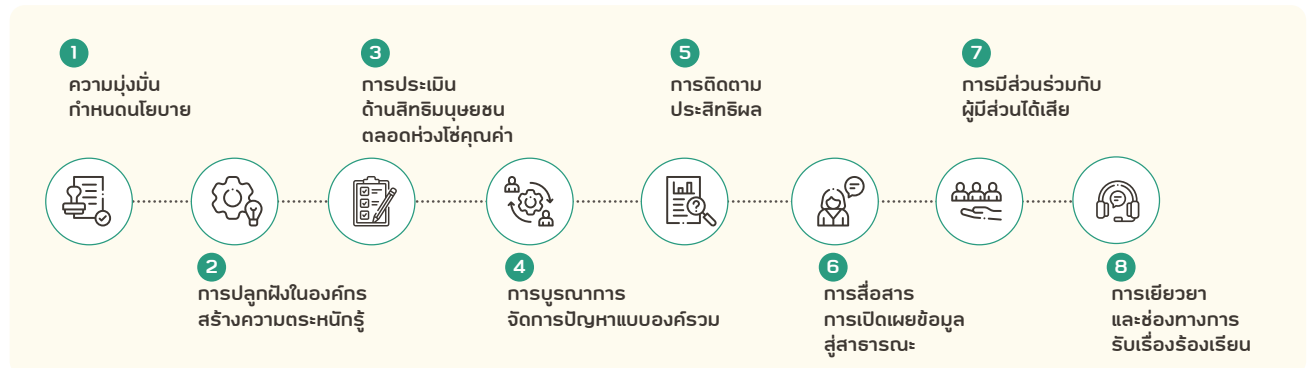
- 1) มุ่งเน้นการนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาช่วยสนับสนุนการดำเนินงานและการบริการของหน่วยงานทรัพยากรบุคคล
- 2) พัฒนาผู้นำยุค 5.0 ให้เป็นทั้งคนดีและคนเก่ง ด้วยกระบวนการวางแผนสืบทอดตำแหน่งและโยกย้ายบุคลากรอย่างเป็นระบบ
- 3) ปรับโครงสร้างองค์กรด้วยระดับชั้นงานที่กระชับและมีความคล่องตัว เพื่อสนองตอบการดำเนินธุรกิจที่รวดเร็ว
- 4) สร้างบุคลากร “**คนดี คนเก่ง**” ให้มีความรู้รอบด้าน พร้อมเติบโตในสายอาชีพและวางกลยุทธ์ด้วยการสร้างพันธมิตรทางการศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมให้บุคลากรของบริษัทในอนาคต
- 5) ปลูกฝังวัฒนธรรมให้พนักงานมีความรักและผูกพันต่อองค์กร

การดูแลและการเคารพสิทธิมนุษยชน

บริษัทเคารพและส่งเสริมการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจของบริษัทในทุกมิติ โดยคำนึงถึงคุณค่าและศักดิ์ศรีของบุคคลและกลุ่มบุคคลอย่างเท่าเทียมกัน อันเป็นคุณธรรมพื้นฐานของการทำงานและการอยู่ร่วมกัน

นับแต่ปี 2559 บริษัทเริ่มกระบวนการตรวจประเมินสถานะด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence : HRDD) ครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม รวมถึงกลุ่มผู้เปราะบาง (Vulnerable Groups) ซึ่งประกอบด้วยการวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน การบริหารจัดการความเสี่ยง การติดตามและรายงานผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและครบวงจร

นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาแนวทางการจัดการเรื่องร้องเรียนที่อาจมีขึ้น เพื่อลดโอกาสเกิดผลกระทบเชิงลบได้อย่างทันสถานการณ์ตามขั้นตอนทั้ง 8 ดังต่อไปนี้



บริษัทมีการจัดอบรมด้านสิทธิมนุษยชนแก่พนักงาน ควบคู่กับการเพิ่มความตระหนักรู้ของแรงงาน ผ่านความร่วมมือกับมูลนิธิเครือข่ายส่งเสริมคุณภาพชีวิตแรงงาน (Labour Protection Network Foundation : LPN) และมีการส่งเสริมพนักงานหญิงให้เข้าใจสิทธิ โอกาสของตนเองควบคู่กับการพัฒนาความเป็นผู้นำ ผ่านกิจกรรม Women Empowering Workshop โดยมีช่องทางการสื่อสารผ่านศูนย์รับฟังเสียงพนักงาน ซึ่งเป็นช่องทางผ่านองค์กรกลางภายนอก (Neutral Organization) บริษัทร่วมสนับสนุนการก่อตั้งสถาบันธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (Business and Human Rights Academy) ในฐานะสมาชิกสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพคแห่งประเทศไทย (Global Compact Network Thailand : GCNT) มุ่งเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในประเด็นด้านสิทธิกับองค์กรธุรกิจ และพัฒนาศักยภาพในการนำหลักการและแนวปฏิบัติด้านสิทธิที่ดีไปใช้ให้เกิดประสิทธิผล

นอกจากนี้ยังได้ร่วมกับบริษัทที่ปรึกษาชั้นนำตรวจประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Risk Assessment : HRRRA) และประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Impact Assessment : HRIA) อย่างเป็นระบบ โดยมีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนแบบครบวงจรทุก 3 ปี รวมถึงมีการทบทวนความเสี่ยงและมาตรการการจัดการกับความเสี่ยงเป็นประจำทุกปี ซึ่งมีการประเมินสำหรับการดำเนินงานในทุกธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่าใน 17 ประเทศที่บริษัทมีฐานการผลิต ครอบคลุมพนักงานของบริษัทและผู้ถือครองสิทธิ์ในห่วงโซ่คุณค่าที่มีโอกาสถูกละเมิด

กระบวนการรับเรื่องร้องเรียนและการเยียวยา

บริษัทให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการสร้างความมั่นใจว่าผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มจะได้รับการดูแลจากบริษัทตามสิทธิที่มีอยู่ตามกฎหมายและตามพันธะข้อตกลงที่มีอยู่กับบริษัทอย่างเป็นธรรม ในกรณีที่มีความเสียหายเกิดขึ้น บริษัทจะให้การเยียวยาที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับทุกฝ่ายที่ได้รับผลกระทบ

บริษัทร่วมมือกับมูลนิธิ LPN โดยมีวัตถุประสงค์ให้พนักงานทุกคนและแรงงานทุกระดับ ทุกสัญชาติ สามารถเข้าถึงสิทธิพื้นฐานของตนอย่างเสมอภาค ผ่านการจัดตั้งและดำเนินงานศูนย์รับฟังเสียงพนักงาน เพื่อนำไปพัฒนาและจัดการกับประเด็นต่าง ๆ ได้ในเวลาที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยจัดคู่มือและโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ 4 ภาษา ได้แก่ ไทย อังกฤษ พม่า และกัมพูชา





ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

บริษัทพัฒนามาตรฐานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย สิ่งแวดล้อม และพลังงาน (SHE&En Standard) เพื่อใช้ในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้าน SHE&En ตามบริบทของธุรกิจ โดยมาตรฐานนี้ได้รับการทวนสอบและยืนยันจากผู้ทวนสอบอิสระว่ามีความสอดคล้องกับมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้อง คือ ISO14001:2015, ISO45001:2018 และ ISO50001:2018 บริษัทมีความมุ่งมั่นในการนำมาตรฐานนี้ไปปฏิบัติอย่างทั่วถึงทุกหน่วยงานและจัดให้มีการตรวจประเมินและรับรองการดำเนินงานมาตรฐานนี้โดยหน่วยตรวจประเมินอิสระตามหลักสากล



ก้นน้ำป่าคงอยู่

บริษัทมีการขับเคลื่อนสู่เป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ด้วยกลยุทธ์เชิงรุกในการลดก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่การผลิต โดยบริษัทส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน (พลังงานชีวภาพ พลังงานชีวมวลและพลังงานแสงอาทิตย์) ในกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น ในประเทศไทย ในปี 2565 มีการนำพลังงานหมุนเวียนมาใช้เพิ่มขึ้น คิดเป็นสัดส่วน 30% ของการใช้พลังงานทั้งหมด จาก 27% ในปีก่อน นอกจากนี้ ยังได้มีการยกเลิกการใช้ถ่านหินในกิจการประเทศไทยทั้งหมด ซึ่งช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ 190,000 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี ทั้งนี้ บริษัทได้แสดงความมุ่งมั่นต่อองค์กร Science Based Targets initiative (SBTi) และพร้อมก้าวสู่เป้าหมาย Net Zero เพื่อความยั่งยืน



บริษัทมีการวางแผนการใช้น้ำแบบองค์รวมโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชนและระบบนิเวศเป็นหลัก ด้วยการติดตามสถานการณ์ปริมาณและคุณภาพน้ำในแหล่งน้ำสำคัญ และร่วมมือกับหน่วยงานส่วนท้องถิ่นและชุมชนโดยรอบในการสร้างแหล่งเก็บน้ำเพื่อใช้ในกิจการและแบ่งปันให้กับชุมชนรอบสถานประกอบการ ช่วยลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับชุมชนโดยรอบในสภาวะภัยแล้งที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต บริษัทยังสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ อาทิ การรับฟังข้อกังวลเกี่ยวกับการใช้น้ำของชุมชน สนับสนุนจัดสรรบุคลากรเพื่อให้ความรู้และสร้างความตระหนักแก่คู่ค้าธุรกิจในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ ตลอดจนการจัดทำแผนรองรับความเสี่ยงจากการขาดแคลนน้ำ

นอกจากนี้ ในกระบวนการผลิตบริษัทมีการพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อให้การใช้น้ำมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด อาทิ การใช้ระบบระบายความร้อนด้วยอากาศ (Air Chiller) มาทดแทนระบบระบายความร้อนด้วยน้ำ (Water Chiller) เพื่อลดอุณหภูมิให้กับสัตว์บนที่เลี้ยงในโรงเรือน การบำบัดน้ำด้วยระบบ Biofloc และ Ultrafiltration เพื่อหมุนเวียนน้ำกลับ

มาใช้ในฟาร์มสัตว์น้ำ การนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วมาใช้ทำความสะอาดเครื่องมือและอุปกรณ์ในโรงงานแปรรูปเนื้อสัตว์ บริษัทยังมีการติดตามและตรวจสอบคุณภาพน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้ว เพื่อควบคุมคุณภาพน้ำทิ้งให้เทียบเท่าหรือดีกว่ามาตรฐานตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องก่อนปล่อยออกสู่ภายนอก ยิ่งไปกว่านั้น บริษัทยังมีการตรวจติดตามคุณภาพน้ำในแหล่งน้ำรองรับและนำมาประเมินผลกระทบของน้ำทิ้งจากกิจกรรมที่มีต่อแหล่งน้ำรองรับ เพื่อความมั่นใจในคุณภาพน้ำที่ระบายจากหน่วยงานลงสู่ระบบนิเวศ



ในส่วนของการจัดทนายารับผิดชอบ บริษัทส่งเสริมแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ ผ่านการสื่อสารและฝึกอบรมในเรื่องนโยบายการจัดทนายารับผิดชอบที่ยั่งยืนและแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้าธุรกิจ และจัดให้คู่ค้าธุรกิจมีการประเมินตนเองด้านความยั่งยืน ตามแนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนของซีพีเอฟ บริษัทมีแผนพัฒนาคู่ค้าธุรกิจอย่างยั่งยืนผ่านการสื่อสารและเข้าพบ (On-Site Visit) การตรวจประเมิน และมีการอบรมในรูปของ CPF Capacity Building For Partnership Conference ทุกปีร่วมกับคู่ค้าธุรกิจหลัก บริษัทไม่สนับสนุนแหล่งเพาะปลุกสัตว์ดัดแปลงพันธุกรรมที่ไม่มีการตรวจสอบย้อนกลับ หรือบุกรุกพื้นที่ป่า และไม่ใช้วัตถุดิบปลาปนจากแหล่งที่มาที่เสี่ยงต่อการสูญพันธุ์ หรือมีความเสี่ยงในการทำลายความหลากหลายทางชีวภาพ อ้างอิงตามนิยามในบัญชีแดงของ IUCN โดยบริษัทจะจัดหาวัตถุดิบหลักที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ถึงพื้นที่เพาะปลุกหรือแหล่งที่มาและมีเป้าหมายที่จะจัดหาวัตถุดิบหลักทางการเกษตรที่ใช้ในกระบวนการผลิต จำนวน 5 รายการ ได้แก่ ปลาปน ข้าวโพด กากถั่วเหลือง น้ำมันปาล์ม และมันสำปะหลัง ที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงต้นทางหรือพื้นที่เพาะปลุกได้อย่างครบถ้วน



บริษัทมีส่วนร่วมแก้ปัญหาการสูญเสียอาหาร ขยะอาหารและบรรจุภัณฑ์ โดยมีเป้าหมายลดปริมาณขยะอาหารในกระบวนการดำเนินธุรกิจให้เป็นศูนย์ภายในปี 2573 ผ่านแนวทางปฏิบัติครบวงจร ตั้งแต่การทำความเข้าใจข้อมูลการสูญเสียอาหารและขยะเศษอาหาร ต่อเนื่องถึงการพัฒนาระบบการเก็บรักษาและตรวจสอบอย่างต่อเนื่อง การนำอาหารส่วนเกินและขยะเศษอาหารไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบอื่น เช่น แปรงแปรงไม้ ส้วมสดปรับปรุงดิน และการบำบัดน้ำทิ้งด้วยระบบก๊าซชีวภาพเพื่อผลิตไอน้ำใช้ในกระบวนการผลิต รวมถึงการสื่อสารและจัดกิจกรรมสร้างความตระหนักรู้ผ่านโครงการต่าง ๆ แก่บุคลากรในองค์กร

บริษัทให้ความสำคัญกับการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อนำไปสู่การรีไซเคิลตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่อเป้าหมายการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกกรีกริชโลก ร้อยละ 100 ภายในปี 2573 โดยเน้นการใช้ซ้ำและย่อยสลายได้ บริษัทยังมีโครงการเก็บกลับบรรจุภัณฑ์ในทุกกระบวนการและทำกิจกรรมร่วมกับภาคีเครือข่าย เพื่อเก็บกล่องอาหารกลับมาเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล





ผลการดำเนินงานปี 2565



สัดส่วนรายได้จากการขาย

55%

แบ่งตาม
ผลิตภัณฑ์

24%

21%



ธุรกิจอาหารสัตว์

ธุรกิจเลี้ยงสัตว์
และแปรรูป

ธุรกิจอาหาร

64%

แบ่งตาม
กิจการ

31%

5%



กิจการต่างประเทศ

กิจการประเทศไทย
(ในประเทศ)กิจการประเทศไทย
(ส่งออก)

14%

แบ่งตาม
ส่วนธุรกิจ

86%



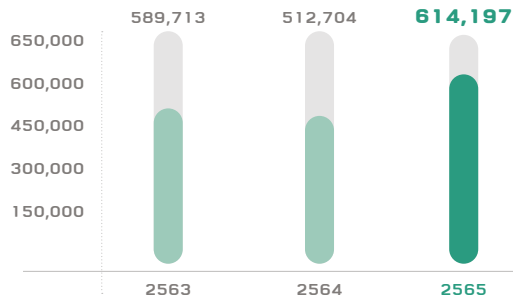
สัตว์บก



สัตว์น้ำ

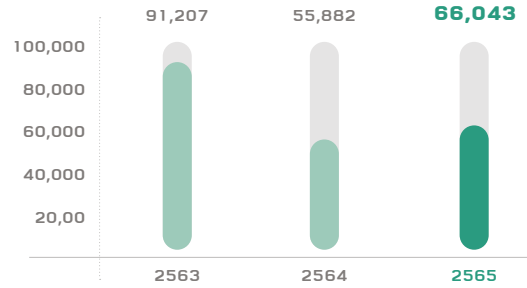
รายได้จากการขาย

หน่วย : ล้านบาท



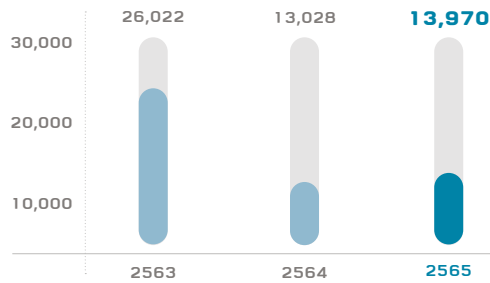
กำไรก่อนดอกเบี้ยภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA)⁽¹⁾

หน่วย : ล้านบาท



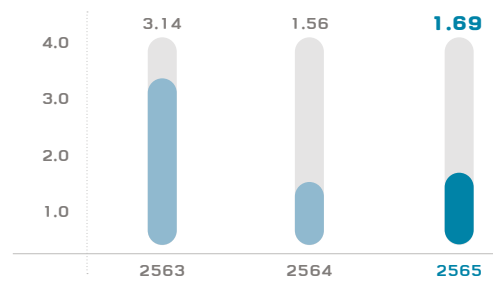
กำไรสุทธิ⁽²⁾

หน่วย : ล้านบาท



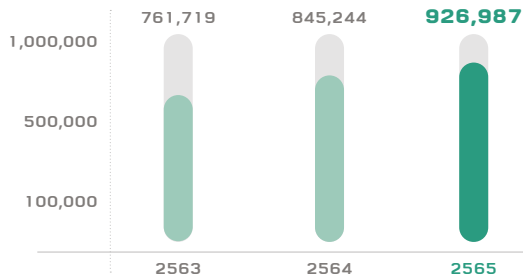
กำไรสุทธิต่อหุ้น

หน่วย : บาทต่อหุ้น



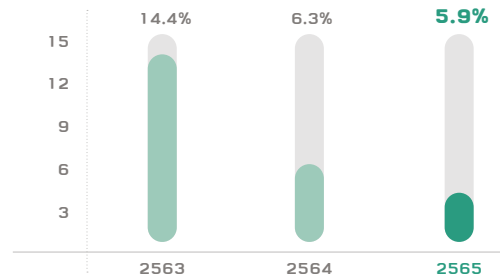
สินทรัพย์รวม

หน่วย : ล้านบาท



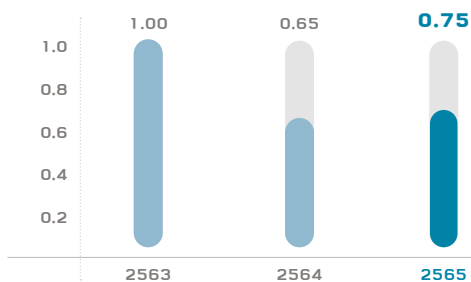
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น⁽³⁾

หน่วย : ร้อยละ



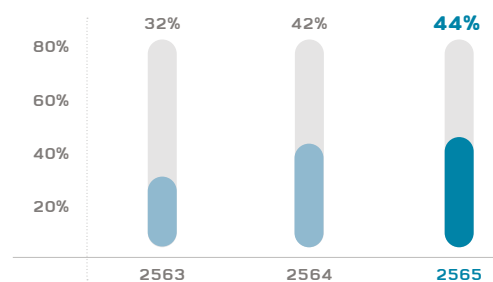
เงินปันผล

หน่วย : บาทต่อหุ้น



อัตราการจ่ายปันผล

หน่วย : ร้อยละ



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

⁽²⁾ กำไรสุทธิ = กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่

⁽³⁾ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น = กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่/ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทเฉลี่ย



รางวัลและความสำเร็จปี 2565



รางวัลด้านความเป็นเลิศขององค์กร

1

The 12th Asian Excellence Awards 2022 จัดโดยนิตยสาร Corporate Governance Asia จำนวน 5 รางวัล ได้แก่

- รางวัลซีอีโอยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย
- รางวัลซีเอฟโอยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย
- รางวัลนักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย
- รางวัลบริษัทนักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย
- รางวัลซีเอสอาร์ยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย



7

1



2

The Most Outstanding Company in Thailand – Agriculture Sector รางวัล “บริษัทที่โดดเด่นที่สุดในกลุ่มธุรกิจการเกษตรในประเทศไทย” จากการสำรวจ Asia’s Outstanding Companies Poll 2022 จัดโดย นิตยสาร ASIAMONEY สื่อชั้นนำด้านการเงินและการลงทุน

3

Thailand Corporate Excellence Award 2022 ประเภท Distinguished สาขาความเป็นเลิศด้านสินค้า/การบริการ จัดโดย สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (TMA) และสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สะท้อนความมุ่งมั่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้า และบริการที่มีคุณภาพให้กับผู้บริโภคทั่วโลก

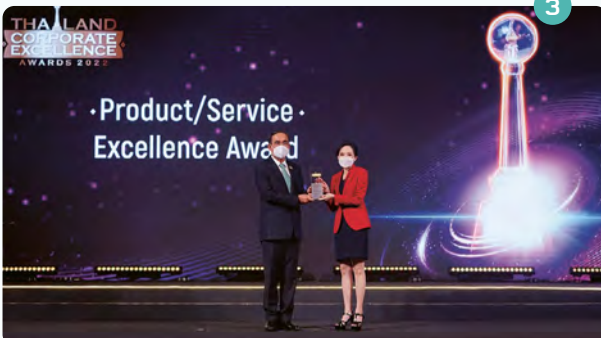
4

Thailand Sustainability Investment (หุ้นยั่งยืน) ประจำปี 2565 กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ในฐานะที่บริษัทดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และการบริหารงานภายใต้หลักธรรมาภิบาลตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2



3





5 **SET Awards 2022 รางวัลดีเด่นด้านความยั่งยืน** จัดโดย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ร่วมกับวารสารการเงินธนาคาร สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน

6 **ประกาศนียบัตรรับรองการต่ออายุเป็นสมาชิกของแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทยและ รางวัล CAC Change Agent Awards 2022** จากสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) และ แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ในฐานะที่เป็นองค์กรที่เป็นแบบอย่างที่ดีในการดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม สุจริต โปร่งใส

7 **Bangkok Post CEO of the Year 2021** มอบให้แก่ **คุณประสิทธิ์ บุญดวงประเสริฐ** ในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม จัดโดย หนังสือพิมพ์ Bangkok Post สื่อหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษชั้นนำของประเทศไทย

8 **รางวัลสาขาแฟรนไชส์อาหารยอดเยี่ยม 2022 จากงาน Thailand Franchise Award 2022** จัดโดย กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ มอบให้แก่ ธุรกิจ “ห้าดาว” สุดยอดธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีมาตรฐานที่ดีและมีความโดดเด่นในทุก ๆ ด้าน

9 **รางวัล Most Popular Investment Franchise In Thailand 2022** จัดโดย เว็บไซต์ Thai Franchise Center มอบให้แก่ ธุรกิจ “ห้าดาว” ธุรกิจแฟรนไชส์ยอดนิยมอันดับ 1 และ รางวัล “New Arrival Hot Franchise in Thailand 2022” มอบให้แก่ ธุรกิจ “ไฮพอร์ค” ตอกย้ำความเป็นผู้นำธุรกิจแฟรนไชส์อาหารที่พร้อมสนับสนุนให้คนไทยมีกิจการที่มั่นคงเป็นของตนเอง

10 **รางวัลผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกดีเด่น ประจำปี 2565** ประเภท เชื้อจุลินทรีย์ จัดโดย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มอบให้แก่ บจ.อินเตอร์เนชั่นแนลเฟ้ฟู้ด ผู้ผลิตและจำหน่ายขนมและอาหารสัตว์เลี้ยง ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท สะท้อนการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับบริบทโลกยุคใหม่ในด้านต่าง ๆ อาทิ นวัตกรรม การออกแบบ การสร้างแบรนด์

11 **โล่และประกาศเกียรติคุณโครงการ “รณรงค์ลดสถิติอุบัติเหตุจากการทำงานให้เป็นศูนย์ (Zero Accident Campaign)” ประจำปี 2565** จากสถาบันส่งเสริมความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (องค์การมหาชน) โดยฟาร์มของบริษัท 2 แห่ง ได้รับประกาศเกียรติคุณระดับแพลททินัม สะท้อนถึงการให้ความสำคัญกับความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงานทุกคน





รางวัลด้านการตลาด



1

Superior Taste Award 2022 จาก International Taste Institute ประเทศเบลเยียม มอบให้แก่ผลิตภัณฑ์ “ไก่เบญจา” “ไส้กรอกซีพี” 3 รสชาติ และผลิตภัณฑ์ “มีทซีโร่” 2 รสชาติ ถือเป็นครั้งแรกของประเทศไทยที่สามารถคว้ารางวัลดังกล่าว

2

รางวัลสุดยอดผู้นำด้านผลิตภัณฑ์อาหาร จากงาน Superbrands Thailand 2022 ด้วยคะแนนโหวตสูงสุดจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคทั่วประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความไว้วางใจของผู้บริโภคในแบรนด์และผลิตภัณฑ์ของบริษัท

3

รางวัล Marketing Award of Thailand 2022 จัดโดย สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย จำนวน 4 รางวัล โดยผลิตภัณฑ์เนื่องจากพืช “MEAT ZERO” ได้รับรางวัล Grand Prize สุดยอดแคมเปญการตลาดแห่งปี และรางวัลระดับ Gold ประเภทการตลาดที่มีความเป็นเลิศด้านกลยุทธ์ นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ “MEAT ZERO” และ “CP โบโลน่า” ยังได้รับรางวัลประเภทการตลาดที่มีความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีอีกด้วย

4

ADMAN AWARDS 2022 จัดโดย สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย มอบให้แก่ธุรกิจทำดาวสำหรับภาพยนตร์โฆษณา ซึ่งได้รับรางวัลยอดเยี่ยม สาขาที่สุดแห่งภาพยนตร์โฆษณาออนไลน์ที่สร้างไวรัลแห่งปี และสาขา SOCIAL & INFLUENCER : SOCIAL INSIGHTS & ENGAGEMENT : BRAND STORYTELLING ตอกย้ำความสำเร็จในการสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างดีเยี่ยมในแต่ละกลุ่มวัย

5

No.1 Brand Thailand Marketeer 2021-2022 จาก นิตยสาร Marketeer หมวดผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง และหมวดผลิตภัณฑ์อาหารอุ่นร้อนด้วยไมโครเวฟพร้อมรับประทาน ตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านอาหารที่ครองใจผู้บริโภค 2 ปีซ้อน



รางวัลด้านทรัพยากรบุคคล

1

UN Women 2022 Thailand WEPs Awards รองชนะเลิศอันดับสอง สาขาสถานที่ทำงานที่มีความเท่าเทียมทางเพศ จากองค์การเพื่อการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศและเพิ่มพลังของผู้หญิงแห่งสหประชาชาติ (UN Women) สะท้อนความโดดเด่นของบริษัทที่บริหารจัดการด้านความเสมอภาคทางเพศอย่างเป็นรูปธรรม



2

รางวัลองค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ประจำปี 2565

ประเภทองค์การธุรกิจขนาดใหญ่ จาก กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ กระทรวงยุติธรรม สะท้อนการนำหลักการด้านสิทธิมนุษยชนมาใช้บูรณาการ การดำเนินงานอย่างเป็นระบบตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยให้ความสำคัญ กับพนักงาน ครอบคลุมไปถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน

3

รางวัล “องค์กรต้นแบบความยั่งยืนในตลาดทุนไทย ด้านสนับสนุนคนพิการ” ระดับดีเด่นประจำปี 2565

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) เพื่อเชิดชูเกียรติองค์กรธุรกิจในตลาดทุนไทยที่มีศักยภาพในการสนับสนุน กลุ่มผู้เปราะบางและผู้พิการสามารถช่วยเหลือและพึ่งพาตนเองได้

4

โล่ประกาศเกียรติคุณองค์กรสนับสนุนคนพิการดีเด่นระดับ ดีเยี่ยม ประจำปี 2565 จากกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ มอบแก่ซีพีเอฟ และบริษัทในกลุ่มซีพีเอฟ 13 บริษัท เพื่อเชิดชูเกียรติองค์กรธุรกิจที่ร่วมสนับสนุนกลุ่มผู้เปราะบางและผู้พิการให้ สามารถพึ่งพาตนเองได้

5

HR Asia Best Companies to work for in Asia 2022

ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 จากนิตยสาร HR Asia มอบให้แก่องค์กรที่มีความเป็นเลิศ ด้านบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคลกร เล็งเห็นถึงความสำคัญของ พนักงานเป็นอันดับแรก

6

ประกาศเกียรติคุณสถานประกอบการกิจการต้นแบบแรงงานพันธุ์ดี ตามวิถีเศรษฐกิจพอเพียงและรางวัลคณะกรรมการสวัสดิการ ในสถานประกอบการดีเด่น ประจำปี 2565 จัดโดยกระทรวงแรงงาน มอบให้แก่ โรงเพาะฟักลูกกุ้ง JR2 - 3 จังหวัดตราด จากการรื้อมนำ หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพ ชีวิตแรงงาน



5



รางวัลจากกิจการต่างประเทศ

เวียดนาม

ประกาศเกียรติคุณ 2 รางวัล จาก สหพันธ์เยาวชนแห่งชาติเวียดนาม ประเภท “ผลงานยอดเยี่ยม” มอบให้แก่ ซี.พี.เวียดนาม และ ประเภท “การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของสหพันธ์ฯ ช่วงปี พ.ศ. 2562 – 2565” มอบให้แก่ กองทุน ซี.พี.เวียดนามเพื่อการกุศล ที่ร่วม สนับสนุนสหพันธ์ฯ ดำเนินกิจกรรมที่เป็นประโยชน์และการพัฒนาคุณภาพ ชีวิตของชาวเวียดนาม

รางวัลเกียรติคุณ 10 ปี จาก รัฐบาลประเทศเวียดนาม สะท้อนถึง การสนับสนุนการบริจาคโลหิตระดับชาติในประเทศเวียดนามผ่าน โครงการต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องเป็นเวลานานกว่า 10 ปี ภายใต้โครงการ เส้นทางสีแดง (Hanh Trinh do: Red Journey)

สหรัฐอเมริกา

โล่ประกาศเกียรติคุณ รางวัลด้านความยั่งยืน ในงาน The Walmart Annual Supplier Growth Forum 2022 จัดโดย Walmart มอบให้แก่ บริษัทคู่ค้าของ Walmart โดยพิจารณาจากความมุ่งมั่นในการขับเคลื่อนธุรกิจ อย่างยั่งยืนของบริษัท ที่มีการส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนเป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม

สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน)

Taiwan top 100 Best-Performing Business Leader 2022 จัดโดย นิตยสาร Harvard Business Review Chinese Edition มอบให้แก่ประธานกรรมการบริษัท Mr.Zheng Wuyue ซึ่งเป็นการคัดเลือก จากผู้บริหารระดับสูงของบริษัทในไต้หวันกว่า 300 บริษัทที่มีการบริหารงาน ในมิติด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และ ด้านการกำกับดูแลกิจการที่โดดเด่น



การกำกับดูแลกิจการ



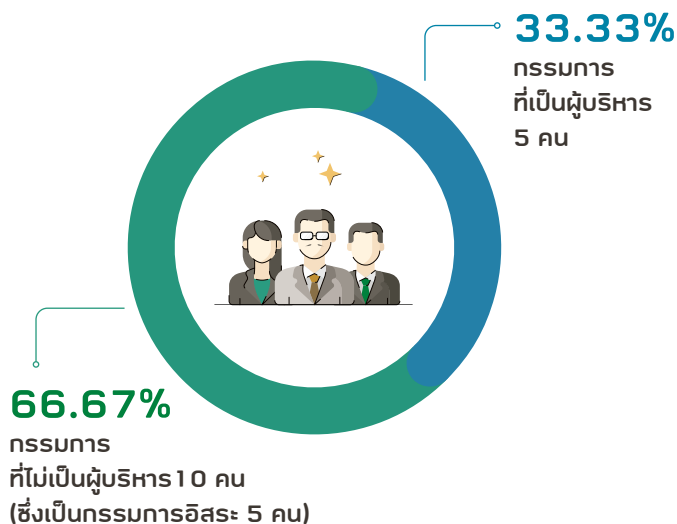
นโยบายและแนวปฏิบัติด้านบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

บริษัทมีวัตถุประสงค์ในการสร้างความมั่นคงทางอาหาร ด้วยความมุ่งมั่นในการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยหลักการพัฒนายั่งยืนบนพื้นฐานของบรรษัทภิบาลที่ดี ขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจขององค์กร (Economic) พร้อมไปกับการรักษาไว้ซึ่งดุลยภาพด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) และสร้างคุณค่าร่วมพร้อมกับสังคมรอบด้าน (Social) ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด ดังนั้นการนำหลักการและแนวปฏิบัติที่กำหนดไว้ในนโยบายบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนของบริษัทไปปฏิบัติจึงถือเป็นพันธกิจของคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทที่จะส่งเสริมให้มีการนำไปปฏิบัติอย่างทั่วถึงทั้งองค์กร

บริษัทจัดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและระเบียบที่เกี่ยวข้องและรายงานผลการประเมินต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง รวมถึงการจัดให้มีการส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมาภิบาลและการพัฒนายั่งยืนให้กับพนักงานอย่างทั่วถึง เพื่อให้พนักงานทุกคนตระหนักรู้ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม และเป็นส่วนหนึ่งในการป้องกันการดำเนินงานหรือการกระทำที่ไม่ถูกต้อง

คณะกรรมการบริษัท องค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 มีจำนวนทั้งสิ้น 15 คน



คณะกรรมการบริษัทมีความเป็นอิสระจากฝ่ายจัดการ มีความเป็นอิสระในการอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและตัดสินใจ ลงมติในที่ประชุม รวมถึงการเสนอแนะการประชุม และสนับสนุน ให้ผู้บริหารระดับสูงเข้าร่วมประชุมเพื่อรับทราบข้อเสนอแนะ จากคณะกรรมการบริษัท

ในปี 2565 คณะกรรมการบริษัทได้มีการประชุมจำนวน 9 ครั้ง และกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารได้มีการประชุมในเรื่อง ที่เกี่ยวกับการบริหารกิจการบริษัทโดยไม่มีฝ่ายจัดการเข้าร่วม ประชุมด้วย จำนวน 1 ครั้ง

การประเมินผลงานของประธานคณะผู้บริหาร

คณะกรรมการบริษัทจะเป็นผู้ประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานคณะผู้บริหารในแต่ละปี เพื่อประกอบการพิจารณากำหนด ค่าตอบแทน บนฐานตัวชี้วัดหลัก 2 ประเภท ได้แก่



1. ตัวชี้วัดผลตอบแทน ทางการเงิน

ตัวชี้วัดผลตอบแทนทางการเงิน เช่น มูลค่าตลาดของหลักทรัพย์ของบริษัท (Market Capitalization) ความสามารถในการทำกำไร (Profitability) รวมถึง อัตราส่วนกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ และค่าเสื่อมราคาต่อรายได้จากการขาย (EBITDA Margin) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น (Return on Equity) และอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อรายได้จากการขาย (Net Profit Margin) เป็นต้น



2. ตัวชี้วัดผลการ ดำเนินงานด้าน ความยั่งยืน

ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ได้แก่ ผลการประเมินด้านความยั่งยืน โดยองค์กรภายนอก เช่น Dow Jones Sustainability Indices, FTSE4Good Index, MSCI ESG, CDP Scores (Carbon Disclosure Project) และโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน เป็นต้น และผลการดำเนินการตาม เป้าหมายด้านความยั่งยืนปี 2030 ขององค์กร อันรวมถึงการสร้างผูกพันของ พนักงานต่อองค์กร (Employee Engagement)

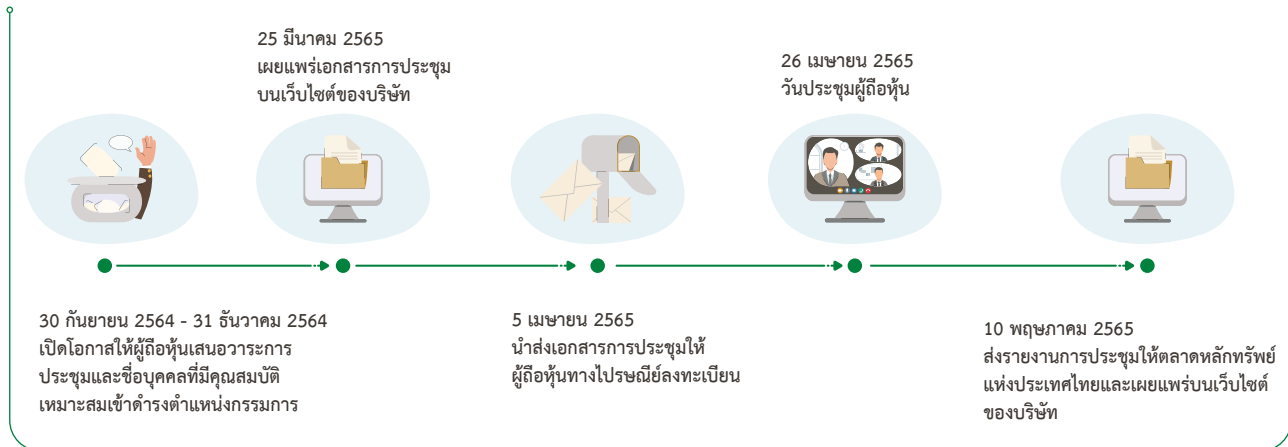


สิทธิของผู้ถือหุ้น

บริษัทตระหนักถึงสิทธิของผู้ถือหุ้นตามที่กฎหมายได้กำหนดไว้ โดยได้ส่งเสริมสิทธิของผู้ถือหุ้นอย่างครบถ้วน และมีการสื่อสารข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท ดังนี้

- เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยเสนอเพิ่มวาระการประชุมล่วงหน้าก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้น
- สามารถเสนอชื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการของบริษัท

ขั้นตอนการประชุมผู้ถือหุ้น



การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

บริษัทสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นของบริษัททุกรายได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันและเป็นธรรมตามสิทธิพื้นฐานที่มีอยู่ ดังนั้น บริษัทจึงมีนโยบายและแนวทางการกำกับดูแลการใช้ข้อมูลภายในของบริษัทเพื่อหาผลประโยชน์แก่ตนเองหรือผู้อื่นในทางมิชอบ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ถือหุ้นโดยรวม รวมทั้งการมีกระบวนการจัดประชุมผู้ถือหุ้นที่สนับสนุนให้มีการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน อันรวมถึงสิทธิในการเสนอเรื่องเพื่อบรรจุเป็นวาระการประชุมและการเสนอชื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นมีสิทธิในการเสนอเรื่องเป็นการล่วงหน้า 3 เดือนก่อนวันสิ้นสุดรอบปีบัญชี โดยคณะกรรมการบริษัทได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการรับเรื่องเพื่อพิจารณา รวมถึงช่องทางและช่วงเวลารับเรื่อง โดยได้มีการสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทและช่องทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บทบาทต่อผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทดูแลและปฏิบัติต่อสังคมรอบด้านอย่างเป็นธรรมบนพื้นฐานของหลักสิทธิมนุษยชนเพื่อให้บรรลุการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกัน บริษัทได้ระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียโดยมีตามสิทธิที่พึงมีของทุกกลุ่มอย่างเหมาะสม รวมถึงป้องกัน แก้อไข หรือเยียวยาผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม และดำเนินกิจกรรมเพื่อดูแลและเสริมสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม

ผู้มีส่วนได้เสีย ประกอบด้วย :



นโยบายในการดูแลสิทธิประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง



นโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์



นโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน



นโยบายการให้ รับของขวัญหรือผลประโยชน์อื่นใด



นโยบายด้านความยั่งยืน



จรรยาบรรณสำหรับคู่ค้าธุรกิจ



นโยบายบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน



นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน



นโยบายการแจ้งเบาะแส



นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล



นโยบายความปลอดภัยและอาชีวอนามัย



นโยบายการบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศ



นโยบายการป้องกันการฟอกเงิน

นอกจากแนวทางและการดำเนินการดูแลผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มแล้ว บริษัทยังตระหนักและให้ความสำคัญกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยบริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะปกป้อง และรักษาข้อมูลส่วนบุคคลให้ปลอดภัยสอดคล้องกับกฎหมาย และเป็นที่ยอมรับตามมาตรฐานสากล จึงได้จัดทำนโยบายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Policy) เพื่อเป็นแนวปฏิบัติให้พนักงานทุกระดับชั้นดำเนินงานได้ถูกต้องตามกฎหมาย นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดทำประกาศเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Notice) เพื่อแจ้งเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลให้มั่นใจได้ว่าทุกธุรกรรมที่ทำกับบริษัทมีความปลอดภัย น่าเชื่อถือ และมีมาตรการที่เหมาะสมในการป้องกันความเสียหายที่เกิดจากการนำข้อมูลส่วนบุคคลไปแสวงหาผลประโยชน์โดยทุจริต

จรรยาบรรณธุรกิจ

“จรรยาบรรณธุรกิจ ซีพีเอฟ” เป็นหลักการพื้นฐาน แนวทางการปฏิบัติงานของกรรมการบริษัท และบุคลากรของบริษัท เพื่อให้บุคลากรของบริษัทได้ยึดถือปฏิบัติร่วมกันตามความคาดหวังของบริษัท โดยระบุหลักการ ดำเนินธุรกิจ ค่านิยมองค์กร การปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ การปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ รวมถึงการกำกับดูแลการปฏิบัติให้เป็นไปตามความคาดหวังเพื่อประโยชน์ในการสร้างมาตรฐานในการปฏิบัติงานของกรรมการบริษัท และบุคลากรด้วยคุณธรรมและความซื่อสัตย์ รายละเอียดในคู่มือฉบับนี้ไม่ได้กล่าวถึงทุกสถานการณ์ อย่างเฉพาะเจาะจง แต่จะช่วยเป็นแนวทางตัดสินใจปฏิบัติตน ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ โดยกรรมการบริษัทและบุคลากรของบริษัทจะต้องปฏิบัติตามดังต่อไปนี้



1

ทำความเข้าใจหลักการ และแนวปฏิบัติต่าง ๆ



3

สื่อสารให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบ



2

ปรึกษาผู้บังคับบัญชาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระเบียบหรือนโยบายนั้น หากเกิดความไม่แน่ใจในสิ่งที่กระทำถูกต้องตามจรรยาบรรณหรือไม่



4

แจ้งเบาะแส เมื่อพบการกระทำที่ไม่ถูกต้องตามจรรยาบรรณธุรกิจ ตามช่องทางที่ได้กำหนดไว้ และให้ความร่วมมือในกระบวนการสืบสวนข้อเท็จจริง ซึ่งผู้ที่ให้เบาะแสดังกล่าวจะได้รับความคุ้มครองตามนโยบายซึ่งสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง



ทั้งนี้ เพื่อให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจภายใต้มาตรฐานเดียวกัน บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องไว้ทั้งสิ้น 12 ฉบับ แบ่งออกเป็น 4 หมวดหมู่ ดังนี้



หมวดคุณธรรม

นโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์
นโยบายการต่อต้านคอร์รัปชัน
นโยบายการให้ รับของขวัญหรือประโยชน์อื่นใด



หมวดคุณภาพ

นโยบายด้านความยั่งยืน
จรรยาบรรณสำหรับคู่ค้าธุรกิจ
นโยบายบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน



หมวดบุคลากร

นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน
นโยบายการจ้างเบาะแส
นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
นโยบายความปลอดภัยและอาชีวอนามัย



หมวดสินทรัพย์

นโยบายการบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศ
นโยบายการป้องกันการฟอกเงิน



สามารถศึกษาจรรยาบรรณธุรกิจเพิ่มเติมได้ที่ : www.cpfworldwide.com/th/sustainability/policy/code_of_conduct_th.pdf

การกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ซีพีเอฟมีการกำกับดูแลบริษัทย่อย โดยคณะกรรมการบริษัท เป็นผู้พิจารณาอนุมัติเป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนงานในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงนโยบายที่สำคัญ เช่น นโยบายด้านการเงิน การบริหารเงินทุน การบริหารความเสี่ยง การจัดสรรและบริหารทรัพยากรต่าง ๆ และกำกับดูแลให้ฝ่ายจัดการดำเนินการตามนโยบายดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมีคณะกรรมการบริหารทำหน้าที่กลั่นกรองและติดตามอย่างใกล้ชิด นอกจากนี้ ยังมีนโยบายในการแต่งตั้งตัวแทนเข้าไปดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการที่มีอำนาจควบคุมในบริษัทย่อย เพื่อติดตามและกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยเฉพาะที่ซีพีเอฟถือตรง ให้เป็นไปตามแนวทางกลยุทธ์และนโยบายด้านต่าง ๆ ของบริษัทอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทั้งนี้ ในกรณีที่บริษัทย่อยมีการจัดประชุมผู้ถือหุ้น คณะกรรมการบริษัทจะเป็นผู้พิจารณาการออกเสียงลงมติในแต่ละวาระการประชุม รวมถึงการแต่งตั้งผู้รับมอบอำนาจในการเข้าร่วมประชุมดังกล่าว

สำหรับงานด้านบรรษัทภิบาล ได้แก่ การกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแลการปฏิบัติงาน และ

การควบคุมและตรวจสอบภายใน จะดำเนินการโดยหน่วยงานส่วนกลาง เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทย่อยต่าง ๆ ได้มีการปฏิบัติภายใต้มาตรฐานเดียวกัน และเป็นไปตามกฎหมายระเบียบ และหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง โดยจะมีการติดตามดูแลและรายงานการดำเนินงานต่อคณะกรรมการชุดย่อยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแต่งตั้งโดยคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาหรือรับทราบ (แล้วแต่กรณี) อย่างสม่ำเสมอ เช่น คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน เป็นต้น



การติดตามให้มีการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการ

การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีคุณธรรม โปร่งใส และมีความรับผิดชอบต่อการกระทำ ดังนั้นเพื่อเป็นการป้องกันการใช้อำนาจหน้าที่หรือพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ซึ่งอาจนำมาซึ่งการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตน และเป็นความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่อาจทำลายชื่อเสียงของบริษัท **บริษัทจึงกำหนดให้พนักงานทุกคนหลีกเลี่ยงการกระทำการใด ๆ ที่เป็นความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และต้องรายงานเรื่องความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นต่อผู้บังคับบัญชาของตน หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้บังคับบัญชามีหน้าที่แจ้งให้สำนักทรัพยากรบุคคลทราบตามแนวทางที่สำนักทรัพยากรบุคคลกำหนด**

สำหรับการประชุมคณะกรรมการบริษัท หากกรรมการคนใดมีส่วนได้เสียในวาระที่พิจารณา ให้กรรมการคนนั้นต้องเปิดเผยรายละเอียดของการมีส่วนได้เสียนั้นต่อคณะกรรมการบริษัทโดยทันที และจะต้องไม่มีส่วนร่วมในการลงมติในวาระนั้น นอกจากนี้ กรรมการและผู้บริหารตามนิยาม ก.ล.ต. มีหน้าที่ต้องรายงานข้อมูลการมีส่วนได้เสียของตนและบุคคลที่เกี่ยวข้องเมื่อเข้าดำรงตำแหน่งครั้งแรก และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลต่อบริษัท โดยสำนักเลขานุการบริษัทจะจัดส่งสำเนารายงานดังกล่าว ไปยังประธานกรรมการ และประธานคณะกรรมการตรวจสอบ ภายใน 7 วันนับแต่วันที่บริษัทได้รับรายงาน เพื่อให้บริษัทมีข้อมูลประกอบการดำเนินการตามข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน ซึ่งเป็นรายการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์และอาจนำไปสู่การถ่ายทอดผลประโยชน์ของบริษัทได้

ในปี 2565 บริษัทได้สื่อสารแนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ไปยังกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนผ่านสื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์เป็นระยะ รวมทั้งบริษัทยังได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการรายงานข้อมูลการมีส่วนได้เสียของกรรมการและผู้บริหารเป็นระบบออนไลน์ ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกทั้งในด้านการรายงาน และการเรียกดูข้อมูล ทำให้ฐานข้อมูลถูกปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

การดูแลเรื่องการใช้ข้อมูลภายใน

ผู้ถือหุ้นของบริษัททุกรายจะต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันและเป็นธรรมตามสิทธิพื้นฐานที่มีอยู่ บริษัทจึงมีนโยบายและแนวทางการกำกับดูแลการใช้ข้อมูลภายในของบริษัทเพื่อหาผลประโยชน์แก่ตนเองหรือผู้อื่นในทางมิชอบ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ถือหุ้นโดยรวม รวมทั้งสนับสนุนให้มีการปฏิบัติตามผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน

 สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติม นโยบายและแนวปฏิบัติ ได้ในรายงานประจำปี 2565 (แบบ 56-1 One-Report)

การกำกับปฏิบัติตามกฎระเบียบ

บริษัทให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการของบริษัท เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้บริษัทเติบโตอย่างยั่งยืน และได้รับความเชื่อถือและความไว้วางใจจากผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ บริษัทจึงได้กำหนดให้มีนโยบายกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับของบริษัท ยึดถือปฏิบัติ โดยมีสำนักกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ (Corporate Compliance Office) เป็นหน่วยงานกลางในการประสานกับหน่วยงานต่าง ๆ ในการกำกับดูแล

ในปี 2565 ได้เริ่มมีการแต่งตั้งผู้ประสานงานด้านการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และการบริหารความเสี่ยง (Compliance & Risk Champion) จากแต่ละธุรกิจหลัก เพื่อประสานและสนับสนุนให้การกำกับดูแลมีประสิทธิภาพมากขึ้น สำหรับกระบวนการในการกำกับ สำนักกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ได้มีการติดตามและสื่อสารกฎเกณฑ์ที่ประกาศใหม่ หรือมีการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อธุรกิจให้ผู้บริหารของแต่ละธุรกิจหลักรับทราบผ่านการประชุมคณะกรรมการจัดการ (Management Committee) มีกระบวนการในการติดตามการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ผ่านแบบประเมินตนเอง มีกระบวนการในการบริหารจัดการกรณีพบการไม่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์เพื่อลดผลกระทบและป้องกันการเกิดซ้ำ รวมถึงมีการรายงานสรุปผลการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ต่อคณะกรรมการตรวจสอบและ/หรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ



การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน



บริษัทเชื่อมั่นว่า การดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม สุจริต โปร่งใส จะเป็นแรงสนับสนุนหลักในการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยบริษัทได้เข้าร่วมเป็นภาคีใน “แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต” เพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นในการป้องกันและต่อต้านการคอร์รัปชันทุกรูปแบบ รวมถึงการร่วมมือกับภาครัฐ ภาคประชาสังคม สื่อมวลชน และองค์กรระหว่างประเทศ ในการสร้างมาตรฐานการประกอบธุรกิจที่ใสสะอาด

บริษัทได้จัดทำนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันเป็นลายลักษณ์อักษรขึ้น เป็นแนวทางให้คณะกรรมการ ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทใช้เป็นกรอบในการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด เพื่อร่วมกันสร้างค่านิยมในการดำเนินงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส ตรวจสอบได้ และปราศจากการคอร์รัปชันให้เป็นวัฒนธรรมขององค์กร โดยทำการสื่อสารให้แก่พนักงานทุกระดับผ่านรูปแบบและช่องทางที่หลากหลาย เพื่อให้ครอบคลุมการสื่อสารในทุกประเทศที่บริษัทมีการลงทุน



สามารถศึกษานโยบายต่อต้านคอร์รัปชันของบริษัทได้ที่ www.cpfworldwide.com/content/th/governance/anti-corruption-policy-for-website.pdf

การดำเนินการเพื่อต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

1.



สื่อสารระเบียบปฏิบัติเพื่อให้พนักงาน
ได้รับทราบแนวปฏิบัติที่ถูกต้อง

2.



ได้รับการต่ออายุการรับรองเป็นสมาชิก
แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทย
ในการต่อต้านการทุจริต

3.



ได้รับรางวัล CAC Change Agent
Award 2022 ส่งเสริมคู่ค้า SME
เข้าร่วมโครงการ CAC SMEs เพื่อ
สร้างความโปร่งใสให้กับห่วงโซ่อุปทาน

4.



พัฒนาและปรับปรุงเนื้อหาฝึกอบรมใน
หลักสูตรเรื่องการต่อต้านคอร์รัปชัน
ยกระดับการรับรู้และสร้างความเข้าใจ
ให้บุคลากรมีการปฏิบัติอย่างถูกต้อง

5.



ร่วมแสดงพลังต่อต้านการทุจริต ในงาน
วันต่อต้านคอร์รัปชันสากล ประจำปี 2565
ภายใต้แนวคิด “ผู้นำ...กับการปราบโกง”

การแจ้งเบาะแส

บริษัทได้จัดทำนโยบายการแจ้งเบาะแส (www.cpfworldwide.com/content/th/governance/whistleblowingpolicy.pdf) เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงาน ผู้มีส่วนได้เสีย หรือบุคคลภายนอกสามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดกฎหมาย หรือจรรยาบรรณ หรือการทุจริตคอร์รัปชัน หรือการถูกละเมิดสิทธิ ผ่านช่องทางที่หลากหลายดังต่อไปนี้

คณะกรรมการตรวจสอบ

-  1, 1/1 ซอยเย็นจิต 2 แยก 1 อาคารทรัพย์สมุทร 2
ชั้น 4 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

ศูนย์ผู้บริโภค

-  02-800-8000
-  consumercenter@cpf.co.th

ผู้แจ้งเรื่องร้องเรียนจะได้รับความคุ้มครองที่เหมาะสมจากบริษัท ได้แก่ การปกป้องผู้แจ้งเรื่องไม่ให้ถูกคุกคาม และข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียนจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับ ไม่เปิดเผยต่อผู้ไม่เกี่ยวข้อง เว้นแต่ที่จำเป็นต้องเปิดเผยตามข้อกำหนดของกฎหมาย นอกจากนี้ จะไม่มีการเลิกจ้าง หรือพักงาน หรือเปลี่ยนตำแหน่งงาน หรือลงโทษทางวินัยต่อพนักงานที่เป็นผู้แจ้ง รวมทั้งให้เป็นธรรมและคุ้มครองพนักงานที่ปฏิเสธการกระทำซึ่งเข้าข่ายคอร์รัปชันด้วย

ขั้นตอนการแจ้งข้อร้องเรียน

กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน





การบริหารความเสี่ยง



การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันต้องเผชิญกับเหตุการณ์หรือสภาพแวดล้อมที่มีความผันผวน ความไม่แน่นอน ความซับซ้อน อาจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน และยากต่อการคาดการณ์ การบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ช่วยให้บริษัทมีการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน สามารถสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างเหมาะสม

วัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง



ด้านสภาพแวดล้อมในการบริหารความเสี่ยง

- จัดทำและสื่อสารนโยบายการบริหารความเสี่ยง
- การบริหารความเสี่ยงเป็นหนึ่งในกลยุทธ์องค์กร
- กำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite)
- บูรณาการหลักการเข้ากับกระบวนการทำงาน



ด้านความตระหนักถึงความเสี่ยง

- จัดทำคู่มือประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสาร ความมุ่งมั่นและความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงในองค์กรของผู้บริหารระดับสูง
- มีโปสเตอร์แสดงเหตุการณ์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และแนวทางป้องกัน
- จัดอบรมด้านความเสี่ยง เพื่อให้พนักงานมีความเข้าใจและสามารถประเมินความเสี่ยงได้



ด้านการปฏิบัติ

- ประชุมเชิงปฏิบัติการด้านความเสี่ยงร่วมกันระหว่างผู้บริหาร หน่วยธุรกิจและสำนักบริหารความเสี่ยงองค์กรเป็นประจำ
- จัดทำมาตรการจัดการและกำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยงสำคัญ (Key Risk Indicators: KRIs) พร้อมทั้งติดตามความคืบหน้าการดำเนินงาน
- มีการประเมินความเสี่ยงอย่างรอบด้านในโครงการลงทุนขนาดใหญ่
- ส่งเสริมให้มีวาระการประชุมด้านความเสี่ยงในการประชุมประจำเดือนของหน่วยธุรกิจ
- มีการแบ่งปันประสบการณ์การบริหารความเสี่ยงระหว่างหน่วยธุรกิจ

นโยบายการบริหารความเสี่ยง และโครงสร้างการจัดการ

บริษัทกำหนดให้มีการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมความเสี่ยงทุกประเภท โดยดำเนินการแบบบูรณาการทั่วทั้งองค์กร และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล COSO (The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) เพื่อให้สามารถระบุความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสมและทันเหตุการณ์ ตลอดจนบริหารความเสี่ยงให้อยู่ในระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

การดำเนินการดังกล่าวมีคณะกรรมการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

การกำกับดูแล



คณะกรรมการตรวจสอบ

ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทในการสอบทานความเพียงพอ ประสิทธิภาพ และการปฏิบัติตามนโยบาย กลยุทธ์การบริหารความเสี่ยง รวมถึงระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้



คณะกรรมการบริหาร

กำกับดูแลและติดตามสถานะความเสี่ยงสำคัญ การบริหารความเสี่ยง ตลอดจนส่งเสริมวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง



คณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยง

มีประธานผู้บริหารฝ่ายการเงินเป็นประธานคณะฯ ทำหน้าที่สอบทานความเสี่ยงสำคัญของบริษัท กำหนดและติดตามการดำเนินงานตามมาตรการจัดการความเสี่ยง และตัวชี้วัดความเสี่ยงสำคัญ โดยร่วมมือกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในฐานะเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner)

การดำเนินงาน



สำนักบริหารความเสี่ยง

ส่งเสริม เผยแพร่ความรู้ ตลอดจนให้คำแนะนำแก่หน่วยงานต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง พร้อมทั้งติดตามความคืบหน้าการจัดการ



ผู้บริหารหน่วยธุรกิจ

รับผิดชอบโดยตรงต่อการบริหารความเสี่ยงในขอบเขตงานที่รับผิดชอบ และรายงานผลการบริหารความเสี่ยงต่อคณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยง



ผู้ประสานงานด้านการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และการบริหารความเสี่ยง (Compliance & Risk Champion)

เป็นตัวกลางประสานงานระหว่างหน่วยธุรกิจ สำนักกำกับกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ และสำนักบริหารความเสี่ยง



สำนักตรวจสอบภายใน

ประเมินกระบวนการปฏิบัติงาน และให้คำแนะนำเพื่อพัฒนาระบบการบริหารความเสี่ยง

“ บริษัทกำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงทุกไตรมาส หรือ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ คณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยงจะรายงานผลการประเมิน ต่อคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการตรวจสอบ และ แจ้งผลการประเมินต่อคณะกรรมการจัดการ เพื่อทราบและดำเนินการตามมาตรการที่ระบุไว้ ”



ระบบการบริหารความเสี่ยงและเครื่องมือที่ใช้

กระบวนการบริหารความเสี่ยงของบริษัทถูกรวบรวมไว้ใน “คู่มือการบริหารความเสี่ยง” โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานและเครื่องมือที่ใช้ ดังนี้

1.



ระบุความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัททั้งความเสี่ยงที่เผชิญอยู่ในปัจจุบัน และความเสี่ยงใหม่ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต (Emerging Risk)

3.



จัดการความเสี่ยงสำคัญด้วยการกำหนดและติดตามความคืบหน้าของมาตรการที่ต้องทำเพิ่มเติม

2.



ประเมินความเสี่ยงตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนดบนพื้นฐานของระดับความเสี่ยงที่องค์กรยอมรับได้ ผ่านการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Risk Workshop) และแสดงผลการประเมิน รวมถึงจัดลำดับความเสี่ยงในรูปแบบของแผนภูมิความเสี่ยง (Risk Heat Map)

4.



จัดทำระบบเตือนการเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยงด้วยการกำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยงสำคัญ

5.



รายงานความคืบหน้าของมาตรการจัดการและสถานะของตัวชี้วัดความเสี่ยงสำคัญตามรอบที่กำหนด

ปัจจัยความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

บริษัทให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงทั้งที่เผชิญอยู่ และความเสี่ยงใหม่ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต (Emerging Risks) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการบริหารห่วงโซ่อุปทานของบริษัท หรืออุตสาหกรรมในช่วง 3-5 ปีข้างหน้า เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจ และแผนจัดการความเสี่ยง



ความเสี่ยงใหม่
ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต
(Emerging Risks)



ความเสี่ยง
ด้าน ESG



ความเสี่ยง
ด้านกลยุทธ์



ความเสี่ยง
ด้านการดำเนินงาน



ความเสี่ยงจากความผันผวน
ของตลาดการเงิน



ความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์
และชื่อเสียงขององค์กร



ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่
ที่ถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 25
ของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว



สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติม หัวข้อการบริหารจัดการความเสี่ยงได้ในรายงานประจำปี 2565 (แบบ 56-1 One Report)

ทุนและโครงสร้างการถือหุ้น

ทุนจดทะเบียน

9,291,530,318 บาท

ทุนชำระแล้ว

8,611,242,385 บาท

โครงสร้างการถือหุ้น ณ วันที่ 13 มีนาคม 2566



รายชื่อผู้ถือหุ้น 10 รายแรก ณ วันที่ 13 มีนาคม 2566 มีดังนี้

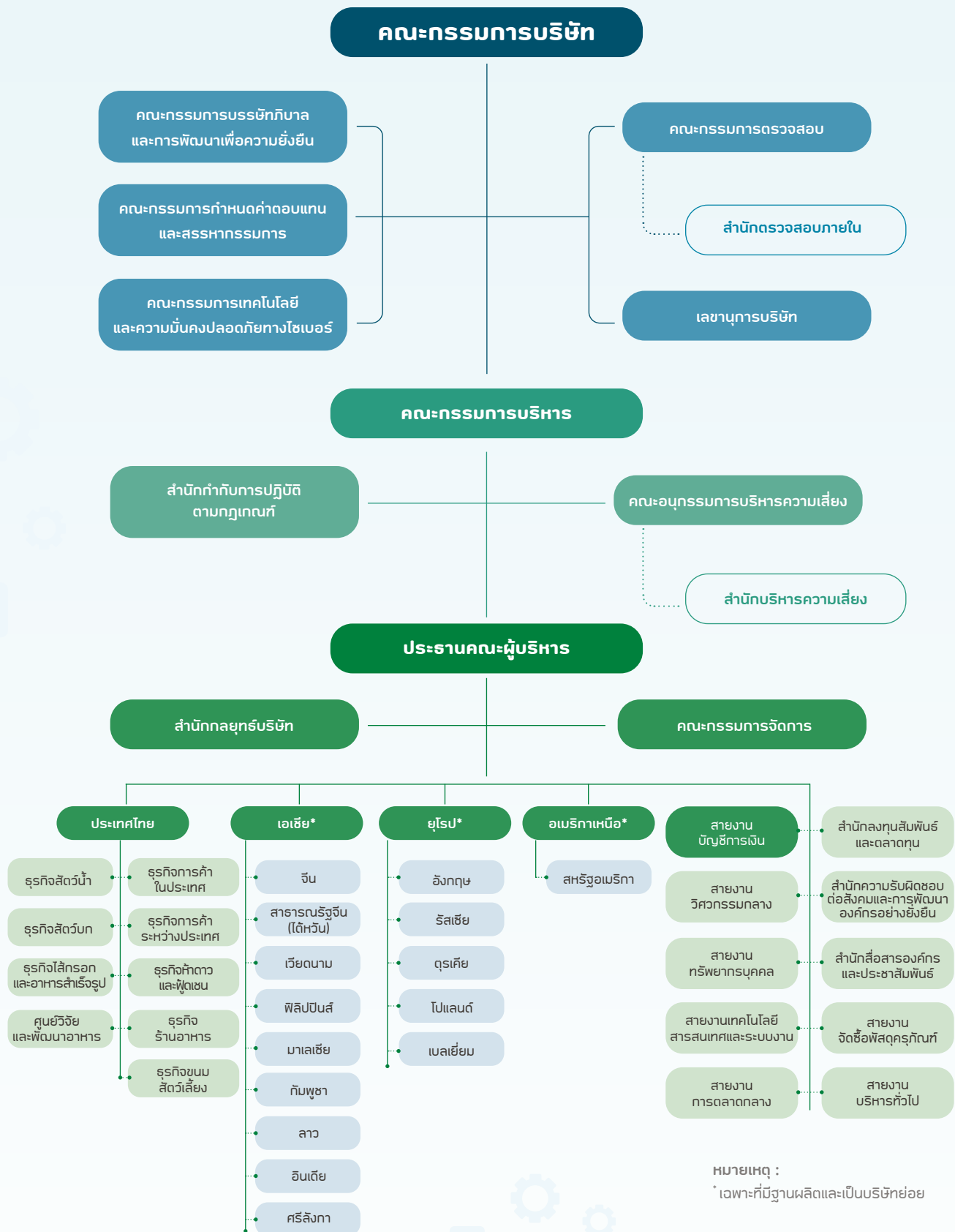
รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น	สัดส่วนการถือหุ้น (ก่อนหักหุ้นซื้อคืน เพื่อบริหารทางการเงิน)
1. กลุ่ม CPG ⁽¹⁾	4,333,779,812	50.33%
2. บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด ⁽²⁾	629,430,720	7.31%
3. สำนักงานประกันสังคม	253,190,460	2.94%
4. SOUTH EAST ASIA UK (TYPE C) NOMINEES LIMITD ⁽²⁾	176,546,946	2.05%
5. STATE STREET EUROPE LIMITED ⁽²⁾	154,272,180	1.79%
6. UBS AG HONG KONG BRANCH ⁽²⁾	126,895,600	1.47%
7. นายปริญญ์ เจริญวรรณ	121,000,000	1.41%
8. CITIBANK NOMINEES SINGAPORE PTE LTD-A/C GIC ⁽²⁾	68,494,906	0.80%
9. กองทุนรวมวายุภักดิ์หนึ่ง ⁽²⁾	66,450,600	0.77%
10. MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC ⁽²⁾	45,050,400	0.52%

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

⁽²⁾ กลุ่ม CPG มิได้เป็นผู้ถือหุ้น



โครงสร้างการบริหาร



คณะกรรมการบริษัท

ณ วันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2566 คณะกรรมการของบริษัทประกอบด้วยกรรมการจำนวน 15 คน ดังนี้



นายสุกกิต เจียรวนนท์
ประธานกรรมการ⁽¹⁾



นายพงษ์เทพ เจียรวนนท์
รองประธานกรรมการ⁽¹⁾



นายสุกษัย เจียรวนนท์
รองประธานกรรมการ⁽¹⁾



นายอดิเรก ศรีประทักษ์
รองประธานกรรมการ⁽¹⁾



นายรังสรรค์ ศรีวรศาสตร์
กรรมการ⁽²⁾



พล.ต.อ. พิชรวัท วงษ์สุวรรณ
กรรมการ⁽²⁾



นางวัชรีย์ วิบุกตายน
กรรมการ⁽²⁾



นายวินัย วิทวัสการเวช
กรรมการ⁽²⁾



ศ.พิเศษ ดร.กิตติพงษ์ กิตยารักษ์
กรรมการ⁽²⁾



นางอรุณี วัชรานานันท์
กรรมการ⁽¹⁾



นายประสิทธิ์ บุญดวงประเสริฐ
กรรมการ⁽¹⁾



น.สพ. สุจินต์ ธรรมศาสตร์
กรรมการ⁽¹⁾



นายสิริพงษ์ อรุณรัตน
กรรมการ⁽¹⁾



นายไพศาล จิระกิจเจริญ
กรรมการ⁽¹⁾



นายมนต์ สุวรรณโพธิ์ศรี
กรรมการ⁽¹⁾

หมายเหตุ :

⁽¹⁾ กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท โดยกำหนดให้กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท 2 คน ลงลายมือชื่อร่วมกันและประทับตราสำคัญของบริษัท

⁽²⁾ กรรมการอิสระ



ผู้บริหารและพนักงาน

ณ วันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2566 ผู้บริหารและผู้บริหารสูงสุดของสายธุรกิจหลักประกอบด้วย

1. นายประสิทธิ์ บุญดวงประเสริฐ ¹ ประธานคณะผู้บริหาร	2. น.สพ.สุจินต์ ธรรมศาสตร์ ¹ ประธานผู้บริหารฝ่ายปฏิบัติการ ธุรกิจสัตว์น้ำ	3. นายสิริพงศ์ อรุณรัตน ¹ ประธานผู้บริหารฝ่ายปฏิบัติการ ธุรกิจสัตว์บก
4. นายไพศาล จิระกิจเจริญ ¹ ประธานผู้บริหารฝ่ายการเงิน	5. นางสาวพิมลรัตน์ ธีพัฒน์วิจิตรกุล ¹ ประธานผู้บริหารทรัพยากรบุคคล	6. นายเรวัติ หทัยสัตยพงศ์ ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจอาหารสัตว์บก
7. นายสมพร เจริมพงศ์ ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจสุกร	8. นายภาณุวัตร เนียมเปรม ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจไก่เนื้อ-เปิดเนื้อครบวงจร	9. นายสมคิด วรรณลูกขี้ ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจไก่ไข่
10. นายไพโรจน์ อภิรักษ์บุสิทธิ์ ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจสัตว์น้ำครบวงจร เขตประเทศไทย	11. นายสุรจิต มัยลาภ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพีเอฟ โกลบอล ฟู้ด โซลูชั่น จำกัด (มหาชน) (ธุรกิจการค้าในประเทศ)	12. นายเอกปิยะ เอื้อวุฒิเกริก กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพีเอฟ ฟู้ด เน็ตเวิร์ก จำกัด (ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ)
13. นายสุนทร จักขุภรณ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพีเอฟ เรสเทอรองท์ แอนด์ ฟู้ดเซ่น จำกัด (ธุรกิจภัตตาคาร และฟู้ดเซ่น)	14. นางสาวลลนา บุญงามศรี กรรมการผู้จัดการ บริษัท เซสเตอร์ฟู้ด จำกัด (ธุรกิจร้านอาหาร)	15. นายกิตติศักดิ์ ลิ้มอำไพ กรรมการผู้จัดการ บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เพ็ท ฟู้ด จำกัด (ธุรกิจขนมสัตว์เลี้ยง)
16. นายไพศาล เครือวงศ์วานิช ประธานคณะผู้บริหาร กลุ่มธุรกิจการค้าวัตถุดิบอาหารสัตว์	17. Mr. Robins Pharr McIntosh Jr. ผู้บริหารสูงสุดธุรกิจพันธุ์สัตว์น้ำ	18. ดร.มิ่ง แดง เจริญ ผู้บริหารสูงสุดด้านวิจัย และพัฒนาอาหารสัตว์น้ำ
19. นางวิไลลักษณ์ คลอดเพ็ง รักษาการผู้บริหารสูงสุด สายงานประกันคุณภาพอาหารกลาง	20. นายณฤกษ์ มางเขียว กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพีเอฟ ฟู้ด แอนด์ เบฟเวอเรจ จำกัด (ธุรกิจอาหารสำเร็จรูป)	21. นายพิรพงศ์ กรินชัย ผู้บริหารสูงสุด ด้านวิศวกรรมกลาง
22. นายเปรมศักดิ์ วนิชสุนทร ผู้บริหารสูงสุดสายงานวิจัยและ พัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ	23. นางสาวอนลินี โรบินสัน ผู้บริหารสูงสุดสายงานวิจัยและพัฒนา ผลิตภัณฑ์อาหาร	24. นางวรรณทณีย์ ชำนาญเศรษฐการณ ผู้บริหารสูงสุดธุรกิจแปรรูปไข่ และอาหารสำเร็จรูปแปรรูป
25. นายสรรเสริญ สมัยสุต กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพีเอฟ โอเพนเอนเตอร์ จำกัด (เทคโนโลยีสารสนเทศและระบบงาน)	26. นายวรวิทย์ เจริญนากุล รองกรรมการผู้จัดการบริหาร สายงานบริหารทั่วไป	27. นางกอบบุญ ศรีชัย เลขานุการบริษัท และผู้บริหารสูงสุด สายงานกิจการองค์กร และลงทุนสัมพันธ์

¹ ผู้บริหารของบริษัทตามนิยามในประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่ กว. 17/2551 เรื่อง การกำหนดบทบาทในประกาศเกี่ยวกับการออกและเสนอขายหลักทรัพย์ของบริษัท

ผู้บริหารกิจการต่างประเทศ

1. Mr. Bai Shanlin
จีน



2. นายมนตรี สุวรรณโพธิ์ศรี
เวียดนาม



3. Mr. Nick Shaw
อังกฤษ



4. นายทง โชติรัตน์
สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน)



5. นายชัยรัตน์ อัญชลีชไมกร
อินเดีย-ธุรกิจสัตว์บก



6. นายศิริพงษ์ ณ พงษา
อินเดีย-ธุรกิจสัตว์น้ำ



7. นายอาณัติ จุลินทร
สหรัฐอเมริกา



8. นายสกล ชวะโกเศรษฐ
ฟิลิปปินส์



9. นายมนตรี สัมมนตรี
มาเลเซีย-ธุรกิจสัตว์บก



10. นายวิรัช โพธิ์พันธุ์
มาเลเซีย-ธุรกิจสัตว์น้ำ



11. Mr. Thomas Norgaard
รัสเซีย-ธุรกิจสุกร



12. นายบุรี สีน
รัสเซีย-ธุรกิจครบวงจรไก่



13. นายวิทยา เกรียงไกรวิทย
กัมพูชา



14. Mr. Mehmet Ali Tekin
ตุรกี



15. นายท่านอง พลทองมาก
ลาว



16. Mr. Piotr Her
โปแลนด์



17. Mr. Michel Tops
เบลเยียม



18. Mr. Habeeb Mohamed Ziauddin
ศรีลังกา



พนักงาน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ซีพีเอฟและบริษัทย่อยมีพนักงานและคนงาน* รวมทั้งสิ้น 135,284 คน
โดยแบ่งตามสายงานหลักได้ดังนี้

สายงานปฏิบัติการ



พนักงาน

38,986 คน



คนงาน

81,783 คน

สายงานสนับสนุน



พนักงาน

11,927 คน



คนงาน

2,588 คน

* คนงาน หมายถึง คนงานรายเดือน 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

02-766-8354

📠 02-638-2139

✉ csoffice@cpf.co.th



สำนักลงทุนสัมพันธ์และตลาดทุน

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

☎ 02-766-8322

02-766-8323

📠 02-638-2139

✉ 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

☎ 02-800-8000

รักษ์สิ่งแวดล้อม โดยใช้กระดาษรีไซเคิล



ลดการใช้ไม้ใหม่
18 ต้น

ดูดซับก๊าซ CO₂
1 ต้น

ลดการใช้พลังงานน้ำ
4,214 ลิตร

ลดการใช้พลังงานไอน้ำ
1 ต้น

ลดการใช้พลังงานทั้งหมด
97 กิโลวัตต์-ชั่วโมง

“
รังสรรค์รสชาติแห่งความสุข
ด้วยนวัตกรรมอาหารปลอดภัย
พร้อมส่งมอบความอร่อยและความมั่นใจให้ผู้บริโภค
ส่งต่อรอยยิ้ม ความห่วงใย
สู่สังคมและโลกของเรา
”





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

