บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

ข้อมูลบริษัทโดยสรุป ปี 2568

ครัวของโลก

ทุกคำ ทุกคน คือพลังสู่ความยั่งยืน

สถิตกลางใจประชาราษฎร์

กราบพระบาทอำลาน้ำตาร่วง พระองค์เสด็จสู่สรวงเสวยสวรรค์
อิ่มในบุญอุ่นในธรรมงามนิรันดร์ ราษฎร์น้อมขวัญซึ้งซาบกราบอำลา

ประพันธ์โดย ชมัยกร แสงกระจ่าง ศิลปินแห่งชาติ

ด้วยสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณตราบนิจนิรันดร์

ข้าพระพุทธเจ้า ผู้บริหารและพนักงาน

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

สารบัญ

สารจากผู้บริหาร 6

ภาพรวมธุรกิจ 8

ความมุ่งมั่นของบริษัท 8
ภาพรวมของบริษัท 10
โครงสร้างการดำเนินธุรกิจ 12
กิจการของบริษัท 13
พัฒนาการที่สำคัญ 14
ธุรกิจของบริษัท 16
ลักษณะการประกอบธุรกิจ 18
นวัตกรรมจากใจสู่จาน 28
ผลการดำเนินงานปี 2568 32
รางวัลและความสำเร็จปี 2568 34
การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน 38

การบริหารความเสี่ยง 48

การจัดการและกำกับดูแลกิจการ 44

ทุนและโครงสร้างการถือหุ้น 50
โครงสร้างการบริหาร 51
คณะกรรมการบริษัท 52
ผู้บริหาร 53

ติดต่อบริษัท 55

ท่านสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติม
แบบ 56-1 One Report ปี 2568 (รายงานประจำปี)

รายงานความยั่งยืน ปี 2568

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

“ทุกคำสำหรับผู้บริโภค ผ่านการสรรค์สร้างที่ใส่ใจ พร้อมดูแลสุขภาพทุกคนบนโลกใบนี้ เพื่อร่วมสร้างสังคมที่ดีอย่างยั่งยืน”

Protecting Our
Climate

มุ่งมั่นปกป้องสภาพภูมิอากาศ

โดยประยุกต์ใช้นวัตกรรมสร้างผลกระทบ
เชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า

Improving
Quality of Life for
People

ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้คน

ผ่านการสร้างการเติบโตอย่างมีส่วนร่วม
ของพนักงาน เกษตรกร สังคม
และประชากรโลก

Creating
Prosperous
Food

สร้างความมั่นคงทางอาหาร

ด้วยนวัตกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพ
และความเป็นอยู่ที่ดีแก่ผู้บริโภคอย่างยั่งยืน

สารจากผู้บริหาร

บริษัทตั้งเป้าหมาย

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ตลอดห่วงโซ่คุณค่าภายในปี พ.ศ. 2593

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้ดำเนินธุรกิจตามวิสัยทัศน์ **“ครัวของโลก”** ด้วยความมุ่งมั่นในการสร้างความมั่นคงทางอาหารที่ยั่งยืนให้กับประชากรโลกอย่างต่อเนื่อง ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์คุณภาพที่ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค และเข้าถึงได้ในทุกสถานการณ์ พร้อมทั้งการขยายเครือข่ายการจัดจำหน่ายไปยังภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมของแต่ละประเทศเพื่อช่วยลดความเลื่อมล้ำในการเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพ

จากการน้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงตามพระราชดำริ พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร และการดำเนินธุรกิจภายใต้แนวปรัชญา 3 ประโยชน์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ด้วยการสร้างประโยชน์ให้กับประเทศ ประชาชน และองค์กร บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย จึงมีปณิธานในการสร้าง **“ความมั่นคงทางอาหาร”** ด้วยนวัตกรรมแห่งความยั่งยืนมุ่งสู่การเป็นบริษัทอาหารระดับโลก บนวิสัยทัศน์การเป็น **“ครัวของโลก”** ที่สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อกายและดีต่อใจ ควบคู่ไปกับการดูแลดุลยภาพของความสำเร็จทางเศรษฐกิจ การดูแลรักษาฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม และการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคมและเกษตรกร บนพื้นฐานที่มั่นคงด้วยการมีบรรษัทภิบาลที่ดีและเคารพสิทธิมนุษยชนรอบด้าน

บริษัทดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารใน 17 ประเทศ และมีการค้าผลิตภัณฑ์อาหารครอบคลุมกว่า 50 ประเทศ โภชนาการและความปลอดภัยของอาหารจึงเป็นเรื่องที่บริษัทให้ความสำคัญ รวมถึงการมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคในแต่ละท้องที่ ด้วยต้นทุนที่มีประสิทธิภาพที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีราคาที่คุ้มค่าสำหรับผู้บริโภค

ตลอดปี 2568 ที่ผ่านมา ทั่วโลกยังคงพบกับความท้าทายหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นภาวะเศรษฐกิจที่มีกำลังซื้อที่ถดถอย ความขัดแย้งด้านภูมิสังคม การเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศที่รุนแรงขึ้นและมีฤดูกาลที่เปลี่ยนแปลงไป นโยบายภาษีและมาตรการทางการค้าของสหรัฐอเมริกาที่ยังมีความไม่แน่นอน รวมถึงการเกิดขึ้นของโรคระบาดในการเลี้ยงสัตว์ในหลายประเทศ ด้วยพื้นฐานของธุรกิจที่ให้ความสำคัญด้านการเป็นองค์กรนวัตกรรมและการบริหารความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ ทำให้บริษัทได้รับผลกระทบจากความท้าทายในปี 2568 ไม่มากนัก

สามารถสร้างรายได้จากการขายรวม
571,135 ล้านบาท
ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 จากปี 2567
ในสกุลเงินท้องถิ่นของแต่ละประเทศ แต่หากเป็นสกุลเงินบาท จะลดลงร้อยละ 2 จากผลกระทบของการแปลงค่าเงินที่เงินบาทแข็งค่าขึ้นจากปีก่อน

มีสินทรัพย์รวม 861,796 ล้านบาท มีภาษีจ่าย 9,175 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิ 25,197 ล้านบาท พร้อมเสนอให้ผู้ถือหุ้น พิจารณาอนุมัติเงินปันผลทั้งปี จำนวน 1.25 บาทต่อหุ้น ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569

ในช่วงเวลาที่ผ่านมา ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง ความท้าทาย และการแข่งขันที่มีมากขึ้น บริษัทได้มีการปรับโครงสร้างการดำเนินธุรกิจและบริหารการใช้สินทรัพย์เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น พร้อมไปกับการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องและการขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัลทั่วทั้งองค์กร ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัท

บริษัทมุ่งมั่นในการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนร่วมกับสังคมรอบด้าน ให้ความสำคัญกับการดูแลสิทธิมนุษยชน การอนุรักษ์ดูแลทรัพยากรน้ำและความหลากหลายทางชีวภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการมุ่งสู่การเป็นองค์กรคาร์บอนต่ำเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างเป็นรูปธรรม และบริษัทมีความเชื่อมั่นว่าจะสามารถบรรลุ **เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ได้ดังที่ตั้งไว้ในปี 2593 (ค.ศ. 2050)**

สุดท้ายนี้ ในนามของคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ขอขอบพระคุณท่านผู้ถือหุ้น คู่ค้า ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน สำหรับความเชื่อมั่นและแรงสนับสนุนที่มีให้แก่บริษัทเสมอมา บริษัทยังคงยืนหยัดดำเนินธุรกิจตามวิสัยทัศน์ **“ครัวของโลก”** เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหารที่ยั่งยืน และพร้อมเติบโตเคียงคู่ไปกับสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมั่นคงสืบไป

นายสุภกิต เจียรวนนท์
ประธานกรรมการ

นายประสิทธิ์ บุญดวงประเสริฐ
ประธานคณะผู้บริหาร

ความมุ่งมั่นของบริษัท

วิสัยทัศน์

ครัวของโลก

ปณิธาน

สร้างความมั่นคงทางอาหาร
ให้แก่ผู้บริโภคทั่วโลก

พันธกิจ

ดำเนินธุรกิจ**เกษตรอุตสาหกรรมและอาหารแบบครบวงจร** ที่มุ่งมั่นสร้างสรรค์นวัตกรรมในการดำเนินงานเพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในด้านคุณค่าทางโภชนาการ รสชาติและความปลอดภัย สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ โดยให้ความสำคัญในการสร้าง**กระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน**พร้อมไปกับ**การใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม**และ**ดูแลสิ่งแวดล้อม**เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับแนวหน้าของอุตสาหกรรม ด้วยความใส่ใจในผู้มีส่วนได้เสียรอบด้านตลอดห่วงโซ่อุปทาน บนพื้นฐานการเคารพสิทธิมนุษยชนและการกำกับกิจการที่ดี **เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน**

จัดอยู่ใน 500 บริษัทชั้นนำในเอเชียแปซิฟิก Time Asia-Pacific's Best Company 2025

ติดอันดับ Top10% ของ S&P Global Corporate Sustainability Assessment 2025 ประเภทตลาดเกิดใหม่ในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหาร

ได้รับการประเมิน **MSCI ESG RATINGS ที่ระดับ B**

ได้รับคัดเลือกเป็นหุ้นยั่งยืน **ระดับ AAA** ในกลุ่มเกษตรอุตสาหกรรมอาหาร จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ประเภทตลาดเกิดใหม่ในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหาร **ต่อเนื่องเป็นปีที่ 11**

เป็นสมาชิกโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต และได้รับ CAC Change Agent Award ประจำปี 2568

ครัวของโลก

เป้าหมายกลยุทธ์ : ความสำเร็จของลูกค้า คือ ความสำเร็จของ CPF

นวัตกรรมและเทคโนโลยี ผลักดันกลยุทธ์

กลยุทธ์สินค้า / ช่องทาง

- สินค้าดี ราคาคุ้มค่า
- ผนึกกำลังพันธมิตร
- พัฒนาคู่ค้า

กลยุทธ์ดำเนินงาน

- ลดต้นทุนด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพ
- มุ่งสู่ความเป็นเลิศในการดำเนินงาน
- มุ่งสู่องค์กรดิจิทัล

กลยุทธ์สร้างรากฐาน

- พัฒนาคน ให้เป็นคนดีและคนเก่ง
- บริษัทที่เป็นสมาชิกที่ดีของประเทศ

การกำกับดูแลกิจการและการเคารพสิทธิมนุษยชนรอบด้าน

CPF-way

- สามประโยชน์ สู่ความยั่งยืน (ต่อประเทศ ประชาชน และบริษัท)
- ยอมรับการเปลี่ยนแปลง
- ทำเร็วและมีคุณภาพ
- ทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย
- มีคุณธรรม ความซื่อสัตย์ และรู้จักตอบแทนบุญคุณ
- สร้างสรรค์สิ่งใหม่

CDP

ได้รับการประเมิน
CDP Climate Change 2025 **อยู่ในระดับ B**
CDP Forests 2025 **อยู่ในระดับ B**
CDP Water Security 2025 **อยู่ในระดับ B**

FTSE4Good

ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนี FTSE4Good Index Series **ต่อเนื่องเป็นปีที่ 8**

ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการองค์กร**ระดับดีเลิศ (Excellent)** โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย

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.

ภาพรวมของบริษัท

บริษัทดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารแบบครบวงจร เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพบนมาตรฐานการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและกระบวนการทำงานที่รับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม

สัดส่วนการถือหุ้นของเครือเจริญโภคภัณฑ์
(ณ วันที่ 13 มีนาคม 2569)
49.51%

มูลค่าหลักทรัพย์
(ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568)
183,272 ล้านบาท

ภาษีจ่าย ปี 2568
9,175 ล้านบาท

จำนวนพนักงานและคนงาน
133,409 คน

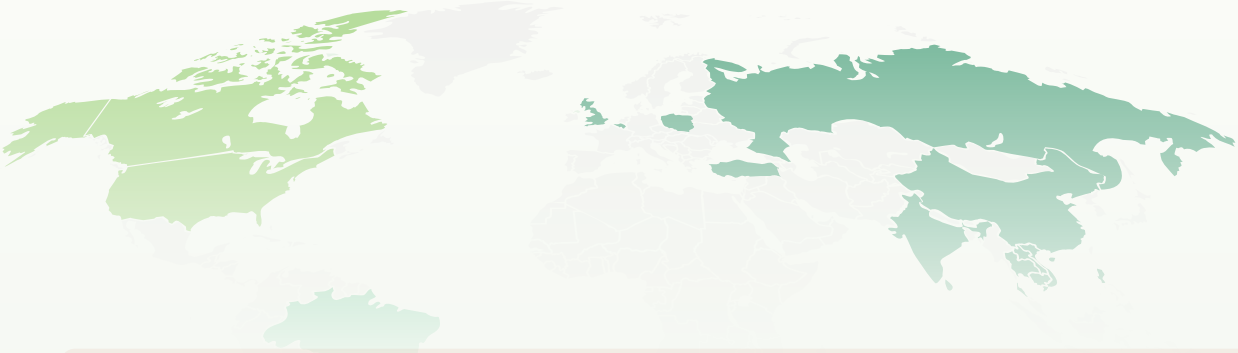
ฐานการผลิต 17 ประเทศ

ได้แก่ ประเทศไทย เวียดนาม จีน (รวมถึงไต้หวัน) รัสเซีย สหรัฐอเมริกา ฟิลิปปินส์ กัมพูชา อังกฤษ มาเลเซีย อินเดีย ตุรกี ลาว เบลเยียม ศรีลังกา และร่วมลงทุนในประเทศแคนาดา โปแลนด์ และบราซิล

จำหน่ายใน
5 ทวีป

ครอบคลุม
>50 ประเทศ

เข้าถึงผู้บริโภค
> 4,000 ล้านคนทั่วโลก



แบรนด์อาหารที่โดดเด่น

ผลการดำเนินงานทางการเงินที่สำคัญ ปี 2568

รายได้จากการขาย
571,135
ล้านบาท

กำไรสุทธิ
25,197
ล้านบาท

มูลค่าทรัพย์สิน
861,796
ล้านบาท
(ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568)

อัตราการจ่ายปันผล ปี 2568

41% นโยบายการจ่ายเงินปันผลจำนวนไม่น้อยกว่า 30% ของกำไรสุทธิประจำปี

ตราสารหนี้

30 ชุดในตลาดตราสารหนี้ไทยที่ยังไม่ครบกำหนดไถ่ถอน

ผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่การเงินที่สำคัญ

สภาพภูมิอากาศ

ผลการดำเนินงานในปี 2568

25% ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ต่อหน่วยการผลิตเมื่อเทียบกับปีฐาน 2558

35% สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ครอบคลุมกิจการประเทศไทย

ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ

43% วัตถุดิบหลักมาจากแหล่งที่ไม่ตัดไม้ทำลายป่า

เป้าหมาย 100% ของวัตถุดิบหลักมาจากพื้นที่ที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า ครอบคลุมประเทศไทย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ กัมพูชา มาเลเซีย อินเดีย และลาว

ชุมชน

71% สัดส่วนมูลค่าวัตถุดิบจากท้องถิ่น

ครอบคลุมทุกกิจการที่มีฐานผลิต

ความหลากหลาย ความเท่าเทียม และการยอมรับความแตกต่าง

45% ของพนักงานและคนงานเป็นผู้หญิง

ครอบคลุมทุกกิจการที่มีฐานผลิต

โครงสร้างการดำเนินธุรกิจ

สัดส่วนรายได้จากการขายปี 2568

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

38%

กิจการประเทศไทย

- 33% ในประเทศไทย
- 5% ส่งออก

62%

กิจการต่างประเทศ

- 18% เวียดนาม
- 8% จีน
- 36%
  - สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน)
  - รัสเซีย
  - สหรัฐอเมริกา
  - ฟิลิปปินส์
  - กัมพูชา
  - อังกฤษ
  - มาเลเซีย
  - อินเดีย
  - ตุรกี
  - ลาว
  - เบลเยียม
  - ศรีลังกา

บริษัทร่วม และการร่วมค้า *

สัดส่วนการถือหุ้นโดยบริษัท ทั้งทางตรงและทางอ้อม

ซีพี-เมจิ	(59.99%)	CPF Poland	(49.45%)
Hylife Group Holdings	(50.10%)	Camanor Produtos Marinhos	(40.00%)
รอส บรีดเดอร์ส สยาม	(49.99%)	บมจ. ซีพี ออลล์	(34.77%)
อาร์เบอร์ เอเคอร์ส ประเทศไทย	(49.98%)	บมจ. ซีพี แอ็กซ์ตร้า	(8.85%)
SuperDrob	(49.45%)	Chia Tai Investment	(35.00%)

หมายเหตุ : * แสดงเฉพาะบริษัทร่วมและร่วมค้าบางส่วน

กิจการของบริษัท

รายละเอียดฐานการผลิตของบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

	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				●	●
แคนาดา*	●	●			
ทวีปอเมริกาใต้					
บราซิล*				●	

หมายเหตุ : * ธุรกิจของบริษัทร่วมและร่วมค้า (ธุรกิจที่บริษัทเข้าไปลงทุนและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจทางธุรกิจร่วมกับพันธมิตร โดยไม่มีอำนาจควบคุมเบ็ดเสร็จ)

พัฒนาการที่สำคัญ

จุดเริ่มต้น → ขยายงานต่างประเทศ

ปี 2521

จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท
“บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหารสัตว์ จำกัด” เพื่อผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ ในเขตภาคใต้ของประเทศไทย

ปี 2530

จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยภายใต้ชื่อย่อ **“CPF”**

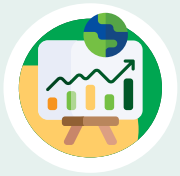
ปี 2537

แปรสภาพเป็น**บริษัทมหาชนจำกัด**
เมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2537

ปี 2542

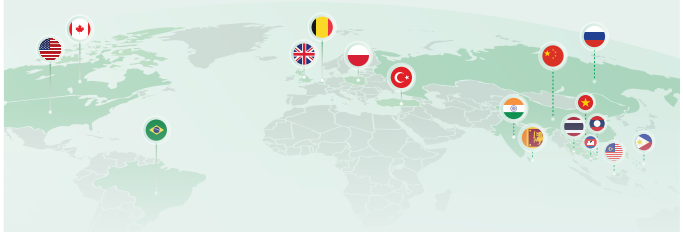
เข้าซื้อหุ้นของบริษัทจำกัดที่ดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารของเครือเจริญโภคภัณฑ์จำนวน 9 แห่ง ส่งผลให้กลุ่มบริษัทมีการดำเนินธุรกิจสัตว์บกและสัตว์น้ำครอบคลุมทั่วทุกภาคของประเทศไทย

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



ขยายงานในต่างประเทศตามวิสัยทัศน์ “ครัวของโลก”

ขยายงานจากประเทศไทยสู่ต่างประเทศ ส่งเสริมและยกระดับภาคปศุสัตว์ให้เป็นเกษตรอุตสาหกรรมสมัยใหม่ที่มีมาตรฐานและประสิทธิภาพ โดยใช้ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญที่มีมาใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาธุรกิจในประเทศที่เข้าไปลงทุน



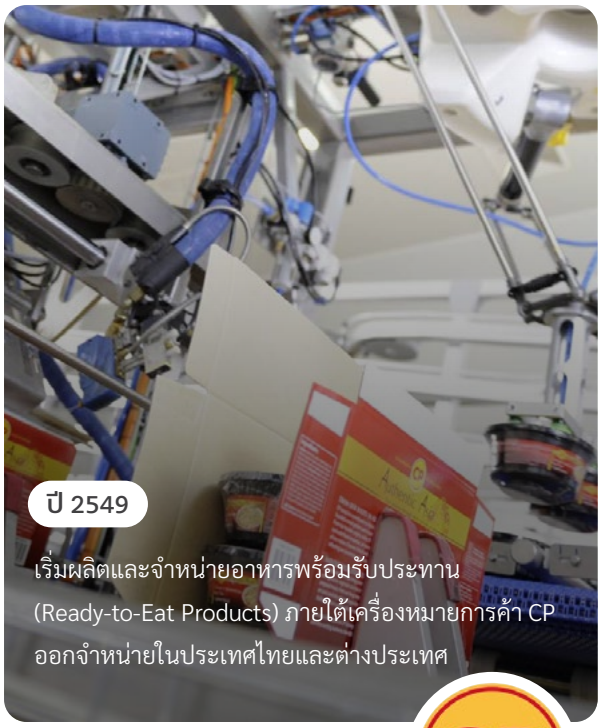
การลงทุนในต่างประเทศ

2535	ประเทศอินเดีย
2541	ประเทศเวียดนาม
2545	ประเทศอังกฤษ จีน และเบลเยียม
2547	ประเทศตุรกี
2548	ประเทศมาเลเซีย
2549	ประเทศรัสเซียและลาว
2550	ประเทศฟิลิปปินส์
2552	สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน)
2554	ประเทศกัมพูชา
2559	ประเทศสหรัฐอเมริกาและศรีลังกา
2560	ประเทศโปแลนด์
2561	ประเทศบราซิล
2562	ประเทศแคนาดา

ขยายสู่ธุรกิจอาหาร → พัฒนาการที่สำคัญในช่วงที่ผ่านมา

ปี 2548

เข้าซื้อธุรกิจห้าดาวเพื่อเป็นช่องทางหนึ่งในการขยายธุรกิจต่อเนื่องไปสู่ธุรกิจอาหาร



ปี 2549

เริ่มผลิตและจำหน่ายอาหารพร้อมรับประทาน (Ready-to-Eat Products) ภายใต้เครื่องหมายการค้า CP ออกจำหน่ายในประเทศไทยและต่างประเทศ

ปี 2553

ปรับย้ายหมวดธุรกิจของ CPF ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากหมวดธุรกิจการเกษตร (Agribusiness) เป็น **“ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม” (Food and Beverage)**

ปี 2563

ลงทุนในธุรกิจฟาร์มสุกรในประเทศจีน เพื่อขยายธุรกิจไปสู่ธุรกิจสุกรครบวงจรในประเทศจีน

ลงทุนในกลุ่มเทสโก้เอเชีย ซึ่งประกอบธุรกิจค้าปลีกในสัดส่วน 20% และต่อมาโอนขายให้แก่บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ในปี 2564

ปี 2565

เพิกถอนหุ้นสามัญทั้งหมดของ C.P. Pokphand Co., Ltd. ออกจากการเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฮ่องกง

ปี 2568

เมษายน

เข้าซื้อเงินลงทุนใน C.P. Pokphand Co., Ltd. “CPP” ผ่านบริษัทย่อยในสัดส่วน 23.8% ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ CPP ในมูลค่ารวม 1,100 ล้านเหรียญสหรัฐ เป็นผลให้สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทใน CPP เพิ่มขึ้นจาก 76.2% เป็น 100%

ตุลาคม

เข้าร่วมลงทุนกับ NH Foods Ltd.
เพื่อร่วมพัฒนาและผลิตอาหารแปรรูปจากเนื้อสุกร สำหรับจัดจำหน่ายในประเทศไทยและจัดจำหน่ายในภูมิภาคเอเชีย

ธุรกิจของบริษัท

บริษัทดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารแบบครบวงจรด้านโปรตีนเนื้อสัตว์ โดยมี**ประเภทสัตว์หลักที่สำคัญ ได้แก่ สุกร ไก่เนื้อ กุ้ง และไก่ไข่** มีกระบวนการผลิตตั้งแต่การผลิตอาหารสัตว์ การเพาะพันธุ์สัตว์ การเลี้ยงสัตว์ การแปรรูปขั้นพื้นฐาน การผลิตอาหารและอาหารพร้อมรับประทาน การดำเนินการค้าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์และอาหาร รวมถึงธุรกิจร้านอาหาร โดย**จำแนกธุรกิจตามลักษณะผลิตภัณฑ์เป็น 3 ประเภท**

วัตถุดิบ | ธุรกิจอาหารสัตว์ | ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป

วัตถุดิบหลัก

- ข้าวโพด
- กากถั่วเหลือง
- ข้าวสาลี
- มันสำปะหลัง

การผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ รวมถึงขนมสัตว์เลี้ยง

พัฒนานวัตกรรมกระบวนการผลิตอาหารสัตว์ รวมถึงขนมสัตว์เลี้ยง ควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญต่อการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และรับผิดชอบดูแลสังคมรอบด้าน มีการสนับสนุนภาคการผลิตของเกษตรกรท้องถิ่น ตลอดจนมีระบบตรวจสอบย้อนกลับถึงที่มาของวัตถุดิบ

การเพาะพันธุ์สัตว์ การเลี้ยงสัตว์เพื่อการค้า และการแปรรูปเนื้อสัตว์ขั้นพื้นฐาน และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ชำแหละ

นำเทคโนโลยีทันสมัยมีประสบการณ์ในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาใช้ตลอดกระบวนการเลี้ยงควบคู่ไปกับการดูแลความเป็นอยู่ของสัตว์ตามหลักสวัสดิภาพสัตว์สากล เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล

ธุรกิจอาหาร ช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูป กึ่งปรุงสุกและปรุงสุกและอาหารสำเร็จรูป หรืออาหารพร้อมรับประทาน รวมถึงธุรกิจร้านอาหาร

เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานที่มีคุณภาพในด้านคุณค่าทางโภชนาการเพื่อสุขภาพที่ดี และราคาที่เหมาะสมด้วยนวัตกรรมการผลิตที่ทันสมัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีระบบสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอดกระบวนการผลิต

บริษัทจัดจำหน่ายผ่านหลายช่องทาง รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านร้านอาหารของบริษัท เช่น จุดจำหน่ายสินค้าห้าดาว ร้านอาหารเชสเตอร์ และศูนย์อาหาร Food World

ช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก

ตลาดสด

โมเดิร์นเทรด

ได้แก่ ร้านค้าส่งสมัยใหม่ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต มินิซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ

ธุรกิจฟู้ดเซอร์วิส

ระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce)

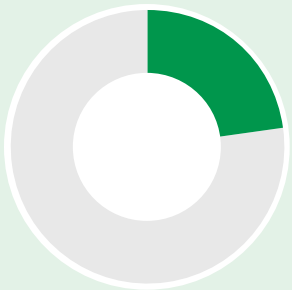
ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ธุรกิจอาหารสัตว์

รายได้จากธุรกิจอาหารสัตว์ ปี 2568

131,058

ล้านบาท



หรือคิดเป็น

23% ของรายได้จากการขายรวม

บริษัทมีการดำเนินธุรกิจอาหารสัตว์ใน 11 ประเทศทั่วโลก ได้แก่ ไทย เวียดนาม จีน รวมถึงสาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) ตุรกี อินเดีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ กัมพูชา ลาว รัสเซีย และแคนาดา

ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพเริ่มต้นจากอาหารสัตว์ที่ดี บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการคิดค้นและพัฒนานวัตกรรมด้านโภชนาการและกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างสูตรอาหารที่ตอบสนองความต้องการของสัตว์แต่ละชนิดและช่วงวัย ช่วยเสริมสร้างสุขภาพที่แข็งแรงของสัตว์ เพิ่มการเจริญเติบโตและอัตราแลกเนื้อ โดยทุกขั้นตอนการผลิตดำเนินไปตามมาตรฐานสากล พร้อมผสานเทคโนโลยีล้ำสมัย เช่น ระบบอัตโนมัติ หุ่นยนต์ และการจัดการด้วยดิจิทัล เพื่อควบคุมคุณภาพ ลดต้นทุน และเสริมความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ผลิตภัณฑ์หลักในธุรกิจอาหารสัตว์ได้แก่ อาหารไก่ อาหารสุกร และอาหารกุ้ง ทั้งในรูปหัวอาหารและอาหารสำเร็จรูปชนิดผงและเม็ด โดยเป็นการผลิตและจำหน่ายภายในประเทศที่ดำเนินธุรกิจเป็นหลัก

นอกจากนี้ บริษัทมีการดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายขนมสัตว์เลี้ยง ภายใต้ตราสินค้าหลักคือ เจอร์ไฮ (Jerhigh) และจินนี่ (Jinny) ผลิตจากวัตถุดิบจากผลิตภัณฑ์พลอยได้ของบริษัท (Waste to Value) เช่น เนื้อไก่ชิ้นส่วน เป็นต้น ด้วยมาตรฐานการผลิตที่เทียบเท่าการผลิตอาหารสำหรับมนุษย์

การเลือกที่ตั้งและรูปแบบโรงงาน

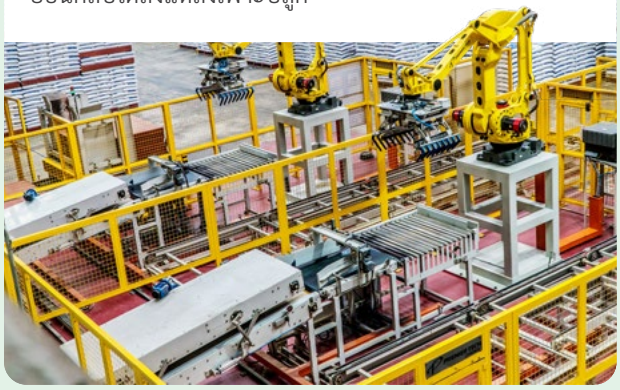
บริษัทให้ความสำคัญกับการเลือกทำเลโรงงานในพื้นที่เกษตรอุตสาหกรรม โดยพิจารณาปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและสาธารณูปโภคเป็นหลัก โรงงานถูกออกแบบให้อยู่ในพื้นที่สูง มีแหล่งน้ำเพียงพอ และตั้งห่างจากชุมชนและพื้นที่การเลี้ยงสัตว์ เพื่อลดความเสี่ยงการปนเปื้อนและรักษามาตรฐานความปลอดภัยด้านอาชีวอนามัย การออกแบบโรงงานใช้แนวคิด **โรงงานสีเขียว** (Green Factory) และระบบ**โรงงานอัจฉริยะ** (Smart Factory) พร้อมติดตั้งระบบควบคุมผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ระบบบำบัดอากาศเสีย Wet Scrubber ระบบโอโซนกำจัดกลิ่น และระบบดักจับฝุ่นไซโคลน รวมถึงลดการใช้ถ่านหินในการผลิต นอกจากนี้ โรงงานยังนำเทคโนโลยี AI มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้วยระบบควบคุมอัตโนมัติเต็มรูปแบบ และใช้ AI Vision ตรวจสอบคุณภาพในทุกขั้นตอน ลดการใช้แรงงานในจุดเสี่ยงเพื่อเพิ่มความแม่นยำและความปลอดภัย

สูตรการผลิตอาหารสัตว์

บริษัทคัดสรรสูตรอาหารที่สอดคล้องกับความต้องการทางโภชนาการของสัตว์แต่ละประเภทในแต่ละช่วงวัย ให้ได้รับคุณค่าทางอาหารเพียงพอต่อการเจริญเติบโต ตลอดจนการใช้โพรไบโอติกในอาหารสัตว์เพื่อส่งเสริมระบบการย่อยอาหารและเสริมสร้างความแข็งแรงของสัตว์ส่งผลให้สัตว์มีสุขภาพที่ดี ไม่เจ็บป่วย ซึ่งทำให้สามารถลดการใช้ยาในสัตว์ได้

การคัดสรรวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ประกอบด้วยข้าวโพด กากถั่วเหลือง ข้าวสาลี มันสำปะหลัง และส่วนประกอบวิตามินและแร่ธาตุอื่นๆ วัตถุดิบที่ใช้มีคุณภาพตามมาตรฐานที่ได้การรับรอง โดยบริษัทดำเนินนโยบาย**การจัดซื้อวัตถุดิบจากแหล่งผลิตในประเทศเป็นลำดับแรก เพื่อเป็นการสนับสนุนภาคการผลิตของเกษตรกรท้องถิ่น** และมุ่งมั่นในการจัดหาวัตถุดิบหลักทางการเกษตรอย่างรับผิดชอบสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ถึงแหล่งเพาะปลูก



การผลิตและควบคุมคุณภาพ

บริษัทผลิตและการควบคุมการผลิตด้วยระบบอัตโนมัติและเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในกระบวนการผลิตร่วมกับหุ่นยนต์ ภายใต้ระบบมาตรฐานสากลที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานอิสระภายนอก เพื่อความปลอดภัยของพนักงานและเพื่อลดความเสี่ยงจากการปนเปื้อนในกระบวนการผลิต ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์บกในกิจการประเทศไทยได้รับการรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ทุกรายการตามเจตนารมณ์ของบริษัทที่ต้องการลดการปลดปล่อยคาร์บอนตลอดห่วงโซ่คุณค่า

การขายและบริการหลังการขาย

บริษัทตระหนักว่าความสำเร็จของเกษตรกรคือรากฐานของความยั่งยืนในธุรกิจอาหารสัตว์ จึงให้การสนับสนุนด้านวิชาการผ่านทีมผู้เชี่ยวชาญ เพื่อแนะนำการใช้อาหารสัตว์อย่างถูกต้อง พร้อมให้ความรู้เรื่องการเลี้ยงสัตว์ การจัดการฟาร์ม การตรวจสุขภาพ และการใช้เทคโนโลยีในกระบวนการเลี้ยง นอกจากนี้ยังมีบริการช่วยสรรหาและพัฒนาบุคลากรสำหรับลูกค้าเพื่อเสริมศักยภาพธุรกิจ บริษัทจำหน่ายอาหารสัตว์ทั้งโดยตรงและผ่านตัวแทน พร้อมยึดหลักการตลาดที่รับผิดชอบ และเพิ่มช่องทางออนไลน์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่เกษตรกรในพื้นที่ห่างไกล

6 ปัจจัยความสำเร็จ

ของธุรกิจอาหารสัตว์

1. วัตถุดิบมีคุณภาพ ได้คุณค่าทางโภชนาการ
2. สูตรอาหารสัตว์ที่เหมาะสมกับประเภทและความต้องการทางโภชนาการ
3. กระบวนการผลิตที่ทันสมัย ปลอดภัย ดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคม
4. สินค้าคุณภาพและตรวจสอบย้อนกลับได้
5. ประสิทธิภาพการผลิตที่ทำให้มีต้นทุนที่แข่งขันได้
6. ถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้ที่ทันสมัยเกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์แก่เกษตรกร

ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป

รายได้จากธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป ปี 2568

308,851

ล้านบาท

หรือคิดเป็น

54% ของรายได้จากการขายรวม

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

ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูปประกอบด้วยการเพาะพันธุ์ การเลี้ยงสัตว์เพื่อการค้า และการแปรรูปเนื้อสัตว์ขั้นพื้นฐาน โดยบริษัทคัดเลือกและพัฒนาสายพันธุ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในแต่ละพื้นที่ พร้อมประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่และระบบดิจิทัลในทุกขั้นตอนการเลี้ยง ควบคู่กับการดูแลความเป็นอยู่ที่ดีของสัตว์ตามหลักสวัสดิภาพสัตว์สากล เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและปลอดภัย ผลิตภัณฑ์หลักประกอบด้วยพันธุ์สัตว์ สัตว์มีชีวิต เนื้อสัตว์ที่ผ่านการแปรรูปขั้นพื้นฐาน (เนื้อสัตว์แบ่งเป็นชิ้นส่วน) และไข่ไก่ โดยสัตว์หลัก ได้แก่ สุกร ไก่เนื้อ ไก่ไข่ เป็ด และกุ้ง

การเลือกที่ตั้งและรูปแบบฟาร์ม

บริษัทให้ความสำคัญต่อผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับชุมชนและสิ่งแวดล้อม โดยคัดเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมและมีสาธารณูปโภคพื้นฐานเพียงพอ รวมทั้ง**ดำเนินงานภายใต้ระบบความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity)** เพื่อลดความเสี่ยงจากโรค ฟาร์มได้รับการออกแบบตามแนวคิดฟาร์มอัจฉริยะ โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบอัตโนมัติมาควบคุมสภาพแวดล้อม การให้อาหาร และการตรวจสุขภาพสัตว์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น พร้อมยึดหลักสวัสดิภาพสัตว์ และพัฒนาเป็นฟาร์มสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม บริษัทบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ระบบจัดการของเสีย ระบบบำบัดน้ำ และการนำของเสียจากฟาร์มไปผลิตชีวมวลและก๊าซชีวภาพ เพื่อใช้เป็นพลังงานหมุนเวียนในการผลิตไฟฟ้าภายในฟาร์ม

การพัฒนาเพาะพันธุ์สัตว์

สำหรับพันธุ์สัตว์ บริษัทคัดเลือกและนำเข้าทวดพันธุ์สุกรและปู่ย่าพันธุ์ไก่เนื้อและไก่ไข่จากอเมริกา ยุโรป และออสเตรเลีย เพื่อนำมา**พัฒนาสายพันธุ์ให้เหมาะกับสภาพแวดล้อมและความต้องการของตลาดในแต่ละประเทศ** ส่วนการเลี้ยงกุ้ง บริษัทพัฒนาสายพันธุ์ของตนเองโดยใช้หลักพันธุศาสตร์และเทคโนโลยีชีวภาพ เพื่อให้ได้พันธุ์ที่แข็งแรง ต้านทานโรคได้ดี ให้ผลผลิตสูง และรองรับสภาพการเลี้ยงในแต่ละพื้นที่ รวมทั้งตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

การเลี้ยงสัตว์

บริษัทพัฒนาระบบการเลี้ยงสัตว์ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย**ภายใต้หลัก “อิสระ 5 ประการ” เพื่อสวัสดิภาพสัตว์** นอกจากนี้ บริษัทไม่ใช้ฮอร์โมนเร่งการเจริญเติบโต และให้สัตว์สามารถแสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติ บริษัทได้ยกระดับกระบวนการผลิตด้วย**ระบบฟาร์มอัจฉริยะและเทคโนโลยีสมัยใหม่** เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการและลดความจำเป็นในการเข้าพื้นที่เลี้ยงสัตว์ของบุคลากร ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการลดความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของโรค บริษัทยังดำเนินโครงการ Space Safety Standard ในธุรกิจไก่เนื้อในประเทศไทย เพื่อรับรองความปลอดภัยด้านอาหารในระดับสูงสุดตามมาตรฐานขององค์การนาซ่า นอกจากนี้ บริษัทมีโครงการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรรายย่อย (Contract Farming) ซึ่งเป็นโครงการที่ส่งเสริมอาชีพเกษตรกร ลดความเสี่ยงด้านตลาด และให้การสนับสนุนด้านเทคโนโลยี อาหารสัตว์ และทีมวิชาการ เพื่อสร้างความยั่งยืนในภาคการเกษตร

ขั้นตอนการแปรรูปขั้นพื้นฐาน

บริษัทดำเนินการแปรรูปเนื้อสัตว์ตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ ครอบคลุมทั้งกระบวนการขนส่งและการแปรรูป โดยกำหนดระยะทางจากฟาร์มไปโรงงานที่เหมาะสมและมาตรการลดความเครียดของสัตว์ก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต กิจการในแต่ละประเทศดำเนินการขอการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานอิสระภายนอก โดยยึดข้อกำหนดของบริษัทและลูกค้า รวมถึงกฎหมายของประเทศนั้นๆ เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการผลิตมีความปลอดภัยและได้มาตรฐานระดับสากล

บรรจุภัณฑ์

บริษัทให้ความสำคัญต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ด้านการใช้งาน สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภคผ่านงานออกแบบ และช่วยรักษาคุณภาพอาหารให้สะอาดและปลอดภัย โดยมุ่งเน้นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับธุรกิจเลี้ยงสัตว์ให้มีความยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ

การขายและช่องทางการจัดจำหน่าย

สำหรับพันธุ์สัตว์ รวมถึงสัตว์มีชีวิตส่วนใหญ่เป็นการขายที่หน้าฟาร์ม สำหรับส่วนชิ้นส่วนเนื้อสัตว์ ไข่ไก่ และผลิตภัณฑ์พลอยได้จากการเลี้ยงสัตว์มีช่องทางการจัดจำหน่าย ผ่านตัวแทนจำหน่าย ตลาดสด (Traditional Market) ช่องทางการค้าส่งค้าปลีกที่ทันสมัย (Modern Trade) ทั้งนี้ ธุรกิจเลี้ยงสัตว์มีการเติบโตตามความต้องการที่เพิ่มขึ้น จากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น และการเข้าถึงเนื้อสัตว์ที่มีคุณภาพในราคาที่เข้าถึงได้สะดวกขึ้น

7 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

ของธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป

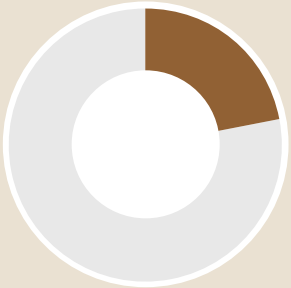
1. สายพันธุ์สัตว์ที่แข็งแรง
2. อาหารสัตว์คุณภาพ
3. โรงเรือน โรงงาน และอุปกรณ์ที่เหมาะสม
4. การบริหารจัดการการเลี้ยงสัตว์ที่ดี
5. กระบวนการผลิตที่ปลอดภัย ได้มาตรฐานสากล
6. ระบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ
7. การจัดการความปลอดภัย ทางชีวภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ธุรกิจอาหาร

รายได้จากธุรกิจอาหาร ปี 2568

131,226

ล้านบาท



หรือคิดเป็น

23% ของรายได้จากการขายรวม

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

บริษัทมุ่งพัฒนาอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ รสชาติที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และความปลอดภัยตลอดห่วงโซ่การผลิต พร้อมกำหนดราคาที่เข้าถึงได้และมีความหลากหลายตามความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ ผ่านช่องทางการขายที่หลากหลายทั้งของบริษัทและช่องทางภายนอก เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหารแก่ผู้บริโภคทั่วโลก

บริษัทเพิ่มมูลค่าให้เนื้อสัตว์โดยพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและอาหารพร้อมรับประทาน ผ่านเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยและได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล ระบบการผลิตถูกออกแบบให้ตรวจสอบย้อนกลับได้ทุกขั้นตอน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร นอกจากนี้ บริษัทพัฒนาระบบขนส่งให้สอดคล้องกับมาตรฐานด้านอาชีวอนามัย และจัดทำฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่ซื่อสัตย์ โปร่งใส เพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ผู้บริโภค ธุรกิจอาหารของบริษัทครอบคลุมผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป อาหารพร้อมทาน รวมถึงร้านอาหาร อีกทั้งยังมีการส่งออกสินค้าอาหารผ่านสาขาตัวแทนจำหน่ายและผู้นำเข้าต่างประเทศ ตลอดจนการดำเนินธุรกิจการค้าผลิตภัณฑ์อาหารระหว่างประเทศ (International Trading)

การจัดหาวัตถุดิบ

ผลิตภัณฑ์อาหารของบริษัทใช้ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ของบริษัทเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต อันรวมถึงผลผลิตจากโครงการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรรายย่อย (Contract Farming) สำหรับวัตถุดิบอื่นๆ ที่เป็นส่วนประกอบของอาหารนั้น บริษัทให้ความสำคัญกับคุณภาพและแหล่งที่มาของวัตถุดิบว่าต้องได้มาตรฐาน และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ นอกจากนี้ บริษัทยังดำเนินธุรกิจในรูปแบบการค้าระหว่างประเทศ (Global Trading) โดยการจัดหาผลิตภัณฑ์จากแหล่งผลิตที่มีคุณภาพทั่วโลก (Global Sourcing) เพื่อจำหน่ายไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลกผ่านเครือข่ายที่เข้มแข็งของบริษัท โดยการจัดซื้อนั้นอยู่ภายใต้นโยบายการจัดซื้ออย่างเป็นธรรมและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

การผลิต

บริษัทดำเนินการผลิตภายใต้มาตรการ**คุณภาพและความปลอดภัย** ตลอดกระบวนการผลิต พร้อมมุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมการผลิตให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อการบริโภค ระบบ**เทคโนโลยีอัตโนมัติและหุ่นยนต์**ถูกนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความแม่นยำในกระบวนการผลิต นอกจากนี้ บริษัทได้จัดตั้ง**ศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร**ในประเทศไทย เพื่อเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร ผ่านการวิจัยและพัฒนาเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคและแนวโน้มตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

บรรจุภัณฑ์

บริษัทเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องอาหารให้ปลอดภัย รักษาคุณค่าทางโภชนาการไว้ได้อย่างครบถ้วน และยืดอายุการเก็บรักษา เพื่อป้องกันการเกิดขยะอาหารและการสูญเสียอาหาร (Food Waste, Food Loss) รวมทั้งสรรหาบรรจุภัณฑ์ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมจัดทำฉลากผลิตภัณฑ์ (Product Labelling) ที่แสดงข้อมูลโภชนาการและปริมาณที่ควรบริโภค (Guideline Daily Amounts) เพื่อสนับสนุนการบริโภคที่ดีต่อสุขอนามัย

ช่องทางการจัดจำหน่าย

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทกระจายสินค้าไปยังหลากหลายช่องทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคเข้าถึงอาหารได้ง่ายขึ้น ได้แก่ ช่องทางค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Market) เช่น ตลาดสด ช่องทางค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ (Modern Trade) เช่น ร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ต รวมถึงช่องทางธุรกิจบริการอาหาร (Food Service) เช่น ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร ศูนย์อาหาร และธุรกิจจัดเลี้ยงโดยจำหน่ายผ่านทั้งช่องทางของบริษัทเช่น จุดจำหน่ายสินค้าห้าดาว จุดจำหน่ายสินค้าหมูพร้อมรับประทานภายใต้ตราสินค้าไฮพอร์ค (Hi Pork) รวมถึงร้านอาหารเชสเตอร์ ร้านกระทะเหล็ก ร้านตะหลิว ข้าวมันไก่ไห่หนาน ร้านอาหารบุฟเฟต์ Great Harbour ร้านอาหารจานด่วน Chickita และพันธมิตรทางการค้า

แบรนด์ธุรกิจอาหารและร้านอาหารที่สำคัญ

บริษัทได้มุ่งมั่นพัฒนาแบรนด์อาหารและร้านอาหาร ให้ครอบคลุมทุกความต้องการของผู้บริโภคทั่วทุกมุมโลก โดยยึดถือมาตรฐานคุณภาพ ความสะอาด และความปลอดภัยระดับสากลซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในทุกผลิตภัณฑ์

แบรนด์ระดับโลก

CP | CHAROEN POKPHAND CP Authentic Asia Your Journey through Asian Cuisine

แบรนด์ระดับภูมิภาค

ยุโรป: Kitchen Joy | Carisma | AvoGrande Simply Great Avocado

อเมริกา: Michelina's

ออสเตรเลีย: Cape Merchant

แบรนด์ในประเทศไทย

CP PACIFIC | ซูเปอร์เชฟ SUPER CHEF | BUCHER | U FARM NATURALLY TASTY

แบรนด์ร้านอาหาร

CHESTER'S | Chickita FLAME GRILLED CHICKEN

เราใส่ใจสร้างสรรค์อาหารที่มีคุณภาพ และปลอดภัย เพื่อสร้างความพึงพอใจ ให้กับผู้บริโภคทั่วทุกมุมโลก

ผลิตภัณฑ์จากไก่และเป็ด

ผลิตภัณฑ์จากหมู

ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ

ผลิตภัณฑ์จากไข่

หมายเหตุ : * รูปถ่ายสินค้าที่แสดง เป็นตัวอย่างบางส่วนของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทผลิตและจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ไส้กรอก

ผลิตภัณฑ์โปรตีนจากพืช

ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทาน / พร้อมปรุง

ผลิตภัณฑ์ซุปและซอส และอาหารทางการแพทย์

หมายเหตุ : * รูปถ่ายสินค้าที่แสดง เป็นตัวอย่างบางส่วนของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทผลิตและจำหน่าย

นวัตกรรมจากใจสู่จาน

นวัตกรรมเป็นหัวใจสำคัญในการรักษาและเสริมสร้างความเป็นผู้นำของบริษัท บริษัทจึงมุ่งขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่องและรอบด้าน โดยนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ทั้งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค การยกระดับประสิทธิภาพกระบวนการทำงาน ลดขั้นตอนและผลกระทบต่อสุขภาพของบุคลากร ควบคู่กับการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน

นวัตกรรมอาหาร

นวัตกรรมโปรตีนถั่วเหลืองแบบใหม่ (Innovative Soya)

นวัตกรรมโปรตีนถั่วเหลืองเป็นนวัตกรรมการผลิตเนื้อจากพืชที่โดดเด่นด้วยการปรับโครงสร้างโมเลกุลของโปรตีนถั่วเหลืองให้มีลักษณะเป็นเส้นใยเสมือนเนื้อสัตว์จริง (Meat-like Texture) นวัตกรรมนี้ช่วยแก้ข้อจำกัดเดิมของโปรตีนเกษตรทั่วไปในเรื่องสัมผัสที่แห้งและลดปัญหากลิ่นไม่พึงประสงค์ในโปรตีนจากพืชได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังทำให้มีรสชาติที่ดีขึ้น พร้อมทั้งยังคงคุณค่าทางโภชนาการสูง คอเลสเตอรอลต่ำ นวัตกรรมโปรตีนถั่วเหลืองได้รับรางวัลจาก **สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)** และได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นอนุสิทธิบัตร คือความสำเร็จในการพัฒนาเทคโนโลยี **“PLANT-TEC”**

Brainer The brain drink

Brainer คือนวัตกรรมเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลจากทีมงานในประเทศโปแลนด์ที่ปฏิวัติวงการด้วยแนวคิด “The Brain Drink” โดยมุ่งเน้นการเพิ่มสมรรถภาพทางสมองแทนการกระตุ้นร่างกายแบบเครื่องดื่มชูกำลังทั่วไป จุดเด่นอยู่ที่สูตรไร้สารกระตุ้น (Stimulant-Free) ที่ไม่มีคาเฟอีน ทอรีน หรือน้ำตาล เพื่อหลีกเลี่ยงอาการใจสั่นและภาวะอ่อนเพลียหลังหมดฤทธิ์ แต่เลือกใช้นวัตกรรมการผสานสารกลุ่ม Nootropics อย่าง Acetyl-L-Carnitine, L-Carnosine และ L-Glutamine ร่วมกับวิตามินบีรวม เพื่อช่วยเพิ่มสมาธิ เสริมความจำ และเร่งความเร็วในการประมวลผลข้อมูลของสมองอย่างยั่งยืน ซึ่งผลการศึกษาพบว่าจะมีประสิทธิภาพสูงสุดเมื่อดื่มต่อเนื่อง 10 วัน ตอบโจทย์วิถีชีวิตปี 2569 ของกลุ่มคนทำงานที่ต้องใช้ทักษะทางปัญญาและสมาธิสูง โดยเครื่องดื่มนี้ได้ผ่าน Clinical test ในคนเรียบร้อยแล้ว มีวางจำหน่ายในร้านค้าชั้นนำในยุโรป

ไก่ทอดราดซอสนันบัง (Chicken Nanban)

นวัตกรรมไก่ทอดสไตล์ญี่ปุ่นที่มาพร้อมซอสทาร์ทาร์และบรรจุภัณฑ์พิเศษในรูปแบบ **Cup Deli** สำหรับลูกค้าร้านสะดวกซื้อในประเทศญี่ปุ่น เป็นนวัตกรรมที่ยกระดับอาหารพร้อมทานด้วย**เทคโนโลยีสิทธิบัตรด้านกระบวนการผลิต**ที่สามารถรักษา **“ความกรอบ”** ของไก่ทอดไว้ได้หลังการแช่เย็น (Chilled) และช่วยยืดอายุการเก็บรักษา (Shelf-life) ให้ยาวนานขึ้น ซึ่งเป็นจุดเด่นเหนือคู่แข่งในตลาด ความเป็นเลิศของนวัตกรรมนี้ยังอยู่ที่การออกแบบธุรกิจให้มีประสิทธิภาพสูงสุด (Operational Excellence) โดยสามารถผลิตได้จากสายการผลิตเดิม โดยไม่ต้องลงทุนเครื่องจักรใหม่ ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

นวัตกรรม ด้านการผลิต

โครงการ Waste No More ของธุรกิจสุกรในประเทศไทย

บริษัทดำเนินโครงการ Waste No More ซึ่งเป็นนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการของเสียจากกระบวนการผลิตของฟาร์มสุกร โดยนำแนวคิด Waste to Value มาประยุกต์ใช้ในการจัดการทรัพยากรอย่างเป็นระบบ มุ่งเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร ลดปริมาณของเสีย และสร้างมูลค่าเพิ่มตลอดห่วงโซ่การผลิต ควบคู่กับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการสร้างคุณค่าร่วมกับชุมชน โครงการดังกล่าวครอบคลุมการจัดการของเสียที่เกิดจากการเลี้ยงสุกร ได้แก่ อาหารสุกรเหลือใช้ น้ำเสีย และมูลสุกร โดยนำเทคโนโลยีและกระบวนการแปรรูปที่เหมาะสมมาปรับใช้ อาทิ การนำอาหารสุกรที่เหลือผ่านกระบวนการให้ความร้อนเพื่อผลิตเป็นขี้เถ้าที่มีความเป็นด่างสูง ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการฆ่าเชื้อโรคได้ รวมถึงการนำน้ำที่เกิดจากกิจกรรมการเลี้ยงสุกรมารวบรวมในบ่อหมักขนาดใหญ่เพื่อผลิตเป็นก๊าซชีวภาพ (Biogas) โดยก๊าซที่ได้ถูกนำไปใช้ผลิตกระแสไฟฟ้าและใช้ภายในฟาร์มตลอดจนสามารถต่อยอดเป็นก๊าซหุงต้มสำหรับใช้ในครัวเรือนและแจกจ่ายให้แก่ชุมชนโดยรอบฟาร์ม นอกจากนี้ กากตะกอนจากมูลสุกรที่ผ่านกระบวนการบำบัดแล้วยังสามารถนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตปุ๋ยชีวภาพได้อีกด้วย โครงการดังกล่าวช่วยลดการใช้พลังงานจากภายนอก ลดต้นทุนการดำเนินงานและค่าใช้จ่ายของครัวเรือน พร้อมทั้งสร้างรายได้เสริมให้แก่เกษตรกรและชุมชนโดยรอบ

โครงการ Waste to Worth ของธุรกิจไก่เนื้อเป็ดเนื้อในประเทศไทย

จากการเกิดของเสียที่เกิดขึ้นจากการผลิตของฟาร์มไก่เนื้อและเป็ดเนื้อ ซึ่งไม่มีมูลค่าและเกิดเป็นต้นทุนในการจัดการ บริษัทได้พัฒนาการจัดการของเสียผ่าน 4 แนวทางหลักได้แก่ 1. การนำเปลือกไข่ไปผสมพัฒนาสุขภัณฑ์แบบรักษ์โลก 2. การทำปุ๋ยเปลือกไข่เพื่อใช้ในพื้นที่เกษตรของชุมชน 3. การพัฒนาไบโอซีเมนต์แก้ปัญหาดินเค็ม-ดินเสื่อม และ 4. การแปรรูปขยะบรรจุภัณฑ์เป็นเชื้อเพลิง RDF (Refuse Derived Fuel) ที่ช่วยลดการฝังกลบของเสีย โครงการนี้สร้างประโยชน์ต่อเศรษฐกิจชุมชน ยกระดับคุณภาพชีวิตเกษตรกรในพื้นที่ พร้อมลดก๊าซเรือนกระจก ช่วยให้ฟาร์มกำจัดของเสียอย่างมีคุณค่า

โครงการการจัดการแบบบูรณาการเพื่อลดเชื้อแบคทีเรียดื้อยาตลอดห่วงโซ่การผลิตสุกรอย่างยั่งยืน

บริษัทดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักการใช้ยาปฏิชีวนะอย่างรับผิดชอบและสมเหตุผล และยังคงพัฒนา “โครงการการจัดการแบบบูรณาการเพื่อลดเชื้อแบคทีเรียดื้อยาตลอดห่วงโซ่การผลิตสุกรอย่างยั่งยืน” อย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับความปลอดภัยขั้นสูงสุดด้วยการลดการปนเปื้อนเชื้อดื้อยาในฟาร์มสุกรและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนผลิตเนื้อสุกรที่ปลอดภัยผ่าน 5 ขั้นตอนหลักสู่หมูปลอดภัย ได้แก่ การพัฒนาแนวทางการใช้ยาอย่างสมเหตุผล การจัดการสุขภาพสุกรเชิงป้องกัน การตรวจติดตามความไวต่อยา การพัฒนาการตรวจยีนดื้อยาในผลิตภัณฑ์โพรไบโอติกและวัคซีนแบคทีเรีย ซึ่งถือเป็น “นวัตกรรมแห่งแรกของโลก” และการติดตามการปนเปื้อนตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ความมุ่งมั่นดังกล่าวนำมาซึ่งผลประหยัดควบคู่ไปกับการลดปริมาณการใช้ยาปฏิชีวนะในสุกรเพื่อส่งมอบเนื้อสุกรคุณภาพสูงที่ปลอดภัยและมีสุขภาวะที่ดีแก่ผู้บริโภคได้อย่างยั่งยืน

5 ขั้นตอนสู่เนื้อหมูปลอดภัย

1. การพัฒนาการใช้ยาปฏิชีวนะอย่างรับผิดชอบและสมเหตุผล
2. การจัดการสุขภาพสุกรตามรูปแบบการใช้ยาปฏิชีวนะ
3. การพัฒนาวิธีการตรวจความไวต่อยาปฏิชีวนะ และการตรวจติดตามเชื้อดื้อยา
4. การพัฒนาตรวจยีนดื้อยาในโพรไบโอติกและวัคซีนแบคทีเรียชนิดเชื้อเป็น
5. การติดตามการปนเปื้อนของเชื้อแบคทีเรียดื้อยาตลอดห่วงโซ่คุณค่า

โครงการ The Future of Veterinary Care: Smart Solutions for Swine Health

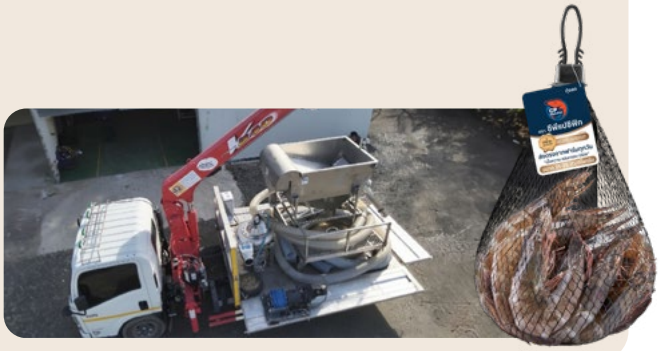
นวัตกรรมดิจิทัลที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อขจัดความท้าทายของสัตวแพทย์บริการที่ต้องรับภาระในการสืบค้นข้อมูลและตอบคำถาม ทำให้ต้องใช้เวลาและขาดความคล่องตัว ซึ่งลดทอนประสิทธิภาพการดำเนินงานในภาพรวมโดยพบว่าจุดวิกฤตสำคัญอยู่ที่ 2 กระบวนการ ได้แก่ **การวินิจฉัยโรค และการเลือกใช้ยารักษา** จนนำมาสู่นวัตกรรมการจัดการข้อมูลแบบครบวงจรที่เชื่อมโยงทั้งการรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ และการแก้ไขปัญหาเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดกระบวนการใหม่ที่ช่วยให้การรักษาสุกรเกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงทีผ่านการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง และผู้จัดการฟาร์มหรือสัตวบาลสามารถเข้าถึงสัตวแพทย์ได้รวดเร็วขึ้น จึงเกิดเป็น**แอปพลิเคชัน Smart Diagnostic เพื่อการวินิจฉัยโรคได้อย่างถูกต้อง และ Smart Drug เพื่อเลือกใช้ยาได้เหมาะสมกับโรค**

โครงการเครื่องนับลูกกุ้งแบบน้ำไหล

เครื่องนับลูกกุ้งแบบน้ำไหลเป็นนวัตกรรมที่ใช้เทคโนโลยีประมวลผลภาพ (Image Processing) ร่วมกับการกระจายลูกกุ้งด้วยน้ำไหล เพื่อช่วยให้การนับมีความแม่นยำสูงกว่า 95% สามารถนับได้รวดเร็วถึงระดับ 1,000-2,000 ตัวต่อวินาที และรองรับปริมาณมากถึง 3.6 ล้านตัวต่อชั่วโมง โดยระบบจะลำเลียงลูกกุ้งผ่านน้ำไหลเพื่อป้องกันการทับซ้อน จากนั้นกล้องจะตรวจจับและนับแบบเรียลไทม์ พร้อมทั้งสามารถแยกลงถังซ้าย-ขวาตามจำนวนที่กำหนด ช่วยลดความผิดพลาดจากการนับด้วยคน และลดอัตราลูกกุ้งขาดจากเดิม 0.5% เหลือเพียง 0.14% ถือเป็นเทคโนโลยีที่ยกระดับมาตรฐานการส่งมอบลูกกุ้งแบบนับขาย 100% และยังมีแผนต่อยอดให้รองรับกุ้งชนิดอื่นในอนาคต

โครงการรถจับกุ้งเคลื่อนที่

นวัตกรรมเปลี่ยนผ่านสู่ระบบอัตโนมัติ (Automation) ในอุตสาหกรรมสัตว์น้ำ โดยเปลี่ยนกระบวนการจับกุ้งจากแรงงานคน 100% มาเป็นเครื่องจักรอัจฉริยะ แต่เพิ่มประสิทธิภาพการจับได้สูงขึ้น และลดต้นทุนการดำเนินงานลงได้ นวัตกรรมนี้ไม่เพียงแต่เพิ่มความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ แต่ยังยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity) โดยลดความเสี่ยงการติดเชื้อในกระบวนการขนส่ง พร้อมศักยภาพในการต่อยอดสู่ระบบส่งกุ้งผ่านท่อที่รักษาคุณภาพและความสดใหม่ของผลผลิตจนถึงปลายทางได้อย่างแม่นยำ



นวัตกรรม เพื่อความยั่งยืน

โครงการถาดไข่ rPET 100% บรรจุภัณฑ์รักษ์โลกที่ยั่งยืน

บริษัทขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืนผ่านโครงการ “บรรจุภัณฑ์ถาดไข่ไก่สดจากพลาสติกรีไซเคิล rPET 100%” ซึ่งถือเป็นต้นแบบการจัดการตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนสังคมไร้ขยะอย่างยั่งยืน โดยการนำพลาสติกใช้แล้วจากผู้บริโภค (PCR) กลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่สูงถึง 55% ควบคู่ไปกับการชูนวัตกรรม **“ดีไซน์เพื่อการรีไซเคิล”** (Design for Recycling) โดยเปลี่ยนจากสติกเกอร์พลาสติกแบบเดิมที่มีคราบกาว ซึ่งยากต่อการแยกออกจากพลาสติก ไปสู่การใช้ฉลากกระดาษสอดภายในบรรจุภัณฑ์ ช่วยลดการปนเปื้อนและเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการรีไซเคิลให้ดียิ่งขึ้น โดยมีการปรับปรุงรูปแบบดีไซน์เพื่อตอบโจทย์ตั้งแต่ต้นน้ำสู่ปลายน้ำในระบบการจัดการขยะพลาสติก ซึ่งวัสดุทั้งหมดผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยระดับ Food Grade ที่ไม่กระทบต่อคุณภาพไข่ไก่ โดยในปี 2568 นี้ โครงการสามารถ**ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึง 29% เมื่อเทียบกับการใช้พลาสติกใหม่**

ผลการดำเนินงานปี 2568

ผลการดำเนินงานประจำปี 2568 ของบริษัท มีกำไรสุทธิในส่วนของบริษัท

จำนวน 25,197 ล้านบาท

เพิ่มขึ้นร้อยละ 29 เมื่อเทียบกับปี 2567

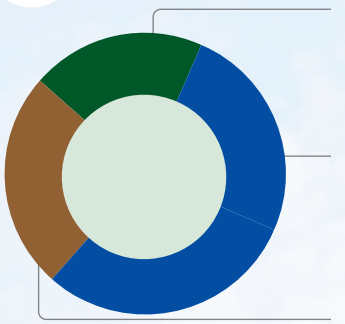
บริษัทมีรายได้จากการขายจำนวน 571,135 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 2 จากปีก่อน โดยเป็นผลจากสกุลเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น หากไม่นับรวมผลกระทบดังกล่าว รายได้จากการขายจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 จากปีก่อน

กำไรขั้นต้นที่ 96,665 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14 จากปีก่อน (อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 14.6 ของปี 2567 เป็นร้อยละ 16.9) และมีกำไรสุทธิ 25,197 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 29 จากปีก่อน ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

1. การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการควบคุมต้นทุนการผลิตและราคากากถั่วเหลืองโลกที่ลดลงจากปีก่อน ซึ่งเป็นผลมาจากปริมาณผลผลิตที่ล้นตลาดในประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ (บราซิลและสหรัฐอเมริกา) ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจและการนำเข้าที่ชะลอตัวของจีน
2. การรักษามาตรฐานความสะอาดปลอดภัยในการผลิตและมาตรการป้องกันโรคระบาดที่รัดกุม ช่วยลดความเสี่ยงจากการสูญเสียและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต
3. ราคาสุกรในภูมิภาคเฉลี่ยสูงกว่าปีก่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงครึ่งแรกของปี 2568 จากอุปทานในตลาดที่ลดลง

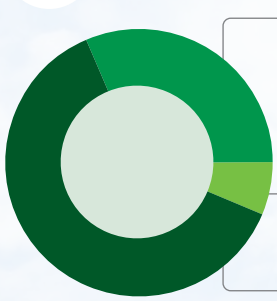
สัดส่วนรายได้จากการขาย

แบ่งตามผลิตภัณฑ์



- 23% ธุรกิจอาหารสัตว์
- 54% ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป
- 23% ธุรกิจอาหาร

แบ่งตามกิจการ

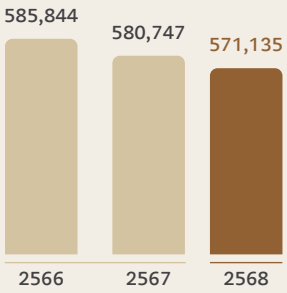


- 33% กิจการประเทศไทย (ในประเทศ)
- 5% กิจการประเทศไทย (ส่งออก)
- 62% กิจการต่างประเทศ

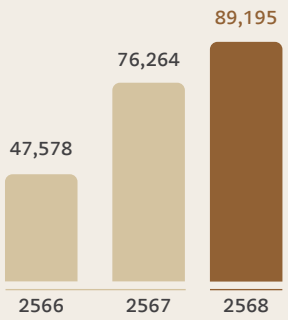
แบ่งตามส่วนธุรกิจ

- 89% สัตว์บก
- 11% สัตว์น้ำ

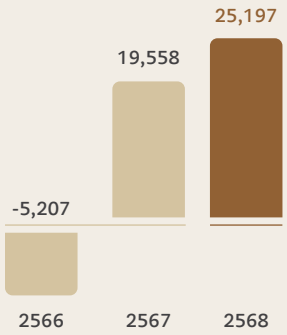
รายได้จากการขาย
หน่วย : ล้านบาท



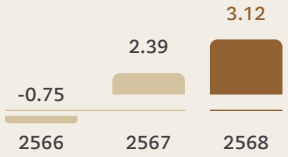
กำไรก่อนดอกเบี้ยภาษีและค่าเสื่อมราคา (EBITDA) [1]
หน่วย : ล้านบาท



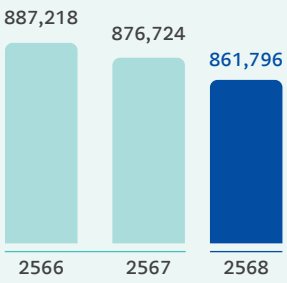
กำไรสุทธิ [2]
หน่วย : ล้านบาท



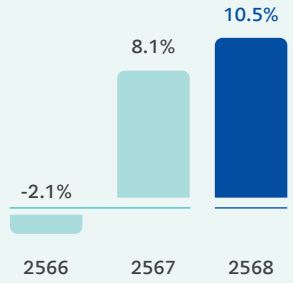
กำไรสุทธิต่อหุ้น
หน่วย : บาทต่อหุ้น



สินทรัพย์รวม
หน่วย : ล้านบาท

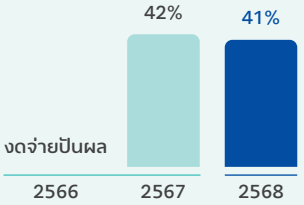


อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น [3]
หน่วย : ร้อยละ



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 2568

รางวัลด้านความเป็นเลิศขององค์กร

The 15th Asian Excellence Award 2025

จัดโดยนิตยสาร Corporate Governance Asia จำนวน 5 รางวัล ได้แก่

- รางวัล Asia's Best CEO
- รางวัล Asia's Best CFO
- รางวัล Best Investor Relations Professional in Asia
- รางวัลบริษัทนักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย
- รางวัลความยั่งยืนแห่งเอเชีย 2025

Thailand Top CEO of the Year 2025

ประเภทเกษตรและอุตสาหกรรมการเกษตร จัดโดยนิตยสาร BUSINESS+ ร่วมกับคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

IAA Awards for Listed Companies 2025

จัดโดยสมาคมนักวิเคราะห์การลงทุน จำนวน 2 รางวัล ได้แก่

- รางวัล CEO ยอดเยี่ยม กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม
- รางวัลนักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยม กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม

CAC Change Agent ประจำปี 2568

จากแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5

Prime Minister's Export Award 2025

ประเภทรางวัลผู้ส่งออกยอดเยี่ยมด้านความยั่งยืน (Best Green & Sustainable Exporter) จัดโดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP)

International Business Award (IBA)

รางวัลระดับ Gold จัดโดย The Stevie Awards สหรัฐอเมริกา มอบให้แก่ธุรกิจห้าดาว ถือเป็นครั้งแรกของบริษัทไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารที่ได้รับรางวัลนี้

SSON Impact Award 2025

รางวัลชนะเลิศ สาขา "Customer Centricity Impact Award" มอบให้แก่ศูนย์ปฏิบัติการด้านการบัญชีและการเงิน ซีพีเอฟ จัดโดย Shared Services and Outsourcing Network (SSON) และ Global Business Services ประเทศสิงคโปร์

Thailand Franchise Award 2025

จัดโดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (DBD) กระทรวงพาณิชย์ มอบให้แก่ธุรกิจห้าดาว จำนวน 2 รางวัล ได้แก่

- รางวัลธุรกิจแฟรนไชส์ไทยโกอินเตอร์ยอดเยี่ยมแห่งปี 2568
- รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 สุดยอดแฟรนไชส์แห่งปี

รางวัลด้านนวัตกรรม

SEA MIKE Award 2025 ระดับเหรียญทอง

จัดโดย The Institute for Knowledge and Innovation Southeast Asia (IKI-SEA) ซึ่งมอบให้แก่องค์กรที่โดดเด่นด้านการจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรม โดยซีพีเอฟได้รับรางวัลต่อเนื่องเป็นปีที่ 2

Future Trends Awards 2025

จัดโดยบริษัท Future Trends สื่อชั้นนำด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีในประเทศไทย จำนวน 4 รางวัล ได้แก่

- รางวัล Leader of Technology, The Most Impactful Corporate และ The Most Innovative Corporate มอบให้แก่ AXONS
- รางวัล Future Trends Corporates Awards สาขา The Most Future Brand มอบให้แก่ธุรกิจห้าดาว

National Innovation Awards 2025

จัดโดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มอบรางวัล “องค์กรนวัตกรรมดีเด่น” ประเภทวิสาหกิจขนาดใหญ่และขนาดกลาง ให้แก่ บริษัท ซีพีเอฟ ไอทีเซ็นเตอร์ จำกัด (AXONS) สะท้อนบทบาทการเป็นผู้นำด้าน AgriTech ระดับโลก

AIBP Enterprise Innovation Awards 2025

จัดโดย AIBP (ASEAN Innovation Business Platform) รางวัลชนะเลิศ สาขา Open Innovation มอบให้บริษัท ซีพีเอฟ ไอทีเซ็นเตอร์ จำกัด (AXONS) จากผลงาน **“อควาโปร (AquaPro)”**

THAIFEX - Anuga Asia 2025

- THAIFEX - Anuga Taste Innovation Show 2025 รางวัลชนะเลิศด้านนวัตกรรมอาหาร มอบให้แก่ผลิตภัณฑ์ “Bucher ไส้กรอกน้ำซุป”
- Best of Texture มอบให้แก่ผลิตภัณฑ์ “ปอเปี๊ยะแกงแดง MEAT ZERO”

รางวัลด้านการตลาด

Thailand Brand Footprint 2025 : Top Rising Brand

จัดโดย Worldpanel by Numerator บริษัทวิจัยตลาดระดับโลก มอบให้แก่แบรนด์ CP

BrandAge Award 2025

จัดโดยนิตยสาร BrandAge สื่อด้านธุรกิจและการตลาดชั้นนำของประเทศไทย จำนวน 3 รางวัล ได้แก่

- 2024 - 2025 Thailand's Most Admired Company
- 2025 Thailand Most Admired Brand หมวดสินค้าบริโภคกลุ่มไส้กรอก
- รางวัล Market Leader Brand Award

London International Awards (LIA) 2025

ซึ่งเป็นรางวัลด้านความคิดสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมโฆษณามอบให้ธุรกิจห้าดาวจากผลงานโฆษณา "Death of a Salesman" จำนวน 4 รางวัล ได้แก่

- รางวัล Grand LIA เป็นรางวัลสูงสุดที่วัดความคิดสร้างสรรค์ และความเข้าใจมนุษย์ได้อย่างลึกซึ้ง
- 3 รางวัลระดับ Gold ได้แก่ Online Film - Branded Content, Online Film - Humor และ Online Film - Retail

รางวัลด้านทรัพยากรบุคคล

Thailand Labour Management Excellence Award 2025

จัดโดยกระทรวงแรงงาน จำนวน 2 รางวัล ได้แก่

- รางวัลถ้วยพระราชทานฯ สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้ากรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯสยามบรมราชกุมารี ประเภทสถานประกอบการขนาดเล็กมอบแก่โรงงานผลิตอาหารสัตว์ธารเกษม จ.สระบุรี
- รางวัลเกียรติยศสูงสุด ด้านสถานประกอบกิจการที่ธำรงรักษามาตรฐานแรงงานไทย มอบแก่โรงงานแปรรูปเนื้อไก่ จ.นครราชสีมา

รางวัลองค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ประจำปี 2568

ประเภทองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ระดับดีเด่น จัดโดยกรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ กระทรวงยุติธรรม เพื่อยกย่ององค์กรที่เป็นแบบอย่างด้านสิทธิมนุษยชนของภาคธุรกิจไทย

Investors in People Awards 2025

ในสาขา "Best Use of AI and Technology" จาก Investors in People (IIP) ซึ่งเป็นองค์กรระดับโลกที่ตรวจสอบมาตรฐานการจัดการทรัพยากรบุคคลสำหรับองค์กรชั้นนำทั่วโลก

SAP Customer Excellence Awards for SEA 2025

จัดโดย SAP บริษัทซอฟต์แวร์ระบบบริหารจัดการธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลกจำนวน 2 รางวัล ได้แก่

- รองชนะเลิศอันดับ 1 Outstanding Award และ HCM Transformation Award มอบให้แก่สำนักทรัพยากรบุคคล ซีพีเอฟ
- รองชนะเลิศอันดับ 1 Business Data Award มอบให้แก่สำนักวิศวกรรมกลาง และบริษัท ซีพีเอฟ ไอทีเซ็นเตอร์ จำกัด (AXONS)

รางวัลของกิจการในต่างประเทศ

เวียดนาม

ASEAN Award 2025

จัดโดยสภาวิจัยความร่วมมือเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจเวียดนาม - อาเซียน ร่วมกับนิตยสาร Thời Đại จำนวน 2 รางวัล ได้แก่

- รางวัล Top 10 ASEAN Green Growth Brands
- รางวัล ASEAN Outstanding Leader 2025

เหรียญทองผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพประชาชน

จัดโดยสมาคมอาหารเสริมฟังก์ชันของเวียดนาม (The Vietnam Association of Functional Foods: VAFF) มอบแก่ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ Biohealth ได้แก่ YOLO KOMBUCHA Tea และโพรไบโอติก BIOBALANCE

FMCG Asia Awards 2025

จัดโดย Retail Asia เพื่อยกย่องบริษัทที่โดดเด่นในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค จำนวน 3 รางวัล ได้แก่

- รางวัล Consumer Good of the Year (Ready-to-Eat Meals) ให้แก่โรงงาน CPV Food Binh Phuoc
- รางวัล Manufacturing Asia Awards 2025 ให้แก่โรงงาน CPV Food Binh Phuoc
- รางวัล Sustainability Initiative of the Year เพื่อยกย่องบริษัทที่มีนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่เป็นระบบ

ลาว

รางวัลมาตรฐานแรงงานแห่งชาติ สปป.ลาว ประจำปี 2568

จัดโดยกระทรวงแรงงาน สปป.ลาว เพื่อยกย่องในฐานะองค์กรที่มุ่งเน้นการคุ้มครองสิทธิแรงงานอย่างเป็นธรรม สร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย

มาเลเซีย

Malaysian Livestock Industry Awards 2025

จากกรมปศุสัตว์ ประเทศมาเลเซีย ประเภทรางวัลนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารยอดเยี่ยม มอบให้แก่ PK Agro-Industrial Products (M) Sdn. Bhd. บริษัทในกลุ่มซีพีเอฟ มาเลเซีย

สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน)

Superior Taste Award 2025

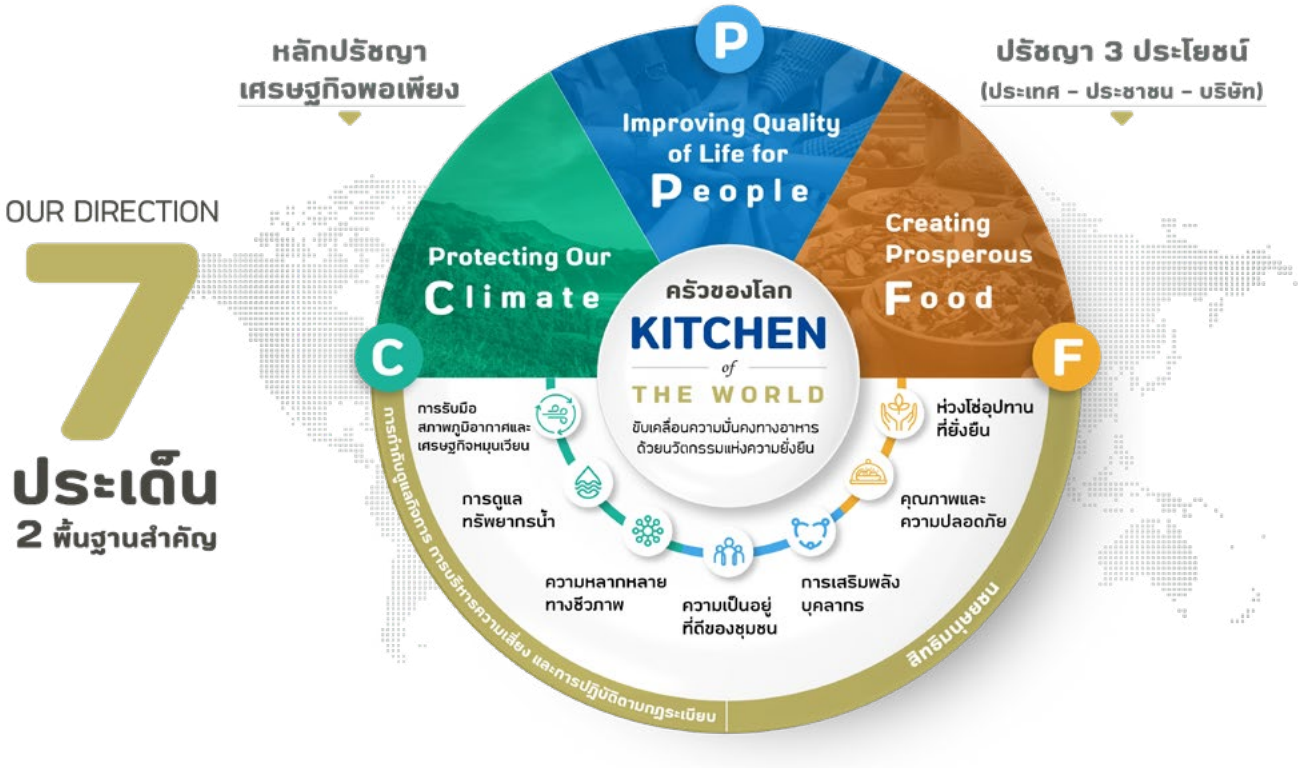
ด้านรสชาติยอดเยี่ยม จัดโดย International Taste Institute ประเทศเบลเยียม มอบให้แก่ผลิตภัณฑ์อกเป็ดพริกไทยดำคลาสสิค สะโพกไก่ไร้กระดูกหมักพริกเสฉวน และอกไก่รสเกรปฟรุต

การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

บริษัทตระหนักและให้ความสำคัญกับการบูรณาการการสร้างคุณค่าร่วม บนพื้นฐานการเคารพสิทธิมนุษยชน โดยยึดหลักปรัชญา 3 ประโยชน์ที่การดำเนินธุรกิจต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์ของประเทศ ประชาชน และบริษัท พร้อมทั้งน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ เพื่อการเติบโตของธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าในระยะยาว

บริษัทพิจารณาบริบทการดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารในปัจจุบัน ประกอบกับวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่สำคัญ ซึ่งครอบคลุมความเสี่ยงทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร นำไปสู่การกำหนดกรอบยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วย 7 ประเด็น 2 พื้นฐานสำคัญ ได้แก่



2 พื้นฐานของการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่สำคัญของบริษัท

สิทธิมนุษยชน

- บริษัทดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นการเคารพ**สิทธิมนุษยชน**ของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตามกฎหมายและหลักการสากล พร้อมมีระบบบริหารความเสี่ยงกลไกคุ้มครองและเยียวยา และการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความเข้าใจและคุณค่าร่วมอย่างเหมาะสมและรอบด้าน

การกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง และการปฏิบัติตามกฎระเบียบ

- บริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้หลัก**การกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง และการปฏิบัติตามกฎระเบียบ**อย่างเคร่งครัด เพื่อสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืน สร้างดุลยภาพด้านสิ่งแวดล้อม และสร้างคุณค่าร่วมกับสังคม

กรอบยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน 7 ประเด็น

1 การรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและเศรษฐกิจหมุนเวียน

บริษัทมีเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ตลอดห่วงโซ่คุณค่าในปี 2593 (ค.ศ. 2050) ซึ่งเป้าหมายและแผนการลดก๊าซเรือนกระจกตามหลักวิทยาศาสตร์ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวของบริษัทได้รับการรับรองจากองค์กร Science Based Targets initiative (SBTi) พร้อมทั้งมุ่งมั่นให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่ามากที่สุด โดยนำหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการต่างๆ ตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท

2 การดูแลทรัพยากรน้ำ

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การประเมินความเสี่ยงของแหล่งน้ำที่ใช้เพื่อป้องกันอุทกภัยและภัยแล้ง ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อลดการใช้น้ำต้นทาง จัดการน้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุดและนำเทคโนโลยีระบบน้ำหมุนเวียนมาใช้ควบคุมคุณภาพของน้ำก่อนปล่อยออกสู่สาธารณะ รวมถึงการร่วมมือกับภาครัฐและชุมชนในการดูแลแหล่งน้ำในท้องที่

3 ความหลากหลายทางชีวภาพ

บริษัทตระหนักว่าความหลากหลายทางชีวภาพเป็นรากฐานสำคัญของความมั่นคงทางอาหารและการเติบโตอย่างยั่งยืน จึงมุ่งดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบงานคุนหมิง-มอนทรีออล เพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ ผ่านการประเมินความเสี่ยง ลดผลกระทบต่อธรรมชาติ และมุ่งจัดหาวัตถุดิบที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า ควบคู่การปกป้องระบบนิเวศอย่างรอบด้าน

4 การเสริมพลังบุคลากร

บริษัทเชื่อว่าความสำเร็จขององค์กรเกิดจากบุคลากรที่มีศักยภาพและพร้อมปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง กระบวนการทำงานและเทคโนโลยีที่ส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงาน รวมถึงวัฒนธรรมองค์กรที่สอดรับกับทิศทางการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น บริษัทจึงบริหารทรัพยากรบุคคลที่มุ่งผสานศักยภาพบุคลากร เทคโนโลยี และข้อมูลอย่างสมดุล สู่เป้าหมายการเป็น “Bionic Organization”

5 ความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน

ด้วยเล็งเห็นความสำคัญของความมั่นคงทางอาชีพและรายได้ รวมถึงการเข้าถึงทรัพยากรพื้นฐานที่เพียงพอเป็นปัจจัยสำคัญต่อความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน บริษัทจึงมุ่งมั่นส่งเสริมคุณภาพชีวิตและสร้างคุณค่าร่วมไปกับชุมชนรอบสถานประกอบการและกลุ่มเปราะบางในสังคมอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผ่านกรอบยุทธศาสตร์ “4 ผสาน สู่ความยั่งยืน: ขีด+คิด+ร่วม+(ข่าย)” ให้พนักงานมีส่วนพัฒนาโครงการต่างๆ ในการร่วมดูแลชุมชนรอบด้าน โดยเฉพาะในยามวิกฤต

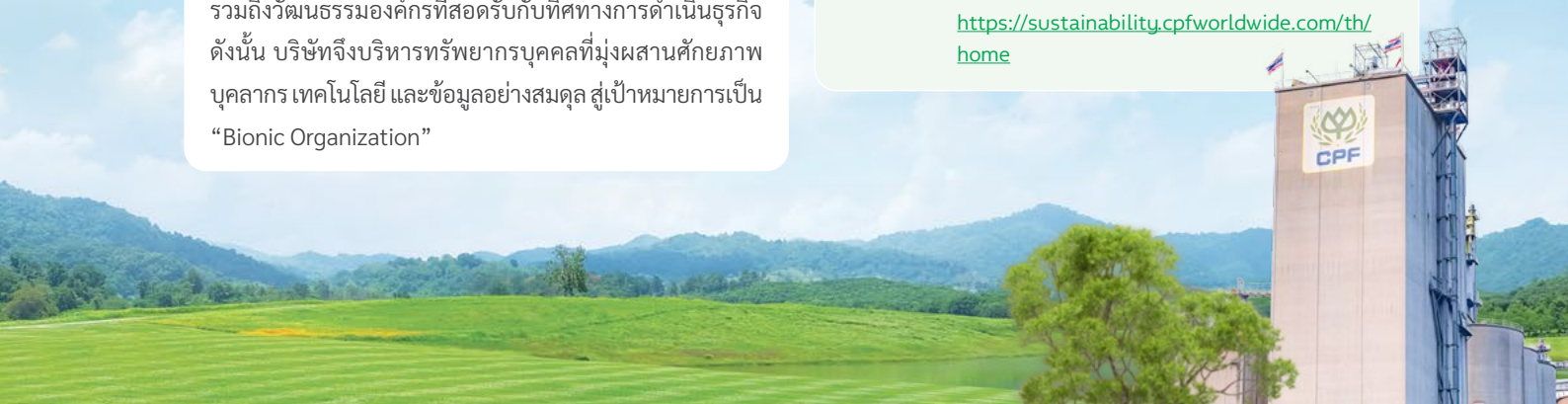
6 คุณภาพและความปลอดภัยอาหาร

คุณภาพและความปลอดภัยอาหารเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภค และสะท้อนความรับผิดชอบหลักขององค์กรผู้ผลิตอาหารในการปกป้องสุขภาพและสิทธิพื้นฐานของผู้คนในสังคม บริษัทจึงมุ่งมั่นสรรสร้างอาหารที่มีคุณภาพ ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการ และในราคาที่เข้าถึงได้ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจในปริมาณที่เพียงพอเพื่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้คนในทุกระดับและในทุกภูมิภาคทั่วโลก

7 ห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน

ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารเกี่ยวเนื่องกับเกษตรกรและผู้ประกอบการธุรกิจจำนวนมาก บริษัทยกระดับการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน เพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจฐานราก ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมของคู่ค้า และตอบสนองความคาดหวังลูกค้าต่อสินค้าที่มีคุณภาพ ผลิตอย่างรับผิดชอบ และตรวจสอบย้อนกลับได้

รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลการดำเนินงานความยั่งยืน ประจำปี 2568 ระบุไว้ในรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2568
https://www.cpfworldwide.com/th/sustainability/report
และเว็บไซต์ของบริษัท
https://sustainability.cpfworldwide.com/th/home



การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

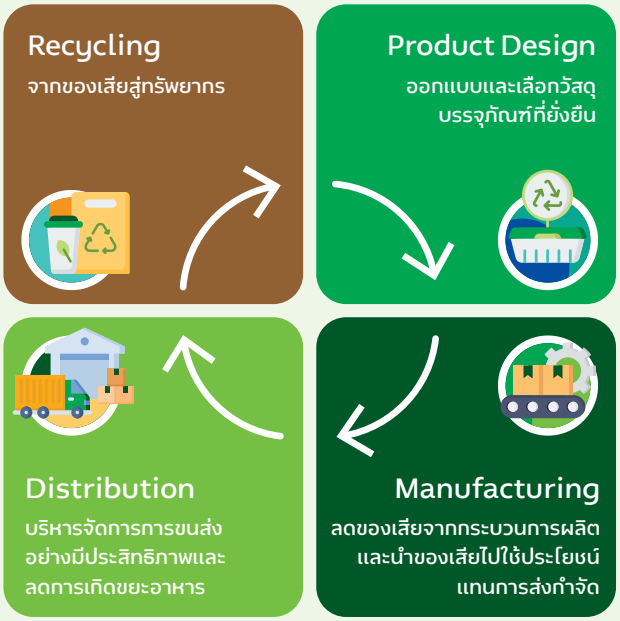
บริษัทมุ่งมั่นในการดูแลสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยทำการวิเคราะห์ผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมตลอดวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ ทำให้ทราบข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจและออกนโยบายครอบคลุมการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การขนส่ง การส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าและผู้บริโภค ตลอดจนการจัดการของเสียปลายทาง โดยบูรณาการประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมผนวกเข้ากับแนวทางการลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดการใช้ทรัพยากรและลดการปล่อยมลพิษ โดยประเด็นสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท ได้แก่ การรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เศรษฐกิจหมุนเวียนและบรรจุภัณฑ์ การจัดการของเสีย การดูแลทรัพยากรน้ำ และความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ ซึ่งมีแนวทางการจัดการ ดังนี้

การรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและเศรษฐกิจหมุนเวียน

บริษัทกำหนดเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ตลอดห่วงโซ่คุณค่า ภายในปี 2593 (ค.ศ. 2050) ซึ่งเป้าหมายและแผนงานได้รับการรับรองจากองค์กร the Science Based Targets initiative (SBTi) โดยเป็นบริษัทผลิตอาหารบริษัทแรกในโลกที่ได้รับอนุมัติทั้งเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว สอดคล้องตามมาตรฐาน Forest, Land and Agriculture (FLAG) ซึ่งเป็นมาตรฐานเฉพาะสำหรับภาคเกษตรและอาหาร โดยมีแนวทางหลักในการลดก๊าซเรือนกระจกผ่านห่วงโซ่อุปทานที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า การใช้พลังงานหมุนเวียน การเพิ่มประสิทธิภาพการเกษตรและกระบวนการผลิตผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล และการใช้และการพัฒนาเทคโนโลยีอื่นๆ และได้มีการกำหนดแผนการลดก๊าซเรือนกระจกทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อให้มั่นใจว่าจะสามารถบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ตลอดห่วงโซ่คุณค่าภายในปี 2593 (ค.ศ. 2050) พร้อมทั้งเชื่อมโยงข้อมูลตลอดห่วงโซ่คุณค่าบน Net-Zero Intelligence Platform ซึ่งเป็นบริษัทแรกของโลกที่นำ SAP Sustainability มาใช้ในการบันทึก วิเคราะห์ และรายงานข้อมูลการปล่อยคาร์บอนตั้งแต่ต้นน้ำหรือแหล่งที่มาวัตถุดิบจากฟาร์มเพาะปลูกไปจนถึงการผลิตเป็นอาหารที่ปลายทางแบบเรียลไทม์

นอกจากนี้ บริษัทได้นำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมาเป็นกลไกสำคัญในการบริหารจัดการผลกระทบด้านสภาพภูมิอากาศตลอดห่วงโซ่คุณค่า ผ่านการกำหนดและขับเคลื่อนนโยบายด้านการจัดการของเสียที่ให้ความสำคัญกับการลดของเสียในกระบวนการผลิต ที่นำไปฝังกลบและการลดปริมาณขยะอาหารในกระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัท ควบคู่ไปกับการดำเนินนโยบายและแนวทางปฏิบัติด้านบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน โดยร่วมกับคู่ค้าธุรกิจพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำไปหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ ซึ่งเป็นการส่งเสริมโมเดลเศรษฐกิจ BCG หรือ Bio-Circular-Geen Economy โดยบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับบรรจุอาหารที่นำมาใช้จะต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่หรือสามารถย่อยสลายได้ นอกจากนี้ ยังได้สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ องค์กรอิสระ และผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการขยะอาหารและบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคอย่างเหมาะสม

กรอบการจัดการของเสียและเศรษฐกิจหมุนเวียน



การดูแลทรัพยากรน้ำ

บริษัทตระหนักว่าการบริหารทรัพยากรน้ำเป็นหัวใจสำคัญในการปกป้องความมั่นคงทางอาหารและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จึงมุ่งมั่นดูแลทรัพยากรน้ำผ่านการดำเนินยุทธศาสตร์การจัดการน้ำแบบองค์รวมและมีส่วนร่วม (Holistic Approach and Collective Effort) ครอบคลุมการดำเนินธุรกิจของบริษัทและคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน ชุมชนรอบสถานประกอบการ และพื้นที่ที่มีความสำคัญเชิงระบบนิเวศ เพื่อสร้างความมั่นคงด้านน้ำตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยมีกรอบการดำเนินการดังแสดงรายละเอียด ดังนี้

กรอบการบริหารจัดการน้ำของซีพีเอฟ

การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำอย่างรอบด้าน
ประเมินความเสี่ยงด้านน้ำจากการพึ่งพาและผลกระทบตลอดห่วงโซ่คุณค่าการดำเนินธุรกิจ ครอบคลุมทั้งมิติปริมาณ คุณภาพ ผลกระทบต่อชุมชน และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ

การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำในธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ
ประยุกต์หลักการ 3Rs - ลด (Reduce) ใช้ซ้ำ (Reuse) และนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ตลอดกระบวนการผลิตของบริษัท รวมถึงส่งเสริมคู่ค้าธุรกิจ

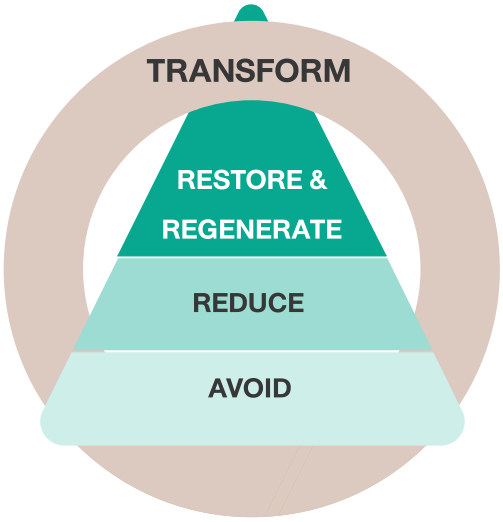
การส่งเสริมการจัดการน้ำชุมชนอย่างมีส่วนร่วม
ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน

การอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าอย่างเป็นระบบ
คืนพื้นที่สีเขียวในบริเวณป่าต้นน้ำ ป่าชายเลน รวมถึงพื้นที่ในฟาร์มและโรงงานของบริษัท โดยคำนึงถึงบริบทเชิงนิเวศ

ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ

บริษัทมีเป้าหมายเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหารควบคู่ไปกับการรักษาต้นทุนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จึงได้ยกระดับการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านธรรมชาติ โดยนำกระบวนการ LEAP Approach ซึ่งพัฒนาโดย Taskforce on Nature-related Financial Disclosures (TNFD) มาใช้เป็นกรอบในการประเมินในการระบุ ประเมิน และบริหารจัดการการพึ่งพา ผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาสที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติอย่างเป็นระบบและครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนกรอบงานคุนหมิง-มอนทรีออลว่าด้วยความหลากหลายทางชีวภาพของโลก (Kunming-Montreal Global Biodiversity Framework: KM-GBF) ทั้งนี้ ในกระบวนการกำหนดแผนการดำเนินงาน บริษัทยังได้นำแนวทางการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับขั้น (Mitigation Hierarchy) ที่เรียกว่า AR3T ซึ่งพัฒนาโดย Science Based Targets Network มาประยุกต์ใช้อีกด้วย

ส่วนหนึ่งของความมุ่งมั่นในการบรรเทาผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพอย่างมีลำดับขั้น



ฟื้นฟูและปฏิรูป (Restore and Regenerate)
ดำเนินโครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าทั้งบนบกและชายฝั่ง ควบคู่ไปกับการพัฒนาศักยภาพเกษตรกรในการเพาะปลูกอย่างรับผิดชอบ

ลด (Reduce)
ตั้งเป้าหมายและดำเนินโครงการลดผลกระทบจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ของเสีย และการดึงน้ำมาใช้

เลี่ยง (Avoid)
จัดหาวัตถุดิบหลัก ได้แก่ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ถั่วเหลือง น้ำมันปาล์ม และมันสำปะหลังจากแหล่งที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า

การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสังคม

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสังคม

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นธรรม ครอบคลุมพนักงาน ชุมชน เกษตรกร ผู้บริโภค และคู่ค้าธุรกิจ ทั้งนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้สามารถปรับตัวและเท่าทันต่อบริบทการเปลี่ยนแปลง เสริมสร้างคุณภาพชีวิตของชุมชน ส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพและปลอดภัยแก่ผู้บริโภค รวมถึงสนับสนุนคู่ค้าธุรกิจให้ดำเนินงานอย่างมีจริยธรรมและเติบโตไปพร้อมกัน เพื่อสร้างคุณค่าร่วมในระยะยาว โดยบริษัทมีแนวทางการจัดการ ดังนี้

1 การเสริมพลังบุคลากร

บริษัทดำเนินกลยุทธ์เชิงรุกครอบคลุมทั้งการกำหนดโครงสร้างองค์กรและกระบวนการทำงานที่เสริมความยืดหยุ่น การวางแผนกำลังคนที่สอดรับกับความต้องการในอนาคต การพัฒนาทักษะที่สนับสนุนการเติบโตของธุรกิจและความก้าวหน้าของพนักงานในทุกระดับ ตลอดจนการสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย เปิดกว้าง ส่งเสริมการมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์และเคารพสิทธิมนุษยชน เพื่อให้พนักงานสามารถเติบโตไปพร้อมกับองค์กรอย่างยั่งยืนเพื่อมุ่งสู่การเป็น “Bionic Organization” ที่ผสานศักยภาพของบุคลากร เทคโนโลยี และข้อมูลอย่างสมดุล

2 ความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน

ชุมชนและสังคมเป็นผู้มีส่วนได้เสียที่บริษัทให้ความสำคัญ โดยมีกระบวนการรับฟังความต้องการและความคาดหวังเพื่อเป็นแนวทางพัฒนาและสนับสนุนโครงการต่างๆ ให้ตอบโจทย์ชุมชนอย่างรอบด้านทั้งมิติสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ ด้วยเป้าหมายในการยกระดับความเป็นอยู่และสิ่งแวดล้อมที่ดีผ่านการสร้างคุณค่าร่วมกับองค์กร ตามกลยุทธ์การดำเนินงาน **“4 ผสานสู่ความยั่งยืน: ขีด+คิด+ร่วม+(ข่าย)”** ซึ่งขับเคลื่อนโดยบุคลากรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละธุรกิจร่วมกับพนักงานจิตอาสา ภายใต้การกำกับดูแลของผู้บริหารแต่ละสายธุรกิจ โดยมีกรอบการดำเนินงานที่สอดคล้องกับทิศทางกลยุทธ์ธุรกิจที่มุ่งสร้างความมั่นคงทางอาหารด้วยนวัตกรรมที่ยั่งยืนทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม 6 ด้าน ได้แก่ การเข้าถึงอาหาร การศึกษา อาชีพและสุขภาวะที่ดี สภาพภูมิอากาศและการหมุนเวียนทรัพยากร น้ำ และความหลากหลายทางชีวภาพ

3 คุณภาพและความปลอดภัยอาหาร

บริษัทให้ความสำคัญสูงสุดต่อคุณภาพและความปลอดภัยอาหารครอบคลุมตลอดห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่วัตถุดิบอาหารสัตว์ไปจนถึงมือผู้บริโภค ไม่หยุดนิ่งในการพัฒนานวัตกรรมและนำเทคโนโลยีที่เสริมสร้างความมั่นคงทางอาหารมาใช้ตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้มั่นใจว่าจะสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการให้กับผู้คนทั่วโลกได้อย่างพอเพียงในทุกระดับและต่อเนื่องแม้ในภาวะวิกฤต รวมถึงรักษาต้นทุนทางธรรมชาติ อันเป็นต้นทางอาหารมั่นคงไปพร้อมกัน

- **ใส่ใจ**คัดสรรวัตถุดิบคุณภาพจากแหล่งที่มาที่รับผิดชอบ
- **เลือกใช้**บรรจุภัณฑ์ที่ปลอดภัย คงคุณค่าทางโภชนาการ และบรรเทาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- **ควบคุม**การผลิตตามมาตรฐานสากลตลอดกระบวนการ
- **ขนส่ง**อย่างมีประสิทธิภาพ คงคุณภาพและความสดใหม่ รวมถึงลดการสูญเสียและขยะอาหาร
- **สร้างสรรค์**ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการทั่วทุกมุมโลกและเฉพาะกลุ่ม
- **กระจาย**การจัดจำหน่ายในช่องทางที่หลากหลายเพื่อการเข้าถึงอย่างทั่วถึง

4 ห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน

เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าและบริการที่คู่ค้าธุรกิจส่งมอบให้กับบริษัท มิเพียงคำนึงถึงมิติ **“คุณภาพ”** หากยังใส่ใจให้ความสำคัญกับ **“ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมและสังคม”** บริษัทจึงได้พัฒนากรอบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนอย่างเป็นระบบ และกำหนดเป้าหมายการตรวจประเมินด้านความยั่งยืนและการจัดหาวัตถุดิบหลักทางการเกษตรอย่างรับผิดชอบ เพื่อให้บริษัทและคู่ค้าธุรกิจเติบโตไปพร้อมกับการร่วมสร้างระบบอาหารที่ยั่งยืนในอนาคต

กรอบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนของซีพีเอฟ

- กำหนดนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืนและแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้าธุรกิจ
- บริหารจัดการความยั่งยืนของคู่ค้าธุรกิจ
- เพิ่มความโปร่งใสตลอดห่วงโซ่อุปทาน
- สร้างเครือข่ายความร่วมมือ

การจัดการและกำกับดูแลกิจการ

ภาพรวมของการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีในฐานะรากฐานสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยยึดหลักความโปร่งใส ความรับผิดชอบ ความเป็นธรรม และการตรวจสอบได้ เป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางและควบคุมการดำเนินงานขององค์กร ควบคู่กับการบริหารความเสี่ยงและการคำนึงถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้าน ทั้งนี้ บริษัทมุ่งส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในจริยธรรมและการปฏิบัติตามกฎหมาย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน และสนับสนุนการเติบโตอย่างมั่นคงในระยะยาว

นโยบายบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

นโยบายบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนของบริษัท ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ผสานกับแนวคิดปรัชญา 3 ประโยชน์สู่ความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่มุ่งสร้างประโยชน์ให้กับประเทศ ประชาชน และบริษัท โดยแนวคิดทั้งสองแนวทางนี้เป็นหลักการสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจของบริษัทให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทได้บูรณาการเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (UN SDGs) ทั้ง 17 เป้าหมาย เข้ากับกลยุทธ์และกระบวนการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อาหาร โดยให้ความสำคัญกับประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ เช่น ความปลอดภัยของอาหาร การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรและชุมชน รวมทั้งได้ทำการศึกษากรอบและแนวทางการดำเนินงานจากกฎเกณฑ์ หลักการ ข้อกำหนด กฎหมาย และแนวคิด แนวปฏิบัติต่างๆ ทั้งในระดับประเทศ และระดับสากล

นโยบายบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนของบริษัทแบ่งออกเป็น 5 หมวดตามหลักการกำกับดูแลกิจการของ OECD (OECD Principle)

ทั้งนี้ **นโยบายบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน** รวมถึงนโยบายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้ถูกเผยแพร่ไว้บนเว็บไซต์ของบริษัท (https://www.cpfworldwide.com/content/th/governance/CG&SDPolicy.pdf) และระบบ Intranet ภายในองค์กรเพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนยึดถือเป็นกรอบในการปฏิบัติ โดยบริษัทดำเนินการ**ประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ พร้อมจัดทำรายงานผลการประเมินเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง** เพื่อให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแล และการเปลี่ยนแปลงของบริบทของธุรกิจอุตสาหกรรม และสังคมรอบด้าน ซึ่งการนำหลักการและแนวปฏิบัติที่กำหนดไว้ในนโยบายนี้ไปปฏิบัติถือเป็นพันธกิจของคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทในการส่งเสริมให้มีการนำไปปฏิบัติอย่างทั่วถึงทั้งองค์กร

สามารถศึกษาข้อมูลด้านการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัทเพิ่มเติมได้ที่
แบบ 56-1 One Report ปี 2568 (รายงานประจำปี)

นโยบาย แนวปฏิบัติ และการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับคณะกรรมการบริษัท

บทบาทของกรรมการ

กำหนดเป้าหมาย

กำกับดูแลการดำเนินธุรกิจ

ประเมินผล ติดตามและเปิดเผย

คณะกรรมการบริษัทในฐานะผู้แทนของผู้ถือหุ้น มีหน้าที่กำกับดูแลและติดตามให้ฝ่ายบริหารดำเนินงานเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ วัตถุประสงค์ และข้อบังคับของบริษัท รวมทั้งมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น คณะกรรมการยังติดตามให้ฝ่ายบริหารขับเคลื่อนองค์กรตามกลยุทธ์ แผนงาน และเป้าหมายประจำปีที่ได้รับอนุมัติ นอกจากนี้ คณะกรรมการยังให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนและการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร โดยติดตามการดำเนินงานของฝ่ายบริหารให้สอดคล้องกับแนวทาง ESG (Environment, Social, and Governance) เพื่อให้การเติบโตขององค์กรเป็นไปอย่างรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมในระยะยาว

นอกจากนั้น คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณา**โครงสร้างการกำกับดูแลบนพื้นฐานของการมีระบบและการบริหารจัดการด้านบริหารความเสี่ยงองค์กร (Enterprise Risk Management) การควบคุมภายในที่ครอบคลุม (Internal Control) การติดตามการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง (Compliance) การจัดการด้านความมั่นคงทางไซเบอร์ (Cyber Securities Management) และการตรวจสอบภายใน (Internal Audit) เพื่อให้เกิดการถ่วงดุล (Check & Balance) ในการปฏิบัติงาน** อันจะช่วยสนับสนุนให้บริษัทประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์การดำเนินงาน โดยคณะกรรมการบริษัทมีการติดตามผลการดำเนินงานดังกล่าวตามแผนงานและเป้าหมายที่ได้รับการอนุมัติประจำปี รวมทั้งพิจารณาความเหมาะสมของโครงสร้างทางการเงินของบริษัทให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร และความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง

นโยบาย แนวปฏิบัติ และการดำเนินการที่เกี่ยวกับประธานคณะผู้บริหารและผู้บริหารระดับสูง

คณะกรรมการบริหาร มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการกลั่นกรองการเสนอแต่งตั้ง ถอดถอน ประเมินผลการปฏิบัติงาน และกำหนดแผนผู้สืบทอดตำแหน่งประธานคณะผู้บริหาร (CEO) ก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ โดยคณะกรรมการบริษัทเป็นผู้ประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานคณะผู้บริหารเพื่อประกอบการกำหนดค่าตอบแทนและตัวชี้วัดหลัก 2 ประเภท ได้แก่ 1. ตัวชี้วัดผลตอบแทนทางการเงิน 2. ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน นอกจากนี้ คณะกรรมการบริหารมีหน้าที่ในการพิจารณาอนุมัติแต่งตั้งกรรมการ และกรรมการผู้จัดการ (President) ของบริษัทย่อย โดยคณะกรรมการบริหารได้จัดให้มีกระบวนการพิจารณาสรรหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสม มีความรู้ความเชี่ยวชาญในทักษะที่พึงต้องมีสำหรับบริษัทย่อยนั้นๆ โดยเฉพาะจะต้องมีกรรมการอย่างน้อย 1 ท่านที่มีความรู้ด้านบัญชีหรือการเงิน

บริษัทให้ความสำคัญกับการวางแผนสืบทอดตำแหน่งเพื่อลดความเสี่ยงการขาดแคลนบุคลากรในตำแหน่งสำคัญ (Succession Planning) จากบุคลากรทั้งภายในและภายนอกอย่างเป็นระบบ โดยมีการทบทวนรายชื่อผู้สืบทอดเป็นประจำทุกปี ร่วมกับแผนพัฒนารายบุคคล (IDP) เพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนผู้นำในตำแหน่งสำคัญ

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้บริหารอย่างต่อเนื่องผ่านการอบรมทั้งภายในและภายนอก โดยในปี 2568 บริษัทได้จัดการอบรม “Boardroom Stewardship” เพื่อเสริมความรู้ด้านการกำกับดูแลสภาพภูมิอากาศ (Climate Resilience) และความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้น ความคาดหวังจากผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงกรอบการกำกับดูแลและการเปิดเผยข้อมูลด้านสภาพภูมิอากาศให้แก่กรรมการของบริษัทและบริษัทย่อยในประเทศไทย และผู้บริหารระดับสูง

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของการดำเนินการด้านบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนในปี 2568

บริษัทตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงทางสังคมและความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน คณะกรรมการบริษัทจึงให้ความสำคัญกับการทบทวนนโยบายแนวปฏิบัติ ระบบและการดำเนินการด้านบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน โดยในรอบปี 2568 บริษัทได้มีดำเนินการดังต่อไปนี้

- คณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทนและสรรหากรรมการได้เห็นชอบหลักเกณฑ์ประกอบการสรรหาบุคคลเพื่อพิจารณาเสนอเป็นกรรมการบริษัท และทักษะที่กรรมการบริษัทพึงมี (Board Skills Matrix) ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และเป้าหมายธุรกิจในการดำเนินธุรกิจของบริษัท
- จัดให้มีการอบรมในหัวข้อ “Boardroom Stewardship: Governing for Sustainability and Climate Resilience” โดยวิทยากรจากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) เพื่อเตรียมความพร้อมในการกำกับดูแลด้านสภาพภูมิอากาศ ความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้น ความคาดหวังจากผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงกรอบการกำกับดูแลและการเปิดเผยข้อมูลด้านสภาพภูมิอากาศซึ่งกรรมการและผู้บริหารซีพีเอฟและกรรมการของบริษัทย่อยในประเทศไทยได้เข้าร่วมการอบรมดังกล่าว
- จัดทำสื่อการเรียนรู้แบบออนไลน์ (Online Learning) เกี่ยวกับบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้แก่ผู้บริหาร พนักงานทุกระดับทั้งในและต่างประเทศ โดยมีการทำแบบทดสอบหลังเรียน เพื่อให้เกิดความตระหนักจนถึงการนำความรู้ไปใช้ในการทำงานของตนเอง เช่น จรรยาบรรณธุรกิจ การทุจริตและการต่อต้านคอร์รัปชัน ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ความปลอดภัยและความมั่นคงทางไซเบอร์ ESG Fundamental เป็นต้น
- สื่อสารความรู้เกี่ยวกับบรรษัทภิบาล การบริหารความเสี่ยง การกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง
- จัดให้มีการทำแบบสำรวจการรับรู้จากพนักงานในด้านบรรษัทภิบาล จรรยาบรรณธุรกิจ ความเสี่ยง และการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ ปี 2568 เพื่อนำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงาน
- จัดให้มีการทำแบบสำรวจความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร เพื่อกำหนดแนวทางในการปรับปรุงและยกระดับความผูกพันของพนักงาน เนื่องจากพนักงานเป็นหัวใจสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความยั่งยืน
- สื่อสารกฎหมายที่ออกใหม่หรือมีการเปลี่ยนแปลงให้กับผู้บริหารและพนักงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ศึกษาหลักการและแนวคิดด้านความยั่งยืนองค์กรและด้านการกำกับดูแลกิจการของหน่วยงานประเมินด้านความยั่งยืนสากล เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาพัฒนาองค์กร
- จัดอบรมเพื่อทบทวนความรู้ด้านสิทธิ และแนวทางปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน เช่น ทบทวนระเบียบและวิธีการปฏิบัติงานสำหรับแรงงานต่างด้าว ความรู้เกี่ยวกับสิทธิแรงงานและมาตรฐานด้านแรงงานสำหรับแรงงานต่างด้าว เป็นต้น
- ประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า ทั้งกิจการในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงบริษัทร่วมทุนใน 17 ประเทศรวมถึงทวนสอบผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนในกลุ่มคู่ค้าธุรกิจ 202 ราย
- ปรับปรุงนโยบายการจ้างแรงงานต่างด้าวในประเทศไทยให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

การแจ้งเบาะแส

บริษัทได้จัดทำนโยบายการแจ้งเบาะแส https://www.cpfworldwide.com/content/th/governance/whistleblowingpolicy.pdf และมีกระบวนการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียน เพื่อเป็นแนวทางในการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียน รวมถึงเป็นแนวทางในการบริหารจัดการข้อร้องเรียนให้มีความชัดเจน สุจริต โปร่งใส และเป็นไปตามมาตรฐานสากล รวมถึงมีมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส ผู้ร้องเรียน และผู้รายงานข้อมูลอีกด้วย เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงาน ผู้มีส่วนได้เสีย หรือบุคคลภายนอกสามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดทางกฎหมาย จรรยาบรรณธุรกิจ การทุจริตคอร์รัปชัน หรือการถูกละเมิดสิทธิ ผ่านช่องทางที่บริษัทกำหนดดังนี้

นโยบายการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียน

กรรมการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยง

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

โทรศัพท์ : 02-780-8779 และ 097-190-5848

โทรสาร : 02-780-8787

อีเมล : iaoffice@cpf.co.th

Line ID : CPFIA

เว็บไซต์ : www.cpfworldwide.com/th/contact/form

ทั้งนี้ ไม่ว่าผู้แจ้งเรื่องจะเป็นผู้ใดก็ตาม จะได้รับความคุ้มครองที่เหมาะสมจากบริษัท ทั้งการปกป้องผู้แจ้งเรื่องไม่ให้ถูกข่มขู่ คุกคาม การรักษาความลับเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียนและข้อมูลของผู้แจ้งเรื่อง เว้นแต่ที่จำเป็นต้องเปิดเผยตามข้อกำหนดของกฎหมาย นอกจากนี้ จะไม่มีการเลิกจ้าง หรือพักงาน หรือเปลี่ยนตำแหน่งงาน หรือลงโทษทางวินัยต่อพนักงานที่เป็นผู้แจ้ง รวมทั้งให้ความเป็นธรรมและคุ้มครองพนักงานที่ปฏิเสธการกระทำซึ่งเข้าข่ายคอร์รัปชันและสินบนด้วย

กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน

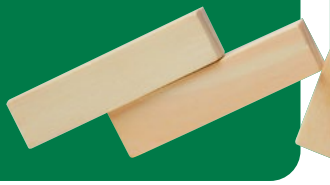
1. ผู้มีส่วนได้เสียภายใน หรือภายนอกบริษัท แจ้งเบาะแสหรือเรื่องร้องเรียน
2. หน่วยรับเรื่องร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแส 24 ชั่วโมง
3. คณะกรรมการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยง และหน่วยงานตรวจสอบภายในรับเรื่องร้องเรียน
4. กระบวนการกลั่นกรอง / สอบสวน
5. ดำเนินการตามความเหมาะสม
6. รายงานคณะกรรมการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการบริษัท

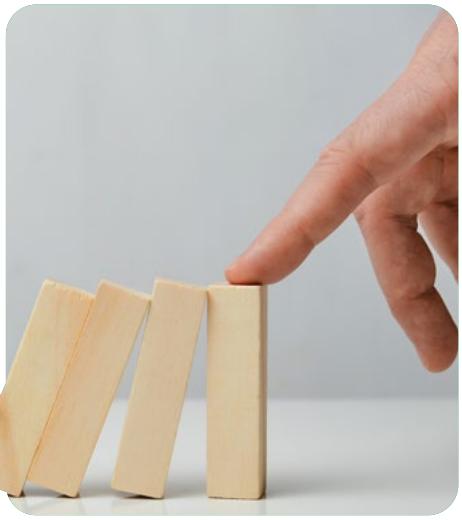
การบริหารความเสี่ยง

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันล้วนเต็มไปด้วยความท้าทาย และมีความไม่แน่นอนในหลายด้าน ทั้งที่เกิดจากภายนอกและภายในองค์กร ปัจจัยเหล่านี้ผลักดันให้บริษัทต้องพัฒนาระบบการบริหารความเสี่ยงให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถคาดการณ์ความเสี่ยง รับมือต่อการเปลี่ยนแปลง และปกป้องการดำเนินธุรกิจหลัก ซึ่งจะนำมาสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน ตลอดจนสร้างโอกาสและผลตอบแทนได้อย่างเหมาะสม

วัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง

บริษัทมุ่งสร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง ให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร โดยดำเนินการดังต่อไปนี้





ด้านสภาพแวดล้อม

- กำหนดให้การบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งในการจัดทำกลยุทธ์ แผนงาน และงบประมาณขององค์กร
- สื่อสารนโยบายการบริหารความเสี่ยง รวมถึงบทบาทหน้าที่ของบุคลากร
- บูรณาการหลักการบริหารความเสี่ยงเข้ากับนโยบาย กฎระเบียบ และขั้นตอนปฏิบัติงานขององค์กร

ด้านการสร้างความตระหนัก

- สื่อสารเหตุการณ์ความเสี่ยง พร้อมแนวทางป้องกันและจัดการ รวมถึงหลักการบริหารความเสี่ยง ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โปสเตอร์ วิดีโอสั้น เป็นต้น รวมถึงเกมส์ทดสอบความรู้ ความเข้าใจ และการนำไปใช้จริง
- พัฒนาความรู้ด้านการบริหารความเสี่ยงแก่กรรมการผู้บริหาร และเพื่อนพนักงาน ผ่านหลักสูตรอบรม

ด้านการปฏิบัติ

- ประเมินความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจ ตลอดจนจัดทำแนวทางจัดการและกำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยงสำคัญ (Key Risk Indicators: KRIs) และติดตามความคืบหน้าการจัดการ
- ประเมินความเสี่ยงในกิจกรรมต่างๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ น้ำท่วม ภัยแล้ง สิทธิมนุษยชน การเข้าซื้อกิจการ การลงทุนในโครงการขนาดใหญ่ ความไม่ปลอดภัยในการทำงาน การพัฒนาสินค้าใหม่ เป็นต้น
- นำผลประเมินความเสี่ยงมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง
- รายงานอุบัติการณ์ด้านความเสี่ยงตามช่องทางที่กำหนด
- ส่งเสริมให้มีวาระด้านความเสี่ยงในการประชุมของหน่วยธุรกิจ และสนับสนุนให้มีการแบ่งปันประสบการณ์การบริหารความเสี่ยงระหว่างหน่วยธุรกิจ

ด้านแรงจูงใจทางการเงิน

- พิจารณาผลตอบแทนของผู้บริหารและพนักงาน บนพื้นฐานของตัวชี้วัดที่กำหนด เช่น การจัดการความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อมและพลังงาน และการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ เป็นต้น

ปัจจัยความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญของบริษัท

บริษัทพิจารณาปัจจัยเสี่ยงโดยอ้างอิงตามหลักการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social, and Governance: ESG) พร้อมทั้งกำหนดแนวทางการบริหารความเสี่ยง ดังต่อไปนี้

หัวข้อความเสี่ยง	สิ่งแวดล้อม (Environment)	สังคม (Social)	ธรรมาภิบาล (Governance)
ความเสี่ยงใหม่ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต (Emerging Risks)			
1. การเผชิญหน้าระหว่างประเทศ (Geopolitical Confrontation)		●	
2. การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพที่กระทบต่อความยั่งยืนในห่วงโซ่คุณค่า (Biodiversity Loss Affecting Sustainability in the Value Chain)	●	●	●
3. การเพิ่มขึ้นของกฎหมาย และระเบียบด้านความยั่งยืน (Increase in Sustainability Laws and Regulations)	●	●	●
4. การเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้าและภาษีระหว่างประเทศ (Change in Global Trade Policy and Tariff)			●
5. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับปัญญาประดิษฐ์ (Risk Related to Artificial Intelligence)		●	●
ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท			
ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์			
1. สภาพอากาศเปลี่ยนแปลงไป	●	●	
2. พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง		●	
3. การลงทุนและผลการดำเนินงาน		●	●
4. การแข่งขันทางการตลาด	●	●	
ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน			
1. คุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า		●	●
2. โรคระบาดในสัตว์ และโรคระบาดที่เชื่อมโยงมาสู่คน			
3. ความผันผวนของราคาสินค้าโภคภัณฑ์	●	●	●
4. ความเสี่ยงทางไซเบอร์ (Cyber Risk)		●	●
5. ความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัย และความปลอดภัย		●	●
6. การบริหารบุคลากรเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต		●	
ความเสี่ยงด้านการเงิน			
1. ความผันผวนของตลาดการเงิน			
2. ภาระหนี้ที่อยู่ในระดับสูงจากการดำเนินงานและการซื้อกิจการ			●
3. ความสามารถในการชำระหนี้			●
4. การดำรงอัตราส่วนทางการเงิน			●
ความเสี่ยงด้านการกำกับดูแลกิจการ			
1. ความเสี่ยงจากกฎหมาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง			●
2. สิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน		●	●
ความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร		●	●
ความเสี่ยงต่อการลงทุนในหลักทรัพย์ของบริษัท			
1. ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่ถือหุ้นมากกว่า 25% ของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว			●
2. ความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ถือหลักทรัพย์			

ทุนและโครงสร้างการถือหุ้น

ณ วันที่ 13 มีนาคม 2569

ทุนจดทะเบียน
9,087,250,518 บาท

ทุนชำระแล้ว
8,406,962,585 บาท

58.62%
นิติบุคคลสัญชาติไทย

23.85%
นิติบุคคล
สัญชาติต่างประเทศ

17.49%
บุคคลธรรมดา
สัญชาติไทย

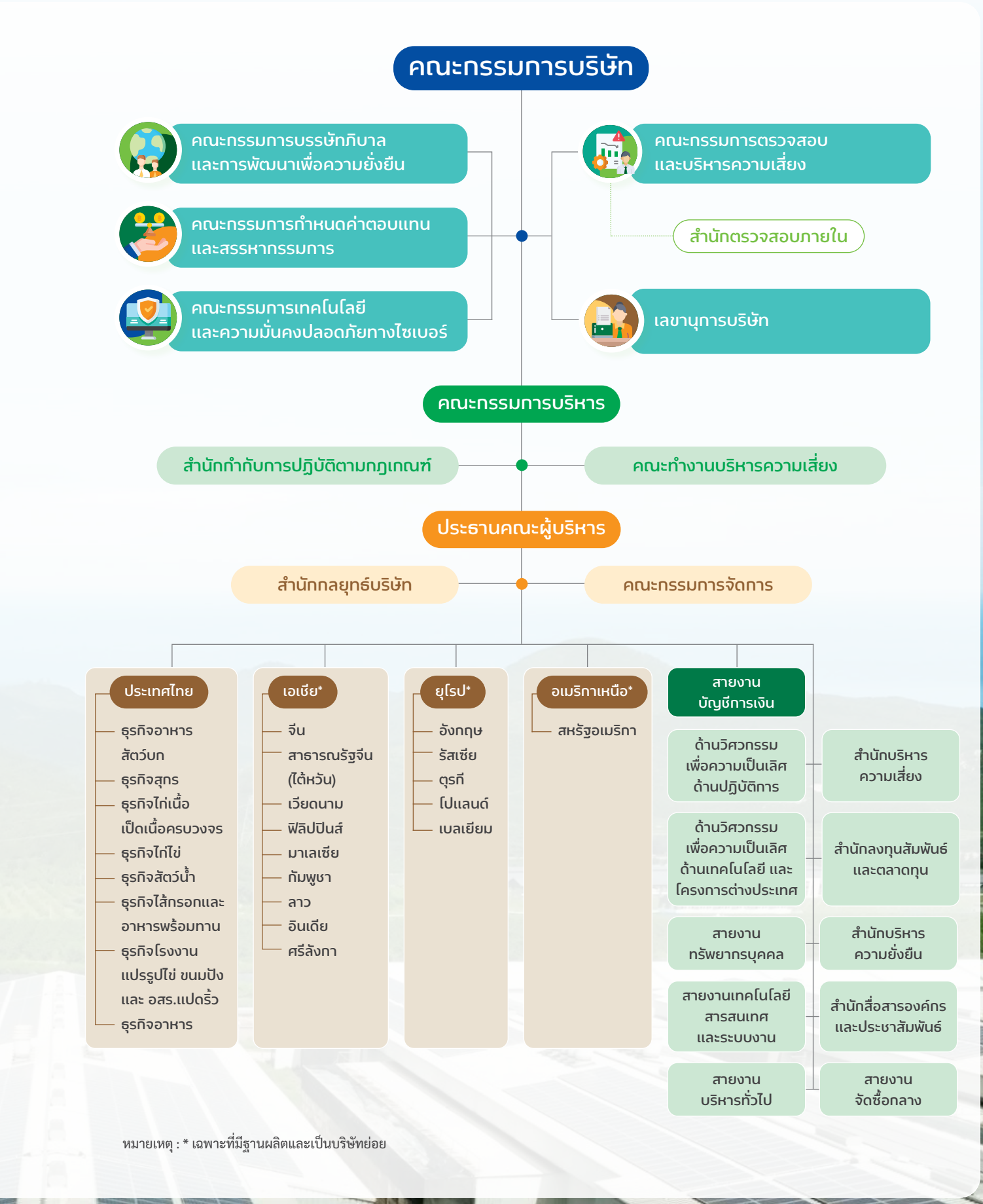
0.04%
บุคคลธรรมดา
สัญชาติต่างประเทศ

รายชื่อผู้ถือหุ้น 10 รายแรก มีดังนี้

รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น	สัดส่วนการถือหุ้น (ก่อนหักหุ้นซื้อคืนเพื่อบริหารทางการเงิน)
1. กลุ่ม CPG [1]	4,162,127,539	49.51%
2 . บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด	890,039,071	10.59%
3. สำนักงานประกันสังคม	240,760,900	2.86%
4. กองทุนรวมวายุภักษ์หนึ่ง	185,738,500	2.21%
5. STATE STREET EUROPE LIMITED	175,114,821	2.08%
6. CHAROEN POKPHAND ENTERPRISE (TAIWAN) CO., LTD.	124,962,900	1.49%
7. UBS AG HONG KONG BRANCH-FOR CLIENTS' ACCOUNTS	123,855,600	1.47%
8. นายปริญญา เธียรวร	123,500,000	1.47%
9. SOUTH EAST ASIA UK (TYPE C) NOMINEES LIMITED	122,140,522	1.45%
10. คิวเอส ซอฟท์แวร์ ซิสเต็มท์ 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 2569 คณะกรรมการของบริษัทประกอบด้วยกรรมการจำนวน 14 คน ดังนี้

นายสุภกิต เจียรวนนท์
ประธานกรรมการ (1)

นายพงษ์เทพ เจียรวนนท์
รองประธานกรรมการ (1)

นายศุภชัย เจียรวนนท์
รองประธานกรรมการ (1)

นายอดิเรก ศรีประทักษ์
รองประธานกรรมการ (1)

นายกฤษฎา จีนะวิจารณะ
กรรมการ (2) (3)

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

นางวัชรี วิมุกตายน
กรรมการ (2)

นายวินัย วิทวัสการเวช
กรรมการ (2) (6)

นายเสข วรรณเมธี
กรรมการ (2)

นางอรุณี วัชรานานันท์
กรรมการ (1)

นายประสิทธิ์ บุญดวงประเสริฐ
กรรมการ (1)

น.สพ. สุจินต์ ธรรมศาสตร์
กรรมการ (1)

นายไพศาล จิระกิจเจริญ
กรรมการ (1)

นายมนตรี สุวรรณโพธิ์ศรี
กรรมการ (1)

หมายเหตุ :
(1) กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท โดยกำหนดให้กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท 2 คน ลงลายมือชื่อร่วมกันและประทับตราสำคัญของบริษัท
(2) กรรมการอิสระ
(3) ประธานกรรมการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยง
(4) ประธานกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน
(5) ประธานกรรมการอิสระ
(6) ประธานกรรมการกำหนดค่าตอบแทนและสรรหากรรมการ

ผู้บริหาร

ผู้บริหารและผู้บริหารสูงสุดของสายธุรกิจหลักมีดังต่อไปนี้

ณ วันที่ 1 มีนาคม 2569

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
1. นายประสิทธิ์ บุญดวงประเสริฐ [1]	ประธานคณะผู้บริหาร
2. น.สพ.สุจินต์ ธรรมศาสตร์ [1]	ประธานผู้บริหารฝ่ายปฏิบัติการ ธุรกิจสัตว์น้ำ
3. นายไพศาล จิระกิจเจริญ [1]	ประธานผู้บริหารฝ่ายการเงิน
4. นางสาวพิมลรัตน์ รีพัฒนาวิจิตรกุล [1]	ประธานผู้บริหารทรัพยากรบุคคล
5. นายสรรเสริญ สมัยสุต [1]	ประธานผู้บริหารเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบงาน
6. นายเรวัติ หทัยสัตยพงศ์	ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจอาหารสัตว์บก
7. นายสมพร เจิมพงศ์	ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจสุกร
8. นายภาณุวัตร เนียมเปรม	ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจไก่เนื้อ-เป็ดเนื้อ ครบวงจร
9. นายสมคิด วรรณลุกขี	ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจไก่ไข่
10. นายไพโรจน์ อภิรักษ์นุสิทธิ์	ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจสัตว์น้ำครบวงจร เขตประเทศไทย
11. นายสุจริต มัยลาภ	กรรมการผู้จัดการอาวุโส บริษัทซีพีเอฟ โกลบอล ฟู้ด โซลูชั่น จำกัด (มหาชน) และรักษาการกรรมการผู้จัดการ ธุรกิจการค้าในประเทศ
12. นายณฤกษ์ มางเขียว	กรรมการผู้จัดการ ธุรกิจอาหารสำเร็จรูป
13. นายเอกปิยะ เอื้อวุฒิเกริก	กรรมการผู้จัดการ ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ
14. นายสุนทร จักษุกรรฐ์	กรรมการผู้จัดการ ธุรกิจห้าดาวและร้านอาหาร
15. นางสาวลลนา บุญงามศรี	กรรมการผู้จัดการ ธุรกิจร้านอาหารเชสเตอร์
16. นายกิติศักดิ์ ลิ้มอำไพ	กรรมการผู้จัดการ ธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง
17. นายฐิติ ลุจินตานนท์	ประธานคณะผู้บริหาร กลุ่มธุรกิจการค้าวัตถุดิบอาหารสัตว์
18. Mr.Robins Pharr Mcintosh Jr.	ผู้บริหารสูงสุด ธุรกิจพันธุ์สัตว์น้ำ
19. นายสุพล พันธุมะโอภาส	ผู้บริหารสูงสุด ด้านวิจัยและพัฒนาอาหารสัตว์น้ำ
20. นางวิไลลักษณ์ คลอดเพ็ง	ผู้บริหารสูงสุด สายงานประกันคุณภาพอาหารกลาง
21. นายประมุข ตรีภพนารถ	ผู้บริหารสูงสุด สายงานวิศวกรรมเพื่อความเป็นเลิศด้านปฏิบัติการ
22. นายสหัส ไชยโย	ผู้บริหารสูงสุด สายงานวิศวกรรมเพื่อความเป็นเลิศ ด้านเทคโนโลยี และโครงการต่างประเทศ
23. นายเปรมศักดิ์ วนัชสุนทร	ผู้บริหารสูงสุด ด้านวิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ
24. นางนลินี โรบินสัน	ผู้บริหารสูงสุด สายงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร
25. นางสาวอนรรฆวี ชูรัตน์	ผู้บริหารสูงสุด ด้านการตลาด
26. นางวรรณทนีย์ ชำนาญเศรษฐการณ์	ผู้บริหารสูงสุด ธุรกิจแปรรูปไข่ ขนมปัง และอาหารสำเร็จรูปแปดริ้ว
27. นายวรวิทย์ เจนธนากุล	รองกรรมการผู้จัดการบริหาร สายงานบริหารทั่วไป
28. นางกอบบุญ ศรีชัย	เลขานุการบริษัท และผู้บริหารสูงสุด สายงานกิจการองค์กรและลงทุนสัมพันธ์

หมายเหตุ :

[1] ผู้บริหารของบริษัทตามนิยามในประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่ กจ. 17/2551 เรื่อง การกำหนดบทนิยามในประกาศเกี่ยวกับการออกและเสนอขายหลักทรัพย์ของบริษัท

ผู้บริหารกิจการต่างประเทศ

ชื่อ-นามสกุล	ประเทศ
1. นายปวริศ เอื้ออมรวนิช	เวียดนาม
2. Mr. Bai Shanlin	จีน
3. นายทง โชติรัต	สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน)
4. Mr. Thomas Norgaard	รัสเซีย - ธุรกิจสุกร
5. นายบุรี สีนา	รัสเซีย - ธุรกิจครบวงจรไก่
6. นายอาณัติ จุลินทร	สหรัฐอเมริกา
7. นายสกล ชีวะโกเศรษฐ	ฟิลิปปินส์
8. นายวิทยา เกรียงไกรวิทย์	กัมพูชา
9. Mr. Timothy Browne	อังกฤษ
10. Mr. Graham Hillier	อังกฤษ
11. นายมนตรี สีหมนตรี	มาเลเซีย - ธุรกิจสัตว์บก
12. นายวิรัช โพธิพันธุ์	มาเลเซีย - ธุรกิจสัตว์น้ำ
13. Mr. Mehmet Ali Tekin	ตุรกี
14. นายสิทธิพร พรหมจันทร์	อินเดีย - ธุรกิจสัตว์บก
15. นายจักรกฤษณ์ วีระนาคินทร์	อินเดีย - ธุรกิจสัตว์น้ำ
16. นายทำนอง พลทองมาก	ลาว
17. Mr. Michael Tops	เบลเยียม
18. Ms. Ameena Ziauddin	ศรีลังกา

พนักงาน

* คนงาน หมายถึง คนงานรายเดือน คนงานรายวัน และคนงานชั่วคราว

ติดต่อบริษัท

สำนักงานใหญ่

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

โทรศัพท์ : 02-766-8000

โทรสาร : 02-638-2139

เว็บไซต์ : www.cpfworldwide.com

สำนักลงทุนสัมพันธ์และตลาดทุน

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

โทรศัพท์ : 02-766-8322 และ 02-766-8323

อีเมล : iroffice@cpf.co.th

สำนักเลขานุการบริษัท

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

โทรศัพท์ : 02-766-8352 และ 02-766-8354

โทรสาร : 02-638-2139

อีเมล : csoffice@cpf.co.th

สำนักงานสรรหาและคัดเลือกทรัพยากรบุคคล

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

โทรศัพท์ : 02-766-8702-5

อีเมล : careers@cp-hrexp.com

แจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียน

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

โทรศัพท์ : 02-780-8779 และ 097-190-5848

โทรสาร : 02-780-8787

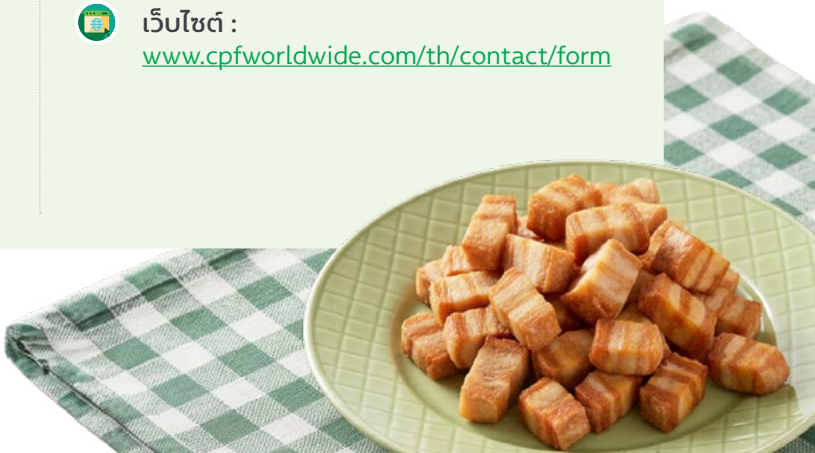
อีเมล : iaoffice@cpf.co.th

เว็บไซต์ : www.cpfworldwide.com/th/contact/form

ศูนย์ผู้บริโภค

โทรศัพท์ : 02-800-8000

อีเมล : consumercenter@cpf.co.th



CHEEVA
หมูชีวา
โอเมก้า3
BENJA
ไก่เบญจา
โอเมก้า3
CP
ไก่สดปลอดสาร

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