



บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

# ข้อมูลบริษัทโดยสรุป ปี 2564



PUT OUR HEART INTO FOOD





# สารบัญ

## 2

สารจากผู้บริหาร

### ภาพรวมธุรกิจ

#### 6

ความมุ่งมั่นของบริษัท

#### 7

โครงสร้างการดำเนินธุรกิจ

#### 8

กิจการของบริษัท

#### 10

การเปลี่ยนแปลงและ  
พัฒนาการที่สำคัญ

#### 12

ธุรกิจของบริษัทโดยสรุป

#### 14

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

#### 22

นวัตกรรมจากใจสู่จาน

#### 26

การขับเคลื่อนธุรกิจ  
เพื่อความยั่งยืน

### การดำเนินงาน

#### 34

ผลการดำเนินงาน  
ปี 2564

#### 36

รางวัลและความสำเร็จ  
ปี 2564

### การจัดการและกำกับดูแลกิจการ

#### 40

การกำกับดูแลกิจการ

#### 46

การบริหารความเสี่ยง

#### 49

ทุนและโครงสร้างการถือหุ้น

#### 50

โครงสร้างการบริหาร

#### 51

คณะกรรมการบริษัท

#### 52

ผู้บริหารและพนักงาน

#### 54

ติดต่อบริษัท

คำจำกัดความ:

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



แบบ 56-1  
One Report ปี 2564  
(รายงานประจำปี)



รายงาน  
ความยั่งยืน  
ปี 2564





# สารจากผู้บริหาร



บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารครบวงจร โดยมีการลงทุนและร่วมลงทุนใน 17 ประเทศทั่วโลก ภายใต้วิสัยทัศน์การเป็น “ครัวของโลก” ที่มีความมุ่งมั่นในการสร้างความมั่นคงทางอาหาร ด้วยการเป็นองค์กรนวัตกรรมที่จะส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพ ตลอดจนการสร้างสินค้าใหม่ที่ดีสอดคล้องต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค พร้อมไปกับการรักษาความสมดุลระหว่างความสำเร็จทางเศรษฐกิจพร้อมไปกับการสร้างคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ภายใต้ปรัชญา 3 ประโยชน์สู่ความยั่งยืน ที่มุ่งสร้างสรรค์ประโยชน์เพื่อประเทศ ประชาชน และบริษัท พร้อมทั้งสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ บนพื้นฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี

บริษัทให้ความสำคัญกับความมุ่งมั่นวิจัยและพัฒนา สร้างสรรค์นวัตกรรมด้านคุณค่าอาหาร (Nutrition) และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์มุ่งเน้นเพื่อสุขภาพและโภชนาการที่ต่อเนื่อง รวมถึงจัดให้มีการจัดจำหน่ายไปยังช่องทางต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค มีการบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพด้วยการใช้ระบบควบคุมอัตโนมัติ (Automation) ทั้งนาระบบดิจิทัล (Digitization) มาใช้ในการดำเนินงานเพื่อลดความเสี่ยงของธุรกิจและเพิ่มประสิทธิภาพการดูแลคุณภาพชีวิตและความปลอดภัยของพนักงาน พร้อมทั้งส่งเสริมเกษตรกร คู่ค้า และสังคมให้เติบโตไปด้วยกัน

ปี 2564 นับได้ว่าเป็นอีกหนึ่งปีที่มีความท้าทายในการดำเนินธุรกิจจากการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 19 (โควิด-19) ที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลก โดยเฉพาะกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ลดลง รวมถึงการผันเปลี่ยนเข้าสู่สังคมบริบทใหม่ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งก่อให้เกิดการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพที่มุ่งเน้นนวัตกรรมและเทคโนโลยีมากขึ้น

ภายใต้สถานการณ์ที่ท้าทายนี้ การสร้างความมั่นคงทางอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนให้โลกก้าวข้ามวิกฤตครั้งนี้ไปได้ บริษัทได้วางแผนบริหารจัดการเพิ่มมาตรการป้องกันทั้งกระบวนการผลิตและกระบวนการทำงานให้มีความปลอดภัยอย่างเข้มงวด พร้อมไปกับการดูแลพนักงานและครอบครัว รวมถึงการดำเนินการจัดหาวัคซีนให้กับพนักงาน นอกจากนี้ ยังได้มีการประสานงานกับภาครัฐของแต่ละประเทศเพื่อร่วมดูแลสังคมรอบด้าน

สำหรับการดูแลสังคมรอบด้านนั้น บริษัทได้ร่วมสร้างความมั่นคงทางอาหารแก่สังคมไทยและในหลายประเทศ ผ่านโครงการ "CPF ส่งอาหารจากใจ ร่วมต้านภัยโควิด-19" มาตั้งแต่ปี 2563 และโครงการ "ซีพีร้อยเรียงใจ สู้ภัยโควิด-19" ส่งมอบอาหารและเครื่องดื่มเพื่อบุคลากรทางการแพทย์และประชาชนผู้ประสบความเดือดร้อน ตลอดจนวัตถุดิบอาหารสดและเครื่องปรุงรส แก่โรงพยาบาลหลัก โรงพยาบาลสนาม กลุ่มเปราะบาง ศูนย์ฉีดวัคซีน จุดตรวจโควิดเชิงรุก ศูนย์พักคอย

Member of  
Dow Jones  
Sustainability Indices  
Powered by the S&P Global CSA  
  
Sustainability Award  
Silver Class 2021  
  
S&P Global







และหน่วยงานต่างๆ มากกว่า 500 แห่งทั่วประเทศไทย นอกจากนี้ยังดำเนินกิจกรรมที่คล้ายคลึงกันในประเทศอื่นที่บริษัทลงทุน เช่น เวียดนาม กัมพูชา ลาว ฟิลิปปินส์ ตุรกี สหรัฐอเมริกา รัสเซีย เป็นต้น ในปี 2564 บริษัทมีรายได้จากการขายรวม 512,704 ล้านบาท ด้วยมูลค่าสินทรัพย์ 842,681 ล้านบาท มีค่าใช้จ่ายภาษีให้แก่ภาครัฐ 8,282 ล้านบาท โดยการทำงานของบริษัทได้รับผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ส่งผลให้มีการบริโภคที่ลดลง ทำให้ราคาเนื้อสัตว์หลักปรับตัวลดลงจากปี 2563 ในหลายพื้นที่ ในขณะที่บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น จากการยกระดับมาตรฐานด้านสุขอนามัยในสถานประกอบการขั้นสูงสุด พร้อมไปกับการดำเนินการเพื่อดูแลความปลอดภัยให้กับพนักงานและผลิตภัณฑ์ของโรงงานอย่างเต็มที่ นอกจากนี้ ต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนค่าขนส่งในปี 2564 ปรับตัวสูงขึ้น สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยหลักทำให้บริษัทมีกำไรสุทธิ 13,028 ล้านบาทในปี 2564 ลดลงจากปี 2563

คณะกรรมการบริษัทได้มีมติเห็นควรเสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2565 พิจารณานุมัติการจ่ายเงินปันผลประจำปี 2564 ในอัตราหุ้นละ 0.65 บาท โดยเป็นเงินปันผลระหว่างกาลที่จ่ายให้ผู้ถือหุ้นเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2564 จำนวน 0.40 บาทต่อหุ้น และเป็นเงินปันผลประจำปีที่เสนอจ่ายให้ผู้ถือหุ้นจำนวน 0.25 บาทต่อหุ้น

ในปี 2564 บริษัทมีการเปลี่ยนแปลงด้านการลงทุนที่มีนัยสำคัญ 2 โครงการ ได้แก่

- 1) การโอนกิจการทั้งหมดของบริษัท ซี.พี. รีเทล โฮลดิ้ง จำกัด ซึ่งลงทุนในธุรกิจค้าปลีกหรือกิจการโลตัสส์ ที่เดิมบริษัทถือหุ้นร้อยละ 20 ให้แก่บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) (“Makro”) โดยบริษัทได้รับหุ้นเพิ่มทุนของ Makro เป็นค่าตอบแทน ทำให้บริษัทถือหุ้นโดยตรงใน Makro ร้อยละ 10.21 ต่อมาบริษัทได้ดำเนินการเสนอขายหุ้นสามัญ Makro บางส่วนให้แก่ประชาชนทั่วไป ส่งผลให้บริษัทถือหุ้นโดยตรงใน Makro ร้อยละ 8.85 เมื่อรายการแล้วเสร็จ
- 2) การนำหุ้นสามัญทั้งหมดของ C.P. Pokphand Co., Ltd. (“CPP”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นร้อยละ 49.74 ออกจากการเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฮ่องกง ส่งผลให้สัดส่วนการถือหุ้นสามัญใน CPP เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 75.00 เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2565

สุดท้ายนี้ ในนามของคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ขอขอบคุณผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนสำหรับการสนับสนุนและความไว้วางใจที่ดีเสมอมา บริษัทยังคงยึดมั่นที่จะดำเนินธุรกิจตามวิสัยทัศน์ “ครัวของโลก” เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร บนหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ที่คำนึงถึงสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจเพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนตลอดไป

นายสุกิต เจียรนบก  
ประธานกรรมการ

นายประสิทธิ์ บุญดวงประเสริฐ  
ประธานคณะผู้บริหาร



บริษัทกลุ่มเทคด้านนวัตกรรม  
สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์คุณภาพ  
ด้วยมาตรฐานที่ปลอดภัย

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 ลดการสูญเสียตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เพื่อรักษาคุณภาพของธรรมชาติให้คงอยู่อย่างยั่งยืนตลอดไป



# ความมุ่งมั่นของบริษัท

## วิสัยทัศน์

## พันธกิจ

### ครัวของโลก

ส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่เปี่ยมไปด้วยคุณภาพ  
ให้แก่ผู้บริโภคทั่วทุกมุมโลก

ดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารแบบครบวงจร เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในด้านคุณค่าทางโภชนาการ รสชาติ และความปลอดภัย สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ โดยมุ่งมั่นในการสร้างธุรกิจตามพื้นที่ยุทธศาสตร์ และให้ความสำคัญในการสร้างกระบวนการผลิตที่ทันสมัยได้มาตรฐานระดับสากล ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่จำกัดอย่างคุ้มค่าและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับแนวหน้าของอุตสาหกรรม และสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้นอย่างเหมาะสมด้วยความใส่ใจในผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน



### ทิศทางกลยุทธ์เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

#### เติบโตอย่างยั่งยืน



ขยายธุรกิจ  
เกษตรอุตสาหกรรม  
และอาหารครบวงจร



สร้างศักยภาพการเติบโต  
สู่ระดับโลก

#### มุ่งสู่ความเป็นเลิศ



เป็นผู้นำแห่งคุณภาพ  
และอาหารปลอดภัย



สร้างสรรค์นวัตกรรม  
และเพิ่มประสิทธิภาพ

#### สร้างพื้นฐานที่มั่นคง



มุ่งเน้นการพัฒนา  
บุคลากร



รับผิดชอบต่อสังคม  
และสิ่งแวดล้อม

### การกำกับดูแลกิจการ



สามประโยชน์ สู่ความยั่งยืน  
(ต่อประเทศ ประชาชน และบริษัท)



มีคุณธรรม ความซื่อสัตย์  
และรู้จักตอบแทนบุญคุณ



ทำเร็ว  
และมีคุณภาพ



ทำเรื่องยาก  
ให้เป็นเรื่องง่าย

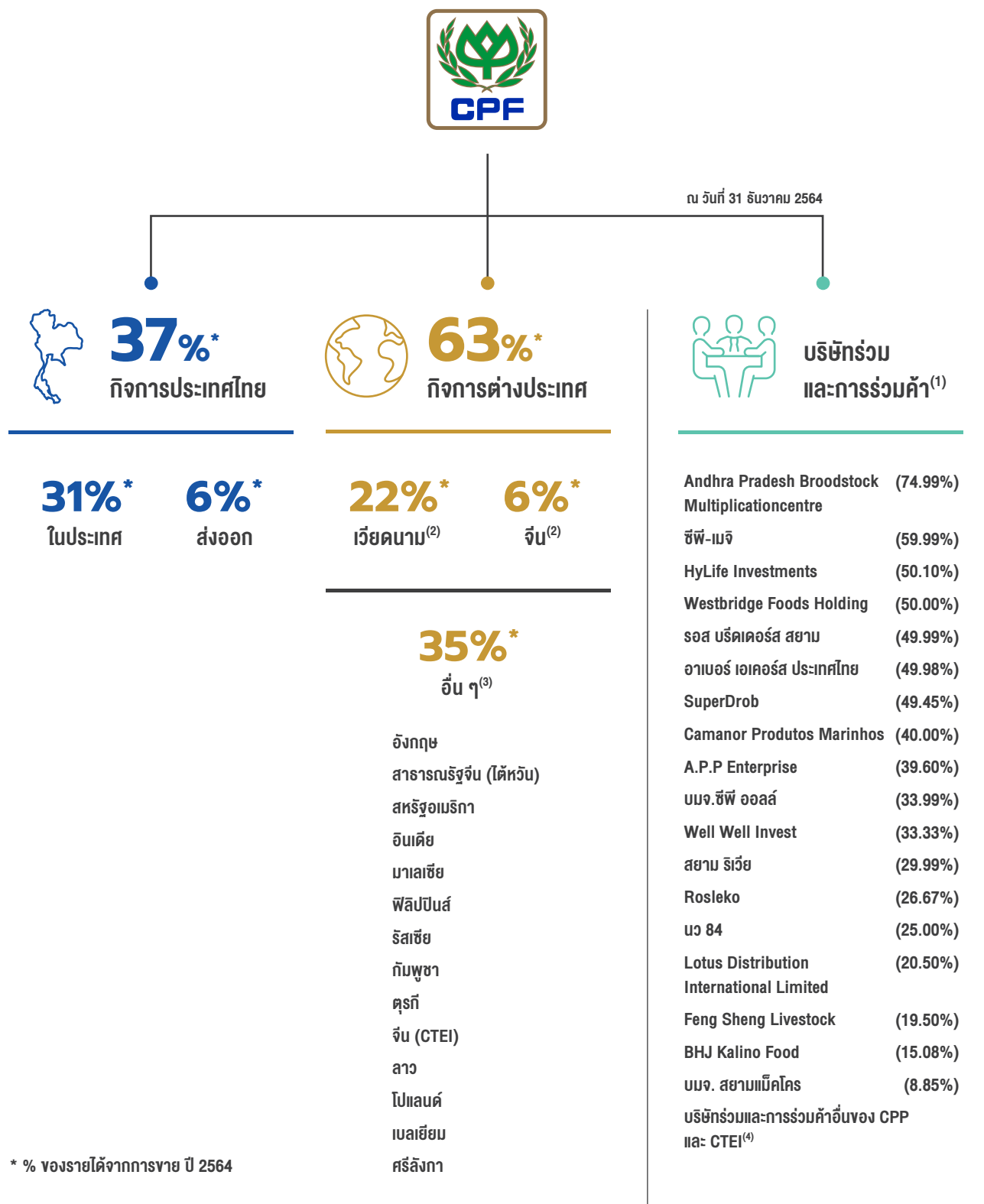


ยอมรับ  
การเปลี่ยนแปลง



สร้างสรรค์  
สิ่งใหม่

# โครงสร้างการดำเนินงานธุรกิจ



หมายเหตุ:

<sup>(1)</sup> % การถือหุ้น หมายถึงการถือหุ้นโดยบริษัท ทั้งทางตรงและทางอ้อม

<sup>(2)</sup> ดำเนินงานภายใต้ C.P. Pokphand Co., Ltd. ("CPP")

<sup>(3)</sup> รายชื่อพื้นที่ที่มีฐานการผลิต

<sup>(4)</sup> กลุ่มบริษัทร่วมและการร่วมค้าอื่นของ CPP และ CTEI ดูรายละเอียดได้ที่หมายเหตุประกอบงบการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564



# กิจการของบริษัท

บริษัทมีการลงทุนและร่วมลงทุนใน 17 ประเทศ

ผู้บริโภค  
**>4,000**  
ล้านคน

ส่งออกไปกว่า

**40** ประเทศ  
**5** ทวีปทั่วโลก



หมายเหตุ:  
เฉพาะที่มีฐานการผลิตและเป็นบริษัทย่อย ร่วม และร่วมค้า

# การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี 2520-2529

**2521**  
จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทในนาม “บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหารสัตว์ จำกัด” เพื่อผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ในประเทศไทย

ปี 2530-2539

**2530**  
นำหุ้นสามัญเข้าเป็นหลักทรัพย์ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยภายใต้ชื่อย่อว่า “CPF”

**2535**  
ลงทุนในประเทศอินเดีย ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์และเลี้ยงสัตว์

**2537**  
แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เมื่อวันที่ 27 มี.ค. 2537

ปี 2540-2549

**2541**  
มีการลงทุนในประเทศเวียดนาม ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ เลี้ยงสัตว์ และอาหารแปรรูป

**2542**  
เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)” พร้อมกับประกาศวิสัยทัศน์ “ครัวของโลก” (Kitchen of the World)

**2545**  
• ลงทุนในประเทศอังกฤษ ดำเนินธุรกิจผลิตอาหารแช่เย็นจำหน่ายในสหภาพยุโรป

• ลงทุนในประเทศจีน ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์น้ำ ฟาร์มเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ และเพาะพันธุ์สัตว์น้ำ

• ลงทุนในประเทศเบลเยียม เพื่อดำเนินธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายเนื้อสัตว์แปรรูปและอาหารสำเร็จรูปในสหภาพยุโรป

**2547**  
ลงทุนในประเทศตุรกี ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์บกและธุรกิจไก่ครบวงจร

**2548**  
ลงทุนในประเทศมาเลเซีย ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์น้ำ การเพาะเลี้ยงกุ้งครบวงจร และการแปรรูปกุ้ง

**2549**  
• ลงทุนในประเทศรัสเซีย ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์บกและเลี้ยงสัตว์บก

• ลงทุนในประเทศลาว ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์บกและเลี้ยงสัตว์บก

ปี 2550-2563

**2550**  
ลงทุนในประเทศฟิลิปปินส์ ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์และฟาร์มเลี้ยงสัตว์

**2552**  
เข้าซื้อหุ้นสามัญของ Charoen Pokphand Enterprise (Taiwan) Co., Ltd. (“CPE”) ซึ่งเป็นบริษัทที่มีหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ไต้หวัน ภายใต้ชื่อย่อ TWSE: 1215 ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ เลี้ยงสัตว์ และอาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ในสาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน)

**2554**  
ลงทุนในประเทศกัมพูชา ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ เลี้ยงสัตว์ และผลิตภัณฑ์อาหารที่ทำจากเนื้อสัตว์

**2555**  
เข้าซื้อหุ้น C.P. Pokphand Co., Ltd. (“CPP”) ซึ่งเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฮ่องกง ภายใต้ชื่อย่อ HKSE: 00043 ดำเนินธุรกิจผลิตอาหารสัตว์ชั้นนำในประเทศจีน และเป็นผู้นำด้านเกษตรอุตสาหกรรมสัตว์บกครบวงจร และธุรกิจสัตว์น้ำในประเทศเวียดนาม

**2559**  
• ลงทุนในประเทศสหรัฐอเมริกา ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน

• ลงทุนในประเทศศรีลังกา ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารพร้อมรับประทาน

**2560**  
ลงทุนในประเทศโปแลนด์ ดำเนินธุรกิจฟาร์มไก่เนื้อและอาหาร

**2561**  
ลงทุนในประเทศบราซิล ดำเนินธุรกิจฟาร์มกุ้งและแปรรูปขั้นต้น

**2562**  
ลงทุนในประเทศแคนาดา ดำเนินธุรกิจสุกรครบวงจรตั้งแต่การผลิตอาหารสัตว์ ฟาร์มเลี้ยงสุกร โรงงานแปรรูปเนื้อสุกรขั้นต้น

**2563**  
• ลงทุนหุ้นสามัญส่วนที่เหลือทั้งหมดใน Charoen Pokphand Holding (Malaysia) Sdn. Bhd. (“CPHM”) เป็น 100% ดำเนินธุรกิจไก่เนื้อครบวงจรในประเทศมาเลเซีย

• ลงทุนในธุรกิจสุกรในประเทศจีน โดย Chia Tai Investment Co., Ltd. (“CTI”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยทางอ้อมในประเทศจีน เพื่อขยายธุรกิจไปสู่ธุรกิจสุกรครบวงจรในประเทศจีน

• ลงทุนในกลุ่มเทลโกเอเซียในสัดส่วน 20% ผ่านบริษัทย่อย บริษัท ซี.พี.เมอร์แซนโดซิง จำกัด (“CPM”) เพื่อประกอบธุรกิจค้าปลีก



กว่า 4 ทศวรรษ

แห่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์คุณภาพ เพื่อเป็นครัวของโลกและของทุกคน

ปี 2564

**เมษายน**  
เข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท สวนสมบูรณ์ จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจปลูกพืชเพื่อการเกษตร ในสัดส่วน 99.9% เพื่อการศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับการเพาะปลูกพืชเกษตรที่เป็นส่วนหนึ่งในห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริษัท

**มิถุนายน**  
เข้าซื้อหุ้นในบริษัท C.P. Aquaculture (India) Private Limited เพิ่มร้อยละ 43.40 เป็นถือหุ้น 75% ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารกุ้ง ฟาร์มเพาะฟักลูกกุ้ง และจำหน่ายกุ้งแปรรูปขั้นต้นในประเทศอินเดีย

**สิงหาคม**  
• เข้าซื้อหุ้นสามัญทั้งหมดของ Consumer Package Commerce Co., Ltd. ซึ่งประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศเกาหลีใต้ เพื่อขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มบริษัทไปยังประเทศเกาหลีใต้

• เข้าลงทุนในบริษัท ออลส์ นาว แมนเนจเม้นท์ จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจการจัดการคลังสินค้าและโลจิสติกส์ในสัดส่วน 19%

• เข้าซื้อธุรกิจสุกรในประเทศรัสเซีย ได้แก่ LLC Agro-Sojuz TS และ LLC Mjaso-Sojuz T ซึ่งถือเงินลงทุนทั้งหมดของบริษัทในกลุ่ม APK-Don ที่ประกอบธุรกิจเพาะปลูกพืชไร่ ผลิตอาหารสัตว์ เพาะพันธุ์สุกร และฟาร์มสุกร ในเขต Belgorod และ Voronezh ของประเทศรัสเซีย

**กันยายน**  
เข้าซื้อธุรกิจอาหารทะเลในประเทศโปแลนด์ Fish Food sp. z o.o. และ MaxFish sp. z o.o. ที่ประกอบธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์อาหารทะเล และการค้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเล

**ตุลาคม**  
• เข้าซื้อหุ้นเพิ่มทุนของ Well Well Invest S.A. ในสัดส่วน 50% ของทุนชำระแล้วภายหลังการเพิ่มทุน ซึ่งประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารที่ทำจากพืชในประเทศโปแลนด์

• คณะกรรมการบริษัทมีมติให้นำหุ้นสามัญทั้งหมดของ C.P. Pokphand Co., Ltd. ออกจากการเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฮ่องกง

• โอนขายกิจการทั้งหมดของบริษัท ซี.พี.รีเทล โฮลดิ้ง จำกัด ที่บริษัทถือหุ้นอยู่ในสัดส่วน 20% ให้แก่ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) (“MAKRO”) และได้รับค่าตอบแทนเป็นหุ้นสามัญของ MAKRO จำนวน 1,002 ล้านหุ้น

• คณะกรรมการบริษัทมีมติให้บริษัทซื้อหุ้นคืน (Treasury Stock) เพื่อบริหารทางการเงิน ในวงเงินไม่เกิน 10,000 ล้านบาท โดยกำหนดระยะเวลาที่จะซื้อหุ้นคือตั้งแต่วันที่ 15 ตุลาคม 2564 ถึง 14 เมษายน 2565

**ธันวาคม**  
ร่วมเสนอขายหุ้น MAKRO ให้แก่ประชาชนทั่วไป จำนวน 66 ล้านหุ้น



# ธุรกิจของบริษัทโดยสรุป

บริษัทดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารครบวงจร  
โดยจำแนกธุรกิจตามลักษณะผลิตภัณฑ์เป็น 3 ประเภท



## ธุรกิจอาหารสัตว์ (Feed)

ได้แก่ การผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์



## ธุรกิจการเลี้ยงสัตว์และแปรรูป (Farm and Processing)

ได้แก่ การเพาะพันธุ์สัตว์ การเลี้ยงสัตว์  
เพื่อการค้าและการแปรรูปเนื้อสัตว์  
ชั้นพื้นฐาน



## ธุรกิจอาหาร (Food)

ได้แก่ การผลิตเนื้อสัตว์แปรรูปกึ่งปรุงสุก  
และปรุงสุก และการผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร  
สำเร็จรูปหรืออาหารพร้อมรับประทาน รวม  
ถึงกิจการช่องทางการจำหน่ายอาหาร  
และร้านอาหาร



### ผลิตอาหารสัตว์

พัฒนานวัตกรรมกระบวนการผลิต  
อาหารสัตว์อย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับ  
การให้ความสำคัญต่อการดูแลรักษา  
สิ่งแวดล้อม และลดผลกระทบต่อชุมชน  
มีการสนับสนุนภาคการผลิตของ  
เกษตรกรท้องถิ่น ตลอดจนมีระบบ  
ตรวจสอบย้อนกลับถึงที่มาของวัตถุดิบ  
เพื่อแสดงถึงความโปร่งใส สร้างความ  
ไว้วางใจต่อผู้มีส่วนได้เสีย

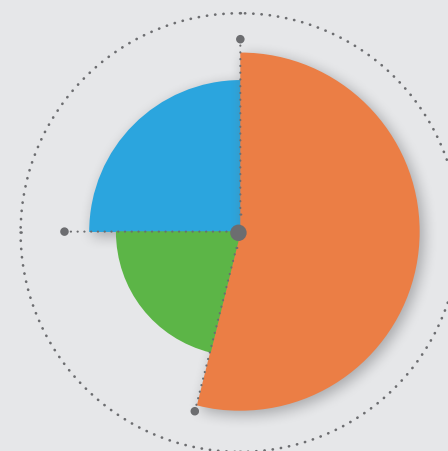
### เลี้ยงสัตว์และแปรรูป

นำเทคโนโลยีทันสมัยและเป็นมิตร  
กับสิ่งแวดล้อมมาใช้ตลอดกระบวนการ  
เลี้ยง ควบคู่ไปกับการดูแลความ  
เป็นอยู่ที่ดีของสัตว์ตามหลักสวัสดิภาพ  
สัตว์สากลเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์  
ที่มีคุณภาพและความปลอดภัยตาม  
มาตรฐานสากล

### ผลิตอาหาร

เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและ  
ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานที่มี  
คุณภาพในด้านคุณค่าทางโภชนาการ  
อย่างต่อเนื่อง เพื่อสุขภาพที่ดี ราคา  
เข้าถึงได้ ด้วยนวัตกรรมการผลิต  
ที่ทันสมัยเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ  
สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอด  
กระบวนการผลิต

## สัดส่วนรายได้จากการขาย แบ่งตามผลิตภัณฑ์

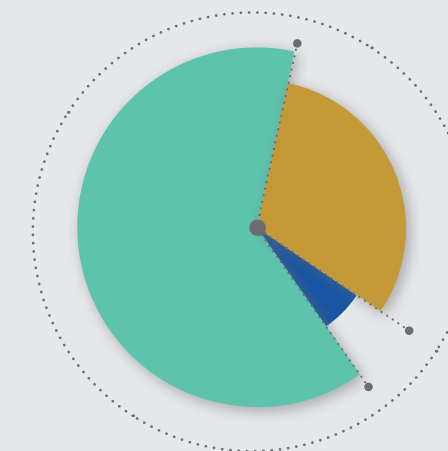


25%  
ธุรกิจอาหารสัตว์

54%  
ธุรกิจการเลี้ยงสัตว์  
และแปรรูป

21%  
ธุรกิจอาหาร

## สัดส่วนรายได้จากการขาย แบ่งตามขอบเขตการดำเนินธุรกิจ



63%  
ต่างประเทศ

31%  
ประเทศไทย  
(ในประเทศ)

6%  
ประเทศไทย  
(ส่งออก)

## ขอบเขตในการดำเนินธุรกิจจำแนกออกเป็น 2 ส่วนหลัก

### กิจการประเทศไทย

ประกอบธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารเพื่อจำหน่าย  
ในประเทศไทย และเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศมากกว่า  
40 ประเทศ

### กิจการต่างประเทศ

ลงทุนและร่วมลงทุนในธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร  
ใน 16 ประเทศ ได้แก่ เวียดนาม จีน รวมถึงสาธารณรัฐจีน  
(ไต้หวัน) อังกฤษ สหรัฐอเมริกา อินเดีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์  
รัสเซีย กัมพูชา ตุรกี ลาว โปแลนด์ เบลเยียม ศรีลังกา และ  
ร่วมทุนในแคนาดา และบราซิล

# ลักษณะการประกอบธุรกิจ



## ธุรกิจอาหารสัตว์

อาหารสัตว์นับเป็นจุดเริ่มต้นในห่วงโซ่การผลิตเนื้อสัตว์และการผลิตอาหารที่มีคุณภาพ เพราะอาหารสัตว์เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อสุขภาพและภาวะโภชนาการของสัตว์โดยตรง บริษัทจึงให้ความสำคัญในการคิดค้นนวัตกรรมการผลิตอาหารสัตว์และพัฒนาเทคโนโลยีในด้านโภชนาการสัตว์อย่างต่อเนื่อง เป็นผลให้บริษัทสามารถผลิตอาหารสัตว์ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล บนต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ และสามารถจัดจำหน่ายได้ในราคาที่เหมาะสมให้แก่เกษตรกร ปัจจุบันผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ อาหารสุกร อาหารไก่ และอาหารกุ้ง ทั้งในรูปแบบอาหารและอาหารสำเร็จรูปชนิดผงและชนิดเม็ด โดยเป็นการผลิตและจำหน่ายในประเทศเป็นหลัก

บริษัทมีการดำเนินธุรกิจอาหารสัตว์ใน 11 ประเทศทั่วโลก ได้แก่ ประเทศไทย เวียดนาม อินเดีย สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) ตุรกี มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ กัมพูชา ลาว รัสเซีย และร่วมลงทุนในประเทศจีนและแคนาดา ในปี 2564 มีมูลค่ารายได้จากการขายรวม 127,072 ล้านบาท หรือ คิดเป็นร้อยละ 25 ของรายได้จากการขายรวมของบริษัท





## 6 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ของธุรกิจอาหารสัตว์



1  
วัตถุดิบที่มีคุณภาพ



2  
สูตรอาหารสัตว์ที่เหมาะสมกับประเภท  
และความต้องการทางโภชนาการ  
ในแต่ละช่วงอายุของสัตว์



3  
โรงงานที่สะอาด กระบวนการผลิต  
ที่ทันสมัยตามมาตรฐานสากล



4  
สินค้าคุณภาพ  
และตรวจสอบย้อนกลับได้



5  
ต้นทุนที่แข่งขันได้



6  
ถ่ายทอดเทคโนโลยี และองค์ความรู้ที่ทันสมัย  
เกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์แก่เกษตรกร

- บริษัทให้ความสำคัญตั้งแต่การเลือกที่ตั้งและรูปแบบโรงงานที่เหมาะสม โดยพิจารณาจากที่ตั้งที่อยู่ในแหล่งการผลิตที่มีสาธารณูปโภครองรับ มีแหล่งน้ำเพียงพอ ไม่ส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ และมีมาตรการป้องกันการปนเปื้อนตามหลักความปลอดภัยด้านอาชีวอนามัย รูปแบบโรงงานมีการออกแบบด้วยหลักการโรงงานสีเขียวที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและชุมชนใกล้เคียง มีกระบวนการลดของเสียโดยการนำมาผลิตเป็นพลังงานหมุนเวียนใช้ในโรงงาน และมีการบริหารจัดการมลภาวะฝุ่นและกลิ่น ที่อาจจะเกิดขึ้นจากกระบวนการการผลิตอาหารสัตว์
- **สูตรการผลิตอาหารสัตว์** ต้องสอดคล้องกับความต้องการทางโภชนาการของสัตว์แต่ละประเภทในแต่ละช่วงวัย ให้ได้รับคุณค่าทางอาหารเพียงพอต่อการเจริญเติบโต
- **การคัดสรรวัตถุดิบ** วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ประกอบด้วยข้าวโพด กากถั่วเหลือง ปลาป่น รำข้าว และส่วนประกอบวิตามินและแร่ธาตุอื่น ๆ วัตถุดิบที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่ได้รับการรับรอง นับเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการผลิตอาหารสัตว์ที่ดี โดยบริษัทดำเนินนโยบายการจัดซื้อวัตถุดิบจากแหล่งผลิตในประเทศเป็นลำดับแรก เพื่อเป็นการสนับสนุนภาคการผลิตของเกษตรกรท้องถิ่น โดยในปี 2564 กิจกรรมของบริษัทในประเทศไทยได้รับซื้อผลผลิตและผลิตภัณฑ์จากข้าว เพื่อใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตอาหารสัตว์ และเป็นการบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่ชาวนาที่ได้รับผลกระทบจากภาวะราคาข้าวตกต่ำ
- **การผลิตและควบคุมคุณภาพ** บริษัทผลิตและควบคุมการผลิตด้วยระบบอัตโนมัติ และเทคโนโลยีดิจิทัล ภายใต้ระบบมาตรฐานสากลที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานอิสระภายนอก
- **การขายและบริการหลังการขาย** บริษัทตระหนักว่าความสำเร็จในการเลี้ยงสัตว์ของเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์นั้นจะนำมาสู่ความยั่งยืนร่วมกันของธุรกิจอาหารสัตว์ บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการแบ่งปันความรู้ความเข้าใจในการเลี้ยงสัตว์และการใช้อาหารสัตว์ที่ถูกต้องเหมาะสม สำหรับการจัดจำหน่ายอาหารสัตว์นั้น บริษัทดำเนินการขายตรงจากโรงงานให้แก่เกษตรกรและขายผ่านตัวแทนจำหน่ายรวมถึงการพัฒนาการขายอาหารสัตว์ในรูปแบบออนไลน์เพื่อให้สามารถเข้าถึงเกษตรกรในพื้นที่ห่างไกลได้มากขึ้น ทั้งนี้ตลาดอาหารสัตว์ยังมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของความต้องการบริโภคเนื้อสัตว์ และการขยายตัวของการเลี้ยงสัตว์ในรูปแบบของการเลี้ยงในระบบอุตสาหกรรมทันสมัยมากขึ้น



## ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป

ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูปของบริษัทประกอบด้วย การเพาะพันธุ์สัตว์ การเลี้ยงสัตว์เพื่อการค้า และการแปรรูปขั้นพื้นฐาน โดยบริษัทได้คัดเลือกและพัฒนาสายพันธุ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และได้ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทันสมัย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาใช้ตลอดกระบวนการเลี้ยง ควบคู่ไปกับการดูแลความเป็นอยู่ที่ดีของสัตว์ตามหลักสวัสดิภาพสัตว์สากล เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพและความปลอดภัย โดยมีผลิตภัณฑ์หลักได้แก่ พันธุ์สัตว์ สัตว์มีชีวิต เนื้อสัตว์ที่ผ่านการแปรรูปขั้นพื้นฐาน (เนื้อสัตว์แบ่งเป็นชิ้นส่วน) และไข่ไก่ และมีประเภทของสัตว์หลักได้แก่ สุกร ไก่เนื้อ ไก่ไข่ เป็ด และกุ้ง

บริษัทดำเนินธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูปใน 15 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย จีน เวียดนาม รัสเซีย กัมพูชา ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย อินเดีย สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) สหรัฐอเมริกา ลาว ตุรกี ศรีลังกา โปแลนด์ และร่วมลงทุนในประเทศแคนาดาและบราซิล โดยแต่ละประเทศมีลักษณะการประกอบธุรกิจที่ต่างกันไปขึ้นอยู่กับโอกาสทางการตลาดและความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ ในปี 2564 ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูปมีรายได้จากการขายรวม 277,446 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 54 ของรายได้จากการขายรวมของบริษัท

## 7 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ของธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป



1

สายพันธุ์สัตว์ที่แข็งแรง



2

อาหารสัตว์คุณภาพ



3

โรงเรือน โรงงาน  
และอุปกรณ์ที่เหมาะสม

4

การบริหารจัดการ  
การเลี้ยงสัตว์ที่ดี

5

กระบวนการผลิตที่ปลอดภัย  
ได้มาตรฐานสากล

6

ระบบการขนส่ง  
ที่มีประสิทธิภาพ

7

การจัดการความปลอดภัย  
ทางชีวภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน



- บริษัทพิจารณา**สถานที่ตั้งที่เหมาะสม**กับการเลี้ยงสัตว์โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ มีสาธารณูปโภคพื้นฐานเพียงพอ และการออกแบบ**ฟาร์ม**ที่มีระบบความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity) เพื่อป้องกันการนำเชื้อเข้าสู่ฟาร์ม และอีกทั้งระบบการเลี้ยงยังคำนึงถึงสวัสดิภาพสัตว์ด้วย
- บริษัท**คัดเลือกและพัฒนาสายพันธุ์**ให้เหมาะสมกับสภาวะแวดล้อมและความต้องการของแต่ละประเทศที่ดำเนินธุรกิจ โดยสายพันธุ์ถูกพัฒนาตามพื้นฐานวิชาพันธุศาสตร์ เพื่อให้ได้พันธุ์สัตว์ที่แข็งแรง และสามารถต้านทานโรคได้ดี ให้ผลผลิตสูง
- **การเลี้ยงสัตว์** บริษัทได้พัฒนาระบบและเทคโนโลยีที่ใช้ในการเลี้ยงสัตว์อย่างต่อเนื่อง ภายใต้หลักการความใส่ใจในสวัสดิภาพสัตว์ ควบคู่ไปกับประสิทธิภาพในการเลี้ยงต่อพื้นที่ ไม่ใช่ฮอร์โมนในการเร่งการเจริญเติบโต เพื่อให้สัตว์นั้นได้อยู่ภายใต้การเลี้ยงที่ปราศจากความทุกข์ทรมาน และมีอิสระที่จะแสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติ

## หลักอิสระ 5 ประการ



1

ได้รับสารอาหารและน้ำ  
ตามต้องการ



2

อยู่สบาย  
ในสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม



3

สุขภาพแข็งแรง  
ไม่มีบาดเจ็บ



4

เลี้ยงดูอย่างดีมีความสุข



5

อิสระเสรี  
มีพฤติกรรมธรรมชาติ

- **ขั้นตอนการแปรรูปขั้นพื้นฐาน** บริษัทปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานด้านสวัสดิภาพสัตว์ในการแปรรูปเนื้อสัตว์ขั้นพื้นฐาน ทั้งในกระบวนการขนส่งและกระบวนการแปรรูป
- **บรรจุภัณฑ์**ที่บริษัทเลือกใช้ได้นำมาใช้ในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ การใช้พลาสติกชีวภาพ (Bioplastic) ที่เรียกว่า Polylactic Acid (PLA) ผลิตวัสดุธรรมชาติที่ย่อยสลายได้ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการเก็บอาหาร
- **การขายและช่องทางการจัดจำหน่าย** สำหรับพันธุ์สัตว์ รวมถึงสัตว์มีชีวิตส่วนใหญ่เป็นการขายที่หน้าฟาร์ม สำหรับส่วนชิ้นส่วนเนื้อสัตว์ ไช้ไก่ และผลิตภัณฑ์พลอยได้จากการเลี้ยงสัตว์มีช่องทางการจัดจำหน่าย ผ่านตัวแทนจำหน่าย ตลาดสด (Traditional Market) ช่องทางการค้าส่งค้าปลีกที่ทันสมัย (Modern Trade)

ทั้งนี้ ธุรกิจเลี้ยงสัตว์มีการเติบโตตามความต้องการที่เพิ่มขึ้น จากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น และการเข้าถึงเนื้อสัตว์ที่มีคุณภาพในราคาที่เข้าถึงได้สะดวกขึ้น



## ธุรกิจอาหาร

บริษัทให้ความสำคัญในการวิจัยและพัฒนาผลิอาหารที่มีคุณภาพในด้านคุณค่าทางโภชนาการ รสชาติ ด้วยกระบวนการที่มีความปลอดภัยตลอดห่วงโซ่การผลิต เพื่อสุขภาพที่ดี ราคาเข้าถึงได้ และมีความหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคทั่วโลกในแต่ละวัยและในแต่ละท้องถิ่น รวมถึงการส่งเสริมความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคให้สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้โดยการมีช่องทางการขายที่หลากหลาย ธุรกิจอาหารของบริษัทประกอบด้วยผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป อาหารพร้อมทาน ตลอดจน ร้านอาหาร และช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ ของบริษัท

ปัจจุบัน บริษัทมีฐานการผลิตของธุรกิจอาหารใน 15 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย สหรัฐอเมริกา จีน เวียดนาม สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) อังกฤษ รัสเซีย มาเลเซีย กัมพูชา ฟิลิปปินส์ อินเดีย ตุรกี ลาว ศรีลังกา เบลเยียม และโปแลนด์ ในปี 2564 ธุรกิจอาหารมีรายได้จากการขายรวม 108,186 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 21 ของรายได้จากการขายรวมของบริษัท



- บริษัทเชื่อว่าอาหารที่ดีเยี่ยมมาจากวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพ บริษัทจึงให้ความสำคัญกับคุณภาพของวัตถุดิบและแหล่งผลิต ทั้งนี้ นอกจากเนื้อสัตว์ของบริษัทที่เป็นแหล่งวัตถุดิบหลักในการผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร บริษัทได้มีการจัดหาวัตถุดิบอื่น ๆ ที่มีคุณภาพจากแหล่งผลิตที่ได้มาตรฐาน และทำงานใกล้ชิดกับเกษตรกรเพื่อสร้างคุณค่าร่วมกันเพื่อสนับสนุนผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นส่วนประกอบในการปรุงอาหารจากเกษตรกรในพื้นที่ พร้อมทั้งการแบ่งปันความรู้และสร้างความเข้าใจในการทำการเกษตรอย่างยั่งยืนการผลิต
- การผลิตตามมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยตลอดกระบวนการผลิตคือสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งมาโดยตลอด บริษัทจึงมุ่งมั่นดำเนินการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมการผลิตที่มีประสิทธิภาพให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารคุณภาพและปลอดภัยในการบริโภค บริษัทได้นำระบบเทคโนโลยีอัตโนมัติและเทคโนโลยีหุ่นยนต์มาใช้เสริมสร้างประสิทธิภาพในการผลิต อีกทั้งบริษัทได้จัดตั้งบริษัท ศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร ซีพีเอฟ จำกัด ในประเทศไทย เพื่อเป็นศูนย์กลางการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอาหาร ผ่านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคและอุตสาหกรรมอาหาร
- บริษัทเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องอาหารให้ปลอดภัยและคงคุณค่าอาหารตามหลักโภชนาการไว้อย่างสมบูรณ์ และสามารถเก็บรักษาอาหารได้นานขึ้น เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดขยะอาหารและการสูญเสียอาหาร (Food Waste, Food Loss) รวมถึงการสรรหาบรรจุภัณฑ์ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และมีฉลากผลิตภัณฑ์ (Product Labelling) ที่บ่งบอกถึงคุณค่าทางโภชนาการและปริมาณที่ควรบริโภค (Guideline Daily Amounts) เพื่อสนับสนุนการบริโภคเพื่อสุขภาพที่ดี
- สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น บริษัทได้กระจายการจัดจำหน่ายในช่องทางอันหลากหลาย เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงอาหารของผู้บริโภค เช่น 1. ช่องทางค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Market) อาทิ ตลาดสด 2. ช่องทางค้าปลีกและค้าส่งทันสมัย (Modern Trade) อาทิ ร้านค้าสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต และ ไฮเปอร์มาร์เก็ต 3. ช่องทางธุรกิจบริการอาหาร (Food Service) อาทิ ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร ศูนย์อาหาร และธุรกิจจัดเลี้ยง ซึ่งจัดจำหน่ายผ่านทั้งช่องทางของบริษัทและช่องทางของพันธมิตรทางการค้า



โดยรวม ธุรกิจอาหารเป็นธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีภาวะการแข่งขันสูง ทั้งนี้ จากแนวโน้มสังคมเมืองที่มีการขยายตัวและมีวิถีการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการอาหารสำเร็จรูปเพื่อความสะดวกสบายเพิ่มมากขึ้น ขณะเดียวกันผู้บริโภคยังคงมองหาอาหารที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาหารเพื่อสุขภาพที่มีแหล่งที่มาที่เป็นที่ยอมรับ ผู้ผลิตจึงต้องมีการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคให้เหมาะสมกับสภาพวัฒนธรรมการบริโภคของแต่ละพื้นที่

## มาตรฐาน

### “คุณภาพและความปลอดภัย”

#### ตลอดกระบวนการผลิต คือหัวใจของสุขภาพที่ดี

ด้วยลักษณะการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร บริษัทจึงมีศักยภาพในการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพตลอดกระบวนการผลิตได้อย่างเป็นระบบ พร้อมนำระบบมาตรฐานสากลและมาตรฐานของกลุ่มลูกค้า ซึ่งได้รับการรับรองจากหน่วยงานอิสระ (Third Party) มาประยุกต์ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ การเลี้ยงสัตว์ และการผลิตอาหาร นอกเหนือจากการปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับของประเทศไทยที่บริษัทมีการดำเนินธุรกิจอยู่อย่างเคร่งครัด

|                                         | ธุรกิจอาหารสัตว์                                                                                     |                                                                      | ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป                                                                                                                          |                                                              | ธุรกิจอาหาร                                               |                                 |
|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------|
| <b>มาตรฐานด้านการผลิต</b>               | GMP<br>HACCP<br>ISO 9001<br>ISO 22000<br>ISO/IEC 17025<br>GMP+ B1 B2 B3<br>FAMI-QS<br>AI Compartment | RWA<br>ALO<br>Global GAP<br>BAP<br>IFFO RS CoC<br>MSC<br>Marin Trust | GAP<br>GMP<br>GHPs<br>HACCP<br>ISO 9001<br>Halal Standard<br>Global GAP<br>CoC Dept. of Fisheries<br>Genesis GAP/ Lloyd's<br>Register Poultry Schem | BAP<br>FMD Free<br>AI Compartment<br>BRC<br>QS<br>RWA<br>ALO | GMP<br>GHPs<br>HACCP<br>ISO 9001<br>Halal Standard<br>BRC | QS<br>ALO<br>RSPO<br>BAP<br>ASC |
| <b>มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม</b>           | ISO 14001<br>ISO 14067                                                                               | ISO 14040<br>ISO 50001                                               | ISO 14044<br>AEMAS                                                                                                                                  | ISO 14046<br>ISO 45001                                       |                                                           |                                 |
| <b>มาตรฐานด้านความปลอดภัยในการทำงาน</b> | Good Labour Practice (GLP)                                                                           |                                                                      | TLS 8001-2010                                                                                                                                       | OHSAS18001                                                   | CPF SHE&En Standard                                       |                                 |

หมายเหตุ :

นโยบายและแนวปฏิบัติของบริษัทสอดคล้องตามมาตรฐานข้างต้น ทั้งนี้ กิจกรรมในแต่ละประเทศจะเป็นผู้พิจารณาขอการรับรองมาตรฐาน จากหน่วยงานอิสระภายนอกตามความเหมาะสม โดยยึดข้อกำหนดของบริษัทและลูกค้า รวมถึงกฎหมายประเทศเป็นสำคัญ



# รังสรรค์รสชาติแห่งความสุข

## ด้วยนวัตกรรมอาหารปลอดภัย

### พร้อมส่งมอบความอร่อยและความมั่นใจให้ผู้บริโภคทั่วโลก

- |                  |                           |
|------------------|---------------------------|
| 1. ผลิตภัณฑ์ไก่  | 6. ผลิตภัณฑ์ไข่ไก่        |
| 2. ผลิตภัณฑ์หมู  | 7. ผลิตภัณฑ์ไส้กรอก       |
| 3. ผลิตภัณฑ์เป็ด | 8. ผลิตภัณฑ์แฮม           |
| 4. ผลิตภัณฑ์กุ้ง | 9. ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทาน |
| 5. ผลิตภัณฑ์ปลา  | 10. นวัตกรรมเนื่องจากพืช  |



1



2







3



4



5



6



7



8



9



10





# นวัตกรรมจากใจสู่งาน



## นวัตกรรมอาหารสัตว์

### ระบบควบคุมเครื่องป้อนเม็ดอัตโนมัติด้วยปัญญาประดิษฐ์

เนื่องจากสูตรของอาหารสัตว์มีความหลากหลาย ต้องมีการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมกับปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านคุณภาพของวัตถุดิบ ที่มีผลต่อคุณภาพของอาหารสัตว์โดยตรง ปัจจัยดังกล่าวทำให้เกิดขั้นตอนในการทำงานมากขึ้นจากการปรับปรุงสูตรอาหารและอาจก่อให้เกิดความสูญเสียในการผลิตได้ง่าย เนื่องจากกระบวนการผลิตต้องใช้พนักงานที่มีประสบการณ์สูงในการปรับตั้งค่าพารามิเตอร์ให้เหมาะสม ดังนั้นบริษัทจึงได้มีการพัฒนาคำนวณระบบการควบคุมเครื่องป้อนเม็ดอัตโนมัติด้วยปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยใช้ข้อมูลต่าง ๆ ทั้งทางด้านการผลิตและกระบวนการอื่น ๆ โดย AI ของการผลิตอาหารสัตว์จะทำการเชื่อมโยงระบบกับข้อมูลในรูปแบบออนไลน์ เพื่อทำการตัดสินใจได้เองแบบอัตโนมัติ จะทำให้ได้มาซึ่งอาหารสัตว์ที่มีคุณภาพ ลดของเสียที่เกิดขึ้นในระบบ ลดค่าใช้จ่ายด้านการผลิต ลดการใช้พลังงาน อีกทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้ดียิ่งขึ้น ตอบสนองต่อนโยบายการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน

### เครื่องวัดความคงทนของเม็ดอาหารสัตว์

ในกระบวนการผลิตอาหารสัตว์ เครื่องอัดเม็ดมีหน้าที่ในการอัดอาหารสัตว์ที่เป็นผงให้อยู่ในรูปอาหารเม็ด โดยผู้ปฏิบัติงานต้องดำเนินการตามกระบวนการเพื่อทดสอบความแข็งแรงและการยึดเกาะของอาหารเม็ดเพื่อให้มั่นใจว่าในระหว่างการขนส่ง เม็ดอาหารสัตว์จะไม่แตกหักหรือเป็นผงมากกว่าค่าที่ต้องการ ทั้งนี้กระบวนการทดสอบวัดค่าความคงทนของเม็ดอาหารสัตว์ (Pellet Durability Index - PDI) มีหลายขั้นตอนและต้องใช้เวลาและความชำนาญของผู้ปฏิบัติงาน บริษัทจึงได้คิดค้นนวัตกรรมการทดสอบดัชนีความทนทานอัตโนมัติ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและลดข้อผิดพลาดที่อาจเกิดจากเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน โดยอาศัยระบบคอมพิวเตอร์ในการทดสอบแทนเจ้าหน้าที่ ทำให้ได้กระบวนการทดสอบที่รวดเร็วขึ้น มีความแม่นยำมากขึ้น มีความผิดพลาดน้อยลงและทำให้เม็ดอาหารสัตว์มีคุณภาพที่สูงขึ้น



## Power Starch : อาหารพลังงานสมดุลสำหรับสัตว์เคี้ยวเอื้อง

Power Starch คือ ผลิตภัณฑ์อาหารแหล่งพลังงานแปรรูปจากวัตถุดิบหลายชนิด ผ่านการคัดเลือกคุณภาพโดยใช้เทคโนโลยีการอัดเม็ดเพื่อให้เกิดเจลลาติน (Gelatinization) ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในโมเลกุลของเม็ดแป้ง เมื่อสัตว์เคี้ยวเอื้องทานเข้าไปจะเกิดการย่อยสลายในกระเพาะหมักที่สมดุลกับการย่อยสลายโปรตีนและส่งผลให้สัตว์มีผลผลิตเนื้อและนมที่ดียิ่งขึ้น

## นวัตกรรมการเลี้ยงสัตว์

### ระบบซีพีเอฟ เอไอ ฟาร์ม (CPF AI Farmlab)

ในการดำเนินธุรกิจการเลี้ยงสัตว์ ปัญหาการติดเชื้อและแพร่กระจายของโรคระบาดภายในฟาร์มถือเป็นความเสี่ยงที่จำเป็นต้องมีการป้องกันและบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ระบบความปลอดภัยทางชีวภาพภายในฟาร์มจึงเป็นปัจจัยหลักของการเลี้ยงสัตว์ที่จะช่วยป้องกันหรือลดความเสียหายในการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงได้มีการพัฒนาระบบการเลี้ยงและระบบความปลอดภัยทางชีวภาพภายในฟาร์ม โดยการผสมผสานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และ ระบบคอมพิวเตอร์วิชัน (Computer Vision) เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบเฝ้าระวังการปฏิบัติงานของพนักงานตลอด 24 ชั่วโมง ตรวจจับและวิเคราะห์ข้อมูลจากภาพที่ได้รับ และสามารถแจ้งเตือนให้ผู้เกี่ยวข้องทราบในทันที รวมทั้งบันทึกข้อมูลสถิติย้อนหลังไว้ในฐานข้อมูลเพื่อวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาและพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานให้เกิดความปลอดภัยสูงสุด

## นวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพ

### นวัตกรรมเนื้อจากพืช

เนื้อจากพืช (Plant-based Meat) เป็นผลิตภัณฑ์อาหารทางเลือกที่ผู้บริโภคทั่วโลกให้ความสนใจ บริษัทได้ทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เนื้อทางเลือก โดยผสมผสานความร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญระดับโลกหลายประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) รวมถึงนักวิทยาศาสตร์ทางอาหารจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง กระทั่งค้นพบนวัตกรรม ‘PLANT-TEC’ ที่สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เนื้อจากพืชภายใต้ตราสินค้า ‘มีทซีโร่’ (MEAT ZERO) ที่สมบูรณ์แบบทั้งลักษณะ รสชาติ กลิ่น และเนื้อสัมผัส ประกอบด้วยสารอาหารอันเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ทั้งโปรตีนจากพืชที่มีเส้นใยอาหารสูงและไม่มีโคเลสเตอรอล ตอบสนองผู้บริโภคที่รักสุขภาพ โดยบริษัทได้นำผลิตภัณฑ์เนื้อจากพืชไปใช้ในการผลิตอาหารพร้อมรับประทานหลากหลายเมนู อาทิ โบโลน่า นักเก็ตไก่ ข้าวกะเพราเนื้อ หมูกรอบ และสปาเก็ตตี้เนื้อสับ เป็นต้น โดยได้มีการจัดจำหน่ายครั้งแรกในปี 2564 ในประเทศไทย สิงคโปร์ และฮ่องกง



## อาหารเสริมโปรไบโอติกเพื่อสุขภาพ

ศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหารซีพีเอฟ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเสริมโปรไบโอติกเพื่อสุขภาพ เป็นทางเลือกในการดูแลสุขภาพในระบบทางเดินอาหาร และยังเป็นปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นภูมิคุ้มกันแบบปรับสมดุลองค์รวม ภายใต้แบรนด์ “บีฟิโอ โปรไบโอติก พลัส” ประกอบไปด้วยจุลินทรีย์โปรไบโอติกคุณภาพ ได้รับการรับรองมาตรฐาน “FOSHU” จากญี่ปุ่น จำนวน 5 สายพันธุ์ที่ผ่านการค้นคว้าและวิจัยสำหรับคนเอเชีย มีความโดดเด่นในการช่วยกระตุ้นระบบภูมิคุ้มกัน ป้องกันภูมิแพ้ และหวัด ทำงานร่วมกับสายพันธุ์แลคโตบาซิลลัสที่ช่วยในเรื่องระบบขับถ่าย และพิเศษด้วยการเพิ่ม “พรีไบโอติก” ซึ่งเป็นอาหารชั้นดีของโปรไบโอติก จึงมั่นใจได้ว่าโปรไบโอติกที่รับประทานเข้าไปสามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ นับเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการดูแลสุขภาพอย่างเต็มรูปแบบ

ทั้งนี้ บีฟิโอ โปรไบโอติก พลัส ยังได้รับรางวัล “ชีวจิต Awards 2021” สาขา Innovation Reader's vote และ Guru's Pick ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือเทคโนโลยีล้ำสมัย ตอบโจทย์คนรักสุขภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ล่าสุดยังได้รับรางวัลเหรียญทองแดงจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) ในงานมหกรรมวิจัยแห่งชาติ 2564 อีกด้วย



## นวัตกรรมสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์



### ซีพี ชิคเก้นริบ

ไก่ ถือเป็นหนึ่งในเมนูยอดนิยมของผู้บริโภคทุกช่วงวัย เพราะเป็นโปรตีนเนื้อขาว สามารถปรุงเป็นอาหารได้หลากหลายเมนู โดยชิ้นส่วนยอดนิยมที่คนส่วนใหญ่คือ “ปีกไก่” ด้วยเหตุผลที่สะดวกในการประกอบอาหาร บริษัทจึงได้รังสรรค์นวัตกรรมชิ้นส่วนไก่ชิ้นใหม่เป็นครั้งแรกของประเทศไทย ภายใต้สโลแกนที่ว่า ‘อร่อยลิ้มปีก’ ด้วยผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ “ซีพี ชิคเก้นริบ” (CP Chicken Rib) เกิดจากแนวคิดนวัตกรรมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชิ้นส่วนพลอยได้ที่ไม่ใช่ชิ้นส่วนหลัก (By-product) ด้วยการคัดเลือกเนื้อไก่ส่วนหลังตัดแต่งพิเศษ ซึ่งมีเนื้อเยื่อ นุ่มฉ่ำเหมือนเนื้อสะโพก และทานง่ายเพราะมีกระดูกเดียวเหมือนปีกกลางผ่ารวมอยู่ในชิ้นเดียวกัน โดยได้ผลิตให้มีความหลากหลายในรูปแบบ ทั้งแบบสด แบบพร้อมปรุง แบบพร้อมกิน นอกจากวางจำหน่ายในประเทศไทยแล้ว ผลิตภัณฑ์ซีพี ชิคเก้นริบ นี้ได้ส่งออกต่างประเทศญี่ปุ่นและสาธารณรัฐประชาชนจีนอีกด้วย



## นวัตกรรมการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างคุ้มค่า

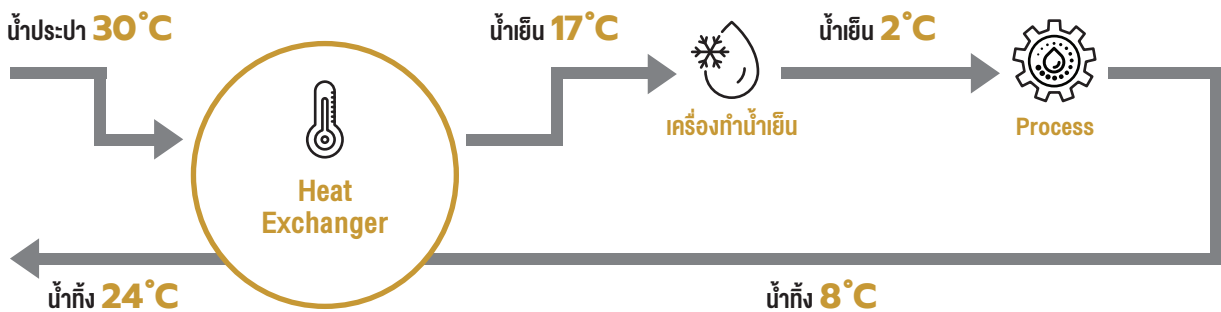


### การบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทตระหนักถึงการอนุรักษ์พลังงานและดูแลสิ่งแวดล้อม โดยได้ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับปรุงกระบวนการผลิต และบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรน้ำในทุกกระบวนการ อาทิ การใช้ระบบระบายความร้อนด้วยอากาศ (Air Chiller) มาทดแทนระบบระบายความร้อนด้วยน้ำ (Water Chiller) เพื่อลดอุณหภูมิให้กับสัตว์บกที่เลี้ยงในโรงเรือน และมีการใช้ระบบหมุนเวียนน้ำในการเลี้ยงกุ้งเพื่อไม่ให้เกิดการปล่อยน้ำออกจากฟาร์มไปยังภายนอก (Zero Liquid Discharge) โดยใช้ระบบกรองน้ำแบบ Ultrafiltration ในการบำบัดน้ำ

### เทคโนโลยีการแลกเปลี่ยนความร้อน

ในกระบวนการแปรรูปเนื้อไก่ของบริษัท จะมีน้ำเย็นเหลือทิ้งจากกระบวนการลดอุณหภูมิซากไก่ โดยน้ำเย็นเหลือทิ้งมีอุณหภูมิประมาณ 8-10 องศาเซลเซียส ซึ่งโดยทั่วไปน้ำเย็นทิ้งจากกระบวนการนี้จะถูกปล่อยทิ้งสู่ระบบบำบัดน้ำเสีย ซึ่งเป็นการเสียความเย็นไปโดยเปล่าประโยชน์และส่งผลกระทบต่อจุลินทรีย์ในบ่อบำบัด บริษัทจึงมีแนวความคิดในการนำความเย็นจากน้ำทิ้งนี้กลับมาใช้ใหม่ โดยนำเทคโนโลยีการแลกเปลี่ยนความร้อน (Rotating Heat Exchanger) ที่ใช้ในอุตสาหกรรมสิ่งทอ มาปรับประยุกต์เป็นนวัตกรรมการระบบแลกเปลี่ยนความร้อน ทำให้นำสามารถนำน้ำเย็นเหลือทิ้งมาลดอุณหภูมิ น้ำประปาที่เข้าสู่กระบวนการลดอุณหภูมิได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งทำให้บริษัทสามารถประหยัดการใช้พลังงานไฟฟ้าในระบบทำความเย็นได้



## นวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

### บรรจุภัณฑ์กระดาษสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปไก่ IQF

เพื่อเป็นการส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บริษัท SuperDrob S.A. ซึ่งเป็นบริษัทร่วมค้าของบริษัทในประเทศโปแลนด์ ได้พัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษสำหรับบรรจุผลิตภัณฑ์แปรรูปไก่ที่ต้องผ่านกระบวนการการแช่เยือกแข็งอย่างรวดเร็ว (Individual Quick Freezing "IQF") เพื่อทดแทนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก โดยจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษครั้งแรกปลายปี 2564 ในประเทศไอร์แลนด์



# การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน



บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาการเติบโตอย่างยั่งยืน ควบคู่กับการดูแลและสร้างคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พร้อมไปกับการสร้างประโยชน์ให้กับประเทศชาติ ประชาชน และบริษัท ตามหลักการ 3 ประโยชน์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ บนพื้นฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดีและเคารพสิทธิมนุษยชนสำหรับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม พร้อมไปกับการดำเนินงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) 17 เป้าหมาย และหลักสากล 10 ประการตามแนวทางข้อตกลงแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact)

## นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

ในปี 2563 บริษัทบรรลุเป้าหมายความยั่งยืน 5 ปี ที่เคยตั้งไว้เมื่อปี 2559 จึงได้กำหนดกลยุทธ์ความยั่งยืน ซีพีเอฟ 2030 (“CPF 2030 Sustainability in Action”) ขึ้นในปี บนแนวคิดความยั่งยืน 3 เสาหลัก ได้แก่ “อาหารมั่นคง สังคมพึ่งตน และดินน้ำป่าคงอยู่” โดยมุ่งมั่นที่จะขับเคลื่อนความยั่งยืนด้วยแนวคิดด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าให้กับสังคม และคืนความสมดุลให้แก่ทรัพยากรธรรมชาติ ดิน น้ำ ป่า ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของการผลิตอาหารภายใต้กรอบการกำกับดูแลกิจการที่ดี

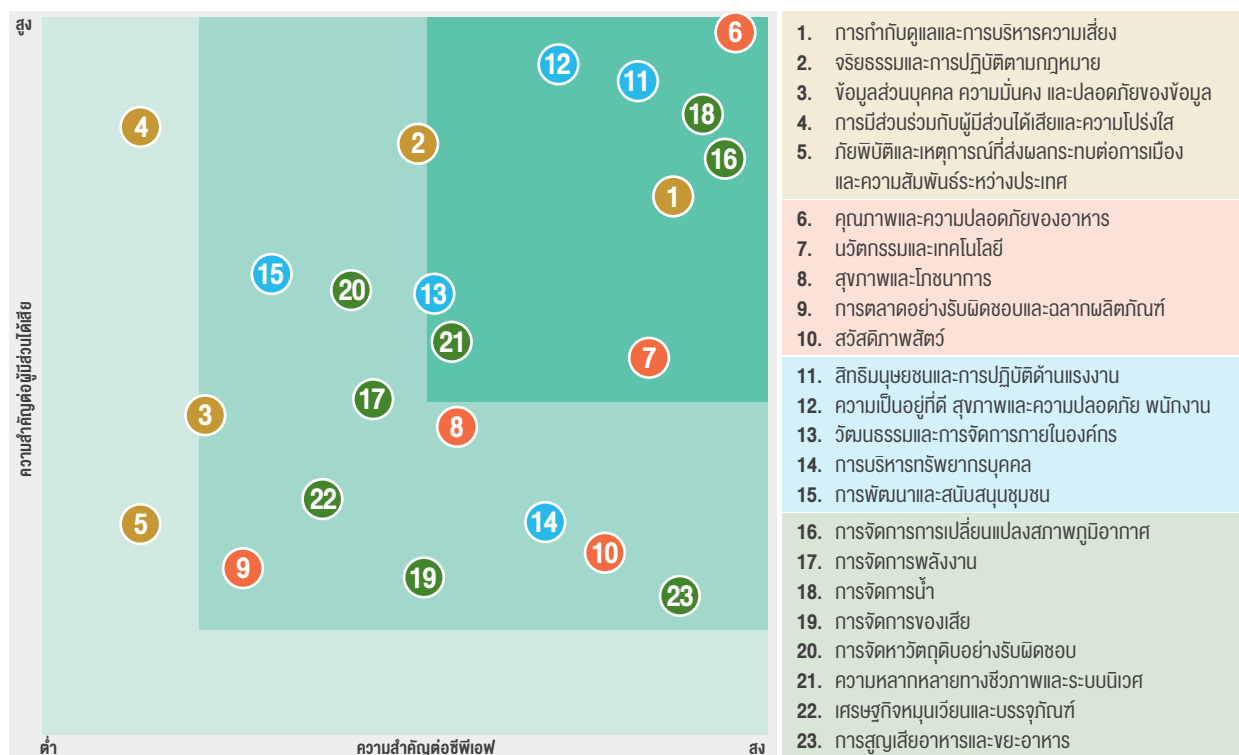




## ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

เพื่อให้การบริหารจัดการงานด้านความยั่งยืนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล บริษัทจึงได้ทบทวนและประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่ครอบคลุมโอกาสและความเสี่ยงอันมีนัยสำคัญทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกปี ซึ่งในปี 2564 ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัท ได้แก่

## ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนปี 2564



## โครงสร้างการกำกับดูแลและขับเคลื่อนเป้าหมายความยั่งยืนซีพีเอฟ 2030

ประธานคณะผู้บริหารเป็นผู้นำในการขับเคลื่อนการดำเนินการด้านความยั่งยืน โดยได้กำหนดผู้บริหารและคณะทำงานรับผิดชอบในแต่ละความมุ่งมั่นอย่างชัดเจน เพื่อให้การขับเคลื่อนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการบริษัทผ่านทางคณะกรรมการบริษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน



## การดำเนินการขับเคลื่อนความยั่งยืน

บริษัทได้กำหนดแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อขับเคลื่อนความยั่งยืน 10 ปี ตั้งแต่ปี 2564-2573 (รายละเอียดแสดงในรายงานความยั่งยืน ปี 2564) โดยมีการทบทวนประเด็นความยั่งยืนและแผนเชิงกลยุทธ์เป็นประจำทุกปีเพื่อให้ทันกับกระแสโลกที่ปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว

### อาหารมั่นคง



บริษัทในฐานะหนึ่งในผู้นำธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารครบวงจร มีภารกิจหลักในการร่วมสร้างความมั่นคงทางอาหารที่มีคุณภาพและปลอดภัย สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ บริษัทจึงตั้งเป้าหมายดำเนินการสร้างความมั่นคงทางอาหาร ภายใต้ความมุ่งมั่น 3 ด้าน ได้แก่ อาหารที่ยั่งยืน การตลาดอย่างรับผิดชอบต่อผู้บริโภค และสวัสดิภาพสัตว์

### อาหารที่ยั่งยืน

ระบบอาหารที่ยั่งยืนเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้อุตสาหกรรมอาหารผลิตอาหารให้เพียงพอต่อความต้องการบริโภคที่เพิ่มสูงขึ้น โดยบริษัทให้ความสำคัญในการสร้างนวัตกรรมกระบวนการทำงานและการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เริ่มตั้งแต่การวิจัยและพัฒนาพันธุ์สัตว์ควบคุมสูตรอาหารสัตว์ตามช่วงวัยที่ช่วยลดการขับของเสียที่สร้างมลภาวะสู่สิ่งแวดล้อม การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเลี้ยงสัตว์ด้วยระบบฟาร์มเลี้ยงสัตว์ที่ทันสมัย (Smart Farm) การนำระบบดิจิทัลและระบบอัตโนมัติมาใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อให้มั่นใจในกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานด้านคุณภาพและความปลอดภัยระดับสากลและสามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของอาหารได้ตลอดห่วงโซ่คุณค่า ด้วยเป้าหมายไม่มีการเรียกคืนสินค้าที่ส่งผลต่อสุขภาพของสาธารณชน รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพและลดการสูญเสียในการผลิต พร้อมไปกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารโดยนักวิจัย นักโภชนาการ และวิศวกรด้านอาหารอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างคุณค่าทางโภชนาการที่ดีต่อผู้บริโภคในทุกช่วงวัย



## การตลาดอย่างรับผิดชอบ



ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป บริษัทมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งได้ส่งเสริมความรู้และสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับโภชนาการและอาหารเพื่อสุขภาพแก่ผู้บริโภค การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอย่างมีจริยธรรม การส่งเสริมทางการตลาดและฉลากผลิตภัณฑ์ที่แสดงข้อมูลโภชนาการที่ครบถ้วน และวิธีการจัดการบรรจุภัณฑ์หลังบริโภค อีกทั้งได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่มาจากเนื้อสัตว์ด้วยโปรไบโอติก และผลิตภัณฑ์เนื้อทดแทนจากพืช นอกจากนี้ ได้มีช่องทางการรับฟังเสียงสะท้อนและการจัดการข้อร้องเรียนจากลูกค้าเพื่อสื่อสารกับผู้บริโภคซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการทำการตลาดอย่างรับผิดชอบ

## สวัสดิภาพสัตว์

บริษัทมุ่งมั่นในการพัฒนาแนวทางการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญต่อสวัสดิภาพสัตว์ตามแนวปฏิบัติสากล “หลักอิสระ 5 ประการ (Five Freedom)” เพื่อส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์ตามสุขลักษณะที่ดี และการดำเนินการส่งเสริมให้บุคลากรเข้าใจในระบบสวัสดิภาพสัตว์ที่ดีทั้งในฟาร์มของบริษัท และฟาร์มของเกษตรกรในโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ โดยได้ประกาศนโยบายด้านสวัสดิภาพสัตว์ และด้านการใช้ยาต้านจุลชีพในสัตว์ และการจัดตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านสวัสดิภาพสัตว์ เพื่อขับเคลื่อนนโยบายและเป้าหมายด้านสวัสดิภาพสัตว์ในระยะยาว มีระบบจัดการของเสียที่นำมูลสัตว์มาผลิตเป็นพลังงาน อีกทั้งยังนำข้อมูลจากระบบมาต่อยอดสู่ฐานข้อมูล (Big Data) เพื่อการพัฒนาในอนาคต อันนำมาซึ่งการผลิตที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังร่วมกับคู่ค้าธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐ องค์กรประชาสังคม และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง สร้างความตระหนักรู้และร่วมพัฒนาแนวทางการส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์ที่ดี



สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมของความมุ่งมั่น อาหารที่ยั่งยืน การตลาดอย่างรับผิดชอบ และสวัสดิภาพสัตว์ ได้ที่  
รายงานความยั่งยืน ปี 2564 บท อาหารมั่นคง



## สังคมพื้ดิน



บริษัทให้ความสำคัญในการสร้างผลกระทบเชิงบวกทางสังคมและการจัดการประเด็นทางสังคมทั้งภายในและภายนอกขององค์กร จึงได้ตั้งเป้าหมายในการดำเนินการด้านสังคม ภายใต้ความมุ่งมั่น 3 ด้าน คือ ด้านสิทธิมนุษยชน การเรียนรู้ตลอดชีวิต และผลลัพธ์เชิงบวกทางสังคม โดยมีการดำเนินการในด้านต่าง ๆ เพื่อให้สังคมเติบโตไปด้วยกัน อาทิเช่น 1) การเคารพและดูแลสิทธิขั้นพื้นฐาน (สิทธิมนุษยชน) ของบุคคลรอบด้านที่เกี่ยวข้องกับบริษัท อันรวมถึง พนักงาน บุคลากรในห่วงโซ่อุปทาน และผู้บริโภค 2) การยกระดับวัฒนธรรมการทำงาน 3) การพัฒนาการบริหารงานด้านบุคลากร 4) สร้างความผูกพันองค์กรของพนักงาน 5) การดำเนินงานที่ช่วยสนับสนุนเกษตรกรรายย่อย 6) การมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการศึกษาของชุมชน 7) การเสริมสร้างความมั่นคงด้านอาหารและโภชนาการให้กับสังคม และ 8) การมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่น



## สิทธิมนุษยชน

### การดูแลและการเคารพสิทธิมนุษยชน

บริษัทบริหารการดูแลและการเคารพสิทธิมนุษยชนบนพื้นฐานของหลักการและมาตรฐานตามหลักการชี้แนะด้านสิทธิมนุษยชนกับธุรกิจของสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGP) โดยตั้งแต่ปี 2559 บริษัทได้พัฒนาโครงสร้างการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence framework: HRDD) เพื่อระบุ บรรเทาและจัดการกับผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมการปฏิบัติด้านแรงงานที่ดี

นอกจากการบริหารจัดการภายในองค์กร บริษัทยังได้ขยายขอบเขตการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงานที่ดีให้ครอบคลุมไปถึงการดำเนินธุรกิจของพันธมิตรธุรกิจด้วย โดยได้เผยแพร่และถ่ายทอดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงานที่ดีให้พันธมิตรธุรกิจได้รับทราบและนำไปประยุกต์และปฏิบัติให้สอดคล้องและเหมาะสม

บริษัทได้ปลูกฝังคุณค่าและหลักการดังกล่าวผ่านนโยบายต่าง ๆ ของบริษัท อาทิ นโยบายบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน นโยบายด้านการจ้างงานและการบริหารแรงงาน นโยบายเรื่องการไม่เลือกปฏิบัติและการต่อต้านการล่วงละเมิด นโยบายความหลากหลายและยอมรับความแตกต่าง และนโยบายด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย สิ่งแวดล้อม และพลังงาน นโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน และแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้าธุรกิจ



## การเรียนรู้ตลอดชีวิต

### การพัฒนาการเรียนรู้ของบุคลากรอย่างไม่มีที่สิ้นสุด

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาพนักงานให้ครบทุกด้าน ตั้งแต่ด้านความรู้พื้นฐานจนถึงทักษะที่จำเป็นในด้านต่าง ๆ เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานทุกคนของบริษัท มีความพร้อมในการปฏิบัติงานทั้งในปัจจุบันและอนาคตได้อย่างรวดเร็วและมีคุณภาพ โดยบริษัทจัดทำโปรแกรมการเรียนรู้และพัฒนาพนักงาน แบ่งเป็น 5 ด้านดังนี้



**1. โปรแกรมการพัฒนาความรู้พื้นฐาน (Fundamental Program)** เป็นกลุ่มหลักสูตรที่สร้างให้พนักงานทุกคนรู้จักหน้าที่ความรับผิดชอบ และสามารถปฏิบัติตามหลักกฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับ การกำกับดูแลกิจการ จรรยาบรรณธุรกิจ และการลงโทษทางวินัยได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

**2. โปรแกรมการพัฒนาทักษะอนาคต (Future Skills Program)** เป็นกลุ่มหลักสูตรที่พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และทักษะอนาคตควบคู่ไปกับการยกระดับทักษะเฉพาะงาน ด้วยการสร้างทักษะใหม่ที่สำคัญในการทำงานและยกระดับทักษะเดิมให้ดีขึ้นเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคตของบริษัท



**3. โปรแกรมการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล (Digital Skills Program)** ในปี 2564 บริษัทได้มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะความสามารถด้านดิจิทัล (Digital Literacy Skill) โดยได้ปูพื้นฐานความรู้ด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ใช้ในบริษัท เพื่อเตรียมความพร้อมด้านกำลังคนให้ตอบโจทย์กลยุทธ์ทางธุรกิจรวมถึงเป้าหมายของบริษัททั้งในปัจจุบันและอนาคตที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและข้อมูล

**4. โปรแกรมการพัฒนาผู้นำ (Leadership Development Program)** บริษัทมีเป้าหมายที่จะพัฒนาทักษะความเป็นผู้นำให้กับหัวหน้างานหรือผู้จัดการทุกระดับ และได้จัดทำชุดโปรแกรมการพัฒนาผู้นำในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย



**5. โปรแกรมการพัฒนาทักษะเฉพาะสายธุรกิจ (Functional Development Program)** บริษัทส่งเสริมการพัฒนาทักษะเฉพาะหน่วยงาน (Functional Skills) และการบริหารจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management) ในแต่ละหน่วยธุรกิจให้มีระบบและเป็นมาตรฐานเดียวกัน จึงสนับสนุนการจัดตั้งศูนย์การพัฒนาพนักงานตามกลุ่มวิชาชีพของหน่วยงาน (Technical Academy) โดยพนักงานในหน่วยงานจะได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะที่สอดคล้องกับงานที่รับผิดชอบอย่างแท้จริง และเป็นการ “ยกระดับ” ความสามารถของพนักงานให้พร้อมต่อการเติบโตของธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงไป

### การบริหารทรัพยากรบุคคล

“บุคลากร” คือฟันเฟืองสำคัญที่จะขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จและเติบโตได้อย่างยั่งยืน บริษัทจึงให้ความสำคัญในการเสริมสร้างพนักงานให้กลายเป็นบุคลากรที่มีคุณค่า ภายใต้วิสัยทัศน์ “สร้างคน เสริมธุรกิจ” ด้วยความตระหนักถึงความสำคัญในทุกกระบวนการของการบริหารจัดการบุคคล พร้อมไปกับนำระบบการบริหารบุคคลแบบดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินการเพื่อควมมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การดำเนินการเริ่มตั้งแต่การดึงดูดคนดีคนเก่งเข้ามาทำงานกับองค์กร (Talent Attraction) รักษาคนดีคนเก่งให้อยู่ร่วมกับองค์กรอย่างยาวนาน (Retention) และสร้างแรงจูงใจในการทำงานเพื่อช่วยให้พนักงานสร้างผลลัพธ์ที่ดีและบรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งบริษัทมีการพัฒนาขีดความสามารถและทักษะของพนักงานอย่างต่อเนื่อง (Reskill-Upskill) ให้มีความชำนาญในวิชาชีพ สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเตรียมพนักงานให้พร้อมรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตามโลกยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงโลก (Digital Transformation) พร้อมทั้งส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับมีโอกาสก้าวหน้าในเส้นทางสายอาชีพ เพื่อเป็นการเสริมสร้างพนักงานให้มีความผูกพันกับองค์กรในระยะยาว และยังมีการบริหารผลตอบแทนและการให้รางวัลที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของพนักงาน เพื่อเป็นการจูงใจและส่งเสริมขวัญกำลังใจ (Rewards) พร้อมไปกับการดูแลด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยของพนักงานในการปฏิบัติงาน รวมถึงการดูแลพนักงานและครอบครัวในยามวิกฤต อีกทั้งให้ความสำคัญในการวางแผนผู้สืบทอดตำแหน่ง โดยคัดเลือกจากพนักงานที่มีศักยภาพในการเป็นผู้บริหารในอนาคต มีความพร้อมทั้ง ประสบการณ์ ความรู้ สมรรถนะ และความเป็นผู้นำ เพื่อลดความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการขาดแคลนบุคลากรที่มีความพร้อมมาดำรงตำแหน่งสำคัญ

สามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมเรื่อง บุคลากร ได้ที่  
แบบ 56-1 One Report ปี 2564 บท การขับเคลื่อนทางธุรกิจเพื่อความยั่งยืน หัวข้อ สังคมพึ่งตน

### ผลลัพธ์เชิงบวกทางสังคม

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาสังคมแบบองค์รวม ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดี เพิ่มพูนความรู้และทักษะที่จำเป็นสนับสนุนคู่ค้าธุรกิจและชุมชนไปสู่สิ่งที่ดีขึ้นและเตรียมพร้อมรับมือกับความท้าทายทั้งในปัจจุบันและอนาคต ตามความมุ่งมั่นที่จะสร้างผลลัพธ์เชิงบวกทางสังคม โดยบริษัทมีการดำเนินโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้การส่งเสริมคุณภาพชีวิตชุมชนสอดคล้องกับวิถีความเป็นอยู่และความต้องการของชุมชนในพื้นที่ อาทิ เช่น การสร้างอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกรรายย่อยมากกว่า 40 ปี ด้วยรูปแบบของระบบการจ้างเลี้ยงไก่สุกภายใต้สัญญา การสนับสนุนการซื้อขายสินค้าและบริการในท้องถิ่น เพื่อกระตุ้นให้เกิดการหมุนเวียนเศรษฐกิจในชุมชน การสนับสนุนองค์ความรู้แก่เกษตรกรผู้ปลูกพืชวัตถุดิบอาหารสัตว์ การส่งเสริมอาชีพผู้ประกอบการรายย่อย การส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีกับเยาวชนผ่านโครงการเลี้ยงไก่เพื่ออาหารกลางวันนักเรียน รวมถึงการสนับสนุนกลุ่มเปราะบางทั้งผู้สูงอายุ ผู้พิการ และผู้ด้อยโอกาสที่อาศัยอยู่บริเวณรอบสถานประกอบการของบริษัทให้มีรายได้และสามารถยังชีพได้อย่างยั่งยืน ดังตัวอย่างเช่น ระหว่างการระบาดของโรคติดเชื้อโควิด-19 ในประเทศไทย บริษัทดำเนินโครงการ “CPF ส่งอาหารจากใจ ร่วมต้านภัยโควิด-19” ให้กับบุคลากรทางการแพทย์และผู้เดือดร้อน พร้อมไปกับการดูแลคู่ค้าที่เป็นรายย่อยกว่า 6 พันรายผ่านโครงการรับเงินภายใน 30 วัน เพื่อเพิ่มเงินหมุนเวียนให้กับผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงการดำเนินการร่วมกับร้านค้าอาหารรายย่อยแจกอาหารให้ชุมชนในโครงการ “ครัวปันอิ่ม” เพื่อดูแลสังคมในยามวิกฤต





## ดินน้ำป่าคงอยู่



จากทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด ประกอบกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ มลพิษทางสิ่งแวดล้อม ปัญหาวงจรพลาสติกในทะเล ปัญหาวงจรอาหารที่ไม่ได้ถูกบริโภค และการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพที่มากขึ้น ส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อคุณภาพชีวิตของคนในสังคม ความมั่นคงทางด้านอาหาร และความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ด้วยเหตุนี้ บริษัทให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และดำเนินการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเชิงบวก ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติตลอดห่วงโซ่คุณค่า ภายใต้ความมุ่งมั่น การบริหารทรัพยากรที่เป็นเลิศ การจัดหาอย่างรับผิดชอบต่อโลก ควบคู่ไปกับ สร้างคุณค่า ปราศจากขยะ เพื่อสร้างความสมดุลสิ่งแวดล้อมสู่อนาคตที่ยั่งยืน

## ∞ การบริหารทรัพยากรที่เป็นเลิศ

บริษัทไม่หยุดนิ่งในการปรับปรุง ต่อยอด และพัฒนากระบวนการผลิตด้วยการนำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนบูรณาการเข้ากับการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่า สอดคล้องกับนโยบายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย สิ่งแวดล้อม และพลังงานของบริษัท เพื่อบริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดพร้อมทั้งบรรเทาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมาอย่างต่อเนื่อง อันประกอบด้วย



### การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

มีการดำเนินโครงการโดยนำวิทยาศาสตร์ นวัตกรรมและเทคโนโลยี ได้แก่ เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) หุ่นยนต์ (Robot) และระบบอัตโนมัติต่าง ๆ (Automation) มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตควบคู่กับการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียนมาใช้ตลอดกระบวนการผลิต และพัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ (Low Carbon Products) เป็นต้น

### การจัดการทรัพยากรน้ำ

มีการประเมินความเสี่ยงภาวะขาดแคลนน้ำ (Baseline Water Stress) การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำตามหลักการ 3Rs: Reduce Reuse และ Recycle และการบริหารจัดการน้ำร่วมกับชุมชน

### การจัดการของเสีย

ได้นำของเสียหมุนเวียนกลับไปใช้ให้เกิดประโยชน์ เช่น นำมูลสัตว์ กากตะกอนจากระบบบำบัดน้ำเสียและเปลือกไข่ไปทำปุ๋ยและวัสดุปรับปรุงดิน นำซากไก่และขนสัตว์ไปเป็นอาหารสัตว์ และเปลี่ยนของเสียให้เป็นพลังงาน เช่น การบำบัดน้ำจากเลี้ยงสัตว์ให้เป็นน้ำที่เป็นประโยชน์ต่อการปลูกพืช เป็นต้น







## การจัดหาอย่างรับผิดชอบต่อโลก

บริษัทมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่ร่วมบรรเทาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบต่อสังคม จนกระทั่งการแก้ปัญหาด้วยวิถีทางธรรมชาติ (Nature-Based Solutions) โดยมีการดำเนินการดังนี้

### การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

ตั้งแต่ปี 2558 บริษัทได้เริ่มแบ่งปันแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมผ่านการสื่อสารและการฝึกอบรมในเรื่องนโยบายการจัดหาอย่างยั่งยืนและแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้าธุรกิจ และขยายการส่งมอบนโยบายไปยังคู่ค้าธุรกิจ ในต่างประเทศ รวมถึงได้ผนวกการประเมินตนเองด้านความยั่งยืนทั้งในมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการของคู่ค้าธุรกิจมาเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินด้านความยั่งยืนของคู่ค้าธุรกิจเบื้องต้น ตามแนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนของซีพีเอฟ (CPF Supply Chain ESG Management Approach)

### การจัดหาวัตถุดิบที่มาจากแหล่งที่ยั่งยืนและปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า

บริษัทไม่สนับสนุนแหล่งเพาะปลูกวัตถุดิบหลักทางการเกษตรที่ไม่มีเอกสารสิทธิ์หรือบุกรุกพื้นที่ป่า และต้องไม่มาจากแหล่งที่มาของปลาปนที่เสี่ยงต่อการสูญพันธุ์ โดยบริษัทจะจัดหาวัตถุดิบหลักที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ถึงพื้นที่เพาะปลูกหรือแหล่งที่มา ซึ่งสอดคล้องกับความมุ่งมั่นว่าด้วยความหลากหลายทางชีวภาพและการต่อต้านการตัดไม้ทำลายป่า

### การบริหารจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ

บริษัทไม่เพียงให้ความสำคัญกับการดำเนินงานอย่างยั่งยืนตั้งแต่ต้นทางการได้มาของวัตถุดิบทางการเกษตร แต่ยังเห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมการพัฒนาการประมงแบบหลากหลายสายพันธุ์ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของท้องทะเลในแถบอ่าวไทย และการนำแนวทางการแก้ปัญหาด้วยวิถีธรรมชาติ (Nature-Based Solutions) เข้าเป็นส่วนหนึ่งในการบรรเทาผลกระทบต่อนิเวศวิทยาทางชีวภาพซึ่งมีความสำคัญต่อระบบนิเวศของโลก



## สร้างคุณค่า ปราศจากขยะ

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการของเสียที่เกิดจากการกระบวนการผลิตอาหาร การบริโภค และการจัดการหลังการบริโภค ทั้งขยะอาหารและบรรจุภัณฑ์อาหารหลังการบริโภคซึ่งเป็นประเด็นปัญหาระดับโลกที่บริษัทไม่สามารถละเลยได้ ในฐานะผู้ผลิตอาหาร บริษัทมุ่งมั่นในการมีส่วนร่วมแก้ปัญหาการสูญเสียอาหาร ขยะอาหาร และบรรจุภัณฑ์ เพื่อใช้ทรัพยากรให้เกิดคุณค่าสูงสุด ด้วยการกำหนดเป้าหมาย นโยบายและแนวทางปฏิบัติด้านการสูญเสียอาหารและขยะอาหารและด้านบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนบนพื้นฐานแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยการดำเนินการประกอบด้วย

### การลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร

บริษัทกำหนดนโยบายด้านการจัดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร โดยมีเป้าหมายส่งเสริมการลดการสูญเสียอาหารในห่วงโซ่คุณค่า และลดปริมาณขยะอาหารในกระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้เป็นศูนย์ภายในปี 2573

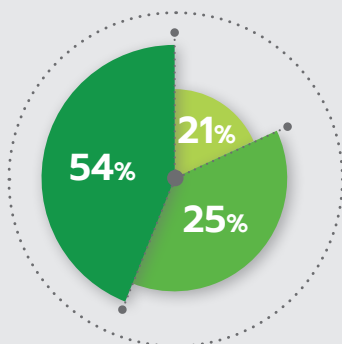
### บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน

ซีพีเอฟมุ่งมั่นวิจัยและพัฒนาการออกแบบและการจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืนบนพื้นฐานแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อใช้ทรัพยากรในการผลิตบรรจุภัณฑ์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ลดปัญหาขยะจากบรรจุภัณฑ์ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการใช้วัสดุที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

# ผลการดำเนินงานปี 2564

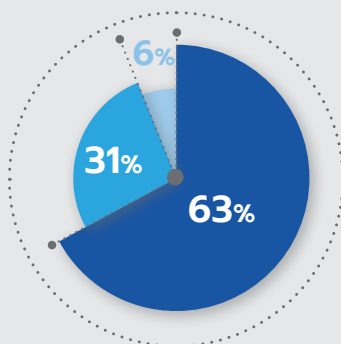


## สัดส่วนรายได้จากการขาย



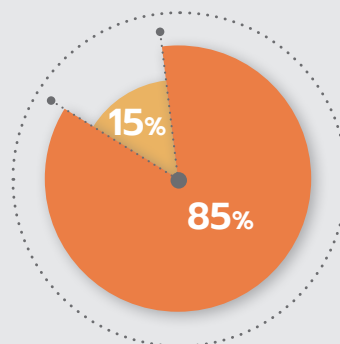
### แบ่งตามผลิตภัณฑ์

- ธุรกิจอาหารสัตว์
- ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป
- ธุรกิจอาหาร



### แบ่งตามกิจการ

- กิจการต่างประเทศ
- กิจการประเทศไทย (ในประเทศ)
- กิจการประเทศไทย (ส่งออก)



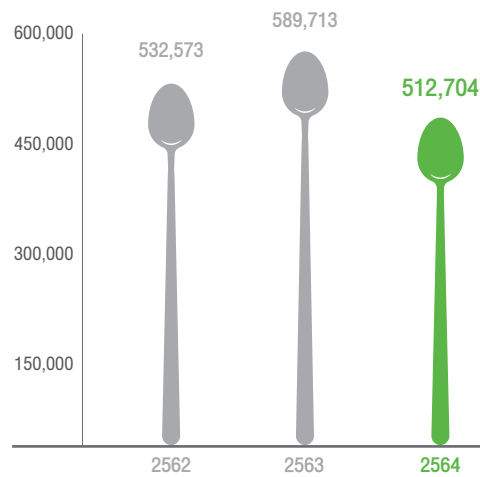
### แบ่งตามส่วนธุรกิจ

- สัตว์บก
- สัตว์น้ำ



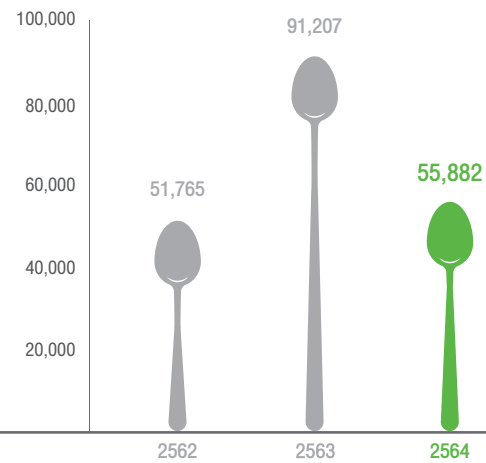
## รายได้จากการขาย

หน่วย : ล้านบาท



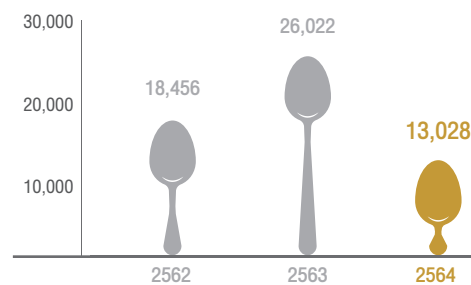
## กำไรก่อนดอกเบี้ยภาษีและค่าเสื่อมราคา (EBITDA)<sup>(1)</sup>

หน่วย : ล้านบาท



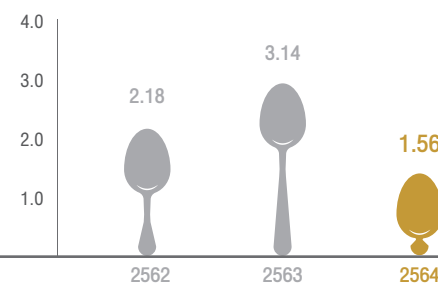
## กำไรสุทธิ<sup>(2)</sup>

หน่วย : ล้านบาท



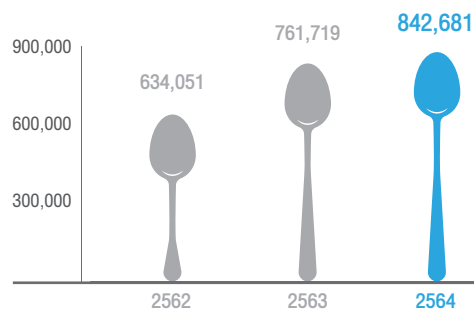
## กำไรสุทธิต่อหุ้น

หน่วย : บาทต่อหุ้น



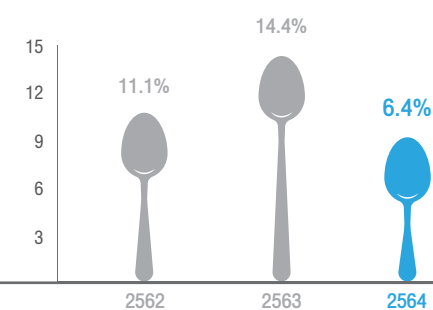
## สินทรัพย์รวม

หน่วย : ล้านบาท



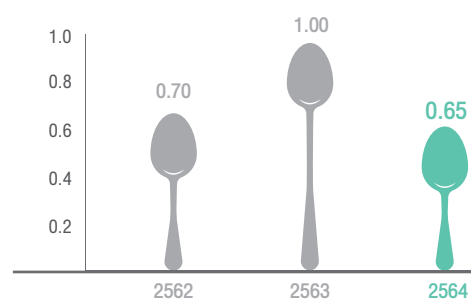
## อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น<sup>(3)</sup>

หน่วย : ร้อยละ



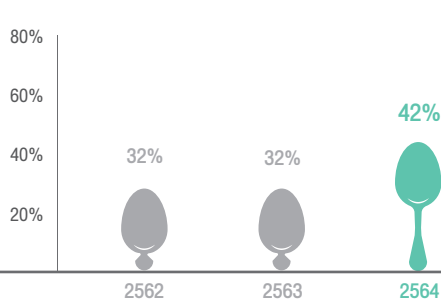
## เงินปันผล

หน่วย : บาทต่อหุ้น



## อัตราการจ่ายปันผล

หน่วย : ร้อยละ



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

<sup>(2)</sup> กำไรสุทธิ = กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่

<sup>(3)</sup> อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น = กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่/ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทเฉลี่ย

# รางวัลและความสำเร็จปี 2564



## รางวัล ด้านความเป็นเลิศขององค์กร

**The 11<sup>th</sup> Asian Excellence Awards 2021** จัดโดยนิตยสาร Corporate Governance Asia จำนวน 5 รางวัล ได้แก่

- รางวัลซีอีโอยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย
- รางวัลซีเอฟโอยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย
- รางวัลนักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย
- รางวัลบริษัทนักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย
- รางวัลซีเอสอาร์ยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย

**The Asset ESG Corporate Awards 2021** จัดโดยนิตยสาร The Asset จำนวน 2 รางวัล ได้แก่

- รางวัลซีอีโอยอดเยี่ยม ในกลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร
- รางวัล Gold Award for ESG

**IAA Awards for Listed Companies 2020** กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร จัดโดยสมาคมนักวิเคราะห์การลงทุน จำนวน 2 รางวัล ได้แก่

- รางวัลซีอีโอยอดเยี่ยม
- รางวัลซีเอฟโอยอดเยี่ยม

รางวัลดังกล่าวเป็นการเสนอชื่อและให้คะแนนจากนักวิเคราะห์หลักทรัพย์และผู้จัดการกองทุนในประเทศไทย

**Thailand Sustainability Investment (หุ้นยั่งยืน) ประจำปี 2564** ในกลุ่มเกษตรอุตสาหกรรมอาหาร จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ในฐานะที่บริษัทดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และการบริหารงานภายใต้หลักธรรมาภิบาลตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

**SET Awards 2021 รางวัลดีเด่นด้านความยั่งยืน** จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยร่วมกับวารสารการเงินธนาคาร สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน

**ประกาศนียบัตรรับรองการต่ออายุเป็นสมาชิกของแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทยและ CAC Change Agent Awards 2021** จากสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) และแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ในฐานะที่เป็นองค์กรที่เป็นแบบอย่างที่ดีในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส

**IR Magazine Awards - South East Asia 2021** Certificate of Excellence ด้านนักลงทุนสัมพันธ์ในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค สะท้อนถึงการให้ความสำคัญกับงานด้านนักลงทุนสัมพันธ์ มีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส และมีการสื่อสารสองทางกับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ





## รางวัล ด้านนวัตกรรม

**The Asian Export Awards 2021** จัดโดย Manufacturing Asia จำนวน 2 รางวัล บริษัท ซี.พี.เมอร์แซนโดซึ่ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ได้รับรางวัล

- The Export Initiative of the Year สำหรับธุรกิจประเภทอาหาร
- Product Exporter of the Year ประเภทธุรกิจขนาดใหญ่จากผลิตภัณฑ์ Meat Zero

สะท้อนถึงความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจนเป็นที่ยอมรับและส่งออกไปยังผู้บริโภคทั่วทุกมุมโลก

**รางวัล “ยอดเยี่ยม” ในการประเมินองค์กรธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน (Low Carbon and Sustainable Business Index: LCSi)**

ประจำปี 2564 โดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) สะท้อนความมุ่งมั่นลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และรักษาสมดุลสิ่งแวดล้อม

**ไล่และเกียรติบัตรในโครงการ “ส่งเสริมโรงงานอุตสาหกรรมให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน (CSR-DIW) และ CSR-DIW Continuous” ประจำปี 2564** จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม สถานประกอบการของซีพีเอฟ จำนวน 19 โรงงาน ได้รับรางวัล CSR-DIW Continuous Award และอีก 2 โรงงานได้รับรางวัล CSR-DIW Awards

สะท้อนความมุ่งมั่นในการดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการอยู่ร่วมกับชุมชนอย่างยั่งยืน

**SET Awards 2021** รางวัลนวัตกรรมดีเด่น จากผลิตภัณฑ์ “หมูชีวา หมูสายพันธุ์ดี มีโอเมก้า-3” จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยร่วมกับวารสารการเงินธนาคาร สะท้อนการนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค

**องค์กรนวัตกรรมดีเด่น ประจำปี 2564** ประเภทองค์กรภาคเอกชนขนาดใหญ่ จากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ มอบให้แก่บริษัทที่มีความมุ่งมั่นในการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ และพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพเพื่อผู้บริโภค

**รางวัลนวัตกรรม จากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ รางวัล**

**ชีวจิต Awards 2021** สาขา Innovation Reader’s vote และ Guru’s pick มอบให้แก่ผลิตภัณฑ์ BIFIO Probiotic Plus ที่มีนวัตกรรมการผลิตทันสมัย ตอบโจทย์คนรักสุขภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

**Thailand Energy Awards 2021 ด้านพลังงานสร้างสรรค์**

จาก กระทรวงพลังงาน บริษัท ซีพีเอฟ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) บริษัทย่อยของบริษัท ได้รับรางวัลดีเด่น จากผลงานการนำน้ำเสียจากกระบวนการลดอุณหภูมิซากไก่มาแลกเปลี่ยนความร้อนกับอุปกรณ์แลกเปลี่ยนความร้อนแบบหมุน



### รางวัล ด้านการตลาด

**Thailand Corporate Excellence Awards 2021 ประเภท Distinguished สาขาความเป็นเลิศด้านการตลาด** จัดโดย สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (TMA) และสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มอบให้แก่ บริษัท ซีพีเอฟ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท

**Best Plant - Based Branding 2021** จาก ROOT The FUTURE ซึ่งเป็นเว็บเพจขนาดใหญ่ของผู้ชื่นชอบอาหารจากพืช (Plant-based)

**No.1 Brand Thailand 2020 - 2021** จากนิตยสาร Marketeer หมวดอาหารอุ่นร้อนด้วยไมโครเวฟ และหมวดอาหารแช่แข็ง สะท้อนถึงความคิดสร้างสรรค์ มุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพส่งผลให้แบรนด์ซีพีเป็นที่ 1 ในใจของผู้บริโภค

### รางวัล ด้านทรัพยากรบุคคล

**รางวัลพระราชทานสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ประจำปี 2564** ด้านสถานประกอบกิจการที่มีระบบบริหารจัดการด้านแรงงานยอดเยี่ยม ประเภทสถานประกอบกิจการขนาดกลาง จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน

**Best Companies to Work for in Asia 2021** จากนิตยสาร HR Asia นิตยสารชั้นนำด้านทรัพยากรบุคคลในระดับเอเชีย มอบให้แก่บริษัทที่มีแนวทางปฏิบัติงานด้านทรัพยากรบุคคลที่เป็นเลิศ เล็งเห็นถึงความสำคัญของพนักงานเป็นอันดับแรก

**โล่ประกาศเกียรติคุณองค์กรสนับสนุนคนพิการดีเด่น ระดับดีเยี่ยม ประจำปี 2564** จัดโดยกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ในฐานะเป็นองค์กรเอกชนที่มีการสนับสนุนคนพิการให้มีอาชีพและรายได้ที่มั่นคง สร้างความเสมอภาคและเท่าเทียมให้กับผู้พิการในสังคมไทย

**รางวัลองค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ประจำปี 2564** ประเภทองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ จากกรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ กระทรวงยุติธรรม สะท้อนการนำหลักการด้านสิทธิมนุษยชนมาใช้บูรณาการการดำเนินงานอย่างเป็นระบบตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยให้ความสำคัญกับพนักงาน ครอบคลุมไปถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน





## รางวัล จากกิจการต่างประเทศ



### เวียดนาม

- เหรียญอิสริยาภรณ์ “เพื่อเยาวชนรุ่นใหม่” เนื่องในโอกาสครบรอบ 90 ปี จากสหภาพเยาวชนคอมมิวนิสต์โฮจิมินห์ ซึ่งเป็นผลงานจากการร่วมทำคุณประโยชน์และส่งเสริมคนรุ่นใหม่ ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทอย่างต่อเนื่อง
- Vietnam Top 10 Food Reputation Award 2021 รางวัลอันดับ 1 (ในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารแช่แข็ง) จัดโดยบริษัทการประเมินเวียดนามและหนังสือพิมพ์ Vietnam Net สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จของบริษัทที่ทุ่มเท คิดค้น และพัฒนานวัตกรรมอาหารปลอดภัยจนเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคในประเทศเวียดนาม



### อินเดีย

**Times Business Awards Bangalore 2021**  
The Fastest Growing Food Franchise Brand 2021 สะท้อนความสำเร็จของธุรกิจห้าดาวในประเทศอินเดีย



### สหรัฐอเมริกา

**Business of the Year 2021** จาก Jackson County Chamber of Commerce สะท้อนความสำเร็จในการลงทุนโครงการขนาดใหญ่ ซึ่งยกระดับธุรกิจด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมถึงการช่วยเหลือสังคมในระหว่างการระบาดของโรคโควิด-19



### แคนาดา

- **Large Business of the Year Award** จาก The Steinbach Chamber of Commerce มอบให้แก่ธุรกิจขนาดใหญ่ที่เป็นตัวอย่างที่ดีเยี่ยมในด้านนวัตกรรม คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมถึงแนวทางปฏิบัติด้านทรัพยากรบุคคล และการช่วยเหลือชุมชนอย่างรอบด้าน
- **Exceptional Achievement Award** จาก The Windom Chamber of Commerce สะท้อนถึงความสำเร็จของบริษัทที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงปีที่ผ่านมา

## การกำกับดูแลกิจการ



บริษัทตระหนักดีว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีถือเป็นรากฐานสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่การกำหนดโครงสร้างการบริหารที่มีความชัดเจน การสรรหากรรมการบริษัทที่มีประสิทธิภาพ และมีวิสัยทัศน์ในการบริหาร ตลอดจนการกำหนดแนวปฏิบัติและนโยบายให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนยึดถือและปฏิบัติตาม เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจขององค์กร (Economic) พร้อมไปกับการรักษาไว้ซึ่งดุลยภาพด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) และสร้างคุณค่าร่วมพร้อมไปกับสังคมรอบด้าน (Social) ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

### นโยบายบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

คณะกรรมการบริษัทและฝ่ายจัดการของบริษัทมีความเชื่อมั่นว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในการที่จะสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร พร้อม ๆ กับการสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจขององค์กรและการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการนำหลักการและแนวปฏิบัติที่กำหนดไว้ในนโยบายบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนของบริษัทไปปฏิบัติ จึงถือเป็นพันธกิจของคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อยโดยนโยบายฯ แบ่งออกเป็น 5 หมวดหลักโดยอ้างอิงตาม OECD Principle และประกอบด้วยนโยบายหลักจำนวน 12 ฉบับ ประกอบด้วย



## นโยบายบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน



นโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์



นโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน



นโยบายการให้ รับของขวัญหรือผลประโยชน์อื่นใด



นโยบายด้านความยั่งยืน



จรรยาบรรณสำหรับคู่ค้าธุรกิจ



นโยบายบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน



นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน



นโยบายการแจ้งเบาะแส



นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล



นโยบายความปลอดภัยและอาชีวอนามัย



นโยบายการบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศ



นโยบายการป้องกันการฟอกเงิน

## การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของการดำเนินการด้านบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนในปี 2564

บริษัทตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน คณะกรรมการบริษัทจึงให้ความสำคัญกับการทบทวนนโยบาย แนวปฏิบัติ ระบบและการดำเนินการด้านบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน โดยในรอบปี 2564 บริษัทได้มีดำเนินการดังต่อไปนี้

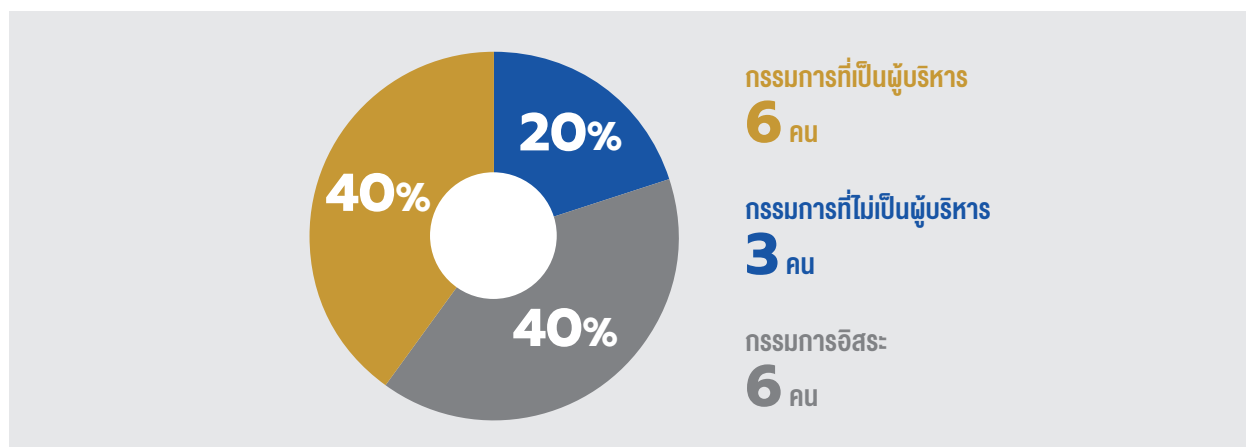
- แต่งตั้งคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน โดยบูรณาการหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ และคณะกรรมการความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาอย่างยั่งยืนเข้าไว้ด้วยกัน
- พิจารณาทบทวนกรอบแนวคิดด้านความยั่งยืน และปรับปรุงนโยบายบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน
- คณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทนและสรรหากรรมการ ได้ทบทวนหลักเกณฑ์คุณสมบัติกรรมการบริษัทด้านทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ขององค์ประกอบของคณะกรรมการ (Board Skills Matrix) ให้สอดคล้องกับเป้าหมายธุรกิจในการดำเนินธุรกิจของบริษัท
- จัดทำสื่อการเรียนรู้แบบออนไลน์ (Online Learning) เกี่ยวกับธรรมาภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้แก่พนักงานและผู้บริหารทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้เกิดความตระหนักจนถึงการนำความรู้ใช้ในการทำงานของตนเอง
- จัดทำแผนงานสื่อสารภายในองค์กรเกี่ยวกับการต่อต้านคอร์รัปชัน และการรับของขวัญ เป็นต้น
- จัดให้มีการทำแบบสำรวจความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร เพื่อกำหนดแนวทางในการปรับปรุงและยกระดับความผูกพันของพนักงาน เนื่องจากพนักงานเป็นหัวใจสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความยั่งยืน
- สื่อสารกฎหมายที่ออกใหม่หรือมีการเปลี่ยนแปลง
- เปรียบเทียบผลคะแนนการประเมินด้านความยั่งยืนองค์กรและด้านการกำกับดูแลกิจการจากองค์กรภายนอก

## คณะกรรมการบริษัท

### องค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัท

บริษัทได้กำหนดไว้ในข้อบังคับของบริษัทว่า คณะกรรมการบริษัทต้องประกอบด้วยกรรมการอย่างน้อย 5 คน และกรรมการไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมดนั้นต้องมีถิ่นที่อยู่ในราชอาณาจักร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 มีกรรมการจำนวนทั้งสิ้น 15 ท่าน



### บทบาทและหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทเป็นตัวแทนของผู้ถือหุ้น มีบทบาทหน้าที่กำกับดูแลกิจการให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับ และมติของที่ประชุมผู้ถือหุ้น รวมทั้งดูแลให้ฝ่ายจัดการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ และแผนงานที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทบนการคำนึงถึงการพาสานสมดุลของประโยชน์ต่อบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ ภายใต้ 3 แนวทางกลยุทธ์หลัก คือ “เติบโตอย่างยั่งยืน มุ่งสู่ความเป็นเลิศ และสร้างพื้นฐานที่มั่นคง” ควบคู่ไปกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรบนค่านิยมของบริษัท หรือ “CPF Way” รวมทั้ง ยังต้องคำนึงถึงข้อควรระวังในการปฏิบัติหน้าที่กรรมการ (Fiduciary Duties) 4 ประการ ซึ่งประกอบด้วย (1) การปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบระมัดระวัง (Duty of Care) (2) การปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตเพื่อรักษาผลประโยชน์ของบริษัท ผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) และความมั่นคงของระบบการเงินของประเทศ (Duty of Loyalty) (3) การปฏิบัติตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับ มติคณะกรรมการ และมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น (Duty of Obedience) และ (4) การเปิดเผยข้อมูลอย่างถูกต้อง ครบถ้วน โปร่งใสและทันเวลา (Duty of Disclosure)

ทั้งนี้ในการประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการทั้งคณะประจำปี 2564 ปรากฏผลการประเมินอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่า โครงสร้างของคณะกรรมการและคุณสมบัติของกรรมการมีความเหมาะสมกับลักษณะการประกอบธุรกิจ และขนาดรายได้ของบริษัท ช่วยให้การทำหน้าที่โดยรวมของคณะกรรมการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ



## คณะกรรมการชุดย่อย

คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยเพื่อช่วยในการพิจารณากลับกรองเป้าหมายและแนวทางการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ก่อนเสนอคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติจำนวน 5 คณะ ประกอบด้วย



## การประเมินผลงานของประธานคณะผู้บริหาร

คณะกรรมการบริษัทจะเป็นผู้ประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานคณะผู้บริหารในแต่ละปี เพื่อประกอบการพิจารณา กำหนดค่าตอบแทน บนฐานตัวชี้วัดหลัก 2 ประเภท ได้แก่

- 1 ตัวชี้วัดผลตอบแทนทางการเงิน** (Financial Return Indicator): Icon of stacked coins and an upward arrow.

ตัวชี้วัดผลตอบแทนทางการเงิน เช่น มูลค่าตลาดของหลักทรัพย์ของบริษัท (Market Capitalization) ความสามารถในการทำกำไร (Profitability) รวมถึงอัตราส่วนกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ และค่าเสื่อมราคา ต่อรายได้จากการขาย (EBITDA Margin) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น (Return on Equity) และอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อรายได้จากการขาย (Net Profit Margin) เป็นต้น
- 2 ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน** (Sustainability Performance Indicator): Icon of a globe with a plant growing from it.

ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ได้แก่ ผลการประเมินด้านความยั่งยืนโดยองค์กรภายนอก เช่น Dow Jones Sustainability Indices, FTSE4Good Index, MSCI ESG, Carbon Disclosure Project และโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน เป็นต้น และผลการดำเนินการตามเป้าหมายด้านความยั่งยืนปี 2030 ขององค์กร รวมถึงการสร้างผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (Employee Engagement)

## การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2564



ดำเนินการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตามพระราชกำหนดว่าด้วยการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2563 และประกาศกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เรื่อง มาตรฐานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2563 เพื่อลดความเสี่ยงการแพร่ระบาดของโควิด-19 บริษัทได้ใช้แอปพลิเคชัน IR PLUS AGM มาใช้เพื่อการจัดประชุมดังกล่าว ซึ่งผู้ถือหุ้นสามารถเข้าร่วมประชุมด้วยตนเองหรือมอบฉันทะให้กรรมการอิสระหรือบุคคลอื่นก็ได้ รวมทั้งยังสามารถรับชมการถ่ายทอดสดการประชุม ลงคะแนนเสียง และซักถามผ่านแอปพลิเคชันได้ในทุกวาระ มีการชี้แจงหลักเกณฑ์ในการประชุม รวมถึงขั้นตอนและวิธีการออกเสียงลงมติ ซึ่งขั้นตอนการลงมติในแต่ละวาระนั้น และได้จัดทำมีที่ปรึกษากฎหมายเพื่อทำหน้าที่ดูแลการประชุมผู้ถือหุ้นให้ถูกต้องตามกฎหมายและข้อบังคับของบริษัท และตรวจสอบการนับคะแนนเสียง

### ขั้นตอนการประชุมผู้ถือหุ้น



**30 กันยายน 2563 - 31 ธันวาคม 2563**

เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นเสนอวาระการประชุม และชื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการ



**31 มีนาคม 2564**

เผยแพร่เอกสารการประชุมบนเว็บไซต์ของบริษัท



**9 เมษายน 2564**

นำส่งเอกสารการประชุมให้ผู้ถือหุ้นทางไปรษณีย์ลงทะเบียน



**30 เมษายน 2564**

วันประชุมผู้ถือหุ้น



**14 พฤษภาคม 2564**

ส่งรายงานการประชุมให้ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเผยแพร่บนเว็บไซต์ของบริษัท

## จรรยาบรรณธุรกิจ

“จรรยาบรรณธุรกิจ ซีพีเอฟ” เป็นหลักการพื้นฐาน แนวทางการปฏิบัติงานของกรรมการบริษัท และบุคลากรของบริษัท เพื่อยึดถือปฏิบัติร่วมกันตามความคาดหวังของบริษัท โดยระบุหลักการ ดำเนินธุรกิจ ค่านิยมองค์กร การปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ การปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ รวมถึงการกำกับดูแลการปฏิบัติให้เป็นไปตามความคาดหวังเพื่อประโยชน์ในการสร้างมาตรฐานในการปฏิบัติงานของกรรมการบริษัทและบุคลากรด้วยคุณธรรมและความซื่อสัตย์ รายละเอียดในคู่มือฉบับนี้ไม่ได้กล่าวถึงทุกสถานการณ์อย่างเฉพาะเจาะจง แต่จะช่วยเป็นแนวทางตัดสินใจปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ โดยกรรมการบริษัทและบุคลากรของบริษัทจะต้องปฏิบัติตามดังต่อไปนี้



ทำความเข้าใจหลักการและแนวปฏิบัติต่าง ๆ



ปรึกษาผู้บังคับบัญชาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระเบียบหรือโยบายนั้น หากเกิดความไม่มั่นใจในสิ่งที่กระทำถูกต้องตามจรรยาบรรณหรือไม่

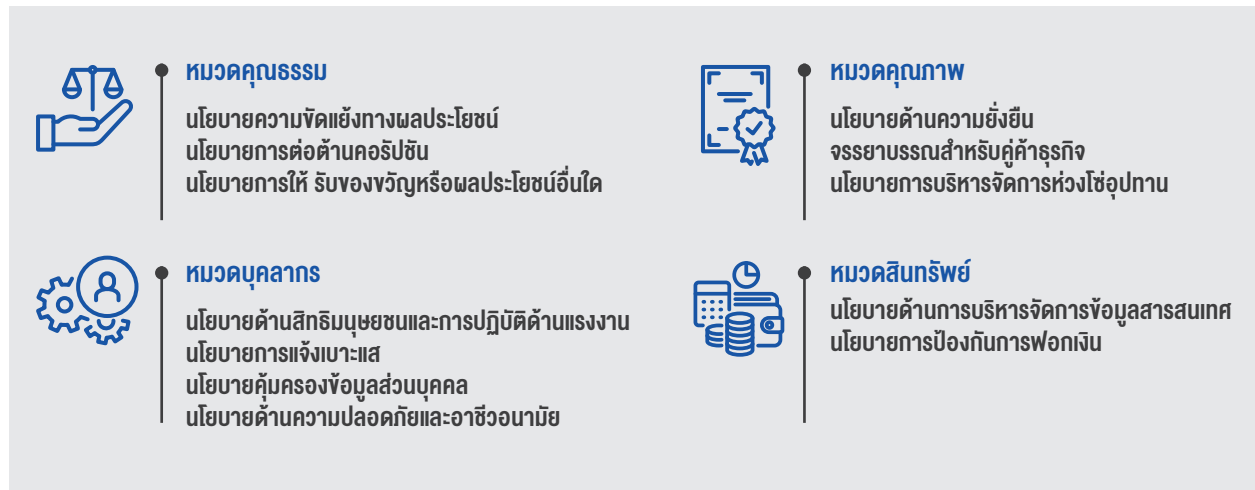


สื่อสารให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบ



แจ้งเบาะแส เมื่อพบการกระทำที่ไม่ถูกต้องตามจรรยาบรรณธุรกิจตามช่องทางที่กำหนดไว้ และให้ความร่วมมือในกระบวนการสืบสวนข้อเท็จจริง ซึ่งผู้ที่ให้เบาะแสจะได้รับความคุ้มครองตามนโยบายซึ่งสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ เพื่อให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจภายใต้มาตรฐานเดียวกัน บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องไว้ทั้งสิ้น 12 ฉบับ แบ่งออกเป็น 4 หมวดหมู่ ได้แก่ (1) หมวดคุณธรรม (2) หมวดคุณภาพ (3) หมวดบุคลากร และ (4) หมวดสินทรัพย์ ดังนี้



## การแจ้งเบาะแส

บริษัทได้เปิดโอกาสให้พนักงาน ผู้มีส่วนได้เสีย หรือบุคคลภายนอก สามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดกฎหมาย หรือจรรยาบรรณ หรือการทุจริตคอร์รัปชัน หรือการถูกละเมิดสิทธิ ผ่านช่องทางที่หลากหลายดังต่อไปนี้



### กรรมการตรวจสอบ

จดหมาย 1, 1/1 ซอยเย็นจิต 2 แยก 1  
อาคารทรัพย์สมุทร 2 ชั้น 4 ถนนเย็นจิต  
แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120  
โทรศัพท์ 0-2673-1105 และ 0-2673-1092-3  
โทรสาร 0-2673-1090  
อีเมล [iaoffice@cpf.co.th](mailto:iaoffice@cpf.co.th)  
เว็บไซต์ <https://www.cpfworldwide.com/th/contact/form>

### ศูนย์ผู้บริโภค

โทรศัพท์ 0-2800-8000  
อีเมล [consumercenter@cpf.co.th](mailto:consumercenter@cpf.co.th)

## ขั้นตอนการแจ้งข้อร้องเรียน

### กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน





# การบริหารความเสี่ยง



บริษัทมุ่งมั่นบริหารความเสี่ยงเพื่อสร้างขีดความสามารถให้องค์กรมีความยืดหยุ่น พร้อมรับสถานการณ์ภายนอกที่มีความไม่แน่นอน และแนวโน้มใหม่ของโลกที่มีความซับซ้อนสูงได้ รวมทั้งเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ซึ่งจะสร้างการเติบโตให้กับบริษัทได้อย่างยั่งยืน

## วัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง

บริษัทส่งเสริมวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงในพนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนัก ตลอดจนคำนึงถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น โดย

- บูรณาการหลักการบริหารความเสี่ยงเข้ากับกระบวนการทำงานภายในองค์กร
- กำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) และเกณฑ์การประเมินความเสี่ยงที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน
- กำหนดให้การบริหารความเสี่ยงเป็นหนึ่งในกลยุทธ์องค์กรที่ต้องให้ความสำคัญและถือปฏิบัติ
- จัดอบรมด้านความเสี่ยงเพื่อสร้างความเข้าใจและสามารถประเมินความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ประชุมเชิงปฏิบัติการด้านความเสี่ยงร่วมกันระหว่างผู้บริหารหน่วยธุรกิจและสำนักบริหารความเสี่ยงขององค์กรเป็นประจำ
- จัดให้มีกระบวนการบริหารความเสี่ยง ตลอดจนติดตามความคืบหน้าการจัดทำมาตรการจัดการความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง
- ประเมินความเสี่ยงอย่างรอบด้านในโครงการลงทุนขนาดใหญ่
- กำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยงสำคัญ (Key Risk Indicators : KRIs) และติดตามความคืบหน้าในการจัดการ
- ส่งเสริมให้มีวาระการประชุมด้านความเสี่ยงในการประชุมประจำเดือนของหน่วยธุรกิจ
- สนับสนุนให้มีการแบ่งปันประสบการณ์การบริหารความเสี่ยงระหว่างหน่วยธุรกิจ

## นโยบายการบริหารความเสี่ยง

บริษัทกำหนดให้มีการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบครอบคลุมความเสี่ยงทุกประเภท รวมถึงความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ (ESG Risk) ทุกกระบวนการ โดยดำเนินการแบบบูรณาการทั่วทั้งองค์กร และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล COSO (The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) เพื่อให้สามารถระบุความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสมและทันเหตุการณ์ ตลอดจนบริหารความเสี่ยงให้อยู่ในระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

### การดำเนินการดังกล่าวมีคณะกรรมการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้



#### การกำกับดูแล



**คณะกรรมการตรวจสอบ** ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทในการสอบทานความเพียงพอ ประสิทธิภาพ และการปฏิบัติตามนโยบายกลยุทธ์การบริหารความเสี่ยง รวมถึงระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้



**คณะกรรมการบริหาร** มีหน้าที่กำกับดูแลและติดตามสถานะความเสี่ยงที่สำคัญ การบริหารความเสี่ยง ตลอดจนส่งเสริมวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร



**คณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยง** มีประธานผู้บริหารฝ่ายการเงินเป็นประธานคณะฯ มีหน้าที่สอบทานความเสี่ยงสำคัญของบริษัท และกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยง โดยร่วมมือกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในฐานะเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) ทั้งนี้ คณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยงจะติดตามความเสี่ยง และความคืบหน้าในการดำเนินการตามมาตรการซึ่งจะมีการประชุมทุกไตรมาส



#### การดำเนินงาน



**สำนักบริหารความเสี่ยงองค์กร** ทำหน้าที่ส่งเสริม เผยแพร่ความรู้ ตลอดจนให้คำแนะนำแก่หน่วยงานต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง พร้อมทั้งติดตามความคืบหน้าการจัดการความเสี่ยง



**ผู้บริหารหน่วยธุรกิจ** รับผิดชอบโดยตรงต่อการบริหารความเสี่ยงในขอบเขตงานที่รับผิดชอบ และรายงานผลการบริหารความเสี่ยงต่อคณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยง



**สำนักตรวจสอบภายใน** มีหน้าที่ประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและให้คำแนะนำเพื่อพัฒนาระบบการบริหารความเสี่ยง

## ระบบการบริหารความเสี่ยง

กระบวนการบริหารความเสี่ยงของบริษัทถูกรวบรวมไว้ใน “คู่มือการบริหารความเสี่ยง” โดยแบ่งขั้นตอนการดำเนินงานและเครื่องมือที่ใช้ ดังนี้

- การระบุความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัท ทั้งความเสี่ยงที่พบในปัจจุบัน และความเสี่ยงใหม่ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (Emerging Risk) พร้อมทั้งอธิบายความหมายของความเสี่ยง
- การประเมินความเสี่ยงทั้งด้านผลกระทบและโอกาสที่จะเกิดตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของระดับความเสี่ยงที่องค์กรยอมรับได้ โดยใช้การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Risk Workshop) และแสดงผลการประเมินรวมถึงจัดลำดับความเสี่ยงในรูปแบบของแผนภูมิความเสี่ยง (Risk Heat Map)
- จัดการความเสี่ยงด้วยการกำหนดและติดตามความคืบหน้าของมาตรการที่ต้องทำเพิ่มเติม รวมถึงระยะเวลาดำเนินการ ผู้รับผิดชอบ ผลลัพธ์ที่ต้องการ และงบประมาณที่ต้องใช้
- จัดทำระบบเตือนการเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยงด้วยการกำหนดตัวชี้วัดสำหรับความเสี่ยงสำคัญ
- รายงานความคืบหน้าของมาตรการจัดการความเสี่ยงและสถานะของตัวชี้วัดความเสี่ยงสำคัญตามรอบที่กำหนด

ทั้งนี้ บริษัทได้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอก เพื่อกำหนดปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันที่อาจส่งผลกระทบต่อบรรลุหลัก 3 ประโยชน์สู่ความยั่งยืน ซึ่งเป็นพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงความเสี่ยงใหม่ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (Emerging Risk) ดังนี้

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p><b>ความเสี่ยงใหม่<br/>ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ</li> <li>• ความตระหนักในการรักษาสังแวดล้อมของผู้บริโภค</li> <li>• ความต้องการด้านมาตรฐานสินค้าที่สูงขึ้น</li> </ul> |  <p><b>ความเสี่ยงด้าน ESG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ปริมาณและความเพียงพอของน้ำ</li> <li>• สิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน</li> <li>• ความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย</li> <li>• การคอร์รัปชัน</li> <li>• ความเสี่ยงจากการเกิดโรคระบาดร้ายแรงในคน</li> <li>• ความเสี่ยงจากกรณีพิพาทกับชุมชน</li> <li>• ความเสี่ยงจากภาระหนี้ที่อยู่ในระดับสูงจากการซื้อกิจการและการลงทุน</li> </ul> |  <p><b>ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป</li> <li>• การลงทุนและผลการดำเนินงาน</li> </ul> |  <p><b>ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• คุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า</li> <li>• โรคระบาดในสัตว์ และโรคระบาดที่เชื่อมโยงมาสู่คน</li> <li>• ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการด้านห่วงโซ่อุปทาน</li> <li>• ความผันผวนของราคาสินค้าโภคภัณฑ์</li> <li>• ต้นทุนค่าขนส่งที่สูงขึ้น</li> <li>• ความเสี่ยงทางไซเบอร์</li> <li>• การบริหารบุคลากรเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต</li> <li>• การขาดแคลนแรงงานด้านการผลิต</li> </ul> |
|  <p><b>ความเสี่ยงจากความผันผวนของตลาดการเงิน</b></p>                                                                                                                                                                                             |  <p><b>ความเสี่ยงด้านกฎหมายและการกีดกันทางการค้า</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  <p><b>ความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร</b></p>                                                                                                     |  <p><b>ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่ถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 25 ของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |



## ทุนและโครงสร้างการถือหุ้น

- ทุนจดทะเบียน : 9,291,530,318 บาท
- ทุนชำระแล้ว : 8,611,242,385 บาท

โครงสร้างการถือหุ้น ณ วันที่ 14 มีนาคม 2565

**54.66%**

นิติบุคคล  
สัญชาติไทย

**25.98%**

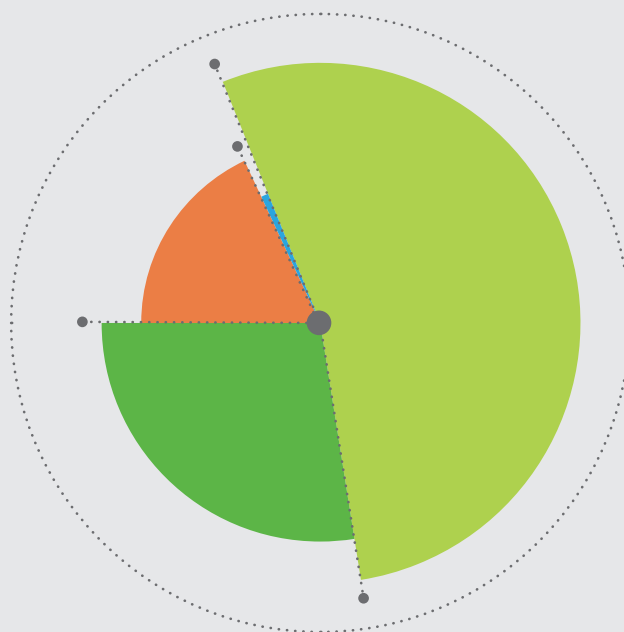
นิติบุคคล  
สัญชาติต่างประเทศ

**19.34%**

บุคคลธรรมดา  
สัญชาติไทย

**0.02%**

บุคคลธรรมดา  
สัญชาติต่างประเทศ



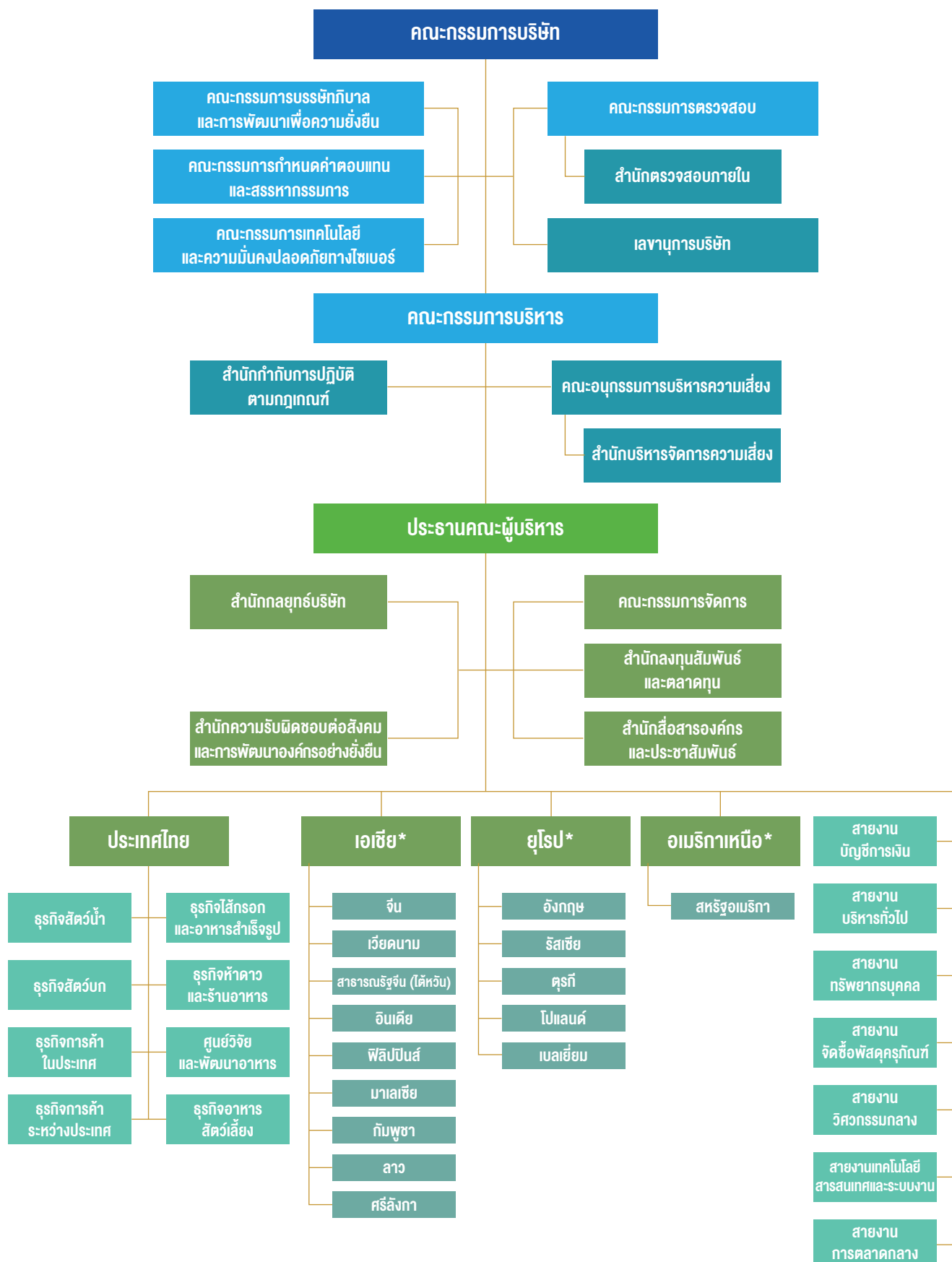
รายชื่อผู้ถือหุ้น 10 รายแรก ณ วันที่ 14 มีนาคม 2565 มีดังนี้

| รายชื่อผู้ถือหุ้น                                              | จำนวนหุ้น     | สัดส่วนการถือหุ้น<br>(ก่อนหักหุ้นซื้อคืนเพื่อบริหารทางการเงิน) |
|----------------------------------------------------------------|---------------|----------------------------------------------------------------|
| 1. กลุ่ม CPG <sup>(1)</sup>                                    | 4,429,098,680 | 51.43%                                                         |
| 2. บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด <sup>(2)</sup>                 | 526,459,263   | 6.11%                                                          |
| 3. สำนักงานประกันสังคม <sup>(2)</sup>                          | 323,122,340   | 3.75%                                                          |
| 4. STATE STREET EUROPE LIMITED <sup>(2)</sup>                  | 146,811,617   | 1.70%                                                          |
| 5. SOUTH EAST ASIA UK (TYPE C) NOMINEES LIMITED <sup>(2)</sup> | 131,206,098   | 1.52%                                                          |
| 6. UBS AG HONG KONG BRANCH <sup>(2)</sup>                      | 126,755,600   | 1.47%                                                          |
| 7. นายปริญญา เรียววร                                           | 106,000,000   | 1.23%                                                          |
| 8. กองทุนรวมวายุภักษ์หนึ่ง <sup>(2)</sup>                      | 71,550,600    | 0.84%                                                          |
| 9. MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC <sup>(2)</sup>       | 46,500,000    | 0.54%                                                          |
| 10. GIC PRIVATE LIMITED <sup>(2)</sup>                         | 43,177,399    | 0.50%                                                          |

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

<sup>(2)</sup> กลุ่ม CPG มิได้เป็นผู้ถือหุ้น

# โครงสร้างการบริหาร



หมายเหตุ: \* เฉพาะที่มีฐานการผลิตและเป็นบริษัทย่อย

## คณะกรรมการบริษัท

ณ วันที่ 1 มกราคม 2565 คณะกรรมการของบริษัทประกอบด้วยกรรมการ จำนวน 15 คน ดังนี้



นายสุกhit เจริญวงศ์  
ประธานกรรมการ<sup>(1)</sup>



นายพงษ์เทพ เจริญวงศ์  
รองประธานกรรมการ<sup>(1)</sup>



นายสุกhit เจริญวงศ์  
รองประธานกรรมการ<sup>(1)</sup>



นายอติเรก ศรีประทักษ์  
รองประธานกรรมการ<sup>(1)</sup>



นายจิงสงศรี ศรีวงศ์  
กรรมการ<sup>(2)</sup>



ศ.ดร.พงษ์ศักดิ์ อังกสิ  
กรรมการ<sup>(2)</sup>



พล.ต.อ. พิชรวัท วงษ์สุวรรณ  
กรรมการ<sup>(2)</sup>



นางวิชิต วิมุตตาน  
กรรมการ<sup>(2)</sup>



นายวินัย วิทวัสการเวช  
กรรมการ<sup>(2)</sup>



ศ.พิเศษ ดร.กิตติพงษ์ กิตยารักษ์  
กรรมการ<sup>(2)</sup>



นางอรุณี วัชรานานันท์  
กรรมการ<sup>(1)</sup>



นายประสิทธิ์ บุญดวงประเสริฐ  
กรรมการ<sup>(1)</sup>



นายสิริพงษ์ อรุณรัตนา  
กรรมการ<sup>(1)</sup>



น.สพ.สุจินต์ ธรรมศาสตร์  
กรรมการ<sup>(1)</sup>



นายไพศาล จิระกิจเจริญ  
กรรมการ<sup>(1)</sup>

หมายเหตุ: <sup>(1)</sup> กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท โดยกำหนดให้กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท 2 คน ลงลายมือชื่อร่วมกันและประทับตราสำคัญของบริษัท  
<sup>(2)</sup> กรรมการอิสระ



# ผู้บริหารและพนักงาน

ณ วันที่ 1 มกราคม 2565 ผู้บริหารของบริษัทประกอบด้วย

- 

1. นายประสิทธิ์ บุญดวงประเสริฐ <sup>/1</sup>  
ประธานคณะผู้บริหาร
- 

2. นายสิริพงศ์ อรุณรัตนา <sup>/1</sup>  
ประธานผู้บริหารฝ่ายปฏิบัติการ  
ธุรกิจสัตว์บก
- 

3. น.สพ.สุจินต์ ธรรมศาสตร์ <sup>/1</sup>  
ประธานผู้บริหารฝ่ายปฏิบัติการ  
ธุรกิจสัตว์น้ำ
- 

4. นายไพศาล จิระภิงชญกุล <sup>/1</sup>  
ประธานผู้บริหารฝ่ายการเงิน
- 

5. นางสาวพินลรัตน์ ธีพัฒน์วิจิตรกุล <sup>/1</sup>  
ประธานผู้บริหารทรัพยากรบุคคล
- 

6. นายเรวัติ หทัยสัตยพงศ์  
รองกรรมการผู้จัดการบริหาร  
ธุรกิจอาหารสัตว์บก
- 

7. นายสมพร เจริญพงศ์  
รองกรรมการผู้จัดการบริหาร  
ธุรกิจสุกร
- 

8. นายภาณุวัตร เนียมเปรม  
รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส  
ธุรกิจไก่เนื้อ-เปิดเนื้อครบวงจร
- 

9. นายสมคิด วรรณลูกขี้  
รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส  
ธุรกิจไก่ไข่
- 

10. ดร.มิ่ง แดง เจริญ  
รองกรรมการผู้จัดการบริหาร  
ด้านวิจัยและพัฒนาอาหารสัตว์น้ำ
- 

11. นายไพโรจน์ อภิรักษ์นุสิทธิ์  
รองกรรมการผู้จัดการบริหาร  
ธุรกิจสัตว์น้ำครบวงจร  
เขตประเทศไทย
- 

12. นายโรบินส์ แมคอินทอช  
รองกรรมการผู้จัดการบริหาร  
ธุรกิจพันธุ์สัตว์น้ำ
- 

13. นายเปรมศักดิ์ วนิชสุนทร  
รองกรรมการผู้จัดการบริหาร  
ด้านวิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ
- 

14. นายเอกปิยะ เอื้อวุฒิเกริก  
รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส  
ธุรกิจการค้าในประเทศ
- 

15. นายอานันต์ จุลินทร  
รองกรรมการผู้จัดการบริหาร  
ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ
- 

16. นายณฤกษ์ มานะชัย  
รองกรรมการผู้จัดการบริหาร  
ธุรกิจใส่กรอกและอาหารสำเร็จรูป
- 

17. นายวรวิทย์ เจริญนากุล  
รองกรรมการผู้จัดการบริหาร  
สายงานบริหารทั่วไป
- 

18. นายสรเสริญ สมัยสุด  
รองกรรมการผู้จัดการบริหาร  
สายงานเทคโนโลยีสารสนเทศ  
และระบบงาน
- 

19. ดร.สมหมาย เตช-ศิริบุญกุล  
รองกรรมการผู้จัดการบริหาร  
ด้านวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร/  
ประกันคุณภาพกลาง
- 

20. นายพีรพงศ์ กรินชัย  
รองกรรมการผู้จัดการบริหาร  
ด้านวิศวกรรมกลาง
- 

21. นางกอบบุญ ศรีชัย  
เลขานุการบริษัท

<sup>/1</sup> ผู้บริหารของบริษัทตามนิยามในประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่ กจ. 17/2551 เรื่อง การกำหนดกนิยาม ในประกาศเกี่ยวกับการออกและเสนอขายหลักทรัพย์  
ของบริษัท

## ผู้บริหารต่างประเทศ

- 

1. Mr. Bai Shanlin  
จีน
- 

3. Mr. Nick Shaw  
อังกฤษ
- 

5. นายชัยนันท์ หนูเพ็ชร  
อินเดีย-ธุรกิจสัตว์บก
- 

2. นายมนตรี สุวรรณโพธิ์ศรี  
เวียดนาม
- 

4. นายทง โชติรัตน์  
สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน)
- 

6. นายวิจิต ธนาบุญรักษ์  
อินเดีย-ธุรกิจสัตว์น้ำ

- 

7. Mr. Steve Young  
สหรัฐอเมริกา
- 

9. นายสกล ชีวะโกเศรษฐ  
ฟิลิปปินส์-ธุรกิจสัตว์บก
- 

11. นายวิรัช โพธิ์พันธุ์  
มาเลเซีย-ธุรกิจสัตว์น้ำ
- 

13. นายบุรี สีนะ  
รัสเซีย
- 

15. นายภราดร จินทุนทอง  
ตุรกี
- 

17. Mr. Marcin Swiac  
โปแลนด์
- 

19. Mr. Habeeb Mohamed Ziauddin  
ศรีลังกา
- 

8. Mr. Terry O'Brien  
สหรัฐอเมริกา
- 

10. นายสันติภาพ ศรีสุวรรณภพ  
มาเลเซีย-ธุรกิจสัตว์บก
- 

12. Mr. Thomas Norgaard  
รัสเซีย
- 

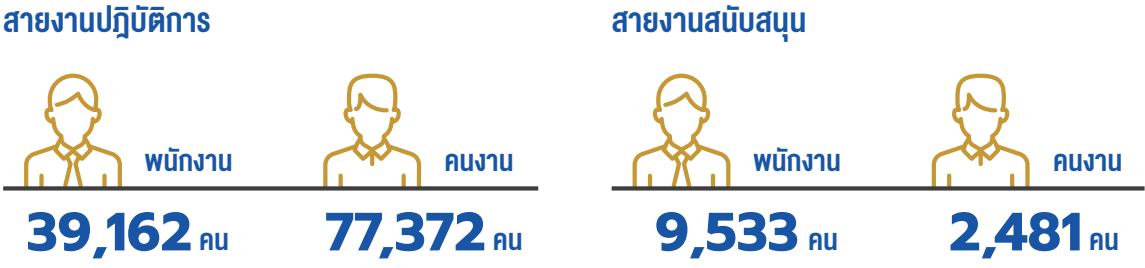
14. นายปรีดา จุลวงษ์  
กัมพูชา
- 

16. นายท่านอง พลทองมาก  
ลาว
- 

18. Mr. Michael Tops  
เบลเยียม

## พนักงาน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 ซีพีเอฟและบริษัทย่อยมีพนักงานและคนงาน\* รวมทั้งสิ้น 128,548 คน  
โดยแบ่งตามสายงานหลักได้ดังนี้



\* คนงาน หมายถึง คนงานรายเดือน คนงานรายวัน และคนงานชั่วคราว

## ติดต่อบริษัท



### สำนักงานใหญ่

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

Tel : 02-766-8000

Fax : 02-638-2139

[www.cpfworldwide.com](http://www.cpfworldwide.com)



### สำนักเลขาธิการบริษัท

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

Tel : 02-766-8352

02-766-8354

Fax : 02-638-2139

[csoffice@cpf.co.th](mailto:csoffice@cpf.co.th)



### สำนักลงทุนสัมพันธ์และตลาดทุน

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

Tel : 02-766-8322

02-766-8323

Fax : 02-638-2139

[iroffice@cpf.co.th](mailto:iroffice@cpf.co.th)



### สำนักสรรหาและคัดเลือกทรัพยากรบุคคล

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

Tel : 02-766-8702-5

[job@cpf.co.th](mailto:job@cpf.co.th)



### ศูนย์ผู้บริโภค ซีพีเอฟ

Tel : 02-800-8000









บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)  
เลขที่ 313 อาคาร ซี.พี. ทาวเวอร์ ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500  
โทรศัพท์ : 02 766 8000 โทรสาร : 02 638 2139

