



บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

ข้อมูลบริษัทโดยสรุป ปี 2568

ครัวของโลก

ทุกคำ ทุกคน ได้อพลังสู่ความยั่งยืน





สถิตกลางใจพระราชารัษฎ์

กราบพระบาทอำนาน้ำตาร่วง
อิมในบุญอุ้มในธรรมงามนิรันดร์

พระองค์เสด็จสู่สรวงเสวยสวรรค
ราชฎ์น้อมขวัญซึ่งซาบกราบอำนาน้ำ

ประพันธ์โดย สมัยกร แสงกระจ่าง ศิลปินแห่งชาติ

ด้วยสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณตราบนิจนิรันดร์

ข้าพระพุทธเจ้า ผู้บริหารและพนักงาน

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

สารบัญ





สารจากผู้บริหาร

6

ภาพรวมธุรกิจ 8

ความมุ่งมั่นของบริษัท 8

ภาพรวมของบริษัท 10

โครงสร้างการดำเนินงานธุรกิจ 12

กิจการของบริษัท 13

พัฒนาการที่สำคัญ 14

ธุรกิจของบริษัท 16

ลักษณะการประกอบธุรกิจ 18

นวัตกรรมจากใจสู่จาน 28

ผลการดำเนินงานปี 2568 32

รางวัลและความสำเร็จปี 2568 34

การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน 38

การจัดการและ
กำกับดูแลกิจการ 44



ท่านสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติม
[แบบ 56-1 One Report ปี 2568 \(รายงานประจำปี\)](#)



[รายงานความยั่งยืน ปี 2568](#)



การบริหารความเสี่ยง 48



ทุนและโครงสร้างการถือหุ้น 50

โครงสร้างการบริหาร 51

คณะกรรมการบริษัท 52

ผู้บริหาร 53

ติดต่อบริษัท 55



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
ลดการปล่อยก๊าซ
เรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์
ตลอดห่วงโซ่คุณค่า
ภายในปี พ.ศ. 2593

“

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

”

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

บริษัทดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารใน 17 ประเทศ และมีการค้าผลิตภัณฑ์อาหารครอบคลุมกว่า 50 ประเทศ โภชนาการและความปลอดภัยของอาหารจึงเป็นเรื่องที่บริษัทให้ความสำคัญ รวมถึงการมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคในแต่ละท้องที่ ด้วยต้นทุนที่มีประสิทธิภาพที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีราคาที่เหมาะสมสำหรับผู้บริโภค

ตลอดปี 2568 ที่ผ่านมา โลกยังคงพบกับความท้าทายหลายด้าน 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 พิจารณอนุมัติเงินปันผลทั้งปี จำนวน 1.25 บาท ต่อหุ้น ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569

ในช่วงเวลาที่ผ่านมา ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง ความท้าทาย และการแข่งขันที่มีมากขึ้น บริษัทได้มีการปรับโครงสร้างการดำเนินธุรกิจและบริหารการใช้สินทรัพย์ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น พร้อมไปกับการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องและการขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัลทั่วทั้งองค์กร ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัท

บริษัทมุ่งมั่นในการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนร่วมกับสังคมรอบด้าน ให้ความสำคัญกับการดูแลสิทธิมนุษยชน การอนุรักษ์ดูแลทรัพยากรน้ำและความหลากหลายทางชีวภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการมุ่งสู่การเป็นองค์กรคาร์บอนต่ำเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างเป็นรูปธรรม และบริษัทมีความเชื่อมั่นว่าจะสามารถบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ได้ดังที่ตั้งไว้ในปี 2593 (ค.ศ. 2050)

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



นายสุกิต เจียรวนนท์
ประธานกรรมการ



นายประสิทธิ์ บุญดวงประเสริฐ
ประธานคณะผู้บริหาร



ความมุ่งมั่นของบริษัท

วิสัยทัศน์

ครัวของโลก

ปณิธาน

สร้างความมั่นคงทางอาหาร
ให้แก่ผู้บริโภคทั่วโลก

พันธกิจ

ดำเนินธุรกิจ**เกษตรอุตสาหกรรมและอาหารแบบครบวงจร** ที่มุ่งมั่นสร้างสรรค์นวัตกรรมในการดำเนินงานเพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในด้านคุณค่าทางโภชนาการ รสชาติและความปลอดภัย สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ โดยให้ความสำคัญในการสร้าง**กระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน**พร้อมไปกับการ**ใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม**และ**ดูแลสิ่งแวดล้อม**เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับแนวหน้าของอุตสาหกรรม ด้วยความใส่ใจในผู้มีส่วนได้เสียรอบด้านตลอดห่วงโซ่อุปทานบนพื้นฐานการเคารพสิทธิมนุษยชนและการกำกับกิจการที่ดี**เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน**



จัดอยู่ใน 500 บริษัทชั้นนำ
ในเอเชียแปซิฟิก Time Asia-Pacific's
Best Company 2025



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



ได้รับการประเมิน
MSCI ESG RATINGS
ที่ระดับ B



ได้รับคัดเลือกเป็นหุ้นยั่งยืน
ระดับ AAA ในกลุ่มเกษตร
อุตสาหกรรมอาหาร
จากตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย



เป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืน
ดาวโจนส์ประเภทตลาดเกิดใหม่
ในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์
อาหาร ต่อเนื่องเป็นปีที่ 11



เป็นสมาชิกโครงการแนวร่วม
ปฏิบัติของภาคเอกชนไทย
ในการต่อต้านทุจริต และได้รับ
CAC Change Agent Award
ประจำปี 2568



ครัวของโลก

เป้าหมายกลยุทธ์ : ความสำเร็จของลูกค้า คือ ความสำเร็จของ CPF

นวัตกรรมและเทคโนโลยี พลักดันกลยุทธ์

กลยุทธ์สินค้า / ช่องทาง



สินค้าดี ราคาคุ้มค่า



พนักงานกำลังพัฒนา



พัฒนาคุณค่า

กลยุทธ์ดำเนินงาน



ลดต้นทุนด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพ



มุ่งสู่ความเป็นเลิศในการดำเนินงาน



มุ่งสู่องค์กรดิจิทัล

กลยุทธ์สร้างรากฐาน



พัฒนาคน
ให้เป็นคนดีและคนเก่ง



บริษัทที่เป็นสมาชิกที่ดี
ของประเทศ

การกำกับดูแลกิจการและการเคารพสิทธิมนุษยชนรอบด้าน



สามประโยชน์ สู่ความยั่งยืน
(ต่อประเทศ ประชาชน และบริษัท)



ยอมรับการเปลี่ยนแปลง



ทำเร็วและมีคุณภาพ



ทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย



มีคุณธรรม ความซื่อสัตย์
และรู้จักตอบแทนบุญคุณ



สร้างสรรค์สิ่งใหม่



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



ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการองค์กรระดับดีเลิศ

(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

สัดส่วนการถือหุ้นของ
เครือเจริญโภคภัณฑ์

(ณ วันที่ 13 มีนาคม 2569)

49.51%

ภาษีจ่าย ปี 2568

9,175 ล้านบาท

มูลค่าหลักทรัพย์

(ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568)

183,272 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



อัตราการจ่ายปันผล ปี 2568

41% นโยบายการจ่ายเงินปันผลจำนวน
ไม่น้อยกว่า 30% ของกำไรสุทธิประจำปี

ตราสารหนี้

30 ชุดในตลาดตราสารหนี้ไทย
ที่ยังไม่ครบกำหนดไถ่ถอน

ผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่การเงินที่สำคัญ

สภาพภูมิอากาศ

ผลการดำเนินงานในปี 2568

25% ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2
ต่อหน่วยการผลิตเมื่อเทียบกับปีฐาน 2558

35% สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ครอบคลุมกิจการประเทศไทย

ความหลากหลายทางชีวภาพ และระบบนิเวศ

43% วัตถุดิบหลักมาจากแหล่งที่ไม่ตัดไม้ทำลายป่า

เป้าหมาย 100% ของวัตถุดิบหลักมาจากพื้นที่ที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า
ครอบคลุมประเทศไทย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ กัมพูชา มาเลเซีย อินโดนีเซีย และลาว

ชุมชน

71% สัดส่วนมูลค่าวัตถุดิบจากท้องถิ่น

ครอบคลุมทุกกิจการที่มีฐานผลิต

ความหลากหลาย ความเท่าเทียม และการยอมรับความแตกต่าง

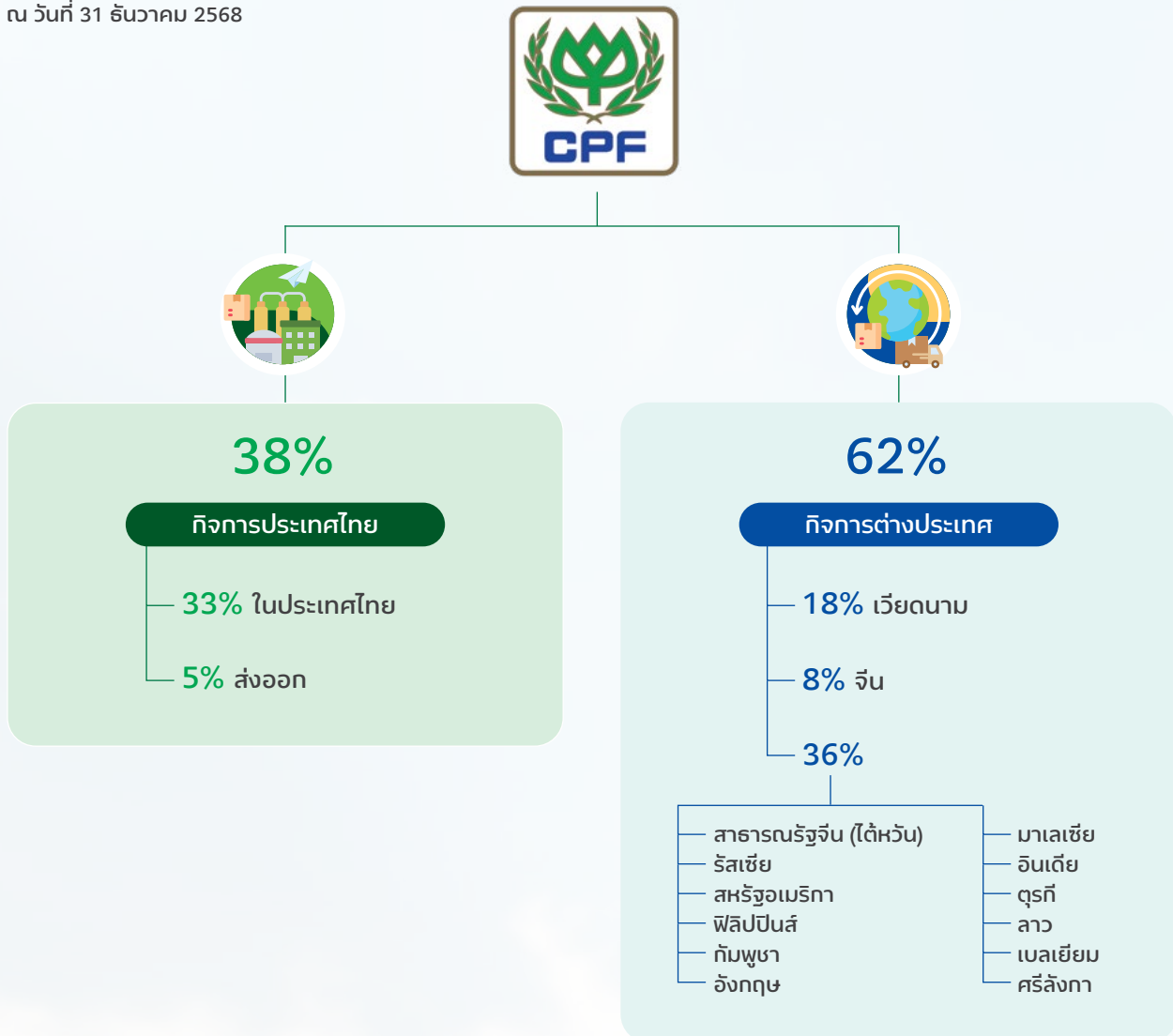
45% ของพนักงานและคนงานเป็นผู้หญิง

ครอบคลุมทุกกิจการที่มีฐานผลิต

โครงสร้างการดำเนินงานธุรกิจ

สัดส่วนรายได้จากการขายปี 2568

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568



บริษัทร่วม และการร่วมค้า *

สัดส่วนการถือหุ้นโดยบริษัท ทั้งทางตรงและทางอ้อม

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

หมายเหตุ : * แสดงเฉพาะบริษัทร่วมและร่วมค้าบางส่วน



กิจการของบริษัท

รายละเอียดฐานการผลิตของบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

	ธุรกิจ อาหารสัตว์	ธุรกิจเลี้ยงสัตว์-แปรรูป			ธุรกิจ อาหาร
		 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 เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด” เพื่อผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ในเขตภาคใต้ของประเทศไทย

ปี 2530

จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

แห่งประเทศไทยภายใต้ชื่อย่อ “CPF”



ปี 2537

แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด

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 โดยใช้ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญที่มีมาใช้อย่างเป็นต้นแบบในการพัฒนาธุรกิจในประเทศที่เข้าไปลงทุน



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 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 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นผลให้สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทใน CPP เพิ่มขึ้นจาก 76.2% เป็น 100%

ตุลาคม

เข้าร่วมลงทุนกับ NH Foods Ltd.

เพื่อร่วมพัฒนาและผลิตอาหารแปรรูปจากเนื้อสุกร สำหรับจัดจำหน่ายในประเทศไทยและจัดจำหน่ายในภูมิภาคเอเชีย

ปี 2549

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



ปี 2553

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



ธุรกิจของบริษัท

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

วัตถุดิบ

ธุรกิจอาหารสัตว์

ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป

วัตถุดิบหลัก



ข้าวโพด



กากถั่วเหลือง



ข้าวสาลี



มันสำปะหลัง



การผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ รวมถึงขนมสัตว์เลี้ยง

พัฒนานวัตกรรมกระบวนการผลิตอาหารสัตว์ รวมถึงขนมสัตว์เลี้ยง ควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญต่อการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และรับผิดชอบต่อผู้เกี่ยวข้องรอบด้าน มีการสนับสนุนภาคการผลิตของเกษตรกรท้องถิ่น ตลอดจนมีระบบตรวจสอบย้อนกลับถึงที่มาของวัตถุดิบ



การเพาะพันธุ์สัตว์ การเลี้ยงสัตว์เพื่อการค้า และการแปรรูปเนื้อสัตว์ขึ้นพื้นฐาน และ การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ชำแหละ นำเทคโนโลยีทันสมัยมีประสิทธิภาพในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาใช้ตลอดกระบวนการเลี้ยงควบคู่ไปกับการดูแลความเป็นอยู่ของสัตว์ตามหลักสวัสดิภาพสัตว์สากล เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล



ธุรกิจอาหาร

ช่องทางการจัดจำหน่าย



ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูป
กึ่งปรุงสุกและปรุงสุกและอาหารสำเร็จรูป หรืออาหาร
พร้อมรับประทาน รวมถึงธุรกิจร้านอาหาร

เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารพร้อม
รับประทานที่มีคุณภาพในด้านคุณค่าทางโภชนาการเพื่อสุขภาพที่ดี
และราคาที่เหมาะสมด้วยนวัตกรรมการผลิตที่ทันสมัย เป็นมิตร
ต่อสิ่งแวดล้อม และมีระบบสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอด
กระบวนการผลิต

บริษัทจัดจำหน่ายผ่านหลายช่องทาง รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่าย
ผ่านร้านอาหารของบริษัท เช่น จุดจำหน่ายสินค้าหั่วดาว ร้านอาหาร
เชสเตอร์ และศูนย์อาหาร Food World

ช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก



ตลาดสด



โมเดิร์นเทรด

ได้แก่ ร้านค้าส่งสมัยใหม่ ไฮเปอร์มาร์เก็ต
ซูเปอร์มาร์เก็ต มินิซูเปอร์มาร์เก็ต และ
ร้านสะดวกซื้อ



ธุรกิจฟู้ดเซอร์วิส



ระบบอิเล็กทรอนิกส์
(e-commerce)

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

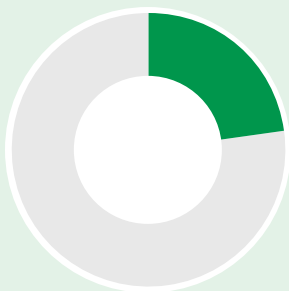


ธุรกิจอาหารสัตว์

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 และอาหารกึ่ง ทั้งในรูปแบบอาหารและอาหารสำเร็จรูปชนิดผงและเม็ด โดยเป็นการผลิตและจำหน่ายภายในประเทศที่ดำเนินธุรกิจเป็นหลัก

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



การเลือกที่ตั้งและรูปแบบโรงงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับการเลือกทำเลโรงงานในพื้นที่เกษตรอุตสาหกรรม โดยพิจารณาปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและสาธารณูปโภคเป็นหลัก โรงงานถูกออกแบบให้อยู่ในพื้นที่สูง มีแหล่งน้ำเพียงพอ และตั้งห่างจากชุมชนและพื้นที่การเลี้ยงสัตว์ เพื่อลดความเสี่ยงการปนเปื้อนและรักษามาตรฐานความปลอดภัยด้านอาชีวอนามัย การออกแบบโรงงานใช้แนวคิดโรงงานสีเขียว (Green Factory) และระบบโรงงานอัจฉริยะ (Smart Factory) พร้อมติดตั้งระบบควบคุมผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ระบบบำบัดอากาศเสีย Wet Scrubber ระบบไอโซนกำจัดกลิ่น และระบบดักจับฝุ่นไซโคลอน รวมถึงลดการใช้ถ่านหินในการผลิต นอกจากนี้ โรงงานยังนำเทคโนโลยี AI มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้วยระบบควบคุมอัตโนมัติเต็มรูปแบบ และใช้ AI Vision ตรวจสอบคุณภาพในทุกขั้นตอน ลดการใช้แรงงานในจุดเสี่ยงเพื่อเพิ่มความปลอดภัยและความปลอดภัย

สูตรการผลิตอาหารสัตว์

บริษัทคิดสูตรอาหารที่สอดคล้องกับความต้องการทางโภชนาการของสัตว์แต่ละประเภทในแต่ละช่วงวัย ให้ได้รับคุณค่าทางอาหารเพียงพอต่อการเจริญเติบโต ตลอดจนการใช้โปรไบโอติกในอาหารสัตว์เพื่อส่งเสริมระบบการย่อยอาหาร และเสริมสร้างความแข็งแรงของสัตว์ส่งผลให้สัตว์มีสุขภาพที่ดี ไม่เจ็บป่วย ซึ่งทำให้สามารถลดการใช้จ่ายในสัตว์ได้

การคัดสรรวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ประกอบด้วยข้าวโพด ถั่วเหลือง ข้าวสาลี มันสำปะหลัง และส่วนประกอบวิตามินและแร่ธาตุอื่นๆ วัตถุดิบที่ใช้มีคุณภาพตามมาตรฐานที่ได้รับการรับรอง โดยบริษัทดำเนินนโยบายการจัดซื้อวัตถุดิบจากแหล่งผลิตในประเทศเป็นลำดับแรก เพื่อเป็นการสนับสนุนภาคการผลิตของเกษตรกรท้องถิ่น และมุ่งมั่นในการจัดหาวัตถุดิบหลักทางการเกษตรอย่างรับผิดชอบสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ถึงแหล่งเพาะปลูก



การผลิตและควบคุมคุณภาพ

บริษัทผลิตและการควบคุมการผลิตด้วยระบบอัตโนมัติและเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในกระบวนการผลิตร่วมกับหุ่นยนต์ภายใต้ระบบมาตรฐานสากลที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานอิสระภายนอก เพื่อความปลอดภัยของพนักงานและเพื่อลดความเสี่ยงจากการปนเปื้อนในกระบวนการผลิต ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์ทุกในกิจการประเทศไทยได้รับการรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ทุกรายการตามเจตนารมณ์ของบริษัทที่ต้องการลดการปลดปล่อยคาร์บอนตลอดห่วงโซ่คุณค่า

การขายและบริการหลังการขาย

บริษัทตระหนักว่าความสำเร็จของเกษตรกรคือรากฐานของความยั่งยืนในธุรกิจอาหารสัตว์ จึงให้การสนับสนุนด้านวิชาการผ่านทีมผู้เชี่ยวชาญ เพื่อแนะนำการใช้อาหารสัตว์อย่างถูกต้อง พร้อมให้ความรู้เรื่องการเลี้ยงสัตว์ การจัดการฟาร์ม การตรวจสอบสุขภาพ และการใช้เทคโนโลยีในกระบวนการเลี้ยง นอกจากนี้ ยังมีบริการช่วยเหลือและพัฒนาบุคลากรสำหรับลูกค้าเพื่อเสริมศักยภาพธุรกิจ บริษัทจำหน่ายอาหารสัตว์ทั้งโดยตรงและผ่านตัวแทน พร้อมยึดหลักการตลาดที่รับผิดชอบ และเพิ่มช่องทางออนไลน์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่เกษตรกรในพื้นที่ห่างไกล

6 ปัจจัยความสำเร็จ

ของธุรกิจอาหารสัตว์

- 1  วัตถุดิบมีคุณภาพ ได้คุณค่าทางโภชนาการ
- 2  สูตรอาหารสัตว์ที่เหมาะสมกับประเภทและความต้องการทางโภชนาการ
- 3  กระบวนการผลิตที่ทันสมัย ปลอดภัย ดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคม
- 4  สืบค้าคุณภาพและตรวจสอบย้อนกลับได้
- 5  ประสิทธิภาพการผลิต ที่ทำให้มีต้นทุนที่แข่งขันได้
- 6  ถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้ ที่ทันสมัยเกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์ แก่เกษตรกร





ธุรกิจเลี้ยงสัตว์ และแปรรูป

รายได้จากธุรกิจเลี้ยงสัตว์
และแปรรูป ปี 2568

308,851

ล้านบาท



หรือคิดเป็น

54%

ของรายได้
จากการขายรวม

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

ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูปประกอบด้วยห่วงโซ่อุปทาน การเลี้ยงสัตว์เพื่อการค้า และการแปรรูปเนื้อสัตว์ขั้นพื้นฐาน โดยบริษัทคัดเลือกและพัฒนาสายพันธุ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในแต่ละพื้นที่ พร้อมประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่และระบบดิจิทัลในทุกขั้นตอนการเลี้ยง ควบคู่กับการดูแลความเป็นอยู่ที่ดีของสัตว์ตามหลักสวัสดิภาพสัตว์สากล เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและปลอดภัย ผลิตภัณฑ์หลักประกอบด้วยพันธุ์สัตว์สัตว์มีชีวิต เนื้อสัตว์ที่ผ่านการแปรรูปขั้นพื้นฐาน (เนื้อสัตว์แบ่งเป็นชิ้นส่วน) และไข่ไก่โดยสัตว์หลัก ได้แก่ สุกร ไก่เนื้อ ไก่ไข่ เป็ด และกิ้ง



การเลือกที่ตั้งและรูปแบบฟาร์ม

บริษัทให้ความสำคัญต่อผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับชุมชนและสิ่งแวดล้อม โดยคัดเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมและมีสาธารณูปโภคพื้นฐานเพียงพอ รวมทั้งดำเนินงานภายใต้ระบบความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity) เพื่อลดความเสี่ยงจากโรคฟาร์มได้รับการออกแบบตามแนวคิดฟาร์มอัจฉริยะ โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบอัตโนมัติมาควบคุมสภาพแวดล้อม การให้อาหาร และการตรวจสุขภาพสัตว์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น พร้อมยึดหลักสวัสดิภาพสัตว์ และพัฒนาเป็นฟาร์มสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม บริษัทบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ระบบจัดการของเสีย ระบบบำบัดน้ำ และการนำของเสียจากฟาร์มไปผลิตชีวมวลและก๊าซชีวภาพ เพื่อใช้เป็นพลังงานหมุนเวียนในการผลิตไฟฟ้าภายในฟาร์ม

การพัฒนาเพาะพันธุ์สัตว์

สำหรับพันธุ์สัตว์ บริษัทคัดเลือกและนำเข้าทวดพันธุ์สุกรและปွ่าพันธุ์ไก่เนื้อและไก่ไข่จากอเมริกา ยุโรป และออสเตรเลีย เพื่อนำมาพัฒนาสายพันธุ์ให้เหมาะกับสภาพแวดล้อมและความต้องการของตลาดในแต่ละประเทศ ส่วนการเลี้ยงกึ่งบริษัทพัฒนาสายพันธุ์ของตนเองโดยใช้หลักพันธุศาสตร์และเทคโนโลยีชีวภาพ เพื่อให้ได้พันธุ์ที่แข็งแรง ด้านทานโรคได้ดี ให้ผลผลิตสูง และรองรับสภาพการเลี้ยงในแต่ละพื้นที่ รวมทั้งตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

การเลี้ยงสัตว์

บริษัทพัฒนาระบบการเลี้ยงสัตว์ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยภายใต้หลัก “อิสระ 5 ประการ” เพื่อสวัสดิภาพสัตว์ นอกจากนี้บริษัทไม่ใช้ฮอร์โมนเร่งการเจริญเติบโต และให้สัตว์สามารถแสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติ บริษัทได้ยกระดับกระบวนการผลิตด้วยระบบฟาร์มอัจฉริยะและเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการและลดความจำเป็นในการเข้าพื้นที่เลี้ยงสัตว์ของบุคลากร ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการลดความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของโรค บริษัทยังดำเนินโครงการ Space Safety Standard ในธุรกิจไก่เนื้อในประเทศไทย เพื่อรับรองความปลอดภัยด้านอาหารในระดับสูงสุดตามมาตรฐานขององค์การนาซา นอกจากนี้ บริษัทมีโครงการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรรายย่อย (Contract Farming) ซึ่งเป็นโครงการที่ส่งเสริมอาชีพเกษตรกร ลดความเสี่ยงด้านตลาดและให้การสนับสนุนด้านเทคโนโลยี อาหารสัตว์ และทีมวิชาการ เพื่อสร้างความยั่งยืนในภาคการเกษตร

ขั้นตอนการแปรรูปขั้นพื้นฐาน

บริษัทดำเนินการแปรรูปเนื้อสัตว์ตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ครอบคลุมทั้งกระบวนการขนส่งและการแปรรูป โดยกำหนดระยะทางจากฟาร์มไปโรงงานที่เหมาะสมและมาตรฐานการลดความเครียดของสัตว์ก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต กิจกรรมในแต่ละประเทศดำเนินการขอการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานอิสระภายนอกโดยยึดข้อกำหนดของบริษัทและลูกค้า รวมถึงกฎหมายของประเทศนั้นๆ เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการผลิตมีความปลอดภัยและได้มาตรฐานระดับสากล

บรรจุภัณฑ์

บริษัทให้ความสำคัญต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตอบโจทย์การใช้งาน สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภคผ่านงานออกแบบ และช่วยรักษาคุณภาพอาหารให้สะอาดและปลอดภัย โดยมุ่งเน้นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับธุรกิจเลี้ยงสัตว์ให้มีความยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ

การขายและช่องทางการจัดจำหน่าย

สำหรับพันธุ์สัตว์ รวมถึงสัตว์มีชีวิตส่วนใหญ่เป็นการขายที่หน้าฟาร์ม สำหรับส่วนชิ้นส่วนเนื้อสัตว์ ไก่ และผลิตภัณฑ์พลอยได้จากการเลี้ยงสัตว์มีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย ตลาดสด (Traditional Market) ช่องทางการค้าส่งค้าปลีกที่ทันสมัย (Modern Trade) ทั้งนี้ ธุรกิจเลี้ยงสัตว์มีการเติบโตตามความต้องการที่เพิ่มขึ้น จากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นและการเข้าถึงเนื้อสัตว์ที่มีคุณภาพในราคาที่เข้าถึงได้สะดวกขึ้น

7 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

ของธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป

- 1  สายพันธุ์สัตว์ที่แข็งแรง
- 2  อาหารสัตว์คุณภาพ
- 3  โรงเรือน โรงงาน และอุปกรณ์ที่เหมาะสม
- 4  การบริหารจัดการการเลี้ยงสัตว์ที่ดี
- 5  กระบวนการผลิตที่ปลอดภัย ได้มาตรฐานสากล
- 6  ระบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ
- 7  การจัดการความปลอดภัยทางชีวภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน



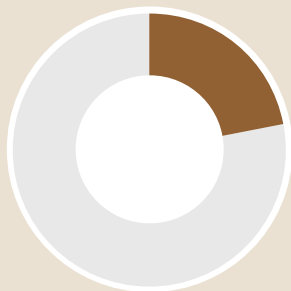


ธุรกิจอาหาร

รายได้จากธุรกิจอาหาร ปี 2568

131,226

ล้านบาท



หรือคิดเป็น

23%

ของรายได้
จากการขายรวม

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

บริษัทมุ่งพัฒนาอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ รสชาติที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และความปลอดภัยตลอดห่วงโซ่การผลิต พร้อมกำหนดราคาที่เหมาะสมและมีความหลากหลายตามความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ผ่านช่องทางการขายที่หลากหลายทั้งของบริษัทและช่องทางภายนอก เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหารแก่ผู้บริโภคทั่วโลก

บริษัทเพิ่มมูลค่าให้เนื้อสัตว์โดยพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและอาหารพร้อมรับประทาน ผ่านเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยและได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล ระบบการผลิตถูกออกแบบให้ตรวจสอบย้อนกลับได้ทุกขั้นตอน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร นอกจากนี้บริษัทพัฒนาระบบขนส่งให้สอดคล้องกับมาตรฐานด้านอาชีวอนามัย และจัดทำฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่สะอาด 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

บริษัทดำเนินการผลิตภายใต้มาตรการคุณภาพและความปลอดภัย ตลอดจนกระบวนการผลิต พร้อมมุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมการผลิตให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อการบริโภค ระบบเทคโนโลยีอัตโนมัติและหุ่นยนต์ถูกนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความแม่นยำในกระบวนการผลิต นอกจากนี้ บริษัทได้จัดตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศไทย เพื่อเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร ผ่านการวิจัยและพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและแนวโน้มตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

บรรจุภัณฑ์

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

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



แบรนด์ระดับโลกภูมิภาค

ยุโรป



อเมริกา



ออสเตรเลีย



แบรนด์ในประเทศไทย



แบรนด์ร้านอาหาร



เราใส่ใจสร้างสรรค์อาหารที่มีคุณภาพ
และปลอดภัย เพื่อสร้างความพึงพอใจ
ให้กับผู้บริโภคทั่วทุกมุมโลก



ผลิตภัณฑ์จากไก่และเป็ด



ผลิตภัณฑ์จากหมู





ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ



ผลิตภัณฑ์จากไข่



หมายเหตุ : * รูปถ่ายสินค้าที่แสดง เป็นตัวอย่างบางส่วนของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทผลิตและจำหน่าย



ผลิตภัณฑ์ไส้กรอก



ผลิตภัณฑ์โปรตีนจากพืช





ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทาน / พร้อมปรุง



ผลิตภัณฑ์ซูปและซอส และอาหารทางการแพทย์



หมายเหตุ : * รูปถ่ายสินค้าที่แสดง เป็นตัวอย่างบางส่วนของผู้ผลิตที่บริษัทผลิตและจำหน่าย

นวัตกรรมจากใจสู่จาน

นวัตกรรมเป็นหัวใจสำคัญในการรักษาและเสริมสร้างความเป็นผู้นำของบริษัท บริษัทจึงมุ่งขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่องและรอบด้าน โดยนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ทั้งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค การยกระดับประสิทธิภาพกระบวนการทำงาน ลดขั้นตอนและผลกระทบต่อสุขภาพของบุคลากร ควบคู่กับการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน



นวัตกรรมอาหาร



นวัตกรรมโปรตีนถั่วเหลืองแบบใหม่ (Innovative Soya)

นวัตกรรมโปรตีนถั่วเหลืองเป็นนวัตกรรมการผลิตเนื้อจากพืชที่โดดเด่นด้วยการปรับโครงสร้างโมเลกุลของโปรตีนถั่วเหลืองให้มีลักษณะเป็นเส้นใยเหมือนเนื้อสัตว์จริง (Meat-like Texture) นวัตกรรมนี้ช่วยแก้ข้อจำกัดเดิมของโปรตีนเกษตรทั่วไปในเรื่องสัมผัสที่แห้งและลดปัญหาการกินไม่พึงประสงค์ในโปรตีนจากพืชได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังทำให้มีรสชาติที่ดีขึ้น พร้อมทั้งยังคงคุณค่าทางโภชนาการสูง คอเลสเตอรอลต่ำ นวัตกรรมโปรตีนถั่วเหลืองได้รับรางวัลจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นอนุสิทธิบัตร คือความสำเร็จในการพัฒนาเทคโนโลยี “PLANT-TEC”

Brainer The brain drink



Brainer คือนวัตกรรมเครื่องดื่มฟังก์ชันที่มาจากทีมงานในประเทศโปแลนด์ที่ปฏิบัติงานด้วยแนวคิด “The Brain Drink” โดยมุ่งเน้นการเพิ่มสมรรถภาพทางสมองแทนการกระตุ้นร่างกายแบบเครื่องดื่มชูกำลังทั่วไป จุดเด่นอยู่ที่สูตรไร้สารกระตุ้น (Stimulant-Free) ที่ไม่มีคาเฟอีน ทอรีน หรือน้ำตาล เพื่อหลีกเลี่ยงอาการใจสั่นและภาวะอ่อนเพลียหลังหมดฤทธิ์ แต่เลือกใช้นวัตกรรมการผสมผสานสารกลุ่ม 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

ไก่ทอดราดซอสบันบัง (Chicken Nanban)

นวัตกรรมไก่ทอดสไตล์ญี่ปุ่นที่มาพร้อมซอสบาร์บิคูเอและบรรจุภัณฑ์พิเศษในรูปแบบ Cup Deli สำหรับลูกค้าร้านสะดวกซื้อในประเทศญี่ปุ่น เป็นนวัตกรรมที่ยกระดับอาหารพร้อมทานด้วยเทคโนโลยีสิทธิบัตรด้านกระบวนการผลิตที่สามารถรักษา “ความกรอบ” ของไก่ทอดไว้ได้หลังการแช่เย็น (Chilled) และช่วยยืดอายุการเก็บรักษา (Shelf-life) ให้ยาวนานขึ้น ซึ่งเป็นจุดเด่นเหนือคู่แข่งในตลาด ความเป็นเลิศของนวัตกรรมนี้ยังอยู่ที่การออกแบบธุรกิจให้มีประสิทธิภาพสูงสุด (Operational Excellence) โดยสามารถผลิตได้จากสายการผลิตเดิมโดยไม่ต้องลงทุนเครื่องจักรใหม่ 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 การนำอาหารสุกรที่เหลือผ่านกระบวนการให้ความร้อน เพื่อผลิตเป็นซีเมนต์ที่มีความเป็นด่างสูง ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการฆ่าเชื้อโรคได้ รวมถึงการนำน้ำที่เกิดจากกิจกรรมการเลี้ยงสุกรมารวบรวมในบ่อหมักขนาดใหญ่เพื่อผลิตเป็นก๊าซชีวภาพ (Biogas) โดยก๊าซที่ได้ถูกนำไปใช้ผลิตกระแสไฟฟ้าและใช้ภายในฟาร์ม ตลอดจนสามารถต่อยอดเป็นก๊าซหุงต้มสำหรับใช้ในครัวเรือน และแจกจ่ายให้แก่ชุมชนโดยรอบฟาร์ม นอกจากนี้ กากตะกอนจากมูลสุกรที่ผ่านกระบวนการบำบัดแล้วยังสามารถนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตปุ๋ยชีวภาพได้อีกด้วย โครงการดังกล่าวช่วยลดการใช้พลังงานจากภายนอกลดต้นทุนการดำเนินงานและค่าใช้จ่ายของครัวเรือน พร้อมทั้งสร้างรายได้เสริมให้แก่เกษตรกรและชุมชนโดยรอบ



โครงการ Waste to Worth ของธุรกิจไก่เนื้อ เปิดเนื้อในประเทศไทย

จากการเกิดของเสียที่เกิดขึ้นจากการผลิตของฟาร์มไก่เนื้อและเปิดเนื้อ ซึ่งไม่มีมูลค่าและเกิดเป็นต้นทุนในการจัดการ บริษัทได้พัฒนาการจัดการของเสียผ่าน 4 แนวทางหลัก ได้แก่ 1. การนำเปลือกไข่ไปผสมพัฒนาสุกภัณฑ์แบบรักษ์โลก 2. การทำปุ๋ยเปลือกไข่เพื่อใช้ในพื้นที่เกษตรของชุมชน 3. การพัฒนาไบโอซีเมนต์แก้ปัญหาดินเค็ม-ดินเสื่อม และ 4. การแปรรูปขยะบรรจุภัณฑ์เป็นเชื้อเพลิง RDF (Refuse Derived Fuel) ที่ช่วยลดการฝังกลบของเสีย โครงการนี้สร้างประโยชน์ต่อเศรษฐกิจชุมชน ยกกระดับคุณภาพชีวิตเกษตรกรในพื้นที่ พร้อมลดก๊าซเรือนกระจก ช่วยให้ฟาร์มกำจัดของเสียอย่างมีคุณค่า

โครงการการจัดการแบบบูรณาการ เพื่อลดเชื้อแบคทีเรียดื้อยาตลอดห่วงโซ่การผลิตสุกรอย่างยั่งยืน

บริษัทดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักการใช้ยาปฏิชีวนะอย่างรับผิดชอบ และสมเหตุผล และยังคงพัฒนา “โครงการการจัดการแบบบูรณาการ เพื่อลดเชื้อแบคทีเรียดื้อยาตลอดห่วงโซ่การผลิตสุกรอย่างยั่งยืน” อย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับความปลอดภัยขั้นสูงสุดด้วยการลดการปนเปื้อนเชื้อดื้อยาในฟาร์มสุกรและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนผลิตเนื้อสุกรที่ปลอดภัยผ่าน 5 ขั้นตอนหลักสู่หมูปลอดภัย ได้แก่ การพัฒนาแนวทางการใช้ยาอย่างสมเหตุผล การจัดการสุขภาพสุกรเชิงป้องกัน การตรวจติดตามความไวต่อยา การพัฒนาการตรวจยีนดื้อยาในผลิตภัณฑ์โปรไบโอติกและวัคซีนแบคทีเรีย ซึ่งถือเป็น “นวัตกรรมแห่งแรกของโลก” และการติดตามการปนเปื้อนตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ความมุ่งมั่นดังกล่าวนำมาซึ่งผลประโยชน์ควบคู่ไปกับการลดปริมาณการใช้ยาปฏิชีวนะในสุกรเพื่อส่งมอบเนื้อสุกรคุณภาพสูงที่ปลอดภัยและมีสุขภาพที่ดีแก่ผู้บริโภคได้อย่างยั่งยืน

5 ขั้นตอนสู่เนื้อหมูปลอดภัย

- 1 การพัฒนาการใช้ยาปฏิชีวนะอย่างรับผิดชอบและสมเหตุผล
- 2 การจัดการสุขภาพสุกรตามรูปแบบการใช้ยาปฏิชีวนะ
- 3 การพัฒนาวิธีการตรวจความไวต่อยาปฏิชีวนะ และการตรวจติดตามเชื้อดื้อยา
- 4 การพัฒนาตรวจยีนดื้อยาในโปรไบโอติกและวัคซีนแบคทีเรียชนิดเชื้อเป็น
- 5 การติดตามการปนเปื้อนของเชื้อแบคทีเรียดื้อยาตลอดห่วงโซ่คุณค่า



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

นวัตกรรมดิจิทัลที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อขจัดความท้าทายของสัตวแพทย์บริการที่ต้องรับภาระในการสืบค้นข้อมูลและตอบคำถาม ทำให้ต้องใช้เวลาและขาดความคล่องตัว ซึ่งลดทอนประสิทธิภาพการดำเนินงานในภาพรวมโดยพบว่าจุดวิกฤตสำคัญอยู่ที่ 2 กระบวนการ ได้แก่ การวินิจฉัยโรค และการเลือกใช้ยารักษา จนนำมาสู่แนวทางการจัดการข้อมูลแบบครบวงจรที่เชื่อมโยงทั้งการรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ และการแก้ไขปัญหาเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดกระบวนการใหม่ที่จะช่วยให้นักวิชาการเกิดขึ้นได้อย่างทันทั่วทั้งผ่านการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง และผู้จัดการฟาร์มหรือสัตวบาลสามารถเข้าถึงสัตวแพทย์ได้รวดเร็วขึ้น จึงเกิดเป็นแอปพลิเคชัน Smart Diagnostic เพื่อการวินิจฉัยโรคได้อย่างถูกต้อง และ Smart Drug เพื่อเลือกใช้ยาได้เหมาะสมกับโรค

Smart Diagnostic
วินิจฉัยโรคได้ถูกต้อง

- 1 วินิจฉัยโรคได้ถูกต้อง 100%
- 2 ค้นหาโรคได้รวดเร็ว
- 3 ฐานข้อมูล เชื้อแบคทีเรียที่ติด ยา และผลการรักษา การขึ้นชื่อ มากกว่า 30 ปี
- 4 ค้นหา การวินิจฉัยโรค เชื้อแบคทีเรีย
- 5 บริการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ เช่น ความผิดปกติ อาการ อื่นๆ

Smart Drug
เลือกยาให้เหมาะสมกับโรค

- 1 เลือกใช้ยาได้ถูกต้อง 100%
- 2 ค้นหาโรคได้รวดเร็ว
- 3 ฐานข้อมูล เชื้อแบคทีเรียที่ติด ยา และผลการรักษา การขึ้นชื่อ มากกว่า 30 ปี
- 4 ค้นหา การวินิจฉัยโรค เชื้อแบคทีเรีย
- 5 บริการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ เช่น ความผิดปกติ อาการ อื่นๆ
- 6 บริการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ เช่น ความผิดปกติ อาการ อื่นๆ

โครงการเครื่องนับลูกกุ้งแบบน้ำไหล

เครื่องนับลูกกุ้งแบบน้ำไหลเป็นนวัตกรรมที่ใช้เทคโนโลยีประมวลผลภาพ (Image Processing) ร่วมกับการกระจายลูกกุ้งด้วยน้ำไหลเพื่อช่วยให้การนับมีความแม่นยำสูงกว่า 95% สามารถนับได้รวดเร็วถึงระดับ 1,000-2,000 ตัวต่อวินาที และรองรับปริมาณมากถึง 3.6 ล้านตัวต่อชั่วโมง โดยระบบจะลำเลียงลูกกุ้งผ่านน้ำไหลเพื่อป้องกันการทับซ้อน จากนั้นกล้องจะตรวจจับและนับแบบเรียลไทม์ พร้อมทั้งสามารถแยกलगถึงชาย-ขาวตามจำนวนที่กำหนด ช่วยลดความผิดพลาดจากการนับด้วยคน และลดอัตราการลูกกุ้งขาดจากเดิม 0.5% เหลือเพียง 0.14% ถือเป็นเทคโนโลยีที่ยกระดับมาตรฐานการส่งมอบลูกกุ้งแบบนับขาย 100% และยังมีแผนต่อยอดให้รองรับกุ้งชนิดอื่นในอนาคต



โครงการรถจับกุ้งเคลื่อนที่

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



นวัตกรรมเพื่อความยั่งยืน



โครงการถาดไข่ rPET 100% บรรจุภัณฑ์รักษ์โลกที่ยั่งยืน

บริษัทขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืนผ่านโครงการ “บรรจุภัณฑ์ถาดไข่ไก่สดจากพลาสติกรีไซเคิล rPET 100%” ซึ่งถือเป็นต้นแบบการจัดการตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนสังคมไร้ขยะอย่างยั่งยืน โดยการนำพลาสติกใช้แล้วจากผู้บริโภค (PCR) กลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่สูงถึง 55% ควบคู่ไปกับการชวนนวัตกรรม “ดีไซน์เพื่อการรีไซเคิล” (Design for Recycling) โดยเปลี่ยนจากสติ๊กเกอร์พลาสติกแบบเดิม

ที่มีคราบขาว ซึ่งยากต่อการแยกออกจากพลาสติก ไปสู่การใช้ฉลากกระดาษสอดภายในบรรจุภัณฑ์ ช่วยลดการปนเปื้อนและเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการรีไซเคิลให้ดียิ่งขึ้นโดยมีการปรับปรุงรูปแบบดีไซน์เพื่อตอบโจทย์ตั้งแต่ต้นน้ำสู่ปลายน้ำในระบบการจัดการขยะพลาสติก ซึ่งวัสดุทั้งหมดผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยระดับ Food Grade ที่ไม่กระทบต่อคุณภาพไข่ไก่ โดยในปี 2568 นี้ โครงการสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึง 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

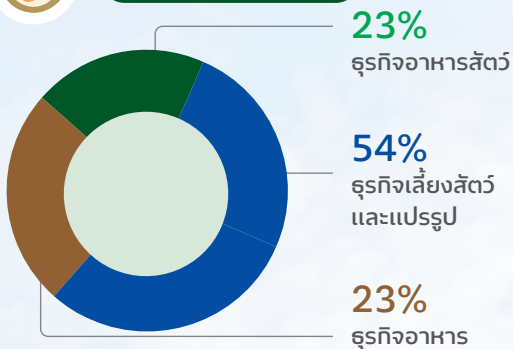
กำไรขั้นต้นที่ 96,665 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14 จากปีก่อน (อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 14.6 ของปี 2567 เป็นร้อยละ 16.9) และมีกำไรสุทธิ 25,197 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 29 จากปีก่อน ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

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

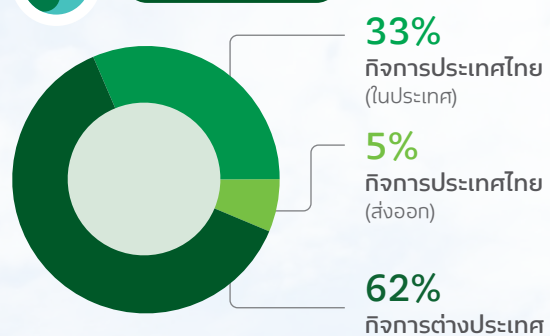
สัดส่วนรายได้จากการขาย



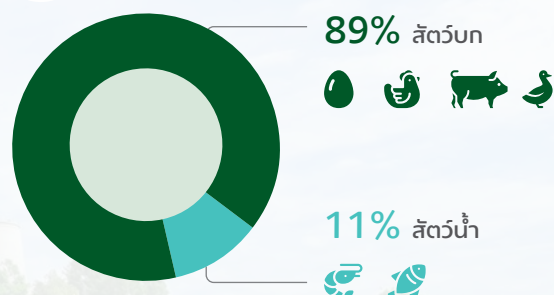
แบ่งตามผลิตภัณฑ์



แบ่งตามกิจการ

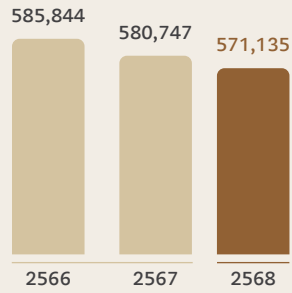


แบ่งตามส่วนธุรกิจ

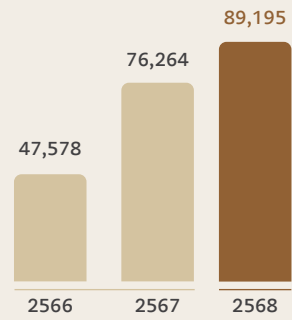




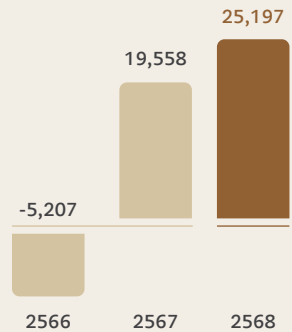
รายได้
จากการขาย
หน่วย : ล้านบาท



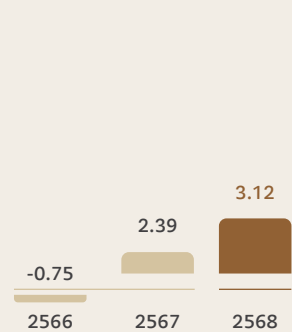
กำไร
ก่อนดอกเบี้ยภาษี
และค่าเสื่อมราคา
(EBITDA) ⁽¹⁾
หน่วย : ล้านบาท



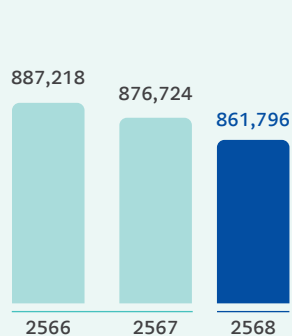
กำไรสุทธิ ⁽²⁾
หน่วย : ล้านบาท



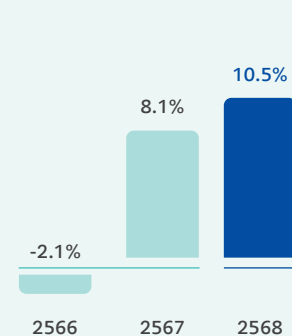
กำไรสุทธิต่อหุ้น
หน่วย : บาทต่อหุ้น



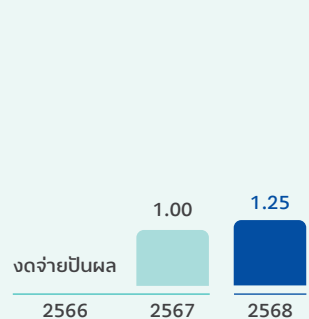
สินทรัพย์รวม
หน่วย : ล้านบาท



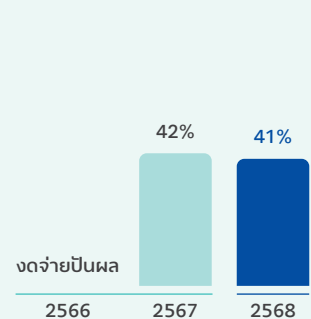
อัตราผลตอบแทน
ต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ⁽³⁾
หน่วย : ร้อยละ



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
- รางวัลบริษัทหลักทรัพย์สัมพันธ์ยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย
- รางวัลความยั่งยืนแห่งเอเชีย 2025



Thailand Top CEO of the Year 2025

ประเภทเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร 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)

SSON Impact Award 2025

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



International Business Award (IBA)

รางวัลระดับ Gold จัดโดย The Stevie Awards สหรัฐอเมริกา มอบให้แก่ธุรกิจห้าดาว ถือเป็นครั้งแรกของบริษัทไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารที่ได้รับรางวัลนี้



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 ให้แก่บริษัท 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 ไส้กรอกน้ำซุบ”
- 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

ซึ่งเป็นรางวัลด้านความคิดสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมโฆษณา มอบให้ธุรกิจห้าดาวจากผลงานโฆษณา "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 สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้ากรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ประเภทสถานประกอบการขนาดเล็กมอบแก่โรงงานผลิตอาหารสัตว์ฮาร์เกษม 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 Thôi 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 และ โปรไบโอติก 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



สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน)



Superior Taste Award 2025

ด้านรสชาติยอดเยี่ยม จัดโดย International Taste Institute ประเทศเบลเยียม มอบให้แก่ผลิตภัณฑ์อกเป็ดพริกไทยดำคลาสสิก สะโพกไก่ไร้กระดูกหมักพริกเสฉวน และอกไก่รสเกรปฟรุต



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



การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

บริษัทตระหนักและให้ความสำคัญกับการบูรณาการการสร้างคุณค่าร่วม บนพื้นฐานการเคารพสิทธิมนุษยชน โดยยึดหลักปรัชญา 3 ประโยชน์ที่การดำเนินธุรกิจต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์ของประเทศ ประชาชน และบริษัท พร้อมทั้งน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ เพื่อการเติบโตของธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าในระยะยาว

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



2 พื้นฐานของการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่สำคัญของบริษัท

สิทธิมนุษยชน

- บริษัทดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นการเคารพสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตามกฎหมายและหลักการสากล พร้อมมีระบบบริหารความเสี่ยงกลไกคุ้มครองและเยียวยา และการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความเข้าใจและคุณค่าร่วมอย่างเหมาะสมและรอบด้าน

การกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง และการปฏิบัติตามกฎระเบียบ

- บริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง และการปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด เพื่อสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืน สร้างดุลยภาพด้านสิ่งแวดล้อม และสร้างคุณค่าร่วมกับสังคม

กรอบยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน 7 ประเด็น

1 การรับมือต่อการเปลี่ยนแปลง

สภาพภูมิอากาศและเศรษฐกิจหมุนเวียน

บริษัทมีเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ตลอดห่วงโซ่มูลค่าในปี 2593 (ค.ศ. 2050) ซึ่งเป้าหมายและแผนการลดก๊าซเรือนกระจกตามหลักวิทยาศาสตร์ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวของบริษัทได้รับการรับรองจากองค์กร Science Based Targets initiative (SBTi) พร้อมทั้งมุ่งมั่นให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยนำหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการต่างๆ ตลอดห่วงโซ่มูลค่าของบริษัท

2 การดูแลทรัพยากรน้ำ

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การประเมินความเสี่ยงของแหล่งน้ำที่ใช้เพื่อป้องกันอุทกภัยและภัยแล้ง ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อลดการใช้น้ำต้นทุน จัดการน้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุดและนำเทคโนโลยีระบบน้ำหมุนเวียนมาใช้ควบคุมคุณภาพของน้ำก่อนปล่อยออกสู่สาธารณะ รวมถึงการร่วมมือกับภาครัฐและชุมชนในการดูแลแหล่งน้ำในท้องถิ่น

3 ความหลากหลายทางชีวภาพ

บริษัทตระหนักว่าความหลากหลายทางชีวภาพเป็นรากฐานสำคัญของความมั่นคงทางอาหารและการเติบโตอย่างยั่งยืน จึงมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบงานคุณหมิง-มอนทรีออล เพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ ผ่านการประเมินความเสี่ยง ลดผลกระทบต่อธรรมชาติ และบริหารจัดการวัตถุดิบที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า ควบคู่การปกป้องระบบนิเวศอย่างรอบด้าน

4 การเสริมพลังบุคลากร

บริษัทเชื่อว่าความสำเร็จขององค์กรเกิดจากบุคลากรที่มีศักยภาพและพร้อมปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง กระบวนการทำงานและเทคโนโลยีที่ส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงาน รวมถึงวัฒนธรรมองค์กรที่สอดคล้องกับทิศทาง การดำเนินธุรกิจ ดังนั้น บริษัทจึงบริหารทรัพยากรบุคคลที่มุ่งพัฒนาศักยภาพบุคลากร เทคโนโลยี และข้อมูลอย่างสมดุล สู่เป้าหมายการเป็น “Bionic Organization”

5 ความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน

ด้วยเล็งเห็นความสำคัญของความมั่นคงทางอาชีพและรายได้ รวมถึงการเข้าถึงทรัพยากรพื้นฐานที่เพียงพอเป็นปัจจัยสำคัญต่อความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน บริษัทจึงมุ่งมั่นส่งเสริมคุณภาพชีวิตและสร้างคุณค่าร่วมไปกับชุมชนรอบสถานประกอบการ และกลุ่มเปราะบางในสังคมอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผ่านกรอบยุทธศาสตร์ “4 ผสานสู่ความยั่งยืน: ชิด+คิด+ร่วม+ชาย)” ให้องค์กรมีส่วนพัฒนาโครงการต่างๆ ในการร่วมดูแลชุมชนรอบด้าน โดยเฉพาะในยามวิกฤต

6 คุณภาพและความปลอดภัยอาหาร

คุณภาพและความปลอดภัยอาหารเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภค และสะท้อนความรับผิดชอบต่อหลักขององค์กรผู้ผลิตอาหารในการปกป้องสุขภาพและสิทธิพื้นฐานของผู้คนในสังคม บริษัทจึงมุ่งมั่นสร้างอาหารที่มีคุณภาพปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการ และในราคาที่เข้าถึงได้ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจในปริมาณที่เพียงพอเพื่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้คนในทุกระดับและในทุกภูมิภาคทั่วโลก

7 ห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน

ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารเกี่ยวข้องกับเกษตรกรและผู้ประกอบการธุรกิจจำนวนมาก บริษัทยกระดับการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน เพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจฐานราก ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมของคู่ค้า และตอบสนองความคาดหวังลูกค้าต่อสินค้าที่มีคุณภาพผลิตอย่างรับผิดชอบต่อสังคม และตรวจสอบย้อนกลับได้



รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน
ความยั่งยืน 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 เศรษฐกิจหมุนเวียนและบรรจุก๊าซ 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 บริษัทได้นำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมาเป็นกลไกสำคัญในการบริหารจัดการผลกระทบด้านสภาพภูมิอากาศตลอดห่วงโซ่คุณค่าผ่านการกำหนดและขับเคลื่อนนโยบายด้านการจัดการของเสียที่ให้ความสำคัญกับการลดของเสียในกระบวนการผลิตที่นำไปฝังกลบและการลดปริมาณขยะอาหารในกระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัท ควบคู่ไปกับการดำเนินนโยบายและแนวทางปฏิบัติด้านบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน โดยร่วมกับคู่ค้าธุรกิจพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำไปหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ ซึ่งเป็นการส่งเสริมโมเดลเศรษฐกิจ BCG หรือ Bio-Circular-Geen Economy โดยบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับบรรจุอาหารที่นำมาใช้จะต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่หรือสามารถย่อยสลายได้ นอกจากนี้ ยังได้สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ องค์กรอิสระ และผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการขยะอาหารและบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคอย่างเหมาะสม

กรอบการจัดการของเสียและเศรษฐกิจหมุนเวียน

Recycling

จากของเสียสู่ทรัพยากร



Product Design

ออกแบบและเลือกวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน



Distribution

บริหารจัดการการขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพและลดการเกิดขยะอาหาร



Manufacturing

ลดของเสียจากกระบวนการผลิตและนำของเสียไปใช้ประโยชน์แทนการส่งกำจัด

การดูแลทรัพยากรน้ำ

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



กรอบการบริหารจัดการน้ำของซีพีเอฟ



การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำอย่างรอบด้าน

ประเมินความเสี่ยงด้านน้ำจากการพึ่งพาและผลกระทบตลอดห่วงโซ่คุณค่าการดำเนินธุรกิจ ครอบคลุมทั้งมิติปริมาณ คุณภาพ ผลกระทบต่อชุมชน และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ



การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำในธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

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



การส่งเสริมการจัดการน้ำชุมชนอย่างมีส่วนร่วม

ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน



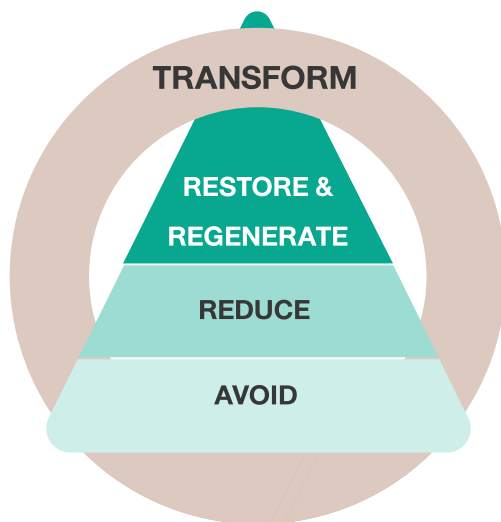
การอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าอย่างเป็นระบบ

คืนพื้นที่สีเขียวในบริเวณป่าต้นน้ำ ป่าชายเลน รวมถึงพื้นที่ในฟาร์มและโรงงานของบริษัท โดยคำนึงถึงบริบทเชิงนิเวศ

ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ

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

ส่วนหนึ่งของความมุ่งมั่นในการบรรเทาผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพอย่างมีลำดับชั้น



ฟื้นฟูและปฏิรูป (Restore and Regenerate)

ดำเนินโครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าทั้งบนบกและชายฝั่ง ควบคู่ไปกับการพัฒนาศักยภาพเกษตรกรในการเพาะปลูกอย่างรับผิดชอบ

ลด (Reduce)

ตั้งเป้าหมายและดำเนินโครงการลดผลกระทบจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ของเสีย และการดื่มน้ำมาใช้

เลี่ยง (Avoid)

จัดหาวัตถุดิบหลัก ได้แก่ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ถั่วเหลือง น้ำมันปาล์ม และมันสำปะหลังจากแหล่งที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า

การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสังคม

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสังคม

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



1 การเสริมพลังบุคลากร

บริษัทดำเนินกลยุทธ์เชิงรุกครอบคลุมทั้งการกำหนดโครงสร้างองค์กรและกระบวนการทำงานที่เสริมความยืดหยุ่น การวางแผนกำลังคน ที่สอดคล้องกับความต้องการในอนาคต การพัฒนาทักษะที่สนับสนุนการเติบโตของธุรกิจและความก้าวหน้าของพนักงานในทุกระดับ ตลอดจน การสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย เปิดกว้าง ส่งเสริมการมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์และเคารพสิทธิมนุษยชน เพื่อให้พนักงานสามารถเติบโต ไปพร้อมกับองค์กรอย่างยั่งยืนเพื่อบูสร้างเป็น “Bionic Organization” ที่ผสมผสานศักยภาพของบุคลากร เทคโนโลยี และข้อมูลอย่างสมดุล

2 ความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน

ชุมชนและสังคมเป็นผู้มีส่วนได้เสียที่บริษัทให้ความสำคัญ โดยมีกระบวนการรับฟังความต้องการและความคาดหวังเพื่อเป็นแนวทาง พัฒนาและสนับสนุนโครงการต่างๆ ให้ตอบโจทย์ชุมชนอย่างรอบด้านทั้งมิติสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ ด้วยเป้าหมายในการยกระดับ ความเป็นอยู่และสิ่งแวดล้อมที่ดีผ่านการสร้างคุณค่าร่วมกับองค์กร ตามกลยุทธ์การดำเนินงาน “4 ผสานสู่ความยั่งยืน: ชีต+คิด+ร่วม+ (ช่วย)” ซึ่งขับเคลื่อนโดยบุคลากรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละธุรกิจร่วมกับพนักงานจิตอาสา ภายใต้การกำกับดูแลของผู้บริหาร แต่ละสายธุรกิจ โดยมีกรอบการดำเนินงานที่สอดคล้องกับทิศทางกลยุทธ์ธุรกิจที่มุ่งสร้างความมั่นคงทางอาหารด้วยนวัตกรรมที่ยั่งยืน ทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม 6 ด้าน ได้แก่ การเข้าถึงอาหาร การศึกษา อาชีพและสุขภาวะที่ดี สภาพภูมิอากาศและการหมุนเวียน ทรัพยากร น้ำ และความหลากหลายทางชีวภาพ

3 คุณภาพและความปลอดภัยอาหาร

บริษัทให้ความสำคัญสูงสุดต่อคุณภาพและความปลอดภัยอาหารครอบคลุมตลอดห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่วัตถุดิบอาหารสัตว์ไปจนถึงมือผู้บริโภค ไม่หยุดนิ่งในการพัฒนานวัตกรรมและนำเทคโนโลยีที่เสริมสร้างความมั่นคงทางอาหารมาใช้ตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้มั่นใจว่าจะสามารถ ส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการให้กับผู้คนทั่วโลกได้อย่างพอเพียงในทุกระดับและต่อเนื่องแม้ในภาวะ วิกฤต รวมถึงรักษาต้นทุนทางธรรมชาติ อันเป็นต้นทุนอาหารมั่นคงไปพร้อมกัน



ใส่ใจคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพ
จากแหล่งที่มาที่รับผิดชอบ



เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ปลอดภัย คงคุณค่าทาง
โภชนาการ และบรรเทาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



ควบคุมการผลิตตามมาตรฐานสากล
ตลอดกระบวนการ



ขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพ คงคุณภาพและ
ความสดใหม่ รวมถึงลดการสูญเสียและขยะอาหาร



สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนอง
ความต้องการทั่วทุกมุมโลกและเฉพาะกลุ่ม



กระจายการจัดจำหน่ายในช่องทาง
ที่หลากหลายเพื่อการเข้าถึงอย่างทั่วถึง



4 ห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน

เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าและบริการที่คู่ค้าธุรกิจส่งมอบให้กับบริษัท มีเพียงคำนี้ถึงมิติ “คุณภาพ” หากยังใส่ใจให้ความสำคัญกับ “ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมและสังคม” บริษัทจึงได้พัฒนารอบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนอย่างเป็นระบบ และ กำหนดเป้าหมายการตรวจประเมินด้านความยั่งยืนและการจัดหาวัตถุดิบหลักทางการเกษตรอย่างรับผิดชอบ เพื่อให้บริษัทและ คู่ค้าธุรกิจเติบโตไปพร้อมกับการร่วมสร้างระบบอาหารที่ยั่งยืนในอนาคต

กรอบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนของซีพีเอฟ



กำหนดนโยบาย
ด้านการจัดหาอย่างยั่งยืนและ
แนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้าธุรกิจ



บริหารจัดการ
ความยั่งยืนของคู่ค้าธุรกิจ



เพิ่มความโปร่งใส
ตลอดห่วงโซ่อุปทาน



สร้างเครือข่าย
ความร่วมมือ

การจัดการและกำกับดูแลกิจการ

ภาพรวมของการกำกับดูแลกิจการ

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

นโยบายบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

นโยบายบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนของบริษัท ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ผสานกับแนวคิดปรัชญา 3 ประโยชน์สู่ความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่มุ่งสร้างประโยชน์ให้กับประเทศ ประชาชน และบริษัท โดยแนวคิดทั้งสองแนวทางนี้เป็นหลักการสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจของบริษัทให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทได้บูรณาการเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (UN SDGs) ทั้ง 17 เป้าหมาย เข้ากับกลยุทธ์และกระบวนการดำเนินงานตลอดห่วงโซาอาหาร 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 ภายในองค์กร เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนยึดถือเป็นกรอบในการปฏิบัติ โดยบริษัทดำเนินการประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ พร้อมจัดทำรายงานผลการประเมินเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแล และการเปลี่ยนแปลงของบริบทของธุรกิจอุตสาหกรรม และสังคมรอบด้าน ซึ่งการนำหลักการและแนวปฏิบัติที่กำหนดไว้ในนโยบายนี้ไปปฏิบัติถือเป็นพันธกิจของคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทในการส่งเสริมให้มีการนำไปปฏิบัติอย่างทั่วถึงทั้งองค์กร



สามารถศึกษาข้อมูลด้านการกำกับดูแลกิจการ และจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัทเพิ่มเติมได้ที่
แบบ 56-1 One Report ปี 2568 (รายงานประจำปี)

นโยบาย แนวปฏิบัติ และ การดำเนินการที่เกี่ยวข้อง กับคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทในฐานะผู้แทนของผู้ถือหุ้น มีหน้าที่กำกับดูแลและติดตามให้ฝ่ายบริหารดำเนินงานเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการปฏิบัติตามกฎหมายกฎระเบียบวัตถุประสงค์และข้อบังคับของบริษัท รวมทั้งมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น คณะกรรมการยังติดตามให้ฝ่ายบริหารขับเคลื่อนองค์กรตามกลยุทธ์ แผนงาน และเป้าหมายประจำปีที่ได้รับอนุมัติ นอกจากนี้ คณะกรรมการยังให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนและการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กรโดยติดตามการดำเนินงานของฝ่ายบริหารให้สอดคล้องกับแนวทาง ESG (Environment, Social, and Governance) เพื่อให้การเติบโตขององค์กรเป็นไปอย่างรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมในระยะยาว

บทบาทของกรรมการ



กำหนด
เป้าหมาย



กำกับดูแล
การดำเนินงานธุรกิจ



ประเมินผล ติดตาม
และเปิดเผย

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

นโยบาย แนวปฏิบัติ และการดำเนินการเกี่ยวกับ ประธานคณะผู้บริหารและผู้บริหารระดับสูง

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

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

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



การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของการดำเนินการด้านบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนในปี 2568



บริษัทตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงทางสังคมและความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน คณะกรรมการบริษัทจึงให้ความสำคัญกับการทบทวนนโยบายแนวปฏิบัติระบบและการดำเนินการด้านบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน โดยในรอบปี 2568 บริษัทได้มีดำเนินการดังต่อไปนี้

- คณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทนและสรรหากรรมการได้เห็นชอบหลักเกณฑ์ประกอบการสรรหาบุคคลเพื่อพิจารณาเสนอเป็นกรรมการบริษัท และทักษะที่กรรมการบริษัทพึงมี (Board Skills Matrix) ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และเป้าหมายธุรกิจในการดำเนินธุรกิจของบริษัท
- จัดให้มีการอบรมในหัวข้อ “Boardroom Stewardship: Governing for Sustainability and Climate Resilience” โดยวิทยากรจากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) เพื่อเตรียมความพร้อมในการกำกับดูแลด้านสภาพภูมิอากาศ ความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้น ความคาดหวังจากผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงกรอบการกำกับดูแลและการเปิดเผยข้อมูลด้านสภาพภูมิอากาศซึ่งกรรมการและผู้บริหารซีพีเอฟและกรรมการของบริษัทที่อยู่ในประเทศไทยได้เข้าร่วมการอบรมดังกล่าว
- จัดทำสื่อการเรียนรู้แบบออนไลน์ (Online Learning) เกี่ยวกับบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้แก่ผู้บริหาร พนักงานทุกระดับทั้งในและต่างประเทศ โดยมีการทำแบบทดสอบหลังเรียน เพื่อให้เกิดความตระหนักจนถึงการนำความรู้ไปใช้ในการทำงานของตนเอง เช่น จรรยาบรรณธุรกิจ การทุจริต และการต่อต้านคอร์รัปชัน ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ความปลอดภัยและความมั่นคงทางไซเบอร์ ESG Fundamental เป็นต้น
- สื่อสารความรู้เกี่ยวกับบรรษัทภิบาล การบริหารความเสี่ยง การกำกับปฏิบัติตามกฎหมายผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง
- จัดให้มีการทำแบบสำรวจการรับรู้จากพนักงานในด้านบรรษัทภิบาล จรรยาบรรณธุรกิจ ความเสี่ยง และการปฏิบัติตามกฎหมาย ปี 2568 เพื่อนำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงาน
- จัดให้มีการทำแบบสำรวจความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรเพื่อกำหนดแนวทางในการปรับปรุงและยกระดับความผูกพันของพนักงาน เนื่องจากพนักงานเป็นหัวใจสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความยั่งยืน
- สื่อสารกฎหมายที่ออกใหม่หรือมีการเปลี่ยนแปลงให้กับผู้บริหารและพนักงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ศึกษาหลักการและแนวคิดด้านความยั่งยืนองค์กรและการกำกับดูแลกิจการของหน่วยงานประเมินด้านความยั่งยืนสากล 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 รวมถึงเป็นแนวทางในการบริหารจัดการข้อร้องเรียน ให้ความชัดเจน สุจริต โปร่งใส และเป็นไปตามมาตรฐานสากล รวมถึงมีมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส ผู้ร้องเรียน และผู้รายงานข้อมูลอีกด้วย เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงาน ผู้มีส่วนได้เสีย หรือบุคคลภายนอกสามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดทางกฎหมาย จรรยาบรรณธุรกิจ การทุจริตคอร์รัปชัน หรือการถูกละเมิดสิทธิ ผ่านช่องทางที่บริษัทกำหนดดังนี้

กระบวนการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยง

1, 1/1 อาคารทวีปสมุทร 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



นโยบายการแจ้งเบาะแส
และข้อร้องเรียน

กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน



1 ผู้มีส่วนได้เสียภายใน หรือภายนอกบริษัทแจ้งเบาะแสหรือเรื่องร้องเรียน



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

วัฒนธรรม การบริหารความเสี่ยง

บริษัทมุ่งสร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง
ให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร โดยดำเนินการดังต่อไปนี้



ด้านสภาพแวดล้อม

- กำหนดให้การบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งในการจัดทำกลยุทธ์ แผนงาน และงบประมาณขององค์กร
- สื่อสารนโยบายการบริหารความเสี่ยง รวมถึงบทบาทหน้าที่ของบุคลากร
- บูรณาการหลักการบริหารความเสี่ยงเข้ากับนโยบาย กระบวนการ และขั้นตอนปฏิบัติงานขององค์กร

ด้านการสร้างความตระหนัก

- สื่อสารเหตุการณ์ความเสี่ยง พร้อมแนวทางป้องกันและจัดการ รวมถึงหลักการบริหารความเสี่ยง ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โปสเตอร์ วิดีโอสั้น เป็นต้น รวมถึงเกมสันทนาการ ความรู้ ความเข้าใจ และการนำไปใช้จริง
- พัฒนาความรู้ด้านการบริหารความเสี่ยงแก่กรรมการ ผู้บริหาร 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

- พิจารณาผลตอบแทนของผู้บริหารและพนักงานบนพื้นฐานของตัวชี้วัดที่กำหนด เช่น การจัดการความเสี่ยง ด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อมและพลังงาน และการปฏิบัติตามกฎหมาย เป็นต้น



ปัจจัยความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญของบริษัท

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

หัวข้อความเสี่ยง	สิ่งแวดล้อม (Environment)	สังคม (Social)	ธรรมาภิบาล (Governance)
ความเสี่ยงใหม่ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (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. ความเสี่ยงด้านอาชญากรรม 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. ความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลัก			

ทุนและโครงสร้างการถือหุ้น

ณ วันที่ 13 มีนาคม 2569



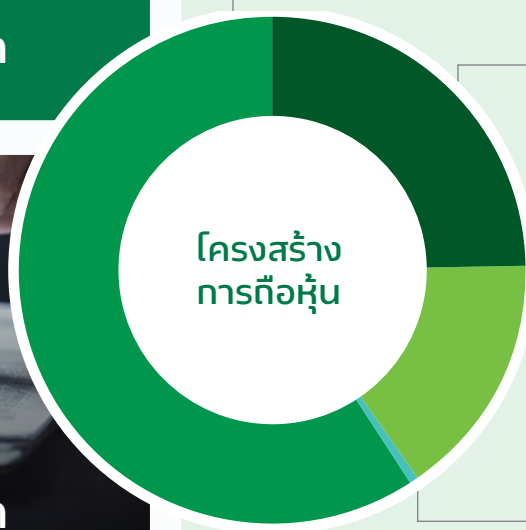
ทุนจดทะเบียน

9,087,250,518 บาท



ทุนชำระแล้ว

8,406,962,585 บาท



58.62%

นิติบุคคลสัญชาติไทย

23.85%

นิติบุคคล
สัญชาติต่างประเทศ

17.49%

บุคคลธรรมดา
สัญชาติไทย

0.04%

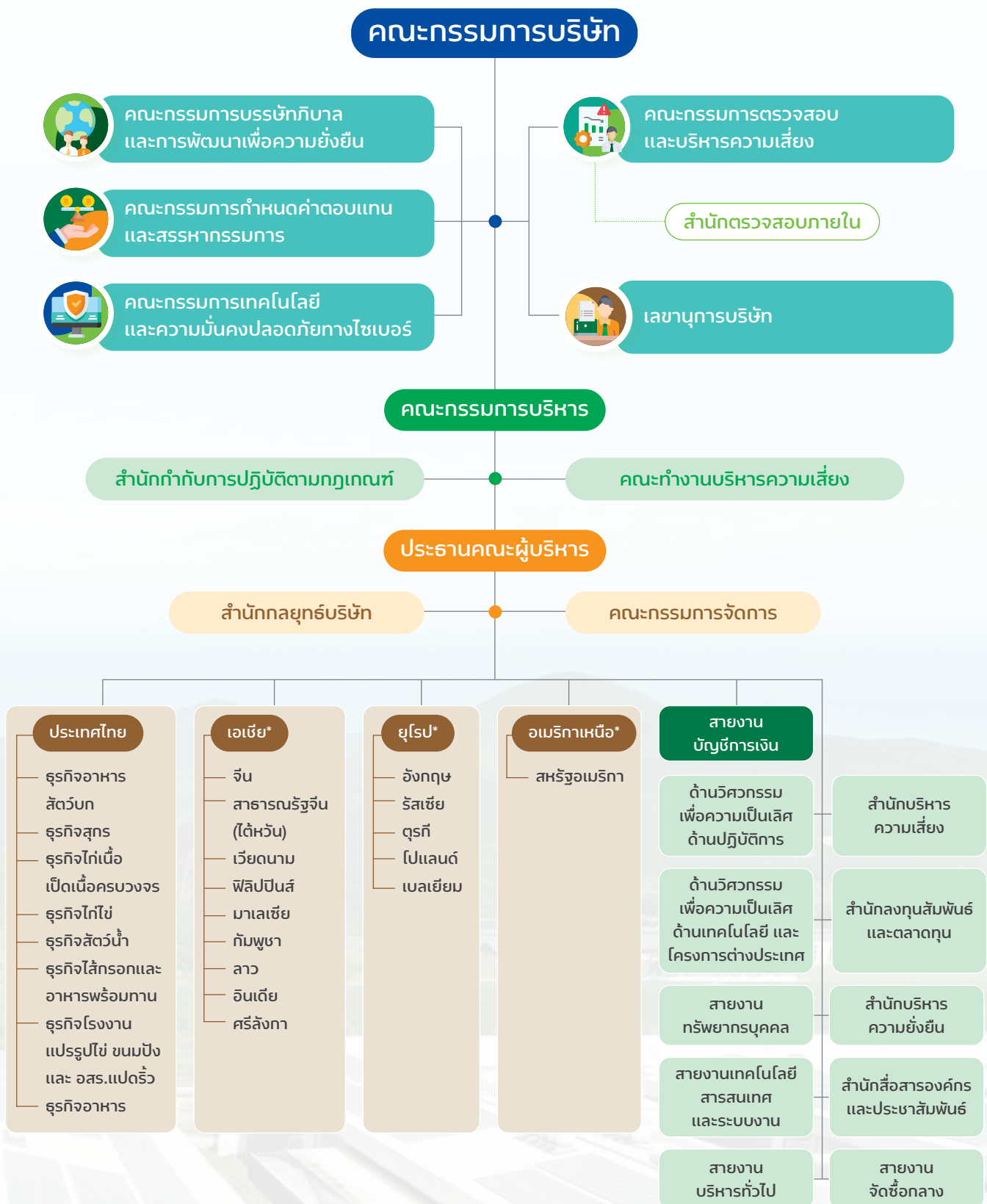
บุคคลธรรมดา
สัญชาติต่างประเทศ

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. นายปริญญญา เขียวรส	123,500,000	1.47%
9. SOUTH EAST ASIA UK (TYPE C) NOMINEES LIMITED	122,140,522	1.45%
10. คิวเอส ซอฟต์แวร์ ซิสเต็มส์ จำกัด	60,500,000	0.72%

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

โครงสร้างการบริหาร



หมายเหตุ : * เฉพาะที่มีฐานผลิตและเป็นบริษัทย่อย

คณะกรรมการบริษัท

ณ วันที่ 1 มีนาคม 2569 คณะกรรมการของบริษัทประกอบด้วยกรรมการจำนวน 14 คน ดังนี้



นายสุกิต เจียรวนนท์
ประธานกรรมการ ⁽¹⁾



นายพงษ์เทพ เจียรวนนท์
รองประธานกรรมการ ⁽¹⁾



นายศุภชัย เจียรวนนท์
รองประธานกรรมการ ⁽¹⁾



นายอดิเรก ศรีประทักษ์
รองประธานกรรมการ ⁽¹⁾



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



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



นางวัชรวิ วิกิตายน
กรรมการ ⁽²⁾



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



นายเสข วรณเมธี
กรรมการ ⁽²⁾



นางอรุณี วัชรานันท์
กรรมการ ⁽¹⁾



นายประสิทธิ์ บุญดวงประเสริฐ
กรรมการ ⁽¹⁾



น.สพ. สุจินต์ ธรรมศาสตร์
กรรมการ ⁽¹⁾



นายไพศาล จิระกิจเจริญ
กรรมการ ⁽¹⁾



นายมนตรี สุวรรณไพศรี
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. นางสาวพิมพ์ลัดน์ ธีพัฒน์วิจิตรกุล ⁽¹⁾	ประธานผู้บริหารทรัพยากรบุคคล
5. นายสรรเสริญ สมัยสุต ⁽¹⁾	ประธานผู้บริหารเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบงาน
6. นายเรวัต หทัยสัตยพงศ์	ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจอาหารสัตว์บก
7. นายสมพร เจริญพงศ์	ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจสุกร
8. นายภาณุวัตร เนียมเปรม	ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจไก่เนื้อ-เปิดเนื้อ ครอบวงจร
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 จักขุนรรฐ์	กรรมการผู้จัดการ ธุรกิจห้าดาวและร้านอาหาร
15. นางสาวลลนา บุญงามศรี	กรรมการผู้จัดการ ธุรกิจร้านอาหารเซเตอร์
16. นายกิตติศักดิ์ ลิ้มอำไพ	กรรมการผู้จัดการ ธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง
17. นายฐิติ สุจินตานนท์	ประธานคณะผู้บริหาร กลุ่มธุรกิจการค้าวัตถุดิบอาหารสัตว์
18. Mr.Robins Pharr McIntosh Jr.	ผู้บริหารสูงสุด ธุรกิจพันธุ์สัตว์น้ำ
19. นายสุพล พันธุมะโอกาส	ผู้บริหารสูงสุด ด้านวิจัยและพัฒนาอาหารสัตว์น้ำ
20. นางวิไลลักษณ์ คลอดเพ็ง	ผู้บริหารสูงสุด สายงานประกันคุณภาพอาหารกลาง
21. นายประมุข ตรีภพนารถ	ผู้บริหารสูงสุด สายงานวิศวกรรมเพื่อความเป็นเลิศด้านปฏิบัติการ
22. นายสหัส ไชโย	ผู้บริหารสูงสุด สายงานวิศวกรรมเพื่อความเป็นเลิศ ด้านเทคโนโลยี และโครงการต่างประเทศ
23. นายเปรมศักดิ์ วนิชสุนทร	ผู้บริหารสูงสุด ด้านวิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ
24. นางนลินี โรบินสัน	ผู้บริหารสูงสุด สายงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร
25. นางสาวอนรรชวี ฐรัตน์	ผู้บริหารสูงสุด ด้านการตลาด
26. นางวรรณกนิษฐ์ ชำนาญเศรษฐการณ	ผู้บริหารสูงสุด ธุรกิจแปรรูปไข่ ขนบึง และอาหารสำเร็จรูปแปรรูป
27. นายวรวิทย์ เชนธนากุล	รองกรรมการผู้จัดการบริหาร สายงานบริหารทั่วไป
28. นางกอบบุญ ศรีชัย	เลขานุการบริษัท และผู้บริหารสูงสุด สายงานกิจการองค์กรและลงทุนสัมพันธ์

หมายเหตุ :

⁽¹⁾ ผู้บริหารของบริษัทตามนิยามในประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่ กจ. 17/2551 เรื่อง การกำหนดบทนิยามในประกาศเกี่ยวกับการออกและเสนอขายหลักทรัพย์ของบริษัท



ผู้บริหารกิจการต่างประเทศ

ชื่อ-นามสกุล	ประเทศ
1. นายปวิศ เอื้ออมรวิช	เวียดนาม
2. Mr. Bai Shanlin	จีน
3. นายทง โชติรัตน์	สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน)
4. Mr. Thomas Norgaard	รัสเซีย - อูร์กิสกูร์
5. นายบุรี สีน	รัสเซีย - อูร์กิสครบวงจรไก่อ
6. นายอาณัติ จุลินทร	สหรัฐอเมริกา
7. นายสกล ชีวะโกเศษฐ	ฟิลิปปินส์
8. นายวิทยา เกรียงไกรวิทย์	กัมพูชา
9. Mr. Timothy Browne	อังกฤษ
10. Mr. Graham Hillier	อังกฤษ
11. นายมนตรี สัมมนตรี	มาเลเซีย - อูร์กิสต์วบก
12. นายวิรัช โพธิพันธุ์	มาเลเซีย - อูร์กิสต์ว่น้ำ
13. Mr. Mehmet Ali Tekin	ตุรกี
14. นายสิทธิพร พรหมจันทร์	อินเดีย - อูร์กิสต์วบก
15. นายจักรกฤษณ์ วีระนาคินทร์	อินเดีย - อูร์กิสต์ว่น้ำ
16. นายทำนอง พลทองมาก	ลาว
17. Mr. Michael Tops	เบลเยียม
18. Ms. Ameena Ziauddin	ศรีลังกา

พนักงาน



ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568
ซีพีเอฟและบริษัทย่อย

มีพนักงานและคนงาน*
รวมทั้งสิ้น

133,409 คน

* 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

สำนักงานทุนสัมพันธ์และตลาดทุน

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

สำนักงานสรรหาและคัดเลือกทรัพยากรบุคคล

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

 โทรศัพท์ : 02-766-8702-5

 อีเมล : careers@cp-hrex.com

ศูนย์ผู้บริโภค

 โทรศัพท์ : 02-800-8000

 อีเมล : consumercenter@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

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









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

