



บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

ข้อมูลบริษัทโดยสรุป ปี 2566

# ครัวของโลก

ดูแลสุขภาพคุณและโลกไปด้วยกัน









# สารบัญ

## 4 : สารจากผู้บริหาร

### ภาพรวมธุรกิจ

- 6 : ความมุ่งมั่นของบริษัท
- 7 : โครงสร้างการดำเนินธุรกิจ
- 8 : กิจการของบริษัท
- 10 : การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ
- 12 : ธุรกิจของบริษัทโดยสรุป
- 14 : ลักษณะการประกอบธุรกิจ
- 24 : นวัตกรรมจากใจสู่จาน
- 28 : การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน



### การดำเนินงาน

- 34 : ผลการดำเนินงานปี 2566
- 36 : รางวัลและความสำเร็จปี 2566

### การจัดการและกำกับดูแลกิจการ

- 40 : การกำกับดูแลกิจการ
- 47 : การบริหารความเสี่ยง
- 51 : กุณและโครงสร้างการถือหุ้น
- 52 : โครงสร้างการบริหาร
- 53 : คณะกรรมการบริษัท
- 54 : ผู้บริหารและพนักงาน
- 56 : ติดต่อบริษัท



#### คำจำกัดความ

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



แบบ 56-1  
One Report ปี 2566  
(รายงานประจำปี)



รายงานความยั่งยืน  
ปี 2566



“ ทุกคำสำหรับผู้บริโภค ผ่านการสรรสร้างที่ใส่ใจ  
พร้อมดูแลสุขภาพทุกคนและโลกใบนี้  
เพื่อร่วมสร้างสังคมที่ดีอย่างยั่งยืน ”

Protecting our

*Climate*

สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อ  
สิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า







## Improving Quality

## Living of *People*

สร้างผลกระทบเชิงบวก  
ทางสังคมให้แก่พนักงานและ  
คนในสังคมตลอดห่วงโซ่คุณค่า



## Creating Prosperity

## *Food*

สร้างความมั่นคงทางอาหาร  
โดยการเพิ่มผลิตภัณฑ  
ที่ส่งเสริมสุขภาพ และสร้าง  
คุณภาพชีวิตที่ดีให้กับผู้บริโภค







## สารจากผู้บริหาร



บริษัทตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ตลอดห่วงโซ่คุณค่า ภายในปี พ.ศ. 2593

บริษัทภูมิใจที่เป็น**บริษัทผลิตอาหารแห่งแรก**ที่ได้รับอนุมัติตั้งเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาวสอดคล้องตามมาตรฐาน **Forest, Land and Agriculture Guidance (FLAG)** ซึ่งเป็นมาตรฐานเฉพาะสำหรับภาคอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร จากองค์กร **the Science Based Targets initiative (SBTi)**

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารครบวงจร ด้วยเป้าหมายการสร้างความมั่นคงทางอาหาร ภายใต้วิสัยทัศน์การเป็น **“ครัวของโลก”** มีฐานการผลิตผ่านการลงทุนและร่วมลงทุนใน 17 ประเทศ รวมทั้งมีเครือข่ายการจัดจำหน่ายและส่งออกมากกว่า 50 ประเทศทั่วโลก บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์คุณภาพที่มีคุณค่าทางโภชนาการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ด้วยกระบวนการผลิตและ

การดำเนินงานที่รักษาความสมดุลระหว่างความสำเร็จทางเศรษฐกิจและการสร้างคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน รวมถึงการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า ภายใต้ปรัชญา 3 ประโยชน์สู่ความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ที่มุ่งสร้างประโยชน์เพื่อประเทศ ประชาชน และบริษัท บนพื้นฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี



ในปีที่ผ่านมาเป็นปีที่ภาวะเศรษฐกิจมีความท้าทายมากจากหลายปัจจัย รวมทั้งกำลังซื้อที่ไม่มีการขยายตัวตามการคาดการณ์ การปรับตัวขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบทางการเกษตรที่สูงขึ้นจากความขัดแย้งทางการเมือง อัตราดอกเบี้ยที่ปรับสูงขึ้น รวมถึงภาวะปริมาณเนื้อสัตว์ที่มีมากกว่าความต้องการบริโภคในหลายประเทศ ทำให้ผลการดำเนินงานของบริษัทในปี 2566 ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย มีรายได้จากการขายรวม 585,844 ล้านบาท ลดลงจากปี 2565 ร้อยละ 5 และมีมูลค่าสินทรัพย์ 887,218 ล้านบาท มีค่าใช้จ่ายภาษีให้แก่ภาครัฐ 4,442 ล้านบาท\* และมีผลขาดทุนสุทธิ 5,207 ล้านบาท

ท่ามกลางความท้าทายต่างๆ ดังกล่าว บริษัทได้ให้ความสำคัญในด้านประสิทธิภาพของการดำเนินงานและการสร้างผลตอบแทนจากทรัพย์สินให้เพิ่มขึ้น โดยพิจารณาลดการลงทุนในกิจการที่โอกาสการเติบโตไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงมีแนวกลยุทธ์ในการดำเนินงานที่ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรนวัตกรรมเพื่อพัฒนากระบวนการดำเนินงานและพัฒนาสินค้า รวมถึงการบริการ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้เสียที่เปลี่ยนแปลงไป

แม้การขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจประสบกับความท้าทายรอบด้าน บริษัทมิได้ละเลยการสร้างสมดุลในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งการดูแลสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสีย

รอบด้าน การรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การดูแลทรัพยากรน้ำ และความหลากหลายทางชีวภาพ พร้อมทั้งสร้างความมั่นคงทางอาหารทั้งในยามปกติและในยามวิกฤต ซึ่งการดำเนินการทั้งหมดนั้นตั้งอยู่บนพื้นฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ในปี 2566 ที่ผ่านมานี้หนึ่งในพันธกิจที่สำคัญ คือ การประกาศเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net-Zero) ภายในปี 2050 (พ.ศ. 2593) และเป็น 1 ใน 7 บริษัททั่วโลกที่เข้าโครงการนำร่องและเป็นบริษัทผลิตอาหารบริษัทแรกที่ได้รับอนุมัติทั้งเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาวสอดคล้องตามมาตรฐาน Forest, Land and Agriculture Guidance (FLAG) ซึ่งเป็นมาตรฐานเฉพาะสำหรับภาคอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารจากองค์กร the Science Based Targets initiative (SBTi) ซึ่งพันธกิจดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจและการดูแลสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กัน

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



นายสุกษิต เจียรนวนนท์  
ประธานกรรมการ



นายประสิทธิ์ บุญดวงประเสริฐ  
ประธานคณะผู้บริหาร

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



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.

\* ภาษีเงินได้จ่ายตามงบกระแสเงินสดในงบการเงินของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย





# ความมุ่งมั่นของบริษัท

## วิสัยทัศน์

### ครัวของโลก

ที่มีวัตถุประสงค์ในการสร้างความมั่นคงทางอาหารให้แก่ผู้บริโภคทั่วโลก

## พันธกิจ

ดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารแบบครบวงจร ที่มุ่งมั่นสร้างสรรค์นวัตกรรมในการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในด้านคุณค่าทางโภชนาการ รสชาติและความปลอดภัย สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ โดยให้ความสำคัญในการสร้าง **กระบวนการผลิตที่ทันสมัย ได้มาตรฐานระดับสากล** ใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับแนวหน้าของอุตสาหกรรม และสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้นอย่างเหมาะสม ด้วยความใส่ใจในผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน **เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน**



## ครัวของโลก

### ทิศทางกลยุทธ์เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

#### เติบโตอย่างยั่งยืน



ขยายธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม และอาหารครบวงจร



สร้างศักยภาพ การเติบโตสู่ระดับโลก

#### มุ่งสู่ความเป็นเลิศ



เป็นผู้นำแห่งคุณภาพ และอาหารปลอดภัย



สร้างสรรค์นวัตกรรม และเพิ่มประสิทธิภาพ

#### สร้างพื้นฐานที่มั่นคง



มุ่งเน้นการพัฒนา บุคลากร



รับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม

### การกำกับดูแลกิจการ



สามประโยชน์ สู่ความยั่งยืน (ต่อประเทศ ประชาชน และบริษัท)



ยอมรับการเปลี่ยนแปลง



ทำเร็วและมีคุณภาพ



ทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย



มีคุณธรรม ความซื่อสัตย์ และรู้จักตอบแทนบุญคุณ



สร้างสรรค์สิ่งใหม่

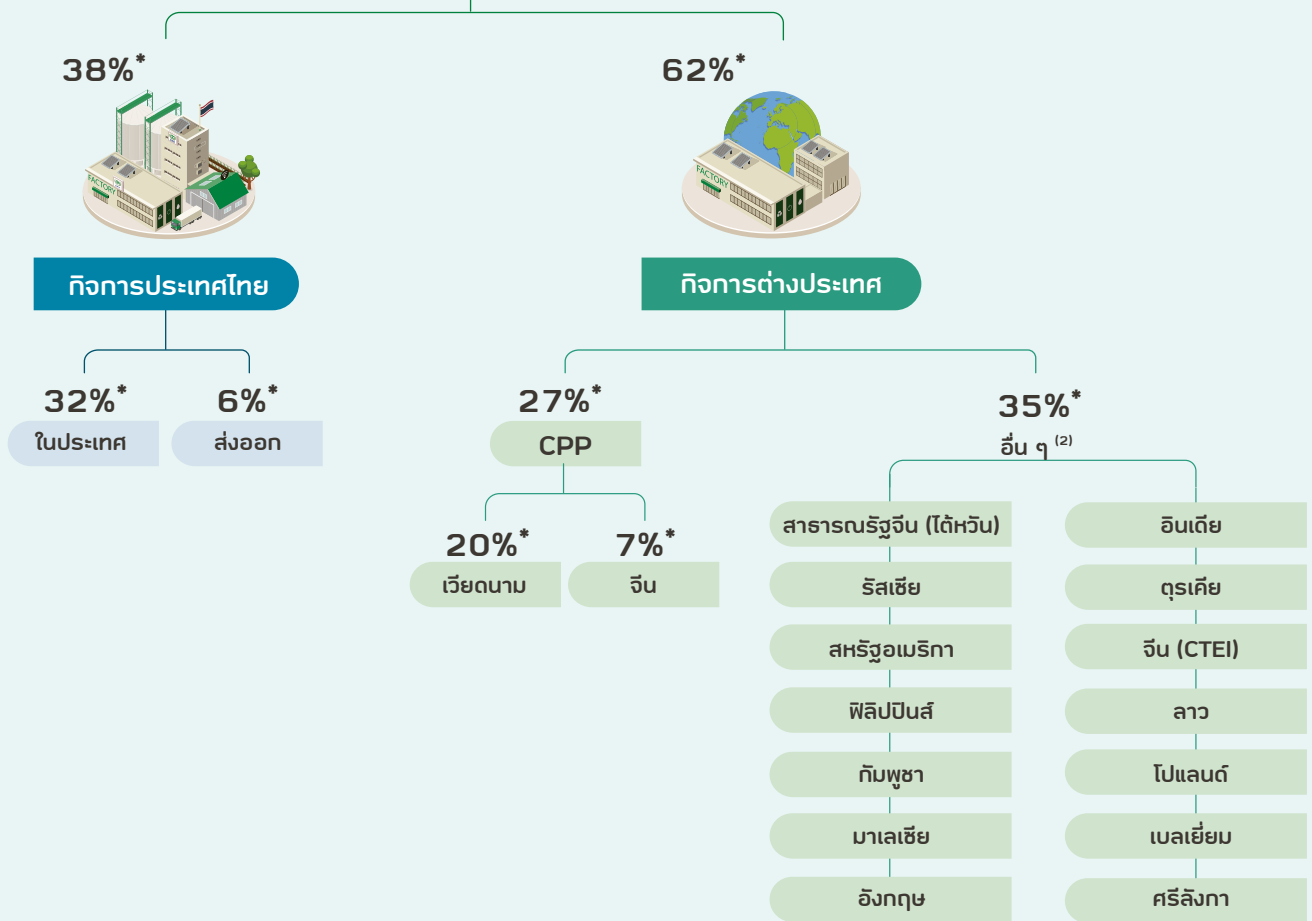


# โครงสร้างการดำเนินงานธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566



\* % สัดส่วนรายได้จากการขายปี 2566



## บริษัทร่วม และการร่วมค้า <sup>(1)</sup>

ซีพี-เมจิ (59.99%)

HyLife Investment (50.10%)

รอส บริดเจอร์ส สยาม (49.99%)

อาเบอร์ เอเคอร์ ประเทศไทย (49.98%)

SuperDrob (49.45%)

Camanor Produtos Marinhos (40.00%)

บมจ. ซีพี ออลล์ (34.45%)

บมจ. ซีพี แอ็กซ์ตรา (8.85%)

Well Well Invest S.A. (33.33%)

บริษัทร่วม และการร่วมค้าอื่น  
ของ CPP <sup>(3)</sup>

Chia Tai Investment (26.69%)

หมายเหตุ :

<sup>(1)</sup> % สัดส่วนการถือหุ้นโดยบริษัท ทั้งทางตรงและทางอ้อม และแสดงเพียงบริษัทร่วม และการร่วมค้าหลัก<sup>(2)</sup> รายชื่อพื้นที่อื่นที่มีฐานการผลิต<sup>(3)</sup> กลุ่มบริษัทร่วมและร่วมค้าอื่นของ CPP ดูรายละเอียดได้ที่หมายเหตุประกอบงบการเงิน สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2566





# กิจการของบริษัท

บริษัทมีฐานการผลิตในธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารผ่านการลงทุนและร่วมลงทุนใน 17 ประเทศ

## รายละเอียดฐานการผลิตของบริษัท

### ทวีปอเมริกาเหนือ

(2 ประเทศ)



### ทวีปยุโรป

(5 ประเทศ)



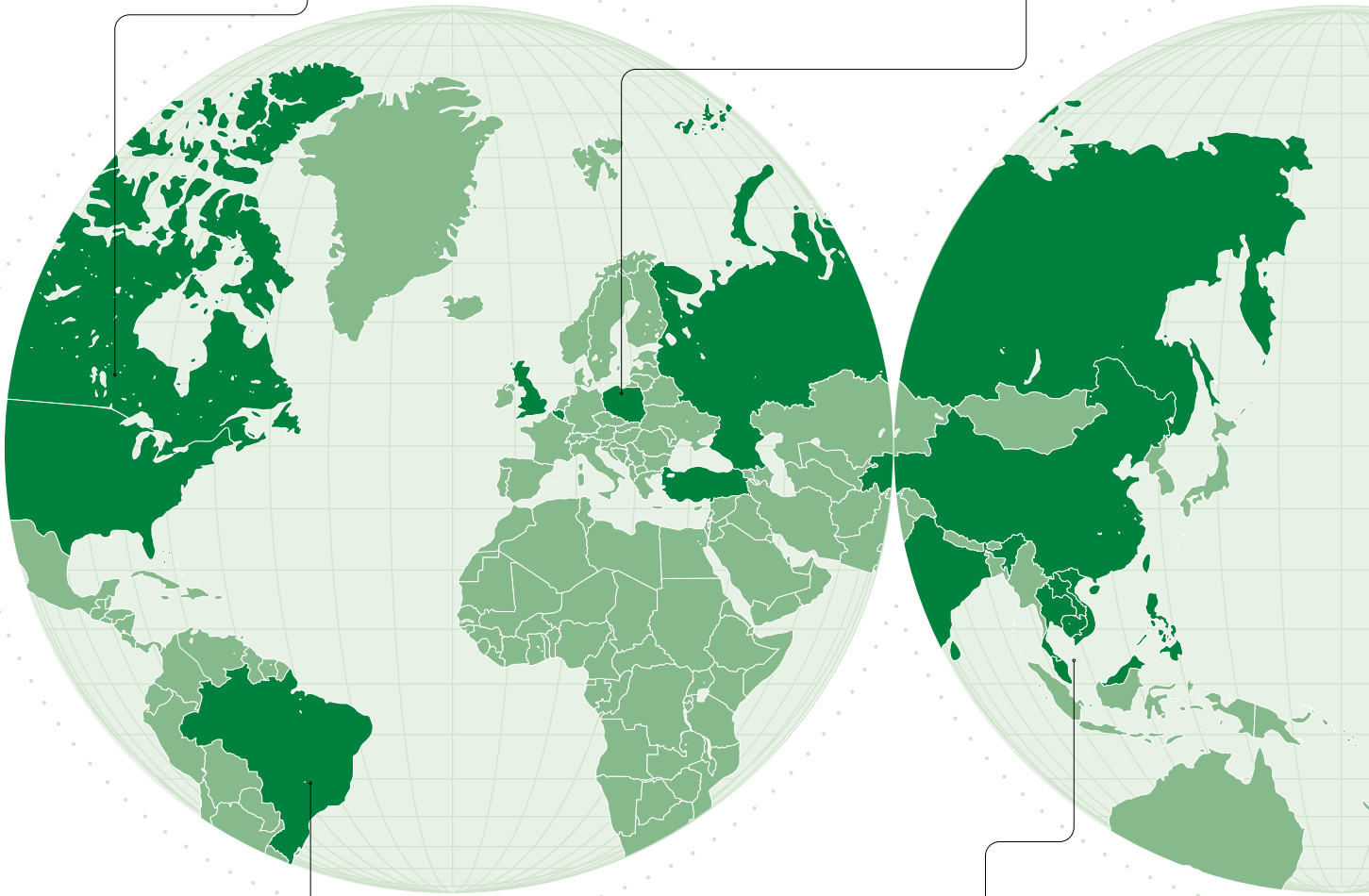
### ทวีปอเมริกาใต้

(1 ประเทศ)



### ทวีปเอเชีย

(9 ประเทศ)







จัดจำหน่ายใน  
**>50** ประเทศ  
**5** ทวีปทั่วโลก



เข้าถึงผู้บริโภค  
**>4,000** ล้านคน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566



ธุรกิจ  
อาหารสัตว์



ธุรกิจเลี้ยงสัตว์-แปรรูป



ธุรกิจ  
อาหาร



สุกร



สัตว์ปีก



สัตว์น้ำ

### ทวีปเอเชีย



ไทย



จีน



สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน)



เวียดนาม



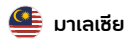
อินเดีย



กัมพูชา



ฟิลิปปินส์



มาเลเซีย



ลาว



ศรีลังกา



### ทวีปยุโรป



อังกฤษ



รัสเซีย



ตุรเคีย



เบลเยียม



โปแลนด์



### ทวีปอเมริกาเหนือ



สหรัฐอเมริกา



แคนาดา\*



### ทวีปอเมริกาใต้



บราซิล\*



หมายเหตุ : \* ธุรกิจของบริษัทที่ร่วมและร่วมค้า





# การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

กว่า 4 ทศวรรษ  
แห่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์คุณภาพ  
เพื่อเป็น **ครัวของโลก**  
และของทุกคน

ปี 2520-  
2529



2521

- จัดทะเบียนจัดตั้งบริษัทในนาม “บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหารสัตว์ จำกัด” เพื่อผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ในประเทศไทย

ปี 2530-  
2539

2530

- นำหุ้นสามัญเข้าเป็นหลักทรัพย์ จัดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยภายใต้ชื่อย่อว่า “CPF”

2535

- ลงทุนในประเทศอินเดีย ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์และเลี้ยงสัตว์

2537

- แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เมื่อวันที่ 27 มี.ค. 2537



ปี 2540-  
2549

2541

- ลงทุนในประเทศเวียดนาม ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ เลี้ยงสัตว์ และอาหารแปรรูป

2542

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

2545

- ลงทุนในประเทศอังกฤษ ดำเนินธุรกิจผลิตอาหารแช่เย็นจำหน่ายในยุโรป
- ลงทุนในประเทศจีน ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์น้ำ ฟาร์มเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ และเพาะพันธุ์สัตว์น้ำ
- ลงทุนในประเทศเบลเยียม ดำเนินธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายเนื้อสัตว์แปรรูปและอาหารสำเร็จรูปในยุโรป

2547

- ลงทุนในประเทศตุรเคีย ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์บกและธุรกิจไก่ครบวงจร

2548

- ลงทุนในประเทศมาเลเซีย ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์น้ำ การเพาะเลี้ยงกุ้งครบวงจร และการแปรรูปกุ้ง

2549

- ลงทุนในประเทศรัสเซีย ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์บกและเลี้ยงสัตว์บก
- ลงทุนในประเทศลาว ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์บกและเลี้ยงสัตว์บก



## ปี 2550-2565



## 2550

- ลงทุนในประเทศฟิลิปปินส์ ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์และฟาร์มเลี้ยงสัตว์

## 2552

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

## 2554

- ลงทุนในประเทศกัมพูชา ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ เลี้ยงสัตว์ และผลิตภัณฑ์อาหาร

## 2555

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

## 2559

- ลงทุนในประเทศสหรัฐอเมริกา ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานแบบ Single Serve
- ลงทุนในประเทศศรีลังกา ดำเนินการผลิตและจำหน่ายอาหารพร้อมรับประทาน

## 2560

- ลงทุนในประเทศโปแลนด์ ดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ซึ่งผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ ไก่สด ไก่แปรรูปปรุงสุก ไข่กรอก และแฮม

## 2561

- ลงทุนในประเทศบราซิล ดำเนินธุรกิจฟาร์มกุ้งและแปรรูปขั้นต้น มีผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ กุ้งสดและกุ้งแปรรูปแช่แข็ง

## 2562

- ลงทุนในประเทศแคนาดา ดำเนินธุรกิจสุกร ตั้งแต่การผลิตอาหารสัตว์ ฟาร์มเลี้ยงสุกร โรงงานแปรรูปเนื้อสุกร

## 2563

- ลงทุนในธุรกิจฟาร์มสุกรในประเทศจีน เพื่อขยายธุรกิจไปสู่ธุรกิจสุกรครบวงจรในประเทศจีน
- ลงทุนในกลุ่มเทสโก้เอเชีย ซึ่งประกอบธุรกิจค้าปลีกในสัดส่วน 20%

## 2564

- โอนขายกิจการกลุ่มเทสโก้เอเชีย ทั้งหมดให้แก่บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) (“MAKRO”)

## 2565

- นำหุ้นสามัญทั้งหมดของ C.P. Pokphand Co., Ltd. (“CPP”) ออกจากการเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฮ่องกง



## ปี 2566

- ขายเงินลงทุนใน CP Chozen Ltd. (“Chozen”) ซึ่งประกอบธุรกิจร้านอาหารในประเทศอังกฤษ เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงแนวทางการดำเนินธุรกิจในประเทศอังกฤษ
- เข้าซื้อเครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการ “FIVE STAR” ที่จดทะเบียนใน 12 ประเทศ จากบริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจร้านอาหาร ภายใต้เครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการ “FIVE STAR”

- จัดตั้งบริษัท ซีพี-อโริกิ จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเล อาหารพร้อมปรุงและอาหารพร้อมทาน เช่น ซูชิ จากประเทศญี่ปุ่น



- CP Food Investment Limited ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ ซีพีเอฟ ขายเงินลงทุนในธุรกิจไก่ครบวงจรในประเทศจีน จำนวน 4 บริษัท

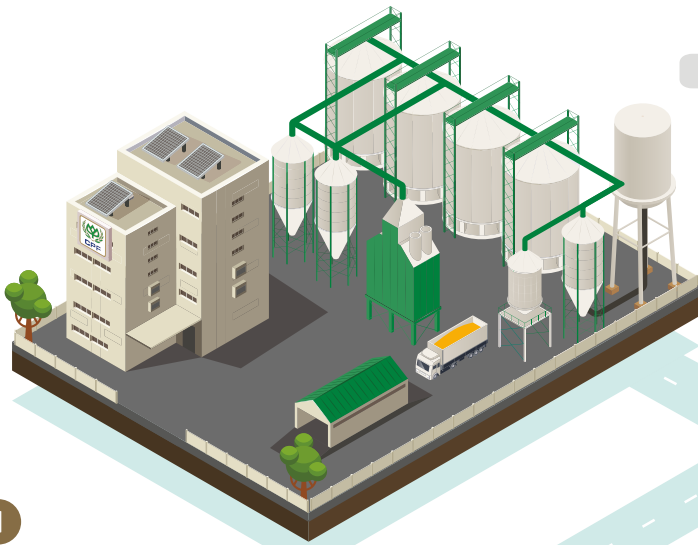






# ธุรกิจของบริษัทโดยสรุป

บริษัทดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารครบวงจรด้านโปรตีนเนื้อสัตว์ โดยมีประเภทสัตว์หลักที่สำคัญ ได้แก่ สุกร ไก่เนื้อ กุ้ง และไก่ไข่ มีกระบวนการผลิตตั้งแต่การผลิตอาหารสัตว์ การเพาะพันธุ์สัตว์ การเลี้ยงสัตว์ การแปรรูปขึ้นพื้นฐาน การผลิตอาหารและอาหารพร้อมรับประทาน การดำเนินการค้าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ และอาหาร รวมถึงธุรกิจร้านอาหาร โดยจำแนกธุรกิจตามลักษณะผลิตภัณฑ์เป็น 3 ประเภท

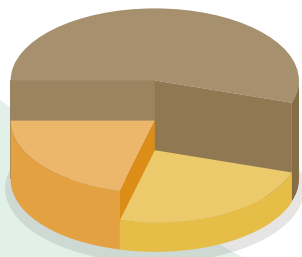


1

## ธุรกิจอาหารสัตว์

การผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ รวมถึงขนมสัตว์เลี้ยง พัฒนานวัตกรรมกระบวนการผลิตอาหารสัตว์ รวมถึงขนมสัตว์เลี้ยง ควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญต่อการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมรอบด้าน มีการสนับสนุนภาคการผลิตของเกษตรกรท้องถิ่น ตลอดจนมีระบบตรวจสอบย้อนกลับถึงที่มาของวัตถุดิบ

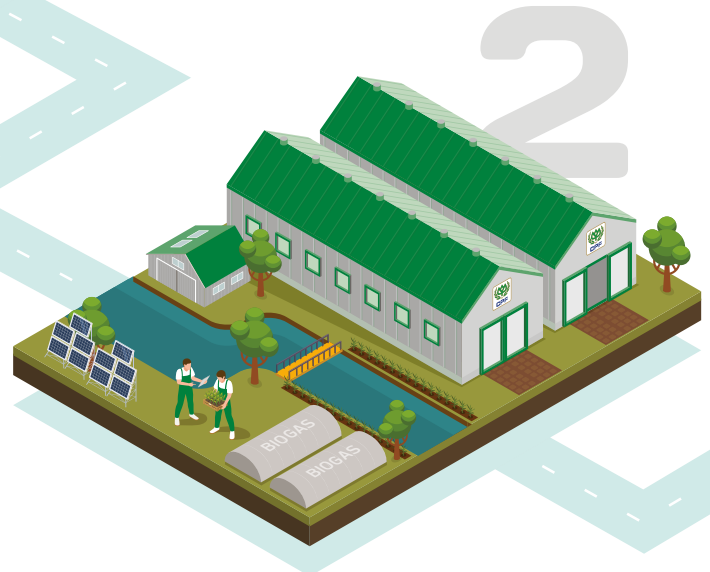
### สัดส่วนรายได้จากการขาย แบ่งตามผลิตภัณฑ์



24%  
ธุรกิจอาหารสัตว์

22%  
ธุรกิจอาหาร

54%  
ธุรกิจเลี้ยงสัตว์  
และแปรรูป



2

## ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป

การเพาะพันธุ์สัตว์ การเลี้ยงสัตว์เพื่อการค้า และการแปรรูปเนื้อสัตว์ขึ้นพื้นฐาน และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ชำแหละ

นำเทคโนโลยีทันสมัยมีประสบการณ์ในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาใช้ตลอดกระบวนการเลี้ยง ควบคู่ไปกับการดูแลความเป็นอยู่ของสัตว์ตามหลักสวัสดิภาพสัตว์สากล เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล

## ขอบเขตในการดำเนินธุรกิจแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก



### กิจการประเทศไทย

**38%**  
ของรายได้จากการขาย

ประกอบธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารเพื่อจำหน่ายในประเทศไทย ส่งออกและค้าระหว่างประเทศกว่า 50 ประเทศทั่วโลก



### กิจการต่างประเทศ

**62%**  
ของรายได้จากการขาย

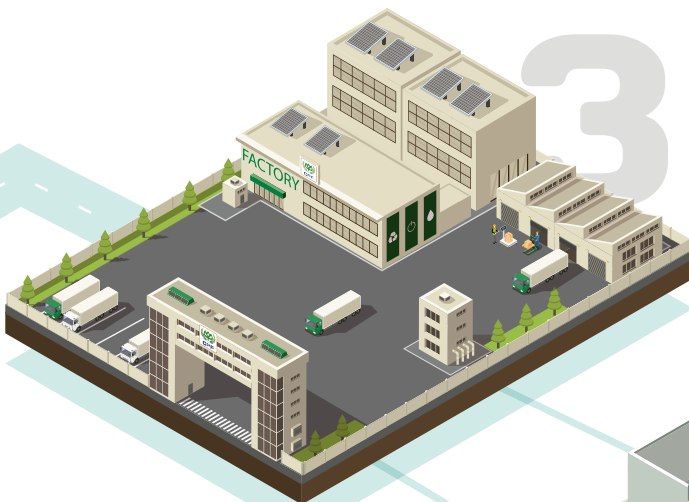
ประกอบธุรกิจและร่วมลงทุนในธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารใน 16 ประเทศ ได้แก่ เวียดนาม จีน รวมถึงสาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) รัสเซีย อินเดีย สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฟิลิปปินส์ กัมพูชา มาเลเซีย ตูรเคีย ลาว โปแลนด์ เบลเยียม ศรีลังกา และบริษัทร่วมในแคนาดา และบราซิล

3

## ธุรกิจอาหาร

ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปกึ่งปรุงสุกและปรุงสุกและอาหารสำเร็จรูป หรืออาหารพร้อมรับประทาน รวมถึงธุรกิจร้านอาหาร

เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานที่มีคุณภาพในด้านคุณค่าทางโภชนาการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสุขภาพที่ดี และราคาที่เหมาะสมด้วยนวัตกรรมการผลิตที่ทันสมัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีระบบสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอดกระบวนการผลิต



## ช่องทางจำหน่ายอาหาร

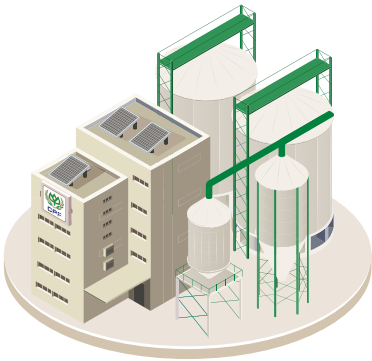
บริษัทจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในช่องทางที่หลากหลายเพื่อความสะดวกของผู้บริโภค รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัท เช่น จุดจำหน่ายสินค้าห้าดาว ร้านอาหารเชสเตอร์ และศูนย์อาหาร Food World การจัดจำหน่ายผ่านช่องทางค้าส่ง ช่องทางค้าปลีกของเครือเจริญโภคภัณฑ์ เช่น แม็คโคร โลตัส และร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่น และช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นๆ





# ลักษณะการประกอบธุรกิจ

## ธุรกิจอาหารสัตว์



รายได้จากธุรกิจอาหารสัตว์  
ปี 2566

**137,001** ล้านบาท



24%

ของรายได้จากการขายรวม

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

อาหารสัตว์นับเป็นจุดเริ่มต้นในห่วงโซ่การผลิตเนื้อสัตว์และการผลิตอาหารที่มีคุณภาพ บริษัทได้พัฒนานวัตกรรมกระบวนการผลิตและโภชนาการด้านอาหารสัตว์อย่างต่อเนื่อง เป็นผลให้บริษัทมีศักยภาพในการคิดค้นอาหารสัตว์ที่มีคุณภาพด้านโภชนาการที่ดีต่อสัตว์แต่ละประเภทและแต่ละวัย เพื่อให้มีอัตราแลกเนื้อที่ดี บริษัทมีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานสากลด้วยระบบอัตโนมัติ ระบบหุ่นยนต์ และระบบดิจิทัลในการบริหารจัดการ ทำให้มีต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ ผลิตภัณฑ์หลักในธุรกิจอาหารสัตว์ได้แก่ อาหารไก่ อาหารสุกร อาหารเป็ด และอาหารกึ่ง ทั้งในรูปแบบอาหารและอาหารสำเร็จรูปชนิดผงและเม็ด โดยเป็นการผลิตและจำหน่ายภายในประเทศที่ดำเนินธุรกิจเป็นหลัก

นอกจากนี้ บริษัทมีการดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายขนมสัตว์เลี้ยง (Pet Snack) ภายใต้ตราสินค้าหลักคือ เจอร์ไฮ (Jerhigh) จินนี่ (Jinny) และเคซี่ (K-Sy) ผลิตจากวัตถุดิบจากผลิตภัณฑ์พลอยได้ของบริษัท (Waste to Value) เช่น เนื้อไก่ชั้นส่วนเป็นต้น ด้วยมาตรฐานการผลิตที่เทียบเท่าการผลิตอาหารสำหรับมนุษย์



## 6 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ของธุรกิจอาหารสัตว์



1 วัตถุดิบมีคุณภาพ



2 สูตรอาหารสัตว์ที่เหมาะสมกับประเภท  
และความต้องการทางโภชนาการ



3 โรงงานที่สะอาด กระบวนการผลิตที่ทันสมัย  
ตามมาตรฐานสากล



4 สินค้าคุณภาพและตรวจสอบย้อนกลับได้



5 ต้นทุนที่แข่งขันได้



6 การถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้  
ที่ทันสมัยเกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์แก่เกษตรกร

### การเลือกที่ตั้งและรูปแบบโรงงาน

บริษัทพิจารณาที่ตั้งที่เหมาะสมอยู่ในแหล่งการผลิตที่มีสาธารณูปโภครองรับ มีแหล่งน้ำเพียงพอ รูปแบบโรงงานมีการออกแบบด้วยหลักการโรงงานสีเขียวและโรงงานอัจฉริยะที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและชุมชนใกล้เคียง ไม่ส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ และมีมาตรการป้องกันการปนเปื้อนตามหลักความปลอดภัยด้านอาชีวอนามัย มีกระบวนการลดของเสียโดยการนำมาผลิตเป็นพลังงานหมุนเวียนใช้ในโรงงาน และมีการบริหารจัดการมลภาวะฝุ่นและกลิ่น ที่อาจจะเกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตอาหารสัตว์ รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตด้วยระบบปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) ในการสั่งการด้วยระบบอัตโนมัติ (Fully Automated) และใช้ระบบกล้องอัจฉริยะ (AI Vision) ในการตรวจสอบวิเคราะห์คุณภาพแทนคนในทุกกระบวนการ

### สูตรการผลิตอาหารสัตว์

บริษัทคัดสรรสูตรอาหารที่สอดคล้องกับความต้องการทางโภชนาการของสัตว์แต่ละประเภทในแต่ละช่วงวัย ให้ได้รับคุณค่าทางอาหารเพียงพอต่อการเจริญเติบโต ตลอดจนการใช้โปรไบโอติกในอาหารสัตว์เพื่อส่งเสริมระบบการย่อยอาหารและเสริมสร้างความแข็งแรงของสัตว์ ส่งผลให้สัตว์มีสุขภาพที่ดี ไม่เจ็บป่วย ซึ่งทำให้สามารถลดการใช้ยาในสัตว์ได้



### การคัดสรรวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ประกอบด้วยข้าวโพดคากั่วเหลือง ปลาข้าว และส่วนประกอบวิตามินและแร่ธาตุอื่นๆ วัตถุดิบที่ใช้มีคุณภาพตามมาตรฐานที่ได้รับการรับรอง โดยบริษัทดำเนินนโยบายการจัดซื้อวัตถุดิบจากแหล่งผลิตในประเทศเป็นลำดับแรก เพื่อเป็นการสนับสนุนภาคการผลิตของเกษตรกรท้องถิ่น และมุ่งมั่นในการจัดหาวัตถุดิบหลักทางการเกษตรอย่างรับผิดชอบ สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ถึงแหล่งเพาะปลูก

### การผลิตและควบคุมคุณภาพ

บริษัทผลิตและการควบคุมการผลิตด้วยระบบอัตโนมัติ รวมถึงเทคโนโลยีดิจิทัล ภายใต้ระบบมาตรฐานสากลที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานอิสระภายนอก เพื่อความปลอดภัยของพนักงานและเพื่อลดความเสี่ยงจากการปนเปื้อนในกระบวนการผลิต ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์ของบริษัทกว่า 500 ประเภทสินค้า (SKU) ได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์ 100% ตามเจตนารมณ์ของบริษัทที่ต้องการลดการปลดปล่อยคาร์บอนตลอดห่วงโซ่คุณค่า

### การขายและบริการหลังการขาย

บริษัทตระหนักว่าความสำเร็จในการเลี้ยงสัตว์ของเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์นั้นจะนำมาสู่ความยั่งยืนร่วมกันของธุรกิจอาหารสัตว์ บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการแบ่งปันความรู้ความเข้าใจในการเลี้ยงสัตว์และการใช้อาหารสัตว์ที่ถูกต้องเหมาะสม สำหรับการจัดจำหน่ายอาหารสัตว์นั้น บริษัทจัดจำหน่ายโดยตรงจากโรงงานให้แก่เกษตรกรและผ่านตัวแทนจำหน่าย รวมถึงการพัฒนาการขายอาหารสัตว์ในรูปแบบออนไลน์ เพื่อให้สามารถเข้าถึงเกษตรกรในพื้นที่ห่างไกลได้มากขึ้นควบคู่กับการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อนำความคิดเห็นมาพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการ ทั้งนี้ ตลาดอาหารสัตว์ยังมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของความต้องการบริโภคเนื้อสัตว์ และการขยายตัวของวงการเลี้ยงสัตว์ในรูปแบบของการเลี้ยงในระบบอุตสาหกรรมที่มีความทันสมัยมากขึ้น







## ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป



รายได้จากธุรกิจเลี้ยงสัตว์  
และแปรรูป ปี 2566

**318,102** ล้านบาท



54%  
ของรายได้จากการขายรวม

### 7 ปัจจัยแห่งความสำเร็จของ ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป



1 สายพันธุ์สัตว์ที่แข็งแรง



5 กระบวนการผลิตที่ปลอดภัย  
ได้มาตรฐานสากล



2 อาหารสัตว์คุณภาพ



6 ระบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ



3 โรงเรือน โรงงาน  
และอุปกรณ์ที่เหมาะสม



7 การจัดการความปลอดภัยทางชีวภาพ  
ตลอดห่วงโซ่อุปทาน



4 การบริหารจัดการ  
การเลี้ยงสัตว์ที่ดี



## การเลือกที่ตั้งและรูปแบบฟาร์ม

บริษัทพิจารณาสถานที่ตั้งที่เหมาะสมกับการเลี้ยงสัตว์โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ มีสาธารณสุขปศุสัตว์พื้นฐานเพียงพอ และการออกแบบฟาร์มที่มีระบบความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity) เพื่อป้องกันการติดเชื้อเข้าสู่ฟาร์ม และอีกทั้งระบบการเลี้ยงยังคำนึงถึงสวัสดิภาพสัตว์ และพัฒนารูปแบบของฟาร์มเลี้ยงสัตว์เป็นฟาร์มสีเขียวที่เป็นมิตรกับชุมชนและสิ่งแวดล้อม โดยมีการบริหารการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ มีระบบการจัดการของเสีย ระบบการบำบัดน้ำ รวมถึงการนำของเสียจากฟาร์มมาใช้ผลิตพลังงานชีวมวลและก๊าซชีวภาพใช้เป็นพลังงานหมุนเวียนในการผลิตไฟฟ้าภายในฟาร์ม

## การคิดสรรวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักในการเลี้ยงสัตว์ คือ อาหารสัตว์และพันธุ์สัตว์ที่ผลิตภายใต้กิจการผลิตอาหารครบวงจรของกลุ่มบริษัท โดยพันธุ์สัตว์นั้นบริษัทคัดเลือกและนำเข้าพันธุ์สัตว์ระดับทวดพันธุ์สำหรับสุกรและปูยาพันธุ์สำหรับไก่เนื้อและไก่ไข่ มาจากต่างประเทศเพื่อนำมาพัฒนาสายพันธุ์ที่เหมาะสมกับสภาวะแวดล้อมและความต้องการบริโภคของผู้คนแต่ละประเทศที่ดำเนินธุรกิจ สำหรับกึ่ง บริษัทใช้พันธุ์ที่บริษัทได้พัฒนาขึ้นจนเป็นสายพันธุ์ของบริษัทเอง เพื่อให้ได้พันธุ์สัตว์ที่แข็งแรงและมีความต้านทานโรคได้ดี ให้ผลผลิตสูงเหมาะสมกับสภาวะแวดล้อมในการเลี้ยงของแต่ละประเทศ รวมถึงสามารถตอบสนองและสอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป

## การเลี้ยงสัตว์

บริษัทได้พัฒนาระบบและเทคโนโลยีที่ใช้ในการเลี้ยงสัตว์อย่างต่อเนื่องภายใต้หลักการความใส่ใจในสวัสดิภาพสัตว์ “หลักอิสระ 5 ประการ” ควบคู่ไปกับประสิทธิภาพในการเลี้ยงต่อพื้นที่ ไม่ใช้ฮอร์โมนในการเร่งการเจริญเติบโต เพื่อให้สัตว์นั้นได้อยู่ภายใต้การเลี้ยงที่ปราศจากความทุกข์ทรมาน และมีอิสระที่จะแสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติ นอกจากนี้ บริษัทมีโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์แก่เกษตรกรผ่านโครงการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรรายย่อย (Contract Farming) ซึ่งเป็นโครงการที่สร้างงาน สร้างอาชีพ ให้กับเกษตรกรเพื่อเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่เติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน มีนักวิชาการที่สนับสนุนความรู้ให้กับเกษตรกรตลอดระยะเวลาเลี้ยง โดยเกษตรกรไม่ต้องรับความเสี่ยงด้านการตลาดที่ราคาเนื้อสัตว์มีความผันผวน

## หลักอิสระ 5 ประการ

- 1  ได้รับสารอาหารและน้ำตามต้องการ
- 2  อยู่สบายในสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม
- 3  สุขภาพแข็งแรง ไม่มีบาดเจ็บ
- 4  เลี้ยงดูอย่างดีมีความสุข
- 5  อิสระเสรี มีพฤติกรรมธรรมชาติ

## ขั้นตอนการแปรรูปขั้นพื้นฐาน

บริษัทปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานด้านสวัสดิภาพสัตว์ในการแปรรูปเนื้อสัตว์ขั้นพื้นฐาน ทั้งในกระบวนการขนส่งและกระบวนการแปรรูป โดยกิจการในแต่ละประเทศจะขอการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานอิสระภายนอกโดยยึดข้อกำหนดของบริษัทและลูกค้า รวมถึงกฎหมายในประเทศนั้นๆ เป็นสำคัญ

## บรรจุภัณฑ์

ที่บริษัทเลือกใช้ได้คำนึงถึงการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ การใช้ถาดพลาสติกชีวภาพ (Bioplastic) ที่เรียกว่า Polylactic Acid (PLA) ผลิตจากวัสดุธรรมชาติที่ย่อยสลายได้โดยไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการเก็บอาหาร

## การขายและช่องทางการจัดจำหน่าย

สำหรับพันธุ์สัตว์ รวมถึงสัตว์มีชีวิตส่วนใหญ่เป็นการขายที่หน้าฟาร์มสำหรับชิ้นส่วนเนื้อสัตว์ ไช้ไก่ และผลิตภัณฑ์พลอยได้จากการเลี้ยงสัตว์มีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย ตลาดสด (Traditional Market) ช่องทางการค้าส่งค้าปลีกที่ทันสมัย (Modern Trade) ทั้งนี้ ธุรกิจเลี้ยงสัตว์มีการเติบโตตามความต้องการที่เพิ่มขึ้นจากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น และการเข้าถึงเนื้อสัตว์ที่มีคุณภาพในราคาที่เข้าถึงได้สะดวกขึ้น







## ธุรกิจอาหาร



รายได้จากธุรกิจอาหาร  
ปี 2566

**130,741** ล้านบาท



22%

ของรายได้จากการขายรวม

บริษัทมีฐานการผลิตของธุรกิจอาหารใน 15 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย สหรัฐอเมริกา จีน อังกฤษ เวียดนาม สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย รัสเซีย กับพูชา อินเดีย ตุรกี ลาว ศรีลังกา เบลเยียม และโปแลนด์



บริษัทให้ความสำคัญในการวิจัยและพัฒนาผลิตอาหารที่มีคุณภาพในด้านคุณค่าทางโภชนาการ รสชาติสอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภค ด้วยกระบวนการที่มีความปลอดภัยตลอดห่วงโซ่การผลิต คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ด้วยราคาเข้าถึงได้ และมีความหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคทั่วโลก ในแต่ละวัยและในแต่ละท้องถิ่นผ่านช่องทางการขายที่หลากหลาย ทั้งของบริษัทเองและผ่านช่องทางการขายต่างๆ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหารให้แก่ผู้บริโภคทั่วโลก ธุรกิจอาหารของบริษัทประกอบด้วยผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป อาหารพร้อมทาน ตลอดจนร้านอาหาร นอกจากนี้ บริษัทมีการส่งออกสินค้าอาหารผ่านสาขาตัวแทนจำหน่ายของบริษัทและผู้นำเข้าในประเทศต่างๆ รวมถึงการดำเนินธุรกิจการค้าผลิตภัณฑ์อาหารระหว่างประเทศ (Global Sourcing)

### การจัดหาวัตถุดิบ

ผลิตภัณฑ์อาหารของบริษัทใช้ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ของบริษัทเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร อันรวมถึงผลผลิตจากโครงการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรรายย่อย (Contract Farming) สำหรับวัตถุดิบอื่นๆ ที่เป็นส่วนประกอบของอาหารนั้น บริษัทให้ความสำคัญกับคุณภาพและแหล่งที่มาของวัตถุดิบว่าต้องได้มาตรฐาน และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ นอกจากการจัดหาผลิตภัณฑ์จากการผลิตของกลุ่มบริษัทแล้ว ได้มีการสรรหาผลิตภัณฑ์อาหารจากแหล่งผลิตอื่นๆ ทั่วโลก (Global Sourcing) โดยเป็นการใช้ประโยชน์จากศักยภาพของเครือข่ายการขายของบริษัท โดยการจัดซื้อนั้นอยู่ภายใต้ นโยบายการจัดซื้ออย่างเป็นธรรมและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้



## การผลิต

ตามมาตรการคุณภาพและความปลอดภัยตลอดกระบวนการผลิต คือสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งมาโดยตลอด บริษัทจึงมุ่งมั่น ดำเนินการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมการผลิตที่มีประสิทธิภาพให้ได้ ผลิตภัณฑ์อาหารคุณภาพและปลอดภัยในการบริโภค บริษัทได้นำ ระบบเทคโนโลยีอัตโนมัติและเทคโนโลยีหุ่นยนต์มาใช้เสริมสร้าง ประสิทธิภาพในการผลิต ทั้งนี้ บริษัทได้จัดตั้งบริษัท ศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร ซีพีเอฟ จำกัด ในประเทศไทย เพื่อเป็น ศูนย์กลางการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอาหารผ่านการวิจัยและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคและ อุตสาหกรรมอาหาร

## บรรจุภัณฑ์

บริษัทเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องอาหารให้ปลอดภัยและ คงคุณค่าอาหารตามหลักโภชนาการไว้อย่างสมบูรณ์และสามารถ เก็บรักษาอาหารได้นานขึ้น เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดขยะอาหารและการสูญเสียอาหาร (Food Waste, Food Loss) รวมถึงการสรรหา บรรจุภัณฑ์ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และมีฉลากผลิตภัณฑ์ (Product Labelling) ที่บ่งบอกถึงคุณค่าทางโภชนาการและปริมาณ ที่ควรบริโภค (Guideline Daily Amounts) เพื่อสนับสนุนการบริโภค เพื่อสุขอนามัยที่ดี

## ช่องทางการจัดจำหน่าย

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น บริษัทได้กระจายการจัดจำหน่าย ในช่องทางอันหลากหลายเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงอาหาร ของผู้บริโภค เช่น 1.) ช่องทางค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Market) อาทิ ตลาดสด 2.) ช่องทางค้าปลีกและค้าส่งทันสมัย (Modern Trade) อาทิ ร้านค้าสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ต 3.) ช่องทาง ธุรกิจบริการอาหาร (Food Service) อาทิ ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร ศูนย์อาหาร และธุรกิจจัดเลี้ยง ซึ่งจัดจำหน่ายผ่านทั้งช่องทางของ บริษัทและช่องทางของพันธมิตรทางการค้า

โดยรวม ธุรกิจอาหารเป็นธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และมีภาวะการแข่งขันสูง ทั้งนี้ จากแนวโน้มสังคมเมืองที่มีการขยายตัว และมีวิถีการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการ อาหารสำเร็จรูปเพื่อความสะดวกสบายเพิ่มมากขึ้น ขณะเดียวกัน ผู้บริโภคยังคงมองหาอาหารที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายของ ผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารเพื่อสุขภาพที่มี แหล่งที่มาที่เป็นที่ยอมรับ ผู้ผลิตจึงต้องมีการคิดค้นและพัฒนา ผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ให้เหมาะสมกับสภาพวัฒนธรรมการบริโภคของแต่ละพื้นที่



### “คุณภาพและความปลอดภัย” ตลอดกระบวนการผลิต คือ หัวใจของสุขภาพที่ดี

ด้วยลักษณะการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร บริษัทจึงมีศักยภาพในการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพตลอดกระบวนการผลิตได้อย่างเป็นระบบ พร้อมนำระบบมาตรฐานสากลและมาตรฐานของกลุ่มลูกค้าซึ่งได้รับการรับรองจากหน่วยงานอิสระ (Third Party) มาประยุกต์ใช้ในการผลิต อาหารสัตว์ และการผลิตอาหารนอกเหนือจากการปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับของประเทศที่บริษัทมีการดำเนินธุรกิจอยู่อย่างเคร่งครัด

	ธุรกิจอาหารสัตว์		ธุรกิจเลี้ยงสัตว์และแปรรูป		ธุรกิจอาหาร	
<b>มาตรฐานด้านการผลิต</b>	GAP GMP/GHPs HACCP ISO 9001 ISO 22000 ISO/IEC 17025 GMP+ FAMI-QS	Global G.A.P. RWA ALO BAP Marin Trust AI Compartment CPF Food Standard (PS 7818:2018)	GAP/CoC Dept. of Fisheries GMP/GHPs HACCP ISO 9001 ISO 22000 ISO/IEC 17025 BRC QS. Quality scheme for food Halal Global G.A.P.	RWA ALO BAP ASC FMD Free AI Compartment Farm F1rst Poultry Standard CPF Food Standard (PS 7818:2018)	GMP/GHPs HACCP ISO 9001 ISO 22000 ISO/IEC 17025 BRC Halal QS. Quality scheme for food	KOSHER ALO BAP ASC RSPO CPF Food Standard (PS 7818:2018)
<b>มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม</b>	ISO 14001	CPF SHE&En Standard	ISO 50001			
<b>มาตรฐานด้านความปลอดภัยในการทำงาน</b>	Good Labour Practice (GLP) ISO 45001		TLS 8001-2010 CPF SHE&En Standard			

หมายเหตุ: นโยบายและแนวปฏิบัติของบริษัทสอดคล้องตามมาตรฐานข้างต้น ทั้งนี้ กิจกรรมในแต่ละประเทศจะเป็นผู้พิจารณาขอรับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานอิสระภายนอกตามความเหมาะสม โดยยึดข้อกำหนดของบริษัทและลูกค้า รวมถึงกฎหมายประเทศเป็นสำคัญ







เราใส่ใจสร้างสรรค์อาหารที่มีคุณภาพ  
และปลอดภัย เพื่อสร้างความพึงพอใจ  
ให้กับผู้บริโภคทั่วทุกมุมโลก

ผลิตภัณฑ์จากไก่และเป็ด



ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ



### ผลิตภัณฑ์จากหมู



### ผลิตภัณฑ์จากไข่



หมายเหตุ : รูปภาพสินค้าที่แสดงนี้เป็นตัวอย่างบางส่วนของผู้ผลิตและผู้จำหน่าย





### ผลิตภัณฑ์ไส้กรอก



### ผลิตภัณฑ์โปรตีนจากพืช



ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทาน



ผลิตภัณฑ์ซूपและซอส



ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสุขภาพ



ผลิตภัณฑ์อาหารทางการแพทย์



หมายเหตุ : รูปภาพสินค้าที่แสดงนี้เป็นตัวอย่างบางส่วนของผู้ผลิตที่บริษัทผลิตและจำหน่าย





## นวัตกรรมจากใจสู่งาน

การสร้างสรรค่นวัตกรรมถือเป็นหัวใจสำคัญในการคงความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงมุ่งมั่นพัฒนาศักยภาพการเติบโตของธุรกิจผ่านการวิจัยและพัฒนาอย่างครบวงจร ทั้งด้านอาหารสัตว์ การเลี้ยงสัตว์และแปรรูป และอาหาร เพื่อการบริโภคผ่านการคิดค้นนวัตกรรมทางด้านผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิตและรูปแบบธุรกิจ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจ สร้างคุณค่าเพิ่มให้กับผู้บริโภค รวมทั้งสร้างความยั่งยืนให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมีตัวอย่างนวัตกรรมด้านต่างๆ ดังนี้

### นวัตกรรมอาหาร



#### โครงการไก่ไทยจะไปอวกาศ

เป็นการยกระดับคุณภาพความปลอดภัยของเนื้อไก่ที่ใช้โปรไบโอติกเป็นจุลินทรีย์ชนิดดีที่ทำให้ลำไส้แข็งแรง ซึ่งบริษัทได้พัฒนาร่วมกับสถาบันวิจัยระดับโลกในการสร้างสรรค์นวัตกรรมอาหารสัตว์โปรไบโอติก (Probiotics Fed) เพื่อให้สัตว์มีระบบลำไส้ที่แข็งแรง ต้านทานโรคได้ เติบโตเร็วและแข็งแรง และช่วยลดการใช้ยาในสัตว์ทำให้ไม่มีสารตกค้าง จนได้เนื้อไก่ที่มีคุณภาพสูง มีระดับความปลอดภัยทางอาหารขั้นสูงสุดตามมาตรฐานอาหารอวกาศขององค์การนาซา ซึ่งเป็นมาตรฐานความปลอดภัยสูงสุดในการผลิตอาหารสำหรับนักบินอวกาศที่ปฏิบัติการอยู่บนสถานีอวกาศนานาชาติ นับเป็นการแสดงศักยภาพขั้นสูงของนวัตกรรมเทคโนโลยีและความปลอดภัยการผลิตเนื้อไก่ของบริษัท และสามารถส่งมอบเนื้อไก่ที่มีความปลอดภัยในระดับเดียวกับที่องค์กรระดับโลกยอมรับให้แก่ผู้บริโภคทั่วโลก

#### โพลีนาฟริก สูตรลดโซเดียม

ผู้บริโภคโดยเฉพาะกลุ่มที่มีปัญหาด้านสุขภาพให้ความสำคัญกับปริมาณโซเดียมในอาหารเพิ่มขึ้น บริษัทได้พัฒนาอาหารที่ลดปริมาณโซเดียมแต่ยังคงคุณภาพและรสชาติที่ดี เช่น ผลิตภัณฑ์โพลีนาฟริก ที่มีปริมาณโซเดียมลดลงมากกว่าร้อยละ 25 โดยประยุกต์ใช้วัตถุดิบกลุ่มแป้งดัดแปลง (Modified Starch) และเอนไซม์ (Enzyme) มาปรับให้เนื้อสัมผัสที่นุ่มลงจากการลดโซเดียมให้กลับมานุ่มตึงและยืดหยุ่นได้เหมือนเดิม โดยยังคงความอร่อยเหมือนสูตรปกติ



#### อาหารทางการแพทย์ NutriMax

ผลิตภัณฑ์ NutriMax ภายใต้ตราสินค้า Innoweness เป็นอาหารทางการแพทย์ที่มีสารอาหารและโภชนาการครบถ้วน ผลิตจากส่วนผสมธรรมชาติ อาทิ ฟักทอง เนื้ออกไก่ ไข่ และน้ำมันรำข้าว มีโปรตีน 13.4 กรัม ให้พลังงาน 278 กิโลแคลอรี รวมทั้งวิตามินและแร่ธาตุ 20 ชนิด ได้รับการรับรองคุณภาพตามมาตรฐานสากล NutriMax เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน มีรสชาติอร่อย สะดวก สามารถรับประทานได้ทันที สามารถประยุกต์สูตรอาหารเป็นเมนูอันหลากหลายทั้งอาหารคาวและหวาน เช่น โจ๊กอกไก่ และซุปร้อนๆให้สัตว์เลี้ยง เป็นต้น นอกจากนี้ NutriMax ยังได้รับการยืนยันจากวารสารทางการแพทย์ว่าสามารถช่วยฟื้นฟูสุขภาพผู้ป่วย หรือผู้ป่วยที่มีภาวะขาดสารอาหาร และผู้สูงอายุได้เป็นอย่างดี



## เปิดจักรพรรดิ (เปิดสดอนามัย ตรายูฟาร์ม)

ผลิตภัณฑ์ที่มีกระบวนการเริ่มต้นจากการคัดสรรสายพันธุ์เปิดคุณภาพ เลี้ยงด้วยอาหารจากธัญพืชที่อุดมด้วยโอเมก้า 3 ทำให้เปิดมีสุขภาพดี แข็งแรงตามธรรมชาติ ปลอดภัยในชีวิต ไม่ใช้ฮอร์โมนเพื่อเร่งการเจริญเติบโต และมีการเลี้ยงแบบปล่อยอิสระ ในโรงเรือนระบบปิดที่มีการควบคุมและป้องกันโรคอย่างดี



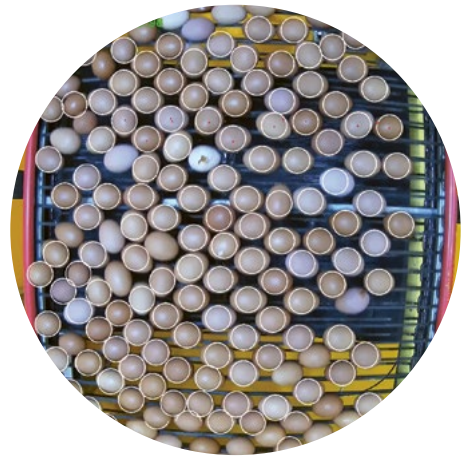
## ปลาดีจากพืช

SuperDrob S.A. ซึ่งเป็นบริษัทร่วมค้าในประเทศโปแลนด์ได้พัฒนาปลาดีจากพืช (โปรตีนจากข้าว) เป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพและต้องการลดการบริโภคเนื้อจากสัตว์ ผลิตภัณฑ์ปลาดีจากพืชใช้สำหรับการทดแทนเนื้อปลาแซลมอนและเนื้อปลาทูน่า เป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง มีให้เลือกในรูปแบบทั้งแบบซาชิมิและเนื้อปลารมควัน มีจำหน่ายทั้งในรูปแบบหั่นบางและแบบก้อน ในประเทศเยอรมนี ฟินแลนด์ เนเธอร์แลนด์ สวีเดน สวิตเซอร์แลนด์ และโปแลนด์

## นวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต

### ระบบควบคุมปริมาณไข่เข้าโรงคัดด้วยระบบปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence)

เป็นโครงการประยุกต์ใช้ระบบกล้องและปัญญาประดิษฐ์ เพื่อประเมินปริมาณไข่บนสายพานและปรับความเร็วของสายพานที่ลำเลียงไข่จากฟาร์มไปสูโรงคัดไข่แบบอัตโนมัติ เพื่อลดการแตกเสียหายของไข่ไก่และการสูญเสียอาหารในกระบวนการผลิต เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและลดความผิดพลาดที่อาจเกิดจากผู้ปฏิบัติงาน



### หุ่นยนต์กลับแกลบอัตโนมัติ

บริษัทมีการศึกษาและพัฒนาหุ่นยนต์เคลื่อนที่อัตโนมัติมาประยุกต์ใช้เพื่อดูแลไก่เนื้อในการกลับแกลบ ซึ่งเป็นวัสดุรองพื้นที่มีความสำคัญต่อสุขภาวะของสัตว์ และเพื่อลดปริมาณก๊าซในโรงเรือน หุ่นยนต์กลับแกลบอัตโนมัติสามารถทดแทนแรงงานกลับแกลบได้อย่างมีประสิทธิภาพ และลดภาระงานของแรงงาน



## นวัตกรรมการเลี้ยงสัตว์



### โครงการการบริหารจัดการน้ำแบบครบวงจร

โครงการการบริหารจัดการน้ำแบบครบวงจร ธุรกิจสุกร เป็นการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูงมาบริหารจัดการน้ำในกระบวนการผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทาน ร่วมดูแลสิ่งแวดล้อมและอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย สู่ชุมชน อาทิ โครงการธนาคารน้ำใต้ดิน ซึ่งเป็นการบริหารความเสี่ยงด้านน้ำรับมือน้ำท่วม แก้ปัญหาภัยแล้งให้ชาวชุมชนและเกษตรกรมีน้ำใช้ตลอดปีได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งขยายผลสู่ระดับประเทศกับสถาบันการศึกษาต่างๆ

### การพัฒนาไลโซไซม์ (Modified Lysozyme) ด้วยนาโนเทคโนโลยี เพื่อเป็นสารทดแทนยาปฏิชีวนะต้านเชื้อแบคทีเรียในสัตว์น้ำ

Lysozyme-Modified เป็นเอนไซม์ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อทดแทนการใช้ยาปฏิชีวนะในสัตว์น้ำ โดยเอนไซม์นี้ถูกปรับโครงสร้างด้วยนาโนเทคโนโลยี เพื่อให้สามารถทนต่อความร้อน และเข้าทำลายผนังเซลล์ของแบคทีเรียทั้งแกรมบวกและลบได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต่างจาก Lysozyme ทั่วไปในท้องตลาดที่มีฤทธิ์ยับยั้งเฉพาะแบคทีเรียแกรมบวกเท่านั้น ส่งผลให้ผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำไม่นิยมใช้ Lysozyme แต่หันไปใช้ยาปฏิชีวนะในการรักษาโรคติดเชื้อในสัตว์น้ำแทน ทำให้เกิดสารตกค้างในน้ำ และเป็นแหล่งกักเก็บยีนดื้อยาต่อไป





## นวัตกรรมสร้างมูลค่าเพิ่ม (Waste to Value)

### เนื้อไก่ขึ้นรูปไร้แป้ง

เป็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ขนมสัตว์เลี้ยงสำหรับสุนัข ปรับเทคนิคการอบแบบใหม่ ตัดแป้งสี และสารช่วยขึ้นรูป ปรับขั้นตอนการฆ่าเชื้อมาเป็นขั้นตอนแรกเพื่อไม่ให้ผิวชั้นนอกแห้งแข็ง และเพิ่มขั้นตอนการหมักเนื้อ ทำให้เนื้อเหนียวสามารถอัดขึ้นรูปได้สวยงามด้วยหัวอัดแบบใหม่ ผลิตภายใต้แบรนด์ Doggie Paws และยังเพิ่มมูลค่าจากวัตถุดิบพลอยได้จากการผลิตของบริษัท

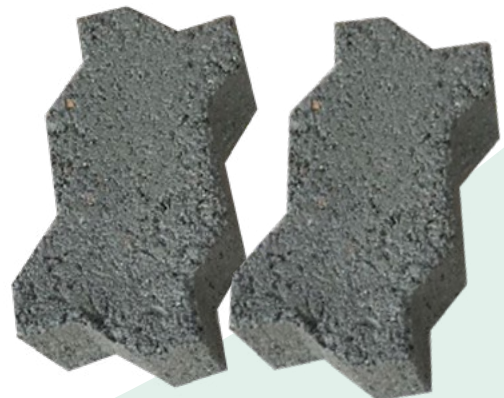


### ปลุกพลังไบโอก๊าซ เสริมพลังรักโลก

อาหารไบโอก๊าซซึ่งเป็นนวัตกรรมที่เติมลงไปนบ่อไบโอก๊าซในฟาร์มสุกร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการย่อยสลายสารอินทรีย์ในน้ำเสียให้เป็นก๊าซ เสมือนเป็นอาหารสำหรับจุลินทรีย์ที่ช่วยในการย่อยสลายของเสียที่ได้จากการเลี้ยงสุกร อาหารไบโอก๊าซสามารถเพิ่มความเข้มข้นและเพิ่มผลผลิตของก๊าซมีเทนที่ใช้สำหรับการปั่นไฟฟ้าเพื่อใช้เป็นพลังงานหมุนเวียนภายในฟาร์มสุกรได้มากขึ้น อันเป็นการลดต้นทุนด้านพลังงานและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้

### นวัตกรรมคอนกรีตจากกากก๊าซชีวภาพ

กระบวนการการผลิตก๊าซชีวภาพในฟาร์มไก่ไข่ ผลิตจากของเสียจากการเลี้ยงที่ประกอบไปด้วยมูลไก่และเศษแคลเซียมที่เหลือจากการเลี้ยงเมื่อบ่มของเสียเหล่านั้นจนได้ก๊าซชีวภาพสำเร็จในกระบวนการบ่ม ก๊าซชีวภาพจะมีเศษวัสดุที่เหลือจากการผลิตก๊าซชีวภาพที่ต้องนำไปกำจัด ทางกิจการมาเลเซียได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ของกากของเสียเหล่านั้นและนำมาประยุกต์ใช้เป็นส่วนผสมในการทำคอนกรีตได้เป็นผลสำเร็จ ซึ่งนวัตกรรมนี้นอกจากจะช่วยแก้ปัญหาการกำจัดทิ้งของเสียแล้ว ยังเป็นการนำของเสียกลับมาใช้ใหม่ (Waste to Value) และเป็นแหล่งวัสดุที่สำคัญในการใช้ผลิตคอนกรีตใช้ในฟาร์มได้เป็นอย่างดี







# การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

## นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

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

## ปัจจัยสำคัญด้านความยั่งยืน 7 ด้าน



ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ปรัชญา 3 ประโยชน์



### การกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง และการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์

การกำกับดูแลกิจการเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการเป็นแนวทางของการเป็นองค์กรที่ดีของสังคม บริษัทจึงได้จัดทำนโยบายบริษัทและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน เพื่อใช้เป็นกรอบในการกำกับการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม



### ความมั่นคงทางอาหาร

ความมั่นคงทางอาหารเป็นภารกิจหลักของบริษัทในฐานะหนึ่งในผู้นำด้านธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ที่ต้องการสรรสร้างอาหารที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการทั้งในทางกายภาพและเศรษฐกิจที่ตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจเพื่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดีที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้อย่างเพียงพอ



## สิทธิมนุษยชน

บริษัทตระหนักในการดูแลใส่ใจการเคารพสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียรอบด้าน โดยกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับหลักการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนอย่างครอบคลุมตามกฎหมายของประเทศและหลักการสากล มีการกำหนดกลยุทธ์และแผนในการบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน มีกลไกการคุ้มครองและเยียวยาเมื่อเกิดเหตุ รวมถึงเปิดโอกาสให้พนักงาน ชุมชน และผู้มีส่วนได้เสีย มีส่วนร่วมหรือในประเด็นดังกล่าว เพื่อสร้างความเข้าใจ ความร่วมมือ และสร้างประโยชน์ให้เกิดขึ้นพร้อมกัน



## การรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทมีเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ตลอดห่วงโซ่คุณค่า ในปี 2050 (หรือ พ.ศ. 2593) ซึ่งเป้าหมายและแผนการลดก๊าซเรือนกระจกตามหลักวิทยาศาสตร์ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวของ บริษัทที่ได้รับการรับรองจากองค์กร Science Based Targets initiative (SBTI)



## ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ

บริษัทมีการส่งเสริมกิจกรรมสร้างการดูแลและฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพภายในสถานประกอบการและร่วมสนับสนุนกับภาครัฐและผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ ในการดำเนินการในพื้นที่ต่างๆ



## พนักงานและชุมชน

บริษัทวางรากฐานกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคล เพื่อยกระดับขีดความสามารถของพนักงาน พร้อมทั้งการสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้เกิดความผูกพัน ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตการทำงาน ส่งเสริมการจัดการสุขภาวะที่ดี มีนโยบายด้านการจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัยเพื่อสร้างระบบความปลอดภัยในการทำงานให้กับพนักงาน และมีนโยบายในการส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการร่วมดูแลชุมชนรอบด้านด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะในยามที่มีวิกฤตเกิดขึ้น



## การดูแลทรัพยากรน้ำ

บริษัทบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การประเมินความเสี่ยงของแหล่งน้ำที่ใช้เพื่อป้องกันอุทกภัยและภัยแล้ง ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อลดการใช้น้ำต้นทุน จัดการน้ำให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุดและนำเทคโนโลยีระบบน้ำหมุนเวียนมาดำเนินการใช้ควบคุมคุณภาพของน้ำก่อนปล่อยออกสู่สาธารณะ รวมถึงการร่วมมือกับภาครัฐและชุมชนในการดูแลแหล่งน้ำในท้องที่

### การดูแลทรัพยากรน้ำ

#### การสร้างความมั่นคงของน้ำภาคการผลิต

- ประเมินความเสี่ยงด้านน้ำเพื่อกำหนดมาตรการจัดการ
- พัฒนาแหล่งเก็บกักน้ำ และแหล่งน้ำทางเลือก เช่น ระบบน้ำบาดาล เพื่อรับมือต่อภัยแล้ง
- เทคโนโลยีการผลิตที่ส่งเสริมการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

#### การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

- มีส่วนร่วมในการวางแผนการจัดการน้ำกับภาครัฐ เอกชน และชุมชน
- ร่วมมือกับภาครัฐในการใช้ระบบฐานข้อมูล เพื่อติดตามประเมินผล และป้องกันความเสี่ยง

#### การอนุรักษ์ฟื้นฟูสภาพป่าต้นน้ำและพื้นที่ลุ่มน้ำ

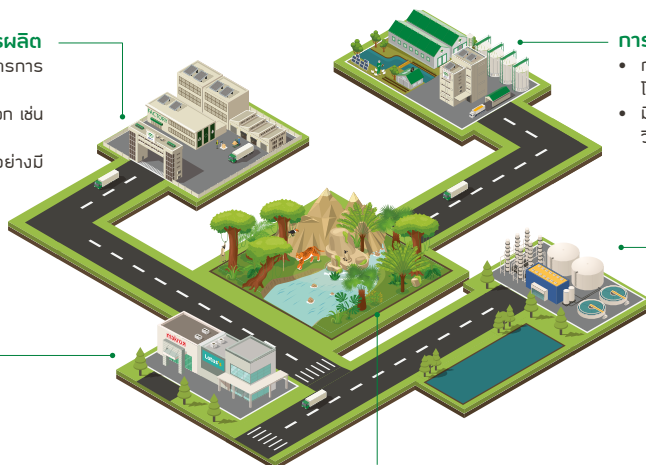
- ฟื้นฟูพื้นที่ป่าต้นน้ำ เช่น เขาพระยาเดินธง จังหวัดลพบุรี พื้นที่ลุ่มน้ำมูล และพื้นที่อื่นๆ ที่ใกล้แหล่งการดำเนินงาน

#### การจัดการน้ำท่วมและอุทกภัย

- การปรับปรุงการระบายน้ำ สิ่งกีดขวางทางน้ำ และโครงสร้างป้องกันรับมือการเกิดน้ำท่วม
- มีแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจเพื่อรองรับต่อสภาวะวิกฤติ

#### การจัดการคุณภาพน้ำ

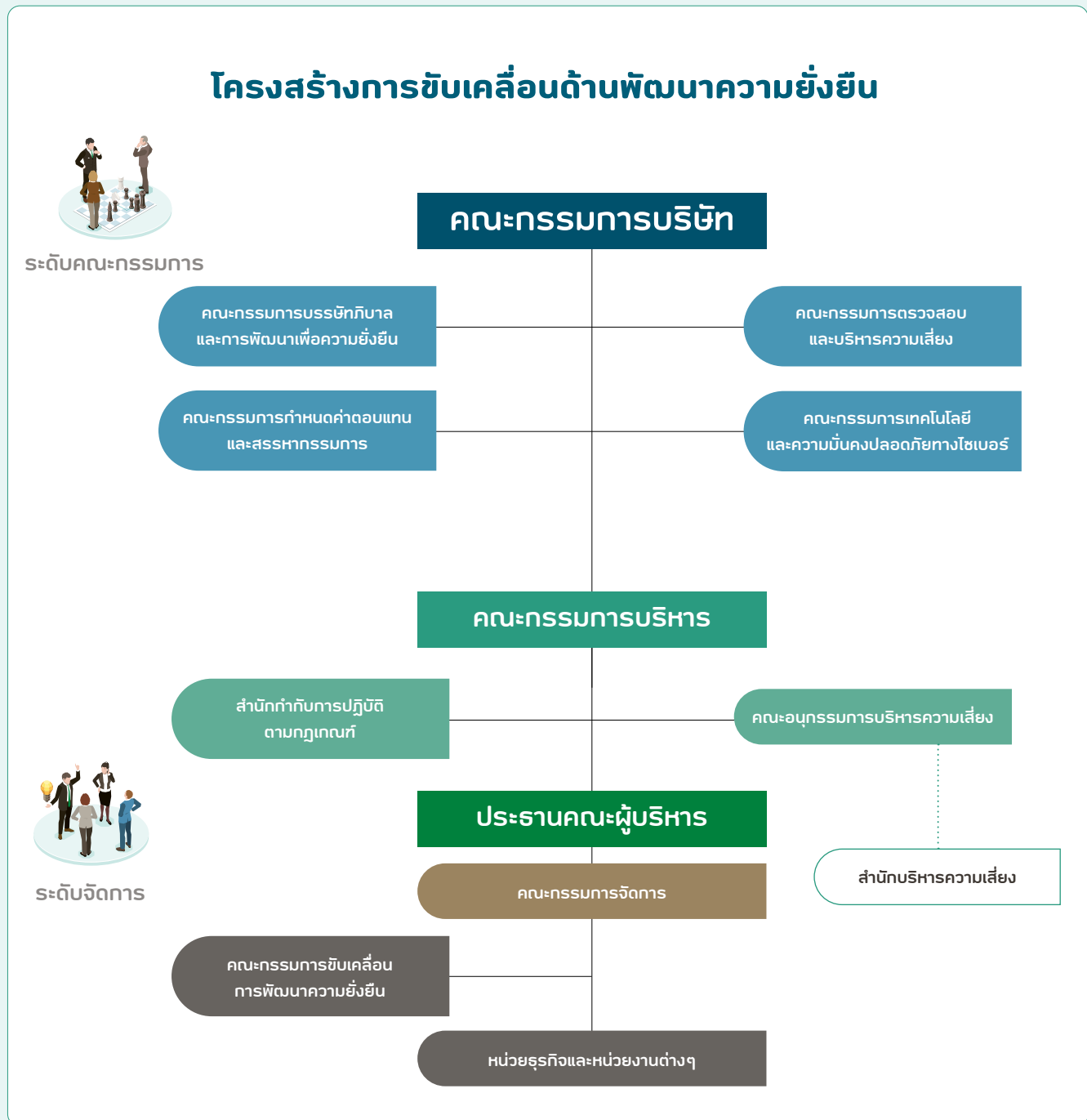
- การป้องกันและลดการเกิดน้ำเสียที่ต้นทาง
- พัฒนาระบบบำบัดน้ำเสีย พร้อมควบคุมคุณภาพน้ำก่อนปล่อยออกให้สอดคล้องตามกฎหมาย
- การนำน้ำเสียผ่านการบำบัดกลับมาใช้ใหม่ โดยเทคโนโลยีการบำบัดขั้นสูง เช่น Ultra Filtration และไบโอฟลอค





## โครงสร้างการกำกับดูแลและการขับเคลื่อนด้านความยั่งยืน

คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งและมอบหมายคณะกรรมการชุดย่อยในด้านต่างๆ เพื่อช่วยกำกับดูแลและกลั่นกรองการดำเนินกิจการในด้านที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน อันรวมถึงคณะกรรมการบริษัทกิตติคุณและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน คณะกรรมการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการเทคโนโลยีและความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ โดยมอบหมายให้คณะกรรมการบริหารมีหน้าที่ในการดูแลการกำกับกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์



เพื่อให้การขับเคลื่อนความยั่งยืนเป็นไปอย่างต่อเนื่อง บริษัทได้กำหนดแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อขับเคลื่อนความยั่งยืนด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นระยะเวลา 10 ปี ตั้งแต่ปี 2564 - 2573 (หรือปี ค.ศ. 2021 - 2030) ดังแสดงในรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2566 นอกจากนี้ บริษัทยังได้มีการทบทวนประเด็นความยั่งยืนและแผนงานด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปีเพื่อให้ทันกับกระแสโลกที่ปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว



## การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม

### นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทมุ่งมั่นในการดูแลสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยทำการวิเคราะห์ผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมตลอดวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ ทำให้ทราบข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจและออกนโยบายครอบคลุมการดำเนินงานธุรกิจ โดยบูรณาการประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมผนวกเข้ากับแนวทางการลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดการใช้ทรัพยากรและลดการปล่อยมลพิษ โดยประเด็นสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท ได้แก่ การรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เศรษฐกิจหมุนเวียนและบรรจุภัณฑ์ การจัดการของเสีย การดูแลทรัพยากรน้ำ และความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ โดยมีแนวทางการจัดการ ดังนี้

### การรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทกำหนดเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ตลอดห่วงโซ่คุณค่า ภายในปี 2593 ซึ่งเป้าหมายและแผนงานได้รับการรับรองจากองค์กร the Science Based Targets initiative (SBTi) โดยเป็นบริษัทผลิตอาหารบริษัทแรกในโลกที่ได้รับอนุมัติทั้งเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว สอดคล้องตามมาตรฐาน Forest, Land and Agriculture (FLAG) ซึ่งเป็นมาตรฐานเฉพาะสำหรับภาคเกษตรและอาหาร โดยมีแนวทางหลักในการลดก๊าซเรือนกระจกผ่านห่วงโซ่อุปทานที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า การใช้พลังงานหมุนเวียน การเพิ่มประสิทธิภาพการเกษตรและกระบวนการผลิตผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล และการใช้และการพัฒนาเทคโนโลยีอื่นๆ เช่น ยานยนต์จากพลังงานไฟฟ้า และพลังงานไฮโดรเจนจากมูลสัตว์

### เศรษฐกิจหมุนเวียน บรรจุภัณฑ์ และการจัดการของเสีย

บริษัทกำหนดและขับเคลื่อนนโยบายด้านการจัดการของเสียและเศรษฐกิจหมุนเวียนโดยให้ความสำคัญในการลดของเสียในกระบวนการผลิตที่ถูกนำไปฝังกลบ รวมทั้งการลดปริมาณขยะอาหาร

ในกระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัท ตลอดจนได้กำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติด้านบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนที่สามารถนำไปหมุนเวียนกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถย่อยสลายได้ นอกจากนี้ ได้มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ทั้งกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ องค์กรอิสระ และผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการขยะอาหารและบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค

### การดูแลทรัพยากรน้ำ

บริษัทมีการบริหารการใช้ทรัพยากรน้ำโดยมีแนวทางในการลดการดึงน้ำมาใช้ในการผลิตต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ให้ลดลง โดยใช้หลักการ 3Rs เข้ามาบริหารจัดการ ได้แก่ การลดการใช้น้ำ การใช้ซ้ำ และการนำน้ำที่ผ่านการบำบัดกลับมาใช้ใหม่ รวมถึงควบคุมคุณภาพน้ำทั้งก่อนปล่อยออกสู่ภายนอกให้เป็นไปตามมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังมี การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำเพื่อกำหนดมาตรการจัดการที่เหมาะสม พร้อมมีส่วนร่วมกับชุมชน เกษตรกร รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญอื่นๆ ในพื้นที่ในการบริหารจัดการน้ำ ป้องกันน้ำท่วม และสำรองน้ำสำหรับเมื่อต้องเผชิญกับภัยแล้ง ซึ่งอาจทวีความรุนแรงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

**“ ซีพีเอฟ เป็นผู้ผลิตอาหารแห่งแรกในโลกที่ได้รับอนุมัติเป้าหมายทั้งระยะสั้นและระยะยาวจาก the Science Based Targets initiative (SBTi) ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อรักษาอุณหภูมิของโลกไม่ให้สูงกว่า 1.5 °C\* ”**

\*หมายเหตุ : เทียบกับยุคก่อนปฏิวัติอุตสาหกรรม ครึ่งองจักรอน้ำ ช่วงปี ค.ศ. 1760 - 1850

**ซีพีเอฟ ตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์**

เป้าหมายระยะสั้นปี 2030

<b>30.3%</b>	จากการเปลี่ยนแปลง* และการจัดการที่ดิน	<b>42%</b>	จากการใช้พลังงานฟอสซิล
--------------	---------------------------------------	------------	------------------------

เป้าหมายระยะยาวปี 2050

<b>72%</b>	จากการเปลี่ยนแปลง* และการจัดการที่ดิน	<b>90%</b>	จากการใช้พลังงานฟอสซิล
------------	---------------------------------------	------------	------------------------

**DOWNLOAD**  
เส้นทางของซีพีเอฟสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์



ฉบับภาษาไทย



ฉบับภาษาอังกฤษ

**ประสิทธิ์ บุญดวงประเสริฐ**  
ประธานคณะผู้บริหาร บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

\* การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเปลี่ยนแปลงที่ดินคือที่ดินที่บริษัทใช้ถึงโรงงานหรือฟาร์มต้องตรวจสอบว่าในปี 2543 ต้องไม่เป็นพื้นที่ป่า และการจัดการที่ดินคือลดการปล่อยก๊าซจากมูลสัตว์จากการเลี้ยงสัตว์และปุ๋ยที่ใช้ในการเพาะปลูก



## ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ

บริษัทมีความมุ่งมั่นว่าด้วยการดูแลปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพและการต่อต้านการตัดไม้ทำลายป่า โดยได้มีการพิจารณาความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพของที่ตั้งการผลิตในประเทศไทยด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) เป็นเครื่องมือในการแสดงภาพและประเมินความใกล้เคียงกันของสถานประกอบการและพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพหลัก (Biodiversity Area) และพื้นที่คุ้มครองทั้งระดับประเทศและสากล จัดทำนโยบายด้านการจัดการอย่างยั่งยืนและแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้าธุรกิจในการไม่ตัดไม้ทำลายป่า และสื่อสารไปยังคู่ค้าเพื่อให้เกิดการตระหนักในการจัดหาหรือได้มาของวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบร่วมกันตลอดห่วงโซ่คุณค่า ส่งเสริมการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าเพื่อดูแลสิทธิของทุกคนที่ควรมีสิ่งแวดล้อมที่ดี ผ่านการดำเนินโครงการที่หลากหลาย

### โครงการรักษานิเวศ ลุ่มน้ำป่าสัก เขาพระยาเดินธง

โครงการรักษานิเวศ ลุ่มน้ำป่าสัก เขาพระยาเดินธง จังหวัดลพบุรี ในประเทศไทย ที่เป็นการเปลี่ยนพื้นที่แห้งแล้งเป็นป่าสีเขียว คืนความชุ่มชื้นกลับสู่ธรรมชาติ และมีพันธุ์พืชและสัตว์ป่าหลากหลายชนิด



### โครงการปลูก ปัน ป้อง ป่าชายเลน

โครงการปลูก ปัน ป้อง ป่าชายเลน ใน 3 พื้นที่ในประเทศไทย ได้แก่ ตำบลบางหญ้าแพรก จังหวัดสมุทรสาคร ตำบลปากน้ำประแส จังหวัดระยอง และตำบลท่าพริก จังหวัดตราด ทำให้ระบบนิเวศป่าชายเลนอุดมสมบูรณ์เป็นแหล่งอนุบาลสัตว์น้ำวัยอ่อน ส่งผลให้ทรัพยากรสัตว์น้ำกลับคืน



## การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสังคม

บริษัทให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรให้เป็นผู้มีความรู้ คู่คุณธรรม มุ่งพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้สามารถสร้างการแข่งขันได้ในทางธุรกิจผ่านการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต การเป็นองค์กรนวัตกรรม การส่งเสริมวัฒนธรรมและการจัดการภายในองค์กรเพื่อให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุข มีความเป็นอยู่และสุขภาพที่ดี และมีความปลอดภัยในการทำงาน พร้อมส่งเสริมให้บุคลากรนำความรู้ต่อยอดพัฒนาช่วยเหลือชุมชน สังคม ปลูกฝังให้คำนึงถึงสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า

### การบริหารทรัพยากรบุคคล

บริษัทตระหนักดีว่าทุกความสำเร็จจะเกิดขึ้นได้ต้องมาจากพนักงาน จึงได้วางรากฐานกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคลที่มุ่งสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศตั้งแต่ปี 2564 - 2566 และขยายผลการดำเนินงานเพื่อยกระดับขีดความสามารถให้พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาและมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงเร็วขึ้นในบริษัทโลก โดยยังคงให้ความสำคัญ 5 องค์ประกอบหลัก ดังต่อไปนี้

1. ยกระดับการใช้เครื่องมือดิจิทัลจากที่เน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานเป็นการวิเคราะห์ขั้นสูงด้านทรัพยากรบุคคล
2. สร้างผู้นำรุ่นใหม่เป็น “คนดี คนเก่ง” บนพื้นฐานค่านิยม 6 ประการ หรือ “CPF Way” พร้อมทั้งมีการวางแผนสืบทอดตำแหน่ง คัดกรองกลุ่มผู้สืบทอดตำแหน่งที่พร้อมดำรงตำแหน่งสำคัญในองค์กรทันที และพัฒนาขีดความสามารถของผู้นำให้สามารถเติบโตไปพร้อมกับองค์กรได้อย่างยั่งยืน





3. ปรับโครงสร้างองค์กรด้วยระดับชั้นงานที่กระชับและมีความคล่องตัว เพื่อสนองต่อการดำเนินธุรกิจที่รวดเร็ว
4. มุ่งสร้างและสรรหา “คนดี คนเก่ง” จากทั่วโลกและพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่ออนาคต รวมไปถึงการติดอาวุธพนักงานทุกระดับด้วยทักษะแห่งอนาคต (Future Skill) ยกระดับพัฒนาความรู้ความสามารถ (Upskill-Reskill)
5. ปลุกฝังวัฒนธรรมด้วยค่านิยมองค์กรให้พนักงานมีความรักและผูกพันต่อองค์กร



## การพัฒนาและสนับสนุนชุมชน

ชุมชนและสังคมเป็นผู้มีส่วนได้เสียที่บริษัทให้ความสำคัญในการพัฒนาและสนับสนุน โดยมีกระบวนการเข้ารับฟังความต้องการและความคาดหวังนำมาเป็นแนวทางพัฒนาโครงการต่างๆ ให้กับชุมชนรอบด้านทั้งในมิติสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ ด้วยเป้าหมายเพื่อยกระดับความเป็นอยู่และสิ่งแวดล้อมที่ดีผ่านการร่วมกิจกรรมกับหน่วยธุรกิจของบริษัท โดยมีแนวทางการดำเนินการดังนี้

### แนวทางการดำเนินงาน

- การประกาศนโยบายและความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมควบคู่กับการเติบโตอย่างยั่งยืน
- การสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียเพื่อรับฟังความต้องการและความคาดหวังในแนวทางการพัฒนาชุมชน
- การสนับสนุนและส่งเสริมให้บุคลากรภายในองค์กรนำความรู้ช่วยเหลือสนับสนุนชุมชน เพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อม
- การสร้างความร่วมมือกับตลอดห่วงโซ่คุณค่ารวมถึงผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม



### ด้านเศรษฐกิจ

ส่งเสริมการสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนและสังคมให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างพอเพียงและมีความยั่งยืน ผ่านการใช้องค์ความรู้ของบุคลากรและความเชี่ยวชาญของบริษัทผ่านการดำเนินโครงการต่างๆ โดยบริษัทเน้นการส่งเสริมให้เกิดการสานต่อและถ่ายทอดโครงการที่ประสบความสำเร็จไปยังเครือข่ายพันธมิตร ควบคู่กับการวางรากฐานโครงการเพื่อต่อยอดการสร้างทักษะและรายได้ให้แก่ชุมชน เช่น โครงการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรรายย่อย (Contract Farming) สร้างผู้ประกอบการกิจการห้าดาว เป็นต้น



### ด้านคุณภาพสังคม

ส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่มเปราะบางทางสังคม ได้แก่ กลุ่มผู้พิการ ให้ได้รับการดูแลอย่างทั่วถึงด้านสิทธิพื้นฐานและมีพัฒนาการที่ดีสามารถใช้ชีวิตในสังคมได้ ส่งเสริมการเรียนการสอนให้กับนักเรียนเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา และการดูแลสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุให้มีสุขภาพและการดำรงชีวิตที่ดีแก่ชุมชนและสังคม เช่น โครงการซีพีเอฟ คีนสุขภาพ ผู้สูงอายุ, โครงการส่งเสริมการศึกษาผ่านการร่วมมือกับมูลนิธิสานอนาคตการศึกษา หรือ CONNEXT ED ต่อเนื่องเป็นปีที่ 8 เป็นต้น



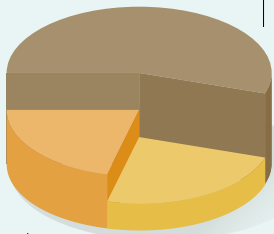




## ผลการดำเนินงานปี 2566

### สัดส่วนรายได้จากการขาย

#### แบ่งตามผลิตภัณฑ์



54%  
ธุรกิจเลี้ยงสัตว์  
และแปรรูป

24%

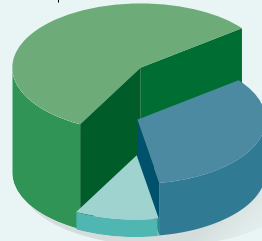
ธุรกิจอาหารสัตว์

22%

ธุรกิจอาหาร

#### แบ่งตามกิจการ

62%  
กิจการ  
ต่างประเทศ



32%

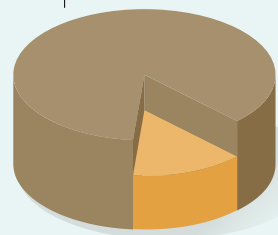
กิจการ  
ประเทศไทย  
(ในประเทศ)

6%

กิจการประเทศไทย  
(ส่งออก)

#### แบ่งตามส่วนธุรกิจ

87%  
สัตว์บก



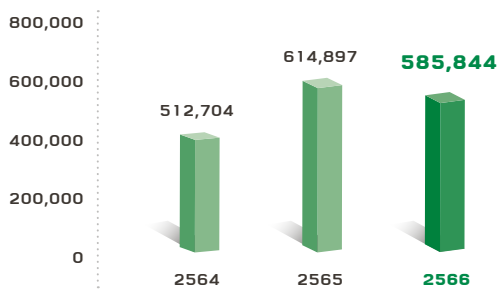
13%

สัตว์น้ำ

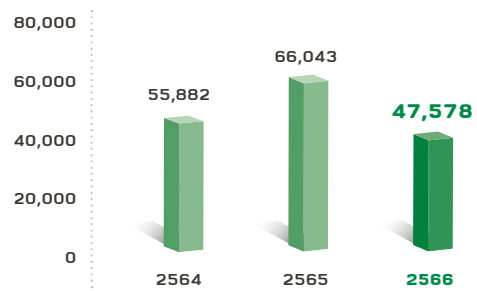


## รายได้จากการขาย

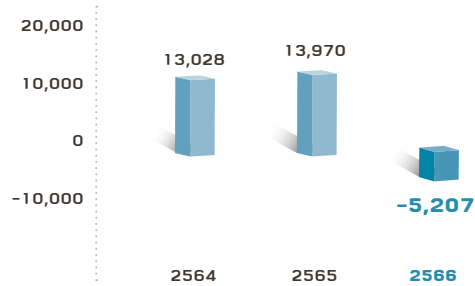
หน่วย : ล้านบาท

กำไรก่อนดอกเบี้ยภาษี  
และค่าเสื่อมราคา (EBITDA)<sup>(1)</sup>

หน่วย : ล้านบาท

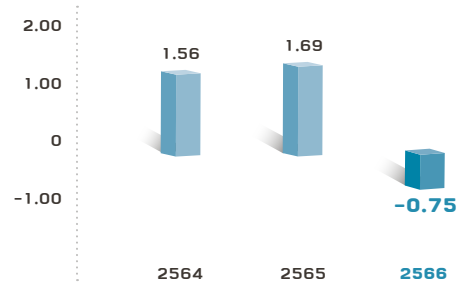
กำไรสุทธิ<sup>(2)</sup>

หน่วย : ล้านบาท



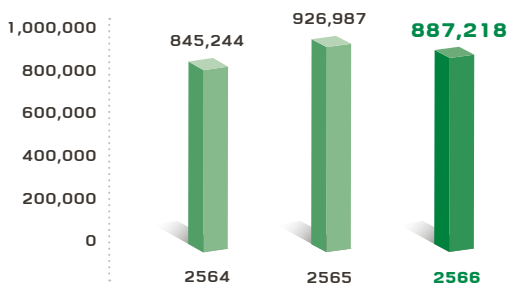
## กำไรสุทธิต่อหุ้น

หน่วย : บาทต่อหุ้น

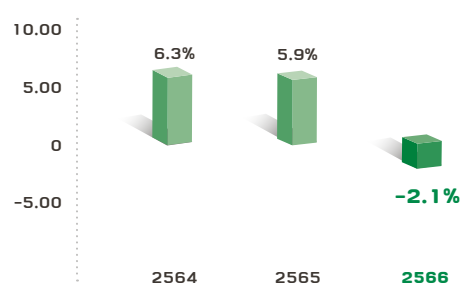


## สินทรัพย์รวม

หน่วย : ล้านบาท

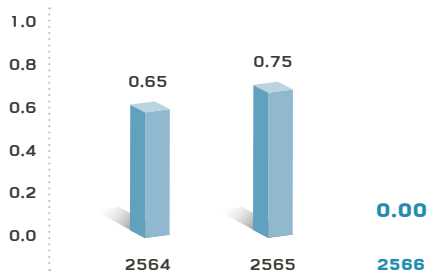
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น<sup>(3)</sup>

หน่วย : ร้อยละ



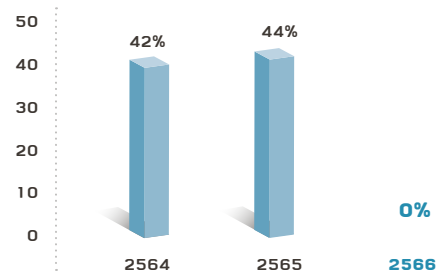
## เงินปันผล

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 2566



## รางวัลด้านความเป็นเลิศขององค์กร

### The 13<sup>th</sup> Asian Excellence Awards 2023

จัดโดยนิตยสาร Corporate Governance Asia จำนวน 6 รางวัล ได้แก่

- รางวัลซีอีโอยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย (Asia's Best CEO)
- รางวัลซีเอฟโอยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย (Asia's Best CFO)
- รางวัลนักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยม (Best Investor Relations Professional)
- รางวัล Best Investor Relations Company
- รางวัล Asia's Best CSR
- รางวัล Best Environmental Responsibility



### SET Awards ประจำปี 2566

กลุ่มรางวัล Sustainability Excellence ได้แก่ “รางวัล Best Sustainability Awards” จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ร่วมกับวารสารการเงินธนาคาร

### Asia's Outstanding Company Poll 2023

รางวัล The Most Outstanding Company in Thailand - Agriculture Sector จากการจัดทำสำรวจประจำปี 2023 โดยนิตยสาร Asiamoney นิตยสารชั้นนำด้านการเงินการลงทุนระดับภูมิภาค



### CAC Change Agent Award 2023

จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) และแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ตอกย้ำจุดยืนองค์กรที่ดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานการกำกับกิจการที่ดีตามหลัก ESG

### The Asset Triple A Awards for Sustainable Finance 2024

บริษัท ซีพีเอฟ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัลในกลุ่ม Best Sustainability-Linked Loan - Agriculture สำหรับความสำเร็จในการจัดหาเงินกู้ที่สนับสนุนความยั่งยืน จัดโดยนิตยสาร The Asset

### Thailand Franchise Award 2023

จัดโดย Thai Franchise Center จำนวน 2 รางวัล ได้แก่

- No.1 Most Popular Food Franchise in Thailand 2023 มอบให้แก่ “ธุรกิจห้าดาว”
- No.1 Investment Franchise in Thailand 2023 มอบให้แก่ “ไฮพอร์ค”





## รางวัลด้านนวัตกรรม

### รางวัลนวัตกรรมแห่งชาติประจำปี 2566

ด้านองค์กรนวัตกรรมดีเด่น ประเภทองค์กรภาคเอกชนขนาดใหญ่ จัดโดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สะท้อนการเป็นองค์กรชั้นนำในอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารครบวงจร ที่มีการบริหารจัดการนวัตกรรมในองค์กรอย่างโดดเด่น ตั้งแต่ระดับยุทธศาสตร์ กระบวนการ ไปจนถึงระดับโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร

### SET Awards ประจำปี 2566

กลุ่มรางวัล Business Excellence ได้แก่ “รางวัลบริษัทยอดเยี่ยมด้านนวัตกรรม” จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ร่วมกับวารสารการเงินธนาคาร จากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เนื้อหมู ไก่ กุ้ง ที่เลี้ยงด้วยนวัตกรรมโปรไบโอติก



### The 48<sup>th</sup> International Exhibition of Inventions Geneva, Switzerland

ได้แก่ “รางวัลชนะเลิศเหรียญทอง” จากผลงานนวัตกรรม “ชุดตรวจสอบย้อนกลับเชื้อในกลุ่ม Listeria Monocytogenes” ที่คิดค้นพัฒนาโดยทีมวิจัยอาหาร CPF Research and Development Center เพื่อตรวจหาเชื้อแบคทีเรียก่อโรคในอาหารที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภคได้อย่างแม่นยำและรวดเร็ว





## รางวัลด้านการตลาด

### Thailand Corporate Excellence Awards 2023

รางวัลพระราชทานในสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี สาขาความเป็นเลิศด้านการตลาด จากโครงการ “ไถ่ไทยจะไปอวกาศ” จัดโดยสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (TMA) ร่วมกับสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### Marketing Excellence Awards 2023

จำนวน 2 รางวัล จัดโดย Marketing Magazine จากผลิตภัณฑ์ “ไซตัม” จาก CP Brand ได้แก่

- Gold Award สาขา Excellence in Integrated Marketing แคมเปญสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการยอดเยี่ยมแห่งปี
- Bronze Award สาขา Excellence in Brand Strategy การวางกลยุทธ์แคมเปญการตลาดยอดเยี่ยมแห่งปี



## รางวัลด้านทรัพยากรบุคคล

### รางวัลนวัตกรรมกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ประจำปี 2566

ระดับ Silver Award จากโครงการ “The next CEO สร้างผู้นำรุ่นใหม่ แบบ Agile@scale” ซึ่งเป็นนวัตกรรมในการสร้างผู้นำองค์กรเพื่ออนาคต โดยรางวัลถูกจัดขึ้นภายใต้ความร่วมมือระหว่างสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (FTPI) สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย (PMAT) สถาบันพัฒนาวิชาชีพทรัพยากรบุคคล (IHPD) และคณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (HROD-NIDA)



### Marketeer No. 1 Brand Thailand 2023

จัดโดยนิตยสาร Marketeer จำนวน 2 หมวด ได้แก่ อาหารแปรรูปแช่แข็ง (Frozen Food) และอาหารกล่องอุ่นร้อนพร้อมรับประทาน (Chilled Food) ตอกย้ำความเป็นผู้นำแบรนด์อาหารยอดนิยมครองใจของผู้บริโภค



### รางวัลองค์กรที่ส่งเสริมการจ้างงานคนพิการ ระดับดีเยี่ยม ประจำปี 2566

จากกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ตอกย้ำความมุ่งมั่นขององค์กรที่ส่งเสริมความเสมอภาคและความเท่าเทียมในสังคม

### รางวัล Investors in People Awards 2023

สาขา The Award for Learning and Development ประเภทองค์กรขนาดใหญ่ จัดโดยสถาบัน Investors in People ประเทศอังกฤษ ในฐานะองค์กรที่มีความโดดเด่นในการขับเคลื่อนการเป็น “องค์กรแห่งการเรียนรู้”

### รางวัลองค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ประจำปี 2566

ระดับดีเด่น ประเภทองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ตอกย้ำการเป็นแบบอย่างที่ดีขององค์กรในการขับเคลื่อนงานด้านสิทธิมนุษยชนตามมาตรฐานสากล







## รางวัลของกิจการ ในต่างประเทศ

### เวียดนาม

#### Vietnam's Best Places to Work for 2023

ในอันดับที่ 13 จัดอันดับโดย Anphabe บริษัทที่ปรึกษาด้านทรัพยากรบุคคล จากผลสำรวจความเห็นคนทำงานและนักศึกษามหาวิทยาลัยกว่า 7 หมื่นคน

#### รางวัลสินค้าเวียดนามคุณภาพสูงประจำปี 2023

ในหมวดธุรกิจอาหารสัตว์ - เวชภัณฑ์สัตว์ปีก สัตว์บก สัตว์น้ำ จัดโดยสมาคมผู้ประกอบการสินค้าเวียดนามคุณภาพสูง

### สหรัฐอเมริกา

#### รางวัลสุดยอดที่มวิจัยและพัฒนาอาหารแห่งปี 2023

จัดโดยนิตยสาร Food Processing Magazine นิตยสารอาหารชั้นนำ จากความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมทานแบรนด์ Michelin's Grande ของ บจ.เบลลิซิโอ ฟู้ด อิงค์

### มาเลเซีย

#### Malaysia Livestock Industry Award 2023

จำนวน 2 รางวัล จัดโดยกรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและความยั่งยืนทางอาหาร ประเทศมาเลเซีย ได้แก่

- รางวัล “ฟาร์มไก่พันธุ์เนื้อดีเด่น” (Outstanding Breeder Farm)
- รางวัล “นวัตกรรมยอดเยี่ยมกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์สุกร” (Innovation in Pork Processing Product)



### ลาว

#### ประกาศเกียรติคุณให้กับธุรกิจ 5 ดี ของนครหลวงเวียงจันทน์ ประจำปี 2566

จากท่านอาดสะพังทอง สีพันดอน เจ้าครองนครหลวงเวียงจันทน์ แก่บริษัท ซี.พี.ลาว จำกัด ซึ่งธุรกิจ 5 ดี ประกอบไปด้วย 1. พัฒนาดี 2. นำใช้แรงงานดี 3. ปฏิบัติตามกฎหมายดี 4. ปฏิบัติด้านภาษีอากรดี และ 5. ใช้วัตถุดิบอย่างเกิดประสิทธิภาพสูงสุดและรักษาสິงแวดล้อมดี

### สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน)

#### Fun Food Taiwan 2023

รางวัล “Prepared Food Category - New Taste Trend Award” จากสถาบันวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร สำนักอุตสาหกรรมกระทรวงเศรษฐกิจ จากผลิตภัณฑ์ช็อกโกแลตน้ำเกลือ







## การกำกับดูแลกิจการ

### นโยบายบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

นโยบายบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนของบริษัท ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจด้วยหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างประโยชน์ให้กับประเทศชาติ ประชาชน และบริษัท ตามปรัชญา 3 ประโยชน์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ พร้อมด้วยหลักการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และได้นำมาตรฐานเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร มาเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งได้ทำการศึกษากรอบและแนวทางการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนจากกฎเกณฑ์ หลักการ และแนวคิดด้านการกำกับดูแลกิจการด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล



## 1. สิทธิของผู้ถือหุ้น

คณะกรรมการบริษัทตระหนักถึงสิทธิของผู้ถือหุ้นและสนับสนุนให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิของตนตามความเหมาะสมสอดคล้องกับที่กฎหมายได้กำหนดไว้ และดำเนินการหาแนวทางตามความเหมาะสมอันเป็นการคงไว้ซึ่งสิทธิของผู้ถือหุ้น แม้ว่าจะเกิดเหตุการณ์หรือสถานการณ์ร้ายแรงใดๆ ที่บริษัทไม่สามารถควบคุมได้ เช่น

- เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยเสนอเพิ่วาระการประชุมล่วงหน้าก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้น รวมทั้งให้เสนอชื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการ
- สื่อสารข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท 30 วันก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้น
- จัดส่งหนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้นพร้อมเอกสารประกอบให้แก่ผู้ถือหุ้นทางไปรษณีย์ 21 วันก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้น โดยมอบหมายให้บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งทำหน้าที่เป็นนายทะเบียนของบริษัทเป็นผู้ดำเนินการ

## 2. การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม

บริษัทสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นของบริษัททุกรายได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันและเป็นธรรมตามสิทธิพื้นฐานที่มีอยู่ ดังนั้น บริษัทจึงมีนโยบายและแนวทางการกำกับดูแลการใช้ข้อมูลภายในของบริษัทเพื่อป้องกันการหาผลประโยชน์แก่ตนเองหรือผู้อื่นในทางมิชอบ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ถือหุ้นโดยรวม รวมทั้งการมีกระบวนการจัดประชุมผู้ถือหุ้นที่สนับสนุนให้มีการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน อันรวมถึงสิทธิในการเสนอเรื่องเพื่อบรรจุเป็นวาระการประชุม และการเสนอชื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการ โดยคณะกรรมการบริษัทได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการรับเรื่องเพื่อพิจารณา รวมถึงช่องทางและช่วงเวลารับเรื่อง โดยได้มีการสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทและช่องทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

## 3. บทบาทต่อผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทดูแลและปฏิบัติต่อสังคมรอบด้านอย่างเป็นธรรมบนพื้นฐานของหลักสิทธิมนุษยชน โดยมีแนวทางและนโยบายในการดูแลสิทธิประโยชน์ตามสิทธิที่พึงมีของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเหมาะสม รวมถึงดูแล ป้องกัน แก้ไข หรือเยียวยาผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม (หากมี) และดำเนินกิจกรรมเพื่อดูแลและเสริมสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม

### ผู้มีส่วนได้เสีย



ผู้ถือหุ้น



ลูกค้า



ชุมชนรอบ  
สถานประกอบการ



พนักงาน



คู่แข่ง  
ทางการค้า



ภาครัฐ



ลูกค้า



เจ้าหนี้



สื่อมวลชน

นอกจากนี้ บริษัทยังตระหนักและให้ความสำคัญกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายด้วย โดยบริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะปกป้องและรักษาข้อมูลส่วนบุคคลให้ปลอดภัย สอดคล้องกับกฎหมายและเป็นที่ยอมรับตามมาตรฐานสากล จึงได้จัดทำนโยบายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Policy) เพื่อเป็นแนวปฏิบัติให้พนักงานทุกระดับชั้นดำเนินงานได้ถูกต้องตามกฎหมาย และได้จัดทำประกาศเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Notice) เพื่อแจ้งเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลให้มั่นใจได้ว่าทุกธุรกรรมที่ทำกับบริษัทมีความมั่นคงปลอดภัย น่าเชื่อถือ และมีมาตรการที่เหมาะสมในการป้องกันความเสียหายที่เกิด







## 4. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

บริษัทเคารพและให้ความสำคัญในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยบริษัทจะปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลจากการถูกนำไปใช้ในทางที่ผิดและรักษาข้อมูลดังกล่าวให้ปลอดภัยตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและมาตรฐานสากล โดยคณะกรรมการบริษัทมอบหมายให้สำนักลงทุนสัมพันธ์และตลาดทุนทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลทางการเงินและข้อมูลโดยทั่วไปของบริษัทให้กับนักวิเคราะห์หลักทรัพย์และผู้ลงทุนของบริษัท และเป็นช่องทางให้นักลงทุนที่สนใจติดต่อสื่อสารกับบริษัท สำหรับรายงานทางการเงิน บริษัทได้จัดทำงบการเงินตามมาตรฐานการบัญชีและมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่ประกาศใช้โดยสภาวิชาชีพบัญชี รวมถึงหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปของประเทศไทย โดยเลือกใช้นโยบายบัญชีที่เหมาะสมและถือปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ

ในส่วนข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า บริษัททำการขายและการตลาดอย่างรับผิดชอบและซื่อสัตย์ โดยข้อมูลที่ใช้เพื่อการส่งเสริมการขายและการโฆษณา รวมถึงการดำเนินงานสื่อสารใดๆ ในนามของบริษัทจะต้องไม่คลาดเคลื่อนจากความจริงหรืออาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด มีการอธิบายข้อเท็จจริงและข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส และปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องในแต่ละประเทศ

## 5. ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท

หน้าที่คณะกรรมการบริษัทคือเป็นตัวแทนของผู้ถือหุ้น มีหน้าที่กำกับดูแลกิจการให้บริษัทมีการดำเนินกิจการตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และเป็นไปตามวัตถุประสงค์และข้อบังคับของบริษัท รวมถึงมติของที่ประชุมผู้ถือหุ้น และมีหน้าที่กำกับดูแลติดตามให้องค์กรและฝ่ายงานมีการบริหารและขับเคลื่อนองค์กรตามกลยุทธ์ แผนงาน และเป้าหมายประจำปีที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท ทั้งผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจและด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม บนการคำนึงถึงการผสมผสานสมดุลของประโยชน์ต่อบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ ภายใต้ 3 แนวทางกลยุทธ์หลัก คือ “เติบโตอย่างยั่งยืน มุ่งสู่ความเป็นเลิศ และสร้างพื้นฐานที่มั่นคง” ควบคู่ไปกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรบนค่านิยมของบริษัท หรือ “CPF Way”

### บทบาทของกรรมการ



กำหนดเป้าหมาย



กำกับดูแลการดำเนินธุรกิจ



ประเมินผล ติดตาม และเปิดเผย

### องค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัท

ณ วันที่ 1 มกราคม 2567



กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร  
66.67%



กรรมการอิสระ  
33.33%



13 คน  
กรรมการผู้ชาย



2 คน  
กรรมการผู้หญิง



3 คน  
อายุ 50 - 59 ปี



6 คน  
อายุ 60 - 69 ปี



6 คน  
อายุ 70 - 79 ปี

นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญในเรื่องความหลากหลายทางด้านทักษะ ความรู้ความสามารถของกรรมการ โดยสรรหาผู้ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมที่มีความรู้ความชำนาญครอบคลุมในด้านต่างๆ รายละเอียดตามทักษะที่กรรมการบริษัทพึงมี (Board Skills Matrix) อีกทั้งยังคำนึงถึงความหลากหลายในด้านเชื้อชาติ สัญชาติ เพศ และอายุ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดองค์ประกอบคณะกรรมการ

## จรรยาบรรณธุรกิจ

“จรรยาบรรณธุรกิจ ซีพีเอฟ” เป็นหลักการพื้นฐาน แนวทางการปฏิบัติงานของกรรมการบริษัทและบุคลากรของบริษัท เพื่อให้บุคลากรของบริษัทได้ยึดถือปฏิบัติร่วมกันตามความคาดหวังของบริษัท โดยระบุหลักการดำเนินธุรกิจ ค่านิยมองค์กร การปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ การปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ รวมถึงการกำกับดูแลการปฏิบัติให้เป็นไปตามความคาดหวัง เพื่อประโยชน์ในการสร้างมาตรฐานในการปฏิบัติงานของกรรมการบริษัทและบุคลากรด้วยคุณธรรมและความซื่อสัตย์ รายละเอียดในคู่มือฉบับนี้ไม่ได้กล่าวถึงทุกสถานการณ์อย่างเฉพาะเจาะจง แต่จะช่วยเป็นแนวทางตัดสินใจปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมในแต่ละสถานการณ์

โดยกรรมการบริษัทและบุคลากรของบริษัทจะต้องปฏิบัติดังต่อไปนี้

- ทำความเข้าใจหลักการและแนวปฏิบัติต่างๆ
- ปกป้องผู้บังคับบัญชาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระเบียบหรือนโยบายนั้น หากเกิดความไม่มั่นใจในสิ่งที่กระทำถูกต้องตามจรรยาบรรณหรือไม่
- สื่อสารให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบ
- แจ้งเบาะแส เมื่อพบการกระทำที่ไม่ถูกต้องตามจรรยาบรรณธุรกิจตามช่องทางที่ได้กำหนดไว้ และให้ความร่วมมือในกระบวนการสืบสวนข้อเท็จจริง ซึ่งผู้ที่ไม่เบาะแสะจะได้รับความคุ้มครองตามนโยบายซึ่งสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ เพื่อให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจภายใต้มาตรฐานเดียวกัน บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องไว้ทั้งสิ้น 12 ฉบับ แบ่งออกเป็น 4 หมวดหมู่ ได้แก่

### หมวดหมู่นโยบายที่เกี่ยวข้อง



#### หมวดคุณธรรม

นโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์  
นโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน  
นโยบายการให้ รับของขวัญ  
หรือผลประโยชน์อื่นใด



#### หมวดคุณภาพ

นโยบายด้านความยั่งยืน  
จรรยาบรรณสำหรับคู่ค้าธุรกิจ  
นโยบายบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน



#### หมวดบุคลากร

นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและ  
การปฏิบัติด้านแรงงาน  
นโยบายการแจ้งเบาะแส  
นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล  
นโยบายความปลอดภัยและอาชีวอนามัย



#### หมวดสินทรัพย์

นโยบายการบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศ  
นโยบายการป้องกันการฟอกเงิน







## การติดตามให้มีการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติ ในการกำกับดูแลกิจการ

### การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทกำหนดให้พนักงานทุกคนหลีกเลี่ยงการกระทำการใดๆ ที่เป็นความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และต้องรายงานเรื่องความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นต่อผู้บังคับบัญชาของตนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้บังคับบัญชามีหน้าที่แจ้งให้สำนักทรัพยากรบุคคลทราบตามแนวทางที่สำนักทรัพยากรบุคคลกำหนด สำหรับการประชุมคณะกรรมการบริษัท หากกรรมการคนใดมีส่วนได้เสียในวาระที่พิจารณา ให้กรรมการคนนั้นต้องเปิดเผยรายละเอียดของการมีส่วนได้เสียนั้นต่อคณะกรรมการบริษัทโดยทันที และจะต้องไม่มีส่วนร่วมในการลงมติในวาระนั้น นอกจากนี้ กรรมการและผู้บริหารตามนิยามสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ มีหน้าที่ต้องรายงานข้อมูลการมีส่วนได้เสียของตนและบุคคลที่เกี่ยวข้องเมื่อเข้าดำรงตำแหน่งครั้งแรกและเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลต่อบริษัท

#### การดำเนินงานระหว่างปี 2566

- บริษัทได้สื่อสารแนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ไปยังกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนผ่านสื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์เป็นระยะๆ รวมทั้งบริษัทยังได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการรายงานข้อมูลการมีส่วนได้เสียของกรรมการและผู้บริหารเป็นระบบออนไลน์ ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกและทำให้ฐานข้อมูลถูกปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

### การดูแลเรื่องการใช้อข้อมูลภายใน

บริษัทมีนโยบายและแนวทางการกำกับดูแลการใช้อข้อมูลภายในของบริษัท เพื่อป้องกันมิให้มีการใช้อข้อมูลภายในเพื่อประโยชน์ส่วนตนหรือผู้อื่นในทางที่ไม่เหมาะสม และผู้ถือหุ้นของบริษัททุกรายจะต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันและเป็นธรรมตามสิทธิพื้นฐานที่มีอยู่

### นโยบายและแนวปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม

1. จัดให้มีนโยบายการใช้อข้อมูลภายในและการซื้อขายหลักทรัพย์ เพื่อให้ข้อมูลที่เป็นสาระสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงราคาหรือมูลค่าของหลักทรัพย์ได้มีการเปิดเผยสู่สาธารณะอย่างถูกต้อง ไม่ขัดต่อกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง โดยกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน และลูกจ้างทุกคนได้ปฏิบัติเป็นแนวทางเดียวกัน
2. จัดให้มีนโยบายและมาตรฐานความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศเพื่อกำหนดทิศทาง หลักการ และกรอบของข้อกำหนดในการป้องกันทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศให้ปลอดภัยจากภัยคุกคามที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อการรักษาความลับ ความถูกต้องครบถ้วน และความพร้อมใช้ของข้อมูลและระบบงานสารสนเทศ
3. จัดให้มีรายชื่อผู้เข้าถึงข้อมูลภายในซึ่งเป็นสมาชิกของคณะกรรมการของโครงการที่มีสารสนเทศสำคัญซึ่งยังไม่ได้เปิดเผยต่อตลาดหลักทรัพย์ฯ โดยผู้เข้าถึงข้อมูลภายในทุกคนจะต้องปฏิบัติตามนโยบายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการใช้อข้อมูลภายในอย่างเคร่งครัด



## การต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทได้จัดทำนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันเป็นลายลักษณ์อักษรขึ้น เป็นแนวทางให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทใช้เป็นกรอบในการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด เพื่อร่วมกันสร้างค่านิยมในการดำเนินงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส ตรวจสอบได้ และปราศจากการคอร์รัปชันให้เป็นวัฒนธรรมขององค์กรและให้มีการสอบทานการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันนี้อย่างสม่ำเสมอตลอดจนทบทวนแนวทางการปฏิบัติ และข้อกำหนดในการดำเนินการให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ ระเบียบ ข้อบังคับ และข้อกำหนดของกฎหมาย



### การดำเนินงานระหว่างปี 2566

- บริษัทได้สื่อสารระเบียบปฏิบัติทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อให้พนักงานได้รับทราบแนวปฏิบัติที่ถูกต้อง ไม่ขัดต่อหลักการต่อต้านคอร์รัปชันในกรณีต่างๆ ตามนโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น อีเมล ระบบ Intranet (CPF Connect) และ Facebook เป็นต้น
- บริษัทได้รับการต่ออายุการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตกับคณะกรรมการโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต หรือ CAC
- บริษัทได้รับรางวัล CAC Change Agent Award 2023 โดยการชักชวน ส่งเสริมคู่ค้าที่เป็น SME เข้าร่วมโครงการ CAC SMEs เพื่อสร้างความโปร่งใสให้กับห่วงโซ่อุปทาน
- มีการพัฒนาและปรับปรุงเนื้อหาฝึกอบรมในหลักสูตรเรื่องการต่อต้านคอร์รัปชัน (Anti-corruption) อย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับการรับรู้และสร้างความเข้าใจ เพื่อให้บุคลากรในทุกๆ ประเทศสามารถเรียนรู้ทำความเข้าใจตลอดจนนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง อย่างน้อยปีละ 1 ครั้งตามที่บริษัทกำหนดเป็นนโยบาย
- พนักงานบริษัทเข้าร่วมแสดงพลังต่อต้านการทุจริตในงานวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล ประจำปี 2566 เมื่อวันที่ 6 กันยายน 2566 ภายใต้แนวคิด WHAT THE FACT? “แค่สงสัยก็เสิร์ช ACTAi เลย” เพื่อสร้างการรับรู้ กระตุ้นให้คนในสังคมเล็งเห็นปัญหาคอร์รัปชันที่เกิดขึ้นในประเทศไทย และเพื่อสร้างความร่วมมือหลากหลายรูปแบบที่จะช่วยขจัดปัญหาคอร์รัปชันให้หมดไป



## การแจ้งเบาะแส

บริษัทได้จัดทำนโยบายการแจ้งเบาะแส เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงาน ผู้มีส่วนได้เสีย หรือบุคคลภายนอก สามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำผิดกฎหมาย หรือจรรยาบรรณ หรือ การทุจริตคอร์รัปชัน หรือการถูกละเมิดสิทธิ ผ่านช่องทางที่หลากหลาย รวมถึงกรรมการตรวจสอบและ บริหารความเสี่ยงด้วย ดังต่อไปนี้

นโยบายแจ้งเบาะแส  
และข้อร้องเรียน



### กรรมการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยง

1, 1/1 อาคารทรัพย์สินสูง 2 ชั้นที่ 4  
ซอยเย็นจิต 2 แยก 1 ถนนเย็นจิต แขวงทุ่งวัดดอน  
เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120



02-780-8779 และ 097-190-5848



02-780-8787



iaoffice@cpf.co.th



[www.cpfworldwide.com/th/contact/form](http://www.cpfworldwide.com/th/contact/form)



### ศูนย์ผู้บริโภค ซีพีเอฟ (ประเทศไทย)



02-800-8000



consumercenter@cpf.co.th

ผู้แจ้งเรื่องร้องเรียนทั้งที่เป็นพนักงานหรือบุคคลภายนอก คู่ค้าธุรกิจ หรือพันธมิตรทางธุรกิจ จะได้รับความคุ้มครองที่เหมาะสม จากบริษัท ได้แก่ การปกป้องผู้แจ้งเรื่องไม่ให้ถูกข่มขู่คุกคาม และข้อมูล เกี่ยวกับเรื่องร้องเรียนจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับ ไม่เปิดเผยต่อ ผู้ไม่เกี่ยวข้อง เว้นแต่ที่จำเป็นต้องเปิดเผยตามข้อกำหนดของกฎหมาย นอกจากนี้ จะไม่มีการเลิกจ้าง หรือพักงาน หรือเปลี่ยนตำแหน่งงาน หรือลงโทษทางวินัยต่อพนักงานที่เป็นผู้แจ้ง รวมทั้งให้เป็นธรรม และคุ้มครองพนักงานที่ปฏิเสธการกระทำซึ่งเข้าข่ายคอร์รัปชันด้วย

## ขั้นตอนการแจ้งข้อร้องเรียน



1 ผู้มีส่วนได้เสียภายในหรือภายนอกบริษัท  
แจ้งเบาะแสหรือเรื่องร้องเรียน



2 หน่วยรับเรื่องร้องเรียน หรือ  
แจ้งเบาะแสตลอด 24 ชั่วโมง



3 คณะกรรมการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยง  
และหน่วยงานตรวจสอบภายในรับเรื่องร้องเรียน



4 เข้ากระบวนการกลั่นกรอง/สอบสวน



5 ดำเนินการตามความเหมาะสม



6 รายงานคณะกรรมการตรวจสอบและ  
บริหารความเสี่ยงและคณะกรรมการบริษัท





## การบริหารความเสี่ยง

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันต้องเผชิญกับเหตุการณ์หรือสภาพแวดล้อมที่มีความผันผวน ความไม่แน่นอน ความซับซ้อน อาจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน และยากต่อการคาดการณ์ การบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ช่วยให้บริษัทมีการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน สามารถสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างเหมาะสม

### วัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง



ด้านสภาพแวดล้อม  
ในการบริหาร  
ความเสี่ยง

- สื่อสารนโยบายการบริหารความเสี่ยง
- บูรณาการหลักการเข้ากับกระบวนการทำงาน
- กำหนดให้การบริหารความเสี่ยงเป็นหนึ่งในกลยุทธ์องค์กร
- กำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite)



ด้านความตระหนัก  
ถึงความเสี่ยง

- จัดทำคลิปประชาสัมพันธ์ เรื่อง ความมุ่งมั่นและความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงในองค์กร
- มีโปสเตอร์แสดงเหตุการณ์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และแนวทางป้องกัน
- จัดอบรมด้านความเสี่ยง เพื่อให้พนักงานมีความเข้าใจและสามารถประเมินความเสี่ยงได้



ด้านการปฏิบัติ

- ประชุมเชิงปฏิบัติการด้านความเสี่ยงร่วมกันระหว่างผู้บริหารหน่วยธุรกิจและสำนักบริหารความเสี่ยงองค์กรเป็นประจำ
- จัดทำมาตรการจัดการและกำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยงสำคัญ (Key Risk Indicators: KRIs) พร้อมทั้งติดตามความคืบหน้าการดำเนินงาน
- มีการประเมินความเสี่ยงอย่างรอบด้านในโครงการลงทุนขนาดใหญ่
- ส่งเสริมให้มีวาระการประชุมด้านความเสี่ยงในการประชุมประจำเดือนของหน่วยธุรกิจ
- มีการแข่งขันประสพการณ์การบริหารความเสี่ยงระหว่างหน่วยธุรกิจ



## นโยบายการบริหารความเสี่ยงและโครงสร้างการจัดการ

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



**คณะกรรมการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยง** ได้รับความหมายจากคณะกรรมการบริษัทในการสอบทานความเสี่ยง ประสิทธิภาพ และการปฏิบัติตามนโยบายกลยุทธ์การบริหารความเสี่ยง รวมถึงระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้



**คณะกรรมการบริหารกำกับดูแลและติดตามสถานะความเสี่ยงสำคัญ** การบริหารความเสี่ยง ตลอดจนส่งเสริมวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง



**คณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยง** ถูกแต่งตั้งขึ้นอย่างเป็นอิสระ แยกออกจากหน่วยธุรกิจ โดยมีประธานผู้บริหารฝ่ายการเงินเป็นประธาน คณะกรรมการชุดนี้มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการบริหารความเสี่ยงของบริษัท โดยมีหน้าที่สอบทานความเสี่ยงสำคัญของบริษัท ติดตามการดำเนินงานตามมาตรการจัดการความเสี่ยง และตัวชี้วัดความเสี่ยงสำคัญ โดยร่วมมือกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในฐานะเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) ทั้งนี้ คณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยงจะมีการประชุมทุกไตรมาส



**สำนักบริหารความเสี่ยง** ทำหน้าที่ส่งเสริม เผยแพร่ความรู้ ตลอดจนให้คำแนะนำแก่หน่วยงานต่างๆ เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง พร้อมทั้งติดตามความคืบหน้าการจัดการ



**ผู้บริหารหน่วยธุรกิจ** รับผิดชอบโดยตรงต่อการบริหารความเสี่ยงในขอบเขตงานที่รับผิดชอบ และรายงานผลการบริหารความเสี่ยงต่อคณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยง



**ผู้ประสานงานด้านความเสี่ยง (Risk Champion)** เป็นตัวกลางในการประสานงานระหว่างหน่วยธุรกิจ และสำนักบริหารความเสี่ยง



**พนักงานทุกคนในองค์กร** ให้ความร่วมมือในการบริหารความเสี่ยง โดยถือเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบ ปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง และรายงานความเสี่ยงที่พบตามช่องทางที่กำหนดอย่างทันเวลา



**สำนักตรวจสอบภายใน** มีหน้าที่ประเมินกระบวนการปฏิบัติงาน ให้คำแนะนำเพื่อพัฒนาระบบการบริหารความเสี่ยง รวมทั้งนำผลประเมินความเสี่ยงไปจัดทำแผนการตรวจสอบประจำปี (Risk-Based Audit)

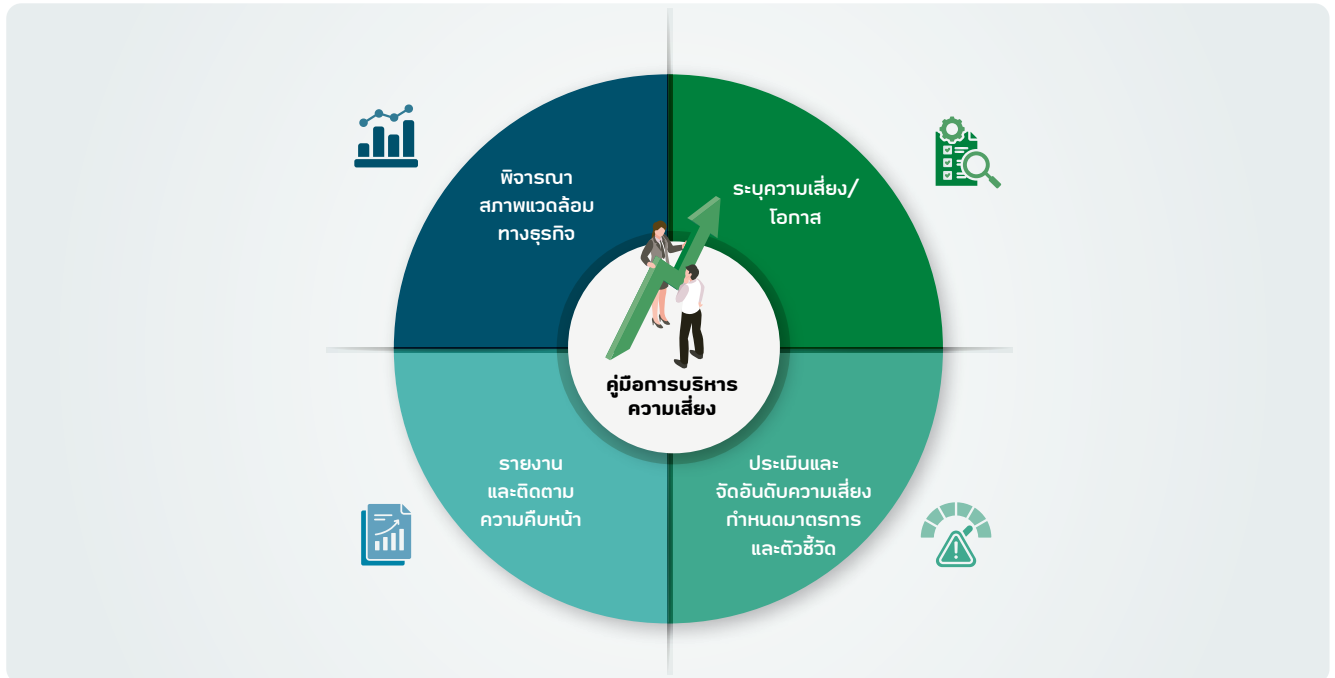
“

บริษัทกำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงทุกไตรมาส หรือเมื่อสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยคณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยงจะรายงานผลการประเมินต่อคณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยง ตามลำดับ รวมถึงมีการแจ้งผลการประเมินต่อคณะกรรมการจัดการเพื่อทราบ และให้ดำเนินการตามมาตรการที่ระบุไว้

”

## ระบบการบริหารความเสี่ยงและเครื่องมือที่ใช้

กระบวนการบริหารความเสี่ยงของบริษัทถูกรวบรวมไว้ใน “คู่มือการบริหารความเสี่ยง” โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานและเครื่องมือที่ใช้ ดังนี้



- พิจารณาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ** โดยการวิเคราะห์สถานะของโลกในระดับมหภาค อุตสาหกรรมและธุรกิจ ตลอดจนบริษัท เพื่อให้เห็นถึงสถานการณ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงแนวโน้มในอนาคต
- ระบุความเสี่ยง** ที่อาจส่งผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัท ทั้งความเสี่ยงที่เผชิญอยู่ในปัจจุบัน และความเสี่ยงใหม่ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต (Emerging Risk) รวมถึงโอกาสในการดำเนินธุรกิจ โดยใช้เครื่องมือหรือเทคนิคต่างๆ พร้อมทั้งอธิบายความหมายของความเสี่ยง เพื่อช่วยให้ผู้บริหารทราบถึงขอบเขตความเสี่ยง
- ประเมินความเสี่ยง** จัดอันดับของความเสี่ยง รวมถึงกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยงสำคัญและตัวชี้วัดความเสี่ยงสำคัญ
  - กำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite)
  - ประเมินความเสี่ยง โดยรวบรวมข้อมูลผ่านแบบประเมินความเสี่ยง (Risk Survey) ประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) และแสดงผลของความเสี่ยงบนแผนภูมิความเสี่ยง (Risk Heat Map)
  - จัดอันดับความเสี่ยง โดยพิจารณาจากความสัมพันธ์ของผลกระทบและโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยงนั้น
  - กำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยงที่ควรทำเพิ่มเติม และตัวชี้วัดความเสี่ยง สำหรับความเสี่ยงสำคัญ
- รายงานและติดตามความคืบหน้า** ของมาตรการจัดการ และสถานะของตัวชี้วัดความเสี่ยงสำคัญตามรอบที่กำหนด







## ปัจจัยความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

บริษัทวิเคราะห์ความเสี่ยงซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน พร้อมทั้งกำหนดมาตรการหรือแผนจัดการความเสี่ยง เพื่อบรรเทาผลกระทบ (Consequence) ที่อาจเกิดขึ้น ตลอดจนสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทได้วิเคราะห์ความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญดังปรากฏด้านล่าง ทั้งนี้ อาจมีปัจจัยความเสี่ยงอื่นที่บริษัทไม่ทราบในขณะนี้หรือเป็นความเสี่ยงที่บริษัทพิจารณาว่าไม่มีนัยสำคัญ



### ความเสี่ยงใหม่ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต (Emerging Risks)

- อุณหภูมิเฉลี่ยของโลกเพิ่มสูงขึ้น
- ความเสี่ยงจากการมุ่งสู่สังคมคาร์บอนต่ำ
- สงครามและความขัดแย้ง
- การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ และความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน



### ความเสี่ยงด้าน ESG

- ปริมาณและคุณภาพของน้ำ
- สิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน
- ความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัย และความปลอดภัย
- การคอร์รัปชัน
- ความเสี่ยงจากกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง



### ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์

- พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป
- การลงทุนและผลการดำเนินงาน
- ภาวะเศรษฐกิจโลก



### ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน

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



ความผันผวนของตลาดการเงิน



ความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร



ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่ถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 25 ของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว



ความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ถือหลักทรัพย์



ความเสี่ยงด้านความสามารถในการชำระหนี้



ความเสี่ยงจากการหนี้ยที่อยู่ในระดับสูงจากการดำเนินงานและการซื้อกิจการ



ความเสี่ยงด้านการดำรงอัตราส่วนทางการเงิน



# ทุนและโครงสร้างการถือหุ้น

ณ วันที่ 13 มีนาคม 2567

ทุนจดทะเบียน

**9,093,856,518** บาท

ทุนชำระแล้ว

**8,413,568,585** บาท

## โครงสร้างการถือหุ้น

**54.97%**

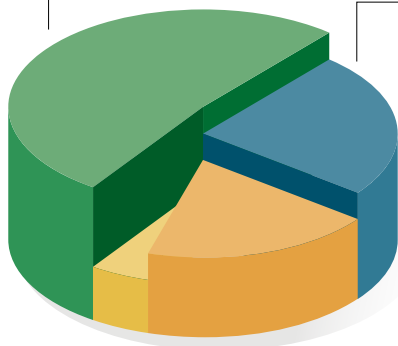
นิติบุคคลสัญชาติไทย

**23.85%**

นิติบุคคล  
สัญชาติต่างประเทศ

**0.02%**

บุคคลธรรมดา  
สัญชาติต่างประเทศ



**21.16%**

บุคคลธรรมดา  
สัญชาติไทย

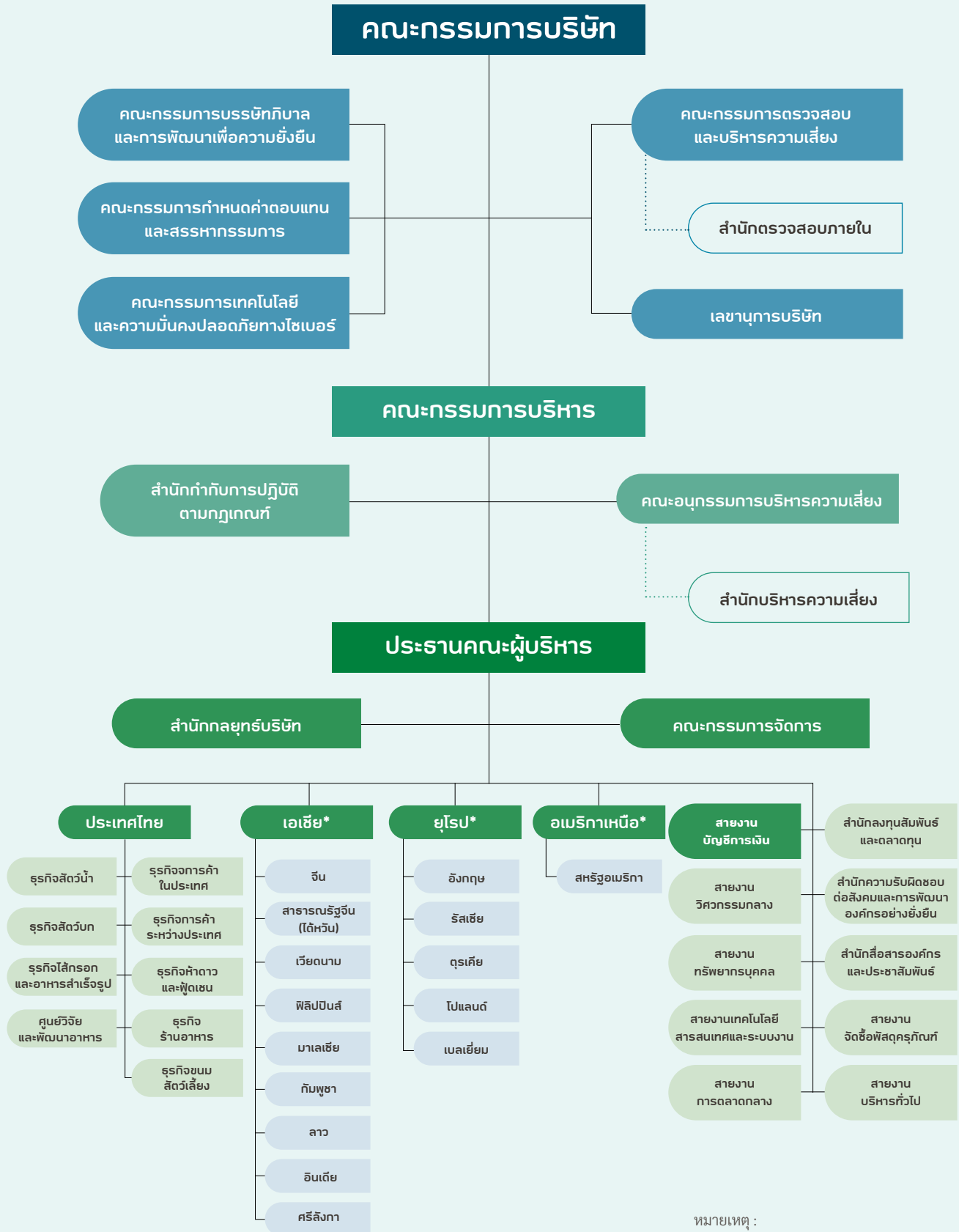
## รายชื่อผู้ถือหุ้น 10 รายแรก มีดังนี้

รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น	สัดส่วนการถือหุ้น (ก่อนหักหุ้นซื้อคืน เพื่อบริหารทางการเงิน)
1. กลุ่ม CPG <sup>(1)</sup>	4,211,127,539	50.05%
2. บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด	599,457,505	7.12%
3. สำนักงานประกันสังคม	273,537,700	3.25%
4. SOUTH EAST ASIA UK (TYPE C) NOMINEES LIMITD	178,079,897	2.12%
5. STATE STREET EUROPE LIMITED	158,047,904	1.88%
6. UBS AG HONG KONG BRANCH	126,555,600	1.50%
7. นายปริญญา เรือรวร	116,000,000	1.38%
8. กองทุนรวมวายุภักดิ์หนึ่ง	74,450,600	0.88%
9. CHAROEN POKPHAND ENTERPRISE (TAIWAN) CO., LTD.	72,962,900	0.87%
10. CITIBANK NOMINEES SINGAPORE PTE LTD-A/C GIC C	45,619,300	0.54%

หมายเหตุ : <sup>(1)</sup> กลุ่มรายงานตามมาตรา 246 และมาตรา 247 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม)



# โครงสร้างการบริหาร





# คณะกรรมการบริษัท

ณ วันที่ 1 มกราคม 2567 คณะกรรมการของบริษัทประกอบด้วยกรรมการจำนวน 15 คน ดังนี้



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



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



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



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



นายรังสรรค์ ศรีวรศาสตร์  
กรรมการ<sup>(2) (3) (4)</sup>



ศ.พิเศษ ดร. กิตติพงษ์ กิตยารักษ์  
กรรมการ<sup>(2) (5)</sup>



นางวิษี วิมุกตายน  
กรรมการ<sup>(2)</sup>



นายวินัย วิทวัสการเวช  
กรรมการ<sup>(2) (6)</sup>



นายเสข วรรณเมธี  
กรรมการ<sup>(2)</sup>



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



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



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



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



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



นายมนตรี สุวรรณโพธิ์ศรี  
กรรมการ<sup>(1)</sup>

หมายเหตุ :

<sup>(1)</sup> กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท โดยกำหนดให้กรรมการผู้มีอำนาจ  
ลงนามผูกพันบริษัท 2 คน ลงลายมือชื่อร่วมกันและประทับตราสำคัญของบริษัท

<sup>(2)</sup> กรรมการอิสระ

<sup>(3)</sup> ประธานกรรมการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยง

<sup>(4)</sup> ประธานกรรมการบริษัททึบและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

<sup>(5)</sup> ประธานกรรมการอิสระ

<sup>(6)</sup> ประธานกรรมการกำหนดค่าตอบแทนและสรรหากรรมการ





















# ผู้บริหาร

ณ วันที่ 1 มีนาคม 2567 ผู้บริหารในประเทศไทยประกอบด้วย

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
1.	นายประสิทธิ์ บุญดวงประเสริฐ <sup>(1)</sup>	ประธานคณะผู้บริหาร
2.	น.สพ.สุจินต์ ธรรมศาสตร์ <sup>(1)</sup>	ประธานผู้บริหารฝ่ายปฏิบัติการ - ธุรกิจสัตว์น้ำ
3.	นายสิริพงศ์ อรุณรัตนา <sup>(1)</sup>	ประธานผู้บริหารฝ่ายปฏิบัติการ - ธุรกิจสัตว์บก
4.	นายไพศาล จิระกิจเจริญ <sup>(1)</sup>	ประธานผู้บริหารฝ่ายการเงิน
5.	นางสาวพิมพ์ลรัตน์ ธีพัฒน์วิจิตรกุล <sup>(1)</sup>	ประธานผู้บริหารทรัพยากรบุคคล
6.	นายเรวัต ทัศนียพงศ์	ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจอาหารสัตว์บก
7.	นายสมพร เจริญพงศ์	ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจสุกร
8.	นายภาณุวัตร เนียมเปรม	ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจไก่เนื้อ-เปิดเนื้อ ครบวงจร
9.	นายสมคิด วรรณลุกขี	ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจไก่ไข่
10.	นายไพโรจน์ อภิรักษ์นุกสิทธ์	ผู้อำนวยการใหญ่ ธุรกิจสัตว์น้ำครบวงจร เขตประเทศไทย
11.	นายสุจริต มียลาภ	กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพีเอฟ โกลบอล ฟู้ด โซลูชั่น จำกัด (มหาชน) กิจการค้าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์และอาหาร รวมถึงกิจการร้านอาหารและขนมสัตว์เลี้ยว
12.	นายเอกปิยะ เอื้อวุฒิเกริก	กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพีเอฟ ฟู้ด เน็ดเวิร์ก จำกัด - กิจการค้าระหว่างประเทศ
13.	นายสุนทร จักขุภรรยา	กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพีเอฟ เรสเทอรองท์ แอนด์ ฟู้ดเซ่น จำกัด - กิจการห้าดาว
14.	นางสาวลลนา บุญงามศรี	กรรมการผู้จัดการ บริษัท เซสเตอร์ฟู้ด จำกัด - กิจการร้านอาหาร
15.	นายกิตติศักดิ์ ลิ้มอำไพ	กรรมการผู้จัดการ บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เพ็ท ฟู้ด จำกัด - กิจการขนมสัตว์เลี้ยว
16.	นายไพศาล เครือวงศ์วานิช	ประธานคณะผู้บริหาร กลุ่มธุรกิจการค้าวัตถุดิบอาหารสัตว์
17.	Mr. Robins Pharr Mcintosh Jr.	ผู้บริหารสูงสุดธุรกิจพินธุสัตว์น้ำ
18.	ดร. มิ่ง แดง เจิน	ผู้บริหารสูงสุดด้านวิจัยและพัฒนาอาหารสัตว์น้ำ
19.	นางวิไลลักษณ์ คลอดเพ็ง	รักษาการผู้บริหารสูงสุดสายงานประกันคุณภาพอาหารกลาง
20.	นายณฤกษ์ มางเขียว	กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพีเอฟ ฟู้ด แอนด์ เบฟเวอเรจ จำกัด - กิจการอาหารสำเร็จรูป
21.	นายพีรพงศ์ กรินชัย	ผู้บริหารสูงสุดด้านวิศวกรรมกลาง
22.	นายเปรมศักดิ์ วนิชสุนทร	ผู้บริหารสูงสุดสายงานวิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ
23.	นางนลินี โรบินสัน	ผู้บริหารสูงสุดสายงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร
24.	นางวรรณกนิษฐ์ อำนวยการ	ผู้บริหารสูงสุดธุรกิจแปรรูปไข่ขมบึงและอาหารสำเร็จรูปแปรรื้อ
25.	นายสรรเสริญ สมัยสุด	กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพีเอฟ โอทีเซ็นเตอร์ จำกัด - เทคโนโลยีสารสนเทศและระบบงาน
26.	นายวรวิทย์ เจริญกุล	รองกรรมการผู้จัดการบริหาร สายงานบริหารทั่วไป
27.	นางกอบบุญ ศรีชัย	เลขานุการบริษัทและผู้บริหารสูงสุดสายงานกิจการองค์กรและลงทุนสัมพันธ์

<sup>(1)</sup> ผู้บริหารของบริษัทตามนิยามในประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่ กจ. 17/2551

## ผู้บริหารกิจการต่างประเทศ

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ประเทศ
1.	Mr. Bai Shanlin	 จีน
2.	นายมนตรี สุวรรณโพธิ์ศรี	 เวียดนาม
3.	Mr. Nick Shaw	 อังกฤษ
4.	นายทง โชติธิต	 สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน)
5.	นายสิทธิพร พรหมจันทร์	 อินเดีย - ธุรกิจสัตว์บก
6.	นายจักรกฤษณ์ วีระนาคินทร์	 อินเดีย - ธุรกิจสัตว์น้ำ
7.	นายอานัติ จุลินทร	 สหรัฐอเมริกา
8.	นายสกล ชวะโกเศรษฐ	 ฟิlippินส์
9.	นายมนตรี สัมมนตรี	 มาเลเซีย - ธุรกิจสัตว์บก
10.	นายวิรัช โพธิ์พันธุ์	 มาเลเซีย - ธุรกิจสัตว์น้ำ
11.	Mr. Thomas Norgaard	 รัสเซีย - ธุรกิจสุกร
12.	นายบุรี สีน	 รัสเซีย - ธุรกิจครบวงจรไก่
13.	นายวิทยา เกรียงไกรวิทย์	 กัมพูชา
14.	Mr. Mehmet Ali Tekin	 ตุรกี
15.	นายทำนอง พลทองมาก	 ลาว - ธุรกิจสัตว์บก
16.	Mr. Cesar Lipka	 โปแลนด์
17.	Mr. Michel Tops	 เบลเยียม
18.	Ms. Ameena Ziauddin	 ศรีลังกา

## พนักงาน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 ซีพีเอฟและบริษัทย่อยมีพนักงานและคนงาน\* โดยแบ่งตามสายงานหลักได้ดังนี้

## สายงานปฏิบัติการ



พนักงาน  
**38,306** คน



คนงาน  
**83,008** คน

## สายงานสนับสนุน



พนักงาน  
**12,187** คน



คนงาน  
**1,945** คน



พนักงานและคนงาน รวมทั้งสิ้น

**135,446** คน\*

\* คนงาน หมายถึง คนงานรายเดือน คนงานรายวัน และคนงานชั่วคราว







## ติดต่อบริษัท



### สำนักงานใหญ่

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



02-766-8000



02-638-2139



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



### สำนักลงทุนสัมพันธ์และตลาดทุน

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



02-766-8322 และ 02-766-8323



02-638-2139



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



### สำนักเลขานุการบริษัท

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



02-766-8352 และ 02-766-8354



02-638-2139



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



### สำนักสรรหาและคัดเลือกทรัพยากรบุคคล

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



02-766-8702-5



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



### แจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียน

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



02-780-8779 และ 097-190-5848



02-780-8787



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



[www.cpfworldwide.com/th/contact/form](http://www.cpfworldwide.com/th/contact/form)



### ศูนย์ผู้บริโภค ซีพีเอฟ (ประเทศไทย)



02-800-8000



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





## รักษ์สิ่งแวดล้อม โดยใช้กระดาษรีไซเคิล ซีรี



ลดการใช้ไม้ใหม่  
16 ต้น

ดูดซับก๊าซ CO<sub>2</sub>  
1.3 ตัน

ลดการใช้พลังงานน้ำ  
3,656 ลิตร

ลดการใช้พลังงานไอน้ำ  
0.5 ตัน

ลดการใช้พลังงานทั้งหมด  
84 กิโลวัตต์-ชั่วโมง





**บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)**

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

โทรศัพท์ : 02-766-8000

โทรสาร : 02-638-2139

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

