



CPF

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

SET: เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม

<http://www.cpfworldwide.com>

ธุรกิจหลัก

ประกอบธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารที่จำแนกธุรกิจหลักตามลักษณะของผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 ประเภท คือ

- 1 ธุรกิจอาหารสัตว์ (Feed) ได้แก่ การผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์
- 2 ธุรกิจเลี้ยงสัตว์-แปรรูป (Farm-Processing) ได้แก่ การเพาะพันธุ์สัตว์ การเลี้ยงสัตว์เพื่อการค้า และการแปรรูปเนื้อสัตว์ขั้นพื้นฐาน
- 3 ธุรกิจอาหาร (Food) ได้แก่ การผลิตเนื้อสัตว์แปรรูปกึ่งปรุงสุกและปรุงสุก และการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปหรืออาหารพร้อมรับประทาน รวมถึงกิจการค้าปลีกอาหารและร้านอาหาร

การดำเนินการของธุรกิจเพื่อตอบสนองอย่างทันท่วงทีต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทวางแนวทางการจัดการภาวะวิกฤตภายใต้แนวคิดและนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทประกอบด้วย 3 เสาหลัก ได้แก่ อาหารมั่นคง สังคมพึ่งตน ดินน้ำป่าคงอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายความยั่งยืนของสหประชาชาติ ดังนั้น เมื่อเกิดวิกฤต COVID-19 บริษัทจึงสามารถใช้ศักยภาพในการรับมือกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที รวมถึงมีแนวทางการปรับตัวเพื่อบรรเทาผลกระทบ ตลอดจนดูแลช่วยเหลือผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสม โดยเน้นหนักที่ความยั่งยืนด้าน “อาหารมั่นคง” เป็นสำคัญ

บริษัทตระหนักถึงผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ที่มีต่อการดำเนินงานและสุขภาพอนามัย ตลอดจนความปลอดภัยของพนักงานอย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์ โดยคณะกรรมการบริษัทและทีมผู้บริหารได้มีการประชุมหารือร่วมกันเพื่อรับมือกับสถานการณ์ COVID-19 ที่เกิดขึ้น และได้ทำการจัดตั้ง “ศูนย์อำนวยการโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19” ทันที และได้แต่งตั้งผู้บริหารระดับ “ประธานผู้บริหารฝ่ายปฏิบัติการ” เป็นผู้อำนวยการศูนย์ฯ และให้ผู้บริหารสูงสุดของแต่ละหน่วยงานเป็นคณะทำงาน พร้อมตั้งศูนย์ย่อยอีก 26 จุดเพื่อรับมือสถานการณ์และติดตามประเด็นอย่างใกล้ชิด ขณะเดียวกันก็มีการจัดประชุมผ่าน VDO Conference ทุกสัปดาห์



“ศูนย์อำนวยการโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19” ได้จัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบเพื่อติดตามการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันที่กำหนดโดยไม่แจ้งล่วงหน้า (Knock Door Audit) เพื่อความรัดกุม เข้มงวด อันส่งผลถึงประสิทธิภาพการป้องกันในระดับสูงสุด

บริษัทได้กำหนดมาตรการสำคัญเพื่อให้การบริหารจัดการธุรกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุม 4 ประเด็น คือ

1 ความมั่นคงทางด้านอาหาร: บริษัทต้องสามารถเดินสายพานการผลิตอาหารโดยไม่สะดุดเพื่อป้องกันอาหารขาดแคลน

2 ระบบซัพพลายเชน และ Logistic: ประสานงานกับภาครัฐในการจัดการจราจร หากเกิดการ Lockdown ให้สามารถขนส่งดำเนินต่อไปได้ไม่หยุดชะงักทั้งรถขนส่งสัตว์เพื่อเข้าโรงฆ่าและ หรือการขนส่งซอสและแพคเกจจิ้งอาหารเข้าสู่โรงงานผลิตอาหาร ฯลฯ

3 มาตรการป้องกันโรคในแต่ละขั้นตอน: บริษัทประกาศแนวทางปฏิบัติตัวของพนักงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนเตรียมความพร้อมด้านจัดซื้อแอลกอฮอล์และหน้ากากอนามัย รวมถึงการสั่งการพนักงาน

บางส่วนให้ Work From Home และกำหนดให้พนักงานที่เดินทางกลับจากประเทศกลุ่มเสี่ยงให้กักตัวเอง 14 วัน โดยไม่ถือเป็นวันลา

4 มาตรการเพิ่มเติมเพื่อสร้างความเชื่อมั่น: บริษัทได้ออกประกาศเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่พนักงาน โดยยืนยันว่าจะไม่มีการเลิกจ้างพนักงานจากสถานการณ์ COVID-19 แม้แต่คนเดียว

บริษัทยกระดับความปลอดภัยของพนักงานเข้าสู่ระดับสูงสุด เพื่อป้องกันไม่ให้นักงานมีความเสี่ยงจากการติดเชื้อ ซึ่งนอกเหนือจากการปฏิบัติตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัดแล้วยังได้กำหนดมาตรการอื่น ๆ เช่น กำหนดจำนวนพนักงาน Work From Home และปฏิบัติงานที่สำนักงาน ติดตามตรวจสอบพนักงานที่กลับจากประเทศกลุ่มเสี่ยง/เข้าชายต้องกักตัว กำหนดแนวทางการดูแลสุขภาพมัธยม/สุขภาพของพนักงาน รวมถึงการจัดเตรียมอุปกรณ์และระบบ IT ให้พร้อมรองรับการทำงานที่บ้าน ทั้งนี้ ในส่วนของพนักงานในสายการผลิต บริษัทได้จัดรถรับส่งและดำเนินการตามหลักการ Social Distancing เว้นระยะห่างในการเดินทาง การรับประทานอาหาร การเหลื่อมเวลาทำงาน เป็นต้น

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

ในการบริหารจัดการภาวะวิกฤตครั้งนี้ **ประธานคณะผู้บริหารของบริษัทมีการติดตามสถานการณ์และความคืบหน้าของแผนดำเนินการต่างๆ** ตลอดจนสนับสนุนทีมงานในการดำเนินงานช่วงภาวะวิกฤตดังกล่าวอย่างใกล้ชิด รวมถึงเป็นผู้นำในการบริหารจัดการธุรกิจอย่างรอบด้าน ซึ่งแสดงให้เห็นถึง**ความเป็นผู้นำในการช่วยเหลือสังคม ตอกย้ำความเป็น Good Corporate Citizen ขององค์กร**ได้อย่างชัดเจน

การที่บริษัทได้จัดตั้ง **“ศูนย์อำนวยการโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19”** เป็นทีมจัดการเฉพาะกิจทันทีที่เกิดสถานการณ์ช่วยให้การดำเนินงานและการตัดสินใจของบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และได้กำหนดระยะเวลาในการติดตามสถานการณ์เป็นประจำทุกสัปดาห์ผ่านการประชุมของศูนย์อำนวยการฯ เพื่อติดตามความคืบหน้าของการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสมและเพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทมีข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจได้อย่างทันทั่วทั้ง

นอกจากนี้ ศูนย์อำนวยการฯ ได้จัดทำระบบ Call Center ให้พนักงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องใช้สื่อสารส่งคำถาม/คำตอบ เช่น ระบายความกังวลเกี่ยวกับเชื้อ COVID-19 การปรึกษาปัญหาสุขภาพจิต เป็นต้น ซึ่งข้อมูลทั้งหมดจะรวบรวมเก็บในคลังข้อมูลและจัดทำเป็นการจัดการความรู้ของ CPF หรือ **“CPF Knowledge Management”**

บริษัทมีการจัดการและเตรียมทรัพยากรให้สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องในภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้น เช่น

- **ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ** บริษัท ซีพีเอฟ ไอที เซ็นเตอร์ จำกัด เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการอำนวยความสะดวกให้พนักงานสามารถทำงาน Work From Home เข้าถึงระบบสารสนเทศในบริษัทได้อย่างปลอดภัย วางระบบการประชุมผ่าน VDO Conference อย่างมีประสิทธิภาพ

- **ด้านการจัดเตรียมอุปกรณ์ความปลอดภัยและชีวอนามัย:** มีสำนักจัดซื้อเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดเตรียมอุปกรณ์เพื่อสุขอนามัยให้กับพนักงานทั่วทั้งองค์กรเช่น หน้ากากผ้า การจัดเตรียมเจลล้างมือ อุปกรณ์ทำความสะอาด เป็นต้น

- **ด้านทรัพยากรอื่น ๆ:** สำนักทรัพยากรบุคคลได้ทำงานร่วมกับหน่วยธุรกิจต่างๆ เช่น การจัดเตรียมที่พักชั่วคราวใกล้สถานประกอบการ การจัดเตรียมอาหาร การจัดเตรียมพาหนะรับส่ง เป็นต้น

บริษัทมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์วิกฤตครั้งนี้ ได้แก่

- 1 **ด้านการผลิตสินค้าและบริการ** ปรับรูปแบบสินค้าและบริการ การปรับกระบวนการจัดหาวัตถุดิบและขั้นตอนการผลิตให้สอดคล้องตามมาตรการของรัฐและมาตรการของกระทรวงสาธารณสุข

- 2 **ด้านการขนส่ง** ปรับเปลี่ยนเส้นทางหรือช่วงเวลาในการขนส่ง เพื่อช่วยให้การขนส่งและการกระจายสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

- 3 **ด้านการจำหน่ายและการให้บริการ** เพิ่มช่องทางการจำหน่ายและการให้บริการส่งถึงบ้าน ตลอดจนเพิ่มมาตรการดูแลสุขอนามัยของพนักงานและลูกค้าเพื่อสร้างความมั่นใจ

- 4 **ด้านสภาพคล่องและสถานะทางการเงิน** มีการทบทวนช่วงเวลาประกาศขายหุ้นกู้ ทบทวนแผนการลงทุนและเพิ่มความระมัดระวังมากขึ้น นอกจากนี้ยังปรับรูปแบบการประชุมผู้ถือหุ้นให้สอดคล้องกับมาตรการความปลอดภัย

ในช่วงภาวะวิกฤตบริษัทได้**กำหนดประเด็นสื่อสารแก่ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก**อย่างชัดเจน เพื่อให้กระบวนการผลิตอาหารของบริษัทเป็นไปอย่างราบรื่นและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย เช่น

- **กลุ่มพนักงาน:** สื่อสารผ่านฝ่ายทรัพยากรบุคคล และหัวหน้างาน เน้นหนักไปที่การสื่อสาร มาตรการป้องกันตัวเอง มาตรการที่บริษัทจัดให้ พนักงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าการมาทำงาน นั้นจะปลอดภัยจากการติดเชื้อ รวมถึงมาตรการ การทำงานจากที่บ้านอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ ระบบงานต่างๆ สามารถดำเนินต่อไปได้เป็นปกติ เป็นต้น
- **กลุ่มลูกค้า:** สื่อสารอย่างใกล้ชิดกับทุกบริษัทที่อยู่ในห่วงโซ่การผลิตอาหารของบริษัท เช่น โรงงาน ผลิตซอส โรงงานผลิตแพคเกจจิ้ง เป็นต้น เน้น ประเด็นการส่งมอบวัตถุดิบสำหรับผลิตอาหาร ไม่ให้เกิดการหยุดชะงัก
- **กลุ่มลูกค้า:** สื่อสารกับกลุ่มลูกค้าผ่านภาพยนตร์ โฆษณาเรื่อง “CP เคียงข้างคนไทย ผลิตอาหาร ปลอดภัย สู้ไปด้วยกัน” (<https://www.youtube.com/watch?v=gbtOn1eyP5k>) เพื่อสร้างความ มั่นใจว่า ซีพีเอฟจะเดินสายการผลิตอาหาร ปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง ไม่ให้เกิดการขาดแคลน รวมทั้ง มีการใช้ E-Commerce ให้ลูกค้าใช้สั่งซื้อ อาหารได้อย่างปลอดภัย จัดส่งสินค้า Delivery ด้วย Ride Man ที่ได้รับการอบรมมาตรการความ ปลอดภัยในการส่งมอบสินค้าแก่ลูกค้าเพื่อความ ปลอดภัยสูงสุด ตลอดจนลดการสัมผัสด้วยการ จ่ายเงินผ่านระบบ True Wallet

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทได้มีการประเมินผลกระทบและจัดการ ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญของบริษัท ได้แก่

พนักงานและครอบครัว: บริษัทไม่มีการเลิกจ้าง พนักงานจากเหตุผลของสถานการณ์ COVID-19 และซื้อ ประกัน COVID ให้แก่พนักงาน นอกจากนี้ ยังได้ให้การช่วย

เหลื่อด้านการเงินหรือปัจจัย 4 เช่น มอบอาหารแก่พนักงาน กลุ่มเสี่ยงที่กักตัวอยู่บ้าน มอบเงินกู้ดอกเบียดำสำหรับ พนักงานที่ครอบครัวได้รับผลกระทบ ให้ทุนการศึกษาสำหรับ บุตรของพนักงาน เป็นต้น

ลูกค้า: บริษัทได้ประกาศให้ร้านซีพีเฟรชมาร์ท เป็นสถานีไซดโดยนำไซไปก่มาจำหน่ายในราคาปกติให้แก่ ลูกค้าประชาชน ในช่วงประกาศ พ.ร.ก.ฉุกเฉิน ประชาชน เกิดการซื้อตุนไซไปก่ ส่งผลกระทบต่อ Demand/Supply ทำให้ประชาชนซื้อหาไซไปก่ยากกว่าปกติ

ลูกค้า: บริษัทไม่ลดคำสั่งซื้อกับลูกค้าแต่ได้เพิ่มการ สั่งซื้อสินค้าในบางหมวดหมู่ รวมถึงช่วยเหลือลูกค้าด้วยการ อำนวยความสะดวกด้านการขนส่งของลูกค้าช่วงเคอร์ฟิว

ผู้ถือหุ้น: บริษัทจัดประชุมผู้ถือหุ้นตามข้อกำหนด ของศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 ตลอดจนมีช่องทางรับฟังความเห็นและสื่อสาร แนวทางการบริหารความเสี่ยงและรับมือในสถานการณ์การ แพร่ระบาดของ COVID-19 เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ ผู้ถือหุ้น ทั้ง Online และ Offline นอกจากนี้ ยังปรับรูปแบบ การประชุมผู้ถือหุ้นให้สอดคล้องกับมาตรการความปลอดภัย ด้วย

ชุมชนและสังคม: บริษัทเป็นภาคธุรกิจรายแรก ๆ ที่มีส่วนช่วยเหลือประชาชน ชุมชนและสังคมจากสถานการณ์ COVID-19 เป็นระยะ ๆ ครอบคลุมทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เช่น

- “โครงการส่งอาหารจากใจ ร่วมต้านภัยโควิด-19” สนับสนุนมาตรการของกระทรวงสาธารณสุข ส่งอาหารให้กับผู้กักตนเองที่บ้านเพื่อจูงใจให้อยู่บ้าน หยุดเชื้อ ช่วยชาติ จำนวน 20,000 คน และส่งมอบอาหารให้แก่บุคลากรทางการแพทย์ ในโรงพยาบาลของรัฐที่ให้การดูแลรักษาผู้ป่วย COVID-19 จำนวน 200 แห่งทั่วประเทศ และ “โครงการซีพีเอฟส่งอาหารจากใจให้ทีมหมอและครอบครัว” จำนวน 20,000 ครอบครัว รวมถึงเป็นตัวกลางในการจัดส่งอุปกรณ์ทางการแพทย์ ให้แก่โรงพยาบาลต่าง ๆ

- โครงการ “คู่มือส่วนลดจากใจให้ อสม. #ฮีโร่ที่ลืมไม่ได้” จำนวน 1 ล้านใบ เพื่อใช้เป็นส่วนลดพิเศษที่ร้านซีพีเฟรชมาร์ท ให้แก่ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ที่ปฏิบัติงานสนับสนุนการควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19
- ร่วมกับกองทัพภาคที่ 1 จัดโครงการ “กองทัพภาคที่ 1 ร่วมกับ CPF ส่งอาหารคุณภาพจากใจ...สู่ชุมชน” บรรเทาความเดือดร้อนด้านอาหารแก่ประชาชน 22 ชุมชน รวม 8,499ครัวเรือน ในเขตคลองเตย
- ประสานงานกับกระทรวงพาณิชย์ เพื่อสร้างเสถียรภาพราคา ในฐานะผู้นำโดยประกาศไม่ขึ้นราคาสินค้าในช่วงวิกฤต COVID-19 พร้อมทั้งจัดแคมเปญ “ลดจริง..ไม่ทิ้งกัน ช่วยค่าครองชีพ” ในร้านซีพีเฟรชมาร์ท โดยลดราคาข้าวกล่องเหลือเพียงกล่องละ 20 บาท จำนวน 1 ล้านกล่อง เพื่อช่วยแบ่งเบาภาระค่าครองชีพของคนไทยในช่วงวิกฤตนี้
- ร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ และหน่วยงานภาครัฐอีกหลายแห่ง นำรถ CPF Food Truck เข้าแจกจ่ายอาหารให้กับชุมชนในกรุงเทพมหานครกว่า 100 ชุมชน ในโครงการ CPF มอบอาหารปลอดภัย จากใจสู่ชุมชน นำอาหารอุ่นร้อนพร้อมทานไปบรรเทาความเดือดร้อนด้านอาหารแก่พี่น้องประชาชน รวมถึงคนขับรถแท็กซี่และวินมอเตอร์ไซด์ เป็นต้น
- บริจาคมอบอาหารสด อาหารพร้อมทาน อาหารแช่แข็ง น้ำดื่ม ตลอดจนของใช้จำเป็น ให้แก่หน่วยงาน องค์กร วัด โรงเรียน และภาคส่วนต่าง ๆ ทั่วประเทศไทยและในหลายประเทศที่ซีพีเอฟลงทุนหรือมีสำนักงานการค้าอยู่ เช่น เวียดนาม กัมพูชา สปป.ลาว ฟิลิปปินส์ ตุรกี สหรัฐอเมริกา รัสเซีย เป็นต้น

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

ธุรกิจอาหารเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ด้วยมาตรฐานการผลิตอาหารปลอดภัยที่เป็นที่ยอมรับจากทั่วโลกผนวกกับการเตรียมความพร้อมรับมือวิกฤต COVID-19 ได้อย่างครบถ้วน รอบด้าน และทันการณ์ ทำให้บริษัทไม่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ในครั้งนี้มากนัก อย่างไรก็ตาม วิกฤตครั้งนี้ได้ส่งผลให้เกิด New Normal ของประชาชนและลูกค้าของบริษัท ซึ่งบริษัทได้กำหนดแนวทางธุรกิจในการเตรียมตัวเข้าสู่ New Normal เช่น การที่ประชาชนนิยมสั่งอาหารผ่าน E-Commerce ทำให้การเดลิเวอรี่อาหารมีการเติบโตที่สูงขึ้น บริษัทจึงต้องพัฒนา Software การสั่งซื้อสินค้า ระบบการจ่ายเงินที่ต้องง่าย และมีประสิทธิภาพ ปลอดภัย รวมถึงระบบ Logistic ที่ต้องจัดส่งสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคด้วยความรวดเร็ว ตรงเวลา และรักษาอุณหภูมิ ตลอดจนรักษาคุณภาพของอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าประชาชนนิยมอยู่บ้านและทำกิจกรรมปรุงอาหารเพิ่มขึ้น ทำให้บริษัทพัฒนาโมเดลธุรกิจ “ร้านซีพีเฟรชมาร์ท” โดยเพิ่มกลุ่มสินค้าของสดเข้าเป็นสัดส่วนที่มากที่สุดของร้าน ควบคู่ไปกับการยกระดับร้านซีพีเฟรชมาร์ทปกติให้เป็นซูเปอร์มาร์เก็ต โดยรวมแห่งอาหารสด อาหารพร้อมปรุง อาหารพร้อมทาน ผักสด ผลไม้ ที่มาพร้อมบริการส่งตรงถึงบ้าน อำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคใน New Normal นี้ให้ได้มากที่สุด รวมถึงได้ปรับรูปแบบสู่ Mall Supermarket เพิ่มทางเลือกให้ลูกค้าช้อปปิ้งอาหารในร้าน Five Star และร้าน Star Coffee โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปศูนย์การค้า เพื่อหลีกเลี่ยงการรวมกลุ่มกับคนหมู่มากอีกด้วย เป็นต้น