



**Unlock India**

**เปิดประตูสู่อินเดีย**  
**ชุมชน**

# จุดเริ่มต้นของ CPF ในอินเดีย



**ค.ศ.1992**

**P. V. Narasimha Rao**  
เริ่มปฏิรูปเศรษฐกิจ

**ค.ศ.1993**

สำรวจพื้นที่และนำเข้า  
ลูกพันธุ์กุ้งและอาหารกุ้ง  
จากประเทศไทย

**ค.ศ.1996**

เริ่มโรงงานผลิตอาหารกุ้ง

**ค.ศ.1999**

เริ่มธุรกิจผลิตลูกกุ้ง

**ค.ศ.1997**

เริ่มโรงงานผลิตสัตว์บก  
และธุรกิจไก่เนื้อ



**ค.ศ.2014**

เริ่มธุรกิจแปรรูป  
ส่งออก

**ค.ศ.2012**



เริ่มธุรกิจร้าน 5 ดาว

**ค.ศ.2015**



โรงฆ่าห่านไก่เนื้อ



**ค.ศ.2026**

**33 ปี**





# การดำเนินธุรกิจของซีพี

ในระยะแรกเรายังไม่มีโรงงานในอินเดีย จึงนำเข้าลูกพันธุ์กุ้งและอาหารกุ้งจากประเทศไทย  
พร้อมกันนั้นเราเริ่มสร้าง **เครือข่ายตัวแทนจำหน่าย** โดยเลือกคนที่มีศักยภาพ มีความสัมพันธ์ในพื้นที่

สิ่งสำคัญคือ **ไม่ได้เข้าไปในฐานะ “ผู้ขายสินค้า”**  
**เข้าไปในฐานะ “ผู้พัฒนาอุตสาหกรรม”**





# ธุรกิจของบริษัทซีพีในอินเดีย

## Agro-Industry



### Aquaculture Business

Tamil Nadu, Andhra Pradesh, Odisha, West Bengal

- โรงงานอาหารสัตว์น้ำ 3 แห่ง
- โรงงาน AHCP 4 แห่ง
- โรงเพาะฟักลูกกุ้ง 6 แห่ง
- โรงงานแปรรูปกุ้งแช่แข็ง 1 แห่ง
- ลูกค้าและดีลเลอร์ 13,700 ราย



### Lifestcok Business

Tamil Nadu, Karnataka, Andhra Pradesh, Telangana, Maharashtra

- โรงงานอาหารสัตว์บก 4 แห่ง
- โรงงานชำแหละไก่ 1 แห่ง
- ธุรกิจร้านไก่ 5 ดาว 930 แห่ง
- ร้านซีพีเฟรช 7 แห่ง
- ลูกค้าและดีลเลอร์ 1,350 ราย





 **คุณธนิษฐ์ เจียรวนนท์**

ประธานอาวุโส เครือเจริญโภคภัณฑ์

หลักคิด **3 ประโยชน์**  
ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ คือ  
**ประโยชน์ต่อประเทศ  
ประชาชน และองค์กร**  
เป็นความภูมิใจของซีพี  
สู่การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน



# 4 กลยุทธ์ของความสำเ็จ

1. เข้าใจเกษตรกร และเติบโตไปด้วยกัน
2. สร้างระบบธุรกิจครบวงจร (Feed-Farm-Food)
3. เป็นที่ปรึกษาทางธุรกิจ
4. พัฒนาคนท้องถิ่นให้เป็นผู้นำทางธุรกิจ





# ปัจจัยความสำเร็จ: บุคลากร

การพัฒนาคนท้องถิ่นให้เป็นการหลักขององค์กรร่วมมือกับมหาวิทยาลัย  
คัดเลือกคนรุ่นใหม่ และพัฒนาเข้าสู่ทั้งสายงานขาย วิชาการ และบริหาร  
ปัจจุบันซีพีเอฟอินเดียมีบุคลากรท้องถิ่นตั้งแต่ระดับปฏิบัติการไปจนถึงผู้บริหารระดับสูง  
ปัจจุบันมีพนักงานในบริษัท 2,205 คน

ถ้าเราสร้างคนให้เป็นคนดี และเก่งในประเทศนั้นได้เราจะสร้างธุรกิจที่ยั่งยืนได้เช่นกัน





# ปัจจัยความสำเร็จ: ช่วยเหลือและสนับสนุนชุมชน



ช่วยเหลือผู้ประสบ  
อุทกภัยและพายุ



มอบอุปกรณ์  
การเรียนให้แก่  
โรงเรียน



มอบและติดตั้ง  
ระบบผลิตน้ำดื่ม  
ชุมชน



# ความท้าทายในการทำธุรกิจ

## ความท้าทายหลัก

- โครงสร้างพื้นฐานบางพื้นที่ยังไม่พร้อม เช่น ไฟฟ้า น้ำ
- ระบบขนส่งมีต้นทุนสูงและไม่แน่นอน
- นโยบายรัฐทั้งส่วนกลางและระดับรัฐที่แตกต่างกัน
- การเมืองท้องถิ่น
- ความหลากหลายของภาษาและวัฒนธรรม
- และอิทธิพลของสมาคมการค้า

การทำธุรกิจในอินเดียไม่สามารถใช้ **One Model** ได้ทั่วประเทศ



# โอกาสและอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดอินเดีย

สิ่งที่น่าสนใจคืออินเดียมีประชากรกว่า 1.4 พันล้านคน

โอกาสในอนาคตและธุรกิจที่น่าสนใจ :

- ธุรกิจอาหารแปรรูป
- ธุรกิจอาหารไทย

อุปสรรค

- ความหลากหลายของวัฒนธรรมการบริโภคสูงมากในแต่ละพื้นที่
- มาตรฐานการขออนุญาต Food Safety
- ระบบขนส่ง Supply Chain

สำรวจและปรับตัวให้เข้ากับอินเดีย ไม่ใช่เอาโมเดลไทยไปวางตรง ๆ



เราเป็นองค์กรที่เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม  
ในการสร้างอาหารคน อาหารสมอง โอกาสในการเข้าถึงคุณค่า  
เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน