



นโยบายสุขโภชนาการ และการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบ

หมายเหตุ: นโยบายฉบับนี้ได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท
โดยมีผลบังคับใช้ ตั้งแต่วันที่ 22 กันยายน 2569

1. หลักการ

ด้วยวิสัยทัศน์ “มุ่งเป็นหนึ่งในอาเซียน เรื่อง การจัดหาสินค้าเพื่อธุรกิจอาหารแบบครบวงจร สำหรับผู้ประกอบการมีอาชีพ” และในฐานะผู้นำธุรกิจค้าส่ง ค้าปลีก บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ตระหนักดีว่าทุกวินาทีของการดำเนินงาน คือ ความปลอดภัยในชีวิตและการมีสุขภาพดีของผู้บริโภคทั่วโลก บริษัทจึงมุ่งมั่นนำเสนอผลิตภัณฑ์ คุณภาพที่มีคุณค่าทางโภชนาการ คุณภาพดี ปลอดภัยต่อการบริโภค และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ในราคาที่เหมาะสม ผ่านการทดสอบและพัฒนาโดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ผลิตชั้นนำ จากวัตถุดิบที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพอย่างเป็นระบบ และด้วยกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพตามมาตรฐานสากล ควบคู่ไปกับการสื่อสารและการดำเนินกิจกรรมด้วยความรับผิดชอบต่อ

2. ขอบเขต

นโยบายฉบับนี้ใช้กับการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน) บริษัทย่อย ทั้งในประเทศไทย ต่างประเทศ และตลอดห่วงโซ่คุณค่า

3. นิยาม

บริษัทฯ หมายถึง บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน)

4. นโยบาย และแนวปฏิบัติ

บริษัทฯ มุ่งมั่นให้รายได้ร้อยละ 70 มาจากของผลิตภัณฑ์และบริการส่งเสริมสุขภาพ และสุขภาวะที่ดี ภายในปี 2573 รวมถึงการปรับปรุงด้านสุขภาพและโภชนาการของผลิตภัณฑ์ให้มีราคาที่จับต้องได้ และเข้าถึงได้ง่าย พร้อมดำเนินงานด้านการตลาดอย่างมีจริยธรรม สื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน สอดคล้องกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ โดยให้ข้อมูลด้านสุขภาพและโภชนาการ และสรรพคุณที่อยู่บนพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ ขนาดบริโภคที่เหมาะสม และบริบทเพื่อป้องกันการบริโภค หรือได้รับสารอาหารเสริมที่เกินพอดี ซึ่งการแสดงข้อมูลโภชนาการนี้ มีผลบังคับใช้ครอบคลุมทุกผลิตภัณฑ์ และทุกช่องทางจัดจำหน่าย โดยมีกรอบการดำเนินงานดังนี้

4.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพและโภชนาการ

เป้าหมายดังกล่าวครอบคลุมถึงยอดขายจากผลิตภัณฑ์อาหารที่มีการเสริมเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ และสอดคล้องกับค่ากำหนดระดับคุณค่าทางโภชนาการในด้าน ไขมัน เกลือ น้ำตาล และวัตถุเจือปนอาหาร ของแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์ ตามแนวทางข้อกำหนดด้านโภชนาการของตราสัญลักษณ์ “ทางเลือกสุขภาพ” (Guidelines for applying the “Healthier Choice” nutritional logo)

เพื่อให้เกิดความสม่ำเสมอในการแสดงข้อมูลและความโปร่งใส บริษัทฯ ดำเนินการประเมินข้อมูลโภชนาการของผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ โดยอ้างอิงเกณฑ์ของตราสัญลักษณ์ทางเลือกสุขภาพ และรายงานความก้าวหน้าในการดำเนินงานตามเป้าหมายด้านสุขภาพและโภชนาการเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีความสอดคล้องกับมาตรฐานสุขภาพและโภชนาการที่ได้รับการยอมรับ และมีพัฒนาการในเชิงบวกอย่างต่อเนื่อง

ด้วยการใช้ระบบการจัดทำโปรไฟล์ทางโภชนาการ (Nutritional Profiling System - NPS) เพื่อคำนวณข้อมูลโภชนาการ และใช้วิธีมาตรฐานในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ สนับสนุนการใช้ตราสัญลักษณ์อาหารทางเลือกเพื่อสุขภาพ และเป็นแนวทางในการปรับปรุงสูตรผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ ได้กำหนดนิยามของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและโภชนาการไว้ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีการลดปริมาณไขมัน เกลือ น้ำตาล หรือวัตถุเจือปนอาหาร

- ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่มีการเพิ่มสารอาหารที่มีประโยชน์ เช่น โยอาหาร วิตามิน แร่ธาตุ ไฟโตเคมีคอล หรือสารเติมแต่งอาหารที่มีหน้าที่เฉพาะ
- ผลิตภัณฑ์อาหารที่ปลอดภัยสำหรับผู้บริโภคทุกกลุ่ม และมุ่งเน้นการเข้าถึงของประชากรกลุ่มเป้าหมาย เช่น ทารกและเด็กเล็ก หญิงตั้งครรภ์และให้นมบุตร ชุมชนรายได้ต่ำ และผู้ที่มีปัญหาสุขภาพเรื้อรัง
- ผลิตภัณฑ์อาหารที่ได้รับการปรับปรุงหรือพัฒนาใหม่ให้เป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น

บริษัทมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง (Renovation) และการพัฒนานวัตกรรม (Innovation) ด้วยการศึกษาระยะเชิงลึกถึงความต้องการด้านสุขภาพและโภชนาการของผู้บริโภค โดยทีมงานนักวิจัยอาหาร เชฟมืออาชีพของบริษัท ทั้งนี้ บริษัทมุ่งสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคผ่านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หลากหลายกลุ่ม เช่น

- ตลาดกลุ่มสุขภาพ: หรือการมีสุขภาพดีอย่างสมดุล มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อลดความเสี่ยงของกลุ่มโรคติดต่อ 3 โรค คือ โรคความดันโลหิตสูง ภาวะไขมันในเส้นเลือดสูง และโรคเบาหวาน ที่มีผลกระทบต่อสุขภาพผู้บริโภค ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากโรคอ้วน นอกจากนี้ นวัตกรรมด้านอาหารเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดียังมุ่งเป้าหมายที่จะเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่มีราคาการจับต้องได้และเพิ่มการเข้าถึงของกลุ่มประชากรเป้าหมายหลัก (Priority populations) ซึ่งรวมถึง เด็กเล็ก สตรีตั้งครรภ์และสตรีให้นมบุตร ชุมชนที่มีรายได้น้อย และกลุ่มอื่นๆ
- ตลาดอาหารสดอนามัย: ให้ความสำคัญกับการผลิตและจัดจำหน่ายอาหารสดอนามัยคุณภาพสูง โดยกระบวนการดำเนินงานสอดคล้องตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับและมาตรฐานของประเทศไทยและประเทศคู่ค้า หรือเหนือกว่าที่กำหนด

4.2 การสื่อสารข้อมูลและการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบ

บริษัทให้ความสำคัญกับการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการที่ถูกต้อง ชัดเจน และเพียงพอต่อการนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อและการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ โดย

- บริษัทฯ ใช้ระบบการจัดทำโปรไฟล์ทางโภชนาการ (Nutritional Profiling System - NPS) ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของบริษัทฯ ซึ่งเป็นวิธีการสื่อสารที่ได้มาตรฐาน โดยข้อมูลและฉลากผลิตภัณฑ์ทั้งหมดมีความชัดเจนและโปร่งใส ให้รายละเอียดเพียงพอเพื่อสนับสนุนให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเลือกซื้อได้อย่างมีข้อมูลครบถ้วน โดยฉลากผลิตภัณฑ์ได้มีการแสดงข้อมูลที่สำคัญได้แก่ ส่วนประกอบฉลากทางโภชนาการ วิธีการบริโภค และคำแนะนำในการเก็บรักษา เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคเข้าใจคุณค่าทางโภชนาการ หลีกเลี่ยงสารก่อภูมิแพ้ และรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ไว้ได้อย่างเหมาะสม
- ข้อมูลด้านโภชนาการของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดมีพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์รองรับที่ชัดเจน
- ข้อมูลขนาดบรรจุภัณฑ์ถูกสื่อสารอย่างถูกต้องและตรงไปตรงมา พร้อมรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง สิ่งนี้บรรลุผลโดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมซึ่งรวมถึงตัวชี้วัดที่มองเห็นได้ชัดเจน ส่งเสริมขนาดหนึ่งหน่วยบริโภค (Single-serving size) หรือขนาดผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อสัดส่วนการบริโภคที่ดี และใช้วิธีการอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมการบริโภคอย่างรอบคอบ แนวทางเหล่านี้ช่วยป้องกันการบริโภคเกินควร เพิ่มความตระหนัก และ

ส่งเสริมการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและดีต่อสุขภาพการนำเสนอคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ และส่วนประกอบสำคัญทางโภชนาการ ตลอดจนการแสดงผลข้อมูลความสมดุลทางโภชนาการมีความถูกต้องและแม่นยำ

- ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดจะมีฉลากข้อมูลโภชนาการ และมีการนำเสนอข้อมูลลักษณะผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ องค์ประกอบทางโภชนาการ รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับความสมดุลทางโภชนาการอย่างถูกต้องแม่นยำ

4.3 การตลาด และการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีความรับผิดชอบ

เพื่อให้การทำการตลาด การสื่อสาร และการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สอดคล้องกับข้อกำหนดทางกฎหมาย และตอบสนองต่อมาตรฐานความยั่งยืนระดับสากล (FTSE Russel) บริษัทฯ ได้กำหนดแนวปฏิบัติดังนี้:

- ห้ามมิให้มีการออกแบบสื่อโฆษณา จัดกิจกรรมทางการตลาด หรือใช้พื้นที่แสดงสินค้าที่ดึงดูดหรือมุ่งเป้าไปที่กลุ่มผู้มีอายุต่ำกว่าเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด
- ไม่สื่อสารในลักษณะที่เชื่อมโยงการบริโภคแอลกอฮอล์เข้ากับความสำเร็จทางสังคม ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ความดึงดูดใจทางเพศ และห้ามกล่าวอ้างสรรพคุณทางสุขภาพใดๆ ที่เกิดจากการดื่มแอลกอฮอล์
- ส่งเสริมให้มีข้อความรณรงค์เรื่องการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบ หรือคำเตือนตามที่กฎหมายกำหนดแสดงอย่างชัดเจน ณ จุดขายและช่องทางการสื่อสาร
- จำหน่ายอย่างมีความรับผิดชอบ เช่น ปฏิเสธการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับบุคคลที่มีอายุต่ำกว่ากฎหมายกำหนดอย่างเคร่งครัด และงดเว้นการจัดทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในทุกช่องทางทั้งที่สาขา และการขายออนไลน์
- ปฏิบัติตามกฎหมายการควบคุมช่วงเวลาและพื้นที่จำหน่ายอย่างเคร่งครัด โดยควบคุมการจำหน่ายทั้งที่สาขา และช่องทางออนไลน์ให้สามารถทำการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้เฉพาะช่วงเวลาที่ยกกฎหมายอนุญาต รวมถึงปฏิบัติตามข้อกำหนดเรื่องพื้นที่ควบคุม (Zoning) โดยงดจำหน่ายในสถานที่ห้ามจำหน่าย หรือพื้นที่ใกล้เคียงสถานศึกษา ตามระยะที่กฎหมายกำหนด

4.4 การส่งเสริมการเข้าถึงอาหาร

บริษัทฯ มุ่งพัฒนา มีส่วนร่วม และสนับสนุนการดำเนินโครงการและกิจกรรมที่ช่วยบรรเทาปัญหา และผลกระทบอันเกิดจากข้อจำกัดในการเข้าถึงอาหาร รวมถึงการบริโภคอาหารที่ไม่ถูกหลักโภชนาการ โดยร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรอิสระ สร้างกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการผลิตอาหารด้วยตนเอง และ/หรือการบริโภคที่ถูกหลักโภชนาการ ตลอดจนสนับสนุนผลิตภัณฑ์อาหารคุณภาพที่มีราคาจับต้องได้ทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤต เพื่อสร้างความมั่นคงทางด้านอาหาร และพัฒนาความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้บริโภคในการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ

นายศุภชัย เจียรวนนท์
ประธานกรรมการ

