

# สุขภาพและสุขภาวะที่ดี

## เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

### เป้าหมายระยะยาวปี 2573:

**70%** ของยอดขายมาจากผลิตภัณฑ์และบริการแบบ B2B และ B2C ที่ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี



### เป้าหมายปี 2568:

**50%** ของยอดขายมาจากผลิตภัณฑ์และบริการแบบ B2B และ B2C ที่ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

### ผลการดำเนินงานปี 2568:



ตามเป้าหมาย

**52%** ของยอดขายมาจากผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

**3%** ของผลิตภัณฑ์อาหารเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปรับลดไขมัน ไขมันทรานส์ โซเดียม และน้ำตาลลง

**6%** ของผลิตภัณฑ์อาหารเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปรับเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ เช่น ไฟเบอร์ วิตามิน แร่ธาตุ สารพฤกษเคมี (Phytochemicals) หรือวัตถุเจือปนอาหาร (Functional Food Additives)

**34%** ของผลิตภัณฑ์อาหารเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคทุกช่วงวัย ตั้งแต่เด็กจนถึงผู้สูงอายุ

**9%** ของยอดขายมาจากผลิตภัณฑ์และบริการที่ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

**3%** ของยอดขายมาจากสินค้าบริโภคที่ดีต่อสุขภาพผ่านการปรับปรุงหรือพัฒนาสูตร

## โอกาสและความท้าทาย

โอกาสและความท้าทายคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เป็นพื้นฐานสำคัญสู่การต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นสุขภาพและสุขภาวะที่ดี สำหรับผู้บริโภคทุกช่วงวัย ในฐานะผู้นำด้านค้าปลีกและค้าส่งบริษัทฯตระหนักถึงความสำคัญอย่างยิ่งที่ต้องพัฒนากระบวนการดำเนินการของตนเองและส่งเสริมสมรรถนะของคู่ค้าเพื่อยกระดับความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งพัฒนาสินค้าที่ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี รวมถึงพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับเพื่อแสดงถึงความโปร่งใสของแหล่งที่มาของวัตถุดิบ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น อันนำไปสู่การส่งเสริมสุขภาพของประชากรโดยรวม

## นโยบายและแนวทางการดำเนินงาน

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเพิ่มเปอร์เซ็นต์ยอดขายผลิตภัณฑ์และบริการในรูปแบบ B2B และ B2C เพื่อส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี ให้เป็น 70% ภายในปี 2573 ด้วยความร่วมมือตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานปลอดภัยของอาหารตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังสร้างความตระหนักความรู้แก่ผู้บริโภคผ่านระบบ i-Trace เพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับสินค้าผ่าน QR Code ติดตามแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ แสดงข้อมูลโภชนาการ และสูตรอาหารเพื่อสุขภาพ