
HEALTH AND NUTRITION POLICY



นโยบายสุขภาพ
บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย





**นโยบายสุขโภชนาการ
บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย**

Health and Nutrition Policy
Charoen Pokphand Foods Public Company Limited and Subsidiaries



หลักการ / BACKGROUND

ด้วยวิสัยทัศน์ “ครัวของโลก” และในฐานะผู้นำธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารครบวงจร บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) หรือซีพีเอฟ ตระหนักดีว่าทุกวินาทีของการดำเนินงานคือ ความปลอดภัยในชีวิตและการมีสุขภาพดีของผู้บริโภคทั่วโลก บริษัทจึงมุ่งมั่นนำเสนอผลิตภัณฑ์คุณภาพที่มีคุณค่าทางโภชนาการ รสชาติดี ปลอดภัยต่อการบริโภค และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ในราคาที่เหมาะสม ผ่านการวิจัยและพัฒนาโดยผู้เชี่ยวชาญและเทคโนโลยีชั้นนำ จากวัตถุดิบที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพอย่างเป็นระบบ และด้วยกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพตามมาตรฐานสากล ควบคู่ไปกับการสื่อสารและการดำเนินกิจกรรมด้วยความรับผิดชอบต่อ

With our ‘Kitchen of The World’ mission, Charoen Pokphand Foods Public Company Limited and its subsidiaries; Thailand’s leading agro-industrial and food conglomerate, know well that every minute of our operation means a lot to the safe and healthy living of our consumers. With the devotion of our research and development specialist, cutting-edge technologies, strict quality control system, and responsible marketing communication practice and activities, CPF Group, therefore, have continually driven our entire business chain towards ultimate food quality and safety aiming to deliver the nutritious, tasty, safe, traceable, and affordable food to the consumers and the society.

ขอบเขต / TERM OF REFERENCE

นโยบายและแนวปฏิบัติฉบับนี้ใช้กับการดำเนินธุรกิจของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

This “Policies and Principles on Health and Nutrition” shall be applied within Charoen Pokphand Foods Public Company Limited and its subsidiaries domestically and internationally.

นิยาม / DEFINITION

บริษัท หมายถึง บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) หรือ ซีพีเอฟ

บริษัทย่อย หมายถึง บริษัทที่ซีพีเอฟถือหุ้นในสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 50 และมีอำนาจควบคุม

“Company” means Charoen Pokphand Foods Public Company Limited or CPF

“Subsidiaries” means Companies that CPF directly or indirectly holds more than 50 percent of the their shares and has control.

แนวทางปฏิบัติ / POLICIES AND PRINCIPLES

เพื่อให้สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีสุขภาพการที่ดี เหมาะสมกับผู้บริโภคในแต่ละช่วงวัยและภาวะสุขภาพที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ตลอดจนส่งเสริมความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง และการเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพและถูกหลักโภชนาการ บริษัทจึงได้กำหนดแนวทางปฏิบัติไว้ดังนี้

With our attention to consumers’ health, CPF has constantly developed wide varieties of nutritional products to ensure customers’ satisfactions and to increase food accessibility as follows:

- **การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพและโภชนาการ /
Healthy and Nutritious Product**

บริษัทไม่หยุดนิ่งปรับปรุงผลิตภัณฑ์ (Renovation) และพัฒนานวัตกรรม (Innovation) ด้วยการศึกษ และวิเคราะห์เชิงลึกถึงความต้องการด้านสุขภาพและโภชนาการของผู้บริโภค โดยศูนย์วิจัยและ พัฒนาที่มีศักยภาพสูง พร้อมด้วยทีมงานนักวิจัยอาหาร เชฟ และนักวิชาการอาหาร (Nutritionist) มืออาชีพของบริษัท ทั้งนี้ บริษัทมุ่งสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคผ่านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ หลากหลายกลุ่ม อาทิเช่น

The Company has continually developed and innovated new products and innovations that suit consumers' demands based on the in-depth study on consumers' health and nutrition requirements from the company's proficient research centers, food research teams, chefs, and nutritionists. Below are some of the market segments we have engaged:

- **ตลาดกลุ่มสุขภาพ :** หรือการมีสุขภาพดีอย่างสมดุล มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อลดความเสี่ยงของกลุ่มโรคไม่ติดต่อ 3 โรค คือ โรคความดันโลหิตสูง ภาวะไขมันใน เส้นเลือดสูง และโรคเบาหวาน ที่มีผลกระทบต่ออย่างมากกับสุขภาพผู้บริโภค ซึ่งมีสาเหตุ หลักมาจากโรคอ้วน ภายใต้ชื่อ “CP Balance” โดยผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม CP Balance จะ นำเสนออาหารพร้อมรับประทานที่ให้สารอาหารที่สมดุล มีโคเลสเตอรอล ไขมันอิ่มตัว และโซเดียมที่ต่ำลง พร้อมทั้งเพิ่มใยอาหารและวิตามินที่จำเป็นเพื่อยกระดับคุณภาพ อาหารให้ดีต่อสุขภาพมากขึ้น

Adult Well-Being Market : The Company aims to promote balance health and wellness through products that help reduce the risk of 3 NCDs (Non-Communicable diseases) i.e. Hypertension, Hypercholesterolemia, and Diabetes Mellitus mainly caused by obesity that severely threaten health and well-being of adults nowadays. The company; therefore, has launched the “CP Balance” product line offering healthy instant food products that provide balance-nutrition and are high in fiber and vitamin and low in cholesterol, saturated fat, and sodium.

- **ตลาดกลุ่มโภชนาการเด็ก** : มุ่งมั่นที่จะผลิตอาหารสำหรับเด็กที่มีโภชนาการสูงและจำเป็นต่อการเจริญเติบโตของเด็กแต่ละช่วงวัย ตั้งแต่อายุ 1-12 ปี

Children Health and Nutrition Market : The Company determined to provide nutritious food products that are essential to the growth and development of children aged 1-12 years.

- **ตลาดอาหารสดอนามัย** : ให้ความสำคัญกับการผลิตและจัดจำหน่ายอาหารสดอนามัยคุณภาพสูง โดยกระบวนการดำเนินงานสอดคล้องตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับและมาตรฐานของประเทศไทยและประเทศคู่ค้า หรือเหนือกว่าที่กำหนด

Fresh and Hygiene Food Market : The Company pays high attention on the production and distribution of high quality fresh food products that are in compliance with the national and international standards, rules, regulations, restrictions, and other requirements.

- **การสื่อสารข้อมูลและการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบ / Responsible Marketing Communication**

บริษัทให้ความสำคัญกับการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการที่ถูกต้อง ชัดเจน และเพียงพอต่อการนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อและการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ โดย

The Company places significant emphasis on product and service information as follows:

- **ฉลากผลิตภัณฑ์** : แสดงรายละเอียดส่วนประกอบสำคัญ วิธีการใช้และการเก็บรักษา เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคทราบคุณค่าทางโภชนาการ หลีกเลี่ยงสารอาหารที่อาจก่อให้เกิดภูมิแพ้ รวมถึงรักษาหรือคงคุณค่าทางอาหารของผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

Product label : Product label must provide information on ingredients and instruction on product usage and storage for consumers to be informed on nutrition facts, aware of allergens, and able to preserve the product properly.

- **สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ รวมถึงกิจกรรมทางการตลาด :** สร้างการรับรู้และโอกาสการเข้าถึงผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัย มีโภชนาการที่ดี และในราคาที่เหมาะสมอย่างทั่วถึง ควบคู่ไปกับการสนับสนุนข้อมูลความรู้ด้านโภชนาการและการบริโภคอย่างชาญฉลาด

Media, PR, and Marketing Activities : Promote and create awareness on the access of safe and healthy foods that are affordable along with information on healthy diet and nutrition balance.

- **การส่งเสริมการเข้าถึงอาหาร / Food Accessibility Promotion**

บริษัทมุ่งพัฒนา มีส่วนร่วม และสนับสนุนการดำเนินโครงการและกิจกรรมที่ช่วยบรรเทาปัญหาและผลกระทบอันเกิดจากข้อจำกัดในการเข้าถึงอาหาร รวมถึงการบริโภคอาหารที่ไม่ถูกหลักโภชนาการ โดยร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรอิสระ สร้างกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการผลิตอาหารด้วยตนเอง และ/หรือการบริโภคอาหารที่ถูกหลักโภชนาการ ตลอดจนสนับสนุนผลิตภัณฑ์อาหารคุณภาพทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤต

In coordination with government and private agencies, the Company has constantly supported and took part in a number of projects and activities to lessen the problems and the effects caused from the limitations of food access and malnutrition by acknowledging the public on food sustainability and healthy diet as well as supporting the company's food products.

