

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) หรือวัตถุดิบอาหาร (Functional Food Additives)
- 34%** ของผลิตภัณฑ์อาหารเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคทุกช่วงวัย ตั้งแต่เด็กจนถึงผู้สูงอายุ
- 9%** ของยอดขายมาจากผลิตภัณฑ์และบริการที่ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี
- 3%** ของยอดขายมาจากสินค้าบริโภคที่ดีต่อสุขภาพผ่านการปรับปรุงหรือพัฒนาสูตร

โอกาสและความท้าทาย

โอกาสและความท้าทายคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เป็นพื้นฐานสำคัญสู่การต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นสุขภาพและสุขภาวะที่ดี สำหรับผู้บริโภคทุกช่วงวัย ในฐานะผู้นำด้านค้าปลีกและค้าส่งบริษัทฯตระหนักถึงความสำคัญอย่างยิ่งที่ต้องพัฒนากระบวนการดำเนินการของตนเองและส่งเสริมสมรรถนะของลูกค้าเพื่อยกระดับความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ 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