

ลำดับที่	หัวข้อ	หน้า
1	หลักการ	2
2	ขอบเขต	2
3	นิยาม	2
4	แนวทางปฏิบัติ	3

หลักการ / BACKGROUND

ด้วยวิสัยทัศน์ “มุ่งเป็นที่หนึ่งในอาเซียน เรื่อง การจัดหาสินค้าเพื่อธุรกิจอาหารแบบครบวงจร สำหรับผู้ประกอบการมืออาชีพ” และในฐานะผู้นำธุรกิจค้าส่ง ค้าปลีก บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ตระหนักดีว่าทุกวินาทีของการดำเนินงาน คือ ความปลอดภัยในชีวิตและการมีสุขภาพดีของผู้บริโภคทั่วโลก บริษัทจึงมุ่งมั่นนำเสนอผลิตภัณฑ์ คุณภาพที่มีคุณค่าทางโภชนาการ รสชาติดี ปลอดภัยต่อการบริโภค และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ในราคาที่เหมาะสม ผ่านการทดสอบและพัฒนาโดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ผลิตชั้นนำ จากวัตถุดิบที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพอย่างเป็นระบบ และด้วยกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพตามมาตรฐานสากล ควบคู่ไปกับการสื่อสารและการดำเนินกิจกรรมด้วยความรับผิดชอบต่อ

INTRODUCTION

With our ‘To be Number One Food Solution Provider For Professional Customer in ASEAN‘ vision, Siam Makro Public Company Limited and its subsidiaries; Thailand’s leading food retailer and wholesaler, 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, 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 สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

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

นิยาม / DEFINITION

บริษัท หมายถึง บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

“Company” means Siam Makro Public Company Limited

แนวทางปฏิบัติ / POLICIES AND PRINCIPLES

เพื่อให้สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีสุข โภชนาการที่ดี เหมาะสมกับผู้บริโภค 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**

บริษัท ไม่หยุดนิ่งปรับปรุงผลิตภัณฑ์ (Renovation) และพัฒนานวัตกรรม (Innovation) ด้วยการศึกษาระยะเชิงลึกถึงความต้องการด้านสุขภาพและโภชนาการของผู้บริโภค โดยทีมงานนักวิจัยอาหาร เชฟมืออาชีพของบริษัท ทั้งนี้ บริษัทมุ่งสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคผ่านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หลากหลายกลุ่ม 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 food research teams, chefs. Below are some of the market segments we have engaged:

- **ตลาดกลุ่มสุขภาพ :** หรือการมีสุขภาพดีอย่างสมดุล มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อลดความเสี่ยงของกลุ่มโรคไม่ติดต่อ 3 โรค คือ โรคความดันโลหิตสูง ภาวะไขมันในเส้นเลือดสูง และโรคเบาหวาน ที่มีผลกระทบต่ออย่างมากกับสุขภาพผู้บริโภค ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากโรคอ้วน

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.

- 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 :** สร้างการรับรู้ และโอกาสการเข้าถึงผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัย 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 และสนับสนุนการดำเนิน โครงการและกิจกรรมที่ช่วยบรรเทาปัญหา และผลกระทบอันเกิดจากข้อจำกัดในการเข้าถึงอาหาร รวมถึงการบริโภคอาหารที่ไม่ถูกหลัก โภชนาการ โดยร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรอิสระ สร้างกระบวนการเรียนรู้ เกี่ยวกับการผลิตอาหารด้วยตนเอง และ/หรือการบริโภคอาหารที่ถูกหลัก โภชนาการ ตลอดจน สนับสนุนผลิตภัณฑ์อาหารคุณภาพทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤต

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.