

Consumer Goods Forum เผยสินค้าอุปโภคบริโภค กว่า 180,000 รายการ มีการปรับสูตรใหม่ให้ดีขึ้น สุขภาพมากขึ้น



ผลสำรวจครั้งใหม่เผยให้เห็นว่า บริษัทที่เป็นสมาชิกของ Consumer Goods Forum กำลังร่วมมือกับชุมชนเพื่อช่วยให้ผู้บริโภคมีสุขภาพที่ดีขึ้น

ข้อมูลใหม่จาก Consumer Goods Forum (CGF) เผยให้เห็นว่า ในปี 2559 มีสินค้าอุปโภคบริโภคกว่า 180,000 รายการที่ถูกปรับสูตรใหม่ให้ดีขึ้นสุขภาพมากขึ้น และมีชุมชนกว่า 30,000 แห่งทั่วโลกที่เข้าร่วมโครงการส่งเสริมการบริโภคอาหารและการใช้ชีวิตที่ดีต่อสุขภาพ โดยข้อมูลดังกล่าวมาจากรายงาน CGF Health & Wellness Progress Report ที่พัฒนาร่วมกับ Deloitte ซึ่งให้รายละเอียดเกี่ยวกับการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทสมาชิกของ CGF และชุมชน เพื่อสนับสนุนให้ผู้บริโภคและพนักงานทั่วโลกใช้ชีวิตอย่างมีความสุขที่ดีกว่าเดิม

(โลโก้: <http://photos.prnewswire.com/prnh/20151201/292056LOGO>)

การสำรวจซึ่งจัดทำขึ้นเป็นปีที่ 4 และเป็น การสำรวจระดับโลกเพียงหนึ่งเดียวที่มีข้อมูลทั้งจากผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค เผยให้เห็นว่า

- ผลิตภัณฑ์กว่า 180,000 รายการมีการปรับสูตร โดยผู้ตอบแบบสำรวจ 75% ยืนยันว่าได้ปรับสูตรผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับบริษัทผลิตอาหารและเครื่องดื่มนั้น มีการลดโซเดียมและน้ำตาลมากที่สุด ขณะที่ธาตุฟอสฟอรัสและวิตามินถูกเพิ่มเข้ามามากที่สุด ส่วนบริษัทผลิตของใช้ส่วนตัวและผลิตภัณฑ์สุขอนามัยนั้น มีการลดปริมาณสารพาราเบนมากที่สุด
- ชุมชนกว่า 30,000 แห่งได้เข้าร่วมโครงการส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะ โดยผู้ตอบสำรวจ 72% เผยว่าได้มีการร่วมมือกับคนในชุมชนในเรื่องนี้
- โรงเรียนกว่า 386,000 แห่งได้เข้าร่วมโครงการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพและสุขภาวะ
- ผู้ตอบแบบสำรวจ 93% เปิดเผยว่า พนักงาน “ส่วนใหญ่” ได้เข้าร่วมโครงการส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะของพนักงาน
- ผู้ตอบแบบสำรวจ 44% ยืนยันว่า มีหน่วยงานรัฐบาลทั้งในระดับประเทศและระดับท้องถิ่นเข้ามาปรึกษาเรื่องการยกระดับสุขภาพและสุขภาวะ

โครงการดังกล่าวขับเคลื่อนโดยบริษัทสมาชิกของ CGF นำโดย Nestle และ Ahold Delhaize อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากบรรดาผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภครายใหญ่ของโลก โดยได้รับแรงบันดาลใจมาจากเจตนารมณ์ของสมาชิก CGF ที่ต้องการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาด้านสุขภาพและการใช้ชีวิตในปัจจุบัน

จำนวนบริษัทที่ร่วมรายงานผลมีมากกว่าที่เคย

จำนวนบริษัทที่ร่วมรายงานผลในปี 2559 เพิ่มขึ้นกว่า 30% เมื่อเทียบกับปี 2558 โดยมีบริษัทสมาชิกกว่า 100 แห่งที่รายงานผลการปฏิบัติตามพันธสัญญาและปณิธานว่าด้วยสุขภาพและสุขภาวะของ CGF ซึ่งเห็นได้ชัดว่าบริษัทต่างๆ มีการปฏิบัติการเชิงบวกเพื่อแก้ปัญหาการระบาดของโรคอ้วนและโรคไม่ติดต่อ อย่างไรก็ตาม รายงานระบุว่ายังมีอีกหลายอย่างที่ต้องทำเพื่อนำไปสู่การมีสุขภาพและสุขภาวะที่ดีแบบองค์รวม ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือของบริษัทผู้ผลิตอาหาร เครื่องดื่ม ของใช้ส่วนตัว และผลิตภัณฑ์สุขอนามัย และนำไปสู่การสร้างวัฒนธรรมการป้องกัน

Paul Bulcke สมาชิกคณะกรรมการบริหารและประธานบริษัท Nestle S.A. และ Dick Boer ประธานและซีอีโอบริษัท Ahold Delhaize และผู้ร่วมสนับสนุน Health & Wellness Pillar ของ CGF กล่าวว่า “เราเห็นชัดเจนว่าสมาชิกของ CGF มีความพยายามในการยกระดับสุขภาพและสุขภาวะของผู้คนทั่วโลก และเราขอสนับสนุนให้ทุกบริษัทร่วมแรงร่วมใจกันบนเส้นทางอันยาวไกลนี้ คณะกรรมการบริหาร CGF เล็งเห็นมานานแล้วว่า สุขภาพและสุขภาวะมีความสำคัญต่อความมั่นคงและความมั่งคั่งของชาติ เราจึงให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอันดับต้นๆ และลงมือทำในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในทุกๆที่และทุกๆวัน”

ความท้าทายในการปฏิบัติตามเป้าหมาย

ปณิธานและพันธสัญญาที่ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการบริหารของ CGF ในปี 2554 และ 2557 ตามลำดับนั้น ได้ระบุถึงสิ่งที่ผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกสามารถทำร่วมกันเพื่อก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงเชิงบวก และส่งเสริมให้ผู้บริโภคเลือกบริโภคอาหารและใช้ชีวิตที่ดีต่อสุขภาพ อย่างไรก็ตาม แม้ภาพรวมจะมีความก้าวหน้าในเชิงบวก แต่ความรวดเร็วในการปฏิบัติตามเป้าหมายยังคงเป็นปัญหาอยู่

ผลสำรวจเผยว่า บริษัท 79 แห่ง (77%) ได้มีการกำหนดนโยบายและดำเนินโครงการต่างๆ เพื่อบรรลุปณิธานอย่างน้อย 1 ประการ ขณะที่บริษัท 55 แห่ง (54%) ได้มีการกำหนดนโยบายและดำเนินโครงการเพื่อบรรลุปณิธานทั้ง 3 ประการ

จำนวนผู้ตอบแบบสำรวจเพิ่มขึ้น 30% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ซึ่งถือเป็นเรื่องที่ดี และ CFG หวังว่าจะมีผู้ตอบแบบสำรวจเพิ่มขึ้นอีกในครั้งต่อไป การที่บริษัทต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นทำให้ CGF มีกำลังใจในการทำงาน และเราจะทำงานให้หนักกว่าเดิมเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกต่อไป

Sharon Bligh ผู้อำนวยการฝ่ายงานด้านสุขภาพและสุขภาวะของ CGF กล่าวว่า “เราภูมิใจกับความสำเร็จของ

สมาชิกและความมุ่งมั่นในการร่วมมือกันสร้างเสริมสุขภาพที่ดีกว่าเดิม เห็นได้ชัดว่าบริษัทใหญ่ๆ รับผิดชอบต่อผู้นำในเรื่องนี้ได้เป็นอย่างดีเยี่ยม ขณะที่บริษัทอีกหลายแห่งก็มาเข้าร่วมกับเรา CGF จะเดินหน้าสนับสนุนให้สมาชิกสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกต่อไป และจะให้ความช่วยเหลือที่จำเป็นไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือ กรณีศึกษา หรือเวิร์กช็อป เราหวังว่าความก้าวหน้าที่เราเห็นได้ในขณะนี้จะเป็นแรงผลักดันสมาชิกทั้งหมด และหวังว่าจะมีสมาชิกมากขึ้นเรื่อยๆ ที่เข้ามามีส่วนร่วมในการแบ่งปันความรู้และแนวปฏิบัติที่ดีที่สุด และเป็นแบบอย่างให้บริษัทอื่นๆ สามารถปฏิบัติตามได้ง่ายขึ้น”

ดาวน์โหลดรายงาน CGF Health & Wellness Progress Report ได้ที่ <http://bit.ly/2017HWReport>

เกี่ยวกับ Consumer Goods Forum

Consumer Goods Forum (CGF) เป็นเครือข่ายอุตสาหกรรมระดับโลกที่คำนึงถึงหลักความเสมอภาค CGF ขับเคลื่อนโดยสมาชิกที่มุ่งส่งเสริมให้มีการนำหลักปฏิบัติและมาตรฐานไปใช้ในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วโลก สมาชิกของ CGF ประกอบด้วยซีอีโอและผู้บริหารระดับสูงจากบริษัทค้าปลีก ผู้ผลิต ผู้ให้บริการ และอื่นๆ ราว 400 ราย จาก 70 ประเทศทั่วโลก CGF เป็นกระบอกเสียงของอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีความหลากหลายทั้งในด้านภูมิศาสตร์ ขนาด หมวดหมู่ของสินค้า และรูปแบบการดำเนินงาน บริษัทที่เป็นสมาชิกของ CGF มียอดขายรวมกัน 3.5 ล้านล้านยูโร และมีการจ้างงานพนักงานโดยตรงเกือบ 10 ล้านตำแหน่ง นอกจากนี้ยังมีตำแหน่งงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องอีกประมาณ 90 ล้านตำแหน่งตลอดห่วงโซ่คุณค่า ทั้งนี้ CGF บริหารงานโดยคณะกรรมการบริหารซึ่งประกอบด้วยซีอีโอจากบริษัทค้าปลีกและผู้ผลิตรวมกว่า 50 ท่าน รับชมข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.theconsumergoodsforum.com>

ที่มา: Consumer Goods Forum