

นโยบาย

ซีพี-ซีพีเอฟเคียงข้างคนไทยช่วยภัยน้ำท่วม โดยนำประเด็นเรื่องปัญหา**ปากท้องและความทิวโหย**มาเป็นโจทย์แก้ปัญหาด้านศักยภาพขององค์กร

การปฏิบัติการและการช่วยเหลือ

การช่วยเหลือ ผู้ประสบภัย	“ความต้องการอาหาร” คือประเด็นที่ซีพีเอฟหยิบมาเป็นปัญหาใหญ่ที่จะตามมาพร้อมกับวิกฤตครั้งนี้ จัดพระราชทานอาหารให้กับผู้ประสบอุทกภัยจำนวน 14 จุด ครอบคลุมทุกพื้นที่ที่ประสบอุทกภัย เพื่อทำการปรุงอาหารสดทุกวันๆละ 3 มื้อ จำนวน 15,000-20,000 กล่องต่อจุดต่อวัน แจกจ่ายไปแล้วกว่า 2,240,000 กล่อง โดยจะบรรจุกล่องพร้อมน้ำดื่มสำหรับแจกจ่ายผู้ประสบภัย ส่วนผู้ที่ไม่สามารถมารับข้าวกล่องได้จะมีพนักงานซีพีเอฟจิตอาสาขนาน้ำดื่ม ข้าวกล่อง และอาหารสำเร็จรูปในซองพร้อมรับประทาน หรือ รีทอร์ตแพคเกจจิ้ง (Retort Pouch) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีใหม่ในการผลิตอาหารที่ซีพีเอฟนำมาใช้ทำให้สามารถเก็บอาหารดังกล่าวในอุณหภูมิปกติไว้ได้นาน 18 เดือน คิดเป็นมูลค่ากว่า 70 ล้านบาทและจะดำเนินโครงการต่อไปอย่างต่อเนื่อง จนกว่าสถานการณ์จะคลี่คลาย
การฟื้นฟูและ เยียวยา	-
การมีส่วนร่วมใน นโยบายระดับชาติ	สนองนโยบายรัฐบาลในการกระตุ้นกำลังซื้อและความต้องการอาหารของประชาชนอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามซีพีเอฟก็จะได้ประโยชน์นโยบายนี้โดยการปรับราคาตามกลไกตลาดด้วย

การขยายผล

ประชาสัมพันธ์	การแจ้งข้อมูลและประชาสัมพันธ์ด้านการช่วยเหลือผู้ประสบภัย ผ่านช่องทางข่าวสารออนไลน์ เช่น มติชน ผู้จัดการ ฐานเศรษฐกิจและ website ของบริษัท
โฆษณา	-
Social Network	มีการให้ข้อมูลสถานการณ์และความรู้เกี่ยวกับภัยพิบัติผ่านสมาชิกแฟนเพจทาง Facebook และ Twitter ของ CP และ CPF

ที่มาข้อมูล

- http://www.csrcom.com/news_show.php?id_show=289
- http://www.cpfworldwide.com/th/mdcntr/press_release.aspx
- http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1318910135&grp_id=no&catid=&subcatid=
- <http://manager.co.th/Local/ViewNews.aspx?NewsID=9540000148822>