

NSL FOODS

The Happy Taste Creator

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์

เพื่อการเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดีอย่างยั่งยืน

Product Development Guidelines
for Promoting Sustainable Health and Well-being



หัวข้อ	เนื้อหา	หน้า
1	วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์การพัฒนาสินค้า	3
2	นโยบายคุณภาพและความปลอดภัยทางอาหาร	10
3	โครงสร้างฝ่ายนวัตกรรม วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Innovation & RD)	11
4	มาตรฐานความปลอดภัยทางอาหาร	12
5	เป้าหมายการพัฒนาสินค้าใส่ใจสุขภาพ	12
6	เกณฑ์การออกแบบผลิตภัณฑ์และการสื่อสารอย่างรับผิดชอบ	14
7	การสนับสนุนสถาบันการศึกษา องค์กรภายนอก ด้านความปลอดภัย คุณภาพ และ การพัฒนาผลิตภัณฑ์	14
8	กลไกสำหรับผู้มีส่วนได้เสียภายนอก ในการร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	15

วิสัยทัศน์ (Vision)

“หัวใจของความสุขอยู่ที่ความอร่อย ผู้นำนวัตกรรมอาหารสู่ผู้บริโภคทั่วโลก”

พันธกิจ (Mission)

- พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมไร้พรมแดน
- ก้าวสู่มาตรฐานการผลิตระดับโลกและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- สร้างความสุขและความผูกพันต่อองค์กร
- ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน
- เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือด้วยหลักธรรมาภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

เป็นผู้นำด้านนวัตกรรมอาหาร พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่หลากหลายและมีคุณภาพ เพื่อให้เป็นผลิตภัณฑ์แรก ๆ ที่ผู้บริโภคนึกถึงและจดจำในฐานะ “The Happy Taste Creator”

กลยุทธ์การขับเคลื่อนองค์กร 3Es

1) Engagement

การสานสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างเต็มศักยภาพและต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการร่วมกัน ร่วมการเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกัน มุ่งเน้นการสร้างแผนการดำเนินธุรกิจร่วมกันในระยะยาว อาทิ สินค้าแซนด์วิชอบร้อน พัฒนาร่วมกับลูกค้ารายสำคัญ เพื่อผู้บริโภคกว่า 1.2 ล้าน ความอร่อยต่อวัน

2) Expansion

การส่งมอบคุณค่าในอุตสาหกรรมอาหารไทย สู่การเป็นผู้ผลิตอาหารที่ยั่งยืนให้กับโลก เปิดโอกาสในการขยายตลาดไปยังต่างประเทศผ่านทางช่องทางขายต่างๆ โดยส่งออกสินค้าแปรรูปที่หลากหลาย อาทิ ขนมหวานไทย ในรูปแบบ retort, ข้าวแกง retort พร้อมรับประทาน, ขนมขบเคี้ยว, ทองม้วนหลากรส,รวมถึงเครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์น้ำมันพริกและกะทิ เป็นต้น

3) Exponential Growth

การเติบโตบนรากฐานองค์กรแห่งนวัตกรรม โดยการส่งเสริมการพัฒนาและวิจัยสินค้าด้วยวิทยาศาสตร์อาหารและเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองความเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ตลอดจนการส่งมอบสินค้าและบริการเพื่อเป็นทางเลือกใหม่ ๆ อาทิ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ สินค้ากลุ่ม Food Solutions และ สินค้ากลุ่ม Food Services ที่พร้อมรับโจทย์จากลูกค้า สู่การสร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมความสามารถการแข่งขันในตลาดให้แก่ลูกค้า และคู่ค้าเพื่อผลลัพธ์ใหม่ ๆ ให้แก่อุตสาหกรรมอาหารของไทย

ความหมายต่อ “สินค้าใส่ใจสุขภาพ” ของ NSL

- **ควบคุมสารอาหารที่ควรจำกัด** เช่น น้ำตาล ไขมัน และโซเดียม ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมกับประเภทผลิตภัณฑ์และปริมาณบริโภค
- **ส่งเสริมคุณค่าทางโภชนาการ** โดยพิจารณาโปรตีน ใยอาหาร ธัญพืช ผัก หรือวัตถุดิบที่มีคุณประโยชน์ตามความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์
- **ออกแบบปริมาณและพลังงานอย่างเหมาะสม** เพื่อสนับสนุนการบริโภคอย่างสมดุล ควบคู่กับรสชาติ ความสะดวก และประสบการณ์ที่ดีของผู้บริโภค
- **ปลอดภัยและสื่อสารอย่างรับผิดชอบ** โดยมีข้อมูลโภชนาการและคำกล่าวอ้างที่ถูกต้อง โปร่งใส สอดคล้องกับกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG 2 ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหารและยกระดับโภชนาการและส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน
2.1 ยุติความหิวโหยและสร้างหลักประกันให้ทุกคนโดยเฉพาะคนที่ยากจนและอยู่ในภาวะเปราะบาง อันรวมถึงการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีโภชนาการ และเพียงพอ



SDG 3 สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดีและส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย
3.c เพิ่มการใช้เงินสนับสนุนด้านสุขภาพ และการสรรหา การพัฒนา การฝึกฝน และการเก็บรักษากำลังคนด้านสุขภาพในประเทศกำลังพัฒนา



SDG 12 สร้างหลักประกันให้มีแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน
12.1 ดำเนินการให้เป็นไปตามกรอบระยะ 10 ปีของแผนงานว่าด้วยแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน ทุกประเทศนำไปปฏิบัติโดยประเทศที่พัฒนาแล้วเป็นผู้นำ โดยคำนึงถึงการพัฒนาและขีดความสามารถของประเทศกำลังพัฒนา

ผลกระทบ ความเสี่ยงและโอกาส

1) สินค้ากลุ่มใส่ใจสุขภาพ

แนวโน้มการดูแลสุขภาพและพฤติกรรมบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ คุณภาพ ความปลอดภัย คุณค่าทางโภชนาการ และความโปร่งใสของข้อมูลผลิตภัณฑ์ มากขึ้น รวมถึงมีความต้องการอาหารที่ตอบโจทย์สุขภาพเฉพาะกลุ่ม เช่น อาหารพลังงานต่ำ อาหารที่มีโปรตีนหรือใยอาหารสูง อาหารจากพืช รวมถึงผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มเปราะบาง (Vulnerable groups) อาทิ เด็กเล็ก ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้ป่วยเรื้อรัง

สำหรับ NSL Foods การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวถือเป็นทั้งความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจ ที่อาจส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้า ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และความสามารถในการแข่งขัน บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างรอบด้าน ตั้งแต่ การคัดสรรวัตถุดิบ การออกแบบสูตรอาหาร การควบคุมกระบวนการผลิต การตรวจสอบคุณภาพและความปลอดภัย ตลอดจน การแสดงฉลากและข้อมูลโภชนาการอย่างถูกต้อง ชัดเจน และสอดคล้องกับข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง

ในขณะเดียวกัน แนวโน้มการบริโภคเพื่อสุขภาพยังเป็นโอกาสสำคัญในการต่อยอดความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนาของ NSL Foods เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลายมากขึ้น ช่วยเพิ่มทางเลือกในการบริโภค ส่งเสริมการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและเหมาะสมต่อสุขภาพ ตลอดจนสนับสนุนการมีสุขภาพที่ดีของผู้บริโภคและสังคม พร้อมทั้งสร้างโอกาสในการ ขยายฐานลูกค้า พัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และเสริมศักยภาพการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว

2) สินค้ากลุ่มส่งเสริมอัตลักษณ์ไทย

กระแสความนิยมอาหารไทยและผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นโอกาสสำคัญในการนำ วัตถุดิบ รสชาติ ภูมิปัญญา และเอกลักษณ์อาหารไทย มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความร่วมสมัย สะดวกต่อการบริโภค และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้กว้างขึ้น ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องรักษาอัตลักษณ์และคุณภาพควบคู่กับมาตรฐานด้านความปลอดภัย ความสม่ำเสมอของ วัตถุดิบ ต้นทุน และความสามารถในการผลิตเชิงพาณิชย์ หากไม่สามารถรักษารสชาติ คุณภาพ หรือคุณค่าความเป็นไทยได้ อาจ ลดความแตกต่างและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์

สำหรับ NSL Foods ถือเป็นโอกาสในการนำความสามารถด้าน นวัตกรรมและการวิจัยพัฒนาอาหาร มาต่อยอดอาหารและวัตถุดิบ ไทยให้มีมูลค่าเพิ่ม สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของประเทศ สนับสนุนวัตถุดิบและผู้ผลิตในประเทศ ตลอดจนขยายฐาน ลูกค้าและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์อาหารไทยในตลาดสากล

แนวทางการดำเนินงาน

NSL Foods มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการ และตอบโจทย์สุขภาพของผู้บริโภค โดยให้ความสำคัญ ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ การพัฒนาสูตร การผลิต ไปจนถึงการสื่อสารข้อมูลบนฉลากอย่างถูกต้องและโปร่งใส

บริษัทส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางเลือกที่ช่วยลดน้ำตาล ไขมัน และโซเดียม พร้อมเพิ่มคุณค่าจากโปรตีน ใยอาหาร รัญพืช และผัก รวมถึงติดตามแนวโน้มด้านโภชนาการและนวัตกรรมอาหารอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มทางเลือกที่เหมาะสมให้กับ ผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม

นอกจากนี้ NSL Foods ยังมีการควบคุมคุณภาพ ตรวจสอบข้อมูลโภชนาการ รับฟังความคิดเห็นจากผู้บริโภค และนำผลที่ได้มา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และแผนงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการมีสุขภาพที่ดีและสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจ



กลยุทธ์ส่งเสริมการพัฒนาสินค้ากลุ่มใส่ใจสุขภาพ

ผลิตภัณฑ์และบริการ

- เพิ่มความหลากหลายของ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและผลิตภัณฑ์ทางเลือก ในกลุ่มเบเกอรี่ อาหารพร้อมรับประทาน ของว่าง และผลิตภัณฑ์ Food Service
- วิจัยและพัฒนาสูตรอาหารร่วมกับคู่ค้า/ลูกค้า โดยมุ่ง ลดน้ำตาล ไขมัน และโซเดียม ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม พร้อมคงรสชาติและคุณภาพของผลิตภัณฑ์
- เพิ่มคุณค่าทางโภชนาการด้วยวัตถุดิบ เช่น โปรตีน ใยอาหาร ธัญพืช ผัก และวัตถุดิบจากพืช
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม เช่น ผู้ควบคุมน้ำหนัก ผู้สูงอายุ และผู้ที่มองหาอาหาร Plant-based หรืออาหารเพื่อสุขภาพ
- คัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และพิจารณาวัตถุดิบจาก แหล่งผลิตที่รับผิดชอบและมีมาตรฐาน
- ควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยอาหารตลอดกระบวนการ พร้อมแสดง ฉลากและข้อมูลโภชนาการอย่างถูกต้อง โปร่งใส และเข้าใจง่าย
- พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และช่องทางการเข้าถึงที่สะดวก เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกอาหารที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตและสุขภาพได้มากขึ้น
- ร่วมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์กับหน่วยงานวิจัย สถาบันการศึกษา คู่ค้า และลูกค้า เพื่อนำองค์ความรู้ เทคโนโลยี และความต้องการของตลาดมาพัฒนานวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในเชิงพาณิชย์

ตัวอย่างการพัฒนาสินค้าใส่ใจสุขภาพ : ข้าวแท่งงาขี้ม่อนลาบ-อกไก่



NSL ชูนวัตกรรมข้าวไทยโปรตีนสูง “KHOW THANG: The Next-Gen High-Protein Rice Bar (Labb Flavour)” ได้รับคัดเลือกแสดงโชว์ THAIFEX – Taste Innovation Show Finalists 2026 โดย NSL พัฒนาข้าวแท่งโปรตีนสูง พร้อมรับประทาน ผสานอกไก่กับ “งาขี้ม่อน” ซูเปอร์ฟู้ดส์ ไทยพร้อมเสริม BCAAs และ L-Carnitine เพื่อเติมพลังและตอบโจทย์สายเฮลท์ตี้ โดดเด่นด้วยรส “ลาบ” ที่หยิบเอกลักษณ์อาหารไทยมาดัดแปลงในรูปแบบใหม่ อร่อยง่าย พกพาสะดวก และครบคุณค่าในหนึ่งเดียว

กลยุทธ์ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าอัตลักษณ์ไทย (NSL Soft Power to Thai Taste Horizon)

1) หลักการและเหตุผล

ประเทศไทยมีจุดแข็งด้าน “อาหารไทย” ซึ่งเป็นหนึ่งใน 11 มิติของยุทธศาสตร์ Soft Power ตามนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการผลักดันวัฒนธรรมไทยสู่ระดับโลก เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศ

บริษัท NSL Foods เป็นหนึ่งในผู้พัฒนาด้านนวัตกรรมอาหารที่สามารถนำอาหารไทยไปสู่ผู้บริโภคในรูปแบบใหม่ เช่น ข้าวเหนียวมะม่วงแช่แข็ง ข้าวกะเพราแช่แข็ง หรือขนมไทยแปรรูป พร้อมทั้งใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ควบคุมคุณภาพตามมาตรฐานสากล ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการส่งเสริม Soft Power ด้านอาหารไทย ผ่าน “Innovation x Tradition” จึงมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ “อาหารไทยยุคใหม่” ที่ทั้ง อร่อย ปลอดภัย และสะดวก ด้วยแนวคิด “NSL Soft Power to Thai Taste Horizon” โดยใช้นวัตกรรมจาก NSL เป็นกลไกสำคัญในการสร้างความภาคภูมิใจ และขยายอาหารไทยสู่ระดับโลกอย่างยั่งยืน



2) โอกาสธุรกิจขนมไทยสู่ตลาดโลก

ในปี 2568 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกประมาณ 339.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 11.14 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.9% จากปีก่อน สะท้อนศักยภาพของสินค้าไทยในการแข่งขันและขยายตลาดในต่างประเทศ

สำหรับกลุ่ม สินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับอาหารแปรรูป ขนม เบเกอรี่ และอาหารพร้อมรับประทาน ไทยมีมูลค่าการส่งออกในปี 2568 ประมาณ 24.38 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 4.1% โดยกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 3.16 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ สูงเป็นอันดับ 3 ของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร และคิดเป็น 12.94% ของมูลค่าการส่งออกกลุ่มดังกล่าว

แนวโน้มดังกล่าวเป็นโอกาสสำหรับ NSL Foods ในการต่อยอดความเชี่ยวชาญด้านเบเกอรี่ ขนม อาหารพร้อมรับประทาน และนวัตกรรมอาหาร โดยเฉพาะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสาน เอกลักษณ์อาหารไทย (NSL Soft Power to Thai Taste Horizon) ความสะดวก คุณค่าทางโภชนาการ และมาตรฐานความปลอดภัยระดับสากล เพื่อขยายโอกาสเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ

3) วัตถุประสงค์

เสริมสร้างภาพลักษณ์ใหม่ของอาหารไทยในฐานะอาหารนวัตกรรมที่มีคุณภาพระดับโลก พร้อมส่งเสริมการใช้ Soft Power ด้านอาหารเพื่อสร้างรายได้และโอกาสให้ประเทศไทย ผลักดันผลิตภัณฑ์นวัตกรรมอาหารของ NSL ให้เป็นตัวแทนอาหารไทยในระดับนานาชาติ โดยเชื่อมโยง “วัฒนธรรมอาหารไทย” กับ “เทคโนโลยีการแปรรูป” เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่

4) กลุ่มเป้าหมาย

- ผู้บริโภคชาวไทยรุ่นใหม่ที่สนใจอาหารสะดวกและใส่ใจสุขภาพ
- ผู้บริโภคต่างประเทศที่ชื่นชอบรสชาติอาหารไทยแต่ต้องการความสะดวก
- ภาครัฐกิจร้านอาหาร โรงแรม และธุรกิจบริการอาหารที่ต้องการเมนูไทยแบบสำเร็จรูปคุณภาพสูง
- นักลงทุนและพันธมิตรทางธุรกิจที่สนใจนำเข้า/จัดจำหน่ายอาหารไทยนวัตกรรม

5) กิจกรรมหลักของโครงการ

1. Thai Taste Innovation Showcase

- จัดแสดงนวัตกรรมอาหารไทยของ NSL ในงานแสดงสินค้า (เช่น Thaifex, Anuga, หรือจัด Roadshow ไปยังประเทศเป้าหมาย)
- สาธิตการใช้ผลิตภัณฑ์ NSL ในเมนูอาหารไทยแบบร่วมสมัย

2. การสื่อสารวัฒนธรรมอาหารไทยผ่านสื่อดิจิทัล

- ผลิตวิดีโอแนะนำเมนูอาหารไทยแบบนวัตกรรม พร้อมบอกเล่าประวัติความเป็นมาของเมนู
- ส่งเสริมผ่านช่องทาง YouTube, TikTok, Instagram และแพลตฟอร์มของ NSL

3. Thailand Ready-to-Eat Lab

- จัด workshop หรือ collaboration กับเชฟชื่อดัง นักวิจัยอาหาร และเชฟต่างชาติ ในการพัฒนาเมนูใหม่ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ NSL
- เปิดโอกาสให้เยาวชนหรือนักเรียนอาชีวศึกษาด้านอาหารทดลองสร้างเมนูใหม่จากสินค้าของ NSL

6) ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ยกระดับอาหารไทยให้ได้รับการยอมรับในรูปแบบที่ สะดวก กันสมัย มีนวัตกรรม และยังคงเอกลักษณ์ของรสชาติไทย
- เสริมสร้างภาพลักษณ์และศักยภาพของประเทศไทยด้าน Soft Power โดยเฉพาะมิติด้านวัฒนธรรมอาหาร (Food Culture)
- เพิ่มโอกาสในการพัฒนาและขยายตลาด ผลิตภัณฑ์อาหารไทยเชิงนวัตกรรมสู่ตลาดต่างประเทศ
- ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เห็นคุณค่า เกิดแรงบันดาลใจ และมีส่วนร่วมในการ สืบสาน ต่อยอด และสร้างสรรค์วัฒนธรรมอาหารไทยอย่างยั่งยืน

สินค้าส่งเสริมอัตลักษณ์ไทย (Thai Soft Power) ข้าวแก่ง By NSL Foods



ข้าวแก่งเป็นตัวอย่าง ของการนำทรัพยากรในประเทศมาพัฒนาเป็นสินค้าเชิงพาณิชย์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ไทย โดย ผสมผสานความคิดสร้างสรรค์และภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับแนวคิด Soft Power ของประเทศไทย ผลิตภัณฑ์นี้เน้นใช้ข้าว ไทยเป็นวัตถุดิบหลัก และพัฒนาเป็นขนมข้าวแก่งที่มีรสชาติและไส้ที่สะท้อนถึงความหลากหลายของอาหารไทย เช่น ข้าว เหนียวมะม่วง ข้าวเหนียวทุเรียน และตำไทย นอกจากช่วยส่งเสริมค่านิยมและเอกลักษณ์ไทยสู่เวทีโลกแล้ว ยังช่วยเพิ่ม มูลค่าให้กับข้าวไทยและสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างยั่งยืน

รางวัลและความภาคภูมิใจ

ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดีและยั่งยืน

รางวัล Prime Minister's Export Award 2025 ผู้ประกอบธุรกิจส่งออกดีเด่น



บริษัท เอ็นเอสแอล ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัล Prime Minister's Export Award 2025 ประเภทรางวัล “ผู้ส่งออกยอดเยี่ยมด้านความยั่งยืน” (Best Green & Sustainable Exporter) สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของ NSL Foods PLC. และบริษัทในเครือ NSL Intertrade (2023) Co., Ltd. ในการบุกตลาดต่างประเทศ ด้วยแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (ESG) ในทุกมิติ ควบคู่กับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy Model) ตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงตามมาตรฐานสากล พร้อมการวิจัยและพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคทั่วโลก

รองชนะเลิศอันดับ 1 รางวัลสุดยอดนวัตกรรม ประจำปี 2567 ด้านเศรษฐกิจ

จากโครงการความร่วมมือขับเคลื่อนนวัตกรรมสำหรับประเทศ Thailand Synergy เพื่อ SMEs ไทย 7 Innovation Awards 2567 ผลิตภัณฑ์ข้าวแท่ง เปลี่ยนเมนูอาหารในจานมาอยู่ในรูปแบบแท่ง ทำให้สามารถรับประทานได้สะดวก โดยที่ข้าวไม่แตกหรือร่วน ทำจากข้าวหลากหลายชนิด ซึ่งพัฒนาขึ้นเพื่อให้ข้าวหอมมะลิและข้าวไรซ์เบอร์รี่คงรูปเป็นแท่งได้ พร้อมคงรสชาติความ อร่อย และมีใส่ผักหรือเนื้อสัตว์ตามเมนูอาหาร แต่ละชนิด ผลิตภัณฑ์นี้ตอบโจทย์วิถีชีวิตที่เร่ง รับของคนรุ่นใหม่ สามารถอบอุ่นด้วยเครื่องอบข้าวแท่งพิเศษในเวลาเพียง 3 นาที ก็สามารถรับประทานได้ทันที



รองชนะเลิศอันดับ 1 นวัตกรรมข้าวไทยปี 2567 ประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม



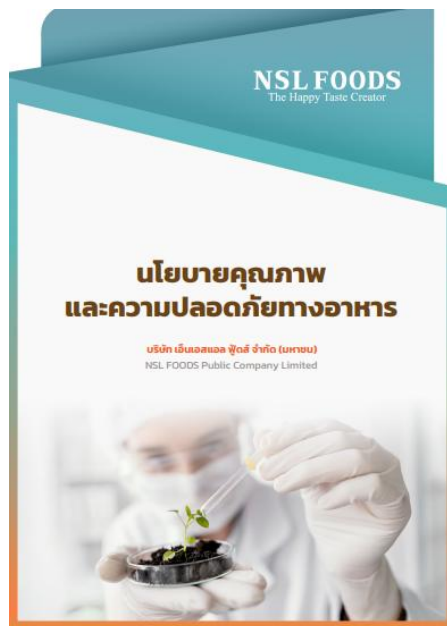
ผลิตภัณฑ์ข้าวแท่งได้รับรางวัลฯ จากการประกวดนวัตกรรมข้าวไทย โดยมูลนิธิข้าวไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ร่วมกับ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ตอกย้ำการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทานจากเมนูจานสู่รูปแบบแท่ง ทานง่าย สะดวก อิ่มท้อง ตอบโจทย์วิถีชีวิตยุคใหม่

NSL กำหนดนโยบายคุณภาพและความปลอดภัยทางอาหารเพื่อยืนยันความมุ่งมั่นในการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัยต่อผู้บริโภค สอดคล้องกับข้อกำหนดและกฎหมาย พร้อมปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ส่งมอบตรงเวลา และสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

5 แนวทางการปฏิบัติหลัก

01	ผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และปลอดภัย	กำหนดเป้าหมายและประเมินผล ควบคุมกระบวนการ ลดของเสีย ตรวจสอบและ ทบทวนระบบอย่างต่อเนื่อง
02	สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า	สำรวจความพึงพอใจ และตอบสนองต่อข้อร้องเรียนอย่างรวดเร็วและมี ประสิทธิภาพ
03	ส่งมอบตรงเวลา	วางแผนการผลิตและการส่งมอบ พร้อมติดตามสถานะการจัดส่งอย่างมี ประสิทธิภาพ
04	สินค้ามีคุณภาพและความปลอดภัย	ตรวจสอบวัตถุดิบและกระบวนการ ใช้ GHP/HACCP ระบุและควบคุมจุดเสี่ยง พร้อมสอบสวนและแก้ไขเมื่อเกิดปัญหา
05	ปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบคุณภาพ อย่างต่อเนื่อง	ทบทวนระบบ ฝึกอบรมบุคลากรด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และเทคโนโลยีใหม่ รวมถึงเตรียมความพร้อมระบบสำรองข้อมูล



[อ่านนโยบายฉบับเต็ม คลิก](#)

ในปี 2568 NSL ปรับโครงสร้างฝ่าย “Innovation & R&D” เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการดำเนินงาน ลดขั้นตอนการบริหาร และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนด้านการวิจัยและพัฒนา พร้อมรวบรวมและต่อยอดองค์ความรู้ด้านเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มให้เป็นสินทรัพย์ทางปัญญา เพื่อเสริมขีดความสามารถการแข่งขันและสนับสนุนเป้าหมาย Exponential Growth ภายในปี 2573



บทบาทของฝ่ายนวัตกรรม วิจัยและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์

- ประยุกต์ใช้ข้อมูล Customer Taste Profile & Preference ร่วมกับ Data Analytics เพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์แนวโน้มผู้บริโภค การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจในอนาคต
- บูรณาการการทำงานร่วมกับลูกค้าและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ
- พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้าน เทคโนโลยีการผลิต การวิจัยและพัฒนา และศาสตร์ด้านอาหาร ครอบคลุมทั้งผลิตภัณฑ์อาหารคาวและอาหารหวาน เพื่อยกระดับความสามารถด้านนวัตกรรมขององค์กร
- เชื่อมโยงกระบวนการวิจัยและพัฒนาเข้ากับการบริหาร ต้นทุน คุณภาพ ความปลอดภัย กระบวนการผลิตเชิงพาณิชย์ และการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถนำผลิตภัณฑ์ไปผลิตและจำหน่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- บริหาร ติดตาม และประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ่านกระบวนการ Sales & Operations Planning (S&OP) เป็นรายเดือน พร้อมรายงานผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมายต่อ คณะกรรมการบริหาร (ExCom) อย่างเป็นระบบ

มาตรฐาน		ความหมาย	ความสำคัญต่อการพัฒนาสินค้า
ISO 9001:2015		ระบบการบริหารจัดการคุณภาพ	ช่วยวางระบบให้กระบวนการมีความสม่ำเสมอ ควบคุมเอกสาร เป้าหมาย คุณภาพ และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
GHPs & HACCP		แนวปฏิบัติสุขลักษณะที่ดี และระบบวิเคราะห์อันตราย และจุดควบคุมวิกฤต	ควบคุมสภาพแวดล้อมการผลิต ระบุนอันตราย และควบคุมจุดวิกฤตที่อาจกระทบความปลอดภัยอาหาร
FSSC 22000		ระบบการจัดการความปลอดภัยด้านอาหาร	ยกระดับระบบบริหารความปลอดภัยอาหารให้เชื่อมโยงองค์ประกอบด้านการจัดการและโปรแกรมพื้นฐาน
ISO 22000		มาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร	บูรณาการการสื่อสาร ความเสี่ยง และการควบคุมตลอดห่วงโซ่อาหาร
Halal Product		ผลิตภัณฑ์ฮาลาล	ยืนยันการปฏิบัติตามข้อกำหนดฮาลาลในวัตถุดิบ กระบวนการ และการจัดการที่เกี่ยวข้อง

พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น ขณะเดียวกันยังต้องการความอร่อย ความสะดวก และผลิตภัณฑ์ที่เข้ากับวิถีชีวิตที่เร่งรีบ NSL จึงวางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใส่ใจสุขภาพเป็นหนึ่งในทิศทางสำคัญของการวิจัยและพัฒนา รวมถึงเป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายด้านความยั่งยืนขององค์กร

เป้าหมายผลิตภัณฑ์ใส่ใจสุขภาพ (NPD)

เป้าหมาย 2573 (ปีเป้าหมาย)	ผลการดำเนินงาน 2568 (ปีฐาน)
5	2
ผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์

หลักคิดในการกำหนด “สินค้าใส่ใจสุขภาพ”

- **ยึดผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง** โดยพิจารณาความต้องการและลักษณะเฉพาะของกลุ่มเป้าหมาย เช่น ความต้องการด้านโปรตีน ใยอาหาร พลังงาน ความสะดวกในการบริโภค และความเหมาะสมตามช่วงวัย
- **สร้างสมดุลระหว่างคุณค่าทางโภชนาการและรสชาติ** เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ควบคู่กับประสบการณ์การรับประทานที่ดี และเอื้อต่อการเลือกบริโภคอย่างต่อเนื่อง
- **ออกแบบวัตถุดิบและสูตรอย่างเป็นระบบ** โดยคำนึงถึงคุณภาพ ความปลอดภัย ความเหมาะสมทางโภชนาการ ความพร้อมของวัตถุดิบ ต้นทุน และศักยภาพในการผลิตเชิงพาณิชย์
- **พัฒนาและทดสอบผลิตภัณฑ์ร่วมกับลูกค้าและผู้ค้า** เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับความต้องการของตลาด สามารถนำไปใช้จริง และมีศักยภาพในการขยายผลทางธุรกิจ
- **สื่อสารข้อมูลอย่างถูกต้องและรับผิดชอบ** โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประกอบ คุณค่าทางโภชนาการ และคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน โปร่งใส และไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดแก่ผู้บริโภค

ตัวอย่างปี 2568

NSL พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง เช่น สลัดปูอัดพร้อมน้ำจิ้มซีฟู้ด ข้าวผัดธัญพืช ซึ่งใช้ประโยชน์จากข้าวไทยและต่อยอดทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์ใส่ใจสุขภาพ

ชื่อผลิตภัณฑ์: สลัดปูอัดพร้อมน้ำจิ้มซีฟู้ด (สินค้าพัฒนาแล้ว)



คุณสมบัติผลิตภัณฑ์และประโยชน์ต่อสุขภาพ

สลัดปูอัดพร้อมน้ำสลัดครีมซีฟู้ด เป็นเมนูพร้อมรับประทานที่ผสมผสานปูอัด ผักหลากหลายชนิด และสาหร่ายวากาเมะ ให้รสชาติอร่อยและรับประทานสะดวก โดยให้พลังงานประมาณ 90 กิโลแคลอรีต่อถาด และมีไขมันเพียง 2.5 กรัม

ผักและสาหร่ายช่วยเพิ่มใยอาหาร วิตามิน และแร่ธาตุ ขณะที่ปูอัดเป็นแหล่งโปรตีน เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการ มื้อเบา ๆ หรือของว่างที่ให้พลังงานไม่สูง

ชื่อผลิตภัณฑ์: ข้าวผัดธัญพืช



คุณสมบัติผลิตภัณฑ์และประโยชน์ต่อสุขภาพ

ข้าวผัดธัญพืช (Vegetarian Fried Rice with Grains) เป็นอาหารพร้อมรับประทานจากพืช ผสมผสานข้าว ธัญพืช และผักหลากหลายชนิด เช่น ข้าวโพด แครอท และถั่วลันเตา ให้รสชาติรับประทานง่ายและสะดวก เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการลดการบริโภคเนื้อสัตว์หรือเลือกรับประทานอาหารแบบ Plant-based ธัญพืชและผักเป็นแหล่งของ ใยอาหาร วิตามิน แร่ธาตุ และคาร์โบไฮเดรตที่ให้พลังงานแก่ร่างกาย ช่วยเพิ่มความหลากหลายทางโภชนาการในแต่ละมื้อ เหมาะสำหรับเป็นมื้ออาหารที่สะดวกและมีส่วนประกอบจากพืชหลากหลายชนิด.

NSL Foods กำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึง คุณภาพ ความปลอดภัย คุณค่าทางโภชนาการ ความเหมาะสมต่อผู้บริโภค และความสามารถในการผลิตจริง ควบคู่กับการเลือกใช้วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์อย่างเหมาะสม

ด้านการสื่อสาร บริษัทให้ความสำคัญกับการแสดง ส่วนประกอบ ข้อมูลโภชนาการ คำกล่าวอ้าง และข้อมูลบนฉลาก ให้ถูกต้อง ชัดเจน โปร่งใส และสอดคล้องกับกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง โดยหลีกเลี่ยงข้อความที่อาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด หรือคาดหวังเกินกว่าคุณสมบัติที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเลือกบริโภคอย่างเหมาะสมและสร้างความเชื่อมั่นในระยะยาว

Nutrition มีเหตุผลด้านโภชนาการที่ชัดเจนและตรวจสอบได้ กำหนดสารอาหารหรือคุณค่าหลักตาม Consumer Need และข้อมูลที่รองรับ	Taste ยังคงความอร่อยและคุณภาพการรับประทาน ทดสอบรสชาติ กลิ่น เนื้อสัมผัส และ Acceptance ก่อนสรุปสูตร	Food Safety ปลอดภัยตลอดอายุสินค้า ควบคุมวัตถุดิบ อันตราย สารก่อภูมิแพ้ จุดวิกฤต และเงื่อนไขเก็บรักษา
Convenience เหมาะกับไลฟ์สไตล์ ออกแบบขนาด วิธีอุ่น/รับประทาน และบรรจุภัณฑ์ให้สะดวกและชัดเจน	Transparency ข้อมูลถูกต้อง โปร่งใส ไม่ทำให้เข้าใจผิด ฉลาก โฆษณา และ Claim ต้องสอดคล้องข้อกำหนดและหลักฐาน	Sustainability พิจารณาความยั่งยืน ลดการสูญเสีย เลือกวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

บริษัทร่วมเป็นพันธมิตรกับทุกภาคส่วน เพื่อร่วมให้คำปรึกษาแสดงความคิดเห็น และรับทราบแนวโน้มความต้องการ รวมถึงให้การสนับสนุน งบประมาณ และผู้ทรงคุณวุฒิของบริษัทเข้าไปช่วยองค์กรต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินการด้านความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมถึงมาตรฐานการผลิต โดยมีวัตถุประสงค์การดำเนินงานเพื่อยกระดับผู้ประกอบการขนาดย่อมไปสู่ขนาดกลาง เพิ่มทักษะและองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ และสร้างวิสัยทัศน์ในการเป็นผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจมีติดต่าง ๆ



คุณสมชาย อัครปิยานนท์ ร่วมแบ่งปันมุมมองในหลักสูตร EXECUTIVE TRANSFORMATION FOR SUSTAINABLE AGRO-INDUSTRY BUSINESS รุ่นที่ 2

ร่วมมือกับ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



NSL ร่วมสนับสนุนนวัตกรรมอาหารไทย ในเวที FoSTAT Food Innovation Contest (เวทีส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ)

ร่วมมือกับ สมาคมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางอาหารแห่งประเทศไทย (FoSTAT)



NSL ร่วมขับเคลื่อน โครงการ Plant-Rich 30 จากแนวคิดสู่การลงมือทำจริง ในงาน GCNT Expo 2026

ร่วมมือกับ Plant 30% Leaders Club โดย สวอช. และ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

8 กลไกสำหรับผู้มีส่วนได้เสียภายนอก ในการร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

NSL Foods มีกลไกรับฟังความคิดเห็นและจัดการข้อร้องเรียนจากลูกค้าและผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ โดยมุ่งตอบสนองและแก้ไขประเด็นด้าน คุณภาพสินค้า การบริการ และความปลอดภัยอาหาร อย่างรวดเร็ว พร้อมนำข้อมูลมาใช้เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์และการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ผ่านช่องทาง

- โทรศัพท์ โทร. : +66 (0)2 525 8520-1, +66 (0)2 149 9436-9
- ช่องทางออนไลน์:
 - Email: contact@nslfoods.com
 - Website: <https://nslfoods.com> หรือผ่านเมนู “ติดต่อเรา” (Contact Us)
 - Facebook: NSL Foods Public Company Limited

