

โภชนาการและสุขภาพของลูกค้า

เป้าหมายปี 2568

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

70 เมนูใหม่

เมนูสุขภาพ
(ที่มีการให้ข้อมูลรายละเอียดคุณค่าทางโภชนาการ)



15 เมนูใหม่

เมนูสุขภาพ
(ที่มีการให้ข้อมูลรายละเอียดคุณค่าทางโภชนาการ)

> 3 โครงการ

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ดีต่อสุขภาพ
มีคุณค่าทางโภชนาการ และรักสุขภาพ
ทั้งภายใน และภายนอกองค์กร



2 โครงการ

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ดีต่อสุขภาพ
มีคุณค่าทางโภชนาการ และรักสุขภาพ
ทั้งภายใน และภายนอกองค์กร

สื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ตามข้อกำหนดอย่างเคร่งครัด
ไม่มีการฟ้องร้องในกรณีโฆษณาเกินสรรพคุณเกินจริง



สื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ตามข้อกำหนดอย่างเคร่งครัด
ไม่มีการฟ้องร้องในกรณีโฆษณาสรรพคุณเกินจริง

100%

วางแผนงานด้านการตรวจสอบย้อนกลับ
เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัย
และวัตถุดิบไม่มีปัญหาด้าน ESG



อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ

วางแผนงานด้านการตรวจสอบย้อนกลับ
เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัย
และวัตถุดิบไม่มีปัญหาด้าน ESGs

ที่มาและความเกี่ยวข้อง

กระแสของโลกและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเรื่องคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้น มีความสนใจในข้อมูลเชิงลึก และรายละเอียดโภชนาการบนฉลากของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งสามารถศึกษาหาข้อมูลถึงคุณประโยชน์ต่างๆ ได้ด้วยตนเอง

ความมุ่งมั่น

เอส แอนด์ พี ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิด “คุณธรรมเพื่อความยั่งยืน” มาตลอดระยะเวลา 50 ปี ที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้พัฒนาเมนูอาหาร เบเกอรี่ และเครื่องดื่มที่ดีต่อสุขภาพ อาทิ เมนูลดโซเดียม เมนูออร์แกนิก ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพื่อสุขภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประทานอาหารที่ถูกหลักโภชนาการ มีคุณค่า ส่งผลต่อการมีสุขภาพดีอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีสัดส่วนที่เหมาะสมตรงตามโภชนาการ เพื่อผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองเครื่องหมาย “ทางเลือกสุขภาพ (Healthier Logo)” เป็นการกระตุ้นจากหน่วยงานภายนอก เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคอีกด้วย



แนวทางการดำเนินงาน

ด้านคุณภาพอาหารและโภชนาการ

บริษัทฯ เลือกใช้วัตถุดิบปลอดภัย และมีคุณภาพ ที่คัดสรรโดยตรงจากเกษตรกร และคู่ค้าที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน นำมาพัฒนาเมนูเพื่อสุขภาพสำหรับลูกค้า รวมทั้งมีการประเมินมาตรฐานคุณภาพ **ยกระดับมาตรฐานโรงงานผลิตอาหารและเบเกอรี่** ซึ่งล่าสุดได้รับการรับรอง ISO 22000:2018 และพัฒนาบริการสำหรับร้านเอส แอนด์ พี กว่า 400 จุดขายอย่างเป็นระบบ ตลอดจนติดตามแนวโน้มความต้องการใหม่ของผู้บริโภค เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคยุคใหม่ เช่น ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ/ออร์แกนิก ผลิตภัณฑ์/บริการที่คำนึงถึงความยั่งยืนในธุรกิจ เป็นต้น ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ปรับลดน้ำตาลในเมนูอาหารและเบเกอรี่ให้ลดลงอยู่ตลอดมา โดยมีการตรวจสอบ และปรับสูตรให้สินค้ายังมีรสชาติที่อร่อย แต่ดีกับสุขภาพมากขึ้น ในเรื่องของการลดหวาน ลดเค็มนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาปรับปรุงสูตรอาหารร่วมกับใช้ผลิตภัณฑ์ที่คู่ค้าได้ทราบดี และพัฒนาในประเด็นปัญหาเดียวกัน เช่น น้ำตาลไอซูการ์ เป็นต้น

นอกเหนือจากเรื่องอาหารเน้นโภชนาการ บริษัทฯ ยังได้ใช้กลยุทธ์แบรนด์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมีการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งพัฒนากระบวนการผลิตและการจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ ให้เกิดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ทั้งนี้ รายละเอียดจะอยู่ในหัวข้อการพัฒนาสินค้าและการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางโภชนาการ

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาไม่ติดต่อเรื้อรัง หรือเรียกว่า NCD (Non-communicable disease, NCD) ที่ส่วนหนึ่งมาจากการบริโภคอาหารไม่ถูกหลักโภชนาการ ซึ่งอัตราการเกิดโรคของประชากรไทยมีจำนวนมากถึง 4 แสนคนต่อปี ตามข้อมูลของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ในกรณีนี้ บริษัทฯ จึงได้พัฒนา ปรับปรุงสูตรผลิตภัณฑ์เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนสุขภาพที่ดีอย่างยั่งยืน โดยสร้างเสริมสุขภาพที่ดีเพื่อป้องกันก่อนรักษาโดยผลิตภัณฑ์ เอส แอนด์ พี ได้รับการรับรองตราสัญลักษณ์โภชนาการ “ทางเลือกสุขภาพ” จากสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อเป็นเครื่องหมายรับประกันเรื่องโภชนาการ ถูกหลักสุขภาพ เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค

นอกจากการมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพแล้ว บริษัทฯ ยังต้องการให้ความรู้ด้านโภชนาการ เพื่อช่วยกระตุ้นให้ลูกค้า/ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ ใส่ใจ และพิถีพิถันในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้น

ฉลากผลิตภัณฑ์เพื่อการตลาดและการสื่อสารอย่างรับผิดชอบ

เอส แอนด์ พี มุ่งมั่นทำการตลาดโดยแสดงข้อมูลรายละเอียดบนฉลากผลิตภัณฑ์และการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้อง ครบถ้วน ตามมาตรฐานของกฎหมาย ข้อกำหนดของกระทรวงสาธารณสุข และมาตรฐานระบบการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สามารถติดตามและตรวจสอบได้โดยหน่วยงานภาครัฐ เพื่อเป็นอีกเครื่องมือหนึ่งในการคุ้มครองและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคว่าได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์สูงสุด ตลอดจนพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์โภชนาการอย่างง่าย (Simplified Logo) ที่แสดงคุณสมบัติทางโภชนาการอาหารอย่างชัดเจน ให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็วขึ้น นั่นหมายถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่มีปริมาณโซเดียม น้ำตาล และไขมันที่ต่ำลง เพื่อลดความเสี่ยงของการเกิดภาวะโภชนาการเกิน รวมถึงโรคที่เกี่ยวข้องอื่น สำหรับคนไทย ตลอดจนการทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารเป้าหมายการลดการบริโภค น้ำตาล โซเดียม และไขมัน สำหรับผู้บริโภคอย่างแท้จริง

ทั้งนี้ สามารถอ่าน “แนวทางการดำเนินงานในการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์” เพิ่มเติมได้ที่ “การบริหารแบรนด์ (Brand Management)”

คลิก



สิ่งแวดล้อม



สังคม



บรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ



ข้อมูลโภชนาการ

แสดงข้อมูลโภชนาการ
ที่สำคัญในอาหาร
ตามที่กฎหมายกำหนด

ข้อมูลโภชนาการอย่างง่าย

แสดงข้อมูลโภชนาการของ
พลังงาน น้ำตาล โซเดียม
ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญ
ต่อการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง



สัญลักษณ์ทางเลือกสุขภาพ

เป็นโลโก้สำหรับผู้บริโภคในการ
เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร
ที่มีคุณค่าโภชนาการที่ดีกว่า
ประกอบการตัดสินใจซื้อ
ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

ข้อมูลเพิ่มเติม

แสดงข้อมูลวิธีการใช้
การเก็บรักษา



ตัวอย่างผลิตภัณฑ์



ขนมปังข้าวกล้องงอก (ตรา เอส แอนด์ พี) / Germinated Brown Rice Bread (S&P Brand)
ส่วนประกอบที่สำคัญ (Ingredients)

แป้งสาลี (Wheat Flour) 40% / ข้าวกล้องงอก (Germinated Brown Rice) 30% /
เนยขาว (Shortening) 3% / น้ำตาล (Sugar) 3% / เกลือเสริมไอโอดีน (Iodized Salt) 1% /
ยีสต์ (Yeast) 0.3% / สารปรับปรุงคุณภาพแป้ง (Flour Treatment Agent) : INS 481(i) /
สารกันเสีย (Preservative) : INS 282

ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : มีแป้งสาลี
(Allergen Information : Contains Wheat flour.)

เก็บในที่แห้งและเย็น อุณหภูมิไม่เกิน 25 องศาเซลเซียส (Keep in a cool, dry place at a temperature less than 25 °C)

สำนักงานใหญ่ : บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 2034/100-103 อาคารอิตัลไทย ทาวเวอร์ ชั้นที่ 23
ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
ลูกค้าสัมพันธ์ www.snfood.com

© S&P 2022

ข้อมูลโภชนาการ (Nutrition Information)

หนึ่งหน่วยบริโภค : 1 แผ่น (50 กรัม) (Serving size : 1 Slice (50 g))
จำนวนหน่วยบริโภคต่อ ถู : 8 (Serving(s) Per Container) : 8

คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค (Amount per serving)

พลังงานทั้งหมด 140 กิโลแคลอรี (Total energy 140 kcal)
(พลังงานจากไขมัน 20 กิโลแคลอรี) (Calories from fat 20 kcal)

ร้อยละของปริมาณที่แนะนำให้บริโภคต่อวัน* (Percent Thai RDI)

ไขมันทั้งหมด (Total fat)	2.5 ก. (g)	4%
ไขมันอิ่มตัว (Saturated fat)	1 ก. (g)	5%
กรดไขมันชนิดทรานส์ (Trans fat)	0 ก. (g)	
โคเลสเตอรอล (Cholesterol)	0 มก. (mg)	0%
โปรตีน (Protein)	5 ก. (g)	
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด (Total carbohydrate)	24 ก. (g)	8%
ใยอาหาร (Dietary fiber)	2 ก. (g)	8%
น้ำตาล (Sugars)	3 ก. (g)	
โซเดียม (Sodium)	200 มก. (mg)	10%

ร้อยละของปริมาณที่แนะนำให้บริโภคต่อวัน* (Percent Thai RDI)

วิตามินเอ (Vitamin A)	0%	วิตามินบี 1 (Vitamin B1)	4%
วิตามินบี 2 (Vitamin B2)	2%	แคลเซียม (Calcium)	6%
เหล็ก (Iron)	4%		

*ร้อยละของปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคต่อวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป
(Thai RDI) โดยคิดจากความต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี
(Percent Daily Recommended Daily Intakes for population over 6 years of
age based on a 2,000 kcal diet.)

ความต้องการพลังงานของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ผู้ที่ต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี
ควรได้รับสารอาหารต่างๆ ดังนี้ (Energy needs vary by individuals. If your activities require
energy of 2,000 kcal per day, your daily diet should provide the following nutrients.)

ไขมันทั้งหมด (Total fat)	น้อยกว่า (less than)	65 ก. (g)
ไขมันอิ่มตัว (Saturated fat)	น้อยกว่า (less than)	20 ก. (g)
โคเลสเตอรอล (Cholesterol)	น้อยกว่า (less than)	300 มก. (mg)
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด (Total carbohydrate)		300 ก. (g)
ใยอาหาร (Dietary fiber)		25 ก. (g)
โซเดียม (Sodium)	น้อยกว่า (less than)	2,000 มก. (mg)

พลังงาน (กิโลแคลอรี) ต่อกรัม : ไขมัน = 9 : โปรตีน = 4 : คาร์โบไฮเดรต = 4
(Energy (kcal) per gram : Fat 9 : Protein 4 : Carbohydrate 4)



สิ่งแวดล้อม



สังคม



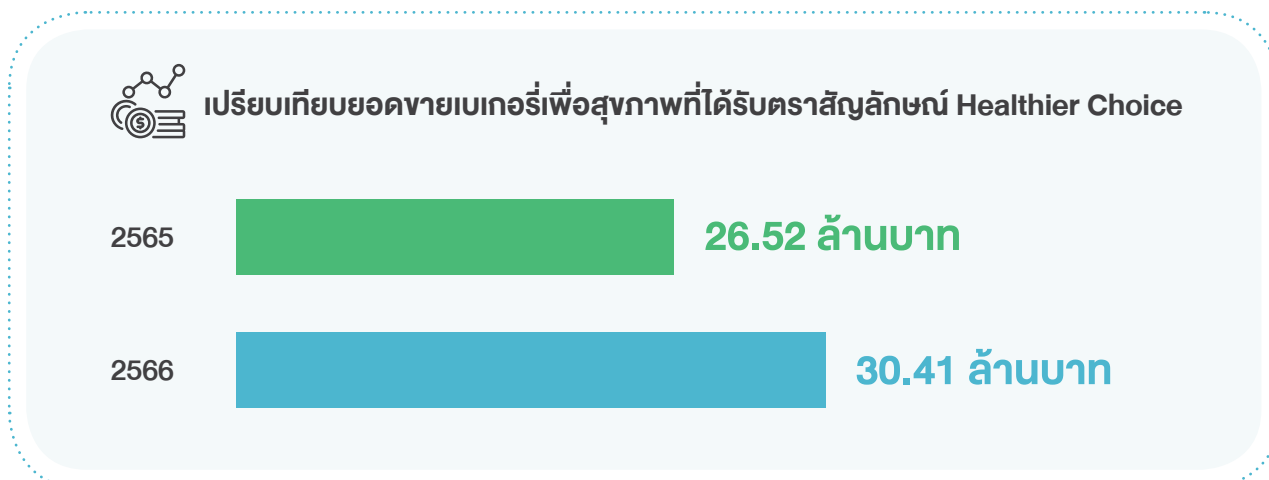
บรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ

สรุปผลการดำเนินงานปี 2566

ผลการดำเนินงานด้านโภชนาการและสุขภาพของลูกค้า

	2564	2565	2566
 เมนูสุขภาพที่มีการให้ข้อมูลรายละเอียดคุณค่าทางโภชนาการ	57 เมนู	135 เมนู	15 เมนู
 การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ดีต่อสุขภาพ มีคุณค่าทางโภชนาการและรักษ์โลก ทั้งภายในและภายนอกองค์กร	N/A	2 โครงการ	2 โครงการ
 กรณียोजनाสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด	0 กรณี	0 กรณี	0 กรณี
 การตรวจสอบย้อนกลับ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัย และวัตถุดิบไม่มีปัญหาด้าน ESG	N/A	N/A	อยู่ระหว่างดำเนินการ

ยอดขายเบเกอรี่เพื่อสุขภาพที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Healthier Choice



โครงการที่สำคัญปี 2566

โครงการวิจัยและพัฒนาเมนูเบเกอร์เพื่อสุขภาพ ปี 2566

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการมีสุขภาพดีอย่างยั่งยืน ด้วยการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ มีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน จึงคิดค้นเมนูเบเกอร์และเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ โดยที่มิวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ ที่แสวงหาอาหารที่มีคุณภาพดี มีคุณประโยชน์สำหรับรับประทานในเวลาว่างที่เร่งรีบ สะดวกในการซื้อมาบริโภค อีกทั้งบรรจุลงบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดการสร้างผลกระทบในระยะยาว

เบเกอร์เฮาส์ แอนด์ พี เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก และยังเป็นรายได้หลักของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ มีหน่วยงานวิจัยและพัฒนาที่มุ่งรังสรรค์เมนูเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์ที่เร่งรีบ แต่ในขณะเดียวกันก็แสวงหาอาหารที่มีประโยชน์ ได้รับคุณค่าตามโภชนาการเพื่อเติมพลังงานที่ดีให้ร่างกาย รวมถึงมีการดำเนินโครงการเมนูเบเกอร์เพื่อสุขภาพ ร่วมกันระหว่างบริษัทฯ และคู่ค้าพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ให้เติบโตไปพร้อมกันอย่างยั่งยืน ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลผลิตคุณภาพ ด้านคุณภาพชีวิต สังคม ชุมชน และด้านสิ่งแวดล้อม

ประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านสังคม



สื่อสารข้อมูลด้านโภชนาการแก่ผู้บริโภค ระบุโภชนาการที่โดดเด่นของแต่ละเมนู เพื่อให้ความรู้แก่ผู้บริโภคในการเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ และเป็นการสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค

ส่งเสริมการบริโภคอาหารที่มีคุณประโยชน์ครบถ้วน ในสัดส่วนที่เหมาะสม เพื่อการมีสุขภาพที่ดีอย่างยั่งยืน

สัดส่วนของเบเกอร์และเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Healthier Choice **15.91% ของเครื่องดื่มทั้งหมด และ 15% ของเบเกอร์กลุ่มขนมปังทั้งหมด**

ด้านสิ่งแวดล้อม



เลือกใช้วัตถุดิบคุณภาพดี อุดมด้วยคุณประโยชน์นานาชนิด จากกระบวนการผลิตของคู่ค้าที่ตรวจสอบได้ตามแนวทาง ESG

เลือกใช้บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุอาหาร เบเกอร์ และเครื่องดื่ม ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ด้านเศรษฐกิจ



ในปี 2566 เดือนมีนาคม บริษัทฯ ได้พัฒนาเบเกอร์ที่มีส่วนผสมจากวัตถุดิบธรรมชาติ ที่อุดมด้วยคุณประโยชน์ 5 รายการ ได้แก่ **คุกกี้สมรภัยพืชและข้าวโอ๊ต, คุกกี้สมรภัยพืชและคอร์นเฟลก, ช็อกโกแลต แอนด์ ออเรนจ์ไรด์ บานาน่าโลฟเค้ก, ฟรุ๊ต แอนด์ นัท บานาน่าโลฟเค้ก และซีเรียลบัน** ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค มียอดขายรวมกว่า **25,610,976 บาท**

ผลิตเบเกอร์เพื่อสุขภาพที่ได้รับการรับรองสัญลักษณ์โภชนาการทางเลือกเพื่อสุขภาพ (Healthier Choice) เพื่อเป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภค อย่างต่อเนื่อง จำนวน 3 รายการ ได้แก่ **ขนมปังโฮลวีท ขนมปังข้าวกล้องงอก ขนมปังธัญพืช (เมล็ดธัญพืช)** ยอดขายปี 2566 จำนวน **30,411,293 บาท** เป็นสัดส่วนที่ **เพิ่มขึ้น 14.68 %** เมื่อเทียบกับยอดขายปี 2565



สิ่งแวดล้อม



สังคม



บริษัทกับอาสาและเศรษฐกิจ

ทั้งนี้ กลุ่มผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพื่อสุขภาพ (Heathy Bakery) ได้แก่ เบเกอรี่ที่มีส่วนผสมจากวัตถุดิบธรรมชาติ และเบเกอรี่ที่ได้รับรองสัญลักษณ์โภชนาการทางเลือกเพื่อสุขภาพ (Healthier Choice) มียอดขายรวมทั้งสิ้น 56 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.2 ของยอดขายเบเกอรี่ทั้งหมด ซึ่งไม่รวมกลุ่มผลิตภัณฑ์เค้ก

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์การวิจัย และพัฒนาเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ



ผลิตภัณฑ์

คุกกี้ผสมธัญพืชและข้าวโอ๊ต, คุกกี้ผสมธัญพืชและคอร์นเฟลก

คุณประโยชน์: คุกกี้ธัญพืชเนื้อสัมผัสกรุบกรอบ มีส่วนผสมของเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ ธัญพืชต่างๆ เช่น เมล็ดแฟลกซ์สีทอง เมล็ดแฟลกซ์ เมล็ดเชีย เมล็ดแมงลัก น้ำมันเรปซิด

แฟลกซ์: เป็นธัญพืชเมล็ดเล็ก ช่วยบำรุงหัวใจ และการทำงานของระบบย่อยอาหาร และลดคอเลสเตอรอล

น้ำมันเรปซิด: ช่วยฟื้นฟูผิว บรรเทาอาการอักเสบ

วันที่ ออกจำหน่าย

เดือนมีนาคม
2566



ซีเรียลบัน

คุณประโยชน์: ขนมปังธัญพืชเนื้อโฮลวีท รสหวานจากผลไม้ อุดมด้วยวัตถุดิบคุณภาพดีจากธัญพืช 8 ชนิด ข้าวกล้องงอก โฮลวีท ข้าวโอ๊ต แครนเบอร์รี่ ลูกเกด เมล็ดฟักทอง งาดำและงาขาว

งา: เป็นแหล่งของโปรตีน สารต้านอนุมูลอิสระ วิตามินหลากหลาย มีใยอาหารสูง ช่วยรักษาอาการท้องผูก

เมล็ดฟักทอง: อุดมด้วยวิตามินและแร่ธาตุต่างๆ รวมทั้ง โปรตีน แคลเซียม ธาตุเหล็ก สังกะสี และใยอาหาร

เดือนมิถุนายน
2566



ขนมปังข้าวกล้องงอก (ปรับปรุงสูตรใหม่)

คุณประโยชน์: ส่วนผสมของข้าวกล้องงอก มีสารกาบา ลดการเกิดอาการของโรคอัลไซเมอร์ สารต้านอนุมูลอิสระกลุ่มฟีนอลิก อุดมด้วยใยอาหารช่วยให้อิ่มท้องได้นาน

เดือนตุลาคม
2565

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์การวิจัย และพัฒนาแบบบูรณาการเพื่อสุขภาพ



ผลิตภัณฑ์

ขนมปังโฮลวีก (ปรับปรุงสูตรใหม่)

คุณประโยชน์: ขนมปังเนื้อนุ่ม หอมกลิ่นโฮลวีก และน้ำผึ้งที่เข้ากันเป็นอย่างดี อุดมด้วยไฟเบอร์ สารอาหาร ปราศจากไขมันทรานส์ ส่วนผสมของโฮลวีก อุดมด้วยสารอาหาร เช่น โยอาอาหาร วิตามินบี วิตามินอี แคลเซียม ธาตุเหล็ก สารต้านอนุมูลอิสระ เป็นต้น ช่วยลดระดับน้ำตาลในเลือด ต้านโรคหัวใจและหลอดเลือด

น้ำผึ้ง: ช่วยลดการอักเสบในร่างกาย ลดความเครียด และช่วยให้นอนหลับได้ดีขึ้น

วันที่ ออกจำหน่าย

เดือนมีนาคม
2565



ขนมปังมัลติเกรนโลว์

คุณประโยชน์: ขนมปังที่อุดมด้วยส่วนผสมของธัญพืช 5 ชนิด ได้แก่ ข้าวโพด แพลกซ์ แพลกซ์สีทอง เมล็ดเชีย และเมล็ดโหระพา

แพลกซ์: เป็นธัญพืชเมล็ดเล็ก ช่วยบำรุงหัวใจ และการทำงานของระบบย่อยอาหาร และลดคอเลสเตอรอล

เมล็ดเชีย: มีแคลเซียมและโอเมก้า 3 ช่วยลดความเสี่ยงของการเกิดภาวะสุขภาพต่างๆ เช่น โรคอ้วน โรคหัวใจ โรคเบาหวาน

เดือนเมษายน
2564



โครงการ Knowledge Sharing ด้านโภชนาการ

เพื่อจัดทำสื่อให้ความรู้ในรูปแบบอินโฟกราฟิก สื่อสารข้อมูลความรู้ด้านโภชนาการและคุณประโยชน์สำคัญของอาหารเบเกอรี่ และเครื่องดื่ม สร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการมีสุขภาพที่ดีอย่างยั่งยืน ด้วยการเลือกบริโภคอาหารที่มีคุณประโยชน์ ในสัดส่วนที่เหมาะสม

สำหรับการจัดทำสื่อให้ความรู้นี้ นำข้อมูลมาจากคุณประโยชน์ในส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์จากการคิดค้นสูตรผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพื่อสุขภาพของทีมวิจัยและพัฒนาเบเกอรี่ของบริษัท ที่ผ่านการทดลองจนวางผลิตภัณฑ์จำหน่ายสู่สาธารณชน โดยช่องทางการสื่อสาร แบ่งออกเป็น



อีเมลภายในแก่พนักงานบริษัทฯ เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจ สามารถแนะนำเมนูแก่ลูกค้าได้



สื่อสังคมออนไลน์แก่ลูกค้า/ผู้บริโภค โดยสื่อสารข้อมูลโภชนาการเพื่อสร้างการรับรู้ และตระหนักถึงคุณประโยชน์ของการบริโภคอาหาร และคุณประโยชน์จากวัตถุดิบในผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการสื่อสารเรื่องบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยหลังการบริโภค สามารถนำบรรจุภัณฑ์นี้ไปส่งต่อรีไซเคิลเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้วย

ตัวอย่างสื่อความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ ในปี 2566



ช่องทางและรายละเอียดสื่อความรู้

“เบเกอรี่ S&P ดีต่อใจ ดีต่อสุขภาพ” รูปแบบสื่ออินโฟกราฟิก ที่ให้ความรู้เรื่องแนวทางบริโภคอาหารตามหลัก “โภชนบัญญัติ 9 ประการ” ช่วยให้มีภาวะโภชนาการที่ดีได้ ซึ่งการมีสุขภาพดีจากการเลือกบริโภคอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการเป็นแนวทางที่ช่วยลดความเสี่ยงจากการบริโภคอาหารที่ไม่เหมาะสมได้ โดยเป็นการลดความเสี่ยงจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรังในระยะยาว

โดยเผยแพร่ทางอีเมลพนักงาน และ Facebook S&P

วันที่เริ่มใช้งาน

18 สิงหาคม 2566



“การทานใจ ดีต่อกาย ดีต่อใจอย่างไร” รูปแบบสื่ออินโฟกราฟิก เนื้อหาแนะนำ 5 เทคนิคการเลือกบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ มีความหลากหลาย เพื่อให้ร่างกายได้รับโภชนาการครบถ้วน

โดยเผยแพร่ทางอีเมลพนักงาน และ Facebook S&P

17 ตุลาคม 2566