
ThaiBev

สารบัญ

สารจากกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ 5
สารจากคณะกรรมการ 7
เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้ 10
เกี่ยวกับไทยเบฟ 12
ความสำเร็จด้านความยั่งยืน 14
ตัวเลขชี้วัดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน 16
ความสำเร็จด้านความยั่งยืนที่สำคัญในปี 2563 18

แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของไทยเบฟ

ห่วงโซ่คุณค่าของไทยเบฟ 22
แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของไทยเบฟ 25
ไทยเบฟกับโรคโควิด-19 34
การบริหารความเสี่ยง 42
ความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
และการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางด้านไซเบอร์ 46

ใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อม

การจัดการดูแลผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม 52
การจัดการด้านสภาพภูมิอากาศ 54
การจัดการด้านพลังงาน 60
การพิทักษ์และฟื้นฟูแหล่งน้ำ 66
การบริหารจัดการของเสีย บรรจุภัณฑ์ และเศรษฐกิจหมุนเวียน 74

แบ่งปันคุณค่าให้คนทั่วโลก

การดูแลและแบ่งปัน การสร้างคุณค่าให้แก่สังคม 84
การพัฒนาด้านการศึกษา 90
การพัฒนาด้านสาธารณสุข 96
การพัฒนาด้านกีฬา 112
การอนุรักษ์ศิลปะและวัฒนธรรมของชาติ 122
การพัฒนาชุมชน 144
โครงการประชารัฐรักสามัคคี 158
ศูนย์ ซี อาเซียน (C asean) 164

ใส่ใจดูแลบุคลากร ลูกค้าและผู้บริโภค

โอกาสไร้ขีดจำกัด 172
ความปลอดภัย อาชีวอนามัย สภาพแวดล้อมในการทำงาน
และความผาสุกของพนักงาน 180
สิทธิมนุษยชน 186
การส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค 192
การบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า 196
การจัดหาอย่างยั่งยืน 204
การกำกับดูแลองค์กร และจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ 212

ภาคผนวก

สรุปประสิทธิภาพการดำเนินงาน 220
การรับรองจากหน่วยงานภายนอก 230
คำอธิบายศัพท์ 232
ข้อมูลตามตัวชี้วัดมาตรฐาน GRI 233



GRI 102-14

สารจากกรรมการผู้อำนวยการใหญ่

บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ("ไทยเบฟ") มุ่งมั่นที่จะก้าวขึ้นเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มครบวงจรในภูมิภาคอาเซียนอย่างมั่นคงและยั่งยืน และพร้อมรับมือกับวิกฤตการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ที่เกิดขึ้นทั่วโลกด้วยการดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิด "ก้าว-แกร่ง-กว่าเดิม" (Stronger Than Ever) ซึ่งตลอดปีที่ผ่านมา ไทยเบฟสามารถสร้างแรงผลักดันเพื่อก้าวข้ามความท้าทายที่เกิดขึ้นอย่างไม่คาดคิดมาก่อนและเดินหน้าไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนได้อย่างต่อเนื่อง

วิสัยทัศน์ 2020 ด้วยห้ากลยุทธ์หลักที่เน้นการเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ ความหลากหลายของตลาดและผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าที่โดนใจ การขายและกระจายสินค้า และความเป็นมืออาชีพ เป็นกลไกสำคัญที่นำพาไทยเบฟไปสู่การเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มครบวงจรในภูมิภาคอาเซียนอย่างมั่นคงและยั่งยืน ผมมีความภาคภูมิใจที่จะกล่าวว่าไทยเบฟเติบโตจากบริษัทไทยเป็นบริษัทเครื่องดื่มชั้นนำในภูมิภาค โดยมีรายได้จากช่องทางและผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย รวมถึงการต่อยอดธุรกิจที่ขับเคลื่อนธุรกิจในกลุ่มไทยเบฟอย่างเข้มแข็ง

ไทยเบฟกำลังก้าวไปสู่การพัฒนาครั้งต่อไปขององค์กรด้วยวิสัยทัศน์ PASSION 2025 ซึ่งจะขับเคลื่อนองค์กรในช่วงครึ่งแรกของทศวรรษหน้า ภายใต้วิสัยทัศน์ PASSION 2025 ไทยเบฟมุ่งมั่นที่จะสรรสร้างความสามารถ เสริมแกร่งความเป็นหนึ่ง สุดพลังศักยภาพไทยเบฟ และพัฒนาความยั่งยืนอย่างต่อเนื่องเพื่อบรรลุเป้าหมายในการ "สร้างสรรค์และแบ่งปันคุณค่าจากการเติบโต" ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า

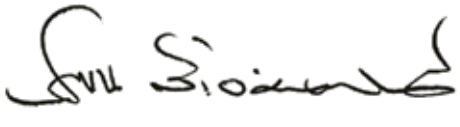
ไทยเบฟได้รับแรงบันดาลใจจากหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Philosophy – SEP) ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร และได้น้อมนำพระปฐมบรมราชโองการของพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว ที่จะสืบสาน รักษา และต่อยอด เพื่อประโยชน์สุขของประชาชน มาเป็นแนวทางการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและเศรษฐกิจ ตามกรอบการพัฒนาที่ยั่งยืน 17 ประการขององค์การสหประชาชาติ ปี 2573

วิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เป็นแรงผลักดันให้ไทยเบฟสร้างศักยภาพใหม่ โดยจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการพิเศษในสถานการณ์โควิด-19 (ThaiBev Situation Room, TSR) เพื่อดูแลความเป็นอยู่ของพนักงาน ความต่อเนื่องทางธุรกิจ และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ครั้งนี้ย้ำให้เห็นถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจโดยนำระบบและเทคโนโลยีทางด้านดิจิทัลเข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารเชื่อมต่อกับพนักงาน ลูกค้า และคู่ค้า โดยไทยเบฟมุ่งหวังที่จะพัฒนาศักยภาพนี้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ วิกฤตครั้งนี้ทำให้ไทยเบฟสำรวจประเด็นด้านทรัพยากรและความสำคัญของความคล่องตัวทางธุรกิจ ไทยเบฟจัดตั้งศูนย์ตรวจวิเคราะห์ทางการแพทย์วิภาวดี เพื่อตรวจโรคโควิด-19 สำหรับพนักงานและประชาชน ความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว จะทำให้ไทยเบฟรักษาความสำเร็จทางธุรกิจและบรรลุพันธกิจขององค์กร

ไทยเบฟยังคงมุ่งเน้นนโยบายความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ยังคงเป็นประเด็นสำคัญและเป็นปัญหาที่ทั่วโลกกำลังเผชิญอยู่ ไทยเบฟลงทุนในพลังงานทดแทนและสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพชีวิตและรายได้ของคนในชุมชน ทำให้ไทยเบฟบรรลุเป้าหมายที่มีส่วนร่วมในการสนับสนุนด้านการศึกษา สาธารณสุข กีฬา ศิลปวัฒนธรรม และการพัฒนาชุมชน ขณะเดียวกัน ไทยเบฟร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นผู้นำด้านความยั่งยืนในดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (DJSI) ทำการผลิตและส่งมอบผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดจากแอลกอฮอล์ให้กับโรงพยาบาลและชุมชนต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย ความร่วมมือจะมีมากขึ้นตามพันธกรณีในฐานะสมาชิกของ สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็ก (UN Global Compact)

นอกจากนี้ ไทยเบฟยังคำนึงถึงการสร้างความร่วมมือกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนประการที่ 17 ขององค์การสหประชาชาติ (SDG 17) "ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน" เพื่อขยายความช่วยเหลือชุมชนในวงกว้าง ไทยเบฟได้ร่วมก่อตั้งเครือข่ายธุรกิจห่วงโซ่อุปทานแห่งประเทศไทย (Thailand Supply Chain Network: TSCN) เพื่อร่วมกันช่วยเหลือให้กับพันธมิตรทางธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในปี 2563 ไทยเบฟริเริ่มการจัดงาน Thailand Sustainability Expo (TSX) 2020 ซึ่งสร้างพลังความร่วมมือของบริษัทชั้นนำในประเทศไทย ในการสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาความยั่งยืนระดับประเทศและระดับโลก

ขอขอบคุณพนักงานทุกท่านที่ทุ่มเทตลอดทั้งปี ความกระตือรือร้น ความอุตสาหะและความเพียรพยายาม ร่วมกันของพนักงานทุกท่าน คู่ค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทำให้ไทยเบฟเติบโตและก้าวแกร่งกว่าเดิม (Stronger Than Ever)



ฐาปน สิริวัฒนภักดี
กรรมการผู้อำนวยการใหญ่

สารจากคณะกรรมการ

ขณะที่ไทยเบฟมุ่งดำเนินธุรกิจท่ามกลางความผันแปรและความท้าทายครั้งใหญ่ที่เกิดขึ้นทั่วโลก คณะกรรมการบริษัทไทยเบฟ (“คณะกรรมการฯ”) มุ่งมั่นที่จะสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีวิสัยทัศน์ PASSION 2025 ซึ่งเป็นเป้าหมายใหม่ในแผนการดำเนินธุรกิจของไทยเบฟ เป็นแรงขับเคลื่อนนำพาองค์กรสู่การสรรสร้างความสามารถ เสริมแกร่งความเป็นหนึ่ง สุดพลังศักยภาพไทยเบฟ เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ที่จะนำมาซึ่งประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงชุมชนรอบพื้นที่ปฏิบัติงานและประเทศต่าง ๆ ที่ไทยเบฟดำเนินธุรกิจอยู่

คณะกรรมการฯ พิจารณาปัจจัยด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ได้แก่ การส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพและคุณค่าทางโภชนาการ และการปรับปรุงให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในห่วงโซ่อุปทาน โดยนำมาใช้เป็นเกณฑ์สำคัญในการกำหนดแผนกลยุทธ์โดยรวมของกลุ่มไทยเบฟ คณะกรรมการฯ ได้รับแรงบันดาลใจจากหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Philosophy – SEP) ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร และน้อมนำพระปฐมบรมราชโองการของพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว ที่จะสืบสาน รักษา และต่อยอด เพื่อประโยชน์สุขของประชาชน มาใช้เป็นแนวทางปฏิบัติเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

ท่ามกลางการระบาดของโรคโควิด-19 ทั่วโลก คณะกรรมการฯ ให้การสนับสนุนคณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยงอย่างเต็มที่ในการกำหนดแนวคิดริเริ่มและความพยายามในการพัฒนาอย่างยั่งยืน สิ่งสำคัญคือการดำเนินธุรกิจอย่างมีความคล่องตัวและสามารถปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว เพื่อให้ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ไทยเบฟยังให้ความสำคัญกับสุขภาพและสวัสดิการของพนักงาน คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในฐานะบริษัทเครื่องดื่มครบวงจรชั้นนำในภูมิภาค คณะกรรมการฯ ตระหนักดีถึงบทบาทการเป็นผู้นำในการสร้างผลกระทบเชิงบวกเพื่อช่วยบรรเทาผลกระทบจากภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย

คณะกรรมการฯ ได้กำกับดูแลและกำหนดแนวทางให้คณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยง ซึ่งคณะกรรมการฯ ได้รับการรายงานความคืบหน้าและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนจากคณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยงและคณะผู้บริหาร ขณะเดียวกันคณะกรรมการฯ ได้ประเมินการปฏิบัติงานของคณะผู้บริหารด้วยความโปร่งใส โดยพิจารณาจากผลการดำเนินโครงการต่าง ๆ ด้านความยั่งยืนที่สำเร็จด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจ และตามเป้าหมายที่ได้ระบุไว้ในรายงานฉบับนี้

คณะกรรมการฯ มุ่งมั่นในการบริหารธุรกิจอย่างโปร่งใส มีการสื่อสารเกี่ยวกับธุรกิจของกลุ่มไทยเบฟต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรอย่างเปิดเผยและชัดเจน การเปิดเผยข้อมูลในรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนและในรายงานประจำปีของไทยเบฟมีความสอดคล้องกับความมุ่งมั่นดังกล่าว รายงานฉบับนี้ยังได้กล่าวถึงความพยายามอย่างต่อเนื่องของกลุ่มไทยเบฟ ในการดำเนินการตามหลักธรรมาภิบาลและเสริมสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้มีความแข็งแกร่ง เพื่อผลักดันให้เกิดประโยชน์ ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

คณะกรรมการฯ มีความมุ่งหวังเป็นอย่างยิ่งที่จะแจ้งความคืบหน้าให้ท่านรับทราบต่อไป

คณะกรรมการ
บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)



STABLE & SUSTAINABLE ASEAN LEADER

ThaiBev

ไทยเบฟมุ่งมั่นก้าวไปยังเป้าหมายสู่การเป็นผู้นำบริษัทเครื่องดื่มครบวงจร ในภูมิภาคอาเซียนอย่างเต็มภาคภูมิ ด้วยการดำเนินธุรกิจอย่างมั่นคงและยั่งยืน

ไทยเบฟให้ความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจด้วยการสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อสิ่งที่ดีกว่าสำหรับผู้บริโภคในทุกช่วงเวลาของชีวิต ควบคู่ไปกับการสร้างประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง ด้วยความเชื่อมั่นว่า “การสร้างสรรค์และแบ่งปันคุณค่าจากการเติบโต” คือรากฐานที่จะนำไปสู่การเป็นผู้นำทั้งในประเทศ และภูมิภาคอาเซียนอย่างมั่นคงและยั่งยืน

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

GRI 102-1
GRI 102-12
GRI 102-50
GRI 102-52
GRI 102-53
GRI 102-54
GRI 102-56

บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ยังคงเดินหน้าพัฒนาความยั่งยืนเพื่อเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มครบวงจรในภูมิภาคอาเซียนอย่างมั่นคงและยั่งยืน ขับเคลื่อนองค์กรสู่วิสัยทัศน์ PASSION 2025

ในปี 2563 ไทยเบฟจัดทำรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนฉบับนี้เป็นฉบับที่ 7 โดยได้จัดทำเป็นประจำทุกปีนับตั้งแต่ปี 2555 รายงานทุกฉบับจัดทำขึ้นตามหลักเกณฑ์ในแบบหลัก (Core) ของกรอบการรายงานความยั่งยืนสากล Global Reporting Initiative (GRI) ขณะเดียวกันได้ประยุกต์ใช้แนวทางการรายงานของ Integrated Reporting (IR) ซึ่งเป็นรายงานความยั่งยืนแบบบูรณาการที่แสดงถึงผลการดำเนินงานและการสร้างคุณค่าแก่ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ แบบองค์รวม

ทั้งนี้ ไทยเบฟมีเจตนารมณ์และวัตถุประสงค์ในการจัดทำรายงานเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารสาระสำคัญด้านความยั่งยืนทางธุรกิจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมทั้งนำเสนอกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินธุรกิจด้วยหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร โดยไทยเบฟและบริษัทในกลุ่มไทยเบฟ (“กลุ่มไทยเบฟ”) ได้น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร มาปฏิบัติใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดหัวข้อและเนื้อหาบนพื้นฐานการดำเนินธุรกิจที่ครอบคลุมสาระสำคัญ 4 ด้าน คือ สิ่งแวดล้อม สังคม ศิลปวัฒนธรรม และเศรษฐกิจ สร้างความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (UN SDGs)



รายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอผู้มีส่วนได้ส่วนเสียถึงการดำเนินธุรกิจของกลุ่มไทยเบฟที่เป็นไปตามแนวทางการพัฒนาความยั่งยืน รวมถึงได้รับการตรวจสอบผลการดำเนินงานด้านการเงินปี 2563 ผ่านการสอบบัญชีจากผู้สอบบัญชี (บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชยสอบบัญชี จำกัด หรือ KPMG) โดยรายงานของผู้สอบบัญชีได้แสดงไว้ในรายงานประจำปี 2563 ของไทยเบฟ ส่วนการตรวจสอบผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการอบรมพนักงาน ด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของไทยเบฟ ได้รับการตรวจสอบความถูกต้องและให้ความเชื่อมั่นจากบริษัท Lloyd's Register International (Thailand) Limited ซึ่งเอกสารการรับรองความน่าเชื่อถือของข้อมูลแสดงอยู่ในหัวข้อการรับรองจากหน่วยงานภายนอกในรายงานฉบับนี้

ขอบเขตการรายงาน

ข้อมูลในรายงานฉบับนี้เป็นข้อมูลในปีงบประมาณ 2563 โดยขอบเขตการรายงานครอบคลุม กลุ่มบริษัทไทยเบฟในประเทศไทยและต่างประเทศ เพื่อสะท้อนการเติบโตทางธุรกิจของไทยเบฟ และนำเสนอแผนการขับเคลื่อนเป้าหมายการดำเนินธุรกิจไปสู่วิสัยทัศน์ PASSION 2025 รวมไปถึงรายงานประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมครอบคลุมระยะเวลา 12 เดือนจากเดือนตุลาคม 2562 ถึงเดือนกันยายน 2563 โดยทำการรวบรวมข้อมูลจากโรงงานผลิต 40 แห่ง ได้แก่ โรงงานสุรา 25 แห่ง (19 แห่งในประเทศไทย 5 แห่งในสหราชอาณาจักร และ 1 แห่งในประเทศเมียนมา) โรงงานเบียร์ 3 แห่งในประเทศไทย โรงงานผลิตเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ 11 แห่งในประเทศไทย โรงงานผลิตอาหาร 1 แห่งในประเทศไทย และข้อมูลจากศูนย์กระจายสินค้า 11 แห่งในประเทศไทย

ไทยเบฟจัดทำรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนฉบับนี้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมถึงเผยแพร่ในเว็บไซต์ของไทยเบฟ www.sustainability.thaibev.com หากท่านมีข้อเสนอแนะหรือข้อสงสัยประการใด สามารถติดต่อได้ทาง sustainability@thaibev.com หรือแสดงความเห็นเพิ่มเติม โดยใช้แบบฟอร์มที่แนบท้ายรายงานฉบับนี้ ไทยเบฟมีความยินดีเป็นอย่างยิ่งที่จะพิจารณาข้อเสนอแนะดังกล่าวและนำไปปรับปรุงคุณภาพของรายงานต่อไป

เกี่ยวกับไทยเบฟ

GRI 102-1
GRI 102-2
GRI 102-3
GRI 102-4
GRI 102-6

ไทยเบฟมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และเป็นผู้ผลิตเครื่องดื่มรายใหญ่ในอาเซียน ประกอบด้วย 4 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ สุรา เบียร์ เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และอาหาร ในปี 2563 ไทยเบฟได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกในดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices หรือ DJSI) ในกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 เป็นสมาชิกกลุ่มดัชนีโลก (DJSI World) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 และเป็นผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่มระดับโลกเป็นปีที่ 3 โดยไทยเบฟเป็นบริษัทแรกในเอเชียที่ได้รับการจัดอันดับให้เป็นผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่มอย่างต่อเนื่อง สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรอย่างต่อเนื่อง



ThaiBev

FN FRASER AND NEAVE, LIMITED · OISHI GROUP · SERMSUK · International Beverage · SABECO · GRAND ROYAL GROUP

วิสัยทัศน์องค์กร

ปี 2563 ที่ผ่านมาเป็นปีสุดท้ายของแผนธุรกิจ 6 ปี (2558 - 2563) ของไทยเบฟที่วางไว้ในแผนขับเคลื่อนธุรกิจตามวิสัยทัศน์ Vision 2020 โดยไทยเบฟเติบโตอย่างต่อเนื่อง ก้าวขึ้นเป็นผู้นำธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในอาเซียนได้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ นับจากวันนี้กลุ่มไทยเบฟพร้อมที่จะต่อยอดความสำเร็จไปสู่ก้าวที่แข็งแกร่ง มั่นคง และยั่งยืนกว่าเดิมด้วยวิสัยทัศน์ PASSION 2025

P	=	Perseverance	เพียรพยายาม
A	=	Admirable	เป็นที่ชื่นชม
S	=	Speed	รวดเร็ว
S	=	Sustainability	ยั่งยืน
I	=	Innovation	สร้างสรรค์
O	=	#One	เป็นที่หนึ่ง
N	=	Networked	เพื่อนพันธมิตร

วิสัยทัศน์ PASSION 2025 สะท้อนถึงความมุ่งมั่นและทุ่มเทที่จะนำพากลุ่มไทยเบฟข้ามผ่านวิกฤตด้วยก้าวที่แข็งแกร่งกว่าเดิม เพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ PASSION 2025 ไทยเบฟมีแผนปฏิรูปการดำเนินงานภายใต้ 3 แนวทางหลักคือ

1. **BUILD** (สรรสร้างความสามารถ) คือ สร้างขีดความสามารถและโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ด้วยการต่อยอดจากพื้นฐานธุรกิจที่มีอยู่
2. **STRENGTHEN** (เสริมแกร่งความเป็นหนึ่ง) คือ เสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจหลัก เพื่อรักษาและก้าวไปสู่ความเป็นผู้นำธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มครบวงจรในภูมิภาคอาเซียน
3. **UNLOCK** (สุดพลังศักยภาพไทยเบฟ) คือ นำทรัพยากรต่าง ๆ รวมถึงทรัพยากรบุคคล ของไทยเบฟที่มีอยู่มาพัฒนาศักยภาพ และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

พันธกิจ

พันธกิจของไทยเบฟคือ "การสร้างสรรค์และแบ่งปันคุณค่าจากการเติบโต" โดยการประสานสัมพันธภาพกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียส่งมอบคุณค่าที่สำคัญ 6 ประการ

- มอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพให้ผู้บริโภค
- ตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยให้บริการอย่างมืออาชีพ
- มอบผลตอบแทนจากการลงทุนให้แก่ผู้ถือหุ้น ด้วยการเติบโตของรายได้และผลกำไรที่มั่นคงและต่อเนื่อง
- เป็นแบบอย่างในด้านความเป็นมืออาชีพ ความโปร่งใส และการดำเนินธุรกิจด้วยหลักธรรมาภิบาล
- มอบความไว้วางใจ อำนาจในการตัดสินใจ และรางวัลแก่พนักงาน เพื่อสร้างความร่วมรับผิดชอบ
- สร้างประโยชน์ให้แก่สังคม

กลยุทธ์

- **การเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ**
  ไทยเบฟวางเป้าหมายที่จะก้าวขึ้นเป็นผู้นำในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มขนาดใหญ่ในอาเซียน

- **ความหลากหลายของตลาดและผลิตภัณฑ์**
  ไทยเบฟวางแผนที่จะกระจายรายได้เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเพิ่มสัดส่วนรายได้จากการขายเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และรายได้จากการขายสินค้าในต่างประเทศ

- **ตราสินค้าที่โดนใจ**
  ธุรกิจของไทยเบฟแบ่งเป็น 4 กลุ่มธุรกิจหลัก คือ สุรา เบียร์ เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และอาหาร โดยแต่ละกลุ่มธุรกิจมีการกำหนดผลิตภัณฑ์หลัก รวมถึงตลาดหลักและตลาดรองที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง

- **การขายและกระจายสินค้าที่แข็งแกร่ง**
  ไทยเบฟมุ่งมั่นในการพัฒนาเครือข่ายการกระจายสินค้าให้มีความแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น ผ่านการจัดการห่วงโซ่อุปทานและสร้างพันธมิตรเครือข่าย

- **ความเป็นมืออาชีพ**
  ไทยเบฟมุ่งมั่นในการสร้างทีมงานที่มีความหลากหลายและมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างประโยชน์จากการทำงานร่วมกันระหว่างกลุ่มธุรกิจ และเสริมสร้างศักยภาพของไทยเบฟในระยะยาว

สินค้าและบริการ

ไทยเบฟจัดจำหน่ายสินค้าครอบคลุมกว่า 90 ประเทศทั่วโลก ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มของไทยเบฟผลิตจากโรงงานสุรา 29 แห่ง (19 แห่งในประเทศไทย 5 แห่งในสหราชอาณาจักร 2 แห่งในประเทศเวียดนาม 2 แห่งในประเทศเมียนมา และ 1 แห่งในประเทศจีน) โรงงานเบียร์ 30 แห่ง (3 แห่งในประเทศไทย 26 แห่งในประเทศเวียดนาม และ 1 แห่งในประเทศเมียนมา) โรงงานผลิตเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ 31 แห่ง (21 แห่งในประเทศไทย 8 แห่งในประเทศมาเลเซีย 1 แห่งในประเทศสิงคโปร์ และ 1 แห่งในประเทศเวียดนาม) และโรงงานผลิตอาหาร 1 แห่งในประเทศไทย

ทั้งนี้ ณ วันที่ 30 กันยายน 2563 บริษัทในกลุ่มไทยเบฟ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 219 บริษัท* ดังนี้

- บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) 1 บริษัท
- บริษัทในประเทศไทย 107 บริษัท แบ่งเป็นบริษัทย่อย 106 บริษัท และบริษัทซึ่งเป็นบริษัทร่วมของบริษัทย่อย 1 บริษัท คือ บริษัท เพ็ทฟอร์ม (ไทยแลนด์) จำกัด
- บริษัทในต่างประเทศ 111 บริษัท (แบ่งเป็นบริษัทย่อย 87 บริษัท และบริษัทซึ่งเป็นบริษัทร่วมของบริษัทย่อยทางอ้อม 19 บริษัท และบริษัทร่วมค้าของบริษัทย่อยทางอ้อมในกลุ่ม SABECO 5 บริษัท)

ไทยเบฟมีผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์กลุ่มสุรา ได้แก่ รวงข้าว หงษ์ทอง แสงโสม เบลนด์ 285 แม่โขง Grand Royal, Balblair, Old Pulteney
- ผลิตภัณฑ์กลุ่มเบียร์ คือ เบียร์ช้าง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในกลุ่มนักดื่มเบียร์ทั้งชาวไทยและต่างประเทศ และผลิตภัณฑ์กลุ่มเบียร์ประเทศเวียดนาม เบียร์ไข่ง่อน และ 333
- ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ ชาเขียวโออิชิ เครื่องดื่มอัดลมเอส เครื่องดื่มอัดลมเพื่อสุขภาพ 100 พลัส น้ำดื่มคริสตัล โซดาร็อคเมาเท็น และน้ำแร่ช้าง
- ผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหาร ประกอบไปด้วยร้านอาหารที่อยู่ในกลุ่ม OISHI, Hyde & Seek, Man Fu Yuan, mx cakes & bakery, Chilli Thai, SO asean Café & Restaurant, Eat Pot, Food Street, POT Ministry, Café Chilli, เสือใต้ และร้าน KFC ในประเทศไทยจำนวนทั้งหมด 305 สาขา ภายใต้การบริหารงานโดยบริษัท เดอะ คิวเอสอาร์ ออฟ เอเชีย จำกัด

*รายละเอียดปรากฏในรายงานประจำปี 2563 ของไทยเบฟ

ความสำเร็จด้านความยั่งยืน

นอกเหนือจากการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตก้าวขึ้นไปสู่การเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มครบวงจรในภูมิภาคอาเซียนอย่างต่อเนื่อง ไทยเบฟยังมุ่งมั่นเดินหน้าไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้วิสัยทัศน์ 2020 ที่มุ่งเน้นนโยบายสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป ส่งผลให้ตลอด 6 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 2558 - 2563 ไทยเบฟได้รับรางวัลแห่งความสำเร็จมากมาย รวมถึงได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกในดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices หรือ DJSI) ในกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 และกลุ่มดัชนีโลก (DJSI World) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 และเป็นบริษัทแรกในเอเชียที่ได้รับการจัดอันดับด้วยคะแนนประเมินด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนสูงสุดและได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่มระดับโลกต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรอย่างต่อเนื่อง

ThaiBev

Member of
Dow Jones Sustainability Indices
Powered by the S&P Global CSA

สมาชิกดัชนี **กลุ่มตลาดเกิดใหม่** **5** ปี ติดต่อกัน

สมาชิก **กลุ่มดัชนีโลก** **4** ปี ติดต่อกัน

ผู้นำในอุตสาหกรรม **เครื่องดื่มของโลก** **3** ปี ติดต่อกัน

ROBECOSAM Sustainability Award Bronze Class 2017

ROBECOSAM Sustainability Award Silver Class 2018

ROBECOSAM Sustainability Award Industry Mover 2017

ROBECOSAM Sustainability Award Industry Mover 2018

SAM Sustainability Award Gold Class 2019

SAM Sustainability Award Gold Class 2020

รางวัลการพัฒนาความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (ระหว่างปี 2558 – 2563)

- กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม: รางวัลการบริหารจัดการความร่วมมือของกลุ่มบริษัท จากงานสัมมนาวิชาการและเผยแพร่ผลงานสถาบันน้ำและสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน
- กรมทรัพยากรน้ำบาดาล: รางวัลโครงการสร้างต้นแบบและขยายเครือข่ายการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำบาดาลอย่างมีประสิทธิภาพ ในภาคอุตสาหกรรมด้วยเครื่องมือทางสังคม
- กระทรวงอุตสาหกรรม: รางวัลการอนุรักษ์และฟื้นฟูแม่น้ำดีเด่น "โรงงานต้นแบบน้ำ"
- กระทรวงพลังงาน: Thailand Energy Award
- กระทรวงพลังงาน โดยกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน: รางวัลโครงการพัฒนาต่อยอดการดำเนินการจัดการพลังงาน ตามกฎหมายประเทศไทยไปสู่ระบบการจัดการพลังงานในระดับสากล ISO 50001
- สมาคมการบรรจุภัณฑ์ไทย: รางวัลบรรจุภัณฑ์ยอดเยี่ยม THAI PACK AWARDS สำหรับบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่ม โออิชิ ซากุระ สตรอเบอร์รี่

รางวัลการพัฒนาความยั่งยืนด้านสังคม (ระหว่างปี 2558 – 2563)

- กระทรวงแรงงาน: รางวัลประกาศเกียรติคุณผู้ทำคุณประโยชน์ด้านแรงงาน
- สถาบันส่งเสริมความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (องค์การมหาชน): รางวัล Zero Accident Campaign
- Employer Branding Institute and World HRD Congress: Best Employer Brand, Dream Employer of the Year และ Award for Talent Management
- HR Asia Awards: HR Asia Best Companies to Work for in Asia 2019 (Thailand Edition)
- InfluentialBrand®: Asia's Top Employer Brand Award
- Enterprise Asia: International Innovation Awards in Organization & Culture
- Southeast Asia Institutional Investor Corporate Awards: Best Strategic Corporate Social Responsibility

รางวัลการพัฒนาความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ (ระหว่างปี 2558 – 2563)

- Thailand Top Company Awards: Top Outstanding Award
- สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (TMA): Thailand Corporate Excellence Award
- Southeast Asia Institutional Investor Corporate Awards: Most Organized Investor Relations Award, Most Consistent Dividend Policy Award, Most Transparent Company Award
- Alpha Southeast Asia: Strongest Adherence to Corporate Governance Award

ตัวเลขชี้วัดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

GRI 201-1

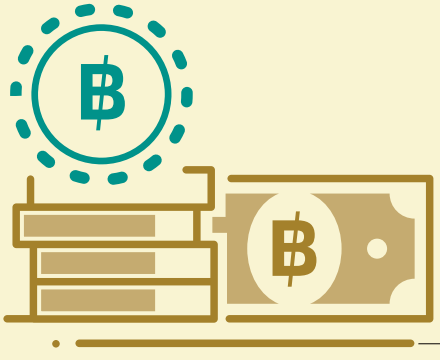
(รายละเอียดปรากฏในรายงานประจำปี 2563 ของไทยเบฟ)

ปี 2563

รายได้รวม (ประจำปี)

259,392 ล้านบาท

ตุลาคม 2562 – กันยายน 2563
ระยะเวลา 12 เดือน



74%
สัดส่วนรายได้
จากประเทศไทย

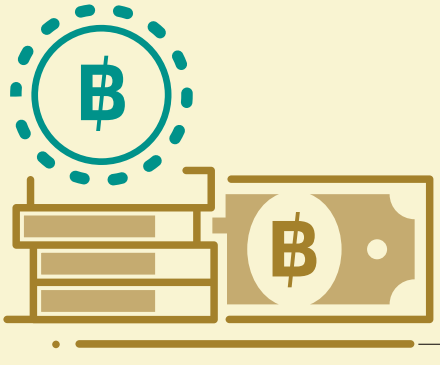
26%
สัดส่วนรายได้
จากต่างประเทศ

ปี 2562

รายได้รวม (ประจำปี)

274,110 ล้านบาท

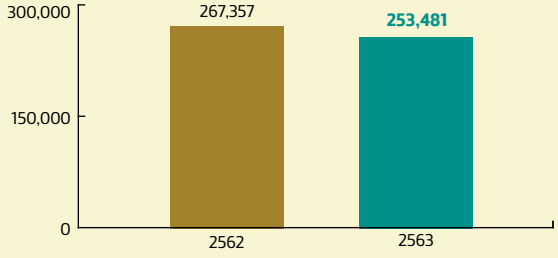
ตุลาคม 2561 – กันยายน 2562
ระยะเวลา 12 เดือน



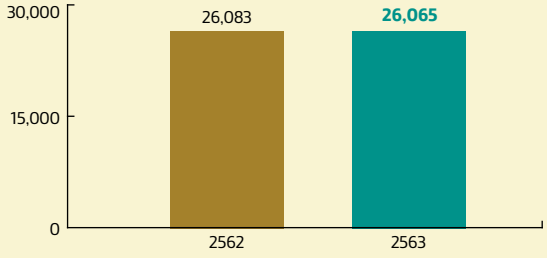
71%
สัดส่วนรายได้
จากประเทศไทย

29%
สัดส่วนรายได้
จากต่างประเทศ

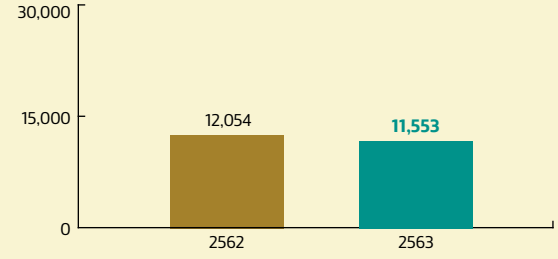
ยอดขาย (ล้านบาท)



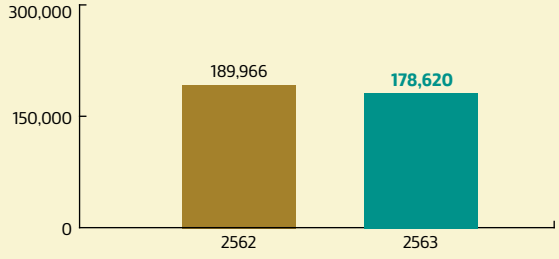
กำไร (ล้านบาท)



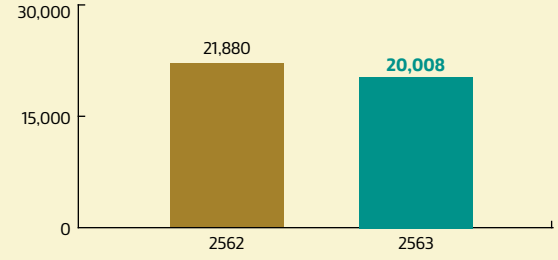
เงินปันผลประจำปี (ล้านบาท)



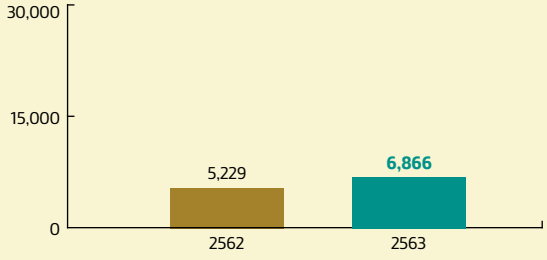
ต้นทุนขาย (ล้านบาท)



ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงาน (ล้านบาท)



ภาษีเงินได้นิติบุคคล (ล้านบาท)



อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

ปี 2562 **1.71** เท่า

ปี 2563 **1.42** เท่า

อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

ปี 2562 **17.06%**

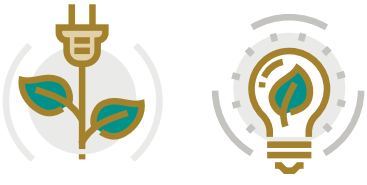
ปี 2563 **15.81%**

หมายเหตุ

1. การสร้างและปันส่วนมูลค่าทางเศรษฐกิจประกอบด้วยรายได้ (อ้างอิง GRI 201-1: Revenue) ต้นทุนขาย (อ้างอิง GRI 201-1: Operating Costs) ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์ของพนักงาน (อ้างอิง GRI 201-1: Employee Wages and Benefits) ภาษีเงินได้นิติบุคคล (อ้างอิง GRI 201-1: Payments to Government) และเงินปันผลประจำปี (อ้างอิง GRI 201-1: Payments to Providers of Capital)
2. ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์ของพนักงานซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนขาย คือ จำนวน 5,511 ล้านบาท ในช่วงเดือนตุลาคม 2562 - เดือนกันยายน 2563 และจำนวน 5,978 ล้านบาท ในช่วงเดือนตุลาคม 2561 - เดือนกันยายน 2562 ภาษีสรรพสามิตจ่ายให้รัฐบาลเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนขายด้วย
3. รายได้จำแนกตามเขตภูมิศาสตร์ของกลุ่มบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ตามงบการเงินของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย สำหรับปีนี้สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2563
4. เงินปันผลประจำปีสำหรับผู้ถือหุ้นของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

ความสำเร็จด้านความยั่งยืน ที่สำคัญในปี 2563

สิ่งแวดล้อม



อัตราส่วนการใช้พลังงาน
ต่อหน่วยผลิตภัณฑ์

ลดลง 7.3%

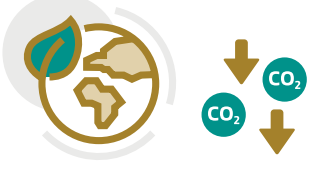
เปรียบเทียบกับปีฐาน 2557



อัตราส่วนการใช้น้ำ
ต่อหน่วยผลิตภัณฑ์

ลดลง 11.3%

เปรียบเทียบกับปีฐาน 2557



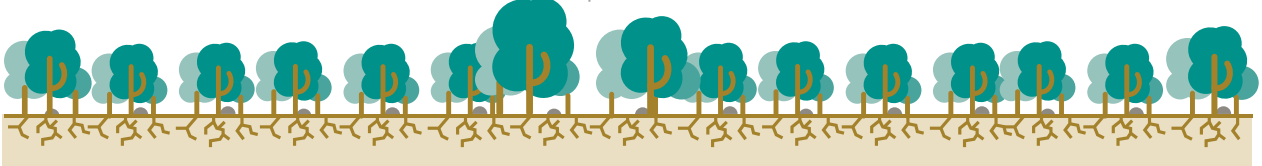
อัตราส่วนการปล่อยก๊าซ
เรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์

ลดลง 12.9%

เปรียบเทียบกับปีฐาน 2557



อัตราส่วน*
ของบรรจุภัณฑ์หลัก**
มาจากการใช้ซ้ำ การนำกลับ
มาใช้ใหม่ และการเก็บกลับคืน **82%**





*คำนวณจากยอดขายโดยเทียบจากน้ำหนักบรรจุภัณฑ์

**บรรจุภัณฑ์หลัก ได้แก่ ขวดแก้วที่ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสุรา เบียร์ น้ำดื่ม และเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ที่สามารถนำกลับมาคืนเพื่อใช้ซ้ำหรือใช้ใหม่ได้ (returnable glass bottles)

สังคม



ชั่วโมงฝึกอบรมพนักงานรวม
803,757 ชั่วโมง
งบประมาณในการฝึกอบรม
85 ล้านบาท



การมีส่วนร่วมของ
พนักงานจิตอาสากลุ่มไทยเบฟ
1,387 คน
ชั่วโมงจิตอาสา
15,429 ชั่วโมง



100% ของสถานประกอบการของกลุ่มไทยเบฟ
มีการดำเนินโครงการพัฒนาชุมชนที่ตอบรับ
ความต้องการของชุมชนโดยรอบ*

*สถานประกอบการ หมายถึง สถานประกอบการที่มีการประเมินว่า การดำเนินการของกลุ่มไทยเบฟอาจมีผลกระทบต่อชุมชน ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม และกลุ่มไทยเบฟจัดให้มีโครงการพัฒนาชุมชนรอบสถานประกอบการ (32 แห่ง)



เศรษฐกิจ



อัตราส่วนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง **"ทางเลือกสุขภาพ"**
คิดเป็น **59%** ของกลุ่มเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์
เกินกว่าเป้าหมายปี 2568 ที่ตั้งไว้ที่ **50%**

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



GRI 102-9, GRI 102-16, GRI 102-18, GRI 102-19, GRI 102-30, GRI 102-32, GRI 102-40, GRI 102-42, GRI 102-43, GRI 102-44, GRI 102-46, GRI 102-47, GRI 102-49, GRI 103-2, GRI 103-3

แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของไทยเบฟ

ไทยเบฟมุ่งมั่นก้าวไปสู่การเป็นหนึ่งในผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มในภูมิภาคอาเซียนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยไทยเบฟได้น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร พร้อมทั้งยึดถือเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ 17 ประการ และเข้าร่วมเป็นสมาชิกข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact)

ห่วงโซ่คุณค่าของไทยเบฟ 22
แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของไทยเบฟ 25
ไทยเบฟกับโรคโควิด-19 34
การบริหารความเสี่ยง 42
ความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
และการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางด้านไซเบอร์ 46

GRI 102-9

ห่วงโซ่คุณค่าของไทยเบฟ

ปัจจัย

ทุนทางการเงิน
- มูลค่าหลักทรัพย์ 351,690 ล้านบาท
- หนี้สิน 254,115 ล้านบาท
- ส่วนของผู้ถือหุ้น 179,405 ล้านบาท

(ณ วันที่ 30 กันยายน 2563)

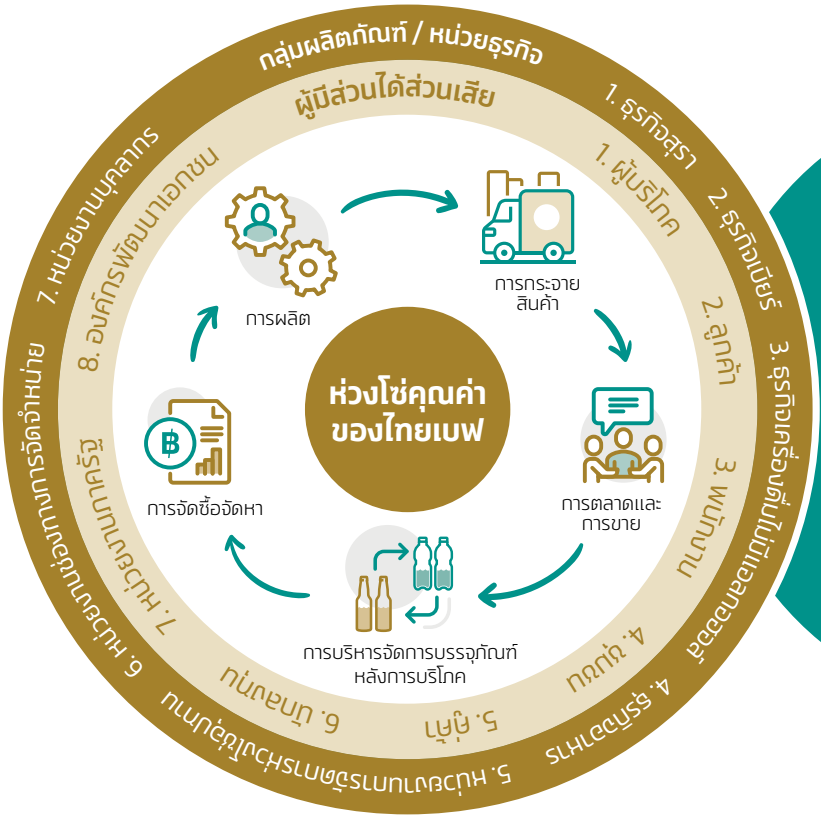
ทุนทางการผลิต
- สินทรัพย์รวม 433,520 ล้านบาท
- ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ 61,347 ล้านบาท

ทุนด้านบุคลากร
- จำนวนพนักงาน 47,649 คน
- ชั่วโมงการฝึกอบรมของผู้บริหารและพนักงาน 803,757 ชั่วโมง

ทุนทางปัญญา
- ระบบการจัดการความรู้
- เงินลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา 612.13 ล้านบาท

ทุนทางสังคม
- ความสัมพันธ์ระหว่างไทยเบฟและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ความร่วมมือกับคู่ค้า
- มูลค่าการลงทุนเพื่อสังคมมากกว่า 600 ล้านบาท

ทุนทางสิ่งแวดล้อม
- จำนวนการใช้ทรัพยากรน้ำ 24,867 ล้านลูกบาศก์เมตร
- จำนวนการใช้พลังงาน 8,233,894,388 GJ



กลยุทธ์

การเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ

ความหลากหลายของตลาดและผลิตภัณฑ์

ตราสินค้าที่โดนใจ

การขายและการกระจายสินค้าที่แข็งแกร่ง

ความเป็นมืออาชีพ

สร้างสรรค์และแบ่งปันคุณค่า

- รายได้รวม **259,392** **ล้านบาท**
- กำไรสุทธิ **26,065** **ล้านบาท**
- กำไรก่อนภาษีและค่าเสื่อม **46,544** **ล้านบาท**
- อัตราการบาดเจ็บจากการสูญเสียเวลา (LTIFR) **1.72** / **หนึ่งล้านชั่วโมง**การทำงาน
- อัตราการหมุนเวียนพนักงาน **8.4%**
- **ไม่มี** การร้องเรียนเรื่องสิทธิมนุษยชน
- สร้างรายได้ให้กับครัวเรือนท้องถิ่น **1,246** **ล้านบาท** ภายใน 4 ปี

การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่จะส่งผลสำเร็จทางธุรกิจของไทยเบฟ ดังนั้นไทยเบฟใส่ใจในทุกขั้นตอนและทุกกระบวนการของห่วงโซ่คุณค่า เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน

การจัดซื้อจัดหา

ในฐานะผู้นำในการผลิตเครื่องดื่มรายใหญ่ของอาเซียน ไทยเบฟให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดซื้อจัดหาที่มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส และมุ่งเน้นให้เกิดผลสัมฤทธิ์เพื่อรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการ ด้วย

- การพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและเติบโตไปพร้อมกับไทยเบฟอย่างยั่งยืน โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสินค้าและบริการ ควบคู่ไปกับตรวจสอบผลงานให้เป็นไปตามมาตรฐานและกระบวนการจัดการที่เหมาะสม
- กระบวนการจัดซื้อจัดหาที่มีมาตรฐาน ซึ่งคำนึงถึงปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม เช่น การบริหารจัดการน้ำ อาชีวอนามัย และความปลอดภัย รวมถึงการกำกับดูแลกิจการ เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าและบริการส่งถึงมือผู้บริโภคอย่างมีคุณภาพและปลอดภัย
- การคำนึงถึงผลกระทบหลังการบริโภค

การผลิต

ไทยเบฟให้ความสำคัญและใส่ใจในกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน ด้วย

- การควบคุมคุณภาพของสินค้าให้ถูกต้องตามข้อกำหนดทางกฎหมายและมาตรฐานการจัดการต่าง ๆ ตามหลักสากล ซึ่งครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และผู้บริโภค เช่น มาตรฐาน ISO 9001 ISO 14001 ISO 22000 GMP HACCP เครื่องหมายรับรองคุณภาพของน้ำดื่ม (National Sanitation Foundation: NSF)
- ความปลอดภัยในการผลิตที่มีการจัดการด้านสุขลักษณะที่ดี โดยเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและปลอดภัย
- การใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เช่น ทรัพยากรน้ำและพลังงาน ให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดโดยไม่ก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม การใช้พลังงานทดแทน การติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียแบบไร้อากาศ การติดตั้งหม้อไอน้ำแบบไหลทางเดียว รวมถึงมีการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

การกระจายสินค้า

ไทยเบฟสร้างระบบการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศไทย ด้วย

- การรักษาและส่งมอบผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงสุดให้ลูกค้า ควบคู่ไปกับการบริการอย่างมืออาชีพ
- การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการบริหารจัดการระบบการขนส่งและกระจายสินค้า เช่น การควบคุมวินัยในการขับขี่อย่างปลอดภัยให้แก่พนักงานขับรถ การบริหารการใช้พลังงานเชื้อเพลิงอย่างมีประสิทธิภาพ
- การรองรับการให้บริการลูกค้าในกลุ่มธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย ด้วยระบบการกระจายสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิตั้งแต่โรงงานไปจนถึงมือผู้บริโภค

การตลาดและการขาย

ไทยเบฟส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคผ่านช่องการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ ด้วยการ

- สร้างสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้าผ่านโครงการที่หลากหลาย เช่น โครงการ ทริปเปิล เอ และกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในช่องทางการขาย ซึ่งเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ด้านการเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพตามวิสัยทัศน์ Vision 2020 และ PASSION 2025
- สื่อสารและประชาสัมพันธ์ถึงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและสังคม เช่น โครงการ Serve Responsibly การให้บริการอย่างมีความรับผิดชอบของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค พร้อมรับฟังความคิดเห็นจากผู้บริโภคผ่านช่องทางติดต่อสื่อสาร เพื่อนำมาพัฒนาและตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

การบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค

ไทยเบฟดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ด้วยการบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการ

- นำวัสดุหรือบรรจุภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ เช่น กล่องกระดาษ ไส้กล่อง ขวดแก้ว กระป๋อง และลังพลาสติก ที่ยังใช้ประโยชน์ได้กลับมาใช้ในกระบวนการผลิตอีกครั้ง
- พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุที่สามารถใช้ซ้ำหรือนำกลับมาใช้ใหม่


Kraivixien 2017

แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของไทยเบฟ

ไทยเบฟน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร มาใช้เป็นแนวทางปฏิบัติเพื่อพัฒนาความยั่งยืน พร้อมทั้งยึดถือเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ 17 ประการ มาประกอบการกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาและดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต่อสิ่งแวดล้อม และต่อสังคมโดยรวม โดยในปี 2562 ไทยเบฟเข้าร่วมเป็นสมาชิกข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact) เพื่อร่วมมือในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบใน 4 ด้าน คือ สิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงาน รักษาสิ่งแวดล้อม และการต่อต้านทุจริต



ความรู้

- ข้อมูลเชิงลึก
- ความเข้าใจที่ถูกต้อง
- การให้ความสำคัญกับความรู้และประสบการณ์





คุณธรรม

- ความซื่อสัตย์
- ความบริสุทธิ์ใจ
- ความอุตสาหะ
- ความมีสติ
- ความอ่อนน้อมถ่อมตน

ไทยเบฟน้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในการพัฒนาความยั่งยืน ซึ่งประกอบไปด้วยคุณลักษณะ 3 ประการ คือ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างระบบภูมิคุ้มกันที่ดี ควบคู่ไปกับการสร้างความรู้และคุณธรรม เพื่อนำพาองค์กรไปสู่ความก้าวหน้าอย่างสมดุลใน 4 มิติ คือ สิ่งแวดล้อม สังคม ศิลปวัฒนธรรม และเศรษฐกิจ ขณะเดียวกันภายใต้กลยุทธ์การพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร ไทยเบฟเชื่อมั่นว่าจะสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน และสร้างโอกาสที่ไร้ขีดจำกัดให้แก่ธุรกิจและสังคมโดยรวมได้ต่อไป

ไทยเบฟมุ่งเน้นการใช้ความรู้ ประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างสรรค์และแบ่งปันความเจริญก้าวหน้าที่มั่นคงให้กับธุรกิจ ส่งเสริมการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรบุคคล สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ PASSION 2025 ของไทยเบฟที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มในภูมิภาคอาเซียนอย่างมั่นคงและยั่งยืน และมุ่งเน้นไปที่การมีส่วนร่วมและการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ยั่งยืนไปพร้อมกับการเติบโตขององค์กร



สิ่งแวดล้อม
การจัดการดูแลผลกระทบจากธุรกิจ



สังคม
การดูแลและแบ่งปัน

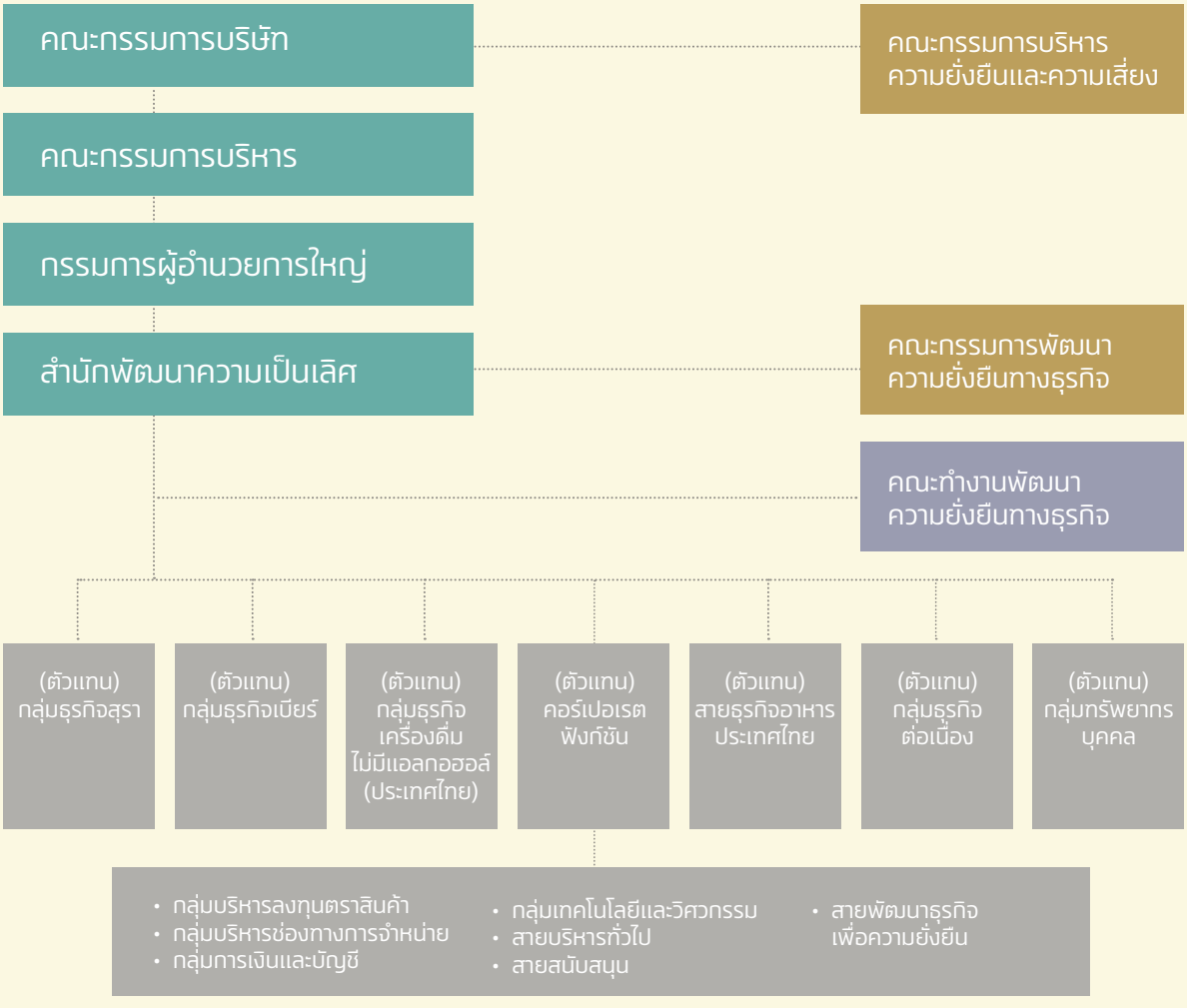


ศิลปะและวัฒนธรรม
การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม



เศรษฐกิจ
การสร้างคุณค่าทางธุรกิจ

โครงสร้างการพัฒนาความยั่งยืนของไทยเบฟ



การบริหารจัดการด้านความยั่งยืน

คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลธุรกิจ กำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานและพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน โดยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายได้รับประโยชน์อย่างสมดุลกัน ภายใต้กลยุทธ์การพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรไทยเบฟเชื่อมั่นว่า จะเติบโตและสร้างโอกาสที่ไร้ขีดจำกัดให้แก่ธุรกิจและสังคมโดยรวมได้ต่อไป

คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยง (Sustainability and Risk Management Committee: SRMC) เพื่อทำหน้าที่กำหนดนโยบายความยั่งยืนและความเสี่ยง เพื่อทำหน้าที่กำหนดกลยุทธ์ด้านการพัฒนาองค์กรของกลุ่มไทยเบฟอย่างยั่งยืน รวมถึงกำกับดูแลกิจกรรมการพัฒนาที่ยั่งยืนและการบริหารความเสี่ยงให้สอดคล้องกับนโยบายและกลยุทธ์ที่คณะกรรมการได้กำหนดไว้

เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาความยั่งยืนให้เกิดเป็นรูปธรรม กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ได้แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนทางธุรกิจ (Corporate Sustainable Development Committee: CSDC) เพื่อรับผิดชอบในการพิจารณา วางแผน และดำเนินการด้านการพัฒนาความยั่งยืนของไทยเบฟให้สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานและกลยุทธ์ขององค์กรที่กำหนดโดยคณะกรรมการบริษัทหรือคณะกรรมการบริหาร นอกจากนี้ ยังมีคณะทำงานพัฒนาความยั่งยืนทางธุรกิจ (Sustainable Development Working Team: SDWT) ประกอบด้วยตัวแทนจากสายงานต่าง ๆ ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำแผนงานและโครงการสนับสนุนแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมทั้งมีส่วนร่วมในกระบวนการประเมินสาระสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กร ด้วยการทวนสอบความครบถ้วนของแผนงาน พร้อมทั้งติดตามการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนและรายงานผลต่อคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนทางธุรกิจและคณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยง

ไทยเบฟเข้าร่วมการประเมินความยั่งยืน Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) หรือดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 และในปี 2563 ไทยเบฟได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกในดัชนีความยั่งยืน DJSI ในกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 เป็นสมาชิกในกลุ่มดัชนีโลก (DJSI World) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 และเป็นผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่มระดับโลก โดยไทยเบฟเป็นบริษัทแรกในเอเชียที่ได้รับการจัดอันดับให้เป็นผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่มต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ความสำเร็จนี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของไทยเบฟที่จะดำเนินธุรกิจบนแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ไทยเบฟให้ความสำคัญกับประเด็นสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับแรก เนื่องจากสิ่งแวดล้อมส่งผลกระทบสู่สังคมและคุณภาพชีวิต ซึ่งทั้งประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมต่างส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท หากสิ่งแวดล้อมได้รับการดูแลอย่างดี ชุมชนก็จะอยู่ได้ ส่งผลที่ดีต่อสังคมในภาพรวม ทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินการต่อไปได้ ดังนั้น สิ่งแวดล้อม ชุมชน สังคม จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องมีความเกื้อกูลกันและดำรงอยู่อย่างสอดคล้องสนับสนุนซึ่งกันและกัน

ในระดับประเทศ ไทยเบฟผนึกกำลังร่วมกับองค์กรต้นแบบด้านความยั่งยืนของประเทศไทย จัดงาน Thailand Sustainability Expo (TSX) 2020 ขึ้นเป็นครั้งแรกภายใต้แนวคิด “พอเพียง ยั่งยืน เพื่อโลก” (Sufficiency for Sustainability) ขณะเดียวกันยังเป็นผู้นำในการรวมเครือข่ายธุรกิจห่วงโซ่อุปทานแห่งประเทศไทย หรือ TSCN (Thailand Supply Chain Network) เพื่อระดมพลังและสร้างความแข็งแกร่งให้กับห่วงโซ่อุปทานของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อร่วมกัน (1) ปกป้องมูลค่าของการลงทุน (Protecting the Value) เช่น การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ การเงิน ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility) และ (2) สร้างเสริมคุณค่าของการลงทุน เช่น การสร้างความร่วมมือเพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงานที่มีอยู่เดิม อาทิ Cross-Selling, Cross-Training, การลงทุนร่วมหรือการใช้ทรัพยากรร่วมกัน เป็นต้น รวมไปถึง (3) สร้างนวัตกรรมและต่อยอดการลงทุน โดยมีโครงการความร่วมมือ เช่น กองทุนรวมเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) Cross-Sharing ทักษะพนักงาน หรือการพัฒนาโครงการต่าง ๆ เพื่อร่วมมือกันขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้มั่นคงและยั่งยืน

มุมมองด้านความยั่งยืนจากผู้ทรงคุณวุฒิ

“ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง” เป็นหลักการสำคัญของแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของอาเซียนและเป็นข้อปฏิบัติขั้นพื้นฐานในภาระหน้าที่ของเราที่จะสร้างชุมชนอาเซียนที่มุ่งเน้นในการดูแลประชาชนและยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ในฐานะของภูมิภาคที่กำลังพัฒนา อาเซียนเผชิญกับความท้าทาย ตั้งแต่การขยายตัวของความเป็นเมืองที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว การเพิ่มขึ้นของประชากร ไปจนถึงการสูญเสียทรัพยากรธรรมชาติ เราเป็นหนึ่งในภูมิภาคที่เปราะบางที่สุดจากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติทางธรรมชาติ เพื่อรับมือกับปัญหาความท้าทายดังกล่าว อาเซียนมุ่งเน้นการสร้างวิธีคิดในการปกป้องคุ้มครองโดยบ่มเพาะ “วัฒนธรรมการป้องกัน” เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมแห่งความสงบสุขพร้อมกับวัฒนธรรมการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงและความใส่ใจในสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ เพื่อเป็นวิธีการป้องกันความเสี่ยงต่อภัยพิบัติทางธรรมชาติ ภัยพิบัติที่เกิดจากมนุษย์และการทำลายสิ่งแวดล้อม ให้ประชาชนเตรียมความพร้อมรับมือกับสภาวะฉุกเฉิน

ในปีนี้การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สร้างผลกระทบทางสังคมและเศรษฐกิจในภูมิภาคอย่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน และกลายเป็นความจำเป็นบังคับที่กระตุ้นให้มนุษย์ได้คิดทบทวนถึงความเชื่อมโยงระหว่างตนเองกับสิ่งแวดล้อม ในปัจจุบันเกิดมุมมองของการรับรู้ที่กว้างขึ้นโดยเข้าใจว่าความยั่งยืนเป็นประเด็นคาบเกี่ยวระหว่างเสาหลัก (Cross Pillars) ซึ่งเป็นหลักสำคัญที่เชื่อมโยงทุกมิติเข้าด้วยกัน

ภาคธุรกิจมีบทบาทสำคัญในการคุ้มครองการจ้างงานและการนำผลิตภัณฑ์และการบริการออกสู่ตลาด อย่างไรก็ตาม ด้วยสภาพภูมิประเทศทั่วโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิงจากปัญหาการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จึงแทบจะเป็นไปไม่ได้เลยที่ภาคการค้าและภาคอุตสาหกรรมจะ “ดำเนินธุรกิจตามปกติ” ในยุคหลังการระบาดของโรค เทคโนโลยีดิจิทัลจึงมีบทบาทเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต “ความปกติในรูปแบบใหม่” ในการทำธุรกิจในอาเซียน และในระยะยาว ภาคธุรกิจควรกำหนดแผนการส่งเสริมความยั่งยืนและความเท่าเทียมกันไว้ในระบบการบริหารงานและแนวทางปฏิบัติงานด้วย



มร.ดาโต๊ะ ปาดูกา ลิม จ๊อก ฮอย
เลขาธิการอาเซียน

มุมมองด้านความยั่งยืนจากผู้ทรงคุณวุฒิ



นายแพทย์ทวีศิลป์ วิษณุโยธิน
ผู้ตรวจราชการ กระทรวงสาธารณสุข และโฆษกศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19

วิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบในวงกว้าง และรุนแรงกว่าการระบาดของโรค MERS และ SARS ที่ผ่านมา ความน่ากลัวของโควิด-19 คือ เมื่อคนติดเชื้อแล้วอยู่ในระยะฟักตัว อาการจะไม่แสดงออกอย่างชัดเจน ทำให้อัตราการแพร่กระจายของโรคเติบโตอย่างรวดเร็วไปในคนหมู่มาก ทำให้ภาครัฐประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินมีคำสั่งให้ประชาชนกักตัวที่บ้าน การบริโภคและการลงทุนลดลง ทำให้หลายบริษัทต้องปิดตัวลงและเศรษฐกิจหดตัว

ประเทศไทยถือว่ามีการควบคุมการระบาดของโรคโควิด-19 ได้ดี จากการที่ทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐบาล ภาคประชาชน และภาคเอกชน ให้ความร่วมมือในการต่อสู้กับวิกฤตการณ์ในครั้งนี้ อย่างไรก็ดี หลายประเทศยังคงพบการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ระลอกสอง ประเทศไทยจึงจำเป็นที่จะต้องเฝ้าระวังและรักษามาตรการควบคุมป้องกันการแพร่ระบาดอย่างเข้มงวด

เป็นที่น่าชื่นชมว่า ระหว่างวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ไทยเบฟได้ดำเนินการในหลายด้านพร้อม ๆ กัน เพื่อช่วยสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งการผลิตและแจกจ่ายแอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อและหน้ากากอนามัยให้กับพนักงาน คู่ค้า โรงพยาบาล และองค์กรต่าง ๆ ทั่วประเทศ รวมถึงนโยบายไม่ลดหรือเลิกว่าจ้างพนักงาน ซึ่งถือเป็นการช่วยให้สังคมและเศรษฐกิจยังคงเดินหน้าต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง

สำหรับภาคเอกชน การตอบสนองต่อวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 นอกจากการดำเนินงานพื้นฐานในด้านการดูแลป้องกันสุขภาพของพนักงานแล้ว ยังสามารถให้ความช่วยเหลือแก่สังคม โดยหาแนวทางและสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหา และส่งเสริมให้เกิดความเข้มแข็งทางด้านสาธารณสุขของประเทศ เช่น เทคโนโลยีการผลิตวัคซีน เมื่อประชาชนในประเทศมีสุขภาพดี จะส่งเสริมการพัฒนาด้านอื่น ๆ ให้เกิดขึ้นได้ ไม่ว่าจะเป็นความผาสุกของสังคม และความเจริญทางวัฒนธรรม และความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ

การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ไทยเบฟกำหนดแนวทางการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมุ่งเน้นส่งเสริมการมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยใช้หลักความโปร่งใส ความครอบคลุม ความสม่ำเสมอ และความรับผิดชอบ ผ่านกิจกรรมและช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อรับฟังความต้องการ ความคิดเห็น ข้อกังวล และข้อเสนอแนะต่าง ๆ โดยความถี่ของการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มแตกต่างกันไปตามแผนการดำเนินงานของบริษัท ข้อมูลเหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์ ทิศทาง แผนการดำเนินงาน และแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ ให้เกิดความยั่งยืน รวมถึงป้องกันความเสี่ยงหรือผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ



กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	แนวทางการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างของประเด็น	บทรายงาน
พนักงาน	• ข้อความทาง SMS • แอปพลิเคชันไลน์ (LINE Application): LINE@ “We are ThaiBev Group” • เฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage) • อินทราเน็ต (Intranet) • การประชุมประจำปี เช่น การประชุมผู้บริหารประจำปี การประชุมคณะกรรมการลูกจ้าง การประชุมคณะกรรมการสวัสดิการ การประชุมคณะกรรมการความปลอดภัย การประชุมสหภาพแรงงานและการประชุมของหน่วยงาน • กล่องรับความคิดเห็น • การเดินสายพบปะพนักงาน เช่น Core Values Global Values Roadshow และประชุมเชิงปฏิบัติการที่เกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน • การสำรวจความพึงพอใจและการมีส่วนร่วมของพนักงานผ่านทางแอปพลิเคชัน Beverest Connect • การสื่อสารเรื่อง การสำรวจความผูกพันของพนักงาน ผ่านทางสำนักทรัพยากรบุคคลและผู้บังคับบัญชา • Jam Application และ ThaiBev E-News ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างพนักงานในกลุ่มไทยเบฟโดยเฉพาะ • การสำรวจประเด็นด้านความยั่งยืนประจำปี	• ความปลอดภัยในการทำงาน • การอำนวยความสะดวกเรื่องสถานที่ทำงาน • สวัสดิการพนักงาน • การจัดทำโครงการที่เป็นประโยชน์ให้แก่สังคม • การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ • การพัฒนาทักษะให้แก่พนักงาน • ข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร • กิจกรรมที่องค์กรและผู้บริหารได้มีส่วนร่วม • ความสำเร็จ/รางวัลที่องค์กรได้รับ • กิจกรรมภายในองค์กร • รับสมัครอาสาสมัครในงานและโครงการต่าง ๆ	• โอกาสไร้ขีดจำกัด • การส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค • ความใส่ใจต่อความปลอดภัย อาชีวอนามัย สภาพแวดล้อมในการทำงานและความสุขของพนักงาน • การพัฒนาชุมชนและสังคม

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	แนวทางการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างของประเด็น	บทรายงาน
 คู่ค้า	• การประเมินความเสี่ยงด้านความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ • การจัดประชุมร่วมกับคู่ค้า • การริเริ่มโครงการด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนในมิติต่าง ๆ ร่วมกับคู่ค้า • กิจกรรมสัมมนาพันธมิตรทางธุรกิจประจำปี (ThaiBev Business Partner Conference) • การมอบรางวัลประกาศเกียรติคุณคู่ค้า (Business Partner Award Program) • การจัดอบรมให้กับคู่ค้า • การสำรวจประเด็นด้านความยั่งยืนประจำปี • Thailand Supply Chain Network	• ความยืดหยุ่นและความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ • วิสัยทัศน์ของผู้บริหารและแนวทางการดำเนินธุรกิจ • แนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Practice) • การรักษามาตรฐานด้านคุณภาพ การส่งมอบการบริการและความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจของคู่ค้า • การร่วมมือกันระหว่างบริษัท คู่ค้า และคู่ค้าของคู่ค้าในการบริหารจัดการความเสี่ยงตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน • การพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า • การสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างคู่ค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ในการบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์ เพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม • การเปลี่ยนแปลงการจัดหาโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วม (Digital Transformation)	• การกำกับดูแล และการปฏิบัติตามกฎระเบียบ • การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน • บรรจุภัณฑ์รักษ์โลก • การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ • การจัดการด้านพลังงาน
 ลูกค้า	• งานนิทรรศการและสัมมนาประจำปี 2563 • งานประชุมลูกค้าประจำปี • การจัดอบรมและให้ความรู้ลูกค้า • กิจกรรมพัฒนาธุรกิจผ่านการแบ่งปันความรู้และความคิดเห็นระหว่างไทยเบฟและลูกค้า • กิจกรรม Business Review ประจำปี/ไตรมาส/เดือน • กิจกรรมการเยี่ยมชมโรงงานประจำปี • โครงการ Agent Development Program with ThaiBev: ADEPT • การสำรวจประเด็นด้านความยั่งยืนประจำปี • การสำรวจประเด็นการมีส่วนร่วมของลูกค้าในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	• ความปลอดภัยในการบริโภคผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค • ความชัดเจนของนโยบายในการดำเนินธุรกิจ • ความโปร่งใสในการประกอบธุรกิจ • การรับผิดชอบต่อการบริโภคของผู้บริโภค • การมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน • การอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และทักษะในการทำงานของบุคลากร • การสร้างความร่วมมือ และเครือข่ายเพื่อสร้างคุณค่าสู่สังคม • การประกอบการค้าที่ยืดหยุ่นและตรงตามความต้องการของสภาวะตลาด	• การบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า • การส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค • การกำกับดูแล และการปฏิบัติตามกฎระเบียบ • แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของไทยเบฟ • โอกาสไร้ขีดจำกัด
 ผู้บริโภค	• กิจกรรมนอกสถานที่และกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในช่องทางการขาย • ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Fanpage, Website, LINE Application • แอปพลิเคชัน BevFood • การสำรวจพฤติกรรมและความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค • การสำรวจประเด็นด้านความยั่งยืนประจำปี	• คุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า • ราคาสินค้าที่เป็นธรรมและเหมาะสม • การให้บริการและนำเสนอสินค้าอย่างมีความรับผิดชอบ • ความรับผิดชอบต่อการจัดการสิ่งแวดล้อม • ความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ • การจัดทำโครงการที่เป็นประโยชน์ให้แก่สังคม	• การส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค • การพิทักษ์และฟื้นฟูแหล่งน้ำ • การจัดการของเสีย • การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ • การจัดการพลังงาน • การกำกับดูแล และการปฏิบัติตามกฎระเบียบ
 นักลงทุน	• การประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี • การประชุมกับผู้ถือหุ้นในสิงคโปร์เพื่อรายงานการดำเนินงานประจำปี (Annual Information Meeting) • การเข้าเยี่ยมชมโรงงาน • การแถลงผลประกอบการประจำไตรมาส • การเดินสายพบปะนักลงทุน/การประชุมทางโทรศัพท์กับนักลงทุน (Investor Roadshows/Teleconference) • การสำรวจประเด็นด้านความยั่งยืนประจำปี	• ผลประกอบการของบริษัท • ข้อมูลด้านธุรกิจของไทยเบฟ • เป้าหมายและวิสัยทัศน์ของบริษัท	• การกำกับดูแล และการปฏิบัติตามกฎระเบียบ
 ชุมชน	• กิจกรรมร่วมกับชุมชนรอบพื้นที่ปฏิบัติงาน • การสัมภาษณ์ตัวแทนจากชุมชน • การลงพื้นที่และประชุมร่วมกับชุมชน เพื่อติดตามความคืบหน้าโครงการที่ร่วมมือกันดำเนินการ • การประชุมร่วมกับตัวแทนชุมชนรายเดือนและรายไตรมาส • การสำรวจความคิดเห็นโดยใช้แบบสอบถาม • การสำรวจประเด็นด้านความยั่งยืนประจำปี	• การสร้างงานหรือส่งเสริมอาชีพให้แก่ชุมชน • การส่งเสริมด้านสาธารณสุขและสุขภาพให้กับชุมชน • การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน • การพัฒนาทักษะด้านกีฬา ดนตรี และศิลปะ • การฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การจัดการและฟื้นฟูแหล่งน้ำ • การประเมินผลกระทบที่มีต่อชุมชน • การส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม และดูแลเรื่องสภาพแวดล้อมในชุมชน • การส่งเสริมการศึกษาให้กับชุมชน • การลดความเหลื่อมล้ำในสังคม • ความปลอดภัยในวัด โรงเรียน และชุมชน • สิทธิมนุษยชนครอบคลุมไปถึงสิทธิแรงงาน และสิทธิผู้บริโภค	• การดูแลและแบ่งปัน การสร้างคุณค่าให้แก่สังคม • การพัฒนาด้านการศึกษา • การพัฒนาด้านสาธารณสุข • การพัฒนาด้านกีฬา • การอนุรักษ์และสร้างสรรค์วัฒนธรรมความเป็นชาติ • การพัฒนาชุมชนและสังคม • โครงการประชารัฐรักสามัคคี • การพิทักษ์และฟื้นฟูแหล่งน้ำ

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	แนวทางการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างของประเด็น	บทรายงาน
 หน่วยงานกำกับดูแล	• การเข้าร่วมรับฟังความคิดเห็นและการนำเสนอความคิดเห็นต่อการบังคับใช้กฎหมายที่จัดโดยหน่วยงานภาครัฐ • การเข้ารับการอบรมในหลักสูตรด้านต่าง ๆ ที่จัดโดยหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานอื่นที่รัฐให้การรับรอง • การปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมาย และนโยบายของหน่วยงานกำกับดูแล • การสร้างความสัมพันธ์ผ่านการปฏิบัติงานร่วมกัน • การมีส่วนร่วมในกิจกรรมและโครงการของหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง • การรายงานผลการดำเนินธุรกิจและผลการปฏิบัติงานต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องตามความถี่ที่หน่วยงานกำหนด • การสำรวจประเด็นด้านความยั่งยืนประจำปี	• การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อร่างกฎหมายฉบับต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง • การบริหารและจัดการด้านภาษีอย่างโปร่งใส • การดูแลสวัสดิภาพและความปลอดภัยด้านแรงงาน • การดูแลด้านสิทธิมนุษยชนและการใช้แรงงานอย่างถูกกฎหมาย • การดูแลให้การโฆษณาและการขายสินค้าเป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมาย • การบริหารจัดการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสม • เข้าร่วมการประชุม หรือชี้แจงการดำเนินงานต่าง ๆ ต่อหน่วยงานกำกับดูแลอย่างต่อเนื่อง	• การกำกับดูแล และการปฏิบัติตามกฎระเบียบ • การส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค • ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน • โอกาสไร้ขีดจำกัด • การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า • การพิทักษ์และฟื้นฟูแหล่งน้ำ
 องค์กรพัฒนาเอกชน	• การสร้างความสัมพันธ์กับองค์กรต่าง ๆ • การสำรวจประเด็นด้านความยั่งยืนประจำปี	• สุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค • การดำเนินธุรกิจตามกฎหมาย • ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม • การเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานให้ได้รับทราบ	• การส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค • การกำกับดูแล และการปฏิบัติตามกฎระเบียบ

กระบวนการประเมินสาระสำคัญด้านความยั่งยืน

ในปี 2563 ไทยเบฟทวนสอบสาระสำคัญด้านความยั่งยืน โดยพิจารณาจากข้อมูลทิศทางการเปลี่ยนแปลงด้านความยั่งยืนของโลก บริบทขององค์กร สาระสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน (อาหารและเครื่องดื่ม) สาระสำคัญตามมาตรฐานด้านความยั่งยืนระดับสากล และการวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยไทยเบฟจัดทำการประเมินสาระสำคัญด้านความยั่งยืนใหม่ทุก 3 ปี และจะมีการทบทวนสาระสำคัญทุกปี ตามกระบวนการดังนี้

1. **การกำหนดประเด็น**
   ไทยเบฟจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการโดยผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญจากสายงานธุรกิจทุกสายงานในการคัดเลือกประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีความสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ โดยศึกษาแนวโน้มและทิศทางการเปลี่ยนแปลงของโลก ประเด็นด้านความยั่งยืนของบริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกัน อีกทั้งมีการกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับองค์กรและประเด็นด้านความยั่งยืนขององค์กร

2. **การจัดลำดับความสำคัญขององค์กร**
   ไทยเบฟนำสาระสำคัญด้านความยั่งยืนจากขั้นตอนการกำหนดประเด็นมาจัดลำดับความสำคัญผ่าน 2 กิจกรรมหลัก ประกอบด้วย
   1) สัมมนาเชิงปฏิบัติการสำหรับผู้บริหารระดับสูงสุดของไทยเบฟเพื่อพิจารณาและประเมินผลกระทบของประเด็นความยั่งยืนที่มีต่อองค์กร โดยคำนึงถึงผลกระทบ 3 ด้าน: ด้านการเงิน ด้านการปฏิบัติงาน และด้านชื่อเสียง
   2) การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสียขององค์กรทั้ง 8 กลุ่ม ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อทำความเข้าใจในด้านความสำคัญและผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น
   โดยผลลัพธ์ที่ได้จาก 2 กิจกรรมเหล่านี้ถูกนำมาใช้กลั่นกรองเป็นประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนขององค์กร ซึ่งประเด็นที่ถูกจัดลำดับว่าสำคัญมากทั้งในมุมมองของไทยเบฟและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะถูกกำหนดให้เป็นประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญที่สุด

3. **การทวนสอบ**
   คณะทำงานเพื่อความยั่งยืนทางธุรกิจ ดำเนินการทวนสอบความครบถ้วนของสาระสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กร เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนทางธุรกิจเพื่อพิจารณาเห็นชอบและนำเสนอต่อคณะกรรมการบริหารเพื่อพิจารณายืนยันและอนุมัติสาระสำคัญด้านความยั่งยืน

4. **การกำหนดขอบเขตการรายงาน**
   ไทยเบฟกำหนดขอบเขตการรายงานสาระสำคัญทั้งหมด 17 ประเด็น โดยรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความเกี่ยวข้องกับสาระสำคัญดังกล่าว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม ครบถ้วน แม่นยำ ตอบโจทย์ทุกประเด็นที่เป็นความสนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของไทยเบฟ

5. **การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง**
   ไทยเบฟมุ่งเน้นที่จะดำเนินธุรกิจตามแนวทางพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง ผ่านการทบทวนสาระสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กรทุกปี โดยนำมุมมองและข้อเสนอแนะที่มีต่อสาระสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จากการสัมภาษณ์ในเชิงลึกในแต่ละปีมาใช้เป็นแนวทางปฏิบัติให้สอดคล้องกับการดำเนินงานความยั่งยืนขององค์กรให้เหมาะสมกับธุรกิจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อไป

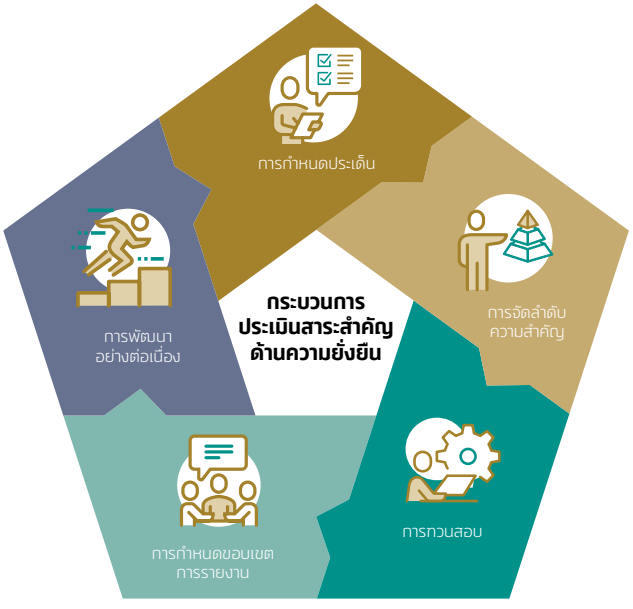
สาระสำคัญองค์กรประจำปี 2563

ในปี 2563 ไทยเบฟได้ทวนสอบสาระสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กร โดยเพิ่มจำนวนประเด็นขึ้นจาก 16 ประเด็น ในปี 2562 เป็น 17 ประเด็น ในปี 2563 เพื่อตอบรับกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกและความสนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

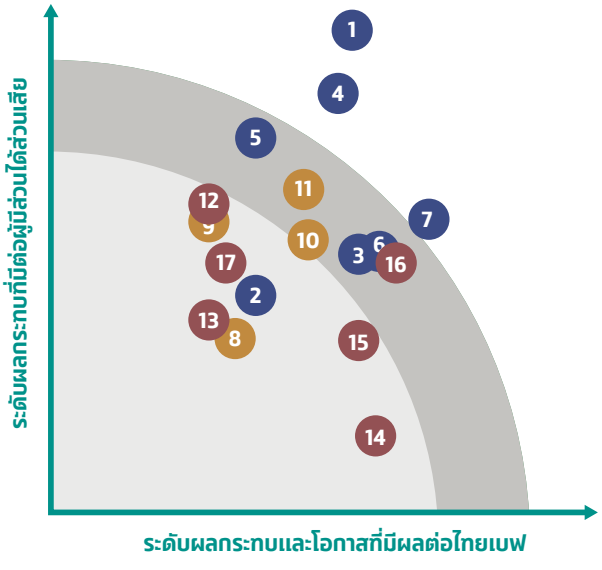
สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และมาตรการภาครัฐในการควบคุมการแพร่ระบาด เช่นการกักกันตัวเองอยู่บ้าน และจำกัดการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น (Physical Distance) ทำให้การดำรงชีวิตและพฤติกรรมการบริโภคเปลี่ยนไป เกิดฐานวิถีชีวิตใหม่ ผู้บริโภคสั่งอาหารและเครื่องดื่มผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อบริโภคที่บ้านมากขึ้น ให้ความใส่ใจกับสุขภาพและความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวมากขึ้น

การประเมินสาระสำคัญด้านความยั่งยืนพบว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความใส่ใจกับประเด็นความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์และบริการตลอดจนความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน โอกาสที่จะทำให้เกิดการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน ทำให้ผลลัพธ์ของการทวนสอบสาระสำคัญด้านความยั่งยืนของไทยเบฟมีการเปลี่ยนแปลงไปจากปีที่ผ่านมาอย่างมีนัยสำคัญ โดยประเด็นที่มีความสำคัญสูงประกอบด้วย

- สุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค
- การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน
- ผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพและคุณค่าทางโภชนาการ



สรุปประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนในการรายงาน



● ด้านสิ่งแวดล้อม ● ด้านสังคม ● ด้านเศรษฐกิจ

1. สุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค
2. การพัฒนาความสามารถของพันธมิตรทางธุรกิจ
3. ความปลอดภัยของข้อมูล และความเป็นส่วนตัว
4. ผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ และคุณค่าทางโภชนาการ
5. การกำกับดูแลองค์กร และจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ
6. นวัตกรรม
7. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน
8. การบริหารจัดการพลังงาน
9. กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
10. การบริหารจัดการของเสีย บรรจุภัณฑ์ และเศรษฐกิจหมุนเวียน
11. การบริหารจัดการน้ำและอนุรักษ์แหล่งน้ำ
12. การรับผิดชอบต่อผู้บริโภคขององค์กร
13. การพัฒนาชุมชน และความร่วมมือ
14. การพัฒนาบุคลากร
15. การสร้างแรงจูงใจและการรักษาพนักงานที่มีความสามารถ
16. ความผาสุกของพนักงาน
17. สิทธิมนุษยชน

ไทยเบฟใช้สาระสำคัญด้านความยั่งยืนของไทยเบฟทั้งสามมิติ คือ ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ เป็นพื้นฐานส่วนหนึ่งในการระบุและประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องทั้งด้านผลกระทบและโอกาสที่จะเกิดขึ้นตามเกณฑ์การประเมินความเสี่ยงของไทยเบฟ ตลอดจนการพิจารณาร่วมกับเป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปัจจัยทั้งภายในและภายนอก และแนวโน้มที่สำคัญในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจในอนาคต โดยระดับความเสี่ยงในแต่ละระดับที่ประเมินได้ จะมีมาตรการตอบสนองหรือแก้ไขพร้อมผู้รับผิดชอบตามที่กำหนดไว้

โอกาส/ความถี่ในการเกิดเหตุการณ์

ระดับผลกระทบ	1 น้อยมาก	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 ค่อนข้างมาก	5 มาก
5 สูงมาก	H5	H10	H15	E20	E25
4 สูง	M4	M8	H12	H16	E20
3 ปานกลาง	M3	M6	H9	H12	H15
2 เล็กน้อย	L2	L4	M6	M8	H10
1 ไม่มีผล	L1	L2	L3	M4	M5

มาตรการตอบสนองความเสี่ยง

ระดับความเสี่ยง	มาตรการ
สูงมาก (E)	การปฏิบัติเพื่อตอบสนองต่อความเสี่ยงนั้นทันที
สูง (H)	ผู้บริหารระดับสูงต้องให้ความสนใจหรือความสำคัญ
ปานกลาง (M)	ต้องมีการระบุหน้าที่ความรับผิดชอบให้แก่ฝ่ายจัดการ (ระดับผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ ผู้อำนวยการสำนัก)
ต่ำ (L)	บริหารจัดการโดยวิธีการปฏิบัติงานประจำ

		ขอบเขตของผลกระทบ								
		ภายในบริษัท		ภายนอกบริษัท						
บท	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	บริษัทไทยเบฟและบริษัทในเครือ	พนักงาน	คู่ค้า	ลูกค้า	ผู้บริโภค	นักลงทุน	ชุมชน	หน่วยงานกำกับดูแล	องค์กรพัฒนาเอกชน
ความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางด้านไซเบอร์	ความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว	●	●	●	●	●				
การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ	กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	●	●	●				●	●	●
การจัดการพลังงาน	การบริหารจัดการพลังงาน	●	●	●				●	●	●
การพิทักษ์และฟื้นฟูแหล่งน้ำ	การบริหารจัดการน้ำและอนุรักษ์แหล่งน้ำ	●	●	●				●	●	●
การบริหารจัดการของเสียบรรจุภัณฑ์ และเศรษฐกิจหมุนเวียน	การบริหารจัดการของเสียบรรจุภัณฑ์ และเศรษฐกิจหมุนเวียน	●	●	●	●	●		●	●	●
การดูแลและแบ่งปันการสร้างคุณค่าให้แก่สังคม	การพัฒนาชุมชนและความร่วมมือ	●	●					●		
การพัฒนาด้านสาธารณสุข		●	●					●		
การพัฒนาด้านการศึกษา		●	●					●		
การพัฒนาด้านกีฬา		●	●					●		
การอนุรักษ์ศิลปะและวัฒนธรรมของชาติ		●	●					●		
การพัฒนาชุมชนและสังคม		●	●					●		
โครงการประชารัฐรักสามัคคี		●	●					●		
ศูนย์ ซี อาเซียน (C asean)		●	●					●		
โอกาสไร้ขีดจำกัด	การสร้างแรงจูงใจและการรักษาพนักงานที่มีความสามารถ	●	●							
	การพัฒนาบุคลากร	●	●							
ความปลอดภัย อาชีวอนามัย สภาพแวดล้อมในการทำงาน และความผาสุกของพนักงาน	ความผาสุกของพนักงาน	●	●							
สิทธิมนุษยชน	สิทธิมนุษยชน	●	●	●	●	●	●	●	●	●
การส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค	การรับผิดชอบต่อผู้บริโภคขององค์กร	●	●	●	●	●			●	●
	สุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค	●	●	●	●	●			●	●
	ผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพและคุณค่าทางโภชนาการ	●	●	●	●	●			●	●
การบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า	การพัฒนาความสามารถของพันธมิตรทางธุรกิจ	●	●	●	●					
การจัดหาอย่างยั่งยืน	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน	●	●	●				●	●	●
การกำกับดูแล และการปฏิบัติตามกฎระเบียบ	การกำกับดูแลองค์กร และจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	นวัตกรรม	●	●	●	●	●		●		

GRI 102-15, GRI 103-2, GRI 103-3

ไทยเบฟกับโรคโควิด-19



"ผมขอส่งความห่วงใยและกำลังใจมายังเพื่อนพนักงานกลุ่มไทยเบฟทุกคน ให้ตื่นรู้ มีสติและดูแลสุขภาพของตัวเองและครอบครัว ผมพร้อมที่จะอยู่เคียงข้างทุกคน"

คุณฐาปน สิริวัฒนภักดี กรรมการผู้อำนวยใหญ่ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) แสดงความห่วงใยและให้กำลังใจแก่บุคลากรกลุ่มไทยเบฟทุกคน รวมถึงแสดงวิสัยทัศน์ในการปฏิบัติหน้าที่ให้แก่พนักงานทุกคนในการทำภารกิจส่งมอบน้ำดื่มสะอาดให้แก่ประชาชนชาวไทยในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งการนำส่งน้ำดื่มสะอาดให้แก่ประชาชนและผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดจากแอลกอฮอล์ให้แก่หน่วยงานต่าง ๆ เป็นพันธกิจที่สำคัญของไทยเบฟ ไม่เพียงเป็นการปฏิบัติหน้าที่ แต่ยังถือเป็นการทำงานในฐานะพลเมืองที่สำคัญของสังคมเพื่อคนไทยด้วยกันอีกด้วย

ไทยเบฟกับการเตรียมความพร้อม รับมือโรคระบาด

ตลอดเวลาที่ผ่านมา ไทยเบฟได้ยึดมั่นในการปฏิบัติตามนโยบายด้านสุขภาพและโภชนาการ รวมถึงอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน พันธมิตรทางธุรกิจ รวมถึงผู้บริโภค เมื่อเกิดภาวะวิกฤตทางด้านสุขภาพอนามัย ไทยเบฟยิ่งตระหนักและให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวมากเป็นทวีคูณ เพราะบริษัทเชื่อมั่นว่าไม่มีทรัพย์สินใดจะสำคัญไปกว่าบุคลากรที่มีส่วนร่วมและอุทิศตนเพื่อผลสำเร็จทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน ตลอดจนพันธมิตร คู่ค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของทุกบริษัทในกลุ่มไทยเบฟ







ไทยเบฟกับภารกิจรับมือโรคโควิด-19

ไทยเบฟตระหนักดีว่าทุกประเทศยังคงเผชิญปัญหาด้านสาธารณสุขที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องจากโรคระบาดและมลภาวะต่าง ๆ ซึ่งส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อสุขภาพ วิถีชีวิต และการดำเนินธุรกิจ จากวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ไทยเบฟตระหนักดีว่าสาธารณสุขเป็นหนึ่งในความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญซึ่งส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อสุขภาพ วิถีชีวิต และการดำเนินธุรกิจหลายประเภทต้องหยุดชะงัก

เพื่อสร้างความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ไทยเบฟนำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจที่เตรียมไว้มาปรับใช้และดำเนินการอย่างทันท่วงที ทำให้ธุรกิจยังคงเดินหน้าต่อไปได้ด้วยผลกระทบที่น้อยที่สุดต่อพนักงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ

นอกจากนี้ ไทยเบฟมีมาตรการป้องกันและดูแลความปลอดภัยตลอดจนความเป็นอยู่ของพนักงาน คู่ค้าและภาคีเครือข่าย รวมถึงมาตรการให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ผ่านโครงการต่าง ๆ ที่ไทยเบฟเป็นผู้ริเริ่มหรือร่วมมือกับหน่วยงานและเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ







มาตรการป้องกันและดูแลพนักงาน

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงในการติดเชื้อแบบกลุ่ม การปฏิบัติงานในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้แบ่งพนักงานออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. **กลุ่มที่ 1** พนักงานที่จำเป็นต้องปฏิบัติงานในสถานที่เดิม
2. **กลุ่มที่ 2** พนักงานที่จำเป็นต้องทำงานด้วยกัน เพื่อทำภารกิจให้สำเร็จในเวลาที่กำหนด แต่สามารถทำงานในสถานที่ปฏิบัติการสำรองได้
3. **กลุ่มที่ 3** พนักงานที่สามารถปฏิบัติงานจากที่บ้านได้ และสามารถส่งมอบผลลัพธ์ของงานได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนั้น เพื่อรับมือและบรรเทาผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ไทยเบฟได้ใช้มาตรการป้องกันและดูแลความปลอดภัยของพนักงานดังต่อไปนี้

การจัดตั้ง "ศูนย์บริการพนักงานช่วงวิกฤตโรคโควิด-19 (COVID-19 Relief Center: CRC)" เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูล ประสานงาน ให้ความช่วยเหลือให้กับพนักงาน ครอบคลุมการดูแลพนักงาน ได้แก่ การจัดการด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน การสื่อสารข้อมูลทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่จำเป็นให้แก่พนักงาน

มาตรการความปลอดภัยเบื้องต้น เช่น การจัดวางเจลแอลกอฮอล์ตามจุดต่าง ๆ การวัดอุณหภูมิร่างกายก่อนเข้าอาคารสำนักงาน การทำความสะอาดจุดสัมผัสทุก ๆ 2 ชั่วโมง การให้บริการอบโอโซนเครื่องปรับอากาศในทุกอาคาร การมอบอุปกรณ์ป้องกันการสัมผัส เช่น หน้ากากอนามัย ถุงมือยาง ให้แก่พนักงานกลุ่มที่ยังจำเป็นต้องปฏิบัติหน้าที่ในสถานที่ทำงานเดิม (Work on Site) และมอบเอทิลแอลกอฮอล์ 72% ให้แก่พนักงานเพื่อดูแลความสะอาดสำหรับตนเองและคนในครอบครัว

มาตรการคุ้มครองสวัสดิภาพพนักงาน

- จัดให้มีประกันภัยคุ้มครองอุบัติเหตุและโรคโควิด-19 สำหรับพนักงานทุกคนรวมจำนวนกว่า 50,000 คน
- จำหน่ายน้ำดื่มราคาพิเศษให้แก่พนักงานทั่วประเทศและสนับสนุน "ถุงน้ำใจไทยเบฟ" เพื่อแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในครัวเรือนสำหรับพนักงานที่ขาดรายได้
- หาอาชีพเสริมให้แก่พนักงานสนับสนุนการขายและพนักงานเครือโออิชิที่ให้บริการในร้านอาหาร ซึ่งถูกสั่งปิดดำเนินการชั่วคราว ผ่านการขายสินค้าทางช่องทางออนไลน์ ให้มีรายได้ผ่านการขายสินค้า
- ลดการส่งเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคม สำหรับนายจ้างและผู้ประกันตน (พนักงาน) เป็นระยะเวลา 3 เดือน โดยไม่ส่งผลกระทบต่อสิทธิประโยชน์ที่พนักงานพึงได้รับในปัจจุบัน อันเป็นไปตามมติคณะรัฐมนตรี

มาตรการรับมือด้านการดำเนินธุรกิจและช่วยเหลือสังคม

- **ศูนย์ปฏิบัติการพิเศษในสถานการณ์โควิด-19 หรือ COVID-19 Situation Room**
  ในช่วงเริ่มต้นการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ไทยเบฟจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการพิเศษในสถานการณ์โควิด-19 เพื่อเป็นศูนย์กลางในการติดตามข่าวสาร ประสานงาน กำหนดกรอบนโยบาย ขั้นตอนการปฏิบัติและแนวทางการดำเนินการร่วมกับคณะทำงานด้านการจัดซื้อ การผลิต การจัดส่งและกระจายสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย เทคโนโลยีสารสนเทศ บุคลากรองค์กร และการสื่อสารองค์กร ศูนย์ปฏิบัติการพิเศษฯ นำเทคโนโลยีด้านดิจิทัลมาทำการประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จากทุกแหล่งข่าวทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน และสังคม ครอบคลุมทั้งภายในและต่างประเทศ ที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กร เพื่อเตรียมมาตรการในการรองรับสถานการณ์ พร้อมทั้งติดต่อประสานงานในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อความรวดเร็วในการปฏิบัติงานทั่วประเทศ

  นอกจากนี้ ศูนย์ปฏิบัติการพิเศษฯ มีส่วนผลักดันให้พนักงานใช้เทคโนโลยีด้านดิจิทัลผ่านโทรศัพท์ เกิดการเรียนรู้และใช้งานอย่างแพร่หลายมากถึงร้อยละ 96 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด ทำให้ไทยเบฟสามารถดูแลความปลอดภัยของพนักงานได้ครอบคลุมทั่วประเทศ ผ่านระบบแจ้งเตือนพื้นที่เสี่ยง

  มาตรการต่าง ๆ นี้ส่งผลให้ไทยเบฟสามารถดำเนินธุรกิจอย่างราบรื่น ไม่หยุดชะงัก จัดส่งสินค้าถึงมือผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงการประกาศภาวะสถานการณ์ฉุกเฉินของภาครัฐ ศูนย์ปฏิบัติการพิเศษฯ ช่วยให้ไทยเบฟมีความพร้อมในการบริหารจัดการความเสี่ยง และปรับการดำเนินธุรกิจในช่วงภาวะวิกฤตได้ทันท่วงที





- **การประเมินความเสี่ยงในคู่ค้า**
  ไทยเบฟขยายการประเมินความเสี่ยงทางธุรกิจของคู่ค้าหลักระดับ Tier 1 และ Tier 2 รวมทั้งสิ้น 658 ราย ด้วยการสำรวจถึงความต้องการการสนับสนุนต่าง ๆ ครอบคลุมมูลค่าการสั่งซื้อมูลค่า 27,500 ล้านบาทต่อปี มากกว่าร้อยละ 80 ของการสั่งซื้อทั้งหมด

- **การรับรองมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า**
  จัดทำคู่มือสำหรับพนักงานในการดูแลสุขภาพและป้องกันการติดโรคโควิด-19 เพื่อสุขอนามัยที่ดี ปลอดภัยจากการปนเปื้อน ตั้งแต่ระดับพนักงานในโรงงาน สำนักงาน จุดจำหน่ายสินค้า ร้านอาหารทุกสาขาทั่วประเทศ โดยถือเป็นข้อปฏิบัติสำหรับพนักงานทุกคนที่ต้องปฏิบัติตามคู่มืออย่างเคร่งครัด

- **การเชิญชวนพนักงานทำกิจกรรม Snap & Share : ภารกิจ .. พิชิตความสตรอง**
  โดยสนับสนุนให้พนักงานถ่ายภาพผ่านแอปพลิเคชัน Beverest Life เมื่อพบเห็นสินค้าในกลุ่มไทยเบฟหมดหรือไม่มีการจำหน่าย พร้อมทั้งแจ้งรายละเอียด วัน เวลา สถานที่ ประเภทสินค้า เพื่อให้บริษัทสามารถเติมเต็มและตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง

- **การขยายขอบเขตการให้บริการในธุรกิจต่าง ๆ**
  จัดทำรายการส่งเสริมการขายสู้ภัยโรคโควิด-19 ในเครือโออิชิ ปรับบริการเป็นการสั่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์ และบริการส่งมอบอาหารปลอดภัยถึงมือผู้บริโภค

- **มอบอุปกรณ์ด้านการแพทย์**
  ส่งมอบผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดจากแอลกอฮอล์เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติหน้าที่ของแพทย์และพยาบาลในโรงพยาบาลต่าง ๆ หน่วยงานด้านสาธารณสุข ชุดปฏิบัติการจังหวัด ท่าอากาศยาน พร้อมทั้งมอบประกันโควิด-19 ให้แก่แพทย์และพยาบาลกว่า 1,000 คน เพื่อเป็นกำลังใจในการปฏิบัติหน้าที่รักษาผู้ป่วย

- **มอบน้ำดื่มคริสตัลน้ำดื่มคุณภาพ**
  ให้กับหน่วยงานตำรวจและเจ้าหน้าที่ตำรวจที่ต้องปฏิบัติงานประจำด่านตรวจโรคโควิด-19

การร่วมมือกับพันธมิตร เพื่อขยายความช่วยเหลือสังคม

- **ร่วมกับบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)** ส่งมอบเจลแอลกอฮอล์ขนาด 50 ซีซี ภายใต้ตราสินค้า “Gelco” จำนวน 1,000,000 ขวด ให้กระทรวงสาธารณสุขและอาสาสมัครสาธารณสุขทั่วประเทศ

- **บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ร่วมกับหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย** มอบเงิน ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มโออิชิ รวมมูลค่า 24 ล้านบาท ผ่านสภากาชาดไทยเพื่อนำไปส่งมอบให้แก่ 7 โรงพยาบาล ประกอบด้วย โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า โรงพยาบาลศิริราช โรงพยาบาลรามาธิบดี โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ โรงพยาบาลราชวิถี และสถาบันบำราศนราดูร

- **เครื่องดื่มตราช้าง ร่วมกับสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทย** จัดโครงการ #ช้างศึกทำด้วยใจส่งให้โรงพยาบาล CHANGSUEK COOK FROM HOME เพื่อส่งมอบอาหารเมนูพิเศษของนักเตะทีมชาติไทยให้แก่บุคลากรทางการแพทย์ โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ โรงพยาบาลนพรัตนราชธานี โรงพยาบาลรามาธิบดี และสถาบันโรคทรวงอก

- **สนับสนุนมูลนิธิชัยพัฒนา** โดยสมทบทุนเข้ากองทุนรับมือโรคโควิด-19 จำนวน 101 ล้านบาท

- **ร่วมกับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม** ริเริ่มโครงการ “ส่งพลาสติกกลับบ้าน” โดยตั้งเป้าเพิ่มอัตรารีไซเคิลและพัฒนาระบบเก็บคืนขยะ เนื่องจากในช่วงสถานการณ์โควิด-19 มีขยะพลาสติกจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่สั่งอาหารมาทานแทนการทานอาหารที่ร้านอาหารมากขึ้นร้อยละ 15 และขยะติดเชื้อจากการใช้หน้ากากอนามัยเพิ่มมากเช่นกัน

- **ร่วมมือกับสมาคมสหพันธ์ช้างไทย** สนับสนุนผลไม้ที่ล้นตลาดจากเกษตรกรทั่วประเทศกว่า 153 ราย เพื่อเลี้ยงช้าง 775 เชือก เนื่องจากปางช้างขาดรายได้ระหว่างสถานการณ์โควิด-19

- **สนับสนุนมูลนิธิบางกอก อาร์ต เบียนนาเล่** รวมพลังศิลปิน หนุนเกษตรกรฝ่าวิกฤตโควิด-19 จัดแคมเปญ “แมงโก้โควิด” โดยการนำมะม่วงมาสร้างสรรค์ผลงานศิลปะและเมนูอาหารต่าง ๆ ระดมทุนผ่านการขายงานศิลปะจากศิลปิน เพื่อช่วยเหลือนิสิตนักศึกษาศิลปะที่กำลังจะจบการศึกษา แต่ขาดแคลนทุนทรัพย์ หรือได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ให้สามารถเรียนต่อและเริ่มต้นอาชีพได้

- **สนับสนุนช่างภาพที่ได้รับผลกระทบ** โดยจัดการประกวดภาพถ่ายหัวข้อ “จนกว่าจะพบกันใหม่” ร่วมกันถ่ายภาพบรรยากาศ การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต เหตุการณ์ของเมืองไทยในช่วงวิกฤตโควิด-19 และนำส่งภาพบันทึกในจดหมายเหตุ



วิกฤตนำมาซึ่งธุรกิจใหม่

- **ศูนย์การตรวจวิเคราะห์ทางการแพทย์ (ศูนย์ตรวจโรคโควิด-19)** เพื่อเป็นศูนย์ตรวจวิเคราะห์ทางการแพทย์ เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการตรวจหาโรคโควิด-19 สำหรับพนักงานและประชาชนทั่วไปที่ขอเข้ารับบริการ

- **สร้างโรงงานผลิตหน้ากากอนามัย และผ้าเช็ดมือแอลกอฮอล์** เพื่อแจกจ่ายให้แก่พนักงาน โรงพยาบาล โรงเรียนและชุมชนที่ได้รับผลกระทบ

- **สร้างอาชีพให้แก่ชุมชน** มอบเครื่องผลิตไอศกรีมแก่ชุมชนจำนวน 500 เครื่อง เพื่อให้ชุมชนสามารถนำผลไม้ที่ล้นตลาดมาแปรรูปขายได้ จัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคม สารพัดสรรพศิลป์ (SOS) เพื่อช่วยชุมชนขายสินค้าออนไลน์ สร้างอาชีพปลูกผักให้แก่ชุมชนและวางมาตรฐานอาหารปลอดภัย GMP เป็นต้น

- **บริการพ่นฆ่าเชื้อทำความสะอาด** อันเป็นการดูแลสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานในเครือไทยเบฟทั้งหมด ด้วยการพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อในบริเวณสถานที่ปฏิบัติงาน อาคารสำนักงานต่าง ๆ โดยทีมงานบริษัท เบฟเทค จำกัด

ไทยเบฟกับแผนรองรับวิกฤตในอนาคต

“ก้าว-แกร่ง-กว่าเดิม” (#StrongerThanEver)
- มุ่งมั่นในเป้าหมายและเน้นผลลัพธ์ (Head Up)
- ทุ่มเทและเปิดใจพร้อมรับเรื่องราวใหม่ ๆ (Heart Up)
- ลงมือปรับเปลี่ยนพัฒนาตัวเองสู่ความท้าทายในอนาคต (Hands Up)
- ให้ความสำคัญต่อการเอาใจใส่สุขภาพกายใจ (Health Up)
- เติมเต็มความรู้และเพิ่มทักษะในการงาน (ReSkill & UpSkill)
- สื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจและความร่วมมือต่อกัน (Communication & Collaboration)

โครงการ ThaiBev Transformation Program

ไทยเบฟมุ่งมั่นในการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร โดยโครงการ ThaiBev Transformation Program นำแนวทางการปรับองค์กรมาประยุกต์ใช้ในการทำงานเพื่อตอบรับสถานการณ์ที่อาจเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้สม่ำเสมอ พร้อมมุ่งสู่วิสัยทัศน์ 2025 อย่างมั่นคงและยั่งยืน

1. **สรรสร้างความสามารถ (Build)** สร้างความสามารถและโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ด้วยการต่อยอดจากพื้นฐานธุรกิจที่มีอยู่

2. **เสริมแกร่งความเป็นหนึ่ง (Strengthen)** เสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจหลัก เพื่อรักษาและก้าวไปสู่ความเป็นผู้นำธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มครบวงจรในภูมิภาคอาเซียน

3. **สุดพลังศักยภาพไทยเบฟ (Unlock)** นำศักยภาพของไทยเบฟที่มีอยู่มาก่อให้เกิดพลังสูงสุด







กลยุทธ์แคช ฮันต์ (Cash-Hunt)

ไทยเบฟดำเนินธุรกิจด้วยกลยุทธ์แคชฮันต์ ด้วยการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด การระดมความคิดและการดำเนินงานที่สอดประสานกันของหน่วยงานต่าง ๆ นำเทคโนโลยีด้านดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการควบคุมและลดต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ





นวัตกรรม/ดิจิทัล/เทคโนโลยี

ไทยเบฟมุ่งเน้นความปลอดภัยของผู้บริโภคสูงสุด โดยการส่งมอบอาหารที่ปลอดภัย มีคุณภาพแก่ลูกค้าของร้านอาหารในเครือกว่า 269 สาขา ยึดมาตรฐานตามแนวทางการปฏิบัติของกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด ด้วยมาตรการต่าง ๆ อาทิ

- **ปรับใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่เพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าและผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น**
  เช่น แอปพลิเคชัน BevFood ของร้านอาหารในเครือโออิชิที่ใช้เป็นทั้งบัตรสะสมแต้ม จองโต๊ะที่ร้าน แจกคูปองส่วนลด และแสดงโปรโมชั่นต่าง ๆ แอปพลิเคชัน HoReCa Connect ที่ให้ผู้บริโภคสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์และสินค้าอื่น ๆ ในเครือ เพื่อจัดส่งถึงบ้านของผู้บริโภคได้โดยตรง

- **บริการส่งอาหาร**
  พนักงานส่งอาหารต้องใส่หน้ากากตลอดเวลาขณะปฏิบัติงาน รักษาระยะห่างกับลูกค้าไม่น้อยกว่า 1 เมตร ล้างมือก่อนออกไปส่งสินค้า และทำความสะอาดมือด้วยแอลกอฮอล์ 70% ระหว่างปฏิบัติงานอยู่เสมอ พร้อมทั้งใช้อุปกรณ์ฆ่าเชื้อฉีดทำความสะอาดกล่องที่ใช้ส่งอาหาร แฮนด์รถจักรยานยนต์ หมวกกันน็อค และกุญแจรถทุกครั้งหลังจากการใช้งานเสร็จในแต่ละรอบการจัดส่ง



- **ปรับรูปแบบสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับวิถีใหม่**
  อาทิ การบริการส่งอาหารแบบเซตของชาบูชิ การผลิตน้ำจิ้มชาบูแบบบรรจุขวด และอื่น ๆ

- **ปรับรูปแบบให้บริการ**
  โดยในกลุ่มร้านที่เป็นบุฟเฟต์ เปลี่ยนเป็นการปรุงอาหารตามที่ลูกค้าสั่งและให้พนักงานเสิร์ฟ

- **คัดกรองสุขภาพพนักงานอย่างต่อเนื่อง**
  โดยส่งพนักงานที่อยู่หน้าร้านเข้ารับการตรวจเชื้อโควิด-19 ที่ศูนย์ตรวจวิเคราะห์ทางการแพทย์ นอกจากนั้นยังมีการตรวจวัดอุณหภูมิพนักงานก่อนเข้าปฏิบัติงานในร้าน และทำการล้างมือฆ่าเชื้อทุกครั้ง สวมถุงมือ สวมหน้ากาก และ Face Shield พร้อมทำความสะอาดมือด้วยแอลกอฮอล์ 70% ก่อนและหลังให้บริการทุกครั้ง

- **ปรับลดจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้านอาหาร**
  เพื่อตอบรับมาตรการผ่อนปรนกิจการของรัฐบาลในการระวังป้องกันการแพร่ระบาดของโรค ซึ่งเป็นการลดพื้นที่การให้บริการลงไปถึงร้อยละ 50 - 60

- **ลดการสัมผัสในการสั่งอาหาร**
  โดยพัฒนา “ระบบสั่งอาหารไร้สัมผัส” (QR Order) เป็นระบบการสั่งอาหารผ่านการสแกน QR Code โดยใช้โทรศัพท์ลูกค้าเพื่อแสดงสมาร์ทเมนู

- **รักษาความสะอาดภายในร้าน**
  เข้มงวดด้านความสะอาดของภาชนะและอุปกรณ์รับประทานอาหาร ไม่วางไว้ส่วนกลาง แต่ส่งหรือเสิร์ฟให้ลูกค้าโดยตรง หมั่นทำความสะอาดโต๊ะ เก้าอี้ เคาน์เตอร์ พื้น และจุดสัมผัสต่าง ๆ ด้วยสารฆ่าเชื้ออยู่เสมอ และก่อนปิดร้านมีการทำความสะอาดใหญ่ในทุกจุดอย่างละเอียดทั่วถึง พร้อมมีการกำจัดขยะอย่างถูกวิธี

วิถีใหม่ ในสำนักงาน



ประเมินความเสี่ยงโรคโควิด-19

- กรอกข้อมูลในแบบประเมินฯ 1 ครั้ง/สัปดาห์ (วันอาทิตย์-พุธ)
- ให้ข้อมูลตามความเป็นจริง หากพบข้อมูลเท็จ จะมีความผิดทางวินัย



สวมหน้ากากและวัดอุณหภูมิ

- สวมหน้ากากอนามัยทุกครั้งเมื่อออกจากบ้าน
- วัดอุณหภูมิทุกเช้า ต้องไม่เกิน 37.3 องศา
- หากมีไข้ ควรแจ้งหัวหน้างาน



ผ่านจุดคัดกรองก่อนเข้าสำนักงาน

- แสดงผลการประเมินฯ (สีเขียว) ทุกวัน แก่เจ้าหน้าที่
- กรณีไม่มีแอป Beverest Life ให้ติดต่อ HCBP



บันทึกอุณหภูมิติดสติกเกอร์

- กรอกข้อมูลอุณหภูมิประจำวัน
- ติดสติกเกอร์ประจำวัน
- ล้างมือฆ่าเชื้อด้วยแอลกอฮอล์



Digital Check-in

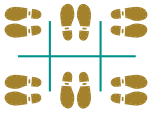
- ลงทะเบียนดิจิทัล วันละ 3 ครั้ง และ Check-In / เช้า-บ่าย Check-Out / เย็น

มาตรการลดเสี่ยงโรคโควิด 19



รถบริการพนักงาน

- ติดตั้งเครื่องฆ่าเชื้อโรคภายในรถ
- ควรสวมหน้ากากอนามัย
- ล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์



ลิฟต์โดยสารและพื้นที่ในอาคาร

- จัดระยะห่างไม่น้อยกว่า 1 เมตร
- จัดจุดวางเจลแอลกอฮอล์หน้าลิฟต์ทุกชั้น หรือจุดคัดกรอง



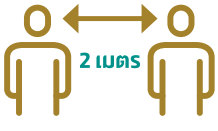
สแกน QR Code ทุกสถานที่

- Check-In / Out ทุกครั้ง เมื่อเข้า-ออกสำนักงาน
- สแกน QR Code ที่ติดตั้งในพื้นที่ต่าง ๆ เมื่อไปปฏิบัติงานระหว่างวัน



เว้นระยะห่างโต๊ะทำงาน

- จัดหาสถานที่นั่งปฏิบัติงานของพนักงาน โดยเว้นระยะห่างไม่น้อยกว่า 1 เมตร



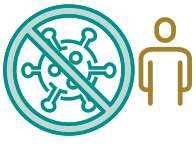
ห้องอาหาร

- จัดให้มีจุดคัดกรอง
- เว้นระยะห่างการยืนซื้อสินค้า
- ติดตั้งแผงกั้นบนโต๊ะอาหาร
- สแกน QR Code ชำระค่าอาหาร
- จัดให้มีจุดรับ-ส่ง อาหารสำหรับบุคคลภายนอก



เหลื่อมเวลาพักกลางวัน

- กำหนดเวลาพักรับประทานอาหารกลางวัน เพื่อลดความแออัด



ห้ามบุคคลภายนอกเข้าสำนักงาน

- กำหนดพื้นที่นั่งรอสำหรับบุคคลภายนอก
- กำหนดจุดรับ-ส่ง พัสดุ ไปรษณีย์ และสแกนฆ่าเชื้อด้วยเครื่อง UV ที่จุดคัดกรอง





GRI 102-11, GRI 102-15, GRI 102-17, GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3

การบริหารความเสี่ยง

ไทยเบฟบริหารความเสี่ยงทั้งในระบบบริหารและการปฏิบัติงาน ตามกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความยั่งยืน โดยการติดตาม ประเมิน และบริหารจัดการความไม่แน่นอนที่อาจเป็นความเสี่ยงทางธุรกิจที่สำคัญหรือโอกาสใหม่ ๆ สำหรับการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน สามารถป้องกันความเสี่ยง บรรเทาผลกระทบและปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อความท้าทายรวมถึงใช้ประโยชน์จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อบรรลุเป้าหมายการเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มในภูมิภาคอาเซียนอย่างมั่นคงและยั่งยืน

กลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงในภาวะวิกฤตของไทยเบฟ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่เกิดขึ้นตั้งแต่ปลายปี 2562 ซึ่งได้แพร่กระจายและทวีความรุนแรงไปหลายประเทศทั่วโลกรวมทั้งประเทศไทย ปัจจุบันวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ยังคงดำเนินต่อไปโดยไม่มีแนวโน้มจะยุติลงในเร็ว ๆ นี้ ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของผู้คน การทำงานขององค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงสร้างความเสียหายอย่างหนักต่อเศรษฐกิจโลก เนื่องจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจหลายภาคส่วนต้องเผชิญกับภาวะหยุดชะงัก ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทาน การหยุดกิจการ การเลิกจ้างงาน และกำลังซื้อที่หดหาย ไทยเบฟตระหนักว่าโรคระบาดเป็นวิกฤตการณ์ด้านสาธารณสุขที่ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อสุขภาพและการดำรงชีวิตในสังคมของผู้คน เช่น หากพนักงานได้รับเชื้อหรืออยู่ในภาวะเป็นบุคคลที่มีความเสี่ยงจะส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงาน ตลอดจนความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจและความเชื่อมั่นทางธุรกิจ ดังนั้น การบริหารความเสี่ยงด้านต่าง ๆ ที่เกิดจากวิกฤตโควิด-19 จึงมีความสำคัญต่อความอยู่รอดของธุรกิจ บริษัทได้เตรียมความพร้อมในการรับมือกับวิกฤตโควิด-19 รวมทั้งดำเนินการหลายด้านอย่างเต็มที่ เพื่อให้มั่นใจว่าวิกฤตโควิด-19 จะไม่ส่งผลกระทบต่อพนักงานตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องและต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท รวมถึงความมุ่งมั่นในการร่วมดูแลและสร้างสรรค์ประโยชน์แก่สังคม โดยแนวคิดและมาตรการของการบริหารความเสี่ยงของกลุ่มไทยเบฟในช่วงวิกฤตโควิด-19 มีดังนี้

1. มาตรการรับมือด้านการดำเนินธุรกิจที่ต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ของรัฐอย่างเคร่งครัด โดยเน้นการผลิตและขนส่งสินค้า รวมถึงการบริการที่จำเป็นต่อสังคม
2. มาตรการป้องกันและดูแลความปลอดภัยและความเป็นอยู่ของพนักงาน รวมถึงคู่ค้าและภาคีเครือข่าย
3. มาตรการให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ผ่านโครงการที่บริษัทเป็นผู้ริเริ่ม หรือร่วมมือกับหน่วยงานและเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ
4. มาตรการเตรียมความพร้อมในการช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมโดยเฉพาะการฟื้นฟูเศรษฐกิจในระดับฐานรากและชุมชน

จากการปฏิบัติตามมาตรการต่าง ๆ ที่กำหนดข้างต้น ทำให้บริษัทสามารถบริหารจัดการและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างรวดเร็วตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง รวมถึงดำเนินธุรกิจในช่วงภาวะวิกฤตได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่หยุดชะงัก

ผลของการบริหารความเสี่ยงภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอนหรือในช่วงภาวะวิกฤตได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ต้องมีกรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กรที่ชัดเจนและเป็นระบบ เป็นปัจจัยและรากฐานสำคัญ โดยกรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กรของไทยเบฟเป็นไปตามแนวทาง COSO Enterprise Risk Management 2017 (The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) มีองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

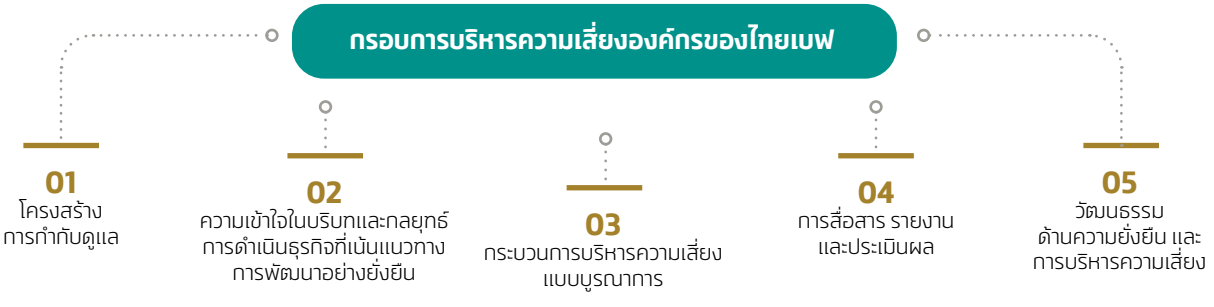
1. **โครงสร้างการกำกับดูแล**
   ตั้งแต่ระดับคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยง คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนทางธุรกิจ คณะกรรมการเฉพาะกิจที่คณะจัดการแต่งตั้งขึ้น คณะทำงานพัฒนาความยั่งยืนทางธุรกิจ คณะทำงานบริหารความเสี่ยงองค์กร และผู้ประสานงานความเสี่ยงของกลุ่มธุรกิจ

2. **ความเข้าใจในบริบทและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่เน้นแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน**
   ทุกหน่วยงานมีความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยวิเคราะห์ติดตามปัจจัยเสี่ยงและแนวโน้มสำคัญในอนาคตที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจหรือกลยุทธ์องค์กรอย่างต่อเนื่อง

3. **กระบวนการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ**
   ตั้งแต่ระดับองค์กร ระดับกลุ่มธุรกิจหรือกลุ่มธุรกิจจนถึงระดับปฏิบัติการ ในการรวบรวมข้อมูล การระบุและประเมินความเสี่ยงที่สำคัญ พร้อมกำหนดกลยุทธ์และแนวทางการจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ รวมถึงการสร้างโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจ ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์และสาระสำคัญด้านความยั่งยืนของไทยเบฟ

4. **การสื่อสาร รายงานและประเมินผล**
   ทุกหน่วยงานตั้งแต่ระดับสายงานและบริษัทย่อย ระดับสายธุรกิจหรือกลุ่มธุรกิจ และระดับองค์กร มีการสื่อสารและรายงานข้อมูลการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยงอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง อาทิ ความคืบหน้าโครงการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนหรือกิจกรรมบริหารความเสี่ยง ความเสี่ยงใหม่ที่อาจมีผลกระทบต่อไทยเบฟ ดัชนีชี้วัดความเสี่ยง (Risk Indicators) เป็นต้น

5. **วัฒนธรรมด้านความยั่งยืนและการบริหารความเสี่ยง**
   การปลูกฝังและส่งเสริมวัฒนธรรมด้านความยั่งยืนและการจัดการความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร ผ่านการฝึกอบรม วิธีการและกิจกรรมต่าง ๆ แก่ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับเพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญ รวมทั้งสร้างแรงจูงใจให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาความยั่งยืนและบริหารความเสี่ยงขององค์กร



แบ่งปันคุณค่า



ประสิทธิ์ โพวิไลกูล
กรรมการอิสระ
ประธานกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยง และประธานกรรมการตรวจสอบ
บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

วิกฤตโควิด-19 กับการบริหารความเสี่ยงของไทยเบฟ

การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เป็นปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญก่อให้เกิดความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของไทยเบฟ เช่น ความเสี่ยงด้านสุขภาพอนามัยของพนักงาน ความเสี่ยงด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ความเสี่ยงด้านการเงิน โดยเฉพาะความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง ความเสี่ยงด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร เช่น หากมีข่าวว่าพนักงานในกลุ่มไทยเบฟติดโรคโควิด-19 มีผู้มาติดต่องานหรือลูกค้าที่ติดเชื้อเข้ามายังพื้นที่โรงงาน อาคารสำนักงาน รวมถึงพื้นที่ขายสินค้าและให้บริการของไทยเบฟ หรือบุคคลเหล่านั้นติดเชื้อภายหลังมาใช้บริการ ทำให้ต้องปิดสำนักงาน โรงงานผลิต พื้นที่ขายสินค้าและให้บริการ รวมถึงอาจส่งผลต่อธุรกิจในระยะยาว สืบเนื่องจากความล่าช้าหรือการไม่สามารถปฏิบัติตามแผนธุรกิจสำคัญที่กำหนดไว้ในแต่ละช่วงเวลา เป็นต้น นอกจากนี้ สถานการณ์โควิด-19 ยังเป็นวิกฤตการณ์ที่มีความต่อเนื่องโดยไม่สามารถคาดการณ์ระยะเวลาที่จะสิ้นสุดได้ชัดเจน ทำให้การดำเนินธุรกิจไม่สามารถใช้กลยุทธ์หรือวิธีการปฏิบัติแบบเดิมได้ ไทยเบฟต้องนำแผนฉุกเฉิน (Contingency Plan) มาใช้เพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อป้องกันและบรรเทาผลกระทบในด้านต่าง ๆ ให้ได้มากที่สุด

ในเดือนมีนาคม 2563 ฝ่ายบริหารของไทยเบฟได้จัดตั้ง

- **“ศูนย์ปฏิบัติการพิเศษในสถานการณ์โรคโควิด-19 (COVID-19 ThaiBev Situation Room)”**
  เพื่อปฏิบัติหน้าที่ติดตามด้านความต่อเนื่องของธุรกิจตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การขนส่ง และการกระจายสินค้า โดยได้มีการสร้างฐานข้อมูลทั้งข้อมูลทางธุรกิจและข้อมูลพนักงาน การรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูลและข่าวสารที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอก เพื่อนำมาประเมิน ตัดสินใจและวางแผนตอบสนองสถานการณ์ในระยะสั้นและระยะยาว

- **“ศูนย์บริการพนักงานช่วงวิกฤตโรคโควิด-19 (COVID-19 Relief Center หรือ CRC)”**
  เพื่อเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูล สื่อสารข้อมูลที่จำเป็นและให้ความช่วยเหลือด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยแก่พนักงาน โดยเฉพาะบุคลากรในประเทศไทยจำนวนทั้งสิ้นกว่า 49,000* คน อาทิ มาตรการเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติงานในสถานการณ์โรคโควิด-19 การมอบอุปกรณ์ป้องกันและลดความเสี่ยงจากการติดโรคโควิด-19 ให้แก่พนักงานและครอบครัวของพนักงาน การซื้อประกันภัยคุ้มครองอุบัติเหตุและโรคโควิด-19 รวมทั้งการจัดให้มีสวัสดิการตรวจโรคโควิด-19 ให้แก่พนักงาน เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้นประมาณ 39.2 ล้านบาท

*ข้อมูล ณ เดือนมีนาคม 2563

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

ด้วยวิกฤตโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อทั้งธุรกิจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับสูง เพื่อกำหนดวิธีการบริหารความเสี่ยงให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ ไทยเบฟจึงได้ทบทวนสาระสำคัญด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนของไทยเบฟทั้งสามด้าน คือ สิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ รวมถึงความเสี่ยงด้านความยั่งยืนขององค์กรที่กำหนดไว้แล้วทั้งหมดใหม่ โดยแบ่งความเสี่ยงที่ทบทวนใหม่นี้ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. **ความเสี่ยงเดิมที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลง** อาทิ
   - ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับน้ำ
   - ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ถึงแม้ความเสี่ยงดังกล่าวจะไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับวิกฤตการณ์ บริษัทยังคงต้องคอยติดตามและวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของความเสี่ยงเป็นระยะ ตลอดจนยังคงดำเนินการตามมาตรการบริหารความเสี่ยงที่กำหนดไว้ก่อนวิกฤตโควิด-19

2. **ความเสี่ยงเดิมที่มีระดับความเสี่ยงเพิ่มขึ้น** อาทิ
   - ความเสี่ยงด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน เนื่องจากวิกฤตโควิด-19 ทำให้ผู้ผลิตต่าง ๆ หยุดดำเนินการ อาจทำให้ความเสี่ยงด้านต้นทุนวัตถุดิบเพิ่มขึ้นหรือวัตถุดิบอาจขาดแคลน หรือมีการจัดส่งล่าช้าจากการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทานหรือระบบขนส่งและกระจายสินค้า รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในช่วงล็อกดาวน์
   - ความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานจากการติดโรคโควิด-19
   - ความเสี่ยงด้านคุณภาพและมาตรฐานความปลอดภัยของสินค้าและบริการที่อาจมีการปนเปื้อนของโรคโควิด-19
   - ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบจากมาตรการของภาครัฐที่บังคับใช้เป็นการเฉพาะเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโรค
   - ความเสี่ยงด้านการเงิน โดยเฉพาะความเสี่ยงด้านสภาพคล่องและความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงทั้งหมดที่มีระดับความเสี่ยงเพิ่มขึ้นนี้อาจส่งผลกระทบต่อการผลิต การส่งมอบสินค้า และการบริการแก่ลูกค้า และอาจส่งผลกระทบต่อรายได้หรือยอดขาย รวมถึงกำไรและผลประกอบการ ทำให้บริษัทต้องติดตามการบริหารความเสี่ยงดังกล่าวอย่างใกล้ชิดเพื่อป้องกันและบรรเทาผลกระทบด้านต่าง ๆ ที่อาจทำให้ธุรกิจต้องหยุดชะงัก รวมถึงผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร

3. **ความเสี่ยงใหม่** อาทิ
   - ความเสี่ยงของธุรกิจร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า
   - ความเสี่ยงของธุรกิจร้านอาหารแบบนั่งรับประทานที่ร้าน โดยเฉพาะร้านอาหารในรูปแบบที่เน้นทั้งบรรยากาศหรูหราและบริการชั้นเยี่ยม (Fine Dining)
   - ความเสี่ยงของการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านช่องทางร้านอาหาร
   - ความเสี่ยงด้านภัยคุกคามทางไซเบอร์
   - ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ

ความเสี่ยงดังกล่าวเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบหรือวิถีการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ (New Normal) ที่แตกต่างจากอดีต และบริบททางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับวิกฤตโควิด-19 โดยตรง เช่น มาตรการล็อกดาวน์ด้วยการปิดร้านอาหารแบบนั่งรับประทานเพื่อลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 การเว้นระยะห่างทางสังคม (Physical Distancing) การหลีกเลี่ยงสถานที่แออัดหรือมีผู้คนรวมตัวอยู่กันจำนวนมาก การเกิดขึ้นของโรคโควิด-19 ยังเป็นตัวเร่ง (Catalyst) ให้ผู้คนใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อทำงานและใช้ชีวิตมากขึ้น เช่น สั่งอาหารและซื้อสินค้าออนไลน์ และชำระผ่านโทรศัพท์มือถือหรือระบบอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นเพื่อลดการสัมผัสเชื้อที่อาจติดมากับธนบัตรหรือเหรียญ โดยทั้งหมดมีผลกระทบอย่างชัดเจนต่อความต้องการใช้สินค้าหรือบริการ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Business Model) อย่างมีนัยสำคัญ

โอกาสในวิกฤตโควิด-19

แม้วิกฤตโควิด-19 ทำให้ธุรกิจส่วนใหญ่ต้องสูญเสียรายได้หรือหยุดชะงัก แต่ในอีกมุมหนึ่งก็เป็นโอกาสที่เร่งให้องค์กร รวมถึงไทยเบฟต้องปรับกลยุทธ์และการลงทุนโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมใหม่ในทุกกิจกรรมภายใต้ห่วงโซ่คุณค่าไทยเบฟ ตั้งแต่การจัดซื้อจัดหา การผลิต การกระจายสินค้า การตลาดและการขาย ตลอดจนการบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค เพื่อเปลี่ยนรูปแบบเป็นธุรกิจดิจิทัล (Digital Business) อย่างเต็มรูปแบบเร็วยิ่งขึ้น เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจด้านความสามารถในการแข่งขันใหม่เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตและทำให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์ใหม่ที่ดีกว่าการบริโภคสินค้าหรือการรับบริการแบบเดิม ซึ่งในช่วงโควิด-19 เป็นโอกาสให้กับธุรกิจและสินค้าบางประเภทมีอัตราการเติบโตสูงขึ้น ทั้งนี้การเติบโตของธุรกิจหรือสินค้ามีความแตกต่างกันตามระยะเวลาหรือวงจร (Cycle) ของการแพร่ระบาด เช่น

- ในระยะเริ่มต้นและระยะที่การแพร่ระบาดขยายวงกว้าง สินค้าที่เกี่ยวกับการดูแลสุขอนามัยและการรักษาสุขภาพ ความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคและอาหารเพิ่มขึ้นมากกว่าปกติ ผ่านช่องทางการบริการจัดส่งถึงที่ (Delivery) และซื้อขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ (E-Commerce)
- ในระยะที่การระบาดลดลงและควบคุมได้ ประชาชนเริ่มกลับมาใช้ชีวิตใกล้เคียงกับภาวะปกติ การเดินทางทั้งเพื่อท่องเที่ยวและธุรกิจเริ่มฟื้นตัว ความต้องการสินค้า/บริการที่จะกลับมาฟื้นตัวก่อนจะทยอยปรับเข้าสู่การจัดจำหน่ายสินค้าและบริการในภาวะปกติต่อไป

ธุรกิจไทยเบฟได้ปรับเปลี่ยนโมเดลธุรกิจและการให้บริการที่สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในแต่ละช่วง เช่น ในช่วงเริ่มต้นและการขยายตัวของการแพร่ระบาด ธุรกิจเครื่องดื่มเน้นการผลิตน้ำดื่มให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคในประเทศ เน้นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ธุรกิจอาหารใช้ระบบบริการสั่งอาหารออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน “BevFood” โดยร่วมมือกับพันธมิตรหลายรายที่เป็นธุรกิจสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันหรือฟู้ดแอกกริเกเตอร์ (Food Aggregator) เพื่อขยายการให้บริการสั่งและส่งอาหารให้ถึงมือลูกค้ามากขึ้น ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกจากการสั่งอาหารออนไลน์และการบริการจัดส่งถึงที่ ซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงของการแพร่ระบาดของโรค และคาดว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคในลักษณะนี้จะเติบโตและพัฒนาต่อไปในระยะยาว เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อยู่ในภาวะที่ควบคุมได้หรือสิ้นสุดลง ไทยเบฟยังคงมุ่งมั่นและให้ความสำคัญกับการพัฒนาและออกผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยเฉพาะเครื่องดื่มและอาหารเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง การประยุกต์และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งการสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจ เพื่อสร้างโอกาสและการเติบโตทางธุรกิจในอนาคตอย่างมั่นคงและยั่งยืน



ความเสี่ยงเดิมที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลง
- ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับน้ำ
- ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ความเสี่ยงใหม่
- ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์จากรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบเดิม เช่น ธุรกิจร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารแบบนั่งรับประทานที่ร้าน การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านช่องทางร้านอาหาร
- ความเสี่ยงด้านภัยคุกคามทางไซเบอร์
- ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ

ความเสี่ยงเดิมที่มีระดับความเสี่ยงเพิ่มขึ้น
- ความเสี่ยงด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน
- ความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน
- ความเสี่ยงด้านคุณภาพและมาตรฐานความปลอดภัยของสินค้าและบริการ
- ความเสี่ยงด้านการเงิน (ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องและด้านการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย)
- ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ

ผลกระทบต่อไทยเบฟ
- สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน
- รายได้/ยอดขาย/ผลประกอบการที่ลดลง
- ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ
- การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค
- ความปลอดภัยของข้อมูล
- ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร
- รูปแบบการดำเนินธุรกิจที่ล้าสมัย ขาดประสิทธิภาพ

โอกาสในวิกฤตโควิด-19
- ปรับเปลี่ยนโมเดลธุรกิจและการให้บริการที่สอดคล้องกับสถานการณ์
- การลงทุนและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบอัตโนมัติเพื่อลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เพื่อความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการดำเนินงานและให้บริการลูกค้า
- การลงทุนในนวัตกรรมใหม่เพื่อโอกาสเป็นผู้นำทางธุรกิจและการตลาด
- สร้างรูปแบบโมเดลทางธุรกิจหรือโมเดลการหารายได้ใหม่ ๆ



GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 418-1

ความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางด้านไซเบอร์

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่เติบโตอย่างรวดเร็ว สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และครอบคลุมทุกอุปกรณ์สื่อสารมีความสำคัญต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก แต่ขณะเดียวกันการจารกรรมข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ทวีความรุนแรงมากขึ้น จนกลายเป็นภัยคุกคามทางไซเบอร์ ไทยเบฟคำนึงถึงความปลอดภัยของข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด รวมถึงข้อมูลของผู้บริโภค ลูกค้า พนักงาน ผู้ผลิตวัตถุดิบ และภาคส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม จึงจำเป็นต้องมีกลไกสำหรับการบริหารจัดการความเสี่ยงทางด้านไซเบอร์ เพื่อป้องกันการเข้าถึงข้อมูลซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายทางธุรกิจ การทำงานหรือการบริการต่อลูกค้าและผู้บริโภคที่หยุดชะงัก หรือเกิดการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล ส่งผลให้มีความเสี่ยงในด้านชื่อเสียงขององค์กร การต้องจ่ายค่าปรับ รวมถึงการสูญเสียรายได้เนื่องจากการสูญเสียลูกค้า ดังนั้น การยกระดับความมั่นคงปลอดภัยในข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร รวมถึงการวางแผนรับมือสำหรับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น เป็นสิ่งที่จำเป็นเป็นอย่างยิ่งต่อไทยเบฟ





ไทยเบฟได้รับการรับรองมาตรฐานระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสำหรับเทคโนโลยีสารสนเทศ ISO/IEC 27001:2013 ลงวันที่ 28 กันยายน 2563 และมีแผนจะขยายขอบเขตให้ครอบคลุมทั้งระบบต่อไป

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านไซเบอร์

ไทยเบฟมีแนวทางการจัดการและการบริหารความเสี่ยงในเรื่องความปลอดภัยทางด้านข้อมูลทางไซเบอร์และด้านอื่น ๆ ตามมาตรฐานของ ISO27001 และ NIST Cybersecurity Framework ซึ่งเป็นกรอบการทำงานด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์เพื่อช่วยให้องค์กรสามารถวางแผนป้องกัน ตรวจจับ และตอบสนองต่อภัยคุกคามได้อย่างรวดเร็วและเป็นระบบตามมาตรฐานสากล โดยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนสำคัญ คือ

5 ขั้นตอนจัดการและบริหารความเสี่ยงด้านไซเบอร์

1. **การประเมิน (Identify)**
   ระบุความเสี่ยงเพื่อกำหนดขอบเขตและวิธีการในการประเมินความเสี่ยงด้านไซเบอร์
2. **การป้องกัน (Protect)**
   วางมาตรฐานควบคุมและป้องกันความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบงาน
3. **การตรวจ (Detect)**
   ตรวจจับ วิเคราะห์ ติดตาม และแจ้งเตือนสถานการณ์ผิดปกติทางไซเบอร์
4. **การตอบสนอง (Respond)**
   กำหนดแนวทางในการบริหารจัดการเพื่อตอบสนองและรับมือกับความเสี่ยงได้อย่างทันการณ์
5. **การฟื้นฟู (Recovery)**
   กำหนดมาตรการในการฟื้นฟูความเสียหายเพื่อให้ธุรกิจดำเนินได้อย่างต่อเนื่อง

คณะกรรมการและผู้บริหารของไทยเบฟได้กำหนดกลยุทธ์ความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ รวมถึงความปลอดภัยทางไซเบอร์และกระบวนการทั้งหมดให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่บริษัทจดทะเบียนพึงปฏิบัติ เพื่อให้แน่ใจว่ากลยุทธ์และแผนทางธุรกิจจะต้องครอบคลุมถึงเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลขององค์กร โดยมีโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการที่เป็นไปตามมาตรฐาน

นอกจากนี้ยังมีคณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยงทำหน้าที่เป็นผู้กำกับดูแลเพื่อเตรียมความพร้อมที่จะรับมือกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในด้านความปลอดภัยของสารสนเทศและไซเบอร์ ซึ่งเป็นหนึ่งในความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นของไทยเบฟ พร้อมกับจัดตั้งคณะกรรมการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อรับรองและให้มั่นใจได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทจะสามารถจัดการกับความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ และลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับองค์กรและโอกาสทางธุรกิจ

นโยบายความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ไทยเบฟมีนโยบายด้านความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มุ่งเน้นการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลที่ไม่ได้หมายรวมเฉพาะความปลอดภัยทางด้านไซเบอร์เท่านั้น แต่ยังหมายรวมไปถึงความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอื่น ๆ ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยทางด้านไซเบอร์อีกด้วย โดยมีกฎ ระเบียบและแนวทางปฏิบัติในการปกป้องทรัพย์สินด้านระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงทรัพยากรต่าง ๆ ของไทยเบฟ จากการเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาต พร้อมทั้งกำหนดทิศทางของนโยบายฯ ขององค์กรที่ชัดเจน รวมถึงการจัดวางโครงสร้างองค์กร และการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรให้สอดคล้องกับนโยบายความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ

หลักปฏิบัติในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล

ไทยเบฟปฏิบัติตามหลักกฎหมายในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลโดยมีมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลตาม พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลฯ รวมถึงการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ตาม พระราชบัญญัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ. 2562 โดยบริษัทได้ออกเอกสารหลักปฏิบัติในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลในไทยเบฟ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริหารและพนักงานทราบถึงสิ่งที่พึงปฏิบัติอย่างเคร่งครัด

ระบบรับข้อร้องเรียนด้านความปลอดภัยของเทคโนโลยีสารสนเทศของไทยเบฟ

ไทยเบฟมีระบบจัดการในการสื่อสารและรับข้อร้องเรียนด้านความปลอดภัยของเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยพนักงานสามารถใช้ช่องทางการโทรศัพท์หรืออีเมลไปยังผู้รับเรื่องได้ตลอด 24 ชม. โดยใช้อีเมล ITSecurity@thaibev.com

ขั้นตอนการแก้ปัญหาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ



แบ่งปันคุณค่า



ไทยเบฟให้ความสำคัญในเรื่องการกำกับดูแลความปลอดภัยข้อมูลสารสนเทศขององค์กร โดยถือว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องที่สำคัญขององค์กร และถูกจัดเป็นหนึ่งในวาระการประชุมของผู้บริหาร เช่น การประชุมคณะกรรมการบริษัท และการประชุมคณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยง โดยบริษัทมีคณะกรรมการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทำหน้าที่กำหนดกลยุทธ์ เป้าหมายและการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร นอกจากนี้ยังมีคณะทำงานที่ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อรับผิดชอบงานในด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล อันประกอบด้วยทีมงานจากสำนักต่าง ๆ ในองค์กร เช่น สำนักกฎหมาย สำนักทรัพยากรบุคคล เป็นต้น เพื่อศึกษารายละเอียดพร้อมทั้งวางแนวทางการดำเนินงานและหลักปฏิบัติในด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลให้ครอบคลุมและปลอดภัย รวมถึงจัดอบรมให้ความรู้ ความเข้าใจแก่พนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง

นันทิกา นิลวรสกุล
ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

ผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัยของเทคโนโลยีสารสนเทศ

เดือน-ปี	ตารางแสดงความสามารถในการป้องกันไวรัสคอมพิวเตอร์ในระบบขององค์กร ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563				
	จำนวนครั้งของการโจมตีจากไวรัสคอมพิวเตอร์	ความสามารถในการป้องกันไวรัสคอมพิวเตอร์จากระบบ	จำนวนครั้งของการติดไวรัสคอมพิวเตอร์ในระบบ	จำนวนครั้งที่สามารถกำจัดไวรัสคอมพิวเตอร์จากระบบ	ความเสียหายจากไวรัสคอมพิวเตอร์ (บาท)
ตุลาคม 2562	1,541	1,541	0	0	0
พฤศจิกายน 2562	24,245	24,245	0	0	0
ธันวาคม 2562	4,443	4,443	0	0	0
มกราคม 2563	1,998	1,998	0	0	0
กุมภาพันธ์ 2563	1,168	1,168	0	0	0
มีนาคม 2563*	587	587	0	0	0
เมษายน 2563	234	233	1	1	0
พฤษภาคม 2563	125	121	4	4	0
มิถุนายน 2563	291	291	0	0	0
กรกฎาคม 2563	495	495	0	0	0
สิงหาคม 2563	510	510	0	0	0
กันยายน 2563	435	435	0	0	0

*เนื่องจากไทยเบฟเล็งเห็นความสำคัญของการป้องกันความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลกับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันเป็นอย่างมาก ไทยเบฟจึงปรับปรุงและกำหนดแนวทางในการป้องกันภัยในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยการติดตั้งระบบการป้องกันไวรัสคอมพิวเตอร์ที่มีประสิทธิภาพสูง จัดระบบการตรวจสอบและการเฝ้าระวังเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ และมีการติดตามแก้ไขปัญหากับอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด รวมถึงการปรับปรุงเวอร์ชั่นของระบบป้องกันไวรัสคอมพิวเตอร์ให้เป็นปัจจุบันและการกำหนดมาตรฐานข้อปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กรที่รัดกุมเพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ส่งผลให้ค่าเฉลี่ยของจำนวนการถูกโจมตีจากไวรัสคอมพิวเตอร์ของระบบขององค์กรลดลงอย่างมีนัยสำคัญ คือ ลดลงกว่าร้อยละ 70 ตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา

สามารถป้องกันไวรัสคอมพิวเตอร์เพิ่มมากขึ้นกว่า **70%**



เป้าหมายปี 2564



- ป้องกันการละเมิดข้อมูลได้ **100%**



- ป้องกันข้อมูลลูกค้าจากการใช้ในทางที่ผิดได้ **100%**





GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 201-2, GRI 301-2, GRI 301-3, GRI 302-1, GRI 302-3, GRI 302-4, GRI 302-5, GRI 303-1, GRI 303-3, GRI 303-4, GRI 303-5, GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-4, GRI 306-2, GRI 308-1, GRI 414-4

ใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อม

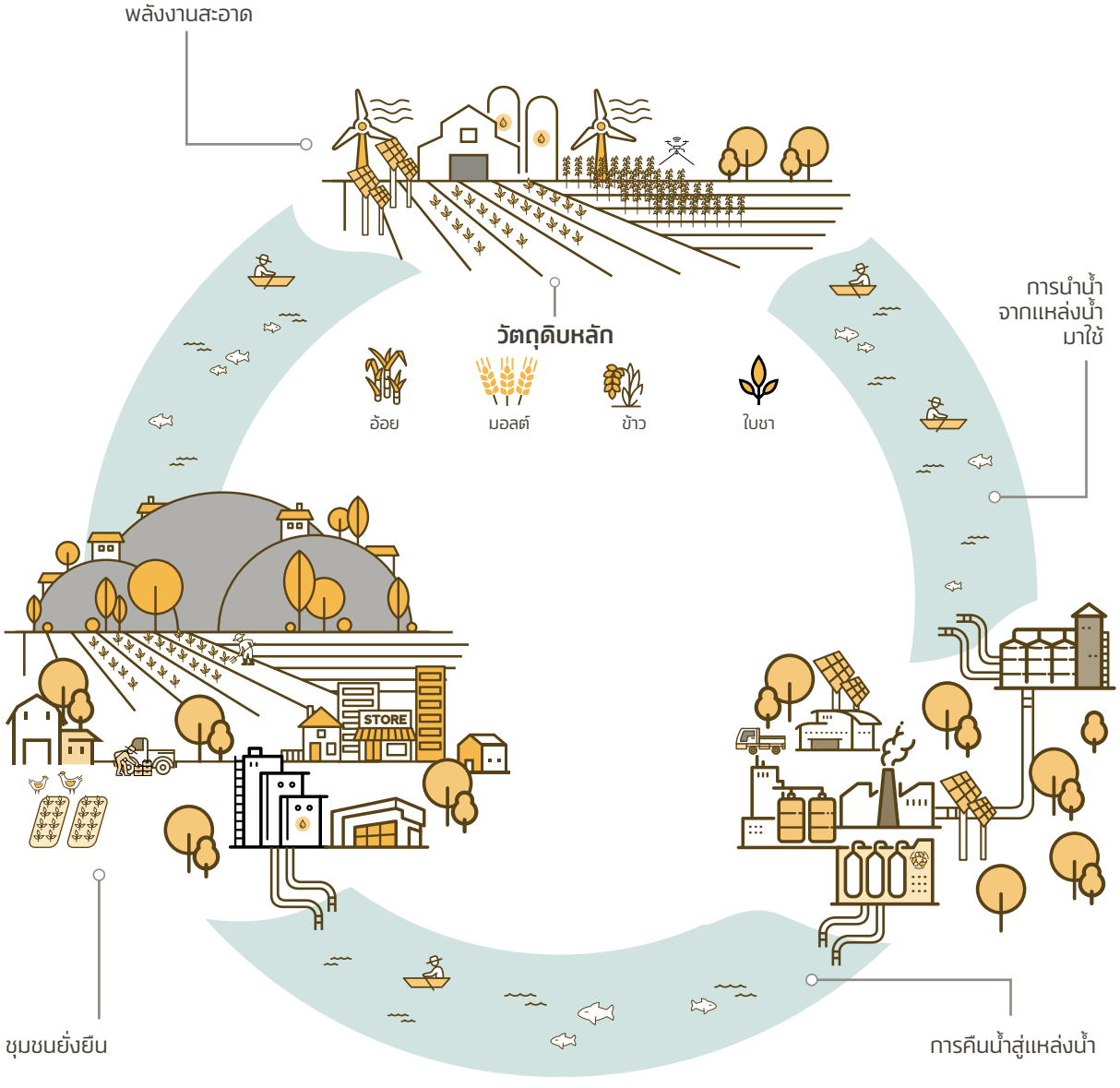
ไทยเบฟตระหนักดีว่าการปกป้องคุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาความยั่งยืน ไทยเบฟจึงมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนและสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อประยุกต์ใช้ในการจัดการพลังงาน น้ำ ตลอดจนวัสดุบรรจุภัณฑ์และของเสีย เพื่อลดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ไทยเบฟมุ่งมั่นในการพัฒนาความยั่งยืนอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า โดยนำเทคโนโลยีใหม่มาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพ สร้างความเป็นเลิศทางการปฏิบัติงาน บริหารความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในการส่งเสริมคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม

การจัดการดูแลผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม 52
การจัดการด้านสภาพภูมิอากาศ 54
การจัดการด้านพลังงาน 60
การพิทักษ์และฟื้นฟูแหล่งน้ำ 66
การบริหารจัดการของเสีย บรรจุภัณฑ์ และเศรษฐกิจหมุนเวียน 74

การจัดการดูแล ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

ไทยเบฟกำหนดเป้าหมายด้านการพัฒนาความยั่งยืนที่ครอบคลุมประเด็นสำคัญ เพื่อลดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยไทยเบฟให้ความสำคัญกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจ การลดปริมาณการใช้น้ำในกระบวนการผลิต การลดการใช้ทรัพยากรใหม่ผ่านการนำกลับมาใช้ซ้ำหรือกลับมาใช้ใหม่



ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมและการจัดการดูแลผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

ไทยเบฟกำหนดนโยบายการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม และนโยบายด้านการพัฒนาความยั่งยืน เพื่อลดผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมเพื่อผลประโยชน์ของคนรุ่นปัจจุบันและอนาคต นโยบายเหล่านี้เป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับพนักงานในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมภายใต้กฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรฐานทั้งภายในและระหว่างประเทศ เช่น ISO 14001 และ ISO 50001

นอกจากนี้ ไทยเบฟสนับสนุนความตกลงปารีส ภายใต้กรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทางรัฐบาลไทยได้เข้าร่วม และตั้งเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก



GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 201-2, GRI 305-1 , GRI 305-2 , GRI 305-4

การจัดการด้านสภาพภูมิอากาศ

การลดความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและควบคุมให้อุณหภูมิเฉลี่ยของโลกเพิ่มขึ้นไม่เกิน 1.5 องศาเซลเซียส ในแต่ละวันเป็นไปได้ยากขึ้น ไทยเบฟรับรู้และเข้าใจถึงปัญหาและผลกระทบต่าง ๆ ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมาโดยตลอด นอกจากนี้ยังเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความสนใจ ไทยเบฟจึงกำหนดแผนการจัดการด้านสภาพภูมิอากาศอย่างต่อเนื่อง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และช่วยพัฒนาความยั่งยืนให้กับการดำเนินธุรกิจขององค์กรและความเป็นอยู่ของชุมชนรอบโรงงาน



กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

- เพื่อมีส่วนร่วมในการควบคุมให้อุณหภูมิเฉลี่ยของโลกเพิ่มขึ้นไม่เกิน 1.5 องศาเซลเซียส ไทยเบฟได้ตั้งเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามหลักวิทยาศาสตร์อย่างน้อยร้อยละ 2.5 ต่อปี ซึ่งเป็นเป้าหมายที่มุ่งมั่นมากกว่าที่ประเทศไทยกำหนดในการลดก๊าซเรือนกระจกตามความตกลงปารีส ไทยเบฟได้ทำการวิเคราะห์สถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเทียบกับข้อเสนอการมีส่วนร่วมที่ประเทศไทยกำหนดในการลดก๊าซเรือนกระจก (Nationally Determined Contributions: NDCs) และเป้าหมายการลดอุณหภูมิโลกลงไม่น้อยกว่า 2 องศา (2DS) เพื่อลดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลง (Transition Risks) และระบุโอกาสที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การวิเคราะห์สถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้น ทำให้ไทยเบฟสามารถจำลองความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลง (Transition Risks) และความเสี่ยงทางกายภาพ (Physical Risks) อันเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศแล้วนำมาพัฒนาเป็นแผนบริหารความเสี่ยงและมาตรการลดความเสี่ยงที่เหมาะสม

- ไทยเบฟจัดให้มีการสัมมนาเกี่ยวกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและกลยุทธ์ในการจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยมีผู้บริหารจากทุกหน่วยธุรกิจเข้าร่วมการสัมมนาเพื่อระดมความคิดช่วยกันกำหนดกลยุทธ์สามเสาหลักด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของไทยเบฟ ประกอบด้วย การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการบริหารจัดการชุมชน นอกจากนี้ ไทยเบฟยังจัดให้มีการอบรมด้านการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures - TCFD) ให้กับผู้บริหารและหน่วยปฏิบัติงานด้านความยั่งยืนเพื่อสร้างความเข้าใจถึงข้อกำหนดและกระบวนการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (TCFD) เพื่อให้นำข้อมูลไปพัฒนาเป็นแผนงานสำหรับธุรกิจต่าง ๆ ให้ปฏิบัติตาม เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและทำการเปิดเผยข้อมูลต่อนักลงทุนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย



กลยุทธ์สามเสาหลักด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของไทยเบฟ

- ในการจัดการด้านพลังงาน ไทยเบฟได้พัฒนาโครงการทวนสอบการใช้พลังงานขององค์กร (Energy Audit) เพื่อประเมินการใช้พลังงานของแต่ละกิจกรรมที่เกิดขึ้นในองค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน นอกจากนี้ ไทยเบฟยังใช้พลังงานทดแทนอย่างต่อเนื่องด้วยการสนับสนุนโครงการผลิตไฟฟ้าจากแผงพลังงานเซลล์แสงอาทิตย์ (Solar Rooftop Project) เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าให้กับโรงงานในประเทศรวม 22 แห่ง และโรงงานประเทศเมียนมา 1 แห่ง โดยการติดตั้งจะแล้วเสร็จในปี 2564 รวมกำลังการผลิตทั้งสิ้น 20 เมกะวัตต์ (MWp) สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 12,800 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tCO_2e) ต่อปี ขณะเดียวกันไทยเบฟได้ลงทุนก่อสร้างโรงงานผลิตเชื้อเพลิงชีวภาพ (Biogas) เพิ่มเติมอีก 2 แห่งที่โรงงานสุราจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดหนองคาย จากเดิมที่มีอยู่แล้ว 5 แห่ง โดยคาดว่าจะเสร็จสิ้นในปี 2564 ทั้งนี้ เชื้อเพลิงชีวภาพเป็นผลิตภัณฑ์ผลพลอยได้จากกระบวนการกลั่นสุรา ซึ่งสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 76,000 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี นอกจากนี้ยังมีอีก 3 โครงการ ซึ่งอยู่ในระหว่างการศึกษาความเป็นไปได้และคาดว่าจะเริ่มดำเนินการในปี 2564

- ไทยเบฟได้จัดกิจกรรมด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงทางกายภาพที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้กับโรงงานต่าง ๆ เช่น การประเมินความยั่งยืนของน้ำและการประเมินความเสี่ยงจากภัยพิบัติธรรมชาติ ไทยเบฟริเริ่มโครงการประเมินความยั่งยืนของน้ำผิวดินและน้ำใต้ดินของสถานที่ตั้งโรงงาน เพื่อประเมินความเสี่ยงด้านน้ำในเชิงลึกทั้งในปัจจุบันและที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต โดยครอบคลุมด้านต่าง ๆ เช่น ความพอเพียงของน้ำ คุณภาพน้ำ การเปลี่ยนแปลงข้อบังคับ และทัศนคติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งโครงการนี้เริ่มต้นที่โรงงานสองแห่งในปี 2561 และอีก 5 แห่งในปี 2562 - 2563 และจะขยายผลไปยังโรงงานอื่นจนครบ 34 แห่งในประเทศไทยภายในปี 2566 และในต่างประเทศในปี 2567

- เพื่อขยายขอบเขตการจัดการดูแลผลกระทบทางธุรกิจที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศไปสู่ภายนอกองค์กร ไทยเบฟจึงได้เริ่มมีส่วนร่วมกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรจากสิ่งแวดล้อมและลดขอบเขตการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของไทยเบฟในประเภทที่ 3 (การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ) บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ เอ็นเนอร์ยี่ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในกลุ่มไทยเบฟที่มีภารกิจหลักคือผลิตพลังงานทดแทน ร่วมกับบริษัท เอฟแอนด์เอ็น แดรี่ส์ (ประเทศไทย) จำกัด ติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาโรงงานที่โรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของเอฟแอนด์เอ็น แดรี่ส์ (ประเทศไทย) ในประเภทที่ 2 (การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน) และลดให้กับไทยเบฟในประเภทที่ 3 (การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ) โดยโครงการนี้เสร็จสมบูรณ์ในเดือนเมษายน 2563 และจะลดก๊าซเรือนกระจกได้ถึง 789 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tCO_2e) ต่อปี





- ไทยเบฟมีมาตรการในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกประเภทที่ 3 คือ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ ได้แก่การเชิญคู่ค้าเข้าร่วมโครงการรางวัลความร่วมมือด้านความยั่งยืนในการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกประเภทผลิตภัณฑ์หรือบริการที่องค์กรจัดหา การซื้อบรรจุภัณฑ์ใช้แล้วและการนำมาใช้ใหม่ร่วมกับคู่ค้าเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกช่วงหลังใช้งาน และการเดินทางเพื่อการทำงานของพนักงานด้วยรถบริการ ทั้งนี้ ไทยเบฟวางแผนสำหรับอนาคตเพื่อต่อยอดความสำเร็จในการทำงานร่วมกันกับคู่ค้า เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมต่าง ๆ เพิ่มเติม



ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

- จากการรวมบริษัทในกลุ่มต่างประเทศไว้ในรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนของไทยเบฟเป็นครั้งแรก ไทยเบฟได้ทำการประเมินเป้าหมายในการลดก๊าซเรือนกระจกอีกครั้งเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายตามความตกลงปารีสโดยมุ่งมั่นที่จะรักษาอุณหภูมิเฉลี่ยโลกให้ต่ำกว่า 1.5 องศาเซลเซียส ขณะนี้ไทยเบฟได้ตั้งเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามหลักวิทยาศาสตร์อย่างน้อยร้อยละ 2.5 ต่อปี

- ไทยเบฟร่วมมือกับคู่ค้าเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคาร์บอนต่ำด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าว นอกจากนี้ ไทยเบฟยังได้รับการรับรองขึ้นทะเบียนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) โดยเข้าร่วมโครงการลดคาร์บอนฟุตพรินต์ของผลิตภัณฑ์ (CFR) ซึ่งมีการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไม่น้อยกว่าร้อยละ 2 เมื่อเทียบกับปีฐาน ตามที่กำหนดโดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก โครงการลดคาร์บอนฟุตพรินต์ของผลิตภัณฑ์ (CFR) ช่วยให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการหลีกเลี่ยงการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยซื้อผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ

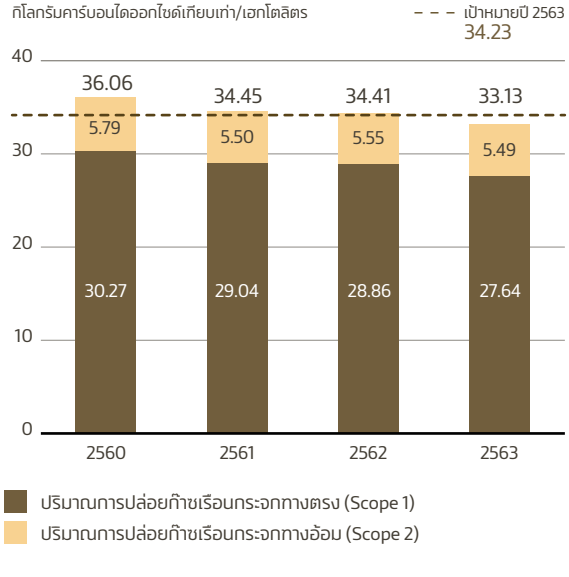
- ไทยเบฟยึดมั่นในหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนในการบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์เพื่อลดผลกระทบที่เกิดจากปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้นทั้งบนพื้นดินและในมหาสมุทร ทั้งนี้ ไทยเบฟมีความตั้งใจที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยลดการใช้บรรจุภัณฑ์ การใช้ขวดซ้ำ และการจัดเก็บบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค ทั้งนี้ เพื่อดำเนินตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ไทยเบฟได้ริเริ่มโครงการลดการใช้บรรจุภัณฑ์ โดยการนำขวดแก้วกลับมาใช้ใหม่และการซื้อกลับเศษแก้ว ขวด PET กระดาษ ลังกระดาษ และกระป๋องอะลูมิเนียม ซึ่งในปี 2563 ไทยเบฟลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึง 39,436 ตันก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า โดยในปีนี้มีเป้าหมายร้อยละ 80 ของขวดแก้วซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์หลักที่ใช้ในการบรรจุเครื่องดื่มสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ นำกลับมาใช้ใหม่ และ/หรือเก็บกลับคืนได้

17 บริษัท
ได้รับเครื่องหมาย
คาร์บอนฟุตพรินต์ขององค์กร

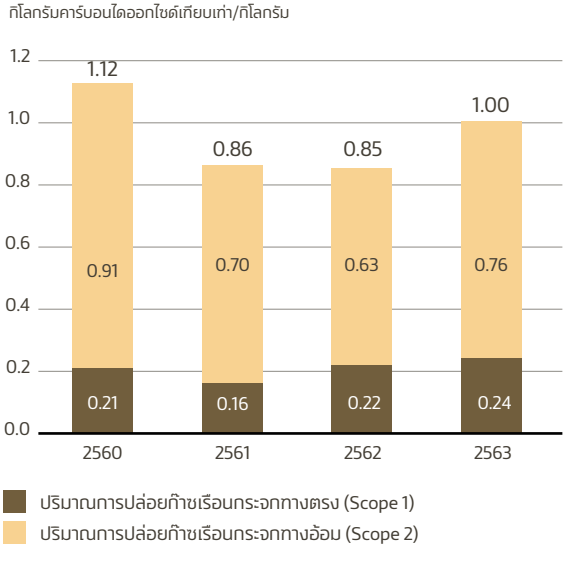
105 ผลิตภัณฑ์
ได้รับเครื่องหมาย
คาร์บอนฟุตพรินต์ของผลิตภัณฑ์

19 ผลิตภัณฑ์
ได้รับฉลาก
ลดคาร์บอนฟุตพรินต์

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทางตรง (Scope 1) ทางอ้อม (Scope 2) และทั้งหมด ตั้งแต่ ปี 2560 ถึง 2563 (ธุรกิจเครื่องดื่ม)



ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทางตรง (Scope 1) ทางอ้อม (Scope 2) และทั้งหมด ตั้งแต่ ปี 2560 ถึง 2563 (ธุรกิจอาหาร)



หมายเหตุ :
- แสดงปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย
- ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดของธุรกิจเครื่องดื่ม (รวมต่างประเทศ) ในปี 2563 คือ 33.48 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า/เฮกโตลิตร
- เป้าหมายปี 2563 ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 10% เมื่อเทียบกับปีฐาน 2557

แบ่งปันคุณค่า

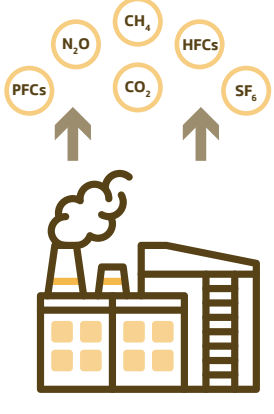
บริษัทอุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย ใช้เศษแก้วในกระบวนการผลิตตั้งแต่ปี 2494 บริษัทจับมือร่วมกับไทยเบฟเมื่อปี 2559 โดยทำงานร่วมกันในฐานะคู่ค้าและลูกค้า ด้วยธุรกิจของไทยเบฟที่มีอยู่ทั่วประเทศไทย ทำให้ทั้งสองบริษัทผนึกกำลังร่วมกันในการจัดหาวัตถุดิบจากเศษแก้วซึ่งเป็นผลดีกับทั้งสององค์กร การร่วมมือกันครั้งนี้ทำให้มีเศษแก้วมากกว่า 334,000 ตัน นำกลับมาใช้ใหม่หรือเทียบเท่ากับร้อยละ 18 ของเศษแก้วที่นำกลับมาใช้ใหม่ในแต่ละปีของบริษัทอุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย โดยบริษัทของเราสามารถใช้เศษแก้วถึงร้อยละ 50 ในขั้นตอนการหลอม ซึ่งเทียบกับร้อยละ 25 ของจำนวนที่ใช้ทั่วไปในโรงงานในยุโรป การใช้เศษแก้วช่วยลดการใช้พลังงานในขั้นตอนการหลอมละลายและลดปริมาณของเสียที่ต้องนำไปฝังกลบ แก้วที่ผลิตจากเศษแก้วไม่ได้ลดความแข็งแกร่งหรือคุณสมบัติอื่น ๆ นับว่าเป็นขั้นตอนการหมุนเวียนอย่างแท้จริง ในกระบวนการผลิตสามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ใช้ในกระบวนการผลิตได้ถึง 0.24 ตันก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อขวดต่อเศษแก้วหนึ่งกิโลกรัม ในด้านความยั่งยืนบริษัทอุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทยได้ตระหนักถึงประโยชน์ทางเศรษฐกิจ เช่น ราคาของวัตถุดิบที่ลดลงและการจัดหาวัตถุดิบในห่วงโซ่อุปทานมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในทางสังคมเราเห็นโอกาสในการสร้างรายได้เสริมให้กับชุมชน โดยเก็บและขายเศษแก้วให้กับไทยเบฟหรือบริษัทอุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย เรายังจัดการรณรงค์และให้ข้อมูลความรู้เพื่อสร้างความเข้าใจถึงโอกาสและประโยชน์ให้กับสังคมโดยการนำแก้วกลับมาใช้ใหม่ ในฐานะคู่ค้าของไทยเบฟ เรายังร่วมมือกันในการริเริ่มโครงการต่าง ๆ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ขวดแก้วน้ำหนักเบา การลดน้ำหนักขวดเป็นการลดคาร์บอนฟุตพรินต์ในผลิตภัณฑ์ของไทยเบฟ เนื่องจากขวดน้ำหนักเบาช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งในกระบวนการผลิตและการขนส่ง



วิเชียร รุ่งวัฒนะกิจ
ผู้จัดการใหญ่ ธุรกิจสินค้าบรรจุภัณฑ์และวิศวกรรม
บริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน)

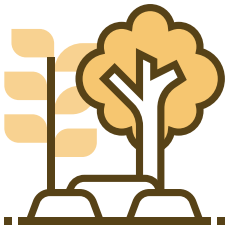
ทิศทางการดำเนินงาน

- ในปี 2563 ไทยเบฟสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในประเทศและต่างประเทศทั้งทางตรง (ประเภทที่ 1) และทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (ประเภทที่ 2) ได้ ร้อยละ 4.6 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา เกินจากเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกตามหลักวิทยาศาสตร์ที่ตั้งไว้ ร้อยละ 2.5 ต่อปี
- ปัจจุบันไทยเบฟได้ตั้งเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรงและทางอ้อมตามหลักวิทยาศาสตร์อย่างน้อยร้อยละ 2.5 ต่อปี ซึ่งรวมถึงกลุ่มบริษัทในต่างประเทศด้วย
- ไทยเบฟทำการประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (ประเภทที่ 3) ให้เป็นไปตามเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามหลักวิทยาศาสตร์ในอนาคต
- ไทยเบฟจัดทำโครงการหลายอย่างเพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวมของบริษัท โดยมีแผนเปิดตัวโครงการก๊าซชีวภาพใหม่และโครงการหลังคาพลังงานแสงอาทิตย์ ระยะ 1 ถึง 4 เพื่อช่วยเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนของไทยเบฟ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงที่นำไปสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ



ไทยเบฟได้ตั้งเป้าหมายการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
ให้สอดคล้องกับข้อเสนอที่ประเทศไทยกำหนดตามความตกลงปารีส
เพื่อลดความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
ทางตรง (Scope 1) และทางอ้อม (Scope 2) ในทุกธุรกิจลง

15% **ภายในปี 2568**
เปรียบเทียบกับฐานปี 2562





GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 302-1, GRI 302-3, GRI 302-4, GRI 302-5

การจัดการด้านพลังงาน

ไทยเบฟตระหนักถึงปัญหาสภาวะโลกร้อนที่เกิดจากก๊าซเรือนกระจกที่เพิ่มขึ้น และทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด ไทยเบฟจึงนำเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนากระบวนการผลิตและปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มการใช้พลังงานทางเลือกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และพัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทั้งนี้เพื่อให้การบริหารจัดการด้านพลังงานเกิดประโยชน์สูงสุด



การใช้พลังงานภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ (Energy Efficiency)

โครงการประเมินการใช้พลังงาน

ไทยเบฟจัดทำโครงการประเมินการใช้พลังงานกับทุกกลุ่มธุรกิจ เพื่อหาความเป็นไปได้ที่จะลดการใช้พลังงานผ่านการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่เหมาะสมหรือใช้พลังงานทดแทนอื่น ๆ โดยแต่งตั้งคณะทำงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านการจัดการพลังงานในแต่ละกลุ่มธุรกิจ เพื่อประเมินการใช้พลังงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกน้อยที่สุด

โครงการติดตั้งหม้อไอน้ำแบบไหลทางเดียว (Once Through Boiler)

กลุ่มธุรกิจสุราและเบียร์ติดตั้งหม้อไอน้ำแบบไหลทางเดียว (Once Through Boiler) หรือเครื่องกำเนิดไอน้ำแบบท่อน้ำที่สามารถผลิตไอน้ำและตอบสนองความต้องการใช้ไอน้ำเพื่อกระบวนการผลิตได้เร็วและอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและลดการใช้เชื้อเพลิงที่ใช้แล้วหมดไป โดยกลุ่มธุรกิจสุราสามารถลดการใช้น้ำมันเตาได้ 346,500 ลิตรต่อปี ส่งผลให้ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลง 1,052 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี และกลุ่มธุรกิจเบียร์สามารถลดการใช้ถ่านหินได้ 6,306 ตันต่อปี ส่งผลให้ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลง 10,300 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี



ในปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ เช่น บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) ทำการติดตั้งหม้อไอน้ำแบบไหลทางเดียว (Once Through Boiler) ที่ใช้ก๊าซ LPG เป็นเชื้อเพลิง ทดแทนหม้อไอน้ำแบบเก่า ที่ใช้เชื้อเพลิงจากน้ำมันเตา จำนวน 4 เครื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทำให้ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลง 1,159 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี มูลค่าการลงทุนประมาณ 6 ล้านบาท

โครงการใช้มอเตอร์ประสิทธิภาพสูง

กลุ่มธุรกิจสุราและเบียร์ได้จัดทำโครงการใช้มอเตอร์ประสิทธิภาพสูงในกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง จุดประสงค์เพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้า ทำให้กลุ่มธุรกิจเบียร์ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ 564,940 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี (kWh) และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 303 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี และกลุ่มธุรกิจสุราลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ 142,886 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี (kWh) และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 81 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี



การใช้พลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy)

โครงการผลิตไฟฟ้าจากแผงพลังงานเซลล์แสงอาทิตย์ (Solar Rooftop Project)



โครงการติดตั้งแผงพลังงานจากเซลล์แสงอาทิตย์บริเวณหลังคาอาคารเพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าให้กับโรงงานในประเทศรวม 27 แห่ง และโรงงานประเทศเมียนมา 1 แห่ง โดยการติดตั้งจะแล้วเสร็จในปี 2568 ซึ่งในปีที่ผ่านมาโครงการเฟส 1 อยู่ระหว่างการดำเนินการติดตั้ง 5 แห่ง คือ โรงงานเบียร์จังหวัดกำแพงเพชร โรงงานเบียร์อำเภอบางบาลและอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โรงงานเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์จังหวัดสระบุรี และโรงงานอาหารจังหวัดชลบุรี รวมกำลังการผลิตทั้งสิ้น 5 เมกะวัตต์ (MWp) ลดการซื้อพลังงานไฟฟ้าจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค 7,083 เมกะวัตต์ชั่วโมง (MWh) ต่อปี คิดเป็นจำนวนเงิน 24 ล้านบาท และลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 4,012 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี มูลค่าการลงทุนทั้งหมดประมาณ 110 ล้านบาท

สำหรับเป้าหมายของโครงการเฟส 2 คือ โรงงานสุรา โรงงานเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และโรงเก็บสินค้าของบริษัทในเครือ HAVI Logistic รวม 4 แห่ง โดยตั้งเป้ากำลังผลิตติดตั้งที่ 15 เมกะวัตต์ (MWp) ประมาณการปริมาณไฟฟ้าที่ผลิตได้รวม 19,500 เมกะวัตต์ชั่วโมง (MWh) ต่อปี

โครงการโรงงานผลิตเชื้อเพลิงชีวภาพ (Biogas) ในประเทศ

โครงการก่อสร้างโรงงานผลิตเชื้อเพลิงชีวภาพ (Biogas) เพิ่มเติมอีก 2 แห่ง คือ โรงงานสุราจังหวัดหนองคาย และจังหวัดนครสวรรค์ จากเดิมที่มีอยู่แล้ว 5 แห่ง คือ โรงงานสุราจังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำผลิตภัณฑ์ผลพลอยได้จากกระบวนการผลิตมาใช้เป็นพลังงานทดแทน เช่น น้ำกากส่าซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ผลพลอยได้จากกระบวนการกลั่นสุรานำมาผลิตก๊าซชีวภาพใช้เป็นเชื้อเพลิงทดแทนน้ำมันเตาในการผลิตไอน้ำสำหรับโรงงานสุรา ผลที่ได้คือ สามารถลดการใช้น้ำมันเตาเฉลี่ย 2 ล้านลิตรต่อโรงงานต่อปี ลดการซื้อน้ำมันเตาประมาณ 34 ล้านบาทต่อโรงงานต่อปี และลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 38,000 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อโรงงานต่อปี โดยใช้งบการลงทุนเฉลี่ย 200 ล้านบาทต่อโรงงาน นอกจากนี้ยังนำก๊าซชีวภาพส่วนที่เกินจากความต้องการของโรงงานมาผลิตไฟฟ้าจำนวน 9,573 เมกะวัตต์ชั่วโมง (MWh) ต่อปี จำหน่ายให้กับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอีกด้วย

โครงการโรงงานผลิตเชื้อเพลิงชีวภาพ (Biogas) ต่างประเทศ

โครงการผลิตเชื้อเพลิงชีวภาพตั้งอยู่ที่โรงกลั่น Balmenach ที่เป็นหนึ่งในโรงกลั่นวิสกี้ของ Inver House อยู่ทางตอนเหนือของสกอตแลนด์ เป็นโรงกลั่นที่ใส่ใจดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม หรือ Scotland's Greenest Distilleries ที่ให้ความสำคัญในเรื่องการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์หรือคาร์บอนฟุตพรินต์ (Carbon Footprint)

โรงงานผลิตเชื้อเพลิงชีวภาพนี้ เกิดขึ้นจากการนำผลิตภัณฑ์ผลพลอยได้ที่ได้จากกระบวนการกลั่นวิสกี้มาผลิตก๊าซชีวภาพ (Biogas) เพื่อนำมาผลิตพลังงานไฟฟ้าจ่ายให้กับโรงงาน และนำก๊าซชีวภาพส่วนที่เกินจากความต้องการของโรงงานมาผลิตพลังงานไฟฟ้าจำหน่ายให้กับการไฟฟ้าท้องถิ่น ทั้งนี้เป็นการก่อสร้างเพิ่มเติมจากโรงงานผลิตก๊าซชีวมวล ที่ใช้เชื้อเพลิงอัดแท่ง (Wood Pellets) เป็นแหล่งพลังงานความร้อนหลักในการผลิตมอลต์วิสกี้ ที่สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึง 10,000 ตันใน 2 ปีที่ผ่านมา

โครงการโรงงานผลิตเชื้อเพลิงชีวภาพนี้ อยู่ในระหว่างการทดสอบการเดินระบบ ซึ่งคาดว่าจะสามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 5,150 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี และลดการซื้อไฟฟ้าจากการไฟฟ้าท้องถิ่น 49.9 ล้านบาท โดยมูลค่าการลงทุน 120 ล้านบาท ทำให้โรงกลั่น Balmenach เป็นโรงงานที่ใช้พลังงานหมุนเวียนทั้งหมดในการผลิตมอลต์วิสกี้





ผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ (Low Carbon Products)

ไทยเบฟให้ความสำคัญกับภาวะโลกร้อน จึงส่งเสริมให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยร่วมมือกับคู่ค้าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำด้วยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี เช่น ลดน้ำหนักของบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติก PET กระป๋องอะลูมิเนียม และขวดแก้ว เป็นต้น

ในปีที่ผ่านมาไทยเบฟยังได้ดำเนินการขึ้นทะเบียนรับรองปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยจากการดำเนินงานขององค์กร (Carbon Footprint for Organization: CFO) และปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์ (Carbon Footprint of Product: CFP) จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) โดยมีบริษัทในเครือได้รับการขึ้นทะเบียนเครื่องหมายคาร์บอนฟุตพรินต์ขององค์กร 17 บริษัท และได้รับเครื่องหมายคาร์บอนฟุตพรินต์ของผลิตภัณฑ์ 105 ผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ เช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เบียร์) เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ (น้ำดื่มและชาเขียว) ได้ผ่านการขึ้นทะเบียนเครื่องหมายลดคาร์บอนฟุตพรินต์ (Carbon Footprint Reduction: CFR) หรือฉลากลดโลกร้อน จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ซึ่งเป็นฉลากที่แสดงว่าผลิตภัณฑ์ได้ผ่านการประเมินคาร์บอนฟุตพรินต์ของผลิตภัณฑ์ และสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์ได้ตามเกณฑ์ที่กำหนดโดยเปรียบเทียบคาร์บอนฟุตพรินต์ของผลิตภัณฑ์ในปีปัจจุบันกับปีฐาน คือไม่น้อยกว่าร้อยละ 2 เมื่อเทียบกับปีฐาน ซึ่งในปี 2563 มีผลิตภัณฑ์ได้รับการขึ้นทะเบียนฉลากลดคาร์บอนฟุตพรินต์ 19 ผลิตภัณฑ์

ความสำเร็จด้านการจัดการพลังงาน

ลดอัตราส่วนในการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์

7.3%

เปรียบเทียบกับปีฐาน 2557

อัตราการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ของธุรกิจเครื่องดื่ม

245.97

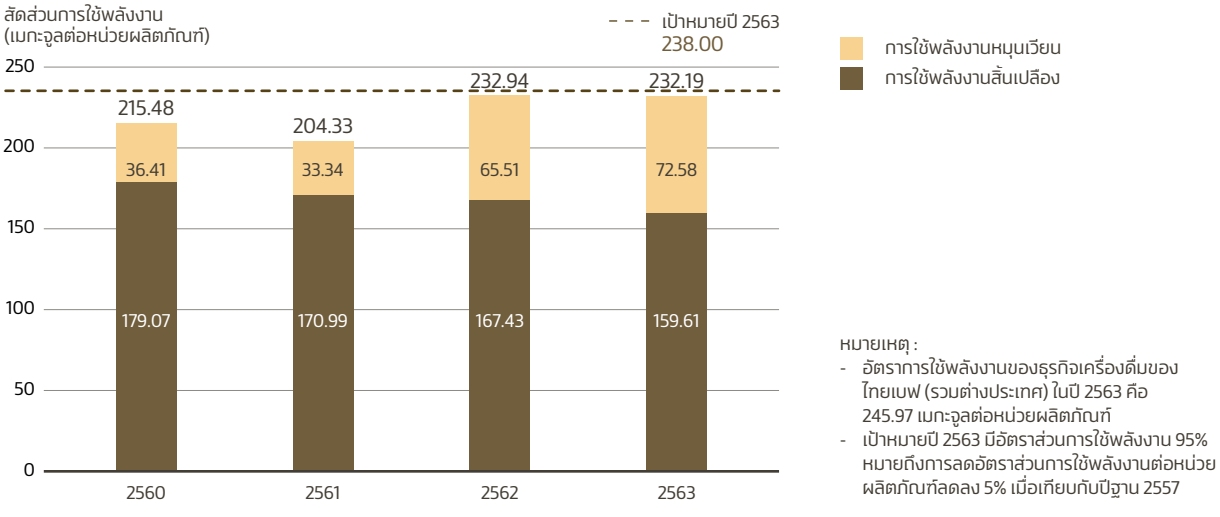
เมกะจูลต่อเฮกโตลิตร

อัตราการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ของธุรกิจอาหาร

8.14

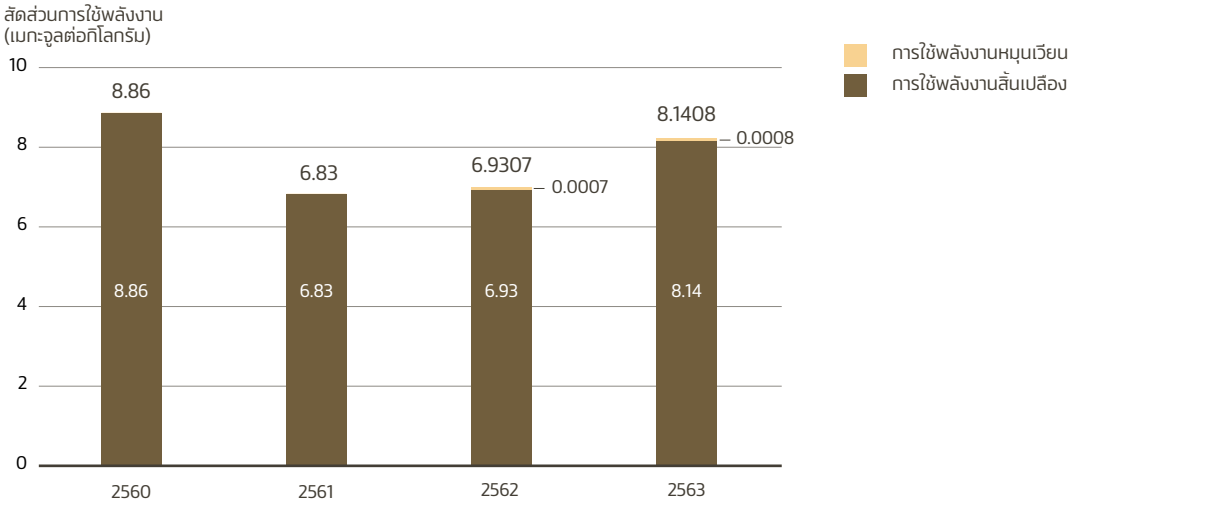
เมกะจูลต่อกิโลกรัม

อัตราการใช้พลังงานหมุนเวียน พลังงานสิ้นเปลือง และพลังงานทั้งหมด ตั้งแต่ปี 2560 - 2563 (ธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศ)



หมายเหตุ :
- อัตราการใช้พลังงานของธุรกิจเครื่องดื่มของไทยเบฟ (รวมต่างประเทศ) ในปี 2563 คือ 245.97 เมกะจูลต่อหน่วยผลิตภัณฑ์
- เป้าหมายปี 2563 มีอัตราส่วนการใช้พลังงาน 95% หมายถึงการลดอัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ลดลง 5% เมื่อเทียบกับปีฐาน 2557

อัตราการใช้พลังงานหมุนเวียน พลังงานสิ้นเปลือง และพลังงานทั้งหมด ตั้งแต่ปี 2560 – 2563 (ธุรกิจอาหาร)



แบ่งปันคุณค่า



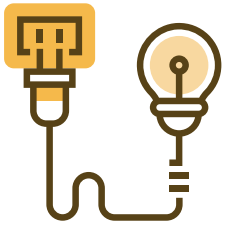
จารุณี กังวาลวงศ์สกุล
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท คอสมอส บริวเวอรี่ (ประเทศไทย) จำกัด

ปัจจุบันภาวะโลกร้อนมีความรุนแรงมากขึ้น เราในฐานะที่เป็นผู้ผลิตเครื่องดื่ม เล็งเห็นว่าฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นต์ผลิตภัณฑ์ (Carbon Footprint of Product; CFP) และฉลากลดโลกร้อน (Carbon Footprint Reduction; CFR) เป็นทางเลือก เพื่อแสดงเจตนารมณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดวัฏจักรของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบ การขนส่ง กระบวนการผลิต การใช้งาน และการจัดการซากผลิตภัณฑ์หลังใช้ และเป็นการรับผิดชอบต่อโลก

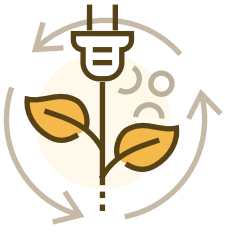
ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เราให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากร และได้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาในกระบวนการผลิต ทั้งการนำพลังงานทดแทนมาใช้ เช่น การผลิตพลังงานชีวภาพทดแทนการใช้เชื้อเพลิงจากฟอสซิล การผลิตไฟฟ้าจากแผงพลังงานเซลล์แสงอาทิตย์ และการพัฒนาทางด้านบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบให้ลดการใช้ทรัพยากรจากธรรมชาติ หรือมีการใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยสามารถนำมาใช้ซ้ำและนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีก เช่น ขวดแก้ว กระป๋องอะลูมิเนียม และขวดพีอีที เป็นต้น และยังทำให้ผู้บริโภคได้ร่วมตระหนักในการดูแลสิ่งแวดล้อมด้วย

กลุ่มเบียร์ และกลุ่มเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์มีเป้าหมายอย่างต่อเนื่องในการขอการรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นต์ผลิตภัณฑ์ และฉลากลดโลกร้อน จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ซึ่งหน่วยงานดังกล่าวเป็นศูนย์กลางข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ดำเนินงานด้านก๊าซเรือนกระจกของประเทศไทย โดยปัจจุบันกลุ่มเบียร์ และกลุ่มเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ได้รับการรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นต์ของผลิตภัณฑ์ (Carbon Footprint of Products) และฉลากลดคาร์บอนฟุตพริ้นต์ (Carbon Footprint Reduction Lebel) ทั้งหมด 22 ผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 64 ของรายได้ และในส่วนของการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร กลุ่มเบียร์ประเทศไทย และกลุ่มเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ได้รับการรับรองครอบคลุมทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 100 ของรายได้ นอกเหนือจากนี้ เรายังมีแผนอบรมเพื่อเพิ่มองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินโครงการให้กับบุคลากรของกลุ่มธุรกิจในเครือไทยเบฟเพื่อสนับสนุนข้อมูลด้านความยั่งยืนให้กับไทยเบฟในอนาคต

ทิศทางการดำเนินงาน



5% ลดอัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ลง **ภายในปี 2563** เปรียบเทียบกับปีฐาน 2557



40% เพิ่มการใช้พลังงานหมุนเวียน **ภายในปี 2568**



GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 303-1, GRI 303-3, GRI 303-4, GRI 303-5

การพิทักษ์และฟื้นฟูแหล่งน้ำ

น้ำ ถือเป็นทรัพยากรสำคัญสำหรับการดำรงชีวิต ซึ่งในปัจจุบันการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และการขยายตัวของชุมชนเมืองเพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีความต้องการใช้น้ำเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการใช้น้ำที่สูงขึ้น ไทยเบฟในฐานะที่เป็นผู้ผลิตเครื่องดื่มและอาหารรายใหญ่ มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อเป็นการเตรียมพร้อมต่อความเสี่ยงและการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการใช้น้ำซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการขาดแคลนน้ำในอนาคต ไทยเบฟได้ดำเนินการบริหารจัดการน้ำอย่างครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำของห่วงโซ่คุณค่า พร้อมทั้งพัฒนานวัตกรรมเพื่อปรับปรุงการใช้น้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุด ควบคุมคุณภาพน้ำที่ปล่อยลงสู่แหล่งน้ำให้มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด รวมถึงทำการประเมินความยั่งยืนของการใช้น้ำ เพื่อลดความเสี่ยงและผลกระทบการใช้น้ำทั้งในระยะสั้นและระยะยาว นอกจากนี้ ไทยเบฟยังได้ประสานความร่วมมือกับชุมชนในการดูแลรักษาพื้นที่ต้นน้ำเพื่อเป็นการอนุรักษ์แหล่งน้ำในเขตชุมชน และดูแลชุมชนให้สามารถเข้าถึงแหล่งน้ำสะอาดในการอุปโภคและบริโภค เพื่อให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อระบบนิเวศ



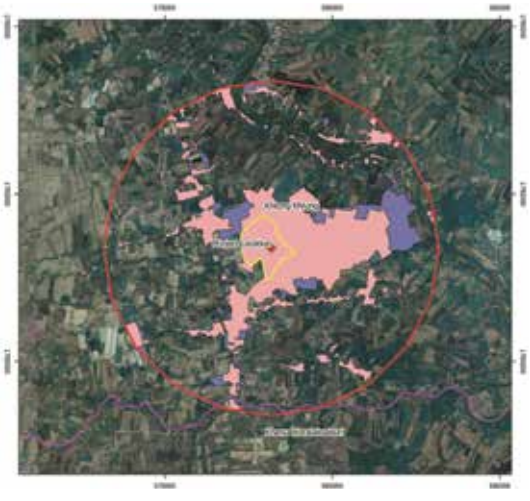
โอภาส อังวรกุล ภาพรางวัลชนะเลิศจากโครงการประกวดถ่ายภาพ Sustainalble Action Hero โดย C asean ร่วมกับสมาคมถ่ายภาพแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์

ไทยเบฟได้กำหนดนโยบายด้านการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ โดยให้ความสำคัญกับการสร้างระบบการบริหารจัดการน้ำที่ครบวงจร ตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การประเมินความยั่งยืนของการใช้น้ำในส่วนของโรงงานที่มีการผลิต เพื่อประเมินระดับความเสี่ยงของน้ำในแต่ละพื้นที่และกำหนดเป็นแนวทางในการบริหารจัดการน้ำ รวมทั้งมีการประเมินการใช้น้ำตลอดวัฏจักรของผลิตภัณฑ์ เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างสูงสุด นอกจากนี้ ไทยเบฟได้ร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดูแลและอนุรักษ์แหล่งน้ำ รวมไปถึงการดูแลชุมชนให้สามารถเข้าถึงแหล่งน้ำสะอาดในการอุปโภคและบริโภค เพื่อให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อระบบนิเวศ ผ่านโครงการต่าง ๆ ดังนี้

โครงการประเมินความยั่งยืนของน้ำผิวดินและน้ำใต้ดิน

เพื่อทำความเข้าใจและประเมินปัญหาที่เกี่ยวกับน้ำในปัจจุบันและสิ่งที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตหรือความเสี่ยงที่เกี่ยวโยงกับหน่วยธุรกิจ และนำเสนอกลยุทธ์การบริหารจัดการน้ำแบบต่าง ๆ ไทยเบฟจึงได้จัดทำโครงการประเมินความยั่งยืนของน้ำผิวดินและน้ำใต้ดินอย่างต่อเนื่อง โดยทำการประเมินปัญหาและความเสี่ยงทางด้านน้ำในเชิงลึกครอบคลุม 4 มิติ ประกอบด้วยการประเมินความเสี่ยงของแหล่งน้ำอย่างละเอียด เช่น ความพร้อมของแหล่งน้ำ โครงสร้างภายในของแหล่งน้ำ ความอ่อนไหวของพื้นที่ลุ่มน้ำ ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม ปรากฏการณ์ตามธรรมชาติเกี่ยวกับน้ำ (ฝน แล้ง น้ำท่วม ฯลฯ) และคุณภาพของแหล่งน้ำ ซึ่งเป็นการประเมินไปถึง 5 ปีข้างหน้า เพื่อรับรองว่าจะมีปริมาณน้ำที่พอเพียงในการปฏิบัติการของโรงงานผลิต โดยมีขั้นตอนการศึกษาดังนี้

มิติที่ 1 ความพอเพียงของน้ำ



- วิเคราะห์และสร้างแผนผังของลุ่มน้ำขนาดเล็กโดยการจัดเตรียมแผนที่ด้วยการใช้ภาพถ่ายดาวเทียม USGS ASTER GDEM Google Earth การลงพื้นที่ และแผนที่อื่น ๆ ที่มีอยู่ก่อนแล้วของลุ่มน้ำในบริเวณที่โรงงานตั้งอยู่ (พื้นที่ประมาณ 50 - 70 ตารางกิโลเมตร) โดยรวบรวมข้อมูลพื้นที่ระบายน้ำ ชั้นหินอุ้มน้ำ และจุดเก็บกักน้ำ พื้นที่รับน้ำ สภาพทางภูมิศาสตร์ การใช้พื้นที่และสภาพบนพื้นดิน ประเภทการเพาะปลูก และรูปแบบการชลประทาน ไปจนถึงแหล่งที่อาจทำให้เกิดมลภาวะทางน้ำ ข้อมูลที่ได้จะนำเสนอในรูปของแผนที่ เช่น แผนที่ของพื้นที่ลุ่มน้ำโดยรอบ สถานที่ตั้งของโรงงาน ขอบเขตของพื้นที่ลุ่มน้ำ การใช้งานผิวดิน เช่น บริเวณน้ำผิวดิน การใช้พื้นที่/สิ่งก่อสร้างบนผิวดิน คุณสมบัติทางธรณีสัณฐาน และรูปแบบการระบายน้ำ แผนที่ของที่ลาดเอียง พื้นที่รองรับน้ำใต้ดินที่เป็นไปได้ และภูมิประเทศผิวดิน
- ประเมินแหล่งน้ำผิวดิน โดยรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานราชการที่บริหารจัดการแหล่งน้ำ เพื่อระบุถึงลักษณะของแหล่งน้ำผิวดิน ซึ่งรวมถึงการตรวจสอบข้อมูลต่าง ๆ (เท่าที่หาได้จากหน่วยงานราชการที่บริหารจัดการแหล่งน้ำ/บริษัทสาธารณูปโภคสำหรับการใช้งานสาธารณะ) เช่น ข้อมูลปริมาณน้ำฝน และข้อมูลระดับน้ำในแม่น้ำ จากกรมชลประทาน ข้อมูลคุณภาพน้ำในแม่น้ำ จากกรมควบคุมมลพิษ เป็นต้น
- รวบรวมข้อมูลปริมาณฝนจากสถานีวัดน้ำฝนที่ใกล้ที่สุดกับโรงงาน โดยดูทั้งข้อมูลปริมาณฝนในช่วง 10 - 20 ปีที่ผ่านมา รวมถึงปริมาณฝนโดยเฉลี่ย ปริมาณฝน (มากสุดและน้อยสุด) จำนวนวันที่มีฝนตกต่อปี ข้อมูลการระเหยของน้ำฝน เหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวกับน้ำฝนในช่วง 10 - 20 ปีที่ผ่านมา เช่น น้ำแล้งและ/หรือน้ำท่วม ข้อจำกัดในการใช้แหล่งน้ำอันเนื่องจากเหตุข้างต้น การหยุดชะงักของการผลิตเนื่องจากเหตุข้างต้น (อ้างอิงจากข้อมูลการผลิต) และระยะเวลาในการฟื้นตัวจากช่วงขาดแคลนน้ำ
- สำรวจสถานที่ตั้งและรายละเอียดการใช้น้ำของโรงงานในการผลิต รวมถึงสถานที่เก็บกักน้ำ เช่น บ่อสำรองน้ำดิบ ระบบบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น

มิติที่ 2 คุณภาพน้ำ



- ลงสำรวจพื้นที่และบริเวณรอบโรงงาน ซึ่งผลการสำรวจจะถูกบันทึกลงในรายงานภาคสนามและภาพถ่าย โดยใช้วิธีตรวจสอบดังนี้
  - ตรวจสอบด้วยสายตาให้เห็นถึงรูปแบบการใช้ผืนดิน ข้อกังวลด้านสิ่งแวดล้อมจากการใช้ผืนดิน และลักษณะทางกายภาพต่าง ๆ
  - ตรวจสอบการปนเปื้อนที่อาจเกิดขึ้นได้ ที่เกี่ยวเนื่องกับแหล่งมลภาวะ
  - ตรวจสอบปัจจัยบรรเทาความเสี่ยงที่แหล่งมลภาวะหลัก
  - ตรวจสอบคุณภาพน้ำในปัจจุบันที่มีพร้อมในสาธารณะ และแนวโน้มอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องภายในพื้นที่ลุ่มน้ำและอ่างเก็บน้ำใต้ดิน
  - ตรวจสอบคุณภาพน้ำทิ้งจากแต่ละกิจกรรมของโรงงาน

มิติที่ 3 กฎระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวกับการใช้งานแหล่งน้ำ

- การตรวจสอบขอบเขตของกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ เกี่ยวกับการใช้งานแหล่งน้ำผิวดิน ไปจนถึงนโยบายทางด้านน้ำทั้งในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ และนโยบายส่วนภูมิภาคเกี่ยวกับแหล่งน้ำผิวดินสำหรับอุตสาหกรรมต่าง ๆ และแหล่งน้ำสาธารณะ รวมไปถึงการประเมินโครงสร้างภายในสำหรับแหล่งน้ำสำรองที่ยั่งยืน เพื่อให้มีน้ำสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายในช่วงที่มีความต้องการสูง (ทั้งอุตสาหกรรม ชลประทาน ครัวเรือน)
- ตรวจสอบการค้นหาฐานข้อมูลตามกฎระเบียบที่มีพร้อมในสาธารณะทางด้านกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องเพื่อระบุถึงปัญหา/ข้อกังวลด้านสิ่งแวดล้อมที่ได้รับความสนใจจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับลุ่มน้ำขนาดเล็ก

มิติที่ 4 ทัศนคติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- สำรวจมุมมองของชุมชนที่อาศัยอยู่ในละแวกรอบ ๆ โครงการเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับ
  - มุมมองของผู้คนต่อความเพียงพอของน้ำในพื้นที่
  - มุมมองของชุมชนต่อผลกระทบในการใช้น้ำของอุตสาหกรรมและวิธีบรรเทาผลกระทบดังกล่าว
- สำรวจวิเคราะห์เพิ่มเติมเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับ
  - ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของพื้นที่
  - ประวัติการรวมตัวกันทำกิจกรรม/เรียกร้องของชุมชน
  - มุมมองต่อการเข้ามาของโรงงานอุตสาหกรรมและความคาดหวังจากการเข้ามานั้น
  - ความเป็นไปได้ที่จะเกิดการต่อต้านจากชุมชน



ทั้งนี้ ไทยเบฟได้ใช้เทคโนโลยีภาพถ่ายทางดาวเทียมมาเป็นเครื่องมือในการศึกษาภูมิประเทศ (Topography) ทิศทางการไหลของน้ำ (Flow Direction) พื้นที่รับน้ำ (Watershed) การระบายน้ำ (Drainage) ความลาดเอียงของพื้นที่ (Slope Pattern) ของคลองชลประทาน แม่น้ำ ลำคลอง อ่างเก็บน้ำ เขื่อน และพื้นที่ใกล้เคียงของโรงงาน รวมไปถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการใช้พื้นที่ในรอบ 10 ปีย้อนหลัง ทำให้ไทยเบฟสามารถวางกลยุทธ์การลดความเสี่ยงได้อย่างครอบคลุมและเหมาะสมกับสภาพท้องถิ่นและความเสี่ยงทั้งในระยะสั้นและระยะยาวต่อไป

ในปีนี้ไทยเบฟได้ทำการขยายผลในการประเมินความยั่งยืนของการใช้น้ำผิวดินและใต้ดินไปในอีก 5 โรงงานให้ครอบคลุมทุกกลุ่มธุรกิจ และในอนาคตไทยเบฟจะขยายผลในการประเมินให้ครอบคลุมทุกโรงงานเพื่อการบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืน

โครงการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ (Water Efficiency Program)

วอเตอร์ฟุตพรินต์เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากปริมาณการใช้น้ำและป้องกันการเกิดน้ำเสื่อมคุณภาพทั้งทางตรงและทางอ้อม และยังสามารถนำมาใช้วิเคราะห์และประเมินปริมาณการใช้น้ำ ปริมาณการเกิดน้ำเสื่อมคุณภาพ และผลกระทบสิ่งแวดล้อม เพื่อนำมาหาแนวทางในการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

ไทยเบฟได้นำหลักการประเมินวอเตอร์ฟุตพรินต์มาประยุกต์ใช้ เพื่อวัดปริมาณการใช้น้ำ โดยยึดหลักการตามแนวทางของมาตรฐาน ISO 14046 ซึ่งใช้หลักพื้นฐานของหลักการประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life Cycle Assessment: LCA) ตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การขนส่ง การใช้งาน และการกำจัดเศษซากผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการผลิตให้มีการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างมีคุณค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด



นอกจากนี้ ไทยเบฟยังปรับปรุงกระบวนการใช้น้ำตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์อย่างมีคุณภาพและต่อเนื่องด้วยหลักการ 3Rs คือ การลดการใช้น้ำ การนำน้ำกลับมาใช้ซ้ำ และนำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อช่วยสนับสนุนการบริหารจัดการน้ำขององค์กรให้มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน

โครงการอุตสาหกรรมเติมน้ำใต้ดินระดับตื้น

"น้ำบาดาล" ถือเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและถูกสูบขึ้นมาใช้ประโยชน์ในปริมาณมากในกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งการอุปโภคบริโภค อุตสาหกรรม เกษตรกรรม และการท่องเที่ยว ดังนั้น เพื่อให้ภาคอุตสาหกรรมมีส่วนร่วมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในการพัฒนาและอนุรักษ์น้ำบาดาล ควบคู่กับการจัดหาแหล่งน้ำสำรอง โดยเฉพาะหาวิธีเร่งด่วนการเก็บกักน้ำฝนด้วยตนเองในพื้นที่ต่าง ๆ โดยเฉพาะพื้นที่ประสบวิกฤตภัยแล้ง สถาบันน้ำและสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืนร่วมกับกรมทรัพยากรน้ำบาดาล ได้จัดทำโครงการอุตสาหกรรมเติมน้ำใต้ดินระดับตื้น เพื่อส่งเสริมให้มีการใช้พื้นที่ว่างภายในโรงงานสำหรับพัฒนาเป็นแหล่งรองรับน้ำฝนและเติมลงสู่ชั้นน้ำใต้ดินระดับตื้น (ความลึกไม่เกิน 15 เมตร) ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการกักเก็บน้ำและเพิ่มความชุ่มชื้นในดินโดยรอบ

ไทยเบฟได้ร่วมมือกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สถาบันน้ำและสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน เข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมเติมน้ำใต้ดินระดับตื้น จำนวน 4 โรงงาน เพื่อเป็นต้นแบบของระบบเติมน้ำใต้ดินระดับตื้นที่เหมาะสมกับภาคอุตสาหกรรม และตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) และชุมชนโดยรอบอีกด้วย โดยรูปแบบและวิธีการเติมน้ำใต้ดินคือ การเก็บเกี่ยวน้ำฝนเติมลงสู่ชั้นน้ำใต้ดินระดับตื้น (ไม่เกิน 15 เมตร) เพื่อรักษาสมดุลของน้ำตามธรรมชาติ โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม คาดว่าโครงการจะดำเนินการแล้วเสร็จภายในปี 2564 และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ คือ

- มีต้นแบบระบบเติมน้ำใต้ดินระดับตื้นที่เหมาะสมกับภาคอุตสาหกรรม
- สามารถเก็บเกี่ยวน้ำฝนไว้ใช้ มีแหล่งน้ำต้นทุนสำหรับในภาวะขาดแคลนน้ำ
- เพื่อบรรเทาปัญหาน้ำท่วมขังในบริเวณโรงงาน และพื้นที่รอบข้าง
- เพิ่มความชุ่มชื้นให้กับดิน ในพื้นที่สีเขียว
- เพิ่มระดับน้ำบาดาลให้สูงขึ้นในระยะยาว
- เพื่อเป็นการส่งเสริม CSR ภาคอุตสาหกรรม

การอนุรักษ์ป่าต้นน้ำ และดูแลแหล่งน้ำร่วมกับชุมชน

เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ป่าต้นน้ำและคืนน้ำสะอาดกลับสู่ธรรมชาติ รวมถึงการฟื้นฟูแหล่งน้ำและระบบนิเวศให้อุดมสมบูรณ์ ไทยเบฟได้ให้การสนับสนุนจัดกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ร่วมกับชุมชน มาอย่างต่อเนื่อง

- **การบำบัดน้ำเสียแบบบึงประดิษฐ์ (Constructed Wetland)**
  The Knockdhu Distillery Co., Ltd. บริษัทย่อยในประเทศสกอตแลนด์ ได้พัฒนาพื้นที่เพื่อบำบัดน้ำเสียแบบบึงประดิษฐ์ โดยทำการขุดบ่อ ขนาดเนื้อที่กว่า 2,000 ตารางเมตร และปลูกพืช 17 ชนิด จำนวนมากกว่า 21,000 ต้น ภายในบ่อ เพื่อปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้งจากกระบวนการผลิตสุราที่ได้ผ่านระบบการบำบัดเบื้องต้นมาแล้ว ในการบำบัดน้ำเสียแบบบึงประดิษฐ์ ยังดึงดูดค้างคาว นก และแมลงต่าง ๆ ให้เข้ามาทำรังและใช้ชีวิต ซึ่งช่วยเพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพให้กับพื้นที่ และยังช่วยลดการปล่อยคาร์บอนประมาณ 45 ตันต่อปี จากการที่ไม่ต้องขนส่งน้ำเสียไปบำบัดนอกพื้นที่โรงงาน นอกจากนี้ โรงงานยังเปิดให้บุคคลภายนอกสามารถเข้ามาเรียนรู้ได้ผ่านการนัดหมายล่วงหน้า โดยเฉลี่ยราว 1,000 คนต่อปี ซึ่งจุดเด่นของการเยี่ยมชมโรงงานคือการเป็นโรงงานสีเขียวที่ดูแลสิ่งแวดล้อมในทุกด้าน



- **โครงการน้ำสะอาด (Clean Water Project) ในประเทศเมียนมา**
  บริษัท แกรนด์ รอยัล กรุ๊ป อินเตอร์เนชั่นแนล เดินหน้าสานต่อโครงการน้ำสะอาด หรือ Clean Water Project อย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2559 โดยจะเข้าไปดำเนินการในหลายพื้นที่ที่มีปัญหาการเข้าถึงน้ำดื่มสะอาด ซึ่งในปีนี้แกรนด์ รอยัล กรุ๊ปได้ทำการสำรวจพื้นที่แถบมะกเว ที่กำลังประสบปัญหาด้านทรัพยากรน้ำอย่างหนัก และสนับสนุนงบประมาณ 957,000 บาท เพื่อสร้างอาคารกรองน้ำ 3 หลัง พร้อมระบบกรองน้ำและบ่อน้ำ โดยเปิดทดลองใช้ในเดือนพฤศจิกายน 2562 และได้ส่งมอบอย่างเป็นทางการในเดือนธันวาคม 2562 ซึ่งโครงการนี้ได้ช่วยให้ประชาชนกว่า 7,500 ครอบครัว หรือกว่า 50,000 คน สามารถเข้าถึงน้ำดื่มที่สะอาดและปลอดภัยได้

- **โครงการน้ำดื่มสะอาด เพื่อน้อง**
  ไทยเบฟให้การสนับสนุนและดูแลความเป็นอยู่ในการเข้าถึงน้ำสะอาดของโรงเรียนบริเวณโดยรอบโรงงานอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2563 ได้ร่วมมือกับโรงเรียนวัดพะยอม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และโรงเรียนบ้านหนองชาก จังหวัดชลบุรี ปรับปรุงระบบน้ำดื่มเพื่อให้นักเรียนและบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 1,050 คน มีน้ำดื่มที่สะอาด ถูกสุขลักษณะ และมีคุณภาพตามมาตรฐานน้ำดื่ม พร้อมให้การดูแล บำรุงรักษา ตรวจวัดคุณภาพน้ำอย่างสม่ำเสมอทุก ๆ เดือน และทำการฝึกอบรมวิธีการใช้งานและการบำรุงรักษาระบบกรองน้ำแก่บุคลากรที่รับผิดชอบ ซึ่งไทยเบฟได้วางแผนจะขยายโครงการนี้ไปยังทุกโรงเรียนโดยรอบโรงงานทั้งหมดในเครือด้วย

- **โครงการคลีนคลอง (Clean Canal):**
  เป็นโครงการที่ปลูกจิตสำนึกคนในชุมชนริมน้ำให้รู้ถึงคุณค่าทรัพยากรของแม่น้ำลำคลอง ซึ่งปีนี้เป็นปีที่ 5 แล้ว ที่ไทยเบฟร่วมกับชาวบ้านในชุมชนและจิตอาสาทำกิจกรรมช่วยกันทำความสะอาดคลอง เก็บขยะที่อยู่ในคลอง โดยได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านในชุมชนเป็นอย่างดี เพื่อให้คลองในชุมชนสะอาดน่ามอง โดยในปีนี้ได้จัดกิจกรรมขึ้นที่ชุมชนวัดอรุณราชวราราม ราชวรมหาวิหาร ได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านในชุมชนริมน้ำ กำลังพลจากกองทัพเรือ กลุ่มพนักงานจิตอาสาของไทยเบฟ และเยาวชนโครงการ Beta Young Entrepreneur ร่วมกันเก็บขยะ ทำความสะอาด และบำบัดน้ำเสียในคลองในชุมชน โดยใช้น้ำยาเชื้อจุลินทรีย์จากเทคโนโลยีชีวภาพ (EM ball หรือ จุลินทรีย์บอล) ที่สนับสนุนโดยบริษัท เฟื่องฟูอนันต์ จังหวัดปราจีนบุรี

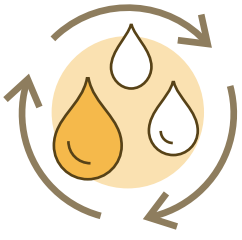
- **โครงการส่งเสริมการอนุรักษ์ระบบนิเวศ**
  ไทยเบฟร่วมกับเทศบาลตำบลวังยาง และชุมชนวิถีโบราณรอบบ้านวังน้ำ อำเภอคลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร ภายใต้แนวคิดเชิงอนุรักษ์ระบบนิเวศ ช่วยกันพัฒนาปรับปรุงพื้นที่สีเขียวรอบแหล่งน้ำของชุมชน โดยร่วมกันปลูกต้นเหลืองปรีดียาธรจำนวน 50 ต้น และหญ้าแฝกจำนวน 10,000 ต้น

- **โครงการฟื้นฟูอนุรักษ์ป่าชายเลน**
  ไทยเบฟได้ร่วมกับกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลหนองไม้แดง ร่วมทำกิจกรรมปลูกป่าชายเลนประจำปี 2563 จำนวน 300 ต้น บนพื้นที่ 10 ไร่ ณ พื้นที่ป่าชายเลนบริเวณคลองเกลือ ตำบลหนองไม้แดง อำเภอเมืองชลบุรี เพื่อเป็นการร่วมกันอนุรักษ์ป่าชายเลนในพื้นที่จังหวัดชลบุรีของชุมชน สถานประกอบการ และสถานศึกษาที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง เพื่อให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์ทรัพยากรป่าชายเลน เพิ่มความอุดมสมบูรณ์ให้แก่ป่าชายเลน รักษาความสมดุลของธรรมชาติ และให้มีความสมบูรณ์กลับคืนธรรมชาติอย่างยั่งยืน ในรูปแบบของกิจกรรมการปลูกป่า การอบรมให้ความรู้ ตลอดจนการปล่อยพันธุ์สัตว์น้ำ ซึ่งในงานนี้พนักงานบริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) โรงงานจังหวัดชลบุรีได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการทำกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดองค์กร “เสริมสุข เติมสุขสู่สังคม”



ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

การบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพในปี 2563 ส่งผลให้เกิดอัตราส่วนการลดการใช้น้ำ การนำน้ำมาใช้ซ้ำ และการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ เมื่อเทียบกับปริมาณทรัพยากรน้ำที่ดึงมาใช้ทั้งหมดของไทยเบฟ



การลดการใช้น้ำ 9.65%

- โครงการเพิ่มประสิทธิภาพของขั้นตอนทิ้งน้ำในกระบวนการกรองน้ำแบบรีเวอร์สออสโมซิส โดยติดตั้งเครื่องวัดคุณภาพน้ำที่ปล่อยทิ้งแบบทันที (real time) ทำให้ลดการสูญเสียน้ำในกระบวนการผลิตได้

การนำน้ำมาใช้ซ้ำ 4.38%

- โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้น้ำในกระบวนการล้าง (Cleaning In Place; CIP) โดยปรับกระบวนการล้างให้สามารถใช้น้ำล้างสุดท้าย (Final Rinse) ให้สามารถนำมาใช้เป็นน้ำแรก (Pre flush) ได้ด้วย

- โครงการนำน้ำจากกระบวนการล้างแบบวิธีการล้างย้อน (Backwash) ไปใช้เป็นน้ำตั้งต้นในกระบวนการผลิตน้ำประปา เพื่อลดปริมาณการใช้น้ำผิวดิน

การนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ 5.62%

- โครงการนำน้ำที่ผ่านกระบวนการบำบัดน้ำเสีย มาใช้ในการล้างพื้นถนน และรดน้ำต้นไม้

แบ่งปันคุณค่า

การบริหารจัดการน้ำในพื้นที่ที่ความตึงเครียดด้านน้ำสูง

น้ำจัดเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญยิ่งในกระบวนการผลิต โดยความต้องการทรัพยากรน้ำมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่มีขีดจำกัดด้านปริมาณที่ลดลงเนื่องจากแหล่งน้ำทรุดโทรม มลพิษทางน้ำ รวมทั้งผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ กลุ่มธุรกิจเบียร์ได้ให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำเพื่อให้มีคุณภาพที่ดีและปริมาณที่เพียงพอต่อการผลิต รวมทั้งไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชน จึงกำหนดให้ "การบริหารจัดการน้ำ" เป็นหนึ่งในความเสี่ยงของกลุ่มธุรกิจ และได้กำหนดให้มีระบบติดตามการเปลี่ยนแปลงทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างใกล้ชิดเพื่อลดผลกระทบดังกล่าว โดยเราได้มีการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำด้วยเครื่องมือ Aqueduct Water Risk โดย World Resources Institute (WRI) พบว่ามีหลายโรงงานอยู่ในพื้นที่ที่ความตึงเครียดทางด้านน้ำสูง ทำให้เราได้เพิ่มความร่วมมือกับทางภาคเอกชน และรัฐบาลเพื่อร่วมกันดูแลและวางมาตรการที่จำเป็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้น้ำและการอนุรักษ์น้ำอย่างเหมาะสม

ในปีนี้เองทางบริษัท เบียร์ไทย (1991) จำกัด (มหาชน) ได้เข้าร่วมการประเมินความยั่งยืนของการใช้น้ำ ซึ่งเป็นการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำเชิงลึก และมีการใช้เทคโนโลยีทางด้านดาวเทียมเข้ามาเป็นเครื่องมือในการประเมินเพื่อศึกษาสภาพภูมิศาสตร์ที่เปลี่ยนแปลง ทำให้สามารถวางแผนการพัฒนาทางด้านพื้นที่ทั้งภายในและภายนอกโรงงานที่เกี่ยวข้องกับชุมชนได้ถูกต้อง และในขณะเดียวกันเรายังให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมเติมน้ำใต้ดินระดับตื้น กับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สถาบันน้ำและสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน เพื่อกักเก็บน้ำฝนและเพิ่มน้ำใต้ดินระยะยาว รวมไปถึงเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรอบด้าน

กลุ่มเบียร์ได้สร้างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรมผ่านระบบการบำรุงรักษาทวีผลที่ทุกคนมีส่วนร่วม (Total Productive Maintenance; TPM) เพื่อส่งเสริมให้พนักงานร่วมกันนำเสนอแนวคิดการประหยัดน้ำผ่านหลัก 3Rs นั่นก็คือ การลด (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) เช่น โครงการนำน้ำจากกระบวนการล้างแบบวิธีการล้างย้อน (Backwash) ไปใช้เป็นน้ำตั้งต้นในกระบวนการผลิตน้ำประปา และโครงการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้น้ำในกระบวนการล้าง (Cleaning In Place; CIP) โดยปรับกระบวนการล้างให้สามารถใช้น้ำล้างสุดท้าย (Final Rinse) ให้สามารถนำมาใช้เป็นน้ำแรก (Pre flush) ได้ด้วย รวมไปถึงมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาพิจารณาใช้ในกระบวนการเพื่อให้เกิดการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ในการพิจารณาการสร้างโรงงานผลิต ความยั่งยืนของทรัพยากรน้ำทั้งด้านคุณภาพ ปริมาณ และการบริหารจัดการไม่ให้มีผลกระทบต่อชุมชนเป็นปัจจัยหลักในการพิจารณาการตั้งโรงงาน เช่นเดียวกับการคัดเลือกเครื่องจักร เทคโนโลยีที่คำนึงถึงประสิทธิภาพในการใช้น้ำและพลังงาน

สำหรับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อลดผลกระทบกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรอบโรงงาน โดยได้ร่วมพัฒนาระบบน้ำดื่มเพื่อให้เด็กนักเรียนและบุคลากรได้มีโอกาสเข้าถึงน้ำดื่มที่สะอาดถูกหลักอนามัย มีสุขภาพที่ดี จึงได้จัดทำโครงการ "น้ำดื่มสะอาด เพื่อน้อง" และได้ติดตามคุณภาพอย่างต่อเนื่อง เช่น การตรวจวัดคุณภาพน้ำทุกเดือน เพื่อให้มั่นใจว่าน้ำดื่มนั้นมีคุณภาพที่ผ่านเกณฑ์ทุกค่าตามมาตรฐานน้ำดื่ม และยังมีโครงการอื่น ๆ ที่ได้ทำร่วมกับชุมชน เช่น ร่วมพัฒนาระบบทางน้ำสาธารณะ โดยการขุดลอก และขยายเส้นทางน้ำ เพื่อไม่ให้กระทบชุมชนในกรณีน้ำหลาก และป้องกันไม่ให้เกิดการักขังของน้ำเน่าเสีย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อระบบสุขอนามัยและสุขาภิบาลของชุมชนบริเวณโดยรอบของโรงงานอีกด้วย



วีระชัย ไชยมงค์
ผู้อำนวยการฝ่ายผลิต
บริษัท เบียร์ไทย (1991) จำกัด (มหาชน)

ทิศทางการดำเนินงาน

ไทยเบฟได้ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ และความต้องการใช้น้ำที่มีมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยได้มีการติดตามปริมาณการใช้ต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ และตั้งเป้าหมายทั้งในระยะสั้น และระยะยาว เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำที่มีประสิทธิภาพ

ปี 2563

เป้าหมาย

5% การลดอัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ **ภายในปี 2563** เปรียบเทียบกับปีฐาน 2557

ความสำเร็จ

11.3% การลดอัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ **ภายในปี 2563** เปรียบเทียบกับปีฐาน 2557

กลุ่มธุรกิจเครื่องดื่ม



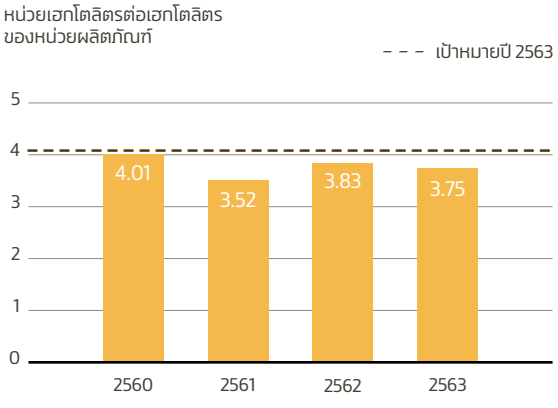
3.96 อัตราส่วนของการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ **เฮกโตลิตรต่อเฮกโตลิตร**

กลุ่มธุรกิจอาหาร

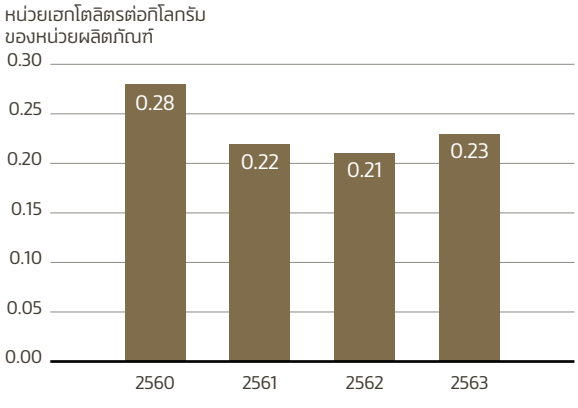
0.23 อัตราส่วนของการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ **เฮกโตลิตรต่อกิโลกรัม**



อัตราส่วนของการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจเครื่องดื่มตั้งแต่ปี 2560 ถึง 2563



อัตราส่วนของการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจอาหารตั้งแต่ปี 2560 ถึง 2563



หมายเหตุ: *แสดงอัตราการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย
**อัตราการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ของไทยเบฟรวมต่างประเทศปี 2563 คือ 3.96 เฮกโตลิตรต่อเฮกโตลิตรต่อหน่วยผลิตภัณฑ์
***เป้าหมายปี 2563 ลดอัตราการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ 5% เมื่อเทียบกับปีฐาน 2557

ปี 2568

เป้าหมาย

5% การลดอัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ **ภายในปี 2568** เปรียบเทียบกับปีฐาน 2562

ความสำเร็จ

3% การลดอัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ **ภายในปี 2563** เปรียบเทียบกับปีฐาน 2562



GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 301-2, GRI 301-3, GRI 306-2

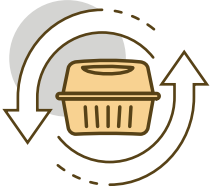
การบริหารจัดการของเสีย บรรจุภัณฑ์ และเศรษฐกิจหมุนเวียน

บทบาทของบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป นอกจากความสวยงามภายนอก ไทยเบฟให้ความสำคัญกับการลดปริมาณการใช้ทรัพยากร การออกแบบและเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และยังคำนึงถึงการนำวัสดุบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคกลับคืนสู่กระบวนการผลิตเพื่อลดปริมาณของเสีย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บรรจุภัณฑ์หลัก เช่น แก้ว กระดาษ กระป๋องอะลูมิเนียม และขวดพลาสติก PET โดยมีบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ รีไซเคิล จำกัด (Thai Beverage Recycle: TBR) รับผิดชอบในการเก็บกลับคืนบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค เพื่อนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) หรือนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) และไทยเบฟยังร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า รวมถึงคู่ค้าทางตรงและทางอ้อม ผู้ประกอบการรายย่อย และผู้บริโภค เพื่อบริหารจัดการและสร้างคุณค่าให้กับบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค ผ่านระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

การใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษแทนพลาสติกในกล่องบรรจุอาหารเดลิเวอรี่

บริษัทฯ ได้ทำการเปลี่ยนกล่องบรรจุอาหารเดลิเวอรี่ภายใต้แบรนด์โออิชิ จากพลาสติกที่สามารถใช้ได้ครั้งเดียวเป็นบรรจุภัณฑ์กระดาษที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น คิดเป็นปริมาณพลาสติกที่ลดไปได้กว่า 8 ตัน





Reduce Plastic

การพัฒนาฟิล์มหุ้มแพ็คชนิดฟิล์มหดจากพลาสติกรีไซเคิล

บริษัทฯ ร่วมมือกับคู่ค้าเพื่อพัฒนาฟิล์มจากวัสดุรีไซเคิล ซึ่งฟิล์มหุ้มแพ็คชนิดฟิล์มหดใช้ในการหุ้มผลิตภัณฑ์น้ำดื่มตรา คริสตัล ทุกขนาด คือ 350 มล., 600 มล., 1,000 มล. และ 1,500 มล. ผลิตจากพลาสติกประเภทโพลีเอทิลีน (PE หรือ Polyethylene) และมีส่วนประกอบของวัสดุรีไซเคิลมากถึงร้อยละ 25 ซึ่งได้เริ่มใช้มาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2563 โดยนวัตกรรมดังกล่าวสามารถช่วยลดปริมาณขยะพลาสติกได้มากถึง 45 ตันต่อปี และลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้มากถึง 53 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี



Recycled Content



โครงการ เก็บกลับ-รีไซเคิล

บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ รีไซเคิล จำกัด (TBR) มีเป้าหมายและพันธกิจในการจัดการบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค จึงมีแนวคิดที่จะรณรงค์ส่งเสริมในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านกิจกรรมกระตุ้นการรับรู้ และการมีส่วนร่วมคัดแยกขยะบรรจุภัณฑ์ที่รีไซเคิลได้ตั้งแต่ต้นทาง โดยริเริ่มการดำเนินการภายในบริษัทฯ เป็นลำดับแรก ภายใต้โครงการ เก็บกลับ-รีไซเคิล เพื่อให้พนักงานนำบรรจุภัณฑ์ใช้แล้วที่คัดแยกอย่างถูกวิธีมาบริจาค เช่น ขวดแก้ว กระป๋องอะลูมิเนียม และขวดพลาสติก PET โดยจะนำไปเปลี่ยนเป็นเงินสมทบเข้ากองทุนไทยเบฟ เพื่อนช่วยเพื่อน ซึ่งผู้บริจาคสามารถติดตามข่าวสารและกิจกรรมได้ผ่านแอปพลิเคชัน 'OK Recycle' ซึ่งร่วมพัฒนาโดย สำนักสารสนเทศและ Digital Experience สำนักพัฒนาความยั่งยืน เพื่อบันทึกข้อมูลกิจกรรมอย่างเป็นระบบ และสนับสนุนให้สถาบันการจัดการบรรจุภัณฑ์และรีไซเคิลเพื่อสิ่งแวดล้อม (TIPMSE) นำแอปพลิเคชันไปใช้ในการจัดกิจกรรมของสถาบันกับหน่วยงานภาครัฐอีกด้วย

นอกจากนี้ TBR ได้มีการรณรงค์ไปยังผู้บริโภคให้มีส่วนร่วมในการคัดแยกขยะบรรจุภัณฑ์ที่รีไซเคิลได้ตั้งแต่ต้นทาง เพื่อให้บรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคกลับคืนสู่กระบวนการผลิตหรือนำกลับไปใช้ใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการผนึกกำลังร่วมกับหน่วยงานภายนอกที่จัดกิจกรรมรูปแบบต่าง ๆ เช่น

- ในงานพิธีมิสซา ณ สนามกีฬาแห่งชาติ TBR ร่วมกับเครือข่าย Less Plastic Thailand (ลดพลาสติกประเทศไทย) สนับสนุนการติดตั้ง "แหดักขวด" พลาสติก กว่า 40 จุดทั่วงาน สำหรับคัดแยกขยะเพื่อการรีไซเคิล โดยเชิญชวนคริสต์ศาสนิกชนโรมันคาทอลิกในประเทศไทยกว่า 5 หมื่นคน ที่มาร่วมงานให้ร่วมกันคัดแยกขยะก่อนทิ้ง โดยเฉพาะขยะบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติก PET ที่รีไซเคิลได้ โดยมีทีมจิตอาสา "Green Angels" จาก TBR ร่วมกิจกรรมติดตั้งแหดักขวดและให้คำแนะนำในการคัดแยกขยะก่อนทิ้ง







- ในงานประชุมสัมมนาประจำปี MTM Field Merchandise Seminar 2020 บริษัท โมเดิร์นเทรด แมนเนจเม้นท์ จำกัด ร่วมกับ TBR สนับสนุนการ "เก็บ-กลับ" กระป๋องเบียร์ช้าง คูลอฟ และเครื่องดื่มเอส เพื่อสร้างจิตสำนึกให้กับพนักงานในการคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทางและสร้างวัฒนธรรมที่ดีให้กับองค์กร โดย TBR ได้ติดตั้งถังแยกกระป๋องอะลูมิเนียมและขวด PET พร้อมทั้งให้คำแนะนำการจัดการก่อนแยกทิ้งให้ถูกต้องด้วยการ "เทน้ำที่เหลือทิ้ง-บีบลดขนาด-แยกให้ถูกถัง" ให้กับพนักงานที่เข้าร่วมงานกว่า 1,300 คน และมีเป้าหมายจะเก็บกลับให้ได้มากที่สุดเทียบเท่ากับจำนวนที่นำมาในงานกว่า 5,000 ใบ เพื่อนำกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล สรุปมียอดเก็บกลับรวมทั้งสิ้น 75 กิโลกรัม แบ่งเป็นกระป๋องอะลูมิเนียม จำนวน 60 กิโลกรัม และขวด PET จำนวน 15 กิโลกรัม





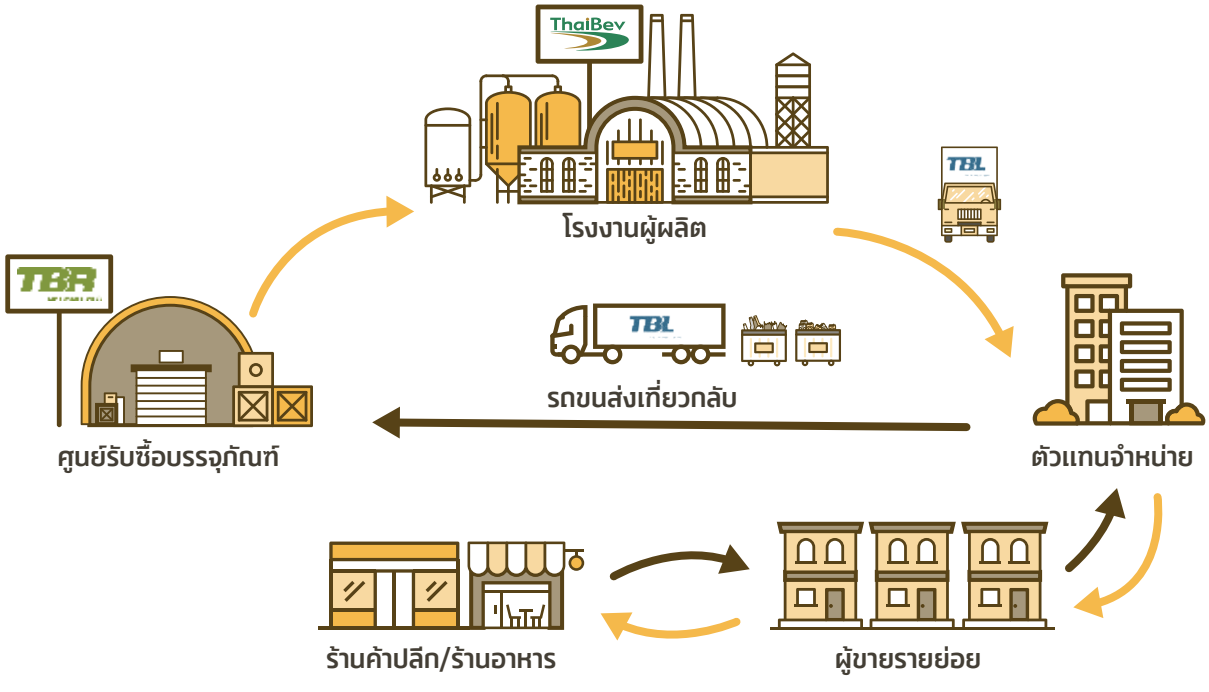




- ในงาน "บุรีรัมย์ มาราธอน 2020" ซึ่งจัดขึ้น ณ สนาม Chang International Circuit และสนาม Chang Arena จังหวัดบุรีรัมย์ มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 30,000 คน และภายในงานจัดให้มีการคัดแยกขยะประเภทขวดพลาสติก โดย TBR ได้ติดตั้งถังแยกขวดพลาสติก PET จำนวน 17 ชุด ทั่วทั้งงาน พร้อมมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำการจัดการก่อนแยกทิ้งให้ถูกต้อง ด้วยการ "เทน้ำที่เหลือทิ้ง-บีบลดขนาด-แยกให้ถูกถัง" ซึ่งสนับสนุนการเก็บกลับขวดพลาสติก PET เข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้ทั้งสิ้น 61 กิโลกรัม หรือเท่ากับขวดจำนวน 4,066 ใบ

โครงการ Bring Back Home

เป็นการร่วมมือระหว่างไทยเบฟและตัวแทนจำหน่าย (เอเย่นต์) เบียร์และสุรา เพื่อเก็บกลับบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค ได้แก่ ขวดแก้ว โดยมีตัวแทนจำหน่ายเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ จากผู้ขายรายย่อย รวมถึงร้านค้าปลีก/ร้านอาหาร และไทยเบฟดำเนินการเก็บกลับบรรจุภัณฑ์ผ่านการขนส่งเที่ยวกลับหรือ Backhaul โดยได้เริ่มดำเนินการโครงการดังกล่าวร่วมกับตัวแทนจำหน่ายในจังหวัดนครราชสีมา และมีแผนที่จะขยายผลไปยังเครือข่ายตัวแทนจำหน่ายของไทยเบฟทั่วประเทศไทย



การผลิตสินค้าจากเส้นใย rPET





เป็นการสร้างคุณค่าให้กับบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคโดยนำขวดพลาสติก PET หลังการบริโภคเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลเพื่อนำกลับมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเส้นใย rPET (recycled PET) หรือเส้นใยจากพลาสติก PET ที่ผ่านการรีไซเคิล โดยในปีที่ผ่านมา TBR เก็บขวดพลาสติก PET กว่า 7.2 ล้านขวดเพื่อนำส่งต่อให้กับบริษัทผู้ผลิตเม็ดพลาสติกเพื่อนำไปผลิตเป็นเส้นใยเพื่อทอผ้าห่มสำหรับโครงการไทยเบฟ...รวมใจต้านภัยหนาว เป็นจำนวนทั้งสิ้น 200,000 ผืนนี้ ซึ่งโครงการนี้ดำเนินการต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 21 และเป็นปีแรกที่ไทยเบฟนำเส้นใย rPET มาใช้ในการผลิตผ้าห่ม การผลิตเส้นใย rPET เมื่อเทียบกับกระบวนการผลิตเส้นใยโพลีเอสเตอร์ปกตินั้น ใช้น้ำลดลงถึงร้อยละ 94 และใช้พลังงานน้อยกว่าถึงร้อยละ 60 ส่งผลให้สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงร้อยละ 32 หรือเกือบ 7 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าในการผลิตผ้าห่ม 200,000 ผืน เป็นการต่อยอดจากการสร้างประโยชน์และคุณค่าให้แก่ชุมชน โดยช่วยลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมไปในคราวเดียวกัน

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

ไทยเบฟให้ความสำคัญกับนวัตกรรมและการออกแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงการนำวัสดุบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคกลับคืนสู่กระบวนการ โดยมีการตั้งเป้าหมายในการลดปริมาณ การใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้ใหม่

1. การลดน้ำหนักและปริมาณบรรจุภัณฑ์

ไทยเบฟร่วมมือกับคู่ค้าพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในบรรจุภัณฑ์หลัก และมีการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน โดยมีตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม เช่น การลดน้ำหนักกระป๋องอะลูมิเนียม การลดน้ำหนักขวดพลาสติก PET ที่ใช้ในการบรรจุน้ำดื่ม นอกจากนี้ ไทยเบฟได้ใช้นวัตกรรมการผลิตขวดแก้วปากแคบน้ำหนักเบา (Narrow Neck Press and Blow หรือ NNPB) ในการผลิตสุราหงส์ทอง บรรจุขวดแก้ว ขนาด 700 มิลลิลิตร ซึ่งจะวางจำหน่ายในช่วงปลายปี 2563 ไทยเบฟ ได้ร่วมมือกับคู่ค้าผู้ผลิตขวดแก้วเพื่อศึกษาและพัฒนาเทคโนโลยีดังกล่าวต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2562 เพื่อลดการใช้พลังงานและทรัพยากรธรรมชาติในกระบวนการผลิตขวดแก้ว

2. การเก็บกลับและการคัดแยกบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค

เป็นการจำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์และลดปริมาณขยะที่ถูกนำไปกำจัดโดยการฝังกลบ ซึ่ง TBR ทำหน้าที่เก็บกลับและคัดแยกบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค โดยรับซื้อบรรจุภัณฑ์หลักของไทยเบฟทุกประเภท เช่น ขวดแก้ว กระป๋อง ขวดพลาสติก PET กล่องกระดาษ เป็นต้น

3. การใช้ซ้ำและการนำกลับมาใช้ใหม่

เป็นการนำวัสดุบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคมาใช้ซ้ำหรือนำกลับมาใช้ใหม่เป็นวัตถุดิบในกระบวนการผลิตหรือมาผลิตเป็นสินค้าชนิดอื่น ๆ โดย TBR เป็นผู้เก็บกลับบรรจุภัณฑ์ส่งให้กับผู้ผลิตโดยตรง หรือผู้ที่ทำธุรกิจรีไซเคิลวัสดุบรรจุภัณฑ์ นอกจากการเก็บกลับและคัดแยกบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค TBR ยังมีการบริหารจัดการวัสดุและอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย และอุปกรณ์เครื่องครัวจากร้านอาหารในเครือ ที่เสื่อมสภาพหรือไม่สามารถใช้งานได้แล้ว เช่น โต๊ะอาหาร ตู้เย็น กลับมาซ่อมแซม และตกแต่ง (Refurbish) เพื่อเพิ่มมูลค่าและเพื่อให้สามารถนำกลับมาใช้งานใหม่ได้อีกครั้ง

ความสำเร็จในปี 2563

เก็บขวดแก้วกลับมาใช้ซ้ำ
ในกระบวนการผลิตทั้งสิ้น
1,280 ล้านใบ





เก็บเศษแก้วเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่
ในกระบวนการผลิตขวดทั้งสิ้น
120,657 ตัน

คิดเป็น
ร้อยละ* **82** ของปริมาณทั้งหมดของผลิตภัณฑ์
ที่บริษัทจำหน่ายในประเทศไทย**

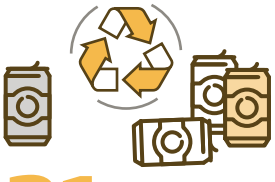
เก็บกล่องกระดาษลูกฟูกกลับมาใช้ใหม่
ในกระบวนการผลิตทั้งสิ้น
49,821 ตัน



คิดเป็นปริมาณทั้งหมด
124 ล้านใบ

หรือ
ร้อยละ* **103** ของปริมาณทั้งหมดของผลิตภัณฑ์
ที่บริษัทจำหน่ายในประเทศไทย

เก็บกระป๋องอะลูมิเนียมกลับมาใช้ใหม่
ในกระบวนการผลิตทั้งสิ้น
1,256 ตัน



คิดเป็นปริมาณทั้งหมด
89 ล้านใบ

หรือ
ร้อยละ* **21** ของปริมาณทั้งหมดของผลิตภัณฑ์
ที่บริษัทจำหน่ายในประเทศไทย

เก็บขวดพลาสติก PET กลับมาใช้ใหม่
ในกระบวนการผลิตทั้งสิ้น
2,167 ตัน



คิดเป็นปริมาณทั้งหมด
144 ล้านใบ

หรือ
ร้อยละ* **6** ของปริมาณทั้งหมดของผลิตภัณฑ์
ที่บริษัทจำหน่ายในประเทศไทย

---

*คำนวณจากยอดขายโดยเทียบจากน้ำหนักบรรจุภัณฑ์
**ได้แก่ ขวดแก้วที่ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสุรา เบียร์ น้ำดื่ม และเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ที่สามารถนำกลับมาคืนเพื่อใช้ซ้ำ หรือใช้ใหม่ได้ (returnable glass bottles)

4. นวัตกรรมและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน

ร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เช่น การพัฒนาวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบของวัสดุรีไซเคิล และมีบริษัท เบฟเทค จำกัด (BevTech) รับผิดชอบหลักในการค้นคว้าและวิจัยด้านบรรจุภัณฑ์ โดยเข้าร่วมวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิตอุปกรณ์เครื่องจักรและหุ่นยนต์ เพื่อนำระบบ "อัตโนมัติ" และหุ่นยนต์มาใช้ในโรงงานของกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ มากขึ้น ด้วยเป้าหมายคือ เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับกลุ่มธุรกิจ เพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพในการผลิต รวมถึงเพิ่มความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน ลดความเสี่ยงในการขาดแคลนแรงงาน และที่สำคัญคือลดการเกิดของเสียและการใช้พลังงานที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งปัจจุบันมีผลงานที่โดดเด่นมากมาย เช่น ระบบสายพานคัดขวดอัตโนมัติโดยใช้เครื่องจักรและหุ่นยนต์เพื่อทุ่นแรงคน (รายละเอียดเพิ่มเติมในรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนประจำปี 2561) และการพัฒนาต่อยอดโดยร่วมมือกับมหาวิทยาลัยซีเอ็มเคแอล (CMKL) นำปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence หรือ AI) มาติดตั้งในระบบสายพานคัดขวดเพื่อช่วยในการวิเคราะห์คุณภาพขวดที่มีคุณภาพกลับเข้าสู่กระบวนการผลิตอีกครั้ง (รายละเอียดเพิ่มเติมในรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนประจำปี 2562)

แบ่งปันคุณค่า

โครงการ Bring Back Home มีประโยชน์มากทั้งในมุมของธุรกิจ และสิ่งแวดล้อม แน่นอนว่าเราทำธุรกิจย่อมหวังให้เกิดรายได้และกำไร ซึ่งโครงการนี้ก็ตอบโจทย์ รูปแบบของโครงการคือการให้เอเย่นต์ หรือตัวแทนจำหน่าย ช่วยเป็นศูนย์กลางรวบรวมขวดจาก Sub-agent หรือลูกค้าของเรา เพื่อขายคืนให้ไทยเบฟ แนวคิดนี้นอกจากจะช่วยกระตุ้นยอดขาย ยังช่วยในการสร้างความผูกพันระหว่างเรากับ Sub-agent ด้วย ถือว่าได้ประโยชน์ถึง 2 ต่อ เพราะซื้อของจากเราไปขาย ทำรายได้จากการขายสินค้า และยังมีรายได้จากการขายขวดคืนให้กับเราอีก และที่สำคัญคือเราอำนวยความสะดวกด้วยการไปรับซื้อถึงที่

ถ้ามองในมุมสิ่งแวดล้อม ถือว่าเราช่วยโลกได้ด้วย เพราะการที่รถของไทยเบฟมาส่งของ หรือเราไปส่งของให้กับลูกค้าปกติก็จะต้องวิ่งรถเปล่ากลับ ซึ่งโมเดลของโครงการนี้ใช้ประโยชน์จากรถขนส่งเที่ยวกลับ (Backhaul) ให้ใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า แล้วขวดที่สภาพดี นำมาเข้ากระบวนการทำความสะอาดมีมาตรฐาน ไม่ต้องผลิตใหม่ก็ช่วยลดการใช้พลังงาน ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติได้อีก



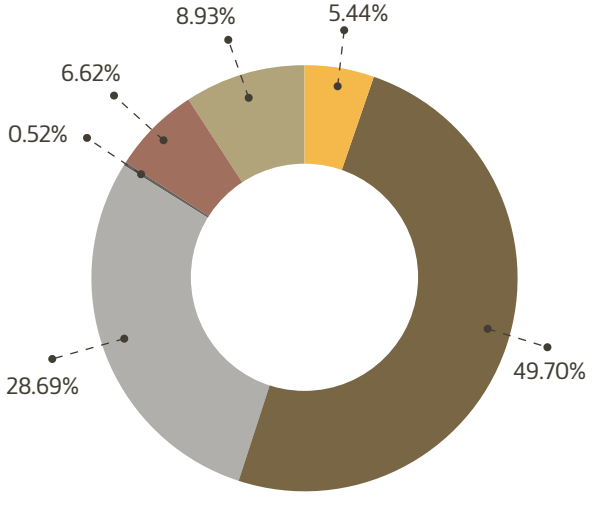
มัทนี วิศิษฐ์ชัยยากุล
ตัวแทนจำหน่ายผู้เข้าร่วม
โครงการ Bring Back Home
บริษัท เค.เอ็น.บิซิเนส จำกัด

ทิศทางการดำเนินงาน

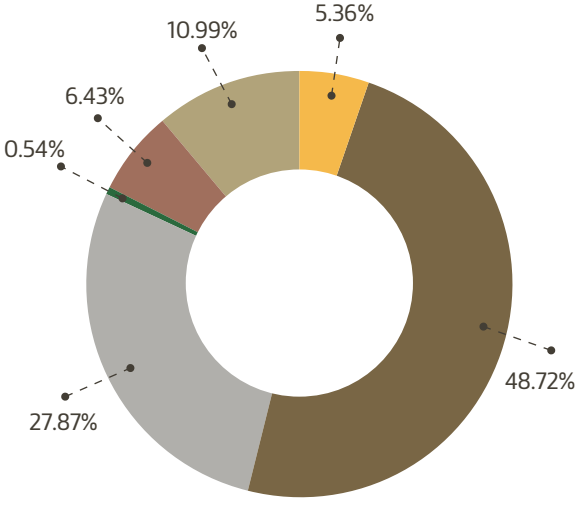
ในกระบวนการผลิตเครื่องดื่มและอาหารที่มีคุณภาพ ไทยเบฟคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญ จึงคัดสรรวัตถุดิบจากธรรมชาติโดยผ่านกระบวนการต่าง ๆ อย่างประณีตและพิถีพิถัน เพื่อไม่ให้ของเสียที่เกิดจากกระบวนการแปรรูปต่าง ๆ ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนได้

ไทยเบฟจึงปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมายในการบำบัดและกำจัดของเสียตามมาตรฐานสากลเพื่อดำเนินการบริหารจัดการของเสียให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งความสำเร็จดังกล่าวในปี 2563 มีดังนี้

ปริมาณของเสียจำแนกตามวิธีการกำจัดของกลุ่มธุรกิจเครื่องดื่ม (รวมต่างประเทศ)



ปริมาณของเสียจำแนกตามวิธีการกำจัดของกลุ่มธุรกิจอาหาร



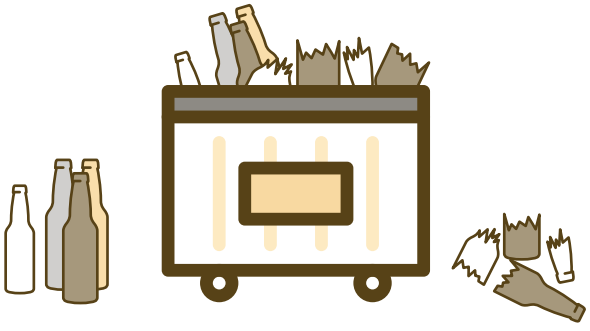
การใช้ซ้ำ · การนำกลับมาใช้ใหม่ · การหมักทำปุ๋ย · การนำไปผลิตเป็นพลังงาน · การเผาทิ้ง · การฝังกลบ

เป้าหมายปี 2563

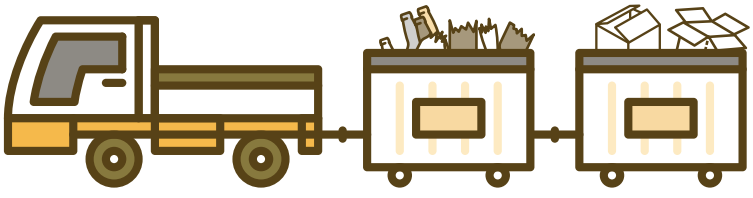
เก็บกลับ

80%

ของบรรจุภัณฑ์หลัก* มาใช้ซ้ำและกลับมาใช้ใหม่ โดยคำนวณสัดส่วนจากยอดขายเทียบน้ำหนักบรรจุภัณฑ์



เป้าหมายปี 2568



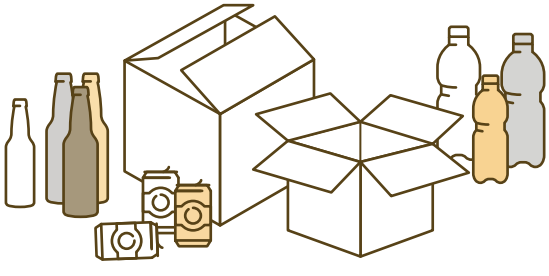
เก็บกลับ

100%

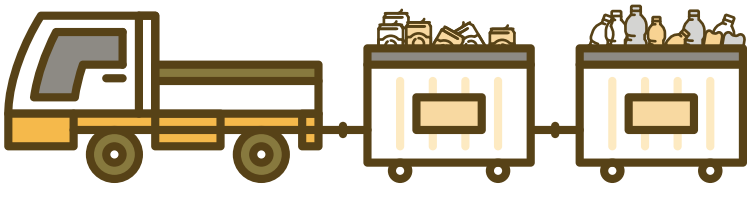
ของบรรจุภัณฑ์ประเภทแก้วและกระดาษที่จำหน่ายในประเทศมาเพื่อใช้ซ้ำหรือนำกลับมาใช้ใหม่

100%

ของบรรจุภัณฑ์หลักที่ใช้ในกระบวนการผลิตจะต้องทำมาจากวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ (reusable), นำกลับมาใช้ใหม่ (recyclable) หรือสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ (compostable)



เป้าหมายปี 2573



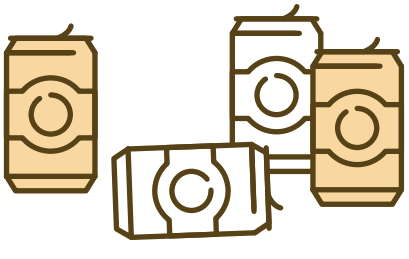
เก็บกลับ

100%

ของบรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋องอะลูมิเนียมและขวดพลาสติก PET ที่จำหน่ายในประเทศ

ลดปริมาณวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋องอะลูมิเนียมลงทั้งหมด

2,700 ตัน



*ได้แก่ ขวดแก้วที่ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสุรา เบียร์ น้ำดื่ม และเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ที่สามารถนำกลับมาคืนเพื่อใช้ซ้ำ หรือใช้ใหม่ได้ (returnable glass bottles)


Chang
Chang
Chang
Chang



GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 203-1, GRI 203-2, GRI 413-1

แบ่งปันคุณค่าให้คนทั่วโลก

ไทยเบฟสนับสนุนโครงการเพื่อสังคมในหลายด้าน โดยให้ความสำคัญในด้านการศึกษา สาธารณสุข กีฬา ศิลปะและวัฒนธรรม การพัฒนาชุมชน และโครงการประชารัฐรักสามัคคี ซึ่งไทยเบฟยึดมั่นในการดำเนินโครงการต่าง ๆ ท่ามกลางวิกฤตโควิด-19 ผ่านโครงการใหม่ ๆ เพื่อสร้างสรรค์และแบ่งปันประโยชน์ให้แก่สังคม ชุมชน และประเทศชาติ ส่งเสริมให้เกิดความเข้มแข็งและการพัฒนาในด้านอื่น ๆ รวมถึงการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

การดูแลและแบ่งปัน การสร้างคุณค่าให้แก่สังคม 84
การพัฒนาด้านการศึกษา 90
การพัฒนาด้านสาธารณสุข 96
การพัฒนาด้านกีฬา 112
การอนุรักษ์ศิลปะและวัฒนธรรมของชาติ 122
การพัฒนาชุมชน 144
โครงการประชารัฐรักสามัคคี 158
ศูนย์ ซี อาเซียน (C asean) 164

การดูแลและแบ่งปัน การสร้างคุณค่าให้แก่สังคม

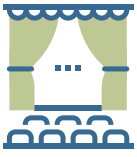
ในปี 2563 ประเทศไทยและทั่วโลกได้เผชิญกับความท้าทายเนื่องมาจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชากรทั่วภูมิภาคอาเซียน เพื่อรับมือกับการระบาดใหญ่ครั้งนี้ ไทยเบฟได้มีส่วนร่วมต่อสังคมและแสดงพลังในฐานะผู้นำทางธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ไทยเบฟไม่เคยลดความพยายาม แต่ยังคงให้ความสำคัญกับโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมที่หลากหลายทั่วทั้งประเทศและครอบคลุมประชากรหลายกลุ่มทั่วประเทศตั้งแต่เยาวชนจนถึงผู้สูงอายุ โดยมุ่งเน้นการดำเนินโครงการใน 5 มิติหลัก ดังนี้ 1) ด้านการศึกษา 2) ด้านสาธารณสุข 3) ด้านกีฬา 4) ด้านศิลปะและวัฒนธรรม และ 5) ด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม ไทยเบฟมีส่วนร่วมในทุกมิติโดยช่วยเสริมสร้างศักยภาพให้ทุกคนในสังคมให้ได้มีโอกาสบรรลุศักยภาพของตน ภายใต้คำกล่าวที่ว่า “ไทยเบฟ... อยู่กับคุณทุกช่วงเวลา”

ในปี 2563 ไทยเบฟได้ใช้งบประมาณจัดสรรกว่า 600 ล้านบาทให้แก่ 5 ประเด็นสำคัญ ดังนี้


การศึกษา
8%


สาธารณสุข
31%


กีฬา
36%


ศิลปะและวัฒนธรรม
14%


การพัฒนาชุมชน
11%

ไทยเบฟมีความมุ่งมั่นที่จะบรรลุพันธกิจขององค์กร “สร้างสรรค์และแบ่งปันคุณค่าแห่งการเติบโต” ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ผ่านโครงการต่าง ๆ ที่สร้างสรรค์สภาพแวดล้อมที่มั่นคงและชุมชนที่ยั่งยืน ในปี 2563 ไทยเบฟยังคงมุ่งเน้นให้การสนับสนุนโครงการต่าง ๆ ตั้งแต่การส่งเสริมน้ำสะอาด การปลูกป่าเพื่อรักษาต้นน้ำและลดก๊าซเรือนกระจก การมอบผ้าห่มในถิ่นทุรกันดาร การเพิ่มรายได้ท้องถิ่นผ่านโครงการประชารัฐรักสามัคคี การมอบทุนการศึกษา โรงเรียนร่วมพัฒนา นอกจากนี้ไทยเบฟยังให้การสนับสนุนด้านศิลปวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องเช่นกัน โดยมองว่าปัจจัยทางวัฒนธรรมของสังคมนั้นถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะต้องธำรงรักษาไว้ และไทยเบฟยังได้ริเริ่มโครงการด้านสาธารณสุขเพื่อบรรเทาปัญหาฝุ่นละออง PM 2.5 รวมถึงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เพื่อคุ้มครองสุขภาพของพนักงานไทยเบฟและส่วนรวมอีกด้วย

ไทยเบฟกำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลเพื่อดำเนินโครงการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งแบบระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว โดยโครงการต่าง ๆ ในทั้ง 5 มิติ ล้วนได้รับการชี้แนะแนวทางจากผู้บริหารระดับสูง ซึ่งนำโดยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ พร้อมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนให้กรรมการบริษัทและพนักงานเป็นอาสาสมัครเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมและสาธารณกุศลในทุกรูปแบบ โดยจัดให้มีคณะทำงานในการพัฒนางานแต่ละด้าน ซึ่งแบ่งการดำเนินงานออกได้เป็น 2 ส่วน คือ

1. **การจัดการจากส่วนกลาง** ประกอบด้วยกลุ่มโครงการพัฒนาชุมชน กลุ่มโครงการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม กลุ่มประสานงานภายนอกองค์กร กลุ่มโครงการไทยทาเลนท์ กลุ่มโครงการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม C asean กลุ่มสำนักทรัพยากรบุคคล และกลุ่มสำนักสื่อสารองค์กร

   ช่วงกลางปี 2562 คณะทำงานกิจกรรมเพื่อสังคมจากส่วนกลาง ได้มีการจัดระบบการดำเนินงานของคณะทำงานแบบบูรณาการโครงการ อันส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงการทำงานทั้งภายในส่วนงาน และระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการจัดประชุมรายสัปดาห์ร่วมกันระหว่างกลุ่มงานที่รับผิดชอบโครงการใน 5 มิติ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็น หาความเชื่อมโยงของโครงการที่แต่ละฝ่ายรับผิดชอบ จัดสรรการใช้งบประมาณเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรและส่วนรวม จากการปรับการดำเนินงานในครั้งนี้ ทำให้ไทยเบฟสร้างสรรค์ประโยชน์และลดความซ้ำซ้อนในการทำงานได้เพิ่มมากขึ้นเป็นเท่าตัว

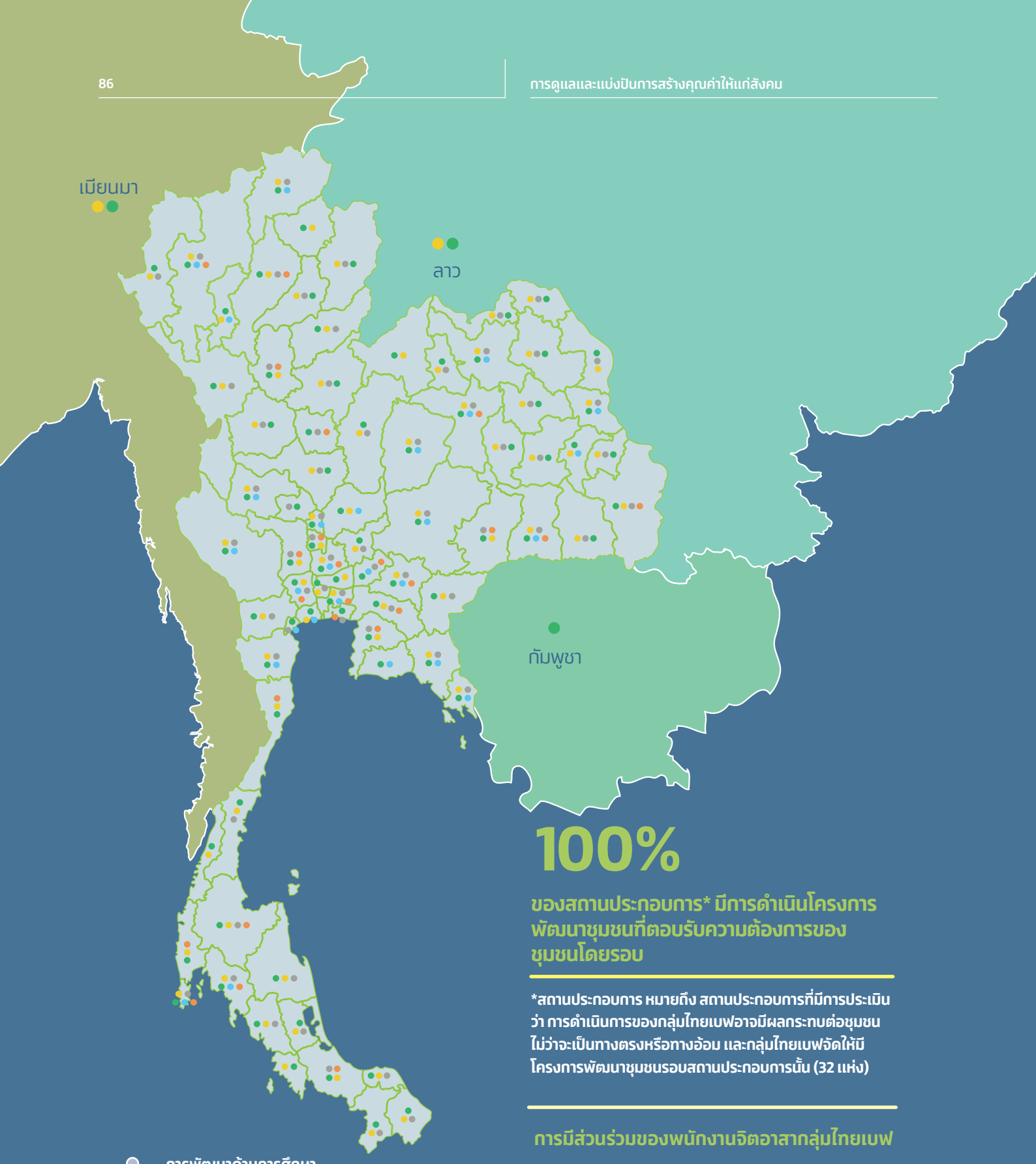
2. **การจัดการในระดับพื้นที่รอบโรงงาน** ประกอบด้วย หน่วยงานชุมชนสัมพันธ์และแผนสิ่งแวดล้อมของแต่ละโรงงาน ซึ่งทำงานประสานกับส่วนกลางอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ แต่ละหน่วยงานสามารถดำเนินโครงการที่ริเริ่มเอง หรือร่วมมือกับกลุ่มงานต่าง ๆ ในสังคม

   ร้อยละ 100 ของสถานประกอบการหรือโรงงานในกลุ่มไทยเบฟที่มีชุมชนโดยรอบ มีการจัดทำโครงการพัฒนาชุมชนเพื่อตอบรับกับความต้องการของชุมชนเหล่านั้น ช่วยทำให้การดำเนินงานของไทยเบฟที่อาจมีผลกระทบโดยตรงหรือโดยอ้อมต่อชุมชนโดยรอบทำได้อย่างครอบคลุม

ในการริเริ่มโครงการและกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ไทยเบฟมีขั้นตอนดำเนินงานและสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดังนี้

- ทำการประเมินผลกระทบทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ ผ่านการสานสัมพันธ์และสอบถามความคิดเห็นหรือความต้องการจากกลุ่มชุมชนเป้าหมาย ทั้งที่เป็นชุมชนรอบโรงงาน รอบสถานประกอบการทั้งหมด และชุมชนที่ใกล้ชิดกับผลิตภัณฑ์ของไทยเบฟ ด้วยวิธีการใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การจัดประชุมสาธารณะ การพูดคุยกับกลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มผู้ปกครอง คณะกรรมการโรงเรียน หรือการจัดกลุ่มประชุมย่อยที่เป็นกันเอง รายสัปดาห์ (สภากาแฟ)
- การคัดเลือกโครงการและการดำเนินการร่วมกับชุมชนเพื่อสร้างประโยชน์แก่สิ่งแวดล้อมและชุมชน ตามเป้าประสงค์ของโครงการ โดยได้พิจารณาดำเนินการร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย
- ทุกโครงการที่จัดทำจะต้องมีการวัดผลลัพธ์การทำงานอย่างเป็นรูปธรรม ด้วยการวัดความพึงพอใจของชุมชน กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การวัดผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการติดตามรายงานความคืบหน้าจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ อาทิ หน่วยงานราชการ มหาวิทยาลัย ประชาสังคม

ไทยเบฟร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่นต่าง ๆ จัดตั้งเป็นคณะกรรมการความปลอดภัย คณะกรรมการให้คำปรึกษา รวมถึงทีมงานที่รับฟังข้อร้องเรียนของชุมชนเพื่อบริหารและจัดการกับผลกระทบต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น เช่น แผนกมวลชนสัมพันธ์ แผนกสิ่งแวดล้อมประจำโรงงานในกลุ่มไทยเบฟทั่วประเทศ โดยจะมีการติดตามและรายงานผลการดำเนินการเป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่ากิจกรรมสาธารณประโยชน์ที่ไทยเบฟให้การสนับสนุนสามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนและเกิดประโยชน์แก่ส่วนรวมอย่างยั่งยืนอย่างแท้จริง



- การพัฒนาด้านการศึกษา (Connext ED และโครงการโรงเรียนร่วมพัฒนา)
- การพัฒนาด้านสาธารณสุข
- การพัฒนาด้านศิลปะและวัฒนธรรมของความเป็นชาติ
- การพัฒนาด้านกีฬา
- โครงการพัฒนาชุมชนและโครงการประชารัฐรักสามัคคี

100%

ของสถานประกอบการ* มีการดำเนินโครงการพัฒนาชุมชนที่ตอบรับความต้องการของชุมชนโดยรอบ

*สถานประกอบการ หมายถึง สถานประกอบการที่มีการประเมินว่า การดำเนินการของกลุ่มไทยเบฟอาจมีผลกระทบต่อชุมชน ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม และกลุ่มไทยเบฟจัดให้มีโครงการพัฒนาชุมชนรอบสถานประกอบการนั้น (32 แห่ง)

การมีส่วนร่วมของพนักงานจิตอาสากลุ่มไทยเบฟ

สร้างการมีส่วนร่วมพนักงาน

1,387 คน

คิดเป็นชั่วโมงจิตอาสา

15,429 ชั่วโมง

กิจกรรมตัวอย่างเพื่อสังคมของไทยเบฟ ที่สอดคล้องกับการสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติและตอบสนองต่อสิ่งที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนของไทยเบฟ

UNSDG	โครงการ	ตัวชี้วัด
ขจัดความยากจน 1.5 ภายในปี 2573 สร้างภูมิต้านทานและลดการเปิดรับและความเปราะบางต่อเหตุรุนแรงที่เกี่ยวข้องกับภูมิอากาศและภัยพิบัติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้กับผู้ที่ยากจนและอยู่ในสถานการณ์เปราะบาง	**ไทยเบฟรวมใจต้านภัยหนาว**	ลดจำนวนผู้ได้รับผลกระทบจากเหตุรุนแรงที่เกี่ยวข้องกับภูมิอากาศและภัยพิบัติกว่า **200,000 คน/ปี*** *สามารถดูสัดส่วนประเภทผู้ได้รับผ้าห่มได้ที่หน้า 157
	โครงการฟื้นฟูผู้ประสบอุบัติภัยดินโคลนถล่ม ชุมชนบ้านห้วยขาบ	สนับสนุนงบประมาณในการก่อสร้างบ้านให้กับชาวบ้านที่เดือดร้อนที่ห้วยขาบ จำนวน **60 หลังคาเรือน** รวมผู้รับผลประโยชน์ **247 คน**
ขจัดความอดอยากสร้างความมั่นคงทางอาหาร 2.4 สร้างหลักประกันว่าจะมีระบบการผลิตอาหารที่ยั่งยืนและดำเนินการตามแนวปฏิบัติทางการเกษตรที่มีภูมิคุ้มกันที่จะเพิ่มผลิตภาพและการผลิต ซึ่งจะช่วยรักษาระบบนิเวศ เสริมขีดความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภาวะอากาศรุนแรง ภัยแล้ง อุทกภัย และภัยพิบัติอื่น ๆ และจะช่วยพัฒนาที่ดินและคุณภาพดินอย่างต่อเนื่อง ภายในปี 2573	**โครงการความร่วมมือห้วยฮ่องไคร้ฯ ไทยเบฟร่วมฟื้นฟูป่า พัฒนาคุณภาพชีวิตจังหวัดน่าน**	การรณรงค์การบริหารจัดการการเกษตรแบบยั่งยืน นำองค์ความรู้ด้านการพัฒนาอาชีพ **สนับสนุนปัจจัยการผลิต ช่วยเกษตรกรเพิ่มเติมกว่า 150 ราย และสร้างรายได้เฉลี่ย 3,000 บาท/เดือน/ราย**
ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคน 3.3 ยุติการแพร่กระจายของเอดส์ วัณโรค มาลาเรีย และโรคเขตร้อนที่ถูกละเลย และต่อสู้กับโรคตับอักเสบ โรคติดต่อทางน้ำ และโรคติดต่ออื่น ๆ ภายในปี 2573 3.4 ลดการตายก่อนวัยอันควรจากโรคไม่ติดต่อให้ลดลงหนึ่งในสาม ผ่านทางการป้องกันและการรักษาโรค และสนับสนุนสุขภาพจิตและความเป็นอยู่ที่ดี ภายในปี 2573 3.8 บรรลุการมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า รวมถึงการป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน การเข้าถึงการบริการสาธารณสุขจำเป็นที่มีคุณภาพ และเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นที่ปลอดภัย มีประสิทธิผล มีคุณภาพ และมีราคาที่สามารถซื้อหาได้ 3.b สนับสนุนการวิจัยและการพัฒนาวัคซีนและยาสำหรับโรคติดต่อและไม่ติดต่อที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อประเทศกำลังพัฒนา ให้มีการเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นในราคาที่สามารถซื้อหาได้ตามปฏิญญาโดฮาความตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้าและการสาธารณสุข ซึ่งเน้นย้ำสิทธิสำหรับประเทศกำลังพัฒนาที่จะใช้บทบัญญัติในความตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้าอย่างเต็มที่ ในเรื่องการผ่อนปรนเพื่อจะปกป้องสุขภาพสาธารณะและโดยเฉพาะการเข้าถึงยาโดยถ้วนหน้า 3.d เสริมขีดความสามารถสำหรับทุกประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศกำลังพัฒนาในเรื่องการแจ้งเตือนล่วงหน้า การลดความเสี่ยง และการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสุขภาพในระดับประเทศและระดับโลก	**โครงการพัฒนาด้านสาธารณสุข**	ปี 2563 **ไทยเบฟสนับสนุนเงินช่วยเหลือ** เพื่อการพัฒนางานวิจัยทางการแพทย์ อุปกรณ์ทางการแพทย์และด้านสุขภาพขั้นพื้นฐานต่าง ๆ รวมกว่า **200 ล้านบาท**
	โครงการส่งมอบแอลกอฮอล์ร่วมต้านวิกฤตโควิด-19	มอบผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดจากแอลกอฮอล์ให้กับสถาบันการศึกษาทั่วประเทศที่อยู่ในเครือข่ายของบริษัทรวม **470 แห่ง** ส่งมอบแอลกอฮอล์เพื่อสาธารณประโยชน์ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศรวมกว่า **1,090,000 ลิตร**
	โครงการผลิตและส่งมอบหน้ากากอนามัย Surgical Mask และ N95	ส่งมอบหน้ากากอนามัย **130,000 ชิ้น** ให้โรงพยาบาล บุคลากรทางการแพทย์ใน **9 โรงพยาบาลในประเทศไทย**
	โครงการคลินิกตรวจวิเคราะห์ทางการแพทย์	คลินิกตรวจวิเคราะห์ทางการแพทย์ให้บริการตรวจโรคโควิด-19 แก่ผู้เข้ารับบริการจำนวนทั้งสิ้น **15,970 ครั้ง**
	โครงการโรงพยาบาลสถาบันโรคไตภูมิราชนครินทร์	โรงพยาบาลสถาบันโรคไตภูมิราชนครินทร์ผ่าตัดปลูกถ่ายไตแก่ผู้ป่วยสำเร็จ **49 ราย (เพิ่มขึ้น 81% จากปี 2562)**
	โครงการพัฒนาด้านกีฬา	เยาวชนมากกว่า **95,000 คน** เข้าร่วมโครงการพัฒนาด้านกีฬาของไทยเบฟ ช่วยเสริมสุขภาพทั้งทางร่างกาย จิตใจ และความเป็นอยู่ที่ดีให้แก่เยาวชนเหล่านั้น

UNSDG	โครงการ	ตัวชี้วัด
ส่งเสริมโอกาสในการเรียนรู้ 4.1 สร้างหลักประกันว่าเด็กชายและเด็กหญิงทุกคนสำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาที่มีคุณภาพ เท่าเทียม และไม่มีค่าใช้จ่าย นำไปสู่ผลลัพธ์ทางการเรียนที่มีประสิทธิผล ภายในปี 2573 4.3 ให้ชายและหญิงทุกคนเข้าถึงการศึกษาวิชาเทคนิค อาชีวศึกษา อุดมศึกษา รวมถึงมหาวิทยาลัยที่มีราคาที่สามารถจ่ายได้และมีคุณภาพ ภายในปี 2573 4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็น รวมถึงทักษะทางเทคนิคและอาชีพ สำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดี และการเป็นผู้ประกอบการ ภายในปี 2573	**โครงการให้ทุนการศึกษาบุตรพนักงาน** **โครงการผู้นำเพื่อการพัฒนาการศึกษาที่ยั่งยืน (Connext ED)** **โครงการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสังคม (Beta Young Entrepreneur)** **โครงการโรงเรียนร่วมพัฒนา (Partnership School)**	ปี 2563 ไทยเบฟสนับสนุนทุนการศึกษาตั้งแต่ระดับประถมศึกษาถึงระดับอุดมศึกษา รวมถึงการฝึกฝนอาชีพ และครูในถิ่นทุรกันดารทั่วประเทศ เป็นมูลค่ารวมกว่า **11 ล้านบาท** จำนวนรวม **1,183 ทุน** เด็กได้รับการพัฒนาทักษะอาชีพ จากโครงการ**"การทำมาค้าขาย"** หรือธุรกิจจำลอง จำนวนกว่า **65,000 คน**
	โครงการครูเจ้าฟ้ากรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์	**เพิ่มจำนวนครูที่มีคุณภาพโดยเฉพาะในถิ่นทุรกันดาร** ปีละ **9 คน** (รวมตลอดการสนับสนุนจำนวนทั้งสิ้น 72 คน)
จัดหาน้ำอย่างยั่งยืนและพร้อมใช้สำหรับทุกคน 6.1 บรรลุเป้าหมายการให้ทุกคนเข้าถึงน้ำดื่มที่ปลอดภัยและมีราคาที่สามารถซื้อหาได้ ภายในปี 2573 6.6 ปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องกับแหล่งน้ำ รวมถึงภูเขา ป่าไม้ พื้นที่ชุ่มน้ำ แม่น้ำ ชั้นหินอุ้มน้ำ และทะเลสาบ ภายในปี 2563 6.b สนับสนุนและเพิ่มความเข้มแข็งในการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการจัดการน้ำและสุขอนามัย	**โครงการพัฒนาน้ำ พัฒนาชีวิต พัฒนาคุณภาพชีวิต**	ขยายพื้นที่เกษตรที่ได้รับผลประโยชน์จากการใช้น้ำจาก 9,564 ไร่ เป็น **9,573 ไร่** ฟื้นฟูพื้นที่อนุรักษ์วังปลาโดยขุดลอกคลองกลำระยะทางรวม **680 เมตร**
	โครงการน้ำสะอาดเพื่อชุมชน ของบริษัท แกรนด์ รอยัลกรุ๊ป อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (GRG)	โครงการน้ำสะอาดเพื่อชุมชน ของ GRG สามารถนำส่งน้ำเข้าถึงชุมชนกว่า **7,500 ครอบครัว** หรือกว่า **50,000 คน** ในชุมชนที่ขาดแคลน เขตมะกเว ประเทศเมียนมา
	โครงการระบบการบริหารจัดการน้ำนาขั้นบันได	เกษตรกร **12 ราย** ที่กาญจนบุรี ได้รับประโยชน์จากการฟื้นฟูและบริหารจัดการน้ำนาขั้นบันได
	โครงการน้ำดื่มสะอาดเพื่อน้อง	โครงการน้ำดื่มสะอาดเพื่อน้อง สามารถปรับปรุงคุณภาพน้ำให้นักเรียนและบุคลากรของโรงเรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี และชลบุรี จำนวนรวมกว่า **2,000** คน ได้มีน้ำดื่มสะอาด ลดค่าใช้จ่ายในการซื้อน้ำดื่มไปได้รวมกันมากกว่า **9.6 ล้านบาท/ปี**
ส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน 8.1 ทำให้การเติบโตทางเศรษฐกิจต่อหัวประชากรมีความยั่งยืนตามบริบทของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ของประเทศพัฒนาน้อยที่สุด มีการขยายตัวอย่างน้อยร้อยละ 7 ต่อปี 8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลิตภาพ การสร้างงานที่สมควร ความเป็นผู้ประกอบการ ความสร้างสรรค์และนวัตกรรม และส่งเสริมการเกิดและการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย ขนาดเล็ก และขนาดกลาง รวมถึงการเข้าถึงบริการทางการเงิน	**โครงการผู้นำเพื่อการพัฒนาการศึกษาที่ยั่งยืน (CONNEXT ED)**	เด็กนักเรียนและเยาวชนรวมกว่า **65,000 คน** ได้รับการฝึกฝนอาชีพและมีงานที่ดีทำเพื่อเสริมรายได้ให้แก่ตนเองและครอบครัว
	โครงการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสังคม (Beta Young Entrepreneur)	**สร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่** จากโครงการ Beta Young ไปแล้ว รวม **170 คน**
	การพัฒนาด้านกีฬา	ปี 2563 สร้างนักกีฬาเยาวชนมืออาชีพ 160 คน และสร้างโอกาสการเป็นมืออาชีพให้แก่เยาวชนมากกว่า **95,000 คน**
	โครงการประชารัฐรักสามัคคี	**โครงการประชารัฐรักสามัคคี** สามารถช่วยขับเคลื่อนการดำเนินงานของชุมชนไปแล้วกว่า **1,100 โครงการ ครอบคลุม 85,000 ครัวเรือน** โดยในปี 2563 สามารถสร้างรายได้สะสมให้ชุมชนไปแล้วกว่า **1,246 ล้านบาท** (เพิ่มขึ้นร้อยละ 29 จากปี 2562 ซึ่งสร้างรายได้รวมได้กว่า 543 ล้านบาท)
	โครงการส่งเสริมคนรุ่นใหม่เพื่อสร้างชุมชนดีมีรอยยิ้ม	**โครงการส่งเสริมคนรุ่นใหม่เพื่อสร้างชุมชนดีมีรอยยิ้ม** สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนกว่า **490 ราย** ในจันทบุรี อุบลราชธานี และกาฬสินธุ์ โดยสร้างรายได้เข้าสู่ชุมชนได้รวมมากกว่า **2.4 ล้านบาท**

UNSDG	โครงการ	ตัวชี้วัด
สร้างเมืองและการตั้งถิ่นฐานที่ปลอดภัย 11.4 เสริมความพยายามที่จะปกป้องและคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติของโลก	**โครงการอนุรักษ์ศิลปะและสร้างสรรค์วัฒนธรรมของความเป็นชาติ**	ปี 2563 ไทยเบฟสนับสนุนโครงการเพื่ออนุรักษ์ศิลปะและสร้างสรรค์วัฒนธรรมของประเทศไทย และอาเซียน รวมกว่า **95 ล้านบาท**
อนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืน 14.2 บริหารจัดการและปกป้องระบบนิเวศทางทะเลและชายฝั่งเพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบทางลบที่มีนัยสำคัญ รวมถึงโดยการเสริมภูมิต้านทาน และปฏิบัติการเพื่อฟื้นฟู เพื่อบรรลุการมีมหาสมุทรที่มีสุขภาพดีและมีผลิตภาพ ภายในปี 2563 14.5 ภายในปี 2563 อนุรักษ์พื้นที่ทางทะเลและชายฝั่งอย่างน้อยร้อยละ 10 ให้เป็นไปตามกฎหมายระหว่างประเทศและภายในประเทศ และอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ที่ดีที่สุดที่มีอยู่	**โครงการฟื้นฟูอนุรักษ์ป่าชายเลน**	**ร่วมปลูกป่าชายเลน** (ไม้โกงกางและต้นแสม) จำนวนกว่า **300 ต้น** ในพื้นที่ป่าชายเลนบริเวณคลองเกลือ ตำบลหนองไม้แดง อำเภอเมืองชลบุรี เทียบเป็นการอนุรักษ์พื้นที่ชายฝั่งกว่า 2 ไร่
	โครงการปลูกป่าในใจคนตามศาสตร์พระราชา	รักษาพื้นที่ป่าชายเลนบริเวณบางขุนเทียน **จำนวน 50 ไร่** โดยปลูกต้นโกงกางซ่อมแซมเพิ่มเติมจากเดิม อีกอย่างน้อย 10% หรือประมาณ **4,000 ต้น** เอื้อต่อการอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำกว่า **70 ชนิด**
ส่งเสริมการใช้ประโยชน์ที่ยั่งยืนของระบบนิเวศบนบก 15.1 สร้างหลักประกันว่าจะมีการอนุรักษ์ การฟื้นฟู และการใช้ระบบนิเวศบนบกและในน้ำจืด ในแผ่นดินรวมทั้งบริการทางระบบนิเวศอย่างยั่งยืน เฉพาะอย่างยิ่ง ป่าไม้ พื้นที่ชุ่มน้ำ ภูเขาและเขตแห้งแล้ง โดยเป็นไปตามข้อบังคับภายใต้ความตกลงระหว่างประเทศภายในปี 2563 15.2 ส่งเสริมการดำเนินการด้านการบริหารจัดการป่าไม้ทุกประเภทอย่างยั่งยืน หยุดยั้งการตัดไม้ทำลายป่า ฟื้นฟูป่าที่เสื่อมโทรม และเพิ่มการปลูกป่าและฟื้นฟูป่าทั่วโลก ภายในปี 2563 15.4 สร้างหลักประกันว่าจะมีการอนุรักษ์ระบบนิเวศภูเขาและความหลากหลายทางชีวภาพของระบบนิเวศ เหล่านั้น เพื่อจะเพิ่มพูนขีดความสามารถของระบบนิเวศเหล่านั้นที่จะให้ผลประโยชน์อันสำคัญต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายในปี 2573 15.5 ปฏิบัติการที่จำเป็นและเร่งด่วนเพื่อลดการเสื่อมโทรมของถิ่นที่อยู่ตามธรรมชาติ หยุดยั้งการสูญเสีย ความหลากหลายทางชีวภาพ และภายในปี 2563 จะปกป้องและป้องกันการสูญพันธุ์ของชนิดพันธุ์ที่ถูกคุกคาม	**โครงการรวมพลังพลิกฟื้นคืนธรรมชาติสู่สิ่งแวดล้อม (ปลูกป่าสิรินธรฯ)** **โครงการความร่วมมือห้วยฮ่องไคร้ฯ**	การส่งเสริมการดำเนินการบริหารจัดการป่าไม้ทุกประเภทอย่างยั่งยืน หยุดยั้งการตัดไม้ทำลายป่า ฟื้นฟูป่าที่ถูกรุกล้ำ เพิ่มการปลูกป่า สามารถรักษาพื้นที่ป่าได้ **668 ไร่** ซึ่งในปี 2563 การเจริญเติบโตและอัตราการรอดตายของต้นไม้เท่ากับ **99.79%**
	โครงการรวมใจปลูกต้นไม้พื้นที่สีเขียวร่วมกับชุมชนรอบโรงงานของกลุ่มไทยเบฟ	ปลูกต้นไม้เพิ่มพื้นที่สีเขียวได้กว่า **4,000 ต้น** แบ่งเป็นไม้ยืนต้น 17 สายพันธุ์ อาทิ พะยูง ประดู่ป่า ตะเคียนทอง สะเดา มะฮอกกานี คูณ เป็นต้น
	โครงการไทยเบฟช่วยชุมชนช่วยช้าง ฝ่าวิกฤตโควิด-19	สนับสนุนผลไม้ที่ล้นตลาดจากเกษตรกรทั่วประเทศกว่า 153 ราย เพื่อนำผลไม้ อาทิ มะม่วง ลำไย มะละกอ รวมปริมาณกว่า **31,500 กิโลกรัม** ไปเป็นอาหารให้ช้างที่ขาดแคลน **775 เชือก**
สร้างความร่วมมือระดับสากลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 17.9 เพิ่มพูนการสนับสนุนระหว่างประเทศสำหรับการดำเนินการด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถที่มีประสิทธิผลและมีการตั้งเป้าในประเทศกำลังพัฒนา เพื่อสนับสนุนแผนระดับชาติที่จะดำเนินงานในทุกเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงผ่านทางความร่วมมือแบบเหนือ-ใต้ ใต้-ใต้ และไตรภาคี 17.17 สนับสนุนและส่งเสริมหุ้นส่วนความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาครัฐ-ภาคเอกชน และประชาสังคม สร้างบนประสบการณ์และกลยุทธ์ด้านทรัพยากรของหุ้นส่วน	**โครงการประชารัฐรักสามัคคี**	สนับสนุนการส่งเสริมหุ้นส่วนความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน ประชาสังคม วิชาการ และประชาชน เพื่อจัดตั้งเป็นบริษัท ประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม จำนวน **76 จังหวัด** เป็นมูลค่าเงินร่วมทุน **337 ล้านบาท** สร้างให้เกิดโครงการความร่วมมือ **1,161 โครงการ**
	โครงการ ASEAN Youth Showcase 2020: Advancing Social Entrepreneurship	เพิ่มโครงการเพื่อสังคมที่ยั่งยืนให้แก่ภูมิภาคอาเซียน จำนวน **3 โครงการใน 3 ประเทศ** ประกอบด้วย ประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์

การพัฒนาด้านการศึกษา

การศึกษาเป็นรากฐานที่สำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืนของทรัพยากรมนุษย์ให้มีศักยภาพและมีประโยชน์ต่อองค์กร ประเทศชาติ และสังคมโลก ไทยเบฟจึงให้ความสำคัญกับการสนับสนุนด้านการศึกษามาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างเยาวชนที่ดี ให้เติบโตเป็นบุคลากรที่มีคุณค่า มุ่งหมายที่จะให้เกิดการพัฒนาการศึกษาที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง โดยสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ร่วมกันกับสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ดำเนินโครงการและกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ เพื่อเพิ่มพูนทักษะการเรียน การเป็นผู้นำ สร้างทักษะอาชีพ ทักษะการใช้ชีวิต ส่งเสริมความรู้ และให้ทุนการศึกษากับเยาวชน ชุมชน และสถานศึกษาต่าง ๆ นอกจากนี้ ไทยเบฟยังให้การสนับสนุนทุนการศึกษากับบุคลากรในองค์กรและบุตรของพนักงานมาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 11 เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการดูแลชีวิตความเป็นอยู่ของพนักงาน



โครงการทุนบุตรพนักงาน

ไทยเบฟใส่ใจในชีวิตความเป็นอยู่ของพนักงาน โดยให้ความสำคัญในการสนับสนุนการศึกษา มอบทุนให้แก่บุตรของพนักงานที่มีความประพฤติและผลการเรียนดีตั้งแต่ระดับประถมศึกษาจนถึงอุดมศึกษา โครงการนี้เริ่มให้การสนับสนุนตั้งแต่ปี 2553 จนถึงปัจจุบันจำนวน 11,472 ทุน รวมเป็นเงิน 70,786,000 บาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

ปีการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	ม.ปลาย/ปวช.	ปวส./ปวท.	อุดมศึกษา (ปริญญาตรี)	กรณีพิเศษ (โครงการช้างเผือก)	จำนวนทุนทั้งสิ้น	จำนวนเงินทั้งสิ้น
ปีการศึกษา 2563	639	223	162	30	59	4	1,117	6,697,000
ปีการศึกษา 2562	651	231	138	18	64	10	1,112	6,891,000
ปีการศึกษา 2561	624	228	136	20	57	10	1,075	6,670,000
ปีการศึกษา 2560	648	215	156	35	59	10	1,123	6,992,000
ปีการศึกษา 2559	648	203	149	31	63	8	1,102	6,779,000
ปีการศึกษา 2558	665	203	115	19	52	9	1,063	6,470,000
ปีการศึกษา 2557	642	200	129	23	50	8	1,052	6,397,000
ปีการศึกษา 2556	636	197	144	25	43	14	1,059	6,700,000
ปีการศึกษา 2555	646	189	137	15	55	12	1,054	6,593,000
ปีการศึกษา 2554	543	231	142	24	71	12	1,023	6,597,000
ปีการศึกษา 2553	399	169	73	15	36	-	692	4,000,000
รวมทั้งสิ้น	**6,741**	**2,289**	**1,481**	**255**	**609**	**97**	**11,472**	**70,786,000**

ในปี 2563 มีบุตรพนักงานได้รับทุนจำนวน 1,117 ทุน เป็นเงินทั้งสิ้น 6,697,000 บาท โดยแบ่งออกเป็น ทุนการศึกษากรณีทั่วไปและทุนการศึกษากรณีพิเศษ (โครงการช้างเผือก) ตามระดับการศึกษา ดังนี้

ประเภททุน	จำนวนเงินทุนละ (บาท)	ร้อยละ (%) ผู้ได้รับทุน	ทุนการศึกษาปี 2563	
			จำนวนทุน	บาท
ประถมศึกษา	5,000	54.1%	639	3,195,000
มัธยมศึกษาตอนต้น	6,000	19.9%	223	1,338,000
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	7,000	16.7%	162	1,134,000
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส./ปวท.)	8,000	3.5%	30	240,000
อุดมศึกษา (ปริญญาตรี)	10,000	5.8%	59	590,000
อุดมศึกษา (โครงการช้างเผือก)	50,000	-	4	200,000
รวม			**1,117**	**6,697,000**

บุตรที่ได้รับทุนกรณีทั่วไปและทุนการศึกษากรณีพิเศษ (โครงการช้างเผือก) ได้เข้าทำงานที่ไทยเบฟจำนวน 43 คน แบ่งออกเป็น กลุ่มบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย 10 คน กลุ่มธุรกิจสุรา 12 คน กลุ่มธุรกิจเบียร์ 3 คน กลุ่มการเงินและบัญชี 2 คน กลุ่มธุรกิจต่อเนื่อง 12 คน สำนักตรวจสอบภายใน 1 คน บริษัท ซี เอ ซี จำกัด 1 คน สำนักทรัพยากรบุคคล 1 คน และสำนักเลขานุการบริษัท 1 คน





โครงการสานอนาคตการศึกษา (Connext ED)

โครงการคอนเน็กซ์ อีดี (Connext ED) เป็นโครงการพัฒนาการศึกษาให้กับโรงเรียนระดับชั้นประถมศึกษาและมัธยมศึกษาทั่วประเทศ ซึ่งไทยเบฟร่วมมือกับ 12 องค์กรเอกชนและมหาวิทยาลัย จำนวน 28 แห่ง จัดกิจกรรมและขับเคลื่อนโครงการต่าง ๆ มาอย่างต่อเนื่อง โดยปีที่ผ่านมาไทยเบฟได้มอบทุนสมทบเพื่อต่อยอดธุรกิจในโครงการ “การทำมาค้าขาย” หรือธุรกิจจำลอง ให้นักเรียนมากกว่า 65,000 คน จาก 263 โรงเรียน ใน 44 จังหวัด ได้ฝึกฝนอาชีพ เสริมสร้างทักษะชีวิต เรียนรู้จากประสบการณ์ตรงและลงมือปฏิบัติจริง พร้อมทั้งให้ความรู้เรื่องการบริหารการเงิน การบันทึกรายได้และค่าใช้จ่ายรวมถึงการจัดทำบัญชีของกิจกรรมในโครงการทำให้ทราบถึงต้นทุนทำไรของธุรกิจ เพื่อสามารถวางแผนในการต่อยอดเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และขยายโอกาสทางธุรกิจได้ โดยมหาวิทยาลัยพันธมิตรได้ร่วมจัดการอบรมแบบลงมือปฏิบัติจริง เรื่องการทำบัญชีครัวเรือนและการทำบัญชีธุรกิจให้แก่คุณครูและนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการได้เข้าใจมากขึ้น เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การปฏิบัติจริง ซึ่งบางธุรกิจสามารถสร้างกำไรนำมาหมุนเวียนภายในโครงการและโดยนำไปต่อยอดให้เกิดความหลากหลายของสินค้าและขยายโอกาสทางธุรกิจให้เติบโตได้โดยไม่ขอรับการสนับสนุนเพิ่มเติม นอกจากนี้ นักเรียนยังสามารถนำทักษะที่ได้ไปประกอบอาชีพเพื่อหารายได้ช่วยเหลือครอบครัว รวมถึงได้รับการปลูกฝังการสร้างวินัยทางการออมเงิน โดยฝึกให้นักเรียนทำรายงานรายรับรายจ่ายอย่างน้อยสัปดาห์ละ 2 ครั้ง โดยมีอาจารย์จากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ กำกับดูแลและให้คำปรึกษา นอกจากนี้ยังได้รับความร่วมมือจาก 28 สถาบันการศึกษาในพื้นที่กับโรงเรียนในท้องถิ่นช่วยกันดูแลและพัฒนาท้องถิ่นตามพระบรมราโชวาทของพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว ที่ให้ความสำคัญกับบทบาทของมหาวิทยาลัยในพื้นที่ในการช่วยเหลือชาวบ้านให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

การประกวดโอทอป จูเนียร์ (OTOP Junior)

ไทยเบฟร่วมกับสำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน ริเริ่มจัดการประกวดโอทอป จูเนียร์ เพื่อเป็นเวทีแสดงความสามารถของนักเรียนจากโรงเรียนที่ทำโครงการธุรกิจจำลอง “ทำมาค้าขาย” และสนับสนุนให้ก้าวไปสู่การเป็นผู้ประกอบการในอนาคต โดยทีมที่เข้าประกวดต้องนำเสนอโครงการและตอบคำถามจากคณะกรรมการที่ประกอบด้วยตัวแทนจากภาคเอกชน ภาคการศึกษาและภาครัฐ เพื่อชิงรางวัลกว่า 500,000 บาท





ในปีที่ผ่านมามีนักเรียนจำนวน 120 คน จาก 100 ชมรม ส่งผลงานเข้าประกวด ซึ่งก่อนการประกวดได้จัดให้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการเป็นเวลา 2 วัน โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องพื้นฐานการจัดทำบัญชีเบื้องต้น เทคนิคการทำมาค้าขาย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการเตรียมความพร้อมสู่การเป็นผู้ประกอบการโอทอป นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้ 20 ทีมสุดท้ายที่ผ่านเข้ารอบชิงชนะเลิศ ได้เข้าร่วมกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการกับ Ted Ex Bangkok เพื่อเสริมสร้างทักษะ การบอกเล่าเรื่องราว การเข้าใจลูกค้าและสถานการณ์ โครงเรื่องที่ใช้สำหรับการนำเสนอ รวมถึงการดึงสิ่งที่มีคุณค่าของสินค้าและผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังได้ร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดกับผู้ประกอบการ ยังโอทอป (Young OTOP) เพื่อสร้างแรงบันดาลใจพร้อมกับร่วมกิจกรรมวอล์กแรลลี่กับผู้ประกอบการตัวจริง เพื่อเปิดมุมมองเชิงธุรกิจในงานโอทอป ซิตี้ (OTOP City)

ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้าประกวดโอทอป จูเนียร์ ในเดือนธันวาคม ปี 2562
แบ่งเป็น 5 ประเภท จากทั้งหมด 190 ผลิตภัณฑ์

ประเภท	อาหาร	เครื่องดื่ม	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร
จำนวน	86 ผลิตภัณฑ์	3 ผลิตภัณฑ์	10 ผลิตภัณฑ์	57 ผลิตภัณฑ์	34 ผลิตภัณฑ์

แบ่งปันคุณค่า

ภาวะผู้นำและความมั่นใจ



ด.ญ.จิระกาญจน์ ดวงประทุม
หัวหน้ากลุ่มทอผ้าโรงเรียนหนองขาวโกวิทพิทยาคม

ได้รับรางวัลชนะเลิศประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ในการประกวดโอทอป จูเนียร์ (OTOP Junior) ปีล่าสุด จากความพยายามส่งโครงการเข้าประกวดติดต่อกันมาหลายปีพร้อมกับประสบการณ์เข้าร่วมโครงการตั้งแต่ปีแรกจนถึงวันนี้ช่วยพัฒนาให้ ด.ญ.จิระกาญจน์ กลายเป็นเด็กช่างคิด ช่างถาม กล้าแสดงความคิดเห็น มีความมั่นใจในการสื่อสาร แตกต่างจากก่อนเข้าร่วมโครงการที่เคยเป็นเด็กนักเรียนที่มีผลการเรียนปานกลาง พูดน้อย และขี้อาย ปัจจุบัน ด.ญ.จิระกาญจน์ ได้รับคัดเลือกเป็นตัวแทนนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียนหลายอย่าง เช่น นำเสนอผลงานหนึ่งโรงเรียนหนึ่งนวัตกรรมและได้รับรางวัลเหรียญเงินระดับประเทศ ของคุรุสภา ประจำปี 2562 ล่าสุดได้รับรางวัลความยั่งยืนสู่การเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ OTOP Junior Contest 2018 นับเป็นความภาคภูมิใจของโรงเรียนหนองขาวโกวิทพิทยาคมและชาวหนองขาวอย่างยิ่ง

ประโยชน์และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการพบว่านักเรียนมีการพัฒนาหลายด้าน สิ่งแรกคือเปิดโลกภายนอกทั้งประสบการณ์ ความคิดสร้างสรรค์ การค้นพบความสามารถของตนเอง ทำให้นักเรียนมีความภาคภูมิใจในตัวเองและเห็นคุณค่าของผู้อื่น นอกจากนี้นักเรียนยังมีพื้นฐานในการประกอบอาชีพในอนาคต เช่น สามารถทำมาค้าขายได้หลายวิธีและปรับไปตามความเปลี่ยนแปลงของโลก เช่น ในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 เด็กกลุ่มนี้ได้ช่วยพ่อแม่ทำงานเพื่อแบ่งเบาภาระได้อย่างดีเยี่ยม เขาได้เห็นความสำคัญของการทำงานเป็นทีม มีคุณธรรม และจริยธรรม สร้างลักษณะนิสัยที่ดีในการทำงานในอนาคตของนักเรียนต่อไป และหวังว่าจะมีโอกาสช่วยพัฒนาประเทศชาติให้เจริญรุ่งเรืองต่อไป

นพวรรณ์ ใจจง
ครูประจำโรงเรียนหนองขาวโกวิทพิทยาคม จังหวัดกาญจนบุรี



ความคิดสร้างสรรค์

เรื่องเล่าจากชมรมแปรรูปตะไคร้ โรงเรียนบ้านคลองเรียงงาม จังหวัดอุตรดิตถ์ ผลิตภัณฑ์ ไคร้ป่ะ (แยมตะไคร้) ได้รับรางวัลชนะเลิศประเภทอาหาร การประกวด OTOP Junior Contest 2019 ในเดือนธันวาคม 2562





หลังจากที่ครูและนักเรียนร่วมกันระดมสมองหันมองรอบรั้วโรงเรียน ทางชมรมจึงได้คิดนำตะไคร้พืชสมุนไพรที่ปลูกภายในโรงเรียนและหมู่บ้านคลองเรียงงาม นำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ไคร้ป่ะ (แยมตะไคร้) ที่อุดมไปด้วยสรรพคุณทางยา และยังนำน้ำตะไคร้นำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่สามารถเก็บไว้ได้ เช่น ชาตะไคร้ ลูกประคบ ยาหม่อง สเปรย์ไล่ยุง เจลไล่ยุง ธูปหอมไล่ยุง กระดาษตะไคร้ และแยมตะไคร้ และได้นำผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในตลาดนัดสานฝันสู่อาชีพที่โรงเรียน ซึ่งจัดเดือนละ 1 ครั้ง ทางชมรมได้แต่งเพลงแร็พเพื่อใช้นำเสนอขายสินค้า และได้รับผลตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี ลูกค้าให้ความสนใจผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก ทำให้มียอดขายเพิ่มมากขึ้น แต่ที่สำคัญไปกว่านั้นคือ กิจกรรมนี้ช่วยกระตุ้นให้นักเรียนได้รู้จักและเห็นคุณค่าในการดำเนินชีวิตโดยโรงเรียนบ้านคลองเรียงงามยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการจัดการเรียนรู้ มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะด้านอาชีพให้แก่นักเรียน เมื่อจบการศึกษาจากโรงเรียนแล้วสามารถนำความรู้และทักษะตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ไปประกอบอาชีพได้ต่อไป

โครงการโรงเรียนร่วมพัฒนา (Partnership School)



โครงการโรงเรียนร่วมพัฒนา ก้าวเข้าสู่ปี ที่ 2 เกิดจากความร่วมมือของภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และภาคส่วนอื่น ๆ ในการบริหารสถานศึกษาและพัฒนาหลักสูตรให้เหมาะกับความต้องการของท้องถิ่นและชุมชน โดยไทยเบฟเป็นหนึ่งในภาคเอกชนที่เข้ามามีส่วนร่วมกับคณะกรรมการสถานศึกษาในการบริหารจัดการสถานศึกษา เพื่อขับเคลื่อนการปฏิรูปการศึกษาตามนโยบาย Thailand 4.0 โดยมีอาสาสมัครจากไทยเบฟซึ่งเป็นผู้บริหารระดับสูง จำนวน 17 ท่าน ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และความคล่องตัว ลงพื้นที่วางแผนร่วมกับคณะครู ผู้อำนวยการโรงเรียน คณะกรรมการสถานศึกษา และชุมชน จาก 23 โรงเรียน ใน 17 จังหวัด เพื่อออกแบบและสร้างกิจกรรมเชื่อมโยงให้ชุมชน วัด และโรงเรียน ร่วมกันพัฒนาชุมชนมีพื้นฐานครอบครัวที่แข็งแรง มีวัฒนธรรมที่ดี และพัฒนาให้เด็กนักเรียนมีทักษะอาชีพ ทักษะชีวิต และการเป็นคนดี เพื่อเป็นรากฐานในการพัฒนาชีวิตต่อไป สะท้อนแนวคิด “บวร” “บ้าน วัด โรงเรียน” โดยมีภาคเอกชน วิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่น รวมถึงหน่วยงานราชการเข้ามามีส่วนร่วมจัดทำแผนพัฒนาชุมชน ในการสนับสนุนและขับเคลื่อนให้เกิดกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่อง



พัฒนาทักษะชีวิต ผ่านกีฬาเพื่อให้เคารพกฎ กติกา การมีน้ำใจเป็นนักกีฬา รู้แพ้รู้ชนะ และการทำงานเป็นทีม

แบ่งปันคุณค่า



โอกาสและการเข้าถึง

เรื่องเล่าจาก ศิริวรรณ ผุดผ่อง (ครูแอน) โรงเรียนวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท

นักเรียนในโรงเรียนขนาดกลางขาดโอกาสในการเข้าถึงสื่อการเรียนการสอนออนไลน์ เนื่องจากความไม่พร้อมด้านอุปกรณ์การเรียนของนักเรียน และที่สำคัญความจำเป็นของครอบครัว นักเรียนต้องช่วยผู้ปกครองหารายได้ให้กับครอบครัว เช่น รับจ้างแพ็คแคบหมูใส่ถุงขาย เย็บกางเกงส่งโรงงาน และรับจ้างเก็บแตงโม เป็นต้น เพื่อหารายได้มาดูแลครอบครัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับมือกับผลกระทบจากสถานการณ์วิกฤตโควิด-19 ในวันที่หัวหน้าครอบครัวต้องกลับมาอยู่บ้านเพราะขาดรายได้ และไม่มีงานทำ การไปเยี่ยมนักเรียนในช่วงภาวะวิกฤตนี้ ยิ่งเน้นย้ำถึงความสำคัญของทักษะอาชีพ และทักษะชีวิตที่จะช่วยให้นักเรียนมีความพร้อมผ่านพ้นวิกฤตครั้งนี้ไปได้

แบ่งปันคุณค่า

โครงการทำมาค้าขายเป็นโครงการที่ส่งผ่านจากชุมชนไปสู่เยาวชนให้มีทักษะและรู้จักอาชีพในชุมชนของตนเอง

ณัฐพงศ์ ถิ่นจันทร์
ครูชำนาญพิเศษ โรงเรียนบ้านแม่ทราย จังหวัดแพร่



โครงการครูเจ้าฟ้ากรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์





ไทยเบฟให้การสนับสนุนโครงการครูเจ้าฟ้ากรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ โดยมอบรางวัลให้แก่ครูผู้เสียสละและปฏิบัติหน้าที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล ถิ่นทุรกันดารและพื้นที่เสี่ยงภัย โดยมอบรางวัลมาอย่างต่อเนื่องยาวนานกว่า 8 ปี โดยในปี 2563 ได้มอบทุนเพิ่มเป็นจำนวน 11 ทุน นับจนถึงรุ่นปัจจุบันมีจำนวนครูทั้งสิ้น 72 คน (รวม 88 ทุน) ภายใต้สังกัดสำนักงานคณะกรรมการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน (ตชด.) และสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.)

ในปีนี้ที่ผ่านมา ไทยเบฟยังได้ให้การสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้นักเรียนและชุมชนรอบโรงเรียนที่อยู่ในพื้นที่มีทักษะอาชีพและสร้างรายได้แบบพึ่งพาตนเองได้ เช่น โครงการเลี้ยงไก่ไข่เพื่ออาหารกลางวัน โครงการฝึกอาชีพด้านการทำขนมไทย โครงการสหกรณ์เลี้ยงวัว โครงการเบเกอรี่สร้างอาชีพคนดีสู่สังคม โครงการกองทุนเงินหมุนเวียนเพื่อการเกษตร โครงการตัดผมชาย โครงการแปรรูปพริกกระเหรี่ยง เป็นต้น ทำให้ชุมชนเกิดแหล่งเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง เกิดอาชีพใหม่ในชุมชน มีกองทุนเพื่อการพึ่งพาตนเอง

โครงการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสังคม (Beta Young Entrepreneur)

เป็นโครงการซึ่งเกิดจากความร่วมมือระหว่างสภาหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และมูลนิธิสิริวัฒนภักดี ซึ่งเป็นมูลนิธิที่ไทยเบฟให้การสนับสนุนและร่วมก่อตั้ง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมและพัฒนานักศึกษาของวิทยาลัยผู้ประกอบการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยให้เติบโตเป็นผู้ประกอบการที่มีความรู้ความสามารถ มีศักยภาพ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยจัดกิจกรรมหลายด้านเพื่อพัฒนานักศึกษาให้มีความสามารถออกสู่สังคมอย่างต่อเนื่อง

- กิจกรรมด้านธุรกิจได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบให้มีความเข้มข้นมากขึ้น โดยตั้งโจทย์ให้นักศึกษาได้ท้าทายตัวเองด้วยการตั้งภารกิจยอดขายและวางแผนการขายเพื่อให้ภารกิจสำเร็จครบถ้วนและสมบูรณ์ โดยมีอาจารย์ พนักงานไทยเบฟ และนักศึกษารุ่นพี่คอยเป็นโค้ชให้คำแนะนำ และคำปรึกษา พร้อมติดตามผลทุกสัปดาห์ โดยน้องนักศึกษาจะทำรายงานมานำเสนอเดือนละ 1 ครั้ง ทุกเดือน นอกจากนี้ยังเน้นให้นักศึกษาขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากสถานการณ์โควิด-19 ถือเป็นการพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส พบว่ามีนักศึกษาหลายคนที่ประสบความสำเร็จสามารถสร้างยอดขาย และผลกำไรได้ถึงหลักล้านจากทุนตั้งต้นที่ได้รับในหลักหมื่น ซึ่งมากกว่าทุกปีที่ผ่านมา และนักศึกษายังได้นำธุรกิจนี้ไปต่อยอดประกอบเป็นอาชีพในระหว่างเรียนอีกด้วย



- กิจกรรมเพื่อสังคมเป็นการปลูกฝังคุณธรรมและจริยธรรมในการทำธุรกิจ โดยนักศึกษาคิดและรวมกลุ่มกันแบ่งสินค้าบางส่วนจากธุรกิจตั้งต้น และบริษัทจำลองนำไปบริจาคให้กับชุมชนต่าง ๆ ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 โดยทางโครงการมีส่วนช่วยให้คำแนะนำเรื่องการดูแลป้องกันตนเองในช่วงสถานการณ์โควิด-19 เมื่อต้องลงพื้นที่ชุมชน
- กิจกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 เช่น การจัดค่ายคัดเลือกผู้ประกอบการรุ่นใหม่หรือ Beta Young รุ่นที่ 9 การรายงานผลธุรกิจตั้งต้นและบริษัทจำลอง การใช้สื่อโซเชียลในการติดต่อสื่อสารกับนักศึกษา
- กิจกรรมการประกวดออกแบบเสื้อแจ๊คเก็ต Beta Young Plus โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาในโครงการร่วมส่งผลงานเข้าประกวดเพื่อนำเสนอความคิดสร้างสรรค์และใช้เวลาว่างในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ให้เกิดประโยชน์



ปัจจุบันไทยเบฟได้ดำเนินโครงการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสังคมก้าวเข้าสู่ปีที่ 10 ปัจจุบันมีนักศึกษาที่จบจากโครงการแล้ว 6 รุ่น จำนวน 170 คน ในปี 2563 มีนักศึกษาเบต้ารุ่นที่ 6 จบการศึกษารวม 15 คน และกำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย จำนวน 3 รุ่น (รุ่น 7 - 9) รวม 52 คน ซึ่งนักศึกษาที่จบจากโครงการแล้วสามารถนำธุรกิจตั้งต้นที่ได้ทดลองทำไปต่อยอดเป็นธุรกิจของตนเอง โดยนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับตลอดหลักสูตรไปปรับใช้ บางส่วนได้ทำงานในบริษัทชั้นนำ รวมทั้งมีบางส่วนได้เข้าร่วมงานกับบริษัทในเครือไทยเบฟด้วย

เป้าหมายและทิศทางการทำงานโครงการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสังคม (Beta Young Entrepreneur)

เป้าหมายปี 2564

- สร้างชุมชนและเครือข่ายของโครงการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสังคมทุกรุ่น เพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อ แบ่งปันเรื่องราว ให้คำปรึกษาทางด้านธุรกิจ และเปิดช่องทางในการทำธุรกิจร่วมกัน
- จัดกิจกรรมครบรอบ 10 ปี โครงการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสังคม ซึ่งจะจัดขึ้นในปี 2564 อันจะเป็นงานรวมตัวของศิษย์เก่า และศิษย์ปัจจุบันของโครงการ เพื่อมาพบปะรุ่นพี่ รุ่นน้อง แบ่งปันประสบการณ์ แลกเปลี่ยนความรู้ และเป็นการสร้างเครือข่ายศิษย์เก่า ให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น
- ผสานความร่วมมือกับโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ของไทยเบฟเพื่อสานประโยชน์ร่วมกัน เช่น การนำนักศึกษาร่วมกิจกรรม River Festival กิจกรรมไทยเบฟรวมใจต้านภัยหนาว โครงการสานอนาคตการศึกษา หรือ Connext ED เป็นต้น โดยได้ตั้งเป้าหมายให้เกิดความร่วมมืออย่างน้อย 4 โครงการต่อปี

เป้าหมายปี 2568

- ตั้งเป้าว่าจะมีนักศึกษาที่คาดว่าจะจบจากโครงการและกำลังศึกษาอยู่ในโครงการฯ จำนวนรวม 320 คน
- รุ่นพี่ที่จบการศึกษาแล้ว ได้กลับมามีส่วนร่วมกับโครงการในการพัฒนานักศึกษาโดยจัดบรรยายให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ รวมถึงเป็นที่ปรึกษาในการทำธุรกิจให้กับนักศึกษารุ่นน้องที่ยังเรียนอยู่ ซึ่งตั้งเป้าไว้ว่าจะมีรุ่นพี่ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันมาอย่างน้อย ไตรมาสละ 1 ครั้ง และจะจัดกิจกรรมเชิญรุ่นพี่มาร่วมงานเป็นประจำทุกปี เช่น แบ่งปันประสบการณ์ในการทำงานในงานมอบประกาศนียบัตรผู้ผ่านการดำเนินงานธุรกิจตั้งต้นและบริษัทจำลอง เป็นวิทยากรพิเศษและโค้ชในค่ายคัดเลือกเบต้ายัง พลัส (Beta Young Plus)

แบ่งปันคุณค่า



วัตถุประสงค์โครงการนี้ เราอยากให้นักศึกษารุ่นใหม่ได้มีความรู้และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมที่เก่งและดีในอนาคต เพราะเราเชื่อว่านักศึกษาที่เรียนจบไปแล้วจะเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความสำเร็จให้กับเศรษฐกิจของประเทศไทย รวมถึงสร้างความสำเร็จให้กับตนเองได้

กมลนัย ชัยเฉนียน
ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่สายบริหารทั่วไปในงานประกาศนียบัตรธุรกิจตั้งต้น และบริษัทจำลอง (Beta Young Entrepreneur) 12 กุมภาพันธ์ 2563



นักศึกษาในโครงการนี้จะได้รับประสบการณ์ตรง และได้เรียนรู้ในการประกอบธุรกิจ ได้ลองถูก ลองผิด ทำให้เข้าใจลูกค้า เข้าใจประสบการณ์จริงทางโลกธุรกิจ และสร้างความเข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจของไทยในอนาคตได้

ผศ. ดร.ธรวรรธน์ พลวิชัย
อธิการบดีมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยในงานมอบประกาศนียบัตรธุรกิจตั้งต้น และบริษัทจำลอง (Beta Young Entrepreneur) 12 กุมภาพันธ์ 2563

โครงการ Education Institute Support Activity (EISA)





ตั้งแต่ พ.ศ. 2559 เป็นต้นมา เป็นเวลา 5 ปีที่ไทยเบฟได้สร้างสรรค์และแบ่งปัน พัฒนาโครงการ EISA เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัย ดังนี้

- การแข่งขันกีฬาในระดับอุดมศึกษา
- กิจกรรมของนิสิต นักศึกษาในคณะ และชมรมต่าง ๆ เช่น งานออกค่ายฯ
- ส่งเสริมให้มีหลักสูตรการเรียนการสอนที่สามารถฝึกหัดและปฏิบัติได้จริง เช่น การทำบริษัทจำลอง การนำนักศึกษาลงพื้นที่เพื่อเรียนรู้วิถีของชุมชนและสร้างความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้น เพื่อให้พึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน รวมถึงนำผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิจากบริษัทมาเป็นวิทยากรพิเศษในวิชาเรียนต่าง ๆ

โดยไทยเบฟทำหน้าที่ประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานในเครือเพื่อนำโครงการต่าง ๆ ของบริษัทไปสู่สถาบันการศึกษา ให้มีประสบการณ์ในการทำงานจริงและเตรียมความพร้อม เข้าสู่ชีวิตการทำงานหลังจากจบการศึกษาแล้ว ทั้งนี้ทางโครงการได้ดำเนินการสนับสนุนด้วยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์สำหรับกลุ่มนิสิต นักศึกษา

ปัจจุบันโครงการ EISA มีการร่วมมือกับมหาวิทยาลัยกว่า 40 สถาบัน สิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดคือ สามารถเข้าไปสานสัมพันธ์ในมิติที่ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น โดยสามารถร่วมมือกับคณะในสถาบันต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นถึง 54 คณะใน 40 สถาบัน ทำให้การดำเนินกิจกรรมของ

โครงการ EISA มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น นอกเหนือจากกิจกรรมที่เคยดำเนินการ ทางโครงการยังได้เพิ่มการสนับสนุนกิจกรรมการเรียนการสอน ด้วยการเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เข้าร่วมฝึกฝนปฏิบัติงานจริงในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ในปีที่ผ่านมาไทยเบฟร่วมกับคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ดำเนินการจัดตั้งร้าน Bee-High Shop โดยไทยเบฟสนับสนุนงบประมาณในการก่อสร้างและตกแต่งร้าน เช่น ชั้นวางสินค้า อุปกรณ์เครื่องแคชเชียร์ สินค้าแรกเข้า เพื่อเป็นทุนตั้งต้นในการบริหารจัดการร้านค้าให้อยู่ได้ รวมถึงนำผู้เชี่ยวชาญทางด้านค้าปลีก และผู้ชำนาญทางด้านผลิตภัณฑ์ มาสอนนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการบริษัทจำลอง โดยร้าน Bee High Shop เป็นพื้นที่ให้นักศึกษานำเสนอชิ้นงานออกแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น งานออกแบบเครื่องประดับ งานออกแบบบรรจุภัณฑ์ ฯลฯ และยังเป็นสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเครือไทยเบฟแต่เพียงผู้เดียว โดยมีจำนวนลูกค้าหมุนเวียนกว่าวันละ 5,000 คน

นอกจากนี้ ยังได้นำนักศึกษารายวิชาออกแบบอุตสาหกรรมจำนวน 30 คนเข้าร่วมโครงการพัฒนาชุมชนบ้านสวายสอ จังหวัดบุรีรัมย์ ลงพื้นที่ชุมชนร่วมปฏิบัติงานกับชาวบ้านทำกิจกรรมพัฒนาแหล่งเรียนรู้ เส้นทางการท่องเที่ยวที่พักโฮมสเตย์ซึ่งนักศึกษาช่วยกันออกแบบป้ายบอกทาง (signage) ภายในหมู่บ้าน อีกทั้งยังออกแบบแอปพลิเคชันเพื่อให้ลูกค้าสามารถจองห้องพักผ่านระบบออนไลน์ได้ และยังช่วยพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ในชุมชน โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า และเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายมากยิ่งขึ้น โดยไทยเบฟสนับสนุนค่าใช้จ่าย เช่น ค่าเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พักในการนำนักศึกษาไปลงชุมชน





แบ่งปันคุณค่า



นักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้มาลงพื้นที่ชุมชนบ้านสวายสอเป็นครั้งที่ 3 แล้ว จังหวัดบุรีรัมย์เป็นจังหวัดแรกที่น้อง ๆ ได้มา ซึ่งระยะค่อนข้างไกลจากมหาวิทยาลัย แต่ว่าน้อง ๆ ตั้งใจทำงานกันอย่างมีระบบ โดยมีการลงมาทำความเข้าใจ ดูพื้นที่ และดูศักยภาพของชุมชน รวมถึงการยอมรับและการตอบรับจากชุมชน ถ้าเบื้องต้นสามารถทำงานร่วมกันได้และมองเห็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ หรือวิถีการดำเนินชีวิตต่าง ๆ ที่เป็นจุดเด่นนักศึกษาจะนำข้อมูลที่ได้กลับไปทำการบ้านกัน ถือว่าเป็นเวทีการเรียนรู้จากประสบการณ์การทำงานจริง ได้ประโยชน์ทั้งคนในชุมชนบ้านสวายสอและตัวนักศึกษาเอง

สุรพล เศวตเศรณี
ที่ปรึกษากรรมการผู้อำนวยการใหญ่บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)
กรรมการบริษัท ประชารัฐรักสามัคคีบุรีรัมย์ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด

ทิศทางการดำเนินงานโครงการ EISA

ในปี 2564 ทางโครงการ EISA ยังคงส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมทางการศึกษาต่าง ๆ ให้กับนิสิต นักศึกษาอย่างต่อเนื่อง

- กิจกรรมส่งเสริมทางด้านกีฬา มุ่งพัฒนากีฬาฟุตบอลในระดับอุดมศึกษาให้แก่นิสิต นักศึกษากว่า 500 คน จาก 16 สถาบันอย่างต่อเนื่อง รวมถึงจัดกิจกรรมการสอนฟุตบอลในชั้นเรียนให้แก่นักศึกษาใน 3 มหาวิทยาลัย เป็นจำนวนกว่า 200 คน
- กิจกรรมการเรียนการสอน มุ่งส่งเสริมให้เกิดมีการเรียนการสอนทั้งในและนอกห้องเรียน โดยประสานความร่วมมือจากพันธมิตรของไทยเบฟ เช่น บริษัทประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด สมาคมถ่ายภาพแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ โดยคาดหวังว่าจะมีนิสิต นักศึกษาเข้ามาร่วมกิจกรรมฝึกฝนและเพิ่มความรู้ได้กว่า 800 คน

โครงการเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่คุ้งบางกะเจ้า (OUR Khung BangKachao)





"คุ้งบางกะเจ้า" เป็นพื้นที่สีเขียวขนาดใหญ่ใกล้กรุงเทพฯ และยังเป็นชุมชนที่มีคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ ท่องเที่ยว สังคมและวัฒนธรรม โครงการเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่คุ้งบางกะเจ้า หรือ OUR Khung BangKachao เกิดขึ้นด้วยความร่วมมือจาก ไทยเบฟ มูลนิธิชัยพัฒนาและองค์กรชั้นนำกว่า 34 องค์กรเพื่ออนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่สีเขียวคุ้งบางกะเจ้าและชุมชนคุ้งบางกะเจ้า ควบคู่ไปกับการยกระดับคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมของชุมชน ในพื้นที่คุ้งบางกะเจ้าให้ดีขึ้น โดยน้อมนำศาสตร์พระราชาและปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร มาเป็นหลักในการดำเนินงานเพื่อช่วยอนุรักษ์และพัฒนาคุ้งบางกะเจ้าให้กลับมาเป็นพื้นที่สีเขียวอันอุดมสมบูรณ์ ซึ่งโครงการนี้มุ่งเน้นการพัฒนาใน 2 ด้านหลัก คือ

1. พัฒนาพื้นที่สีเขียว จำนวนรวม **400** ไร่

2. พัฒนาเยาวชน การศึกษาและวัฒนธรรมกับโรงเรียนภายในเขตพื้นที่คุ้งบางกะเจ้า จำนวน **11 โรงเรียน**

   โดยมีเป้าหมายการพัฒนาทักษะ **5 ด้าน** ขับเคลื่อน **10 โครงการ**

- **ทักษะชีวิต:** เสริมทักษะที่จำเป็นในการใช้ชีวิตประจำวันของเยาวชน เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของเยาวชน เช่น **โครงการตะโกน โยน ยื่น** ให้ความรู้ความเข้าใจและฝึกสอนการดูแลตัวเองและผู้อื่นให้ห่างไกลจากอุบัติเหตุทางน้ำ ขั้นตอนการช่วยเหลือผู้ประสบภัยทางน้ำเบื้องต้น การทำ CPR เบื้องต้น ขั้นตอนการ ตะโกน โยน ยื่น อย่างถูกวิธี เพื่อลดตัวเลขสถิติเด็กจมน้ำ ดำเนินการร่วมกับผู้ปกครองนักเรียนและผู้ใหญ่ในชุมชนบริเวณรอบโรงเรียน

- **ทักษะอาชีพ:** เสริมทักษะทำมาค้าขาย เพื่อความยั่งยืน เช่น **โครงการปราชญ์** เป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรม เพื่อสืบสานวัฒนธรรมประจำพื้นที่ ของแต่ละตำบล โดยปราชญ์ชุมชนในพื้นที่ ถ่ายทอดวัฒนธรรมอัตลักษณ์ เช่น ดนตรีไทย อาหารพื้นถิ่น เพื่ออนุรักษ์วิถีให้คงไว้โดยการส่งต่อความเป็นคุ้งบางกะเจ้าสู่เยาวชนรุ่นต่อไป หรือโครงการช้างคลินิกฟุตบอลเคลื่อนที่ (Chang Mobile Football Clinic) เพิ่มทักษะกีฬาฟุตบอลให้เยาวชนเพื่อก่อให้เกิดความรักสามัคคีในกลุ่มเยาวชน พร้อมสร้างแรงบันดาลใจจากนักฟุตบอลทีมชาติไทย

- **การเป็นคนดี** สร้างคุณธรรมควบคู่กับความยั่งยืน เช่น **โครงการโรงเรียนวิถีพุทธ** เป็นการเรียนรู้แก่นธรรมคำสอนตามหลักพระพุทธศาสนาจากพระอาจารย์วัดประยุรวงศาวาส เพื่อบ่มเพาะขัดเกลาจริยธรรมและศีลธรรมสำหรับเยาวชน

- **ทักษะการศึกษา** เพื่อยกระดับการเรียน เช่น **โครงการยกระดับการเรียนเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา O-NET** ช่วยทบทวน



เนื้อหาการเรียน โดยคณาจารย์จากคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เพื่อยกระดับการเรียน เพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา เตรียมตัวสำหรับการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติขั้นพื้นฐาน (ONET)

- **แผนชุมชน:** สร้างรากฐานการพัฒนาชุมชนโดยเยาวชนคุ้งบางกะเจ้า เช่น **โครงการจัดทำแผนชุมชนโดยเยาวชน** เป็นการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ที่มาของโรงเรียนและวัดประจำโรงเรียน และบริบทสิ่งแวดล้อมโดยรอบชุมชน โดยใช้หลัก "บวร" บ้าน วัด โรงเรียน เพื่อบูรณาการแผนชุมชนระหว่างนักเรียนเยาวชนและชุมชนก่อให้เกิดแผนชุมชน ที่ขับเคลื่อนโดยชุมชนของตนเองอย่างยั่งยืนต่อไป



โครงการส่งความรู้ สร้างความสุข





โครงการในกลุ่มไทยเบฟที่จัดโดยบริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) มาตั้งแต่ปี 2561 จนถึงปัจจุบัน โดยมีเป้าประสงค์เพื่อส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนไทยทั่วประเทศได้มีโอกาสในการอ่านหนังสือที่ดีมีคุณภาพและการคิดวิเคราะห์ แก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในการดำเนินชีวิตเพื่อที่จะเติบโตขึ้นเป็นประชากรที่มีคุณภาพของประเทศชาติต่อไป

โดยเริ่มต้นจากโรงเรียนเป้าหมายจำนวน 50 โรง ต่อปี และตั้งเป้าดำเนินการให้ครอบคลุมทั่วประเทศไทย ทั้ง 77 จังหวัดในระยะเวลา 3 ปี ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาได้คัดเลือกหนังสือและจัดส่งให้กับโรงเรียนในโครงการแล้วกว่า 113,000 เล่ม พร้อมจัดตั้งชมรม "รักการอ่าน" ซึ่งจะมีการอ่านหนังสือในโรงเรียนทุกวัน วันละ 15 นาที ผลการดำเนินโครงการพบว่า ในปี 2561 นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ร้อยละ 64 มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ดีขึ้น และในปี 2562 ร้อยละ 72 ของนักเรียนในโครงการ มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สรุปการดำเนินการ 3 ปี ดำเนินการครอบคลุม 77 จังหวัดทั่วประเทศภายใน 3 ปี รวมทั้งสิ้น 160 โรงเรียน

- ปีที่ 1 ดำเนินการใน 29 จังหวัด จำนวน 52 โรงเรียน
- ปีที่ 2 ดำเนินการใน 31 จังหวัด จำนวน 57 โรงเรียน
- ปีที่ 3 ดำเนินการใน 23 จังหวัด จำนวน 51 โรงเรียน

โครงการการพัฒนาการศึกษาระดับนานาชาติ โดย ซี อาเซียน

ศูนย์ ซี อาเซียน (C asean) จัดกิจกรรมในรูปแบบของการประชุมสัมมนา การพัฒนาการศึกษา การรวบรวมเครือข่ายและส่งเสริมการแก้ปัญหาสังคมผ่านวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกระดับของสังคม ซึ่งในปี 2563 ศูนย์ ซี อาเซียน มีการจัดกิจกรรมเพื่อการพัฒนาการศึกษามากมาย มุ่งเน้นเพื่อให้เกิดการสร้างความรู้ในระดับภูมิภาคอาเซียน ดังต่อไปนี้





จัดการประชุมสิ่งแวดล้อมศึกษาโลกครั้งที่ 10 หรือ World Environmental Education Conference 2019 (WEEC)

จัดการประชุมสิ่งแวดล้อมศึกษาโลกครั้งที่ 10 หรือ World Environmental Education Conference 2019 (WEEC) เป็นการประชุมวิชาการนานาชาติที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายใต้หัวข้อ “Local Knowledge, Communication and Global Connectivity” ซึ่งได้รับความร่วมมือจากหลายภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชนที่ให้การสนับสนุน โดยมีสถาบันโลกร้อนศึกษาแห่งประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมร่วมกับสำนักเลขาธิการของเครือข่ายการประชุมสิ่งแวดล้อมศึกษา (WEEC Network) ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์วิชาการทางสิ่งแวดล้อม อันนำไปสู่การหาแนวทางในการจัดการสิ่งแวดล้อมทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงเพื่อสร้างความร่วมมือทางวิชาการและร่วมกันหาแนวทางจัดการกับปัญหาสิ่งแวดล้อมในระดับภูมิภาคและระดับโลก การจัดงานนี้ มีจำนวนงานวิจัยจากนักวิจัยด้านการศึกษาสิ่งแวดล้อมกว่า 200 ผลงาน และมีผู้เข้าร่วมชมงานกว่า 1,800 คน

C asean Forum-Youth Series (CaF-Youth) Forum 2020

เป็นเวทีเสวนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ในอาเซียน (อายุระหว่าง 18 - 35 ปี) เกี่ยวกับแนวความคิดหรือมุมมองที่แตกต่างตามบริบทของแต่ละประเทศในประเด็นต่าง ๆ ที่น่าสนใจและสามารถสร้างสรรค์ประโยชน์ต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกหลังวิกฤตโรคโควิด-19 ได้ โดยจัดเสวนาทุกวันอังคาร ช่วงเวลา 18.00 - 19.00 น. เริ่มอังคารแรกเมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2563 ในรูปแบบ Virtual Forum สดผ่าน เพจเฟซบุ๊ก C asean โดยจัดไปทั้งสิ้น 4 ครั้ง มีหัวข้อเสวนาดังนี้

วันที่	หัวข้อเสวนา
23 มิถุนายน 2563	From Crisis to Next Normal - Remaking the Future
30 มิถุนายน 2563	From Crisis to Next Normal - Coronavirus and the Environment
7 กรกฎาคม 2563	From Crisis to Next Normal - The Rapid-shifting Media Consumption
14 กรกฎาคม 2563	From Crisis to Next Normal - Future of Work: Are you Ready to Play in the Next Normal?

โครงการนี้มีจุดประสงค์ที่จะสร้างเครือข่ายกลุ่มคนรุ่นใหม่ผู้เป็นตัวแทนของศูนย์ ซี อาเซียน ในแต่ละประเทศอาเซียนเพื่อร่วมสร้างความเป็นหนึ่งเดียวกัน การแบ่งปันประสบการณ์ของกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ในแต่ละหัวข้อจะมุ่งเน้นความหลากหลายทั้งในเรื่องของสัญชาติ/ประเทศที่วิทยากรอาศัยอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งจะได้ความคิดเห็นที่มีจากบริบทของแต่ละประเทศและความหลากหลายในประสบการณ์การทำงานของวิทยากร ความสนใจพิเศษของวิทยากร รวมถึงเครือข่ายของวิทยากรที่หลากหลายอีกด้วย ถือเป็นการเพิ่มสมาชิกกลุ่มคนรุ่นใหม่ในเครือข่ายของ ซี อาเซียน จำนวนกว่า 1,700 คน ในช่วง 4 สัปดาห์ของการจัดกิจกรรม







ASEAN Week

การจัดงานประกวดสุนทรพจน์ในระดับนักศึกษาอายุระหว่าง 18 - 25 ปี ในหัวข้อ ความเป็นหนึ่งเดียว คือวิถีทางอาเซียน “ASEAN as One is ASEAN Way” เพื่อเป็นการเฉลิมฉลองวันครบรอบวันก่อตั้งสมาคมอาเซียนในวันที่ 1 - 8 สิงหาคม โดยผู้ชนะเลิศและรองชนะเลิศอันดับ 1 และ 2 จะได้ขึ้นกล่าวสุนทรพจน์ต่อหน้าผู้แทนจากสถานเอกอัครราชทูตประเทศอาเซียนประจำประเทศไทย ผู้แทนกระทรวงการต่างประเทศ สภาหอการค้าภาคเอกชนและภาคการศึกษา

ในงานนี้ มีผู้สมัครทั้งสิ้น 93 คน จาก 10 ประเทศ ผู้ได้รับรางวัลในประเภทออนกราวน์ ได้แก่ คุณอมินตา เพิ่มพูนวิวัฒน์ จากโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปทุมวัน นอกจากนี้ได้จัดการแข่งขันประเภทออนไลน์เพื่อเปิดโอกาสให้กับเยาวชนจากประเทศอื่น ๆ ในอาเซียน โดยผู้ได้รับรางวัลชนะเลิศในประเภทออนไลน์ได้แก่ คุณเร็กซ์ ไมเคิล อั๊กเปย์ จาก Malayan Colleges Mindanao ประเทศฟิลิปปินส์

ThaiBev Group Career Journey in ASEAN 2020

สำนักทรัพยากรบุคคล ร่วมกับศูนย์ ซี อาเซียน จัดกิจกรรมเปิดบ้านสรรหาบุคลากรรุ่นใหม่ในอาเซียนเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจไทยเบฟในอาเซียนและประเทศอื่น ๆ ในอนาคต ในรูปแบบของกิจกรรม Open House : ThaiBev Group Career Journey in ASEAN การแบ่งปันการดำเนินธุรกิจ พร้อมบอกเล่าถึง "โอกาส..ไร้ขีดจำกัด" หากได้เข้าร่วมงานกับกลุ่มธุรกิจไทยเบฟทั้งในประเทศไทย ประเทศในกลุ่มอาเซียน และประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก (มาเลเซีย สิงคโปร์ พม่า เวียดนาม กัมพูชา สกอตแลนด์) ผ่านกิจกรรม Executive Sharing โดย ดร.เอกพล ณ สงขลา รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่และผู้บริหารสูงสุด กลุ่มทรัพยากรบุคคล บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) นำเสนอประสบการณ์การเติบโตในสายอาชีพต่าง ๆ จากต้นแบบผู้บริหารระดับกลางที่มาจากประเทศในภูมิภาคอาเซียน ผ่านกิจกรรม Speed Presentation แบ่งเป็น 2 หัวข้อหลัก คือ

หัวข้อ "Build up ASEAN Capabilities" และ หัวข้อ "New Trend, New Gen – Path Way to Success" โดยในปี 2563 มีจำนวนผู้เข้าร่วมอบรมทั้งสิ้น 206 ราย จาก 6 ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประกอบด้วย กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา เวียดนาม อินโดนีเซีย และประเทศไทย และจากภูมิภาคอื่นอีก 6 ประเทศ คือ จีน บังกลาเทศ ภูฏาน เนปาล ไนจีเรีย และไอร์แลนด์



การประชุมสหประชาชาติจำลอง TUMUN Conference 2020 (Thammasat University Model United Nations Conference 2020)

การประชุมจำลองของสหประชาชาติ หรือ Model United Nations (MUN) จัดขึ้นโดยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เป็นการจำลองการประชุมขององค์การสหประชาชาติโดยนักเรียนหรือนักศึกษา ซึ่งในการเข้าร่วมการประชุม ผู้เข้าร่วมประชุมจะต้องสวมบทบาทเป็นตัวแทนจากประเทศสมาชิกขององค์การสหประชาชาติ และอภิปรายในปัญหาต่าง ๆ ที่ถูกยกขึ้นมา เป็นประเด็นในการประชุมครั้งนั้น เมื่อการประชุมเสร็จสิ้นลง จะมีการทำเอกสารสรุปแนวทางการแก้ไขปัญหานั้น ๆ โดยปัญหาที่นำมาอภิปรายจะแตกต่างกันไปตามคณะกรรมการ (committee) ที่นักศึกษาเข้าร่วมประชุม





การประชุมในครั้งนี้ได้เปิดโอกาสให้นักเรียนและนักศึกษาในประเทศไทยได้แลกเปลี่ยนทางความคิดกับประเทศอื่น ๆ ที่เข้าร่วมประชุม อาทิ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เมียนมา ญี่ปุ่น อุซเบกิสถาน เนเธอร์แลนด์ เบลเยียม และโปแลนด์ จำนวน 150 คน

คุณต้องใจ ธนะชานันท์ กรรมการผู้จัดการ ซี อาเซียน และผู้แทนบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ได้รับเกียรติร่วมปาฐกถาพิเศษ ในวันที่ 9 มกราคม 2563 วันเปิดการประชุม TUMUN Conference 2020 ณ องค์การสหประชาชาติประจำประเทศไทย (UN Thailand) โดยสรุปดังนี้

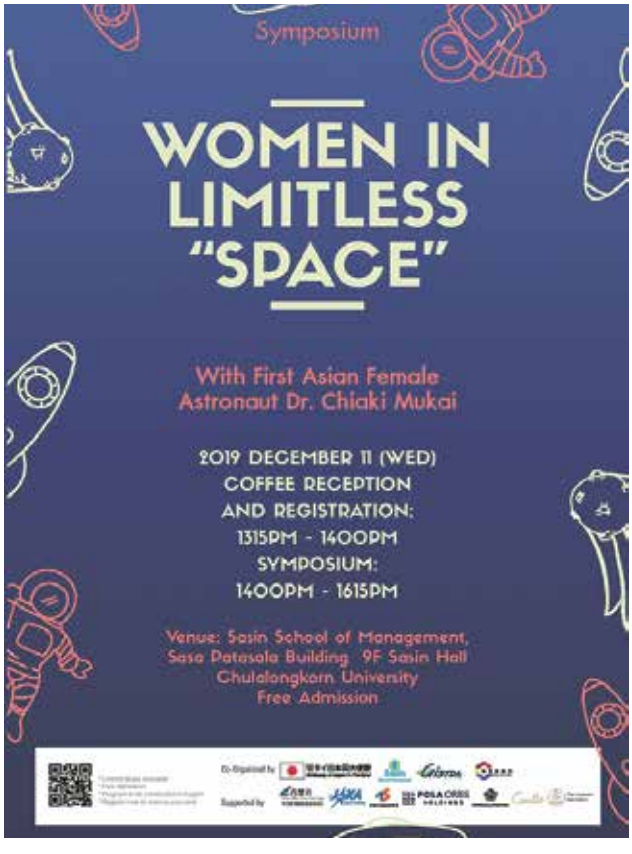
- ซี อาเซียน เป็นองค์กรที่มีความกระตือรือร้นและพร้อมสนับสนุนเป้าหมายด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้เกิดขึ้นจริง
- **ความเป็นมนุษย์ของทุกคน**แม้จะมีความแตกต่างระหว่างกันทั้งในบทบาทของการเมือง ธุรกิจ หรือสังคม แต่สุดท้ายทุกคนล้วนเป็นมนุษย์ ดังนั้น การพบเจอและทำงานร่วมกันในช่วงแรกอาจมีความคิดที่แตกต่างกัน ไม่เข้าใจกัน หากแต่เปิดใจรับฟังอย่างเข้าใจก็จะสามารถสร้างความเชื่อมโยงระหว่างกันที่เข้มแข็งได้
- **ภาคธุรกิจมีพลังมหาศาลในการร่วมพัฒนาด้านความยั่งยืน** การเริ่มต้นความคิดเป็นสิ่งที่น่าชื่นชม แต่เราต้องการคนที่จะนำความคิดเหล่านั้นไปดำเนินการให้สำเร็จ การทำธุรกิจมีเครื่องมือในการสร้างความรู้และนวัตกรรม มีการสร้างแผนการดำเนินงานที่ชัดเจนและสามารถช่วยสร้างคำตอบและแก้ไขปัญหาได้ในวงกว้างระดับโลก
- **เป้าหมายคือการสร้างระบบนิเวศและเครือข่าย** การสร้างระบบนิเวศและเครือข่ายความร่วมมือกันในการค้นหาแนวทางการแก้ไขปัญหาและการดำเนินโครงการต่าง ๆ ตลอดห่วงโซ่การผลิตเป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาด้านความยั่งยืน

C asean: Women in Limitless “SPACE” Symposium

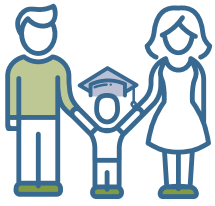
สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับสถานเอกอัครราชทูตญี่ปุ่นประจำประเทศไทย สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) และ ซี อาเซียน ร่วมจัดการบรรยายหัวข้อ “Space, Me and Fellow Women” และการอภิปรายหัวข้อ “Nurturing Women Leaders of Next Generation” เพื่อส่งเสริมบทบาทของผู้หญิงในด้านการศึกษา อาชีพ และความเป็นผู้นำในด้านต่าง ๆ รวมถึงสร้างแรงบันดาลใจโดยผู้หญิงที่เป็นผู้นำองค์กรชั้นนำทั้งภาครัฐและเอกชนและประสบความสำเร็จด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยมีวิทยากร ดร.จิอากิ มุไค นักบินอวกาศหญิงคนแรกของเอเชียและรองอธิการบดี Tokyo University of Science โดยมีจำนวนผู้เข้าร่วมงานทั้งสิ้น 213 คน จากสถานทูต ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และสื่อมวลชน







ภาพรวมผลการดำเนินงานโครงการพัฒนาการศึกษาปี 2563



ปี 2563
ไทยเบฟมอบทุนบุตรพนักงาน
จำนวน **1,117 ทุน**
เป็นเงินทั้งสิ้น
6,697,000 บาท



นักเรียนได้รับประโยชน์
จากโครงการสานอนาคตการศึกษา **(Connext ED)** กว่า
70,000 คน



ตลอดระยะเวลา 3 ปี
ของ **โครงการ OTOP Junior**
มีเด็กนักเรียนจากกว่า **600 ชมรม**
ส่งผลงานเข้าประกวด



โครงการ "การทำมาค้าขาย"
หรือธุรกิจจำลอง มอบทุนเพื่อต่อยอด
ในธุรกิจให้นักเรียนมากกว่า
65,000 คน
จาก **263 โรงเรียน**
ใน **44 จังหวัด**



โครงการ
Beta Young Entrepreneur
ก้าวเข้าสู่ปีที่ 10 มีนักศึกษาที่จบจาก
โครงการแล้ว 6 รุ่น
จำนวนรวม **170 คน**

โครงการบริษัทจำลอง ภายใต้
โครงการ Beta Young Entrepreneur
ของนักศึกษารุ่น 6 สามารถสร้างกำไรและ
นำไปแบ่งทำโครงการเพื่อสังคมได้
296,000 บาท







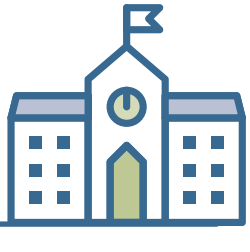
ร้าน Bee-High Shop
โครงการบริษัทจำลองภายใต้โครงการ EISA
มีนักศึกษาและบุคลากรที่เข้ามาอุดหนุนผลิตภัณฑ์
ที่ออกแบบโดยนักศึกษา และผลิตภัณฑ์จาก
เครือไทยเบฟ กว่า **5,000 คนต่อวัน**

โครงการเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่คุ้งบางกะเจ้า สร้างความ
ร่วมมือกับเครือข่าย ภาครัฐและเอกชน 7 หน่วยงาน จัดกิจกรรม
ส่งเสริมทักษะชีวิต ทักษะอาชีพ และการเป็นคนดีของสังคม รวมทั้งสิ้น
12 โครงการ ครบทั้ง **11 โรงเรียน**





โครงการส่งความรู้ สร้างความสุข
ดำเนินการครบ **76 จังหวัด**
โดยมีโรงเรียนเข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น
160 โรงเรียน
มากกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้
9 โรงเรียน



การพัฒนาด้านสาธารณสุข

การสาธารณสุข คือการป้องกันและรักษาโรคเพื่อให้ประชาชนมีสุขภาพแข็งแรงสมบูรณ์ทั้งทางร่างกายและจิตใจ สังคมที่พลเมืองมีสุขภาพอนามัยดีจะเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาทั้งต่อตัวบุคคล สังคม และประเทศชาติ ทั้งนี้ ไทยเบฟให้ความสำคัญในการสนับสนุนและพัฒนากิจกรรมด้านสาธารณสุขมาอย่างต่อเนื่อง ทั้งการสนับสนุนกิจกรรมขององค์กร มูลนิธิ หรือหน่วยงานทางด้านสาธารณสุขต่าง ๆ โดยมุ่งมั่นที่จะบรรลุเป้าหมายให้คนในสังคมมีสุขภาพที่ดี โดยได้มีการกำหนดกลยุทธ์ การมีส่วนร่วมกับภาคีเครือข่ายปัจจุบัน ส่งเสริมการให้ความรู้เรื่องสุขภาพเน้นด้านการป้องกันโรค ไม่ว่าจะเป็นโรคไต และโรคหัวใจ รวมไปถึงการดูแลสุขภาพของตนเอง สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) ในด้านการมีสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดี



โรงพยาบาลสถาบันโรคไตภูมิราชนครินทร์

โรงพยาบาลชั้นนำของเอเชียที่เปิดดำเนินการตั้งแต่เดือนกันยายน 2555 เพียบพร้อมไปด้วยคณะแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางและทีมพยาบาลที่มีประสบการณ์สูงคอยดูแลรักษาผู้ป่วยที่มีปัญหาโรคไตอย่างครบวงจร รวมไปถึงแผนกอายุรกรรมทั่วไป พร้อมให้บริการทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนี้ โรงพยาบาลสถาบันโรคไตภูมิราชนครินทร์ ("สถาบันโรคไต") ยังคงทำการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันการเกิดภาวะไตวายเรื้อรัง รวมทั้งยังคงจัดโครงการเผยแพร่ความรู้สู่ประชาชนทุก 3 เดือน เพื่อเผยแพร่ความรู้ วิธีการป้องกัน แนะนำแนวทางการรักษาโรคไต และเคล็ดลับการดูแลสุขภาพให้ผู้ป่วยที่มีปัญหาโรคไตได้มีความรู้และความเข้าใจที่ดี สามารถอยู่กับสภาวะที่เป็นอยู่และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ขณะเดียวกันช่วงที่เกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ยังได้จัดการให้ความรู้ผ่านทางเพจเฟซบุ๊กของโรงพยาบาล และการประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน โดยในปี 2563 คณะทีมผู้วิจัยจากสถาบันโรคไต ได้จัดสัมมนาใหญ่ "พัฒนารูปแบบการดูแลผู้ป่วยโรคไตเรื้อรัง" ภายใต้โครงการวิจัยเรื่อง "การศึกษาผลของการให้การดูแลผู้ป่วยโรคไตเรื้อรังแบบบูรณาการ (integrated care) ในระดับโรงพยาบาลชุมชน" ซึ่งไทยเบฟได้ทำงานร่วมกับสถาบันโรคไต ในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้เรื่องการป้องกันการเกิดโรคไตอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่โรงพยาบาลเริ่มเปิดดำเนินการ

ปัจจุบันสถาบันโรคไตมีจำนวนผู้ป่วยที่มาฟอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียม มากถึง 8,446 ราย และดำเนินการปลูกถ่ายไตสำเร็จเป็นจำนวน 49 ราย

นอกจากนี้ได้สนับสนุนและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ อาทิ ข่าววันไตโลกเพื่อร่วมรณรงค์ให้ความรู้เรื่อง "โรคไต" เป็นภัยใกล้ตัวโดยใช้หัวข้อ "คัดกรอง ป้องกัน รู้ทัน โรคไต" และบทความให้ความรู้เรื่องโรคไต ผ่านสปอตวิทยุ รวมไปถึงข่าวที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 ในกรณีกลุ่มผู้ป่วยโรคไตจะมีความเสี่ยงติดเชื้อโรคได้สูงกว่าคนทั่วไป พร้อมทั้งแนะนำวิธีการปฏิบัติ และการดูแลตนเองอย่างเคร่งครัด

มูลนิธิหัวใจแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์





ไทยเบฟผสานความร่วมมือกับมูลนิธิหัวใจแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ในการสนับสนุนและเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์ ภารกิจทั้ง 3 ด้านหลักของมูลนิธิ อันได้แก่ 1. การช่วยชีวิตขั้นพื้นฐาน CPR 2. โครงการหลัก 3 อ.ดีต่อใจ (อาหาร อารมณ์ ออกกำลังกาย) และ 3. โครงการกระโดดเชือกทางเลือกเยาวชน พ้นโรคหัวใจ โดยในปีนี้ได้จัดอบรมการช่วยชีวิตขั้นพื้นฐานให้พนักงานเพื่อสร้างพนักงานในเครือไทยเบฟให้สามารถเป็นวิทยากรให้ความรู้กับสถานประกอบการ โรงเรียน ชุมชน รวมถึงตั้งให้เป็นทีมเผชิญเหตุฉุกเฉิน เพื่อช่วยเหลือชุมชน โดยมีพนักงานเข้าร่วมอบรมในรุ่นแรก จำนวน 50 คน รวมถึงช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรม JUMP FOR HEART VIRTUAL SCHOOL GAME 2020 ให้กับโรงเรียนร่วมพัฒนา (Partnership school) และกิจกรรมการดูแลหัวใจเพื่อให้ห่างไกลจากโรคหัวใจ การช่วยชีวิตขั้นพื้นฐาน และ CPR ผ่านการประชาสัมพันธ์ทางช่องทางออนไลน์ ภาพยนตร์สารคดีสั้นและกิจกรรมต่าง ๆ ในวันหัวใจโลก เพื่อสร้างความตระหนักรู้ (ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่เพจเฟซบุ๊ก heartfounda)

สถาบันการพยาบาลศรีสวรินทิรา สภากาชาดไทย

ไทยเบฟร่วมให้การสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของสถาบันการพยาบาลศรีสวรินทิรา สภากาชาดไทย ซึ่งเป็นสถาบันอุดมศึกษาด้านการพยาบาล เปิดสอนหลักสูตรพยาบาล และผู้ช่วยพยาบาล อยู่ภายใต้การดูแลอุปถัมภ์ของสภากาชาดไทย อาทิ มอบผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดจากแอลกอฮอล์ให้กับสถาบัน จำนวน 500 ลิตร เพื่อใช้สำหรับทำความสะอาดและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 พร้อมทั้งยังร่วมประชุมคณะกรรมการการเงินเป็นประจำทุกเดือนในฐานะกรรมการสถาบันการเงินอีกด้วย

ช้างคลินิกเวชกรรม

เป็นเวลากว่า 14 ปี นับตั้งแต่ปี 2549 ที่ “ช้างคลินิกเวชกรรม” ได้ก่อตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือประชาชนด้านการแพทย์ โดยโรงงานในเครือ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ได้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่สมาชิกในชุมชนรอบโรงงานเขตจังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดใกล้เคียง ให้มีโอกาสเข้าถึงการรักษา และได้รับการดูแลจากสถานพยาบาลที่มีประสิทธิภาพ ภายใต้ปณิธานของคุณเจริญ-คุณหญิงวรรณา สิริวัฒนภักดี ประธานและรองประธานกรรมการบริษัทฯ ที่ดำริไว้ตั้งแต่เมื่อครั้งก่อตั้งว่า “คนไทยให้กันได้” นอกจากให้บริการทางการแพทย์แล้ว ยังมีหน่วยแพทย์เคลื่อนที่เพื่อช่วยเหลือ และให้บริการตรวจรักษาฟรีแก่ประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี ทำให้ไม่ต้องเดินทางไกลเสียค่าใช้จ่ายมากมาย โดยในปีที่ผ่านมามีจำนวนผู้รับบริการ จำนวน 1,102 คน





ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

จากสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ไทยเบฟ ได้ตระหนักและให้ความสำคัญกับสถานการณ์ดังกล่าวที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนเป็นอย่างยิ่ง จึงได้ดำเนินการเพื่อสนับสนุนทุกภาคส่วน และประสานความช่วยเหลือไปยังบุคลากรทางการแพทย์ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและพนักงานของกลุ่มธุรกิจในทุกระดับ ด้วยการดำเนินการดังต่อไปนี้







ส่งมอบแอลกอฮอล์ ร่วมต้านวิกฤตโควิด-19

ไทยเบฟได้เร่งดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่มีแอลกอฮอล์เป็นส่วนประกอบ (แอลกอฮอล์ 72% และ 95%) เพื่อนำไปใช้ในการควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ให้กับหน่วยงานบริการสาธารณสุข โรงพยาบาลศูนย์ขนาดใหญ่ โรงพยาบาลและศูนย์การแพทย์ในมหาวิทยาลัย โรงพยาบาลในมูลนิธิธรรมาภิบาลทางการแพทย์ และโรงพยาบาลต่าง ๆ 76 จังหวัดทั่วประเทศ รวมไปถึงหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่ให้บริการและรับผิดชอบในเรื่องการดูแลการป้องกันโรคโควิด-19 อาทิ สถาบันบำราศนราดูร โรงพยาบาลราชวิถี โรงพยาบาลศิริราช โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ และยังมอบแอลกอฮอล์ให้กับองค์กรศาสนาต่าง ๆ อาทิ วัด ศาสนสถานอื่น ๆ สถานเอกอัครราชทูตต่างประเทศประจำประเทศไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กองทัพเรือ กองทัพภาคที่ 1 บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) เครือข่ายประชารัฐรักสามัคคี และเครือข่ายภาคประชาสังคมต่าง ๆ

ไทยเบฟยังได้ผลิตสเปรย์แอลกอฮอล์ทำความสะอาดมือ และส่งมอบผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดจากแอลกอฮอล์ให้กับสถาบันการศึกษาทั่วประเทศที่อยู่ในเครือข่ายของบริษัท รวม 470 แห่ง

นอกจากนี้ ไทยเบฟยังสร้างความร่วมมือกับหลากหลายหน่วยงานเพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์เพื่อป้องกันโรคโควิด-19 อาทิ

- ไทยเบฟร่วมกับสภากาชาดไทย และกระทรวงมหาดไทย ในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดจากแอลกอฮอล์ จำนวน 266,000 ลิตร เพื่อกระจายไปยังชุดปฏิบัติการและสถานบริการสาธารณสุข รวมถึงประชาชน และผู้ยากไร้ใน 76 จังหวัดทั่วประเทศ
- ไทยเบฟร่วมกับ บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) หรือ GC Group สนับสนุนเอธิลแอลกอฮอล์ 72% ในรูปแบบเจลแอลกอฮอล์ล้างมือ สำหรับพกพา ขนาด 50 ซีซี จำนวน 1.1 ล้านขวด เพื่อส่งมอบให้กับกระทรวงสาธารณสุข นำไปแจกจ่ายไปยังอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านทั่วประเทศ ที่มีส่วนสำคัญในการดำเนินการร่วมกับบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุขในการป้องกันประชาชนจากการระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งถือเป็นความร่วมมืออันดีระหว่างภาครัฐและเอกชนในการช่วยเหลือประชาชน ผู้ประสบภัยพิบัติโรคระบาดในครั้งนี้





- กลุ่มธุรกิจไทยเบฟ โดยบริษัท เบฟเทค จำกัด ยังได้ผลิตสเปรย์แอลกอฮอล์ทำความสะอาดมือ จำนวน 15,000 ขวด ที่พัฒนาสูตรโดยกลุ่มเภสัชกร โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย เพื่อส่งมอบให้มูลนิธิอาสาเพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ยามยาก สภากาชาดไทย สำหรับเครือข่ายเตือนภัยชุมชน เพื่อนพึ่ง (ภาฯ) 19 ชุมชนทั่วประเทศ
- กลุ่มธุรกิจไทยเบฟ โดยบริษัท เบฟเทค จำกัด ลงนามความร่วมมือกับ กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข เพื่อสนับสนุนการผลิตเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เพื่อสุขภาพอนามัยสำหรับมือ ทั้งนี้รวมการส่งมอบแอลกอฮอล์แล้วกว่า 1,088,176.02 ลิตร





ผลิตและส่งมอบหน้ากากอนามัย Surgical Mask และ N95

ไทยเบฟได้ดำเนินการนำเข้าหน้ากากอนามัยจากต่างประเทศ จำนวน 530,000 ชิ้น โดยจำนวน 130,000 ชิ้น ได้บริจาคให้โรงพยาบาล บุคลากรทางการแพทย์ 9 โรงพยาบาลแรก ได้แก่ โรงพยาบาลศูนย์ยะลา โรงพยาบาลกำแพงเพชร โรงพยาบาลปัตตานี โรงพยาบาลบึงกาฬ โรงพยาบาลสงขลา โรงพยาบาลพิจิตร โรงพยาบาลสตูล โรงพยาบาลนราธิวาส โรงพยาบาลสุไหงโกลก และอีกจำนวน 400,000 ชิ้น ได้มอบให้พนักงานใช้ระหว่างให้บริการ ขณะเดียวกันได้ดำเนินการจัดตั้งสายการผลิตหน้ากากอนามัย พร้อมจัดซื้อเครื่องจักรสำหรับผลิตหน้ากากอนามัย Surgical mask ซึ่งสามารถผลิตได้ จำนวน 3 ล้านชิ้นต่อเดือน รวมถึงจัดซื้อเครื่องจักรสำหรับผลิตหน้ากากอนามัย N95 ซึ่งสามารถผลิตได้ จำนวน 1.2 ล้านชิ้นต่อเดือน โดยได้มีการจัดพื้นที่ผลิตแยกให้เป็นสัดส่วนเพื่อให้เป็นเขตปลอดเชื้อ เพื่อมอบให้พนักงาน บุคลากรทางการแพทย์ และบริจาคให้สาธารณะ

สนับสนุนเงิน 100 ล้านบาท ให้กับ “กองทุนชัยพัฒนาสู้ภัยโควิด 19 (และโรคระบาดต่าง ๆ)”

“กองทุนชัยพัฒนาสู้ภัยโควิด 19 (และโรคระบาดต่าง ๆ)” เป็นกองทุนที่สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา ฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้มูลนิธิชัยพัฒนาจัดตั้ง เพื่อช่วยเหลือโรงพยาบาลและบุคลากรทางการแพทย์ในการจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์และสิ่งของที่มีความจำเป็น ในการรักษาผู้ป่วยโควิด-19 วัตถุประสงค์การสนับสนุนคือเพื่อสนับสนุนการช่วยเหลือโรงพยาบาล และบุคลากรทางการแพทย์ และจัดซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็นตามดุลยพินิจของมูลนิธิชัยพัฒนา

เพื่อช่วยเหลือโรงพยาบาลและบุคลากรทางการแพทย์ ไทยเบฟจึงได้สนับสนุนกองทุนดังกล่าวในนามมูลนิธิสิริวัฒนภักดีจำนวน 100 ล้านบาท และสนับสนุนน้ำดื่มในนามบริษัทไทยเบฟฯ มูลค่า 1 ล้านบาท

โออิชิ ให้ สู้ภัยโควิด-19 มอบเงินและผลิตภัณฑ์อาหาร-เครื่องดื่ม รวม 24 ล้านบาท แก่บุคลากรทางการแพทย์

กลุ่มธุรกิจไทยเบฟ โดยบริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ร่วมกับหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ดำเนินโครงการ “โออิชิ ให้ สู้ภัยโควิด-19” เพื่อมอบเงินบริจาคโรงพยาบาลแห่งละ 2 ล้านบาท และผลิตภัณฑ์อาหาร-เครื่องดื่มโออิชิ รวม 10 ล้านบาท ประกอบด้วยเครื่องดื่ม โออิชิ โกลด์ ชาเขียวพรีเมียม และแชนด์วิช โออิชิ อีทโตะ บรรจุในตู้แช่เย็นที่จัดตั้งให้บริเวณแผนกผู้ป่วยติดโรคโควิด-19 โดยจัดส่งทุกวันตลอดระยะเวลา 3 เดือน รวมมูลค่าทั้งหมด 24 ล้านบาท ให้แก่โรงพยาบาลทั้ง 7 แห่ง ประกอบด้วย โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า โรงพยาบาลศิริราช โรงพยาบาลรามาธิบดี โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ โรงพยาบาลราชวิถี และสถาบันบำราศนราดูร เพื่อสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้กับบุคลากรทางการแพทย์

โออิชิ ภายใต้โออิชิ กรีนที ยังได้มีส่วนบริจาคแอลกอฮอล์ให้แก่ผู้ประสบภัยในต่างประเทศ อาทิ ประเทศลาว และกัมพูชา อีกด้วย

โออิชิได้บริจาคแอลกอฮอล์ให้กับกระทรวงสาธารณสุขประเทศกัมพูชา จำนวน 3,600 ลิตร และกระทรวงสาธารณสุขประเทศลาว จำนวน 2,100 ลิตร เพื่อส่งต่อให้กับโรงพยาบาลต่าง ๆ ในแต่ละประเทศ





ศูนย์ตรวจวิเคราะห์ทางการแพทย์วิภาวดี (Prolab Vibhavadi Medical Technology Clinic)

ไทยเบฟได้ดำเนินการจัดตั้งศูนย์ตรวจวิเคราะห์ทางการแพทย์วิภาวดีเพื่อเป็นศูนย์ในการตรวจหาเชื้อช่วยป้องกันการแพร่ระบาดของโรค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจคัดกรองพนักงาน รวมถึงให้บริการบุคลากรทางการแพทย์โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติหน้าที่ ขณะเดียวกันหากหน่วยงานภาครัฐหรือประชาชนที่สนใจสามารถขอเข้ารับบริการโดยมีอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่าการตรวจเชื้อที่โรงพยาบาลเอกชนทั่วไปซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการต่อสู้กับโควิด-19 จากข้อมูลตั้งแต่วันที่ 16 เมษายน จนถึงวันที่ 21 กรกฎาคม 2563 มีพนักงานในเครือเข้ารับการตรวจทั้งสิ้น จำนวน 12,077 คน ซึ่งมีการตรวจซ้ำรอบสองในกลุ่มของพนักงานในกลุ่มธุรกิจอาหาร อาทิ KFC สตาร์บัคส์ โออิชิ รวมถึงร้านอาหารในเครือ จำนวน 3,893 คน เนื่องจากต้องให้บริการลูกค้าเป็นจำนวนมาก จึงต้องมีการตรวจซ้ำทุก 3 เดือน หรือพิจารณาตามความเหมาะสมของการระบาดของโรคโควิด-19 อีกครั้ง เพื่อให้เกิดความมั่นใจในความปลอดภัยในการให้บริการกับลูกค้า รวมมีการเข้าตรวจทั้งสิ้นจำนวน 15,970 ครั้ง ซึ่งจนถึงปัจจุบันไทยเบฟยังคงมีการป้องกันการติดเชื้ออย่างเคร่งครัด และยังไม่พบการติดเชื้อในกลุ่มพนักงานแต่อย่างใด นับเป็นความสำเร็จอย่างยิ่ง โดยเครื่องตรวจได้รับมาตรฐานและผ่านการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ให้สามารถตรวจหาโรคโควิด-19 ซึ่งใช้เทคนิคแบบ Real time PCR ในเบื้องต้นจะสามารถตรวจได้ประมาณ 500 รายต่อวัน และจะมีการพัฒนาไปสู่การตรวจเชื้อได้ 800 – 1,000 ราย ต่อวัน ในคลินิกแห่งนี้ใช้เครื่องของบริษัท Bioneer จากสาธารณรัฐเกาหลี เป็นเครื่องแบบ Semi-Automate ทั้งยังใช้เกณฑ์การตรวจตามมาตรฐานขององค์การอนามัยโลก (WHO) และได้ดำเนินการจัดซื้อเครื่อง Cobas 6800 ของบริษัท Roche ซึ่งเป็นเครื่องแบบ Fully Automate Real time PCR ที่ผ่านการรับรองศูนย์ควบคุมโรคติดต่อประเทศสหรัฐอเมริกา (Centers of Disease Control and Prevention: CDC) เป็นเครื่องประเภทเดียวกับที่ใช้ที่โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สถาบันบำราศนราดูร เพื่อตรวจหาโรคโควิด-19

ทิศทางการดำเนินงาน

ไทยเบฟยังคงเดินหน้าสานต่อกิจกรรมสร้างสรรค์และแบ่งปันทางด้านสาธารณสุขเพื่อชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมสุขภาพอนามัยที่ดีของทุกคนในสังคมไทย ด้วยความเชื่อมั่นว่าการมีสุขภาพดี คือต้นทุนที่ดีที่สุดที่จะส่งผลให้ทุกคนสามารถสร้างสรรค์สิ่งที่ดี อันเป็นประโยชน์ต่อทั้งตนเอง สังคม และประเทศชาติไปพร้อมกับการดำเนินชีวิตอย่างเป็นสุข

แบ่งปันคุณค่า



นายแพทย์วิศิษฏ์ ประสิทธิศิริกุล
รองผู้อำนวยการสถาบันบำราศนราดูร

ขอขอบคุณไทยเบฟ ที่ได้มอบผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดแอลกอฮอล์ สำหรับล้างมือ และทำความสะอาดอุปกรณ์เครื่องมือแพทย์ และพื้นผิวต่าง ๆ ในโรงพยาบาลให้แก่สถาบันบำราศนราดูร เนื่องจากความจำเป็นในการใช้แอลกอฮอล์ที่เพิ่มสูงขึ้นจากสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ดังนั้นแอลกอฮอล์ที่ได้รับมอบมาทำให้สถาบันบำราศนราดูรสามารถมีใช้ได้นานกว่า 5 เดือน ซึ่งผมซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่งที่ไทยเบฟได้ตระหนักถึงความสำคัญและเข้าร่วมในการขับเคลื่อนมาตรการต่าง ๆ เพื่อควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ให้เราสามารถผ่านพ้นวิกฤตครั้งนี้ไปด้วยกัน



พลเรือตรี เกษม หวลบุตตา
เจ้ากรมวิทยาศาสตร์ทหารเรือ

กรมวิทยาศาสตร์ทหารเรือใช้แอลกอฮอล์สำหรับทำความสะอาดฆ่าเชื้อ ที่ศูนย์ป้องกันโควิด-19 ที่สัตหีบ ที่รับประชาชนกลับจากอู่ฮั่น และเป็นสถานที่กักตัว และได้นำแอลกอฮอล์ไปผลิตเจลล้างมือเพื่อทำการฆ่าเชื้อโรคให้กับบุคลากรที่ทำงานในพื้นที่เสี่ยง ซึ่งที่ศูนย์เฝ้าระวังฐานทัพเรือสัตหีบ มีอัตราการใช้ประมาณพันลิตรต่อเดือน ทั้งการชำระล้างสถานที่ ยานพาหนะ อุปกรณ์ต่าง ๆ จึงต้องขอขอบคุณไทยเบฟ ที่เข้ามาร่วมสนับสนุนและให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่ที่ต้องทำงานหนักและอยู่ในพื้นที่เสี่ยงในภาวะวิกฤตเช่นนี้

การพัฒนาด้านกีฬา

กีฬามีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั้งในด้านสุขภาพ พลานามัย และจิตใจ โดยกีฬาสามารถช่วยสร้างการมีส่วนร่วม สร้างเครือข่ายชุมชน สร้างความเข้มแข็งให้กับครอบครัว ตลอดจนการสร้างจิตสำนึกให้มีคุณธรรม มีวินัย และมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ เคารพในสิทธิของตนเองและผู้อื่น เพื่อเป็นรากฐานที่ดีของสังคม ตลอดระยะเวลากว่า 20 ปี ไทยเบฟยังคงเดินหน้าสนับสนุนและพัฒนาด้านกีฬาหลากหลายประเภท ให้เป็นที่รู้จัก ได้รับการยอมรับและได้มาตรฐานสากล ด้วยนโยบายที่มั่นคงภายใต้แนวคิด **“สร้างคนด้วยกีฬา สร้างคุณค่าด้วย Sportsmanship”** มุ่งหวังที่จะเห็นทุกคนในสังคมมีจิตใจเป็นนักกีฬา มีการพัฒนาทั้งทางด้านร่างกายและทัศนคติที่ดี รวมไปถึงการสร้างพันธมิตรและความร่วมมือที่แข็งแกร่งในวงการกีฬา พร้อมทั้งพัฒนาบุคลากร ผู้เล่นและผู้ฝึกสอนให้มีคุณภาพสำหรับวงการกีฬาได้อย่างแท้จริง เน้นการพัฒนาทักษะความสามารถของเยาวชน สิ่งแวดล้อมรอบตัวเยาวชน โดยมีเป้าหมายร่วมกันคือ สร้างรากฐานด้านกีฬาที่ถูกต้องและพัฒนาความสามารถไปสู่การเป็นนักกีฬาอาชีพ กีฬาของชาติ และเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กรให้พัฒนาสู่ความยั่งยืน

ไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ (ThaiBev Football Academy)

ไทยเบฟจัดทำโครงการฝึกอบรมและเสริมสร้างทักษะการเล่นฟุตบอลที่ถูกต้องตามมาตรฐานสากลให้แก่เยาวชนอายุระหว่าง 6 - 18 ปี มาอย่างต่อเนื่องนานกว่า 10 ปี โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย เยาวชนที่มาเข้ารับการฝึกจะใช้เวลาเฉลี่ยประมาณ 2 ชั่วโมงต่อวัน โค้ชและทีมงานจะต้องมาถึงสถานที่ฝึก 1 - 2 ชั่วโมงล่วงหน้า เพื่อหารือแผนการฝึกและจัดเตรียมพื้นที่ในการฝึก ซึ่งจะมีการฝึกแบบต่อเนื่องมีพัฒนาการแต่ละครั้งที่แตกต่างกันไป

นับว่าเป็นโครงการที่สร้างกระแสความเปลี่ยนแปลงในการพัฒนากีฬาฟุตบอลระดับเยาวชนอย่างกว้างขวาง โดยมีเยาวชนเข้ารับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถเป็นนักฟุตบอลอาชีพจำนวนมากขึ้นทุกปี เฉลี่ย 500 คน ต่อวัน ทุกเสาร์ - อาทิตย์ ซึ่งเป็นเยาวชนหน้าเดิมที่มาเข้ารับการฝึกอย่างต่อเนื่อง โดยจะมีเยาวชนรุ่นใหม่เข้ามารับการฝึกเฉลี่ย 40 - 50 คน ต่อเดือน ซึ่งไทยเบฟมุ่งหวังให้ไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ เป็นโครงการพื้นฐานที่สามารถสร้างนักฟุตบอลอาชีพที่มีคุณภาพให้กับวงการกีฬาฟุตบอลของไทย

นอกเหนือจากฟุตบอลระดับเยาวชนแล้ว ไทยเบฟยังสนับสนุนฟุตบอลในระดับอาชีพมาตลอด 20 ปีที่ผ่านมา ทำให้วงการฟุตบอลอาชีพของไทยมีความเข้มแข็งและมีมูลค่าสูงที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทีมสโมสรฟุตบอลอาชีพต่าง ๆ มีการพัฒนามาตรฐาน มีฐานแฟนคลับที่แท้จริงมากขึ้น สร้างอัตราค่าตอบแทนที่ดีและมั่นคงอย่างชัดเจน ทั้งนี้ ไทยเบฟยังได้รับการยอมรับว่าเป็นองค์กรที่ให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง “เพราะไม่ใช่แค่เพียงฟุตบอลไทย แต่เพื่อคนไทยทั้งชาติ” สามารถสร้างการจดจำและถือว่าเป็นผู้นำในวงการฟุตบอลของไทย









โครงการช้างคลินิกฟุตบอลเคลื่อนที่ (Chang Mobile Football Clinic)

โครงการฝึกอบรมทักษะการเล่นฟุตบอลเคลื่อนที่แห่งแรกของไทยซึ่งเป็นโครงการกระจายโอกาสเพื่อให้ความรู้ด้านกีฬาฟุตบอลแก่เยาวชนในพื้นที่ห่างไกลที่เปิดดำเนินการมานานกว่า 7 ปีแล้ว โดยลักษณะการฝึกจะคล้ายกับโครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ (ThaiBev Football Academy) แต่มีความแตกต่างกันคือการเข้าถึงเยาวชนในพื้นที่ห่างไกล และความสามารถของเยาวชนในแต่ละพื้นที่ โดยเฉลี่ยการฝึกอบรมฟุตบอลในระดับเยาวชนในแต่ละครั้ง ใช้เวลาไม่เกิน 2 ชั่วโมงต่อวัน เป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 - 3 วัน

กรณีที่ใช้เวลาฝึกมากกว่า 1 วัน ส่วนใหญ่จะเป็นพื้นที่ที่ห่างไกลมาก ๆ เดินทางไปถึงยาก จึงใช้โอกาสอย่างเต็มที่ เช่น แขวงต่าง ๆ ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โค้ชผู้ฝึกสอนจำเป็นต้องใช้เวลาในการเตรียมแผนการฝึกสอนมาก่อน ด้วยเยาวชนในแต่ละพื้นที่มีความสามารถไม่เท่ากัน ดังนั้นก่อนการฝึก ทีมงานและโค้ชผู้ฝึกสอนจะเดินทางไปดูพื้นที่หาข้อมูลจากผู้นำชุมชนเพื่อทำความเข้าใจในข้อจำกัดของเยาวชนที่มารับการฝึก เตรียมพื้นที่ที่ใช้ในการฝึก และหารือร่วมกันในการจัดแผนการฝึกให้เหมาะสม ซึ่งสามารถใช้เป็นแบบอย่างการฝึกสอนที่ถูกต้องให้ผู้เกี่ยวข้องในกีฬาฟุตบอลของแต่ละพื้นที่เข้าใจและนำไปปฏิบัติ

โครงการคลินิกฟุตบอลเคลื่อนที่จะจัดขึ้นจำนวน 20 ครั้งต่อปี ตามงบประมาณที่ได้รับ โดยใช้เวลาทำการฝึกอบรม 3 - 8 วัน ซึ่งแผนการฝึกอบรมดำเนินการตามมาตรฐานสากลคือ การจัดตั้งฐาน เลี้ยง – ส่ง – โหม่ง – ยิง – การลงเกม (Small Side Game Football) โดยจะเพิ่มระดับความยากขึ้นไปเรื่อย ๆ ตามความสามารถของเยาวชนในพื้นที่นั้น ๆ

ปัจจุบันโครงการช้างคลินิกฟุตบอลเคลื่อนที่ (Chang Mobile Football Clinic) สามารถเป็นต้นแบบของการทำคลินิกฟุตบอลเพื่อเยาวชนที่มีมาตรฐานและเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางโดยได้รับการตอบรับดีขึ้นเป็นลำดับจากภูมิภาคต่าง ๆ นอกจากนี้ยังได้รับความร่วมมือจากบุคลากรทั้งภาครัฐและเอกชน ช่วยสนับสนุนให้โครงการแข็งแกร่งและยั่งยืน โดยมีเป้าหมายจะเปิดคลินิกฟุตบอลเคลื่อนที่ให้ครบ 77 จังหวัด ในปี 2565 และจะกระจายการดำเนินการในทุกเดือนของปี เฉลี่ย 2 - 4 ครั้ง ต่อเดือน ตามฤดูกาล (รวมถึงหน้าฝน) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของช่วงเวลาและความต้องการของชุมชนในพื้นที่



ช้างฟุตบอลชุมชน (Chang Football Community)

ฟุตบอลชุมชนเป็นการสร้างฐานเครือข่ายกีฬาฟุตบอลเพื่อเยาวชนในส่วนภูมิภาค ซึ่งไทยเบฟได้พัฒนาต่อยอดมาจาก คลินิกฟุตบอลเคลื่อนที่ (Chang Mobile Football Clinic) เพื่อขยายช่องทางการเรียนรู้และฝึกฝนทีฬาฟุตบอลของเยาวชน ใน 5 ชุมชน ดังนี้

- บ้านปุเปือย อำเภอน้ำยืน จังหวัดอุบลราชธานี
- บ้านแม่โมกข์ ตำบลกรูด อำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- คริส เอฟซี - ดอยม่อนแจ่ม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่
- หินโคน อคาเดมี่ - บ้านหินโคน อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์
- ศูนย์เยาวชนชายบ้านกรุณา จังหวัดสมุทรปราการ

ทั้งนี้ ในการเลือกพื้นที่ทั้ง 5 แห่ง เริ่มต้นจากความร่วมมือที่ดีและความต้องการของชุมชนพื้นที่ โดยมีเหตุผลและปัจจัยสำคัญ คือ

1. กลุ่มบุคลากรในชุมชนและผู้ดำเนินโครงการในชุมชนเสียสละงบประมาณ เวลา ฯลฯ เพื่อฝึกอบรมกีฬาฟุตบอลให้กับเยาวชนในพื้นที่ โดยเปิดสอนให้แบบไม่มีการเก็บค่าใช้จ่าย ในช่วงเย็นหลังเลิกเรียนให้ใช้พื้นที่ของโรงเรียนในชุมชนเป็นสถานที่ฝึกอบรม โดยได้รับความร่วมมือที่ดีและต่อเนื่องจากผู้อำนวยการโรงเรียน และผู้อำนวยการศูนย์ฝึก

2. เพื่อสร้างชุมชนที่เข้มแข็ง โดยใช้กีฬาฟุตบอลเป็นสื่อกลางในการพัฒนาเยาวชนของชุมชน สู่เส้นทางการเป็นนักฟุตบอลอาชีพ เพื่อแก้ไขปัญหาสังคมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน ซึ่งในบางชุมชนสามารถก่อตั้งเป็นอคาเดมี่ และมีเยาวชนเข้ารับการฝึกอบรมแบบต่อเนื่อง มีความเข้มแข็ง สามารถต่อยอดสู่การเป็นนักฟุตบอลอาชีพได้ เช่นที่ คริส เอฟซี ม่อนแจ่ม / หินโคน อคาเดมี่

3. ในกรณีของศูนย์เยาวชนชายบ้านกรุณา จังหวัดสมุทรปราการ ได้สร้างความร่วมมือด้วยเหตุผลสำคัญคือ การมีส่วนช่วยลดความรุนแรง และการแลกเปลี่ยนแนวทางการดำเนินชีวิต เพื่อให้เยาวชนมีความหวัง โดยนำนักฟุตบอลที่มีชื่อเสียงประสบความสำเร็จเข้าไปแลกเปลี่ยน แนะนำเส้นทางชีวิตกับเยาวชนในบ้านกรุณา เพื่อฝึกทักษะฟุตบอลแบบสันทนาการ ซึ่งปัจจุบันได้ปรับเปลี่ยนการจัดให้ศูนย์เยาวชนชายบ้านกรุณาเป็นรูปแบบ Chang Football Community ยังคงมีความร่วมมือในการเปิดคลินิกเคลื่อนที่ให้กับศูนย์เยาวชนแห่งนี้อยู่เป็นประจำทุกปี

ทั้งนี้ ไทยเบฟได้สนับสนุนทั้งในด้านอุปกรณ์การฝึกฟุตบอล เครื่องดื่มเพื่อการฝึกซ้อม รวมถึงการเพิ่มพูนทักษะความรู้ด้านอื่น ๆ ให้กับเยาวชน ครูผู้ฝึก และทีมงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้โครงการนี้ไม่ใช่เพียงแค่สร้างโอกาสให้กับเยาวชน แต่ยังมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืนให้กับสังคมอีกทางหนึ่งด้วย



โครงการช้างเผือกของโรงเรียนอัสสัมชัญธนบุรี

ความเป็นพันธมิตรและความร่วมมือระหว่างไทยเบฟกับโรงเรียนอัสสัมชัญธนบุรี ที่มีจุดมุ่งหมายร่วมกันพัฒนาเยาวชนสู่ความสำเร็จให้ก้าวไปเป็นนักฟุตบอลอาชีพ โดยตลอดระยะเวลากว่า 10 ปีที่ผ่านมา สามารถสร้างนักฟุตบอลอาชีพที่มีคุณภาพให้กับวงการฟุตบอลไทยอย่างมากมาย ทั้งในระดับอาชีพ ระดับชาติ และระดับต่างประเทศ ทำให้โครงการช้างเผือกของโรงเรียนอัสสัมชัญธนบุรีเป็นอคาเดมี่ฟุตบอลในระดับเยาวชนที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับว่าสามารถผลิตนักฟุตบอลอาชีพที่ดีและมีคุณภาพให้กับวงการฟุตบอลได้อย่างต่อเนื่อง

- ในแต่ละปีมีนักเรียน – นักฟุตบอลในโครงการช้างเผือกที่จบจากโรงเรียนอัสสัมชัญธนบุรี เฉลี่ย 20 - 25 คน และบุคคลเหล่านี้ร้อยละ 90 สามารถเข้าสู่เส้นทางของการเป็นนักฟุตบอลอาชีพ ตลอดระยะเวลากว่า 10 ปีที่ผ่านมาของการสนับสนุน สามารถสร้างนักฟุตบอลอาชีพได้กว่า 250 คน

- โครงการช้างเผือก ของโรงเรียนอัสสัมชัญธนบุรี ได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องจนเป็นที่พัฒนานักฟุตบอลระดับเยาวชนสู่การเป็นนักฟุตบอลอาชีพได้อย่างต่อเนื่องทุกปี มีจำนวนนักฟุตบอลของโครงการได้รับคัดเลือกให้ติดทีมชาติในระดับอายุต่าง ๆ (14 / 16 / 18 ปี) อยู่ตลอดเวลา โดยได้รับความร่วมมือจากผู้อำนวยการโรงเรียน และผู้อำนวยการโครงการช้างเผือกเป็นอย่างดี







โครงการเล่นไม่เลิก

- "เครื่องดื่มตราช้าง" ร่วมกับสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ สนับสนุนวงการฟุตบอลไทย โดยเปิดตัว "โครงการเล่นไม่เลิก" เพื่อสร้างเสียงเชียร์ สร้างขวัญและพลังใจให้กับทีมชาติไทยตลอดเส้นทางของการแข่งขันสู่ฟุตบอลโลกที่จะเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2565 รวมถึงการอัดฉีดงบประมาณให้กับนักกีฬาและทีมงานในการคว้าทุกคะแนน ทุกประตูที่เกิดขึ้นในการแข่งขัน เพื่อเป็นคำมั่นสัญญาว่า "ช้างศึก เล่นไม่เลิก เราช้างศึกเบอร์ 12 ก็จะเชียร์ไม่เลิก" โดยโครงการช้างศึกเล่นไม่เลิกจะยังคงดำเนินต่อไปในทิศทางและแผนงานต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ตลอดเส้นทางของการพัฒนากีฬาฟุตบอลไทย
- ไทยเบฟจัดงบอัดฉีดให้กับนักฟุตบอล และทีมงาน เมื่อสร้างผลงานที่น่าประทับใจ และยังจัดทำเสื้อช้างศึกเบอร์ 12 เพื่อให้พนักงานและผู้เกี่ยวข้องสวมใส่ในการเชียร์ทีมชาติไทยที่สนามแข่งขันทุกครั้ง และสวมใส่ในกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัท เพื่อแสดงถึงการส่งแรงใจ แรงเชียร์
- ไทยเบฟให้ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ข่าวคราวความเป็นไปของนักฟุตบอลทีมชาติไทย เพื่อให้สาธารณชนได้รับทราบผ่านช่องทางการสื่อสารขององค์กร เช่น Thai Talent Facebook หรือเว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่ไทยเบฟเข้าไปมีส่วนดำเนินการ
- ไทยเบฟให้ความร่วมมือกับสมาคมกีฬาฟุตบอลฯ เพื่อสนับสนุนการสร้างทีมฟุตบอลเยาวชน โดยการจัดตั้งกองทุนพัฒนากีฬาฟุตบอลเพื่อเยาวชน ตั้งแต่ปี 2559 และจะดำเนินต่อเนื่องไปเป็นระยะเวลา 10 ปี นั่นคือการสร้างคน เพื่อยืนยันและย้ำเตือนว่าเรา "จะเล่นไม่เลิก" จนกว่าฟุตบอลไทยจะประสบความสำเร็จ ซึ่งผลการแข่งขันของทีมชาติไทยในรอบปีที่ผ่านมาอยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจ
- ไทยเบฟได้รับความร่วมมือจากบุคลากรในวงการฟุตบอลไทยทุกระดับ เข้าร่วมเปิดโครงการกว่า 500 คน และได้รับการสนับสนุนจากพนักงานไทยเบฟ และประชาชนทั่วไปอีกกว่า 7,000 คน

บาสเกตบอล

บาสเกตบอลเป็นกีฬาสากลที่ได้รับความนิยมทั่วโลก ด้วยคุณลักษณะเฉพาะของกีฬาที่เน้นทักษะความรวดเร็ว แม่นยำ และพละกำลังความแข็งแกร่ง ประกอบกับการตัดสินใจและการเคลื่อนไหวร่างกายที่รวดเร็ว ทำให้บาสเกตบอลเป็นกีฬาที่ส่งเสริมกลไกการเคลื่อนไหวของร่างกายให้ทำงานประสานกันได้อย่างดี โดยไทยเบฟให้การสนับสนุนกีฬาบาสเกตบอลในประเทศไทยมานาน 8 ปี เพื่อร่วมพัฒนากีฬาบาสเกตบอลในระดับเยาวชน และสร้างเส้นทางสู่การเป็นนักกีฬาอาชีพที่มีประสิทธิภาพ

ไทยเบฟร่วมมือกับสโมสรบาสเกตบอลไฮเทค ในการเปิดคลินิกฝึกอบรมกีฬาบาสเกตบอลภายในโรงเรียนให้กับเยาวชน จำนวน 4 ครั้งต่อปี ซึ่งแต่ละปีมีเยาวชนเข้ารับการฝึกกว่า 600 คน เต็มกำลังประสิทธิภาพของผู้ฝึกสอนและนักบาสเกตบอลอาชีพของไฮเทค โดยใช้นักบาสเกตบอลที่มีชื่อเสียงในระดับทีมชาติของสโมสรในการร่วมฝึกอบรม เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับเยาวชน และในปีที่ผ่านมาทีมบาสเกตบอลอาชีพ "ไฮเทค" ยังสร้างผลงานที่โดดเด่นมากขึ้น สามารถครองแชมป์ได้ทุกรายการบาสเกตบอลอาชีพ



ฟิกเกอร์สเก็ตและสปีดสเก็ตติ้ง

ฟิกเกอร์สเก็ตเป็นกีฬาสากลที่คนไทยไม่คุ้นเคย แต่ด้วยความท้าทาย ความยากลำบาก และภาพแห่งความงดงามของกีฬาประเภทนี้เป็นสิ่งที่เยาวชนไทยให้ความสนใจเข้ามาเรียนรู้ฝึกฝนและเข้าร่วมการแข่งขันมากขึ้นเป็นลำดับ โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมากีฬาฟิกเกอร์สเก็ตและสปีดสเก็ตติ้งของไทยได้สร้างผลงานเยี่ยมยอดในระดับอาเซียน เอเชีย และระดับโลกอย่างน่าอัศจรรย์ โดยนักกีฬาฟิกเกอร์สเก็ตได้ 2 เหรียญทอง ในกีฬาซีเกมส์ปี 2560 และ 2561

ในปี 2563 ได้สิทธิ์เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกฤดูหนาวที่ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ซึ่งไทยเบฟให้การสนับสนุนกีฬาทั้งสองประเภทมายาวนานถึง 8 ปี ด้วยเป้าหมายและเจตนารมณ์ที่ไม่ได้มุ่งหวังเพียงแค่รางวัลแห่งความสำเร็จเท่านั้น แต่ยังมองถึงอนาคตอย่างยั่งยืนที่ต้องการผลิตนักกีฬาที่มีความสามารถและพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ฝึกสอนและผู้ตัดสินในระดับนานาชาติได้ในที่สุด

ไทยเบฟเป็นองค์กรเดียวที่ให้การสนับสนุนสมาคมฟิกเกอร์สเก็ต เพื่อให้สมาคมฯ สามารถบรรลุเป้าหมายแผนงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีผลงานออกมาอย่างต่อเนื่อง เนื่องจาก



ฟิกเกอร์สเก็ตเป็นกีฬาที่ยังอยู่ในวงจำกัด สร้างความนิยมและการรับรู้ได้ยังไม่มาก ไทยเบฟยังได้ช่วยในการประชาสัมพันธ์ จัดทำเนื้อหาต่าง ๆ ข่าวสาร ผลงาน ผลสำเร็จ เส้นทางของการสร้างนักกีฬาฟิกเกอร์สเก็ต ผ่านการสื่อสารในช่องทางต่าง ๆ อีกด้วย

การพัฒนากีฬาช่วงโควิด-19

จากสถานการณ์โควิด-19 วงการกีฬาได้รับผลกระทบในทุกระดับและทุกชนิดกีฬา ทั้งการแข่งขันระดับอาชีพและกิจกรรมต่าง ๆ ต้องถูกยกเลิกและเลื่อนออกไป ศูนย์ฝึกกีฬาต้องหยุดการให้บริการ โครงการ “Train at Home” คือวิถีใหม่ที่เกิดขึ้นเพราะหน้าที่ของนักกีฬาไม่สามารถหยุดการฝึกซ้อม ต้องดูแลสมรรถภาพร่างกายอย่างต่อเนื่อง ไทยเบฟได้ร่วมมือกับพันธมิตรกีฬา สร้างช่องทางการติดตามข่าวสาร สร้างการรับรู้และความเข้าใจในแวดวงกีฬา เช่น

1. เผยแพร่ข้อมูลระบบการฝึกซ้อมแบบ Train at Home ของนักกีฬาต่าง ๆ ผ่านสื่อออนไลน์ ในช่องทาง YouTube และ Thai Talent Facebook เพื่อทำความเข้าใจและเรียนรู้เทคนิคใหม่ ๆ ของนักกีฬา รวมถึงความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาในช่วงเวลาของปัญหาโควิด-19 เพื่อสร้างความเข้าใจในวิธีการดูแลร่างกายและการฝึกซ้อมของนักกีฬา โดยในช่วงระยะเวลา 2 เดือน ระหว่างเดือนเมษายน - พฤษภาคม มีข้อมูลผู้เข้าถึงและเข้าชมการนำเสนอดังนี้

	YouTube [ยอดการเข้าชม]	Facebook [ยอดการเข้าชม]	Instagram [ยอดการเข้าชม]
Thai Talent	127	1,145,400	-
พันธมิตรในวงการและนักกีฬา	317,000	4,239,587	1,223,897
รวมทั้งสิ้น	**317,127**	**5,384,987**	**1,223,897**

2. ความร่วมมือจากทีมงานและนักกีฬามานำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ในหลากหลายรูปแบบ ทั้งให้ความรู้ สร้างความสนุกสนานผ่านกิจกรรมและการพูดคุยในรายการ “ถามปุ๊บ ตอบปั๊บ” และ Thai Talent Talk ทาง Thai Talent Facebook ตลอดระยะเวลาที่ว่างเว้นจากการแข่งขัน

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

ไทยเบฟยังคงมุ่งมั่นสานต่อพันธกิจต่าง ๆ เพื่อบรรลุเป้าหมายของการสร้างสรรค์และแบ่งปันคุณค่าแห่งการเติบโต แม้ในบางครั้งจะมีความท้าทายจากสถานการณ์บางอย่างที่เกิดขึ้น แต่ไทยเบฟยังคงมีความมั่นคงที่จะเป็นผู้ร่วมพัฒนากีฬาให้ก้าวสู่มิติของความยั่งยืนอย่างต่อเนื่องต่อไป



เยาวชนได้รับโอกาสเข้าร่วมมากขึ้น

5% ต่อปี



เยาวชนพัฒนาสู่ระดับอาชีพมากขึ้น

5% ต่อปี

การกระจายโอกาสสู่เยาวชน

โครงการที่สนับสนุน

- ไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่
- ช้างคลินิกฟุตบอลเคลื่อนที่
- ช้างฟุตบอลชุมชน



การพัฒนาสู่นักกีฬาอาชีพ

โครงการที่สนับสนุน

- ช้างชอคเกอร์สคูล
- ช้างเผือก ของโรงเรียนอัสสัมชัญธนบุรี
- ไทยทาเลนท์ กอล์ฟเฟอร์
- ฟิกเกอร์สเก็ต
- วอลเลย์บอล
- เทนนิส





70% ของเยาวชน

ที่เข้าร่วมโครงการฟุตบอลอย่างสม่ำเสมอ **มีสุขภาพแข็งแรงสมบูรณ์ มีทักษะการเล่นฟุตบอลที่ถูกต้อง** สามารถต่อยอดไปสู่ความสำเร็จ





30% ของเยาวชน

ที่ร่วมโครงการฟุตบอลในแต่ละปี สามารถพัฒนาสู่การเป็นนักฟุตบอลมืออาชีพในสโมสรฟุตบอลระดับต่าง ๆ และ

20% สามารถใช้ความรู้ความสามารถ **ต่อยอดสู่การเป็นบุคลากรในวงการฟุตบอลต่าง ๆ**





เยาวชนเข้าร่วม **โครงการไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่** เฉลี่ย **70,000 คน ต่อปี** สร้างเครือข่ายด้านความร่วมมือจาก **ผู้ปกครองกว่า 200 คน** และมีผู้ปกครองเข้าร่วมเป็น**จิตอาสาเฉลี่ย 50 คน ต่อปี**





การแข่งขันฟุตบอล รุ่นอายุ 13 ปี ที่ดีที่สุดของไทย **มีทีมฟุตบอลเยาวชนจากทั่วทุกภูมิภาคเข้าร่วมการแข่งขันกว่า**

300 ทีม ในแต่ละปี



เยาวชนสามารถพัฒนาเป็น **นักฟุตบอลอาชีพกว่า**

50%





กระจายโอกาสการเรียนรู้ฟุตบอลอย่างถูกวิธีสู่เยาวชนในภูมิภาคกว่า

11,000 คน ต่อปี

สร้างเครือข่ายบุคลากรด้านกีฬาฟุตบอลในชุมชนเพิ่มขึ้นปีละ

10%



โครงการพัฒนากีฬากอล์ฟเพื่อเยาวชน
เยาวชน **>1,000 คน** เข้าร่วมโครงการกอล์ฟทุกปี
ในปี 2563 เยาวชนได้เทิร์นโปรเป็น
นักกอล์ฟอาชีพ 15 คน
และได้แชมป์ระดับประเทศไทย 3 คน (4 รายการ)



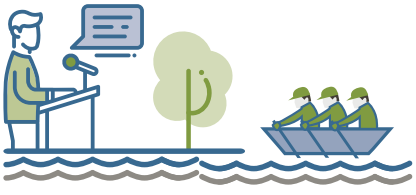
นักกอล์ฟอาชีพในโครงการ
ได้พัฒนาระดับฝีมืออย่างต่อเนื่อง **25 คน**
3 คน
สามารถพัฒนาสู่ระดับสากล



นักเทนนิสเยาวชนเข้าร่วมโครงการ
ปีละ 500 คน
30% ของเยาวชนในระดับต่าง ๆ ที่เข้าร่วมโครงการ **จะมีเส้นทาง**
สู่การเป็นนักกีฬาเทนนิสอาชีพ



การแข่งขันวอลเลย์บอลชาย-หญิง ในระดับภูมิภาค มีเยาวชนเข้าร่วมการแข่งขันปีละ
46,000 คน
50%
ของนักกีฬาวอลเลย์บอลเยาวชน
ได้พัฒนาต่อยอดสู่การเป็นนักกีฬาอาชีพ



การแข่งขันพายเรือยาวในระดับเยาวชน
มีเยาวชนเข้าร่วมโครงการ ปีละ
>1,000 คน
และสามารถต่อยอดสร้างอาชีพ



สร้างทีมงานที่แข็งแกร่งจำนวน
40 คน
เพื่อดำเนินงานใน **11 ประเภทกีฬา (85 โครงการ)** โดยทีมงานจะทำหน้าที่ในด้านการประสานงาน / การจัดกิจกรรม / การประชาสัมพันธ์โครงการทั้งระบบ

พันธมิตรที่เข้มแข็ง

จากการสนับสนุนกีฬาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันไทยเบฟได้รับการยอมรับและมีภาพลักษณ์ที่ดีในวงกว้าง และได้รับความร่วมมือจากพันธมิตรที่เกี่ยวข้องอย่างมากมาย

เครือข่ายช่วยพัฒนาสังคม และเครือข่ายกีฬาที่เข้มแข็ง



200 หน่วยงาน



8,000 บุคลากรสำคัญ

- ช่วยพัฒนาระบบอคาเดมี่ท้องถิ่นในประเทศไทย
- นำแนวคิดหลักการพัฒนาสังคมด้วยกีฬาของบริษัทฯ ไปต่อยอดในสังคม
- เยาวชนที่มีทักษะความสามารถ มีโอกาสพัฒนาไปสู่นักกีฬาอาชีพ

เครือข่ายช่วยแก้ปัญหา และต่อยอดทางธุรกิจ



5 พื้นที่



100 บุคลากรสำคัญ

- ช่วยเพิ่มโอกาสในการต่อยอดการขายผลิตภัณฑ์
- ช่วยแก้ปัญหาการเสียโอกาสทางการขายผลิตภัณฑ์



พันธมิตรในวงการกีฬาประเภทต่าง ๆ
>10 ประเภท และมีพันธมิตรที่มีความเหนียวแน่นและให้ความร่วมมือในด้านต่างๆ กับองค์กร **> 10 แห่ง**



สื่อกลางระหว่างนักฟุตบอลและโค้ชชั้นนำ
>20 คน และเยาวชน > 500 คน
ในการสร้างองค์ความรู้ด้านฟุตบอลและแรงบันดาลใจให้กับเยาวชนในแต่ละปี

แบ่งปันคุณค่า

ผมมีความพอใจและสุขใจเสมอที่ได้ทำงานร่วมกับไทยเบฟในโครงการพัฒนาฟุตบอลเพื่อเยาวชน เพราะเห็นถึงความจริงใจและจริงจังในการทำงาน ไทยเบฟมีความเข้าใจมีโครงสร้างในการดำเนินงานที่เป็นระบบ และที่สำคัญคือความต่อเนื่อง ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนากีฬาฟุตบอลอย่างยั่งยืน .... ผมไม่ต้องการให้ใครมาเสียเวลา เสียงบประมาณกับความไม่จริงจัง การเป็นนักกีฬาก็เช่นกัน ทำอย่างไรให้อยู่ในมาตรฐานตลอดเวลา ถ้าเป็นนักกีฬาต้องมีวินัยและทุ่มเทในการฝึกซ้อมอย่างสม่ำเสมอ มีความเข้าใจในเกม เล่นเป็นทีมในการแข่งขัน และควรสร้างเป้าหมายที่ยิ่งใหญ่ให้กับตนเองเสมอ ทุกคนก็จะพบกับความสำเร็จ

วิทยา เลาหกุล (โค้ชเฮง)
อดีตนักฟุตบอลทีมชาติ / อดีตประธานเทคนิคของสมาคมกีฬาฟุตบอลฯ / ปัจจุบัน ประธานเทคนิคของสโมสรชลบุรี เอฟซี





สำหรับกิ๊บการที่มีโอกาสได้เป็นนักกีฬาวอลเลย์บอลทำให้เราเข้าใจและเรียนรู้ถึงความพ่ายแพ้และชัยชนะ ได้ร่วมมือเล่นกันเป็นทีม ช่วยเหลือกัน ให้กำลังใจกัน และสิ่งที่สำคัญคือ มิตรภาพต่อเพื่อนร่วมอาชีพ ในเวลานี้อยากใช้ประสบการณ์ทุกอย่างที่ได้รับมาถ่ายทอดให้กับรุ่นน้อง ๆ เพื่อช่วยสร้างโอกาสให้ได้ก้าวเข้ามาเป็นนักกีฬาอาชีพ เหมือนกับที่เราได้รับโอกาสจากผู้ใหญ่ จากไทยเบฟที่ได้ช่วยสนับสนุนและผลักดันวงการวอลเลย์บอลไทยอย่างต่อเนื่องตลอดมา

วิลาวัลย์ อภิญญาพงศ์ (กิ๊บ)
กัปตันทีมวอลเลย์บอลหญิงทีมชาติไทย

ทิศทางการดำเนินงาน

การกระจายโอกาส Opportunity



2563

- กระจายโอกาสฝึกทักษะฟุตบอลจาก **66** จังหวัด (ปี 2562) เพิ่มเป็น **68** จังหวัด เพิ่มขึ้น 3% จากเป้าหมายที่ตั้งไว้ร้อยละ 5 ต่อปี
- ผู้เข้าร่วมโครงการ**มากขึ้นร้อยละ 2** (ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19) จากเป้าหมายที่ตั้งไว้ร้อยละ 5 ต่อปี
- สร้างการรับรู้และสร้างคุณภาพโครงการมากขึ้น จากเดิมร้อยละ **80** (ปี 2562) เป็นร้อยละ **100**

2568

ส่งเสริมและกระจายโอกาสให้เยาวชนได้ฝึกทักษะฟุตบอลจากโครงการทั้ง

76 จังหวัด

การพัฒนาเยาวชนสู่นักกีฬาอาชีพ Career



2563

ประเภทกีฬา	ผู้เข้าร่วมโครงการ (คน)	ระดับอาชีพ (คน/ปี)
ฟุตบอล	93,304	77
กอล์ฟ	1,967	29
ฟิกเกอร์สเก็ต	139	54
รวม	**95,410**	**160***

* เป้าหมายพัฒนาเยาวชนสู่**นักกีฬาอาชีพร้อยละ 5** ต่อปี โดยในปี 2563 สามารถสร้างนักกีฬาเยาวชนอาชีพได้เกินเป้าหมายที่ตั้งไว้จากปี 2562 คือ 108 คน **เป็น 160 คน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 48)** ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าเป้าหมายของ ปี 2568 **(137 คน)** อีกด้วย

2564-2568



เป้าหมายพัฒนาเยาวชนสู่นักกีฬาอาชีพ
5-10% ต่อปี



สามารถพัฒนาเยาวชนสู่นักกีฬาอาชีพได้
176 คน ในปี 2564



การสร้างความเป็นเลิศสู่บุคคลต้นแบบ Role Model



2563



สนับสนุนและสร้างความเป็นเลิศให้นักกีฬาสู่
บุคคลต้นแบบจากเดิม
20 คนในปี 2562
เพิ่มเป็น 22 คน
(เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 มากกว่าเป้าหมายเดิมที่ตั้งไว้ที่ร้อยละ 5 ต่อปี)

2564-2568



เป้าหมายในการสนับสนุนและสร้างความเป็นเลิศให้นักกีฬาสู่บุคคลต้นแบบเพิ่มขึ้น
5-10% ต่อปี



สามารถสนับสนุนและสร้างความเป็นเลิศให้นักกีฬาสู่บุคคลต้นแบบ
24 คน ในปี 2564

การเพิ่มเครือข่าย Network



2563



หน่วยงานภาครัฐและเอกชน
>200 หน่วยงาน



บุคลากรที่สำคัญในวงการกีฬา
>8,000 คน

2564-2568

เพิ่มเครือข่ายที่เข้มแข็ง 10% ต่อปี



หน่วยงานภาครัฐและเอกชน
>250 หน่วยงาน



บุคลากรที่สำคัญในวงการกีฬา
>9,000 คน

การอนุรักษ์ศิลปะ และวัฒนธรรมของชาติ

การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและประเพณีต่าง ๆ ถือเป็นวาระสำคัญของประเทศไทย เพื่อสืบสานและถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมและประเพณีอันดีงามไปยังคนรุ่นหลัง ไทยเบฟให้ความสำคัญกับการพัฒนาและส่งเสริมด้านศิลปวัฒนธรรม โดยมีเป้าหมาย “นำความเป็นไทยสู่สากล” และเพื่อ “สร้างสรรค์คุณค่าสู่สังคมอย่างมั่นคงและยั่งยืน” ผ่านแนวทางการสืบสาน รักษา และต่อยอดเพื่อสร้างคุณค่าสู่สังคมอย่างมั่นคงและยั่งยืน

สืบสานศิลปวัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามของประเทศ เพื่อเผยแพร่ถ่ายทอด ศึกษาเรียนรู้ โดยยังดำรงหัวใจสำคัญและแก่นแท้ไว้ผ่านการสนับสนุนหน่วยงานและบุคคลเพื่อสืบสานศิลปวัฒนธรรมไทยและสากล

รักษา อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมอันดีงาม หรืออัตลักษณ์นั้น ๆ ให้ดำรงอยู่ตลอดไป โดยมีแผนงานการทำนุบำรุงรักษาโบราณสถาน ศิลปวัตถุ ศิลปินแห่งชาติ สาระทางประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียมประเพณี เพื่อรักษาให้ชนรุ่นหลัง

ต่อยอดองค์ความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมแต่ละแขนงของหน่วยงานหรือบุคลากรด้านศิลปวัฒนธรรม ที่มีความเชี่ยวชาญ และทักษะเฉพาะ ให้มีโอกาสพัฒนาขีดความสามารถเพิ่มขึ้น โดยมีแผนงานสร้าง หรือสนับสนุนกิจกรรมขึ้นใหม่ หรือร่วมมือกับภาคีต่าง ๆ เพื่อต่อยอดศิลปวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ

ไทยเบฟกำหนดงานออกเป็น 6 กลุ่ม (กลุ่มงานภาพถ่าย กลุ่มงานดนตรี กลุ่มงานศิลปกรรม กลุ่มงานประเพณีวัฒนธรรม กลุ่มงานหนังสือทรงคุณค่า และกลุ่มงานด้านอาเซียน) โดยผสมผสานหลักการดำเนินการให้สอดคล้องกับบริบทของงานแต่ละกลุ่มงานตามสภาพเหตุปัจจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กร ได้แก่

1. การสร้างสรรค์โครงการ/กิจกรรมใหม่ (Innovation)
2. การสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ (Sponsorship)
3. การร่วมกันสร้างสรรค์งานกับพันธมิตร (Collaboration)
4. การบริหารเครือข่ายด้านศิลปวัฒนธรรม (Partnership)

กลุ่มงานภาพถ่าย



นิทรรศการภาพถ่ายเฉลิมพระเกียรติ พระราชพิธีบรมราชาภิเษก พุทธศักราช 2562

วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร มูลนิธิ “ทุนพระพุทธยอดฟ้า” ในพระบรมราชูปถัมภ์ ร่วมกับ มูลนิธิสิริวัฒนภักดี และไทยเบฟ จัดนิทรรศการเพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาส ครบรอบ 1 ปี แห่งการพระราชพิธีบรมราชาภิเษก พุทธศักราช 2562 โดยได้รับพระราชทานพระบรมราชานุญาตให้จัดแสดงร่วมกับภาพถ่ายจากเครือข่ายช่างภาพเยาวชนจิตอาสา รวมทั้งสิ้น 47 ภาพ







นิทรรศการภาพถ่ายสมเด็จพระสันตะปาปา ฟรังซิส เสด็จเยือนประเทศไทย

ไทยเบฟ ร่วมกับสภาประมุขแห่งบาทหลวงโรมันคาทอลิกแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ สื่อมวลชนคาทอลิกประเทศไทย เครือข่ายช่างภาพเยาวชนจิตอาสา สมาคมถ่ายภาพแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ มูลนิธิส่งเสริมการถ่ายภาพ และ BAB Foundation จัดนิทรรศการแสดงภาพถ่ายพระกรณียกิจสมเด็จพระสันตะปาปา เสด็จเยือนประเทศไทย ระหว่างวันที่ 20 ธันวาคม 2562 - 12 มกราคม 2563 ณ BAB BOX @ One Bangkok โดยได้ความอนุเคราะห์ภาพถ่ายจากกรมประชาสัมพันธ์ สื่อมวลชนคาทอลิกประเทศไทย และเครือข่ายช่างภาพเยาวชนจิตอาสา





สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินไปทรงเปิดนิทรรศการภาพถ่ายฝีพระหัตถ์ "มหัศจรรย์พรรณภาพ Photos Wonderland" ณ หอศิลปวัฒนธรรม กรุงเทพมหานคร วันที่ 10 ธันวาคม 2562



นิทรรศการภาพถ่ายฝีพระหัตถ์ สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา ฯ สยามบรมราชกุมารี

ไทยเบฟร่วมกับหน่วยงานเอกชนอื่น ๆ ในการสนับสนุนนิทรรศการภาพถ่ายฝีพระหัตถ์ ประจำปี 2562 ภายใต้ชื่อ "มหัศจรรย์พรรณภาพ Photos Wonderland" ซึ่งจัดโดยสมาคมถ่ายภาพแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ กรุงเทพมหานคร หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร และมูลนิธิส่งเสริมการถ่ายภาพ เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปได้มีโอกาสได้ร่วมตามรอยเสด็จฯ และชื่นชมพระอัจฉริยภาพด้านการถ่ายภาพของสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา ฯ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานภาพถ่ายฝีพระหัตถ์ทรงบันทึกไว้ระหว่างการเสด็จพระราชดำเนินไปยังสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ ในช่วงปี 2561 - 2562 โดยจัดนิทรรศการในช่วงธันวาคม 2562 ถึงกุมภาพันธ์ 2563

จำนวนผู้เข้าชมนิทรรศการ

2559/2560	2560/2561	2561/2562	2562/2563
13 ธันวาคม 2559 ถึง 29 มกราคม 2560	12 ธันวาคม 2560 ถึง 4 มีนาคม 2561	11 ธันวาคม 2561 ถึง 10 มีนาคม 2562	10 ธันวาคม 2562 ถึง 16 กุมภาพันธ์ 2563
17,507 คน	**66,597 คน**	**103,925 คน**	**43,472 คน**

นิทรรศการภาพถ่าย “ฟิล์มกระจก: เรื่องราวเหนือกาลเวลา”

สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม ร่วมกับ มูลนิธิสิริวัฒนภักดี และไทยเบฟ จัดนิทรรศการ “เฉลิมฟิล์มกระจก ฉลองมรดกความทรงจำแห่งโลก” ระหว่างวันที่ 25 พฤษภาคม - 28 กรกฎาคม 2561 ณ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอศิลป ถนนเจ้าฟ้า กรุงเทพมหานคร เพื่อเฉลิมฉลองโอกาสที่องค์การยูเนสโกประกาศขึ้นทะเบียนให้ฟิล์มกระจกและต้นฉบับภาพถ่ายชุดหอพระสมุดวชิรญาณ เป็นมรดกความทรงจำแห่งโลกเมื่อปี 2560 โดยสำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติได้คัดเลือกมา 150 ภาพ จากจำนวนทั้งสิ้น 35,427 แผ่น เพื่อนำมาจัดแสดงนิทรรศการเผยแพร่ภาพถ่ายจากฟิล์มกระจกซึ่งเป็นเอกสารทางประวัติศาสตร์ของชาติให้ประชาชนได้ศึกษาเรียนรู้

ในปี 2563 มีการจัดแสดงนิทรรศการฟิล์มกระจก เรื่องราวเหนือกาลเวลา ณ ห้องนิทรรศการหลัก ชั้น 8 หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร ระหว่างวันที่ 10 กรกฎาคม ถึงวันที่ 20 กันยายน 2563 โดย ท่านผู้หญิงสิริกิติยา เจนเซน รับหน้าที่ภัณฑารักษ์คัดสรรภาพถ่ายในอดีตนำมาจัดแสดงจำนวนทั้งสิ้น 102 ภาพ โดยเน้นภาพถ่ายที่แสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของสยามครั้งอดีตในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะเมื่อวัฒนธรรมตะวันตกเริ่มเข้ามาผสมผสานกับวิถีชีวิตของชาวสยาม นิทรรศการครั้งนี้ผู้ชมจะเสมือนหนึ่งได้ร่วมเดินทางไปในการเสด็จประพาสหัวเมืองต่าง ๆ ของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 พร้อมด้วยเหล่าข้าราชบริพารและพระบรมวงศานุวงศ์ ในนิทรรศการจะเห็นภาพชาวบ้านตามหัวเมืองต่าง ๆ มาเข้าเฝ้ารอรับเสด็จอย่างใกล้ชิด รวมทั้งภาพสถานีรถไฟหัวลำโพงเมื่อเริ่มสร้าง ภาพชาวต่างชาติที่พำนักในสยาม เป็นต้น โดยมียอดผู้เข้าชมนิทรรศการทั้งสิ้น 84,217 คน

นอกจากนี้ ไทยเบฟสนับสนุนงบประมาณในการจัดพิมพ์หนังสือ “ฟิล์มกระจกจดหมายเหตุ หนึ่งพันภาพประวัติศาสตร์รัตนโกสินทร์” เล่ม ๒ ฟิล์มกระจก ฉลองมรดกความทรงจำแห่งโลก โดยสำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ ได้เชิญผู้ทรงคุณวุฒิพร้อมผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับภาพถ่ายโบราณ ร่วมจัดทำคำบรรยายและคัดเลือกภาพถ่ายจำนวน 205 ภาพ มาจัดพิมพ์ในหนังสือเล่มดังกล่าวนี้





คุณวิษณุ เครืองาม รองนายกรัฐมนตรี ร่วมปาฐกถาพิเศษและเป็นประธานในพิธีเปิดนิทรรศการ “ฟิล์มกระจก : เรื่องราวเหนือกาลเวลา” ณ หอศิลปวัฒนธรรมกรุงเทพมหานคร วันที่ 9 กรกฎาคม 2563



การออกร้านถ่ายภาพ “ฉายานิติกร”

ห้องภาพฉายานิติกรเป็นห้องภาพเฉพาะกิจที่ไทยเบฟก่อตั้งขึ้น เพื่อให้บริการถ่ายภาพบุคคลในแบบย้อนยุค โดยห้องภาพฉายานิติกรจะร่วมออกร้านในงานหรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ ซึ่งจัดโดยหน่วยงานภาครัฐ ศาสนสถาน และองค์กรการกุศล เช่น งาน “อุ่นไอรัก คลายความหนาว สายน้ำแห่งรัตนโกสินทร์” ที่พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า งาน “เถลิงศกสุขสันต์ มหาสงกรานต์ ตำนานไทย” ที่เมืองมัลลิกา จังหวัดกาญจนบุรี งาน “ศุภมงคลสมัย ๑๕๐ ปี แห่งการสถาปนาวัดราชบพิธสถิตมหาสีมาราม” และ งาน “จิบน้ำชายามเย็น ตามรอยสาส์นสมเด็จ” ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนคร ห้องภาพฉายานิติกรได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง ผู้รับบริการจะได้รับภาพถ่ายที่มีคุณภาพสูงในราคาย่อมเยา ทั้งนี้ ไทยเบฟมีความตั้งใจให้บริการถ่ายภาพเพื่อเป็นสาธารณประโยชน์โดยไม่หวังผลกำไร โดยรายได้จากการถ่ายภาพทั้งหมดได้นำไปใช้เพื่อสาธารณประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ





โครงการประกวดภาพถ่ายบันทึกประวัติศาสตร์ประเทศไทยในสถานการณ์โควิด-19 “...จนกว่าจะพบกันใหม่”

ไทยเบฟ ร่วมกับสมาคมถ่ายภาพแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ และมูลนิธิส่งเสริมการถ่ายภาพ จัดประกวดภาพถ่ายที่บันทึกเหตุการณ์และแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลง ในช่วงสถานการณ์การแพร่กระจายของโรคโควิด-19 โดยภาพถ่ายทั้งหมดที่ผ่านการคัดเลือกจะนำส่งมอบให้กับหอจดหมายเหตุแห่งชาติ เพื่อร่วมบันทึกเป็นจดหมายเหตุของเหตุการณ์ประวัติศาสตร์สำคัญครั้งหนึ่งของประเทศไทย



รางวัลชนะเลิศ : ชัยสิทธิ์ รัตนชูศรี



สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา ฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงเปิดงานนิทรรศการภาพถ่าย “60 ปี วิถี แสง” ณ BAB BOX @ONE BANGKOK ถนนวิทยุ วันที่ 22 พฤศจิกายน 2563



นิทรรศการภาพถ่าย “60 ปี วิถี แสง”

ไทยเบฟสนับสนุนนิทรรศการภาพถ่าย “60 ปี วิถี แสง” เนื่องในโอกาสครบรอบ 60 ปี สมาคมถ่ายภาพแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ จัดแสดงระหว่าง 1 ถึง 24 พฤศจิกายน 2563 ณ BAB BOX โครงการ ONE BANGKOK เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวประวัติศาสตร์ วิถีวัฒนธรรม และสภาพสังคมที่ซุกซ่อนในภาพ ในงานมีการแสดงภาพถ่าย 262 ภาพถ่าย จาก 262 นักถ่ายภาพ



โครงการประกวดภาพถ่าย Sustainability Action Hero

ไทยเบฟร่วมกับสมาคมถ่ายภาพแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์และศูนย์ ซี อาเซียน (C asean) จัดโครงการประกวดภาพถ่าย Sustainability Action Hero โดยเน้นภาพถ่ายที่นำเสนอแนวคิด แนวทาง กระบวนการที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นไปตาม 17 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (UN SDGs) เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และช่วยเหลือช่างภาพอิสระที่ประสบปัญหาเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในงานนี้ ผู้ส่งภาพเข้าประกวดได้เรียนรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน และส่งภาพที่สอดคล้องกับ UN SDGs เข้าประกวด โดยมีจำนวนการส่งภาพเข้าประกวดทั้งสิ้น 1,000 ภาพ

กลุ่มงานดนตรี



มูลนิธิหลวงประดิษฐไพเราะ (ศร ศิลปบรรเลง)

ไทยเบฟสนับสนุนมูลนิธิหลวงประดิษฐไพเราะ (ศร ศิลปบรรเลง) ต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2557 ทำงานร่วมกับเครือข่ายบุคลากรด้านดนตรีไทยเพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อวงการดนตรีไทย ส่งเสริมให้นักเรียนระดับประถมศึกษาและระดับมัธยมศึกษาเข้าค่ายเยาวชนดนตรีไทยศรทอง มีโอกาสเรียนรู้จากบุคลากรผู้เชี่ยวชาญนอกโรงเรียนและโครงการเพื่อนดนตรีไทยศรทอง ชิงถ้วยพระราชทาน ในปี 2563 มีนักเรียนเข้าร่วมประกวดทั้งหมด 1,625 คน จาก 398 โรงเรียน







กลุ่มงานศิลปกรรม





สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา ฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินไปทรงเปิดนิทรรศการศิลปกรรมช้างเผือก ครั้งที่ 9 และทรงวาดภาพฝีพระหัตถ์พระราชทาน ณ หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร วันที่ 8 กันยายน 2563

โครงการประกวดศิลปกรรมช้างเผือก

ไทยเบฟจัดโครงการประกวดศิลปกรรมช้างเผือก อย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 9 เพื่อสนับสนุนศิลปะในเชิงเสมือนจริงและศิลปะรูปลักษณ์ โดยในปี 2563 เป็นการประกวดในหัวข้อ “สยามเมืองยิ้ม” โดยรางวัลชนะเลิศสูงถึง 1 ล้านบาท

เทศกาลศิลปะร่วมสมัย บางกอก อาร์ต เบียนนาเล่ 2020 (Bangkok Art Biennale 2020)

ไทยเบฟสนับสนุนเทศกาลศิลปะร่วมสมัย BAB 2020 นับเป็นครั้งที่ 2 ของการจัดเทศกาลศิลปกรรมร่วมสมัย โดยมุ่งเน้นการสร้างสรรค์งานศิลปะภายใต้การพัฒนาอย่างยั่งยืน ในหัวข้อ “ศิลป์สร้าง ทางสุข” (Escape Routes) เป็นแนวทางการใช้ศิลปะเพื่อเยียวยา เตือนภัยและหาทางออก ให้ความหวังหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยมีศิลปินเข้าร่วมจาก 35 ประเทศ จาก 5 ทวีป รวม 82 คน

งานจัดแสดงที่ 9 สถานที่สำคัญของกรุงเทพฯ อาทิ โครงการเดอะพาร์ค โครงการวัน แบงค็อก วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร วัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร ล้ง 1919 และมิวเซียมสยาม โดยจัดแสดงตั้งแต่วันที่ 12 ตุลาคม 2563 ถึง 31 มกราคม 2564

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเชื่อมั่นว่า โครงการบางกอก อาร์ต เบียนนาเล่ 2020 จะช่วยเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สร้างประโยชน์ในเชิงความคิดสร้างสรรค์ ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ฟื้นฟูจิตใจ และกระตุ้นเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว

ทั้งนี้สามารถติดตามข่าวสารและตารางกิจกรรมของเทศกาลศิลปะร่วมสมัยนานาชาติ BAB 2020 เพิ่มเติมได้ทาง Facebook และ Instagram : Bkkartbiennale





กลุ่มงานประเพณีวัฒนธรรม





งานสมโภชพระอาราม 192 ปี วัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร

ไทยเบฟร่วมมือหลายภาคส่วน อาทิ มูลนิธิสิริวัฒนภักดี ชุมชนย่านกะดีจีน-คลองสาน สนับสนุนการจัดงาน "สมโภชพระอาราม 192 ปี วัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร" มาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 ในงานนี้นักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและต่างชาติร่วมไหว้พระขอพร ชมพิพิธภัณฑ์พระ ประยูรภัณฑาคารที่คว้ารางวัลยอดเยี่ยมระดับโลกจาก UNESCO พร้อมชิมอาหารชุมชน ทั้งจากชุมชนกะดีจีน-คลองสาน กรุงเทพมหานคร และวิทยาลัยอาชีวะในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาจากทั่วประเทศ มากกว่า 150 ร้านค้า ชูแนวคิด "บวร" ตอกย้ำความสัมพันธ์อันแน่นหนาของ 3 ภาคส่วน (ชุมชน วัด และโรงเรียน)

เทศกาลวิถีน้ำ...วิถีไทย (Water Festival)

ไทยเบฟร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงวัฒนธรรม กองทัพเรือ กรุงเทพมหานคร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และพันธมิตร ในการจัดเทศกาลวิถีน้ำ...วิถีไทย (Water Festival) ก้าวข้ามปีใหม่ไทย พร้อมกัน 4 ภาค กรุงเทพฯ-เชียงใหม่-อุดรธานี-ภูเก็ต โดยในปี 2562 ได้ผสานความร่วมมือกับกรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ ในฐานะที่ประเทศไทยเป็นประธานอาเซียน เพื่อบรรจุเทศกาลวิถีน้ำ...วิถีไทย เป็นส่วนหนึ่งของโครงการภายใต้ปีแห่งวัฒนธรรมอาเซียนของประเทศไทย พ.ศ. 2562 (ASEAN Cultural Year 2019) เพราะมีความสอดคล้องกับแนวคิดของปีแห่งวัฒนธรรมอาเซียน คือ หลากหลาย สร้างสรรค์ ยั่งยืน (diversity, creativity, sustainability) ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมใหญ่ที่ประเทศไทยได้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เพื่อบอกเล่าความเป็นไทยไปทั่วโลก





สายน้ำแห่งวัฒนธรรม (River Festival)

ไทยเบฟผสานความร่วมมือกับ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กองทัพเรือ กรุงเทพมหานคร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และเครือข่ายพันธมิตร ริเริ่มการจัดงาน "สายน้ำแห่งวัฒนธรรมไทย" (River Festival) ครั้งแรกในปี 2557 และในปี 2563 ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจาก กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ จัดเป็นกิจกรรมใหญ่เพื่อสนับสนุนนโยบายภาครัฐ ให้ประเทศไทยได้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม บอกเล่าความเป็นไทยไปทั่วโลกซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของปีวัฒนธรรมแห่งอาเซียน (ASEAN Cultural Year 2019) ที่ถือเป็นมรดกร่วมทางวัฒนธรรมของหลายชาติในอาเซียน นับเป็นการสนับสนุนการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับปีแห่งวัฒนธรรมอาเซียนสู่สาธารณชนของภูมิภาคอาเซียนในวงกว้าง อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยเพื่อนำไปสู่การส่งเสริมความร่วมมือในกรอบอื่น ๆ ของภูมิภาคอาเซียนได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังสานต่อความสำเร็จของอีก 2 โครงการที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือ

- **โครงการ "คลีนคลอง"** เป็นโครงการต้นแบบของชุมชนริมน้ำที่ขยายผลสู่การพัฒนาชุมชนและสร้างจิตสำนึกที่จะอนุรักษ์สายน้ำและฟื้นฟูแม่น้ำลำคลอง ในช่วงหลังเทศกาลลอยกระทงให้กลับมามีทัศนียภาพสวยงามใสสะอาดเช่นเดิม โดยมีจิตอาสาจากหน่วยงานต่าง ๆ นักศึกษาและประชาชนในพื้นที่เข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มขึ้นทุกปี ในกิจกรรมครั้งล่าสุดนี้มีจิตอาสาเข้าร่วมโครงการเป็นจำนวน 380 คน







- **โครงการ "เยาวชนเจ้าบ้าน สืบสานวัฒนธรรม"** เป็นโครงการที่เสริมสร้างทักษะความรู้เรื่องชุมชนให้กับเยาวชน และฝึกฝนการเป็นเจ้าบ้านที่ดีพร้อมเป็นผู้สืบสานวัฒนธรรมอันดีงามของไทยไปสู่สากล พร้อมทั้งเผยแพร่เรื่องราว บอกเล่าประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตของชุมชนให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติที่มาเที่ยวงาน "Bangkok River Festival 2020 สายน้ำแห่งวัฒนธรรมไทย" ครั้งที่ 6 ภายใต้แนวคิด "รื่นเริง แสงศิลป์" ที่จัดขึ้นระหว่างวันที่ 29 - 31 ตุลาคม 2563 โดยมีรูปแบบกิจกรรมอบรมการศึกษาเส้นทางและออกแบบแผนที่นำเที่ยว โดยแบ่งกลุ่มเยาวชนออกเป็น 3 - 5 กลุ่มซึ่งคละอายุและประสบการณ์ในการร่วมงาน จากนั้นลงพื้นที่แบ่งเป็น 5 เส้นทาง 5 ชุมชน ได้แก่ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร วัดอรุณราชวราราม ราชวรมหาวิหาร วัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร วัดกัลยาณมิตรวรมหาวิหาร วัดระฆังโฆสิตารามวรมหาวิหาร

จำนวนเยาวชนเจ้าบ้านสืบสานวัฒนธรรม

วัด	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563
วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร	10 คน	10 คน	10 คน	16 คน	16 คน	29 คน	21 คน
วัดอรุณราชวราราม ราชวรมหาวิหาร	20 คน	22 คน	22 คน	28 คน	28 คน	32 คน	14 คน
วัดกัลยาณมิตรวรมหาวิหาร	12 คน	14 คน	14 คน	18 คน	18 คน	15 คน	8 คน
วัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร	15 คน	15 คน	15 คน	19 คน	19 คน	18 คน	6 คน
วัดระฆังโฆสิตารามวรมหาวิหาร	-	-	-	-	-	-	13 คน
รวม	**57 คน**	**61 คน**	**61 คน**	**81 คน**	**81 คน**	**94 คน**	**62 คน**

จากความสำเร็จของงาน "River Festival Lamphun ครั้งที่ 1 Happy River เสียงสุขแห่งสายน้ำ" ในปี 2563 ไทยเบฟต่อยอดการจัดงานในชื่อ "River Festival Lamphun ครั้งที่ 2 รื่นเริง แสงศิลป์" วันที่ 28 - 31 ตุลาคม 2563 ริมฝั่งแม่น้ำกวงหน้าวัดพระธาตุหริภุญชัย เพื่อเฉลิมฉลองประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตของแม่น้ำกวง ซึ่งเป็นหนึ่งในแม่น้ำสายหลักที่หล่อเลี้ยงชีวิตและวัฒนธรรมของผู้คนในถิ่นล้านนาและลำพูนมานับพันปี ภายในงานมีกิจกรรมสืบสานเทศกาลโคมบูชา องค์พระธาตุหริภุญชัย และถวายแด่พระนางจามเทวี พร้อมทั้งซื้อสินค้าท้องถิ่นและชิมอาหารพื้นบ้าน

กลุ่มงานหนังสือทรงคุณค่า

ไทยเบฟสนับสนุนการจัดพิมพ์หนังสืออันทรงคุณค่า "ด้วยจงรักและบูชา" ตามที่สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ได้มีพระราชดำริในการจัดทำหนังสือ เพื่อรวบรวมภาพถ่ายและข้อมูลผ้าที่พระองค์ทรงสะสมจาก 76 จังหวัดทั่วประเทศไทย เพื่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงวิชาการด้านอัตลักษณ์ของผ้าจากแต่ละจังหวัดในประเทศไทย อันจะเป็นองค์ความรู้ไปสู่การขยายผลการทำงานของบริษัท











ไทยเบฟสนับสนุนการจัดพิมพ์หนังสือในโอกาสสถาปนาวัดราชบพิธ ครบ 150 ปี อันประกอบไปด้วยหนังสือ ศิลปกรรมวัดราชบพิธสถิตมหาสีมาราม พระประวัติภูมิปัญญาและผลงานพระวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าประดิฐวรการ สุสานหลวงวัดราชบพิธสถิตมหาสีมาราม และนำชมวัดราชบพิธสถิตมหาสีมาราม เพื่อเผยแพร่แก่บุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการ

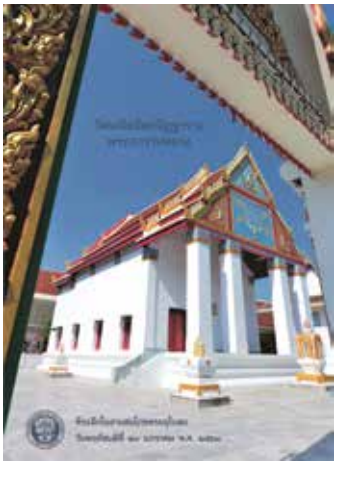
1 2 3 4

1 ศิลปกรรมวัดราชบพิธ เป็นหนังสือรวบรวมผลงานฝ่ายศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมล้ำค่าของวัดราชบพิธ ทั้งหมดอย่างครบถ้วน

2 พระประวัติพระวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าประดิฐวรการ เป็นหนังสือที่รวบรวมชีวิตและงานของพระวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าประดิฐวรการ ซึ่งเป็นนายช่างศิลปกรรมในราชสำนักสมัยรัชกาลที่ ๔ - ๕ และเป็นผู้ออกแบบและสร้างสรรค์งานศิลปกรรมส่วนใหญ่ในวัดราชบพิธ

3 สุสานหลวงวัดราชบพิธ เป็นหนังสือรวบรวมประวัติความเป็นมาของสุสานหลวงอันเป็นที่ประดิษฐานพระบรมอัฐิและอัฐิของพระบรมวงศานุวงศ์ และราชสกุลในรัชกาลที่ ๕ อย่างครบถ้วน

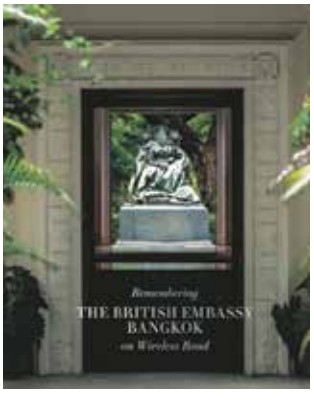
4 นำเที่ยววัดราชบพิธ เป็นหนังสือคู่มือที่แนะนำภาพรวมของวัดในทุกมิติทั้งประวัติความเป็นมาและภาพภายในบริเวณวัดอย่างครบถ้วน



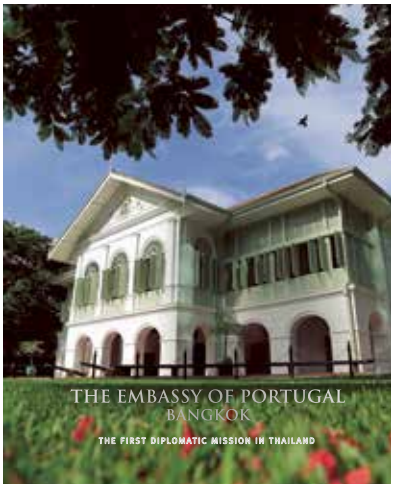
ไทยเบฟสนับสนุนการจัดพิมพ์หนังสือ "ประวัติวัดมณีสถิตกปิฏฐาราม พระอารามหลวง" ซึ่งเป็นวัดสำคัญในจังหวัดอุทัยธานี เนื่องจากเป็นศูนย์กลางการศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกธรรมและบาลี ตั้งแต่อดีต โดยหนังสือจัดทำเพื่อเป็นที่ระลึกในงานสมโภชพระอุโบสถ เมื่อวันที่ 23 มกราคม 2563



ไทยเบฟสนับสนุนการจัดทำหนังสือ Remembering The British Embassy, Bangkok on Wireless Road เพื่อเป็นที่ระลึกและบันทึกเรื่องราวอันเป็นประโยชน์ทางประวัติศาสตร์ของสถานเอกอัครราชทูตอังกฤษประจำประเทศไทย









ไทยเบฟสนับสนุนจัดทำหนังสือ The Embassy Of Portugal Bangkok; The First Diplomatic Mission In Thailand เพื่อเป็นที่ระลึกและบันทึกเรื่องราวอันเป็นประโยชน์ทางประวัติศาสตร์ของสถานเอกอัครราชทูตโปรตุเกสประจำประเทศไทย

กลุ่มงานอาเซียน

ASEAN Day Celebration

เพื่อมีส่วนร่วมในการเฉลิมฉลองวันก่อตั้งอาเซียนประจำปีและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างสถานทูตประเทศอาเซียนประจำประเทศไทย ภาคเอกชนแนวหน้าของอาเซียน และภาควิชาการด้านอาเซียน

วัตถุประสงค์การจัด ASEAN Day Celebration Series

- เพื่อร่วมเฉลิมฉลองวันก่อตั้งอาเซียน
- เพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของอาเซียน
- เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ของภูมิภาค
- เพื่อเสริมสร้างและแสดงพลังความเป็นหนึ่งเดียวกันของประชาชนในภูมิภาค

ประกอบด้วย

กิจกรรมนิทรรศการอาเซียน (ASEAN Week Exhibition) วันที่ 1 - 7 สิงหาคม 2563 ณ สามย่านมิตรทาวน์ มีกลุ่มเป้าหมาย บุคคลทั่วไปที่สนใจเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับอาเซียน

ประกวดสุนทรพจน์เยาวชนอาเซียน (ASEAN Youth Speech Contest) วันที่ 7 สิงหาคม 2563 ณ สามย่านมิตรทาวน์ มีกลุ่มเป้าหมายคือ นักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย อายุระหว่าง 18 - 25 ปี มีสัญชาติใน 10 ประเทศอาเซียน มุ่งเน้นสร้างเครือข่ายเยาวชนที่รับรู้เรื่องความสำคัญของภูมิภาคอาเซียนให้มีเพิ่มขึ้น โดยการประกวดนี้ได้รับความสนใจและมีนักเรียนและนักศึกษาที่เข้าร่วมสมัครกิจกรรมการประกวดสุนทรพจน์อาเซียน จำนวน 93 คน

มีกลุ่มเป้าหมายคือ นักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย

อายุระหว่าง **18-25 ปี**

มีสัญชาติใน **10** ประเทศอาเซียน

มีนักเรียนและนักศึกษาที่เข้าร่วมสมัครกิจกรรมการประกวดสุนทรพจน์อาเซียน **93 คน**

พิธีเฉลิมฉลองวันก่อตั้งอาเซียน (ASEAN Day Celebration)
วันที่ 8 สิงหาคม 2563 ณ C asean CW Tower
มีกลุ่มเป้าหมายคือ ผู้แทนจากกระทรวงต่างประเทศ ผู้แทนจากสถานเอกอัครราชทูตประเทศอาเซียนประจำประเทศไทย ภาคเอกชนจากเครือข่ายธุรกิจห่วงโซ่อุปทานแห่งประเทศไทย หรือ Thailand Supply Chain Network (TSCN) องค์กรที่มีธุรกิจเกี่ยวข้องในประเทศอาเซียน และภาควิชาการด้านอาเซียนศึกษา ในงานนี้มีผู้เข้าร่วมงาน จำนวนทั้งสิ้น 101 คน จากเครือข่ายภาครัฐ เอกชน และ 14 สถานทูตประจำประเทศไทย







ผลิต Music Video เพลง The ASEAN Way และ ASEAN as One ในพิธีฉลองวันชาติอาเซียน ครั้งที่ 53 (8 สิงหาคม 2563)
เพื่อสร้างความร่วมมือและแสดงให้เห็นถึงความเป็นหนึ่งเดียวกันของประชาชนในภูมิภาคอาเซียนในระหว่างช่วงเวลาที่เกิดวิกฤตโรคระบาด และส่งมอบกำลังใจให้กับประชาคมโลก

สำนักงานเลขาธิการอาเซียนได้เชิญวงดนตรี ซี อาเซียน คอนโซแนนท์ (C asean Consonant) บรรเลงดนตรี 2 บทเพลงในรูปแบบของมิวสิควิดีโอ เพื่อเป็นการร่วมเฉลิมฉลองวันอาเซียน ครั้งที่ 53 (53rd ASEAN Day Celebration) โดยในปีนี้ งานพิธีได้จัดในรูปแบบ Virtual Online Celebration เป็นครั้งแรกเนื่องจากวิกฤตการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 โดยมีผู้เข้าร่วม ได้แก่ รัฐมนตรีกระทรวงต่างประเทศในอาเซียน เอกอัครราชทูตประจำประเทศในภูมิภาคอาเซียน สื่อ และบุคคลทั่วไป

เพลงที่ได้รับเชิญให้บรรเลงในรูปแบบมิวสิควิดีโอ ได้แก่
1) The ASEAN Way ซึ่งเป็นเพลงชาติของภูมิภาค และ
2) ASEAN as One ซึ่งเป็นเพลงที่แต่งขึ้นมาใหม่ โดย ซี อาเซียน คอนโซแนนท์ (C asean Consonant) ซึ่งมีเนื้อหาให้กำลังใจและสนับสนุนความเป็นหนึ่งเดียวกันให้ประชาชนอาเซียน โดยได้มีการนำมิวสิควิดีโอทั้ง 2 เพลงเผยแพร่ในสื่อเฟซบุ๊กและในโซเชียลมีเดียอื่น ๆ เพื่อให้เข้าถึงชาวอาเซียนอย่างทั่วถึง







ยอดการเข้าถึง Music Video (MV) ทั้ง 2 เพลง

ยอด Reach จำนวน	ยอด Engagement จำนวน	ยอดผู้เข้าชม จำนวน
36,072 คน	**3,742 คน**	**19,788 ครั้ง**

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

การพัฒนางานศิลปะในแนวคิดการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

งานบางกอก อาร์ต เบียนนาเล่ 2020 หรือ BAB 2020 ไม่ได้เพียงแต่ส่งเสริมให้วงการศิลปะไทยเติบโตขึ้นเท่านั้น แต่ยังทำให้ประเทศไทยสามารถก้าวขึ้นเป็นผู้จัดงานเทศกาลศิลปะระดับแนวหน้า โดยสามารถดึงดูดได้ทั้งสื่อ นักธุรกิจด้านงานศิลป์ นักท่องเที่ยว นักเรียน นักศึกษา ทั้งจากไทยและต่างชาติมาขับเคลื่อนทำให้กิจกรรมทางสังคมเดินหน้า และสร้างเม็ดเงินให้กับธุรกิจในพื้นที่จัดงาน ซึ่งครอบคลุมทั่วย่านสำคัญของกรุงเทพฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 การจัดงาน BAB 2020 ถือเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้กลับมาฟื้นตัวได้โดยเร็วอีกครั้ง

ในงานบางกอก อาร์ต เบียนนาเล่ 2020 หรือ BAB 2020 ยังให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมโดยมีเป้าหมายดังนี้



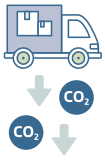
จัดการขยะที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการจัดงาน เช่น จัดที่รับขวดน้ำพลาสติก เพื่อนำไปเข้ากระบวนการ recycle แปรสภาพนำกลับมาใช้ใหม่ **โดยตั้งเป้าที่จะนำขวด PET ที่ใช้แล้วนำมาผลิตเป็นเส้นใย PET ตัวอย่างผ้าห่ม**



จัดโครงการ BAB x UN SDGs ชวนศิลปินมาเรียนรู้กรรมวิธีกำจัดขยะแต่ละชนิดและนำมาสร้างสรรค์เป็นงานศิลปะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม **พร้อมกับสื่อสารให้คนตระหนักรู้เรื่องปัญหาขยะเพื่อร่วมช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อม**



แคมเปญแมงโก้โควิดโดยช่วยเหลือเกษตรกรด้วยการ**อุดหนุนมะม่วงกุดหมากไฟจากอุดรธานีที่ล้นตลาดและกำลังจะเน่าเสีย เป็นจำนวน 12 ตัน** และให้ศิลปิน BAB ช่วยกันสร้างงานศิลป์โดยใช้มะม่วงเป็นโจทย์ ถือเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ปัญหาให้รับรู้ในวงกว้าง จนเกิดเป็น**กระแสช่วยกันอุดหนุนผลไม้ไทยไม่ให้เน่าเสียเป็นขยะโดยเปล่าประโยชน์**



ลดจำนวนการขนส่งชิ้นงานขนาดใหญ่จากต่างประเทศลง

50% จากจำนวน 50 ชิ้น เหลือจำนวน 25 ชิ้น เพื่อช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการขนส่ง

Bangkok Art Biennale

ในงาน Thailand Sustainability Expo : TSX 2020 ส่วนของศิลปวัฒนธรรมได้มีการเชื่อมโยงเครือข่ายศิลปิน และตัวแทนภัณฑารักษ์ BAB 2020 เพื่อถ่ายทอดแนวคิดการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะจากเศษวัสดุ ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม มาร่วมในกิจกรรมด้วย

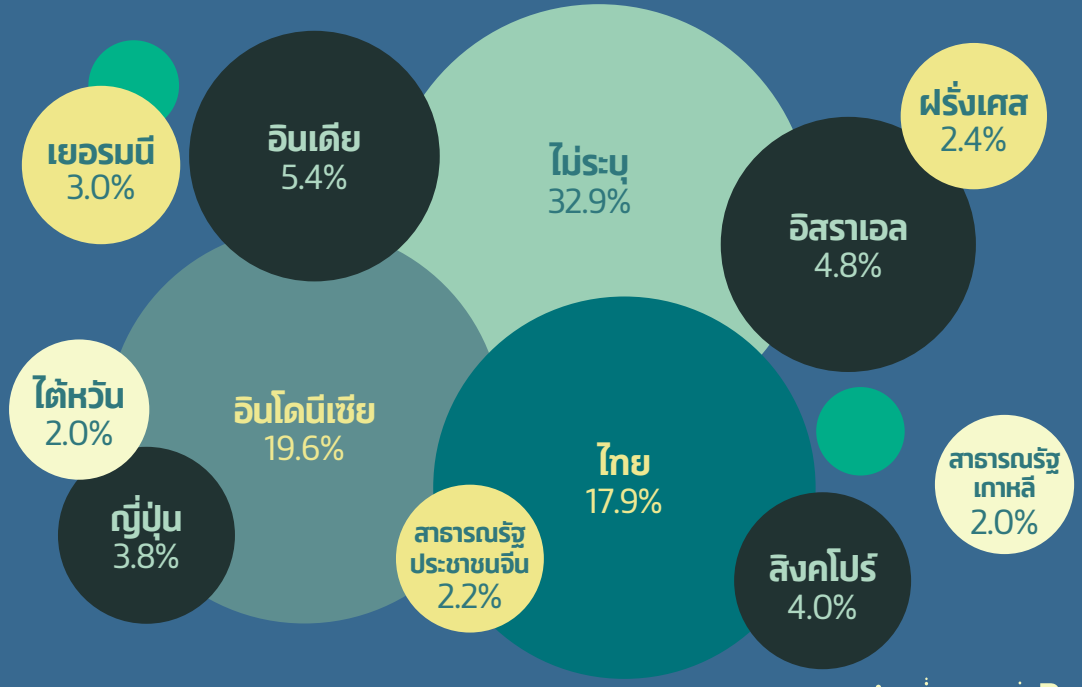




ศิลปินที่เข้าร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่มาจาก อินโดนีเซีย ไทย อินเดีย อิสราเอล และสิงคโปร์

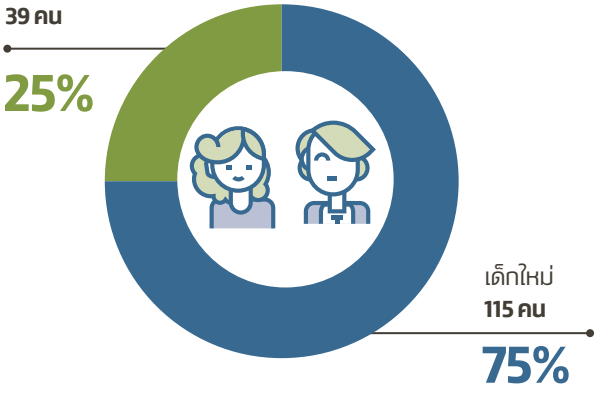
มอริเชียส	1	ไทย	90	สโลวีเนีย	2
แทนซาเนีย	1	เวียดนาม	3	สเปน	2
โมร็อกโก	2	ออสเตรเลีย	14	สวิตเซอร์แลนด์	2
อียิปต์	5	นิวซีแลนด์	1	สหราชอาณาจักร	7
แอฟริกาใต้	3	ออสเตรีย	4	ยูเครน	1
ไนจีเรีย	2	เบลเยียม	2	อัฟกานิสถาน	1
เซเนกัล	1	บัลแกเรีย	1	ไซปรัส	1
บังกลาเทศ	8	โครเอเชีย	2	อิหร่าน	2
สาธารณรัฐประชาชนจีน	11	เดนมาร์ก	1	อิสราเอล	24
ฮ่องกง	4	เอสโตเนีย	1	เคอร์ดิสถาน	1
อินเดีย	27	ฝรั่งเศส	12	ตุรกี	5
อินโดนีเซีย	99	เยอรมนี	15	แคนาดา	4
ญี่ปุ่น	19	กรีซ	6	สหรัฐอเมริกา	11
สาธารณรัฐเกาหลี	10	อิตาลี	3	อาร์เจนตินา	2
มาเลเซีย	8	มาเซโดเนีย	1	บราซิล	2
มองโกเลีย	4	มอนเตเนโกร	1	ชิลี	2
เมียนมา	1	เนเธอร์แลนด์	1	โคลอมเบีย	3
เนปาล	2	นอร์เวย์	1	เม็กซิโก	4
ปากีสถาน	3	โปแลนด์	2	เปรู	1
ฟิลิปปินส์	4	โปรตุเกส	2	เวเนซุเอลา	1
สิงคโปร์	20	โรมาเนีย	2	กัวเตมาลา	1
ศรีลังกา	1	รัสเซีย	5	ไม่ระบุ	8
ไต้หวัน	10	เซอร์เบีย	1		

สัดส่วนของศิลปินที่เข้าร่วมกิจกรรม



กลุ่มผู้เข้าร่วมลงทะเบียน DekBAB

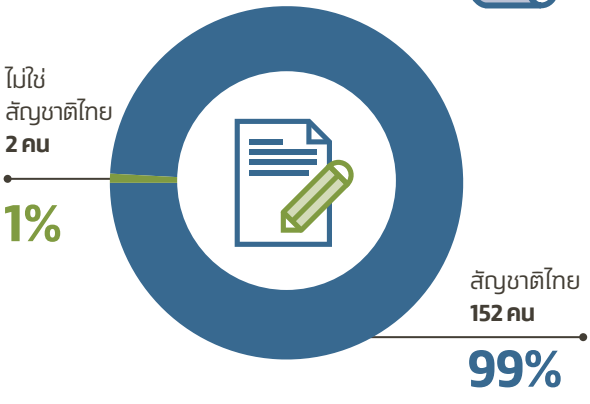




รวม 154 คน

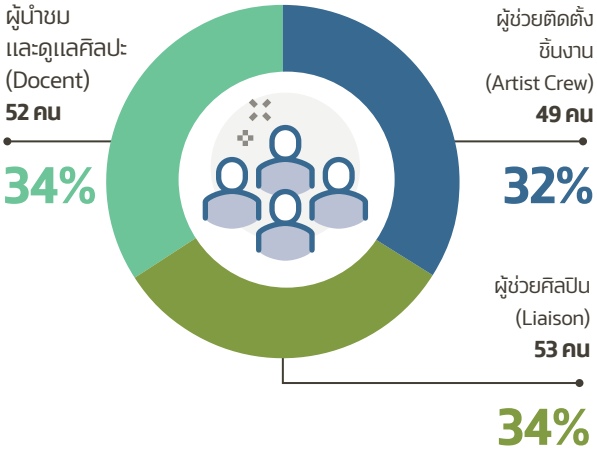
รูปแบบใบสมัคร





รวม 154 คน

ตำแหน่ง



รวม 154 คน

เส้นทางแสดงผลงาน



อาชีพ



รวม 154 คน

สรุปจำนวนรวมนักศึกษา (ที่ระบุมหาวิทยาลัย 431 คน)



มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยศิลปากร	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	อื่น ๆ
รวมทั้งสิ้น	21	21	12	6	5	25
	(23%)	(23%)	(13%)	(7%)	(6%)	(28%)

แบ่งปันคุณค่า



พระพรหมบัณฑิต
เจ้าอาวาสวัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร
ความสำคัญของการทำกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม (ศาสนา) ร่วมกับชุมชน เพื่อการพัฒนาสู่ความยั่งยืน

การจัดงานสมโภชพระอาราม วัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร คือแบบอย่างที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน แบบ 3 ประสาน หรือที่เรียกว่า บวร ได้แก่ บ้าน ที่มีความหมายรวมถึง ชุมชน มูลนิธิสิริวัฒนภักดี หรือองค์กรต่าง ๆ วัด ที่ไม่ได้หมายถึงเพียงแค่วัดของชาวพุทธเท่านั้น แต่ยังหมายถึงศาสนสถานของศาสนาคริสต์ อิสลาม และรัฐ หมายถึงโรงเรียนและราชการ ทั้งสามส่วนนี้สะท้อนถึงความร่วมมือร่วมใจกันที่จะสร้างสรรค์และพัฒนาชุมชนอย่างไม่หยุดนิ่ง ล่าสุดที่มีการลงนามความร่วมมือ (MOU) ในโครงการ ร่วมใจพัฒนาชุมชนย่านกะดีจีน ระหว่างวัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร มูลนิธิสถาบันพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย บริษัท ประชารัฐรักสามัคคีเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด สถาบันนวัตกรรมชุมชนอัจฉริยะ ซี อาเซียน (C asean) และมูลนิธิบางกอก อาร์ต เมียนนาเล่ เพื่อการพัฒนาชุมชนในเชิงวิสาหกิจอย่างเป็นรูปธรรม ให้เป็นชุมชนตัวอย่างในด้านการบริหารจัดการชุมชนอัจฉริยะ พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผ่านกระบวนการทางศิลปะและวัฒนธรรมและเป็นชุมชนที่มีความยั่งยืน เป็นการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนที่เกิดจากความร่วมมือ บวร อันเป็นโมเดลต้นแบบการพัฒนาชุมชนเมือง ซึ่งวัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร เปรียบเสมือนศูนย์รวมทางวัฒนธรรมของชาวไทยย่านกะดีจีน ฝั่งธนบุรี ที่ขึ้นชื่อว่าเป็นชุมชน 3 ศาสนา 4 ความเชื่อ ได้แก่ พุทธเถรวาท พุทธมหายาน คริสต์ และอิสลาม แต่อยู่ร่วมกันได้อย่างดี ตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรี จึงถือเป็นย่านประวัติศาสตร์เก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

เมื่อเดือนกรกฎาคม 2561 มีโอกาสได้ร่วมเปิดงานนิทรรศการภาพถ่ายฟิล์มกระจก ฉลองมรดกความทรงจำแห่งโลก ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอศิลป ถนนเจ้าฟ้า กรุงเทพมหานคร ส่วนตัวมีความสนใจและชื่นชอบการถ่ายภาพกล้องฟิล์ม เพราะสามารถสร้างอารมณ์ มีความลึกซึ้ง การถ่ายภาพเป็นงานศิลปะอยู่ที่มุมมอง ซึ่งมุมมองแต่ละคนไม่เหมือนกัน เราสามารถควบคุมทุกอย่างได้ด้วยตัวเองเมื่อเวลาถ่ายภาพ ภาพถ่ายฟิล์มกระจกเป็นภาพที่คมชัด เห็นอารมณ์ของยุคนั้น ที่ดูยิ่งใหญ่ ถือเป็นมรดกของชาติ นิทรรศการชุดนี้ มีความพิเศษ เราคัดเลือกตามลำดับภาพ เน้นเลือกหมวดหมู่ของภาพถ่ายที่แสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของสยามครั้งอดีตในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะเมื่อวัฒนธรรมตะวันตก เริ่มเข้ามาผสมผสานในวิถีชีวิตของชาวสยาม ส่วนใหญ่จะเป็นภาพเกี่ยวกับการเดินหน้าของประเทศไทย เราสามารถที่จะดึงเรื่องออกมาและเชื่อมโยงให้คนเข้าถึง สามารถเล่าเรื่องราวให้รู้สึกผูกพันกับภาพเหล่านี้ ซึ่งเป็นวัฒนธรรมมรดกของไทยที่สำคัญ และมีชีวิตมีเรื่องราวมากมาย ที่ทุกภาพมีเรื่องราวซ้อนอยู่ที่สำคัญสนุก และความชัดของภาพถ่ายฟิล์มกระจก และคุณภาพของรูป ถือว่าเป็นมรดกของชาติที่ควรค่ารักษาสืบต่อไป



ท่านผู้หญิงสิริกิติยา เจนเซน
นักอักษรศาสตร์ปฏิบัติการ กรมศิลปากร
ภัณฑารักษ์ (Curator)
งานนิทรรศการภาพถ่ายฟิล์มกระจก : เรื่องราวเหนือกาลเวลา

แบ่งปันคุณค่า

งานเทศกาลศิลปะร่วมสมัยนานาชาติ บางกอกอาร์ต เบียนนาเล่ (BAB 2020) มีแนวคิดหลักที่ได้ประกาศในเดือนพฤศจิกายน 2562 คือ “ศิลป์สร้าง ทางสุข” (Escape Routes) เมื่อต้องเผชิญหน้ากับสถานการณ์ของโลกที่กำลังตกอยู่ในห้วงภาวะวิกฤต เทศกาลจึงได้เชิญศิลปินให้มาร่วมกันสะท้อนมุมมองและค้นหาทางออกจากวิกฤตการณ์เหล่านี้ ทั้งนี้การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้แนวคิดหลัก “ศิลป์สร้าง ทางสุข” กลายเป็นเรื่องที่ท้าทายยิ่งขึ้นสำหรับทั้งศิลปินและผู้จัดงาน เนื่องจากในปีนี้มีงานเทศกาลศิลปะจำนวนมาก ภายหลังจากการล็อกดาวน์ การตัดสินใจที่จะดำเนินงาน BAB 2020 ต่อไปตามกำหนดนับเป็นเรื่องยากและมีความเสี่ยงเมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่ล่อแหลมของโรคโควิด-19 เราจึงถามศิลปินหลายคนว่าพวกเขายังต้องการร่วมแสดงในเทศกาลหรือไม่ ซึ่งได้รับคำตอบในเชิงบวก นี่จึงเป็นเหตุผลหลักอันหนึ่งที่เราต้องการดำเนินงานเทศกาลต่อไป เราเชื่อว่าศิลปินมองโลกแตกต่างออกไป และผลงานของพวกเขาสามารถหยิบยื่นความเห็นอกเห็นใจ ความเข้าใจและใส่ใจที่จำเป็นอย่างมากในห้วงเวลาขณะนี้ เราหวังว่า BAB 2020 จะรอดพ้นจากการจู่โจมของความท้าทายต่าง ๆ สิ่งที่ทำให้เรายังคงก้าวต่อไปได้คือจิตวิญญาณและความกระตือรือร้นของศิลปินทั้งหมด 82 คนที่มุ่งมั่นทำให้ BAB 2020 เกิดขึ้นได้ อีกทั้งทีมภัณฑารักษ์ ตลอดจนทีมงานบริหารจัดการของ BAB ที่ทำงานอย่างยอดเยี่ยม หากปราศจากความยืดหยุ่นฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว และความมุ่งมั่นของทีมงาน BAB 2020 ก็คงจะเกิดขึ้นไม่ได้



ศาสตราจารย์ ดร.อภินันท์ โปษยานนท์
ประธานอำนวยการและผู้อำนวยการศิลป์
บางกอก อาร์ต เบียนนาเล่
BAB 2020: ESCAPE ROUTE
“ศิลป์สร้าง ทางสุข” ยุค “New Normal”



อนันต์ ชูโชติ
ประธานคณะกรรมการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กับมุมมองการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมกับการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

มรดกทางศิลปวัฒนธรรมของชาติ คือคุณค่าและความสำคัญเฉกเช่นเดียวกับมรดกทางธรรมชาติ เพราะเป็นเอกลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของกลุ่มสังคมของแต่ละประเทศ เป็นหลักฐานสำคัญที่แสดงถึงประวัติศาสตร์ และความเจริญรุ่งเรืองของชาติตั้งแต่อดีตจวบจนถึงปัจจุบัน เป็นเกียรติภูมิที่แสดงถึงความเป็นชาติมาอย่างยาวนาน ยังเป็นทรัพยากรสำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมหาศาลในแต่ละปี

การพัฒนาประเทศให้เท่าทันกับกระแสโลกและให้ยั่งยืนนั้น จำเป็นที่จะต้องพัฒนาภายใต้กรอบแนวคิดที่สมดุลทั้งในด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี และโครงสร้างพื้นฐานด้านต่าง ๆ กับการอนุรักษ์และปกป้องมรดกศิลปวัฒนธรรมของชาติในทุก ๆ ด้าน ให้คงความเป็นของแท้ และเอกลักษณ์ดั้งเดิมไว้ ซึ่งการพัฒนาบนฐานแนวคิดเช่นนี้ย่อมจะเป็นการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืนและมั่นคงในการเดินหน้าสู่อนาคต เพราะหากการพัฒนาโดยตัดขาดการคำนึงถึงมรดกศิลปวัฒนธรรมของชาติแล้ว เท่ากับการตัดขาดจิตวิญญาณของคนในชาติด้วย ประเทศอาจเจริญในด้านวัตถุ เศรษฐกิจและเทคโนโลยีเป็นหลัก แต่เอกลักษณ์ของความเป็นชาติความเป็นประเทศที่มีความเป็นมาอย่างยาวนาน จะขาดหายและไม่มีความหมาย เกียรติภูมิของชาติในเวทีโลกอาจจะถดถอยแม้จะมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและทางการทหารก็ตาม

แบ่งปันคุณค่า

ในโลกปัจจุบันความร่วมมือระหว่างองค์กรเป็นความสำคัญอันดับต้นเพื่อผลักดันความสำเร็จให้กับองค์กร และประเทศ จึงทำให้หลายองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ เข้ามาร่วมกันสร้างสิ่งใหม่ ๆ ให้กับประเทศ

ที่ผ่านมาไทยเบฟเป็นองค์กรที่ให้การสนับสนุน และให้ความร่วมมือ เพื่อสร้างคนรุ่นใหม่และวงดนตรีระดับชาติเพื่อเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ การให้ทุนการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความสามารถ แต่ขาดโอกาสเป็นการสร้างความเท่าเทียมในสังคม และเป็นการมอบโอกาสในการเปลี่ยนชีวิตของเด็กเหล่านั้น

อีกด้านคือการส่งเสริมการพัฒนาวงออร์เคสตราอาชีพ ซึ่งมิใช่การสร้างวงดนตรี แต่เป็นการสร้างการเรียนรู้เชิงปฏิบัติจากผู้เชี่ยวชาญทำให้ประเทศมีโอกาสในการแข่งขันในระดับนานาชาติ สร้างภาพลักษณ์ หรือ Branding ให้กับประเทศไทยด้วย

การมีวงออร์เคสตราอาชีพที่มีความสามารถเป็นการแสดงถึงความเจริญของประเทศ สร้างภาพลักษณ์ที่ดูเท่าเทียมให้กับประเทศ เพราะในหลายภาคส่วนการเข้ามาของ AI ได้ส่งผลกระทบในการดำเนินธุรกิจอย่างยิ่ง งานสร้างสรรค์ยังคงเป็นงานที่อาจจะได้รับผลกระทบน้อยกว่าด้านอื่น ๆ เพราะต้องการความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์เพื่อเข้าไปตอบรับกับการเปลี่ยนแปลงของมนุษย์อย่างต่อเนื่อง การสนับสนุนและร่วมมือระหว่างองค์กรจะสามารถพัฒนาบุคคล มีระบบในการต่อยอดความสำเร็จและมีโอกาสในการแข่งขันมากขึ้น อันจะช่วยสร้าง GDP ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้โตขึ้น ให้กับประเทศในอนาคตอันใกล้



ดร.ณรงค์ ปรางเจริญ
คณบดีวิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล
กับมุมมองเรื่องความสำคัญของภาคเอกชน
ในการสนับสนุนการศึกษาดนตรี



นิติกร กรัยวิเชียร
ผู้อำนวยการโครงการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม
บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)
นโยบายการดำเนินและวางแผนงาน
ศิลปวัฒนธรรมของ "ไทยเบฟ"

ไทยเบฟให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งกับงานด้านการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ด้วยเล็งเห็นว่า ศิลปวัฒนธรรมเป็นรากฐานอันแข็งแกร่งที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทยอย่างเด่นชัด ที่ได้สืบทอดต่อมาจากบรรพกาลมาถึงปัจจุบันกาล ทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่โดดเด่น เป็นที่รู้จักและชื่นชมของชาวโลกว่าเป็นประเทศที่มีความงดงามทั้งรูปธรรมและนามธรรม ดังนั้นไทยเบฟ ในฐานะภาคเอกชนที่ได้ประกอบกิจการจนมั่นคง จึงถือเป็นพันธกิจหนึ่งในหลายด้านที่เรามีความมุ่งมั่นอย่างเต็มกำลังเพื่อเป็นการตอบแทนพระคุณของแผ่นดิน

แนวทางในการทำงานด้านการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมของบริษัทฯ แบ่งเป็นแนวทางหลักสามประการอันได้แก่

- **สืบสาน** ได้แก่การสนับสนุนให้ค้นคว้า ศึกษาภูมิปัญญาด้านศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีอันดีจากผู้รู้ที่ได้รับการถ่ายทอดมาเพื่อส่งต่อให้กับคนรุ่นต่อไป เช่นการสนับสนุนการสอนและแข่งขันดนตรีไทยของมูลนิธิหลวงประดิษฐไพเราะ รวมถึงการสนับสนุนสถานศึกษาต่าง ๆ เช่น มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยมหิดล และสถาบันดนตรีกัลยาณิวัฒนา เป็นต้น เพื่อสร้างบุคลากรให้เกิดความรู้ความชำนาญในด้านต่าง ๆ ต่อไป

- **รักษา** คือการให้ความสำคัญกับงานศิลปวัฒนธรรมเก่าแก่ที่ดีงามอันเป็นมรดกของชาติให้คงอยู่ โดยเน้นทั้งด้านการให้ความร่วมมือและสนับสนุนภาครัฐที่รับผิดชอบงานด้านนี้ เช่น กระทรวงวัฒนธรรม กรมศิลปากร วัดวาอารามต่าง ๆ โดยนำศักยภาพที่เรามี ไปช่วยเสริมให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การบูรณปฏิสังขรณ์โบราณสถาน และจิตรกรรมฝาผนัง เป็นต้น ไม่ให้เสื่อมสลายไปกับกาลเวลา งานอนุรักษ์ฟิล์มกระจก อันเป็นมรดกความทรงจำแห่งโลก โดยให้ความร่วมมือกับหอจดหมายเหตุแห่งชาติ กรมศิลปากร

- **ต่อยอด** ได้แก่การสนับสนุนส่งเสริมองค์กรต่าง ๆ อันได้แก่ สถาบันการศึกษา สมาคม มูลนิธิ ชุมชน และหน่วยงานทางด้านศิลปวัฒนธรรมสาขาต่าง ๆ ทั้งด้านทัศนศิลป์ วรรณศิลป์ ศิลปะการแสดง และศิลปะพื้นบ้านที่มีความตั้งใจที่จะทำงานเพื่อสังคม ได้มีกำลังเสริมทั้งด้านกำลังทรัพย์และกำลังปัญญา เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามความตั้งใจอันดีงามนั้น ยิ่งไปกว่านั้น เรายังมีความเชื่อว่ายังมีศิลปิน และช่างหลากหลายแขนง ที่มีความสามารถโดดเด่น แต่ยังขาดโอกาส หรือขาดแนวทางที่แปลกใหม่ ได้มีโอกาสพัฒนาตนเอง และมีช่องทางหรือเวทีที่จะแสดงฝีมือให้เป็นที่ประจักษ์ และสามารถผันเปลี่ยนความสามารถของเขาเหล่านั้นเป็นอาชีพที่สามารถหล่อเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้อย่างสมศักดิ์ศรีโดยเน้นเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวทางหลักในการดำเนินงาน

ทั้งนี้ยังมีโครงการต่าง ๆ อีกหลายส่วนที่ไทยเบฟได้ริเริ่มจัดขึ้นเอง อาทิ การจัดงานสงกรานต์ (Water Festival) และลอยกระทง (River Festival) โดยจัดในรูปแบบใหม่ที่ทันสมัย ตอบโจทย์คนทุกวัย การจัดประกวดงานศิลปกรรมช้างเผือก เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมศิลปินที่รักการทำงานศิลปะแบบเหมือนจริงให้มีเวทีแสดงผลงานโดยมีรางวัลเป็นกำลังใจสูงที่สุดเมื่อเทียบกับเวทีการประกวดอื่น ๆ และการจัดงาน Bangkok Art Biennale (BAB) อันเป็นงานเทศกาลศิลปะนานาชาติ โดยเน้นการเชิญศิลปินที่มีชื่อเสียงระดับโลกให้มาร่วมแสดงงานกับศิลปินไทยที่มีชื่อเสียงอยู่แล้ว และศิลปินคลื่นลูกใหม่ของไทยให้มีโอกาสแสดงศักยภาพอันจะเป็นบันไดทอดสู่ความสำเร็จในระดับนานาชาติต่อไปในอนาคตเป็นต้น

ทิศทางการดำเนินงาน

ไทยเบฟยังคงเดินหน้าสนับสนุนและส่งเสริมการสร้างสรรค์และแบ่งปันงานด้านศิลปวัฒนธรรมตามปณิธานที่จะนำความภาคภูมิใจในความเป็นไทยสู่การสร้างสรรค์กิจกรรมพัฒนาสังคมอย่างมั่นคงและยั่งยืน เพื่อส่งต่องานที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทยไปสู่คนรุ่นใหม่ โดยสร้างสรรค์กิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรมให้เชื่อมโยงกับทุกภาคส่วนในสังคมและเชื่อมโยงสู่ทุกบริบทของการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมด้านต่าง ๆ ของไทยเบฟอย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้กลยุทธ์ 3 ประการคือ สืบสาน (stable growth) รักษา (sustainability) และต่อยอด (creating value) เพื่อขับเคลื่อนการทำงานทั้งในระดับชาติและนานาชาติของกลุ่มงานต่าง ๆ เช่น ทัศนศิลป์ ดนตรี ศิลปะการแสดง วรรณศิลป์ ประเพณีวัฒนธรรม และศาสนา

ทั้งหมดนี้ คือเป้าหมายของโครงการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมของไทยเบฟ เพื่อสร้างประโยชน์ให้สังคมโดยรวม เกิดความเข้มแข็ง มีความสุข และเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

กลยุทธ์ 3 ประการ



สืบสาน
(stable growth)



รักษา
(sustainability)



ต่อยอด
(creating value)

เพื่อขับเคลื่อนการทำงานทั้งในระดับชาติและนานาชาติของกลุ่มงานต่าง ๆ
เช่น ทัศนศิลป์ ดนตรี ศิลปะการแสดง วรรณศิลป์ ประเพณีวัฒนธรรม และศาสนา

การพัฒนาชุมชน

จากการเผชิญกับภาวะภัยแล้งตั้งแต่ปลายปี 2562 จนมาถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ส่งผลให้ราคาผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำปรับลดลงอย่างเห็นได้ชัดเนื่องจากความต้องการสินค้าเกษตรในตลาดโลกลดลง ขณะเดียวกันชาวสวนผลไม้ในประเทศต้องประสบปัญหาผลผลิตล้นตลาดและยังส่งผลกระทบโดยตรงต่อยอดการส่งออกอีกด้วยเนื่องจากการประกาศล็อกดาวน์ทำให้ไม่สามารถส่งออกผลผลิตได้ตามปกติ เกษตรกรได้รับผลกระทบอย่างไม่ทันตั้งตัว ในภาวะเช่นนี้ ไทยเบฟได้ให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนอย่างเต็มที่ โดยโครงการพัฒนาชุมชนได้มีส่วนเข้าไปดำเนินโครงการในหลายด้านด้วยมีเป้าหมายหลัก คือ พัฒนาเศรษฐกิจชุมชนโดยให้ความรู้และฝึกฝนอาชีพแก่เกษตรกร ตลอดจนเพิ่มพื้นที่ป่าและแหล่งน้ำ ทำให้เกษตรกรมีทางเลือกการพึ่งพาตนเองได้หลากหลาย ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ และเป็นต้นแบบให้พื้นที่อื่นต่อไป



โครงการไทยเบฟ...รวมใจต้านภัยหนาว

ไทยเบฟจัดทำโครงการ "ไทยเบฟ...รวมใจต้านภัยหนาว" มายาวนาน 21 ปี เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยหนาวในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยได้รับความร่วมมือจากกระทรวงมหาดไทย กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย และผู้ว่าราชการจังหวัด รวมถึงหน่วยงานพันธมิตรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เข้ามาร่วมส่งต่อความอบอุ่นกับโครงการนี้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทุกปีไทยเบฟจะนำผ้าห่มผืนเขียวจำนวน 200,000 ผืน ไปมอบให้ผู้ประสบภัยหนาวในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และจนถึงปัจจุบันนี้ได้ส่งมอบผ้าห่มไปแล้วถึง 4.2 ล้านผืน ครอบคลุมพื้นที่ 45 จังหวัดในประเทศไทย โดยการพิจารณาคัดเลือกพื้นที่ผู้ประสบภัยหนาวในแต่ละปี จะไม่แจกในพื้นที่เดิมซ้ำติดกัน ซึ่งผู้ได้รับผ้าห่มจากโครงการไทยเบฟ...รวมใจต้านภัยหนาวมากกว่าร้อยละ 80 สามารถเข้าถึงเครื่องกันหนาว รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ชีวิตและสุขภาพดีขึ้น

เนื่องจากไทยเบฟให้ความสำคัญในเรื่องสิ่งแวดล้อมตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน ในปีนี้จึงได้นำผ้าห่มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco Friendly Blanket) ซึ่งเป็นผ้าห่มที่ผลิตจากการรีไซเคิลขวดพลาสติกใช้แล้ว โดยผ้าห่ม 200,000 ผืน ทำให้ลดขยะขวดน้ำพลาสติก PET 7.6 ล้านขวด (1 ผืน: 38 ขวด)

ผ้าห่มที่ผลิตจากการรีไซเคิลขวดพลาสติกใช้แล้ว



นอกจากกิจกรรมลงพื้นที่เพื่อส่งมอบผ้าห่มแล้ว ไทยเบฟยังให้ความช่วยเหลือในด้านอื่น ๆ ดังนี้

- **ด้านการศึกษา** ไทยเบฟจัดกิจกรรม "ให้น้องจากใจไทยเบฟ" โดยมอบทุนการศึกษาให้กับทุกโรงเรียนในพื้นที่ พร้อมทั้งมอบสื่อการเรียนการสอนและอุปกรณ์กีฬาที่ทางโรงเรียนมีความต้องการ
- **ด้านสาธารณสุข** โดยได้รับความร่วมมือจากมูลนิธิโรงพยาบาลสวนดอก และโรงพยาบาลรวมแพทย์ยโสธร อาสาเข้ามาทำหน้าที่หน่วยแพทย์เคลื่อนที่ ด้วยการตรวจดูแลสุขภาพแบบครบวงจร ทั้งบุคลากรและอุปกรณ์ทางการแพทย์
- **จัดโครงการ 1 ปัน 1 อุ่น** โดยเปิดโอกาสให้ภาคส่วนอื่น ๆ เช่น พนักงานจิตอาสาและพันธมิตร เข้ามามีส่วนร่วมสมทบทุนบริจาคผ้าห่ม 1 ผืน เพื่อปันไปสู่เด็กและเยาวชนที่ขาดแคลน ในพื้นที่นอกเหนือจาก 15 จังหวัดของโครงการไทยเบฟ...รวมใจต้านภัยหนาวในทุกปี พร้อมกับเลี้ยงอาหารกลางวัน และมีกิจกรรมสันทนาการ ไปสร้างรอยยิ้ม เสียงหัวเราะ และความสุขให้กับเด็ก ๆ



แบ่งปันคุณค่า



ฤดูหนาวนี้จะหนาวมากเลย ชาวบ้านต้องผิงไฟ กลางคืนก็จะมีผ้าห่มหลาย ๆ ผืนมารวมกัน แล้วก็จะห่มพอคลายหนาว ที่นี่ชีวิตความเป็นอยู่ดี เงียบสงบมีความสุขดี แต่จะขาดความเจริญ ชาวบ้านมีความร่วมไม้ร่วมมือเวลามีงาน เป็นเรื่องที่ดีมากที่ทางไทยเบฟมาแจกผ้าห่มให้พี่น้อง ไม่รู้ว่าปีนี้จะหนาวมากแค่ไหน รู้สึกดีใจที่ทางลูกบ้านได้รับผ้าห่ม ขอบคุณไทยเบฟแทนพี่น้องทุกหลังคาเรือนที่ได้รับผ้าห่ม

สมบูรณ์ แสงวิโรจน์
ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 10 ตำบลทากาศ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน

อากาศที่นี่หน้าหนาว 16 องศา ส่วนมากพื้นที่นี้ทำการเกษตร ยามหน้าหนาวก็รู้สึกขาดแคลนผ้าห่ม มีแต่บริษัทไทยเบฟที่เอามาให้ ส่วนมากก็จะให้ผู้ยากไร้ก่อน รู้สึกดีใจแทนชาวบ้านที่ได้รับผ้าห่มจากบริษัทไทยเบฟ ทางชาวบ้านผู้ยากไร้ก็จะได้ประโยชน์เอาไว้ห่มตอนเช้าหรือไว้กันแดด ในนามของตัวแทนหรือผู้นำหมู่บ้านอยากให้ทางบริษัทไทยเบฟมาแจกผ้าห่มให้ชาวบ้านผู้ที่ยากไร้ต่อไป



ทองดำ โคตรพงษ์
ผู้ใหญ่บ้านหมู่บ้านสว่างวีระวงศ์ อำเภอสว่างวีระวงศ์ จังหวัดอุบลราชธานี

โครงการพัฒนาน้ำ พัฒนาชีวิต พัฒนาคุณภาพชีวิต ตำบลดงเดือย จังหวัดสุโขทัย

ด้วยความตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ไทยเบฟ จึงร่วมมือกับมูลนิธิอุทกพัฒน์ในพระบรมราชูปถัมภ์ ในการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำและกระบวนการจัดการน้ำชุมชน รวมไปถึงการพัฒนาด้านเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างยั่งยืน ผ่านกระบวนการ 3 ส่วน คือ เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา

จากจุดเริ่มต้นในการดำเนินงานฟื้นฟูพื้นที่อนุรักษ์วังปลาโดยขุดลอกคลองกล่ำระยะทาง 680 เมตร ปริมาณดินที่ขุด 16,000 ลูกบาศก์เมตร เพื่อรักษาระดับน้ำที่เหมาะสมสำหรับเป็นแหล่งอนุรักษ์พันธุ์ปลาในช่วงฤดูแล้ง ตลอดจนสามารถบริหารระดับการกักเก็บน้ำในลำคลองเพื่อประโยชน์ในการอุปโภคและการเกษตร ปัจจุบันมีการขยายกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาหมอแปลงใหญ่สายพันธุ์ปลาหมอชุมพร จำนวน 43 ราย โดยมีปริมาณการผลิต 900 กิโลกรัม/บ่อ สร้างรายได้ 63,000 บาท/บ่อ ในด้านการดำเนินงานเกษตรทฤษฎีใหม่ ได้พัฒนาระบบกระจายน้ำแบบใช้น้ำน้อย ชุมชนบ้านวังศรีไพร ตำบลดงเดือย อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย ปัจจุบันเกิดการขยายงานเรื่องเกษตรทฤษฎีใหม่เพิ่มขึ้นอีก 5 ราย ในพื้นที่ 9 ไร่ ลดรายจ่ายได้ถึง 2,000 บาท ต่อเดือน และสร้างรายได้เพิ่มให้เกษตรกร 10,000 บาท ต่อเดือน เช่นกัน







โครงการรวมพลังพลิกฟื้นคืนธรรมชาติสู่สิ่งแวดล้อมเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา ฯ สยามบรมราชกุมารี เนื่องในโอกาสมหามงคลทรงเจริญพระชนมายุ 5 รอบ





ไทยเบฟสนับสนุนการฟื้นฟูพื้นที่ป่าไม้และความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่อุทยานสิ่งแวดล้อมนานาชาติสิรินธร อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในพื้นที่ จำนวน 17 ไร่ ภายใต้ "โครงการรวมพลังพลิกฟื้นคืนธรรมชาติสู่สิ่งแวดล้อมเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา ฯ สยามบรมราชกุมารี " เนื่องในโอกาสมหามงคลทรงเจริญพระชนมายุ 5 รอบ โดยมอบงบประมาณ 2,978,400 บาท พร้อมนำคณะผู้บริหารและพนักงานจิตอาสาในเครือไทยเบฟร่วมกันฟื้นฟูและปลูกป่า ทั้งป่าบกและป่าชายเลน ตลอดระยะเวลา 6 ปีที่เข้าไปร่วมดูแลพื้นที่ 17 ไร่ ตั้งแต่ปี 2558 - 2563

ในปี 2562 - 2563 ดำเนินการดูแลบำรุงรักษาต้นไม้ที่ปลูกเสริมและต้นไม้เดิมในพื้นที่ทั้งหมด 17 ไร่ โดยใช้ระบบน้ำหยดและใช้รถบรรทุกน้ำฉีดพ่นในพื้นที่ปลูกต้นไม้ที่รถสามารถเข้าถึงได้ พร้อมทั้งใส่ปุ๋ยหมักชีวภาพตามสูตรของสำนักพัฒนาที่ดิน จังหวัดเพชรบุรี ตัดแต่งกิ่งไม้เพื่อการเจริญเติบโตของต้นไม้และตัดหญ้าในแปลงปลูกโดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 แปลง คือ

แปลงไทยเบฟ 1 (12 ไร่)

การตรวจนับอัตราการรอดตายของต้นไม้ที่ปลูกเสริมและต้นไม้เดิม
ปี 2562 มีอัตราการรอดตาย **99.79%** และ ในปี 2563 มีอัตราการรอดตาย
98.39%



แปลงไทยเบฟ 2 (5 ไร่)

การตรวจนับจำนวนและอัตราการรอดตายของต้นไม้ที่ปลูกเสริมและต้นไม้เดิม
มีอัตราการรอดตาย
100%



การศึกษามวลชีวภาพของต้นไม้ ผลการศึกษามวลชีวภาพของกลุ่มไม้ยืนต้นในแปลงสุ่มเก็บตัวอย่าง ดังนี้

- ปี 2562 มีมวลชีวภาพเท่ากับ 5.5118 ตันต่อเฮกตาร์ ประกอบด้วย**มวลชีวภาพเหนือพื้นดินและมวลชีวภาพใต้ดิน (ราก)** มีค่าเท่ากับ **4.6816** และ **0.8302** ตันต่อเฮกตาร์
- ปี 2563 มีมวลชีวภาพเท่ากับ 6.9857 ตันต่อเฮกตาร์ ซึ่งประกอบด้วยมวล**ชีวภาพเหนือพื้นดินและมวลชีวภาพใต้ดิน (ราก)** มีค่าเท่ากับ **5.9455** และ **1.0402** ตันต่อเฮกตาร์



การศึกษามวลชีวภาพของต้นไม้

ผลการศึกษามวลชีวภาพของกลุ่มไม้ยืนต้นในแปลงสุ่มเก็บตัวอย่าง 2 มีมวลชีวภาพเท่ากับ 7.1295 ตันต่อเฮกตาร์ ซึ่งประกอบด้วย

มวลชีวภาพเหนือพื้นดิน มีค่าเท่ากับ **6.0697** ตันต่อเฮกตาร์ และ **มวลชีวภาพใต้ดิน (ราก)** มีค่าเท่ากับ **1.0598** ตันต่อเฮกตาร์



การประเมินการกักเก็บคาร์บอนในมวลชีวภาพต่าง ๆ
พบว่ากลุ่มไม้ยืนต้นในแปลงสุ่มเก็บตัวอย่าง มีปริมาณการสะสมคาร์บอนเท่ากับ **3.2832** ตันต่อเฮกตาร์

CO_2

การประเมินการกักเก็บคาร์บอนในมวลชีวภาพต่าง ๆ
มีปริมาณการสะสมคาร์บอนเท่ากับ **3.3508** ตันต่อเฮกตาร์

การวิเคราะห์ตัวอย่างดินพื้นที่
ผลการวิเคราะห์ดินในแปลงสุ่มตัวอย่าง พบว่าดินมีสภาพความเป็นกรด – ด่าง **อยู่ที่ 7.5pH อยู่ในระดับด่างเล็กน้อย** และมีค่าความเค็มอยู่ที่ **0.09 dS/m อยู่ในระดับไม่เค็ม**



ผลการวิเคราะห์ดินในแปลงสุ่มตัวอย่าง
พบว่าดินมีสภาพความเป็นกรด – ด่าง อยู่ที่ **7.15pH อยู่ในระดับกลาง** และมีค่าความเค็มอยู่ที่ **0.37 dS/m อยู่ในระดับเค็มปานกลาง**



สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2558 – 2563

การฟื้นฟูพื้นที่ป่าไม้ ในพื้นที่แปลงไทยเบฟ 1 (12 ไร่)

1 **การปลูกและการบำรุงดูแลรักษาต้นไม้ที่ปลูกเสริมและต้นไม้เดิม** สามารถปลูกต้นไม้ไปแล้วทั้งหมดจำนวน **6,088 ต้น** รวม **39 ชนิด**

2 **การเจริญเติบโตและอัตราการรอดตายของต้นไม้**

2559	97%
2560	98.01%
2561	98.29%
2562	99.79%

3 การศึกษาปริมาณมวลชีวภาพและการกักเก็บคาร์บอนของต้นไม้ สามารถเริ่มเก็บข้อมูลได้ในปี 2562 **ซึ่งปริมาณมวลชีวภาพของต้นไม้ในปัจจุบันรวมเท่ากับ 6.9857** ตันต่อเฮกตาร์ และ **มีปริมาณการสะสมคาร์บอนรวมเท่ากับ 3.2832** ตันต่อเฮกตาร์

การฟื้นฟูพื้นที่ป่าไม้ ในพื้นที่แปลงไทยเบฟ 2 (5 ไร่)

1 **การปลูกและการบำรุงดูแลรักษาต้นไม้ที่ปลูกเสริมและต้นไม้เดิม** สามารถปลูกต้นไม้เสริมไปแล้วทั้งหมดจำนวน **130 ต้น** รวมชนิดพันธุ์ไม้ **17 ชนิด**

2 **ยังไม่พบว่ามีอัตราการตาย** ของต้นไม้ทั้งที่ปลูกเสริมและต้นไม้เดิม

3 การศึกษาปริมาณมวลชีวภาพและการกักเก็บคาร์บอนของต้นไม้ สามารถเริ่มเก็บข้อมูลในปี 2562 **ซึ่งปริมาณมวลชีวภาพของต้นไม้ในปัจจุบันเท่ากับ 7.1295** ตันต่อเฮกตาร์ **มีปริมาณการสะสมคาร์บอนเท่ากับ 3.3508** ตันต่อเฮกตาร์

โครงการฟื้นฟูผู้ประสบอุบัติภัยดินโคลนถล่ม ชุมชนบ้านห้วยขาบ จังหวัดน่าน

ชุมชนบ้านห้วยขาบ หมู่ที่ 7 ตำบลบ่อเกลือเหนือ ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ดินโคลนถล่มทับบ้านเรือน เมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 ทำให้มีผู้เสียชีวิตและบ้านเรือนที่ได้รับผลกระทบจำนวน 61 หลังคาเรือน 66 ครอบครัว และมีแนวโน้มที่จะเกิดสถานการณ์ดินโคลนถล่มอีก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชาวบ้านจึงมีความคิดเห็นร่วมกันว่าจะดำเนินการย้ายชุมชนไปอยู่ที่ดินแห่งใหม่ โดยไทยเบฟร่วมมือกับกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) และหน่วยงานภาคีในจังหวัดน่าน ได้สนับสนุนงบประมาณในการก่อสร้างบ้านให้กับชาวบ้านที่เดือดร้อน จำนวน 60 หลังคาเรือน ชาวบ้านได้รับประโยชน์ 247 คน นอกจากนี้ไทยเบฟยังลงพื้นที่ให้ความช่วยเหลือด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวบ้าน โดยร่วมจัดทำแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน ด้านส่งเสริมเศรษฐกิจพอเพียง ด้านเศรษฐกิจชุมชน และด้านอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมชาติพันธุ์ลัวะ





กิจกรรมที่ดำเนินงานและผลสำเร็จที่เกิดขึ้น

การสร้างบ้านมั่นคงชนบท ได้ดำเนินการก่อสร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วจำนวน 60 หลังคาเรือน โดยในช่วงระหว่างการก่อสร้างบ้านได้กำหนดเงื่อนไขให้ผู้รับเหมาในพื้นที่ต้องใช้แรงงานในชุมชนในการสร้างบ้าน เพื่อเป็นการพัฒนาทักษะองค์ความรู้ด้านงานก่อสร้าง ชาวบ้านเกิดกระบวนการมีส่วนร่วมในการสร้างบ้าน และชาวบ้านมีรายได้เพิ่มจากการรับจ้าง จำนวน 46 คน รวมรายได้ 1,949,800 บาท (ระยะเวลาก่อสร้างบ้าน 8 เดือน) และอยู่ระหว่างการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค ศาลาอเนกประสงค์ของชุมชน และร้านค้าชุมชนเพื่อเป็นจุดจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ของชุมชนต่อไป

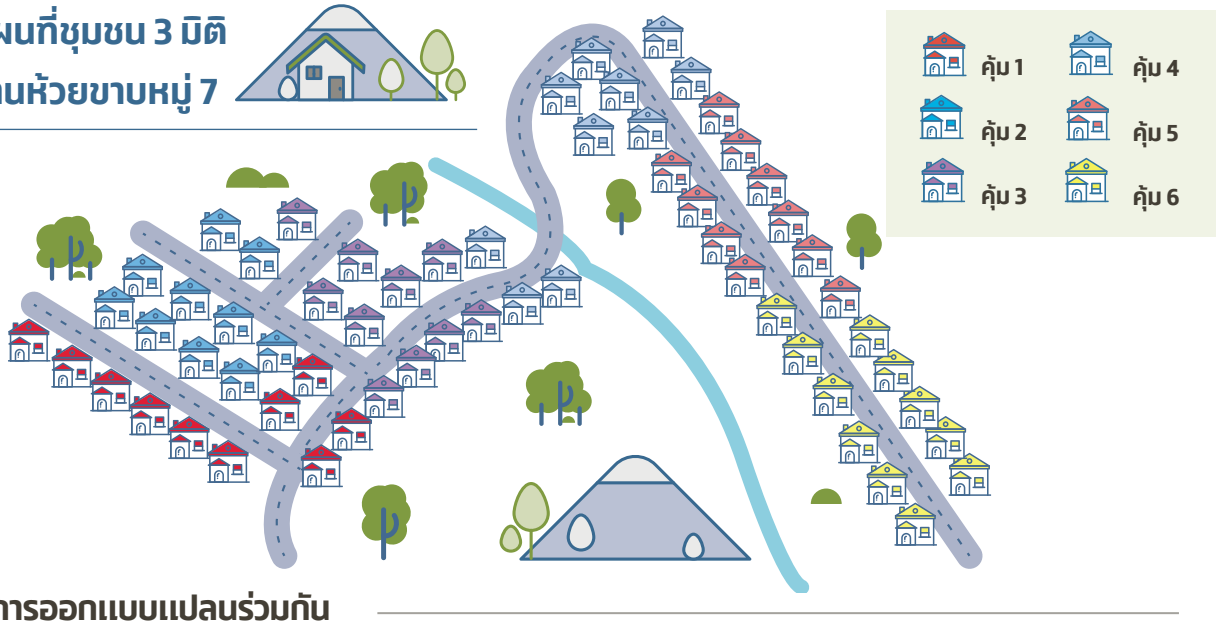


บ้านมั่นคงชนบท ที่สร้างให้ผู้ประสบภัย

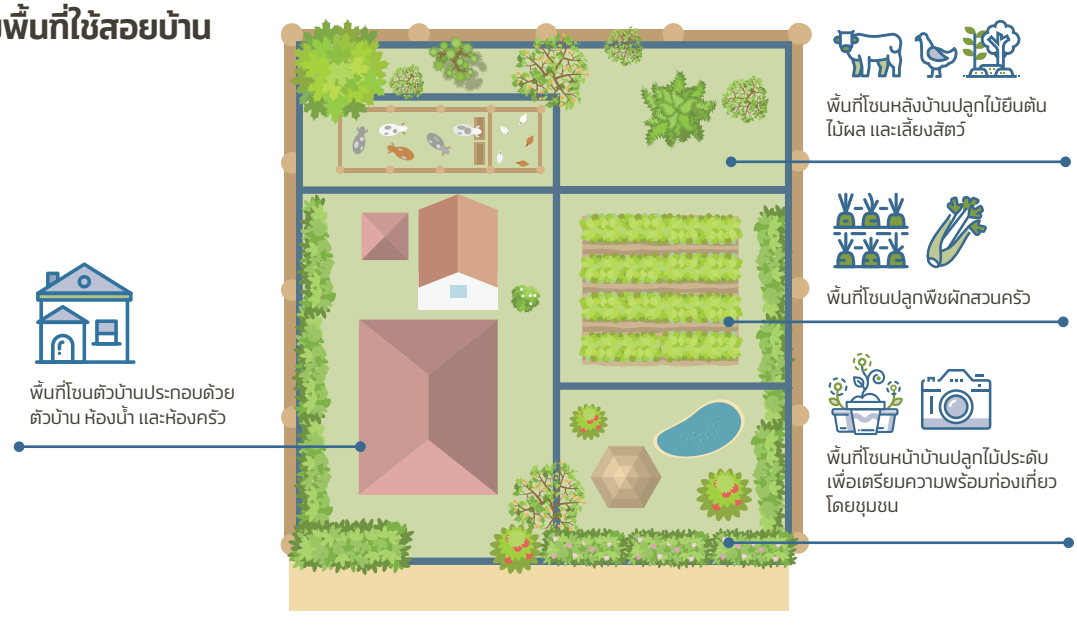
ระบบการอยู่ร่วมกัน คุ้มบ้าน

โดยมีกระบวนการออกแบบบ้าน วางผังชุมชนแบบมีส่วนร่วมดูแล จัดการพื้นที่โซนบ้านร่วมกัน

แผนที่ชุมชน 3 มิติ บ้านห้วยขาบหมู่ 7



มีการออกแบบแปลนร่วมกัน ในการแบ่งพื้นที่ใช้สอยบ้านแต่ละหลัง



โครงการส่งเสริมคนรุ่นใหม่เพื่อสร้างชุมชนดีมีรอยยิ้ม

“ชุมชนดีมีรอยยิ้ม” เป็นโครงการที่ไทยเบฟให้การสนับสนุนและให้คณะทำงานที่ทำงานด้านพัฒนาชุมชน ลงไปทำงานในพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนโครงการ โดยใช้พลังของคนรุ่นใหม่กลับคืนสู่ท้องถิ่น ซึ่งขยายผลจากโครงการสานพลังเพื่อบ้านเกิด เพื่อให้นักพัฒนาธุรกิจชุมชนรุ่นใหม่เป็นแกนนำเชื่อมโยงการทำงานกับภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อนำความสุขและรอยยิ้มกลับคืนสู่บ้านเกิดของตนเอง และสร้างประโยชน์ในพื้นที่อย่างยั่งยืนในทุกมิติ โดยมีแนวคิดสำคัญที่มุ่งเน้นแก้ไขปัญหาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และขยายไปสู่เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเน้นการเชื่อมโยงความร่วมมือในระดับอำเภอ ระดับจังหวัด เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาพื้นที่ทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยมีพื้นฐานจากความต้องการและศักยภาพของแต่ละชุมชนเป็นตัวตั้ง

ตัวอย่างพื้นที่ต้นแบบโครงการ “ชุมชนดีมีรอยยิ้ม”

ชุมชนดีมีรอยยิ้มแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี

โครงการพัฒนาท่องเที่ยวโดยชุมชน
ศูนย์การเรียนรู้ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม (บ้านปลา-ธนาคารปู)

ศูนย์การเรียนรู้ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม (บ้านปลา-ธนาคารปู) ตำบลบางสระเก้า อำเภอแหลมสิงห์ เกิดจากกระบวนการต่อสู้กับการบุกรุกทำลายป่าไม้ชายเลน ซึ่งเป็นแหล่งอนุบาลสัตว์น้ำ และเป็นแหล่งอาหารท้องถิ่นชุมชน จึงรวมตัวกันขึ้นเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรในพื้นที่ และมีแนวคิดที่จะพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้และท่องเที่ยวโดยชุมชน

ชุมชนดีมีรอยยิ้มแหลมสิงห์ ได้เข้ามาสนับสนุนให้ชุมชนจัดตั้งคณะทำงาน ที่มีการบริหารจัดการที่ชัดเจน พร้อมทั้งเชื่อมประสานหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้องเข้ามาร่วมพัฒนา หนุนเสริมศักยภาพให้ชุมชนมีการบูรณาการวิถีชีวิตการทำประมงพื้นบ้าน อาชีพหัตถกรรมทอเสื่อกก และความโดดเด่นของอาหารพื้นถิ่น ให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเรียนรู้วิถีชุมชน ด้านการพัฒนาหัตถกรรมการทอเสื่อกก อาชีพดั้งเดิมของคนในชุมชนบางสระเก้า ให้เกิดผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ ซึ่งตอบสนองความต้องการของตลาด สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเสื่อกกของชุมชนได้







ทั้งนี้ ยังได้มีการจัดตั้งร้านค้าชุมชน “ชุมชนดีมีรอยยิ้มแหลมสิงห์” ภายใต้การบริหารงานของชุมชน เพื่อเป็นศูนย์รวมและจำหน่ายสินค้าแปรรูป พร้อมทั้งพัฒนาที่พักในรูปแบบฟาร์มสเตย์สำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว เพิ่มโอกาสในสร้างรายได้อีกหนึ่งช่องทาง

ผู้ได้รับประโยชน์ 9 กลุ่ม จำนวน 295 ราย

วิสาหกิจชุมชนศูนย์เรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวบ้านปลา ธนาคารปู บางสระเก้า
1 กลุ่ม
50 ราย

กลุ่มเสื่อกกแปรรูปจันทบูร
4 กลุ่ม
190 ราย

กลุ่มผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูป
1 กลุ่ม
10 ราย

กลุ่มเกษตรปลูกผลไม้และผลิตภัณฑ์ผลไม้
3 กลุ่ม
45 ราย

สร้างรายได้ให้ชุมชน
จำนวน 1,238,084 บาท

ชุมชนดีมีรอยยิ้มโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

โครงการพัฒนาฝ้ายอินทรีย์ สายใยคนริมโขง เครือข่ายฝ้าย อำเภอโขงเจียม

บ้านคันท่าเกวียน อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี แหล่งปลูกฝ้ายชั้นดีริมแม่น้ำโขง เพราะมีแร่ธาตุธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ชาวบ้านจะมาปลูกฝ้ายในช่วงที่น้ำลดโดยไม่ใช้สารเคมี จากนั้นจึงเก็บมาปั่นรีดให้เป็นเส้น และทอด้วยมือ ซึ่งภูมิปัญญาดั้งเดิมนี้กำลังจะลบเลือนหายไป เนื่องจากการเข็นฝ้ายด้วยมือค่อนข้างใช้เวลานาน คนในชุมชนจึงหันมาขายส่งดอกฝ้ายให้กับโรงงานแทน

ชุมชนดีมีรอยยิ้มโขงเจียม ได้พัฒนาต่อยอดศักยภาพและภูมิปัญญาของชุมชนในเรื่องการผลิตและทอผ้าฝ้าย ขับเคลื่อนให้เกิดเครือข่ายฝ้าย 6 ชุมชนในอำเภอโขงเจียม โดยจัดตั้งเป็นกองทุนฝ้าย ดำเนินการสรรหาเครื่องหีบฝ้ายขนาดใหญ่เพื่อสนับสนุนให้ชุมชนได้มีการหีบฝ้ายขายและใช้เอง ลดต้นทุนในการผลิตฝ้ายเข็น ส่งเสริมเรื่องพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฝ้าย เช่น เส้นฝ้ายเข็นมือสีธรรมชาติ ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ และสินค้าแปรรูปเพื่อการตกแต่ง เพื่อเพิ่มมูลค่าและช่องทางการตลาด นำไปสู่การสร้างรายได้เพิ่มสู่ชุมชน

ทั้งนี้ ยังได้เชื่อมโยงต่อยอดพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน หมู่บ้านฝ้าย ESAN COTTON VILLAGE เพื่อขยายผลกิจกรรมและเกิดการขยายพื้นที่ออกไปยังชุมชนใกล้เคียง มุ่งเน้นการชูอัตลักษณ์ดอกฝ้ายอินทรีย์ริมโขง และภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชนในเรื่องการทอผ้าฝ้าย







ผู้ได้รับประโยชน์

สมาชิกใน 6 ชุมชน **จำนวน 100 ราย**

สร้างรายได้ให้ชุมชน

จำนวน 363,825 บาท

ชุมชนดีมีรอยยิ้มยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์

โครงการเชื่อมโยงเครือข่ายแปรรูปผ้า

ชุมชนบ้านโนนชาด อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นชุมชนที่มีศักยภาพการทอผ้าแต่ประสบปัญหาด้านการตลาดและขาดความหลากหลายในรูปแบบการผลิต ชุมชนดีมีรอยยิ้มยางตลาดจึงเข้าไปสนับสนุน โดยการเชื่อมโยงศักยภาพของชุมชนที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น การทอ การเย็บ การออกแบบ เกิดเป็นเครือข่ายผ้าทอและเครือข่ายแปรรูปผ้า 6 หมู่บ้าน คือบ้านโนนชาด บ้านดงบัง บ้านหนองกุง บ้านหนองกาว บ้านห้วยเตยและบ้านโพนงาม ขยายพื้นที่จากอำเภอยางตลาด ไปยังอำเภออื่นในจังหวัดกาฬสินธุ์

ชุมชนดีมีรอยยิ้มยางตลาดได้เชื่อมโยงเครือข่ายผ้าทอร่วมกับจังหวัดมหาสารคามและจังหวัดอำนาจเจริญ ทำให้สามารถสร้างงาน สร้างอาชีพให้สมาชิกกลุ่มผู้แปรรูปผ้าในชุมชนดังกล่าว จำนวน 112 คน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีหลากหลาย เช่น เสื้อ กระเป๋าผ้า พวงกุญแจ กระเป๋าใส่เอกสาร เป็นต้น ซึ่งทำให้มียอดสั่งซื้อและสร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างต่อเนื่อง





ผู้ได้รับประโยชน์ รวม 112 ราย

สมาชิกกลุ่ม ทอและแปรรูปผ้า 6 หมู่บ้าน **จำนวน 78 ราย**

สมาชิกเครือข่ายผ้า จำนวน **34 ราย**

สร้างรายได้ให้ชุมชน

จำนวน 814,283 บาท



แบ่งปันคุณค่า



วรรณี พิลานนท์
กลุ่มทอผ้าบ้านคันท่าเกวียน

กลุ่มทอผ้าบ้านคันท่าเกวียน เดิมทอผ้าพันคออย่างเดียวโดยใช้ฝ้ายจากโรงงานเป็นหลัก หน้ากว้างเพียง 32 เซนติเมตร ซึ่งจะทำให้ต้นทุนต่อผืนราคาถูก หวังว่าคนซื้อจะซื้อในราคาถูกมากกว่า แต่กลับเป็นว่าขายไม่ได้เลย จึงต้องฝากขายกับตัวแทนขาย และประสบปัญหาเงินในกองทุนเริ่มลดลง จึงไม่สามารถซื้อฝ้ายจากโรงงานมาทอผ้าได้ทุกวัน จึงต้องรอตัวแทนขายขายผ้าได้หมดก่อนถึงจะมีเงินมาหมุนเวียน

หลังจากร่วมโครงการแล้ว ชุมชนดีมีรอยยิ้มโขงเจียม เริ่มใช้ฝ้ายเข็นที่มาจากฝ้ายริมโขงในชุมชน ราคาต้นทุนอาจสูงกว่า แต่เป็นเอกลักษณ์ของหมู่บ้าน เริ่มเปลี่ยนผืนทอผ้าจากหน้ากว้าง 32 เซนติเมตร เป็น 40 เซนติเมตร ทำให้ผ้าผืนใหญ่ขึ้น จนเริ่มมีลูกค้าสนใจซื้อมากขึ้น และเราเริ่มมีช่องทางการขายได้หลายทาง จากตัวแทนฝากขายก็มาซื้อขาด หรือมีนักท่องเที่ยวซื้อเองบ้าง กลุ่มเราจึงขายได้เร็วขึ้น ปัจจุบันเรามีหน้ากว้างของผ้าหลายขนาด ที่ทอจากฝ้ายเข็นมือริมโขงของบ้านเรา มีลูกค้าสั่งจอง และมีเงินหมุนเวียนสามารถทอผ้าได้ทุกวัน

รู้สึกดีใจที่ไทยเบฟเข้ามาช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือทำให้กลุ่มได้พัฒนาตนเองเรื่องจับคู่โทนสี การทดลองย้อม เทคนิคการย้อม การทำลวดลาย การบริหารจัดการกลุ่ม เกิดการเชื่อมโยงหน่วยงานในพื้นที่ส่งผลต่อการได้รับการสนับสนุน การสร้างการรับรู้และการตลาด มีการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายขึ้น เกิดผลงานชิ้นใหม่และองค์ความรู้ใหม่แลกเปลี่ยนกันระหว่างสมาชิกมากขึ้น ขอบคุณไทยเบฟที่เข้ามาช่วยพัฒนากลุ่มปลูกหม่อนเลี้ยงไหมบ้านโนนชาดให้มีการพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น ให้เป็นที่รู้จักและเชื่อมโยงหน่วยงานในพื้นที่ให้เข้าถึงกลุ่ม และสร้างรายได้ให้กลุ่มชุมชนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง



บัวลา ภูหลักถิน
ประธานกลุ่มปลูกหม่อนเลี้ยงไหมบ้านโนนชาด

โครงการความร่วมมือศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ-ไทยเบฟร่วมอนุรักษ์ฟื้นฟูป่า พัฒนาคุณภาพชีวิต จังหวัดน่าน







เพื่อส่งเสริมการฟื้นฟูป่าต้นน้ำลำธารพร้อมกับพัฒนาคุณภาพชีวิตให้คนในชุมชนที่อาศัยอยู่รอบพื้นที่ป่าเสื่อมโทรมสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนและอยู่ร่วมกับป่าได้อย่างเกื้อกูลกัน ตามแนววิถีชีวิตแห่งแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ไทยเบฟได้นำรูปแบบการพัฒนาตามแนวพระราชดำริที่ประสบความสำเร็จของศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ มาประยุกต์และปรับใช้ในการพัฒนาบนพื้นที่จังหวัดน่าน โดยคัดเลือก 2 หมู่บ้าน เข้าร่วมในโครงการ คือ หมู่บ้านศรีนาป่าน ตำบลเรือง อำเภอเมืองน่าน และหมู่บ้านน้ำปูน ตำบลน้ำพาง อำเภอแม่จริม จังหวัดน่าน และเพื่อให้ชุมชนได้รับความรู้ที่ถูกต้องตามหลักแนวทางแห่งเศรษฐกิจพอเพียงที่ได้รับพระราชทานจากพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร

ไทยเบฟได้นำชุมชนไปศึกษาดูงานด้านปศุสัตว์ ด้านการเกษตร และด้านประมง ที่ศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ เป็นระยะเวลา 5 ปี (พ.ศ. 2558 - 2562) เพื่อนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทในพื้นที่ของตนเอง และยังได้มอบวัตถุดิบต่าง ๆ ในการเลี้ยงสัตว์และพืชเพื่อบริโภคในชีวิตประจำวัน เช่น สุกรสามสายพันธุ์ ไก่ประดู่หางดำ ไก่ไข่ กบนา ปลาดุกบิ๊กอุย ปลานิล เห็ดนางฟ้า และต้นกล้าไม้ผล ไทยเบฟผลักดันให้งานที่เกษตรกรทำอยู่นั้นมีมาตรฐานที่ถูกต้องตามหลักทางวิชาการ และขยายผลเกิดเป็นศูนย์เรียนรู้สำหรับประชาชนผู้สนใจ

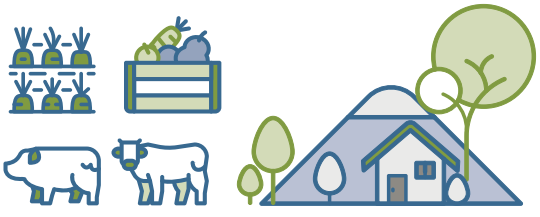
สรุปจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการตั้งแต่ปี 2558 - 2562

	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562
หมู่บ้านศรีนาป่าน	59	78	79	81	78
หมู่บ้านน้ำปูน	46	68	100	95	76
รวม	**105**	**146**	**179**	**176**	**154**

กรอบโครงการและกิจกรรม

ปี 2558 – 2559

เกษตรกรผู้เข้าร่วมโครงการ รุ่นที่ 1 และ รุ่นที่ 2 ได้รับงบประมาณในการจัดซื้อปัจจัยด้านปศุสัตว์ ด้านประมง ด้านการเกษตร จัดสร้างฝายชะลอน้ำ ปลูกป่า และบวชป่าร่วมกับชุมชน



ปี 2562

ให้เกรดเกษตรกรตัวอย่าง พร้อมงบประมาณในการจัดซื้อและมอบปัจจัยมูลค่ารายละ **30,000 บาท**

จากการดำเนินกิจกรรมของโครงการในปี 2558 – 2562 ได้คัดเลือกเกษตรกรที่ได้รับการต่อยอดจากปัจจัยที่ได้รับคัดเลือกเป็นเกษตรกรตัวอย่าง โดยให้ทีมงานไทยเบฟร่วมกับเจ้าหน้าที่จากศูนย์ฯ ห้วยฮ่องไคร้ฯ ในการคัดเลือกเกษตรกรทั้ง 2 หมู่บ้าน

ปี 2560 – 2562

เกษตรกรผู้เข้าร่วมโครงการ รุ่นที่ 3 ถึง รุ่นที่ 5 ได้รับงบประมาณในการจัดซื้อปัจจัย ด้านปศุสัตว์ ด้านประมง ด้านการเกษตร จัดสร้างฝายชะลอน้ำ ปลูกป่า บวชป่าร่วมกับชุมชน และทำแนวกันไฟในเขตพื้นที่ป่าชุมชน เป็นต้น

ให้เกรดเกษตรกรเพื่อต่อยอด ใน 4 ระดับดังนี้
เกรด A เป็นจำนวนมูลค่า **10,000 บาท**
เกรด B เป็นจำนวนมูลค่า **7,000 บาท**
เกรด C เป็นจำนวนมูลค่า **5,000 บาท**
เกรด D เป็นจำนวนมูลค่า **3,000 บาท**



จำนวนเงินเป็นกรอบในการจัดซื้อปัจจัยเพื่อมอบให้เกษตรกรที่ได้รับผลประเมินตามเกรดที่ทางศูนย์ห้วยฮ่องไคร้ฯ ได้ลงพื้นที่ตรวจเยี่ยมเพื่อให้เกรดเกษตรกร

ปี 2563

ติดตามคัดเลือกเกษตรกรต้นแบบในชุมชนทั้ง 2 แห่ง เพื่อผลักดันให้เกิดเป็นศูนย์เรียนรู้ในปี 2564 ได้แก่



บ้านศรีนาป่าน หมู่ที่ 1 ตำบลเรือง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน **จำนวน 4 ราย**

บ้านน้ำปูน หมู่ที่ 1 ตำบลน้ำพาง อำเภอแม่จริม จังหวัดน่าน **จำนวน 4 ราย**

แบ่งปันคุณค่า



หลังจากเข้าร่วมโครงการได้รับความรู้จากศูนย์ฯ ห้วยฮ่องไคร้ฯ และได้รับการสนับสนุนจากบริษัทไทยเบฟ ได้รับโอกาสที่ดี มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการได้รับสนับสนุนเรื่องของปัจจัย เช่น วัสดุก่อสร้าง พันธุ์สัตว์ สุกร ไก่ประดู่ ไก่ไข่ ปลาดุก ปลานิล พันธุ์ไม้ผล ทำให้เพิ่มรายได้ ลดรายจ่ายในครัวเรือนได้ดี มีเงินออมมากขึ้น และสามารถต่อยอดและขยายพันธุ์สัตว์ได้เองและจัดจำหน่ายในราคาที่ดี ทำให้ครอบครัวมีรายได้อีกทางหนึ่ง และขอขอบคุณบริษัทไทยเบฟที่มีโครงการดี ๆ อยากให้มีโครงการแบบนี้เพิ่มขึ้นอีกในชุมชนอื่น ๆ เพื่อให้ชุมชนได้รับโอกาสที่ดีเหมือนแบบชุมชนเราอย่างนี้ต่อไป

แสงจันทร์ สาเกตุ
ชาวบ้านตำบลเรือง อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน

แบ่งปันคุณค่า



เมื่อปี 58 ผู้ใหญ่ประกาศว่าบริษัทไทยเบฟมีโครงการเข้ามาช่วยหมู่บ้านเรา เลยลงชื่อเข้าร่วมโครงการ ในหลักสูตรการเลี้ยงกบนา ตอนแรกเพาะขยายพันธุ์เองไม่ได้จนได้ไปเรียนรู้จากศูนย์ฯ ห้วยฮ่องไคร้ฯ จังหวัดเชียงใหม่ ได้รับความรู้และได้พันธุ์กบมาเพาะเลี้ยงเองและประสบผลสำเร็จ สามารถขยายพันธุ์เองได้จำนวนมาก ทำให้เกิดรายได้ขึ้นทั้งการจำหน่ายลูกกบและกบเนื้อ นำมาแปรรูปเป็นน้ำพริกหรือกบย่าง ทำให้มีรายได้ในครัวเรือนเพิ่มมากยิ่งขึ้น ก็ขอขอบคุณบริษัทไทยเบฟ และศูนย์ฯ ห้วยฮ่องไคร้ฯ ที่มอบโอกาสดี ๆ แก่ชุมชนเรา ขอให้มีโครงการดี ๆ อย่างนี้เพื่อขยายไปยังชุมชนอื่นเพื่อเป็นการดำรงชีวิตให้ดีแบบพวกเราต่อไป

ผดุงพร ณัฐฐารุจดา
ชาวบ้านตำบลเรือง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน

โครงการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามรอยองค์หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต





ตักบาตรหน้าถนนธรรม วัดป่าภูริทัตตถิราวาส จังหวัดสกลนคร

ไทยเบฟ มูลนิธิสิริวัฒนภักดี ร่วมกับกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย เล็งเห็นความสำคัญของการเฉลิมฉลองครบรอบ 150 ปีชาตกาล องค์หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต ซึ่งได้รับการยกย่องจากองค์การศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ให้องค์หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต เป็นบุคคลสำคัญของโลกสาขาสันติภาพ ในวาระ ปี 2563 - 2564 และได้รับการบรรจุให้มีการเฉลิมฉลองครบ 150 ปีชาตกาล ในวันที่ 20 มกราคม 2563 ซึ่งท่านได้จาริกไปในพื้นที่ต่าง ๆ หลายภูมิภาค ทั้งภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย และประเทศใกล้เคียง จึงนับเป็นโอกาสอันดีในการจัดให้มีโครงการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามรอยองค์หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต เพื่อเชิญชวนประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้เดินทางเข้าไปเรียนรู้ประวัติ วัตรปฏิบัติอันงดงาม รวมทั้งปฏิปทาคำสอนขององค์หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่าง บ้าน วัด โรงเรียน ภายใต้หลักการ “บวร” และพัฒนาเป็น บริษัท วิสาหกิจชุมชน ราชการ ที่ประสานสอดคล้องกับผู้มีจิตศรัทธาต่อการทำดี ได้บูรณาการความร่วมมือ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจสร้างรายได้ของชุมชนจากโครงการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เป็นการกระจายรายได้เข้าสู่วิสาหกิจ ผู้ประกอบการร้านค้าชุมชน ร้านอาหาร โฮมสเตย์ ผู้ผลิตสินค้าชุมชน ของที่ระลึก และพัฒนาจนมีวิสาหกิจเพื่อสังคมเกิดใหม่ขึ้นมาได้

โครงการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามรอยองค์หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต มีพื้นที่ดำเนินการ 12 จังหวัด 35 พื้นที่สำคัญ ประกอบด้วย 4 พื้นที่หลัก ได้แก่

- **ภาคกลาง** จังหวัดลพบุรี จังหวัดนครนายก และกรุงเทพมหานคร
- **ภาคเหนือ** จังหวัดเชียงใหม่
- **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน** จังหวัดสกลนคร จังหวัดนครพนม จังหวัดหนองคาย จังหวัดอุดรธานี จังหวัดหนองบัวลำภู และจังหวัดเลย
- **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง** จังหวัดอุบลราชธานีและจังหวัดอำนาจเจริญ

ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการสร้างรายได้ให้ชุมชนอย่างยั่งยืน และสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจในด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้เป็นอย่างดีอีกด้วย สามารถติดตามรายละเอียด ”โครงการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามรอยองค์หลวงปู่มั่น” ได้ที่ www.luangpumun-cbt.org

ความสำเร็จของโครงการ ได้ลงพื้นที่ครบ 12 จังหวัด 35 พื้นที่สำคัญ และสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวได้ 6 เส้นทาง ได้แก่ 1. เชียงใหม่ 2. ลพบุรี 3. นครนายก 4. อุบลราชธานี-อำนาจเจริญ 5. สกลนคร-นครพนม 6. อุดรธานี-เลย-หนองคาย-หนองบัวลำภู โดยมีชุมชนที่เข้าร่วมโครงการจำนวน 35 ชุมชน (พื้นที่ละหนึ่งชุมชน) และในช่วงเริ่มต้นสามารถสร้างรายได้ให้ชุมชนกว่า 90,000 บาท

ภาพโครงการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามรอยองค์หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต



พิธีเปิดโครงการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามรอยองค์หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต





เยี่ยมชมวิสาหกิจชุมชนในโครงการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามรอยองค์หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต



สามารถติดตามรายละเอียด ได้ที่

QR code โครงการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามรอย
องค์หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต
หรือ **www.luangpumun-cbt.org**

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

คืนรอยยิ้มสู่ชุมชน ช่วยเกษตรกรไทยฝ่าวิกฤตโควิด-19

จากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้การค้าขายและการส่งออกชะลอตัว ส่งผลให้ภาคเกษตรกรรมเกิดภาวะสินค้าล้นตลาด ไทยเบฟจึงประสานความร่วมมือกับบริษัท น้ำใจไทยเบฟ จำกัด และบริษัท ประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ให้ความช่วยเหลือในการรับซื้อมะม่วงจำนวนหลายสิบตันจากกลุ่มเกษตรกรหลายพื้นที่ในราคาตลาด และนำไปผ่านกระบวนการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้คืนสู่ชุมชน และยังได้ส่งมอบสินค้าที่ผ่านการแปรรูปให้กับผู้ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19

1. ซื้อมะม่วงน้ำดอกไม้คุณภาพดีจากชาวสวนที่ประสบปัญหาการส่งออกผลผลิตราคาตกต่ำในจังหวัดอุดรธานี

จังหวัด	กลุ่ม / จำนวนผู้ได้รับประโยชน์	จำนวน (กิโลกรัม)
อุดรธานี	กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วง ตำบลกุดหมากไฟ อำเภอหนองวัวซอ จังหวัดอุดรธานี จำนวน **48** ราย	**1,500**

2. รับซื้อมะม่วงจากเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงประสบปัญหาผลผลิตล้นตลาดที่จังหวัดน่าน แล้วนำมาแปรรูปเป็นไอศกรีมมะม่วงออกจำหน่ายในแบรนด์ สินค้า SOS

จังหวัด	กลุ่ม / จำนวนผู้ได้รับประโยชน์	จำนวน (กิโลกรัม)
น่าน	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่มะม่วงเพื่อการส่งออก ตำบลป่ากลาง อำเภอปัว จังหวัดน่าน จำนวน **65** ราย	**10,000**

3. ช่วยรับซื้อมะม่วงมหาชนก มะม่วงน้ำดอกไม้ ลำไย และมะละกอ จากเกษตรกรที่ประสบปัญหาผลไม้ล้นตลาด แล้วนำส่งมอบให้ช้างที่ขาดแคลนอาหาร โดยสมาคมสหพันธ์ช้างไทยช่วยคัดสรรพื้นที่ ดังนี้

ลำดับ	จังหวัด	กลุ่ม / จำนวนผู้ได้รับประโยชน์	จำนวน (กิโลกรัม)	จำนวนช้างที่ได้รับการช่วยเหลือ
1	เชียงใหม่	มะม่วง กลุ่มเกษตรแปลงใหญ่มะม่วงไร่บวกบง อำเภอดอยหล่อ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน **35** ราย	**21,000**	**ช้างประมาณ 700 เชือก** ตามปางช้างในพื้นที่ อำเภอแม่ริม / อำเภอแม่แตง / อำเภอแม่วาง / อำเภอสะเมิง
2		ลำไย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยคุณภาพแปลงใหญ่ อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน **43** ราย	**3,000**	
3	สุรินทร์	มะม่วง กลุ่มเกษตรแปลงใหญ่มหาสารคาม จำนวน **35** ราย	**6,000**	**ช้างประมาณ 70 เชือก** ซึ่งจะเป็นกลุ่มช้างว่างงาน (กลับมาจากพื้นที่อื่นที่ไปหากิน)
4	สุราษฎร์ธานี	มะละกอ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราและปาล์ม อำเภอพนม จำนวน **50** ราย	**1,500**	ปางช้างบ้านเขาสก **5 เชือก**

ทิศทางการดำเนินงาน

เพื่อนำองค์กรไปสู่การพัฒนาสังคมที่อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขและยั่งยืน ไทยเบฟยังคงสานต่อการสนับสนุนให้ชุมชนดำรงอยู่ได้ด้วยตนเองอย่างมั่นคง ภายใต้กรอบงานพัฒนาชุมชน โดยมุ่งเน้นการทำกิจกรรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ครอบคลุมภารกิจด้านต่าง ๆ ดังนี้

- ด้านเศรษฐกิจฐานราก เกิดพื้นที่ในการดำเนินโครงการพัฒนาชุมชนในบริเวณรอบโรงงานและพื้นที่ต้นแบบอื่น ๆ ทำให้ชุมชนสามารถพัฒนาตนเองจนเกิดการรวมกลุ่มและจัดตั้งเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) อย่างน้อย 2 พื้นที่
- ด้านการบริหารจัดการน้ำโดยเพิ่มพื้นที่สีเขียว และพื้นที่บริหารจัดการน้ำเพื่อชุมชนให้มากขึ้น อย่างน้อย 1 พื้นที่
- สำหรับโครงการ “ไทยเบฟ...รวมใจต้านภัยหนาว” จะยังคงสานต่ออย่างต่อเนื่อง โดยมอบผ้าห่มฟลีซรีไซเคิลที่ผลิตจากขวดพลาสติกใช้แล้วต่อไป เพื่อตอกย้ำการให้ความสำคัญทางด้านสิ่งแวดล้อม

สรุปภาพรวมผลการดำเนินงานพัฒนาชุมชนและสังคม ปี 2563

การบรรเทาภัยหนาว และความช่วยเหลืออื่น ๆ

มอบผ้าห่ม
จำนวน 200,000 ผืน



แบ่งเป็น

(ที่มาของแหล่งข้อมูล: สรุปโดยกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย 15 จังหวัด กระทรวงมหาดไทย)

ผู้สูงอายุ	ผู้มีรายได้น้อย	ผู้ประสบภัยหนาว	คนพิการทุพพลภาพ	เด็กไร้ผู้อุปการะ
89,186 คน	61,095 คน	33,630 คน	13,752 คน	2,337 คน



แจกจ่ายสู่ประชาชน
ผู้ประสบภัยหนาว
15 จังหวัด



ประชาชนกว่า 1,251 คน

ใน 9 จังหวัด ภาคเหนือ/อีสาน ที่มารับมอบผ้าห่มได้รับโอกาสเข้าถึงการตรวจสุขภาพจากหน่วยแพทย์เคลื่อนที่



มอบอุปกรณ์การเรียนและคอมพิวเตอร์
60 เครื่อง
ให้โรงเรียนที่ส่งมอบผ้าห่มทั้งหมด
19 แห่ง

การบรรเทาภัยหนาว และความช่วยเหลืออื่น ๆ

โครงการช่วยเหลือชุมชนและเกษตรกรในช่วง
สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19

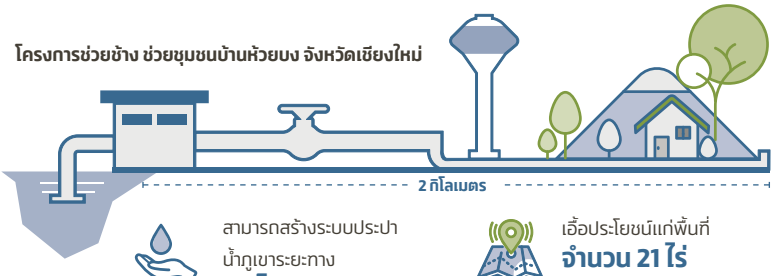


ไทยเบฟ รับซื้อผลผลิตการเกษตรกว่า
31,500 กิโลกรัม



โดยนำผลผลิตไป**ช่วยเหลือช้างที่ขาดแคลนอาหาร**
จำนวน 775 เชือก
มีผู้ได้รับประโยชน์ทั้งสิ้น 163 คน

โครงการช่วยช้าง ช่วยชุมชนบ้านห้วยบง จังหวัดเชียงใหม่



สามารถสร้างระบบประปาน้ำภูเขาระยะทาง
2 กิโลเมตร



เอื้อประโยชน์แก่พื้นที่
จำนวน 21 ไร่
และ**มีช้างที่ได้รับประโยชน์**
จำนวน 20 เชือก

ด้านทรัพยากรธรรมชาติ

ปลูกและการบำรุงดูแลรักษาต้นไม้ที่ปลูกเสริมและต้นไม้เดิม

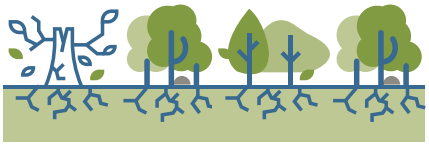


พื้นที่ 12 ไร่ **3,088 ต้น** รวม **39 ชนิด**
พื้นที่ 5 ไร่ จำนวน **130 ต้น**
รวมชนิดพันธุ์ไม้ **17 ชนิด**



การเจริญเติบโตและอัตราการรอดตายของต้นไม้

พื้นที่ 12 ไร่ — **98.39%**
พื้นที่ 5 ไร่ — **100%**

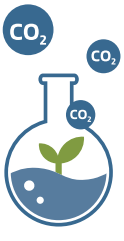


ปริมาณมวลชีวภาพและการกักเก็บคาร์บอนของต้นไม้

พื้นที่ 12 ไร่ มีมวลชีวภาพเท่ากับ
6.9857 ตันต่อเฮกตาร์
พื้นที่ 5 ไร่ ชีวภาพเท่ากับ
7.1295 ตันต่อเฮกตาร์



การประเมินการกักเก็บคาร์บอนในมวลชีวภาพต่าง ๆ



พื้นที่ 12 ไร่ มีปริมาณการสะสมคาร์บอนเท่ากับ
3.2832 ตันต่อเฮกตาร์

พื้นที่ 5 มีปริมาณการสะสมคาร์บอนเท่ากับ
3.3508 ตันต่อเฮกตาร์

ต้นโกงกางที่ลงปลูกในพื้นที่ของโครงการปลูกป่าในใจคนตามศาสตร์พระราชา

ลงปลูกในปี 2562
จำนวน 4,000 ต้น
และมีการซ่อมแซม ปลูกเพิ่มเติมอย่างน้อย
10%

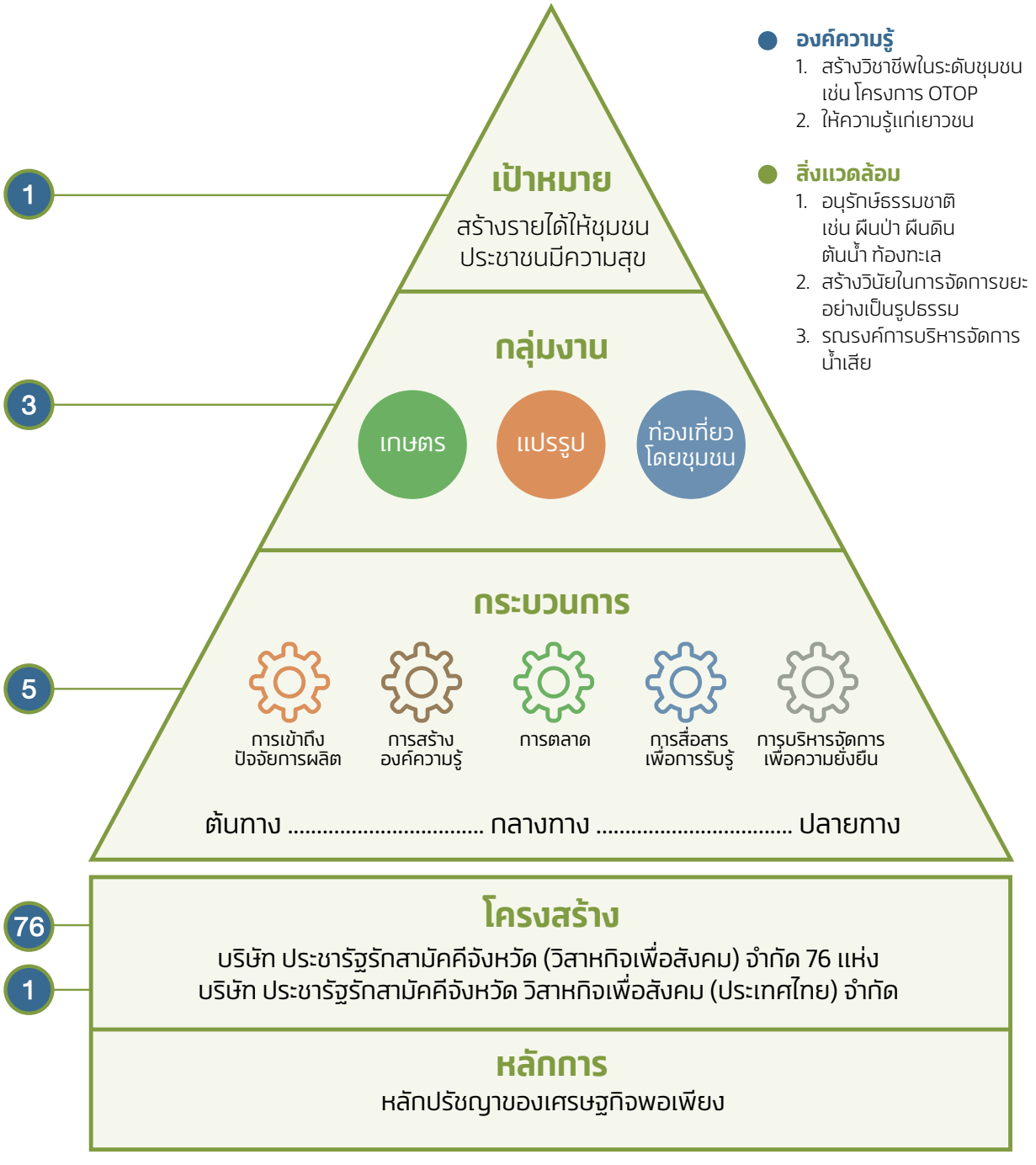


โครงการประชารัฐรักสามัคคี

จากนโยบาย “สานพลังประชารัฐ” ของรัฐบาล ที่มอบหมายให้ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) โดย คุณฐาปน สิริวัฒนภักดี กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ รับหน้าที่เป็นหัวหน้าทีมภาคเอกชน คณะทำงานการพัฒนา เศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ มีเป้าหมายหลักในการ “สร้างรายได้ให้ชุมชน ประชาชนมีความสุข” ภายใต้ความร่วมมือของทุกภาคส่วนโดยน้อมนำพระบรมราโชบายในการ “สืบสาน รักษา ต่อยอด” หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และศาสตร์พระราชาด้านการพัฒนา คือ “เข้าใจ เข้าถึง และพัฒนา” เป็นกรอบเป้าหมายในการขับเคลื่อนงานที่สอดรับกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้ง 17 ข้อ ขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งในที่สุดแล้วจะนำมาสู่ความยั่งยืน

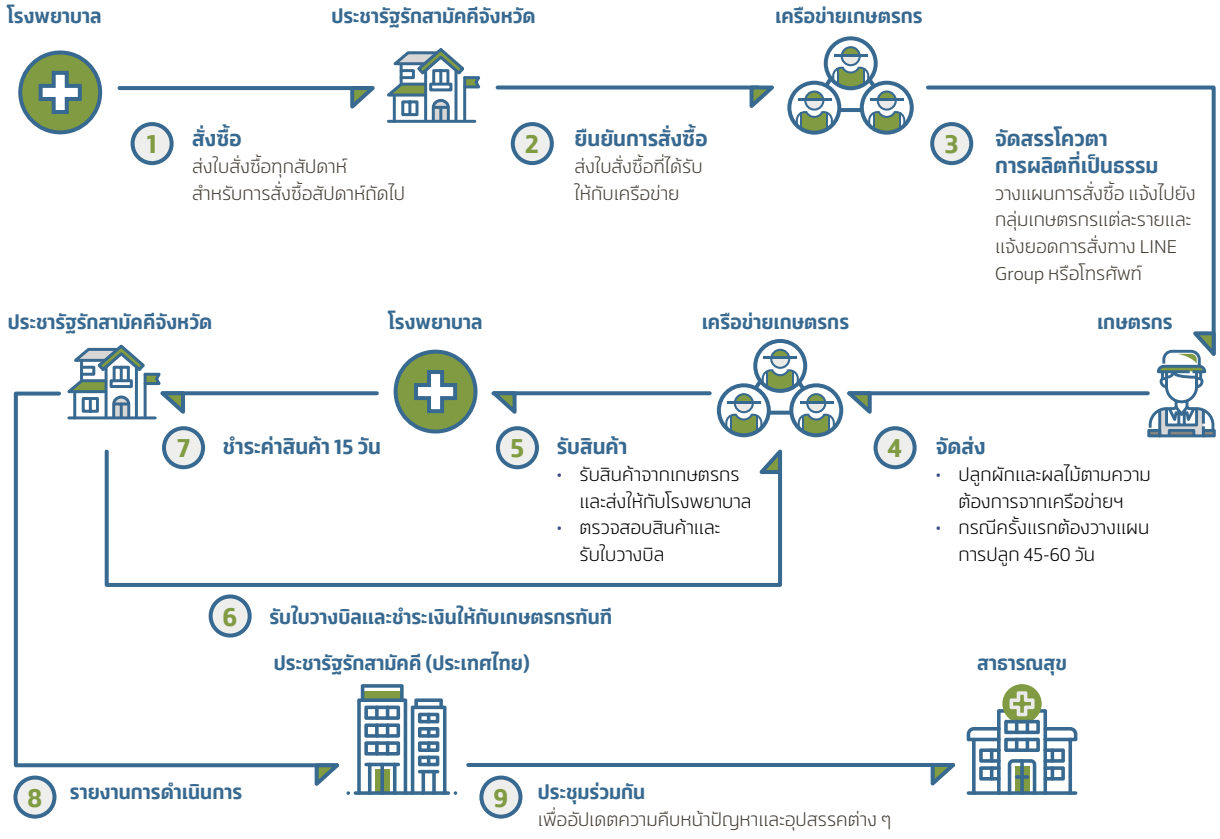
บริษัท ประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด หรือบริษัท “ส่วนกลาง” เป็นผู้ประสานความร่วมมือกับเครือข่าย “ประชารัฐรักสามัคคี” ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นภายใต้การบริหารองค์กรแบบ “วิสาหกิจเพื่อสังคม” (Social Enterprise) ทั้ง 76 แห่งทั่วประเทศ และเป็นผู้เชื่อมโยงการทำงานของ 5 ภาคส่วนเข้าด้วยกัน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม และภาคเอกชน นับเป็น “นวัตกรรมทางสังคม” (Social Innovation) ของประเทศไทย

โครงการประชารัฐรักสามัคคีใช้หลักการดำเนินงานที่สอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยเอาพื้นที่เป็นตัวตั้ง และสัมมาชีพเต็มพื้นที่ โดยกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานที่สำคัญคือ 1 เป้าหมาย 3 กลุ่มงาน 5 กระบวนการ กระจายสู่ 76 จังหวัดทั่วประเทศ



โครงการโรงพยาบาลอาหารปลอดภัย

บูรณาการความร่วมมือกับกระทรวงสาธารณสุข กระทรวงมหาดไทย กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ และมหาวิทยาลัยต่าง ๆ โดยมีเครือข่าย “ประชารัฐรักสามัคคี” เป็นผู้ประสานงานชุมชน เพื่อหาแหล่งพื้นที่ผลิตวัตถุดิบที่ปลอดภัยทั้งภายในจังหวัด และจังหวัดใกล้เคียง การรวมกลุ่มเกษตรกร รวบรวมวัตถุดิบ บริการจัดส่งการขนส่งไปยังโรงพยาบาลในจังหวัดที่เข้าร่วมโครงการ เป้าหมายสำคัญคือการสร้างรายได้ให้กับเกษตรและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่มีตลาดในการส่งผักผลไม้ปลอดภัยอย่างยั่งยืน ประชาชนในประเทศมีสุขภาพดี ได้บริโภคสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน



ปัจจุบันเครือข่าย “ประชารัฐรักสามัคคี” ใน 34 จังหวัด สามารถจัดส่งสินค้าเกษตรปลอดภัย เข้าสู่โรงพยาบาลได้จำนวน 42 แห่งทั่วประเทศ สร้างรายได้ให้ชุมชนไปแล้ว 133,891,936.17 บาท โดยบริษัท ประชารัฐรักสามัคคีตรัง (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด และบริษัท ประชารัฐรักสามัคคีพิษณุโลก (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด สามารถขับเคลื่อนโครงการดังกล่าว จนสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนสูงสุดจำนวน 27,028,067.33 บาท และ 27,974,206.95 บาท ตามลำดับ โดยในปีนี้สามารถสร้างรายได้ให้ชุมชนเพิ่มขึ้นกว่า 70 ล้านบาท

นอกเหนือจากการส่งผักผลไม้ปลอดภัยแก่โรงพยาบาลในพื้นที่แล้ว บริษัทประชารัฐรักสามัคคี กาญจนบุรี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด ได้พัฒนาเป็นต้นแบบความสำเร็จในการขยายเครือข่ายการจัดส่งผักและผลไม้ปลอดภัยออกนอกพื้นที่ในจังหวัดโดยสามารถจัดส่งเข้าสู่โรงพยาบาลในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ถึง 7 โรงพยาบาล ประกอบด้วย โรงพยาบาลสงฆ์ สถาบันมะเร็งแห่งชาติ



สถาบันบำราศนราดูร สถาบันประสาทวิทยา โรงพยาบาลนวมินทร์ 9 โรงพยาบาลมหาวชิราลงกรณ์-ธัญบุรี (ศูนย์มะเร็งคลอง 10) และโรงพยาบาลเด็ก

โครงการผ้าขาวม้าท้องถิ่นหัตถศิลป์ไทย

เป้าหมายสำคัญของโครงการ คือเปลี่ยนมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อผ้าขาวม้าตลอดจนสร้างแรงบันดาลใจ และองค์ความรู้ให้แก่ชุมชนเพื่อนำไปต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและมีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาด เป็นการช่วยเพิ่มรายได้ให้ชุมชนอย่างยั่งยืน สามารถติดตามผลงานของโครงการผ้าขาวม้าท้องถิ่นหัตถศิลป์ไทย ได้ที่ เพจเฟซบุ๊ก pakaomaPRS

ช่วงปลายปี 2562 โครงการผ้าขาวม้าท้องถิ่นหัตถศิลป์ไทยร่วมมือกับโครงการสนับสนุนกิจกรรม ของสถาบันการศึกษา EISA (Educational Instituted Support Activities) จัดทำโครงการ Creative Young Designer เพื่อส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนผู้ผลิตผ้าขาวม้าทอมือ กับกลุ่มนักศึกษาด้านการออกแบบแฟชั่นจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เป้าหมายสำคัญ คือการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการผู้บริโภค โดยมีโครงการที่ดำเนินการเสร็จสิ้นไปแล้ว ได้แก่

- ผลงานชุด Thai Fabric Mix It Happen ภายใต้ความร่วมมือของ วิสาหกิจชุมชนแปรรูปร้อยรักษ์ ตำบลอ่องแฮ่ จังหวัดร้อยเอ็ด และคณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขาวิชาออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ผลงานชุด The New Story of Baan Nammorn ภายใต้ความร่วมมือของ วิสาหกิจชุมชนน้ำมอญแจ้ซ้อน ตำบลแจ้ซ้อน จังหวัดลำปาง และ คณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขาการออกแบบและธุรกิจแฟชั่น มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

สำหรับปี 2563 ยังคงขับเคลื่อนโครงการ Creative Young Designer อย่างต่อเนื่อง โดยขยายเครือข่ายการทำงานออกเป็น 7 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่	ชุมชน	มหาวิทยาลัย
1	บ้านหาดเสี้ยว จังหวัดสุโขทัย	คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
2	วิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ จังหวัดปทุมธานี	คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
3	บ้านดอนแร่ จังหวัดราชบุรี	วิทยาลัยเพาะช่าง
4	บ้านหนองลิง จังหวัดสุพรรณบุรี	คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
5	บ้านไทรงาม จังหวัดสระแก้ว	คณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขาวิชาศิลปะการออกแบบพัสตราภรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
6	บ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี	คณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขาวิชาออกแบบหัตถอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
7	บ้านเขาเต่า จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	สถาบันส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยรังสิต





ปัจจุบันสามารถเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนผู้ผลิตผ้าขาวม้าที่เข้าร่วมโครงการ 26 ชุมชน รวมรายได้ 145,189,900 บาท โดยในปีนี้สามารถสร้างรายได้ให้ชุมชนเพิ่มขึ้นกว่า 17 ล้านบาท

โครงการสะพายสายแนว

บริษัท ประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด พร้อมด้วยหน่วยงานเครือข่าย สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ลงพื้นที่เพื่อให้ความรู้ด้านเทคนิคการทอ รูปแบบ สีสัน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับ “ย่าม” ไทยให้ตรงใจผู้บริโภค นอกจากนี้ยังร่วมมือกับดีไซเนอร์จิตอาสาระดับประเทศ เช่น ASAVA Tube Gallery และดีไซเนอร์ท้องถิ่นในการพัฒนารูปแบบ เทคนิคการทอ และการแปรรูป ตลอดจนการจัดจำหน่าย โดยเป้าหมายสูงสุด คือ สร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ยังเพิ่มช่องทางการจำหน่ายที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ เช่น ร่วมจัดแสดงสินค้าในงาน OTOP งานบ้านและสวน งานฮ่องกงแฟชั่นวีค และเทรดแฟร์ 2019 (Hong Kong Fashion Week & Trade Fair 2019) และช่องทางออนไลน์คือ เพจเฟซบุ๊กและอินสตาแกรมชื่อ “สารพัดสรรพศิลป์” ทั้งนี้ได้เสียงตอบรับจากผู้ผลิตและผู้บริโภคเป็นอย่างดีจนทำให้กระแสย่ามไทยกลับมาได้รับความนิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่อย่างรวดเร็ว และยังช่วยสร้างการเติบโตให้แก่ชุมชน ทำให้ปัจจุบัน






มีสมาชิกเข้าร่วมโครงการ 3,064 คน จาก 39 ชุมชน ใน 18 จังหวัดทั่วประเทศ สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนแล้วถึง 15,785,311 บาท โดยในปีนี้สามารถสร้างรายได้ให้ชุมชนเพิ่มขึ้น 5,571,195 บาท

ร้านประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย)



ตั้งอยู่ที่อาคาร ซีดับเบิ้ลยู ทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ จัดตั้งขึ้นภายใต้แนวคิดการพัฒนาช่องทางการขายระดับประเทศโดยใช้เป็นศูนย์รวมจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนจากเครือข่ายประชารัฐรักสามัคคีแบบถาวร นอกจากการขายปลีกผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านหน้าร้านและผ่านทางเพจเฟซบุ๊ก prsthailand.official แล้ว ยังมีการเชื่อมโยงเข้าสู่องค์กรขนาดใหญ่ในการจัดทำสินค้าของที่ระลึกรูปแบบ Made to Order เพื่อใช้ในงานสัมมนา กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร รวมไปถึงกระเช้าของขวัญในเทศกาลต่าง ๆ อีกด้วย

ปัจจุบัน ร้านประชารัฐรักสามัคคี สนับสนุนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนรวมแล้วกว่า 159,000 รายการจาก 425 ชุมชน สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนไปแล้วรวมกว่า 15.69 ล้านบาท โดยในปีนี้สามารถสร้างรายได้ให้ชุมชนเพิ่มขึ้นกว่า 5 ล้านบาท

โครงการเครื่องสีข้าวครัวเรือน



โครงการพัฒนานวัตกรรม “เครื่องสีข้าวครัวเรือน” เครื่องสีข้าวขนาดเล็กซึ่งมีการดำเนินงานมาตั้งแต่ปี 2560 เป้าหมายสำคัญของการพัฒนานวัตกรรมเครื่องสีข้าวในครัวเรือนครั้งนี้คือการผลักดันให้เกิดห่วงโซ่อุปทานใหม่ มุ่งเน้นการสร้างช่องทางการตลาดใหม่ให้แก่เกษตรกรสามารถจำหน่ายข้าวสายพันธุ์พื้นเมืองตรงให้แก่ผู้บริโภคในราคาที่สูงกว่าการขายในรูปแบบเดิม นอกจากนี้จะช่วยส่งเสริมให้เกษตรกรมีทักษะการผลิต การอบแห้ง คัดเลือก บรรจุ และขนส่งให้มีคุณภาพก่อนส่งตรงถึงผู้บริโภคนับเป็นการสร้างรายได้แก่เกษตรกรโดยตรง โดยบริษัท ประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท นาทวีเทคโนโลยี จำกัด มีแผนงานร่วมกันได้ดำเนินการวิจัยและพัฒนา ผลิต และจัดจำหน่าย เครื่องสีข้าวครัวเรือน รุ่นที่ 1 ในปี 2563 จำนวน 150 เครื่อง และจัดจำหน่ายขายได้ทั้งสิ้น 148 เครื่อง และมีการพัฒนาเครื่องสีข้าวครัวเรือน รุ่นที่ 2 ให้มีขนาดเล็กและน้ำหนักกว่ารุ่นแรกเป็นตัวต้นแบบเพื่อพัฒนาต่อยอดในการผลิตให้แล้วเสร็จในเดือนตุลาคม ปี 2564

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

- โครงการประชารัฐรักสามัคคีร่วมพัฒนาและจำหน่ายสินค้าชุมชนในช่วงวิกฤตโควิด-19 โดยมีเป้าหมายสำคัญคือ ช่วยเหลือชุมชนที่มีความพร้อมจากเครือข่ายประชารัฐรักสามัคคีทั่วประเทศ รวมไปถึงชุมชนตามโครงการชุมชนดีมีรอยยิ้ม ให้มีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าผ่านทางเพจเฟซบุ๊กชื่อ “สารพัดสรรพศิลป์” หรือ SaraphadSabphasilp (เปลี่ยนชื่อจากเพจสะพายสายแนว) ซึ่งตลอด 2 เดือนเต็มคือระหว่างเดือนเมษายน - พฤษภาคม สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนที่เข้าร่วม ทั้ง 88 ชุมชนเป็นเงินรวม 3,863,915 บาท

- ปัจจุบันเครือข่าย “ประชารัฐรักสามัคคี” ทั้งประเทศสามารถขับเคลื่อนการดำเนินงานไปแล้ว 1,161 โครงการ แบ่งตาม 3 ประเภทกลุ่มงาน คือ เกษตร แปรรูป และท่องเที่ยวโดยชุมชน ครอบคลุม 85,064 ครัวเรือน ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้ชุมชนไปแล้ว 1,246,120,152 บาท โดยในปีนี้สามารถสร้างรายได้ให้ชุมชนเพิ่มขึ้นกว่า 243 ล้านบาท

- “กลุ่มปักผ้าด้วยมือ จังหวัดเชียงราย” ผู้เข้าร่วมโครงการสะพายสายแนวได้รับรางวัล THAILAND TOP SME AWARDS 2019 สาขา “วิสาหกิจส่งเสริมภูมิปัญญาชุมชนยอดเยี่ยม” ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้กับวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีผลการดำเนินงานยอดเยี่ยมและโดดเด่น โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อยกย่อง ส่งเสริม และพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ให้มีความสามารถในการแข่งขัน มีการบริหารจัดการที่แตกต่าง และสามารถสร้างให้เป็นองค์กรต้นแบบได้

- อีกหนึ่งในความสำเร็จ คือการสร้าง "นักพัฒนาธุรกิจชุมชน" จำนวน 152 คน ให้เป็นผู้นำการพัฒนาชุมชนรุ่นใหม่พร้อมปฏิบัติหน้าที่ในพื้นที่บ้านเกิดของตนเองร่วมกับคณะกรรมการ ของเครือข่ายประชารัฐรักสามัคคีระดับจังหวัดทั้ง 72 แห่งทั่วประเทศ โดยภายหลังสิ้นสุดโครงการ มีนักพัฒนาธุรกิจจำนวน 16 คน ที่มีผลการปฏิบัติงานโดดเด่นพัฒนาตนเองจนสามารถต่อยอดการทำงานในระดับอำเภออย่างต่อเนื่อง เช่น อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง อำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่ อำเภอพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้น

ทิศทางการดำเนินงาน

จากปีที่ผ่านมาโครงการประชารัฐรักสามัคคียังคงดำเนินงานอยู่บนเส้นทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. **วางรากฐานและเครือข่าย** (ปี 2559 - 2562) เริ่มจากการวางรูปแบบสร้างกลไกเครือข่ายโดยจัดตั้งเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อสังคมประชารัฐรักสามัคคี 76 จังหวัดทั่วประเทศ และบริษัทประชารัฐรักสามัคคีประเทศไทย โดยแต่ละจังหวัดเริ่มดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรมพร้อมกับโครงการระดับประเทศ และยังได้จัดตั้งมูลนิธิสถาบันพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย (FINSEDT) เพื่อขับเคลื่อนภาควิสาหกิจเพื่อสังคมทั่วประเทศ

   โดยเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2562 บริษัท ประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด และเครือข่ายประชารัฐทั้ง 76 จังหวัด ได้รับการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมตามมาตรา 6(1) แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 ประเภท "วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ไม่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น" จาก สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม กรมพัฒนาสังคมและ สวัสดิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

2. **สร้างความสำเร็จในทุกจังหวัด** (ปี 2563 - 2565) ผลักดันให้เครือข่ายประชารัฐรักสามัคคีทุกจังหวัด สร้างต้นแบบแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานทั้ง 3 กลุ่มงาน ได้แก่ เกษตรแปรรูป และท่องเที่ยวโดยชุมชน พร้อมส่งต่อและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ให้แก่สมาชิกในเครือข่าย โดยเป้าหมายสำคัญคือ เกิดการสร้างเครือข่าย ของธุรกิจจากระดับชุมชนสู่ระดับประเทศ

   หลังจากสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลาย ภายในระยะเวลา 2 ปี มีเป้าหมายคือ เชื่อมโยงการทำงานจากทุกภาคส่วนร่วมกับประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดที่มีความเข้มแข็งอย่างน้อยร้อยละ 50 ของประเทศเพื่อส่งเสริมศักยภาพชุมชนและขับเคลื่อนให้เกิดผลงานที่เป็นรูปธรรมใน 1 - 2 กลุ่มงานต่อจังหวัด พร้อมขยายความสำเร็จสู่กลุ่มงานที่เหลือในปีถัดไป

3. **ต่อยอดและขยายผล** (ปี 2566 - 2569) สร้างโอกาส เผยแพร่องค์ความรู้ รวมถึงตัวอย่างความสำเร็จไปสู่ระดับประเทศและระดับโลก นอกจากจะขยายไปยังกลุ่มงานต่าง ๆ ของจังหวัดที่มีความเข้มแข็งแล้ว ยังเชื่อมโยงไปยังมูลนิธิสถาบันพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งประเทศไทยเพื่อเก็บรวบรวมองค์ความรู้ในโครงการต่าง ๆ พร้อมเผยแพร่สู่สาธารณชนผ่านช่องทางหลากหลาย เช่น การสัมมนาและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสื่อสารไปยังเครือข่ายทั้งในและต่างประเทศ โดยมีเป้าหมายสำคัญคือการนำตัวอย่างความสำเร็จไปต่อยอดและประยุกต์ใช้ในโครงการต่าง ๆ ต่อไป

จำนวนโครงการ **1,161** โครงการ

ประเภทกลุ่มงาน

13% การท่องเที่ยวโดยชุมชน

33% การเกษตร

54% การแปรรูป

จำนวนชุมชน **3,613** ชุมชน (85,064 ครัวเรือน)

จำนวนชุมชนในโครงการตามภูมิภาค

ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้
885	836	1,017	875

รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการดำเนินการ **1,246,120,152** บาท

ศูนย์ ซี อาเซียน (C asean)

ศูนย์ ซี อาเซียนเกิดขึ้นจากความร่วมมือทางด้านธุรกิจ ศิลปะ และวัฒนธรรมขององค์กรภาคเอกชนที่เป็นพลเมืองอาเซียนร่วมกันพัฒนาภูมิภาค ตลอดจนเชื่อมโยงคนรุ่นใหม่เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนนวัตกรรม และการพัฒนาประเทศและภูมิภาคอย่างยั่งยืน โดยมีวิสัยทัศน์องค์กร คือ “Collaboration for the better of ASEAN’s connectivity” หรือ “การสร้างความร่วมมือเพื่อความเชื่อมโยงและการพัฒนาประเทศในกลุ่มอาเซียน”

ปัจจุบันศูนย์ ซี อาเซียนมีพันธมิตรในเครือข่ายกว่า 20 องค์กร ประกอบไปด้วยองค์กรชั้นนำของประเทศไทย องค์กรระหว่างประเทศ และองค์กรภาคประชาสังคมระดับโลก ทั้งนี้ ตลอดปี 2563 ศูนย์ ซี อาเซียนได้จัดกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ เช่น การประชุม สัมมนา โครงการประกวด และการแข่งขันต่าง ๆ เพื่อผลักดันให้เกิด 1) การพัฒนาด้านความยั่งยืน 2) การสร้างความร่วมมือในกลุ่มประเทศอาเซียนและนานาชาติ และ 3) การพัฒนาบุคคล

asean
business • arts • culture



การพัฒนาด้านความยั่งยืน

"Win Win WAR Thailand" รายการทีวีเรียลลิตี้โชว์ที่ประกวดแข่งขันแผนธุรกิจเพื่อค้นหาสุดยอดนักธุรกิจเพื่อสังคม (Social Entrepreneurs) ที่ใช้กลไกทางธุรกิจช่วยแก้ไขปัญหาสังคมหรือสิ่งแวดล้อม โดยรายการจัดทำขึ้นเพื่อให้ความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในคอนเซปต์ "ธุรกิจเพื่อสังคม" หรือ "ธุรกิจแบ่งปัน" มีผู้สนใจเข้าร่วมการประกวดกว่า 900 ทีม และมีเพียง 20 ทีมที่ผ่านเข้ารอบการทดสอบตลาด ซึ่งในปี 2561 "Win Win WAR Thailand" (ปีที่ 1) ได้รับรางวัลโทรทัศน์ทองคำ ครั้งที่ 33 ประเภทรายการเกมโชว์ดีเด่น ผู้ชนะเลิศทีมแรกของประเทศไทย คือ ทีม Siam Able Innovation ซึ่งเป็นผู้ผลิต "กายอุปกรณ์สำหรับผู้พิการ เพื่อชีวิตที่ไม่พิการ" คืออุปกรณ์ที่ใช้กับร่างกายเพื่อช่วยเหลือการเคลื่อนไหว เป็นการสร้างงานและสร้างรายได้ให้แก่ผู้พิการที่อยู่ในเครือข่าย โดยได้รับเงินรางวัล 2 ล้านบาท พร้อมได้รับการสนับสนุนในการต่อยอดทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านการตลาด การจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม และการจัดการด้านการเงิน เป็นต้น

จากความสำเร็จในปีที่ผ่านมา Win Win WAR Thailand ปีที่ 2 ได้จัดโรดโชว์ไปยัง 8 มหาวิทยาลัยทั่วประเทศ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์โครงการ พร้อมรับสมัครผู้ที่มีความสนใจเข้าร่วมแข่งขัน โดยมีผู้สนใจเข้าร่วมกิจกรรมโรดโชว์ทั้งสิ้น 11,200 คน มีผู้สนใจส่งผลงานร่วมเข้าประกวด 1,843 ทีม และทีมที่คว้าเงินรางวัล 2 ล้านบาท สุดยอดนักธุรกิจแบ่งปัน Win Win WAR Thailand ปีที่ 2 ได้แก่ ทีมจับคู่ดูแลกัน (Buddy Home Care) จากจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นกิจการเพื่อสังคมที่ฝึกอบรมเยาวชนชาติพันธุ์กะเหรี่ยงเพื่อพัฒนาอาชีพเป็นผู้ดูแลผู้สูงอายุและผู้ป่วยติดเตียงโดยมีการนำแอปพลิเคชันมาใช้ในการควบคุมคุณภาพการให้บริการผู้สูงอายุให้สามารถช่วยเหลือตัวเองได้สูงสุด



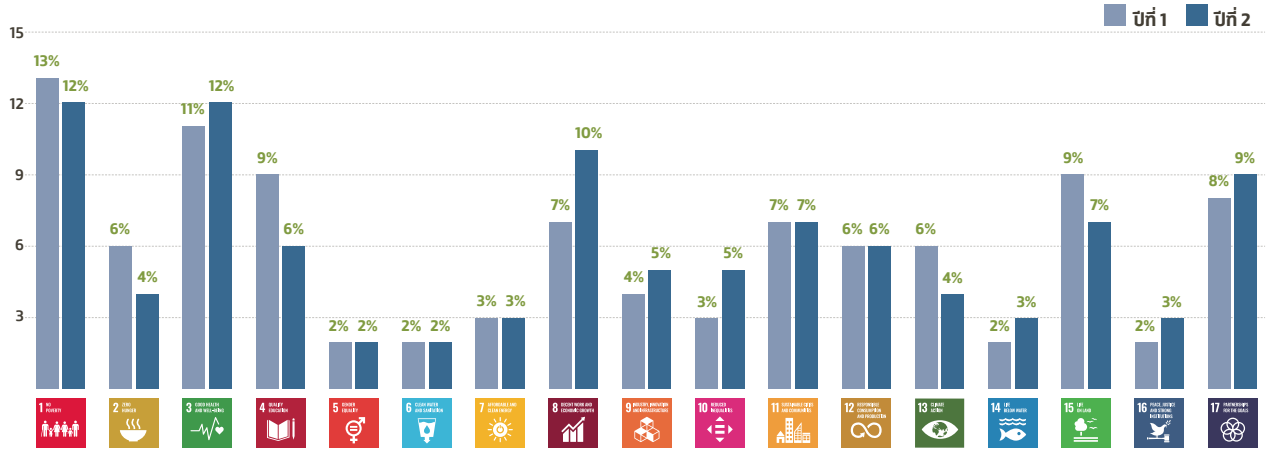


สำหรับ Win Win WAR Thailand ปีที่ 3 จะทำในรูปแบบออนไลน์ เป็นหลักเพื่อเข้าถึงกลุ่มเครือข่าย กลุ่มธุรกิจเพื่อสังคมและวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social business, social entrepreneurship & social enterprise) ในภูมิภาคอาเซียน รวมถึงผลักดันให้เกิดการขยายพื้นที่ของเครือข่ายกลุ่มธุรกิจเพื่อสังคมและวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยจัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.winwinwarthailand.com

ภาพรวมโครงการ

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2
ช่วงเวลา	มีนาคม - ธันวาคม 2561	มีนาคม 2562 – เมษายน 2563
ผู้ส่งเอกสารสมัครทั้งหมด (ทีม)	987	1,843
ผู้สมัครจริงทั้งหมด (ทีม)	864	1,059
ผู้สมัครเยาวชน	ร้อยละ 17 (146 ทีม)	ร้อยละ 33 (349 ทีม)
อายุเฉลี่ย	34	27.5

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติที่ผู้สมัครต้องการผลักดันมากที่สุด



		ปีที่ 1	ปีที่ 2
ออกอากาศ	รายการทีวี	12 ตอน	12 ตอน
	เรทติ้งเฉลี่ย	0.16	0.13
	รายการพิเศษ	1 ตอน (1 ชม./ตอน)	4 ตอน (30 นาที/ตอน)
	รายการสัมภาษณ์สด	ปากลำโพง 2 ครั้ง	• ข่าวเช้าอมรินทร์ 1 ครั้ง • ทุบโต๊ะข่าว 1 ครั้ง
	รายการอื่น ๆ		• 3 mins scoope • บันทึกเทปไทยเบฟ 2 times
กิจกรรมลงพื้นที่	กิจกรรม	14 ครั้ง • พูดสร้างแรงบันดาลใจ 2 ครั้ง • เวิร์คชอป (2 วัน) 1 ครั้ง • พูดคุยแบบ 1 ต่อ 1 10 ครั้ง • รายการมอบรางวัล 1 ครั้ง	18 ครั้ง • พูดสร้างแรงบันดาลใจ 1 ครั้ง • แบ่งปันประสบการณ์ 1 ครั้ง • คลินิกไอที 1 ครั้ง • เวิร์คชอป (3 วัน) 1 ครั้ง • พูดคุย 1 ต่อ 1 14 ครั้ง
	โรดโชว์ตามมหาวิทยาลัย	ไม่มี	• 8 มหาวิทยาลัย • 4 มหาวิทยาลัยโพลีเทคนิค • ผู้เข้าร่วมทั้งหมด 11,200 คน
ออนไลน์	รายการ	12 ตอน	12 ตอน
	คลิปสั้น (20 ผู้เข้ารอบสุดท้าย)	25 คลิป	25 คลิป
	คลิปพิเศษ	2 คลิป	• 6 รายการไลฟ์สด • รายการ Road to WAR 10 นาที 24 ครั้ง • สกู๊ปพิเศษ
	จำนวนแสดงโฆษณา	42 ล้าน	92.4 ล้าน
	จำนวนคนที่เห็นโฆษณา	37 ล้าน	42.3 ล้าน
	จำนวนคนที่มีส่วนร่วม	0.77 ล้าน	1.83 ล้าน
	เฟซบุ๊กไลฟ์ (ยอดคนที่เห็นโฆษณา)	0.12 ล้าน	2.46 ล้าน

การสร้างความร่วมมือในกลุ่มประเทศอาเซียนและนานาชาติ

Pitch@Palace ASEAN

ศูนย์ ซี อาเซียน สนับสนุนการจัดงาน Pitch@Palace ASEAN ซึ่งเป็นโครงการพระราชดำริในเจ้าชายแอนดรูว์ ดยุกแห่งยอร์ก ซึ่งจัดขึ้นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2557 ณ กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนผู้ประกอบการที่เริ่มต้นทำธุรกิจให้สามารถดำเนินงานได้อย่างรวดเร็วผ่านการนำเสนอแผนธุรกิจต่อหน้าผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด นักลงทุน และผู้เชี่ยวชาญจากทุกสาขาอาชีพ สร้างพื้นที่สำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ได้มีโอกาสในการพบกับนักลงทุนเพื่อต่อยอดธุรกิจของตน

ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงาน "Pitch@Palace ASEAN" โดยมีองค์กรเครือข่ายผู้ประกอบการระดับโลก (Global Entrepreneurship Network) ในประเทศไทย ร่วมกับ Pitch@Palace Global และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ภายในงานจัดให้มีการฝึกอบรมอย่างเข้มข้น (Boot Camp) และการนำเสนอรอบสุดท้ายเพื่อเฟ้นหาตัวแทนสุดยอดสตาร์ทอัพจากกลุ่มประเทศอาเซียน โดยเจ้าชายแอนดรูว์ ดยุกแห่งยอร์กจะเสด็จเข้าร่วมงาน

มีธุรกิจสตาร์ทอัพ 17 บริษัท
จากประเทศในกลุ่มอาเซียน
เข้ารอบชิงชนะเลิศระดับภูมิภาค

จำนวนผู้ส่งเข้าประกวดทั้งสิ้น
75 ทีม จาก **10 ประเทศอาเซียน**

ผู้ชนะเลิศอันดับ 1 ได้แก่ **TakeMeTour จากประเทศไทย**
อันดับ 2 ได้แก่ **Memori จากประเทศบรูไน**
อันดับ 3 ได้แก่ **Modern Lao Homes จากประเทศลาว**

รางวัล
People's Choice Award
ได้แก่ **HostAStay จากประเทศมาเลเซีย**



ทั้งนี้ ผู้ชนะที่ได้รับการโหวตคัดเลือกจะเป็นตัวแทนเข้าร่วมนำเสนอแผนธุรกิจรอบชิงชนะเลิศระดับโลกในงาน Pitch@Palace Global 4.0 ณ พระราชวังเซนต์เจมส์ กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร

ASEAN Youth Showcase 2020: Advancing Social Entrepreneurship

เป็นกิจกรรมต่อเนื่องจากโครงการ Young Southeast Asian Leaders Initiative (YSEALI) Summit 2019 โดย ศูนย์ ซี อาเซียน และ มูลนิธิสถาบันพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย (FINSEDT) ร่วมกับสถานกูตสหรัฐอเมริกาประจำประเทศไทย ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเครือข่ายกลุ่มคนรุ่นใหม่ในอาเซียนที่มีความมุ่งมั่นช่วยเหลือ สนับสนุน และพัฒนาชุมชนในประเทศบ้านเกิดของตนเอง ให้เยาวชนนำเสนอโครงการด้านความยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ได้ดำเนินการเสร็จแล้วในรูปแบบ Virtual Showcase ผ่านเฟซบุ๊กของศูนย์ ซี อาเซียน (C asean) ภายใต้หัวข้อ "Advancing Social Entrepreneurship" ซึ่งวัตถุประสงค์ในการจัดงานก็เพื่อให้เยาวชนในภูมิภาคนี้ขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อสังคม โดยมีหัวข้อที่น่าสนใจ คือ

- **Enriching skills:** เสริมสร้างทักษะผ่านกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยผู้เชี่ยวชาญ ที่ปรึกษา หรือเยาวชนที่เป็นผู้นำองค์กรเพื่อสังคม ซึ่งจะเน้นความเข้าใจการจัดการอุปสรรคในการทำธุรกิจเพื่อสังคม
- **Empowering the ideas:** คิดนอกกรอบ การไม่ปิดกั้นจะช่วยให้ไอเดียนั้นมีความสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับหัวข้อหลักของงานด้วย
- **Engaging the stakeholders:** รู้จักเครือข่ายของกลุ่มธุรกิจเพื่อสังคม ภาคประชาชน และภาครัฐในกลุ่มภูมิภาคนี้

ASEAN Youth Showcase 2020 เป็นงานที่รวบรวมเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 18 - 35 ปี จำนวน 150 - 200 คน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้นำองค์กรเพื่อสังคม ตัวแทนจากสถาบันการศึกษา รวมถึงภาคประชาชน ประชาสังคม และภาครัฐ ตลอดจนเยาวชนจากโครงการ YSEALI โดย 3 ทีมสุดท้ายที่ผ่านการพิจารณาคัดเลือกจากที่ประชุม YSEALI Summit 2019 จะได้รับทุนสนับสนุนการดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่องจากมูลนิธิสถาบันพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย (FINSEDT) โดยในปีที่ผ่านมา กิจกรรมนี้สามารถเพิ่มโครงการเพื่อสังคมในชุมชนบ้านเกิด เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนให้แก่ภูมิภาคอาเซียน จำนวน 3 โครงการ ใน 3 ประเทศ ประกอบด้วย โครงการ WeAble (Berdaya Bareng) ประเทศอินโดนีเซีย โครงการ Identify Identity ประเทศมาเลเซีย และโครงการ Sex (Z) ประเทศฟิลิปปินส์

ทั้งนี้ โครงการ WeAble (Berdaya Bareng) จากประเทศอินโดนีเซีย ได้รับรางวัล "The C asean Youth Social Entrepreneurship Award for the year 2020" ซึ่งเป็นพื้นที่ออนไลน์สำหรับกลุ่มคนพิการ (PSWDs) ในประเทศอินโดนีเซีย โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงประโยชน์ต่าง ๆ ให้แก่กลุ่มคนพิการ เพิ่มการเข้าถึงกลุ่มผู้พิการที่มีศักยภาพในด้านต่าง ๆ รวมถึงการจัดฝึกอบรมให้ความรู้เพื่อการประกอบอาชีพของกลุ่มคนพิการอย่างยั่งยืน โครงการนี้ยังได้เชื่อมต่อกลุ่มคนพิการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด เช่น องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน และพลเมืองชาวอินโดนีเซีย พร้อมสร้างการยอมรับในศักยภาพของกลุ่มคนพิการจากสังคมและบริษัทที่เข้าร่วมทำงานอีกด้วย









Fostering Sustainable Growth: Europe, Asean & UK (LSE)

ศูนย์ ซี อาเซียน สนับสนุนการจัดงาน "Fostering Sustainable Growth: Europe, ASEAN & UK" ซึ่งเป็นโครงการความร่วมมือระหว่าง London School of Economics และสมาคมศิษย์เก่า LSE Alumni Association Thailand ร่วมกันจัดขึ้นเพื่อขยายความร่วมมือระหว่างภูมิภาคอาเซียน สหภาพยุโรป และสหราชอาณาจักร ศิษย์เก่า LSE มีเครือข่ายทั่วโลก ที่มีผู้สร้างการเปลี่ยนแปลงและผู้นำที่มีความสามารถกว่า 150,000 คน โดยมีการจัดงานประจำปี เพื่อให้เครือข่ายแข็งแกร่งและมีส่วนร่วมกับศิษย์เก่าคนอื่น ๆ มีผู้บริหารและเครือข่าย LSE Alumni เข้าร่วมงานในครั้งนี้เป็นจำนวน 150 ท่าน





กิจกรรมในครั้งนี้ จัดขึ้นเมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2562 ณ โรงแรม แบงค็อก แมริออท มาร์คีส์ ควีนส์ปาร์ค กรุงเทพมหานคร โดยมี

- ดร.ศุภชัย พานิชภักดิ์ อดีตเลขาธิการ การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) และอดีตผู้อำนวยการใหญ่ องค์การการค้าโลก (WTO) ให้เกียรติเป็นองค์ปาฐกถา

- Dame Minouche Shafik, Director of London School of Economics, Prof. Simon Hix, นายกลินท์ สารสิน ประธานกรรมการหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และ ดร.สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ ประธานสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (Thailand Development Research Institute – TDRI) ร่วมวงเสวนา โดยมี รศ. ดร.ฐิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์ อาจารย์คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นผู้ดำเนินการอภิปราย


ワカメ



GRI 102-12, GRI 102-13, GRI 102-17, GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 403-3, GRI 403-4, GRI 403-5, GRI 404-2, GRI 412-1 416-1, GRI 417-1

ใส่ใจดูแลบุคลากร ลูกค้าและผู้บริโภค

ไทยเบฟให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่ของพนักงาน คู่ค้า ผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย และสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาไปสู่ความเป็นเลิศและความเป็นมืออาชีพ โดยให้การฝึกอบรมแก่ลูกค้าและคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ไทยเบฟสนับสนุนและเคารพความแตกต่าง มอบโอกาสไร้ขีดจำกัดให้กับพนักงาน ดูแลเอาใจใส่เพื่อความปลอดภัย และความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย

โอกาสไร้ขีดจำกัด 172
ความปลอดภัย อาชีวอนามัย สภาพแวดล้อมในการทำงาน และความผาสุกของพนักงาน 180
สิทธิมนุษยชน 186
การส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค 192
การบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า 196
การจัดหาอย่างยั่งยืน 204
การกำกับดูแลองค์กร และจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ 212



GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 404-2

โอกาสไร้ขีดจำกัด

ไทยเบฟเชื่อว่าความสุขและความก้าวหน้าของพนักงานเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ส่งเสริมให้พนักงานอยู่กับองค์กรได้ยาวนาน เพื่อเสริมสร้างองค์กรให้แข็งแกร่งจากภายใน ไทยเบฟมีความตั้งใจในการสร้างความเป็นหนึ่งเดียวกัน (Oneness) โดยมอบโอกาสให้พนักงานได้ก้าวหน้าในสายอาชีพ ได้เรียนรู้ พัฒนาทักษะ และแสดงศักยภาพในด้านต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จร่วมกัน เป็นผลให้พนักงานของไทยเบฟเป็นบุคลากรที่มีความสามารถและทำงานอย่างมีความสุขอยู่กับองค์กรอย่างยาวนาน

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

เพื่อสร้างความแข็งแกร่งของบุคลากรควบคู่ไปกับการสร้างความเป็นหนึ่งเดียวภายในองค์กร และเตรียมความพร้อมให้พนักงานก้าวหน้าไปพร้อมการเปลี่ยนแปลง ไทยเบฟได้กำหนด 7 ยุทธศาสตร์ในการบริหารจัดการบุคลากร ดังนี้

7 ยุทธศาสตร์ในการบริหารจัดการบุคลากร



ยุทธศาสตร์ที่ 1: โครงสร้างและบทบาทที่ชัดเจน

- ปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ของงานแต่ละตำแหน่ง เพื่อบรรลุเป้าหมายและวิสัยทัศน์ 2020 และ PASSION 2025
- ขยายการพัฒนาสมรรถนะ (Competency) และเส้นทางอาชีพ (Career Path) ในกลุ่มงาน (Job Family) ให้สอดคล้องกับการออกแบบโครงสร้างและบทบาทการบริหารของไทยเบฟ



ยุทธศาสตร์ที่ 2: ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่แข่งขันได้กับตลาด

- บริหารและวิเคราะห์ค่าจ้าง ค่าตอบแทน และสวัสดิการ เพื่อสร้างเป็นมาตรฐานที่เหมาะสมในทุกบริษัทของกลุ่มไทยเบฟ โดยให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงานและความต้องการของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง



ยุทธศาสตร์ที่ 3: การบริหารผลการดำเนินงานที่โดดเด่น

- สร้างระบบบริหารผลการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างครอบคลุม ขยายช่องทางการเข้าใช้งาน เพื่อตอบโจทย์พนักงานในแต่ละช่วงอายุ
- การประเมินผลอย่างเป็นธรรม รวมถึงการวางแผนพัฒนาทักษะ เพื่อให้พนักงานมีศักยภาพ ทำงานได้ตามเป้าหมายที่ตนได้วางไว้ ส่งเสริมการมีผลงานให้เป็นเลิศ



ยุทธศาสตร์ที่ 4: การพัฒนาพนักงานแบบองค์รวม

- ส่งเสริมให้พนักงานเกิดการพัฒนาตนเอง ผ่านการเรียนรู้ในรูปแบบ 70: 20:10 รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาทักษะให้แก่บุคลากรในด้านเทคโนโลยีดิจิทัล การใช้แผนการพัฒนารายบุคคล (IDP) และโปรแกรมการติดตามความก้าวหน้าทางอาชีพของพนักงาน



ยุทธศาสตร์ที่ 5: การบริหารผู้สืบทอดตำแหน่งและบุคลากรเชิงรุก

- ยกระดับการเตรียมความพร้อมของพนักงานและผู้บริหารในการสืบทอดตำแหน่ง ให้มีความพร้อมและความสามารถ ทันกับการเติบโตของธุรกิจ และเสริมสร้างความยั่งยืนขององค์กร



ยุทธศาสตร์ที่ 6: การสรรหาพนักงานที่มีศักยภาพและการดูแลพนักงานใหม่

- พัฒนากระบวนการค้นหา และคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และทักษะที่เหมาะสมเพื่อเข้ามาปฏิบัติงานในตำแหน่งงานตามที่องค์กรต้องการ รวมถึงดึงดูดพนักงานรุ่นใหม่ ที่มีความคล่องตัวและสามารถปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลได้เป็นอย่างดี



ยุทธศาสตร์ที่ 7: การส่งเสริมวัฒนธรรมที่สร้างความผูกพันต่อองค์กร

- สร้างความรู้ ความเข้าใจ ความผูกพัน และความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เสริมสร้างความเป็นหนึ่งเดียว (Oneness) ผ่านค่านิยมของกลุ่มไทยเบฟ รวมถึงกระตุ้นการมีส่วนร่วมของพนักงานอย่างต่อเนื่อง ให้เกิดพฤติกรรมที่เหมาะสมตามค่านิยมองค์กร

WOW Awards

ไทยเบฟได้จัดการประกวดโครงการภายใต้ชื่อ WOW Awards เพื่อส่งเสริมให้พนักงานนำหลักการ WOW (Way of Work) มาใช้ในการทำงาน ซึ่งปีนี้เป็นปีที่ 3 โดยจัดขึ้นเพื่อเป็นเวทีให้กับพนักงานได้นำเสนอโครงการที่มีแนวคิดหรือรูปแบบและกระบวนการทำงานใหม่ที่สามารถพัฒนาองค์กรได้ เช่น การลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิผล สร้างวัฒนธรรมในมุมมองจากพนักงาน ซึ่งผู้ที่เข้ารอบสุดท้ายจะมีโอกาสได้นำเสนอโครงการต่อหน้าผู้บริหารระดับสูง และในปี 2563 นี้ ไทยเบฟได้พัฒนาการประกวดในระดับโลกเพื่อสนับสนุนการแข่งขันของบริษัทหรือหน่วยงานที่อยู่ต่างประเทศและเป็นการสร้างความผูกพันกับองค์กรผ่านชุมชนทั่วโลก โดยปรับรูปแบบเป็นการประกวดผ่านระบบออนไลน์ (Virtual Competition) เนื่องจากสถานการณ์โควิด ผู้เข้าแข่งขันจากประเทศอื่น ๆ ไม่สามารถเดินทางมาเข้าร่วมได้ ทั้งนี้ ไทยเบฟมุ่งหวังที่จะเห็นผลลัพธ์จากวิถีและกระบวนการทำงานรูปแบบใหม่ภายใต้ 3 แนวคิด คือ

- **Generate Insights:** วิถีการทำงานที่จะทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลสำคัญ สร้างความเข้าใจอย่างถ่องแท้ ตอบโจทย์ธุรกิจ
- **Spark Inspirations:** วิถีการทำงานที่กระตุ้นให้เกิดแรงบันดาลใจ สามารถนำไปต่อยอดและนำไปปฏิบัติได้จริง และ
- **Drive Impacts:** วิถีการทำงานที่ส่งผลกระทบในวงกว้างอย่างมีนัยสำคัญ นำมาซึ่งประโยชน์แก่องค์กร หน่วยงาน และเพื่อนพนักงานในครอบครัวไทยเบฟ



ในปี 2563 ได้มีการเพิ่มรางวัลด้านความยั่งยืน โดยมุ่งหวังให้พนักงานผู้เข้าร่วม และกรรมการ มีความเข้าใจถึงความยั่งยืนมากขึ้น โดยผู้เข้าแข่งขันต้องนำเสนอโครงการของตัวเองในด้านการพัฒนาความยั่งยืน (เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และศิลปวัฒนธรรม) ทั้งในมุมของไทยเบฟและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยอ้างอิงเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (UN SDGs)

การมีส่วนร่วมของพนักงาน

ไทยเบฟมีเป้าหมายในการเป็นองค์กรที่ดีที่สุดระดับโลก และให้ความสำคัญกับการสำรวจความผูกพันของพนักงานเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นหนึ่งในช่องทางที่ไทยเบฟสามารถรับฟังเสียงของพนักงานได้ดีที่สุด เพื่อนำเอาผลสำรวจไปวิเคราะห์เชิงลึก เพื่อจัดทำแผนการปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อเพิ่มระดับความผูกพันของพนักงานต่อไทยเบฟ รวมถึงเสริมสร้างความเป็นหนึ่งเดียว และสามารถดูแลพนักงานได้อย่างรอบด้านและมีประสิทธิภาพ (ทั้งเรื่องการทำงาน ความเป็นอยู่ โอกาส ฯลฯ) โดยในปีนี้ไทยเบฟได้ผลลัพธ์สูงขึ้นจากปีก่อนหน้าอย่างมีนัยสำคัญจากร้อยละ 69 เป็นร้อยละ 85 จากความพยายามและความร่วมมือของทุกส่วน ซึ่งถือว่าเป็นระดับขององค์กรชั้นนำ



ระดับความผูกพันของพนักงาน
ในปีนี้ไทยเบฟได้ผลลัพธ์สูงขึ้นจากปีก่อนอย่างมีนัยสำคัญ
จากร้อยละ 69 >> เป็นร้อยละ 85
ซึ่งถือว่าเป็นระดับขององค์กรชั้นนำ

ไทยเบฟได้พัฒนาแอปพลิเคชัน Beverest Life ซึ่งสามารถสำรวจความผูกพันของพนักงานผ่านระบบออนไลน์ โดยแบ่งการวัดผลเป็นสองด้านคือ

1. การมีส่วนร่วมด้วยหลักการ Say Stay Strive เพื่อพัฒนาแผนและกระบวนการสร้างความผูกพันให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง
    - **Say** – พนักงานพร้อมที่จะพูดถึงสิ่งดี ๆ เกี่ยวกับองค์กรให้ผู้อื่นรับฟัง
    - **Stay** – พนักงานมีความผูกพันกับองค์กรและจะอยู่กับองค์กรในระยะยาว
    - **Strive** – พนักงานมีความมุ่งมั่นและทุ่มเทที่จะทำงานอย่างสุดความสามารถเพื่อองค์กร



2. ความรู้สึกของพนักงานที่มีต่อตัวชี้วัดและหัวข้อต่าง ๆ เช่น วิสัยทัศน์องค์กร การดูแลความปลอดภัยและความเป็นอยู่ที่ดี ความมีคุณค่าของงาน ผู้บังคับบัญชา การสื่อสารภายใน เงินเดือนและสวัสดิการ และอื่น ๆ



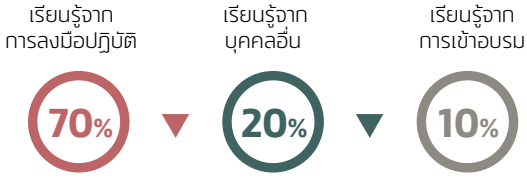
เตรียมพร้อมสำหรับอนาคตผ่านประสบการณ์ดิจิทัล

ไทยเบฟได้มุ่งเน้นการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อการสร้างสรรค์และแบ่งปันอย่างยั่งยืนในด้านความผาสุกของพนักงานและเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับพนักงานทุกเพศทุกวัยอย่างต่อเนื่อง โดยมีจุดประสงค์เพื่อสร้างความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการทำงาน และด้วยสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ไทยเบฟได้เปลี่ยนมาใช้ระบบ Work from Home (WFH) หรือทำงานที่บ้าน โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานจากที่บ้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การใช้อุปกรณ์ดิจิทัล Zoom หรือ MS TEAM เพื่อให้การทำงานและการประชุมเป็นไปอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ไทยเบฟยังนำเอาระบบดิจิทัลเช็กอิน เพื่อให้พนักงานลงเวลาการทำงาน รวมถึงเป็นการติดตามดูแลพนักงานที่อาศัยหรือจำเป็นต้องเดินทางในพื้นที่เสี่ยง อีกทั้งระบบดิจิทัลเช็กอินนี้ยังได้นำมาปรับใช้ในการกลับเข้าทำงานในสำนักงานและโรงงานต่าง ๆ เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของโรคโควิด-19 จากการสัมผัสอุปกรณ์สแกนลายนิ้วมือในการเข้าทำงาน หรือในกรณีฉุกเฉิน สามารถใช้ติดตามกลุ่มเสี่ยงของการแพร่กระจายของโรคโควิด-19 ได้อีกด้วย

การพัฒนาความก้าวหน้าในสายอาชีพ

ไทยเบฟได้ออกแบบกลุ่มงานตามสายอาชีพ เปิดโอกาสให้พนักงานมีความก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนกับองค์กร วางแผนเส้นทางในอาชีพการทำงานของตน รวมถึงการพัฒนาศักยภาพสำหรับพนักงาน และการให้ความใส่ใจในการทำแผนพัฒนารายบุคคล เพื่อให้พนักงานได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบ มีความรู้ ความสามารถ และคุณลักษณะ พร้อมที่จะเติบโตอย่างก้าวหน้าในสายอาชีพตามที่มุ่งหวังต่อไป ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. **พัฒนาบุคลากรและสร้างโอกาสให้กับพนักงาน**
   เพื่อพัฒนาศักยภาพให้ทำหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพและได้รับโอกาสที่เหมาะสมในการเติบโตในองค์กร โดยแบ่งพนักงานออกเป็น 3 ระดับคือ ระดับพนักงานปฏิบัติการ (Spring & Streams) ระดับผู้บริหาร (River) และกลุ่มผู้บริหารระดับสูง (Ocean) โดยใช้หลักการพัฒนาศักยภาพของพนักงานในรูปแบบ 70:20:10 คือ



โดยมีการแบ่งเป็นโปรแกรมการพัฒนา 4 ประเภท

โปรแกรมพัฒนาสมรรถนะหลัก (Core Competency)	โปรแกรมพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงาน (General Skills)
การอบรมหลักสูตรตามสายงาน (Functional Competency Development)	โปรแกรมด้านการพัฒนาภาวะผู้นำ (Leadership Competency)

2. **วัดผลของการพัฒนาบุคลากร**
   ด้วยการใช้แนวทางการวัดประสิทธิผลการเรียนรู้จากการอบรมพนักงานของเคิร์กแพทริก (Kirkpatrick Model) โดยดำเนินการพัฒนาศักยภาพผู้นำสำหรับพนักงานที่มีศักยภาพโดดเด่นผ่านโปรแกรมการเรียนรู้ตามระดับงานต่าง ๆ ตั้งแต่ผู้บริหารในระดับสูงจนถึงพนักงานระดับหัวหน้างาน

3. **จัดทำแผนพัฒนาพนักงานรายบุคคล** (Individual Development Plan : IDP)
   จัดทำร่วมกับพนักงานครอบคลุมร้อยละ 100 ของพนักงานในระดับ 4 ขึ้นไป เพื่อปรับปรุงจุดอ่อนและเสริมสร้างจุดแข็ง สำหรับการเตรียมความพร้อมให้พนักงานที่จะก้าวไปสู่ระดับงานที่สูงขึ้นในสายอาชีพของตน พร้อมทั้งมีโปรแกรมติดตามความก้าวหน้าของแผนพัฒนาพนักงานรายบุคคล เพื่อให้แน่ใจว่า แผนพัฒนาจะถูกดำเนินการอย่างจริงจังและบรรลุผลสำเร็จโดยไทยเบฟสามารถทำได้ร้อยละ 100 ตามเป้าที่วางแผนไว้

ในการจัดทำแผนพัฒนารายบุคคลของพนักงานในกลุ่มสายงานมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเส้นทางสายอาชีพและสมรรถนะตามสายงานที่ได้กำหนดไว้
2. ทำการประเมินสมรรถนะตามสายอาชีพ เพื่อระบุช่องว่างการพัฒนา (Competency Gap)
3. จัดทำแผนการพัฒนารายบุคคลตามผลการประเมินรวมถึงเป้าหมายในสายอาชีพที่พนักงานวางไว้ผ่านระบบ Beverest ซึ่งเป็นระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคลของไทยเบฟ

สำหรับพนักงานทุกระดับในกลุ่มงานอื่น ๆ ได้มีการจัดทำแผนพัฒนารายบุคคลเช่นกัน โดยให้ระดับหัวหน้าได้จัดทำแผนพัฒนารายบุคคลในระบบ Beverest ทำให้สามารถติดตามและตรวจสอบความก้าวหน้าของแผนพัฒนาได้

4. **โปรแกรมพัฒนาพนักงานตามสายอาชีพ** (Functional Training Program)
   ในปี 2562 หลังจากที่ได้ออกแบบและเปิดใช้งานสำหรับพนักงานจำนวน 3 กลุ่มงาน คือ สายงานขาย สายงานการเงินและบัญชี และสายงานทรัพยากรมนุษย์ โดยครอบคลุมถึงการสร้างโอกาสในการพัฒนาสายอาชีพทั้งหมดกว่า 5,400 คน



สร้างโอกาสในการพัฒนาสายอาชีพทั้งหมดกว่า

5,400 คน

โครงการพัฒนาบุคลากรศักยภาพสูง

โปรแกรมการพัฒนาศักยภาพรูปแบบต่าง ๆ ที่ได้รับการออกแบบเพื่อส่งเสริมและต่อยอดให้บุคลากรในแต่ละระดับได้เติบโตในไทยเบฟโดยการยึดหลักพนักงานหรือผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (Learner Centric) รวมถึงเพิ่มเติมความรู้ทางธุรกิจและส่งเสริมภาวะความเป็นผู้นำให้พนักงานมีทักษะในการทำงานเพิ่มมากขึ้น โดยใช้หลักการพัฒนาศักยภาพในรูปแบบ 70:20:10 และการเรียนรู้ผ่านการลงมือทำด้วยการนำเสนอโครงการที่ตอบโจทย์ทางธุรกิจ (Action-Learning Project) ซึ่งเป็นเวทีให้พนักงานได้นำเสนอไอเดียที่จะส่งเสริมธุรกิจให้บรรลุวิสัยทัศน์ของไทยเบฟ ตลอดจนทำให้ผู้บริหารระดับสูงเห็นศักยภาพของพนักงาน ก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพมากกว่าการเรียนรู้ในห้องเรียนแต่เพียงอย่างเดียว เช่น โครงการ Supervisory Development Program (SDP), Management Development Program (MDP), ASEAN Management Development (AMD), Senior Executive Development Program (SEDP) ที่ผู้บริหารระดับสูงจะเข้าร่วมในการนำเสนอและให้ข้อเสนอแนะ เพื่อต่อยอดในการนำกรณีศึกษามาประยุกต์ให้สามารถนำมาปฏิบัติได้จริง

นอกจากนี้ ไทยเบฟยังได้พัฒนาคู่มือการพัฒนาสมรรถนะความเป็นผู้นำ (Leadership Competency Development Guidebook) ให้กับพนักงานเพื่อช่วยในการคัดเลือกกิจกรรมการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาศักยภาพแบบ 70:20:10 ขณะเดียวกัน เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับแผนการพัฒนารายบุคคล (IDP) ของพนักงาน





เป้าหมายเพื่อมุ่งสู่วิสัยทัศน์ PASSION 2025

เพื่อเตรียมความพร้อมมุ่งหน้าสู่เป้าหมายในปี 2568 ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมากของเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบอัตโนมัติ ไทยเบฟจำเป็นต้องมีการพัฒนาและเตรียมพร้อมศักยภาพของพนักงานเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงนั้นโดยผ่านกระบวนการพัฒนาทักษะสองด้าน คือ การสร้างทักษะ (ReSkill) และการเสริมทักษะ (UpSkill)

การสร้างทักษะ (ReSkill)

การสร้างทักษะใหม่ให้เข้ากับโลกปัจจุบันและเตรียมรับมือโลกในอนาคต โดยปรับเปลี่ยนทักษะการทำงานเพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กรและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว

- เพิ่มเติมทักษะพื้นฐานและเตรียมทักษะใหม่ที่จำเป็นในการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัลให้กับพนักงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงองค์กรสู่อนาคตในยุคดิจิทัล
- งานที่ใช้แรงงานคน ปรับเปลี่ยน เพิ่มพูนทักษะของบุคลากรให้เป็นการควบคุมการทำงานด้วยเทคโนโลยี
- บุคลากรที่อาจมีความเสี่ยงในความมั่นคงสายอาชีพเนื่องจากงานที่อาจเปลี่ยนไปตามกลยุทธ์องค์กร อาจต้องเพิ่มเติมทักษะความสามารถใหม่ที่สามารถสร้างผลงานในองค์กรต่อไปได้

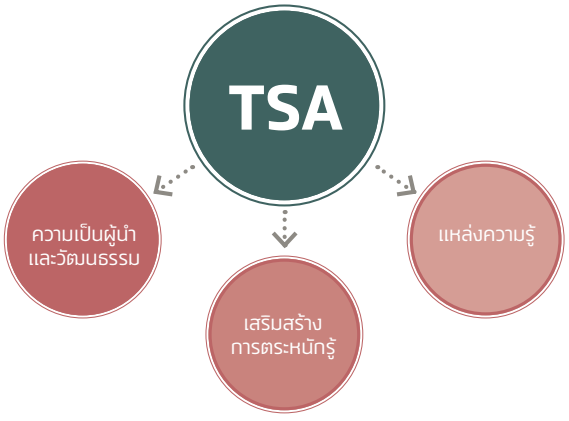
การเสริมทักษะ (UpSkill)

การเสริมทักษะความเชี่ยวชาญในเนื้องานเดิมให้ทันกับโลกยุคปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบโจทย์ทางธุรกิจขององค์กรและสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ

- พัฒนาศักยภาพการทำงานในระดับภูมิภาค/ระดับโลกให้มากขึ้น เนื่องจากองค์กรมีการขยายตัวทางธุรกิจสู่ต่างประเทศ นอกเหนือจากในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง
- พัฒนาทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและระบบอัตโนมัติให้ดีขึ้น เช่น การติดต่อสื่อสาร ปฏิสัมพันธ์ แบ่งปันข้อมูลข่าวสารผ่านเครื่องมือดิจิทัล หรือการป้องกันข้อมูลและตัวตนแบบดิจิทัล

สถาบันวิทยาการด้านความยั่งยืนของไทยเบฟ (ThaiBev Sustainability Academy หรือ TSA)

เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2562 ด้วยพันธกิจหลักคือ สร้างวัฒนธรรมส่งเสริมการเรียนรู้ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน และเพิ่มพูนความสามารถให้แก่พนักงานของกลุ่มธุรกิจไทยเบฟทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศให้ดำเนินงานอย่างยั่งยืน รวมถึงขยายขอบเขตด้านการพัฒนาความยั่งยืนให้ครอบคลุมห่วงโซ่คุณค่าขององค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของไทยเบฟ โดยสถาบันฯ ได้ดำเนินกิจกรรมด้านวิชาการเกี่ยวกับการพัฒนาความยั่งยืน เช่น การฝึกอบรม หลักสูตรต่าง ๆ การประชุมวิชาการ การสัมมนา รวมถึงการจัดประเมินความรู้ด้านการพัฒนาความยั่งยืนให้กับพนักงาน



แบ่งปันคุณค่า

"หน้าที่หลักของสถาบันฯ คือการพัฒนาขีดความสามารถด้านความยั่งยืนของทุกคนอย่างยั่งยืน"

โฆษิต สุขสิงห์
รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่
บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)



เป้าหมายของสถาบันวิทยาการด้านความยั่งยืนของไทยเบฟ

สถาบันวิทยาการด้านความยั่งยืนของไทยเบฟมุ่งเน้นงานด้านการส่งเสริมแนวทางความยั่งยืนขององค์กรกลุ่มไทยเบฟ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาพนักงานและผู้บริหารของบริษัทในกลุ่มไทยเบฟให้มีความสามารถในการประเมินตนเอง มีความรอบรู้ในการแก้ปัญหาด้านการพัฒนาความยั่งยืนเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย ทั้งด้านธุรกิจ สิ่งแวดล้อม สังคมและศิลปวัฒนธรรม สอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ







สถาบันฯ จัดการเรียนการสอนทั้งในรูปแบบในห้องเรียน วีดิทัศน์ พร้อมทั้งมีการวิเคราะห์และประเมินผลของผู้เรียนผ่านแบบทดสอบ

แนวทางการดำเนินงาน 2563-2568



1
การสร้างรากฐานการศึกษา



2
การสร้างคุณค่าเพิ่ม



3
การพัฒนาเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน

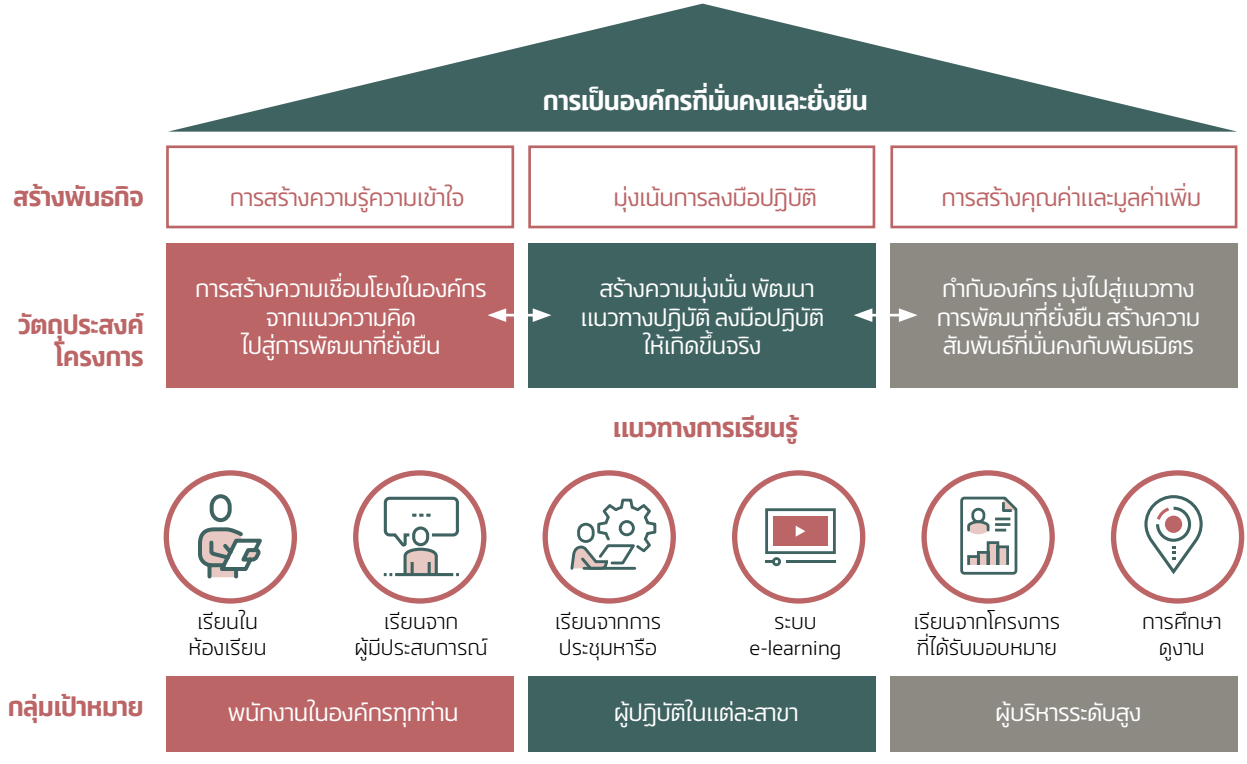


4
เป็นผู้นำด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ของสถาบันวิทยาการด้านความยั่งยืนของไทยเบฟ

1. การวางแนวทางและความมุ่งมั่นที่ชัดเจนในการพัฒนาความยั่งยืนของพนักงานในกลุ่มไทยเบฟ
2. ศึกษาและสำรวจผลกระทบจากแนวโน้มอนาคตในด้านความยั่งยืนจากกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ
3. สร้างสรรค์และแบ่งปันประโยชน์จากความร่วมมือจากเหล่าพันธมิตรทางธุรกิจขององค์กร

โครงสร้างหลักสูตรของสถาบันวิทยาการด้านความยั่งยืนของไทยเบฟ



สถาบันวิทยาการด้านความยั่งยืนของไทยเบฟออกแบบและพัฒนาหลักสูตรด้านการพัฒนาความยั่งยืนทั้งในด้านกระบวนการคิด ทักษะ และการปฏิบัติงาน โดยมุ่งหวังให้พนักงานในกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ เกิดการเรียนรู้ เข้าใจ และสามารถเข้าถึงเนื้อหาในบริบทด้านความยั่งยืนของไทยเบฟและการพัฒนาในระดับสากล รวมทั้งสามารถนำหลักแนวคิดด้านความยั่งยืนที่ได้ไปใช้ในการปฏิบัติงานจริง เพื่อพัฒนางานของตนเอง สร้างความเปลี่ยนแปลงให้แก่องค์กร บุคลากรและเพื่อนร่วมงาน ส่งเสริมการบรรลุเป้าหมาย และการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน

สถาบันฯ ใช้แนวคิดในการจัดการเรียนการสอน โดยเน้นผู้เรียนเป็นหัวใจสำคัญ โดยจัดรูปแบบการเรียนออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. **กลุ่มพนักงานทั่วไป (Individual Contributor)**
   คือ พนักงานทุกระดับที่มีความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการพัฒนาด้านความยั่งยืน เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ และมีทักษะในระดับที่ทำงานได้ด้วยตนเอง มีความรับผิดชอบ สามารถสร้างผลงานตามที่องค์กรคาดหวัง

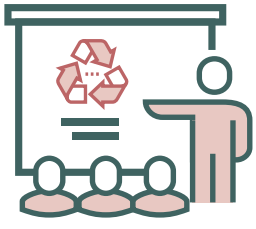
2. **กลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านความยั่งยืน (Practitioner)**
   คือ กลุ่มพนักงานทุกระดับงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านการพัฒนาความยั่งยืนในแผนกของตนโดยตรง เป็นผู้ปฏิบัติงานและดำเนินงานตามเป้าหมายด้านความยั่งยืนขององค์กร

3. **กลุ่มผู้บริหาร (Executive)**
   เป็นกลุ่มที่สามารถสร้างการขับเคลื่อนกลยุทธ์ทางธุรกิจให้เกิดขึ้นภายในองค์กรเพื่อสร้างมูลค่าให้กับกลุ่มไทยเบฟได้อย่างยั่งยืน

ผลการดำเนินงานในปี 2563

ในปี 2563 เป็นปีแรกที่สถาบันฯ ได้จัดการเรียนการสอนด้านการพัฒนาความยั่งยืนให้กับพนักงานและผู้บริหารของบริษัทต่าง ๆ ในกลุ่มไทยเบฟจำนวน 10,162 คน รวมถึงการจัดการอบรม สัมมนา และการจัดทดสอบความรู้ความเข้าใจด้านความยั่งยืนให้กับพนักงาน

สถาบันฯ ร่วมมือกับสถาบัน ThaiBev Training ซึ่งเป็นศูนย์ฝึกอบรมพนักงานกลุ่มไทยเบฟ เพื่อใช้แหล่งการเรียนรู้ (Learning Platform) ของระบบการจัดการเรียนรู้ (Learning Management System) ที่อยู่ในแพลตฟอร์มระดับสากลมาประยุกต์ใช้ภายในองค์กรในชื่อระบบ Beverest จุดประสงค์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและมีฐานข้อมูลจัดเก็บรายละเอียดข้อมูลการพัฒนาบุคลากรของพนักงานแต่ละคนตั้งแต่วันแรกเข้าจนถึงการทำงานและปรับปรุงข้อมูลการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง



พนักงานจำนวน
10,162 คน
ได้รับการฝึกอบรมในด้านการพัฒนาความยั่งยืนในปี พ.ศ. 2563

ชุมชนคนเก่งของไทยเบฟ (Communities of Practice)

จากประสบการณ์กว่า 10 ปีในด้านการพัฒนาความยั่งยืนของไทยเบฟ รวมถึงประสบการณ์จากการได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิก DJSI ดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices) ประเภทกลุ่มดัชนีตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets) เป็นปีที่ 5 ประเภทกลุ่มดัชนีโลก (World Index) เป็นปีที่ 4 และเป็นผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม (Industry Leader) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ติดต่อกัน ไทยเบฟจึงมีพนักงานหมุนเวียนกันมาปฏิบัติหน้าที่อยู่ในคณะทำงานด้านความยั่งยืน รวมถึงการทำงานในโครงการต่าง ๆ ด้านการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร โดยมีพนักงานและผู้บริหารมากกว่า 1,000 คน ร่วมกันคิดและสร้างสรรค์ แลกเปลี่ยนและแบ่งปันความรู้ร่วมกัน เพื่อยกระดับความรู้ให้เป็นแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศของไทยเบฟ (ThaiBev's Best Practices) เพื่อนำมาใช้ออกแบบและพัฒนาเป็นหลักสูตรของสถาบัน รวมถึงนำมาใช้พัฒนาโครงการต่าง ๆ ขององค์กรและเผยแพร่ความรู้ในองค์กรให้กับพนักงานต่อไป

สถาบันฯ มีแผนจะขยายขอบเขตสมาชิกของกลุ่มชุมชนคนเก่ง (Community of Practice) ไปในองค์กรอื่น ๆ ที่อยู่ในและนอกกลุ่มไทยเบฟที่อยู่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยทำงานร่วมกับเครือข่ายและพันธมิตร ชุมชน ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านจากทั่วโลก เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ผ่านการประชุมเชิงปฏิบัติการและการเยี่ยมชมสถานที่ปฏิบัติการ เป็นการตอกย้ำว่าไทยเบฟเป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญและส่งเสริมพนักงานในการเรียนรู้และการพัฒนาที่ยั่งยืน มีความมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์ แสดงออกและแบ่งปันคุณค่าของการเติบโตตามวิสัยทัศน์ 2025

เป้าหมายเพื่อมุ่งสู่วิสัยทัศน์ PASSION 2025



1. การเสริมสร้างศักยภาพของพนักงานในด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน

วิธีการ
- วางโครงสร้างเนื้อหา การเรียนแบบ Modules
- ใช้ตัวชี้วัดจาก Training Need Analysis

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ
- องค์ความรู้ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนที่ดีขึ้น
- ได้สร้างความร่วมมือกับผู้ปฏิบัติทุกภาคส่วน



2. การสร้างความร่วมมือเพื่อการศึกษาร่วมกับสถาบัน

วิธีการ
- เชื่อมโยงแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดจากภายนอกและภายในองค์กร
- นำองค์ความรู้ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนมาพัฒนาและต่อยอด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ
- แหล่งรวมองค์ความรู้ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน
- สร้างสรรค์และแบ่งปันองค์ความรู้ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน



3. การสร้างชุมชนคนเก่งด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน

วิธีการ
- พัฒนาสร้างเครือข่ายผู้ปฏิบัติด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน
- แลกเปลี่ยนองค์ความรู้เชิงลึกด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ
- พัฒนาผู้ปฏิบัติ และองค์ความรู้ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน
- สร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน







GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 403-1, GRI 403-3, GRI 403-4, GRI 403-5, GRI 403-6, GRI 404-2

ความปลอดภัย อาชีวอนามัย สภาพแวดล้อมในการทำงาน และความผาสุกของพนักงาน

ไทยเบฟใส่ใจในการกำหนดแนวทางและระบบบริหารจัดการด้านความปลอดภัย ให้สอดคล้องกับกฎหมาย และมาตรฐานสากลเพื่อความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานสำหรับพนักงาน คู่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ด้วยมาตรการป้องกันความเสี่ยงซึ่งอาจเกิดขึ้นจากอุบัติเหตุ การบาดเจ็บ และการเจ็บป่วยจากการทำงาน พร้อมส่งเสริมให้มีการปรับปรุงสภาพแวดล้อม ในการทำงานให้เหมาะสมต่อสภาพร่างกายจิตใจของพนักงานและถูกสุขลักษณะ เพื่อคุณภาพชีวิตในการทำงานและสุขภาพที่ดีของพนักงาน

ภารกิจสำคัญ

การดูแลความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน

ไทยเบฟกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย สภาพแวดล้อมในการทำงานให้ครอบคลุม 4 ด้าน ดังนี้

1. **ด้านความปลอดภัย**
   - มีการตรวจสอบมาตรฐานด้านความปลอดภัยอย่างต่อเนื่องในทุกพื้นที่ปฏิบัติการ โดยมีคณะทำงานความปลอดภัยจากส่วนกลาง ออกพื้นที่ตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัยของบริษัทในกลุ่มไทยเบฟ ทั้งในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัด รวมถึงบริษัทในกลุ่มไทยเบฟในต่างประเทศ อาทิ สิงคโปร์ มาเลเซีย และเมียนมา
   - จัดอบรมด้านความปลอดภัยต่าง ๆ เช่น การอบรมเรื่องการดับเพลิง การอบรมความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน การเตรียมการด้านความปลอดภัยในแต่ละวันก่อนเริ่มดำเนินงานในโรงงานต่าง ๆ การอบรมมาตรฐานอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ISO 45001 การอบรมเจ้าหน้าที่ด้านความปลอดภัยในกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ รวมถึงการอบรมด้านการขับขี่อย่างปลอดภัยบนท้องถนนให้กับพนักงานในสำนักงานที่มียานพาหนะส่วนตัว
   - สร้างระบบการจัดเก็บข้อมูลใหม่และรวบรวมข้อมูลด้านความปลอดภัยของบริษัทในกลุ่มไทยเบฟไว้ในฐานข้อมูลเดียวกัน โดยครอบคลุมการเก็บข้อมูลความปลอดภัยรอบด้านตามมาตรฐานการรายงานของ Global Reporting Initiative (GRI) พร้อมทั้งทำการวิเคราะห์และรายงานผลตัวชี้วัดด้านความปลอดภัยแยกตามบริษัทและรวมตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มั่นใจว่ามีการตรวจสอบและติดตามผลการดำเนินงานได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ทันท่วงทีตามเป้าหมายของหน่วยงานที่กำหนดขึ้น พร้อมทั้งจัดให้มีการรายงานผลการปฏิบัติงาน ด้านความปลอดภัยตามสายงานไปถึงผู้บริหารสูงสุดของหน่วยงานอย่างสม่ำเสมอ

2. **ด้านอาชีวอนามัย**
   ให้การดูแลพนักงานด้านสุขภาพและอนามัยด้วยมาตรฐานความสะอาดและอุปกรณ์ป้องกันที่ดี พร้อมกับจัดอบรมและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความแข็งแรงของร่างกาย โดยแบ่งเป็น 5 หมวดหลัก ดังนี้

   - **ดูแล**–ไทยเบฟใส่ใจดูแลพนักงานในด้านสุขภาพและอนามัย โดยการจัดให้มีแพทย์และพยาบาลประจำห้องพยาบาลเพื่อให้บริการตรวจรักษาและให้การปรึกษาด้านสุขภาพแก่พนักงาน รวมถึงการทำข้อตกลงกับสถานพยาบาลเพื่อนำพนักงานที่บาดเจ็บหรือเจ็บป่วยเข้ารับการรักษาพยาบาลได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ตลอด 24 ชั่วโมง
   - **ป้องกัน**–ไทยเบฟใส่ใจในการป้องกันโรคให้กับพนักงาน โดยเฉพาะโรคในกลุ่มวัยทำงาน เช่น การฉีดวัคซีนป้องกันไข้หวัดใหญ่ให้แก่พนักงานเป็นประจำทุกปี
   - **รักษา**–ไทยเบฟช่วยเหลือเงินค่ารักษาพยาบาลประเภทผู้ป่วยนอก (OPD) เพิ่มเติมจากเงินช่วยเหลือประกันสังคมที่บริษัทจ่ายให้ตามกฎหมาย รวมถึงการจัดทำประกันอุบัติเหตุและประกันการเจ็บป่วยประเภทผู้ป่วยใน (IPD) ให้กับพนักงานทุกคน



   - **ตรวจสุขภาพ**–ไทยเบฟจัดให้มีการตรวจสุขภาพให้กับพนักงานทุกคน โดยจัดการตรวจที่แตกต่างกันตามเพศ อายุ และความเสี่ยงต่อการเกิดโรค เช่น การตรวจมะเร็งต่อมลูกหมากและมะเร็งเต้านมให้แก่พนักงานที่อยู่ในช่วงอายุที่มีความเสี่ยง รวมถึงการตรวจสุขภาพเพิ่มเติมให้กับพนักงานในโรงงานตามปัจจัยเสี่ยง นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมตรวจสุขภาพและวัดคลื่นไฟฟ้าหัวใจให้กับบิดามารดาของพนักงานด้วย
   - **ให้ความรู้**–ไทยเบฟจัดการอบรมให้ความรู้ด้านสุขภาพและโรคที่มักตรวจพบกับพนักงานและสมาชิกในครอบครัว เช่น โรคของคนทำงานออฟฟิศ (Office Syndrome) การลดความเครียด รวมถึงการฝึกทักษะการช่วยชีวิตเบื้องต้น ให้กับพนักงานอีกด้วย

3. **ด้านสภาวะแวดล้อมในการทำงาน**
   - เตรียมพร้อมสถานที่ จัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์การทำงาน เฟอร์นิเจอร์สำนักงานที่เหมาะสมและได้มาตรฐาน
   - ออกแบบและจัดพื้นที่การทำงานที่ส่งเสริมการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น Co-Working Space และพื้นที่ผ่อนคลายหรือปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน
   - จัดลักษณะงานให้เหมาะสมกับพนักงาน รวมถึงจัดระบบงานและกระบวนการเคลื่อนไหวร่างกายให้เหมาะสม รวมถึงการให้ความสำคัญในการวิเคราะห์วิธีการทำงานให้สอดคล้องกับความสามารถและสมรรถนะของพนักงานแต่ละกลุ่ม



- สำนักงาน ThaiBev Quarter มีพื้นที่ใช้สอยรวมถึง 48,273 ตารางเมตร ตกแต่งเป็นสำนักงานที่ทันสมัย เหมาะสมกับการทำงานสมัยใหม่ มีห้องประชุมขนาดเล็กและขนาดใหญ่ มีสำนักงานแบบพื้นที่ทำงานร่วมกัน สำหรับพนักงานและบุคคลภายนอกเข้ามาใช้บริการ และพื้นที่จัดแสดงนิทรรศการรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อมตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์ให้กับพนักงานไทยเบฟ เช่น ห้องอาหาร ห้องพยาบาล ธนาคาร ห้องออกกำลังกาย รวมถึงห้องสันทนาการ ห้องฟิตเนส ลานกีฬา สนามบาสเกตบอล สนามฟุตซอล สนามเทนนิส และห้องคาราโอเกะ เป็นต้น

4. ด้านความผาสุก

การทำงานอย่างมีความสุขของพนักงาน คือเป้าหมายที่สำคัญของไทยเบฟ นอกจากค่าตอบแทนที่เป็นธรรม การเลื่อนตำแหน่งและสวัสดิการของพนักงาน ไทยเบฟมุ่งมั่นจัดทำกิจกรรม โครงการต่าง ๆ เพื่อสร้างความสุขให้พนักงานอย่างต่อเนื่อง และเพื่อสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ดังนี้

- จัดตั้งคณะทำงานเสริมสร้างสุขภาพอนามัยและความผาสุกของพนักงาน ทำหน้าที่ดูแลกิจกรรมส่งเสริมการรักษาสุขภาพและเสริมสร้างความเป็นอยู่ที่ดี ประกอบด้วยผู้แทนหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อตอบโจทย์การทำงานอย่างมีความสุขของพนักงาน
- ปรับปรุงข้อบังคับการทำงาน เพื่อเพิ่มสิทธิประโยชน์ให้กับพนักงานจากที่กฎหมายกำหนด เช่น เพิ่มสวัสดิการวันลาคลอดให้กับพนักงานหญิงมากกว่าที่กฎหมายกำหนด และวันลาดูแลบุตรที่เพิ่งคลอดสำหรับพนักงานชาย เพิ่มวันลากิจให้กับพนักงานรายวัน และการเพิ่มค่าชดเชยให้กับพนักงาน เป็นต้น
- การจ้างงานและการดูแลพนักงานที่พิการหรือด้อยโอกาสทางกายภาพ เพื่อปฏิบัติตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ มาตรา 33 และเพื่อให้คนพิการและทุพพลภาพได้มีงานทำเพิ่มมากขึ้น ไทยเบฟได้ดำเนินการจ้างงานคนพิการเป็นเวลามากกว่า 18 ปี โดยในปี 2563 กลุ่มไทยเบฟ 36 บริษัทย่อย ได้รับผู้ทุพพลภาพ 4 ประเภทเข้าเป็นพนักงาน (ความพิการด้านการเคลื่อนไหว ด้านการมองเห็น ด้านการได้ยิน และด้านสติปัญญา) รวม 508 คน ซึ่งจากการจ้างงานคนพิการพบว่าสามารถปฏิบัติงานทดแทนพนักงานปกติได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังช่วยให้พนักงานผู้พิการทุพพลภาพมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างมีศักดิ์ศรีทัดเทียมบุคคลทั่วไป

- การดูแลและเตรียมพร้อมพนักงานสูงอายุที่ใกล้เกษียณ
  1) ให้โอกาสพนักงานสูงอายุที่สมัครใจและเข้าเงื่อนไขของบริษัท ให้ทำงานในบริษัทต่อไปหลังเกษียณอายุการทำงาน โดยจัดให้มีเวลาทำงานที่ยืดหยุ่นเหมาะสมกับวัย สามารถเลือกวันทำงานตามระยะเวลาที่กำหนดให้ในแต่ละสัปดาห์ได้ตามต้องการ ซึ่งในปัจจุบันไทยเบฟมีพนักงานสูงอายุที่อายุมากกว่า 60 ปี มากด้วยประสบการณ์ทำงานกว่า 245 ท่าน มีส่วนช่วยให้ผู้สูงอายุภูมิใจในคุณค่าของตนและแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายของผู้สูงอายุ ให้สามารถจุนเจือตัวเองและครอบครัวได้อย่างภาคภูมิ
  2) โครงการวางแผนเตรียมความพร้อมพนักงานเพื่ออนาคตที่ดีก่อนเกษียณ เป็นกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ด้านต่าง ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ในการดำเนินชีวิตอย่างผาสุกของพนักงาน เช่น จัดการบรรยายในเรื่องสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากบริษัทและภาครัฐก่อนและหลังเกษียณ การใส่ใจดูแลสุขภาพกาย/ใจ การบริหารเงินหลังเกษียณ ช่องทางอาชีพและงานอดิเรก เพื่อให้พนักงานสูงวัยได้มีการเตรียมตัวและสามารถจัดการชีวิตภายหลังเกษียณอายุการทำงาน รู้จักการออมและการบริหารเงินและบริหารหนี้

- การบริหารจัดการความเครียดในการทำงาน
  1) ให้อิสระในการเลือกช่วงเวลาการทำงาน โดยประกาศให้มีการทำงานแบบยืดหยุ่น สามารถเลือกที่จะหลีกเลี่ยงการจราจรที่ติดขัดในชั่วโมงเร่งด่วนในช่วงเช้าและช่วงเย็น เป็นการช่วยลดความเครียด
  2) จัดให้มีพื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-Working Space) เพื่อให้พนักงานติดต่อสื่อสาร พูดคุย ปฏิสัมพันธ์แบบการทำงานร่วมกัน และจัดให้มีโต๊ะทำงานแบบไม่ประจำหรือมีพื้นที่ทำงานร่วมกัน (Hot Seat) ให้พนักงานเลือกที่นั่งทำงานได้ตามสะดวก สามารถเปลี่ยนที่นั่งไปในแต่ละวันตามต้องการ





ความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน



ไทยเบฟได้พัฒนาเรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของงานขาย การตลาด และการขนส่ง โดยจัดให้มีการอบรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้รถและกฎจราจร เพื่อสร้างจิตสำนึกและย้ำเตือนถึงความปลอดภัย รวมถึงแนะนำวิธีการแก้ไขสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดที่อาจเกิดขึ้นได้ เพื่อเป็นการสร้างลักษณะนิสัยที่ดีในการใช้รถใช้ถนน ไม่ให้เกิดความเสียหายแก่ตัวบุคคล องค์กร หรือผู้อื่น นอกจากนี้ยังมีข้อปฏิบัติอื่น ๆ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอุบัติเหตุ เช่น

- หากเหนื่อยล้าจากการทำงานหรือมีอาการมึนเมาและการขับรถในเวลากลางคืน พนักงานที่ขับรถต้องได้รับการพักผ่อนอย่างเพียงพอ
- การตรวจสอบสภาพรถอย่างเป็นกิจจะลักษณะ เพื่อให้รถมีสภาพที่สมบูรณ์อยู่เสมอ
- ข้อกำหนดในการใช้ความเร็ว โดยจะมีการตรวจสอบผ่านระบบ TOMs ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันในการรายงานการทำงานของพนักงานขับรถ

การดูแลพนักงานในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19

ไทยเบฟให้ความสำคัญกับสุขภาพ ความปลอดภัย และความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่สร้างผลกระทบต่อภาพรวมในการดำเนินธุรกิจตลอดถึงสภาพความเป็นอยู่ของพนักงาน ไทยเบฟได้มีมาตรการต่าง ๆ เพื่อป้องกัน ดูแล อำนวยความสะดวก และช่วยเหลือพนักงานทุกคน

- บริหารจัดการพื้นที่ในการทำงานตามความเหมาะสม เช่น การขยายและกระจายพื้นที่ทำงานไปยังสำนักงานต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการเว้นระยะทางสังคมในที่ทำงาน
- นโยบายทำงานจากบ้าน (Work from Home) สำหรับกลุ่มพนักงานที่สามารถทำงานผ่านระบบออนไลน์ต่าง ๆ ได้ เพื่อลดความเสี่ยงสำหรับตัวพนักงาน และคนในครอบครัว โดยพนักงานกลุ่มนี้จะไม่เข้าสำนักงานหรือสถานที่ทำงานต่าง ๆ เพื่อป้องกันความเสี่ยงในการแพร่กระจายเชื้อข้ามกลุ่ม
- มาตรการด้านความปลอดภัยในการเข้าสถานที่ทำงานต่าง ๆ เช่น การทำความสะอาดฆ่าเชื้อ การติดตั้งเจลแอลกอฮอล์ในทุกพื้นที่ การตรวจอุณหภูมิ รวมถึงอุปกรณ์ป้องกันต่าง ๆ ที่จำเป็นในการเข้าพื้นที่การทำงาน
- ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบันทึกเวลาเข้างาน และยกเลิกการสแกนนิ้วมือในการเข้าทำงานตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อกำจัดความเสี่ยงในการแพร่กระจายเชื้อจากการสัมผัส
- จัดตั้งศูนย์บริการพนักงานช่วงวิกฤตโควิด-19 เพื่อให้พนักงานสามารถสอบถามข้อมูลที่ได้รับการตรวจสอบแล้ว ให้คำแนะนำการรับมือสถานการณ์ต่าง ๆ ดูแลและให้ความช่วยเหลือพนักงานที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19
- มอบสวัสดิการเสริมให้กับพนักงาน เช่น อำนวยความสะดวกให้กับพนักงานได้ตรวจเชื้อโรคโควิด-19 โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ซึ่งมีพนักงานจำนวนกว่า 12,000 คน เข้ารับการตรวจ และทำประกันสุขภาพโควิด-19 ให้กับพนักงานในเครือกว่า 50,000 คน
- แจกจ่ายอุปกรณ์ป้องกัน เช่น หน้ากากอนามัย และเจลแอลกอฮอล์ให้กับพนักงาน และบุคคลในครอบครัว รวมถึงอำนวยความสะดวกในการจัดจำหน่าย และกระจายน้ำดื่มให้กับพนักงานเพื่อลดความเสี่ยงในการเดินทางไปห้างสรรพสินค้า





แบ่งปันคุณค่า





ดร.เอกพล ณ สงขลา
รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่
ผู้บริหารสูงสุด กลุ่มทรัพยากรบุคคล

ไทบเบฟ ได้รับรางวัล HR Asia Best Companies to Work for in Asia 2020 ต่อเนื่องปี 2 และ 'WeCare Awards'

ไทบเบฟ ได้รับรางวัล HR Asia Best Companies to Work for in Asia 2020 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 และ รางวัล 'WeCare Most Caring Company Award' ซึ่งเป็นรางวัลระดับประเทศ และนานาชาติที่มีการตัดสินจากการเข้ามาสำรวจความคิดเห็นและสัมภาษณ์พนักงานในการดำเนินงานด้านบุคคล แล้วเปรียบเทียบกับหลายร้อยบริษัท จึงเป็นความภาคภูมิใจของพวกเราอย่างมากที่ไทยเบฟได้รับเลือกให้เป็นหนึ่งในบริษัทที่ได้รับรางวัลนี้สำหรับประเทศไทยเป็นปีที่สองติดต่อกัน ซึ่งสะท้อนได้ถึงการทำงานที่สร้างสรรค์และสามารถเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับบริษัทอื่นได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งไทยเบฟเป็นเพียง 1 ใน 5 บริษัทจากประเทศไทยที่ได้รับรางวัล 'WeCare' จากการที่เราดูแลพนักงานและครอบครัวอย่างมุ่งมั่นในช่วงที่ท้าทายของปี 2020 สืบเนื่องจากสถานการณ์โรคโควิด-19 ซึ่งเราได้ยืนอยู่เคียงข้างพนักงานของเราโดยตลอด ทั้งในเรื่องการงานและสุขภาพ รวมถึงการบริหารจัดการพื้นที่การทำงานที่เหมาะสมให้พนักงานกลุ่มต่าง ๆ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาส่งเสริมทั้งการทำงานและความปลอดภัยอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการลงทุนในการผลิตและส่งมอบอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลที่จำเป็น การลงทุนสร้างศูนย์การตรวจโควิดเพื่อพนักงานและพันธมิตร ตลอดจนการทำประกันโควิด-19 ให้กับพนักงานทุกคนอย่างทั่วถึง จากเสียงสะท้อนทั้งภายในและภายนอกองค์กรถือได้ว่ากลุ่มไทยเบฟมีความมั่นคงอย่างมากท่ามกลางสถานการณ์เศรษฐกิจที่ค่อนข้างผันผวน และไทยเบฟมุ่งมั่นในการเติบโตและส่งมอบคุณค่าให้กับทั้งพนักงานและสังคมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจของบริษัทในการสร้างสรรค์และแบ่งปันคุณค่าจากการเติบโต









ทิศทางการดำเนินงาน

1. ดำเนินกิจกรรมเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมด้านความปลอดภัย รวมถึงการขยายงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานไปยังบริษัทในกลุ่มไทยเบฟในภูมิภาคอาเซียน
2. จัดทำโครงการลดอัตราการเจ็บป่วยจากการทำงานและความถี่การเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงานของพนักงานและผู้รับเหมา โดยมีเป้าหมายให้อัตราความถี่การเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR) ของพนักงานต่ำลงเหลือ 1.0 ในปี 2568
3. ปลูกฝังวินัยเรื่องความปลอดภัยทางถนนให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยจัดอบรมและกิจกรรมในเรื่องความปลอดภัยบนท้องถนนให้กับพนักงาน พร้อมทั้งขยายขอบเขตไปยังส่วนภูมิภาคและกลุ่มตัวแทนจำหน่ายด้วย เพื่อลดอัตราการเสียชีวิตจากการทำงานของพนักงานที่มีสาเหตุส่วนใหญ่มาจากอุบัติเหตุ
4. สร้างเครือข่ายงานด้านความปลอดภัยที่มีสมาชิกเป็นเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานจากบริษัทในกลุ่มไทยเบฟทั่วทั้งภูมิภาคอาเซียน เพื่อเป็นกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนงานด้านความปลอดภัยให้มีประสิทธิภาพ การสื่อสาร แลกเปลี่ยนความรู้และข่าวสารด้านความปลอดภัยอย่างทั่วถึงในกลุ่มสมาชิก รวมถึงการจัดอบรมความปลอดภัยขั้นสูงแก่เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ
5. สร้างฐานข้อมูลสุขภาพของพนักงานแต่ละคน เพื่อนำข้อมูลมาเก็บสถิติและวิเคราะห์ มุ่งดูแลสุขภาพของพนักงานในเชิงรุกทั้งในด้านสุขภาพกายและสุขภาพใจ ก่อนที่จะเกิดโรคในรูปแบบการป้องกัน พร้อมทั้งปลูกฝังให้พนักงานใส่ใจในการออกกำลังกาย ลดความเครียดจากการทำงาน รวมถึงการฉีดวัคซีนป้องกันโรคที่มักเกิดกับพนักงาน โดยมีเป้าหมายให้พนักงานมีสุขภาพดีขึ้น ลดการเจ็บป่วย มีคุณภาพชีวิตที่ดีและทำงานอย่างมีความสุข







GRI 102-12, GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 412-2

สิทธิมนุษยชน

ไทยเบฟดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นในหลักสิทธิมนุษยชนมาอย่างต่อเนื่อง และเคารพในสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด รวมถึงปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องทั้งกฎหมายภายในประเทศและหลักสากล ไม่ว่าจะเป็นพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights) หลักการขององค์การสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights) และปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (The International Labour Organization Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work) นอกจากนี้ ไทยเบฟยังได้กำหนดแนวทางในการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชนตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า ดังนี้

- ให้ความเคารพในสิทธิมนุษยชนโดยปฏิบัติต่อทุกภาคส่วนของธุรกิจอย่างเท่าเทียมกัน
- ดำเนินการในเชิงรุกด้านสิทธิมนุษยชนผ่านกระบวนการจัดการด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Due Diligence Process) อย่างต่อเนื่อง
- รับผิดชอบและมุ่งมั่นในการปลูกฝังให้ทุกส่วนในองค์กรเคารพในสิทธิมนุษยชนของทุกภาคส่วน โดยเฉพาะผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัท พร้อมทั้งกำกับดูแลมิให้ธุรกิจของบริษัทเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชน
- มีกลไกในการเยียวยา แก้ไข ฟื้นฟู และชดเชยเมื่อเกิดผลกระทบหรือมีการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เนื่องมาจากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร
- สื่อสารและเผยแพร่แนวทางการปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงเปิดให้มีช่องทางการร้องทุกข์ของไทยเบฟที่โปร่งใสและมีประสิทธิภาพ
- ให้ความรู้ ฝึกอบรม และสนับสนุนให้พนักงาน บริษัทคู่ค้า และลูกค้า เคารพในสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจของตนอย่างเข้มงวด

กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

เป็นกิจกรรมจัดต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 นับตั้งแต่เริ่มโครงการในปี 2560 โดยไทยเบฟมีประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ 3 ประเด็น ที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ

- สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน
- สภาพการทำงานของพนักงาน
- สุขภาพและความปลอดภัยของชุมชน

ซึ่งกระบวนการต่อไปและดำเนินการต่อเนื่องอย่างยั่งยืนคือ การประชุมผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย เพื่อหาข้อสรุปในการแก้ไข ลงมือปฏิบัติดำเนินการ การวัดผลสำเร็จ และส่งเสริมในเรื่องการสื่อสารให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องต่อไป

กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านของไทยเบฟ



1. ประกาศนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

ไทยเบฟมุ่งมั่นให้ผู้บริหารระดับสูงและพนักงาน รวมถึงหน่วยงานที่อยู่ภายใต้การดูแลและกิจการร่วมค้า คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ เคารพในสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด ภายใต้กรอบของกฎหมายและหลักสิทธิมนุษยชน รวมทั้งมาตรฐานแรงงานสากลอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่เลือกปฏิบัติ ไม่ว่าจะมาจากเรื่องเชื้อชาติ สัญชาติ เผ่าพันธุ์ เพศ ภาษา อายุ สีผิว ความแตกต่างทางร่างกาย ความเชื่อในลัทธิศาสนา ความคิดเห็นทางการเมือง การศึกษา สถานภาพทางสังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม การเป็นสมาชิกสหภาพ ความหลากหลายทางเพศ หรือเรื่องอื่นใดที่ถือว่าเป็นสิทธิมนุษยชน เพื่อให้แน่ใจว่าสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนได้รับความเคารพอย่างเสมอภาค ซึ่งการปฏิบัติตามสาระของนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนอย่างเข้มงวดของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นนั้นนับเป็นสิ่งจำเป็นยิ่ง

นอกจากนี้ไทยเบฟยังมีการตรวจสอบความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในทุก ๆ กิจกรรมทางธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งผลกระทบโดยตรงจากการทำงานและผลกระทบที่ไทยเบฟอาจมีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีบทบาทในการส่งเสริมสนับสนุนในทุก ๆ ส่วนของการดำเนินการ พร้อมทั้งเปิดช่องทางในการแจ้งเบาะแสการกระทำผิดและการร้องเรียนสำหรับเรื่องราวหรือกรณีที่น่าเป็นห่วงเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน

2. ประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน
การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนนั้นครอบคลุมกิจกรรมทางธุรกิจทั้งหมดของไทยเบฟ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน
   - กำหนดประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจของไทยเบฟ
   - กำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับผลกระทบ รวมทั้งกลุ่มที่มีความเปราะบาง อาทิ สตรี เด็ก ชนพื้นเมือง แรงงานต่างด้าว แรงงานที่มีสัญญาจ้างในลักษณะบุคคลที่สาม และชุมชนท้องถิ่น
2. จัดลำดับความเสี่ยงตามลักษณะธรรมชาติ
   - จัดลำดับความเสี่ยงตามลักษณะธรรมชาติ (ความเสี่ยงที่ปราศจากการควบคุมหรือมาตรการ) ของประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่กำหนดขึ้น
3. จัดลำดับความเสี่ยงที่เหลืออยู่
   - สำหรับความเสี่ยงตามลักษณะธรรมชาติในระดับสูง การจัดลำดับความเสี่ยงที่เหลืออยู่ ความเสี่ยงที่ทางบริษัทมีการควบคุมหรือมาตรการอยู่แล้ว
4. วางลำดับความสำคัญของความเสี่ยง
   - จัดลำดับให้ความสำคัญประเด็นสิทธิมนุษยชนที่สำคัญที่สุด โดยอ้างอิงถึงประเด็นสิทธิมนุษยชนที่มีความเสี่ยงที่เหลืออยู่ในระดับสูงที่กำหนดไว้แล้ว

3. บูรณาการผลการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน
เมื่อได้มีการดำเนินการตามมาตรการบริหารจัดการแล้ว ไทยเบฟได้ดำเนินการเฝ้าระวังและตรวจสอบผลการทำงาน เพื่อให้มั่นใจว่าจะเกิดพัฒนาการอย่างต่อเนื่องและก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสรรค์และแบ่งปันอย่างมั่นคงและยั่งยืนของไทยเบฟต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

ผลจากการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

100% ของการดำเนินการและกิจกรรมทางธุรกิจของไทยเบฟ ได้รับการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน

33.3% ของกิจกรรมทางธุรกิจของไทยเบฟ ได้ถูกระบุว่ามีความเสี่ยงตามลักษณะธรรมชาติ

ไทยเบฟมีกิจกรรมที่มีความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญโดดเด่นทั้งหมด
10 กิจกรรม

100% ของการดำเนินการและกิจกรรมทางธุรกิจของไทยเบฟ ที่ถูกระบุถึงความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนระดับสูง ได้มีการดำเนินมาตรการบรรเทาและขั้นตอนการเยียวยาเรียบร้อยแล้ว







ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่ไทยเบฟให้ความสำคัญโดยติดตามและเฝ้าระวัง ในปี 2563

สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน	มาตรการป้องกันและบรรเทา
• การทำงานตลอดจนกระทั่งการผ่อนผันมาตรการล็อกดาวน์ระยะที่ 3 เช่น ความเสี่ยงจากโรคโควิด-19 • อุบัติเหตุจากการขนส่ง เช่น การบาดเจ็บ การสูญเสียชีวิต • อุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นจากการติดตั้งหรือรื้อถอนกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การติดตั้งอุปกรณ์ • ความเสี่ยงที่มีผลกระทบทางสุขภาพและความปลอดภัยที่เกิดจากการปฏิบัติงานในยามวิกาล เช่น อุบัติเหตุการเดินทางในเวลากลางคืน • อุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นจากการยกสิ่งของขึ้นชั้นวางและการตรวจเช็กสินค้าในคลังของลูกค้า	• การตรวจเช็กระดับแอลกอฮอล์ในร่างกายและความพร้อมก่อนการขนส่ง • การตรวจเช็กความดันและการเต้นของหัวใจของพนักงานขับรถก่อนการขับรถ • การตรวจเช็กสภาพยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งอย่างสม่ำเสมอ • การปฏิบัติตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุข • การเตรียมอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (PPE) • การอบรมด้านความปลอดภัยในการทำงาน เช่น ขั้นตอนในการทำงานที่ถูกต้องปลอดภัย และการใช้อุปกรณ์ป้องกัน • มาตรการบรรเทาโรคโควิด-19 เช่น การบริหารจัดการพื้นที่ในการทำงาน (physical distancing at workplace) • ประกันโควิด-19

สุขภาพและความปลอดภัยของชุมชน	มาตรการป้องกันและบรรเทา
• ผลกระทบทางสุขภาพและความปลอดภัยจากเสียงของกิจกรรม • อุบัติเหตุจากการขนส่งที่ส่งผลต่อผู้คนในท้องถิ่น	• การแจ้งชุมชนท้องถิ่นให้รับทราบเกี่ยวกับกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นก่อนการเริ่มต้น • การควบคุมเสียงตามกฎหมายและข้อบังคับต่าง ๆ • หลีกเลี่ยงการจัดกิจกรรมในพื้นที่ที่กิจกรรมอาจก่อให้เกิดผลในทางลบให้กับผู้คนในท้องที่ • อบรมเน้นย้ำถึงกฎระเบียบและขั้นตอนการปฏิบัติหน้าที่ รวมถึงมีการคาดโทษหากมีการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ระหว่างปฏิบัติหน้าที่ของพนักงาน • แบ่งปันความรู้เกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัย

สภาพการทำงาน	มาตรการป้องกันและบรรเทา
• การทำงานจนถึงยามวิกาลเพื่อเตรียมกิจกรรม • การทำงานช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดอื่น ๆ • การเยี่ยมเยียนลูกค้าในพื้นที่เสี่ยงโรคโควิด-19 และพื้นที่ที่มีข้อพิพาทภายใน • ความเสี่ยงของพนักงานเพศหญิงในการเยี่ยมเยียนลูกค้าตอนกลางคืน	• ประกันชีวิต • ชดเชยวันหยุด และ/หรือ ค่าตอบแทนเพื่อชดเชยการทำงานในวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดอื่น ๆ • อบรมและส่งเสริมการป้องกันการระบาดของโรคโควิด-19 รวมถึงการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานเพื่อป้องกันความเสี่ยงในการเยี่ยมลูกค้า • จัดเตรียมอุปกรณ์ป้องกัน และการช่วยเหลือทางการเงินระหว่างการระบาดของโรคโควิด-19 • การตรวจเช็กสภาพยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งอย่างสม่ำเสมอ • แบ่งปันความรู้เกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัย

การไม่เลือกปฏิบัติ	มาตรการป้องกันและบรรเทา
• การแบ่งประเภทของผู้ปฏิบัติงานที่ได้รับค่าตอบแทนแตกต่างกัน • การแบ่งพวกจากงานหรือแนวความคิดที่อาจเกิดขึ้น • การคุกคามทางเพศที่อาจเกิดขึ้น (พนักงานส่งเสริมการขาย)	• จัดสัดส่วนประเภทของผู้ปฏิบัติงานเพื่อให้ทุกคนได้รับการปฏิบัติเท่าเทียมกัน • แนะนำวิธีการสื่อสาร (เช่น ความสุภาพ ท่าทาง) • ออกแบบเครื่องแต่งกายให้เหมาะสม (พนักงานส่งเสริมการขาย)

4. **ติดตามและรายงานผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน**
ไทยเบฟยึดมั่นในการทบทวนหลักการตรวจสอบและประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน รวมทั้งรายงานการทำงานด้านสิทธิมนุษยชนประจำปีผ่านรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนประจำปีหรือในเว็บไซต์ของไทยเบฟ นอกจากนี้ยังติดตามการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านทางช่องทางการสื่อสาร ดังนั้นเพื่อช่วยบรรเทาผลกระทบที่เป็นอันตรายและให้การเยียวยาที่เหมาะสมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับผลกระทบ ไทยเบฟสนับสนุนให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดรายงานการละเมิดที่เกิดขึ้นผ่านช่องทางการสื่อสารดังนี้

บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 14 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล
เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์ 0 2785 5555 โทรสาร 0 2785 5882
เว็บไซต์ http://www.thaibev.com

5. **แก้ไขให้ถูกต้องและเยียวยาผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้น**
ไทยเบฟเข้าใจดีว่ากิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทอาจเป็นสาเหตุหรือส่วนหนึ่งหรือมีความข้องเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในพันธสัญญานี้ ไทยเบฟจึงมุ่งมั่นและพยายามที่จะบรรเทาความเสี่ยงและการละเมิดที่อาจเกิดขึ้นได้โดยดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในกรอบเวลาที่เหมาะสมเพื่อระบุสถานการณ์การละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เกิดขึ้นในกิจกรรมทางธุรกิจของไทยเบฟ

ขณะเดียวกัน ไทยเบฟยังกำหนดมาตรการบรรเทาเพิ่มเติมอื่น ๆ ด้วยมีเป้าหมายเพื่อเยียวยาและลดการละเมิดสิทธิมนุษยชนซึ่งอาจเกิดจากหรือได้รับการสนับสนุนจากกิจกรรมทางธุรกิจของไทยเบฟ นอกจากนี้ยังจัดให้มีการตรวจสอบ รายงานผลการทำงานและทบทวนพันธกิจในนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนเป็นประจำทุกปี เพื่อให้การบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชนเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ทั้งนี้ ในปี 2563 ไม่พบรายงานการละเมิดสิทธิมนุษยชน ดังนั้นจึงยังไม่มีมาตรการการเยียวยาใด ๆ เกิดขึ้น

โครงการส่งเสริมนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

1. **คณะทำงานบริหารจัดการสุขภาพพนักงาน**
ไทยเบฟได้มีการจัดตั้งคณะทำงานบริหารจัดการสุขภาพพนักงาน ภายในกลุ่มทรัพยากรบุคคล โดยมีเป้าหมายในการสร้างสถานที่ทำงานในไทยเบฟให้เป็นองค์กรแห่งความสุข (Happy Workplace) ซึ่งคณะทำงานนี้เป็นผู้กำกับดูแลให้สถานที่ทำงานต่าง ๆ ในองค์กรให้เหมาะสมกับการทำงานของพนักงานทุกคน และสอดคล้องกับข้อกฎหมาย การสอดส่องดูแลประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน รวมถึงการเสริมสร้างสุขภาพที่ดีของพนักงานผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น การอบรมให้ความรู้ในการบริหารความเครียด และ Virtual Run

ในปี 2563 คณะทำงานบริหารจัดการสุขภาพพนักงาน ร่วมกับกลุ่มทรัพยากรบุคคล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้มีการช่วยเหลือพนักงานในองค์กรในการรับมือกับสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 เช่น การแจกจ่ายหน้ากากเจลแอลกอฮอล์ และการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้กับพนักงาน

2. **งาน Global Summit of Women 2020**
ไทยเบฟเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนงานประชุมสุดยอดผู้นำสตรีโลก “Global Summit of Women 2020” โดยมอบเงินจำนวน 100,000 เหรียญสหรัฐ เนื่องจากในปี 2563 ประเทศไทยได้รับเกียรติให้เป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมภายใต้ Theme: “Women Revolutionizing Economies” พลังสตรีพลิกเศรษฐกิจ เป็นงานประชุมที่รวมเอาผู้หญิงเก่งในด้านธุรกิจกว่า 70 ประเทศทั่วโลกมาร่วมกันถกประเด็นน่าสนใจ แชร์ประสบการณ์ และมุมมองต่าง ๆ ในการทำงานหรือการเป็นผู้นำในแบบฉบับผู้หญิง นับได้ว่าเป็นเวทีระดับโลกที่มีความสำคัญ เชื่อมนักธุรกิจ นักวิชาชีพ ผู้บริหารทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคสังคมจากทั่วโลก สร้างเครือข่ายความร่วมมือและแบ่งปันประสบการณ์เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจและส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของโลกอย่างยั่งยืน และในปีนี้ยังเป็นปีฉลองครบรอบ 30 ปี ของการจัดประชุม จึงเป็นโอกาสอันดีในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศไทยสู่สายตาเวทีโลก และตอกย้ำว่าประเทศไทยให้ความสำคัญต่อบทบาทของสตรีในภาคธุรกิจ ที่เป็นส่วนสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการพัฒนาสังคมทั้งในระดับประเทศและระดับโลก





แบ่งปันคุณค่า

ได้โอกาสมาทำงานกับโออิชิแล้วมีความสุขสบายใจในการทำงานทุก ๆ เรื่อง เป็นเวลากว่า 8 ปีแล้วที่ได้เข้ามาเป็นครอบครัวโออิชิ รู้สึกภูมิใจ และรู้สึกขอบคุณโออิชิ รวมไปถึงเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา ที่เป็นเหมือนคนในครอบครัวเดียวกัน ไม่เคยทำให้รู้สึกอึดอัดหรือด้อยกว่าเลย ทั้งที่เรามีข้อจำกัดในการเคลื่อนไหวทางร่างกาย ตั้งแต่ที่เข้ามาก็ได้รับการฝึกอบรมในหน้าที่การงานต่าง ๆ เป็นอย่างดี ได้รับโอกาสต่าง ๆ ทำให้เราพัฒนาขีดความสามารถยิ่งขึ้นไปอีก ช่วยชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของเรา และสามารถทำงานส่งเงินกลับไปให้ครอบครัวที่ต่างจังหวัด และส่งลูก 2 คนจนสามารถเรียนจบได้ อยากที่จะส่งต่อความสุขที่ได้รับนี้สู่ลูกค้าทุก ๆ คน ที่เข้ามารับประทานอาหารที่ร้านของเราค่ะ



ปริม มิตสีดา
ประจำสาขา : โออิชิบุฟเฟต์ ซีคอนบางแค ชั้น 4
ตำแหน่งงาน : ครัวร้อน / ครัวเย็น

ทิศทางการดำเนินงาน ปี 2559 - 2563



- เริ่มโครงการติดตามตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence Process) โดยจัดกระบวนการตรวจสอบต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี
- ก่อตั้งคณะทำงานบริหารความผาสุกของพนักงานเพื่อเป็นช่องทางที่สำคัญทางหนึ่งในการรับเรื่องร้องเรียนและร้องทุกข์จากพนักงานที่ถูกละเมิดในด้านสิทธิมนุษยชน
- ทบทวนนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนโดยมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับอื่น ๆ และมุ่งสู่มาตรฐานที่สูงขึ้น
- ไทยเบฟมีแผนในการสร้างความรู้และความเข้าใจในเรื่องสิทธิมนุษยชน โดยสื่อสารและจัดฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องให้กับพนักงานในกลุ่มไทยเบฟทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงผู้รับเหมา และบริษัทคู่ค้าของไทยเบฟ โดยจัดให้มีการฝึกอบรมประจำปี รวมทั้งบรรจุไว้ในหลักสูตรปฐมนิเทศพนักงานใหม่ของไทยเบฟ
- แก้ไขปรับปรุงสิ่งที่เป็นประเด็นความเสี่ยง 3 ด้านที่ได้จากกระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนของไทยเบฟ ปี 2562 คือ ด้านสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน ด้านสภาพการทำงานของพนักงาน และด้านสุขภาพและความปลอดภัยของชุมชน พร้อมทั้งหาวิธีป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เช่น ความปลอดภัย อาชีวอนามัย สภาพแวดล้อมในการทำงาน และความสุขของพนักงานทั้งหมดอย่างต่อเนื่องและครอบคลุม การจัดกิจกรรมด้านความปลอดภัยแก่พนักงานในกลุ่มไทยเบฟ รวมถึงการจัดโครงการสร้างวิทยากรกู้ชีพและกู้ภัยประจำสถานประกอบการและชุมชนรอบโรงงาน
- ตรวจประเมินความเสี่ยงของคู่ค้ารายสำคัญที่จำหน่ายสินค้าและบริการให้กับไทยเบฟโดยตรง (Critical Tier 1 Supplier) ณ สถานประกอบการทุกราย โดยครอบคลุมประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน และร่วมมือกับคู่ค้ารายสำคัญเหล่านี้ในการบรรเทาความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นจากคู่ค้าของคู่ค้า (Non-tier 1 Supplier)



GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 416-1, GRI 417-1

การส่งเสริมสุขภาพ และความปลอดภัยของผู้บริโภค

ปัญหาด้านสุขภาพของประชากรโลกยังคงเป็นปัญหาสำคัญในปัจจุบัน จากรายงานขององค์การอนามัยโลกได้คาดการณ์ว่าสาเหตุการเสียชีวิตของประชากรโลกส่วนใหญ่อาจจะเกิดจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง เช่น โรคอ้วน โรคเบาหวาน โรคหลอดเลือด โรคหัวใจ และโรคมะเร็ง โดยในประเทศไทยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาโรคไม่ติดต่อเรื้อรังได้คร่าชีวิตคนไทยถึงร้อยละ 75 ของการเสียชีวิตทั้งหมด ซึ่งกว่าร้อยละ 55 เกิดในผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 70 ปี อีกทั้งในปี 2563 การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบกับความเชื่อมั่นและความกังวลในด้านสุขภาพและความปลอดภัยจากสินค้าและบริการ

ไทยเบฟตระหนักถึงความสำคัญในการผลิตอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และส่งเสริมสุขภาพที่แข็งแรง เริ่มจากการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานข้อกำหนดของบริษัท รวมไปถึงกระบวนการตรวจสอบย้อนหลังไปยังแหล่งที่มาของวัตถุดิบ การควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยในการผลิต การจัดเก็บ การขนส่ง และการบริการ ด้วยมาตรฐานระดับสากล เช่น ISO 22000 GMP HACCP NSF และ FSSC 22000

นอกจากนี้ ไทยเบฟทำการวิจัยและพัฒนาอาหารและเครื่องดื่มอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มสัดส่วนผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพแต่ยังคงรสชาติดั้งเดิมให้ได้มากที่สุด เปิดเผยข้อมูลทางโภชนาการผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ขององค์กรอย่างครบถ้วน ทั้งปริมาณน้ำตาล ไขมัน และโซเดียม พร้อมทั้งปรับปรุงสูตรผลิตภัณฑ์เดิมของบริษัทเพื่อสนับสนุนพฤติกรรมของผู้บริโภคให้มีสุขภาพที่ดียิ่งขึ้น

ผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสุขภาพ

ไทยเบฟทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดีของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง โดยผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้ผ่านการรับรองเครื่องหมายทางเลือกเพื่อสุขภาพจากสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้

- **โออิชิ โกลด์**
  โออิชิ โกลด์ เกียวคุโระ ชาเขียวระดับพรีเมียมจากญี่ปุ่นกระบวนการผลิตที่พิถีพิถัน เริ่มตั้งแต่การคัดเฉพาะสามยอดอ่อนใบชาจากต้นฤดูเก็บเกี่ยวแรกของปี จากนั้นนำมานวดและม้วนด้วยมืออย่างบรรจง เพื่อให้ได้รสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ คงประโยชน์จากสารคาเทชินที่ช่วยต้านอนุมูลอิสระ และสารแอลธีอะนีนที่ช่วยให้รู้สึกผ่อนคลาย โดยวางจำหน่ายทั้งหมด 2 สูตร คือ สูตรไม่มีน้ำตาล และสูตรหวานน้อย (ดีไลท์)

  โออิชิ โกลด์ เซนฉะ และ มัทฉะ ชาเขียวที่เกิดจากการผสมผสานใบชา 2 ชนิด คือ เซนฉะและมัทฉะ ให้รสชาติที่กลมกล่อมเป็นเอกลักษณ์ มีทั้งสูตรไม่มีน้ำตาล และสูตรหวานน้อย (ดีไลท์)





- **ชาเขียว โออิชิ**
  ไทยเบฟได้พัฒนาความเป็นผู้นำในตลาดชาเขียวไปอีกขั้นโดยการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่แบบไม่มีน้ำตาล ในรสชาติยอดนิยมทั้งกลิ่นน้ำผึ้งผสมมะนาวและรสชาติต้นตำรับ รวมไปถึงการเปิดตัวรสชาติใหม่อย่าง "โออิชิ แอปเปิลฮันนี่ ไลท์" ที่ผสมผสานระหว่างแอปเปิลญี่ปุ่น อาโอโมริ ชั้นเลิศกับน้ำผึ้งเฮียกขะมิทสึแท้ จากเมืองฮอกไกโด ประเทศญี่ปุ่น

- **เครื่องดื่มอัดลมเอส เพลย์**
  ไทยเบฟพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบโจทย์กลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบทดลองของใหม่แต่ยังคงต้องการความซ่าสดชื่นด้วย "เอสเพลย์ น้ำผึ้งมะนาว" ซึ่งเป็นส่วนผสมของความหอมจากน้ำผึ้งแท้ และความสดชื่นของมะนาว แต่มีน้ำตาลน้อยกว่า 6 กรัมต่อ 100 มิลลิลิตร



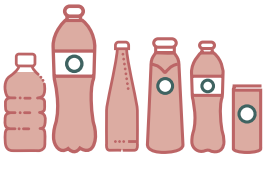
- **แซนด์วิชผสมธัญพืช ตราโออิชิ อีทโตะ**
  ขนมปังผสมธัญพืช ผลิตจากข้าวสาลี ข้าวบาร์เลย์ และถั่วเหลืองซึ่งมีปริมาณไฟเบอร์ที่น้ำตาลต่ำช่วยควบคุมระดับน้ำตาลในเลือด โดยวางจำหน่ายทั้งหมด 5 รสชาติ ประกอบด้วย ไส้อกไก่ไข่เค็มสเปรด ไส้สลัดแซลมอนเทอริยากิ ไส้อกไก่ผักโขมมาโย ไส้แซลมอนมาโยโนริสาหร่าย และไส้อกไก่สลัดไข่และเวย์โปรตีน ซึ่งผลิตมาจากวัตถุดิบที่อุดมไปด้วยแหล่งของโปรตีน คือ อกไก่ สลัดไข่ ที่สำคัญมีส่วนผสมของเวย์โปรตีนการปรับปรุงสูตรผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค

นอกจากผลิตภัณฑ์ใหม่ ไทยเบฟยังคงพัฒนาปรับเปลี่ยนสูตรอาหารและเครื่องดื่มที่วางจำหน่ายอยู่เดิมให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้สนับสนุนต่อสุขภาพของผู้บริโภค และยังคงรสชาติเดิมไว้ให้ได้มากที่สุด

การลดปริมาณน้ำตาลในผลิตภัณฑ์

ตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ไทยเบฟให้ความสำคัญในการลดปริมาณน้ำตาลในผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ โดยยังคงรักษารสชาติดั้งเดิมของเครื่องดื่มนั้น ไทยเบฟสามารถลดปริมาณน้ำตาลในผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 20 รายการ

ผลการดำเนินงานของโครงการ



20 รายการ
จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ทำการลดน้ำตาล

การอบรมพนักงานในร้านอาหารเพื่อให้ข้อมูลด้านโภชนาการแก่ผู้บริโภคอย่างถูกต้อง

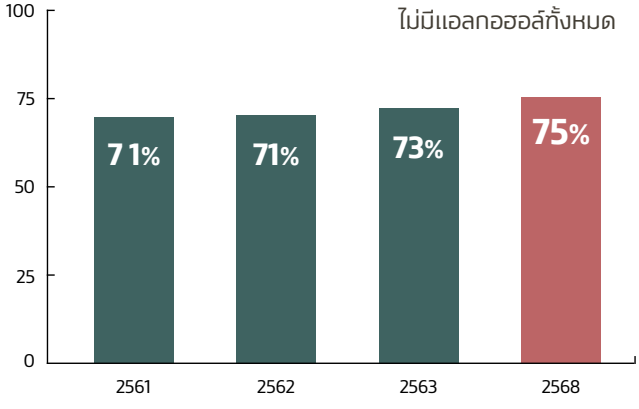
ไทยเบฟฝึกอบรมพนักงานร้านอาหารในเครือ เพื่อให้พนักงานเข้าใจในผลิตภัณฑ์ของบริษัทและสามารถให้คำแนะนำแก่ผู้บริโภคถึงส่วนผสมของอาหารได้อย่างครบถ้วนและถูกต้อง ป้องกันและดูแลปัญหาที่อาจจะทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มที่สามารถเกิดอาการแพ้อาหารได้ นอกจากนี้ยังมีแผนที่จะพัฒนาช่องทางสื่อสารอื่น ๆ ในร้านอาหารเพิ่มเติมในอนาคตเพื่อให้ครอบคลุมและใส่ใจในสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภคอีกด้วย

ทิศทางการดำเนินงาน

ไทยเบฟให้ความสำคัญและตระหนักถึงปัญหาสุขภาพของผู้บริโภค จึงดำเนินการควบคุมมาตรฐานด้านความปลอดภัยเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และบริการผ่านการรับรองมาตรฐานระดับสากล ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของไทยเบฟ ผ่านการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยอาหาร หรือ ISO 22000
- ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ทั้งหมดของไทยเบฟและร้านอาหารในเครือโออิชิ ผ่านการรับรองระบบจัดการสุขาภิบาลอาหารและความปลอดภัยอาหารต่อผู้บริโภค หรือ GMP & HACCP (Good Manufacturing Practice & Hazard Analysis and Critical Control Point)
- กระบวนการผลิตน้ำดื่มและน้ำแร่ ผ่านการรับรองมาตรฐานน้ำดื่มจากสมาคมสุขาภิบาลแห่งสหรัฐ (National Sanitation Foundation: NSF)
- บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) และกระบวนการผลิตเครื่องดื่มบรรจุกล่องโออิชิ ผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยสำหรับการผลิตอาหาร (FSSC 22000 หรือ Food Safety System Certification)

ยอดขายเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ* จะเพิ่มขึ้นเป็น 75%
ของเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ทั้งหมด



*เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพหมายถึงเครื่องดื่มประเภทน้ำดื่ม, น้ำแร่ และเครื่องดื่มที่ได้รับการรับรองทางเลือกเพื่อสุขภาพ

ในปี 2568 จำนวนผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ **50%** จะต้องได้รับการรับรองเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
ในปี 2563 มีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล
ทั้งหมด 24 รายการ หรือคิดเป็น 58%



ใส่ใจดูแลบุคลากร ลูกค้าและผู้บริโภค

มาตรการด้านความปลอดภัยในร้านอาหารช่วงสถานการณ์โควิด-19

ภัตตาคารและร้านอาหารเป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจของไทยเบฟที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ไทยเบฟจึงปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการของร้านอาหารในเครือหลายอย่างให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภค เช่น

- จัดทำระบบสั่งอาหารผ่านการสแกนคิวอาร์โค้ด เพื่อลดการสัมผัสกับอาหารและสิ่งของในร้านโดยไม่จำเป็น โดยระบบจะนำคำสั่งซื้อจากสมาร์ตโฟนลูกค้าแต่ละโต๊ะอาหารไปยังเครื่องรับคำสั่งเพื่อปรุงหรือจัดหาอาหารและนำไปเสิร์ฟยังโต๊ะอาหาร เพิ่มความสะดวกและรวดเร็วให้กับลูกค้า ซึ่งเป็นการปรับรูปแบบการให้บริการของร้านอาหาร โดยเฉพาะรูปแบบบุฟเฟต์ที่มีโอกาสจะเกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สูงและบริหารจัดการยากได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความปลอดภัย
- เปลี่ยนจากการวางอุปกรณ์ทานอาหารบนโต๊ะเป็นการนำมาเสิร์ฟให้ โดยอุปกรณ์จะผ่านการฆ่าเชื้อและบรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น
- อุปกรณ์ส่วนกลางที่ให้บริการบริเวณเคาน์เตอร์และเครื่องปรุงอาหารต่าง ๆ มีการเปลี่ยนใหม่ทุก ๆ ชั่วโมง รวมถึงมีมาตรการเข้มงวดในการทำความสะอาดภาชนะและอุปกรณ์ต่าง ๆ พร้อมเพิ่มขั้นตอนการทำความสะอาดอุปกรณ์ด้วยการแช่ในน้ำยาฆ่าเชื้อ Suma Bac

แบ่งปันคุณค่า



สุวิทย์ ศิริชู
Vice President - Operations
(Shabushi และ Nikuya)

ในช่วงของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทางร้านได้มีมาตรการด้านความปลอดภัยและปรับเปลี่ยนแผนงานในด้านธุรกิจ เพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการมั่นใจในเรื่องของความปลอดภัย มีการใช้มาตรการที่หน่วยงานราชการกำหนดอย่างเคร่งครัด ไม่ว่าจะเป็น ไทยชนะ การเว้นระยะห่าง การตรวจวัดอุณหภูมิลูกค้าก่อนเข้าใช้บริการ หรือติดป้ายแจ้งเตือนการสวมหน้ากาก และในช่วงสถานการณ์ล็อกดาวน์ ทางร้านชาบูชิได้ดำเนินปรับเปลี่ยนแผนงานในด้านธุรกิจ จากเดิมที่เราให้บริการเฉพาะนั่งทานในร้านร้อยละ 99 ได้ปรับเปลี่ยนแผนงานโดยการเพิ่มช่องทางสั่งอาหารทางออนไลน์ผ่านไลน์แมน แกร็บ และฟู้ดแพนด้า และยังมีบริการให้พนักงานชาบูชิส่งอาหารให้ลูกค้าเองถึงบ้าน เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขาย โดยพนักงานทุกคนรับรู้ถึงความห่วงใยและการช่วยเหลืออื่น ๆ ที่ทางบริษัทมอบให้





นอกจากนี้ ร้านอาหารในเครือโออิชิยังมีมาตรการเพิ่มเติมเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานการบริโภคแบบใหม่เพื่อความปลอดภัยและสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค

- ตรวจสอบสุขภาพพนักงานทุกคนก่อนเริ่มปฏิบัติงาน
- พนักงานทุกคนจะต้องสวมหน้ากากและถุงมือทุกครั้งขณะปฏิบัติงาน และทำความสะอาดมืออย่างน้อยทุก 30 นาที
- พนักงานแคชเชียร์หลังจากรับเงินทอนเงินแล้วให้ฉีดแอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อที่มือทุกครั้ง
- คัดกรองลูกค้าที่หน้าร้านด้วยการวัดอุณหภูมิลูกค้าก่อนเข้ารับบริการ
- จัดเตรียมเจลแอลกอฮอล์ล้างมือให้กับลูกค้า ณ จุดเข้า-ออกบริเวณต่าง ๆ ในร้าน
- จัดที่นั่งให้เว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 2 เมตร
- ทำความสะอาดโต๊ะ ที่นั่ง และอุปกรณ์ต่าง ๆ ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อทุกครั้งหลังลูกค้าใช้บริการเสร็จ
- ทำความสะอาดพื้น ทางเดิน เคาน์เตอร์ต่าง ๆ ภายในร้านด้วยน้ำยาทำความสะอาดฆ่าเชื้ออย่างน้อยวันละ 1 ครั้ง
- จัดทำแผงกั้นพลาสติกแข็ง บริเวณเคาน์เตอร์แคชเชียร์ เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อและสร้างความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัยให้กับลูกค้า
- ไทยเบฟได้จัดให้พนักงานทุกคนได้รับการตรวจโรคโควิด-19 พร้อมทั้งทำประกันโควิด-19 ให้ด้วย

KFC ได้ปรับรูปแบบจากการให้บริการทานในร้าน มาเป็นการซื้อกลับบ้านและการบริการส่งอาหารได้ด้วยการไม่จำกัดบริเวณขอบเขตในการจัดส่งอาหารของแต่ละสาขาอีกต่อไป นับตั้งแต่เดือนเมษายน 2563 เป็นต้นมา ซึ่งเป็นการจัดส่งอาหารให้กับลูกค้าที่สั่งทางออนไลน์ โดยเฉพาะ การปรับรูปแบบนี้ช่วยให้ KFC เพิ่มความครอบคลุมในการให้บริการลูกค้าได้มากขึ้น ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เคยอยู่นอกขอบเขตการจัดส่งของสาขาหรืออยู่ไกลจากสาขาที่กำหนดให้ได้รับความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น



GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3

การบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า

ไทยเบฟให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายในการทำงานร่วมกับไทยเบฟ เนื่องจากลูกค้าเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญขององค์กร เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จทางธุรกิจ ไทยเบฟริเริ่มโครงการต่าง ๆ เพื่อช่วยพัฒนาศักยภาพของลูกค้า พร้อมทั้งให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิดในฐานะที่ปรึกษาทางธุรกิจ เพื่อช่วยให้ลูกค้ามียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีความพึงพอใจในการทำงานร่วมกับไทยเบฟ

ผลกระทบของโรคโควิด-19 ต่อธุรกิจร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้รับใบอนุญาต (On Trade) และร้านอาหารที่ให้บริการนั่งทานที่ร้าน (Full Service Restaurant)









การดูแลและให้ความช่วยเหลือช่วงสถานการณ์โควิด-19

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้ภาครัฐออกมาตรการระงับการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และปิดห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารที่ให้บริการนั่งทานที่ร้าน (Full Service Restaurant) ทำให้เกิดการหยุดชะงักทางธุรกิจ สร้างความท้าทายที่ไทยเบฟจะต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าในฐานะของคู่ค้าที่ดีต่อกัน โดยทีมงานขายของไทยเบฟได้ให้การดูแลและความช่วยเหลือต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับมือและผ่านพ้นสถานการณ์นี้ไปได้

- ผลิตวิดีโอเพื่อให้ความรู้เรื่องการรักษาสุขอนามัยเพื่อป้องกันการติดโรคโควิด-19 ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย และส่งต่อผ่านสื่อออนไลน์ให้ลูกค้าตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศประมาณ 280 ราย ในช่วงที่เริ่มเกิดการแพร่ระบาด
- เชิญลูกค้าตัวแทนจำหน่ายในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล เข้าตรวจโรคโควิด-19 ที่คลินิกตรวจวิเคราะห์ทางการแพทย์ของไทยเบฟ เพื่อความมั่นใจในการใช้ชีวิตในช่วงการแพร่ระบาด
- มอบกรมธรรม์ประกันโควิด-19 มูลค่า 100,000 บาท ให้ลูกค้าตัวแทนจำหน่ายและครอบครัว จำนวน 6,163 ราย
- ส่งมอบแอลกอฮอล์ที่ผลิตโดยไทยเบฟให้กับลูกค้าทั่วประเทศ รวมจำนวน 66,900 ลิตร
- ส่งมอบหน้ากากอนามัยแบบใช้ประจำวันให้กับลูกค้าทั่วประเทศ รวมมูลค่า 3,700,000 บาท
- ส่งมอบหน้ากากอนามัยผ้ามัสลิน “สัญลักษณ์ตราช้าง” จากผู้บริหารสูงสุดของไทยเบฟ ให้กับลูกค้าตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ จำนวน 5,260 ชิ้น



ช่วงสถานการณ์โรคโควิด-19 ไทยเบฟดูแลลูกค้า



มอบกรมธรรม์คุ้มครอง
> 6,000 ฉบับ



ส่งมอบเอทิลแอลกอฮอล์
> 60,000 ลิตร



ส่งมอบหน้ากากอนามัย
> 10,000 ชิ้น



ตรวจหาเชื้อโควิด-19
> 100 ราย



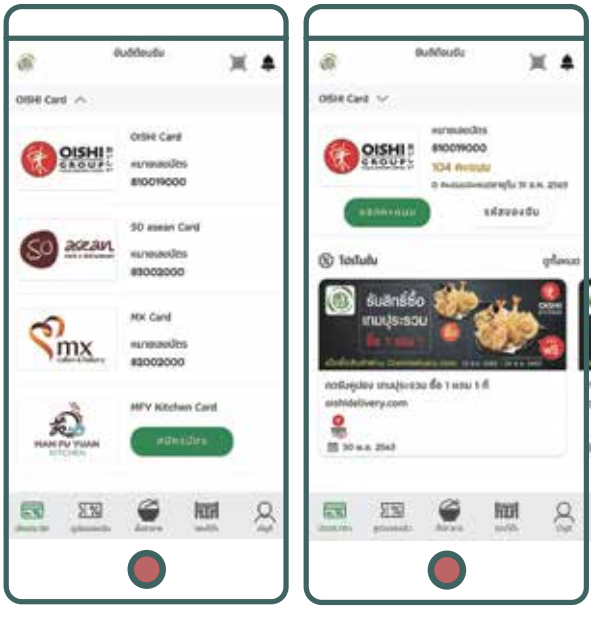
อบรม พ.ร.บ. ออนไลน์
200 ราย



นอกเหนือจากให้ความช่วยเหลือลูกค้าแล้ว ไทยเบฟยังมีการดำเนินการในส่วนลูกค้าร้านค้าปลีกซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ 280,000 ร้านค้า ที่พนักงานขายของไทยเบฟกว่า 2,400 คนดูแล เพื่อให้ร้านค้าเกิดความมั่นใจในฐานะคู่ค้าคนสำคัญ ด้วยมาตรการสวมหน้ากากอนามัย พกเจลล้างมือ และใส่ถุงมือขณะปฏิบัติหน้าที่ เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากทุกจุดสัมผัสที่อาจได้รับการปนเปื้อน รวมตลอดจนถึงการส่งมอบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ การจัดเรียงสินค้า และการรับเงินสด เพื่อช่วยลดการแพร่กระจายของเชื้อโรคไปสู่กลุ่มบุคคลอื่น ๆ ในสังคม ซึ่งได้เริ่มดำเนินการแล้วตั้งแต่กลางเดือนกุมภาพันธ์ 2563



นอกจากนี้ เพื่อเป็นการให้บริการประชาชนในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 หน่วยรถของบริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) ออกให้บริการนำสินค้าน้ำดื่มคุณภาพไปให้ลูกค้าเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ อาทิ น้ำดื่มคริสตัล เครื่องดื่มอัดลมเอสโคล่า และชาเขียวโออิชิ ยังชุมชนต่าง ๆ ในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ในช่วงที่ทางรัฐบาลขอความร่วมมือจากประชาชนในการงดการเดินทางออกจากบ้าน ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี



แอปพลิเคชัน BevFood

ไทยเบฟได้พัฒนาแอปพลิเคชัน “BevFood” (เพื่อต่อยอดแทนแอปพลิเคชัน OISHI Pointo) มาใช้กับลูกค้าและผู้ปฏิบัติงานหน้าร้าน ทำให้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารและใช้บริการได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เพื่อตอบทุกโจทย์ความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่ต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็ว

ปัจจุบัน BevFood มีสมาชิกกว่า 400,000 ราย โดยลูกค้าสามารถบริหารจัดการบัญชีสมาชิกของตนเอง รวมถึงสะสมคะแนนในทุก ๆ การใช้จ่ายเพื่อนำมาแลกรับ e-Voucher (รับคะแนนสะสม 1 คะแนน ทุก ๆ ยอดใช้จ่าย 25 บาท 1 คะแนน มีค่าเท่ากับ 1 บาท) พร้อมรับสิทธิประโยชน์รวมไปถึงโปรโมชั่นต่าง ๆ ผ่าน e-Coupon และยังสามารถสำรองที่นั่งล่วงหน้าก่อนเข้าใช้บริการและรับข่าวสารอัปเดต ทั้งหมดนี้ถูกรวมไว้อย่างครบครันใน BevFood

ในปี 2563 มีร้านอาหารภายใต้กลุ่มธุรกิจอาหารที่เชื่อมโยงกับ BevFood แล้วเสร็จ ทั้งสิ้นมากกว่า 10 แบรนด์ และยังคงมุ่งขยายบริการเพื่อให้ครอบคลุมแบรนด์ร้านอาหารต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องในอนาคต

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

การวัดผล ติดตาม ประเมินความพึงพอใจของลูกค้า
ไทยเบฟให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และเพื่อตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า ไทยเบฟวัดผล ติดตาม ประเมินความพึงพอใจของลูกค้าและผู้บริโภคเป็นประจำทุกปีโดยหน่วยงานภายนอกตามหลักเกณฑ์ทางวิชาการที่มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับตามหลักสากล ไทยเบฟนำผลความพึงพอใจที่ได้มากำหนดตัวชี้วัดเพื่อประเมินผลการทำงานของหน่วยงานภายในไทยเบฟที่ทำงานร่วมกับลูกค้า ในแต่ละปีไทยเบฟจะกำหนดเป้าหมายความพึงพอใจที่ต้องพัฒนาให้ได้ผลลัพธ์ที่สูงขึ้น เพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ระบบวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า
ปัจจุบันกลุ่มธุรกิจอาหารได้ทำการต่อยอดเรื่องข้อมูลของลูกค้า โดยประสานความร่วมมือกับ CMKL University ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยที่เกิดจากความร่วมมือระหว่าง Carnegie Mellon University (CMU) กับสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ในการพัฒนาระบบวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าจากการใช้บริการจริงในทุกช่องทางเพื่อประโยชน์ในการสร้างโอกาสในการขายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง สามารถรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ได้อย่างเหนียวแน่น ในขณะเดียวกันสามารถขยายการให้บริการไปยังลูกค้ากลุ่มใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งนำไปสู่การใช้บริการแบรนด์ร้านอาหารภายใต้กลุ่มธุรกิจอาหารอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

แบ่งปันคุณค่า

ช่วงโรคโควิด-19 ทุกคนก็ได้รับผลกระทบกันหมด เราก็ต้องปรับตัวและรับมือกับสถานการณ์อย่างมีสติ ในช่วงนั้น ไทยเบฟเข้าเยี่ยมกันตลอด มีการส่งแอลกอฮอล์และหน้ากากมาให้ ห่วงใยในสุขภาพของเอเย่นต์และพนักงานของเรา มีการสอบถามถึงสถานการณ์ธุรกิจของเราด้วยความเป็นห่วง เราเองก็เป็นห่วงในสุขภาพอนามัยของลูกค้าเราด้วยเช่นกัน แอลกอฮอล์กับหน้ากากที่ได้รับจากไทยเบฟ ได้มีการส่งมอบต่อไปให้กับลูกค้าของเราด้วย ดูแลกันเป็นทอด ๆ ไทยเบฟกับเอเย่นต์ดูแลกันเป็นครอบครัวเดียวกันมาตลอด ดูแลกันอย่างใกล้ชิด มีความห่วงใยกันอยู่แล้ว ความรู้สึกที่มีต่อไทยเบฟก็ยังคงเหมือนเดิม เพราะเราดูแลกันแบบนี้มาตลอด



วันเพ็ญ วันชาลี
บจก.วันเพ็ญเอเชียดริ้งค์ - ปทุมธานี



ต้องยอมรับว่าในช่วงโรคโควิด-19 เราปรับตัวและเรียนรู้วิธีการรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นไปพร้อม ๆ กับลูกค้า โดยห่วงใยและใส่ใจถามไถ่ด้วยการเข้าพบหรือโทรติดต่อกันตลอด เพราะเราทำงานด้วยกันมานานจนเป็นเหมือนคนในครอบครัวเดียวกันไปแล้ว ผ่านเหตุการณ์ยากลำบากกันมาก่อนแล้ว เช่น ตอนน้ำท่วมใหญ่ปี 2554

ต้องขอบคุณทางผู้บริหารที่ได้มอบหน้ากากอนามัยและเจลแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นของที่ทุกคนต้องการมาก ๆ ในช่วงเวลานั้น ซึ่งเราก็นำไปแจกจ่ายให้กับเอเย่นต์ และเอเย่นต์ทุกคนก็ดีใจและรู้สึกขอบคุณมาก ๆ ที่ได้รับของในช่วงเวลาที่จำเป็นและจำนวนที่มากพอจะแจกจ่ายไปยังครอบครัว ลูกน้อง และลูกค้าของทางเอเย่นต์อีกด้วย ซึ่งเป็นการดูแลที่ทำให้กันมาตลอด

ชาญศิลป์ นาบุญ
ผู้จัดการขาย-เอเย่นต์ บริษัทป้อมทิพย์ (2012) จำกัด

แบ่งปันคุณค่า



จิราลักษณ์ ณ เชียงตุง
Marketing Excellence Director
– Food Thailand

ในปีที่ผ่านมา บริการส่งอาหารออนไลน์สร้างการเติบโตให้กลุ่มธุรกิจอาหารกว่าร้อยละ 100 โดยมีช่องทางการสั่งอาหารภายใต้แบรนด์ของตัวเอง เช่น www.oishidelivery.com หรือแอปพลิเคชัน BevFood ที่พร้อมให้บริการลูกค้าแบบครบวงจร และรวบรวมความสะดวกไว้ในแอปพลิเคชันเดียว ซึ่งการบริการส่งอาหารออนไลน์ หรือ Online Food Delivery มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพราะสามารถตอบโจทย์และแก้ไขข้อจำกัด มีบทบาทสำคัญในการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบัน ด้วยพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนเมืองที่เปลี่ยนไปอย่างเห็นได้ชัด แนวโน้มการทำอาหารเองในแต่ละครัวเรือนลดลง รวมถึงปัจจัยอื่น ๆ เช่น การจราจรติดขัด ระยะทางจากบ้านไปยังร้านอาหาร ความสะดวกสบายของการกินอาหารที่บ้าน อีกทั้งเทคโนโลยียังมีการขยายตัวไปในวงกว้างและเข้ามามีส่วนในการใช้ชีวิตประจำวัน ทำให้บริการส่งอาหารออนไลน์เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ผู้บริโภคหันมาใช้บริการ

ความคิดเห็นของลูกค้าจากการใช้บริการจริงเป็นสิ่งสำคัญไม่แพ้กัน ระบบ QR Survey ถูกนำมาใช้เก็บข้อมูลความคิดเห็น คำแนะนำ และ คำติชมของลูกค้า หากข้อใดที่ลูกค้าให้คะแนนต่ำกว่ามาตรฐานที่กำหนดจะมีอีเมลแจ้งไปยังร้านที่ให้บริการในทันทีเพื่อทำการแก้ไขปัญหาและแจ้งผลการดำเนินงานให้แล้วเสร็จภายในระยะที่กำหนดไว้ในแต่ละหัวข้อ ทุกความคิดเห็นจะถูกนำมาวิเคราะห์ กลั่นกรอง เพื่อนำไปพัฒนา ปรับปรุง เพื่อช่วยให้องค์กรตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เป้าหมายในอนาคตและทิศทางดำเนินงาน

- ไทยเบฟมุ่งมั่นที่จะรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้บริโภคอย่างยั่งยืน โดยมีการติดตามวัดผลความพึงพอใจของลูกค้าและผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการกำหนดเป้าหมายที่จะต้องเพิ่มขึ้นและสูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ทุกปี
- ขยายการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในทุกมิติ ทั้งบริการนั่งทานที่ร้าน ซื้อกลับ และบริการจัดส่ง โดยเพิ่มจำนวนสาขา รูปแบบ ขนาดพื้นที่ตั้งที่เหมาะสม (Brand Penetration)
- ขับเคลื่อนธุรกิจจัดส่งอาหาร (Food Delivery) ให้เป็นอันดับ 1 ในธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น ผ่านช่องทางการสั่งอาหารให้มีความสะดวกและรวดเร็ว พร้อมทั้งเพิ่มโอกาสการเข้าถึงผ่านพันธมิตรผู้ให้บริการรายอื่น ๆ
- สื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับใจของกลุ่มเป้าหมาย (Personalization)

เป้าหมายในอนาคตและทิศทางการดำเนินงาน

ฐานข้อมูลลูกค้าผ่านจำนวนสมาชิกที่ใช้งาน

โดยมีเป้าหมายจำนวนสมาชิก
430,000 คน

การบริหารลูกค้าเชิงรุก รักษาฐานลูกค้าเก่าไว้และลดอัตราในการสูญเสียลูกค้า

ลูกค้าปัจจุบันที่ยังใช้งาน มีสัดส่วนเป็น **60%** ของกลุ่มผู้ใช้บริการทั้งหมด

คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า
รักษาระดับความพึงพอใจที่ 85 คะแนน

85

ผู้บริโภคสามารถใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น
เพิ่มช่องทางการขายให้กับทุกแบรนด์ร้านอาหารผ่านบริการส่งอาหารทั้งช่องทางแพลตฟอร์มของตัวเองและแพลตฟอร์มของพันธมิตร

ร่วมเป็นพันธมิตรกับ Food Aggregators (Grab, foodpanda, LINE MAN) และแพลตฟอร์มมาร์เก็ตเพลส (Shopee)

Grab LINEMAN foodpanda Shopee

ทำให้ยอดขายในกลุ่ม OISHI Food Delivery เติบโตเพิ่มขึ้น 85% เมื่อเทียบกับปี 2562

การให้บริการอย่างมีความรับผิดชอบ (Serve Responsibly)

ไทยเบฟใส่ใจในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมตลอดห่วงโซ่คุณค่าของไทยเบฟ เริ่มต้นด้วยการดำเนินธุรกิจตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด รวมไปถึงส่งเสริมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีความรับผิดชอบ ทั้งนี้ เพื่อกระตุ้นเตือนให้ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการได้คำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค ไทยเบฟจึงจัดทำโครงการ การให้บริการอย่างมีความรับผิดชอบ (Serve Responsibly) ให้แก่กลุ่มผู้ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น โรงแรมและร้านอาหารที่เป็นคู่ค้าของบริษัทจากทั่วทุกภูมิภาค

ผู้ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีส่วนสำคัญในการดูแลลูกค้าที่มาใช้บริการให้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างปลอดภัยได้ เช่น หยุดเสิร์ฟหรือช่วยชะลอการเสิร์ฟให้กับผู้บริโภคที่เริ่มมีอาการมึนเมา เรียกรถขนส่งสาธารณะหากผู้บริโภคมีอาการมึนเมา หรือดูแลให้อาการมึนเมาของผู้บริโภคให้ดีขึ้นก่อนแล้วค่อยกลับ

ไทยเบฟมุ่งหวังให้เกิดการขยายผลเพื่อกระตุ้นเตือนไปยังผู้บริโภคให้เกิดจิตสำนึกในการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบ ในปี 2563 ได้จัดอบรมในสองรูปแบบ ดังนี้

- จัดทำเพจเฟซบุ๊ก “Serve Responsibly การให้บริการอย่างมีความรับผิดชอบ” เพื่อให้ความรู้ในด้านการให้บริการ การดื่มอย่างรับผิดชอบ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ รวมถึงวิธีการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ปัจจุบันมีผู้ติดตามเพจจำนวน 3,200 คน ไทยเบฟตั้งเป้ายอดผู้ติดตามเพจ 6,000 คน ภายในเดือนกันยายน 2564 นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมร่วมสนุกต่าง ๆ เพื่อให้แฟนเพจได้มีส่วนร่วม (engagement) ซึ่งพบว่ามียอด engagement จากการกด “ไลก์ คอมเมนต์ แชร์” สูงสุดต่อการโพสต์อยู่ที่ 30,000 ครั้ง





- จัดอบรมด้วยรูปแบบเกมโชว์และกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ (workshop) เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมเข้าใจเนื้อหาของการให้บริการอย่างมีความรับผิดชอบมากขึ้น มีการทำกิจกรรมร่วมกันในชั่วโมงการฝึกอบรม เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดและตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการอย่างมีความรับผิดชอบมากยิ่งขึ้น ในปี 2563 เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สามารถจัดการอบรมได้เพียง 1 ครั้ง โดยมีผู้ให้บริการเข้าร่วมอบรม 40 คน โดยไทยเบฟตั้งเป้าที่จะเพิ่มจำนวนผู้ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผ่านการอบรมในปี 2564 เป็น 150 คน และเพิ่มสัดส่วนผู้เข้าอบรมจากสัดส่วน โรงแรม (Horeca): ร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้รับใบอนุญาต (On Trade) ที่ร้อยละ 80 ร้อยละ 20 เป็นร้อยละ 60 ร้อยละ 40 เนื่องจากร้านค้า On Trade เช่น ผับ บาร์ ร้านนั่งดื่ม มีเพิ่มมากขึ้น จึงถือเป็นกลุ่มที่สำคัญในการควบคุมปริมาณการบริโภคแอลกอฮอล์ในระดับที่จะก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้บริโภคได้ และเป็นการรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ ไทยเบฟยังได้รับความร่วมมือที่ดีจากพันธมิตรต่าง ๆ เช่น สมาคมธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไทย (TABBA) และมูลนิธิแก้ไขปัญหาการดื่มแอลกอฮอล์ ในการสนับสนุนข้อมูลแผ่นพับความรู้ รวมถึงการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่โครงการฯ ผ่านสื่อต่าง ๆ ของพันธมิตรอีกด้วย และปรับเปลี่ยนรูปแบบการอบรมเป็นแบบ Level Up (Up Skill Up Scale) คือเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้เข้าอบรมในด้านการเสิร์ฟและความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น เพื่อเตรียมความพร้อมกับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีการปรับเปลี่ยนใหม่ในยุค New Normal โดยในปี 2562 มีจำนวนผู้ประกอบการที่เป็นพันธมิตรเข้าร่วมอบรมรวมกว่า 100 แห่ง และมีจำนวนเพิ่มขึ้น 30 แห่งในปี 2563









ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

- ไทยเบฟจัดอบรมการให้บริการอย่างมีความรับผิดชอบมาตั้งแต่ปี 2559 โดยแต่ละปีจะมีผู้เข้าร่วมอบรมปีละประมาณ 100 ถึง 150 คน ปัจจุบันจัดอบรมแล้วจำนวน 9 ครั้ง โดยมีผู้ประกอบการและผู้ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าร่วมกว่า 500 คน ซึ่งผู้ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 1 คน จะให้บริการผู้บริโภคโดยเฉลี่ย 20 คนต่อวัน หรือ 6,000 คนต่อปี (คำนวณจากจำนวนวันทำงาน 25 วันต่อเดือน) ดังนั้น ตลอดระยะเวลาในการดำเนินโครงการจะมีผู้บริโภคจำนวนกว่า 2 ล้านคน ได้รับการดูแลอย่างถูกต้องจากผู้ประกอบการและพนักงานผู้ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่งผลให้มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างปลอดภัย
- ผู้เข้าร่วมอบรมทุกคนจะได้รับประกาศนียบัตรหลังจบการอบรม และประเมินความพึงพอใจในการอบรม ผลจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมอบรม ในปี 2563
  - ร้อยละ 100 ของผู้เข้าอบรมให้ความคิดเห็นว่าการให้บริการอย่างมีความรับผิดชอบเป็นหน้าที่ของตนเองและนำกลับไปปฏิบัติ
  - ร้อยละ 85 ของผู้เข้าอบรมต้องการนำความรู้ที่ได้จากการอบรมไปแบ่งปันกับเพื่อนร่วมงานหรือพนักงานที่ร้านร่วมกันปฏิบัติ
- โครงการนี้สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติ (UN SDGs) ข้อ 3.5 ประเด็นการดื่มแอลกอฮอล์ในระดับอันตรายนิยามตามบริบทของประเทศ ซึ่งหลังจากเริ่มโครงการนี้ พบว่าพนักงานผู้ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้ผ่านการอบรมนี้สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในการปฏิบัติงาน คือ หยุดเสิร์ฟให้กับผู้บริโภคที่เริ่มมีอาการและสภาพร่างกายที่ไม่ควรจะดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มเติม (ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ปริมาณการเสิร์ฟลดลงไปร้อยละ 35 มากกว่าปีก่อน ร้อยละ 2)

ผลการดำเนินโครงการ การให้บริการอย่างมีความรับผิดชอบ

ผู้ประกอบการและพนักงานผู้ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เข้าร่วมโครงการ

- ปี 2560 - ผู้เข้าร่วมอบรม รวม 120 คน
- ปี 2561 - ผู้เข้าร่วมอบรม รวม 140 คน
- ปี 2562 - ผู้เข้าร่วมอบรม รวม 150 คน
- ปี 2563 - ผู้เข้าร่วมอบรม รวม 40 คน (ไทยเบฟสามารถจัดการอบรมได้เพียง 1 ครั้ง เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19)
- ยอดผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊กโครงการฝึกอบรมให้ความรู้ในหัวข้อ "การให้บริการอย่างมีความรับผิดชอบ (Serve Responsibly)" 3,200 คน
- ยอดผู้กดติดตามเพจเพิ่มขึ้นจากปี 2562 เป็นจำนวนมากกว่า 2,000 คน (กรกฎาคม 62 เริ่มเปิดเพจ - ธันวาคม 62 มีผู้กดติดตามเพจ 700 คน) ณ กันยายน 63 มีผู้กดติดตามเพจ 3,200 คน
- ยอด Engagement จากการกด "ไลก์ คอมเมนต์ แชร์" สูงสุดต่อการโพสต์มากกว่า 30,000 ครั้ง
- เปอร์เซ็นต์ความพึงพอใจจากการฝึกอบรมครั้งล่าสุด (ขอนแก่น) มากกว่าร้อยละ 95









แบ่งปันคุณค่า

ที่ผ่านมา ไทยเบฟมองถึงการช่วยเหลือสังคมในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งโครงการนี้เรามองไปที่การช่วยเหลือต้นทาง เพราะผู้ประกอบการและผู้ให้บริการเหล่านี้ถือว่าเป็นผู้จำหน่ายเป็นผู้ที่ต้องเจอกับผู้ดื่มโดยตรง ซึ่งเมื่อลูกค้ามีอาการมึนเมาหรือไม่พร้อม เราก็ไม่อยากให้เสิร์ฟต่อ มีหลายร้านตอนแรกมองว่าจะเป็นการลดการบริโภคลงหรือไม่ เราก็ได้ให้ข้อมูลไปในการอบรมว่า เราอยากให้ผู้เสิร์ฟได้ตระหนักและช่วยเตือนสติให้ลูกค้าไม่ดื่มเกินขนาดจนครองสติไม่ได้ และที่สำคัญโครงการนี้สร้างมาเพื่อให้ความรู้กับผู้ให้บริการ ให้เขาได้ดูแลและใส่ใจลูกค้ามากขึ้น เพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการกับเราได้อีกนาน ๆ

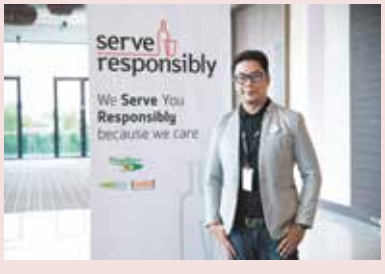


สุรพล อุทินทุ
ผู้อำนวยการสำนักประสานงานภายนอก
บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)



ผมมองว่าโครงการนี้เป็นประโยชน์มาก ๆ ซึ่งจะมีทั้งในส่วนของผู้ประกอบการ ผู้ผลิตและผู้จำหน่าย รวมถึงผู้ให้บริการ ที่จะได้มาร่วมกันแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม วันนี้ผมก็มีโอกาสได้มาเป็นวิทยากรอีกท่านหนึ่ง ซึ่งได้มาแบ่งปันประสบการณ์ให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม ต้องขอขอบคุณไทยเบฟ บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่ไม่ได้มุ่งเน้นแต่เพียงยอดขายอย่างเดียว แต่ยังห่วงใยและใส่ใจผู้บริโภคและตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อผู้คนในสังคม

พ.ต.อ. เขมรินทร์ พิศมัย
ผู้กำกับการสถานีตำรวจภูธรเมืองพัทยา วิทยากรในโครงการ



การอบรมในวันนี้ทำให้เราได้ตระหนักว่า ผู้ให้บริการคือส่วนหนึ่งของการสร้างสังคมที่ดี ซึ่งการอบรมนี้แตกต่างจากการอบรมทั่ว ๆ ไป เพราะมีกิจกรรมที่สนุกสลับกับการแทรกความรู้ที่เป็นประโยชน์ ผมจะนำความรู้เหล่านี้ไปบอกต่อทีมงาน ต้องขอขอบคุณไทยเบฟที่เปิดโอกาสให้เข้าร่วมโครงการดี ๆ แบบนี้

นิพนธ์ ขุนอ่อน
ผู้จัดการลานเบียร์สด ตลาดต้นตาล จังหวัดขอนแก่น
ผู้เข้าอบรมในโครงการ Serve Responsibly ครั้งที่ 9

ทิศทางการดำเนินงาน

เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คลี่คลายลงแล้ว ไทยเบฟตั้งเป้าไว้ดังต่อไปนี้

- ไทยเบฟตั้งเป้าในการอบรมผู้ประกอบการและผู้ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปีละ 180 คน และจะขยายฐานการรับรู้ไปยังกลุ่มนิสิตนักศึกษาในเครือข่าย EISA และ Beta Young ให้เข้าร่วมประกวดคลิปวิดีโอ Serve Responsibly โดยตั้งเป้าไว้จะมีจำนวนนักศึกษาเข้าร่วมโครงการประมาณ 100 คน จากมหาวิทยาลัย 20 แห่ง
- ในปี 2564 จะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการอบรมเป็นแบบ Level Up (Up Skill Up Scale) รวมถึงจะมีการจัดประกวดคลิปวิดีโอการให้บริการอย่างมีความรับผิดชอบ เพื่อเปิดโอกาสให้นิสิตนักศึกษา ในมหาวิทยาลัยในเครือข่าย ได้สร้างสรรค์ผลงานที่เป็นประโยชน์ และเป็นการปลูกฝังจิตสำนักเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับเยาวชนเหล่านี้ด้วย
- เข้าถึงคนทั่วทุกภูมิภาคของประเทศภายในปี 2565 โดยตั้งเป้าไว้ว่าจะมีผู้เข้าร่วมอบรมรวมทั้งสิ้นกว่า 1,500 คน และจะขยายผลต่อยอดเพื่อให้ความรู้เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมกับกลุ่มพนักงานของบริษัทฯ เพิ่มเติม เช่น พนักงาน PG ฝ่ายขาย และฝ่ายการตลาด เป็นต้น





GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 308-1, GRI 414-1

การจัดหาอย่างยั่งยืน

เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ผ่านกระบวนการจัดหาที่มีมาตรฐานและแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า ไทยเบฟจึงให้ความสำคัญกับนโยบายและมาตรฐานในการจัดหาวัตถุดิบ การรักษามาตรฐานด้านคุณภาพ การส่งมอบ การบริการ กระบวนการตรวจประเมินคู่ค้า และการมีส่วนร่วมของคู่ค้า โดยไทยเบฟได้กำหนดกลยุทธ์และพัฒนาระบบต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานและป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับความต่อเนื่องทางธุรกิจและหลีกเลี่ยงผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

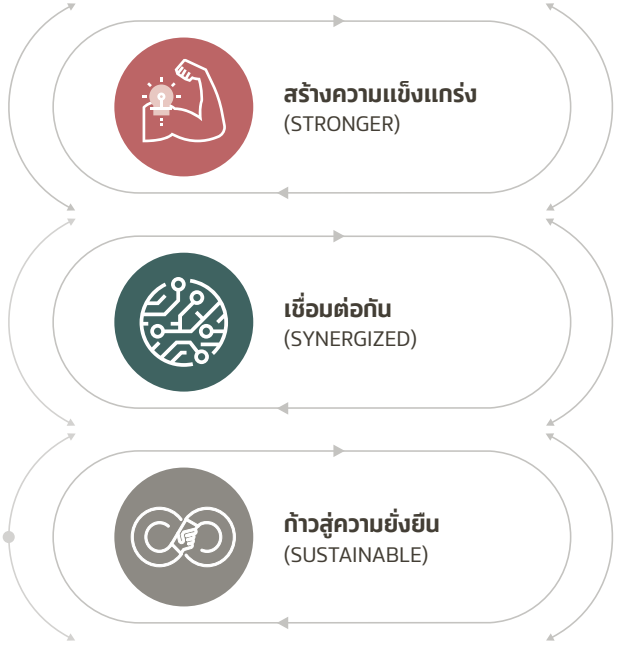
ห่วงโซ่อุปทานแห่งอนาคต

เพื่อเพิ่มคุณค่าและสร้างความแตกต่างในการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ไทยเบฟได้กำหนดกลยุทธ์ "ห่วงโซ่อุปทานแห่งอนาคต" ดังนี้

- **สร้างความแข็งแกร่ง (STRONGER)**
  จัดหาวัตถุดิบสำคัญจากคู่ค้าที่หลากหลายขึ้นและลดการผูกขาดกับคู่ค้าเพียงรายเดียว โดยเน้นการจัดหาจากภายในประเทศและเพิ่มศักยภาพให้กับคู่ค้าในประเทศ

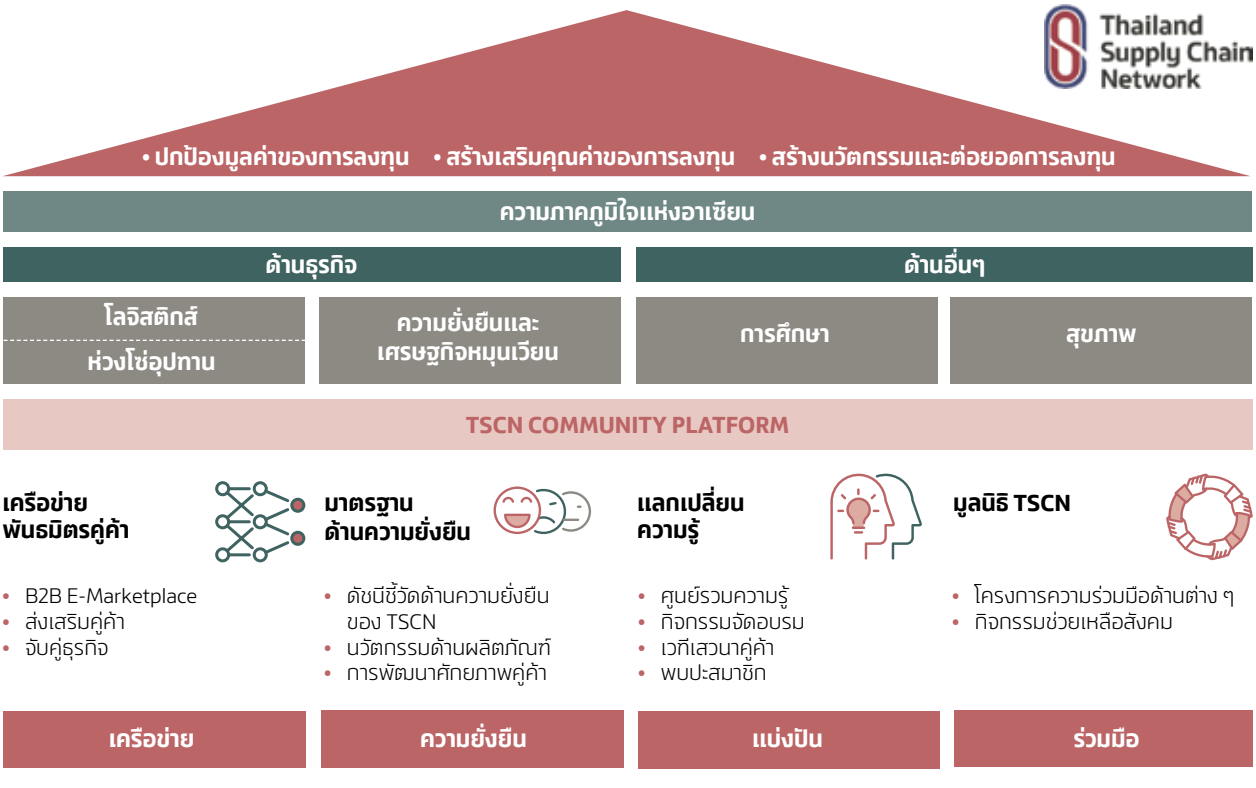
- **เชื่อมต่อกัน (SYNERGIZED)**
  นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการวางแผนห่วงโซ่อุปทานทั้งหมด เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึงข้อมูล (Data Visibility) โดยเฉพาะอย่างยิ่งห่วงโซ่อุปทานของวัตถุดิบหรือสินค้าที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ รวมไปถึงระบบการจัดการความเสี่ยงภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้รับมือและตอบสนองต่อความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้ดียิ่งขึ้น

- **ก้าวสู่ความยั่งยืน (SUSTAINABLE)**
  ดำเนินการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบครอบคลุมทุกภาคส่วน พร้อมสร้างคุณค่าทางธุรกิจให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานและนำแนวทางปฏิบัติเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาใช้ประโยชน์ เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจและผลักดันให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างยั่งยืน



เครือข่ายธุรกิจห่วงโซ่อุปทานแห่งประเทศไทย (Thailand Supply Chain Network - TSCN) ร่วมต้านโรคโควิด-19

เริ่มในปี 2562 ไทยเบฟร่วมมือกับพันธมิตรรายสำคัญก่อตั้งเครือข่ายธุรกิจห่วงโซ่อุปทานแห่งประเทศไทย (Thailand Supply Chain Network หรือ TSCN) เพื่อบูรณาการความร่วมมือและเพิ่มพูนการลงทุนระหว่างกันทั้งในปัจจุบันและต่อยอดในอนาคต รวมถึงการขยายขอบเขตการบูรณาการความร่วมมือไปยังประเทศอื่น ๆ ในอาเซียน หรือใน ASEAN+3



ในฐานะผู้นำในการผลิตอาหารและเครื่องดื่มทั้งในประเทศไทยและอาเซียน ไทยเบฟเฝ้าระวังวิกฤตการณ์โควิด-19 ตั้งแต่แรกเริ่ม เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์และเป็นส่วนหนึ่งในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อย่างต่อเนื่อง โดยไทยเบฟได้ดำเนินงานและจัดกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ

- ประเมินความเสี่ยงด้านความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้าหลักของไทยเบฟ เพื่อประเมินขั้นตอนและศักยภาพในการจัดซื้อจัดหาในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และเป็นการบริหารจัดการความเสี่ยงตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงเป็นแรงจูงใจในการขับเคลื่อนคู่ค้ารายอื่น ๆ ให้มีส่วนร่วมกับไทยเบฟในการสร้างความยืดหยุ่นทางธุรกิจของห่วงโซ่อุปทานให้มีมากขึ้น
- สำรวจความต้องการของพันธมิตรผู้ร่วมก่อตั้ง TSCN และคู่ค้ารายอื่น ๆ ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เพื่อให้ความช่วยเหลือด้านทรัพยากรทางการแพทย์ ด้านบุคลากร และด้านอื่น ๆ ได้อย่างเหมาะสม
- ร่วมกับบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) หนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้ง TSCN ทำการผลิตเจลแอลกอฮอล์มากกว่าหนึ่งล้านขวดและส่งมอบให้กับกระทรวงสาธารณสุข เพื่อแจกจ่ายให้กับอาสาสมัครสาธารณสุขทั่วประเทศ
- ส่งมอบแอลกอฮอล์ให้กับเอกอัครราชทูตมัลดีฟส์ประจำประเทศไทย ผ่านการประสานงานของ TSCN พร้อมกับผู้ร่วมก่อตั้ง TSCN รายอื่น ๆ

ผลการดำเนินงานของโครงการ



ส่งมอบเจลแอลกอฮอล์
>1,000,000 ขวด
ให้กับกระทรวงสาธารณสุข



คู่ค้ากว่า
800 ราย
ตอบแบบสำรวจด้านการบริหารจัดการวิกฤตการณ์โควิด-19

ประเมินความเสี่ยงคู่ค้าด้านความต่อเนื่องทางธุรกิจครอบคลุมกว่า
80% **ของมูลค่าจัดหารายปี**





95% **ของคู่ค้าทางตรง**
และ **85%** **ของคู่ค้าทางอ้อม**
กลุ่มกลยุทธ์ที่ประเมินความเสี่ยงนั้นมีการบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจที่ดี

TSCN Business Partner Conference 2020 และโครงการประกาศเกียรติคุณคู่ค้า

ในปี 2563 ไทยเบฟและบริษัทในภาคีเครือข่ายต่าง ๆ รวมถึงเครือข่าย TSCN (Thailand Supply Chain Network) ได้จัดกิจกรรม Thailand Sustainability Expo (TSX) 2020 ภายใต้แนวคิด “พอเพียง ยั่งยืน เพื่อโลก” (Sufficiency for Sustainability) โดยน้อมนำพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร และพระปฐมบรมราชโองการของพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทร มหาวชิราลงกรณ พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว “สืบสาน รักษา และต่อยอด” มาเป็นแนวทางในการจัดงานตามศาสตร์พระราชาและหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน รวมถึงคู่ค้า ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน



ไทยเบฟยังได้ร่วมกับเครือข่าย TSCN จัดกิจกรรม TSCN Business Partner Conference 2020 หรือกิจกรรมสัมมนาพันธมิตรทางธุรกิจ เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม TSX เพื่อสร้างพลังร่วมและเครือข่ายของการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน อันเกิดจากความร่วมมือระหว่างองค์กรชั้นนำในประเทศไทย โดยได้รับเกียรติจากผู้บริหารสูงสุดขององค์กรผู้นำด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนในประเทศไทย ได้แก่ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ร่วมเสวนาและแลกเปลี่ยนมุมมองถึงวิสัยทัศน์และแนวทางการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความยั่งยืน รวมถึงปัจจัยความสำเร็จในการเป็นผู้นำด้านความยั่งยืนระดับโลก นอกจากนี้ ยังมีผู้เชี่ยวชาญด้านความยั่งยืนในแต่ละอุตสาหกรรมร่วมแบ่งปันประสบการณ์และให้ความรู้แก่คู่ค้าภายใต้แนวคิด “สร้างสรรค์และแบ่งปันคุณค่าจากการเติบโต เพื่ออนาคตที่ยั่งยืน” ครอบคลุมทุกภาคส่วนของห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เพื่อผลักดันให้เกิดการลงมือปฏิบัติของภาคธุรกิจที่สอดคล้องกับเป้าหมายเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ รวมถึงริเริ่ม TSCN Platform เครือข่ายสังคมธุรกิจออนไลน์ เพื่อเปิดโอกาสให้พันธมิตรทางธุรกิจจากทุกกลุ่มอุตสาหกรรมร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ TSCN โดยการเชื่อมต่ออุปสงค์และอุปทาน



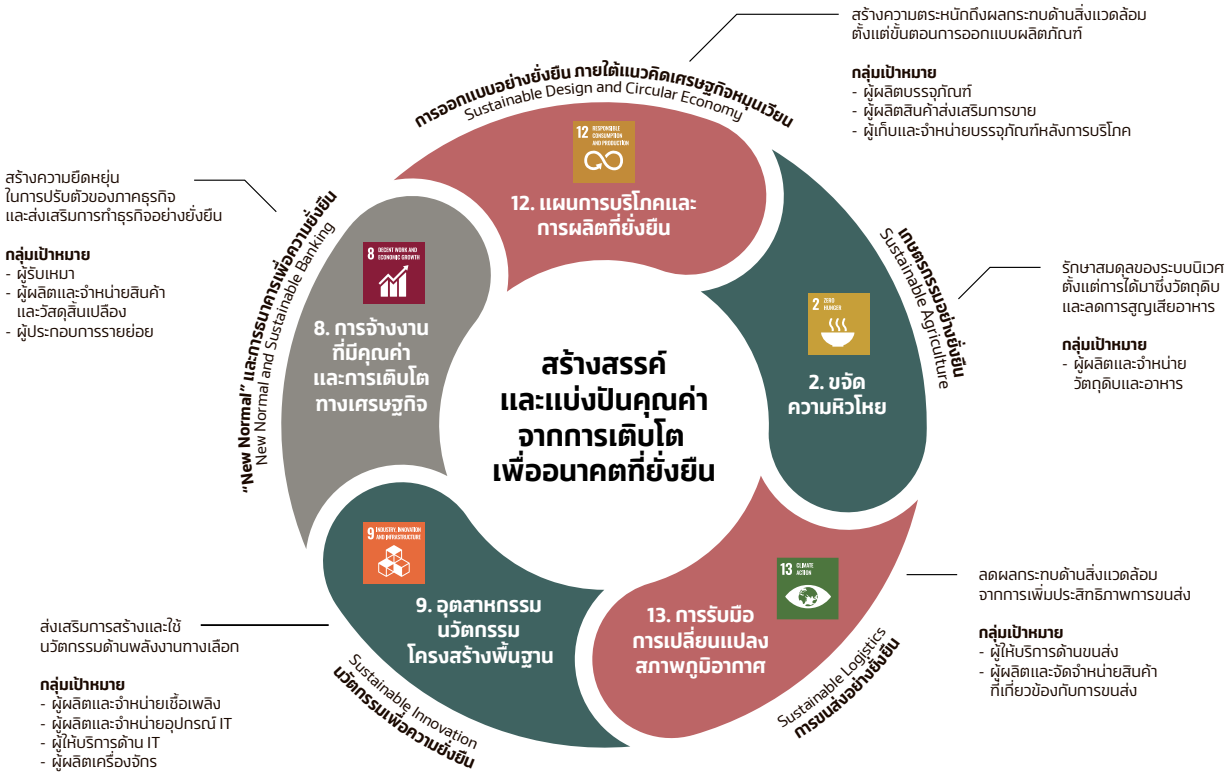






ในการทำธุรกิจไว้ด้วยกันและเป็นศูนย์รวมองค์ความรู้ด้านการทำธุรกิจอย่างยั่งยืน รวมถึงเสริมสร้างความแข็งแกร่งของภาคธุรกิจในประเทศไทย

ในโอกาสนี้ ไทยเบฟได้มอบรางวัลประกาศเกียรติคุณคู่ค้า เพื่อส่งเสริมและสร้างคุณค่าให้แก่คู่ค้าที่มีผลการดำเนินงานเป็นเลิศ และต่อยอดโอกาสในการขยายธุรกิจของคู่ค้ากลุ่มดังกล่าวไปยังบริษัทอื่น ๆ ในเครือข่าย TSCN โครงการประกาศเกียรติคุณคู่ค้าเป็นโครงการที่ไทยเบฟริเริ่มขึ้นตั้งปี 2559 และได้ดำเนินโครงการต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 เพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า กระตุ้นการแข่งขันทางธุรกิจ และสรรค์สร้างนวัตกรรมในภาคอุตสาหกรรม ซึ่งคู่ค้าที่ได้รับรางวัลคือคู่ค้าที่มีมาตรฐานในการดำเนินงานอันเป็นเลิศ และเป็นแม่แบบในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนให้กับคู่ค้ารายอื่น ๆ โดยรางวัลมีทั้งหมดสามระดับคือ Silver Award, Gold Award และ Platinum Award ในปี 2563 ไทยเบฟได้กำหนดเกณฑ์การประเมินเรื่องความยั่งยืนเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการพิจารณาให้รางวัลเพื่อส่งเสริมให้คู่ค้าที่ร่วมโครงการคำนึงถึงการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความยั่งยืน โดยกำหนดให้คู่ค้าจัดทำหลักปฏิบัติสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) และมีผลบังคับใช้ไปยังคู่ค้าของตนเอง

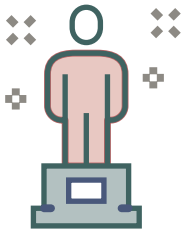


ผลการดำเนินงานของโครงการ



ร้อยละ 22

ของผู้เข้าร่วมโครงการพัฒนาผลการดำเนินงานในมิติต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านคุณภาพ ด้านการค้า ด้านการจัดส่งสินค้า ด้านนวัตกรรม และด้านความยั่งยืน และได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณคู่ค้า



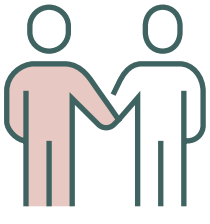
คู่ค้า 6 ราย

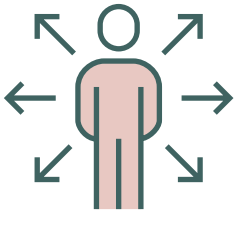
ได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณ ระดับ Platinum

(ได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณ ระดับ Gold ติดต่อกันตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป)

ร้อยละ 95

ของคู่ค้าที่เข้าร่วมกิจกรรม
TSCN Business Partner Conference 2020
สนใจเข้าร่วมเป็นสมาชิก TSCN





คู่ค้าที่เข้าร่วมกิจกรรมเล็งเห็นถึง
โอกาสทางธุรกิจจากการเข้าร่วม
เป็นสมาชิก TSCN คิดเป็นคะแนน

เฉลี่ยร้อยละ 86

โครงการ CROSS การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการจัดหา

ในปี 2560 ไทยเบฟได้ริเริ่มโครงการ CROSS โดยมีจุดประสงค์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลในห่วงโซ่อุปทาน (Visibility) และยกระดับมาตรฐานในการจัดหา โดยมุ่งเน้นการร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน และการเชื่อมต่อผ่านระบบออนไลน์ ซึ่ง CROSS มีหลักในการทำงานคือ

C **COLLABORATE**
(ร่วม) ส่งเสริมความร่วมมือภายในองค์กรระหว่างคู่ค้ากับไทยเบฟ

R **RE-ENGINEER**
(ปรับ) ปรับเปลี่ยนกระบวนการจัดหาให้มีประสิทธิภาพ

O **ONLINE**
(ออนไลน์) ทำงานผ่านระบบออนไลน์เพื่อความสะดวก รวดเร็วและโปร่งใส

S **SIMPLIFY**
(ใช้ง่าย) พัฒนาระบบที่ใช้งานง่ายและทำงานได้คล่องตัว

S **SYNERGIZE**
(เชื่อมกัน) ผสมผสานการทำงานร่วมกันระหว่างบุคลากรและเทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์สูงสุด

โครงการ CROSS เป็นระบบการจัดหาดิจิทัลที่ช่วยปรับปรุงกระบวนการจัดหาให้มีประสิทธิภาพโดยใช้ระบบอัตโนมัติ สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างโปร่งใสและสืบค้นได้ อีกทั้งยังช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน โดยผู้ซื้อและผู้ขายทำงานร่วมกันผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งปัจจุบันไทยเบฟได้นำระบบจัดหา CROSS Procurement มาเชื่อมต่อกับระบบ Supplier Life Cycle Management (SLCM) ซึ่งทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการดูแลและสื่อสารกับคู่ค้าของไทยเบฟตั้งแต่การลงทะเบียนเป็นคู่ค้ารายใหม่ การประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจของคู่ค้า การยืนยันคำสั่งซื้อ และการแลกเปลี่ยนเอกสารผ่านระบบ ทั้งนี้ ระบบจัดหา CROSS Procurement แบ่งหน้าที่การทำงานหลักออกเป็น 4 ส่วน คือ

1. **CROSS Source**
   คัดสรรคู่ค้าที่มีศักยภาพ ซึ่งพิจารณาทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม หลักธรรมาภิบาล และศักยภาพในการดำเนินธุรกิจของคู่ค้า โดยเชื่อมต่อกับระบบ Supplier Life Cycle Management (SLCM) ครอบคลุมตั้งแต่การบังคับใช้แนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Practice) การลงทะเบียนคู่ค้า การประเมินศักยภาพคู่ค้า การสรรหาคู่ค้า ไปจนถึงการเสนอราคา ประกวดราคาสินค้า และการคัดเลือกคู่ค้า

2. **CROSS Contract**
   ร่างและจัดทำสัญญากับคู่ค้าผ่านระบบที่ตรวจสอบย้อนหลังได้โปร่งใส รวมถึงการบริหารการซื้อสินค้าให้อยู่ภายใต้ข้อกำหนดของสัญญา

3. **CROSS Buy**
   ออกคำสั่งซื้อและยืนยันการสั่งซื้อกับคู่ค้า และการเลือกซื้อสินค้าผ่านแค็ตตาล็อกสินค้าออนไลน์ (e-Catalog)

4. **CROSS SRM** (Supplier Risk Management)
   ตรวจประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และหลักธรรมาภิบาล รวมไปถึงด้านอื่น ๆ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือองค์กร สภาพคล่อง การดำเนินธุรกิจ รวมถึงข่าวสารต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร โดยใช้ฐานข้อมูลจากองค์กรอิสระที่มีความชำนาญการในการประเมินความเสี่ยง ได้แก่ World Economic Forum, Dun & Bradstreet, GDACS และ Semantic Visions เป็นต้น

ทั้งนี้ ไทยเบฟนำระบบ CROSS Procurement มาใช้ในกระบวนการจัดหาอย่างต่อเนื่องโดยมีเป้าหมายเพื่อช่วยพัฒนาศักยภาพในการเข้าถึงข้อมูลที่มีความแม่นยำยิ่งขึ้น เพิ่มขีดความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล และช่วยในการตัดสินใจและกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการจัดหา รวมถึงการบริหารจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อสถานการณ์

ผลการดำเนินงานของโครงการ

	ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)	ความยั่งยืนด้านสังคม (Social)	ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจและธรรมาภิบาล (Governance)
กำกับการใช้นโยบายด้านการจัดหา (Compliance)	◊	◊	◊
บริหารจัดการความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Risk Management)	◊	◊	◊
ส่งเสริมการทำงานร่วมกันกับคู่ค้า (Supplier Relationship Management)			◊
ความโปร่งใสและการเข้าถึงข้อมูลในระบบ (Transparency and Data Visibility)			◊
พัฒนาบุคลากร (People Development)		◊	
เพิ่มโอกาสทางธุรกิจกับคู่ค้า (Business Opportunities)			◊
พัฒนากระบวนการจัดหาให้มีประสิทธิภาพและเป็นมาตรฐานสากล (Process Optimization and Standardization)	◊		◊
ลดต้นทุนการจัดหา (Cost Optimization)			◊

แบ่งปันคุณค่า

ความยั่งยืนเป็นสิ่งที่ภาคธุรกิจสนใจมานานแล้ว แต่ว่าวันนี้เราต่างมีคำถามสำคัญที่ว่า แต่ละภาคธุรกิจจะรวมตัวกันได้อย่างไร รวมไปถึงว่าเราจะปรับมุมมองที่เน้นการแข่งขันให้เป็นมุมมองแห่งความร่วมมือได้อย่างไร



ฐาปน สิริวัฒนภักดี
กรรมการผู้อำนวยการใหญ่
บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)



ดร.คงกระพัน อินทรแจ้ง
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)

การทำงานด้านความยั่งยืน ต้องเริ่มต้นจากความเชื่อว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องสำคัญ และเมื่อเชื่อแล้ว ต้องทำให้ความยั่งยืนเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจ



ธีรพงศ์ จันศิริ
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ในช่วงที่ประเทศไทยถูกจับตามองเรื่องสิทธิมนุษยชน ตอนนั้นเราคิดว่า แค่องค์กรของเราทำถูกต้องแค่นั้นยังไม่พอ แต่เราต้องมั่นใจว่าทั้งซัพพลายเชนของเราทำงานอย่างถูกต้องด้วย

ผู้บริหารสูงสุดของ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) แลกเปลี่ยนวิสัยทัศน์ในเวทีเสวนา "Decade of Sustainability in Action" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม Thailand Sustainability Expo 2020

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

ความร่วมมือเพื่อห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

- ผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นวัตถุดิบหลักในกระบวนการผลิตเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ และอาหารของไทยเบฟ ได้แก่ มอลต์ น้ำตาล ปลายข้าว น้ำมันปาล์ม และใบชา ไทยเบฟได้คัดสรรคุณภาพวัตถุดิบเป็นอย่างดี โดยผ่านกระบวนการจัดหาที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล อาทิ BonSucro, ProTerra, SEDEX, RSPO เป็นต้น
- จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งอาจส่งผลกระทบต่อปริมาณและราคาของผลิตผลทางการเกษตร รวมถึงรายได้และความเป็นอยู่ของเกษตรกรในพื้นที่ ไทยเบฟได้ทำงานร่วมกับคู่ค้าอย่างเต็มที่เพื่อให้ความรู้เกษตรกรในพื้นที่และให้การสนับสนุนด้านทรัพยากรตามความเหมาะสม

ความยืดหยุ่นทางธุรกิจและการบริหารจัดการความเสี่ยง

- ไทยเบฟคำนึงถึงปัจจัยด้านความยั่งยืนในทุกขั้นตอนของการจัดหา โดยกำหนดให้คู่ค้าทุกรายรับทราบแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Practice) เพื่อเป็นมาตรฐานในการคัดกรองคู่ค้าและตรวจสอบคุณภาพอย่างเข้มงวด ทั้งนี้ ไทยเบฟได้กำหนดความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจของคู่ค้าเป็นเกณฑ์ในการประเมินคุณสมบัติของคู่ค้า การประกวดราคาและขั้นตอนการประเมินผลงานหลังการซื้อขาย
- ไทยเบฟมีกระบวนการระบุคู่ค้ารายสำคัญทุกปี เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการความสัมพันธ์คู่ค้า รวมทั้งการจัดระดับความสำคัญในการใช้ทรัพยากรและการบริหารจัดการความเสี่ยงของคู่ค้าให้เหมาะสม ทั้งหมดนี้จะทำให้บริษัทสามารถระบุและบรรเทาความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากขั้นตอนการจัดหาทุกขั้นตอนภายในห่วงโซ่อุปทานได้

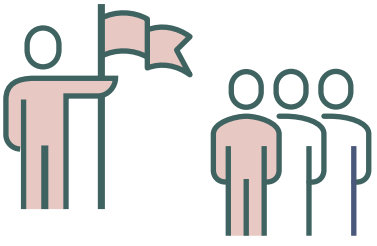
การพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าภายในประเทศ

- ในปี 2563 สัดส่วนการจัดหาจากคู่ค้าภายในประเทศอยู่ที่ปีละร้อยละ 95 โดยไทยเบฟให้ความสำคัญกับคู่ค้าในพื้นที่บริเวณใกล้เคียงสถานประกอบการเป็นอันดับแรก โดยพิจารณาทั้งปัจจัยด้านความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจและผลกระทบทางเศรษฐกิจ เพื่อลดระยะทางในการขนส่งและผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้น โดยเฉพาะลดการใช้น้ำมันและมลพิษในอากาศ รวมถึงการกระจายรายได้ให้แก่คู่ค้ารายย่อยและสร้างงานให้แก่ชุมชนท้องถิ่น
- การสร้างศักยภาพให้กับคู่ค้าภายในประเทศผ่านโครงการประกาศเกียรติคุณคู่ค้า การให้ความรู้ด้านความยั่งยืนแก่คู่ค้า และการดำเนินโครงการด้านความยั่งยืนต่าง ๆ ร่วมกัน ทำให้บริษัทมีทางเลือกในการจัดหามากขึ้น และบรรเทาความเสี่ยงจากการมีวัตถุดิบจำกัด รวมถึงความเสี่ยงจากการนำเข้าวัตถุดิบและการบริการจากต่างประเทศ เช่น ความล่าช้าจากการขนส่งสินค้าและการหยุดชะงักทางธุรกิจ

ทิศทางการดำเนินงาน

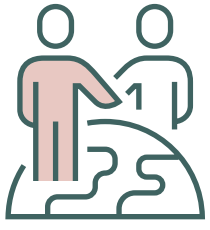
เป้าหมาย ปี 2563





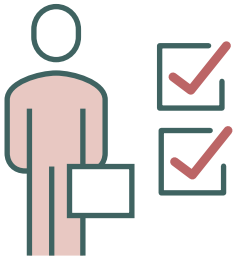
100%
ของคู่ค้ายอมรับและปฏิบัติตาม
แนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าของไทยเบฟ

95%
ของคู่ค้าที่ไทยเบฟ
จัดหาสินค้าและบริการ
เป็นคู่ค้าภายในประเทศ



THAILAND

100%
ของคู่ค้ารายใหม่ได้รับ
การประเมินด้านความยั่งยืน
ในการดำเนินธุรกิจ



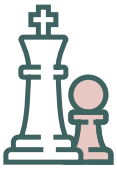
100%
ของคู่ค้ารายสำคัญได้รับการตรวจสอบ
ณ สถานประกอบการ



เป้าหมาย ปี 2573



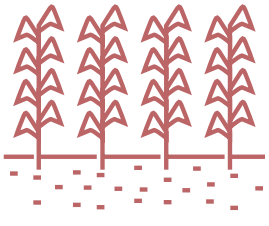
100%
ของคู่ค้ากลุ่มกลยุทธ์มีการจัดทำและบังคับ
ใช้จรรยาบรรณของคู่ค้าของตนเอง





100%
ของคู่ค้าที่ได้รับการประเมินและตรวจสอบ
ด้านความเสี่ยงทางความยั่งยืนโดยองค์กรอิสระ





100%
ของวัตถุดิบหลักทางการเกษตรนั้น
ผ่านกระบวนการจัดหาอย่างมีความรับผิดชอบ





GRI 102-12, GRI 102-13, GRI 102-17, GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 415-1

การกำกับดูแลองค์กร และจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

ไทยเบฟยึดมั่นในการปฏิบัติภายใต้กรอบจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ โดยมีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ พร้อมทั้งดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ และเป็นธรรม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจให้กับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย รวมถึงส่งเสริมให้บริษัทมีความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล และมีผลประกอบการที่ดีโดยคำนึงถึงผลกระทบในระยะยาว ซึ่งตรงตามความมุ่งหวังของทั้งภาคธุรกิจ ผู้ลงทุน ตลอดจนตลาดทุนและสังคมโดยรวม



การกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กร

ไทยเบฟมุ่งเน้นการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับจรรยาบรรณของบริษัท โดยมีการวางแผนจัดการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยงอย่างเหมาะสมตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน และมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส เพียงพอ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ถือหุ้น นักลงทุน พนักงาน ลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย นอกจากนี้ยังมุ่งมั่นสนับสนุนและพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจให้แก่ลูกค้า เพื่อสร้างความเจริญเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน และเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นในระยะยาว โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรด้วย

คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่รับผิดชอบในการเป็นผู้นำขององค์กร ดูแลความเป็นผู้นำของธุรกิจโดยรวมในการกำหนดทิศทาง กลยุทธ์ วัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน และความสำเร็จในระยะยาวของบริษัทในกลุ่มไทยเบฟ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของไทยเบฟเป็นไปตามแผนธุรกิจหลักของบริษัท ตามมติของผู้ถือหุ้นโดยสุจริต ภายใต้กฎหมาย วัตถุประสงค์ และข้อบังคับของบริษัท รวมถึงการกำกับดูแลให้บริษัทในกลุ่มไทยเบฟและบริษัทย่อยปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์และตลาดหลักทรัพย์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง (สามารถศึกษาโครงสร้างองค์กรและรายงานการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท ได้จากรายงานประจำปี 2563 และบนเว็บไซต์ www.thaibev.com)

อนึ่ง ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์ได้ออกมาตรการให้บริษัทจดทะเบียนสามารถจัดประชุมผู้ถือหุ้นผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้ โดยต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด เช่น การจำกัดจำนวนผู้เข้าประชุมและผู้จัดเตรียมการประชุมในสถานที่จัดประชุมเดียวกันไม่เกิน 6 คน การส่งคำถามล่วงหน้าของผู้เข้าร่วมประชุมอย่างน้อย 72 ชั่วโมง ก่อนวันประชุม และการปฏิบัติตามมาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม เป็นต้น เพื่อให้ผู้ถือหุ้นได้มีโอกาสเข้าร่วมประชุมและได้รับข้อมูลเท่าเทียมกัน และเพื่อช่วยให้บริษัทจดทะเบียนสามารถจัดประชุมผู้ถือหุ้นได้ตามที่กฎหมายกำหนด สำหรับไทยเบฟได้มีการจัดประชุมเพื่อสื่อสารระหว่างบริษัทและผู้ฝากหลักทรัพย์ในประเทศสิงคโปร์ (Annual Information Meeting) ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยการถ่ายทอดสดผ่านช่องทาง Webcast เมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2563 เพื่อให้ผู้ฝากหลักทรัพย์ในประเทศสิงคโปร์ได้รับข้อมูลเท่าเทียมกับข้อมูลที่เปิดเผยในการประชุมผู้ถือหุ้นในประเทศไทย โดยผู้เข้าร่วมประชุมสามารถส่งคำถามเกี่ยวกับธุรกิจและการดำเนินงานของบริษัทเป็นการล่วงหน้าเพื่อให้กรรมการและผู้บริหารระดับสูงชี้แจงในการประชุม ทั้งนี้ ไทยเบฟได้เปิดเผยข้อมูลการชี้แจงดังกล่าวผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์ (SGXNET) ในวันเดียวกัน สำหรับการประชุมคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการย่อยของไทยเบฟและบริษัทย่อยในกลุ่มไทยเบฟได้จัดให้มีการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้กรรมการและผู้บริหารระดับสูงที่อยู่ทั้งประเทศไทยและต่างประเทศมีโอกาสเข้าร่วมประชุมเพื่อแสดงความคิดเห็นและให้คำแนะนำได้ โดยปฏิบัติตามระเบียบและหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด



นอกจากนี้ ไทยเบฟได้ประกาศใช้นโยบายการรับข้อร้องเรียน เพื่อเน้นย้ำถึงการให้ความสำคัญกับการรับฟังข้อร้องเรียนจากกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของไทยเบฟ ทั้งนี้ ปี 2563 ไม่พบรายการขัดแย้งที่มีนัยสำคัญและไม่พบข้อร้องเรียนด้านจริยธรรมที่มีนัยสำคัญ

จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

ไทยเบฟกำหนดจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจด้วยเจตนารมณ์มุ่งเน้นพฤติกรรมที่มีความซื่อสัตย์สุจริต ปฏิบัติตามกฎหมาย มีศีลธรรมและจริยธรรม ทั้งนี้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ต้องยึดถือปฏิบัติตาม เพื่อให้บริษัทบรรลุจุดมุ่งหมายในการรักษาไว้ซึ่งจรรยาบรรณและรักษามาตรฐานทางจรรยาบรรณไว้อย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งส่งเสริมให้การดำเนินธุรกิจเจริญเติบโตก้าวหน้า มีความมั่นคงยั่งยืน เป็นที่ยอมรับของสังคม

ไทยเบฟมีหน้าที่ที่จะทำให้เกิดความโปร่งใสในการดำเนินงาน ปกป้องผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นโดยคำนึงถึงภาวะและปัจจัยความเสี่ยงทั้งในปัจจุบันและอนาคตและปฏิบัติต่อพนักงาน ลูกค้า และคู่ค้าทุกคนอย่างถูกต้องชอบธรรม บริษัทมุ่งเน้นให้พนักงานทุกคนเข้าใจเนื้อหาและความหมายจรรยาบรรณของบริษัทที่กำหนดไว้อย่างถ่องแท้ และประกาศให้บุคลากรทุกระดับของบริษัททราบประกอบกับต้องยอมรับและยึดถือปฏิบัติโดยเคร่งครัด หากบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัทในทุกส่วนให้ความร่วมมือและปฏิบัติอย่างจริงจังภายใต้นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะส่งผลกับบริษัทดังนี้

- ช่วยให้บริษัทรักษาความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย
- ทำให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงาน
- ทำให้เกิดความเป็นธรรมในองค์กร
- พนักงานมีเกียรติมีศักดิ์ศรี เป็นคนดี คนเก่ง
- องค์กรเป็นที่ยอมรับต่อสังคม
- เพื่อความผาสุกของพนักงาน

การต่อต้านการทุจริต

การทุจริตเป็นสิ่งผิดกฎหมาย กระทบต่อการแข่งขันแบบเสรีและผิดจรรยาบรรณของบริษัท ซึ่งทำให้ชื่อเสียงองค์กรเสื่อมเสีย ทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรขาดความเชื่อมั่น และกระทบต่อผลประกอบการบริษัท

ไทยเบฟดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส มีคุณธรรม ยึดหลักความยุติธรรม และยึดมั่นปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางธุรกิจ พร้อมทั้งคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายจากการดำเนินธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ ไทยเบฟจึงได้กำหนดนโยบายการต่อต้านการคอร์รัปชันเพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการตัดสินใจและดำเนินการเพื่อป้องกันการคอร์รัปชัน รวมถึงเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจและเสริมสร้างความมั่นคงอย่างยั่งยืนในอนาคต

หากมีการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ กฎระเบียบ มาตรฐาน และกฎหมาย กรรมการผู้อำนวยการใหญ่มีหน้าที่รับผิดชอบ ติดตามและกำหนดให้มีระบบรองรับการต่อต้านการคอร์รัปชันที่มีประสิทธิภาพ โดยรายงานต่อประธานคณะกรรมการและคณะกรรมการเพื่อตรวจสอบและทบทวนนโยบายให้ทันสมัยและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ นอกจากนี้ ไทยเบฟยังกำหนดขอบเขตการปฏิบัติตามนโยบายของทุกฝ่าย ดังนี้

- ผู้บริหารระดับสูงมีหน้าที่เสริมสร้างความเข้าใจในการปฏิบัติตามนโยบาย พร้อมทั้งร่วมมือกับกรรมการ ผู้บังคับบัญชา และพนักงาน ช่วยกันสอดส่องดูแล
- กรรมการและพนักงานมีหน้าที่รักษามาตรฐานสูงสุดในการดำเนินธุรกิจ
- พนักงานต้องไม่ทนหรือเพิกเฉย เมื่อพบเห็นการกระทำที่เข้าข่ายการทุจริตคอร์รัปชัน
- พนักงานต้องให้ความร่วมมือในการตรวจสอบข้อเท็จจริง

หากไม่ปฏิบัติตามนโยบายอาจถือเป็นความผิดทางวินัยอย่างร้ายแรง เป็นการขัดต่อสัญญาและเป็นความผิดอาญาของบุคคลนั้น ๆ และอาจสร้างความเสียหายร้ายแรงต่อชื่อเสียงและสถานะของบริษัท หากพบเห็นการคอร์รัปชันให้แจ้งการกระทำดังกล่าวแก่ผู้บังคับบัญชาหรือหากพบบุคคลที่กระทำผิดจะถูกลงโทษตามกฎระเบียบของบริษัทและดำเนินคดีตามกฎหมายต่อไป

การรับข้อร้องเรียน

ไทยเบฟมีนโยบายรับข้อร้องเรียนโดยสนับสนุนให้พนักงานแจ้งข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการกระทำที่อยู่ในข่ายต้องสงสัยว่าอาจเป็นความผิด โดยไทยเบฟจะดำเนินการกับการกระทำที่อยู่ในข่ายต้องสงสัยว่าอาจเป็นความผิดที่เกิดขึ้นภายในอย่างเข้มงวด และพนักงานที่แจ้งข้อเท็จจริงอันชอบธรรมจะไม่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายหากเป็นการแจ้งข้อร้องเรียนโดยสุจริต ซึ่งกระบวนการแจ้งข้อร้องเรียนมีดังนี้

- หากกรรมการมีข้อร้องเรียน ให้กรรมการแจ้งข้อร้องเรียนดังกล่าวไปยังประธานกรรมการตรวจสอบ
- หากพนักงานมีข้อร้องเรียน ให้พนักงานแจ้งข้อร้องเรียนดังกล่าวเป็นลายลักษณ์อักษรผ่านช่องทางที่แนะนำ โดยระบุชื่อและรายละเอียดเพื่อใช้ในการติดต่อ แล้วแจ้งไปยังบุคคลที่มีหน้าที่รับผิดชอบ
- พนักงานทุกคนสามารถแจ้งข้อมูลที่อยู่ในข่ายอันสงสัยมายังกรรมการผู้อำนวยการใหญ่โดยตรง ผ่านทางอีเมล whistleblowing@thaibev.com หรือส่งมายังผู้บริหารโดยตรง
- ไทยเบฟพร้อมที่จะปกป้องพนักงานที่แจ้งข้อร้องเรียนที่มีมูลความจริงโดยรักษาข้อมูลไว้เป็นความลับและจะดำเนินการกับการกระทำความผิดที่เกิดขึ้นอย่างเข้มงวด
- พนักงานที่แจ้งข้อเท็จจริงจะไม่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายใด ๆ หากเป็นการร้องเรียนโดยสุจริต
- ไทยเบฟจะดำเนินการอย่างเหมาะสมเพื่อคุ้มครองกรรมการและพนักงานจากความเสียหายหรือการถูกทำร้ายอันมีสาเหตุมาจากการแจ้งข้อร้องเรียนที่เกิดขึ้น

เมื่อมีพนักงานแจ้งข้อร้องเรียน ไทยเบฟมีมาตรการดำเนินการดังนี้

- ประเมินเรื่องที่ได้รับแจ้งเพื่อตัดสินใจว่าจะดำเนินการอย่างไรต่อไป ซึ่งอาจเป็นการสืบสวนเป็นการภายในหรือส่งเรื่องต่อเพื่อดำเนินการสืบสวนโดยบุคคลภายนอก
- หากพบว่าข้อร้องเรียนเป็นเท็จหรือโดยทุจริต หรือมีลักษณะประสงค์ร้าย หรือปราศจากความรอบคอบ หรือเพื่อประโยชน์ส่วนบุคคล การกระทำดังกล่าวถือเป็นการกระทำผิดซึ่งนำไปสู่การพิจารณาความผิดทางวินัยตามที่ระบุไว้ในหัวข้อการพิจารณาความผิดทางวินัยและบทลงโทษในคู่มือพนักงานของไทยเบฟ นอกจากนี้ยังมีการทำประชาสัมพันธ์ถึงช่องทางแจ้งข้อร้องเรียนผ่านสื่อภายในองค์กร

การละเมิดกฎระเบียบข้อบังคับและกฎหมาย

ไทยเบฟกำหนดให้พนักงานต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กรและข้อกฎหมายของทุกประเทศที่ไทยเบฟเข้าไปดำเนินกิจการ หากมีการละเมิดกฎระเบียบข้อบังคับใด ๆ ทั้งด้านจรรยาบรรณความเป็นเลิศขององค์กร และสิทธิมนุษยชนในสถานที่ประกอบการหรือสถานที่ดำเนินธุรกิจ จะต้องหยุดการละเมิดนั้นในทันทีและใช้มาตรการจัดการที่เหมาะสม ในปี 2563 ไทยเบฟและกลุ่มไทยเบฟพบว่า มีการละเมิดที่ไม่รุนแรง และกรณีรุนแรง โดยเป็นการจัดกลุ่มระดับของการละเมิดตามผลกระทบที่เกิดขึ้น โดยกำหนดเกณฑ์ตามมูลค่าทางการเงิน กรณีรุนแรง (Major Case) คือ กรณีที่มีผลกระทบทางการเงินมากกว่าหรือเท่ากับ 300,000 บาท และกรณีไม่รุนแรง (Minor Case) คือกรณีที่มีผลกระทบทางการเงินน้อยกว่า 300,000 บาท เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการละเมิดกฎระเบียบข้อบังคับและการทุจริตในองค์กร ไทยเบฟมีแนวทางแก้ไขเบื้องต้นดังนี้

- จัดให้มีการปฐมนิเทศให้กับพนักงานใหม่และผู้บริหาร
- จัดให้มีหลักสูตรการอบรมแบบออนไลน์
- ให้ความสำคัญในการสื่อสารและทำความเข้าใจในจริยธรรมในการปฏิบัติงานของพนักงานและผู้บริหาร(Business Ethics)
- มุ่งมั่น สื่อสาร ทำความเข้าใจ และกำหนดให้พนักงานและผู้บริหารปฏิบัติตามจรรยาบรรณเครือไทยเบฟเวอเรจ
- หากไทยเบฟตรวจพบการทุจริต บริษัทจะดำเนินการขั้นเด็ดขาดทันทีและอาจถูกดำเนินคดี
- จัดให้มีกระบวนการตรวจสอบการทุจริตในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ โดยสำนักตรวจสอบภายใน ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในการตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจว่าไทยเบฟปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับและกฎหมาย

หมายเหตุ: รายละเอียดของกรณีละเมิดที่ไม่รุนแรงและกรณีรุนแรงสามารถดูเพิ่มเติมได้ที่ www.sustainability.thaibev.com

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางกฎหมาย

ไทยเบฟให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามระเบียบและข้อบังคับ ซึ่งลดความเสี่ยงในการถูกปรับ การเพิกถอนใบอนุญาต ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจ ในปี 2563 เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทั่วโลกรวมทั้งประเทศไทย ภาครัฐจึงได้ออกมาตรการทางกฎหมายเพื่อป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดในประเทศไทย ซึ่งมาตรการที่ภาครัฐกำหนดไว้นั้นมีบางเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทไทยเบฟ นอกจากนี้ บริษัทยังมีสำนักกฎหมายที่คอยดูแลการเปลี่ยนแปลงด้านกฎระเบียบและกฎหมายในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยไทยเบฟมีช่องทางติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายจากการเป็นสมาชิกหอการค้าไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย รวมทั้งสืบค้นข้อมูลกฎหมายและข่าวสารจากเว็บไซต์ของหน่วยงานราชการต่าง ๆ เช่น สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ราชกิจจานุเบกษา สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา เป็นต้น ทั้งนี้ ในปีที่ผ่านมาไทยเบฟได้ปรับเปลี่ยนนโยบายในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับมาตรการทางกฎหมายของภาครัฐดังนี้

- **ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักร ข้อกำหนดออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 รวมทั้งประกาศและคำสั่งของจังหวัดที่ผู้ว่าราชการจังหวัดออกโดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 ซึ่งกำหนดมาตรการควบคุมไว้ดังนี้**

  - ปิดสถานที่เสี่ยงต่อการติดต่อโรคโควิด 19 ได้แก่ สถานบันเทิง สถานบริการ สถานแสดงมหรสพ สถานประกอบกิจการอาบ อบ นวด สถานประกอบการที่คล้ายสถานบริการ
  - ห้ามร้านอาหารจำหน่ายอาหารโดยวิธีการนั่งทานในร้าน
  - ปิดห้างสรรพสินค้า โดยให้จำหน่ายได้แต่เฉพาะสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต
  - ปิดร้านค้าหรือสถานประกอบการที่มีใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 1 และประเภทที่ 2 ส่งผลให้บริษัทในกลุ่มไทยเบฟซึ่งมีทั้งบริษัทที่เป็นผู้ผลิตและบริษัทที่เป็นผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 1 ไม่สามารถจำหน่ายสุราได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง
  - กำหนดช่วงเวลาห้ามบุคคลออกนอกเคหสถาน เว้นแต่กรณีจำเป็นหรือเป็นบุคคลที่ได้รับสิทธิยกเว้น
  - ห้ามเดินทางข้ามจังหวัดเว้นแต่กรณีจำเป็น

  ไทยเบฟจึงต้องวางแผนการผลิต การจำหน่าย และการขนส่งสินค้าให้สอดคล้องกับอายุการบริโภคของสินค้าโดยไม่ให้กระทบกับสภาพคล่องของไทยเบฟ รวมถึงสอดคล้องกับความต้องการของคู่ค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเพื่อให้การประกอบกิจการของไทยเบฟสามารถดำเนินต่อไปโดยไม่หยุดชะงัก อีกทั้งเพื่อดูแลสภาพแวดล้อมการทำงานให้เกิดความปลอดภัยสำหรับพนักงานในภาวะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จึงมีพนักงานบางส่วนปฏิบัติงานที่สถานที่ทำงาน และพนักงานบางส่วนปฏิบัติงานที่บ้านซึ่งสอดรับกับนโยบายของภาครัฐที่ต้องการให้ประชาชนอยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ นอกจากนี้ไทยเบฟยังได้ดูแลใส่ใจกับสภาพความเป็นอยู่ของพนักงานโดยการมอบแอลกอฮอล์และหน้ากากผ้าและหน้ากากอนามัยให้แก่พนักงานสำหรับใช้ในการป้องกันโรคโควิด-19 รวมทั้งมอบของใช้ที่จำเป็นต่อการยังชีพให้แก่พนักงานที่ได้รับผลกระทบ

- **พระราชกำหนดว่าด้วยการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2563**

  เดิมการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์จะต้องดำเนินการตามประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 74/2557 เรื่อง การประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ลงวันที่ 27 มิถุนายน 2557 ซึ่งกำหนดหลักเกณฑ์ไว้ว่า หนึ่งในสามขององค์ประชุมต้องอยู่ในสถานที่เดียวกันและผู้เข้าร่วมประชุมทั้งหมดต้องอยู่ในราชอาณาจักรในระหว่างการประชุม ซึ่งเป็นไปได้ยากในทางปฏิบัติ กลุ่มบริษัทไทยเบฟจึงไม่สามารถจัดประชุมสำหรับการประชุมที่กฎหมายบัญญัติให้ต้องมีการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และหลักเกณฑ์ดังกล่าวไม่สอดคล้องกับมาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม (Physical Distancing) ที่ทางภาครัฐได้กำหนดไว้เพื่อควบคุมและลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตามคำแนะนำขององค์การอนามัยโลก จึงมีการออกพระราชกำหนดว่าด้วยการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2563 ซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 19 เมษายน 2563 เป็นต้นไป เพื่อเปลี่ยนแปลงหลักเกณฑ์การจัดประชุมที่กฎหมายบัญญัติให้ต้องมีการประชุมสามารถประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้โดย

ผู้ร่วมประชุมไม่ต้องอยู่ในสถานที่เดียวกันและไม่ต้องอยู่ในประเทศไทยเท่านั้น กลุ่มบริษัทไทยเบฟจึงมีการจัดประชุมคณะกรรมการบริษัทผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และกรรมการบางท่านแม้จะอยู่ในต่างประเทศก็สามารถเข้าร่วมประชุมเพื่อแสดงความคิดเห็นได้ ในการจัดประชุมนี้ กลุ่มบริษัทไทยเบฟ เลือกใช้ระบบการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีความมั่นคงปลอดภัย และปฏิบัติตามมาตรฐานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่กฎหมายกำหนด

- **พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 47) พ.ศ. 2561**
เป็นกฎหมายที่เกี่ยวกับการกำหนดราคาโอนระหว่างบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งก่อนที่กฎหมายฉบับนี้จะมีผลใช้บังคับในวันที่ 22 พฤศจิกายน 2561 กรมสรรพากรได้วางแนวทางปฏิบัติไว้ตามคำสั่งกรมสรรพากรที่ ป. 113/2545 เรื่อง การเสียภาษีเงินได้ของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล กรณีการกำหนดราคาโอนให้เป็นไปตามราคาตลาด ลงวันที่ 16 พฤษภาคม 2545 ซึ่งกลุ่มบริษัทไทยเบฟได้กำหนดค่าตอบแทนระหว่างกันโดยยึดถือปฏิบัติตามคำสั่งดังกล่าวแม้ว่าคำสั่งดังกล่าวจะไม่มีสถานะเป็นกฎหมายก็ตาม ต่อมาได้มีการแก้ไขประมวลรัษฎากรเพื่อนำหลักการดังกล่าวมาบัญญัติเป็นกฎหมาย โดยให้อำนาจกรมสรรพากรในการปรับปรุงทั้งรายได้และรายจ่ายของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีความสัมพันธ์กัน หากการกำหนดค่าตอบแทนระหว่างกันไม่เป็นไปตามหลัก Arm's Length Price (ราคาของค่าตอบแทน ค่าบริการ หรือดอกเบี้ย ซึ่งคู่สัญญาที่เป็นอิสระต่อกันพึงกำหนดโดยสุจริตในทางการค้า กรณีโอนทรัพย์สิน ให้บริการหรือให้กู้ยืมเงินที่มีลักษณะประเภท และชนิดเดียวกัน ณ วันที่โอนทรัพย์สิน ให้บริการ หรือให้กู้ยืมเงิน) ซึ่งกฎหมายดังกล่าวมีผลใช้บังคับกับกลุ่มบริษัทไทยเบฟตั้งแต่รอบระยะเวลาบัญชี 2563 เป็นต้นไป แต่เมื่อกฎหมายเริ่มมีผลใช้บังคับในปี พ.ศ. 2562 กลุ่มบริษัทไทยเบฟได้เริ่มดำเนินการเพื่อให้สอดคล้องกับหลักการดังกล่าว โดยได้จัดเตรียมเอกสารการกำหนดราคาโอนทั้งในภาพรวมของกลุ่มบริษัทและบริษัทย่อยแต่ละบริษัท สำหรับกลุ่มธุรกิจเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และในรอบปีบัญชี 2563 นี้ได้ดำเนินการเพิ่มเติมในส่วนของกลุ่มธุรกิจเบียร์ โดยเริ่มดำเนินการในส่วนของโรงงานเบียร์ก่อนเป็นลำดับแรก หลังจากนั้นจึงจะทยอยดำเนินการในส่วนอื่นของกลุ่มธุรกิจเบียร์และกลุ่มธุรกิจอื่นต่อไป

- **พระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562**
มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 13 มีนาคม 2562 แต่เริ่มจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างปี พ.ศ. 2563 โดยเป็นการยกเลิกการจัดเก็บภาษีโรงเรือนและที่ดินซึ่งจัดเก็บภาษีจากค่ารายปี (จำนวนเงินซึ่งทรัพย์สินนั้นสมควรให้เช่าได้ในแต่ละปี) ตามพระราชบัญญัติภาษีโรงเรือนและที่ดิน พ.ศ. 2475 และยกเลิกการจัดเก็บภาษีบำรุงท้องที่ซึ่งจัดเก็บจากราคาปานกลางของที่ดินตามพระราชบัญญัติภาษีบำรุงท้องที่ แล้วเปลี่ยนมาจัดเก็บเป็นภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างซึ่งจัดเก็บภาษีจากราคาประเมินที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง กลุ่มบริษัทไทยเบฟได้ตระหนักถึงหลักการการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างที่เปลี่ยนแปลงไป จึงมีนโยบายให้บริหารจัดการที่ดินและสิ่งปลูกสร้างของบริษัทให้เหมาะสมกับสภาพของที่ดินและก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจทั้งต่อบริษัท พนักงาน ชุมชนและประเทศ โดยการคัดเลือกพื้นที่ที่กลุ่มบริษัทจะนำมาใช้ประโยชน์เองเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้พนักงานหรือครอบครัวของพนักงานเช่าพื้นที่ของบริษัททำเกษตรกรรมเพื่อสร้างรายได้เสริมให้แก่ครอบครัวของพนักงาน ซึ่งเป็นการสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานกับองค์กร รวมทั้งยังสนับสนุนให้ชาวบ้านในชุมชนรอบสถานประกอบการของกลุ่มบริษัทและบุคคลอื่นเช่าพื้นที่ของกลุ่มบริษัททำเกษตรกรรมเพื่อสร้างรายได้ให้กับบุคคลเหล่านั้นด้วย โดยในรอบปีบัญชีนี้กลุ่มบริษัทไทยเบฟได้ใช้ประโยชน์พื้นที่เพิ่มขึ้นจำนวน 1,657 ไร่ 17.45 ตารางวา และให้พนักงานหรือครอบครัวของพนักงานเช่า จำนวน 10 ราย ชาวบ้านรอบสถานประกอบการจำนวน 9 ราย และบุคคลอื่นจำนวน 3 ราย รวมพื้นที่ที่มีการทำประโยชน์แล้วทั้งสิ้นจำนวน 2,612 ไร่ 3 งาน 57.25 ตารางวา

- **พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562**
แม้จะมีการยกเว้นการใช้บังคับกฎหมายในส่วนของการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล การร้องเรียน ความรับผิดทางแพ่ง และบทกำหนดโทษ ออกไปจนถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2564 แต่กลุ่มบริษัทไทยเบฟก็ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลโดยกลุ่มบริษัทไทยเบฟจะขอความยินยอมในการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลจากบุคคลต่าง ๆ และแจ้งวัตถุประสงค์ของการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลให้บุคคลเหล่านั้นทราบ และจะใช้ข้อมูลส่วนบุคคลตามวัตถุประสงค์ที่ขอความยินยอมไว้ เว้นแต่เป็นกรณีที่กฎหมายยกเว้นให้สามารถทำได้โดยไม่ต้องขอความยินยอม รวมทั้งได้มีการปรับปรุงแบบฟอร์มใบสมัครงาน สัญญาจ้างงาน และเอกสารสัญญาต่าง ๆ รวมทั้งการใช้งานเว็บไซต์ต่าง ๆ ของกลุ่มบริษัทไทยเบฟให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ของกฎหมายในปัจจุบัน เพื่อไม่ให้กระทบสิทธิของบุคคลที่เป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลนั้น

- **ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวิธีการหรือในลักษณะการขายทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2563**
กฎหมายฉบับนี้จะมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 7 ธันวาคม 2563 เป็นต้นไป ซึ่งห้ามไม่ให้มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวิธีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือบริการที่เกี่ยวข้องกับการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อผู้บริโภคโดยตรง หรือเป็นการดำเนินการใด ๆ ในลักษณะการเชิญชวนให้ซื้อ หรือการเสนอขายรวมไปถึงการขายสินค้าหรือบริการต่อผู้บริโภคโดยตรงด้วยการตลาด หรือบริการการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้ขายและผู้บริโภคซื้อขายได้โดยไม่ต้องพบกัน แต่ไม่ใช้บังคับกับการซื้อขายและการชำระราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ณ จุดขายในร้านค้า ร้านอาหาร หรือสถานที่ที่ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งกฎหมายฉบับนี้ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อกลุ่มบริษัทไทยเบฟโดยตรงเนื่องจากบริษัทไม่ได้เสนอขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง แต่อาจมีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบางราย ซึ่งไทยเบฟจะแนะนำให้ผู้ที่ขายทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์แก่ผู้บริโภคโดยตรงปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมาย

ไทยเบฟและการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับนโยบายสาธารณะ

ไทยเบฟมีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และกำหนดนโยบายต่าง ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อส่วนรวมและเป็นกลาง โดยเข้าไปมีส่วนร่วมและให้การสนับสนุนองค์กรของภาครัฐและภาคเอกชน โดยในปีที่ผ่านมาไทยเบฟได้ดำเนินงานร่วมกับภาคส่วนต่าง ๆ ด้วยวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันให้แข็งแกร่งมากขึ้น ไทยเบฟร่วมมือกับ หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาธุรกิจไทย-เวียดนาม สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย UN Global Compact และสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย และการเป็นประธานสภาผู้นำธุรกิจไทย-สหราชอาณาจักร (Thai-UK Business Leadership Council: TUBLC)

2. เพื่อขยายเครือข่ายการเติบโตร่วมกับบริษัทต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมอาหาร ไทยเบฟให้การสนับสนุนกิจกรรม การเข้าไปมีส่วนร่วมแบ่งปันข้อมูลในด้านต่าง ๆ หรือการสนับสนุนงบประมาณ ภายใต้ความมุ่งหวังในการสานต่อนโยบายภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งนำมาสู่การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมโดยรวมให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งอย่างยั่งยืนและมั่นคง

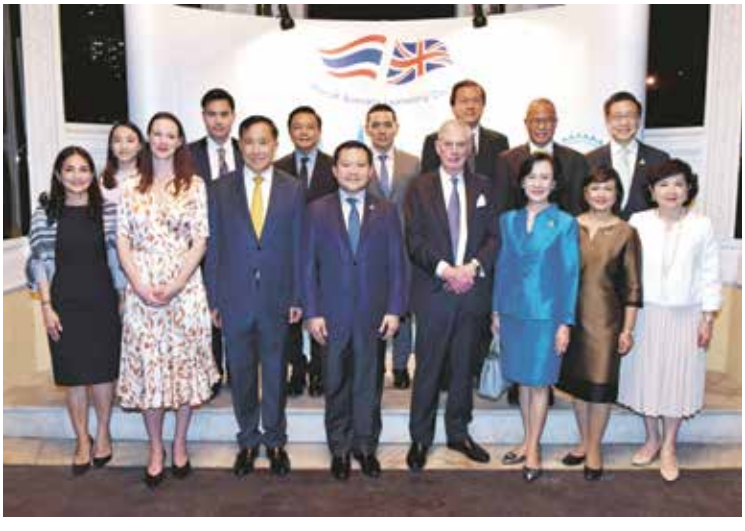
ไทยเบฟสนับสนุนสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย เป็นหลักเนื่องจากทั้งสององค์กรเป็นนิติบุคคลที่เป็นตัวแทนผู้ประกอบการภาคเอกชนในการประสานงานนโยบายและดำเนินการกับภาครัฐ ให้คำปรึกษาและเสนอแนะแก่รัฐบาล เป็นแกนกลางในการประสานงานให้เกิดความร่วมมือที่จะส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลและร่วมพัฒนาธุรกิจการค้า การลงทุน ตลอดจนปกป้องสิทธิ และความยุติธรรมที่สมาชิกพึงได้รับอย่างเต็มภาคภูมิทั้งในระดับประเทศ และระดับสากล นอกจากนี้ยังส่งเสริม สนับสนุนการศึกษา วิจัย อบรม เผยแพร่วิชาการและเทคโนโลยีด้านอุตสาหกรรมและการค้า

ตัวอย่างการมีส่วนร่วมสนับสนุนองค์กรต่าง ๆ

- **หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย**
  เพื่อให้ภาคธุรกิจมีขีดความสามารถในการแข่งขัน ไทยเบฟได้ร่วมกับคณะกรรมการหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยและเครือข่ายผู้ประกอบการเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหา การพัฒนาและการยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการเชื่อมโยงนโยบายภาครัฐที่สำคัญ ๆ เช่น ร่วมกำหนดแนวทางการค้าและการลงทุนภายใต้สภาธุรกิจไทยเวียดนาม การสร้างความเชื่อมั่นในสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ในประเทศ ผลักดันการช่วยเหลือประชาชนและนักศึกษาให้มีรายได้ สนับสนุนการจัดสื่อประชาสัมพันธ์ “คู่มือในการดำเนินธุรกิจแบบปลอดภัย” ใช้เป็นแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการและประชาชนตามมาตรการต่าง ๆ ด้วยวิถีใหม่ “New Normal” ทั้งหมดนี้เป็นภารกิจเพียงบางส่วนที่ไทยเบฟร่วมผลักดัน เพื่อสร้างผลประโยชน์สูงสุดให้แก่บริษัทและภาคอุตสาหกรรม

- **สถาบันการจัดการบรรจุภัณฑ์และรีไซเคิลเพื่อสิ่งแวดล้อมแห่งประเทศไทย (TIPMSE) ภายใต้สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย**
  ส่งเสริมหลัก 3Rs ได้แก่ การลดการใช้ (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) รวมถึงแนวทางปฏิบัติด้านบรรจุภัณฑ์ที่มุ่งเน้นการรักษาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนการสร้างความรู้ ความเข้าใจบรรจุภัณฑ์ใช้แล้วและวัสดุรีไซเคิลตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง การรณรงค์และประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกในการคัดแยกขยะให้แก่ทุกภาคส่วน ซึ่งไทยเบฟให้การสนับสนุนสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยด้านการวิจัยและพัฒนาสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน พร้อมทั้งส่งเสริมการใช้หลัก 3Rs ด้วยการฝึกอบรม สัมมนา รวมถึงแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างคู่ค้าในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม ซึ่งเป็นความร่วมมือของภาคเอกชนในการบริหารจัดการของเสียจากบรรจุภัณฑ์ ที่มุ่งเน้นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและยังสามารถช่วยการจัดการของเสียจากบรรจุภัณฑ์ในประเทศไทยให้ดียิ่งขึ้น





- **สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย**
สนับสนุนการดำเนินงานของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยรายปี และงานกิจกรรมต่าง ๆ สนับสนุนค่าธรรมเนียมสมาชิก และมอบทุนวิจัยเพื่อสนับสนุนการจัดการบรรจุภัณฑ์ ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในพลังขับเคลื่อนการจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน ภายใต้แนวคิดบรรจุภัณฑ์เป็นวัตถุดิบ เพื่อรณรงค์ให้ทุกภาคส่วนร่วมกันคัดแยกบรรจุภัณฑ์ใช้แล้วออกจากขยะตั้งแต่ต้นทาง เพื่อลดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมในประเทศไทยอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังได้เข้าร่วมประชุมหารือร่วมกับกระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อร่วมแก้ไขปัญหาสินค้าขาดแคลนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งไทยเบฟยืนยันว่าสินค้าไม่ขาดแคลน และเพียงพอต่อการบริโภคของประชาชน

- **สภาผู้นำธุรกิจไทย-สหราชอาณาจักร (Thai-UK Business Leadership Council: TUBLC)**
ไทยเบฟในฐานะประธานสภาผู้นำธุรกิจไทย-สหราชอาณาจักร มีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจระหว่างสองประเทศ โดยการรับฟังและประสานความร่วมมือกับภาคธุรกิจเพื่อส่งเสริมโอกาสทางการค้าและการลงทุน แสวงหาโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไทยและสหราชอาณาจักร รวมถึงการมุ่งเน้นการผลักดันประเด็นข้อเสนอของภาคเอกชนแก่ภาครัฐ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของทั้งสองประเทศ โดยแบ่งการขับเคลื่อนการดำเนินงานออกเป็น 2 หน่วยงานเฉพาะกิจ คือ
  1) ส่งเสริมการลงทุน (Trade and Investment Promotion Taskforce) เพื่อเชื่อมโยงให้เกิดการค้าและการลงทุนระหว่างกัน และ
  2) ประเมินนโยบายการค้า (Trade Policy Review Taskforce) เพื่อสร้างความเข้าใจในข้อระเบียบการค้าระหว่างประเทศ และเป็นพลังในการผลักดันข้อเสนอหรือประเด็นทางการค้าที่เป็นประโยชน์กับทั้งสองประเทศ

  โดยที่ผ่านมาได้มีการประชุมหารือร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และประชาชน อย่างต่อเนื่อง เพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับกับความท้าทายใหม่ ๆ อาทิ การสัมมนา Brexit หรือการที่สหราชอาณาจักรถอนตัวจากการเป็นสมาชิกสหภาพยุโรป ซึ่งจะกระทบต่อกฎระเบียบข้อบังคับในการค้าการลงทุน รวมทั้งการส่งออกสินค้าของไทยไปยังสหราชอาณาจักร

- **สภาธุรกิจไทย-เวียดนาม (Thai-Vietnam Business Council)**
ร่วมเป็นคณะกรรมการ และเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ในมิติต่าง ๆ อาทิ การค้าการลงทุน และร่วมผลักดันการแก้ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจระหว่างไทยและเวียดนาม โดยที่ผ่านมาไทยเบฟได้ร่วมกับสภาธุรกิจไทย-เวียดนาม ซี อาเซียน และ SCG Group เป็นเจ้าภาพจัดงานสัมมนา “Thailand-Vietnam on Mutual Growth and Development” ณ ซี อาเซียน ถนนรัชดาภิเษก เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ ขยายเครือข่ายทางด้านธุรกิจ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ประกอบการไทยและเวียดนามในการพัฒนาศักยภาพทางการค้าการลงทุนกับประเทศเวียดนามให้แก่ผู้ประกอบการของไทย

- **สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (Thailand Management Association: TMA)**
ไทยเบฟให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนการดำเนินกิจกรรมขององค์กรไม่แสวงหาผลกำไร เพื่อสร้างคนดีคนเก่งให้กับประเทศ และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจและประเทศไทย เตรียมความพร้อมให้นักธุรกิจเพื่ออนาคตที่ยั่งยืน โดยมีผู้บริหารไทยเบฟทำหน้าที่เป็น Advisory Committee of TMA Center for Competitiveness และ Steering Committee of TMA Center for Competitiveness รวมทั้งให้การสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของสมาคมจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย อาทิ Thailand Competitiveness Conference ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ภาคธุรกิจนำเสนอแนวคิดในการทำให้องค์กรสามารถแข่งขันได้อย่างรวดเร็วและทันสมัย ตอบโจทย์ผู้บริโภค, Sustainability Forum มุ่งเน้นการนำเสนอแนวทางการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (UN SDGs), Digital Management Forum ซึ่งมีผู้บริหารไทยเบฟร่วมแสดงวิสัยทัศน์เกี่ยวกับการบริหารจัดการดิจิทัลและเป็นข้อมูลที่ทันสมัยเป็นประโยชน์ต่อการบริหารองค์กร เป็นต้น

- **UN Global Compact และสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย**
ในปี 2562 ไทยเบฟเข้าร่วมเป็นสมาชิก UN Global Compact (UNGC) กรอบความร่วมมือการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ เพื่อขยายความร่วมมือจากบริษัทต่าง ๆ ทุกภาคส่วน อุตสาหกรรม มูลนิธิ องค์กรไม่แสวงหากำไร ให้ทุกองค์กรมีเป้าหมายความยั่งยืนในการดำเนินกิจการ ทั้งการวางยุทธศาสตร์และการปฏิบัติการที่สอดคล้องกับหลักสากล 10 ประการของ UNGC ซึ่งครอบคลุม 4 มิติสำคัญ ได้แก่ การต่อต้านการทุจริต การปกป้องสิ่งแวดล้อม มาตรฐานแรงงาน และสิทธิมนุษยชน โดยไทยเบฟได้เข้าร่วมการสัมมนาและการประชุมเชิงปฏิบัติการจัดโดยสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย หรือ Global Compact Network Thailand (GCNT) เพื่อผลักดันให้องค์กรและเครือข่ายสมาชิกมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนธุรกิจที่ยั่งยืน สอดคล้องกับหลักสิทธิมนุษยชนและเป้าหมายขององค์การสหประชาชาติว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้ง 17 ประการ

- **เครือข่ายธุรกิจห่วงโซ่อุปทานแห่งประเทศไทย (Thailand Supply Chain Network: TSCN)**
ไทยเบฟผสานความร่วมมือกับ 7 บริษัทเอกชนของไทย ในการจัดตั้งเครือข่าย TSCN เพื่อบูรณาการความร่วมมือและเพิ่มพูนการลงทุนระหว่างกันทั้งในปัจจุบันและการต่อยอดในอนาคต โดยการดำเนินงานของเครือข่าย TSCN มีวัตถุประสงค์สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ (1) เพื่อร่วมกันปกป้องมูลค่าของการลงทุน อาทิ การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ กฎหมายธุรกิจ การเงิน ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (2) เพื่อร่วมกันสร้างเสริมคุณค่าของการลงทุน ซึ่งรวมถึงการสร้างความร่วมมือ เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงานที่มีอยู่เดิม อาทิ Cross-Selling Cross-Training การลงทุนร่วม การใช้ทรัพยากรร่วมกัน และ (3) เพื่อร่วมกันสร้างนวัตกรรมและต่อยอดการลงทุน ในโครงการความร่วมมือที่ไม่เคยดำเนินการมาก่อน เช่น การสร้าง Online Platform ร่วมกับกองทุนร่วมเพื่อการลงทุนในสตาร์ทอัพ (Startup) Cross-Sharing ทักษะพนักงาน การใช้นักพัฒนาโปรแกรมสำหรับโครงการในประเทศไทย







ในอนาคตเครือข่าย TSCN มีแผนงานที่จะขยายขอบเขตการบูรณาการความร่วมมือไปยังประเทศอื่น ๆ ในอาเซียน หรือใน ASEAN+3 (ญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน และสาธารณรัฐเกาหลีใต้) โดยในเบื้องต้น เครือข่าย TSCN แบ่งกลุ่มงานออกเป็น 5 กลุ่ม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการบริหารจัดการ ประกอบด้วย กลุ่มงานโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน กลุ่มงานด้านสุขภาพ กลุ่มงานด้านความยั่งยืนและเศรษฐกิจหมุนเวียน กลุ่มงานด้านการศึกษา และกลุ่มงานความภาคภูมิใจแห่งอาเซียน (Pride of ASEAN)

หมายเหตุ
รายละเอียดเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับนโยบายสาธารณะ สามารถดูเพิ่มเติมได้ที่ www.sustainability.thaibev.com

สรุปประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

ตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงาน	หน่วย	2560	2561	2562	2563
GRI 201-1	**ความสามารถทางธุรกิจ**					
	รายได้รวม (ประจำปี)	ล้านบาท	190,697	232,598	274,110	259,392
	สัดส่วนรายได้ที่เกิดจากประเทศไทย	ร้อยละ	97	75	70	74
	สัดส่วนรายได้จากต่างประเทศ	ร้อยละ	3	25	30	26
	เงินปันผล (ประจำปี)	ล้านบาท	16,824	9,793	12,054	11,553
	ต้นทุนการขาย	ล้านบาท	131,899	162,477	189,966	178,620
	ค่าใช้จ่ายด้านผลประโยชน์พนักงาน	ล้านบาท	14,318	18,265	21,880	20,008
GRI 204-1	**การจัดซื้อจัดหา**					
	การจัดหาโดยใช้คู่ค้าภายในประเทศ					
	จำนวนคู่ค้าในประเทศ (รวม)	ร้อยละ	97	96	98	97
	มูลค่าการซื้อในประเทศ (รวม)	ร้อยละ	97	91	93	92
	จำนวนคู่ค้าในประเทศ (ธุรกิจเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์)	ร้อยละ	95	95	96	94
	มูลค่าการซื้อในประเทศ (ธุรกิจเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์)	ร้อยละ	96	92	89	89
	จำนวนคู่ค้าในประเทศ (ธุรกิจเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์)	ร้อยละ	98	97	99	99
	มูลค่าการซื้อในประเทศ (ธุรกิจเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์)	ร้อยละ	99	91	99	98
	จำนวนคู่ค้าในประเทศ (ธุรกิจอาหาร)	ร้อยละ	-	-	99	99
	มูลค่าการซื้อในประเทศ (ธุรกิจอาหาร)	ร้อยละ	-	-	99	95

ประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

ตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงาน	หน่วย	2560	2561	2562	2563
GRI 302-1	**การใช้พลังงานภายในองค์กร**					
	การใช้พลังงานภายในองค์กรทั้งหมด	เมกะจูล	6,548,882,864	6,272,113,885	8,230,240,250	8,233,894,388
	การใช้พลังงานภายในองค์กรจากแหล่งที่ใช้แล้วหมดไป	เมกะจูล	4,217,717,527	3,842,134,240	4,449,797,246	4,195,263,011
	• น้ำมันเตา	เมกะจูล	1,817,833,830	1,364,409,734	1,125,218,753	1,213,782,760
	• ก๊าซธรรมชาติ	เมกะจูล	112,984,871	3,298,576	19,089,673	69,188,652
	• น้ำมันรียูส	เมกะจูล	0	64,885,721	316,760,421	225,289,606
	• น้ำมันเบนซิน	เมกะจูล	4,584,687	4,303,097	4,308,057	4,881,195
	• น้ำมันดีเซล	เมกะจูล	1,137,919,666	997,922,778	1,083,453,896	993,854,964
	• ถ่านหินบิทูมินัส	เมกะจูล	1,040,995,429	1,300,044,619	1,719,556,012	1,463,530,288
	• ก๊าซปิโตรเลียมเหลว	เมกะจูล	103,399,044	107,269,714	181,410,434	224,735,545
	การใช้พลังงานจากเชื้อเพลิงที่เกิดขึ้นทดแทนใหม่ได้	เมกะจูล	1,190,073,807	1,072,622,936	2,658,773,769	2,960,910,252
	• ก๊าซชีวภาพ	เมกะจูล	583,460,442	565,276,866	668,481,859	629,994,793
	• น้ำกากส่าเข้มข้น	เมกะจูล	558,402,242	451,631,413	269,827,965	508,714,007
	• แอลกอฮอล์หัว-หาง	เมกะจูล	48,211,123	55,714,657	54,483,922	64,632,383
	• เศษไม้	เมกะจูล	0	0	1,631,099,974	1,673,871,138
	• แกลบ	เมกะจูล	0	0	34,279,740	35,079,676
	• เชื้อเพลิงชีวมวล	เมกะจูล	0	0	600,310	48,618,255
	ไฟฟ้าและไอน้ำที่ซื้อจากภายนอก	เมกะจูล	1,172,076,339	1,085,069,893	1,291,715,097	1,262,064,027
	• ไฟฟ้า	เมกะจูล	1,094,353,260	991,558,614	1,165,983,325	1,125,758,020
	• ไอน้ำ	เมกะจูล	77,723,079	93,511,279	125,731,773	136,306,007
	ไฟฟ้าที่ผลิตเองจากแหล่งที่เกิดขึ้นทดแทนใหม่ได้	เมกะจูล	456	442,337	392,535	536,199
	• พลังงานแสงอาทิตย์	เมกะจูล	456	442,337	392,535	536,199
	ไฟฟ้าที่ขายสู่ภายนอก	เมกะจูล	30,985,265	35,977,518	170,438,396	153,463,100
	• ไฟฟ้าพลังงานทดแทนที่ขายได้	เมกะจูล	30,985,265	35,977,518	170,438,396	153,463,100
	ไอน้ำที่ขายจากแหล่งพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป	เมกะจูล	0	0	0	363,566
	อัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม [9] [12]	เมกะจูลต่อเฮกโตลิตร	215.48	204.33	244.89	245.97
	• อัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์สุรา [9]	เมกะจูลต่อเฮกโตลิตร	565.59	555.09	701.09	676.22
	• อัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เบียร์	เมกะจูลต่อเฮกโตลิตร	198.86	213.01	218.25	231.02
	• อัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มโออิชิ	เมกะจูลต่อเฮกโตลิตร	119.65	111.48	130.00	137.76
	• อัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เสริมสุข	เมกะจูลต่อเฮกโตลิตร	50.18	43.16	41.83	35.19
	อัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มประเทศไทย [12] [9]	เมกะจูลต่อเฮกโตลิตร	215.48	204.33	232.94	232.19
	• อัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม (GRGI) [2]	เมกะจูลต่อเฮกโตลิตร	N/A	N/A	592.44	527.05
	• อัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม (Inver House) [2]	เมกะจูลต่อเฮกโตลิตร	N/A	N/A	757.44	855.71
	อัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์อาหาร	เมกะจูลต่อกิโลกรัม	8.86	6.83	6.93	8.14
GRI 303-3	**การใช้ทรัพยากรน้ำแยกตามประเภทของแหล่งน้ำ [3]**					
	ปริมาณการใช้ทรัพยากรน้ำทั้งหมด	ล้านลิตร	24,842	19,883	46,561	24,867
	• น้ำผิวดิน (น้ำจืด ≤ 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	18,827	15,128	18,233	16,170
	• น้ำผิวดิน (น้ำประเภทอื่น ๆ > 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร			0	734
	• ปริมาณน้ำผิวดินทั้งหมด	ล้านลิตร	18,827	15,128	18,233	16,904

ตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงาน	หน่วย	2560	2561	2562	2563
	• น้ำบาดาล (น้ำจืด ≤ 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	3,892	3,435	4,249	5,670
	• น้ำบาดาล (น้ำประเภทอื่น ๆ > 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร			0	0
	• ปริมาณน้ำบาดาลทั้งหมด	ล้านลิตร	3,892	3,435	4,249	5,670
	• น้ำทะเล (น้ำจืด ≤ 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	0	0	0	0
	• น้ำทะเล (น้ำประเภทอื่น ๆ >1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร			0	0
	• ปริมาณน้ำทะเลทั้งหมด	ล้านลิตร	0	0	0	0
	• น้ำที่แยกตัวจากวัตถุดิบ (น้ำจืด ≤ 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	0	0	0	0
	• น้ำที่แยกตัวจากวัตถุดิบ (น้ำประเภทอื่น ๆ > 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร			0	0
	• ปริมาณน้ำที่แยกตัวจากวัตถุดิบทั้งหมด	ล้านลิตร	0	0	0	0
	• น้ำจากแหล่งภายนอก (น้ำจืด ≤ 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	2,479	1,320	1,465	2,130
	• น้ำจากแหล่งภายนอก (น้ำประเภทอื่น ๆ > 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร			134	163
	• ปริมาณน้ำจากแหล่งภายนอกทั้งหมด	ล้านลิตร	2,123	1,320	1,599	2,293
	ปริมาณการใช้ทรัพยากรน้ำทั้งหมดในพื้นที่ที่มีความเครียดของน้ำ	ล้านลิตร	N/A	N/A	25,000	13,298
	• น้ำผิวดิน (น้ำจืด ≤ 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	N/A	N/A	9,638	8,888
	• น้ำผิวดิน (น้ำประเภทอื่น ๆ > 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร			0	0
	• ปริมาณน้ำผิวดินทั้งหมด	ล้านลิตร	N/A	N/A	9,638	8,888
	• น้ำบาดาล (น้ำจืด ≤ 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	N/A	N/A	2,640	3,393
	• น้ำบาดาล (น้ำประเภทอื่น ๆ > 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร			0	0
	• ปริมาณน้ำบาดาลทั้งหมด	ล้านลิตร	N/A	N/A	2,640	3,393
	• น้ำทะเล (น้ำจืด ≤ 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	N/A	N/A	0	0
	• น้ำทะเล (น้ำประเภทอื่น ๆ > 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร			0	0
	• ปริมาณน้ำทะเลทั้งหมด	ล้านลิตร	N/A	N/A	0	0
	• น้ำที่แยกตัวจากวัตถุดิบ (น้ำจืด ≤ 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	N/A	N/A	0	0
	• น้ำที่แยกตัวจากวัตถุดิบ (น้ำประเภทอื่น ๆ > 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร			0	0
	• ปริมาณน้ำที่แยกตัวจากวัตถุดิบทั้งหมด	ล้านลิตร	N/A	N/A	0	0
	• น้ำจากแหล่งภายนอก (น้ำจืด ≤ 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	N/A	N/A	443	1,017
	• น้ำจากแหล่งภายนอก (น้ำประเภทอื่น ๆ > 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร			0	0
	• ปริมาณน้ำจากแหล่งภายนอกทั้งหมด	ล้านลิตร	N/A	N/A	443	1,017
	• น้ำผิวดินที่มาจากแหล่งภายนอก	ล้านลิตร	N/A	N/A	443	1,017
	• น้ำบาดาลที่มาจากแหล่งภายนอก	ล้านลิตร	N/A	N/A	0	0
	• น้ำทะเลที่มาจากแหล่งภายนอก	ล้านลิตร	N/A	N/A	0	0
	• น้ำที่แยกตัวจากวัตถุดิบที่มาจากแหล่งภายนอก	ล้านลิตร	N/A	N/A	0	0

ตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงาน	หน่วย	2560	2561	2562	2563
GRI 303-4	**การระบายน้ำทิ้งออกจากโรงงาน [3] [4]**					
	ปริมาณน้ำทิ้งที่ระบายออกจากโรงงานทั้งหมด	ล้านลิตร	12,705	9.485	11,040	12,199
	• น้ำผิวดิน	ล้านลิตร	N/A	N/A	8,313	9,524
	• น้ำบาดาล	ล้านลิตร	N/A	N/A	0	0
	• น้ำทะเล	ล้านลิตร	N/A	N/A	21	33
	• น้ำจากแหล่งภายนอก	ล้านลิตร	N/A	N/A	2,707	2,642
	ปริมาณน้ำจืดทั้งหมดที่ปล่อยทิ้ง (≤ 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	N/A	N/A	5,305	4,272
	ปริมาณน้ำประเภทอื่น ๆ ทั้งหมดที่ปล่อยทิ้ง (> 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	N/A	N/A	5,735	7,927
	ปริมาณน้ำจืดทั้งหมดที่ปล่อยทิ้งในพื้นที่ที่มีความเครียดของน้ำ (≤ 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	N/A	N/A	2,689	1,263
	ปริมาณน้ำประเภทอื่น ๆ ที่ปล่อยทิ้งในพื้นที่ที่มีความเครียดของน้ำ (> 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	N/A	N/A	3,604	4,971
GRI 303-5	**ปริมาณการใช้น้ำ [3]**					
	ปริมาณการใช้น้ำทั้งหมด	ล้านลิตร	12,137	10,398	13,040	12,668
	ปริมาณการใช้น้ำทั้งหมดในพื้นที่ที่มีความเครียดของน้ำ	ล้านลิตร	N/A	N/A	6,435	7,063
	ความเปลี่ยนแปลงของปริมาณน้ำที่เก็บกัก [8]	ล้านลิตร	N/A	N/A	109	(80)
	อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วย					
	อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม	เฮกโตลิตรต่อเฮกโตลิตร	4.01	3.52	4.08	3.96
	• อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์สุรา	เฮกโตลิตรต่อเฮกโตลิตร	9.89	7.26	7.68	8.79
	• อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เบียร์	เฮกโตลิตรต่อเฮกโตลิตร	1.46	2.07	2.53	2.64
	• อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์โออิชิ	เฮกโตลิตรต่อเฮกโตลิตร	3.62	2.97	2.69	1.55
	• อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เสริมสุข	เฮกโตลิตรต่อเฮกโตลิตร	3.41	3.17	3.57	2.90
	อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มประเทศไทย	เฮกโตลิตรต่อเฮกโตลิตร	4.01	3.52	3.83	3.75
	• อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ (GRGI)	เฮกโตลิตรต่อเฮกโตลิตร	N/A	N/A	11.42	10.40
	• อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ (Inver House)	เฮกโตลิตรต่อเฮกโตลิตร	N/A	N/A	15.19	10.63
	อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์อาหาร	เฮกโตลิตรต่อกิโลกรัม	0.28	0.22	0.21	0.23
GRI 305-1	**การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ประเภท 1) [5]**					
	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ประเภท 1)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	1,144,905	1,053,716	1,371,739	1,331,768
	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงขั้นต้น (ประเภท 1)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	901,067	826,801	927,649	881,891
	การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ทางชีวภาพ [10]	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	243,837	226,915	444,090	449,877
GRI 305-2	**การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (ประเภท 2)**					
	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (ประเภท 2)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	179,078	163,317	186,696	180,966

ตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงาน	หน่วย	2560	2561	2562	2563
GRI 305-4	**การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ [5]**					
	การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ประเภท 1 และ 2)	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	1,080,145	990,119	1,114,345	1,062,857
	อัตราส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม [12]	กิโลกรัม คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อเฮกโตลิตร	36.06	34.54	35.23	33.48
	• อัตราส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์สุรา	กิโลกรัม คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อเฮกโตลิตร	131.48	133.32	130.15	121.44
	• อัตราส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เบียร์	กิโลกรัม คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อเฮกโตลิตร	19.87	21.68	21.88	22.71
	• อัตราส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์โออิชิ	กิโลกรัม คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อเฮกโตลิตร	12.31	11.99	15.49	15.18
	• อัตราส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เสริมสุข	กิโลกรัม คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อเฮกโตลิตร	5.12	4.39	4.60	3.65
	อัตราส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มประเทศไทย [12]	กิโลกรัม คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อเฮกโตลิตร	36.06	34.54	34.41	33.13
	อัตราส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ (GRG)	กิโลกรัม คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อเฮกโตลิตร	N/A	N/A	61.63	41.71
	อัตราส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ (Inver House)	กิโลกรัม คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อเฮกโตลิตร	N/A	N/A	60.26	54.48
	อัตราส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์อาหาร	กิโลกรัม คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อกิโลกรัม	1.12	0.86	0.85	1.00
GRI 306-2	**ของเสียที่แบ่งตามประเภทและวิธีการจัดการ [7]**					
	ปริมาณของเสียที่อันตรายทั้งหมด	ตัน	N/A	318	185	168
	• นำกลับมาใช้ซ้ำ	ตัน	N/A	1	6	9
	• นำกลับมาใช้ใหม่	ตัน	N/A	173	93	55
	• ฟื้นฟูเป็นพลังงาน	ตัน	N/A	31	59	44
	• เผาทิ้ง	ตัน	N/A	11	1	0
	• ฝังกลบ	ตัน	N/A	102	18	34
	• บำบัดด้วยเคมี	ตัน	N/A	0	3	26
	• อัดฉีดลงบ่อใต้ดิน	ตัน	N/A	0	4	0
	ปริมาณของเสียที่ไม่อันตรายทั้งหมด	ตัน	N/A	13,155	38,071	37,434
	• นำกลับมาใช้ซ้ำ	ตัน	N/A	121	1,950	2,006
	• นำกลับมาใช้ใหม่	ตัน	N/A	10,051	18,404	18,265
	• ทำเป็นปุ๋ย	ตัน	N/A	864	12,194	10,479
	• ฟื้นฟูเป็นพลังงาน	ตัน	N/A	346	236	158

ตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงาน	หน่วย	2560	2561	2562	2563
	• เผาทิ้ง	ตัน	N/A	67	38	2,419
	• ฝังกลบ	ตัน	N/A	1,706	5,238	4,099
	• บำบัดด้วยเคมี	ตัน	N/A	0	10	8
DJSI	**ปริมาณของเสียแบ่งตามประเภทและการกำจัด**					
	ของเสียทั้งหมด [6]	ตัน	65,645	13,473	38,256	37,602
	• ของเสียทั่วไป	ตัน	2,936	N/A	N/A	N/A
	• ของเสียอันตราย	ตัน	261	N/A	N/A	N/A
	• ของเสียผลิตภัณฑ์ชนิดที่เป็นผลพลอยได้	ตัน	46,922	N/A	N/A	N/A
	• ของเสียที่มีมูลค่า	ตัน	15,526	N/A	N/A	N/A
	ปริมาณของเสียทั้งหมดที่ถูกใช้ นำกลับมาใช้ใหม่ หรือขาย	ตัน	62,448	11,587	32,707	31,016
	ปริมาณของเสียที่ถูกกำจัดทั้งหมด	ตัน	3,197	1,886	5,314	6,586

หมายเหตุ

N/A: ไม่มีข้อมูล

1. ในปี 2561-2562 ไทยเบฟรายงานประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีการเพิ่มเติมขอบเขตดังนี้
   1.1 ข้อมูลตัวเลขด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทในกลุ่มธุรกิจอาหาร ได้แก่ บริษัท โออิชิ เทรดดิ้ง จำกัด (บ้านบึง)
   1.2 ข้อมูลตัวเลขด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทในกลุ่มธุรกิจเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ของ บริษัท เอส.พี.เอ็ม อาหารและเครื่องดื่ม จำกัด (ภายใต้เสริมสุข) ยกเลิกในปี 2562
   1.3 ข้อมูลตัวเลขด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทในกลุ่มธุรกิจต่อเนื่อง ได้แก่ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ เอ็นเนอร์ยี่ จำกัด และบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ โลจิสติก จำกัด และบริษัท ไทยโมลาส จำกัด
2. ในปี 2562 บริษัทไทยเบฟขยายขอบเขตในการรายงานประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยประเทศเมียนมา (แกรนด์ รอยัลกรุ๊ป) และประเทศสกอตแลนด์ (บริษัท อินเวอร์ เฮ้าส์ ดิสทิลเลอร์ จำกัด)
3. ในปี 2562 ไทยเบฟได้เริ่มรายงานข้อมูลเรื่องน้ำและน้ำเสียตามมาตรฐาน GRI 303 (2018) โดยข้อมูลย้อนหลังได้ถูกจัดหมวดหมู่ใหม่ตามข้อกำหนดใหม่
4. ข้อมูลน้ำทิ้ง ปี 2560-2561 ถึงปัจจุบันของไทยเบฟได้มีการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบัน โดยการเพิ่มสารปรับปรุงดินที่บริจาคให้ชุมชน เป็นส่วนหนึ่งของน้ำทิ้งของแหล่งภายนอก เป็นผลให้ปริมาณน้ำทิ้งมีปริมาณสูงขึ้น
5. ข้อมูลตามดัชนีชี้วัด GRI 305-1 ของปี 2560 - 2561 ได้แก้ไขเพื่อครอบคลุมการรั่วไหลของก๊าซเรือนกระจกจากระบบบำบัดน้ำเสีย เป็นผลให้การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและอัตราส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงเพิ่มสูงขึ้น
6. ในปี 2560 การกำจัดของเสียจะแบ่งตามประเภทของเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่
   6.1 ของเสียทั่วไป ซึ่งมีผู้รับไปกำจัด ได้แก่ หน่วยงานท้องถิ่น เช่น เทศบาล หรือองค์การบริหารส่วนตำบล
   6.2 ของเสียอันตราย ซึ่งมีผู้รับไปกำจัด ได้แก่ บริษัทจ้างกำจัดที่มีใบอนุญาตถูกต้องตามกฎหมายกำหนด
   6.3 ของเสียผลิตภัณฑ์ชนิดที่เป็นผลพลอยได้ ซึ่งมีบริษัทในเครือรับไปดำเนินการ ทำให้เกิดรายได้กับไทยเบฟ ได้แก่ บริษัท อาหารเสริม จำกัด
   6.4 ของเสียมีมูลค่า ซึ่งมีการคัดแยกชนิดที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) และนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)
7. ในปี 2561 ถึงปัจจุบัน ไทยเบฟรายงานของเสียแบ่งตามประเภทของเสียและวิธีการกำจัดตามมาตรฐาน GRI 306-2
8. ไทยเบฟนิยามการกักเก็บน้ำเป็นส่วนสำคัญของผลกระทบด้านการบริหารจัดการน้ำถ้าระบบกักเก็บน้ำนั้นอยู่ในพื้นที่ที่มีความเครียดของน้ำ ในกรณีที่ตัวเลขอยู่ในวงเล็บ (อาทิ ตัวเลขปี 2563) หมายความว่า การเปลี่ยนแปลงของปริมาณการกักเก็บน้ำเป็นไปในทางลดลง
9. อัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ของไทยเบฟ ไม่รวมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงที่ใช้ในการผลิตพลังงานทดแทนเพื่อขายให้ภายนอก
10. บริษัทได้แก้ไขข้อมูลจากการรายงานก่อนหน้าสำหรับการปลดปล่อยก๊าซทางชีวภาพให้ครอบคลุมก๊าซชีวภาพและการใช้พลังงานทดแทนอื่น ๆ ตามมาตรฐาน GRI 302-1
11. การใช้พลังงานทั้งหมดภายในองค์กร อัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์อาหาร และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงของผลิตภัณฑ์อาหาร (ประเภท 1) ของปี 2561 ได้ถูกแก้ไขเนื่องจากพบข้อผิดพลาดเกี่ยวกับข้อมูลก๊าซธรรมชาติ
12. "ธุรกิจเครื่องดื่ม-ประเทศไทย" กล่าวถึงการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย "ธุรกิจเครื่องดื่ม" กล่าวถึงการดำเนินธุรกิจรวมต่างประเทศ
13. ในปี 2562 จำนวนคู่ค้าและมูลค่าการซื้อในประเทศของธุรกิจอาหารเป็นของบริษัท โออิชิ ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด และ บริษัท ฟู้ดออฟเอเชีย จำกัด ส่วนในปี 2563 ได้ขยายขอบเขตรวมบริษัท คิวเอสเอ จำกัด เข้ามาด้วย

ประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

ตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงาน	หน่วย	2560		2561		2562		2563	
			ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
GRI 102-8	**จำนวนพนักงาน**									
	กลุ่มบริษัทไทยเบฟ									
	จำนวนพนักงานทั้งหมด	คน	24,821	16,546	24,538	17,013	25,889	19,974	26,723	20,926
	จำนวนพนักงานระดับบริหาร	คน	1,307	846	1,477	947	1,655	1,061	1,751	1,124
	จำนวนพนักงานระดับพนักงาน	คน	23,514	15,700	23,061	16,066	24,234	18,913	24,972	19,802
GRI 401-1	**การจ้างพนักงานใหม่และการหมุนเวียนออกของพนักงาน**									
	การจ้างพนักงานใหม่									
	กลุ่มบริษัทไทยเบฟ									
	จำนวนพนักงานจ้างทั้งหมด	คน	3,101	1,472	3,308	3,056	2,740	3,683	1,820	1,617
	กลุ่มอายุต่ำกว่า 30 ปี	คน	1,904	1,080	2,075	2,497	1,604	3,310	1,063	1,360
		ร้อยละ	61	73	63	82	59	90	58	84
	กลุ่มอายุ 30 - 50 ปี	คน	1,181	379	1,212	538	1,105	351	735	247
		ร้อยละ	38	26	37	18	40	10	40	15
	กลุ่มอายุสูงกว่า 50 ปี	คน	16	13	21	21	31	22	22	10
		ร้อยละ	0.5	0.9	0.6	0.7	1.1	0.6	1.2	0.6
	การหมุนเวียนออกของพนักงาน									
	กลุ่มบริษัทไทยเบฟ									
	จำนวนพนักงานออกทั้งหมด	คน	3,851	1,725	3,394	2,502	2,236	3,048	1,820	2,186
	กลุ่มอายุต่ำกว่า 30 ปี	คน	1,707	931	1,558	1,696	927	2,457	686	1,704
		ร้อยละ	44	54	46	68	41	81	38	78
	กลุ่มอายุ 30 - 50 ปี	คน	1,728	641	1,404	620	1,043	467	585	340
		ร้อยละ	45	37	41	25	47	15	47	16
	กลุ่มอายุสูงกว่า 50 ปี	คน	416	153	413	205	266	124	276	142
		ร้อยละ	11	8.9	12	8.2	12	4.1	15	6
	จำนวนพนักงานลาออกโดยสมัครใจ	คน	3,084	1,594	2,776	2,302	2,197	3,033	1,684	1,982
GRI 404-1	**ชั่วโมงการฝึกอบรมพนักงานแยกตามเพศ และระดับพนักงาน**									
	กลุ่มบริษัทไทยเบฟ									
	ระดับผู้บริหาร (รวม)	จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ยต่อคนต่อปี		33.55		51.41		21.34		8.14
	ผู้บริหารระดับกลาง (รวม)	จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ยต่อคนต่อปี		62.01		62.71		48.11		25.04
	หัวหน้าส่วนงาน (รวม)	จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ยต่อคนต่อปี		60.87		58.12		38.67		25.63
	พนักงานอาวุโส (รวม)	จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ยต่อคนต่อปี		39.15		35.72		18.13		24.47
	พนักงาน (รวม)	จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ยต่อคนต่อปี		10.19		5.09		6.07		13.86

ตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงาน	หน่วย	2560		2561		2562		2563	
			ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
GRI 404-3	**สัดส่วนพนักงานที่ได้รับการประเมินประสิทธิภาพการทำงานและการพัฒนาอาชีพ แยกตามเพศและประเภทพนักงาน**									
	กลุ่มบริษัทไทยเบฟ [4]									
	พนักงานทั้งหมด	คน		31,325		31,549		32,989		33,959
	พนักงานทั้งหมด (แยกตามเพศ)	คน	20,579	10,746	20,470	11,079	21,571	11,418	21,600	12,359
		ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100	100
	พนักงานระดับผู้บริหารระดับสูง (ระดับ 13 ขึ้นไป) [5]	คน		60		60		202		190
		ร้อยละ		100		100		100		100
	พนักงานระดับบริหาร (ระดับ 8 - 12) [5]	คน		2,047		2,266		2,456		2,514
		ร้อยละ		100		100		100		100
	พนักงานระดับพนักงาน (ระดับ 1 - 7) [5]	คน		29,218		29,223		30,331		31,255
		ร้อยละ		100		100		100		100
GRI 413-1	**โครงการการพัฒนา การประเมินผลกระทบการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น**									
	สัดส่วนพื้นที่หรือจังหวัดที่ได้ดำเนินการเปรียบเทียบกับพื้นที่หรือจังหวัดทั้งหมด	ร้อยละ		100		100		100		100
	สัดส่วนพื้นที่ได้ดำเนินการโดยรอบโรงงาน	ร้อยละ		100		100		100		100
	สัดส่วนพื้นที่เป้าหมายในการขาย	ร้อยละ		100		100		100		100

หมายเหตุ
N/A: ไม่มีข้อมูล

1. การออกของพนักงานทั้งหมด ประเมินจากจำนวนพนักงานระดับ 1-15 ที่ออกจากบริษัทด้วยเหตุผลที่ครอบคลุมการลาออกโดยสมัครใจ การเลิกจ้าง การเกษียณอายุ และเสียชีวิต
2. การลาออกของพนักงานโดยสมัครใจ ประเมินจากจำนวนพนักงานระดับ 1-15 ที่จงใจออกจากบริษัทด้วยเหตุผลต่าง ๆ
3. ข้อมูลพนักงานที่ได้รับการประเมินประสิทธิภาพการทำงาน คำนวณจากจำนวนพนักงานที่มีสิทธิ์ได้รับการประเมินประสิทธิภาพการทำงานตามระเบียบของแต่ละบริษัทในกลุ่ม (เช่น การผ่านการทดลองงาน และ/หรือทำงานกับบริษัทมามากกว่า 6 เดือนขึ้นไป)
4. ตั้งแต่ปี 2562 ข้อมูลพนักงานที่ได้รับการประเมินประสิทธิภาพการทำงานและการพัฒนาอาชีพ ได้มีการปรับกลุ่มของระดับพนักงาน เป็นผู้บริหารระดับสูง พนักงานระดับบริหาร และพนักงานระดับพนักงาน
   4.1 ข้อมูลพนักงานที่ได้รับการประเมินประสิทธิภาพการทำงานและการพัฒนาอาชีพระหว่างปี 2560 - 2561 ผู้บริหารระดับสูง หมายถึง พนักงานระดับ 15 ขึ้นไป
   4.2 ข้อมูลพนักงานที่ได้รับการประเมินประสิทธิภาพการทำงานและการพัฒนาอาชีพระหว่างปี 2560 - 2561 พนักงานระดับบริหาร หมายถึง พนักงานระดับ 8 - 14
   4.3 ข้อมูลพนักงานที่ได้รับการประเมินประสิทธิภาพการทำงานและการพัฒนาอาชีพระหว่างปี 2560 - 2561 พนักงานระดับพนักงาน หมายถึง พนักงานระดับ 1 - 7
5. ข้อมูลโครงการการพัฒนาชุมชน การประเมินผลกระทบการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น ในปี 2560 เป็นการแสดง 1) สัดส่วนพื้นที่หรือจังหวัดที่ได้ดำเนินการเปรียบเทียบกับพื้นที่จังหวัดทั้งหมด 2) สัดส่วนพื้นที่ที่ได้ดำเนินโครงการพัฒนาชุมชนรอบโรงงาน และ 3) สัดส่วนพื้นที่เป้าหมายการขาย
6. ข้อมูลโครงการการพัฒนาชุมชน การประเมินผลกระทบการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น ตั้งแต่ปี 2561 เป็นต้นมา คำว่า สถานประกอบการ หมายถึง สถานประกอบการที่มีการประเมินโครงการที่อาจมีผลกระทบต่อชุมชนในกรอบของโรงงานที่มีการดำเนินการทั่วประเทศ (32 แห่ง)

ตัวชี้วัดด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

ตัวชี้วัด	ชื่อ	หน่วย	2560	2561	2562	2563
GRI Indicators						
GRI 403-8 (2018)	**บุคลากรภายใต้ระบบบริหารด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย**					
	1. พนักงาน	คน	41,367	41,551	45,863	47,649
		ร้อยละ	100	100	100	100
	2. ผู้รับเหมา	คน	N/A	N/A	21,545	46,755
		ร้อยละ	N/A	N/A	100	100
GRI 403-9 (2018)	**การบาดเจ็บจากการทำงาน**					
	การเสียชีวิต					
	1. พนักงาน					
	• จำนวน	คน	6	5	1	2
	• อัตรา	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง	N/A	N/A	0.01	0.02
	2. ผู้รับเหมา					
	• จำนวน	คน	0	0	0	0
	• อัตรา	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง	0	0	0	0
	อัตราการบาดเจ็บรุนแรง (ไม่รวมการเสียชีวิต)					
	1. พนักงาน					
	• จำนวน	คน	N/A	N/A	7	4
	• อัตรา	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง	N/A	N/A	0.07	0.04
	2. บุคลากรที่ไม่ได้จัดจ้างโดยกลุ่มบริษัทไทยเบฟ					
	• จำนวน	คน	N/A	N/A	0	0
	• อัตรา	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง	N/A	N/A	0	0
	อัตราการบาดเจ็บทั่วไป					
	1. พนักงาน					
	• จำนวน	คน	N/A	N/A	259	280
	• อัตรา	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง	N/A	N/A	2.63	2.56
	2. บุคลากรที่ไม่ได้จัดจ้างโดยกลุ่มบริษัทไทยเบฟ					
	• จำนวน	คน	N/A	N/A	29	51
	• อัตรา	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง	N/A	N/A	2.51	2.40

ตัวชี้วัด	ชื่อ	หน่วย	2560	2561	2562	2563
	อัตราการหยุดงานจากการบาดเจ็บเนื่องจากการทำงาน					
	• พนักงาน	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง	1.90	1.36	1.67	1.72
	• บุคลากรที่ไม่ได้จัดจ้างโดยกลุ่มบริษัทไทยเบฟ	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง	1.22	0.89	1.73	1.74
GRI 403-10 (2018)	**อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน**					
	การเจ็บป่วยทั่วไปจากการทำงาน					
	1. พนักงาน					
	• จำนวน	คน	6	0	3	2
	• อัตรา	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง	0.06	0.00	0.03	0.02
	2. บุคลากรที่ไม่ได้จัดจ้างโดยกลุ่มบริษัทไทยเบฟ					
	• จำนวน	คน	0	0	0	0
	• อัตรา	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง	0.00	0.00	0.00	0.00

หมายเหตุ
N/A: ไม่มีข้อมูล

1. ในปี 2562 กลุ่มบริษัทไทยเบฟได้เปลี่ยนมาใช้มาตรฐาน GRI 403 เวอร์ชั่น 2018 แทนเวอร์ชั่น 2016 ในการรายงานตัวชี้วัดด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน
2. ในปี 2562 กลุ่มบริษัทไทยเบฟรายงานข้อมูลอัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน แยกประเภทเป็น อัตราบาดเจ็บทั่วไป และอัตราการบาดเจ็บรุนแรง ตามมาตรฐาน GRI 2018
3. ในปี 2562 ขอบเขตการรายงานข้อมูลด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ครอบคลุมผู้รับเหมา และเป็นบุคลากรที่ไม่ได้จัดจ้างโดยกลุ่มบริษัทไทยเบฟ
4. ข้อมูลอัตราการบาดเจ็บจากการทำงานของปี 2560 - 2561 ได้ถูกคำนวณใหม่ จากอัตราต่อ 200,000 ชั่วโมงทำงาน เป็น อัตราต่อ 1,000,000 ชั่วโมงทำงาน
5. การเจ็บป่วยจากการทำงานเป็นการรายงานกรณีการเจ็บป่วยที่ได้รับการยืนยันจากแพทย์อาชีวเวชศาสตร์

GRI 102-56b

Independent Assurance Statement

Relating to Thai Beverage Public Company Limited's Sustainability Report for the fiscal year 2020 (1st October 2019 – 30th September 2020)

This Assurance Statement has been prepared for Thai Beverage Public Company Limited in accordance with our contract but is intended for the readers of this Report.

Terms of engagement

Lloyd's Register Quality Assurance Limited (LR) was commissioned by Thai Beverage Public Company Limited (ThaiBev), to provide independent assurance on its Sustainability Report ("the report") against the assurance criteria below to a limited level of assurance and at the materiality of the professional judgement of the verifier using LR's verification procedure. LR's verification procedure is based on current best practice, is in accordance with ISAE 3000[1] and uses the following principles of - inclusivity, materiality, responsiveness and reliability of performance data.

Our assurance engagement covered ThaiBev's operations and activities in Thailand, Myanmar, and United Kingdom specifically the following requirements:

- Confirming that the report is in accordance with: GRI Standards (2016) and core option
- Evaluating the reliability of data and information for only the selected environmental and social indicators listed below:
  - *Economic:* GRI 201-1 Direct economic value generated and distributed
  - *Environmental:* GRI 302-1 Energy consumption within the organization, GRI 302-3 Energy intensity, GRI 303-3 (2018 edition) Water withdrawal, GRI 303-4 (2018 edition) Water discharge, GRI 303-5 (2018 edition) Water consumption, GRI 305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions, GRI 305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions, GRI 305-4 GHG emissions intensity, GRI 306-2 Waste by type and disposal method
  - *Social:* GRI 403-8 (2018 edition) Workers covered by an occupational health and safety management system, GRI 403-9 (2018 edition) Work-related injuries, GRI 403-10 (2018 edition) Work-related ill health, GRI 404-1 Average hours of training per year per employee, GRI 404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews, GRI 413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs

Our assurance engagement excluded the data and information of ThaiBev's suppliers, contractors and any third-parties mentioned in the report.

LR's responsibility is only to ThaiBev. LR disclaims any liability or responsibility to others as explained in the end footnote. ThaiBev's responsibility is for collecting, aggregating, analysing and presenting all the data and information within the report and for maintaining effective internal controls over the systems from which the report is derived. Ultimately, the report has been approved by, and remains the responsibility of ThaiBev.

LR's Opinion

Based on LR's approach nothing has come to our attention that would cause us to believe that ThaiBev has not, in all material respects:

- Met the requirements above
- Disclosed reliable performance data and information as no errors or omissions were detected
- Covered all the issues that are important to the stakeholders and readers of this Report.

The opinion expressed is formed on the basis of a limited level of assurance and at the materiality of the professional judgement of the verifier.
Note: The extent of evidence-gathering for a limited assurance engagement is less than for a reasonable assurance engagement. Limited assurance engagements focus on aggregated data rather than physically checking source data at sites. Consequently, the level of assurance obtained in a limited assurance engagement is substantially lower than the assurance that would have been obtained had a reasonable assurance engagement been performed.

LR's approach

LR's assurance engagements are carried out in accordance with our verification procedure. The following tasks though were undertaken as part of the evidence gathering process for this assurance engagement:

- Assessing ThaiBev's approach to stakeholder engagement to confirm that issues raised by stakeholders were captured correctly. We did this by interviewing ThaiBev's Management who engage directly with stakeholder groups as well as reviewing documents and associated records.
- Auditing ThaiBev's data management systems to confirm that there were no significant errors, omissions or mis-statements in the data. We did this by reviewing the effectiveness of data handling procedures, instructions and systems, including those for internal verification. We also spoke with those key people responsible for compiling the data and drafting the report.

---

[1] *GHG quantification is subject to inherent uncertainty.*

- Confirming the reliability of the selected specific standards' data by sampling evidence at:

  Spirit Group:
  - Natheechai Company Limited, Surat Thani Province, Thailand
  - Inver House Distillers Limited, Scotland, United Kingdom
  - Grand Royal Group, Yangon, Myanmar

  Beer Group:
  - Beer Thai (1991) Public Company Limited, Kamphaeng Phet Province, Thailand

  Non-Alcoholic Beverage Group:
  - Sermsuk Public Company Limited, Pathum Thani and Chonburi Provinces, Thailand

  Food Group:
  - Oishi Food Service Company Limited, Chonburi Province, Thailand

  Supply Chain Management Operations:
  - Thai Beverage Energy Company Limited, Surat Thani Province, Thailand
  - Thai Beverage Recycle Company Limited, Ayutthaya Province, Thailand
  - Thai Beverage Logistics Company Limited, Surat Thani Province, Thailand

  Note:
  1: LR did not verify the data back to its original sources, nor did it assess the accuracy and completeness of the data reported by individual locations.
  2. LR did not visit the plants in the United Kingdom and Myanmar. Data for these locations were reviewed remotely.

Observations

Further observations and findings, made during the assurance engagement, are:

- Inclusivity:
  We are not aware of any key stakeholder groups that have been excluded from ThaiBev's engagement process.
- Materiality:
  ThaiBev has processes for identifying and determining material issues; the evaluation process considers factors such as stakeholder concerns, business risks and legal compliance and we are not aware of any major material issue having been excluded.
- Responsiveness:
  ThaiBev and its subsidiaries have processes for responding to various stakeholder groups. We believe that ThaiBev should address further on circular economy business model through its stakeholder groups, typically with supply chains and customers.
- Reliability
  Data management systems are established and centralized for the data and information collection and calculation associated with the selected GRI indicators. However, we believe that ThaiBev should work further on the accuracy of GHG emissions from biogas flow meter as it will play an important role in ThaiBev carbon reduction roadmap.

LR's standards, competence and independence

LR ensures the selection of appropriately qualified individuals based on their qualifications, training and experience. The outcome of all verification and certification assessments is then internally reviewed by senior management to ensure that the approach applied is rigorous and transparent.

This verification is the only work undertaken by LR for ThaiBev and as such does not compromise our independence or impartiality.

Dated: 5 December 2020

Opart Charuratana
LR Lead Verifier
On behalf of Lloyd's Register Quality Assurance Ltd
Lloyd's Register International (Thailand) Limited
22nd Floor, Sirinrat Building, 3388/78 Rama IV Road
Klongton, Klongtoey, Bangkok 10110 THAILAND
LR reference: BGK00000507/C

Lloyd's Register Group Limited, its affiliates and subsidiaries, including Lloyd's Register Quality Assurance Limited (LRQA), and their respective officers, employees or agents are, individually and collectively, referred to in this clause as 'Lloyd's Register'. Lloyd's Register assumes no responsibility and shall not be liable to any person for any loss, damage or expense caused by reliance on the information or advice in this document or howsoever provided, unless that person has signed a contract with the relevant Lloyd's Register entity for the provision of this information or advice and in that case any responsibility or liability is exclusively on the terms and conditions set out in that contract.
The English version of this Assurance Statement is the only valid version. Lloyd's Register Group Limited assumes no responsibility for versions translated into other languages.

This Assurance Statement is only valid when published with the Report to which it refers. It may only be reproduced in its entirety.

Copyright © Lloyd's Register Quality Assurance Limited, 2020. A member of the Lloyd's Register Group.

คำอธิบายศัพท์

คำศัพท์	ความหมาย	หน้า
การล้างย้อน (Backwashing)	การปล่อยหรือสูบน้ำให้ไหลย้อนผ่านสารกรอง โดยสวนทางการกรอง เพื่อไล่ตะกอนลอยที่ติดอยู่บนชั้นผิวหน้าทรายกรอง ทำให้ทรายกรองมีการขยายตัวและมีการขยับตัว	
การบำบัดน้ำเสียแบบบึงประดิษฐ์ (Wetland)	เป็นระบบบำบัดน้ำเสียที่อาศัยกระบวนการทางธรรมชาติ ข้อดีของระบบนี้คือไม่ซับซ้อนและไม่ต้องใช้เทคโนโลยีในการบำบัดสูง มีประสิทธิภาพในการบำบัดสารอินทรีย์ ไนโตรเจน ฟอสฟอรัส ของแข็งแขวนลอย และโลหะหนักได้ดี นอกจากนี้ยังมีค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างระบบ การดำเนินระบบ และการดูแลบำรุงรักษาน้อย ระบบบำบัดดังกล่าวอาศัยกระบวนการทางธรรมชาติผสมผสานกับการปลูกพืช เช่น กก แฝก ธูปฤาษี และอ้อ เป็นต้น	
การประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life Cycle Assessment – LCA)	เป็นกระบวนการวิเคราะห์และประเมินค่าผลกระทบของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมตลอดช่วงชีวิตของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การสกัดหรือการได้มาซึ่งวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การขนส่งและการแจกจ่าย การใช้งานผลิตภัณฑ์ การนำมาใช้ใหม่หรือการแปรรูป และการจัดการเศษซากของผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน โดยมีการระบุถึงปริมาณพลังงานและวัตถุดิบที่ใช้ รวมถึงของเสียที่ปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและสุขอนามัยของชุมชน เพื่อที่จะหาวิธีการในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดและมีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด	
ก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gases – GHGs)	ก๊าซใด ๆ ที่มีคุณสมบัติในการดูดซับรังสีอินฟราเรด (ความร้อน) ที่ปล่อยออกจากพื้นผิวโลก แล้วแผ่รังสีความร้อนกลับมาสู่พื้นโลก ก่อให้เกิดสภาวะโลกร้อน ก๊าซหลัก ๆ ที่จัดเป็นก๊าซเรือนกระจกคือคาร์บอนไดออกไซด์ (CO_2) มีเทน (CH_2) ไนตรัสออกไซด์ (N_2O) ไฮโดรฟลูออโรคาร์บอน (HFCs) เปอร์ฟลูออโรคาร์บอน (PFCs) ซัลเฟอร์เฮกซาฟลูออไรด์ (SF_6) โอโซน (O_3) และสารคลอโรฟลูออโรคาร์บอน (CFCs)	
ความต้องการน้ำ (Water Demand)	ความต้องการในการใช้น้ำ	
คาร์บอนฟุตพรินต์ขององค์กร (Carbon Footprint Organization)	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาจากกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร เช่น การเผาไหม้ของเชื้อเพลิง การใช้ไฟฟ้า การจัดการของเสีย และการขนส่ง วัดออกมาในรูปตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	
คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (Carbon Dioxide Equivalent – CO_2e)	หน่วยแสดงความสามารถในการทำให้โลกร้อนเมื่อเทียบในรูปปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์	
คู่ค้ากลุ่มกลยุทธ์ (Strategic supplier)	คู่ค้าที่มีมูลค่าซื้อต่อปีสูงและมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทสูง ตามหลักการ Kralijic Matrix	
คู่ค้ารายสำคัญ (Critical supplier)	คู่ค้าที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจและความสำเร็จของบริษัท ได้แก่ คู่ค้าที่จำหน่ายวัตถุดิบที่สำคัญ คู่ค้าที่มีมูลค่าซื้อต่อปีสูง คู่ค้าที่ไม่สามารถทดแทนได้ เป็นต้น	
เครื่องหมายคาร์บอนฟุตพรินต์ของผลิตภัณฑ์ (Carbon Footprint Product)	ฉลากที่ระบุปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจลดการทำลายระบบนิเวศและภาวะโลกร้อน รอยเท้าคาร์บอนเป็นการแสดงค่าคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อผลิตภัณฑ์ (CO_2e)	
ฉลากคาร์บอน (Carbon Footprint Label)	ฉลากที่ระบุปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจลดการทำลายระบบนิเวศและภาวะโลกร้อน คาร์บอนฟุตพรินต์เป็นการแสดงค่าคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อผลิตภัณฑ์ (CO_2e)	
ฉลากลดโลกร้อน (Carbon Footprint Reduction)	ฉลากที่แสดงว่าผลิตภัณฑ์ได้ผ่านการประเมินคาร์บอนฟุตพรินต์ของผลิตภัณฑ์ และสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์ได้ตามเกณฑ์ที่กำหนดโดยเปรียบเทียบคาร์บอนฟุตพรินต์ของผลิตภัณฑ์ในปีปัจจุบันกับปีฐาน คือไม่น้อยกว่าร้อยละ 2 เมื่อเทียบกับปีฐาน	
เชื้อเพลิงชีวภาพ (Biofuel)	เชื้อเพลิงที่ได้จากชีวมวล (Biomass) เมื่อนำมาผ่านกระบวนการที่เหมาะสม สามารถเปลี่ยนให้เป็นพลังงานหมุนเวียนได้	
ธรณีสัณฐาน (Geomorphology)	รูปแบบหรือลักษณะของเปลือกโลก ที่มีรูปพรรณสัณฐานต่างกัน เช่น เป็นภูเขา ที่ราบสูง ที่ราบ และอื่น ๆ จากภาพกองหินที่ปรากฏอยู่บนยอดเขาเหล่านี้ เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติด้วยระยะเวลาที่ยาวนาน ซึ่งมีลักษณะภูมิอากาศ ลักษณะกายภาพ เป็นตัวกำหนดการเปลี่ยนแปลง	
นวัตกรรม (Innovation)	การนำสิ่งใหม่ ๆ อาจเป็นแนวคิด สิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อน หรือเป็นการพัฒนาดัดแปลงจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัย ให้ได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่สูงกว่าเดิม	
น้ำกากส่า (Distillery Slop/Vinasse)	ของเสียผลิตภัณฑ์ชนิดที่เป็นผลพลอยได้จากกระบวนการกลั่นสุรา	
น้ำใช้ (Water Supply)	ความสามารถในการผลิตน้ำ	
พลังงานทดแทน (Renewable Energy)	พลังงานที่ได้จากแหล่งที่มีพลังงานเติมเข้ามาใหม่เองตลอดเวลาด้วยปริมาณที่จำกัด เช่น น้ำเสีย แสงอาทิตย์ ลม เป็นต้น มาใช้ได้อีก	
พื้นที่ลุ่มน้ำ/พื้นที่รับน้ำ (watershed)	หน่วยของพื้นที่ซึ่งล้อมรอบด้วยสันปันน้ำ (boundary) เป็นพื้นที่รับน้ำฝนของแม่น้ำสายหลักในลุ่มน้ำนั้น ๆ เมื่อฝนตกลงมาในพื้นที่ลุ่มน้ำจะไหลออกสู่ลำธารสายย่อย ๆ (sub-order) แล้วรวมกันออกสู่ลำธารสายใหญ่ (order) และรวมกันออกสู่แม่น้ำสายหลัก (mainstream) จนไหลออกปากน้ำ (outlet) ในที่สุด	
ภาวะเรือนกระจก (Greenhouse Effect)	ภาวะที่ชั้นบรรยากาศของโลกกระทำตัวเสมือนกระจก ที่ยอมให้รังสีคลื่นสั้นผ่านลงมายังผิวโลกได้ แต่จะดูดกลืนรังสีคลื่นยาวช่วงอินฟราเรดที่แผ่ออกจากพื้นผิวโลกเอาไว้ จากนั้นจะคายพลังงานความร้อนให้กระจายอยู่ภายในชั้นบรรยากาศและพื้นผิวโลก ปัจจุบันมีก๊าซบางชนิดสะสมอยู่ในชั้นบรรยากาศมากเกินสมดุล ซึ่งก๊าซเหล่านี้สามารถดูดกลืนรังสีคลื่นยาวช่วงอินฟราเรดและคายพลังงานความร้อนได้ดีเช่นกัน ส่งผลให้อุณหภูมิพื้นผิวโลกและชั้นบรรยากาศมีอุณหภูมิสูงขึ้นอีก	
วัตต์ (Watt)	หน่วยวัดกำลังไฟฟ้าที่เป็นตัวบอกพลังงานไฟฟ้าของอุปกรณ์หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าแต่ละชนิดใช้ในการทำงาน	
ออสโมซิสผันกลับ (Reverse Osmosis)	ออสโมซิสผันกลับ หรือออสโมซิสย้อนกลับ เป็นการกรองด้วยเยื่อ (membrane filtration) แบบหนึ่ง โดยการใช้ความดันทำให้โมเลกุลของน้ำเคลื่อนที่จากสารละลายที่มีความเข้มข้นสูงกว่า ผ่านเยื่อกึ่งซึมผ่านได้ (semi permeable membrane) ไปยังสารละลายที่เจือจางกว่า ซึ่งเป็นกระบวนการตรงกันข้ามกับกระบวนการ ออสโมซิส (osmosis) ตามธรรมชาติ	
เฮกโตลิตร (Hectolitre)	หน่วยวัดความจุตามมาตราเมตริกมีค่าเท่ากับ 100 ลิตร	

ข้อมูลตามตัวชี้วัดมาตรฐาน GRI

GRI 102: General Disclosure 2016

Disclosure	Page/Website	Omission/Note	External Assurance
Organizational Profile			
102-1 Name of the organization	12-13	-	-
102-2 Activities, brands, products, and services	12-13	-	-
102-3 Location of headquarters	12-13	-	-
102-4 Location of operations	12-13	-	-
102-5 Ownership and legal form		ThaiBev Annual Report 2020	
102-6 Markets served	12-13	-	-
102-7 Scale of the organization	12-13	-	-
102-8 Information on employees and other workers	172, 226-227	-	-
102-9 Supply chain	22-23	-	-
102-10 Significant changes to the organization and its supply chain	12-23	-	-
102-11 Precautionary Principle or approach	42-45	-	-
102-12 External initiatives	10-11, 186-191, 212-219	-	-
102-13 Membership of associations	212-219	-	-
Strategy			
102-14 Statement from senior decision-maker	4-5	-	-
102-15 Key impacts, risks, and opportunities	34-41, 42-45	-	-
Ethics and Integrity			
102-16 Values, principles, standards, and norms of behaviour	24-33, 212-219	-	✓
102-17 Mechanisms for advice and concerns about ethics	212-219	-	✓
Governance			
102-18 Governance structure	24-33, 212-219	-	✓
102-19 Delegating authority	24-33	-	✓
102-20 Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics	7, 24-33	-	-
102-25 Conflict of interest	212-219	-	-
102-29 Identifying and managing economic, environmental, and social impacts	52, 84, 170-212	-	-
102-30 Effectiveness of risk management process	24-33	-	-
102-32 Highest governance body's role in sustainability reporting	31-33		-
Stakeholder Engagement			
102-40 List of stakeholder groups	29-31	-	✓
102-41 Collective bargaining agreements	180-185	100% of employees are represented by the Welfare Committee.	-
102-42 Identifying and selecting stakeholders	29-31	-	✓
102-43 Approach to stakeholder engagement	29-31	-	✓
102-44 Key topics and concerns raised	29-31	-	✓
Reporting Practice			
102-45 Entities included in the consolidated financial statements	12-13	-	✓
102-46 Defining report content and topic Boundaries	31-33	-	✓
102-47 List of material topics	31-33	-	✓
102-48 Restatements of information	-	There were no restatements in this report.	✓
102-49 Changes in reporting	31-33	-	✓
102-50 Reporting period	10-11	-	-

GRI 102: General Disclosure 2016			
Disclosure	**Page/Website**	**Omission/Note**	**External Assurance**
102-51 Date of most recent report	-	The most recent Sustainability Report covered the 12-month period October 2018 to September 2019.	-
102-52 Reporting cycle	10-11	-	-
102-53 Contact point for questions regarding the report	10-11	-	-
102-54 Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	10-11	-	-
102-55 GRI content index	233-237	-	-
102-56 External assurance	10-11, 230-231	-	-

สาระสำคัญด้านความยั่งยืน

GRI Standard	Disclosure	Page/Website	Omission/Note	External Assurance
Economic				
Consumer Health & Safety				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	192-195	-	-
	103-2 The management approach and its components	192-195	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	192-195	-	-
GRI 416: Customer health and safety 2016	416-1 Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	192-195	-	-
Business Partners Capability Development				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	196-203	-	-
	103-2 The management approach and its components	196-203	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	196-203	-	-
Data Security & Privacy				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	46-49	-	-
	103-2 The management approach and its components	46-49	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	46-49	-	-
GRI 418: Customer privacy 2016	418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	46-49	-	-
Product Health & Nutrition				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	192-195	-	-
	103-2 The management approach and its components	192-195	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	192-195	-	-
GRI 417: Marketing and labelling 2016	417-1 Requirements for product and service information and labelling	192-195	-	-
Corporate Governance, Business Ethics & Risk Management				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	16-17, 42-45, 212-219, 220-229	-	-
	103-2 The management approach and its components	12-13	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	16-17, 220-229	-	-

GRI Standard	Disclosure	Page/Website	Omission/Note	External Assurance
GRI 201: Economic performance 2016	201-1 Direct economic value generated and distributed	16-17, 220-229	-	✓
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	12-13, 31-33, 212-219	-	-
	103-2 The management approach and its components	212-219	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	212-219	-	-
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-2 Communication & training about anti-corruption policies & procedures	212-219	-	-
	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	sustainability.thaibev.com		
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	212-219	-	-
	103-2 The management approach and its components	212-219	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	212-219	-	-
GRI 415: Public Policy 2016	415-1 Political contributions	212-219	-	-
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	212-219	-	-
	103-2 The management approach and its components	212-219	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	212-219	-	-
GRI 419: Socioeconomic compliance 2016	419-1 Non-compliance with laws and regulations in the social and economic area	212-219	-	-
Innovation Management				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	9	-	-
	103-2 The management approach and its components	34-41, 74-81, 192-195	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	34-41, 74-81, 192-195	-	-
Sustainable Supply Chain				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	204-211	-	-
	103-2 The management approach and its components	204-211	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	204-211	-	-
GRI 204: Procurement practices 2016	204-1 Proportion of spending on local suppliers	204-211	-	-
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	204-211	-	-
	103-2 The management approach and its components	204-211	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	204-211	-	-
GRI 308: Supplier environmental assessment 2016	308-1 Proportion of spending on local suppliers	204-211	-	-
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	204-211	-	-
	103-2 The management approach and its components	204-211	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	204-211	-	-
GRI 414: Supplier social assessment 2016	414-1 New suppliers that were screened using social criteria	-	'Information not available: ThaiBev plans to improve the data collection and reporting for the next reporting period.'	-

GRI Standard	Disclosure	Page/Website	Omission/Note	External Assurance
Environment				
Energy Management				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	60-65	-	-
	103-2 The management approach and its components	60-65	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	60-65	-	-
GRI 302: Energy 2016	302-1 Energy consumption within the organization	60-65, 220-229	-	✓
	302-3 Energy intensity	60-65, 220-229	-	✓
	302-4 Reduction of energy consumption	60-65, 220-229	-	-
	302-5 Reductions in energy requirements of products and services	60-65, 220-229	-	-
Climate Strategy				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	54-59	-	-
	103-2 The management approach and its components	54-59	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	54-59	-	-
GRI 201: Economic performance 2016	201-2 Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	54-59	-	-
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	54-59	-	-
	103-2 The management approach and its components	54-59	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	54-59	-	-
GRI 305: Emissions 2016	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	54-59	-	✓
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	54-59	-	✓
	305-4 GHG emissions intensity	54-59	-	✓
Waste, Packaging & the Circular Economy				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	74-81	-	-
	103-2 The management approach and its components	74-81	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	74-81	-	-
GRI 306: Waste 2016	306-2 Waste by type and disposal method	74-81, 220-229	-	✓
Water Stewardship				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	66-73	-	-
	103-2 The management approach and its components	66-73	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	66-73	-	-
GRI 303: Water and effluents 2018	303-1 Interactions with water as a shared resource	66-73	-	✓
	303-2 Management of water discharge-related impacts	66-73	-	✓
	303-3 Water withdrawal	66-73	-	✓
	303-4 Water discharge	66-73	-	✓
	303-5 Water consumption	66-73	-	✓

GRI Standard	Disclosure	Page/Website	Omission/Note	External Assurance
Social				
Corporate Consumer Accountability				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	196-203	-	-
	103-2 The management approach and its components	196-203	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	196-203	-	-
Community Development & Partnerships				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	84-169	-	-
	103-2 The management approach and its components	84-169	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	84-169	-	-
GRI 203: Indirect economic impacts 2016	203-1 Infrastructure investments and services supported	84-169	-	-
	203-2 Significant indirect economic impacts	158-163	-	-
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	84-169	-	-
	103-2 The management approach and its components	84-169	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	84-169	-	-
GRI 413: Local communities 2016	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	84-169	-	✓
Human Capital Development				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	172-179	-	-
	103-2 The management approach and its components	172-179	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	172-179	-	-
GRI 404: Training and education 2016	404-1 Average hours of training per year per employee	172-179, 220-229	-	✓
	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance program	172-179, 180-185	-	-
	404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	172-179	-	✓
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	172-179	-	-
	103-2 The management approach and its components	172-179	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	172-179	-	-
GRI 405: Diversity and equal opportunity 2016	405-1 Diversity of governance bodies and employees	172-179, 220-229	-	-
Talent Attraction & Retention				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	172-179	-	-
	103-2 The management approach and its components	172-179	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	172-179	-	-
GRI 401: Employment 2016	401-1 New employee hires and employee turnover	172-179, 220-229	-	-

GRI Standard	Disclosure	Page/Website	Omission/Note	External Assurance
Employee Wellbeing				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	180-185	-	-
	103-2 The management approach and its components	180-185	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	180-185	-	-
GRI 403: Occupational health and safety 2018	403-1 Occupational health and safety management system	180-185	-	-
	403-2 Hazard identification, risk assessment and incident investigation	180-185	-	-
	403-3 Occupational health services	180-185	-	-
	403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	180-185	-	-
	403-5 Worker training on occupational health and safety	180-185	-	-
	403-6 Promotion of worker health	180-185	-	-
	403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	180-185	-	-
	403-8 Workers covered by an occupational health and safety management system	180-185	-	✓
	403-9 Work-related injuries	180-185, 220-229	-	✓
	403-10 Work-related ill health	180-185, 220-229	-	✓
Human Rights				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	186-191	-	-
	103-2 The management approach and its components	186-191	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	186-191	-	-
GRI 412: Human rights assessment 2016	412-1 Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments	186-191	-	-

แบบตอบกลับรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนของไทยเบฟ 2563

ขอบคุณที่ให้ความสนใจในรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนของไทยเบฟ 2563 ความคิดเห็นของท่านเป็นสิ่งสำคัญสำหรับเราที่จะช่วยในการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานโดยรวมของการพัฒนาที่ยั่งยืนและการรายงานในอนาคต

ขอความกรุณากรอกแบบตอบกลับและส่งมุมมองของท่านมาที่อีเมล: info@thaibev.com

หรือส่งจดหมายมาที่
สำนักพัฒนาความเป็นเลิศ
เลขที่ 14 อาคารแสงโสม ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

1. หัวข้อใดที่เกี่ยวข้องกับท่านมากที่สุด* (กรุณาใส่เครื่องหมาย ✔ ได้มากกว่า 1 หัวข้อ)

○ ชุมชน ○ ผู้บริโภค ○ ลูกค้า ○ พนักงาน ○ นักลงทุน
○ องค์กรพัฒนาเอกชน ○ หน่วยงานกำกับดูแล ○ คู่ค้า ○ อื่น ๆ โปรดระบุ:.....

2. ประสิทธิภาพในการสื่อสารความยั่งยืนของไทยเบฟผ่านรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นอย่างไร*
(กรุณาให้คะแนนโดยใส่เครื่องหมาย ✔ เมื่อ 5 หมายถึง ดีเยี่ยม และ 1 หมายถึง ควรปรับปรุง)

หัวข้อ	1	2	3	4	5
2.1 แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของไทยเบฟ	○	○	○	○	○
2.2 ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ	○	○	○	○	○
2.3 ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม	○	○	○	○	○
2.4 ความยั่งยืนด้านสังคม	○	○	○	○	○
2.5 อื่น ๆ โปรดระบุ:.....	○	○	○	○	○

3. กรุณาให้คะแนนเนื้อหาและคุณภาพของรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนของไทยเบฟ 2563 ตามหัวข้อต่อไปนี้
(เมื่อ 5 หมายถึง ดีเยี่ยม และ 1 หมายถึง ควรปรับปรุง)*

หัวข้อ	1	2	3	4	5
3.1 ความสมดุลของเนื้อหา	○	○	○	○	○
3.2 ความชัดเจนของเนื้อหา	○	○	○	○	○
3.3 การเปรียบเทียบได้กับบริษัทอื่น	○	○	○	○	○
3.4 การทำสาระสำคัญด้านความยั่งยืนและสาระที่เกี่ยวข้อง	○	○	○	○	○
3.5 ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	○	○	○	○	○
3.6 ความถูกต้องของเนื้อหา	○	○	○	○	○
3.7 ความโปร่งใสของเนื้อหา	○	○	○	○	○
3.8 โครงสร้างและการเรียบเรียงเนื้อหา	○	○	○	○	○
3.9 การออกแบบรูปเล่ม	○	○	○	○	○

กรุณาให้ความเห็นอื่น ๆ ต่อความยั่งยืนและรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืน



รายงานฉบับนี้จัดพิมพ์ด้วยหมึกพิมพ์น้ำมันถั่วเหลือง
ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมบนกระดาษจากผู้ผลิตที่ได้รับ FSC Logo