



บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

ALWAYS WITH YOU
รายงานการพัฒนาที่ยั่งยืน 2564



บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)



สารบัญ

สารจากกรรมการผู้อำนวยการใหญ่	5
สารจากคณะกรรมการ	7
ความสำเร็จของไทยเบฟในการรับมือกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19	10
เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	12
เกี่ยวกับไทยเบฟ	14
ตัวเลขชีวิตประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	16

แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของไทยเบฟ

ความสำเร็จด้านความยั่งยืน	20
ความสำเร็จด้านความยั่งยืนที่สำคัญในปี 2564	22
แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของไทยเบฟ	24
ห่วงโซ่คุณค่าของไทยเบฟ	34
การกำกับดูแลองค์กรและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ	36
ไทยเบฟกับโรคโควิด-19	44
การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน	50
การบริหารความเสี่ยง	58
ความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	64
และการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านไซเบอร์	

ใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อม

การจัดการดูแลผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อม	70
การจัดการด้านสภาพภูมิอากาศ	72
การจัดการด้านพลังงาน	78
การพิทักษ์และฟื้นฟูแหล่งน้ำ	84
บรรจุภัณฑ์และเศรษฐกิจหมุนเวียน	92
ความหลากหลายทางชีวภาพ	98
การลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร	102





ใส่ใจดูแลบุคลากร ลูกค้า และผู้บริโภคร

ความผาสุกของพนักงาน	110
สิทธิมนุษยชน	116
โอกาสไร้ขีดจำกัด	122
การส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภคร	132
การบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า	138

แบ่งปันคุณค่าให้คนทั่วโลก

การดูแลและแบ่งปัน การสร้างคุณค่าให้แก่สังคม	146
การพัฒนาด้านการศึกษา	152
การพัฒนาด้านสาธารณสุข	168
การพัฒนาด้านทีฟ้า	174
การอนุรักษ์ศิลปะและวัฒนธรรมของชาติ	186
การพัฒนาชุมชนและสังคม	212
โครงการประชารัฐรักสามัคคี	226
ศูนย์ ซี อาเซียน (C asean)	236

ภาคผนวก

สรุปประสิทธิภาพการดำเนินงาน	244
การรับรองจากหน่วยงานภายนอก	258
คำอธิบายศัพท์	260
ข้อมูลตามตัวชี้วัดมาตรฐาน GRI	262





สารจากกรรมการผู้อำนวยการใหญ่

ปี 2564 เป็นอีกหนึ่งปีที่ทั่วโลกต้องรับมือกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 รวมถึงสัญญาณเตือนภัยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น ส่งผลกระทบต่อภาคดำเนินชีวิต รวมถึงระบบเศรษฐกิจทั่วโลก ทำให้ทุกธุรกิจต้องมีการตื่นตัวและปรับกลยุทธ์เพื่อวางแผนรับมือ ไปพร้อมกับการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน สำหรับไทยเบฟ ความท้าทายที่เกิดขึ้นเป็นแรงผลักดันให้เกิดกลยุทธ์ใหม่ทางธุรกิจและยังเป็นโอกาสให้ได้พิจารณาอย่างรอบด้านถึงการดำเนินธุรกิจให้เติบโตยิ่งขึ้นอย่างยั่งยืน

ด้วยแผนการดำเนินธุรกิจที่พร้อมเผชิญทุกโอกาส และก้าวข้ามความท้าทาย กับก้าวที่แข็งแกร่งกว่าเดิม เป็นกลไกสำคัญสู่การเป็น “ผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มและอาหารครบวงจรที่มั่นคงและยั่งยืนในภูมิภาคอาเซียน” และยิ่งมุ่งมั่นก้าวขึ้นเป็นผู้นำของภูมิภาคในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ด้วยการบริหารจัดการที่ภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่มีประสิทธิภาพตามหลัก Environment, Social, Governance – ESG โดยจากการประเมินและพัฒนาแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนใน 3 มิติอย่างต่อเนื่อง ทำให้ไทยเบฟไม่ได้เป็นแค่องค์กรธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีศักยภาพในการปรับตัวต่อสถานการณ์ต่าง ๆ เท่านั้น แต่ยังขับเคลื่อนธุรกิจพร้อมพัฒนาองค์กรให้บรรลุเป้าหมายตามพันธกิจ “สร้างสรรค์และแบ่งปันคุณค่าจากการเติบโต” ซึ่งปีที่ผ่านมา มากกว่าความรับผิดชอบต่อสังคมและสังคมแล้ว ไทยเบฟยังเป็น “ผู้นำ” และองค์กรต้นแบบที่ดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน พร้อมจัดโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ โดยยึดหลักกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และหลักธรรมาภิบาล มาอย่างต่อเนื่อง

ไทยเบฟน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร และได้น้อมนำพระปฐมบรมราชโองการของพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว ที่จะทรงสืบสาน รักษา และต่อยอด เพื่อประโยชน์สุขของประชาชน มาเป็นแนวทางการพัฒนาความยั่งยืน ส่งผลให้ทุกการตัดสินใจของไทยเบฟผ่านการพิจารณาอย่างรอบคอบ เพื่อให้เกิดผลกระทบต่อเชิงบวกอย่างเป็นรูปธรรมต่อโลกและสังคม

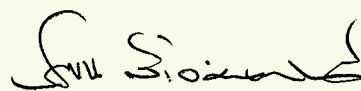
ในฐานะหนึ่งในผู้ดำเนินธุรกิจเครื่องดื่มและอาหารครบวงจรที่มั่นคงและยั่งยืนในภูมิภาคอาเซียน ไทยเบฟยังตั้งเป้าหมายต่อไปสู่การเป็นผู้นำในระดับโลก ส่งผลให้ตลอดหลายปีที่ผ่านมา เรามุ่งมั่นเดินหน้าไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืนในหลายด้าน เช่น กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืนใน 3 มิติ ในด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ประกอบด้วย มิติที่ 1 การปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ มิติที่ 2 บรรเทาผลกระทบต่อสภาพภูมิอากาศ โดยมีเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกด้วยการนำเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนากระบวนการผลิต และปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน เพิ่มการใช้พลังงานทางเลือกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และพัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และมิติที่ 3 เสริมสร้างชุมชน สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของไทยเบฟในการสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น รวมถึงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมรอบพื้นที่ปฏิบัติการ

นอกจากนี้ ไทยเบฟยังได้พัฒนาระบบการตรวจสอบและประเมินผลภายในองค์กร โดยริเริ่มโครงการสำคัญคือ การจัดทำรายงานการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force for Climate-Related Financial Disclosures – TCFD) ต่อสาธารณชน และการทำการประเมินและจัดทำรายงานปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (scope 3) เป็นครั้งแรก ซึ่งช่วยให้องค์กรมองเห็นโอกาสในการตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปีต่อไป รวมถึงความสำเร็จของโครงการต่าง ๆ ที่ไทยเบฟได้ดำเนินการไปแล้ว ในรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนประจำปี 2564 นี้ ไทยเบฟยังมีบริหารจัดการในประเด็นใหม่คือ วอเตอร์ฟุตพริ้นต์ (Water Footprint) การลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร (Food Loss and Waste) รวมถึงความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity)

ในขณะเดียวกัน แม้ว่าไทยเบฟจะเผชิญกับความท้าทายจากวิกฤตการณ์เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเช่นเดียวกับธุรกิจอื่นทั่วโลก รวมถึงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อภาคดำเนินธุรกิจและการดำเนินชีวิต เรายังได้จัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการพิเศษในสถานการณ์โควิด-19 [ThaiBev COVID-19 Situation Room (TSR)] เพื่อเป็นศูนย์กลางในการติดตามข่าวสาร และดำรงความต่อเนื่องทางธุรกิจ ให้สามารถผลิตและจัดส่งสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค แม้ในสถานการณ์ล็อกดาวน์ รวมถึงประสานความช่วยเหลือไปยังหน่วยงานสาธารณสุข บุคลากรทางการแพทย์ คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และพนักงานทุกระดับทั่วประเทศ รวมถึงการช่วยเหลือประชาชน และสังคมโดยรวมทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อก้าวข้ามสถานการณ์โควิด-19 ไปด้วยกัน

แม้การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จะส่งผลกระทบต่อเชิงลบ แต่ไทยเบฟยังค้นพบโอกาสในการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่ในการปรับปรุงระบบการกระจายสินค้า และให้ความสำคัญกับการดูแลความปลอดภัยของพนักงาน ด้วยการเพิ่มมาตรการคุ้มครองสุขภาพตลอดจนความเป็นอยู่ของพนักงานมากยิ่งขึ้น

ไทยเบฟพร้อมรับมือกับทศวรรษแห่งความท้าทายนี้ด้วยความมุ่งมั่นและมุ่งมั่นนโยบายการดำเนินธุรกิจไปพร้อมกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม ภายใต้หลักธรรมาภิบาล เพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs) และจากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ ทำให้ได้เห็นได้ว่า ภาคธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกัน ผมขอขอบคุณพนักงาน คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจทุกภาคส่วน สำหรับพลังกายพลังใจที่รวมกันเป็นหนึ่งเดียว และความทุ่มเทอุทิศสละ ที่ทำให้ไทยเบฟก้าวสู่ความสำเร็จตามแนวทางวิสัยทัศน์ และบรรลุเป้าหมายตามพันธกิจขององค์กร



สุาปน สิริวัฒนภักดี
กรรมการผู้อำนวยการใหญ่



สารจากคณะกรรมการ

คณะกรรมการบริษัทไทยเบฟ (“คณะกรรมการฯ”) มุ่งมั่นสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) (“ไทยเบฟ”) โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล (Environment, Social, Governance – ESG) และการช่วยเหลือสังคมอย่างยั่งยืน ไปพร้อมกับการดูแลใส่ใจในสุขภาพ และส่งเสริมสวัสดิภาพของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน

คณะกรรมการฯ เชื่อว่า ภาคเอกชนมีส่วนสำคัญในการร่วมพัฒนาสังคมให้ดีขึ้น ซึ่งในการกำหนดกลยุทธ์และการสร้างมูลค่าทางธุรกิจ ไทยเบฟตระหนักและให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล (ESG) เป็นหลักการทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่ท่ามกลางความเสี่ยงทางธุรกิจที่เกิดจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ คณะกรรมการฯ จึงให้การสนับสนุนคณะกรรมการบริหารด้านความยั่งยืนและความเสี่ยงอย่างเต็มที่ในการกำหนดแนวคิดริเริ่มเพื่อการพัฒนาความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม สังคม และภายใต้หลักธรรมาภิบาลเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

นอกจากนี้ ไทยเบฟยังมีการดำเนินโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความเชื่อมโยงกับสภาพภูมิอากาศ คณะกรรมการฯ จึงสนับสนุนให้มีการจัดทำรายงานการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (TCFD) ฉบับแรกของไทยเบฟ เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนถึงความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าว

คณะกรรมการฯ ได้รับแรงบันดาลใจจากหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร และได้น้อมนำพระปฐมบรมราชโองการของพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว ที่ทรงสืบสาน รักษา และต่อยอด เพื่อประโยชน์สุขของประชาชน มาใช้เป็นแนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน และท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่มีความต่อเนื่องมาเกือบ 2 ปี คณะกรรมการฯ ได้สนับสนุนให้ไทยเบฟให้การสนับสนุนทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนมาตรการต่าง ๆ และประสานความช่วยเหลือไปยังหน่วยงานสาธารณสุข บุคลากรทางการแพทย์ และประชาชนทั่วประเทศ รวมไปถึงคู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และพนักงานในทุกระดับ มาอย่างต่อเนื่อง

คณะกรรมการฯ ได้กำกับดูแลและกำหนดแนวทางให้คณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยง เพื่อให้ธุรกิจมีความคล่องตัวและพร้อมรับมือกับทุกวิกฤต ห่วงโซ่อุปทานมีความมั่นคงปลอดภัย โดยการดำเนินงานทั้งหมดของไทยเบฟยังยึดมั่นรักษาคุณค่าของไทยเบฟ เพื่อประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งคณะกรรมการฯ ยังได้รับการรายงานวัตถุประสงค์ เป้าหมาย แนวคิดริเริ่ม อุปสรรค ความคืบหน้า และความสำเร็จในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนจากคณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยง รวมถึงคณะผู้บริหารของไทยเบฟอยู่อย่างสม่ำเสมอ ขณะเดียวกันคณะกรรมการฯ ได้ประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะผู้บริหารด้วยความโปร่งใส โดยพิจารณาจากผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่สำเร็จด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจและเป็นไปตามเป้าหมาย

คณะกรรมการฯ มุ่งมั่นในการบริหารธุรกิจอย่างโปร่งใส มีการสื่อสารเกี่ยวกับธุรกิจของไทยเบฟต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนอย่างเปิดเผยและชัดเจน การเปิดเผยข้อมูลในรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนและในรายงานประจำปีของไทยเบฟมีความสอดคล้องกับความมุ่งมั่นดังกล่าว รายงานฉบับนี้ยังได้กล่าวถึงความพยายามอย่างต่อเนื่องของไทยเบฟในการดำเนินการตามหลักธรรมาภิบาลที่มีการบริหารจัดการที่ดีทั้งในด้านการบริหารความเสี่ยง และแนวทางปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือของไทยเบฟกับพันธมิตรทางธุรกิจให้มีความแข็งแกร่งอย่างต่อเนื่อง เพื่อผลักดันให้เกิดประโยชน์ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

คณะกรรมการฯ มีความมุ่งมั่นเป็นอย่างยิ่งที่จะแจ้งความคืบหน้าให้ท่านทราบต่อไป

คณะกรรมการ
บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

STABLE & SUSTAINABLE ASEAN LEADER



ไทยเบฟน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริ
ในพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช
บรมนาถบพิตร และได้น้อมนำพระปฐมบรมราชโองการของพระบาทสมเด็จพระ
พระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว
ที่จะทรงสืบสาน รักษา และต่อยอด เพื่อประโยชน์สุขของประชาชน ในการขับเคลื่อน
กลยุทธ์และการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน สร้างศักยภาพและความพร้อมที่จะ
ขับเคลื่อนองค์กรสู่การเป็นผู้นำบริษัทเครื่องดื่มและอาหารที่มั่นคงและยั่งยืน
ในภูมิภาคอาเซียน ไทยเบฟดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล มีการบริหาร
จัดการที่ดี และการช่วยเหลือสังคมอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวทาง
การพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ และ “สร้างสรรค์และแบ่งปันคุณค่า
จากการเติบโต” ร่วมกับเครือข่ายพันธมิตรทุกภาคส่วนตลอดห่วงโซ่คุณค่า
“เพื่อสร้างประโยชน์อย่างสูงสุดให้กับสังคม”

ความสำเร็จของไทยเบฟในการรับมือกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

99% ของพนักงานไทยเบฟทั้งหมด และ
100% ของพนักงานที่ได้ทำแบบสำรวจถึงความประสงค์ในการรับวัคซีน
ได้รับการฉีดวัคซีนโรคโควิด-19 อย่างน้อยหนึ่งเข็ม

98% ของบุคลากรกลุ่มไทยเบฟ หรือมากกว่า **43,000** คน
ใช้แอปพลิเคชัน **Beverest Life** เป็นประจำทุกวันในการรายงานตัว
และทำการประเมินตนเองเกี่ยวกับโรคโควิด-19

100% ของพนักงานและคู่ค้าในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูงด้านโรคโควิด-19
ได้รับการตรวจหาเชื้อด้วยวิธี **RT-PCR** หรือ **ATK**

บุคลากรทางการแพทย์ คู่ค้า และบุคลากรกลุ่มไทยเบฟ
> 324,000 คน ได้รับการทำประกันโรคโควิด-19

บริจาคและส่งมอบแอลกอฮอล์ 72% มากกว่า **1.4** ล้านลิตร
หน้ากากอนามัยมากกว่า **9.3** ล้านชิ้น
และหน้ากาก N95 มากกว่า **240,000** ชิ้น
ให้กับบุคลากรทางการแพทย์ทั่วประเทศ

นำวิธีปฏิบัติด้านโรคโควิด-19 สำหรับบุคลากรกลุ่มไทยเบฟและลูกค้า
มาดำเนินการอย่างเคร่งครัดที่ร้านอาหารมากกว่า **600** แห่งทั่วประเทศ

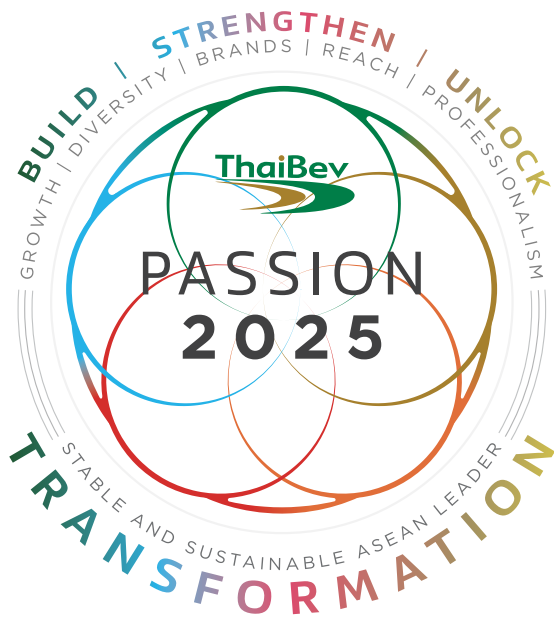


เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ยังคงเดินหน้าขับเคลื่อนธุรกิจตามวิสัยทัศน์ขององค์กรด้วยความแข็งแกร่ง และด้วยวิสัยทัศน์ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนในมิติของ ESG จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า ไทยเบฟทำสำเร็จตามเป้าที่ตั้งไว้ โดยหนึ่งในความสำเร็จที่ภาคภูมิใจคือ ไทยเบฟได้รับคัดเลือกเป็นผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่มระดับโลก (DJSI) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 (2561-2564) ไทยเบฟยังคงเดินหน้าพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่องและพร้อมต่อยอดความสำเร็จด้วยวิสัยทัศน์ PASSION 2025 ซึ่งเป็นเป้าหมายใหม่ที่จะเน้นย้ำสถานะการเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มในภูมิภาคอาเซียนของไทยเบฟได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

ไทยเบฟจัดทำรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนฉบับแรกขึ้นในปี 2555 โดยปีนี้นับเป็นรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนฉบับที่ 8 ซึ่งจัดทำขึ้นตามหลักเกณฑ์ในแบบหลักของกรอบการรายงานความยั่งยืนสากล Global Reporting Initiative (GRI) และการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures – TCFD) ไทยเบฟใช้แนวทางการรายงานของ Integrated Reporting (IR) ซึ่งเป็นรายงานความยั่งยืนแบบบูรณาการที่แสดงถึงผลการดำเนินงานและการสร้างคุณค่าแก่ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ แบบองค์รวม

ทั้งนี้ ไทยเบฟมีเจตนาธรรมาภิบาลและวัตถุประสงค์ในการจัดทำรายงานเพื่อเป็นช่องทางสื่อสารสาระสำคัญด้านความยั่งยืนทางธุรกิจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมทั้งนำเสนอกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินธุรกิจด้วยหลักการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร โดยไทยเบฟและบริษัทในกลุ่มไทยเบฟ (“กลุ่มไทยเบฟ”) ได้นำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร มาปฏิบัติใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดหัวข้อและเนื้อหาบนพื้นฐานการดำเนินธุรกิจที่ครอบคลุมสาระสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ สิ่งแวดล้อม สังคม ศิลปวัฒนธรรม และเศรษฐกิจ สร้างความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (UN SDGs) 17 ข้อ



รายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนฉบับนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอการดำเนินธุรกิจของกลุ่มไทยเบฟที่เป็นไปตามแนวทางการพัฒนาความยั่งยืนและได้รับการตรวจสอบผลการดำเนินงานด้านการเงินปี 2564 ผ่านการสอบบัญชีจากผู้สอบบัญชี บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด หรือ KPMG โดยรายงานของผู้สอบบัญชีได้แสดงไว้ในรายงานประจำปี 2564 ของไทยเบฟ ส่วนการตรวจสอบผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการฝึกอบรมพนักงาน ด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของไทยเบฟ ได้รับการตรวจสอบความถูกต้องและให้ความเชื่อมั่นจากบริษัท Lloyd's Register International (Thailand) Limited ซึ่งเอกสารการรับรองความน่าเชื่อถือของข้อมูลแสดงอยู่ในหัวข้อการรับรองจากหน่วยงานภายนอกในรายงานฉบับนี้

ขอบเขตการรายงาน

ข้อมูลที่น่าเสนอในรายงานนี้เป็นข้อมูลในปีงบประมาณ 2564 โดยครอบคลุมกลุ่มบริษัทไทยเบฟในประเทศไทยและต่างประเทศ เพื่อสะท้อนการเติบโตทางธุรกิจของไทยเบฟและนำเสนอแผนการขับเคลื่อนเป้าหมายการดำเนินธุรกิจไปสู่วิสัยทัศน์ PASSION 2025 รวมถึงรายงานประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมครอบคลุมช่วงเวลา 12 เดือน จากเดือนตุลาคม 2563 ถึงเดือนกันยายน 2564 โดยรวบรวมข้อมูลจากโรงงานผลิต 42 แห่ง ได้แก่ โรงงานสุรา 27 แห่ง (19 แห่งในประเทศไทย 6 แห่งในสหราชอาณาจักร และ 2 แห่งในประเทศเมียนมา) โรงงานเบียร์ 3 แห่งในประเทศไทย โรงงานผลิตเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ 11 แห่งในประเทศไทย โรงงานผลิตอาหาร 1 แห่งในประเทศไทย และข้อมูลจากศูนย์กระจายสินค้า 11 แห่งในประเทศไทย

ไทยเบฟจัดทำรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนฉบับนี้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และเผยแพร่ในเว็บไซต์ของไทยเบฟ sustainability.thaibev.com หากมีข้อเสนอแนะหรือข้อสงสัยประการใด สามารถติดต่อคณะทำงานพัฒนาความยั่งยืนทางธุรกิจได้ทาง sustainability@thaibev.com หรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมโดยใช้แบบฟอร์มที่แนบท้ายรายงานฉบับนี้ ไทยเบฟมีความยินดีเป็นอย่างยิ่งที่จะพิจารณาข้อเสนอแนะดังกล่าวและนำไปปรับปรุงคุณภาพของรายงานต่อไป

เกี่ยวกับไทยเบฟ

ไทยเบฟมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และเป็นผู้ผลิตเครื่องดื่มชั้นนำในอาเซียน ประกอบด้วย 4 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ สุรา เบียร์ เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และอาหาร ในรายงานการพัฒนายั่งยืนประจำปี 2564 ไทยเบฟได้แสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่มอย่างต่อเนื่อง สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาความยั่งยืน และรวมถึงการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เป็นกุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จโดยรวมขององค์กร ไทยเบฟยังคงมุ่งมั่นในการสร้างสรรคและแบ่งปันคุณค่าจากการเติบโตให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคม ในปี 2564 ไทยเบฟได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกในดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices หรือ DJSI) ในกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 และเป็นสมาชิกกลุ่มดัชนีโลก (DJSI World) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 และความสำเร็จด้านความยั่งยืนประจำปี 2564 คือ การที่ไทยเบฟเป็นบริษัทแรกในอาเซียนที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม DJSI ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 สะท้อนถึงความมุ่งมั่นและใส่ใจในการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรอย่างต่อเนื่อง



วิสัยทัศน์องค์กร

วิสัยทัศน์องค์กรคือ การเป็นผู้นำที่มั่นคงและยั่งยืนของอาเซียน ในธุรกิจเครื่องดื่มและอาหาร

พันธกิจของเรา

พันธกิจของเราคือ การสร้างสรรคและแบ่งปันคุณค่าจากการเติบโต โดยมอบคุณค่าที่สำคัญ 6 ประการ

- มอบผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงสุดให้ลูกค้าทุกกลุ่ม
- ตอบสนองความต้องการของผู้แทนจำหน่ายโดยให้บริการอย่างมืออาชีพ
- ให้ความสำคัญเรื่องผลตอบแทนจากการลงทุนให้แก่ผู้ถือหุ้น ด้วยการเติบโตของรายได้และผลกำไรที่มั่นคงและต่อเนื่อง
- เป็นแบบอย่างในด้านความเป็นมืออาชีพ ความโปร่งใส และการดำเนินธุรกิจด้วยหลักธรรมาภิบาล
- มอบความไว้วางใจ อำนาจ และรางวัลแก่พนักงาน เพื่อสร้างความร่วมรับผิดชอบ
- สร้างประโยชน์ให้แก่สังคม

PASSION 2025

PASSION 2025 คือ แผนการดำเนินงานในช่วง 5 ปีข้างหน้าของกลุ่มธุรกิจ ด้วยแผนทรานส์ฟอร์มขั้นภายใต้ 3 แนวทางหลัก

BUILD

(สร้างความสามารถ)

คือ สร้างความสามารถและโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ

STRENGTHEN

(เสริมแกร่งความเป็นหนึ่ง)

คือ เสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจหลัก เพื่อความเป็นผู้นำของตลาด

UNLOCK

(สุดพลังศักยภาพไทยเบฟ)

คือ นำศักยภาพของไทยเบฟที่มีอยู่มาก่อให้เกิดมูลค่าสูงสุด

สินค้าและบริการ

บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) (“ไทยเบฟ”) เป็นบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มชั้นนำของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเป็นบริษัทเครื่องดื่มที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย วิสัยทัศน์ขององค์กรคือ การเป็นผู้นำในธุรกิจเครื่องดื่มและอาหารของอาเซียนที่มีความเป็นเลิศทางการพาณิชย์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และการยกระดับภาพลักษณ์สินค้า และความเป็นมืออาชีพ

ในปี 2549 ไทยเบฟได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์ (Singapore Exchange Mainboard) และในปี 2555 ไทยเบฟได้ทำการขยายธุรกิจออกไปนอกประเทศไทยด้วยการเข้าครอบครองกิจการของบริษัทเฟรเซอร์แอนด์เนฟ จำกัด (Fraser and Neave, Limited) องค์กรชั้นนำที่มีตราสินค้าเครื่องดื่มชั้นนำมากมาย ในปี 2560 ไทยเบฟเพิ่มความแข็งแกร่งในระดับภูมิภาคด้วยการเข้าครอบครองหุ้นในแกรนด์รอยัลกรุ๊ป (Grand Royal Group - GRG) ผู้ผลิตวิสกีรายใหญ่ที่สุดในเมียนมา และไซ่ง่อนเบียร์-แอลกอฮอล์-เบฟเวอเรจ (Saigon Beer-Alcohol-Beverage Corporation, SABECO) ผู้ผลิตเบียร์ชั้นนำในเวียดนาม ซึ่งทำให้ไทยเบฟเป็นผู้ผลิตเบียร์รายใหญ่ที่สุดในแง่ของปริมาณในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ปัจจุบัน ธุรกิจของไทยเบฟประกอบไปด้วยสี่ธุรกิจหลัก ได้แก่ สุรา เบียร์ เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และอาหาร ในประเทศไทย บริษัทดำเนินการผลิตผ่านโรงกลั่นสุรา 19 แห่ง โรงผลิตเบียร์ 3 แห่ง และโรงงานผลิตเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ 21 แห่ง และได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายการจัดจำหน่ายกว่า 500,000 จุดขาย ไทยเบฟมีผลิตภัณฑ์จำหน่ายในกว่า 90 ประเทศ โดยมีโรงงานผลิต 5 แห่งในสกอตแลนด์ ที่มีชื่อเสียงในการผลิตสกอตวิสกีแบบซิงเกิลมอลต์ อาทิ Balblair Old Pulteney และ Speyburn โรงงานผลิต 2 แห่งในเมียนมา และโรงกลั่นสุรา 1 แห่งในประเทศจีนที่ผลิตสุราชื่อดัง Yulinquan

ผลิตภัณฑ์กลุ่มสุราที่มีชื่อเสียงของไทยเบฟ ได้แก่ รวงข้าว หงษ์ทอง เบลนด์ 285 แสงโสม และแม่โขง รวมถึงวิสกี Grand Royal อันโด่งดังของ GRG ขณะที่ตราสินค้าเบียร์ช้างที่ถือเป็นตราสินค้าหลักของบริษัทเป็นหนึ่งในเบียร์ไทยที่เป็นที่รู้จักมากที่สุดทั้งในและต่างประเทศ ขณะที่เบียร์ไซ่ง่อนและ 333 ของ SABECO เป็นตราสินค้าเบียร์ที่ขายดีในประเทศไทย เวียดนาม ตราสินค้าเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ชั้นนำของไทยเบฟ ได้แก่ ชาเขียวโออิชิ เอสโคล่า และน้ำดื่มคริสตัล รวมถึงเครื่องดื่มอัดลม F&N และเครื่องดื่มไอโซโทนิค 100Plus บริษัทยังดำเนินธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น และธุรกิจอาหารพร้อมปรุงและพร้อมรับประทานผ่านทางบริษัทย่อย บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ไทยเบฟทำการเร่งขยายธุรกิจอาหารด้วยการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อย Food of Asia และการซื้อแฟรนไชส์ของ KFC ตราสินค้าน้ำดื่มแบบให้บริการอย่างรวดเร็ว (Quick Service Restaurant) ที่มีชื่อเสียงที่สุดในประเทศไทย

ไทยเบฟเป็นหนึ่งใน 10 บริษัทที่ใหญ่ที่สุดในตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์ ด้วยมูลค่าตามราคาตลาดและดัชนีตลาดหุ้น Straits Times Index บริษัทยังได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกในดัชนีความยั่งยืนดาวนิโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices หรือ DJSI) ในกลุ่มตลาดเกิดใหม่และกลุ่มดัชนีโลก

ตัวเลขชี้วัดประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงาน

รายละเอียดปรากฏในรายงานประจำปี 2564 ของไทยเบฟ



ปี 2564

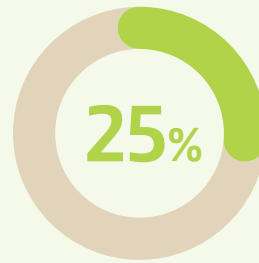
รายได้รวม (ประจำปี)

245,559 ล้านบาท

ตุลาคม 2563 - กันยายน 2564 ระยะเวลา 12 เดือน



สัดส่วนรายได้
จากประเทศไทย



สัดส่วนรายได้
จากต่างประเทศ

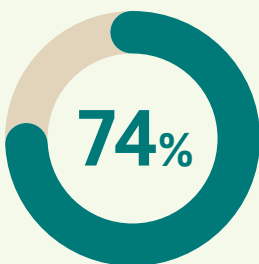


ปี 2563

รายได้รวม (ประจำปี)

259,392 ล้านบาท

ตุลาคม 2562 - กันยายน 2563 ระยะเวลา 12 เดือน

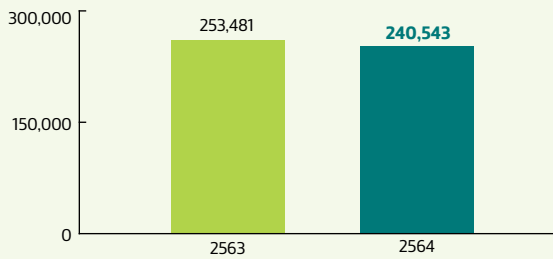


สัดส่วนรายได้
จากประเทศไทย

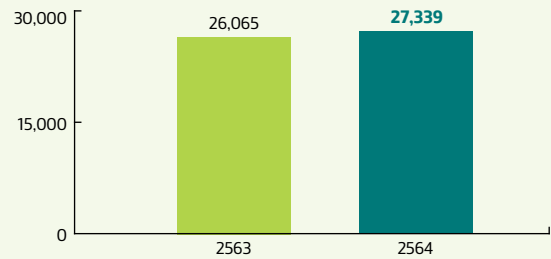


สัดส่วนรายได้
จากต่างประเทศ

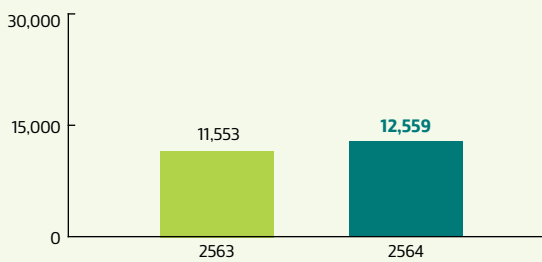
ยอดขาย (ล้านบาท)



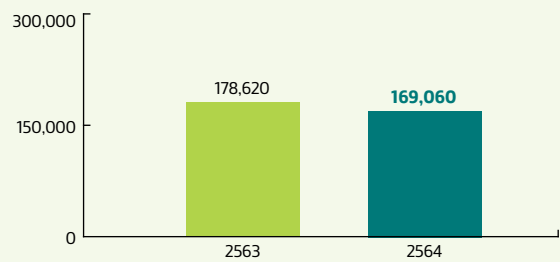
กำไร (ล้านบาท)



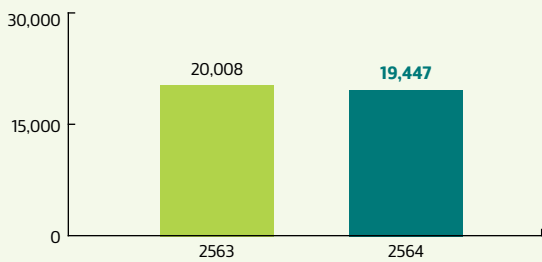
เงินปันผลประจำปี (ล้านบาท)



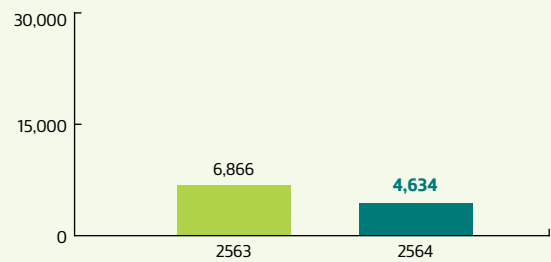
ต้นทุนขาย (ล้านบาท)



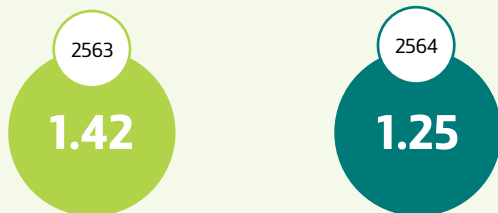
ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงาน (ล้านบาท)



ภาษีเงินได้นิติบุคคล (ล้านบาท)



อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น



อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น



หมายเหตุ

- การสร้างและปันส่วนมูลค่าทางเศรษฐกิจประกอบด้วยรายได้ (อ้างอิง GRI 201-1: Revenues) 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)
- ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์ของพนักงานซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนขาย คือ จำนวน 5,388 ล้านบาท ในช่วงเดือนตุลาคม 2563 - เดือนกันยายน 2564 และจำนวน 5,511 ล้านบาท ในช่วงเดือนตุลาคม 2562 - เดือนกันยายน 2563 ภาษีสรรพสามิตจ่ายให้รัฐบาลเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนขายด้วย
- รายได้จำแนกตามเขตภูมิศาสตร์ของกลุ่มบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ตามงบการเงินของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564
- เงินปันผลประจำปีสำหรับผู้ถือหุ้นของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)



แนวทางการพัฒนาความยั่งยืน ของไทยเบฟ

ไทยเบฟก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มครบวงจรในภูมิภาคอาเซียน พร้อมทั้งสร้างผลกระทบในเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมโดยรวม บริษัทได้น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร พร้อมทั้งยึดถือเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ 17 ประการ และเข้าร่วมเป็นสมาชิกข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact)

ความสำเร็จด้านความยั่งยืน	20
ความสำเร็จด้านความยั่งยืนที่สำคัญในปี 2564	22
แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของไทยเบฟ	24
ห่วงโซ่คุณค่าของไทยเบฟ	34
การกำกับดูแลองค์กรและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ	36
ไทยเบฟกับโรคโควิด-19	44
การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน	50
การบริหารความเสี่ยง	58
ความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	64
และการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านไซเบอร์	

ความสำเร็จด้านความยั่งยืน

ไทยเบฟก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มและอาหารครบวงจรในภูมิภาคอาเซียน และยังคงมุ่งมั่นที่จะบรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนทุกข้อ อันครอบคลุมถึงผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ วิทยาลัย 2020 ของบริษัท ที่มุ่งเน้นนโยบายสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ช่วยผลักดันให้ ไทยเบฟได้รับรางวัลแห่งความสำเร็จมากมายตลอด 7 ปีที่ผ่านมา (2558-2564)

สิ่งที่ถือเป็นความสำเร็จสำคัญคือ การที่ไทยเบฟได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกในดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices หรือ DJSI) ในกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 และกลุ่มดัชนีโลก (DJSI World) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 ยิ่งไปกว่านั้น ไทยเบฟยังเป็นบริษัทในภูมิภาคอาเซียนรายเดียวที่ได้รับคัดเลือกเป็นผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่มระดับโลก ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของไทยเบฟที่จะเป็นผู้นำด้านการพัฒนาความยั่งยืน

ในปี 2563 ไทยเบฟได้เปิดตัววิสัยทัศน์ PASSION 2025 ที่เน้นย้ำถึงความมุ่งมั่นของไทยเบฟที่จะแข็งแกร่งขึ้นกว่าที่ผ่านมา แม้จะมีผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา ไทยเบฟจะเดินหน้าเป็นผู้นำด้านการพัฒนาความยั่งยืนต่อไป ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่เสมอ ในธุรกิจระดับโลก ไทยเบฟปรับตัวและพัฒนาวิธีการดำเนินงานเพื่อที่จะรักษาสถานะผู้นำเอาไว้ต่อไป

ไทยเบฟได้รับคะแนนรวม 90 (จากคะแนนเต็ม 100) ในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มจากการประเมินความยั่งยืนขององค์กรทั่วโลกของ S&P ประจำปี 2564 ซึ่งถือเป็นคะแนนที่ดีที่สุดในโลก นับเป็นปีที่ 4 ที่ไทยเบฟได้รับคะแนนสูงที่สุดทั่วโลกในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม การประเมินความยั่งยืนขององค์กรทั่วโลกของ S&P ประจำปี 2564 จากการวิเคราะห์องค์กรต่าง ๆ ทั่วโลก ผ่านเกณฑ์การพัฒนาความยั่งยืน 30 ประเภท ครอบคลุม 3 มิติ (ESG): การกำกับดูแลและเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม

ในมิติด้านการกำกับดูแลและเศรษฐกิจ ไทยเบฟได้รับคะแนนสูงสุดในอุตสาหกรรมที่ 91 (จากคะแนนเต็ม 100) ซึ่งครอบคลุมความยั่งยืนด้านที่มีความสำคัญ อาทิ การจัดหาอย่างยั่งยืน การบริหารและจัดการความเสี่ยง และการจัดการด้านนวัตกรรม ซึ่งไทยเบฟได้รับคะแนนเต็ม 100 (จากคะแนนเต็ม 100) ซึ่งถือเป็นคะแนนสูงสุดในอุตสาหกรรม ในมิติสิ่งแวดล้อม 7 จาก 13 ด้านที่ถูกประเมิน ไทยเบฟได้รับคะแนนสูงสุดในด้านการบริหารความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับน้ำ ด้านบรรจุภัณฑ์ และการรายงานด้านสิ่งแวดล้อม ในมิติสังคม ซึ่งครอบคลุมด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย สิทธิมนุษยชน การดูแลและรักษาผู้มีความสามารถ และการเป็นองค์กรที่ดี และการตอบแทนกลับสู่สังคม จากการประเมิน 7 ด้านหลัก ไทยเบฟได้รับคะแนนสูงสุด 91 (จากคะแนนเต็ม 100)



Member of
**Dow Jones
Sustainability Indices**

Powered by the S&P Global CSA

สมาชิกดัชนี
กลุ่มตลาดเกิดใหม่

6 ปี
ติดต่อกัน

สมาชิก
กลุ่มดัชนีโลก

5 ปี
ติดต่อกัน

ผู้นำในอุตสาหกรรม
เครื่องดื่มของโลก*

4 ปี
ติดต่อกัน

*ตามรายงานประจำปี

รางวัลการพัฒนาความยั่งยืน ด้านสิ่งแวดล้อม ปี 2564	รางวัลการพัฒนาความยั่งยืน ด้านสังคม ปี 2564	รางวัลการพัฒนาความยั่งยืน ด้านเศรษฐกิจ ปี 2564
<ul style="list-style-type: none"> บริษัทสุรากระทิงแดง (1988) จำกัด รางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประเภทอุตสาหกรรมศึกษา พร้อมรางวัลอุตสาหกรรม ประจำปี 2563 บมจ.เสริมสุข โรงงานชลบุรี รางวัลเหรียญเงินประเภท Kaizen Suggestion จาก Thailand Kaizen Award 2020 บจ.ธนภัคดี รางวัลเหรียญทองแดง ประเภท Genba Kaizen จาก Thailand Kaizen Award 2020 Inver House รางวัลวิธีการทำงานดีเด่น ประเภทประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ในการกลั่น จาก Scotch Whisky Association (SWA) โรงงานเบียร์คอสมอส รางวัลชนะเลิศ ประเภทการใช้ และเทคโนโลยีขั้นสูง จาก ASEAN Energy Awards โรงงานเบียร์คอสมอส รางวัลรองชนะเลิศอันดับสอง ประเภท พลังงานหมุนเวียน จาก ASEAN Energy Awards 	<ul style="list-style-type: none"> เสริมสุข โรงงานสุราษฎร์ธานี รางวัลสถานประกอบการต้นแบบดีเด่น ของกระทรวงแรงงาน ไทยเบฟ สถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์ และสวัสดิการแรงงาน ระดับประเทศ ประจำปี 2563 ของกระทรวงแรงงาน เสริมสุข โล่รางวัลด้านองค์กรที่มีความรับผิดชอบ ต่อสังคม ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม Grand Royal Group International เหรียญทองประเภท Best Career Advancement Program, เหรียญทองประเภท Best Use of Rewards and Recognition, เหรียญทองประเภท Most Effective Recruitment Strategy for Talent Attraction, เหรียญเงินประเภท Best Learning and Development Program และเหรียญเงิน ประเภท Best CSR for Community Engagement ของ Myanmar Employer Awards 2020 ไทยเบฟ รางวัลเหรียญเงิน Excellence in HR Innovation ของ HR Excellence Awards 2021 Thailand ไทยเบฟ Best Companies to Work for in Asia 2020 (Thailand Edition) และ WeCare: HR Asia Most Caring Companies Awards 2020 ของ HR Asia โรงงานเบียร์คอสมอส รางวัลรองชนะเลิศอันดับสอง ประเภทองค์กร ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม จาก ASEAN Energy Awards 	<ul style="list-style-type: none"> โออิซี Thailand's Most Admired Brand 2021 ของ BrandAge Magazine สุราแม่โขง เหรียญเงินจาก Tokyo Whisky & Spirits Competition 2021 (TWSC) ช้างโคลด์เบียร์ Dortmunder (ลาเกอร์สไตล์ยุโรป ที่ดีที่สุด) ของ Australian International Beer Awards 2021 (AIBA) ช้างเอสเพรสโซลาเกอร์ เหรียญเงินประเภท Other Flavoured Specialty Beer (Best Flavoured Specialty Beer) ของ Australian International Beer Awards 2021 (AIBA)

ความสำเร็จด้านความยั่งยืนที่สำคัญ ในปี 2564

สิ่งแวดล้อม



เพิ่ม

อัตราส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน

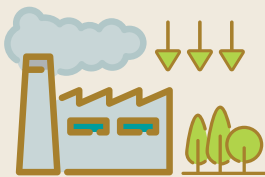
ภายในองค์กรเป็น **41.8%**



ลดการดื่มน้ำ

จากพื้นที่ที่มีความเครียดด้านน้ำลง

6.3% เทียบแบบปีต่อปี / กำหนดเป้าหมายใหม่
เพื่อลดปริมาณการใช้น้ำต่อหนึ่งหน่วยผลิตกัณฑ์ลง 5% ในปี 2568



ลด การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อม

ลง **9.9%** เทียบแบบปีต่อปี



เปิดเผยข้อมูล

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ เป็นครั้งแรก โดยมีการ

รับรองจากหน่วยงานภายนอก



ขยะและของเสียด้านอาหาร

ถูกนำไปใช้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ

60.15%



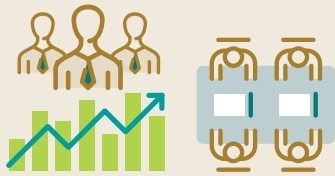
สัดส่วน* ของ **บรรจุภัณฑ์หลัก**** มาจาก

การรีไซเคิลและการนำกลับมาใช้ใหม่ 82%

*คำนวณจากยอดขายโดยเทียบจากน้ำหนักบรรจุภัณฑ์

**บรรจุภัณฑ์หลัก ได้แก่ ขวดแก้วที่ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสุรา เบียร์ น้ำดื่ม และเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ที่สามารถนำกลับมาคืนเพื่อใช้ซ้ำหรือใช้ใหม่ได้ (Returnable Glass Bottles)

สังคม



ชั่วโมงฝึกอบรมพนักงานรวม

688,596.90 ชั่วโมง



การมีส่วนร่วมของพนักงานจิตอาสาของกลุ่มไทยเบฟ

1,125 คน



ชั่วโมงจิตอาสา

17,615 ชั่วโมง



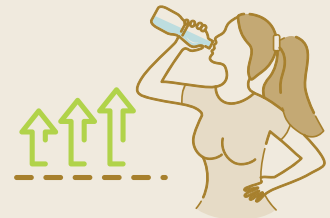
100% ของสถานประกอบการของกลุ่มไทยเบฟมีการดำเนินโครงการพัฒนาชุมชนที่ตอบสนองความต้องการของชุมชนโดยรอบ*

*สถานประกอบการ หมายถึง สถานประกอบการที่มีการประเมินว่าดำเนินการของกลุ่มไทยเบฟอาจมีผลกระทบต่อชุมชน ไม่ว่าจะผ่านทางตรงหรือทางอ้อม และกลุ่มไทยเบฟจัดให้มีโครงการพัฒนาชุมชนรอบสถานประกอบการ (32 แห่ง)

เศรษฐกิจ

อัตราส่วนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง **“ทางเลือกสุขภาพ”**

คิดเป็น **69.8%** ของกลุ่มเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์



แนวทางการพัฒนาความยั่งยืน ของไทยเบฟ

ตลอดปี 2564 ไทยเบฟได้เริ่มดำเนินการโครงการทางธุรกิจ (Business Transformation) ที่เรียกว่า PASSION 2025 ซึ่งกำหนดเป้าหมายของบริษัท ในช่วงครึ่งแรกของทศวรรษนี้ ไทยเบฟมุ่งมั่นในการสร้างโอกาสทางธุรกิจเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน พร้อมรับกับโอกาสที่เกิดขึ้น และดำเนินการตามแนวทางด้านการพัฒนาความยั่งยืน ภายใต้พันธกิจการสร้างสรรค์และแบ่งปันคุณค่าจากการเติบโต (Creating and Sharing the Value of Growth) ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไทยเบฟมีจุดมุ่งหมายที่จะเป็นผู้ผลิตเครื่องดื่มครบวงจรชั้นนำในอาเซียน โดยการสร้างความมั่นคงและยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

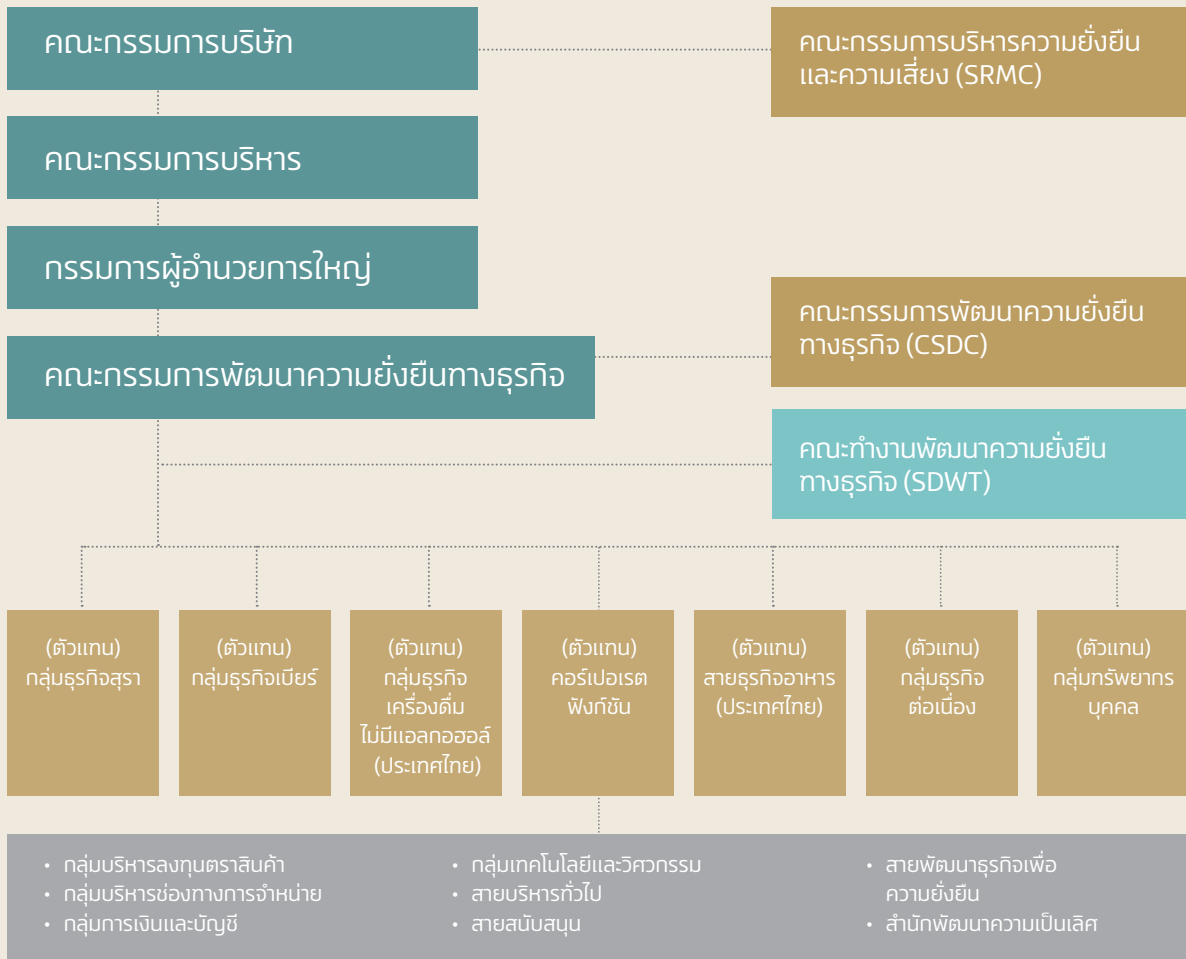
ไทยเบฟได้รับแรงบันดาลใจจากหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Philosophy – SEP) ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร และได้น้อมนำพระปฐมบรมราชโองการของพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว ที่จะทรงสืบสาน รักษา และต่อยอด เพื่อประโยชน์สุขของประชาชน มาเป็นแนวทางการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ

ไทยเบฟสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน 17 ประการขององค์การสหประชาชาติ (UN SDGs) และหลักการของข้อตกลงแห่งสหประชาชาติ รวมถึงแนวทางปฏิบัติด้านการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (TCFD) ไทยเบฟเข้าร่วมเป็นสมาชิกและทำข้อตกลงพันธมิตรระหว่างประเทศ และมุ่งมั่นในการรับบทบาทผู้นำมากขึ้นในระดับภูมิภาค รวมถึงการนำแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด (Best Practices) ตามมาตรฐานสากลในด้านสิ่งแวดล้อมและการกำกับดูแลมาใช้ ไทยเบฟเข้าร่วมเป็นผู้สนับสนุนยุทธศาสตร์การพัฒนาระดับชาติ Bio-Circular-Green (BCG) ของรัฐบาลไทย

ท่ามกลางสถานการณ์ระดับใหญ่ของโรคโควิด-19 ทั่วโลก ประเทศไทยรับมือด้วยการปรับตัวเข้าสู่ “วิถีชีวิตแบบใหม่” ไทยเบฟได้ก้าวไปข้างหน้าอย่างยั่งยืนด้วยการนำนวัตกรรมใหม่ การส่งเสริมพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ และการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานเพื่อสร้างสิ่งที่ดีต่อสังคม



โครงสร้างการพัฒนาความยั่งยืนของไทยเบฟ



การบริหารจัดการด้านความยั่งยืน

คณะกรรมการของไทยเบฟมีหน้าที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลธุรกิจ กำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานและพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน โดยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายได้รับประโยชน์อย่างสมดุลกัน ภายใต้กลยุทธ์การพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร ไทยเบฟเชื่อมั่นจะเติบโตและสร้างโอกาสที่ไร้ขีดจำกัดให้แก่ธุรกิจและสังคมโดยรวมได้ต่อไป

คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและความเสี่ยง (SRMC) เพื่อทำหน้าที่กำหนดนโยบายความเสี่ยงและความเสี่ยง เพื่อทำหน้าที่กำหนดกลยุทธ์ด้านการพัฒนาองค์กรของกลุ่มไทยเบฟอย่างยั่งยืน รวมถึงกำกับดูแลกิจกรรมการพัฒนาที่ยั่งยืนและการบริหารความเสี่ยงตามนโยบายและกลยุทธ์ที่คณะกรรมการได้กำหนดไว้

กรรมการผู้ช่วยใหญ่ได้แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนทางธุรกิจ (CSDC) เพื่อรับผิดชอบในการพิจารณาวางแผน และดำเนินการพัฒนาความยั่งยืนของไทยเบฟให้สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานและกลยุทธ์ขององค์กรที่กำหนดโดยคณะกรรมการบริษัทหรือคณะกรรมการบริหาร นอกจากนี้ยังมีคณะทำงานด้านการพัฒนาความยั่งยืนทางธุรกิจ (SDWT) ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากสายงานต่าง ๆ ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำแผนงานและโครงการสนับสนุนแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมทั้งมีส่วนร่วมในกระบวนการประเมินสาระสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กร ด้วยการทวนสอบครบถ้วนของแผนงาน พร้อมทั้งติดตามการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนและรายงานผลต่อคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนทางธุรกิจและคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและความเสี่ยง

แบ่งปันคุณค่า



คุณคอนสแตนท ฟาน แอร์ชอต

กรรมการสภาธุรกิจโลก
เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน
(WBCSD) เอเชียแปซิฟิก

ไทยเบฟได้ดำเนินกิจการของบริษัทผ่านเป้าหมาย PASSION 2025 โดยให้ความสำคัญในประเด็น ESG ซึ่งอยู่ในแผนการเปลี่ยนแปลงของไทยเบฟซึ่งสอดคล้องกับปีที่แล้วในเรื่อง ESG ปัจจุบันนี้บริษัทในเอเชียมุ่งความสนใจไปที่เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม กฏหมายต่อการพัฒนาแผนปฏิบัติการด้านสภาพภูมิอากาศ ดังนั้นองค์กรควรตระหนักถึงความจำเป็นในการดำเนินการเรื่อง ESG โดยคำนึงถึงความเสี่ยงประเด็นด้านกฏหมาย และการเงินให้มากเท่ากับการคำนึงถึงโอกาส สิ่งนี้ได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงแนวคิดเรื่องกิจกรรมเพื่อสังคมและการบริจาคให้กลายเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่บริษัทต้องคำนึงถึงมากขึ้น กล่าวคือ แนวโน้ม ESG ยังคงดำเนินต่อไป และผลกระทบของมันได้ขยายไปสู่ทุกตลาด ซึ่งรวมถึงอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

จากมุมมองระหว่างประเทศเช่น WBCSD พบว่าในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มทั่วโลก ESG หมายความว่าความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทาน การจัดการที่ดิน และการจัดการน้ำ เราพบว่ามีการประเมินในการจัดหาวัสดุที่เพิ่มขึ้น รวมถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้ที่ดินและการตัดไม้ทำลายป่า แนวทางการจัดการที่ดินรูปแบบใหม่ของ Greenhouse Gas Protocol ที่ครอบคลุมถึงสภาพดินและหัวข้อต่าง ๆ เช่น การใช้ไนโตรเจนที่มากเกินไป นอกจากนี้การจัดการน้ำก็มีความสำคัญเพิ่มขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศที่วิกฤตขึ้นได้ส่งผลกระทบต่อเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากที่สุดเนื่องจากการพังพินาศของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า แนวโน้มอื่นที่เกี่ยวกับการพิจารณาได้แก่ เกษตรกรรมเชิงปฏิรูป บรรลุภัณฑ์ และสุขภาพ

หนึ่งในปัญหาที่จำเป็นต้องดำเนินการเร่งด่วนสำหรับบริษัทอาหารและเครื่องดื่มระดับโลกคือการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการร่วมงานกันตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพราะความรับผิดชอบต่อสังคมภายในองค์กรเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพออีกต่อไป และหากทำงานเพียงบริษัทเดียวไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้อีกต่อไป นอกจากนี้ความคาดหวังในองค์กรเปิดเผยผลกระทบต่อ ESG ก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน ขณะนี้นักลงทุนมองว่า ผลการรายงานตามกรอบของ TCFD คือการดำเนินการอย่างเปิดเผย ซึ่งเป็นสิ่งชี้วัดความสามารถประสิทธิภาพ ESG ของบริษัท โดยพิจารณาจากความสามารถในการฟื้นตัวในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคต่าง ๆ

ไทยเบฟจำเป็นต้องก้าวมาจับบทบาทเป็นผู้นำในแนวโน้ม ESG ที่เกิดขึ้นใหม่ด้วยความโปร่งใส โดยแสดงให้เห็นถึงแนวปฏิบัติที่สามารถปรับขนาดได้ ซึ่งนั่นหมายถึงการทำงานในโครงการที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจ การเปิดเผยข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ และการใช้วิธีการที่สอดคล้องกัน การติดตามประสิทธิภาพของ ESG ก็มีความสำคัญเช่นกัน การมีบทบาทเป็นผู้นำและความน่าเชื่อถือจะทำให้สามารถเป็นตัวอย่างกำหนดมาตรฐานและแนวปฏิบัติที่ดีสำหรับบริษัทขนาดเล็กได้ง่ายขึ้น

แบ่งปันคุณค่า



ดร.วิจารย์ สิมาฉายา

ผู้อำนวยการ
สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (TEI)
และเลขาธิการองค์การธุรกิจ
เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน
(TBCSD)

เมื่อเร็ว ๆ นี้ประเทศไทยได้ประกาศความมุ่งมั่นเพื่อจะบรรลุเป้าหมายระดับชาติ (NDC) ที่ 40% ภายในปี 2573, ความเป็นกลางของคาร์บอนภายในปี 2593 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ภายในปี 2608 ตลอดจนสนับสนุนวาระ 2573 ที่ว่าด้วยเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) สิ่งนี้ได้เพิ่มความตระหนักเกี่ยวกับเศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ และหัวข้อความยั่งยืนอื่น ๆ โดยเฉพาะวาระแห่งชาติเกี่ยวกับแบบจำลองเศรษฐกิจหมุนเวียนชีวภาพ (Bio-Circular-Green Economic Model หรือ BCG) นอกจากนี้การลดและรีไซเคิลพลาสติกยังเป็นเทรนด์ที่สำคัญของโลก และเนื่องจากประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้ก่อมลพิษจากขยะพลาสติกในทะเลโลก ทำให้บริษัทในไทยเริ่มเตรียมตัวรับมือกับแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงไป ผ่านการเปลี่ยนแปลงไปสู่การใช้พลังงานหมุนเวียน, บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน, การจัดการ

ห่วงโซ่อุปทาน, การรับรองที่ยั่งยืนเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ เพื่อให้มั่นใจว่าธุรกิจมีความต่อเนื่องและความยืดหยุ่นในตลาดโลก

บริษัทอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) ควรเน้น 2 หัวข้อหลักที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์และขยะอาหารและการสูญเสียอาหาร ความเป็นไปได้ที่กฎหมายระดับประเทศจะเปลี่ยนแปลงในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ เช่น กฎหมายห้ามไม่ให้ใช้วัสดุรีไซเคิลในบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม และแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับหลักการที่ขยายความรับผิดชอบของผู้ผลิตไปยังช่วงต่าง ๆ ของวงจรชีวิตของบรรจุภัณฑ์ (Extended Producer Responsibility: EPR)

ไทยเบฟต้องพิจารณาความยั่งยืนและความหมุนเวียนจากมุมมองแบบองค์รวม พร้อมทั้งทำงานและปรับปรุงโครงการริเริ่มต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้วในห่วงโซ่คุณค่า ด้วยการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนและพัฒนาแนวทางแก้ไขที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อลดการปล่อยมลพิษและของเสีย ไทยเบฟสามารถเป็นผู้นำแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดสำหรับบริษัทอื่น ๆ และเปลี่ยนแปลงห่วงโซ่อุปทานซึ่งมีตั้งแต่การขนส่งและการจัดหาวัสดุไปจนถึงผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไทยเบฟควรตั้งเป้าให้มีความคิดริเริ่มที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและสม่ำเสมอ เพื่อสร้างผลกระทบต่อความยั่งยืนและการมีส่วนร่วมของสาธารณชน

กระทรวงสาธารณสุขคาดการณ์ว่าโรคอุบัติใหม่จะเกิดขึ้นอีกเป็นระยะ ศูนย์โรคติดต่ออุบัติใหม่ (Emerging Infectious Diseases: EID) ได้รับการจัดตั้งขึ้นเพื่อจัดการกับเหตุการณ์การระบาดของอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ รวมถึงให้การดูแลผู้ป่วยโรคต่าง ๆ เช่น ซาร์ส เมอร์ส และโรคโควิด-19 ซึ่งได้กลายเป็นโรคระบาดที่ร้ายแรงและยาวนานกว่าที่เราคาดไว้อย่างไรก็ตาม สถานการณ์โรคโควิด-19 ในประเทศไทยมีอัตราการติดเชื้อที่ลดลงด้วยปัจจัยหลายประการ เริ่มตั้งแต่นโยบายป้องกันของรัฐบาล ไปจนถึงความร่วมมือของประชาชนและการให้วัคซีนครอบคลุมในวงกว้าง การฉีดวัคซีนช่วยสร้างภูมิคุ้มกันหมู่ให้กับประชาชน ในอนาคตโรคโควิด-19 จะเปลี่ยนจากการระบาดใหญ่ทั่วโลกไปสู่โรคระบาดในท้องถิ่นซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ป่วยน้อยลงมาก

ในปี 2564 โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ได้ร่วมมือกับภาคเอกชนและไทยเบฟ เพื่อต่อสู้กับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยความร่วมมือที่สำคัญประการหนึ่งคือการจัดตั้งศูนย์ฉีดวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19 ณ สามย่านมิตรทาวน์ ซึ่งใช้จุดแข็งของกระทรวงสาธารณสุขในด้านความรู้ วิธีการป้องกัน การวิจัยและพัฒนา ร่วมกับจุดแข็งของภาคเอกชนในการจัดการและการนำทรัพยากรไปใช้จริง ทั้งสองฝ่ายได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากซึ่งกันและกัน ในปัจจุบันโรงพยาบาลสามารถนำวิธีการจัดการเหล่านี้ไปใช้เพื่อดูแลผู้ป่วยรายอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น



ศาสตราจารย์ นพ.สุกฤษฎิ์ วงศ์วิมล


คณบดีคณะแพทยศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย






ในอนาคตเมื่อโรคโควิด-19 กลายเป็นโรคประจำถิ่น ประเด็นสำคัญที่ต้องคำนึงคือการป้องกันไม่ให้โรคอุบัติใหม่กลายเป็นโรคระบาดใหญ่ได้อย่างไร รวมถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภาวะโลกร้อนกำลังส่งผลกระทบต่อโรคระบาดใหญ่ครั้งใหม่ โดยภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนทั่วไปต้องเข้าใจว่าสุขภาพเป็นปัญหาสำหรับทุกคน ดังนั้นเราจำเป็นต้องทำงานร่วมกันเพื่อสร้างความตระหนักในการปกป้องตนเอง พัฒนานวัตกรรมด้านสาธารณสุข และแบ่งปันความรู้ด้านสาธารณสุขกับทุกคน ขอบเขตของความรู้ไม่ควรจำกัดอยู่แค่ในประเทศ แต่ควรขยายไปสู่ระดับโลกโดยรวม เช่น การจัดตั้ง Schools of Global Health ที่จะสนับสนุนให้ประชาชนทั่วไปได้เรียนรู้เกี่ยวกับสาธารณสุขรวมทั้งโรคอุบัติใหม่ และนำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวันและชีวิตการทำงานได้โดยไม่มีข้อจำกัด


การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ไทยเบฟกำหนดแนวทางการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมุ่งเน้นที่การส่งเสริมการมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผ่านกิจกรรมและช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อรับฟังความต้องการ ความคิดเห็น ข้อกังวล และข้อเสนอแนะ โดยความถี่ในการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มจะแตกต่างกันไปตามแผนการดำเนินงานของบริษัท ข้อมูลเหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์ ทิศทาง แผนการดำเนินงาน และแนวทางในการพัฒนาธุรกิจให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืน รวมถึงป้องกันความเสี่ยงหรือผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ



กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	แนวทางการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างของประเด็น	บทรายงาน
 พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> ข้อความทาง SMS แอปพลิเคชัน LINE: LINE@ "We are ThaiBev Group" แฟนเพจเฟซบุ๊ก ไทยเบฟ อินทราเน็ต การประชุมประจำปี (การประชุมผู้บริหารประจำปี การประชุมคณะกรรมการลูกจ้าง ประชุมคณะกรรมการสวัสดิการ การประชุมคณะกรรมการความปลอดภัย การประชุมสหภาพแรงงาน และการประชุมของหน่วยงาน) กล่องรับความคิดเห็น การเดินทางพบปะพนักงาน การสำรวจความยั่งยืนประจำปี การสำรวจความพึงพอใจและการมีส่วนร่วมของพนักงาน แอปพลิเคชัน Beverest Connect/web based/paper based การสำรวจการมีส่วนร่วมของพนักงานผ่านทางสำนักทรัพยากรบุคคลและผู้บังคับบัญชา Jam Application และ ThaiBev E-News ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างพนักงานในกลุ่มไทยเบฟ โดยเฉพาะ 	<ul style="list-style-type: none"> ความปลอดภัยในการทำงาน การจัดเตรียมการทำงานที่ยืดหยุ่น สวัสดิการพนักงาน การจัดทำโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค การพัฒนาทักษะของพนักงาน ข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร กิจกรรมที่องค์กรและผู้บริหารได้มีส่วนร่วม ความสำเร็จและรางวัลที่องค์กรได้รับ กิจกรรมภายในองค์กร รับสมัครอาสาสมัครในงานและโครงการต่าง ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> โอกาสไร้ขีดจำกัด การส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค ความพึงพอใจของพนักงาน การพัฒนาชุมชนและสังคม

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	แนวทางการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างของประเด็น	บทรายงาน
 <p>ลูกค้า</p>	<ul style="list-style-type: none"> • การจัดประชุมร่วมกับลูกค้า • สำรวจประเด็นด้านความยั่งยืนประจำปี • การริเริ่มโครงการด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนในมิติต่าง ๆ ร่วมกับลูกค้า • การประชุมพันธมิตรทางธุรกิจ • การมอบรางวัลประกาศเกียรติคุณลูกค้า • จัดการฝึกอบรมให้กับลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> • วิถีทัศน์ของผู้บริหารและแนวทางการดำเนินธุรกิจ • แนวทางปฏิบัติสำหรับลูกค้า • การรักษามาตรฐานด้านคุณภาพ การส่งมอบ การบริการและความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจของลูกค้า • การร่วมมือกันระหว่างบริษัท ลูกค้า และลูกค้าของลูกค้าเองในการบริหารจัดการด้านความเสี่ยงตลอดห่วงโซ่อุปทาน • การพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจของลูกค้า • การสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ในการจัดการบรรจุภัณฑ์เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม • การเปลี่ยนแปลงการจัดการโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วม 	<ul style="list-style-type: none"> • การกำกับดูแลองค์กรและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ • การจัดหาอย่างยั่งยืน • บรรลุพันธกิจและเศรษฐกิจหมุนเวียน • การจัดการด้านสภาพภูมิอากาศ • การจัดการด้านพลังงาน
 <p>ลูกจ้าง</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ไทยเบฟ เอ็กซ์โป • งานประชุมลูกจ้างประจำปี • การจัดอบรมและให้ความรู้ลูกค้า • กิจกรรมพัฒนาธุรกิจ • กิจกรรม Business Review ประจำปี • กิจกรรมเยี่ยมชมโรงงานประจำปี • โครงการ Agent “The next gen” • การสำรวจประเด็นความยั่งยืนประจำปี 	<ul style="list-style-type: none"> • ความปลอดภัยของผู้บริโภค • ความชัดเจนของนโยบายในการดำเนินธุรกิจ • ความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ • ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค • การมีส่วนร่วมในการวางแผนธุรกิจ • การอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และทักษะในการทำงานของบุคคล • การสร้างความร่วมมือและเครือข่ายเพื่อสร้างคุณค่าให้กับสังคม • การประกอบการค้าที่ยืดหยุ่นและตรงตามความต้องการของสภาวะตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> • การบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า • การส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค • การกำกับดูแลองค์กรและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ • แนวทางพัฒนาความยั่งยืนของไทยเบฟ • โอกาสไร้ขีดจำกัด
 <p>ผู้บริโภค</p>	<ul style="list-style-type: none"> • กิจกรรมนอกสถานที่และกิจกรรมส่งเสริมการตลาดผ่านช่องทางขาย • ช่องทางสื่อสารสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Fanpage, Website, LINE Application • การสำรวจพฤติกรรมและความเห็นต่อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค • การสำรวจประเด็นความยั่งยืนประจำปี 	<ul style="list-style-type: none"> • คุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า • ราคาสินค้าที่เป็นธรรมและเหมาะสม • ความรับผิดชอบในการให้บริการและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ • ความรับผิดชอบในการจัดการสิ่งแวดล้อม • ความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ • การจัดทำโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> • การส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค • การพิทักษ์และฟื้นฟูแหล่งน้ำ • การสูญเสียอาหารและขยะอาหาร • การจัดการด้านสภาพภูมิอากาศ • การจัดการด้านพลังงาน • การกำกับดูแลองค์กรและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ
 <p>นักลงทุน</p>	<ul style="list-style-type: none"> • การประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี • การประชุมกับผู้ถือหุ้นในสิงคโปร์เพื่อรายงานการดำเนินงานประจำปี (Annual Information Meeting) • การเข้าเยี่ยมชมโรงงาน • การแถลงผลประกอบการประจำไตรมาส • การเดินทางพบปะนักลงทุน • การสำรวจประเด็นด้านความยั่งยืนประจำปี 	<ul style="list-style-type: none"> • ผลประกอบการของบริษัท • ข้อมูลด้านธุรกิจของไทยเบฟ • เป้าหมายและวิสัยทัศน์ของบริษัท 	<ul style="list-style-type: none"> • การกำกับดูแลองค์กรและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ
 <p>ชุมชน</p>	<ul style="list-style-type: none"> • กิจกรรมร่วมกับชุมชนรอบพื้นที่ปฏิบัติงาน • การสัมภาษณ์ตัวแทนจากชุมชน • การลงพื้นที่และประชุมร่วมกับชุมชน เพื่อติดตามความคืบหน้าโครงการที่ร่วมมือกันดำเนินการ • การประชุมร่วมกับตัวแทนชุมชนรายเดือนและรายไตรมาส • การสำรวจความคิดเห็นโดยใช้แบบสอบถาม • การสำรวจประเด็นด้านความยั่งยืนประจำปี 	<ul style="list-style-type: none"> • การสร้างงานหรือส่งเสริมอาชีพให้แก่ชุมชน • การส่งเสริมด้านสาธารณสุขและสุขภาพให้แก่ชุมชน • การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน • การพัฒนาทักษะด้านกีฬา ดนตรี และศิลปะ • การฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การจัดการและฟื้นฟูแหล่งน้ำ • การประเมินผลกระทบต่อชุมชน • การส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อมและดูแลเรื่องสภาพแวดล้อมในชุมชน • การส่งเสริมการศึกษาให้กับชุมชน • การลดความเหลื่อมล้ำในสังคม • ความปลอดภัยในวัด โรงเรียน และชุมชน • สิทธิมนุษยชน ครอบคลุมไปถึงสิทธิแรงงานและสิทธิผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> • การดูแลและแบ่งปัน การสร้างคุณค่าให้แก่สังคม • การพัฒนาด้านการศึกษา • การพัฒนาด้านสาธารณสุข • การพัฒนาด้านกีฬา • การอนุรักษ์ศิลปะและวัฒนธรรมของชาติ • การพัฒนาชุมชนและสังคม • โครงการประชารัฐรักสามัคคี • การพิทักษ์และฟื้นฟูแหล่งน้ำ

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	แนวทางการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างของประเด็น	บทรายงาน
 หน่วยงานกำกับดูแล	<ul style="list-style-type: none"> การเข้าร่วมรับฟังความคิดเห็นและการนำเสนอความคิดเห็นต่อการบังคับใช้กฎหมายที่จัดโดยหน่วยงานของรัฐ การเข้าร่วมการอบรมหลักสูตรด้านต่าง ๆ ที่จัดโดยหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานอื่นที่รัฐให้การรับรอง การปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมาย และนโยบายของหน่วยงานกำกับดูแล การสร้างความสัมพันธ์ผ่านการดำเนินงานร่วมกัน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมและโครงการของหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง การรายงานผลการดำเนินงานธุรกิจและผลการปฏิบัติงานต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องตามความถี่ที่หน่วยงานกำหนด การสำรวจประเด็นความยั่งยืนประจำปี 	<ul style="list-style-type: none"> การมีส่วนร่วมในการให้ความคิดเห็นต่อร่างกฎหมายต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง การบริหารและจัดการด้านภาษีอย่างโปร่งใส การดูแลสวัสดิภาพและความปลอดภัยด้านแรงงาน การดูแลด้านสิทธิมนุษยชนและการใช้แรงงานอย่างถูกต้องตามกฎหมาย การดูแลให้การโฆษณาและการขายเป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมาย การบริหารจัดการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสม เข้าร่วมการประชุมหรือชี้แจงการดำเนินงานต่าง ๆ ต่อหน่วยงานกำกับดูแลอย่างต่อเนื่อง 	<ul style="list-style-type: none"> การกำกับดูแลองค์กรและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ การส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค ความผูกพันของพนักงาน โอกาสไร้อคติ การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า การพิทักษ์และฟื้นฟูแหล่งน้ำ
 องค์กรพัฒนาเอกชน	<ul style="list-style-type: none"> การสร้างความสัมพันธ์กับองค์กรต่าง ๆ การสำรวจประเด็นความยั่งยืนประจำปี 	<ul style="list-style-type: none"> สุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค การดำเนินธุรกิจทางกฎหมาย ความรับผิดชอบต่อสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> การส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค การกำกับดูแลองค์กรและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

กระบวนการประเมินสาระสำคัญด้านความยั่งยืน

ไทยเบฟยังคงทวนสอบสาระสำคัญด้านความยั่งยืน โดยพิจารณาจากข้อมูลทิศทาง การเปลี่ยนแปลงด้านความยั่งยืนของโลก ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม สาระสำคัญตามมาตรฐานด้านความยั่งยืนระดับสากล และการวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยไทยเบฟดำเนินการประเมินสาระสำคัญด้านความยั่งยืนใหม่ทุก 3 ปี และมีการทวนทวนสาระสำคัญทุกปี ตามกระบวนการดังต่อไปนี้:

1. การกำหนดประเด็น

ไทยเบฟจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการโดยผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญจากสายงานธุรกิจต่าง ๆ ในการคัดเลือกประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีความสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ โดยศึกษาแนวโน้มและทิศทาง การเปลี่ยนแปลงของโลก ประเด็นด้านความยั่งยืน อีกทั้งมีการกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับองค์กร และประเด็นด้านความยั่งยืนขององค์กร

2. การจัดลำดับความสำคัญของประเด็น

ไทยเบฟจัดลำดับความสำคัญประเด็นด้านความยั่งยืนผ่าน 2 กิจกรรมหลัก ได้แก่

- 1) สัมมนาเชิงปฏิบัติการสำหรับผู้บริหารระดับสูงของไทยเบฟ เพื่อพิจารณาและประเมินผลกระทบของประเด็นความยั่งยืนที่มีต่อองค์กร โดยพิจารณาผลกระทบใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน การดำเนินงาน และด้านชื่อเสียง
- 2) การสัมภาษณ์เชิงลึกกับตัวแทนในประเทศและต่างประเทศ จากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 8 กลุ่ม เพื่อทำความเข้าใจด้านความสำคัญและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น ประเด็นที่ถูกจัดลำดับว่าสำคัญมากทั้งในมุมมองของไทยเบฟและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะถูกกำหนดให้เป็นประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญที่สุด

3. การทวนสอบ

คณะทำงานเพื่อความยั่งยืนทางธุรกิจดำเนินการทวนทวนสาระสำคัญด้านความยั่งยืน เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนทางธุรกิจ และคณะกรรมการบริหาร เพื่อพิจารณาเห็นชอบ

4. การกำหนดขอบเขตการรายงาน

เพื่อแก้ไขปัญหาคความยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพ ไทยเบฟได้กำหนดขอบเขตการรายงานสาระสำคัญทั้งหมด 17 ประเด็น โดยรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง

5. การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ไทยเบฟมุ่งมั่นที่จะดำเนินงานภายใต้แนวทางพัฒนาที่ยั่งยืนผ่าน การทวนทวนสาระสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กรทุกปี โดยนำมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการสัมภาษณ์เชิงลึก มาใช้เป็นแนวทางปฏิบัติให้สอดคล้องกับการดำเนินงานความยั่งยืนขององค์กรให้เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจ

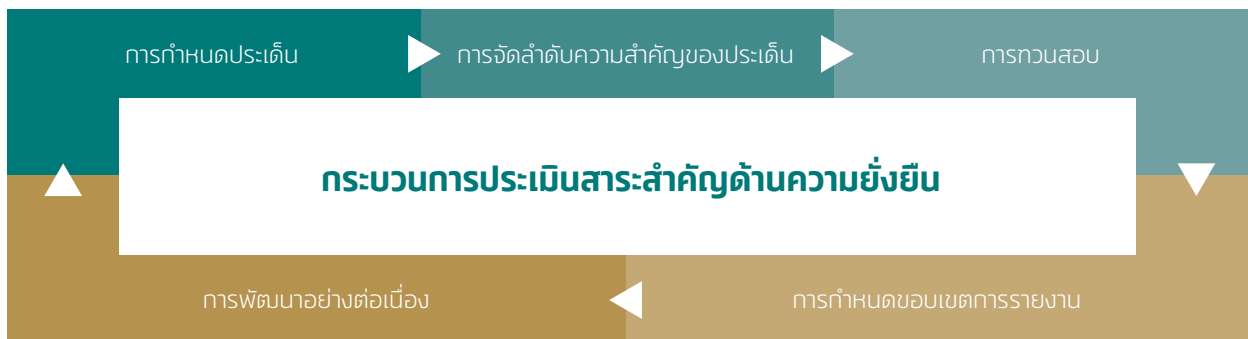
สาระสำคัญด้านความยั่งยืนของไทยเบฟ

ไทยเบฟยังคงทวนสอบสาระสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กร โดยเพิ่มประเด็นสำคัญจาก 16 ประเด็นในปี 2562 เป็น 17 ประเด็น ในปี 2563 และในปี 2564 เพื่อตอบรับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกและความสนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จำเป็นที่ภาครัฐต้องมีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการกักตัวและการรักษาระยะห่างทางกาย ทำให้การดำรงชีวิตประจำวันและพฤติกรรม การบริโภคของผู้คนเปลี่ยนไป เกิดการปรับตัวเข้ากับวิถีชีวิตแบบ “New Normal” เช่น มีการใช้จ่ายผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคใส่ใจสุขภาพและความปลอดภัย

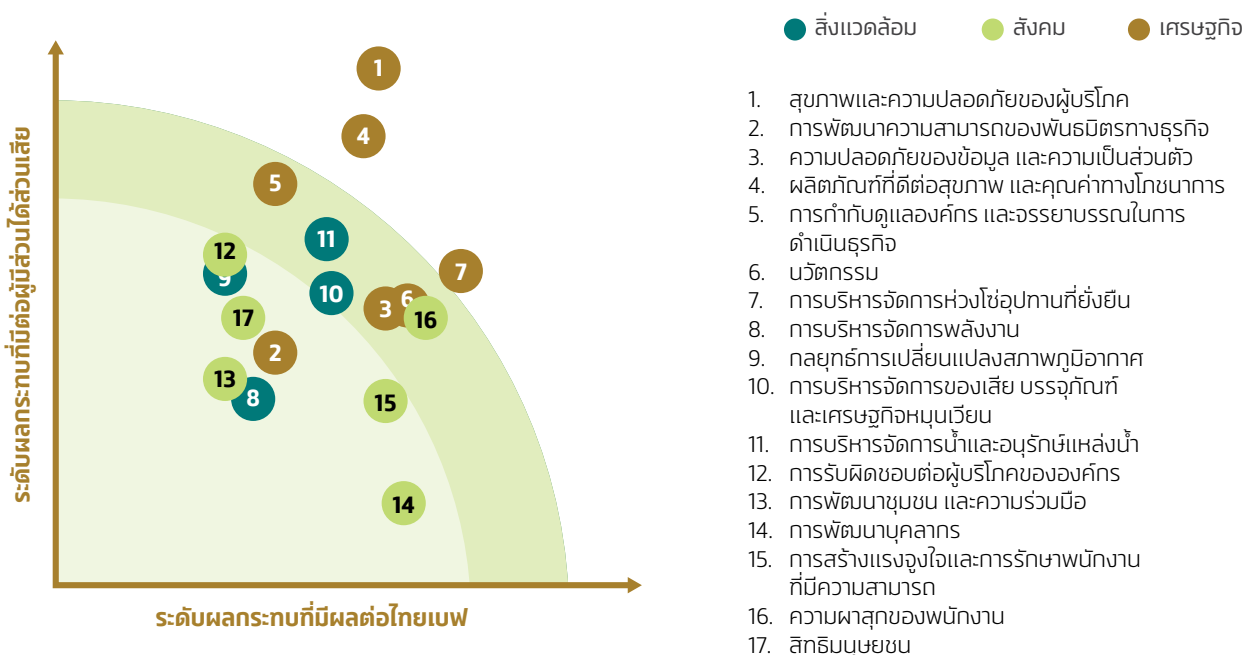
สาระสำคัญด้านความยั่งยืนที่สำคัญระบุว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความสำคัญกับประเด็นความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน การหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทานได้ส่งผลกระทบต่อประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ โดยมีนัยสำคัญ ดังต่อไปนี้:

- สุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค
- การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน
- ผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพและคุณค่าทางโภชนาการ



ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ไทยเบฟได้ระบุสาระสำคัญและวิเคราะห์ความเสี่ยง รวมถึงเป้าหมายและกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแนวโน้มต่อการพัฒนาความยั่งยืน ได้แก่ สิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ ผลลัพธ์จากการประเมินความเสี่ยงถูกนำมาใช้เพื่อพัฒนาแผนปฏิบัติการ เพื่อลดความเสี่ยง และมอบหมายให้ผู้รับผิดชอบดำเนินการตามแผนการที่ได้วางแผนเอาไว้



- สิ่งแวดล้อม
 - สังคม
 - เศรษฐกิจ
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. ความผูกพันของพนักงาน
 17. สิทธิมนุษยชน

ระดับ ผลกระทบ	โอกาส/ความถี่ในการเกิดเหตุการณ์				
	1 น้อยมาก	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 ค่อนข้างมาก	5 มาก
5 สูงมาก	M5	H10	H15	E20	E25
4 สูง	M4	H8	H12	H16	E20
3 ปานกลาง	L3	M6	H9	H12	H15
2 เล็กน้อย	L2	M4	M6	H8	H10
1 ไม่มีผล	L1	L2	L3	M4	M5

มาตรการตอบสนองความเสี่ยง

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

ขอบเขตของผลกระทบ

รายการงาน	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ภายในบริษัท		ภายนอกบริษัท							
		บริษัทไทยเบฟและบริษัทในเครือ	พนักงาน	คู่ค้า	ลูกค้า	ผู้บริโภคร	นักลงทุน	ชุมชน	หน่วยงานกำกับดูแล	องค์กรพัฒนาเอกชน	
ความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางด้านไซเบอร์	ความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว	●	●	●	●	●					
การจัดการด้านสภาพภูมิอากาศ	กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	●	●	●				●	●	●	
การจัดการด้านพลังงาน	การบริหารจัดการพลังงาน	●	●	●				●	●	●	
การพิทักษ์และฟื้นฟูแหล่งน้ำ	การบริหารจัดการน้ำและอนุรักษ์แหล่งน้ำ	●	●	●				●	●	●	
การสูญเสียอาหารและขยะอาหาร บรรจุภัณฑ์และเศรษฐกิจหมุนเวียน	การสูญเสียอาหารและขยะอาหาร บรรจุภัณฑ์และเศรษฐกิจหมุนเวียน	●	●	●	●	●		●	●	●	
การดูแลและแบ่งปันการสร้างคุณค่าให้แก่มังคม	การพัฒนาชุมชนและความร่วมมือ	●	●					●			
การพัฒนาด้านสาธารณสุข		●	●					●			
การพัฒนาด้านการศึกษา		●	●					●			
การพัฒนาด้านกีฬา		●	●					●			
การอนุรักษ์ศิลปะและวัฒนธรรมของชาติ		●	●					●			
การพัฒนาชุมชนและสังคม		●	●					●			
โครงการประชารัฐรักสามัคคี		●	●					●			
ศูนย์ ซี อาเซียน (C asean)		●	●					●			
โอกาสไร้ขีดจำกัด		การสร้างแรงจูงใจและการรักษาพนักงานที่มีความสามารถ	●	●							
		การพัฒนาบุคลากร	●	●							
ความผาสุกของพนักงาน	ความผาสุกของพนักงาน	●	●								
สิทธิมนุษยชน	สิทธิมนุษยชน	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
การส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค	การรับผิดชอบต่อผู้บริโภคขององค์กร	●	●	●	●	●			●	●	
	สุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค	●	●	●	●	●			●	●	
	ผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพและคุณค่าทางโภชนาการ	●	●	●	●	●			●	●	
การบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า	การพัฒนาความสามารถของพันธมิตรทางธุรกิจ	●	●	●	●						
การจัดหาอย่างยั่งยืน	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน	●	●	●				●	●	●	
การกำกับดูแลองค์กรและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ	การกำกับดูแลองค์กรและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
	นวัตกรรม	●	●	●	●	●		●			

ห่วงโซ่คุณค่าของไทยเบฟ

ปัจจัย



ทุนทางการเงิน

- มูลค่าหลักทรัพย์ 414.99 พันล้านบาท
- หนี้สิน 262,409 ล้านบาท
- ส่วนของผู้ถือหุ้น 210,176 ล้านบาท (ณ วันที่ 30 กันยายน 2564)



ทุนทางการผลิต

- สิทธิบัตรรวม 472,585 ฉบับ
- ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ 60,717 ล้านบาท



ทุนด้านบุคลากร

- จำนวนพนักงาน 43,422 คน
- ชั่วโมงการฝึกอบรมของผู้บริหารและพนักงาน 688,596.90 ชั่วโมง



ทุนทางปัญญา

- ระบบการจัดการความรู้
- มูลค่าตราสินค้า



ทุนทางสังคม

- ความสัมพันธ์ระหว่างไทยเบฟกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ความร่วมมือกับคู่ค้า
- มูลค่าการลงทุนเพื่อสังคมมากกว่า 300 ล้านบาท



ทุนทางสิ่งแวดล้อม

- จำนวนการใช้ทรัพยากรน้ำ 13.9 ล้านลูกบาศก์เมตร
- จำนวนการใช้พลังงาน 8,779,398 GJ
- วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ 1,125,526.74 ตัน



สร้างสรรค์และแบ่งปันคุณค่า



- รายได้รวม **245,559** ล้านบาท



- ทำไรสุทธิ **27,339** ล้านบาท



- ทำไรก่อนภาษีและค่าเสื่อม **46,629** ล้านบาท



- อัตราการบาดเจ็บจากการสูญเสียวเวลา (LTIFR) **1.43** / หนึ่งในล้านชั่วโมงการทำงาน



- อัตราการหมุนเวียนพนักงาน **10%**

ไม่ใช่

- การร้องเรียนเรื่องสิทธิมนุษยชน



- สร้างรายได้ให้กับครัวเรือนท้องถิ่น **1,695** ล้านบาท ภายใน 5 ปี

การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่จะส่งผลสำเร็จทางธุรกิจของไทยเบฟ ดังนั้น ไทยเบฟใส่ใจในทุกขั้นตอนและทุกกระบวนการของห่วงโซ่คุณค่า เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน

การจัดซื้อจัดหา

ในฐานะผู้นำในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มของภูมิภาคอาเซียน ไทยเบฟให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดซื้อจัดหาที่มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส และมุ่งเน้นให้เกิดผลสัมฤทธิ์เพื่อรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการ ด้วย

- การพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและเติบโตไปพร้อมกับไทยเบฟอย่างยั่งยืน โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสินค้าและบริการ ควบคู่ไปกับการตรวจสอบผลงานให้เป็นไปตามมาตรฐานและกระบวนการจัดการที่เหมาะสม
- กระบวนการจัดซื้อจัดหาที่มีมาตรฐาน ซึ่งคำนึงถึงปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม เช่น การบริหารจัดการน้ำ อากาศ 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 ให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด โดยไม่ก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม สัตว์ในธรรมชาติ (ความหลากหลายทางชีวภาพ) และสังคม การใช้พลังงานทดแทน การติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียแบบไร้อากาศ การติดตั้งหม้อไอน้ำแบบไฮดรเจนเตี่ยว รวมถึงมีการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง
- การควบคุมระบบการเก็บข้อมูลที่คอยบันทึกปริมาณของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่ได้ออกมาในกระบวนการผลิต เพื่อทำการประเมินผลกระทบได้อย่างเหมาะสม อาทิ การปล่อยก๊าซเรือนกระจก การสูญเสียอาหาร และขยะอาหาร

การกระจายสินค้า

ไทยเบฟสร้างระบบการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศไทย ด้วย

- การรักษาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงสุดให้ลูกค้า ควบคู่ไปกับการบริการอย่างมืออาชีพ
- การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการบริหารจัดการระบบการขนส่งและกระจายสินค้า เช่น การควบคุมวินัยในการขับข้อย่างปลอดภัย ให้แก่พนักงานขับรถ การบริหารการใช้พลังงานเชื้อเพลิงอย่างมีประสิทธิภาพ
- การรองรับการให้บริการลูกค้าในกลุ่มธุรกิจอาหารในประเทศไทย ด้วยระบบการกระจายสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ ตั้งแต่โรงงานไปจนถึงมือผู้บริโภค
- ใช้กระบวนการควบคุมด้านสุขภาพและความปลอดภัย เพื่อจัดการสถานการณ์แพร่ระบาดได้อย่างเหมาะสม

การตลาดและการขาย

ไทยเบฟส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ ด้วย

- การสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับลูกค้าผ่านโครงการที่หลากหลาย เช่น โครงการกรุปเปิล เอ และกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในช่องทางการขาย ซึ่งเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ด้านการเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพตามวิสัยทัศน์ Vision 2020 และ PASSION 2025
- การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ถึงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและสังคม เช่น โครงการ Serve Responsibly การให้บริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค พร้อมรับฟังความคิดเห็นจากผู้บริโภคผ่านช่องทางติดต่อสื่อสาร เพื่อนำมาพัฒนาและตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

การบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค

ไทยเบฟดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมด้วยการบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วย

- การนำวัสดุหรือบรรจุภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ เช่น กล่องกระดาษ ไม้กล่อง ขวดแก้ว กระจก และพลาสติก ที่ยังใช้ประโยชน์ได้กลับมาใช้ในกระบวนการผลิตอีกครั้ง
- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุที่สามารถใช้ซ้ำหรือนำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อลดปริมาณขยะหลังการบริโภค เพื่อให้เกิดผลกระทบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความหลากหลายทางชีวภาพ และชุมชน

การกำกับดูแลองค์กร และจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

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



การกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กร

ไทยเบฟมุ่งเน้นการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีซึ่งสอดคล้องกับจรรยาบรรณของบริษัท โดยมีการวางแผนจัดการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยงอย่างเหมาะสมตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน และมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ถือหุ้น นักลงทุน พนักงาน ลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย นอกจากนี้ยังมุ่งสนับสนุนและพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจให้แก่ลูกค้า เพื่อสร้างความเจริญเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน และเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นในระยะยาว โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรด้วย

คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่รับผิดชอบในการเป็นผู้นำขององค์กรดูแลความเป็นผู้นำของธุรกิจโดยรวมในการกำหนดทิศทาง กลยุทธ์ วัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน และความสำเร็จในระยะยาวของบริษัทในกลุ่มไทยเบฟ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของไทยเบฟเป็นไปตามแผนธุรกิจหลักของบริษัท ตามมติของผู้ถือหุ้นโดยสุจริตภายใต้กฎหมาย วัตถุประสงค์ และข้อบังคับของบริษัท รวมถึงการกำกับดูแลให้บริษัทในกลุ่มไทยเบฟและบริษัทย่อยปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์และตลาดหลักทรัพย์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง (สามารถศึกษาโครงสร้างองค์กรและรายงานการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทได้จากรายงานประจำปี 2564 และบนเว็บไซต์ www.thaibev.com)

อนึ่ง ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์ได้ออกมาตรการให้บริษัทจดทะเบียนสามารถจัดประชุมผู้ถือหุ้นผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้ โดยต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด เช่น การจำกัดจำนวนผู้เข้าประชุมและผู้จัดเตรียมการประชุมในสถานที่จัดประชุมเดียวกันไม่เกิน 50 คน การส่งคำถามล่วงหน้าของผู้เข้าร่วมประชุมอย่างน้อย 72 ชั่วโมงก่อนวันประชุม และการปฏิบัติตามมาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม เป็นต้น เพื่อให้ผู้ถือหุ้นได้มีโอกาสเข้าร่วมประชุมและได้รับข้อมูลเท่าเทียมกัน และเพื่อช่วยให้บริษัทจดทะเบียนสามารถจัดประชุมผู้ถือหุ้นได้ตามที่กฎหมายกำหนด สำหรับไทยเบฟได้มีการจัดประชุมเพื่อสื่อสารระหว่างบริษัทกับผู้ฝากหลักทรัพย์ในประเทศสิงคโปร์ (Annual Information Meeting) ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยการถ่ายทอดสดผ่านช่องทาง webcast เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2564 เพื่อให้ผู้ฝากหลักทรัพย์ในประเทศสิงคโปร์ได้รับข้อมูลเท่าเทียมกับข้อมูลที่เปิดเผยในการประชุมผู้ถือหุ้นในประเทศไทย โดยผู้เข้าร่วมประชุมสามารถส่งคำถามเกี่ยวกับธุรกิจและการดำเนินงานของบริษัทเป็นการล่วงหน้า เพื่อให้กรรมการและผู้บริหารระดับสูงชี้แจงในการประชุม ทั้งนี้ ไทยเบฟได้เปิดเผยข้อมูลการชี้แจงดังกล่าวผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์ (SGXNET) ในวันเดียวกัน สำหรับการประชุมคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการย่อยของไทยเบฟและบริษัทย่อยในกลุ่มไทยเบฟ ได้จัดให้มีการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้กรรมการและผู้บริหารระดับสูงที่อยู่ทั้งประเทศไทยและต่างประเทศมีโอกาสเข้าร่วมประชุม เพื่อแสดงความคิดเห็นและให้คำแนะนำได้โดยปฏิบัติตามระเบียบและหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด

นอกจากนี้ ไทยเบฟได้ประกาศใช้นโยบายการรับข้อร้องเรียน เพื่อเน้นย้ำถึงการให้ความสำคัญกับการรับฟังข้อร้องเรียนจากกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของไทยเบฟ ทั้งนี้ ปี 2564 ไม่พบรายการขัดแย้งที่มีนัยสำคัญและไม่พบข้อร้องเรียนด้านจริยธรรมที่มีนัยสำคัญ

จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

ไทยเบฟกำหนดจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจด้วยเจตนารมณ์มุ่งเน้นพฤติกรรมที่มีความซื่อสัตย์สุจริต ปฏิบัติตามกฎหมาย มีศีลธรรมและจริยธรรม ทั้งนี้ คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนต้องยึดถือปฏิบัติตาม เพื่อให้บริษัทบรรลุจุดมุ่งหมายในการรักษาไว้ซึ่งจรรยาบรรณและรักษามาตรฐานทางจรรยาบรรณไว้อย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งส่งเสริมให้การดำเนินธุรกิจเจริญเติบโตก้าวหน้า มีความมั่นคงยั่งยืน เป็นที่ยอมรับของสังคม

ไทยเบฟมีหน้าที่ที่จะทำให้เกิดความโปร่งใสในการดำเนินงานและจะปกป้องผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น โดยคำนึงถึงภาวะและปัจจัยความเสี่ยงทั้งในปัจจุบันและอนาคต และจะปฏิบัติตามพนักงาน ลูกค้า และคู่ค้าทุกคนอย่างถูกต้องชอบธรรม บริษัทมุ่งเน้นให้พนักงานทุกคนเข้าใจเนื้อหาและความหมายที่กำหนดไว้อย่างต้องแก่ และประกาศให้บุคลากรทุกระดับของบริษัททราบ ประกอบกับต้องยอมรับและยึดถือปฏิบัติโดยเคร่งครัด หากบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัทในทุก ๆ ส่วนให้ความร่วมมือและปฏิบัติตามจรรยาบรรณของบริษัทอย่างจริงจังภายใต้เจตนารมณ์การกำกับดูแลที่ดี จะส่งผลกับบริษัทดังนี้

- ช่วยให้บริการรักษาความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย
- ทำให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงาน
- ทำให้เกิดความเป็นธรรมในองค์กร
- พนักงานมีเกียรติ มีศักดิ์ศรี เป็นคนดีคนเก่ง
- องค์กรเป็นที่ยอมรับต่อสังคม
- เพื่อความผูกพันของพนักงาน

การต่อต้านการทุจริต

การทุจริตเป็นสิ่งผิดกฎหมาย กระบอบต่อการแข่งขันแบบเสรีและผิดจรรยาบรรณของบริษัท ซึ่งทำให้ชื่อเสียงองค์กรเสื่อมเสีย ทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรขาดความเชื่อมั่น และกระทบต่อผลประโยชน์ของบริษัท

ไทยเบฟดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส มีคุณธรรม ยึดหลักความยุติธรรม และยึดมั่นปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางธุรกิจ พร้อมทั้งคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายจากการดำเนินธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ ไทยเบฟจึงได้กำหนดนโยบายการต่อต้านการคอร์รัปชัน เพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการตัดสินใจและดำเนินการเพื่อป้องกันการคอร์รัปชัน รวมถึงเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจและเสริมสร้างความมั่นคงอย่างยั่งยืนในอนาคต

หากมีการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ กฎระเบียบ มาตรฐาน และกฎหมาย กรรมการผู้อำนวยการใหญ่มีหน้าที่รับผิดชอบ ติดตาม และกำหนดให้มีระบบรองรับการต่อต้านการคอร์รัปชันที่มีประสิทธิภาพ โดยรายงานต่อประธานคณะกรรมการและคณะกรรมการ เพื่อตรวจสอบและทบทวนนโยบายให้ทันสมัยและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ นอกจากนี้ไทยเบฟยังกำหนดขอบเขตการปฏิบัติตามนโยบายของทุกฝ่าย ดังนี้

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

หากไม่ปฏิบัติตามนโยบายอาจถือเป็นความผิดทางวินัยอย่างร้ายแรง เป็นการขัดต่อสัญญาและเป็นความผิดอาญาของบุคคลนั้น ๆ และอาจสร้างความเสียหายร้ายแรงต่อชื่อเสียงและสถานะของบริษัท หากพบเห็นการคอร์รัปชันให้แจ้งการกระทำดังกล่าวแก่ผู้บังคับบัญชา หรือหากพบ บุคคลที่กระทำผิดจะถูกลงโทษตามกฎระเบียบของบริษัทและดำเนินคดีตามกฎหมายต่อไป

การรับข้อร้องเรียน

ไทยเบฟมีนโยบายรับข้อร้องเรียน โดยสนับสนุนให้พนักงานแจ้งข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการกระทำที่อยู่ในข่ายต้องสงสัยว่าจะเป็นความผิด โดยไทยเบฟจะดำเนินการกับการกระทำที่อยู่ในข่ายต้องสงสัยว่าเป็นความผิดที่เกิดขึ้นภายในอย่างเข้มงวด และพนักงานที่แจ้งข้อเท็จจริงอันชอบธรรมจะไม่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายหากเป็นการแจ้งข้อร้องเรียนโดยสุจริต ซึ่งกระบวนการแจ้งข้อร้องเรียนมีดังนี้

- หากกรรมการมีข้อร้องเรียน ให้กรรมการแจ้งข้อร้องเรียนดังกล่าวไปยังประธานกรรมการตรวจสอบ
- หากพนักงานมีข้อร้องเรียน ให้พนักงานแจ้งข้อร้องเรียนดังกล่าวเป็นลายลักษณ์อักษรผ่านช่องทางที่แนะนำ โดยระบุชื่อและรายละเอียดเพื่อใช้ในการติดต่อ แล้วแจ้งไปยังบุคคลที่มีหน้าที่รับผิดชอบ
- พนักงานทุกคนสามารถแจ้งข้อมูลที่อยู่ในข่ายอันสงสัยมายัง กรรมการผู้อำนวยการใหญ่โดยตรง ผ่านทางอีเมล whistleblowing@thaibev.com หรือส่งมายังผู้บริหารโดยตรง
- ไทยเบฟพร้อมที่จะปกป้องพนักงานที่แจ้งข้อร้องเรียนที่มีมูลความจริง โดยรักษาข้อมูลไว้เป็นความลับและจะดำเนินการกับการกระทำผิดที่เกิดขึ้นอย่างเข้มงวด
- พนักงานที่แจ้งข้อเท็จจริงจะไม่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายใด ๆ หากเป็นการร้องเรียนโดยสุจริต
- ไทยเบฟจะดำเนินการอย่างเหมาะสมเพื่อคุ้มครองกรรมการและพนักงานจากความเสียหายหรือการถูกทำร้ายอันมีสาเหตุมาจากการแจ้งข้อร้องเรียนที่เกิดขึ้น

เมื่อมีพนักงานแจ้งข้อร้องเรียน ไทยเบฟมีมาตรการดำเนินการดังนี้

- จะมีการประเมินเพื่อตัดสินใจว่าจะดำเนินการอย่างไร ไทยเบฟจะมีการประเมินเรื่องที่ได้รับแจ้งเพื่อตัดสินใจว่าจะดำเนินการอย่างไรต่อไป ซึ่งอาจเป็นการสืบสวนเป็นการภายใน หรือส่งเรื่องต่อเพื่อดำเนินการสืบสวนโดยบุคคลภายนอก
- หากภายหลังพบว่าข้อร้องเรียนเป็นเท็จหรือโดยทุจริต หรือมีลักษณะประสงคร้าย หรือปราศจากความรอบคอบ หรือเพื่อประโยชน์ส่วนบุคคล การกระทำดังกล่าวถือเป็นการกระทำผิด ซึ่งนำไปสู่การพิจารณาความผิดทางวินัยตามที่ระบุไว้ในหัวข้อ การพิจารณาความผิดทางวินัยและบทลงโทษในคู่มือพนักงานของไทยเบฟ นอกจากนี้ ยังมีการทำประชาสัมพันธ์ถึงช่องทางแจ้งข้อร้องเรียน ผ่านสื่อภายในองค์กร

การระเบิดกระเบียบข้อบังคับและกฎหมาย

ไทยเบฟกำหนดให้พนักงานต้องปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับขององค์กรและข้อกฎหมายของทุกประเทศที่ไทยเบฟเข้าไปดำเนินกิจการ หากมีการระเบิดกระเบียบข้อบังคับใด ๆ ทั้งด้านจรรยาบรรณ ความเป็นเลิศขององค์กร และสิทธิมนุษยชนในสถานที่ประกอบการ หรือสถานที่ดำเนินธุรกิจ จะต้องหยุดการละเมิดนั้นในทันทีและใช้มาตรการจัดการที่เหมาะสม ในปี 2564 ไทยเบฟและกลุ่มไทยเบฟพบว่า มีการละเมิดที่ไม่รุนแรงและกรณีรุนแรง โดยเป็นการจัดกลุ่มระดับของการละเมิดตามผลกระทบที่เกิดขึ้น โดยกำหนดเกณฑ์ตามมูลค่าทางการเงิน กรณีรุนแรง (Major case) คือ กรณีที่มีผลกระทบทางการเงินมากกว่าหรือเท่ากับ 300,000 บาท และกรณีไม่รุนแรง (Minor case) คือกรณีที่มีผลกระทบทางการเงินน้อยกว่า 300,000 บาท เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการระเบิดกระเบียบข้อบังคับและการทุจริตในองค์กร ไทยเบฟมีแนวทางแก้ไขเบื้องต้นดังนี้

- จัดให้มีการปฐมนิเทศให้กับพนักงานใหม่และผู้บริหาร
- จัดให้มีหลักสูตรการอบรมแบบออนไลน์
- ให้ความสำคัญในการสื่อสารและทำความเข้าใจในจริยธรรมในการปฏิบัติงานของพนักงานและผู้บริหาร (Business Ethics)
- มุ่งมั่น สื่อสาร ทำความเข้าใจ และกำหนดให้พนักงานและผู้บริหารปฏิบัติตามจรรยาบรรณกลุ่มไทยเบฟ
- หากไทยเบฟตรวจพบการทุจริต บริษัทจะดำเนินการขึ้นเด็ดขาดทันทีและอาจถูกดำเนินคดี
- จัดให้มีกระบวนการตรวจสอบการทุจริตในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ

หมายเหตุ: สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับเคสใหญ่และย่อย กรุณาเยี่ยมชมที่ sustainability.thaibevo.com

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางกฎหมาย

ไทยเบฟให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามระเบียบและข้อบังคับซึ่งลดความเสี่ยงในการถูกปรับ การเพิกถอนใบอนุญาต ซึ่งมีผลกระทบต่อตรงต่อธุรกิจ ในปี 2563 เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทั่วโลกรวมทั้งประเทศไทย ภาครัฐจึงได้ออกมาตรการทางกฎหมายเพื่อป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดในประเทศไทย ซึ่งมาตรการที่ภาครัฐกำหนดไว้มีบางเรื่องซึ่งส่งผลกระทบต่อประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทไทยเบฟ นอกจากนี้ บริษัทยังมีสำนักกฎหมายที่คอยดูแลการเปลี่ยนแปลงด้านกฎระเบียบและกฎหมายในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยไทยเบฟมีช่องทางติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายจากการเป็นสมาชิกหอการค้าไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย รวมทั้งสืบค้นข้อมูลกฎหมายและข่าวสารจากเว็บไซต์ของหน่วยงานราชการต่าง ๆ เช่น สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี สำนักงานเลขาธิการ

สภาผู้แทนราษฎร ราชกิจจานุเบกษา สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา เป็นต้น ทั้งนี้ ในปีที่ผ่านมาไทยเบฟได้ปรับเปลี่ยนนโยบายในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับมาตรการทางกฎหมายของภาครัฐดังนี้

- ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักร ข้อกำหนดออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 รวมทั้งประกาศของจังหวัดต่าง ๆ ที่ออกโดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558
- ประกาศปิดสถานที่เสี่ยงต่อการติดต่อโรคโควิด-19 ทั้งพืชมณฑลบริการ สถานแสดงมหรสพ สถานประกอบการกิจการ อบ อบ นวด สถานประกอบการที่คล้ายสถานบริการ
- ห้ามร้านอาหารจำหน่ายอาหารโดยวิธีการนั่งทานในร้าน
- ห้ามสรรพสินค้าจำหน่ายแต่สินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต
- ปิดร้านค้าหรือสถานประกอบการที่มีใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 1 และประเภทที่ 2 ส่งผลให้บริษัทในกลุ่มไทยเบฟซึ่งเป็นผู้ผลิตและเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 1 จำหน่ายสุราไม่ได้
- กำหนดช่วงเวลาห้ามบุคคลออกนอกเคสสถาน เว้นแต่กรณีจำเป็นหรือเป็นบุคคลที่ได้รับสิทธิยกเว้น
- ห้ามเดินทางข้ามจังหวัดเว้นแต่กรณีจำเป็น

ไทยเบฟจึงต้องวางแผนการผลิต การจำหน่าย และการขนส่งสินค้าให้สอดคล้องกับอายุการบริโภคของสินค้าโดยไม่ให้กระทบกับสภาพคล่องของบริษัท และให้การประกอบกิจการของไทยเบฟสามารถดำเนินต่อไปโดยไม่หยุดชะงัก อีกทั้งเพื่อดูแลสภาพแวดล้อมการทำงานให้เกิดความปลอดภัยสำหรับพนักงาน จึงมีพนักงานบางส่วนปฏิบัติงานที่สถานที่ทำงาน และพนักงานบางส่วนปฏิบัติงานที่บ้าน เพื่อปฏิบัติตามนโยบายของภาครัฐ นอกจากนี้ยังดูแลใส่ใจกับสภาพความเป็นอยู่ของพนักงาน โดยมอบแอลกอฮอล์ หน้ากากอนามัย และของใช้ที่จำเป็นแก่พนักงาน

- พระราชกำหนดว่าด้วยการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2563
- เดิมการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์จะต้องดำเนินการตามประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 74/2557 เรื่อง การประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ลงวันที่ 27 มิถุนายน 2557 ซึ่งกำหนดหลักเกณฑ์ไว้ว่า หนึ่งในสามขององค์ประชุมต้องอยู่ในสถานที่เดียวกัน และผู้เข้าร่วมประชุมทั้งหมดต้องอยู่ในราชอาณาจักร ในระหว่างการประชุม ซึ่งเป็นไปได้ยากในทางปฏิบัติ กลุ่มบริษัทไทยเบฟจึงไม่สามารถจัดประชุมสำหรับการประชุมที่กฎหมายบัญญัติให้ต้องมีการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และหลักเกณฑ์ดังกล่าวไม่สอดคล้องกับมาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม (Physical Distancing) ที่ทางภาครัฐได้กำหนดไว้เพื่อควบคุมและลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตามคำแนะนำขององค์การอนามัยโลก จึงมีการออกพระราชกำหนดว่าด้วยการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

พ.ศ. 2563 ซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 19 เมษายน 2563 เป็นต้นไป เพื่อเปลี่ยนแปลงหลักเกณฑ์การจัดประชุมที่กฎหมายบัญญัติให้ต้องมีการประชุมสามารถประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้ โดยผู้ร่วมประชุมไม่ต้องอยู่ในสถานที่เดียวกัน และไม่ต้องอยู่ในประเทศไทยเท่านั้น กลุ่มบริษัทไทยเบฟจึงมีการจัดประชุมคณะกรรมการบริษัทผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และกรรมการบางท่านแม้จะอยู่ในต่างประเทศก็สามารถเข้าร่วมประชุมเพื่อแสดงความคิดเห็นได้ ในการจัดประชุมนี้ กลุ่มบริษัทไทยเบฟเลือกใช้ระบบการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีความมั่นคงปลอดภัย และปฏิบัติตามมาตรฐานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่กฎหมายกำหนด

- พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 47) พ.ศ. 2561

เป็นกฎหมายที่เกี่ยวกับการกำหนดราคาโอนระหว่างบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งก่อนที่กฎหมายฉบับนี้จะมีผลใช้บังคับในวันที่ 22 พฤศจิกายน 2561 กรมสรรพากรได้วางแนวทางปฏิบัติไว้ตามคำสั่งกรมสรรพากรที่ ป. 113/2545 เรื่อง การเสียภาษีเงินได้ของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล กรณีการกำหนดราคาโอนให้เป็นไปตามราคาตลาด ลงวันที่ 16 พฤษภาคม 2545 ซึ่งกลุ่มบริษัทไทยเบฟได้กำหนดค่าตอบแทนระหว่างกัน โดยยึดถือปฏิบัติตามคำสั่งดังกล่าวแม้ว่าคำสั่งดังกล่าวจะไม่มีสถานะเป็นกฎหมายก็ตาม ต่อมาได้มีการแก้ไขประมวลรัษฎากรเพื่อนำหลักการดังกล่าวมาบัญญัติเป็นกฎหมาย โดยให้อำนาจกรมสรรพากรในการปรับปรุงทั้งรายได้และรายจ่ายของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีความสัมพันธ์กัน หากการกำหนดค่าตอบแทนระหว่างกันไม่เป็นไปตามหลัก Arm's Length Price (ราคาของค่าตอบแทน ค่าบริการ หรือดอกเบี้ย ซึ่งคู่สัญญาที่เป็นอิสระต่อกันพึงกำหนดโดยสุจริต ในทางการค้า กรณีโอนทรัพย์สิน ให้บริการหรือให้กู้ยืมเงินที่มีลักษณะประเภทและชนิดเดียวกัน ณ วันที่โอนทรัพย์สิน ให้บริการ หรือให้กู้ยืมเงิน) ซึ่งกฎหมายดังกล่าวมีผลใช้บังคับกับกลุ่มบริษัทไทยเบฟตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2563 เป็นต้นไป แต่เมื่อกฎหมายเริ่มมีผลใช้บังคับในปี 2562 กลุ่มบริษัทไทยเบฟได้เริ่มดำเนินการเพื่อให้สอดคล้องกับหลักการดังกล่าว โดยได้จัดเตรียมเอกสารการกำหนดราคาโอนทั้งในภาพรวมของกลุ่มบริษัทและบริษัทย่อย แต่ละบริษัทสำหรับกลุ่มธุรกิจเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และในรอบปีบัญชี 2563 นี้ได้ดำเนินการเพิ่มเติมในส่วนของกลุ่มธุรกิจเบียร์ โดยเริ่มดำเนินการในส่วนของบริษัทก่อนเป็นลำดับแรก หลังจากนั้นจึงจะทยอยดำเนินการในส่วนอื่นของกลุ่มธุรกิจเบียร์และกลุ่มธุรกิจอื่นต่อไป

- พระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562

มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 13 มีนาคม 2562 แต่เริ่มจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างปี 2563 โดยเป็นการยกเลิกรการจัดเก็บภาษีโรงเรือนและที่ดินซึ่งจัดเก็บภาษีจากรายปี (จำนวนเงินซึ่งทรัพย์สินนั้นสมควรให้เข้าได้ในแต่ละปี) ตามพระราชบัญญัติภาษีโรงเรือนและที่ดิน พ.ศ. 2475 และยกเลิกการจัดเก็บภาษีบำรุงท้องที่ซึ่งจัดเก็บจากราคาปานกลางของที่ดินตามพระราชบัญญัติภาษีบำรุงท้องที่ แล้วเปลี่ยนมาจัดเก็บเป็น

ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างซึ่งจัดเก็บภาษีจากราคาประเมินที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง กลุ่มบริษัทไทยเบฟตระหนักถึงหลักการการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างที่เปลี่ยนแปลงไป จึงมีนโยบายให้บริหารจัดการที่ดินและสิ่งปลูกสร้างของบริษัทให้เหมาะสมกับสภาพของที่ดินและก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจทั้งต่อบริษัท พนักงาน ชุมชนและประเทศ โดยการคัดเลือกพื้นที่ที่กลุ่มบริษัทจะนำมาใช้ประโยชน์เองเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้พนักงานหรือครอบครัวของพนักงานเข้าพื้นที่ของบริษัททำเกษตรกรรมเพื่อสร้างรายได้เสริมให้แก่ครอบครัวของพนักงาน ซึ่งเป็นการสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานกับองค์กร รวมทั้งยังสนับสนุนให้ชาวบ้านในชุมชนรอบสถานประกอบการของกลุ่มบริษัทและบุคคลอื่นเข้าพื้นที่ของกลุ่มบริษัททำเกษตรกรรมเพื่อสร้างรายได้ให้กับบุคคลเหล่านั้นด้วย

- พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

แม้จะมีการยกเว้นการใช้บังคับกฎหมายในส่วนของการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล การร้องเรียน ความรับผิดชอบทางแพ่ง และบทกำหนดโทษ ออกไปจนถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2564 แต่กลุ่มบริษัทไทยเบฟก็ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยกลุ่มบริษัทไทยเบฟจะขอความยินยอมในการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลจากบุคคลต่าง ๆ และแจ้งวัตถุประสงค์ของการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลให้บุคคลเหล่านั้นทราบ และจะใช้ข้อมูลส่วนบุคคลตามวัตถุประสงค์ที่ขอความยินยอมไว้ เว้นแต่เป็นกรณีที่กฎหมายยกเว้นให้สามารถทำได้ โดยไม่ต้องขอความยินยอม รวมทั้งได้มีการปรับปรุงแบบฟอร์มใบสมัครงาน สัญญาจ้างงาน และเอกสารสัญญาต่าง ๆ รวมถึงการใช้งานเว็บไซต์ต่าง ๆ ของกลุ่มบริษัทไทยเบฟให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ของกฎหมายในปัจจุบัน เพื่อไม่ให้กระทบสิทธิของบุคคลที่เป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลนั้น

- ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวิธีการหรือในลักษณะการขายทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2563

กฎหมายฉบับนี้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 7 ธันวาคม 2563 ซึ่งห้ามไม่ให้มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือบริการที่เกี่ยวข้องกับการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อผู้บริโภคโดยตรง หรือเป็นการดำเนินการใด ๆ ในลักษณะการเชิญชวนให้ซื้อ หรือการเสนอขาย รวมไปถึงการขายสินค้าหรือบริการต่อผู้บริโภคโดยตรงด้วยการตลาด หรือบริการการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์โดยผู้ขายและผู้บริโภคซื้อขายได้โดยไม่ต้องพบกัน แต่ไม่ใช่บังคับกับการซื้อขายและการชำระราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ณ จุดขายในร้านค้า ร้านอาหาร หรือสถานที่ที่ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งกฎหมายฉบับนี้ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อกลุ่มบริษัทไทยเบฟโดยตรง เนื่องจากบริษัทไม่ได้เสนอขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง แต่อาจมีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบางราย ซึ่งไทยเบฟจะแนะนำให้ผู้ขายทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์แก่ผู้บริโภคโดยตรงปฏิบัติตามกฎหมาย

การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับนโยบายสาธารณะ

ไทยเบฟมีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และกำหนดนโยบายต่าง ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อส่วนรวมและเป็นกลาง โดยเข้าไปมีส่วนร่วมและให้การสนับสนุนองค์กรของภาครัฐและภาคเอกชน โดยในปีที่ผ่านมาไทยเบฟได้ดำเนินงานร่วมกับภาคส่วนต่าง ๆ ด้วยวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันให้แข็งแกร่งมากขึ้น ไทยเบฟร่วมมือกับหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาธุรกิจไทย-เวียดนาม สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย UN Global Compact และสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย และการเป็นประธานสภาผู้นำธุรกิจไทย-สหราชอาณาจักร (Thai-UK Business Leadership Council: TUBLC)
2. เพื่อขยายเครือข่ายการเติบโตร่วมกับบริษัทต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมอาหาร ไทยเบฟให้การสนับสนุนกิจกรรมการเข้าไปมีส่วนร่วมแบ่งปันข้อมูลในด้านต่าง ๆ หรือการสนับสนุนงบประมาณ ภายใต้ความมุ่งหวังในการสานต่อนโยบายภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งนำมาสู่การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมโดยรวมให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งอย่างยั่งยืนและมั่นคง

ตัวอย่างการมีส่วนร่วมสนับสนุนองค์กรต่าง ๆ

หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

- เพื่อให้ภาคธุรกิจมีขีดความสามารถในการแข่งขัน ไทยเบฟได้ร่วมกับคณะกรรมการหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยและเครือข่ายผู้ประกอบการ เสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหา การพัฒนาและการยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการเชื่อมโยงนโยบายภาครัฐที่สำคัญ ๆ เช่น ร่วมกำหนดแนวทางการค้าและการลงทุนภายใต้สภาธุรกิจไทย-เวียดนาม และยังได้แสดงความมุ่งมั่นโดยพยายามที่จะเพิ่มความเชื่อมั่นของประชาชนท่ามกลางการระบาดของโรคโควิด-19 โดยร่วมมือกับหอการค้าไทยและเครือข่ายธุรกิจ 40 CEOs Plus สร้างศูนย์ฉีดวัคซีน 25 แห่งในกรุงเทพฯ ซึ่งดำเนินการโดยภาคเอกชน นอกจากนี้ ไทยเบฟยังตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาบุคลากรและการศึกษาโดยการสนับสนุนโรงเรียนพันธมิตรทั่วประเทศ ทั้งหมดนี้เป็นความคิดริเริ่มเพียงบางส่วนของไทยเบฟในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม บริษัท และภาคอุตสาหกรรม

สถาบันการจัดการบรรจุภัณฑ์และรีไซเคิลเพื่อสิ่งแวดล้อม (TIPMSE) ภายใต้สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

- ไทยเบฟสนับสนุนการจัดการบรรจุภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ในกระบวนการนี้ บรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วจะถูกรีไซเคิลเป็นวัตถุดิบทุกชนิดและนำกลับมาใช้ใหม่ บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการขยายความรับผิดชอบต่อผู้ผลิต (EPR) ไทยเบฟจึงพิจารณาจรรยาบรรณทั้งหมดของบรรจุภัณฑ์อย่างจริงจัง จากการคัดเลือกวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แปรรูป จัดเก็บ และรีไซเคิลได้ง่าย รวมทั้งการออกแบบตลอดจนการจัดผลิตภัณฑ์ ไทยเบฟมุ่งมั่นที่จะใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน เพื่อให้บรรลุมาตรา 12 ของ

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (UN SDGs) ซึ่งเป็นความรับผิดชอบในเรื่องการบริโภคและการผลิต นอกจากนี้ ไทยเบฟยังสนับสนุนสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) ในการวิจัยและพัฒนาเพื่อสะสมองค์ความรู้ด้านบรรจุภัณฑ์เพื่อความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม การศึกษาวิจัยเหล่านี้รวมถึงการวิเคราะห์การไหลของวัสดุบรรจุภัณฑ์และการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า บริษัทยังมีส่วนร่วมในการรณรงค์และประชาสัมพันธ์โครงการริเริ่มเพื่อสร้างจิตสำนึกในการแยกขยะเพื่อทุกภาคส่วนไทยเบฟส่งเสริมหลักการ '3Rs' ด้วยการฝึกอบรม สัมมนา และแลกเปลี่ยนความรู้ในกลุ่มผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์และสินค้า ผู้นำเข้า ผู้จัดการจำหน่าย นักสะสม ผู้รีไซเคิลในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มรวมทั้งภาครัฐ ภาคการศึกษา และภาคประชาสังคม ความคิดริเริ่มนี้มีขึ้นเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและช่วยจัดการของเสียจากบรรจุภัณฑ์ในประเทศไทยได้ดียิ่งขึ้น

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

- สนับสนุนการดำเนินงานของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยรายปีและงานกิจกรรมต่าง ๆ สนับสนุนค่าธรรมเนียมสมาชิก และมอบทุนวิจัยเพื่อสนับสนุนการจัดการบรรจุภัณฑ์ ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในพลังขับเคลื่อนการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนภายใต้แนวคิดบรรจุภัณฑ์ที่เป็นวัตถุดิบ เพื่อรณรงค์ให้ทุกภาคส่วนร่วมกันคิดแยกบรรจุภัณฑ์ใช้แล้วออกจากขยะตั้งแต่ต้นทาง เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในประเทศไทยอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังได้เข้าร่วมประชุมหารือร่วมกับกระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อร่วมแก้ไขปัญหาสินค้าขาดแคลนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งไทยเบฟยืนยันว่าสินค้าไม่ขาดแคลนและเพียงพอต่อการบริโภคของประชาชน บริษัทยังได้บริจาค 10 ตู้เก็บความเย็นให้กับโรงพยาบาลเพื่อเก็บวัคซีนโรคโควิด-19 ให้คนไทยได้มีวัคซีนที่มีคุณภาพใช้กัน

สภาผู้นำธุรกิจไทย-สหราชอาณาจักร (Thai-UK Business Leadership Council: TUBLC)

- ไทยเบฟในฐานะประธานสภาผู้นำธุรกิจไทย-สหราชอาณาจักร มีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจระหว่างสองประเทศ โดยการรับฟังและประสานความร่วมมือกับภาคธุรกิจ เพื่อส่งเสริมโอกาสทางการค้าและการลงทุนแสวงหาโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไทยและสหราชอาณาจักร รวมถึงการมุ่งเน้นการผลักดันประเด็นข้อเสนอของภาคเอกชนแก่ภาครัฐ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของทั้งสองประเทศ โดยแบ่งการขับเคลื่อนการดำเนินงานออกเป็น 2 หน่วยงานเฉพาะกิจ คือ 1) ส่งเสริมการลงทุน (Trade and Investment Promotion Taskforce) เพื่อเชื่อมโยงให้เกิดการค้าและการลงทุนระหว่างกัน และ 2) ประเมินนโยบายการค้า (Trade Policy Review Taskforce) เพื่อสร้างความเข้าใจในข้อระเบียบการค้าระหว่างประเทศ และเป็นพลังในการผลักดันข้อเสนอหรือประเด็นทางการค้าที่เป็นประโยชน์กับทั้งสองประเทศ ก่อนหน้านี้ TUBLC ได้เข้าร่วมหารือในระดับรัฐมนตรี พบปะตัวแทนรัฐบาล ภาคเอกชน และฝ่ายวิชาการ อีกทั้งยังส่งเสริมความเข้าใจด้านการค้าและการลงทุนผ่านโซเซียลมีเดียสู่สาธารณะ ไทยเบฟเชื่อว่า ความคิดริเริ่มเหล่านี้จะช่วยให้ประเทศสามารถรับมือความท้าทาย เช่น การเจรจาการค้าเสรีระหว่างประเทศต่าง ๆ ตลอดจนส่งเสริมนวัตกรรมใหม่ ๆ และการปรับตัวที่จำเป็นในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19

สภาธุรกิจไทย-เวียดนาม (Thai-Vietnam Business Council)

- ไทยเบฟเป็นที่ปรึกษาให้แก่คณะกรรมการสภาธุรกิจไทย-เวียดนาม ในปี 2564 เพื่อส่งเสริมการค้าและการลงทุนในวาระครบรอบ 45 ปีของความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างสองประเทศ ในฐานะประธานโครงการ 45 ปี ความสัมพันธ์ทางการทูต ไทย-เวียดนาม ไทยเบฟมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมความสัมพันธ์อันดี และให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์แห่งสันติภาพระหว่างไทยกับเวียดนาม อนุสรณ์สถานประธานาธิบดีโอยจินห์ถูกสร้างขึ้นเนื่องในโอกาสนี้ อีกทั้งมีการส่งเสริมสินค้าชุมชนจากบ้านนาออกจังหวัดนครพนม ไทยเบฟได้ร่วมประชุมกับภาครัฐและเอกชน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมของสภาธุรกิจไทย-เวียดนาม และเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องระหว่างไทยกับผู้ประกอบการเวียดนาม

สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (Thailand Management Association: TMA)

- ไทยเบฟให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนการดำเนินกิจกรรมขององค์กรไม่แสวงหาผลกำไร เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในระดับองค์กรและระดับประเทศ โดยผู้บริหารไทยเบฟเป็นกรรมการที่ปรึกษาของ TMA Center for Competitiveness และ Steering Committee of TMA Center for Competitiveness ซึ่งช่วยให้คำแนะนำเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้ ไทยเบฟยังจัดให้มีวัน Thailand Management Day 2564 ซึ่งช่วยส่งเสริมแนวคิดในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ไม่แน่นอนในปัจจุบัน หัวข้อที่ครอบคลุมในงานนี้มีทั้งเทคโนโลยี นวัตกรรม การตลาด บุคลากร การจัดการ สิ่งแวดล้อม และสถานการณ์ที่ไม่คาดฝัน เช่น โรคระบาดที่ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจ

ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ และสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (UN Global Compact and Global Compact Network Thailand)

- ด้วยตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนระหว่างภาคเอกชน ไทยเบฟได้เข้าร่วมข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact: UNGC) เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2562 UNGC คือ กรอบการทำงานขององค์กรชาติเพื่อความร่วมมือด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างบริษัททั้งหมดในภาคอุตสาหกรรม มูลนิธิและองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และส่งเสริมให้ทุกฝ่ายคำนึงถึงความยั่งยืนในการดำเนินงานตามหลักการสากล 10 ประการของ UNGC หลักการสากล 10 ประการของ UNGC ครอบคลุม 4 มิติหลัก ได้แก่ การต่อต้านการทุจริต มาตรฐานแรงงาน สิทธิมนุษยชน และการปกป้องสิ่งแวดล้อม ไทยเบฟตระหนักดีว่าการคุ้มครองและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน ดังนั้นจึงมุ่งมั่นที่จะ

ดำเนินการให้สอดคล้องกับหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน นอกจากนี้ยังมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องในการพัฒนาแอปพลิเคชันที่เกี่ยวกับพลังงาน น้ำ วัสดุบรรจุภัณฑ์ และของเสีย โดยเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ไทยเบฟเล็งเห็นถึงความมุ่งมั่นที่เพิ่มขึ้นในฐานะสมาชิกของสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (Global Compact Network Thailand: GCNT) หากเป็นการช่วยให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนข้อ 17 ของสหประชาชาติ [Goal 17 of the United Nation's Sustainable Development Goals: SDGs] ซึ่งหมายถึง 'ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน' ที่ผ่านมา ไทยเบฟสนับสนุนและได้ร่วมกิจกรรมสำคัญ ๆ อย่าง GCNT Forum 2021: Thailand's Climate Leadership Summit 2021 ภายใต้แนวคิด A New Era of Accelerated Actions

ภาคีเครือข่ายธุรกิจห่วงโซ่อุปทานแห่งประเทศไทย (Thailand Supply Chain Network: TSCN)

- ไทยเบฟจับมือบริษัทเอกชนไทย 7 แห่ง เพื่อจัดตั้งภาคีเครือข่ายธุรกิจห่วงโซ่อุปทานของประเทศไทย (TSCN) เครือข่าย TSCN มีวัตถุประสงค์หลักสามประการคือ 1.) เพื่อปกป้องมูลค่าการลงทุน เน้นความต่อเนื่องทางธุรกิจ การจัดการ กฎหมายธุรกิจ การเงิน และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (CSR) 2.) เพื่อเพิ่มมูลค่าการลงทุนด้วยการสร้างหุ้นส่วนและพัฒนาประสิทธิภาพของการดำเนินงานที่มีอยู่ (เช่น cross-selling, cross-training, การร่วมทุน, การแบ่งปันทรัพยากร) และ 3.) เพื่อร่วมกันสร้างนวัตกรรมและขยายการลงทุนในโครงการร่วม โดยเฉพาะโครงการใหม่ (เช่น การสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีกองทุนร่วมลงทุนสำหรับสตาร์ทอัพ, การแบ่งปันทักษะข้ามกลุ่มของพนักงาน และการใช้นวัตกรรมโปรแกรม)

ในปี 2564 ภาคีเครือข่ายธุรกิจห่วงโซ่อุปทานแห่งประเทศไทย (TSCN) มีสองกิจกรรมต่อเนื่องคือ:

- พัฒนาแพลตฟอร์มรองรับการดำเนินงานด้วยกิจกรรมสาธิตสำหรับสมาชิกระดับ SME กว่า 300 ราย สำหรับรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับแพลตฟอร์ม โปรดตรวจสอบ <https://thailandsupplychain.com/>
- จัดแสดงความพยายามด้านความยั่งยืนของเราในงาน Thailand Sustainability Expo 2021 งานมหกรรมความยั่งยืนครั้งนี้นำเสนอเรื่องราว โครงการต่าง ๆ และประสบการณ์ของภาครัฐและเอกชน ชุมชน สถานประกอบการ มหาวิทยาลัย และประชาชนทั่วไปในประเทศไทย งานจัดขึ้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน - 10 ตุลาคม 2564 ซึ่งประสบความสำเร็จ มีผู้เข้าชมมากกว่า 15,000 ราย ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม โปรดคลิก tsx2021.thailsustainabilityexpo.com



- ปกป้องมูลค่าของการลงทุน
- สร้างเสริมคุณค่าของการลงทุน
- สร้างนวัตกรรมและต่อยอดการลงทุน

ความภูมิใจแห่งอาเซียน

ด้านธุรกิจ		ด้านอื่น ๆ	
โลจิสติกส์ ห่วงโซ่อุปทาน	ความยั่งยืนและ เศรษฐกิจหมุนเวียน	การศึกษา	สุขภาพ

TSCN COMMUNITY PLATFORM

<p>เครือข่ายพันธมิตรลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> • B2B E-Marketplace • ส่งเสริมลูกค้า • จับคู่ธุรกิจ 	<p>มาตรฐานด้านความยั่งยืน</p> <ul style="list-style-type: none"> • ดัชนีชี้วัดด้านความยั่งยืนของ TSCN • นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ • การพัฒนาศักยภาพลูกค้า 	<p>แลกเปลี่ยนความรู้</p> <ul style="list-style-type: none"> • ศูนย์ความรู้ • กิจกรรมจัดอบรม • เวทีเสวนาลูกค้า • พบปะสมาชิก 	<p>มูลนิธิ TSCN</p> <ul style="list-style-type: none"> • โครงการความร่วมมือด้านต่าง ๆ • กิจกรรมช่วยเหลือสังคม
เครือข่าย	ความยั่งยืน	แบ่งปัน	ร่วมมือ

ไทยเบฟกับโรคโควิด-19

การระบาดใหญ่ของโรคโควิด-19 ได้พลิกโฉมการทำธุรกิจแบบเดิม ๆ ไปสู่การทำธุรกิจแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) รวมถึงส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาให้ความสำคัญกับแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์จลลาค และประโยชน์ทางโภชนาการของอาหารและเครื่องดื่มมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ความพร้อมและประสิทธิภาพของวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19 คืออีกหนึ่งปัจจัยขับเคลื่อนในทุกธุรกิจ

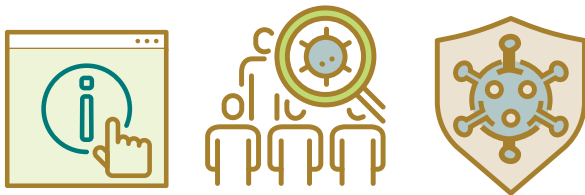
ไทยเบฟยึดมั่นในนโยบายด้านสุขภาพและโภชนาการที่เข้มงวด พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับอาสาสมัครและความปลอดภัยของบุคลากรในกลุ่มไทยเบฟตลอดจนถึงคู่ค้าและลูกค้าโดยเสมอมา บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของสุขภาพและความปลอดภัยของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร แม้ว่าผลกระทบด้านลบจากการระบาดใหญ่จะรุนแรงมาก แต่ก็ยังเป็นโอกาสให้ธุรกิจได้พัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ ๆ มีการปรับปรุงด้านการขนส่งและการกำหนดแนวทางปฏิบัติด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่ดีขึ้นด้วย



กลยุทธ์ของไทยเบฟกับการเตรียมความพร้อมรับมือโรคโควิด-19

ไทยเบฟได้มีการดำเนินแผนเพื่อความต่อเนื่องทางธุรกิจอย่างกันท่วงทีเพื่อเป็นการเพิ่มความมั่นใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทำให้การดำเนินงานขององค์กรสามารถก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดนิ่งส่งผลกระทบต่อพนักงาน พันธมิตรทางธุรกิจ รวมถึงผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ น้อยที่สุด มากไปกว่านั้น ไทยเบฟได้จัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการพิเศษในสถานการณ์โควิด-19 (ThaiBev COVID-19 Situation Room) ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ:

- ติดตามและสำรวจการระบาดของโรคโควิด-19 เพื่อกำหนดกรอบนโยบาย และแนวทางปฏิบัติร่วมกับกลุ่มทรัพยากรบุคคล
- รวบรวม ติดตาม และวิเคราะห์ผลการดำเนินงานธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่าของไทยเบฟ
- รวบรวม วิเคราะห์ และนำเสนอข่าวจากทุกสื่อทั้งจากภาครัฐและเอกชน ที่อาจส่งผลกระทบต่อไทยเบฟ



นอกจากนี้ไทยเบฟยังได้ริเริ่มมาตรการป้องกันต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความปลอดภัยและความเป็นอยู่ที่ดีให้แก่พนักงาน ลูกค้า และคู่ค้าทางธุรกิจ ได้แก่

1. ป้องกันการแพร่กระจายของโรคโควิด-19 ในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของไทยเบฟทุกราย
2. อำนวยความสะดวกในการดูแลและรักษาพนักงานที่ติดโรคโควิด-19
3. ร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชนทั่วไป



แนวทางการบริหารจัดการ

ฝ่ายบริหารได้กำหนดมาตรการเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงการติดเชื้อ ในระหว่างการปฏิบัติงานช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จึงได้มีการบริหารจัดการแบ่งพนักงานออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มที่ 1 - พนักงานที่จำเป็นต้องปฏิบัติงานในสถานที่ปฏิบัติการ
2. กลุ่มที่ 2 - พนักงานที่จำเป็นต้องทำงานร่วมกับผู้อื่น แต่สามารถทำงานในสถานที่ปฏิบัติการสำรองได้
3. กลุ่มที่ 3 - พนักงานที่สามารถปฏิบัติงานจากที่บ้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ เพื่อบรรเทาผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ไทยเบฟได้ใช้มาตรการป้องกันและดูแลความปลอดภัยของพนักงาน ดังต่อไปนี้

1. ตามมาตรการด้านความปลอดภัยขั้นต้น ไทยเบฟได้ส่งมอบ หน้ากากอนามัยและแอลกอฮอล์ให้กับพนักงานทุกคน รวมทั้งพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่จากที่บ้าน เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานมีอุปกรณ์ป้องกันที่เพียงพอสำหรับใช้ส่วนตัว และใช้ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน
2. พนักงานทุกคนจะต้องทำการลงทะเบียนหรือเช็คอิน และดำเนินการประเมินความเสี่ยงโรคโควิด-19 ผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัลของบริษัท และแอปพลิเคชันมือถือ Beverest Life เป็นประจำทุกวัน โดยพนักงานไทยเบฟ ประมาณ 98% หรือมากกว่า 43,000 คน ใช้แอปพลิเคชัน เพื่อทำแบบประเมินความเสี่ยง
3. ไทยเบฟกำหนดมาตรการสำหรับพนักงาน และคู่ค้าทางธุรกิจ ทั้งหมดที่อยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูง เข้ารับการตรวจหาเชื้อโควิด-19 (โดย RT-PCR หรือชุดทดสอบแอนติเจน ATK)
4. ไทยเบฟสนับสนุนให้พนักงานทุกคนได้รับการฉีดวัคซีน รวมถึงจัดให้มีการให้ความรู้เกี่ยวกับการฉีดวัคซีน และแบ่งปันแนวทางการดูแลป้องกันตนเองในช่วงที่มีการระบาด



5. จัดทำคู่มือสำหรับพนักงานในการดูแลสุขภาพและป้องกันการติดต่อกับโรคโควิด-19 เพื่อส่งเสริมสุขอนามัยที่ดีและความปลอดภัยภายในสถานประกอบการ ทั้งในส่วนของการควบคุมการผลิต อาคารสำนักงาน จุดขาย และร้านอาหารทุกร้านในเครือไทยเบฟ โดยที่พนักงานทุกคนจะต้องปฏิบัติตามคู่มืออย่างเคร่งครัด

มาตรการดูแลและรักษาพนักงานที่ติดโรคโควิด-19

ไทยเบฟใช้แอปพลิเคชันขององค์กรสำหรับโทรศัพท์มือถือ Beverest Life เพื่อติดตามและตรวจสอบสุขภาพและสวัสดิภาพของพนักงานทุกคน ซึ่งต้องทำการประเมินความเสี่ยงของการติดโรคโควิด-19 โดยให้มีการลงทะเบียนหรือเช็คอินผ่านระบบแอปพลิเคชันวันละ 3 ครั้ง เป็นประจำทุกวัน (ตอนเช้า ตอนบ่าย และเมื่อสิ้นสุดวันทำงาน) เพื่อดูแลพนักงานที่พักอาศัยหรือปฏิบัติหน้าที่ในจังหวัดที่มีการควบคุมสูงสุดและเข้มงวด (เขตสีแดงเข้ม) ซึ่งจัดเป็นพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูงต่อการติดโรคโควิด-19 โดยพนักงานที่มีความเสี่ยงสูงจะได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิดเพื่อให้การดูแลและรักษาพยาบาลได้โดยทันที นอกจากนี้ ไทยเบฟยังจัดส่ง หน้ากากอนามัยและแอลกอฮอล์ 72% ให้กับพนักงานกว่า 43,000 คน ถึงสถานที่พักอาศัย

ไทยเบฟได้จัดตั้ง “ศูนย์บริการพนักงานช่วงวิกฤตโรคโควิด-19” (COVID-19 Relief Center หรือ CRC) ซึ่งเปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง (7 วันต่อสัปดาห์) เพื่ออำนวยความสะดวกในการดูแลพนักงานที่ติดโรคโควิด-19 และได้ร่วมมือกับสถานพยาบาลและโรงพยาบาลมากกว่า 10 แห่ง เพื่อรองรับผู้ป่วยที่ต้องการการดูแลอย่างใกล้ชิด ผู้ป่วยติดเชื้อที่ไม่รุนแรงจะต้องเข้าสู่กระบวนการแยกตัวที่บ้าน (Home Isolation) หรือส่งตัวไปยังศูนย์ดูแลผู้ป่วยโรคโควิด-19 ที่กำหนด เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อ นอกจากนี้ไทยเบฟยังได้จัดเตรียมและส่งมอบชุดยาและเวชภัณฑ์สำหรับดูแลผู้ติดโรคโควิด-19 โดยมีการจัดสรรให้ตรงตามความต้องการและอาการของแต่ละบุคคล

โรคโควิด-19 ผลักดันให้น่าระบบดิจิทัลมาใช้ในการช่วงที่มีการแพร่ระบาด ซึ่งพนักงานจำนวนมากต้องปฏิบัติงานที่บ้าน โดยไทยเบฟได้ให้คำแนะนำอย่างละเอียดเพื่อให้พนักงานสามารถปรับปรุงทักษะด้านดิจิทัลของตนเอง และช่วยในการปรับตัวเข้ากับวิธีการทำงานแบบใหม่ได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ เช่น ให้ความรู้เรื่องความปลอดภัยด้านระบบสารสนเทศ รวมถึงเทคนิคและวิธีการดำเนินชีวิตในระบบดิจิทัล



มาตรการดูแลสวัสดิการอื่น ๆ สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของไทยเบฟ

- ไทยเบฟร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ส่วนงานบริหารกรุงเทพมหานคร หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย พันธมิตรทางธุรกิจภาคเอกชน และโรงพยาบาล เพื่อส่งเสริมด้านสาธารณสุขและความปลอดภัยทางสังคม โดยไทยเบฟร่วมสนับสนุนให้มีการจัดตั้งศูนย์ฉีดวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19
- ท่ามกลางการระบาดของโรคโควิด-19 ระลอกแรก ไทยเบฟได้จัดตั้งศูนย์การตรวจวิเคราะห์ทางพันธุกรรม (ศูนย์ตรวจโรคโควิด-19) เพื่อตรวจคัดกรอง และวิเคราะห์ผลด้วยการทดสอบ RT-PCR
- ผลิตหน้ากากอนามัย รวมถึงหน้ากาก N95 และสร้างโรงงานผลิตเจลแอลกอฮอล์เพื่อให้มั่นใจว่าจะมีอุปกรณ์ป้องกันเพียงพอต่อความต้องการของพนักงาน ชุมชน ตลอดจนบุคลากรทางการแพทย์
- ทำความสะอาดโดยการฉีดพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อในพื้นที่ทำงานและพื้นที่สำนักงานเป็นประจำ เพื่อให้มั่นใจในสุขอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน
- จัดทำประกันคุ้มครองโรคโควิด-19 ให้กับบุคลากรทางการแพทย์ 274,000 คนทั่วประเทศ รวมถึงพนักงานและพันธมิตรทางธุรกิจกว่า 50,000 คน
- ลดการส่งเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคมสำหรับนายจ้างและผู้ประกันตน (พนักงาน) เป็นระยะเวลา 3 เดือน โดยไม่ส่งผลกระทบต่อสิทธิประโยชน์ที่พนักงานจะได้รับซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐ

การประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าทางธุรกิจ

ไทยเบฟดูแลคู่ค้าอย่างใกล้ชิดเพื่อประเมินความพร้อมสำหรับวิกฤตที่อาจเกิดขึ้นหรือจากการหยุดชะงักในห่วงโซ่อุปทาน เช่น การปิดโรงงาน การระงับการขนส่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งคู่ค้ารายสำคัญ (critical suppliers) และคู่ค้าที่เป็นผู้จำหน่ายวัตถุดิบที่สำคัญ ที่ปฏิบัติการอยู่ในพื้นที่ที่มีผู้ป่วยโรคโควิด-19 เป็นจำนวนมาก บริษัทได้ประสานงานเพื่อบริหารจัดการให้เกิดความต่อเนื่องทางธุรกิจ เช่น การรักษาระดับปริมาณของวัตถุดิบหลักให้เพียงพอต่อความต้องการ จัดทำแผนการจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งสำรองอื่น โดยคู่ค้ารายหลักทั้งหมดจะได้รับการตรวจสอบเป็นประจำทุกสัปดาห์ นอกจากนี้ ไทยเบฟยังผลักดันให้คู่ค้าใช้มาตรการที่เข้มงวดในการป้องกันพนักงานของตนเช่นเดียวกัน



วิถีใหม่ในสำนักงาน



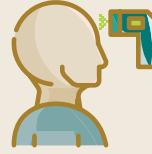
ประเมินความเสี่ยงโรคโควิด-19

- กรอกข้อมูลในแบบประเมินฯ รายสัปดาห์
- ให้ข้อมูลตามข้อเท็จจริง หากพบข้อมูลเท็จ จะมีความผิดทางวินัย



สวมหน้ากากและตรวจวัดอุณหภูมิ

- สวมหน้ากากอนามัยทุกครั้งเมื่อออกจากบ้าน
- วัดอุณหภูมิทุกเช้า ต้องไม่เกิน 37.3 องศา
- หากมีไข้ควรแจ้งหัวหน้างาน



ผ่านจุดคัดกรองก่อนเข้าสำนักงาน

- แสดงผลประเมิน (สีเขียว) แก่เจ้าหน้าที่ ทุกวัน
- กรณีไม่มีแอปพลิเคชัน Bev Life ให้ติดต่อสำนักทรัพยากรบุคคล

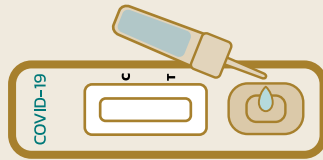


บันทึกอุณหภูมิและติดสติ๊กเกอร์คัดกรอง

- บันทึกข้อมูลอุณหภูมิรายวัน
- ติดสติ๊กเกอร์คัดกรองประจำวัน
- ล้างมือฆ่าเชื้อด้วยแอลกอฮอล์

ใช้ชุดตรวจ ATK เพื่อคัดกรองเบื้องต้น

- พนักงานที่เข้ามาปฏิบัติงานต้องผ่านการคัดกรองเบื้องต้นด้วยชุดตรวจ ATK ทุก 7 วัน
- ไทยเบฟเป็นผู้จัดหาชุดตรวจ ATK และดำเนินการตรวจโดยบุคลากรทางการแพทย์

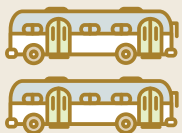


ลงทะเบียนเช็คอินด้วยระบบดิจิทัล Digital Check-in

- ลงทะเบียนดิจิทัลวันละ 3 ครั้ง และเช็คอิน/เข้า-ป้าย เช็คอิน/เย็น

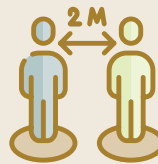


มาตรการลดความเสี่ยงโรคโควิด-19



รถบริการพนักงาน

- ติดตั้งเครื่องฆ่าเชื้อภายในรถ
- สวมหน้ากากอนามัยเสมอ
- ล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์



ห้องอาหาร

- จัดให้มีจุดคัดกรอง
- เว้นระยะห่างการยืนซื้อสินค้า
- ติดตั้งแผงกั้นบนโต๊ะอาหาร
- สแกน QR Code ชำระค่าอาหาร
- จัดให้มีจุดรับ-ส่งอาหารสำหรับบุคคลภายนอก



ลิฟต์โดยสารและพื้นที่ในอาคาร

- จัดระยะห่างไม่น้อยกว่า 1 เมตร
- จัดวางแอลกอฮอล์หน้าลิฟต์ทุกชั้นและทุกจุดคัดกรอง



เหลือเวลาพักกลางวัน

- กำหนดเวลาพักรับประทานอาหารกลางวันเพื่อลดความแออัด



สแกน QR Code ทุกสถานที่

- เช็คอิน/เอาท์ ทุกครั้งเมื่อเข้า-ออกสำนักงาน
- สแกน QR Code ที่ติดตั้งในพื้นที่ต่าง ๆ เมื่อไปปฏิบัติงานระหว่างวัน



ห้ามบุคคลภายนอกเข้าสำนักงาน

- กำหนดพื้นที่นั่งรอสำหรับบุคคลภายนอก
- กำหนดจุดรับ-ส่งพัสดุ ไปรษณีย์ และสแกนฆ่าเชื้อด้วยเครื่อง UV ที่จุดคัดกรอง



เว้นระยะห่างโต๊ะทำงาน

- จัดหาสถานที่นั่งปฏิบัติงานของพนักงาน โดยเว้นระยะห่างไม่น้อยกว่า 1 เมตร

โครงการสำคัญ

เสริมสร้างความยืดหยุ่นให้แก่ธุรกิจในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19

เนื่องด้วยการระบาดของโรคโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจเป็นวงกว้าง ไทยเบฟได้มีการปรับตัวผ่านหลายช่องทางเพื่อให้ธุรกิจมีความยืดหยุ่น และดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง เช่น โออิชิกรุ๊ป ได้เปิดตัวโปรโมชันในระบบสั่งอาหารแบบออนไลน์ เพื่อลดการสัมผัส ช่วยป้องกันการแพร่ระบาด แม้ว่าการะบาดของโรคโควิด-19 จะทำให้เกิดข้อจำกัดในการรับประทานอาหารในร้าน แต่ขณะเดียวกันตลาดจัดส่งอาหาร (food delivery) ได้เติบโตขึ้นอย่างมาก ในช่วงสองปีที่ผ่านมา ไทยเบฟได้เล็งเห็นโอกาสจึงได้เปิดให้บริการแพลตฟอร์มการสั่งซื้อออนไลน์ที่มีชื่อว่า Shopteenee (<https://www.shopteenee.com>) เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถสั่งซื้อสินค้าจากแบรนด์และร้านอาหารในเครือไทยเบฟได้โดยสะดวก นอกจากนี้ในช่วงล็อกดาวน์ที่ร้านอาหารในห้างสรรพสินค้าไม่สามารถเปิดให้บริการได้ โออิชิและเคเอฟซีได้ริเริ่มธุรกิจรถบรรทุกขายอาหารเคลื่อนที่ (food truck) และทางด้านเคเอฟซีได้ดำเนินการเปิดสาขาออกห้างสรรพสินค้า (Stand alone) และแบบ drive-thru มากกว่าในห้างสรรพสินค้า ในเดือนธันวาคม 2563 ได้มีการเปิดตัว "OISHI Food Truck" จำหน่ายเมนูอาหารญี่ปุ่นยอดนิยมที่เน้นการส่งกลับบ้านในราคาไม่แพง รถขายอาหารเคลื่อนที่นี้ได้มีการเคลื่อนย้ายไปตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อเป็นทางเลือกในการรับประทานอาหารที่สะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงได้ง่าย

ในขณะเดียวกันร้านอาหารยังได้ดำเนินการมาตรการตามแนวทางของกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด เพื่อตอบสนองต่อมาตรการของรัฐบาลในการควบคุมการแพร่กระจายของโรคโควิด-19 จำกัดพื้นที่ให้บริการรับประทานอาหารในร้านอาหารลดลง 50-60% และ



สนับสนุนให้ลูกค้าใช้ QR Code แทนเมนูที่เป็นรูปเล่ม สั่งอาหารจากโทรศัพท์มือถือ เป็นการลดการสัมผัสในกระบวนการสั่งอาหาร

การมีส่วนร่วมด้านสาธารณสุข และความเป็นอยู่ที่ดีของสังคมโดยรวม

ไทยเบฟร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่ายทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี ป้องกันการแพร่กระจายของโรคโควิด-19 โดยไทยเบฟผลักดันให้เกิดการจัดตั้งศูนย์บริการฉีดวัคซีนโรคโควิด-19 นอกสถานพยาบาล

นอกจากนี้ เพื่อรับมือต่อการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ไทยเบฟยังได้สนับสนุนผลิตภัณฑ์เจลแอลกอฮอล์มากกว่า 1.4 ล้านลิตร หน้ากากอนามัยมากกว่า 9.3 ล้านชิ้น และหน้ากาก N95 มากกว่า 240,000 ชิ้น และจัดทำกรมธรรม์ประกันภัยโรคโควิด-19 ให้แก่ผู้ปฏิบัติงานในสถานพยาบาลทั่วประเทศ

ขับเคลื่อนด้วยวิสัยทัศน์ PASSION 2025

จากมาตรการและการประสานงานระหว่างองค์กรกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก ส่งผลให้ไทยเบฟสามารถรับรองความปลอดภัยของพนักงาน ผ่านระบบเตือนภัยที่ให้ข้อมูลในการหลีกเลี่ยงพื้นที่เสี่ยงทั่วประเทศ ความสำเร็จนี้เป็นหนึ่งในความสำเร็จของการใช้กลยุทธ์หลักของธุรกิจไทยเบฟ "PASSION 2025"

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

98% ของพนักงานมีการลงทะเบียนดิจิทัลและทำแบบประเมินโควิด-19 ผ่านแอปพลิเคชัน Beverest Life เป็นประจำทุกวัน

จัดสรรและส่งมอบแอลกอฮอล์ 72% จำนวน **1.4** ล้านลิตร และหน้ากากอนามัยกว่า **9** ล้านชิ้น

สนับสนุนงบประมาณ **57.18** ล้านบาท ในการจัดตั้งศูนย์ฉีดวัคซีน **4** แห่ง

ส่งมอบวัคซีน **230,000** โดส แก่ศูนย์ฉีดวัคซีนโรคโควิด-19 นอกโรงพยาบาล **2** แห่ง

ไทยเบฟให้การสนับสนุนศูนย์ฉีดวัคซีน และองค์กรทางการแพทย์แล้วกว่า **1,500** แห่ง รวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจอีกกว่า **5,600** ราย ในการจัดหาเวชภัณฑ์ และสนับสนุนการบริการฉีดวัคซีนแก่ข้าราชการ และบุคลากรทางการแพทย์ด้านหน้า เช่น แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ อาสาสมัครสาธารณสุข และบุคลากรทางการศึกษา ด้วยตระหนักว่ากลุ่มคนเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการปกป้องสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน และปฏิบัติหน้าที่ต่อสังคม และให้บริการต่อสาธารณะอย่างต่อเนื่อง

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

การระบาดใหญ่ของโรคโควิด-19 ได้เปลี่ยนวิธีคิดของบริษัทต่าง ๆ ในเรื่องการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน โดยมุ่งเน้นที่การเปลี่ยนจากประสิทธิภาพเป็นความยืดหยุ่นแทน การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานทั่วโลกได้รับผลกระทบอย่างมากจากการเปลี่ยนแปลงด้านกฎระเบียบและความไม่แน่นอนในการดำเนินงานท่ามกลางการระบาดของโรคโควิด-19 บริษัทต่าง ๆ ล้วนต้องประสานงานอย่างใกล้ชิดกับคู่ค้าเพื่อปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ เพื่อให้เกิดผลกระทบด้านลบน้อยที่สุด ความยืดหยุ่นที่เพิ่มขึ้นนั้นทำให้เกิดประโยชน์ไม่เพียงแต่ในช่วงการระบาดใหญ่ แต่รวมถึงหลังสถานการณ์คลี่คลายลง ในรูปแบบของความยั่งยืนในการดำเนินงานที่ครอบคลุมขึ้น

เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์และบริการทั้งหมดมาจากกระบวนการจัดซื้อจัดหาที่มีมาตรฐานและมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมตลอดห่วงโซ่คุณค่า ไทยเบฟให้ความสำคัญกับการร่วมมือกับคู่ค้า โดยการบังคับใช้นโยบายการจัดซื้อจัดหาที่ยั่งยืนและรักษามาตรฐานสูงสุด ควบคู่ไปกับการบริการส่งมอบที่ได้มาตรฐาน นอกเหนือจากกระบวนการประเมินคู่ค้าและกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับคู่ค้าแล้วนั้น ไทยเบฟได้พัฒนากลยุทธ์ และระบบในการจัดซื้อจัดหาและสร้างความต่อเนื่องทางธุรกิจ เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบด้านลบเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงการระบาดใหญ่ของโรคโควิด-19



แนวทางการบริหารจัดการ

ไทยเบฟปฏิบัติตามแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเคร่งครัด ดังนี้

1. การบังคับใช้แนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าของไทยเบฟกับคู่ค้าทั้งหมด นอกจากนี้ ยังมีการดำเนินการตามนโยบายการจัดซื้อจัดหาอย่างยั่งยืนเพื่อให้มั่นใจได้ว่าวัตถุดิบหลักทางการเกษตรทั้งหมดได้รับการสรรหาจากแหล่งที่มีความรับผิดชอบ
2. ระบุคู่ค้ารายสำคัญและวัตถุดิบสำคัญ (critical suppliers and critical materials) รวมถึงการจัดทำแผนบรรเทาความเสี่ยงและบริหารจัดการความสัมพันธ์กับคู่ค้า
3. ใช้มาตรการจัดการความเสี่ยงด้านความยั่งยืน ตามความสำคัญของคู่ค้า ซึ่งรวมถึง: 1) การตรวจสอบประเมินคู่ค้า สถานประกอบการ โดยผู้ทวนสอบภายในหรือภายนอก 2) การประเมินคู่ค้าผ่านระบบ

Supplier Life Cycle Management (SLCM) และ 3) การใช้ฐานข้อมูลจากองค์กรอิสระประเมินความเสี่ยงคู่ค้าและติดตามผลผ่านระบบ CROSS Supplier Risk Management (SRM)

4. มีขั้นตอนในการทบทวนผลการดำเนินงานของคู่ค้าและกำหนดกระบวนการตรวจสอบอย่างต่อเนื่องเพื่อระบุแนวทางการพัฒนาและจัดทำแผนการพัฒนาคู่ค้า
5. ให้คุณค่าแก่คู่ค้าที่มีผลการดำเนินงานอันเป็นเลิศผ่านโครงการประกาศเกียรติคุณคู่ค้าประจำปี เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน

ในปีนี้ ไทยเบฟได้ต่อยอดความมุ่งมั่นในการพัฒนาการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างขีดความสามารถและการแบ่งปันแนวปฏิบัติอันเป็นเลิศด้านความยั่งยืน

กลยุทธ์การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน PASSION 2025

ไทยเบฟได้ยกระดับกลยุทธ์การจัดซื้อจัดหาให้สอดคล้องกับ PASSION 2025 ด้วยวิสัยทัศน์ในการเป็นผู้นำอาเซียนที่มั่นคงและยั่งยืนในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม กลยุทธ์ประกอบด้วย 5 หัวข้อหลักดังต่อไปนี้:

	วิสัยทัศน์ 2020 2015 – 2020	การยกระดับไปสู่ PASSION 2025 2021 – 2025
ศักยภาพในการเข้าถึงข้อมูล	ยกระดับความสามารถด้านดิจิทัลเพื่อปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความยั่งยืนและรับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของคู่ค้า	ผสานระบบดิจิทัลเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทันที รวมถึงการคาดการณ์ล่วงหน้าในการจัดการความเสี่ยง มูลค่าการค้า ความสามารถในการทำกำไร ประสิทธิภาพ และผลกระทบด้านความยั่งยืนที่ตรวจสอบได้ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน
ผลานความร่วมมือ	ส่งเสริมความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอกเพื่อการเติบโตร่วมกัน	ร่วมมือเพื่อขยายการนำแนวทางการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนมาใช้ และเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับภาคธุรกิจของประเทศไทย ผ่านความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและระบบดิจิทัล
การบริหารจัดการความเสี่ยงแบบบูรณาการ	พิจารณาความเสี่ยงด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากด้านการเงิน ตั้งแต่การคัดกรองคู่ค้ารายใหม่ ไปจนถึงการประเมินประสิทธิภาพของคู่ค้า	เพิ่มความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจโดยรวมและรับรองความต่อเนื่องทางธุรกิจโดยการจัดหาคู่ค้าที่มีคุณสมบัติเหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ขายวัตถุดิบที่สำคัญและวัตถุดิบทางการเกษตรหลัก โดยให้ความสำคัญกับแหล่งที่มีในท้องถิ่นและเสริมสร้างขีดความสามารถของคู่ค้าในประเทศ
การบริหารจัดการแบบรวมศูนย์	มุ่งเน้นสู่ความเป็นเลิศด้านประสิทธิภาพ การปฏิบัติตามกฎระเบียบ และความโปร่งใส	ประสานนโยบาย รูปแบบการดำเนินงาน และเทคโนโลยีการจัดซื้อจัดหาของกลุ่มในระดับสากล เพื่อเพิ่มมูลค่าสูงสุดตลอดวงจรจัดซื้อจัดหากิ่งในด้านเศรษฐกิจและความยั่งยืน
การสร้างมาตรฐาน	สร้างมาตรฐานในกระบวนการจัดหาและความเป็นมืออาชีพให้แก่บุคลากร เพื่อรองรับการเติบโตและการขยายธุรกิจ	ผสานมาตรฐานการจัดซื้อจัดหาชั้นนำ (เช่น ISO 20400 การจัดซื้ออย่างยั่งยืน) เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน และพัฒนาศักยภาพของพนักงานด้วยทักษะเฉพาะทาง และสร้างความตระหนักด้านความยั่งยืน

2564 การทิงสำคัญ

แนวทางการพัฒนาด้านดิจิทัลของคู่ค้าไทยเบฟไปสู่ความยั่งยืน

ไทยเบฟได้นำระบบการจัดซื้อจัดหาแบบดิจิทัลมาใช้แบบบูรณาการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ ประสิทธิภาพ และความโปร่งใสในการจัดซื้อ โดยรวม ครอบคลุมขั้นตอนการจัดซื้อตลอดทั้งกระบวนการ ตั้งแต่การลงทะเบียนผู้ค้ารายใหม่ การประเมินศักยภาพคู่ค้า การประกวดราคา และการตกลงซื้อขายกับคู่ค้า กระบวนการจัดทำเอกสารต่าง ๆ (การออกใบสั่งซื้อและการออกใบแจ้งหนี้) และการประเมินคู่ค้าหลังการซื้อขาย ซึ่งประกอบด้วย

- 1. Supplier Life Cycle Management (SLCM):** ระบบทำหน้าที่เสมือนทางผ่านสำหรับผู้ค้ารายใหม่ในการลงทะเบียนเป็นคู่ค้าของกลุ่มไทยเบฟ มีการกำหนดข้อบังคับให้ผู้ค้าทุกรายยอมรับและตกลงที่จะปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติสำหรับผู้ค้าของไทยเบฟ ยืนยันตัวตน และทำแบบประเมินด้านความยั่งยืน ก่อนการลงทะเบียน
- 2. CROSS Procurement:** เป็นระบบการจัดซื้อจัดหาแบบดิจิทัลที่คิดค้นขึ้นเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการจัดหา ระบบเชื่อมต่อกับ SLCM ได้อย่างไร้รอยต่อและทำหน้าที่เพิ่มเติมการจัดการให้ครบกระบวนการ บันทึกข้อมูลการซื้อสินค้าและบริการที่เกิดขึ้นตลอดการดำเนินงานของไทยเบฟได้ในทันที ทั้งนี้เพื่อให้แน่ใจว่าการจัดซื้อจัดหามีความเป็นธรรม โปร่งใส และตรวจสอบย้อนกลับได้ ประกอบด้วยหน้าที่การทำงานหลัก ได้แก่ CROSS Supplier Risk Management (SRM), CROSS Source, CROSS Contract, CROSS Buy, CROSS Purchase Order (PO), CROSS Invoice, CROSS Supplier Risk Management (SRM) และ CROSS Analytics

SLCM



ในปี 2564 ไทยเบฟได้เปิดใช้งาน CROSS PO ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่ผู้ซื้อและคู่ค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลคำสั่งซื้อ (Purchase Order หรือ PO) ทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ทันทีผ่านระบบ Supplier Life Cycle Management

ประโยชน์ที่ได้รับ



ลดต้นทุนการดำเนินงานได้
1.5 ล้านบาทต่อปี



เสริมสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ
ระหว่างไทยเบฟกับลูกค้า
โดยลูกค้าให้คะแนนความพึงพอใจสูงถึง **80%**



ลดเวลาอย่างน้อย **50%**
ในกระบวนการสั่งซื้อ
แบบครบวงจร
ตั้งแต่ผู้ซื้อไปจนถึงลูกค้า

ลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในกระบวนการจัดซื้อจัดหา

มีการปรับใช้กระบวนการที่รักษ์โลก โดยลดการใช้กระดาษ ซึ่งรวมถึงการใช้หมึกและตลับหมึก และผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการขนส่ง ได้แก่ ลดปริมาณการใช้เชื้อเพลิง ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จากการลดขั้นตอนการเดินทางเพื่อรับสำเนาคำสั่งซื้อ

การจัดซื้อจัดจ้างแบบดิจิทัลของไทยเบฟช่วยเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ในห่วงโซ่อุปทานและยกระดับมาตรฐานการจัดซื้อจัดหา โดยส่งเสริมความร่วมมือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงาน และการเชื่อมต่อออนไลน์ ประโยชน์เหล่านี้ทำให้ไทยเบฟมีข้อได้เปรียบในการจัดซื้อจัดจ้าง ทำให้สามารถบริหารจัดการความเสี่ยงตามบริษัทและสถานการณ์ปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ไทยเบฟคำนึงถึงความปลอดภัยของข้อมูลของลูกค้าและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากการรั่วไหลของข้อมูลหรือการใช้ข้อมูลของลูกค้าในทางที่ผิด ไทยเบฟใช้การจัดการความเสี่ยงทางด้านไซเบอร์ขององค์กรในการจัดการความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้าเช่นเดียวกัน เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลของลูกค้ามีการจัดการอย่างเหมาะสมและปลอดภัย

นอกจากนี้ ในปี 2564 ไทยเบฟพร้อมกับเครือข่ายธุรกิจห่วงโซ่อุปทานแห่งประเทศไทย (Thailand Supply Chain Network-TSCN) ได้เปิดใช้งานระบบ TSCN Platform (<https://thailandsupplychain.com>) เครือข่ายสังคมธุรกิจออนไลน์ที่เชื่อมโยงพันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพจากหลากหลายอุตสาหกรรมเข้าด้วยกันในแพลตฟอร์มเดียว ขับเคลื่อนโดย



ปัญญาประดิษฐ์ (AI) สร้างโอกาสทางธุรกิจมากขึ้นสำหรับสมาชิกผ่านข้อเสนอแนะการจัดคู่อุปสงค์และอุปทาน ระบบยังทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งเปิดให้เข้าถึงได้โดยสาธารณะ

ลูกค้าที่มีประสิทธิภาพสูงสามารถลงทะเบียนเป็นสมาชิกบนแพลตฟอร์มและได้รับการรับรองจากสมาชิกรายอื่น ๆ ด้วยระบบ Endorsement ของแพลตฟอร์ม เพื่อส่งเสริมธุรกิจและเพิ่มโอกาสในการจับคู่ธุรกิจ

ประโยชน์ของ TSCN Platform

เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ
ให้สมาชิก TSCN
จากข้อเสนอแนะของ AI
ในการจับคู่ธุรกิจ

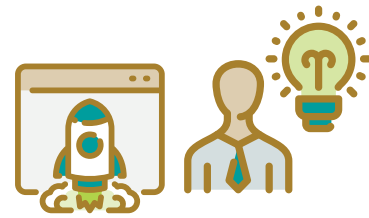
ลดต้นทุนและความเสี่ยง
ในการจัดหา เนื่องจากมีการ
คัดกรองลูกค้าที่มีศักยภาพ
ในการเป็นสมาชิก TSCN
และมีการรับรอง
จากสมาชิกรายอื่น ๆ

ช่วยให้ผู้ประกอบการ
ในประเทศเข้าถึงข้อมูลเชิงลึก
และความรู้ด้านความยั่งยืน
ได้มากขึ้น
โดยเฉพาะกลุ่ม SMEs

TSCN Platform Key Features



ลูกค้ากลุ่มกลยุทธ์ของไทยเบฟ ได้แก่ ลูกค้ารายสำคัญ (Critical Supplier) ลูกค้าที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่แน่นแฟ้น และลูกค้าที่มีปริมาณการขายและธุรกรรมจำนวนมาก ได้รับสิทธิพิเศษในการเป็นสมาชิก TSCN Platform นำร่องในเดือนสิงหาคม 2564 นอกจากนี้ไทยเบฟและ TSCN ยังวางแผนที่จะขยาย TSCN Platform ไปยังกลุ่มบริษัทเอกชนในวงกว้างขึ้น รวมทั้งกลุ่ม SMEs เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศและสนับสนุนผู้ประกอบการในประเทศรายย่อย



ผลจากโครงการนำร่อง

87% ของสมาชิกกลุ่มนำร่องจะแนะนำ TSCN Platform ให้กับลูกค้าของตนเอง

โครงการสำคัญ

• Thailand Sustainability Expo (TSX) 2021 :

ไทยเบฟร่วมกับองค์กรชั้นนำด้านความยั่งยืน ได้แก่ บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) พร้อมด้วยสมาชิก Thailand Supply Chain Network (TSCN) จัดกิจกรรม Thailand Sustainability Expo (TSX) ในรูปแบบการจัดนิทรรศการออนไลน์แบบเสมือนจริง (Virtual Expo) ซึ่งได้รับความสนใจและการตอบรับเป็นอย่างดี ผ่านช่องทางออนไลน์ตลอดการจัดงานตลอดระยะเวลาจัดกิจกรรม 11 วัน ระหว่างวันที่ 30 กันยายน - 10 ตุลาคม พ.ศ. 2564 ไทยเบฟร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจทั้งภาครัฐและเอกชน 25 ราย จัดนิทรรศการออนไลน์ "Partnerships for the Goals" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ TSX 2021 เพื่อแสดงให้เห็นถึงแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนจากแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม

โดยเปิดให้รับชมได้โดยสาธารณะ ทั้งลูกค้าและประชาชนทั่วไป วัตถุประสงค์หลักคือการเน้นย้ำถึงความจำเป็นที่ลูกค้าจะปรับใช้และบูรณาการเรื่องความยั่งยืนเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจ และในขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสให้แก่ลูกค้าทางธุรกิจที่มีพันธกิจในการดำเนินธุรกิจของตนอย่างยั่งยืน ในการส่งเสริมและแสดงจุดเด่นของธุรกิจตนเอง นิทรรศการยังคงเปิดให้รับชมได้โดยสาธารณะผ่านเว็บไซต์อย่างเป็นทางการของ TSX (tsx2021.thaيلandsustainabilityexpo.com) กิจกรรมสำคัญอื่น ๆ ในงาน TSX 2021 สำหรับลูกค้าของไทยเบฟ คือ นิทรรศการออนไลน์ TSCN Platform ซึ่งถือเป็นการเปิดใช้งานระบบ TSCN Platform อย่างเป็นทางการ รวมถึงหน้าที่การทำงานของระบบและประโยชน์ที่ทุกพันธมิตรทางธุรกิจได้รับจากการใช้งานระบบ และกิจกรรมประกาศรายชื่อลูกค้าที่ได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณลูกค้าประจำปี 2564 (ThaiBev Business Partner Awards 2021) ผ่านการถ่ายทอดสดทางออนไลน์ในช่วง Commitment Day วันที่ 10 ตุลาคม พ.ศ. 2564 เพื่อเชิดชูพันธมิตรทางธุรกิจที่มีผลงานโดดเด่นทั้งในด้านการค้าและความยั่งยืนต่อสาธารณชน



• โครงการประกาศเกียรติคุณคู่ค้าประจำปี 2564 (ThaiBev Business Partner Awards 2021)

รางวัลประจำปีนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคู่ค้าความสามารถในการแข่งขันของภาคเอกชน การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และนวัตกรรม ผู้เข้าร่วมโครงการประกอบด้วย คู่ค้ากลุ่มกลยุทธ์ของไทยเบฟ ซึ่งรวมถึงคู่ค้ารายสำคัญ คู่ค้าที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่แน่นแฟ้น และคู่ค้าที่มีปริมาณการขายและธุรกรรมจำนวนมาก โครงการนี้ครอบคลุม 3 กลุ่มธุรกิจของไทยเบฟ ได้แก่ ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ธุรกิจเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และธุรกิจอาหารที่เพิ่มเติมเข้ามาเป็นกลุ่มล่าสุดในปี 2564 เพื่อให้แน่ใจว่าคู่ค้าจากหลากหลายกลุ่มได้รับโอกาสอย่างเท่าเทียมกัน คู่ค้าผู้จำหน่ายสินค้าวัสดุหลัก (Direct Material) และวัสดุรอง (Indirect Material) ได้รับเชิญให้เข้าร่วมโครงการ อาทิ ผู้ขายบรรจุภัณฑ์ สินค้าโภคภัณฑ์ ผู้รับเหมาก่อสร้าง ผู้ขายเครื่องจักร ผู้ให้บริการ และกลุ่มอื่น ๆ คู่ค้าที่ได้รับรางวัลเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงมาตรฐานความเป็นเลิศและถือเป็นแบบอย่างในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน รางวัลประกอบด้วยสามระดับ ได้แก่ Silver Gold และ Platinum



ตั้งแต่ปี 2563 ไทยเบฟได้บรรจุปัจจัยความยั่งยืนเป็นส่วนหนึ่งของเกณฑ์การพิจารณามอบรางวัล ในปี 2564 ผู้เข้าร่วมโครงการต้องมีการจัดทำและบังคับใช้จรรยาบรรณสำหรับคู่ค้าของตนเอง มีการริเริ่มโครงการในองค์กรที่มีผลลัพธ์ด้านความยั่งยืนที่วัดผลได้ และมีกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับประโยชน์ มีการประเมินตนเองด้านความยั่งยืน และมีการระบุคู่ค้ารายสำคัญของตน

ผลลัพธ์



22% ของคู่ค้าที่ได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณคู่ค้าได้แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาในด้านคุณภาพ ด้านพาณิชย์ การส่งมอบสินค้า นวัตกรรม และความยั่งยืน

คู่ค้า 9 รายได้รับรางวัลระดับ Platinum

(ต้องได้รับรางวัลระดับ Gold เป็นเวลาสามปีติดต่อกัน) ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 5 รายในปี 2563



56% ของคู่ค้ากลุ่มกลยุทธ์จากโครงการประกาศเกียรติคุณคู่ค้าของไทยเบฟ มีการจัดทำและบังคับใช้จรรยาบรรณสำหรับคู่ค้าของตนเอง



มีผู้เยี่ยมชมกิจกรรมออนไลน์ Partnership for the Goals มากกว่า **14,000** ราย



มีสมาชิก TSCN Platform เพิ่มขึ้น **35%** ระหว่างการเปิดใช้งานระบบในงาน TSX 2021

ขับเคลื่อนด้วยวิสัยทัศน์ PASSION 2025

ด้วยความร่วมมือ การสร้างการมีส่วนร่วม และนวัตกรรม ในปี 2564 ไทยเบฟส่งเสริมให้คู่ค้าทุกรายมีการเติบโตในด้านความยั่งยืนในระดับที่สูง (ผสานความยั่งยืนเข้ากับนโยบายธุรกิจและการดำเนินงานด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่ตรวจสอบย้อนกลับได้) นอกจากนี้ยังตรวจสอบให้มั่นใจได้ว่า การเติบโตดังกล่าวของคู่ค้าสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของไทยเบฟ อันเป็นการส่งเสริมโอกาสทางธุรกิจให้แก่คู่ค้าทุกราย ในอนาคต ไทยเบฟอยู่ในระหว่างการเปลี่ยนแปลงการจัดซื้อจัดหาให้เป็นรูปแบบการให้บริการร่วม หรือ Shared Service ในระดับสากล โดยปฏิบัติตามนโยบายการจัดซื้อจัดหาและรูปแบบการดำเนินงานที่สอดคล้องกันทั้งกลุ่ม เพื่อที่จะขับเคลื่อนให้เกิดประโยชน์ โดยการปฏิบัติตามระเบียบและนโยบายในระดับบุคคล โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 5 เรื่อง ได้แก่ ด้านบุคลากร องค์กร กระบวนการ นโยบาย และเทคโนโลยี

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

ผลานความร่วมมือสู่การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

- ไทยเบฟได้คิดสรรคู้ค้าที่มีวัตถุประสงค์คุณภาพสำหรับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และการผลิตอาหาร ผ่านกระบวนการจัดซื้อจัดหาที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานชั้นนำระดับโลก เช่น BonSucro, SEDEX, RSPO, SAI Platform, UTZ เป็นต้น วัตถุประสงค์หลักทางการเกษตรของไทยเบฟ ได้แก่ ข้าวอมลต์ น้ำตาล ปลายข้าว น้ำมันปาล์ม และใบชา ไทยเบฟได้กำหนดระเบียบปฏิบัติในการจัดหาวัตถุดิบหลักเหล่านี้จากคู้ค้าที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนด โดยจะต้องดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับมาตรฐานชั้นนำดังกล่าว ข้อกำหนดนี้บังคับใช้ในกระบวนการจัดซื้อจัดหาดังต่อไปนี้ การคัดเลือกคู้ค้า การประกวดราคา และการประเมินคู้ค้าหลังการขาย
- ไทยเบฟมีความมุ่งมั่นในการทำงานร่วมกับคู้ค้า รวมไปถึงเกษตรกร เพื่อช่วยบรรเทาผลกระทบ จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและภัยธรรมชาติ ซึ่งส่งผลกระทบต่อปริมาณและราคาของวัตถุดิบทางการเกษตร ตลอดจนรายได้และคุณภาพชีวิตของเกษตรกรโดยรวม

ความยืดหยุ่นของธุรกิจและการบริหารความเสี่ยง

- ไทยเบฟคำนึงถึงปัจจัยด้านความยั่งยืนในทุกด้านของกระบวนการจัดซื้อจัดหาและกำหนดให้คู้ค้าปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติสำหรับคู้ค้าและมีการคัดกรองคู้ค้าอย่างเข้มงวด ตามหลักเกณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล และกระบวนการประกันคุณภาพ ซึ่งบังคับใช้กับคู้ค้าทั้งหมดของไทยเบฟ ไทยเบฟยังกำหนดเกณฑ์ด้านความยั่งยืนในการคัดเลือกคู้ค้า ขั้นตอนการเสนอราคา และการประเมินผลการดำเนินงานของคู้ค้าหลังการขาย
- ไทยเบฟมีกระบวนการระบุคู้ค้ารายสำคัญเป็นรายปี เพื่อพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับคู้ค้า ควบคู่กับการจัดลำดับความสำคัญในการใช้ทรัพยากรและการบริหารความเสี่ยงของคู้ค้า ปัจจัยที่ใช้ระบุคู้ค้าที่สำคัญ ได้แก่ ระดับการเติบโตด้านความยั่งยืนของคู้ค้า เป้าหมายทางธุรกิจของคู้ค้า (และความสอดคล้องกับเป้าหมายของไทยเบฟ) คู้ค้าที่จำหน่ายวัตถุดิบสำคัญ คู้ค้าที่ไม่สามารถทดแทนได้ และระดับการพึ่งพาซึ่งกันและกันระหว่างไทยเบฟและคู้ค้า ซึ่งช่วยให้ไทยเบฟสามารถระบุและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการจัดซื้อจัดหาตลอดห่วงโซ่อุปทาน

การพัฒนาศักยภาพสำหรับคู้ค้าในประเทศ

- ในปี 2564 การจัดซื้อจัดหาของไทยเบฟ 97% มาจากคู้ค้าในประเทศ ตามนโยบายส่งเสริมการจัดหาจากการดำเนินธุรกิจ ในบริเวณใกล้เคียงเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ไทยเบฟตั้งเป้าที่จะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วยการลดระยะทางในการขนส่งและการใช้เชื้อเพลิงให้เหมาะสม และลดมลภาวะ นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มการกระจายรายได้และการสร้างงานระหว่างคู้ค้า SME และในชุมชนโดยรวม

- ไทยเบฟพัฒนาศักยภาพของคู้ค้าในประเทศผ่านโครงการประกาศเกียรติคุณคู้ค้า การแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน และการสร้างการมีส่วนร่วมในโครงการความยั่งยืนต่าง ๆ ซึ่งช่วยให้ไทยเบฟมีแหล่งขายทางเลือกในการจัดหามากขึ้นและบรรเทาความเสี่ยงจากปริมาณวัตถุดิบที่จำกัด รวมถึงความเสี่ยงในการนำเข้าวัตถุดิบและบริการ รวมถึงความล่าช้าในการขนส่ง และการหยุดชะงักของการดำเนินธุรกิจ

ประสิทธิภาพและความคืบหน้าในปี 2564

1. 100% ของคู้ค้าปัจจุบันต้องยอมรับและปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติสำหรับคู้ค้าของไทยเบฟ
2. 97% ของคู้ค้าที่ไทยเบฟจัดหาสินค้าและบริการเป็นคู้ค้าภายในประเทศ
3. 100% ของคู้ค้ารายใหม่ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืน
4. 100% ของคู้ค้ารายสำคัญได้รับการตรวจสอบประเมิน ณ สถานที่ประกอบการ
5. 100% ของวัตถุประสงค์หลักทางการเกษตรผ่านกระบวนการจัดหาอย่างมีความรับผิดชอบ

มาตรการรับมือวิกฤตโควิด-19

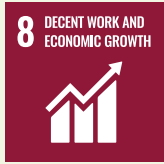
ร่วมมือกับคู้ค้าของเราเพื่อจัดการความเสี่ยงด้านความต่อเนื่องทางธุรกิจในห่วงโซ่อุปทาน

กลุ่มไทยเบฟได้ติดตามวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อย่างระมัดระวังตั้งแต่แรกเริ่ม เพื่อให้มั่นใจว่าเราสามารถรับมือกับสถานการณ์และผลกระทบที่มีต่อธุรกิจได้อย่างเหมาะสม ไทยเบฟทำงานอย่างใกล้ชิดกับคู้ค้าเพื่อประเมินความพร้อมในการรับมือวิกฤตต่าง ๆ หรือการหยุดชะงักที่อาจเกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทาน เช่น มาตรการปิดการเดินทางเข้าออกโรงงาน การระงับการขนส่ง และอื่น ๆ

ไทยเบฟให้ความสำคัญกับคู้ค้ารายสำคัญและผู้ขายวัตถุดิบที่สำคัญ ซึ่งดำเนินการในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อสูง (พื้นที่สีแดงเข้ม) หมายถึงคู้ค้าที่อยู่ในพื้นที่มีโอกาสสัมผัสโรคโควิด-19 สูงและมีจำนวนผู้ติดเชื้อสูง บริษัทประสานงานกับคู้ค้ากลุ่มดังกล่าว เพื่อบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ (เช่น รักษาระดับปริมาณสินค้าคงคลังที่เพียงพอของวัตถุดิบหลัก จัดทำแผนการส่งมอบจากสถานประกอบการสำรอง เป็นต้น) นอกจากนี้ ไทยเบฟยังกำหนดให้คู้ค้าดำเนินการมาตรการป้องกันเพื่อช่วยรักษาสุขภาพและป้องกันความปลอดภัยของพนักงานของตนเอง

ตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

ไทยเบฟริเริ่มเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมก่อตั้ง Thailand Supply Chain Network (TSCN) พัฒนาระบบ CROSS - Procurement รวมถึงโครงการประกาศเกียรติคุณผู้ค้า และการจัดซื้อจัดหาลiefer จากผู้ค้าในประเทศสอดคล้องกับ



เป้าหมาย 8: งานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ

เป้าหมาย 12: การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน

เป้าหมาย 17: การร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน



ไทยเบฟมุ่งมั่นที่จะขยายแนวทางการดำเนินธุรกิจที่ดีสำหรับชุมชน และเศรษฐกิจที่เท่าเทียมกันและเข้าถึงทุกคน

8.2 บรรลุการผลิตภาพทางเศรษฐกิจในระดับที่สูงขึ้นผ่านการสร้างความหลากหลาย การยกระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงการมุ่งเน้นภาคการผลิตที่มีมูลค่าเพิ่มสูง และใช้แรงงานเป็นหลัก (Labour-intensive)

8.4 ปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรของโลกในการบริโภคและการผลิตอย่างต่อเนื่อง และพยายามที่จะแยกการเติบโตทางเศรษฐกิจออกจากความเสี่ยงโทรมของสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นไปตามกรอบการดำเนินงาน 10 ปี ว่าด้วยการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน โดยมีประเทศที่พัฒนาแล้วเป็นผู้นำในการดำเนินการไปจนถึงปี 2573

12.6 สนับสนุนให้บริษัท โดยเฉพาะบริษัทข้ามชาติและบริษัทขนาดใหญ่ รับแนวปฏิบัติที่ยั่งยืนไปใช้ และบูรณาการข้อมูลด้านความยั่งยืนไว้ในรอบการรายงานของบริษัทเหล่านั้น

12.7 ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐที่ยั่งยืน ตามนโยบายและการให้ลำดับความสำคัญของประเทศ

17.16 ยกระดับหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยร่วมเติมเต็มโดยหุ้นส่วนความร่วมมือจากภาคส่วนที่หลากหลาย ซึ่งจะระดมและแบ่งปันความรู้ ความเชี่ยวชาญเทคโนโลยี และทรัพยากรทางการเงิน เพื่อจะสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกประเทศ โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา

17.17 สนับสนุนและส่งเสริมหุ้นส่วนความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาครัฐ-ภาคเอกชน และประชาสังคม สร้างบนประสบการณ์และกลยุทธ์ด้านทรัพยากรของหุ้นส่วน

ก้าวสู่ปี 2568

ก้าวไปข้างหน้า

ไทยเบฟให้คำมั่นว่าจะประเมินผู้ค้าที่ขายสินค้าให้โดยตรง (Tier 1 Suppliers) **100%** อย่างสม่ำเสมอ และเพิ่มจำนวนผู้ค้าที่ดำเนินการประเมินทางออนไลน์ภายในปี 2568 เพื่อให้เข้าใจถึงความเสี่ยงโดยรวมขององค์กรได้ดีขึ้น และเพื่อจัดการทรัพยากรและพัฒนาผู้ค้าอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ไทยเบฟตั้งเป้าที่จะจัดหาวัตถุดิบทางการเกษตรที่สำคัญ

100% อย่างมีความรับผิดชอบ (เช่น ข้าวหอมมะลิและอีโพลี น้ำตาล ปลายข้าว ใบชา และน้ำมันปาล์ม) ภายในปี 2568

เป้าหมายและโครงการ 2573

100% ของผู้ค้ากลุ่มกลยุทธ์จัดทำ และบังคับใช้จรรยาบรรณสำหรับผู้ค้าของตนเอง

100% ของผู้ค้าที่ได้รับการประเมิน และตรวจสอบด้านความเสี่ยงทางความยั่งยืนโดยองค์กรอิสระ

ไทยเบฟมุ่งมั่นที่จะประเมินและตรวจสอบผู้ค้าที่ใช้งานอยู่ **100%** โดยใช้องค์กรอิสระหรือใช้ฐานข้อมูลความเสี่ยงจากองค์กรอิสระ ประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของผู้ค้าภายในปี 2573

การบริหารความเสี่ยง

ธุรกิจในปัจจุบันต้องเผชิญกับความท้าทายหลายรูปแบบที่กระทบต่อความยั่งยืน และการเติบโตทางธุรกิจ ทั้งการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภัยคุกคามและช่องโหว่ทางเทคโนโลยีใหม่ ๆ ล้วนเป็นความท้าทายที่มีลักษณะเฉพาะ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มทั่วโลกได้เผชิญกับภาวะชะงักงันครั้งใหญ่ในระบบห่วงโซ่อุปทาน ควบคู่ไปกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างรวดเร็วและความต้องการใช้สินค้าของผู้บริโภคในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ถึงแม้สินค้าบริโภคภายในบ้านจะมีการเติบโตสูงมาก แต่การใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการนอกบ้านยังคงชะงัก ส่งผลให้ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มจำเป็นต้องประเมินความเสี่ยง รวมทั้งใช้กลยุทธ์ใหม่ในการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้การดำเนินธุรกิจในโลกที่เต็มไปด้วยความผันผวน ไม่แน่นอน ซับซ้อน และคลุมเครือนี้ มีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวและรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้มากขึ้น

ไทยเบฟให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงด้วยกลยุทธ์ที่เน้นแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทำให้ไทยเบฟสามารถสร้างโอกาสต่าง ๆ ปกป้องความเสี่ยงและบรรเทาผลกระทบ และตอบสนองต่อความท้าทายอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงได้รับประโยชน์สูงสุดจากการดำเนินการตามแนวทางความยั่งยืน เพื่อบรรลุเป้าหมายการเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มและอาหารในภูมิภาคอาเซียนอย่างมั่นคงและยั่งยืน



แนวทางการบริหารจัดการ

กลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงของไทยเบฟมุ่งเน้นการติดตามแนวโน้มของโลก ภาวะนิยมและข้อบังคับใหม่ ๆ ที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจ การดำเนินการของธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน การประเมินตามกรอบการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม การกำกับดูแล (ESG - Environment, Social, Governance) และการจัดการความไม่แน่นอนตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยนำแนวคิดเรื่องความเสี่ยงด้านความยั่งยืนผสานเข้ากับ "กรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กร" ของไทยเบฟ

กรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กรของไทยเบฟ สอดคล้องกับแนวทางของ COSO: Enterprise Risk Management Framework (The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) โดยมีองค์ประกอบหลักดังต่อไปนี้

1. โครงสร้างการกำกับดูแล

โครงสร้างการกำกับดูแลความเสี่ยงของไทยเบฟเริ่มต้นจากคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการชุดต่าง ๆ ไปจนถึงกลุ่มธุรกิจและสายงาน ครอบคลุมข้อมูลและคำแนะนำทั้งหมดจากคณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยง ที่ทำหน้าที่เป็นจุดสื่อสารหลักในการรวบรวมความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนที่ระบุขึ้น ผลกระทบ และโอกาสทั้งหมด เพื่อการประเมินด้านความยั่งยืนและความเสี่ยงและการบริหารจัดการทั่วทั้งบริษัทต่อไป

2. ความเข้าใจในบริบททางธุรกิจและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่เน้นแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ไทยเบฟมุ่งเน้นที่จะดำเนินธุรกิจโดยเน้นการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเป้าหมายของทุกหน่วยงานมีความสอดคล้องกัน เพื่อให้บรรลุตามกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ ไทยเบฟได้วิเคราะห์และติดตามปัจจัยเสี่ยง ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม การกำกับดูแล และแนวโน้มที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจหรือกลยุทธ์ขององค์กร เช่น ผลกระทบต่อการลงทุนเพื่อความยั่งยืนของบริษัท

3. กระบวนการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ

ไทยเบฟใช้กระบวนการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการตั้งแต่ระดับองค์กรไปจนถึงระดับปฏิบัติการ โดยรวบรวมข้อมูล ระบุและประเมินความเสี่ยงที่สำคัญ กำหนดกลยุทธ์และแนวทางอย่างเป็นระบบในการบริหารความเสี่ยง รวมถึงการสร้างโอกาส

ทางธุรกิจใหม่ ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ด้านความยั่งยืนของไทยเบฟ

4. การสื่อสาร รายงาน และประเมินผล

ไทยเบฟเน้นการสื่อสาร การรายงาน และการประเมินผลกระทบจากความเสียหายและด้านความยั่งยืน รวมถึงความสำเร็จของการจัดการในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับแผนก บริษัทย่อย สายงาน และกลุ่มธุรกิจ ไปจนถึงระดับองค์กรด้วยความชัดเจนและต่อเนื่อง มีการติดตามความคืบหน้าของโครงการด้านความยั่งยืนและกิจกรรมบริหารความเสี่ยง โดยเน้นความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อไทยเบฟและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

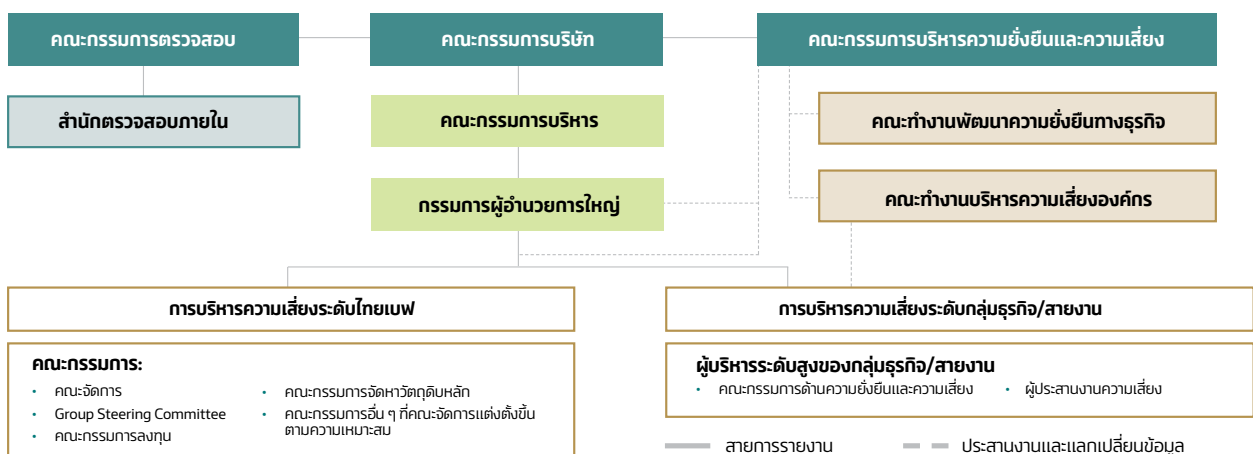
5. วัฒนธรรมด้านความยั่งยืนและการบริหารความเสี่ยง

ไทยเบฟส่งเสริมความยั่งยืนและวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงผ่านการติดตามความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง การฝึกอบรม และการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมต่าง ๆ สำหรับผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของความยั่งยืนและการบริหารความเสี่ยงเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในเรื่องเหล่านี้ นอกจากนี้ ในการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารและหัวหน้าหน่วยงาน รวมถึงการให้สิ่งจูงใจทางการเงิน เช่น ค่าตอบแทนและโบนัส มีการเชื่อมโยงกับดัชนีชี้วัดผลงานด้านความยั่งยืนและ/หรือการบริหารความเสี่ยง และสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจของวิสัยทัศน์ PASSION 2025

กรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กรของไทยเบฟ

- 01 โครงสร้างการกำกับดูแล
- 02 ความเข้าใจในบริบททางธุรกิจและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่เน้นแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- 03 กระบวนการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ
- 04 การสื่อสาร รายงาน และประเมินผล
- 05 วัฒนธรรมด้านความยั่งยืนและการบริหารความเสี่ยง

โครงสร้างการพัฒนาอย่างยั่งยืนและการบริหารความเสี่ยงของกลุ่มไทยเบฟ



แบ่งปันคุณค่า

ไทยเบฟมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนภายใต้พันธกิจ “สร้างสรรค์และแบ่งปันคุณค่าจากการเติบโต” แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บริษัทได้นำกลยุทธ์ หลักการ และแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาใช้โดยบูรณาการเข้ากับการตัดสินใจและดำเนินงานในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เพื่อให้มั่นใจถึงความสามารถในการปรับตัวและรับมือกับภาวะวิกฤตและการสร้างมูลค่าขององค์กรในระยะยาว ในการพิจารณาของคณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยง ได้มุ่งเน้นการพัฒนาการและความเป็นไปได้ที่อาจเกิดขึ้นของความเสี่ยงด้านความยั่งยืนจากเหตุการณ์หรือสภาวะความไม่แน่นอนทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม เพราะหากมีเหตุการณ์เกิดขึ้นจะก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบอย่างมีนัยสำคัญต่อบริษัท แม้ว่าการเปลี่ยนแปลงปัจจัยทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อมจะสร้างความท้าทายที่ต้องแก้ไข แต่ก็อาจนำโอกาสต่าง ๆ มาสู่บริษัทได้เช่นกัน ดังนั้น เราจึงต้องเตรียมพร้อมรับโอกาสที่เข้ามาเพื่อบรรลุเป้าหมายของการเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มในภูมิภาคอาเซียน สำหรับไทยเบฟ การบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืนเป็นกลไกสำคัญในการดำเนินธุรกิจ โดยพัฒนาความยั่งยืนควบคู่ไปกับการบริหารความเสี่ยงภายใต้กรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กร เพื่อบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนของบริษัท

ในปี 2564 คณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยงได้พิจารณาความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลที่มีนัยสำคัญต่อบริษัท เช่น ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับน้ำ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค พร้อมติดตามอย่างใกล้ชิดถึงการดำเนินการบรรเทาผลกระทบและการปรับตัว เพื่อให้มั่นใจว่าธุรกิจพร้อมรับมือกับทุกสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นได้



ประสิทธิ์ โข้วโลฤๅ

กรรมการอิสระ ประธานกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยง และประธานกรรมการตรวจสอบ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

ขับเคลื่อนด้วยวิสัยทัศน์ PASSION 2025

กลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงของไทยเบฟสอดคล้องและสนับสนุนวิสัยทัศน์ PASSION 2025 ซึ่งเป็นแผนงาน 5 ปี (2564-2568) ของไทยเบฟสำหรับการเปลี่ยนแปลงและการเติบโตของธุรกิจ โดยมุ่งเน้นแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ ความเสี่ยงและโอกาสที่อาจเกิดขึ้น

- สร้างขีดความสามารถและโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ด้วยการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อยกระดับรูปแบบธุรกิจและบริการ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ และช่องทางการขาย ตลอดจนการร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการริเริ่มด้านความยั่งยืน

- เสริมสร้างความแข็งแกร่งของสถานะการเป็นผู้นำและความสามารถในการแข่งขันในตลาดหลัก (เช่น ไทย เวียดนาม เมียนมา สิงคโปร์ และมาเลเซีย) ด้วยการสร้างห่วงโซ่คุณค่าที่ยั่งยืน นอกจากนี้ ยังได้คิดค้นและปรับเปลี่ยนกระบวนการต่าง ๆ เป็นรูปแบบดิจิทัล ตลอดจนมุ่งเน้นการบริหารตราสินค้า
- การนำศักยภาพของไทยเบฟที่มีอยู่มาก่อให้เกิดมูลค่าสูงสุดแก่ผู้ถือหุ้น ด้วยการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ สร้างมูลค่าทรัพย์สิน และพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะและศักยภาพในการปฏิบัติงาน

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

การประเมินความเสี่ยงสู่กลยุทธ์การบริหารความเสี่ยง

ภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ไทยเบฟดำเนินการทบทวนความเสี่ยงที่ระบุขึ้นเป็นประจำทุกปี ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ในด้าน ESG คือ ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล) และความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ ซึ่งทั้งหมดเชื่อมโยงกับประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนใน 3 มิติ คือ สิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ การทบทวนและประเมินความเสี่ยงประจำปีช่วยให้บริษัทสามารถกำหนดกลยุทธ์และแนวทางการบริหารความเสี่ยงขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในปี 2564 แม้ความเสี่ยงและความท้าทายต่าง ๆ ยังคงมีสาเหตุหลักจากผลกระทบอย่างรุนแรงของโรคโควิด-19 ไทยเบฟได้นำปัจจัยภายนอกและภายใน ผลกระทบของโรคโควิด-19 ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน แนวโน้มหลังการระบาดของโรคโควิด-19 รวมถึงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและเป้าหมายทางธุรกิจของไทยเบฟ เข้าร่วมในกระบวนการวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยง ซึ่งผลจากการทบทวนและประเมินความเสี่ยงชี้ให้เห็นถึงความเสี่ยงที่มีระดับความเสี่ยงเพิ่มขึ้นและความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ซึ่งมีความท้าทายที่บริษัทต้องให้ความสนใจอย่างใกล้ชิด นำมาตรการบรรเทาผลกระทบที่มีประสิทธิภาพมาใช้ รวมถึงปรับกลยุทธ์และ/หรือรูปแบบทางธุรกิจใหม่ สำหรับความเสี่ยงที่ระดับความเสี่ยงไม่มีการเปลี่ยนแปลง ไทยเบฟยังคงต้องติดตามและวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของระดับความเสี่ยงเป็นระยะ ๆ ตลอดจนยังคงดำเนินการตามแผนบริหารความเสี่ยงที่กำหนดไว้ก่อนวิกฤตโรคโควิด-19

ความเสี่ยงระดับองค์กรของไทยเบฟจากการทบทวนและประเมินผล แบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

ประเภทความเสี่ยง	(1) ความเสี่ยงเดิมที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลง	(2) ความเสี่ยงเดิมที่มีระดับความเสี่ยงเพิ่มขึ้น
ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์	<ul style="list-style-type: none"> ความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงองค์กร 	<ul style="list-style-type: none"> ความเสี่ยงด้านการลงทุนทางธุรกิจ
ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG)	<ul style="list-style-type: none"> ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับน้ำ ความเสี่ยงด้านจริยธรรมและการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ 	<ul style="list-style-type: none"> ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความเสี่ยงด้านสุขภาพและความปลอดภัยของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและโครงสร้างประชากร
ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> ความเสี่ยงจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการแข่งขันในตลาด ความเสี่ยงด้านห่วงโซ่อุปทาน ความเสี่ยงด้านการเงิน การเปลี่ยนแปลงทางกฎหมาย กฎระเบียบ ความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์และความปลอดภัยของข้อมูล
(3) ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่	<ul style="list-style-type: none"> โรคติดเชื้อที่เกิดการระบาดทั่วโลก ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงภูมิระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความเสี่ยงจากเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจมหภาคและภูมิรัฐศาสตร์ 	

(โปรดดูรายงานประจำปี 2564 ในหน้า 134-151 สำหรับคำอธิบาย ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น และการบรรเทาความเสี่ยงที่สำคัญของแต่ละหัวข้อความเสี่ยง)

การบรรเทาผลกระทบจากความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ที่สำคัญ

ไทยเบฟเล็งเห็นว่า “โรคติดเชื้อที่เกิดการระบาดทั่วโลก” และ “ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ” เป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ที่สำคัญในปี 2564 ซึ่งจะทวีความรุนแรงและถือเป็นภัยคุกคามในระยะยาวต่อความสำเร็จขององค์กร มีผลกระทบด้านความยั่งยืนและแนวทางการจัดการเพื่อบรรเทาผลกระทบรวมถึงการลงทุนเพื่อความยั่งยืน ไทยเบฟได้คาดการณ์และจำลองผลกระทบของความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ต่อธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความท้าทายได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความยืดหยุ่นทางธุรกิจ

การรับมือกับโรคติดเชื้อที่เกิดการระบาดทั่วโลก

เพื่อลดผลกระทบของโรคโควิด-19 ที่มีต่อผลประกอบการและการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว ไทยเบฟได้เปลี่ยนกลยุทธ์ทางธุรกิจและหันมาลงทุนในเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยไทยเบฟได้ร่วมกับเครือข่ายพันธมิตรในระบบห่วงโซ่อุปทาน ก่อตั้งเครือข่ายธุรกิจห่วงโซ่อุปทานแห่งประเทศไทย หรือ Thailand Supply Chain Network (TSCN) เพื่อจัดการความเสี่ยงด้านความต่อเนื่องทางธุรกิจ และการรับมือกับความท้าทายที่หลากหลายในการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ในส่วนของธุรกิจเครื่องดื่มได้พัฒนาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รูปแบบใหม่สำหรับการบริโภคที่บ้าน มีการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ และเปิดตัวเครื่องดื่มผสมวิตามินเพื่อช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้กับผู้บริโภคนอกเหนือจากเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพอื่น ๆ ธุรกิจอาหารมีการนำเสนอระบบการสั่งซื้อและจัดส่งออนไลน์โดยร่วมมือกับผู้ให้บริการจัดส่งอาหารและมีการเปิดตัว “Shopteenee.com” เว็บไซต์และแอปพลิเคชันสำหรับจัดส่งอาหารและเครื่องดื่มออนไลน์ในประเทศไทย รวมถึงการแนะนำเมนู สูตรอาหารใหม่ ๆ และวิธีการชำระเงินแบบไร้สัมผัส เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถบริโภคผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้อย่างปลอดภัย ระบบครัวแบบคลาวด์ถูกนำมาปฏิบัติเพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านการผลิตและประสิทธิภาพการทำงานของร้านอาหาร

ของบริษัท มาตรการเหล่านี้ได้ยกระดับการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทให้ดีขึ้น ในการจัดการความเสี่ยงและโอกาสที่สำคัญทางด้านสังคมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก เช่น พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า และชุมชน ไทยเบฟได้แจกหน้ากากอนามัยและแอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อให้กับพนักงาน โรงพยาบาล โรงเรียน และชุมชนที่ได้รับผลกระทบ มากไปกว่านั้น เพื่อเตรียมพร้อมรับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต บริษัทได้ลงทุนก่อตั้งศูนย์ทดสอบโรคโควิด-19 สำหรับพนักงาน พร้อมทั้งให้บริการตรวจโรคโควิด-19 ในราคาประหยัดแก่ประชาชนทั่วไป ไทยเบฟยังได้สร้างโรงงานผลิตแอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อ และหน้ากาก N95 เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์เหล่านี้ให้กับพนักงานและคู่ค้าทางธุรกิจ ในยุคหลังโควิด-19 ไทยเบฟจะยังคงมุ่งมั่นสรรค์สร้างโอกาสใหม่ ๆ ในการดำรงชีวิตที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนและการสร้างสภาพแวดล้อมซึ่งเอื้อต่อการมีสุขภาพที่ดีขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ส่งเสริมด้านการรักษาสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี ตลอดจนการเติบโตทางธุรกิจในช่วงทางดิจิทัลและช่องทางที่เข้าถึงผู้บริโภคได้โดยตรง (Direct-to-Consumers: D2C)

การรับมือกับความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงภูมิระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สามารถแบ่งออกเป็นความเสี่ยงทางกายภาพและความเสี่ยงเปลี่ยนผ่าน ความเสี่ยงทางกายภาพ ได้แก่ ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นฉับพลันจากเหตุการณ์สภาพอากาศสุดขั้ว (เช่น พายุ ภัยแล้ง น้ำท่วม และไฟป่า) และความเสี่ยงเรื้อรังจากการเปลี่ยนแปลงในระยะยาวของปริมาณน้ำฝนและอุณหภูมิที่เพิ่มสูงขึ้นและความแปรปรวนที่เพิ่มขึ้นของรูปแบบสภาพอากาศ (เช่น การเพิ่มขึ้นของระดับน้ำทะเล) ในฐานะผู้ผลิตเครื่องดื่มและอาหารชั้นนำ ไทยเบฟอาจต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่สำคัญ ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อผลผลิตทางการเกษตรตั้งแต่ต้นน้ำ ทำให้การจัดหาวัตถุดิบหยุดชะงัก ส่งผลให้ราคาวัตถุดิบเพิ่มสูงขึ้นและมีความผันผวน น้ำเป็นอีกปัจจัยสำคัญในการผลิตของไทยเบฟ ซึ่งไทยเบฟอาจได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับน้ำที่สำคัญ เช่น น้ำท่วม ภัยแล้ง และมลพิษทางน้ำ ซึ่งทั้งหมดนี้มีความสัมพันธ์กัน โรงงานผลิตหลายแห่งของไทยเบฟและ

ชุมชนโดยรอบมีแนวโน้มที่จะต้องเผชิญกับสภาพอากาศที่รุนแรงสุดขีดโดยเฉพาะการเกิดน้ำท่วม/น้ำท่วมฉับพลัน ในขณะที่โรงงานบางแห่งตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำสูง อาจประสบปัญหาการขาดแคลนน้ำจากปริมาณน้ำที่ลดลง สิ่งนี้ตรงข้ามกับปริมาณการใช้น้ำฟิวคินในปัจจุบันของโรงงานที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีเนื่องจากมีปริมาณการผลิตและการขายที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้การหมุนเวียนของน้ำเค็มเข้ามาในแม่น้ำเจ้าพระยาซึ่งเป็นแม่น้ำสายหลักของประเทศไทย ส่งผลกระทบต่อคุณภาพน้ำสำหรับการผลิตของไทยเบฟและการบริโภคในชุมชน นอกจากนี้ความเสี่ยงทางกายภาพจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแล้วยังมีความเสี่ยงจากสภาพภูมิอากาศที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำของโลกอีกด้วย ความเสี่ยงที่พบมากที่สุดเกี่ยวข้องกับการบังคับใช้และดำเนินการในด้านนโยบายและกฎหมาย การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การตอบสนองของตลาดและผลกระทบต่อชื่อเสียงขององค์กร ความล้มเหลวในการจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนในห่วงโซ่คุณค่าจะส่งผลกระทบต่อการทำงานและผลประกอบการของไทยเบฟ ในการนี้ไทยเบฟจึงได้วิเคราะห์ความเสี่ยงทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและโอกาสต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับคำแนะนำของคณะทำงานด้านการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures: TCFD)

เพื่อจัดการความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ไทยเบฟได้กำหนดกลยุทธ์ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ อาทิ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 15% การลดการใช้น้ำลง 5% และการเปลี่ยนไปใช้พลังงานหมุนเวียนอย่างน้อย 40% ของการใช้พลังงานทั้งหมดภายในปี 2568 โรงงานทุกแห่งของไทยเบฟได้ดำเนินการประเมิน

ความยั่งยืนของการใช้น้ำในด้านความเพียงพอและคุณภาพของน้ำ การเปลี่ยนแปลงของกฎหมายและข้อบังคับใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (เช่น การจัดเก็บภาษีการใช้น้ำฟิวคินและภาษีคาร์บอน) รวมถึงการสำรวจทัศนคติของชุมชนโดยรอบและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ไทยเบฟได้กำหนดและดำเนินการตามแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการจัดการน้ำและพลังงาน รวมถึงการใช้น้ำและพลังงานทั้งในระยะสั้นและระยะยาว นอกจากนี้ ไทยเบฟจะเปลี่ยนไปใช้พลังงานหมุนเวียนและพลังงานสะอาด และนำเทคโนโลยีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ในการผลิตน้ำ โดยเพิ่มความพยายามในการประหยัดพลังงานและนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ เช่น เครื่องล้างทำความสะอาดขวดแก้ว และเพื่อตอบสนองต่อความเสี่ยงทางกายภาพจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ไทยเบฟได้จัดทำแผนเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับภัยพิบัติทางธรรมชาติและวาทภัย ไทยเบฟยังได้ดำเนินโครงการอนุรักษ์น้ำ กิจกรรมการจัดการพลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในรูปแบบต่าง ๆ ที่สร้างการมีส่วนร่วมและความร่วมมือกับทุกภาคส่วนตั้งแต่ระดับชุมชนจนถึงระดับประเทศ

เพื่อป้องกันการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทานจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ไทยเบฟให้ความสำคัญกับการจัดหาอย่างยั่งยืน และดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของคู่ค้าหลักเป็นประจำทุกปี ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไปได้ของการบังคับใช้กฎหมายเพื่อบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกฎหมายว่าด้วยทรัพยากรน้ำ ไทยเบฟมีนโยบายให้โรงงานผลิตทั้ง 34 แห่งในประเทศไทยที่ตั้งอยู่ในเขตลุ่มน้ำ 12 แห่ง ร่วมกับผู้ใช้น้ำรายอื่นในลุ่มน้ำเดียวกัน จัดทำระเบียบเป็นองค์กรผู้ใช้น้ำ เพื่อรักษาผลประโยชน์ร่วมกันในการจัดการทรัพยากรน้ำในพื้นที่ให้เป็นไปตามระเบียบและข้อบังคับ รวมทั้งแนวทางและนโยบายที่คณะกรรมการลุ่มน้ำและคณะกรรมการทรัพยากรน้ำแห่งชาติได้กำหนดไว้

ตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

จากการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่และกำหนดแผนการบรรเทาผลกระทบของความเสี่ยงตั้งแต่ระยะสั้นถึงระยะกลาง ไทยเบฟจึงมีส่วนร่วมสนับสนุนในการปฏิบัติตามเป้าหมายย่อยของการพัฒนาที่ยั่งยืน ดังนี้



12.6 การส่งเสริมให้บริษัทโดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัทขนาดใหญ่และบริษัทข้ามชาติ นำแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนมาใช้ รวมถึงแสดงหรือเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนในการรายงานการพัฒนาความยั่งยืนของตน ไทยเบฟได้ร่วมมือกับองค์กรชั้นนำของไทยที่เป็นต้นแบบด้านความยั่งยืนในการจัดงานประจำปี Thailand

Sustainability Expo โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติด้านความยั่งยืน และสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของความยั่งยืนต่อสังคม

16.3 การส่งเสริมหลักนิติธรรมในระดับประเทศและระดับสากล และให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรมอย่างเท่าเทียมกัน ไทยเบฟเคารพสิทธิมนุษยชนอย่างเคร่งครัดและปฏิบัติตามกฎหมายทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ โดยใช้แนวทางการจัดการสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า นอกจากนี้ ไทยเบฟได้กำหนดช่องทางในการรายงานการกระทำที่เข้าข่ายเป็นความผิด การกระทำผิดทางอาญาหรือที่ผิดกฎหมายอื่น ๆ รวมถึงการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจหรือจรรยาบรรณของกลุ่มไทยเบฟตามที่ระบุไว้ในนโยบายการรับข้อร้องเรียน ซึ่งได้เปิดเผยและเผยแพร่ต่อสาธารณะบนเว็บไซต์ของบริษัท

ก้าวสู่ปี 2568

เป้าหมายด้านความยั่งยืนในระยะกลางและระยะยาว

ไทยเบฟได้กำหนดเป้าหมายด้านความยั่งยืนในระยะกลางและระยะยาวสำหรับการบริหารความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล เพื่อบรรลุเป้าหมายของการเป็นองค์กรที่ยั่งยืน อาทิ

ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล	การติดตามความคืบหน้าและเป้าหมายด้านความยั่งยืน
ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับน้ำ	<ul style="list-style-type: none"> ลดการใช้น้ำลง 5% ภายในปี 2568 เทียบกับปี 2562 ประเมินความยั่งยืนของการใช้น้ำสำหรับโรงงานผลิตทั้งหมด 34 แห่งในประเทศไทยภายในปี 2566 และโรงงานในต่างประเทศภายในปี 2567
ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	<p><u>การปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการใช้พลังงาน</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกใน scope ที่ 1 และ scope ที่ 2 ลง 15% ในธุรกิจเครื่องดื่มทั้งหมด ภายในปี 2568 เทียบกับปี 2562 ใช้พลังงานหมุนเวียนอย่างน้อย 40% ของการใช้พลังงานทั้งหมดต่อปี ภายในปี 2568 <p><u>การบริหารจัดการของเสีย บรรจุภัณฑ์ และเศรษฐกิจหมุนเวียน</u></p> <ul style="list-style-type: none"> เก็บกลับ 100% ของบรรจุภัณฑ์ประเภทแก้วและกระดาษของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจำหน่ายในประเทศเพื่อใช้ซ้ำหรือนำกลับมาใช้ใหม่ภายในปี 2568 100% ของบรรจุภัณฑ์หลักที่ใช้ในกระบวนการผลิต จะต้องทำมาจากวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ นำกลับมาใช้ใหม่หรือย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ ภายในปี 2568 เก็บกลับ 100% ของบรรจุภัณฑ์ประเภทขวดพลาสติก PET และอะลูมิเนียมที่จำหน่ายในประเทศ เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ภายในปี 2573 ลดปริมาณวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทอะลูมิเนียมลงทั้งหมด 2,700 ตัน ภายในปี 2573 เมื่อเทียบกับปี 2563 ที่ลดได้ 2,156 ตัน <p><u>ผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> มีผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการขึ้นทะเบียนเครื่องหมายลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint Reduction: CFR) อย่างน้อย 30% ของรายได้รวมของไทยเบฟภายในปี 2568
สังคม / ชุมชน	<p><u>การบริหารจัดการบุคลากร</u></p> <ul style="list-style-type: none"> สร้างความก้าวหน้าและโอกาสการเติบโตในสายอาชีพแก่พนักงาน สร้างการมีส่วนร่วมและทำให้พนักงานมีความผูกพันกับองค์กร ส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน <p><u>เป้าหมายการพัฒนาชุมชน</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ดำเนินการต่อเนื่องและขยายโครงการ รวมถึงริเริ่มทำสิ่งใหม่เพื่อสังคมและชุมชนใน 5 ด้านหลัก ได้แก่ การศึกษา สาธารณสุข กีฬา ศิลปะและวัฒนธรรม และการพัฒนาชุมชน เพื่อส่งเสริมความยั่งยืนของชุมชนและสิ่งแวดล้อม เช่น โครงการน้ำสะอาด การฟื้นฟูและอนุรักษ์ป่าไม้และความหลากหลายทางชีวภาพ โครงการบริจาคผ้าห่มสำหรับชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากสภาพอากาศหนาวเย็น การฟื้นฟูผู้ประสบภัยธรรมชาติ การมอบทุนการศึกษาและการบริจาค การสนับสนุนงานวิจัยทางการแพทย์ การบริจาคอุปกรณ์ทางการแพทย์ โครงการพัฒนากีฬาเพื่อเยาวชน โครงการสนับสนุนศิลปะและวัฒนธรรมแห่งชาติ และโครงการสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชน <p><u>โครงการประชารัฐวิสาหกิจ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> เครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม และประชาชนที่ดำเนินงานภายใต้แนวคิด “วิสาหกิจเพื่อสังคม” และ “เศรษฐกิจพอเพียง” เพื่อสร้างรายได้ในท้องถิ่น
การกำกับดูแล	<p><u>ด้านสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 75% ของยอดขายเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ทั้งหมด ต้องมาจากเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ภายในปี 2568 50% ของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ต้องได้รับการรับรองเป็นผลิตภัณฑ์ “ทางเลือกเพื่อสุขภาพ” ภายในปี 2568 <p><u>การจัดหาอย่างยั่งยืน</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 100% ของคู่ค้ากลุ่มกลยุทธ์มีการจัดทำและบังคับใช้จรรยาบรรณของคู่ค้าของตนเอง 100% ของคู่ค้าได้รับการประเมินและตรวจสอบความเสี่ยงด้านความยั่งยืนโดยหน่วยงานอิสระ 100% ของวัตถุดิบหลักทางการเกษตรผ่านกระบวนการจัดหาอย่างมีความรับผิดชอบ

ความปลอดภัยด้านเทคโนโลยี สารสนเทศและการรักษาความมั่นคง ปลอดภัยด้านไซเบอร์

ในอดีต ข้อมูลของบริษัทส่วนใหญ่ถูกเก็บไว้ในคอมพิวเตอร์ และแผนกเทคโนโลยีสารสนเทศมีหน้าที่รับผิดชอบในการดูแลการป้องกัน เพื่อให้มั่นใจว่าระบบทั้งหมดปลอดภัยและข้อมูลนั้นจะไม่รั่วไหลไปยังบุคคลภายนอก ทุกวันนี้ แม้แต่การรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่แข็งแกร่งที่สุดก็ยังไม่เพียงพอต่อการปกป้ององค์กร อาชญากรไซเบอร์ใช้วิธีการใหม่ ๆ ในการเล็งระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร โดยใช้พนักงานภายในองค์กร เพื่อเข้าถึงข้อมูลของบริษัทแทน

ในขณะที่โลกใช้ข้อมูลออนไลน์มากขึ้น การรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลจำเป็นต้องดำเนินการอย่างระมัดระวังและได้รับความยินยอมจากผู้ที่เกี่ยวข้องเสมอ นอกจากนี้ การเก็บข้อมูลส่วนบุคคลต้องสอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

ไทยเบฟเล็งเห็นถึงความสำคัญของการปกป้องระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กรที่เป็นหน้าที่ของพนักงานทุกคนที่ต้องให้การสนับสนุน ด้วยเหตุนี้ ไทยเบฟจึงได้ริเริ่มเปิดตัวโครงการใหม่ ๆ เพื่อให้การส่งเสริมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแก่พนักงาน กลุ่มธุรกิจ และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้แน่ใจว่า พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการปกป้องข้อมูลและความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ อีกทั้งยังไม่ละเมิดสิทธิ์ของเจ้าของข้อมูลโดยเฉพาะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในองค์กร

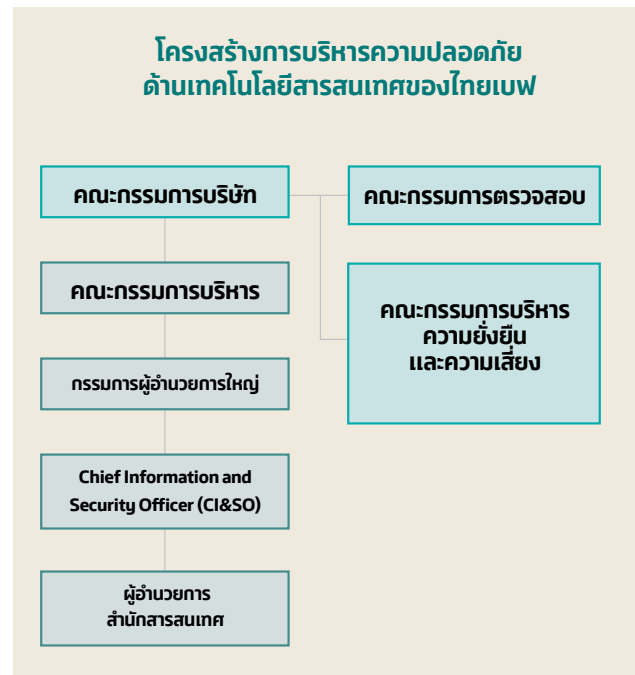


แนวทางการบริหารจัดการ

ไทยเบฟมีแนวทางการจัดการและบริหารความเสี่ยงในเรื่องความปลอดภัยทางด้านข้อมูลทางไซเบอร์และด้านอื่น ๆ ตามมาตรฐานของ ISO 27001 และ NIST Cybersecurity Framework ซึ่งเป็นกรอบการทำงานด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ เพื่อช่วยให้องค์กรสามารถวางแผนป้องกัน ตรวจสอบ และตอบสนองต่อภัยคุกคามได้อย่างรวดเร็วและเป็นระบบตามมาตรฐานสากล โดยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนสำคัญ คือ การประเมิน (Identify) การป้องกัน (Protect) การตรวจจับ (Detect) การตอบสนอง (Respond) และการฟื้นฟู (Recovery)

คณะกรรมการและผู้บริหารของไทยเบฟได้กำหนดกลยุทธ์ความปลอดภัยของเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงความปลอดภัยทางไซเบอร์และกระบวนการทั้งหมดให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่บริษัทจดทะเบียนพึงปฏิบัติ เพื่อให้แน่ใจว่า กลยุทธ์และแผนทางธุรกิจจะต้องครอบคลุมถึงเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลขององค์กร โดยมีโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการที่เป็นไปตามมาตรฐาน

นอกจากนี้ยังมีคณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยงที่กำหนดหน้าที่เป็นผู้กำกับดูแล เพื่อเตรียมความพร้อมที่จะรับมือกับความเสียหายที่เกิดขึ้นในด้านความปลอดภัยของเทคโนโลยีสารสนเทศและไซเบอร์ ซึ่งเป็นหนึ่งในความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นของไทยเบฟ พร้อมทั้งจัดตั้งคณะกรรมการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อรับรองและให้มั่นใจได้ว่า ความเสี่ยงทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทจะสามารถถูกจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับองค์กรและโอกาสทางธุรกิจจะถูกบรรเทา



กลยุทธ์

- เพิ่มการป้องกันความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศด้วยการจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและไซเบอร์ในทุกระบบของไทยเบฟ
- จัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงด้านความปลอดภัยเทคโนโลยีสารสนเทศให้เป็นหนึ่งในความเสี่ยงที่สำคัญที่สุดขององค์กร และตรวจสอบปัญหาด้านความปลอดภัยเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นระยะ ๆ ในการประชุมของคณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยงทุกครั้ง
- พนักงานทุกคนจะได้รับการฝึกอบรมในการป้องกันความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของเทคโนโลยีสารสนเทศ
- พนักงานทุกคนมีหน้าที่ปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลและปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

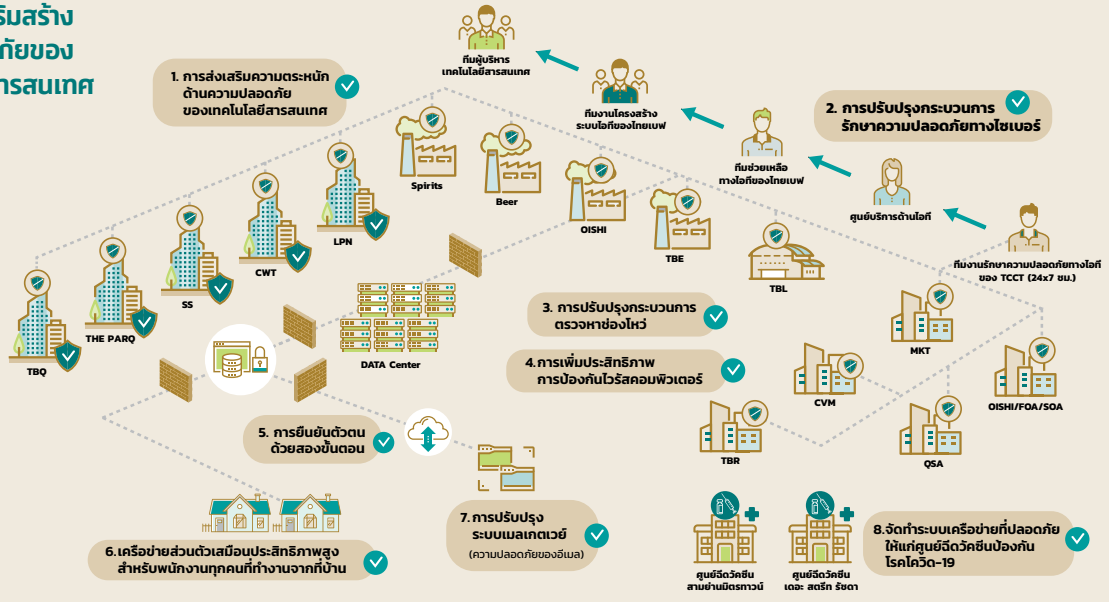
นโยบายความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ไทยเบฟได้กำหนดนโยบายความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมาตั้งแต่ปี 2563 เพื่อกำหนดทิศทาง หลักการ และกรอบการทำงานข้อกำหนดด้านการจัดการความปลอดภัยของเทคโนโลยีสารสนเทศและความปลอดภัยทางไซเบอร์ รวมถึงการสร้างความรู้ความเข้าใจในเชิงรุกให้พนักงานปฏิบัติตามนโยบาย มาตรฐาน ขั้นตอนการปฏิบัติงาน คำแนะนำ รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับระบบคอมพิวเตอร์อย่างถูกต้องและเหมาะสม



ไทยเบฟได้รับการรับรองมาตรฐานระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสำหรับเทคโนโลยีสารสนเทศ ISO/IEC 27001:2013 ในปี 2563 และ 2564

โครงการเสริมสร้างความปลอดภัยของเทคโนโลยีสารสนเทศในปี 2564



ตลอดปี 2564 ทีมงานด้านความปลอดภัยของเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้เสริมสร้างความปลอดภัยให้กับระบบคอมพิวเตอร์ขององค์กร เพื่อป้องกันการบุกรุกจากภายนอกอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการดำเนินโครงการสำคัญต่าง ๆ โดยสรุปได้ดังนี้

1. การส่งเสริมความตระหนักด้านความปลอดภัยของเทคโนโลยีสารสนเทศ

ไทยเบฟเชื่อว่า เหตุการณ์การละเมิดข้อมูลองค์กรส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับพนักงาน และเหตุการณ์ดังกล่าวสามารถหลีกเลี่ยงได้โดยการจัดฝึกอบรมด้านความปลอดภัยของเทคโนโลยีสารสนเทศแบบลงมือปฏิบัติ เพื่อให้ความรู้และวัดผลโดยการทดสอบแก่พนักงานที่ได้รับการคัดเลือกกว่า 1,600 คน ในปี 2564 ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ทั้งนี้ บริษัทจะดำเนินโครงการฝึกอบรมนี้ต่อไปเพื่อให้ครอบคลุมพนักงานไทยเบฟทั้งหมดในปี 2565

2. การปรับปรุงกระบวนการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์

ไทยเบฟได้ปรับปรุงกระบวนการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการรักษาความปลอดภัย เพื่อตรวจสอบและตรวจจับภัยคุกคามหรือความผิดปกติ ๆ ของระบบคอมพิวเตอร์ทั้งหมดภายในระบบตลอด 24 ชั่วโมง โดยระบบจะส่งการแจ้งเตือนไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยอัตโนมัติหากตรวจพบความเสี่ยง เพื่อให้ปัญหาดังกล่าวได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็วและเป็นระบบ

3. การปรับปรุงกระบวนการตรวจหาช่องโหว่

ไทยเบฟดำเนินการประเมินช่องโหว่เพื่อระบุจุดอ่อนด้านความปลอดภัยในเครือข่าย ระบบ และแอปพลิเคชันจากผู้บุกรุก นอกจากนี้ ไทยเบฟยังได้รับใบรับรอง IT Security Verification Certificate จาก Lloyd's Register International (Thailand) Limited ซึ่งเป็นหน่วยงานภายนอก ในปี 2564 เพื่อให้มั่นใจว่าการประเมินนั้นเป็นตามหลักสากลและสอดคล้องกับมาตรฐานต่าง ๆ ของโลก



4. การเพิ่มประสิทธิภาพการป้องกันไวรัสคอมพิวเตอร์

กระบวนการต่อต้านไวรัสที่ปรับปรุงดีขึ้นช่วยให้องค์กรได้รับการปกป้องอย่างเต็มที่จากผู้บุกรุก ไม่ว่าจะเป็นจุดใดในเครือข่าย เพื่อเอาชนะการโจมตีใด ๆ ด้วยการแจ้งเตือนอัตโนมัติในทุกขั้นตอนของเครือข่าย

5. การยืนยันตัวตนด้วยสองขั้นตอน (Two-Factor Authentication)

ไทยเบฟได้พัฒนาและเปิดใช้งานการยืนยันตัวตนด้วยสองขั้นตอน (Two-Factor Authentication) บนระบบอีเมลขององค์กรและเครือข่ายส่วนตัวเสมือน หรือ Virtual Private Network (VPN) เพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้กับระบบอีเมลของผู้บริหารและพนักงาน เพื่อปกป้องข้อมูลองค์กรที่มีความสำคัญสูง โดยให้ผู้ใช้ต้องทำการ

พิสูจน์ตัวตนแบบ 2 ขั้นตอนโดยใช้รหัสผ่านร่วมกับการยืนยันผ่านโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้ก่อนจะสามารถเข้าใช้ระบบของบริษัท

6. เครือข่ายส่วนตัวเสมือนประสิทธิภาพสูงสำหรับพนักงานทุกคนที่ทำงานจากที่บ้าน

ไทยเบฟได้ลงทุนและพัฒนาระบบเครือข่ายส่วนตัวเสมือน หรือ Virtual Private Network (VPN) ประสิทธิภาพสูงระบบใหม่เพื่อรองรับพนักงานทุกคนที่ทำงานนอกสำนักงานของบริษัทหรือทำงานจากที่บ้าน เพื่อให้สามารถเข้าถึงทรัพยากรของบริษัทได้อย่างปลอดภัยที่สุดในช่วงวิกฤตโรคโควิด-19 เสมือนว่าทำงานภายในบริษัท ซึ่งทุกการเข้าถึงระบบจากภายนอกบริษัทจะได้รับการป้องกันด้วยการรักษาความปลอดภัยสูงสุดและเฝ้าติดตามภัยคุกคามต่าง ๆ ตลอด 24 ชั่วโมง

7. การปรับปรุงระบบเมลเกตเวย์

ไทยเบฟได้พัฒนาและปรับปรุงระบบ Mail Gateway ที่ปกป้องพนักงานจากอีเมลที่มีไฟล์แนบที่เป็นอันตราย มัลแวร์ และไวรัสอื่น ๆ หรือแม้แต่สแปม รวมถึงอีเมลกึ่งขาเข้าและขาออก โดยใช้เทคโนโลยีขั้นสูงล่าสุดในการรักษาความปลอดภัย

8. จัดทำระบบเครือข่ายที่ปลอดภัยให้แก่นักศูนย์วิจัยวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19

ไทยเบฟได้ออกแบบและดำเนินการป้องกันความปลอดภัยของเครือข่ายระบบการลงทะเบียนวัคซีนสำหรับศูนย์วิจัยวัคซีนโรคโควิด-19 สองแห่งที่สามย่านมิตรทาวน์ และเดอะ สตรีท นอกจากนี้ ข้อมูลและความเป็นส่วนตัวทั้งหมดได้รับการคุ้มครองอย่างเข้มงวดและปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

ความสำเร็จที่สำคัญในปี 2564

นอกจาก 8 โครงการที่กล่าวมาแล้ว ไทยเบฟยังมีความสำเร็จที่สำคัญดังนี้:

- ขยายขอบเขตการรับรองมาตรฐานระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ISO/IEC 27001 ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 เพื่อให้ครอบคลุมสถานที่อำนวยความสะดวกและสถานที่สำรองข้อมูลของไทยเบฟ ซึ่งรวมถึงบัญชีผู้ใช้ระบบ (Active Directory) การจัดการความปลอดภัยทางกายภาพและสภาพแวดล้อม การจัดการอุปกรณ์เครือข่าย และการสนับสนุนบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
- ได้รับการรับรองจากหน่วยงานภายนอกองค์กรในด้านความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการวิเคราะห์

ช่องโหว่จากบริษัท Lloyd's Register International (Thailand) Limited ในปี 2564

- เพิ่มความถี่ในการทดสอบแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจขององค์กร (Business Continuity Plan) จากหนึ่งครั้งต่อปีเป็นสองครั้งต่อปี เริ่มตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นไป



0% ติดไวรัสคอมพิวเตอร์ในปี 2564



ทดสอบแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ **2** ครั้งต่อปี

เป้าหมายในปีงบประมาณ 2565

- ตรวจสอบความเสี่ยงระดับองค์กรด้านความปลอดภัยทางเทคโนโลยีสารสนเทศให้เป็นไปตามนโยบายความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
- จัดให้มีการฝึกอบรมความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้แก่ 100% ของผู้ใช้ (ด้วยคะแนนการทดสอบผ่าน 80% ขึ้นไป) และจัดการฝึกอบรมการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลแก่พนักงานทุกคน เพื่อให้ทุกคนปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลภายในปี 2565
- ขยายขอบเขตการรับรองมาตรฐานระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ISO/IEC 27001 ให้ครอบคลุมสาขาย่อยขององค์กรเพิ่มขึ้น
- กำหนดให้การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลเป็นส่วนหนึ่งของดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (Key Performance Indicator) ของพนักงาน
- ปรับปรุงกระบวนการร้องเรียนด้านการรักษาความปลอดภัยของเทคโนโลยีสารสนเทศและการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลให้มีการเพิ่มส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูล

ตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

16.6 พัฒนาสถาบันที่มีประสิทธิภาพ มีความรับผิดชอบ และโปร่งใสในทุกระดับ



ก้าวสู่ปี 2568

- ขยายขอบเขตการรับรองมาตรฐานระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ISO/IEC 27001 ให้ครอบคลุมกลุ่มบริษัทไทยเบฟทั้งหมด
- ใช้งาน ThaiBev Global IT Security Platform และยกระดับโครงสร้างพื้นฐานดังกล่าวให้ใช้กับบริษัทในเครือ
- พัฒนาความปลอดภัยของโครงสร้างระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง ด้วยการลงทุนในโครงสร้างระบบเครือข่ายที่สามารถปรับขนาดได้และเพิ่มส่วนของความปลอดภัย รวมถึงการยกระดับของหลักปฏิบัติด้านความปลอดภัยเพื่อป้องกันการโจมตีที่อาจเกิดขึ้น



ใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อม

ไทยเบฟตระหนักดีว่าการปกป้องคุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาความยั่งยืน ไทยเบฟจึงมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนและสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อประยุกต์ใช้ในการจัดการพลังงานน้ำ ตลอดจนวัสดุบรรจุภัณฑ์และของเสีย เพื่อลดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

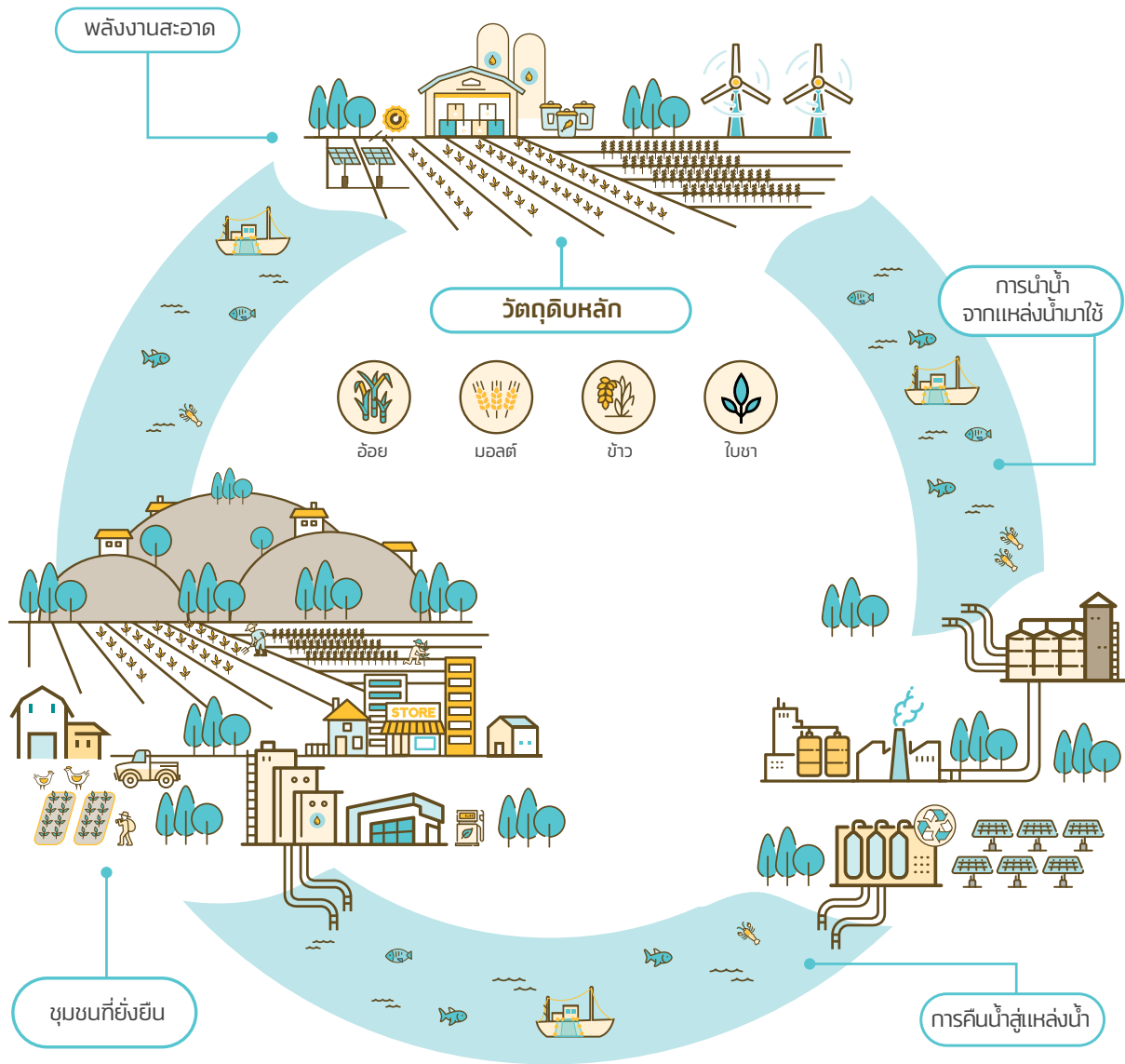
ไทยเบฟมุ่งมั่นในการพัฒนาความยั่งยืนอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า โดยนำเทคโนโลยีใหม่มาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพ สร้างความเป็นเลิศทางการปฏิบัติงาน บริหารความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในการส่งเสริมคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม

การจัดการดูแลผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อม	70
การจัดการด้านสภาพภูมิอากาศ	72
การจัดการด้านพลังงาน	78
การพิทักษ์และฟื้นฟูแหล่งน้ำ	84
บรรจุภัณฑ์และเศรษฐกิจหมุนเวียน	92
ความหลากหลายทางชีวภาพ	98
การสูญเสียอาหารและขยะอาหาร	102

การจัดการดูแล ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

ไทยเบฟได้กำหนดเป้าหมายด้านความยั่งยืนในหลาย ๆ หัวข้อ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า อาทิ ไทยเบฟแสวงหาแนวทางที่จะจำกัดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจ และลดการใช้น้ำในการผลิต และจำกัดการใช้ทรัพยากรใหม่โดยกระบวนการรีไซเคิล





ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม และการจัดการดูแลผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ไทยเบฟได้กำหนดนโยบายการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม และนโยบายด้านความยั่งยืน เพื่อลดผลกระทบของบริษัทต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อคนรุ่นปัจจุบันและอนาคต นโยบายเหล่านี้ถูกนำไปปฏิบัติโดยพนักงานทุกคน และเป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรฐานทั้งภายในและระหว่างประเทศ รวมถึง ISO 14001 และ ISO 50001

ยิ่งไปกว่านั้น ไทยเบฟให้การสนับสนุนรัฐบาลไทยในการเข้าร่วมความตกลงปารีส ภายใต้กรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งทางบริษัทมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำอุตสาหกรรมในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก

การจัดการด้านสภาพภูมิอากาศ

ไทยเบฟเพิ่มความมุ่งมั่นในการรับมือกับวิกฤตการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เกิดขึ้นทั่วโลก ด้วยมาตรการที่ยกระดับความพร้อมและความสามารถในการปรับตัว เพิ่มแนวทางการลดก๊าซเรือนกระจก รวมถึงส่งเสริมแนวความคิดการเปลี่ยนผ่านไปสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ กลยุทธ์ในการจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมุ่งเน้นนโยบายด้านต่าง ๆ และการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย โดยไทยเบฟได้ริเริ่มโครงการใหม่ ได้แก่ จัดทำรายงานปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (scope 3) เป็นครั้งแรกและรายงานฉบับแรกในการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures - TCFD) อีกทั้งยังจัดทำฐานข้อมูลปริมาณของเสีย และจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อรณรงค์การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและป่าไม้ ไทยเบฟยังคงเดินหน้าจัดทำโครงการประเมินความยั่งยืนของน้ำ (WSA) เพื่อลดการใช้น้ำอย่างต่อเนื่อง การนำแหล่งพลังงานหมุนเวียนใหม่มาเพื่อใช้ในโรงงานต่าง ๆ และการนำแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียนมาใช้ในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ ไทยเบฟได้ทำหน้าที่ผู้นำที่เข้มแข็งสำหรับภาคธุรกิจและชุมชนรอบพื้นที่ปฏิบัติการ เพื่อเสริมสร้างความรู้และเสนอแนวทางปฏิบัติที่ดีเพื่อรักษาโลกให้น่าอยู่ยิ่งขึ้น





แนวทางการบริหารจัดการ

กลยุทธ์:

ไทยเบฟกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของไทยเบฟ ในปี 2563 ประกอบด้วย 3 เสาหลัก เสาหลักที่ 1 คือ การปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อให้แน่ใจว่าไทยเบฟมีความสามารถในการปรับตัวต่อผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในระยะกลางถึงระยะยาว เสาหลักที่ 2 คือ การบรรเทาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยไทยเบฟมุ่งมั่นที่จะลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและส่งเสริมแนวคิดการเปลี่ยนผ่านไปสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ และเสาหลักที่ 3 คือ การเสริมสร้างชุมชน โดยไทยเบฟได้ขับเคลื่อนโครงการต่าง ๆ ร่วมกับชุมชนรอบพื้นที่ปฏิบัติการ รวมถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่โดยรอบ

การเปิดเผยข้อมูล:

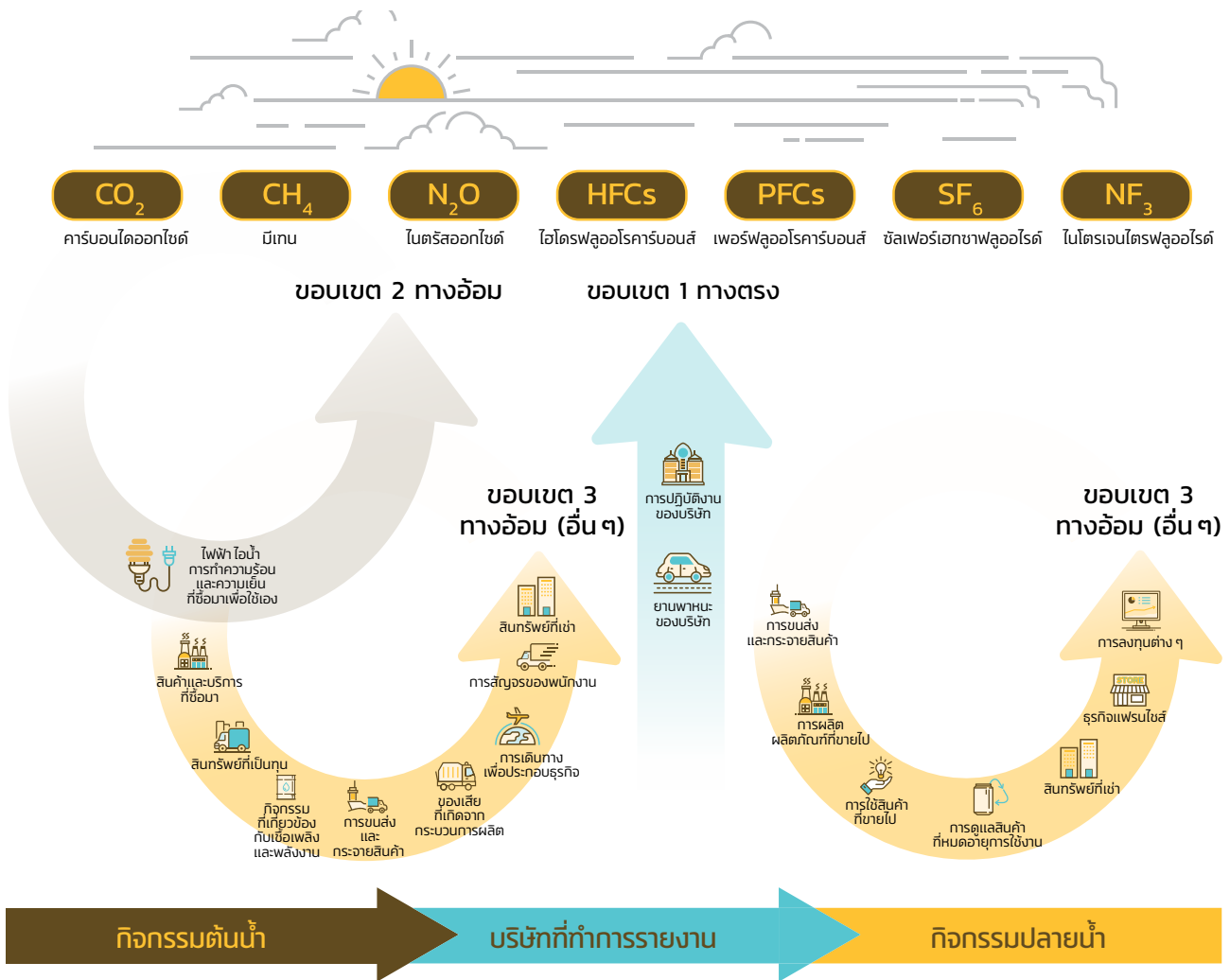
ในปี 2563 ไทยเบฟได้จัดทำรายงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ควบคู่ไปกับรายงานการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures - TCFD) พร้อมทั้งมีแผนที่จะปรับปรุงข้อมูลทุกปีเพื่อความโปร่งใสต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย นอกจากนี้ยังได้ขยายขอบเขตการทำรายงานปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมให้กว้างขึ้น หรือที่เรียกว่า scope 3 เป็นครั้งแรก โดยได้ทำการคัดกรองทั้ง 15 ประเภท และเปิดเผยเฉพาะประเภทที่เกี่ยวข้องในปี

การประเมินและการวิเคราะห์:

การประเมินความเสี่ยงภัยธรรมชาติที่จัดทำขึ้นในปี 2562 และครอบคลุมพื้นที่การผลิตทั้งหมดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ระบุถึงความเสี่ยงทางกายภาพที่อาจเกิดขึ้นกับไทยเบฟ การวิเคราะห์โดยใช้เส้นตัวแทนความเข้มข้นก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ หรือ RCP 4.5 ในแบบจำลองการลดการปล่อยมลพิษอย่างแรงกล้า และ RCP 8.5 ในสถานการณ์ตามปกติ ทำให้ไทยเบฟสามารถจำลองและวางแผนได้อย่างเหมาะสม เพื่อรับมือกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งในทางที่ดีและกรณีที่เราเลวร้ายที่สุด ผลลัพธ์คือ

ไทยเบฟต้องเผชิญกับผลกระทบจากสภาพอากาศสะสม เช่น การขาดแคลนน้ำ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการดำเนินงานของไทยเบฟสูงถึง 92 ล้านบาทต่อปีเพียงโรงงานแห่งเดียวหากไม่มีการดำเนินการใด ๆ ทั้งนี้ เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบจากการขาดแคลนน้ำ เช่น การปิดโรงงานเป็นเวลานาน กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ได้ระบุแหล่งน้ำทางเลือก เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำต่อสินค้าสำเร็จรูป และริเริ่มในการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศเฉียบพลัน เช่น คลื่นพายุและน้ำท่วมยังได้รับการศึกษาว่ามีความเสี่ยงในระยะสั้นและระยะกลาง และโรงงานต่าง ๆ ได้พัฒนาแผนการจัดการเพื่อเตรียมพร้อมและลดผลกระทบ การประเมินความเสี่ยงทางกายภาพนี้จะขยายไปสู่ห่วงโซ่อุปทานในปีงบประมาณ 2565 ซึ่งจะทำให้ไทยเบฟมีความเข้าใจอย่างชัดเจนถึงความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต้นน้ำและปลายน้ำ

ไทยเบฟจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านการวิเคราะห์จาก 'การมีส่วนร่วมที่ประเทศกำหนด' (Nationally Determined Contribution - NDCs) และสถานการณ์จำลอง Sustainable Development Scenario (SDS) ซึ่งการมีส่วนร่วมที่ประเทศกำหนด (NDCs) สะท้อนถึงการดำเนินธุรกิจหลักของไทยเบฟในประเทศไทย และอัตราภาชนะน้ำฟิวดินที่ภาครัฐได้จัดทำแผนไว้คือเป็นความเสี่ยงที่สำคัญที่สุดในสถานการณ์นี้ ในการนี้ ไทยเบฟจัดการความเสี่ยงด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำและนำแนวทาง 3R ไปใช้ในกระบวนการผลิต และปรับปรุงความโปร่งใสของการเก็บปริมาณการใช้น้ำหรืออวอเตอร์ฟุตพริ้นต์ของผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรอง เช่น Water Footprint of Product ไทยเบฟใช้สถานการณ์จำลอง SDS เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจข้อกำหนดของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำทั้งระยะกลางถึงระยะยาวอย่างถ่วงเท ทั้งนี้ สถานการณ์จำลอง SDS สะท้อนถึงราคาคาร์บอนที่ค่อนข้างสูง (43 เหรียญสหรัฐ) และต้นทุนที่สำคัญที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของไทยเบฟ โดยนับค่าใช้จ่ายประมาณ 60-75 ล้านบาท สำหรับเส้นทางการปล่อยมลพิษ จากการจำลอง SDS เพื่อปล่อยมลพิษสามรูปแบบ พบว่า ไทยเบฟบรรลุเป้าหมายในการลดการปล่อยมลพิษตามรูปแบบที่วางไว้ ส่วนรูปแบบอื่นคือ ธุรกิจซึ่งมีการปล่อยมลพิษในระดับคงที่ และกรณีที่เราเลวร้ายที่สุดคือการปล่อยมลพิษเพิ่มขึ้นทุกปี



2564 การกิจสำคัญ

โครงการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 3

เนื่องจากไทยเบฟดำเนินการตามเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามหลักวิทยาศาสตร์ปี 2568 บริษัทจึงได้คัดกรองและเปิดเผยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 3 เป็นครั้งแรก มีการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อรับข้อมูลหลัก เช่น ปัจจัยการปล่อยมลพิษของสินค้า และข้อมูลกัญชุกฎมิในด้านอื่น ๆ ซึ่งการประเมินการปล่อยมลพิษในขอบเขตที่ 3 ของไทยเบฟเผยให้เห็นโอกาสในการลดการปล่อยมลพิษรวมถึงผลกระทบของการริเริ่มที่ไทยเบฟได้ดำเนินการไปแล้ว ตัวอย่างเช่น โครงการนำขวดกลับมาใช้ใหม่ของไทยเบฟทำให้บริษัทสามารถหลีกเลี่ยงการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าได้ถึงประมาณ 107,871 ตันต่อปี การนำขวดกลับมาใช้ใหม่โดยตรงช่วยลดการปล่อยมลพิษในหมวด 1 - สินค้าและบริการที่ซื้อ

เนื่องจากการระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้เกิดการจำกัดการเดินทาง จึงส่งผลให้การปล่อยมลพิษที่เกี่ยวข้องกับหมวด 6 - การเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจไม่ได้มีบันทึกสำหรับปี 2564 และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงและพลังงานที่ส่งผลกระทบต่อปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 3 นั้น ไทยเบฟคาดว่าจะลดการปล่อยมลพิษได้ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า ผ่านทางการดำเนินโครงการหลังคาพลังงานแสงอาทิตย์และก๊าซชีวภาพ ซึ่งจะช่วยลดการปล่อยมลพิษที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเชื้อเพลิงในส่วนจากแทนเจาสุ์ตั้ง ในส่วนของหมวด 3 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงและพลังงาน และหมวดที่ 5 - ของเสียที่เกิดจากการปฏิบัติงาน ชี้ให้เห็นถึงโอกาสในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ได้ ไทยเบฟทำงานร่วมกับโรงงานทุกแห่งโดยใช้ฐานข้อมูลปริมาณของเสียที่ได้จัดทำขึ้นใหม่ เพื่อพัฒนาการตรวจสอบปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นและดำเนินการตามมาตรการลำดับขั้นเพื่อลดปริมาณของเสียที่จะถูกส่งไปกำจัด

ใส่ใต้และสิ่งแวดล้อม

หมวดหมู่	ปริมาณการปล่อยก๊าซ (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)	วิธีการ
1. สินค้าและบริการ	880,189	ข้อมูลหลักและข้อมูลทุติยภูมิ
2. สินค้าที่เป็นทุน	28,054	คำนวณจากค่าใช้จ่าย
3. กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงและพลังงาน	91,984	ข้อมูลเชื้อเพลิงและพลังงานที่ใช้
4. การขนส่งและการกระจายสินค้าต้นน้ำ	71,517	ข้อมูลทุติยภูมิ
5. ของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต	3,649	ข้อมูลกิจกรรมเกี่ยวกับของเสียที่เกิดขึ้น
6. การเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจ	N/A	ข้อมูลกิจกรรมที่ไม่มีนัยสำคัญในปีงบประมาณ 2564 เนื่องจากมาตรการโรคโควิด-19
7. การสัญจรของพนักงาน	7,076	ข้อมูลจากการสำรวจพนักงาน
9. การขนส่งและการกระจายสินค้าปลายน้ำ	42,913	ข้อมูลกิจกรรมจากการขนส่งภายนอก
11. การใช้สินค้าที่ขายไป	1,783	ข้อมูลเกี่ยวกับ CO ₂ ในผลิตภัณฑ์ที่ขายไป
12. การดูแลสินค้าที่หมดอายุการใช้งาน	257,215	ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้เคลส
15. การลงทุน	23,077	ข้อมูลกิจกรรมการปล่อยมลพิษที่รายงานโดยการลงทุน

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 3 ของไทยเบฟ คิดเป็น 48.3% ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด ซึ่งจะนำไปรวมกับเป้าหมาย GHG ฉบับปรับปรุงในอนาคต

โครงการสำคัญ

การประเมินความยั่งยืนทางน้ำ (WSA):

ภายใต้เสาหลักที่ 1 การปรับตัวเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ และการเป็นต้นแบบในการเป็น ผู้พิทักษ์น้ำและมีส่วนร่วมในการดำเนินการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดการน้ำที่มีประสิทธิภาพและทั่วถึง ไทยเบฟ ยังคงเดินหน้าการประเมินความยั่งยืนทางน้ำ (WSA) ทั่วทั้งบริษัท และในปี 2564 โรงงานอีก 9 แห่งได้เข้าร่วมดำเนินการประเมินความยั่งยืนทางน้ำ เพื่อปรับตัวกับความเครียดเรื่องน้ำและความขาดแคลนน้ำที่เพิ่มขึ้น การประเมินดังกล่าวช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำและมองเห็นโอกาสที่จะเติมน้ำให้กับแหล่งน้ำ นอกจากนี้ยังให้การสนับสนุน “ชุมชน” เสาหลักที่ 3 ของไทยเบฟ โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมในชุมชน เพื่อให้เข้าใจถึงผลกระทบของการดำเนินงานของไทยเบฟที่มีต่อชุมชนและร่วมมือกับชุมชนในการปกป้องแหล่งน้ำที่สำคัญได้ดียิ่งขึ้น โดยภายในปี 2566 ไทยเบฟมีแผนที่จะดำเนินการประเมินความยั่งยืนทางน้ำให้กับโรงงานทุกแห่งในประเทศ

โครงการหลังคาพลังงานแสงอาทิตย์:

เสาหลักที่ 2 ของกลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศ "การบรรเทาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ" ไทยเบฟยังคงทำงานต่อไปเพื่อบรรลุเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัท ในปี 2568 โดยไทยเบฟได้บรรลุเพสที่ 1 ของโครงการหลังคาพลังงานแสงอาทิตย์ซึ่งก่อให้เกิดกำลังการผลิตรวม 5 เมกะวัตต์ ไทยเบฟมีอีก 3 เพสที่วางแผนไว้ในช่วง 3 ปีข้างหน้า ซึ่งจะนำไปสู่การติดตั้งหลังคาพลังงานแสงอาทิตย์ทั้งหมด 20.6 เมกะวัตต์ และการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกถึง 13,800 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี ไทยเบฟตระหนักดีว่า การนำพลังงานทดแทนมาใช้ในการดำเนินงานมีความสำคัญต่อการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ และยิ่งแสดงให้เห็นถึงโอกาสในการลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอีกด้วย



แนวปฏิบัติด้านเศรษฐกิจหมุนเวียน:

เพื่อลดผลกระทบของปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้นทั้งบนบกและในมหาสมุทร ไทยเบฟมุ่งมั่นที่จะลดของเสียและการปล่อยมลพิษ โดยการลดบรรจุภัณฑ์ การนำขวดกลับมาใช้ใหม่ และการเก็บขยะ ส่วนหนึ่งของกลยุทธ์เศรษฐกิจหมุนเวียนที่ไทยเบฟได้ดำเนินการคือ โครงการลดบรรจุภัณฑ์ และนำขวดแก้วกลับมาใช้ซ้ำและซื้อคืนเศษแก้ว พลาสติก PET กระดาษ กระดาษแข็ง และอะลูมิเนียม จากความสำเร็จของโรงงานรีไซเคิลเศษแก้วแห่งแรกที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในปี 2561 ทำให้ไทยเบฟได้เพิ่มกำลังการผลิตสำหรับการดำเนินงานเศรษฐกิจหมุนเวียนในปี 2564 ด้วยการเปิดโรงงานรีไซเคิลเศษแก้วแห่งใหม่ ในจังหวัดนครราชสีมาซึ่งเป็นจังหวัดที่เป็นประตูสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีพื้นที่รองรับขนาดใหญ่สำหรับการรีไซเคิลบรรจุภัณฑ์ และในอีกไม่กี่ปีข้างหน้าโรงงานแห่งนี้จะสนับสนุนโครงการลดของเสียและการปล่อยมลพิษของไทยเบฟ และให้โอกาสในการสร้างรายได้แก่ชุมชนในภูมิภาค

ขับเคลื่อนด้วยวิสัยทัศน์ PASSION 2025

ลดมลพิษจากผลิตภัณฑ์ของไทยเบฟ

ไทยเบฟมีความยินดีที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากสินค้าอุปโภคบริโภคมากขึ้น ไทยเบฟยังคงทำงานร่วมกับองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ของประเทศไทย (TGO) รวมถึงองค์กรอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ของผลิตภัณฑ์ เช่น ไทยเบฟสามารถยืนยันได้ว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระดับต่ำ สร้างความเข้าใจให้กับผู้บริโภคได้ส่วนเสียทุกท่าน และเสริมสร้างสถานะของบริษัทในฐานะผู้นำอุตสาหกรรมด้านความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์ที่ต้องแสดงให้เห็นถึงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขั้นต่ำ ไม่น้อยกว่า 2% จากปีฐาน เพื่อให้สามารถได้รับการรับรองว่าเป็นผลิตภัณฑ์ "คาร์บอนต่ำ"

ผ่านโครงการ "ลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์" โดยในปี 2564 ผลิตภัณฑ์ "คาร์บอนต่ำ" ของไทยเบฟมีส่วนหลักเสี่ยงการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 30,007 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ทั้งนี้ ไทยเบฟได้จดทะเบียนผลิตภัณฑ์จำนวนมากในโครงการ "คาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์" โดยประกาศการปล่อยมลพิษของผลิตภัณฑ์อย่างโปร่งใส เพื่อให้ผู้บริโภคและผู้ถือหุ้นได้รับข้อมูลอย่างครบถ้วน นอกจากนี้โรงงานหลายแห่งยังขึ้นทะเบียนกับโครงการ "คาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร" เพื่อวัดปริมาณการปล่อยมลพิษประจำปี ในขอบเขตที่ 1, 2 และ 3



11 บริษัท

ได้รับเครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร



107 ผลิตภัณฑ์

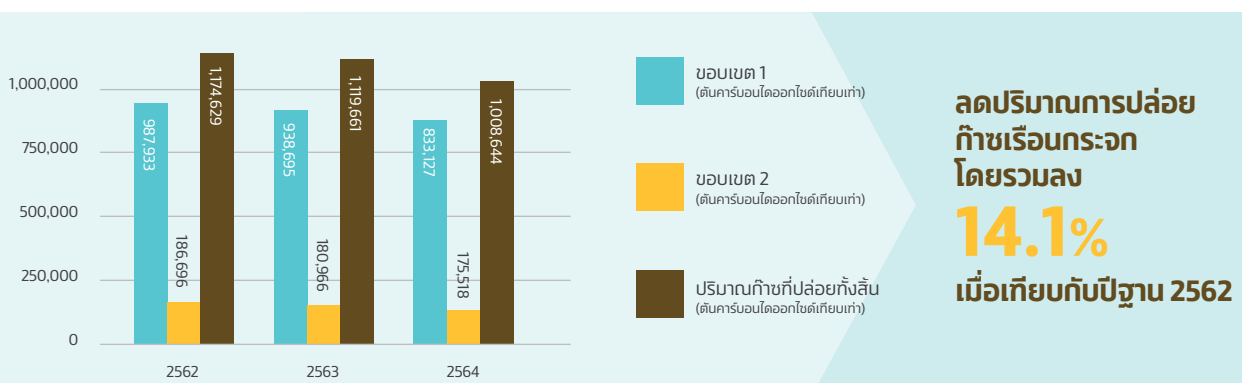
ได้รับเครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์

38 ผลิตภัณฑ์

ได้รับฉลากลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

- ในปีงบประมาณ 2564 ไทยเบฟประสบความสำเร็จในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึง 9.9% เมื่อเทียบเป็นรายปีในขอบเขต 1 และขอบเขต 2 ซึ่งส่งผลให้โดยรวมลดลง 14.1% เมื่อเทียบกับปีฐาน 2562 ซึ่งหมายความว่าไทยเบฟประสบความสำเร็จในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามเป้าหมายได้ก่อนกำหนด
- หลังจากคัดกรองการปล่อยมลพิษทางอ้อมกับพันธมิตรทางธุรกิจ ไทยเบฟได้รวบรวมและเปิดเผยข้อมูล 10 หมวดหมู่ จาก 15 หมวดหมู่ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของไทยเบฟ การปล่อยมลพิษทางอ้อมโดยรวมของไทยเบฟเท่ากับ 48.3%
- ในปีงบประมาณ 2564 ไทยเบฟได้เปิดเผยความมุ่งมั่นในเรื่องผลกระทบต่อเชิงบวกด้านความหลากหลายทางชีวภาพและการไม่มีส่วนในการตัดไม้ทำลายป่า ไทยเบฟเล็งเห็นถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และรับประกันการผลิตสินค้าเกษตรที่มีเสถียรภาพซึ่งมีความสำคัญต่อกระบวนการผลิตของไทยเบฟ
- ไทยเบฟหลักเสี่ยงการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ 332,918 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ในปี 2564 ผ่านโครงการซื้อคืนบรรจุภัณฑ์รวม 316,470 ตัน โดยเปลี่ยนเส้นทางจากหลุมฝังกลบมาใช้ใหม่และรีไซเคิล ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์เศรษฐกิจหมุนเวียนของบริษัท





ตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

ด้วยการดำเนินการและการบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่มีประสิทธิภาพ ไทยเบฟมีส่วนสนับสนุน



เป้าหมายที่ 13 การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

เป้าหมายที่ 14 การใช้ประโยชน์จากมหาสมุทรและทรัพยากรทางทะเล

เป้าหมายที่ 15 การใช้ประโยชน์จากระบบนิเวศทางบก

โดยเน้นเป้าหมายย่อยต่อไปนี้

13.1. เสริมภูมิทัศน์ต้านทานและขีดความสามารถในการปรับตัวต่ออันตรายและภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับภูมิอากาศในทุกประเทศ

14.1 ภายในปี 2568 ป้องกันและลดมลพิษทางทะเลทุกประเภท โดยเฉพาะกิจกรรมบนแผ่นดิน รวมถึงซากปรักหักพังทางทะเล และมลพิษของสารอาหาร (nutrient pollution)

15.1. สร้างหลักประกันว่าจะมีการอนุรักษ์ การฟื้นฟู และการใช้ระบบนิเวศบนบกและในน้ำจืดในแผ่นดิน รวมทั้งบริการทางระบบนิเวศที่ยั่งยืน เฉพาะอย่างยิ่ง ป่าไม้ พื้นที่ชุ่มน้ำ ภูเขา และเขตแห้งแล้ง โดยเป็นไปตามข้อบังคับภายใต้ความตกลงระหว่างประเทศ

15.2 ส่งเสริมการดำเนินการด้านการบริหารจัดการป่าไม้ทุกประเภทอย่างยั่งยืน หยุดยั้งการตัดไม้ทำลายป่า ฟื้นฟูป่าที่เสื่อมโทรม และเพิ่มการปลูกป่าและฟื้นฟูป่าทั่วโลก

15.9. ภายในปี 2563 บูรณาการมูลค่าของระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพเข้าสู่การวางแผน กระบวนการพัฒนา ยุทธศาสตร์การลดความยากจน และบัญชีทั้งระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ

ก้าวสู่ปี 2568

ไทยเบฟได้กำหนดเป้าหมายการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตามหลักวิทยาศาสตร์ (Science-Based Targets Initiative - SBTi) ภาระหน้าที่ครอบคลุมการลดการปล่อยก๊าซในขอบเขต 1 และขอบเขต 2 โดยสิ้นเชิง 15% ภายในปี 2568 โดยมีปี 2562 เป็นปีฐาน

- ในปีงบประมาณ 2564 ไทยเบฟประสบความสำเร็จในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2 ลดลง 9.9% จากปีก่อนหน้า
- ไทยเบฟได้บรรลุการประเมินการปล่อยมลพิษในขอบเขต 3 และมีแผนที่จะรวมเข้าไว้ในเป้าหมายทางวิทยาศาสตร์ในอนาคต
- ไทยเบฟมีความคิดริเริ่มในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดของบริษัทเพิ่ม เช่น แผนสำหรับโครงการก๊าซชีวภาพอีกสามโครงการและกำลังการผลิตหลังคาพลังงานแสงอาทิตย์อีก 15.6 เมกะวัตต์ภายในปี 2568

การจัดการด้านพลังงาน

กลยุทธ์การจัดการด้านพลังงานที่เข้มแข็งจะช่วยส่งเสริมการใช้พลังงานภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและการดำเนินธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำไปสู่การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ไทยเบฟได้เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนพร้อมกับนำนวัตกรรมที่เหมาะสมมาใช้เพื่อลดการใช้พลังงาน

ไทยเบฟตระหนักถึงปัญหาจากภาวะโลกร้อนที่กำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงข้อตกลงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศระหว่างประเทศและการผลักดันเพื่อลดการพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิล ไทยเบฟได้คำนึงถึงความเสี่ยงและโอกาสจากแนวโน้มดังกล่าว และประเมินผลกระทบที่อาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจและต้นทุนที่เกิดจากการปรับเปลี่ยนจากการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลไปสู่การใช้พลังงานสะอาด การพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิลเพื่อเป็นแหล่งพลังงานหลักเพียงอย่างเดียวจะส่งผลให้ต้นทุนการขนส่งและการบำรุงรักษาเพิ่มขึ้นในอนาคต อย่างไรก็ตาม การลงทุนในพลังงานหมุนเวียน นอกจากจะช่วยลดต้นทุนดังกล่าวแล้ว ยังมีส่วนช่วยในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอีกด้วย

ในการจัดการเรื่องการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ไทยเบฟให้ความสำคัญกับการจัดการด้านพลังงานตลอดทุกขั้นตอนการดำเนินการและห่วงโซ่คุณค่า กลยุทธ์หลักที่นำมาใช้คือ เพิ่มสัดส่วนของการใช้พลังงานหมุนเวียน/พลังงานสะอาด ลงทุนในนวัตกรรมเทคโนโลยีและเครื่องจักร และสร้างพันธมิตรที่ดีกับคู่ค้าและธุรกิจอื่น ๆ



แนวทางการบริหารจัดการ

การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

ไทยเบฟริ่มจัดทำโครงการประเมินประสิทธิภาพการใช้พลังงานกับทุกกลุ่มธุรกิจเพื่อหาแนวปฏิบัติในการลดการใช้พลังงาน ซึ่งแนวปฏิบัติของไทยเบฟรวมถึงการใช้แหล่งพลังงานที่เหมาะสม การใช้เทคโนโลยีและการลงทุนในแหล่งพลังงานคาร์บอนต่ำ เพื่อให้องค์กรลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและไม่พึ่งพาการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล



2564 การกิจสำคัญ

โครงการพลังงานแสงอาทิตย์

โครงการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์บริเวณหลังคาอาคารเพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าให้กับโรงงานในประเทศรวม 29 แห่ง ซึ่งการติดตั้งจะแล้วเสร็จในปี 2568

โครงการเฟส 1 ได้เริ่มขึ้นเมื่อปีที่แล้วที่โรงงาน 5 แห่ง ได้แก่ โรงเบียร์ในจังหวัดกำแพงเพชร อำเภอบางบาล และอำเภอนันทวย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โรงงานเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ในจังหวัดสระบุรี และโรงงานอาหารในจังหวัดชลบุรี รวมกำลังการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ทั้งสิ้น 5 เมกะวัตต์ แผงพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งสามารถผลิตไฟฟ้าได้ 3,881 เมกะวัตต์ชั่วโมง (MWh) ซึ่งช่วยลดการใช้ไฟฟ้าจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) ได้เท่ากับ 13.52 ล้านบาท และลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 2,197 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี



โครงการเฟส 2 ครอบคลุมโรงงานสุราและโรงงานเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ควบคู่ไปกับการขยายโครงการเฟส 1 โดยมีเป้าหมายผลิตไฟฟ้าให้ได้ 15.6 เมกะวัตต์ มีมูลค่าเทียบเท่า 73 ล้านบาท และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึง 11,800 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี ทั้งนี้ รวมมูลค่าการลงทุนในโครงการนี้ประมาณ 315 ล้านบาท



โครงการโรงงานผลิตเชื้อเพลิงชีวภาพในจังหวัดนครสวรรค์

โครงการสำคัญ

โครงการโรงงานผลิตเชื้อเพลิงชีวภาพ (Biogas) ในประเทศ:

ปี 2564 ไทยเบฟได้ขยายโรงงานผลิตเชื้อเพลิงชีวภาพเป็น 7 แห่ง โดยได้เริ่มดำเนินการเพิ่มเติมที่โรงงานสุราจังหวัดหนองคายและจังหวัดนครสวรรค์

โรงงานผลิตก๊าซชีวภาพใช้น้ำกากส่าซึ่งเป็นผลพลอยได้จากกระบวนการผลิตแอลกอฮอล์มาใช้ในการผลิตก๊าซชีวภาพซึ่งเป็นพลังงานหมุนเวียนในการผลิตไอน้ำแทนเชื้อเพลิงฟอสซิล โครงการนี้ประสบความสำเร็จในการผลิตพลังงานความร้อนจากก๊าซชีวภาพได้สูงถึง 332,648,627 เมกะจูล (MJ) ซึ่งช่วยลดการใช้ถ่านหินเชื้อเพลิงลงได้ถึง 10.39 ล้านลิตรต่อปี เทียบเท่ากับ 145 ล้านบาท นอกจากนี้ทุกปีไทยเบฟประสบความสำเร็จในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 32,585 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และก๊าซชีวภาพส่วนเกินจากความต้องการผลิตไอน้ำยังสามารถนำไปใช้ผลิตกระแสไฟฟ้าได้อีก 8,393 เมกะวัตต์ชั่วโมง (MWh) เพื่อจำหน่ายให้กับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้อีกด้วย

การนำพลังงานกลับมาใช้ใหม่จากการระเหยคาร์บอนไดออกไซด์เหลวสู่ระบบทำความเย็น (นำของเสียกลับมาใช้ใหม่)

บริษัท เบียร์ทิพย์บริวเวอรี่ (1991) จำกัด ร่วมกับกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พพ.) สังกัดกระทรวงพลังงาน ในการใช้การระเหยคาร์บอนไดออกไซด์เหลวสำหรับระบบทำความเย็น ในกระบวนการผลิตเบียร์ ไกลคอล (Glycol) ทำหน้าที่เป็นสารทำความเย็น และไกลคอลจะมีอุณหภูมิสูงขึ้นก่อนที่จะถูกล้าง

กลับเข้าสู่ระบบทำความเย็น การระเหยของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เหลวจะปล่อยอากาศเย็นซึ่งจะไปช่วยลดอุณหภูมิของไกลคอล เป็นผลให้ความร้อนที่ระเหยออกจากระบบทำความเย็นของโรงงานถูกนำไปใช้ในจุดอื่นของโรงงานได้

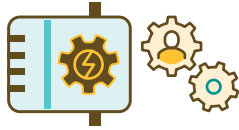
ในปี 2564 กระบวนการนี้สามารถลดการใช้พลังงานลง 950,217 เมกะจูล อีกทั้งยังช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้เท่ากับ 158 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี การลงทุนสำหรับโครงการนี้ประมาณ 1.7 ล้านบาท และได้รับการสนับสนุนเพิ่มเติม 350,000 บาท จากกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พพ.) กระทรวงพลังงาน โดยรวมโครงการนี้สามารถลดค่าไฟได้ประมาณ 1.2 ล้านบาท

โครงการติดตั้งหม้อไอน้ำแบบไหลทางเดียว (Once Through Boiler)

โรงงานผลิตสุรา เบียร์ เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และอาหารหลายแห่งได้ติดตั้งหม้อไอน้ำแบบไหลทางเดียวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พลังงานและลดการใช้เชื้อเพลิงที่ไม่หมุนเวียน จากโครงการนี้สามารถลดการใช้ถ่านหินเตาได้ 0.41 ล้านลิตรต่อปี เทียบเท่า 8.29 ล้านบาท และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้มากถึง 11,425 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี

โครงการประหยัดพลังงาน

ไทยเบฟส่งเสริมการลงทุนในโครงการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีให้เกิดการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด



ติดตั้งระบบมอเตอร์ประสิทธิภาพสูง
(High Motor Efficiency)

276.71 เมกะวัตต์ต่อปี



เปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED (Light-Emitting Diode)

537.50 เมกะวัตต์ต่อปี

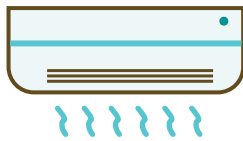
ลดการใช้น้ำสำหรับทำความสะอาดท่อและถัง
ที่ใช้ในกระบวนการผลิตเบียร์ (CIP wort way)

397.51 เมกะวัตต์ต่อปี



ติดตั้งระบบปรับอากาศแบบแยกส่วน
เพื่อทดแทนระบบปรับอากาศแบบศูนย์รวม

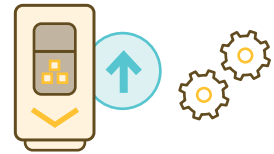
699.13 เมกะวัตต์ต่อปี



การปิดระบบอัตโนมัติในวันที่ไม่มีการผลิต **414.43** เมกะวัตต์ต่อปี

การติดตั้งอุปกรณ์ควบคุมความเร็วรอบมอเตอร์
(Variable Frequency Drives: VSD)
และการปรับปรุงประสิทธิภาพของเครื่องจักร

499.68 เมกะวัตต์ต่อปี



ขับเคลื่อนด้วยวิสัยทัศน์ PASSION 2025

ด้วยการดำเนินการและความมุ่งมั่นของไทยเบฟในการขยายประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ไทยเบฟกำลังก้าวไปสู่สังคมพลังงานสะอาด โดยไม่พึ่งพาการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลและสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนโดยรวม

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

การจัดการพลังงาน ปี 2564



อัตราการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจเครื่องต้ม
271.06 เมกะจูลต่อหน่วยเอกโตลิตร

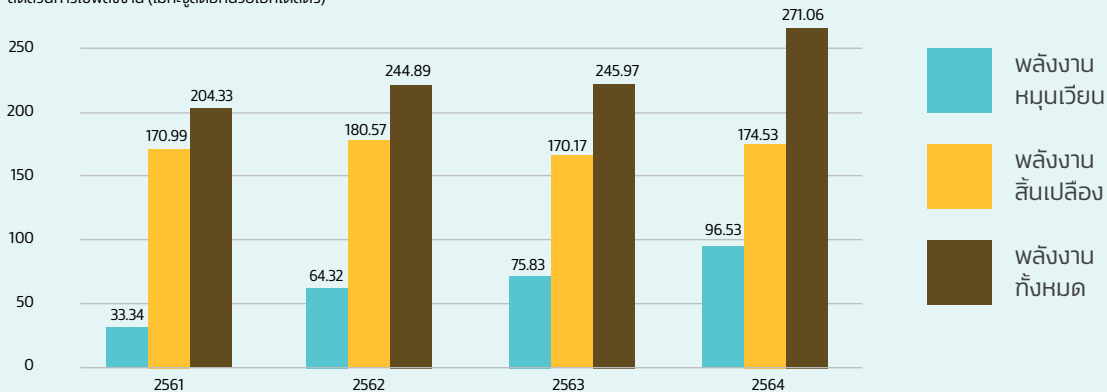


อัตราการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจอาหาร
8.16 เมกะจูลต่อหน่วยกิโลกรัม

อัตราการใช้พลังงาน / หน่วยผลิตภัณฑ์ (รวมถึงพลังงานหมุนเวียน พลังงานสิ้นเปลือง และพลังงานทั้งหมด ตั้งแต่ปี 2561 ถึง 2564)

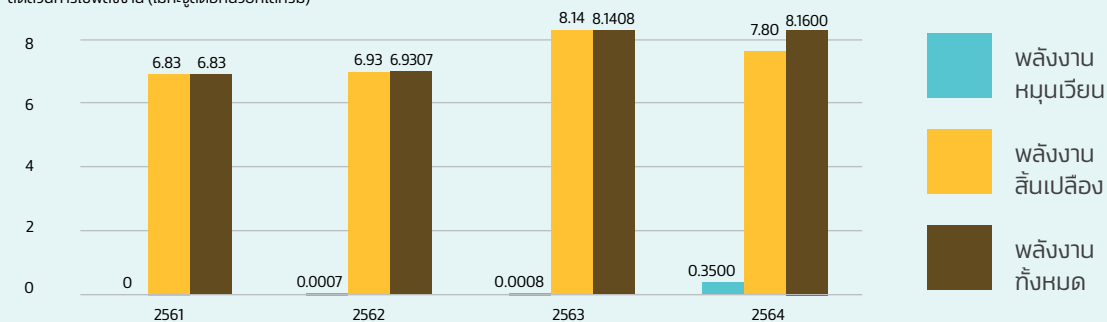
กลุ่มธุรกิจเครื่องต้ม

สัดส่วนการใช้พลังงาน (เมกะจูลต่อหน่วยเอกโตลิตร)



กลุ่มธุรกิจอาหาร

สัดส่วนการใช้พลังงาน (เมกะจูลต่อหน่วยกิโลกรัม)



รางวัล

บริษัท คอมมอส บรีวเวอรี่ (ประเทศไทย) จำกัด ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้รับรางวัลรองชนะเลิศ อันดับ 2 ประเภทโครงการที่ไม่เชื่อมโยงกับระบบสายส่งไฟฟ้า (Off-Grid) จากการประกวด ASEAN Energy Awards ซึ่งเป็นรางวัลสูงสุดของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อสนับสนุนและสร้างการยอมรับจากภาคเอกชนให้มากขึ้น รวมถึงการมีส่วนร่วมและความสนใจในการพัฒนาพลังงานของภูมิภาคอาเซียนร่วมกับภาคเอกชนในการมอบ ASEAN Renewable Energy Project Awards โครงการก๊าซชีวภาพจากระบบบำบัดน้ำเสียชนิดไม่ใช้อากาศแบบ (Upflow Anaerobic Sludge Blanket: UASB) จะถูกนำมาใช้เป็นเชื้อเพลิงในการผลิตไอน้ำแทนเชื้อเพลิงฟอสซิล ส่งผลให้สามารถลดการใช้ถ่านหินได้ถึง 424,871 กิโลกรัมต่อปี คิดเป็น 1.27 ล้านบาท และลดใช้การพลังงานลง 10,637,290.65 เมกะจูลต่อปี ซึ่งเทียบเท่ากับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงถึง 1,075 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี





ตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

ด้วยความมุ่งมั่นในการเปลี่ยนแปลงจากการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลไปเป็นแหล่งพลังงานหมุนเวียน เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ไทยเบฟจึงมีส่วนร่วมใน:



เป้าหมาย 7: เข้าถึงพลังงานสะอาด

เป้าหมาย 8: งานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ

เป้าหมาย 12: การมีแบบแผนการผลิตและการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ

เป้าหมาย 13: การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

7.3 ส่งเสริมการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานของโลกให้เพิ่มขึ้น 2 เท่า ภายในปี 2573

8.4 พัฒนาความมีประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรของโลกในการบริโภคและการผลิต และพยายามที่จะตัดความเชื่อมโยงระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและการทำให้สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม ซึ่งเป็นไปตามกรอบการดำเนินงาน 10 ปีของแผนการทำงานเพื่อการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน โดยมีประเทศที่พัฒนาแล้วเป็นผู้นำในการดำเนินการไปจนถึงปี 2573

12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ ภายในปี 2573

12.5 ลดการผลิตของเสียโดยการป้องกัน การลด การแปรรูป เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ และการนำมาใช้ซ้ำภายในปี 2573

13.1 เสริมภูมิทัศน์ต้านทานและขีดความสามารถในการปรับตัวต่ออันตรายและภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับภูมิอากาศในทุกประเทศ

ก้าวสู่ปี 2568

เป้าหมาย



40%
ใช้พลังงานหมุนเวียน

ทิศทางการดำเนินงาน

- ขยายการใช้เครื่องจักรและระบบประหยัดพลังงานไปยังกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่น ๆ นอกเหนือจากกลุ่มสุราและเบียร์
- เพิ่มการใช้พลังงานสะอาดจากแผงพลังงานแสงอาทิตย์
- ลงทุนในพลังงานสะอาดทางเลือกรูปแบบอื่น

การพิทักษ์และฟื้นฟูแหล่งน้ำ

แหล่งน้ำของโลกอยู่ในภาวะวิกฤตมากขึ้น ทั้งปัญหาการขาดแคลนน้ำ น้ำท่วม และมลพิษทางน้ำ ที่ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตและเศรษฐกิจ ไทยเบฟเล็งเห็นถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในระยะสั้นและระยะยาว จึงมุ่งเน้นการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืน ผ่านการประเมินผลกระทบจากการใช้น้ำและโครงการนวัตกรรมในระดับโรงงานและชุมชน ทั้งนี้ ไทยเบฟมุ่งหวังที่จะเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรอย่างสูงสุด เพื่อรักษามาตรฐานของน้ำสะอาดและปกป้องแหล่งต้นน้ำที่สำคัญทั่วประเทศ ด้วยกลไกดังกล่าวไทยเบฟมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติตามนโยบายการจัดการน้ำขององค์กรในระยะยาว โดยมีจุดมุ่งหมายสร้างสมดุลระหว่างข้อกำหนดทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การปกป้องทรัพยากรน้ำที่ยั่งยืน



ไทยเบฟในฐานะที่เป็นผู้ผลิตเครื่องดื่ม น้ำถือเป็นทรัพยากรสำคัญในการผลิตและมีความสำคัญต่อการบริหารความเสี่ยงด้วยเช่นกัน ไทยเบฟได้ทำการวิเคราะห์ความเสี่ยงด้านการจัดการน้ำ ซึ่งอาจได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอาจส่งผลโดยตรงต่อปริมาณฝน เช่น ปริมาณฝนไม่สม่ำเสมอ การกระจายของปริมาณน้ำฝนในพื้นที่ต่าง ๆ รวมถึงปริมาณฝนที่ลดลง จากการใช้เครื่องมือ Aqueduct Global Water Tool ของสถาบันทรัพยากรโลก (World Resources Institute: WRI) พบว่าโรงงานร้อยละ 42.22 ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความเครียดด้านน้ำในระดับสูงถึงสูงมาก นอกจากนี้คุณภาพน้ำยังมีความเสี่ยงสูงเนื่องมาจากการรุกล้ำของน้ำทะเลเข้าไปในแหล่งน้ำธรรมชาติ ไทยเบฟมุ่งมั่นที่จะบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อบรรเทาผลกระทบจากความเสี่ยงดังกล่าว คาดว่าต้นทุนการดำเนินงานจะอยู่ที่ประมาณ 13.5 ล้านบาท



แนวทางการบริหารจัดการ

น้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่จำเป็นสำหรับกระบวนการผลิต ในขณะที่ความต้องการใช้น้ำยังคงเพิ่มขึ้น แต่ปริมาณน้ำกลับลดลง เนื่องจากความเสื่อมโทรมของทรัพยากรน้ำ มลพิษทางน้ำ และผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ไทยเบฟเล็งเห็นถึงความสำคัญของการพิทักษ์น้ำเพื่อรักษาคุณภาพน้ำให้อยู่ในระดับสูง และสามารถรับประกันได้ว่าจะมีปริมาณน้ำที่เพียงพอสำหรับการผลิต พร้อมทั้งลดผลกระทบต่อชุมชน ดังนั้นการบริหารจัดการน้ำจึงถือเป็นความเสี่ยงที่สำคัญอย่างหนึ่ง และได้มีการจัดตั้งระบบตรวจสอบเพื่อติดตามปริมาณและคุณภาพของน้ำอย่างใกล้ชิดเพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น โดยการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำด้วยเครื่องมือ Aqueduct Water Risk Atlas จากสถาบันทรัพยากรโลก (World Resources Institute: WRI) แสดงให้เห็นว่าโรงงานไทยเบฟจำนวนหนึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความเครียดของน้ำสูง ดังนั้นไทยเบฟจึงร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนในการดำเนินมาตรการที่จำเป็นเกี่ยวกับการอนุรักษ์และการใช้น้ำ

2564 การทํางานสำคัญ

โครงการประเมินความยั่งยืนของน้ำผิวดินและน้ำใต้ดิน

ไทยเบฟดำเนินการประเมินความยั่งยืนของน้ำ (WSA) อย่างต่อเนื่อง ซึ่งครอบคลุมทั้งแหล่งน้ำผิวดินและน้ำใต้ดิน ที่โรงงานผลิต เพื่อระบุผลกระทบและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น กับธุรกิจ การประเมินเชิงลึกนี้ครอบคลุม 4 มิติ ดังนี้

1. การประเมินแหล่งน้ำอย่างละเอียด รวมถึงการประเมิน ความพร้อมของแหล่งน้ำ และโครงสร้างภายในของแหล่งน้ำ
2. ความอ่อนไหวของพื้นที่ลุ่มน้ำโดยคำนึงถึงปัจจัยทางสังคม และสิ่งแวดล้อม
3. ภัยธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับน้ำ เช่น ภัยแล้ง น้ำท่วม เป็นต้น และ
4. คุณภาพของแหล่งน้ำ

การประเมินนี้ครอบคลุมเป็นระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า เพื่อรับรองว่า จะมีปริมาณน้ำที่พอเพียงในการปฏิบัติการของโรงงานผลิต ซึ่งมี ขั้นตอนการศึกษาดังนี้

ความพอเพียงของน้ำ

- วิเคราะห์และสร้างแผนผังของกลุ่มน้ำขนาดเล็กโดยการจัดเตรียม แผนที่ด้วยการใช้ภาพถ่ายดาวเทียม USGS ASTER GDEM Google Earth การลงพื้นที่และแผนที่อื่น ๆ ที่มีอยู่ก่อนแล้ว ของกลุ่มน้ำในบริเวณที่โรงงานตั้งอยู่ (พื้นที่ประมาณ 50 - 70 ตารางกิโลเมตร)
- รวบรวมข้อมูลพื้นที่ระบายน้ำ ชั้นหินอุ้มน้ำและจุดเก็บกักน้ำ พื้นที่รับน้ำ สภาพทางภูมิศาสตร์ การใช้พื้นที่ และสภาพบน พื้นดิน ประเภทการเพาะปลูก และรูปแบบการชลประทาน ไปจนถึงแหล่งที่อาจทำให้เกิดมลภาวะทางน้ำ

- ประเมินแหล่งน้ำผิวดิน โดยรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานราชการ ที่บริหารจัดการแหล่งน้ำ เพื่อระบุถึงลักษณะของแหล่งน้ำผิวดิน
- รวบรวมข้อมูลปริมาณน้ำฝนจากสถานีตรวจวัดปริมาณน้ำฝน ที่ใกล้ที่สุดในช่วง 10-20 ปีที่ผ่านมา รวมทั้งปริมาณน้ำฝนเฉลี่ย รายปี ความเข้มข้นของปริมาณน้ำฝน (สูงสุดและต่ำสุด) จำนวนวันฝนตก ข้อมูลการระเหยของน้ำ และเหตุการณ์ ที่เกี่ยวข้องกับปริมาณน้ำฝนในช่วง 10-20 ปีที่ผ่านมา
- ตรวจสอบสถานที่ตั้งและรายละเอียดการใช้น้ำของโรงงาน ในการผลิต รวมถึงสถานที่เก็บกักน้ำ เช่น บ่อสำรองน้ำดิบ ระบบบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น

คุณภาพน้ำ

- ลงสำรวจพื้นที่ภายในและภายนอกบริเวณโรงงาน ซึ่งผลการสำรวจจะถูกบันทึกลงในรายงานภาคสนามและภาพถ่ายโดยใช้ วิธีตรวจสอบ ดังนี้
 - ตรวจสอบด้วยสายตาให้เห็นถึงรูปแบบการใช้พื้นที่ ขอบกั้นวัสดุสิ่งแวดลอมจากการใช้พื้นที่ และลักษณะ กายภาพต่าง ๆ
 - ตรวจสอบการปนเปื้อนที่อาจเกิดขึ้นได้ที่เกี่ยวข้องกับ แหล่งมลภาวะ
 - ตรวจสอบปัจจัยบรรเทาความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับแหล่ง มลภาวะหลัก
 - ตรวจสอบคุณภาพน้ำทั้งที่ปล่อยออกจากแต่ละกิจกรรม ของโรงงาน



กฎระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานแหล่งน้ำ

- การทบทวนกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ เกี่ยวกับการใช้งานแหล่งน้ำผิวดินไปจนถึงนโยบายทางด้านน้ำทั้งในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ และนโยบายส่วนภูมิภาคเกี่ยวกับแหล่งน้ำผิวดินสำหรับอุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมถึงแหล่งน้ำสาธารณะ
- ทบทวนฐานข้อมูลสาธารณะทางด้านกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง เพื่อระบุถึงข้อกังวลด้านสิ่งแวดล้อมที่ได้รับ ความสนใจจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับลุ่มน้ำขนาดเล็ก

ทัศนคติของผู้มีส่วนได้เสีย

- สำรวจมุมมองของชุมชนที่อาศัยอยู่ในละแวกรอบ ๆ โครงการเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับมุมมองของผู้คนต่อความเพียงพอของน้ำในพื้นที่ และมุมมองของชุมชนต่อผลกระทบในการใช้น้ำของอุตสาหกรรมและวิธีบรรเทาผลกระทบดังกล่าว
- สำรวจวิเคราะห์เพิ่มเติมเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับ
 - ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของพื้นที่
 - ประวัติการรวมตัวกันทำกิจกรรม/เรียกร้องของชุมชน
 - มุมมองต่อการเข้ามาของโรงงานอุตสาหกรรมและความคาดหวังจากการเข้ามานั้น
 - ความเป็นไปได้ที่จะเกิดการต่อต้านจากชุมชน

ไทยเบฟได้ใช้เทคโนโลยีภาพถ่ายทางดาวเทียมมาเป็นเครื่องมือในการศึกษาภูมิประเทศของลุ่มน้ำ (Watershed Topography) ทิศทางการไหลของน้ำ (Flow Direction) การระบายน้ำ (Drainage) ความลาดเอียงของพื้นที่ (Slope Pattern) ของคลองชลประทาน แม่น้ำลำคลอง อ่างเก็บน้ำ เขื่อน และพื้นที่ใกล้เคียงของโรงงาน รวมไปถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการใช้พื้นที่ในรอบ 10 ปีย้อนหลัง ทำให้ไทยเบฟสามารถวางกลยุทธ์การลดความเสี่ยงได้อย่างครอบคลุมและเหมาะสมกับสภาพท้องถิ่นและความเสี่ยงทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ในปีนี้ ไทยเบฟได้ทำการขยายผลในการประเมินความยั่งยืนของการใช้น้ำผิวดินและใต้ดินไปในอีก 9 โรงงานให้ครอบคลุมทุกกลุ่มธุรกิจ และในอนาคตไทยเบฟจะขยายผลในการประเมินให้ครอบคลุมทุกโรงงานในประเทศไทยเพื่อการบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืนภายในปี 2566

องค์กรผู้ใช้น้ำ

ในปี 2564 สำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ (สทนช.) ได้จัดทำความร่วมมือที่เรียกว่า 'องค์กรผู้ใช้น้ำ' ที่รวบรวมภาคเกษตรกรรม ภาคอุตสาหกรรม และภาคพาณิชย์กรรมเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดการจัดการทรัพยากรน้ำของประเทศที่ดีขึ้น การริเริ่มนี้สนับสนุนให้ภาคส่วนต่าง ๆ ร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับน้ำ เช่น น้ำท่วม ภัยแล้ง และปัญหาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการน้ำ

ไทยเบฟได้ลงทะเบียนเป็นสมาชิกใน 'องค์กรผู้ใช้น้ำ' ในเขตลุ่มน้ำ 12 แห่ง จาก 22 เขตลุ่มน้ำทั่วประเทศ ทั้งนี้โรงงานมากกว่า 24 แห่ง จาก 37 โรงงานของไทยเบฟใช้น้ำผิวดิน ซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งบทบาทขององค์กรผู้ใช้น้ำคือการใช้การพัฒนาและการบริหารจัดการ การบำรุงรักษา การฟื้นฟู และอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำในเขตลุ่มน้ำของตน สมาชิกขององค์กรเหล่านี้ยังมีโอกาสได้รับเลือกให้เป็นกรรมการลุ่มน้ำในเขตลุ่มน้ำของตน อีกทั้งสมาชิกของคณะกรรมการลุ่มน้ำนี้มีสิทธิได้รับเลือกให้เป็นกรรมการผู้แทนคณะกรรมการลุ่มน้ำ ในคณะกรรมการทรัพยากรน้ำแห่งชาติ (กนช.) ด้วยเช่นกัน

เพื่อช่วยให้ความร่วมมือนี้สัมฤทธิ์ผล ไทยเบฟได้จัดตั้งคณะทำงานของโรงงานเพื่ออุทิศตนในการติดตาม ประเมิน และรายงานปัญหาที่เกี่ยวข้องกับน้ำ คณะทำงานนี้มีหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อคาดการณ์ความต้องการน้ำ ครอบคลุมไปถึงอีก 5 ปีข้างหน้า นอกจากนี้คณะทำงานยังมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย เพื่ออำนวยความสะดวกในการสำรวจชุมชนและพบปะกับผู้นำชุมชน รวมถึงหน่วยงานท้องถิ่น เพื่อรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานของโรงงานและเพื่อตอบสนองต่อข้อกังวลที่อาจเกิดขึ้น ข้อมูลนี้ใช้เพื่อกำหนดแผนการจัดการความเสี่ยงด้านน้ำในระยะสั้นและระยะยาว พร้อมจัดทำรายงานไปยังผู้ประสานงานด้านความเสี่ยงของกลุ่มผลิตภัณฑ์เป็นประจำทุกเดือน จากนั้นจึงนำเสนอข้อมูลนี้ต่อผู้บริหารและคณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยงของไทยเบฟ

ไทยเบฟหวังว่า การมีส่วนร่วมที่แข็งแกร่งนี้จะทำให้เกิดความร่วมมือครั้งสำคัญครั้งใหม่ ระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ในการจัดการทรัพยากรน้ำของประเทศ และช่วยบรรเทาปัญหาที่เกี่ยวกับน้ำท่วม ภัยแล้ง และคุณภาพน้ำ นอกจากนี้ ไทยเบฟหวังว่า การมีส่วนร่วมที่สอดคล้องกับนโยบายน้ำแห่งชาติ จะช่วยเป็นแนวทางการจัดการน้ำที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนในประเทศต่อไป เพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ยั่งยืน

โครงการสำคัญ

โครงการร่วมกับชุมชน

ไทยเบฟได้ให้การสนับสนุนดำเนินโครงการต่าง ๆ ที่มุ่งเน้นการรักษาป่าต้นน้ำและปกป้องแหล่งน้ำที่มีความสำคัญต่อชุมชนท้องถิ่น ตัวอย่างกิจกรรมและโครงการบริหารจัดการน้ำในชุมชนของไทยเบฟมีดังนี้



แบ่งปันน้ำสู่ชุมชน

ในปี 2564 ไทยเบฟยังคงมุ่งมั่นที่จะสร้างหลักประกันให้ชุมชนท้องถิ่นและภาคเกษตรกรรมให้ได้รับน้ำสะอาด โดยกลุ่มธุรกิจสุราได้ริเริ่มกิจกรรมเพื่อสังคมภายใต้ชื่อ 'เฟื่องฟูอนันต์ แบ่งปันน้ำสู่ชุมชน' โดยโครงการนี้ โรงงานในจังหวัดปราจีนบุรีได้ช่วยปล่อยน้ำสะอาดที่ผ่านการบำบัดแล้วให้แก่เกษตรกรและสนับสนุนชุมชนด้วยการนำจุลินทรีย์ที่มีประสิทธิภาพ (EM) ไปใช้กับแหล่งน้ำ ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยป้องกันน้ำเน่าเสียในฤดูเก็บเกี่ยว แต่ยังช่วยบำบัดน้ำในแม่น้ำและลำคลองที่อยู่ใกล้เคียงได้อย่างดี นอกจากนี้โรงงานสุราในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ยังได้มอบสารส้มซึ่งเป็นสารเคมีที่ใช้ทำน้ำให้สะอาด จำนวน 1,230 กิโลกรัม ให้กับหมู่บ้านในหมู่ที่ 2 และ 4 ตำบลท่าโรงช้าง จังหวัดสุราษฎร์ธานี อีกทั้งโรงงานยังช่วยให้ความรู้แก่ชุมชนในการปรับปรุงคุณภาพน้ำประปาสำหรับบริโภค



โครงการน้ำดื่มสะอาดเพื่อน้องและชุมชน

ในปี 2564 ไทยเบฟยังคงให้การสนับสนุนโครงการเพื่อให้มั่นใจว่าคนในชุมชนเข้าถึงน้ำสะอาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเยาวชน นอกจากนี้ยังมีแผนขยายโครงการเพื่อให้ทุกโรงเรียนและชุมชนโดยรอบสามารถเข้าถึงน้ำดื่มสะอาดได้ ปีนี้ไทยเบฟได้ทำการขยายโครงการให้ครอบคลุมอีก 2 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนวัดมณฑลประสิทธิ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และโรงเรียนวัดสว่างภพ จังหวัดปทุมธานี โดยไทยเบฟได้ช่วยให้ความรู้ในการใช้ระบบกรองน้ำ รวมถึงการบำรุงรักษาอีกด้วย อีกทั้งในกลุ่มธุรกิจสุราได้สนับสนุนโครงการแบบเดียวกันในจังหวัดนครปฐมและจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อให้มั่นใจว่าคนในชุมชนจะมีน้ำดื่มที่สะอาดปลอดภัย



โครงการส่งเสริมการอนุรักษ์ระบบนิเวศและการดูแลแหล่งน้ำร่วมกับชุมชน

โรงงานผลิตเบียร์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ร่วมกับชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบริเวณชุมชนคลองข่อย 26 ริงสิตเหนือ และคลองระพีพัฒน์ ในกรุงเทพฯ โดยร่วมกันปล่อยปลา 10,000 ตัวลงในแหล่งน้ำเพื่อเพิ่มความหนาแน่นของจำนวนปลา และยังช่วยเพิ่มสัดส่วนของพื้นที่สีเขียวรอบโรงงานและชุมชน โดยร่วมกันแจกเมล็ดพันธุ์พืชให้กับพนักงานและชาวบ้าน ทั้งนี้ ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ชุมชน และโรงงานต่าง ๆ เป็นการปรับปรุงแหล่งน้ำธรรมชาติและฟื้นฟูระบบนิเวศทางธรรมชาติของพื้นที่อย่างยั่งยืน

โรงงานสุรา ร่วมกับภาคอุตสาหกรรมในจังหวัดปทุมธานี หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และแกนนำชุมชน ดำเนินโครงการจิตอาสาเพื่ออนุรักษ์ลำน้ำสาขาของกลุ่มน้ำป่าสักไปจนถึงแม่น้ำเจ้าพระยาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดปทุมธานี โครงการนี้ได้ให้การช่วยเหลือ 40 คริวเรือนรอบโรงงาน โดยเฉพาะคริวเรือนที่ตั้งอยู่ที่ริมแม่น้ำและลำคลอง โดยติดตั้งบ่อดักไขมัน เพื่อลดการปล่อยน้ำเสียและไขมันจากคริวเรือนสู่แหล่งน้ำชุมชนและแม่น้ำเจ้าพระยา ข้อดีอีกประการของโครงการคือช่วยสร้างจิตสำนึกในเรื่องปัญหาขยะในแม่น้ำระหว่างภาครัฐกับชุมชน

นอกจากนี้ พนักงานอาสาสมัครจากโรงงานสุราในโครงการกิจกรรมเพื่อสังคม และสำนักงานอุตสาหกรรมสุราขจรธานี กับศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืดสุราขจรธานี ได้ทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อรักษาแม่น้ำตาปี โดยโครงการได้เริ่มขึ้นในปี 2564 เป็นโครงการบริหารจัดการลุ่มน้ำและธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ที่ตั้งอยู่ที่คลองพุมดวง โดยจิตอาสาช่วยปล่อยปลาเกิน 25,000 ตัว ลงแม่น้ำ ปลุกต้นไม้มงคล และติดตั้งบ่อดักไขมันให้ชาวบ้าน วัดสุวรรณโกฏีและบึงหนองหาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี

โครงการอุตสาหกรรมเติมน้ำใต้ดินระดับต้น

ไทยเบฟร่วมมือกับสถาบันน้ำและสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (WEIS) ในโครงการเติมน้ำใต้ดินระดับต้น สำหรับภาคอุตสาหกรรม โครงการนี้เป็นโครงการต้นแบบในการกักเก็บน้ำฝนและผันน้ำลงไปกักเก็บไว้ใต้ดินระดับต้น โดยไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ ซึ่งไทยเบฟกำลังดำเนินการขยายผลให้ครอบคลุมพื้นที่โรงงานอื่น ๆ ทั่วประเทศ โครงการนี้แสดงให้เห็นความสำคัญในการร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคอุตสาหกรรม และชุมชนในพื้นที่

การจัดการน้ำเสียผ่านพื้นที่ชุ่มน้ำเทียม

The Knockdhu Distillery Co., Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทในเครือจากประเทศสกอตแลนด์ ได้พัฒนาพื้นที่ชุ่มน้ำเทียมบนพื้นที่ 2,000 ตารางเมตร ในบริเวณพื้นที่ของโรงงาน เพื่อบริหารจัดการน้ำเสียที่เกิดจากกระบวนการกลั่น โดยได้ปลูกพืช 17 สายพันธุ์มากกว่า 21,000 ต้น พื้นที่ชุ่มน้ำแห่งนี้ได้ดึงดูดแมลง ค้างคาว และนก เพื่อช่วยเพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพของพื้นที่ พื้นที่ชุ่มน้ำแห่งนี้ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนได้ 45 ตันต่อปี เนื่องจากไม่ต้องขนส่งของเสียจากน้ำทิ้งออกจากโรงงานอีกต่อไป

สำหรับโครงการเกี่ยวกับน้ำอื่น ๆ โปรดดูที่ https://sustainability.thaibev.com/2021/th/water_stewardship.php

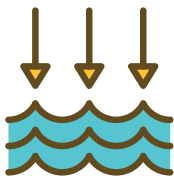


ขับเคลื่อนด้วยวิสัยทัศน์ PASSION 2025

การบริหารจัดการน้ำเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งสำหรับไทยเบฟ โดยการจัดทำแผนการประเมินน้ำผิวดินและน้ำใต้ดินให้ครอบคลุมทุกโรงงาน จะช่วยเสริมความแข็งแกร่งของบริษัทให้สามารถจัดการแหล่งน้ำได้ดีขึ้น รวมถึงเตรียมพร้อมสำหรับความเสี่ยงที่จะช่วยให้ไทยเบฟ เป็นบริษัทชั้นนำ รวมถึงเป็นองค์กรต้นแบบให้กับคู่ค้าและบริษัทร่วมอุตสาหกรรม

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

การบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพในปี 2564 ส่งผลให้มีการลดการใช้ น้ำ การใช้ซ้ำ และการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่เมื่อเทียบกับปริมาณ การใช้น้ำทั้งหมด ดังนี้



ลด **11.36%**

- เชื่อมต่อท่อจ่ายน้ำหล่อเย็นจาก ซิลิโคนเครื่องกลั่นเข้ากับถังน้ำ หล่อเย็นของถังหมัก ซึ่งเป็นการ ช่วยลดปริมาณน้ำหล่อเย็นทั้งหมด
- นำน้ำจากการล้างขวดขั้นสุดท้าย กลับมาใช้ล้างขวดในขั้นตอนแรก ซึ่งเป็นการช่วยลดการใช้น้ำล้างขวด



ใช้ซ้ำ **4.59%**

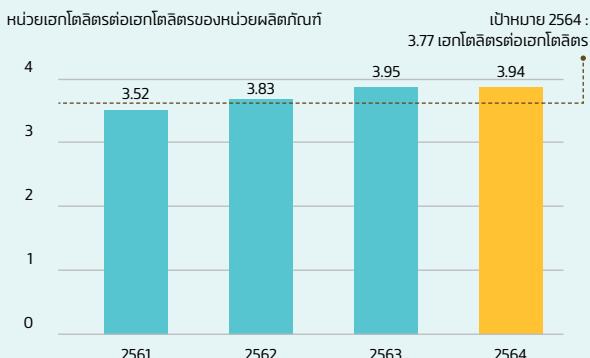
- นำน้ำจากการล้างยอนของระบบผลิตน้ำ มาใช้เป็นน้ำดับสำหรับกระบวนการผลิต
- กรองน้ำที่มีส่วนผสมของโซดาไฟจาก กระบวนการล้างขวดและนำกลับมาใช้ใหม่ สำหรับระบบบำบัดมลพิษทางอากาศ (Wet Scrubber) ที่หม้อไอน้ำ เพื่อจัด มลพิษออกจากก๊าซไอเสียของหม้อไอน้ำ น้ำผสมโซดาไฟที่กรองแล้วยังสามารถใช้ ในกระบวนการล้างขวดได้
- นำน้ำที่ทิ้งจากการกรองน้ำ ด้วยระบบ Reverse Osmosis (RO) มาใช้ในระบบหล่อเย็น
- นำไอ้คอนเดนเสทกลับมาใช้ใหม่ เพื่อจ่ายน้ำให้กับหม้อไอน้ำ



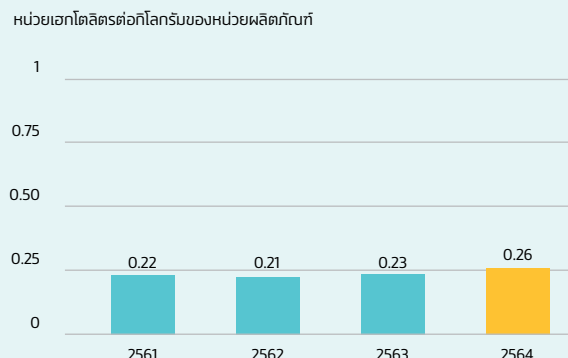
นำกลับมาใช้ใหม่ **6.73%**

- น้ำที่ผ่านการบำบัดน้ำเสีย นำไปใช้สำหรับรดน้ำต้นไม้ และทำความสะอาดถนน
- น้ำจากกระบวนการล้างขวด สามารถนำไปใช้คือน้ำ สำหรับการผลิตน้ำอ่อน

อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจ เครื่องดื่มในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2561 ถึง 2564



อัตราส่วนของการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจอาหาร ตั้งแต่ปี 2561 ถึง 2564



*อัตราการใช้้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ของไทยเบฟ รวมต่างประเทศ ปี 2564 คือ 4.55 เอกลิตรต่อเอกลิตรของหน่วยผลิตภัณฑ์

**เป้าหมายปี 2564 ลดอัตราการใช้้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ 5% เมื่อเทียบกับปีฐาน 2559

ตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

ไทยเบฟมุ่งมั่นในการประเมินความยั่งยืนของน้ำ (WSA) และการบริหารจัดการน้ำอย่างเหมาะสม โดยสนับสนุนชุมชนในการอนุรักษ์ป่าต้นน้ำและแหล่งน้ำอื่น ๆ ตลอดจนสร้างความมั่นใจว่าประชาชนสามารถเข้าถึงน้ำสะอาดได้ ไทยเบฟจึงได้มีส่วนผลักดันให้เกิด:



เป้าหมาย 6: การมีน้ำสะอาดและสุขอนามัยที่ดี

เป้าหมาย 12: การมีแบบแผนการผลิตและการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ

เป้าหมาย 13: การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

6.3 ภายในปี 2573 ยกระดับคุณภาพน้ำโดยการลดมลพิษ ขจัดสารกัมมันตรังสี และลดการปล่อยสารเคมีและวัสดุอันตราย ลดสัดส่วนน้ำเสียที่ไม่ผ่านการลงครั่งหนึ่ง และเพิ่มการนำกลับมาใช้ใหม่ทั่วโลก

6.4 ภายในปี 2573 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำในทุกภาคส่วน และสร้างหลักประกันว่าจะมีการใช้น้ำและจัดหาที่ยั่งยืน และลดจำนวนประชาชนที่ประสบความทุกข์จากการขาดแคลนน้ำ



6.B สนับสนุนและเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการจัดการน้ำและสุขอนามัย

12.2 ภายในปี 2573 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืน และการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

13.3 พัฒนาการศึกษ การสร้างความตระหนักรู้ และขีดความสามารถของมนุษย์และของสถาบัน ในเรื่องการลดปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การปรับตัว การลดผลกระทบ และการเตือนภัยล่วงหน้า

ก้าวสู่ปี 2568

เป้าหมาย:

ความสำเร็จ

5%

ภายในปี 2568 อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ลดลงเปรียบเทียบกับปีฐาน 2562

11%

ปี 2564 อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นเปรียบเทียบกับปีฐาน 2562



ทิศทางการดำเนินงาน:
ดำเนินการประเมินความยั่งยืนของน้ำ (WSA) ให้ครอบคลุมทุกโรงงานในประเทศไทยภายในปี 2566

บรรจุภัณฑ์และเศรษฐกิจหมุนเวียน

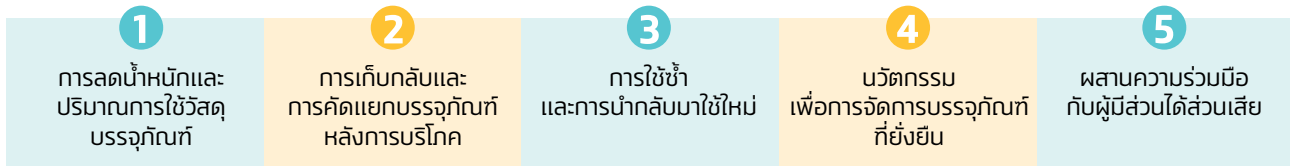
ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญอย่างยิ่งในการจัดทำบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบัน ซึ่งหลายปีที่ผ่านมา ไทยเบฟได้ลดปริมาณการใช้ทรัพยากรในการผลิตบรรจุภัณฑ์ และเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ไทยเบฟยังส่งเสริมการนำบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคกลับมาใช้ใหม่ เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและลดของเสีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งบรรจุภัณฑ์หลัก เช่น แก้ว กระดาษ กระป๋องอะลูมิเนียม และขวดพลาสติก PET โดยมีบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ รีไซเคิล จำกัด (Thai Beverage Recycle: TBR) ที่รับผิดชอบในการเก็บกลับคืนบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค เพื่อนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำกลับมาใช้ใหม่

ปัจจุบันทั่วโลกให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดและการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน ซึ่งในประเทศไทยนั้น รัฐบาลได้มีการกำหนดอนุบัญญัติร่างแผนปฏิบัติการในปี 2564 โดยมีมติให้ลดและเลิกใช้พลาสติกประเภท และเป้าหมายนำพลาสติกแข็งประเภทกลับมาใช้ประโยชน์อย่างน้อยที่สุด 50% ภายในปี 2565 นอกจากนี้ ไทยเบฟเชื่อมั่นว่า การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกด้วยการบริหารจัดการวัสดุและบรรจุภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม เป็นโอกาสที่ดีทางด้านธุรกิจซึ่งจะช่วยลดต้นทุนในการผลิต ด้วยเหตุนี้ ไทยเบฟจึงร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า รวมถึงคู่ค้าทางตรงและทางอ้อม ผู้ประกอบการรายย่อย และผู้บริโภค เพื่อบริหารจัดการและสร้างคุณค่าให้กับบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคผ่านระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)



ไทยเบฟยึดมั่นในหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียน คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากบรรจุภัณฑ์ ตั้งแต่การออกแบบไปจนถึงการจัดการบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค

เพื่อช่วยให้การจัดการบรรจุภัณฑ์มีความยั่งยืนมากขึ้น ไทยเบฟจึงมุ่งเน้นไปที่การดำเนินงาน 5 เป้าหมาย ได้แก่:



แนวทางการบริหารจัดการ

ไทยเบฟให้ความสำคัญกับนวัตกรรมและการออกแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงการนำวัสดุบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคกลับคืนสู่กระบวนการ โดยมีการตั้งเป้าหมายในการลดปริมาณ การใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้ใหม่

1. การลดน้ำหนักและปริมาณการใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์

ไทยเบฟทำงานร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติน้อยลงในขณะที่ยังคงคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้งาน โดยภายในปี 2573 ไทยเบฟมุ่งเน้นที่จะลดปริมาณวัตถุดิบที่ใช้สำหรับการผลิต กระป๋องอะลูมิเนียมลงให้ได้ 2,700 ตัน เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2563 โดยภายในปีงบประมาณ 2564 ที่ผ่านมา ไทยเบฟประสบความสำเร็จในการปรับน้ำหนักของบรรจุภัณฑ์หลายชนิด ส่งผลให้สามารถลดการใช้วัสดุลงได้มากกว่า 407 ตัน

2. การเก็บกลับและการคัดแยกบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค

การเก็บกลับและคัดแยกบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค ถือเป็นส่วนสำคัญของการจัดการบรรจุภัณฑ์ในระบบหมุนเวียน โดยไทยเบฟเวอเรจ รีไซเคิล รับซื้อบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคของไทยเบฟจากพันธมิตรทางธุรกิจในทุกท้องถิ่นทั่วประเทศ และนำมาคัดแยกที่โรงงานคัดแยกของบริษัท ซึ่งปัจจุบันวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ไทยเบฟเวอเรจ รีไซเคิล รับซื้อ ได้แก่ ขวดแก้ว เศษแก้ว กระป๋องอะลูมิเนียม ขวด PET และกล่องกระดาษลูกฟูก

3. การใช้ซ้ำและการนำกลับมาใช้ใหม่

เพื่อให้การจัดการบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคแบบหมุนเวียนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ไทยเบฟเวอเรจ รีไซเคิล จะส่งบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคที่คัดแยกแล้วไปยังผู้ใช้โดยตรง เช่น ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ หรือผู้ที่ทำธุรกิจรีไซเคิลเพื่อนำกลับมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์อีกครั้ง นอกจากนี้ ยังมีการนำแผ่นพลาสติกที่สามารถใช้ซ้ำได้มากกว่า 50 ครั้งมาทดแทนภาชนะกระดาษแบบใช้แล้วทิ้งในกระบวนการขนส่ง

ในช่วงต้นปี 2564 ไทยเบฟเวอเรจ รีไซเคิล ได้เปิดศูนย์รีไซเคิลแห่งใหม่ในจังหวัดนครราชสีมาเพิ่มจากจุดรับซื้อที่มีอยู่แล้วกว่า 30 แห่ง และจากศูนย์รีไซเคิลที่เดิมมีอยู่แล้วในจังหวัดอยุธยา ศูนย์แห่งใหม่นี้เป็นส่วนหนึ่งของแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้าง

พื้นฐานของระบบการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่ นอกจากนี้ ไทยเบฟยังมีแผนที่จะสร้างศูนย์รีไซเคิลในพื้นที่ภาคเหนือและภาคใต้ของประเทศไทยอีกด้วย

4. นวัตกรรมเพื่อการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน

ไทยเบฟก่อตั้งบริษัท เบฟเทค จำกัด (BevTech) เพื่อเป็นศูนย์กลางความรู้ และวิจัยเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทางเลือกที่ยั่งยืน โดยเบฟเทค ได้พัฒนาอุปกรณ์เครื่องจักรและหุ่นยนต์เพื่อนำระบบอัตโนมัติมาใช้ในโรงงานของกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ มากขึ้นด้วย เป้าหมายคือเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับกลุ่มธุรกิจ เพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพในการผลิต รวมถึงเพิ่มความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน ลดความเสี่ยงในการขาดแคลนแรงงาน และที่สำคัญคือ ลดการเกิดของเสียและการใช้พลังงานที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งในปีที่ผ่านมา เบฟเทคประสบความสำเร็จในการพัฒนาระบบสายพานคัดขวดอัตโนมัติ (รายละเอียดเพิ่มเติมในรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืนประจำปี 2561) และการนำปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence หรือ AI) มาติดตั้งในระบบสายพานคัดขวด โดยประสานความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยซีเอ็มเคแอล (CMKL) ซึ่งก่อตั้งจากความร่วมมือระหว่างสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กับมหาวิทยาลัย Carnegie Mellon University (CMU) ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำระดับโลกที่มีชื่อเสียงทางด้านเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ โดยไทยเบฟใช้ระบบสายพานคัดขวดเพื่อลดข้อผิดพลาดจากแรงงานคน ลดความเสียหายของบรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ซ้ำ และลดค่าใช้จ่ายในกระบวนการผลิต (รายละเอียดเพิ่มเติมในรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืนประจำปี 2562)

5. ผสานความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ไทยเบฟร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังทำงานร่วมกับสถาบันการจัดการบรรจุภัณฑ์และรีไซเคิลเพื่อสิ่งแวดล้อม (TIPMSE) ภายใต้สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย โดยมีตัวแทนจากคณะกรรมการบริหารสถาบันการจัดการบรรจุภัณฑ์และรีไซเคิลเพื่อสิ่งแวดล้อม และไทยเบฟเวอเรจ รีไซเคิล เข้าร่วมในการพัฒนาหลักการขยายความรับผิดชอบของผู้ผลิต (Extended Producer Responsibility หรือ EPR) สำหรับประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ผลิตคำนึงถึงผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมอย่างครบวงจร โดยร่วมกับคณะทำงานซึ่งประกอบด้วยนักวิชาการและหน่วยงานภาคเอกชนต่าง ๆ

2564 การกิจสำคัญ

โครงการเก็บกลับ-รีไซเคิล

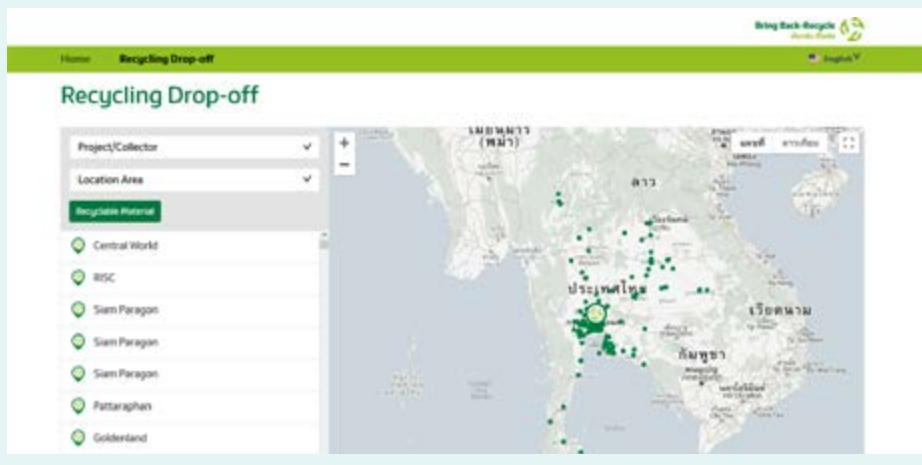
เพื่อสร้างเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการบรรจุก้นท์ หลังการบริโภค ไทยเบฟเวอเรจ รีไซเคิล ได้ริเริ่มโครงการเก็บกลับ-รีไซเคิล (Bring Back-Recycle) ขึ้นในปี 2564 และจัดกิจกรรมรูปแบบต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการคัดแยกขยะ นำไปสู่การจัดการบรรจุก้นท์หลังการบริโภคอย่างยั่งยืน โดยเริ่มรณรงค์จากภายในองค์กร ให้พนักงานคัดแยกบรรจุก้นท์ หลังการบริโภคที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ และนำมาบริจาคเพื่อเปลี่ยนเป็นเงินสมทบเข้ากองทุนพนักงานไทยเบฟ...เพื่อนช่วยเพื่อน ซึ่งต่อมาได้มีการขยายโครงการไปยังสำนักงานอื่น ๆ รวมแล้วกว่า 17 แห่งในกรุงเทพฯ นอกจากนี้ไทยเบฟยังได้พัฒนาแอปพลิเคชัน OK Recycle ใช้กลไกการจับคู่อุปสงค์และอุปทานเพื่อเชื่อมโยงผู้ซื้อและผู้ขาย (ผู้ที่ทำธุรกิจรีไซเคิล) ซึ่งแอปพลิเคชันดังกล่าวยังสามารถบันทึกข้อมูลกิจกรรมการรีไซเคิลและข้อมูลที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของผู้ใช้งานได้อย่างเป็นระบบ

นอกจากนี้ ในช่วงปลายเดือนมีนาคม 2564 ภายในงาน “Water Festival Thailand 2021” ไทยเบฟเวอเรจ รีไซเคิล ได้ร่วมกับพันธมิตรจัดกิจกรรม “ชุมชนพอเพียง ยั่งยืน เพื่อโลก” ซึ่งเป็นการเริ่มปลูกฝังรีไซเคิลที่ยั่งยืนผ่านการแยกขยะในระดับชุมชน โดยแนวคิดการจัดกิจกรรมพัฒนาชุมชนในพื้นที่นำร่อง 4 แห่งใน 4 จังหวัด

และเพื่อให้ผู้บริโภคของไทยเบฟสามารถจัดการบรรจุก้นท์ หลังการบริโภคได้อย่างยั่งยืน ไทยเบฟเวอเรจ รีไซเคิล ได้สร้างฐานข้อมูลจัดรับวัสดุรีไซเคิลที่เว็บไซต์ www.bringbackrecycle.com/recycling ซึ่งฐานข้อมูลดังกล่าวเกิดจากความร่วมมือระหว่างโครงการเก็บกลับ-รีไซเคิล กับพันธมิตร ได้แก่ โครงการ “วน” (WON), Precious Plastic Bangkok, เพอร์เซอรัส พร็อพเพอร์ตี้ ไทยแลนด์ และหน่วยงานภาครัฐทั่วประเทศ และไทยเบฟเวอเรจ รีไซเคิล ยังเข้าร่วมรณรงค์การรีไซเคิลในระดับประเทศ นำโดยกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ แคน จำกัด ซึ่งเป็นหนึ่งในคู่ค้าที่ระดมอะลูมิเนียมรายใหญ่ของไทยเบฟ เพื่อเก็บกลับกระป๋องอะลูมิเนียมหลังการบริโภคจากจุดรับภายในห้างบิกซิ่งซึ่งเป็นหนึ่งในห้างค้าปลีกรายใหญ่ของประเทศไทย ส่งผลให้ปัจจุบันในฐานข้อมูลนี้มีจุดรับวัสดุรีไซเคิลมากถึง 860 จุด



รองรับบรรจุก้นท์หลังการบริโภคที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้หลายชนิด ได้แก่ ขวดพลาสติก PET ฝาขวดพลาสติก HDPE กระป๋องอะลูมิเนียม และพลาสติกแบบยืดได้ เช่น ถุงพลาสติกและฟิล์มที่ทำจากพลาสติกประเภท LDPE โดยผู้บริโภคยังสามารถเข้าถึงฐานข้อมูลดังกล่าวผ่านรหัส QR CODE ที่อยู่บนบรรจุก้นท์ที่ตราข้างได้อีกด้วย



iOS



Android

ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

โครงการสำคัญ

การสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัสดุรีไซเคิล

การสร้างความต้องการหรืออุปทานให้กับบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคเป็นตัวขับเคลื่อนหลักที่ส่งเสริมให้เกิดการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนภายใต้โมเดลเศรษฐกิจหมุนเวียน และแม้ว่าในปัจจุบัน ไทยจะยังไม่ได้มีการอนุญาตให้ใช้วัสดุ PET รีไซเคิลในบรรจุภัณฑ์อาหาร ไทยเบฟยังเล็งเห็นโอกาสในการนำ PET รีไซเคิล หรือ rPET มาใช้งานในด้านอื่น ๆ เช่น การผลิตสิ่งทอ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการสร้างมูลค่าให้กับขวดพลาสติก PET หลังการบริโภค และส่งเสริมการรีไซเคิล PET ที่ยั่งยืนผ่านกระบวนการที่เรียกว่า การอัพไซเคิล (upcycle) โดยหนึ่งในโครงการที่ไทยเบฟมีการผลักดันในช่วงสองปีที่ผ่านมาคือ การนำขวดพลาสติก PET หลังการบริโภคกว่า 15.2 ล้านขวดไปผลิตเป็นผ้าห่ม rPET จำนวน 400,000 ผืน เพื่อนำไปบริจาคให้ประชาชนในพื้นที่ประสบภัยหนาว ภายใต้โครงการ “ไทยเบฟ... ร่วมใจต้านภัยหนาว” ซึ่งเป็นโครงการที่ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องถึง 22 ปี และในปี 2564 นับเป็นปีที่สองติดต่อกันที่ไทยเบฟใช้ rPET ในการผลิตผ้าห่มเหล่านี้ โดยภายใต้ความคิดริเริ่มนี้ ไทยเบฟประสบความสำเร็จในการสร้างความตระหนักเกี่ยวกับคุณค่าของบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค ซึ่งนอกจากผ้าห่มแล้ว ไทยเบฟยังช่วยกระตุ้นความต้องการวัสดุหลังการบริโภคเหล่านี้ผ่านโครงการความร่วมมือต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้มีการใช้ rPET ในผลิตภัณฑ์สิ่งทออื่น ๆ อีก เช่น ของที่ระลึกถุงผ้าในงาน Thailand Sustainability Expo และเสื้อฟุตบอลที่ผลิตให้กับทีมบุรีรัมย์ยูไนเต็ด



ระบบรวบรวมข้อมูลของเหลือทิ้ง (WIN)

ไทยเบฟใช้หลักการเศรษฐกิจหมุนเวียนเป็นแนวทางการจัดการของเสีย และมุ่งเน้นที่จะลดผลกระทบของเสียมีต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ซึ่ง Waste Inventory หรือ WIN คือฐานข้อมูลแสดงของเหลือทิ้งจากการเก็บวัสดุคงคลังและสินค้าคงคลัง ได้ถูกคิดค้นขึ้นเพื่อรวบรวมปริมาณของเสียทั้งหมดในกลุ่มไทยเบฟ ระบบใช้วิธีการคำนวณสต็อกคงเหลือและปริมาณของเสียตามข้อมูล "สต็อกเข้า" (Stock-in) และ "สต็อกออก" (Stock-out) โดยการใช้ WIN ช่วยให้ผู้ใช้มีส่วนได้ส่วนเสียของไทยเบฟสามารถเห็นภาพวงจรของเสียทั้งหมดในแพลตฟอร์มเดียว และช่วยให้สามารถจัดสรรทรัพยากร R&D ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริมการแปลงของเสียเป็นมูลค่าผ่านนวัตกรรมต่าง ๆ เช่น ครีมนมที่มีส่วนผสมของสารสกัดจากใบชาจากเหลือจากกระบวนการผลิต ชันงานศิลปะจากฉลากเครื่องดื่มที่ออกมาจากกระบวนการล้างขวดหลังการบริโภค รวมถึงวัสดุชีวมวลมาเลี้ยงเหราหรือ Green Rock ที่ได้ถูกพัฒนาและวิจัยมาจากของเสียที่เกิดจากเตาเผาพลังงานความร้อนผ่านความร่วมมือกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (NSTDA) และศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (MTEC)

โครงการ Bring Back Home

ในปี 2563 ไทยเบฟได้เชิญชวนตัวแทนจำหน่าย (เอเยนต์) เข้าร่วมโครงการ Bring Back Home เพื่อร่วมเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค ซึ่งในรูปแบบการรับคืนบรรจุภัณฑ์นี้ ตัวแทนจำหน่ายทำหน้าที่เป็นผู้เก็บรวบรวมบรรจุภัณฑ์จากร้านค้าปลีกและร้านอาหารผ่านระบบขนส่งเที่ยวกลับหรือ backhaul ซึ่งโครงการนี้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้เชื้อเพลิง และช่วยให้ไทยเบฟสามารถเก็บกลับบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคได้โดยตรงจากลูกค้า โดยไทยเบฟได้เก็บกลับบรรจุภัณฑ์ผ่านโครงการนี้ไปแล้วกว่า 148 ตันนับตั้งแต่ริเริ่มโครงการ



เคเอฟซีกรีนสโตร์

ไทยเบฟได้ริเริ่มดำเนินการเพื่อยุติการใช้พลาสติกแบบครั้งเดียวทิ้ง (single-use plastic) โดยวางเป้าหมายเพื่อให้สอดคล้องกับแผนงานระดับชาติของประเทศไทยในการยุติการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งภายในปี 2565 ซึ่งรวมถึงถุงพลาสติก ถ้วยพลาสติกที่มีน้ำหนักเบา และหลอดพลาสติก บริษัท เดอะ คิวเอสอาร์ ออฟ เอเชีย จำกัด ภายใต้กลุ่มธุรกิจอาหาร บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) จับมือกับเคเอฟซี ประเทศไทย โดยบริษัท ยัม เรสเทอรองตส์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด เปิดตัวเคเอฟซีกรีนสโตร์ (KFC Green Store) 2 สาขา บนถนนวิภาวดีรังสิตและจังหวัดนครราชสีมา เพื่อสื่อสารรณรงค์ให้ลูกค้าที่มาใช้บริการได้มีส่วนร่วมช่วยกันดูแลโลก สอดคล้องกับหลักการของเคเอฟซีที่ยึดมั่นทำในสิ่งที่ถูกต้องมาโดยตลอด (Done the Right Way) ผ่านแนวปฏิบัติทุกด้าน ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การปรุงอาหารที่สะอาดและสดใหม่ และมีความมุ่งมั่นที่จะร่วมดูแลโลก ซึ่งเป็นที่มาของคอนเซ็ปต์ “KFC Fast Good” มุ่งมั่นทำสิ่งที่ดีและยั่งยืนให้กับโลก ดังนั้น เคเอฟซี ประเทศไทย จึงริเริ่มโครงการเคเอฟซีกรีนสโตร์ให้เป็นต้นแบบในการร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสังคมสู่ความยั่งยืนในประเทศไทย



โดยเคเอฟซีกรีนสโตร์ทั้ง 2 สาขา เน้นการสื่อสารรณรงค์ให้ลูกค้าร่วมกันช่วยโลก ด้วยการลดการใช้พลาสติก โดยทำการเปลี่ยนแพคเกจจิ้งเป็นวัสดุที่ลดการใช้พลาสติกจากเดิมลงมาให้มากที่สุด อาทิ มิดและล้อมพลาสติก ซึ่งสามารถช่วยลดการใช้พลาสติกได้มากถึง 20% ขณะที่แก้วน้ำกระดาษเปลี่ยนฟิล์มเคลือบด้านในก็ช่วยลดการใช้พลาสติกด้วยเช่นกัน ส่วนหลอดดื่มจากวัสดุ PLA (Biodegradable) ย่อยสลายตัวได้ทางชีวภาพ ด้วยขอสเปลี่ยนเป็นถ้วยกระดาษ และถุงพลาสติกเพิ่มความหนาแน่นขึ้นให้สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ นอกจากนี้ ตัวอาคารยังได้มีการติดตั้ง Solar Rooftop เพื่อให้สามารถนำพลังงานจากแสงอาทิตย์มาใช้ภายในร้าน ช่วยลดการใช้พลังงานไฟฟ้าโดยรวมได้มากถึง 20% ขณะเดียวกันได้มีการติดตั้งระบบกรองอากาศให้บริสุทธิ์ก่อนปล่อยออกสู่ภายนอกอาคารอีกด้วย ปัจจุบันยังได้ร่วมมือกับบริษัท IRPC ซึ่งนอกจากจะสื่อสารรณรงค์ให้ลูกค้าแยกขยะพลาสติกที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ (มิด ล้อม ซ้อน และถ้วยใส่มันบด) แล้ว ยังได้นำวัสดุดังกล่าวกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล เพื่อให้สามารถนำเม็ดพลาสติกไปผลิตเป็นสินค้าประเภทอื่น ๆ ต่อไป ประสบการณ์ใหม่ เคเอฟซีกรีนสโตร์สาขาแรกนี้ มุ่งหวังที่จะเห็นลูกค้าร่วมมือร่วมใจกันแยกขยะให้ถูกประเภทหลังการบริโภค เพื่อนำไปกำจัดหรือไปสู่กระบวนการรีไซเคิลได้อย่างถูกต้องเหมาะสม สอดคล้องกับหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนที่แท้จริง

น้ำดื่มกระป๋องคริสตัล

คริสตัล หนึ่งในแบรนด์น้ำดื่มชั้นนำของประเทศไทย ได้เปิดตัว Crystal CAN น้ำดื่มคุณภาพที่บรรจุในกระป๋องอะลูมิเนียม ผลิตภัณฑ์นี้เป็นความร่วมมือระหว่างกลุ่มไทยเบฟและคู่ค้าบรรจุกภัณฑ์อะลูมิเนียมรายสำคัญ โดยมีเป้าหมายในการสร้างระบบการจัดการบรรจุกภัณฑ์แบบหมุนเวียน และสร้างความตระหนักในหมู่ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลกระทบของบรรจุกภัณฑ์ต่อสิ่งแวดล้อม กระป๋องอะลูมิเนียมสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ 100% และเป็นอีกหนึ่งบรรจุกภัณฑ์ทางเลือกของน้ำดื่มนอกเหนือจากการใช้ขวดพลาสติก PET โดยการใช่วัสดุอะลูมิเนียมที่มาจากคาร์บอนไดออกไซด์สามารถช่วยลดพลังงานที่ใช้ในการผลิตกระป๋องได้มากถึง 95 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับการใช้แร่อะลูมิเนียมใหม่ ซึ่งความคิดริเริ่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการพัฒนาที่ยั่งยืนของคริสตัล ภายใต้แนวคิด “Crystal CARE” ซึ่งเน้นย้ำถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม



เครื่องเปิดฝาและตัดฝาขวดอะลูมิเนียม

ขวดแก้วที่ใช้ฝาเกลียวถือเป็นบรรจุกภัณฑ์หลักของไทยเบฟที่ถูกนำกลับมาใช้ในกระบวนการผลิตมากกว่า 1.2 ล้านขวดต่อปี ดังนั้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการคัดแยกขวดแก้วเพื่อนำกลับมาใช้ซ้ำ และนำกลับมาใช้ใหม่ ไทยเบฟได้ร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อพัฒนาเครื่องจักรที่ใช้ในการคลายเกลียวฝาอะลูมิเนียมและห่วงครอบขวดออกจากบรรจุกภัณฑ์ขวดแก้วหลังการบริโภค โดยเครื่องจักรดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของสายพานการคัดแยกขวด และสามารถถอดฝาออกจากขวดได้มากถึง 15,000 ใบต่อชั่วโมง

ขับเคลื่อนด้วยวิสัยทัศน์ PASSION 2025

ที่ผ่านมา ไทยเบฟมีความมุ่งมั่นที่จะนำหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการบรรจุกภัณฑ์และของเสีย โดยมุ่งเน้นที่ระบบการเก็บกลับและคัดแยก การวิจัยและพัฒนาวัสดุ รวมถึงความร่วมมือกับคู่ค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ซึ่งช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับห่วงโซ่อุปทานของไทยเบฟ ส่งผลให้เกิดการเพิ่มประสิทธิภาพและส่งเสริมการก้าวไปสู่การเป็นผู้นำด้านการจัดการบรรจุกภัณฑ์อย่างยั่งยืน

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

ไทยเบฟประสบความสำเร็จในการดำเนินงานสอดคล้องกับเป้าหมายในระดับขององค์กรที่ต้องการจะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



นำขวดแก้ว จำนวน

1,277 ล้านขวด กลับมาใช้ซ้ำ

และนำเศษแก้ว กลับมาใช้ใหม่

207,688 ตัน

คิดเป็น **82%*** ของปริมาณ
ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจำหน่ายในประเทศไทย**



รีไซเคิลกล่องกระดาษลูกฟูก

103,789.96 ตัน

คิดเป็น **166%**

ของบรรจุภัณฑ์กระดาษที่บริษัท
ใช้ในประเทศไทย



รีไซเคิลกระป๋องอะลูมิเนียม

1,803 ตัน

คิดเป็น **30%***

ของปริมาณผลิตภัณฑ์
ที่บริษัทจำหน่ายในประเทศไทย



รีไซเคิลขวด PET

จำนวน **3,188.49** ตัน

คิดเป็น **10%***

ของปริมาณผลิตภัณฑ์
ที่บริษัทจำหน่ายในประเทศไทย

*คำนวณจากยอดขายโดยเทียบจากน้ำหนักของบรรจุภัณฑ์

**ได้แก่ ขวดแก้วที่ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสุรา เบียร์ และเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ที่สามารถนำกลับคืนมาเพื่อใช้ซ้ำหรือใช้ใหม่ได้ (returnable glass bottles)

มาตรการรับมือวิกฤตโควิด-19

ไทยเบฟได้วางมาตรการรับมือโควิด-19 ในสถานที่จัดการบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคทุกแห่ง เพื่อให้มั่นใจในสุขอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน ตลอดจนพันธมิตรตลอดห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ ได้จัดให้มีการทำความสะอาดบริเวณพื้นที่ปฏิบัติงาน โดยใช้น้ำยาฆ่าเชื้อที่ผ่านการอนุมัติจากกรมอนามัยอย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของโรคโควิด-19

ตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

ด้วยความมุ่งมั่นที่จะนำหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนมาใช้ในการระบบการบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคและของเสีย ไทยเบฟจึงได้นำแนวคิด 3Rs มาปรับใช้ คือ ลดการใช้ นำกลับมาใช้ซ้ำ และนำกลับมาใช้ใหม่ (Reduce, Reuse and Recycle) และเน้นการพัฒนานวัตกรรม ตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติดังต่อไปนี้

เป้าหมายที่ 12: สร้างรูปแบบการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน โดยมุ่งหวังที่จะลดการเกิดของเสียผ่านการลดปริมาณการใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้ใหม่ ภายในปี 2573 (ตัวชี้วัด 12.5)

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



ก้าวสู่ปี 2568

เป้าหมายในปี 2568

เก็บกลับบรรจุภัณฑ์ที่แก้วและกระดาษ เทียบเท่าปริมาณที่ใช้ หรือจำหน่ายในประเทศไทย **100%** เพื่อนำกลับมาใช้ซ้ำหรือนำกลับมาใช้ใหม่

100% ของบรรจุภัณฑ์หลักที่ใช้ในกระบวนการผลิตเป็นวัสดุที่นำกลับมาใช้ซ้ำ นำกลับมาใช้ใหม่ หรือย่อยสลายได้

เป้าหมายในปี 2573

เก็บกลับขวด PET และกระป๋องอะลูมิเนียม **100%** เทียบเท่าปริมาณที่จำหน่ายในประเทศไทย

ลดปริมาณวัสดุที่ใช้ในการผลิตกระป๋องอะลูมิเนียมลง **2,700 ตัน** (ปีฐาน 2563)

ความหลากหลายทางชีวภาพ

ทั่วโลกต่างยอมรับว่า การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพเป็นหนึ่งในผลกระทบร้ายแรงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อร่วมฟื้นฟูระบบนิเวศและลดผลกระทบต่อความสมดุลทางสิ่งแวดล้อมที่ต้องพึ่งพาอาศัยกัน ไทยเบฟเข้าใจดีว่า ความหลากหลายทางชีวภาพเป็นสาระสำคัญและมุ่งมั่นที่จะกำหนดแนวทางการดำเนินงานในทุกพื้นที่ให้ส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพสุทธิเชิงบวก ในฐานะที่เป็นสำนักงานใหญ่และธุรกิจหลักในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ บริษัทในกลุ่มไทยเบฟหลายแห่งตั้งอยู่ในพื้นที่บริเวณอินโด-เบอร์มาที่มีความสำคัญด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ทำให้ไทยเบฟจำเป็นต้องดำเนินการเชิงรุกในทุกพื้นที่ ปี 2564 จึงเป็นปีแรกที่ไทยเบฟเริ่มใช้แผนปฏิบัติการด้านความหลากหลายทางชีวภาพ โดยจัดระบบการคัดกรองการดำเนินงานทุกแห่งทั่วโลก เพื่อตรวจสอบผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อความหลากหลายทางชีวภาพ



นโยบายและกลยุทธ์

ในปี 2564 ไทยเบฟได้ประกาศเจตจำนงด้านการจัดการความหลากหลายทางชีวภาพสองประการ คือ

- ส่งเสริมให้เกิดผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพ สุทธิเชิงบวกภายในปี 2573
- ภายในปี 2573 การดำเนินงานของไทยเบฟจะไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อพื้นที่ป่าไม้

ความมุ่งมั่นทั้งสองประการนี้ขยายไปถึงห่วงโซ่อุปทาน โดยไทยเบฟมีนโยบายที่ให้ทั้งลูกค้าทางตรงและทางอ้อมหลีกเลี่ยงไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ ไทยเบฟร่วมมือกับพันธมิตร เช่น ลูกค้า องค์กรที่ไม่แสวงผลกำไร (NGO) และชุมชน และจะทำงานอย่างต่อเนื่องในระยะยาวเพื่อแสดงความมุ่งมั่นที่สอดคล้องตามหลักมาตรฐานสากลที่จะหยุดยั้งการสูญเสียธรรมชาติภายในปี 2573

การหลีกเลี่ยง

ไทยเบฟมุ่งมั่นที่จะใช้มาตรการหลีกเลี่ยง เช่น มาตรการ 'เปลี่ยนแบบ' ที่มีผลกระทบหรือความเสี่ยง เพื่อลดผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นต่อความหลากหลายทางชีวภาพ ไทยเบฟจะใช้เกณฑ์การออกแบบเพื่อประเมินการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทั้งหมด และพิจารณาทางเลือกอื่นเมื่อมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ แนวปฏิบัติที่ดีที่สุดในการหลีกเลี่ยงประกอบด้วย:

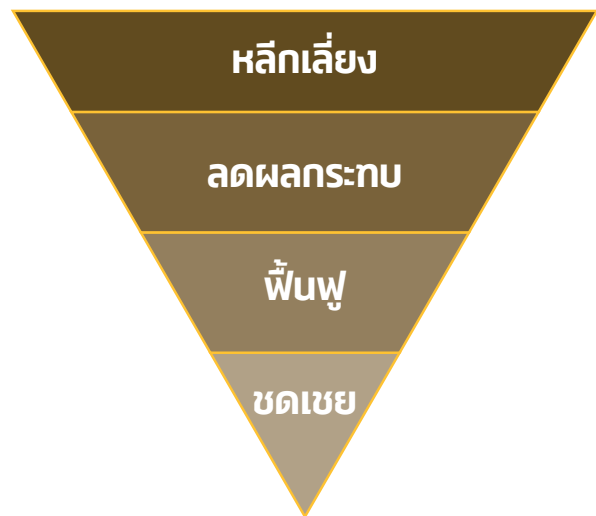
- หลีกเลี่ยงการพัฒนาในพื้นที่ที่ได้รับการยอมรับในระดับประเทศ หรือระดับสากลว่ามีความหลากหลายทางชีวภาพที่สำคัญ ซึ่งรวมถึง:
 - แหล่งมรดกโลกของ UNESCO
 - พื้นที่ชุ่มน้ำที่ระบุไว้ในรายการพื้นที่ชุ่มน้ำแรมซาร์
 - พื้นที่ที่อยู่ใน UNESCO Man and the Biosphere (MAB)
 - พื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพที่สำคัญ
 - พื้นที่ Alliance for Zero Extinction (AZE)
 - พื้นที่คุ้มครองที่อยู่ใน IUCN หมวดหมู่ I-IV
- ย้ายสิ่งก่อสร้างของโครงการออกจากพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพที่สำคัญ เมื่อเป็นไปได้
- หลีกเลี่ยงการทำลายพื้นที่ป่าเพื่อพัฒนาโครงการ

การลดผลกระทบ

ไทยเบฟมุ่งมั่นที่จะลดผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ โดยการควบคุมหรือจำกัดผลกระทบที่มาจากการพัฒนาหรือการดำเนินการ โรงงานที่มีการปล่อยน้ำจากการดำเนินงาน จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายท้องถิ่น เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ เช่นเดียวกับทุกหน่วยปฏิบัติการต้องใช้มาตรการที่เหมาะสมเพื่อจำกัดความเสี่ยงให้ต่ำที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ อย่างสมเหตุสมผล (As Low As Reasonably Possible: ALARP) เพื่อสร้างความมั่นใจในการปกป้องพนักงานและสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติโดยรอบโรงงาน

ความมุ่งมั่นของไทยเบฟที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อพื้นที่ป่าไม้มาพร้อมกับมาตรการที่เข้มงวดและกลไกเพื่อติดตามว่ามีปฏิบัติตามตลอดห่วงโซ่อุปทาน ลูกค้าจะต้องยึดมั่นในการ "ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อพื้นที่ป่าไม้" ตามแนวทางปฏิบัติสำหรับลูกค้าของไทยเบฟ และบริษัทยังร่วมมือกับลูกค้าในการทวนสอบความคืบหน้าตามความมุ่งมั่นที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ ไทยเบฟมุ่งเน้นไปที่ลูกค้าและกระบวนการจัดซื้อเป็นหลัก เนื่องจากไทยเบฟมีความเสี่ยงต่อการตัดไม้ทำลายป่าภายในการดำเนินงานโดยตรงของบริษัทน้อยมาก

ไทยเบฟได้กำหนดการบรรเทาผลกระทบตามลำดับขั้นไว้เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายบริษัท (หลีกเลี่ยง ลดผลกระทบ พื้นฟู และชดเชย) ในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพที่เกี่ยวข้องกับโรงงานผลิต



การฟื้นฟู

ไทยเบฟพยายามที่จะฟื้นฟูพื้นที่ที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบได้ในกรณีที่มีการพัฒนาบนพื้นที่ที่อยู่บริเวณป่าเสื่อมโทรม ไทยเบฟตั้งใจที่จะฟื้นฟูพื้นที่ดังกล่าวให้มีคุณภาพดีขึ้น เพื่อให้บริษัทสามารถมีส่วนร่วมในเชิงบวกต่อภูมิทัศน์และสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น

การชดเชย

ไทยเบฟพยายามประเมินความต้องการและความเป็นไปได้ที่จะไม่ให้เกิดการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพสุทธิที่โรงงานผลิต ผ่านมาตรการชดเชย มาตรการดังกล่าวจะได้รับการพัฒนาให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดระดับสากล เช่น หลักการชดเชยความหลากหลายทางชีวภาพที่พัฒนาโดยโครงการชดเชยความหลากหลายทางชีวภาพและธุรกิจ (Business and Biodiversity Offsets Program: BBOP)

2564 การกิจสำคัญ

การประเมินแหล่งที่อยู่อาศัยและชนิดพันธุ์ที่สำคัญ

ไทยเบฟเริ่มศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อความหลากหลายทางชีวภาพ โดยเริ่มศึกษาจากสถานที่ปฏิบัติการของบริษัทก่อน ในปี 2564 บริษัทได้ดำเนินการคัดกรองพื้นที่ปฏิบัติการทุกแห่งเพื่อระบุพื้นที่ที่มีความสำคัญสำหรับการศึกษาเพิ่มเติม โดยใช้แผนที่ดาวเทียมในการประเมินระยะห่างระหว่างพื้นที่ปฏิบัติการของไทยเบฟ กับพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพที่สำคัญและเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ (Key Biodiversity Areas: KBAs) การแบ่งประเภทความเสี่ยงถูกกำหนดตามระยะห่างว่า 0 กม. เป็นความเสี่ยงสูงมาก 0 ถึง 2 กม. เป็นความเสี่ยงสูง 2 ถึง 5 กม. เป็นความเสี่ยงปานกลาง และมากกว่า 5 กม. เป็นความเสี่ยงต่ำ โดยไทยเบฟได้ใช้โปรแกรม Integrated Biodiversity Assessment Tool หรือ IBAT ซึ่งเป็นฐานข้อมูลที่ทั่วโลกยอมรับ เพื่อกำหนดพื้นที่ปฏิบัติการที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกับพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพที่สำคัญ หากพื้นที่นั้นอยู่ในรัศมี 5 กม.

นอกจากการใช้โปรแกรม IBAT แล้ว ไทยเบฟยังดำเนินการคัดกรองชนิดพันธุ์เพื่อระบุพื้นที่ที่อาจเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของชนิดพันธุ์ที่สำคัญ การคัดกรองสำคัญมากกับการลดความเสี่ยงของพื้นที่ปฏิบัติการของไทยเบฟต่อผลกระทบเชิงลบด้านความหลากหลายทางชีวภาพ และความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อม การตรวจคัดกรองเกิดขึ้นภายในพื้นที่ในรัศมี 10 กม. รอบ ๆ โรงงานแต่ละแห่ง โดยใช้เกณฑ์การประเมินที่อยู่อาศัยที่สำคัญระดับสากล IFC PS6 Critical Habitat Assessment criteria 12 และ 3 หากพื้นที่ในรัศมี 10 กม. ของโรงงานใดมีผลกระทบต่อชนิดพันธุ์ที่สำคัญในขอบเขตของการประเมิน พื้นที่โรงงานนั้น ๆ ก็จะถูกกำหนดให้ทำการศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมต่อไป

จากผลการประเมินดังกล่าวข้างต้นพบว่า มีพื้นที่ 34 แห่ง ที่ต้องทำการศึกษาเพิ่มเติมในช่วงครึ่งหลังของปี 2564 และการศึกษาเพิ่มเติมนี้เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ช่องว่างเพื่อกำหนดนโยบายและขั้นตอนที่จะนำไปใช้ในแต่ละพื้นที่ เพื่อจัดผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพ

นอกจากนี้ จะมีการศึกษาคัดกรองชนิดพันธุ์เพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่แม่นยำมากขึ้น โดยการทวนสอบชนิดพันธุ์ที่กำหนดจากขอบเขต IFC PS6 12 และ 3 อย่างใกล้ชิด และไทยเบฟยังได้ร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญ เช่น นักวิชาการและองค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) เพื่อสนับสนุนการประเมินโดยรวม ในกรณีที่เป็น จัดให้มีการสำรวจภาคสนามเพื่อยืนยันการมีอยู่ของชนิดพันธุ์ที่กำหนด การดำเนินการนี้ช่วยปรับปรุงความถูกต้องแม่นยำในการ

ประเมินสายพันธุ์ที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกับพื้นที่ปฏิบัติการของไทยเบฟ พร้อมสร้างความรับรู้ให้กับชาวบ้านในท้องถิ่นถึงชนิดพันธุ์ที่สำคัญที่มีอยู่ในชุมชนของตน

ในขณะเดียวกัน ไทยเบฟได้ปรับปรุงผลการประเมินสำหรับพื้นที่ปฏิบัติการที่ถูกกำหนดว่าห่างจาก KBAs ไม่เกิน 5 กม. โดยหารือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ เช่น สำนักเลขาธิการเขตความหลากหลายทางชีวภาพ พันธมิตรในท้องถิ่นของหน่วยงาน Birdlife ฯลฯ เพื่อทำความเข้าใจพื้นที่และภูมิภาคโดยรอบเพิ่มเติม

จากการปรึกษาหารือร่วมกับผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้ ไทยเบฟได้สรุปรายชื่อพื้นที่ปฏิบัติการทั่วโลกที่สัมผัสกับความหลากหลายทางชีวภาพที่สำคัญ และตั้งเป้าหมายในการประเมินผลกระทบในอนาคต ผลกระทบดังกล่าวจะถูกประเมินในแต่ละพื้นที่ปฏิบัติการ และแผนการบริหารจัดการด้านความหลากหลายทางชีวภาพของแต่ละพื้นที่ปฏิบัติการจะถูกพัฒนาขึ้น เพื่อให้มั่นใจว่ามีความเสี่ยงบวกสุทธิตามพันธกิจของไทยเบฟ ในส่วนของพื้นที่ที่ถูกระบุว่าสัมผัสกับความหลากหลายทางชีวภาพ แต่ถูกตัดออกในระหว่างการประเมิน เนื่องจากไม่มีผลกระทบ ไทยเบฟยังคงตรวจติดตามและดำเนินการร่วมกับหน่วยงานท้องถิ่นและชุมชน เพื่อสร้างความตระหนักเกี่ยวกับสายพันธุ์ที่สำคัญเหล่านี้และสนับสนุนความพยายามในการเพิ่มจำนวนประชากรของสายพันธุ์ดังกล่าว ซึ่งจะให้ประโยชน์ในวงกว้างแก่ชุมชนท้องถิ่น เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และปกป้องระบบนิเวศในพื้นที่เพื่อคนรุ่นต่อไปในอนาคต

จากผลการศึกษาระยะที่ 2 พบว่า พื้นที่ปฏิบัติการของไทยเบฟ 21 แห่ง อยู่ใกล้กับพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพที่สำคัญ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงโอกาสที่ดีสำหรับบริษัทในการปกป้องพื้นที่และสายพันธุ์ที่สำคัญบริเวณพื้นที่ปฏิบัติการและทำงานร่วมกับชุมชนเพื่ออนุรักษ์ธรรมชาติ ในปีงบประมาณ 2565 ไทยเบฟจะดำเนินการเพิ่มเติมเพื่อระบุผลกระทบเชิงลบทั้งหมดที่บริษัทมีต่อความหลากหลายทางชีวภาพ และเตรียมแผนการบริหารจัดการความหลากหลายทางชีวภาพที่เหมาะสมสำหรับแต่ละสถานที่ปฏิบัติการ

จำนวนและพื้นที่ปฏิบัติการของไทยเบฟทั้งหมด	42	1773.4 เฮกตาร์
จำนวนและพื้นที่ปฏิบัติการที่สัมผัสกับความหลากหลายทางชีวภาพที่สำคัญ	21	963.5 เฮกตาร์

โครงการสำคัญ

- ไทยเบฟสนับสนุนการจัดภูมิทัศน์ในโรงงานทุกแห่งให้มีการปลูกพืชพันธุ์พื้นเมือง ซึ่งส่งเสริมประชากรแมลงและนกในท้องถิ่น สร้างผลเชิงบวกด้านความหลากหลายทางชีวภาพ โรงงานต่าง ๆ ยังจำกัดการใช้สารกำจัดศัตรูพืชเพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบเชิงลบด้านความหลากหลายทางชีวภาพตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของไทยเบฟ
- โรงงานที่มีการปล่อยของเสียควรปฏิบัติตามกฎหมายท้องถิ่นอย่างเคร่งครัด เพื่อให้เกิดผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพให้น้อยที่สุด มาตรการลดเสียงรบกวนและการกักกันถูกนำมาใช้เพื่อลดผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพจากเครื่องจักรหรือการดำเนินการอื่น ๆ ในพื้นที่ปฏิบัติการให้เป็นศูนย์

- บริษัท Inver House ไร่กล้วยในเครือไทยเบฟที่สกอตแลนด์ เป็นผู้นำในความพยายามด้านความหลากหลายทางชีวภาพ โดยไร่กล้วย Knockdhu ได้แปลงพื้นที่ 2,000 ไร่. มของ ไร่กล้วยให้เป็นพื้นที่ชุ่มน้ำ ช่วยเพิ่มจำนวนแมลง ค้างคาว และ นกในท้องถิ่น และไร่กล้วยอีกแห่งคือ Speyburn ได้ทำงาน ร่วมกับคณะกรรมการประมงแม่น้ำ Spey ในการสำรวจ ประชากรปลาในแหล่งน้ำในท้องถิ่นประจำปี พร้อมติดตั้ง ช่องทางให้ปลาผ่าน ซึ่งได้ทำการสำรวจมาตั้งแต่ปี 2555 และพบว่าประชากรปลาเทราท์และปลาเซลมอนเพิ่มขึ้น

ขับเคลื่อนด้วยวิสัยทัศน์ PASSION 2025

ในปี 2563 ไทยเบฟประกาศกลยุทธ์ด้านการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ ยังครอบคลุมถึงความสำคัญของความ หลากหลายทางชีวภาพผ่านเสาหลักสำคัญ คือ “การบรรเทา” และ “ชุมชน” ตัวอย่างเช่น ไทยเบฟทำงานร่วมกับชุมชนท้องถิ่น เพื่อดำเนินโครงการฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ เช่น การปลูกต้นไม้ การทำความสะอาดแหล่งน้ำ และการฟื้นฟู ป่าชายเลนในพื้นที่โดยรอบโรงงาน ในส่วนของกลยุทธ์ในการ จัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เสาหลักที่ 3 ของไทยเบฟ: “ชุมชน” ไทยเบฟจะส่งเสริมและสนับสนุนความ พยายามในการฟื้นฟูป่าชายเลนในอ่าวไทย ป่าชายเลนเป็น แหล่งกักเก็บคาร์บอนที่สำคัญและมีความสามารถในการ กักเก็บคาร์บอนเป็นเวลานานนับพันปี และกักเก็บคาร์บอน ได้มากกว่าป่าไม้ถึง 10 เท่า อีกทั้งยังเป็นแหล่งที่อยู่อาศัย ของสัตว์ต่าง ๆ

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

ไทยเบฟมุ่งมั่นที่จะสร้างผลกระทบเชิงบวกสุทธิด้านความหลากหลาย ทางชีวภาพภายในปี 2573 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2563 ไทยเบฟ ยังอยู่ในระหว่างการประเมินเพื่อระบุผลกระทบด้านความ หลากหลายทางชีวภาพจากสถานที่ปฏิบัติการ และจะรายงาน ความคืบหน้าเป็นประจำทุกปี

ภายในปี 2573 ไทยเบฟมุ่งมั่นที่จะหยุดยั้งการทำลายป่าไม้ตลอด การดำเนินธุรกิจและห่วงโซ่อุปทาน โดยเพิ่มนโยบายเกี่ยวกับ กลไกการติดตามและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า ทุกปีไทยเบฟ จะรายงานความคืบหน้าในการลดการทำลายป่าไม้จากคู่ค้าก่อน ถึงปี 2573 โดยจะร่วมมือกับคู่ค้าและระบุพื้นที่เสี่ยง

ในปี 2564 ไทยเบฟได้ประเมินความเสี่ยงของบริษัทด้านความ หลากหลายทางชีวภาพอย่างครบถ้วนในทุกพื้นที่ บริษัทมีพื้นที่ ปฏิบัติการจำนวน 21 แห่งที่สัมผัสกับพื้นที่ที่มีความหลากหลาย ทางชีวภาพที่สำคัญ เท่ากับจำนวนพื้นที่ 963.5 เฮกตาร์ ภายใน ปี 2565 พื้นที่ร้อยละ 100 ที่ถูกประเมินว่ามีความเสี่ยงนี้จะมี แผนการบริหารจัดการความหลากหลายทางชีวภาพทั้งหมด



ตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

ความมุ่งมั่นของไทยเบฟในการปกป้อง ความหลากหลายทางชีวภาพและ การไม่ตัดไม้ทำลายป่านั้นสอดคล้อง กับพันธกิจของบริษัทในการบรรลุ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของ สหประชาชาติที่ 15 (UN SDG15) ซึ่ง เกี่ยวข้องกับ ‘การใช้ประโยชน์จากระบบ นิเวศทางบก’ (‘Life on Land’)



15.1: สร้างหลักประกันว่า การอนุรักษ์ การฟื้นฟู และการใช้ ระบบนิเวศบนบกและในน้ำจัดในแผ่นดิน รวมทั้งบริการทาง ระบบนิเวศที่ยั่งยืน เฉพาะอย่างยิ่งป่าไม้ พื้นที่ชุ่มน้ำ ภูเขา และเขตแห้งแล้ง โดยเป็นไปตามข้อบังคับภายใต้ความตกลง ระหว่างประเทศ

15.2: ส่งเสริมการดำเนินการด้านการบริหารจัดการป่าไม้ ทุกประเภทอย่างยั่งยืน หยุดยั้งการตัดไม้ทำลายป่า ฟื้นฟูพื้นที่เสื่อมโทรม และเพิ่มการปลูกป่าและฟื้นฟูป่าทั่วโลก

15.5: ปฏิบัติการที่จำเป็นและเร่งด่วนเพื่อลดการเสื่อมโทรม ของดินที่อยู่ตามธรรมชาติ หยุดยั้งการสูญเสียความหลากหลาย ทางชีวภาพ และจะปกป้องและป้องกันการสูญพันธุ์ของ ชนิดพันธุ์ที่ถูกรบกวน

15.9: ภายในปี 2563 บูรณาการมูลค่าของระบบนิเวศและ ความหลากหลายทางชีวภาพเข้าในสู่การวางแผน กระบวนการ พัฒนา ยุทธศาสตร์การลดความยากจน และบัญชีทั้งระดับ ท้องถิ่นและระดับประเทศ

การสูญเสียอาหารและขยะอาหาร

จากข้อมูลขององค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ ระบุว่าอย่างน้อยหนึ่งในสามของอาหารทั้งหมดถูกทิ้งเป็นขยะ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั่วโลกอย่างมีนัยสำคัญ และถือเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เนื่องจากของเสียที่สลายตัวในหลุมฝังกลบขยะจะทำให้เกิดก๊าซมีเทน ซึ่งเป็นก๊าซเรือนกระจก ทั้งนี้ โครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (UNEP) ประมาณการว่า 8-10% ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั่วโลกเกิดจากอาหารที่ไม่ได้ถูกบริโภค ไทยเบฟจึงกำหนดแผนการจัดการเพื่อลดการสูญเสียอาหารและการเกิดขยะอาหารจากกระบวนการผลิต และตรวจสอบให้มีการใช้วัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ความท้าทายที่เกิดขึ้นทำให้ไทยเบฟพยายามเปลี่ยนแนวทางไปสู่เศรษฐกิจหมุนเวียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแปรรูปขยะอาหาร ในฐานะผู้ผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำของอาเซียนไทยเบฟได้ริเริ่มให้มีการใช้วัตถุดิบในกระบวนการผลิตอย่างคุ้มค่า เช่น การเปลี่ยนเศษอาหารให้เป็นปุ๋ย ไทยเบฟมองว่าปัญหาการสูญเสียอาหารและขยะอาหารสามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจได้ โดยในปี 2564 กลุ่มธุรกิจอาหารของไทยเบฟมีรายได้รวม 21,790,185 บาท จากการเปลี่ยนขยะอาหารหลายประเภทให้เป็นสิ่งที่มีคุณค่า



เป้าหมายที่ 12.3 ของ SDG ของสหประชาชาติ คือการเรียกร้องให้ลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหารต่อประชากรลงครึ่งหนึ่งภายในปี 2573 ซึ่งไทยเบฟได้กำหนดเป้าหมายที่คล้ายคลึงกัน แต่ก็ท้าทายยิ่งกว่า โดยตั้งเป้าที่จะจัดการสูญเสียอาหารและขยะอาหารที่กึ่งลงในหลุมฝังกลบขยะให้เป็นศูนย์ภายในปี 2573 ซึ่งหมายความว่า ภายในปี 2573 การสูญเสียอาหารและขยะอาหารที่เกิดจากไทยเบฟทั้งหมดจะถูกนำไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบอื่นได้ ขณะเดียวกันไทยเบฟได้คิดค้นแผนการและกลยุทธ์ต่าง ๆ มากมายใน 4 หน่วยธุรกิจ (สุรา เบียร์ เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และอาหาร) เพื่อลดปริมาณการสูญเสียอาหารและขยะอาหารที่เกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่คุณค่า รวมถึงลดปริมาณการสูญเสียอาหารและขยะอาหารที่ถูกทิ้ง โดยนำไปผลิตเป็นอาหารสัตว์ และบริจาคอาหารที่สะอาดปลอดภัยและมีคุณภาพให้กับผู้ยากไร้รวมถึงการขายเศษวัตถุดิบ นอกจากนี้ ไทยเบฟยังมีเป้าหมายที่จะทำงานร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนเพื่อลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหารในห่วงโซ่คุณค่าอย่างสร้างสรรค์



แนวทางการบริหารจัดการ

การสูญเสียอาหารและขยะอาหารมีความเกี่ยวข้องกัน แต่มีความหมายต่างกันขึ้นอยู่กับว่าเกิดขึ้นในขั้นตอนไหนในห่วงโซ่คุณค่า การสูญเสียอาหารคือปริมาณหรือคุณภาพของอาหารที่ลดลงตั้งแต่การเก็บเกี่ยว การขนส่ง และการผลิต แต่ไม่รวมถึงขั้นตอนการจัดจำหน่าย ขณะที่ขยะอาหารนั้นเกิดขึ้นในขั้นตอนการจัดจำหน่ายและการบริโภค ไทยเบฟได้จำแนกหมวดหมู่การสูญเสียอาหารและขยะอาหารตามขั้นตอนที่เกิดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร

ไทยเบฟใช้ระบบต่าง ๆ ในการประเมินการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร ตั้งแต่พื้นที่ผลิต โดยอาหารจะถูกรวบรวม ประเมิน แบ่งประเภท และจัดเก็บก่อนที่จะได้รับการจัดการ ซึ่งไทยเบฟจะบันทึกจำนวนการสูญเสียอาหารตั้งแต่พื้นที่ผลิต ซึ่งช่วยให้สามารถย้อนกลับไปตามการสูญเสียในแต่ละขั้นตอนได้ ไทยเบฟยังใช้วิธีอื่นในการวัดปริมาณอาหารที่สูญเสียและปริมาณขยะอาหาร รวมถึงการคำนวณความแตกต่างของน้ำหนักระหว่างรถบรรทุกเต็มและบรรทุกเปล่า ในขั้นตอนการจัดจำหน่าย ปลีกไทยเบฟใช้วิธีหลากหลายในการวัดปริมาณขยะอาหาร รวมถึงการชั่งน้ำหนักเศษอาหารที่ร้านอาหารแต่ละแห่ง หรือการคำนวณของเสียโดยใช้ระบบสินค้าคงคลัง



การสูญเสียอาหาร

ไทยเบฟให้ความสำคัญในการติดตามและบันทึกการสูญเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตที่ถูกต้องและแม่นยำ จากนั้นจะวิเคราะห์หาความสูญเสียต่าง ๆ เกิดขึ้นที่ไหนและเกิดขึ้นได้อย่างไร และกำหนดเป้าหมายเพื่อวางแผนการจัดการให้ดีขึ้น วิธีการประเมินจะช่วยลดการสูญเสียในแต่ละขั้นตอนและเพิ่มการนำวัตถุดิบที่อาจสูญเสียในขั้นตอนการผลิตกลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพื่อลดการสูญเสียอาหาร ไทยเบฟได้ทำงานร่วมกับลูกค้าเพื่อตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบให้เป็นไปตามมาตรฐาน และไม่สูญเสียคุณภาพจากการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ดีหรือวิธีการขนส่ง ไทยเบฟได้จัดการและจำแนกการสูญเสียอาหารออกเป็นหมวดหมู่ต่าง ๆ ขณะเดียวกันได้บันทึกปริมาณอาหารที่เหลือทิ้งทุกเดือน ซึ่งข้อมูลที่ได้จะนำไปประเมินผลเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการลดการสูญเสีย

สิ่งสำคัญที่สุดคือ ไทยเบฟได้ร่วมมือกับพันธมิตรต้นน้ำและปลายน้ำ เพื่อคิดค้นผลิตภัณฑ์จากนวัตกรรมใหม่และตั้งโปรแกรมเพื่อลดการสูญเสียอาหาร ซึ่งนวัตกรรมที่สำคัญ ได้แก่

- เปลี่ยนขยะผักให้เป็นปุ๋ย
- การนำเกล็ดขนมปังและเศษปลาแชลมอนกลับมาใช้ใหม่ในการผลิตอาหารรูปแบบใหม่
- จำหน่ายเศษวัตถุดิบที่เหลือทิ้งเพื่อนำไปผลิตเป็นอาหารสัตว์
- จำหน่ายน้ำมันใช้แล้วให้กับลูกค้าเพื่อใช้ผลิตไบโอดีเซล

ขยะอาหาร

ไทยเบฟยังคงเดินหน้าปรับปรุงข้อมูลขยะอาหารอย่างต่อเนื่องโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากร้านค้าปลีก ไทยเบฟยังได้บูรณาการปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ เพื่อลดของเสีย เช่น การใช้ฐานข้อมูล Waste Inventory Database (WIN) การปรับและเชื่อมโยงโปรแกรมร้านอาหารในปัจจุบัน และการปรับฐานข้อมูลร้านอาหารให้เป็นมาตรฐาน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรในการวิเคราะห์ข้อมูล

ไทยเบฟยังทำงานร่วมกับพันธมิตรด้านการจัดส่งสินค้าที่ได้รับใบอนุญาตในการกำจัดของเสียเพื่อให้แน่ใจว่า การรวบรวมและจัดการของเสียอย่างเหมาะสม ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาด้านความปลอดภัย และสุขอนามัยที่อาจเกิดขึ้นจากเศษอาหารซึ่งเน่าเสีย ซึ่งต้องได้รับการจัดการอย่างรวดเร็ว

ไทยเบฟกำลังสำรวจวิธีการต่าง ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มใหม่ให้กับขยะอาหารของบริษัท รวมถึงการขายอาหารที่สูญเสียคุณภาพในโรงงานผลิตให้กับผู้ผลิตอาหารสัตว์ และการบริจาคอาหารส่วนเกินจากเครือข่ายร้านอาหารให้กับองค์กรและชุมชน



2564 การกิจสำคัญ

แต่ละกลุ่มธุรกิจของไทยเบฟได้สร้างแนวทางในการจัดการการสูญเสียอาหารในกระบวนการผลิตของตนเอง ไทยเบฟประเมินผลกระทบในการติดตามและบันทึกการสูญเสียคุณภาพอาหารในระหว่างกระบวนการผลิต เพื่อให้แน่ใจว่าข้อมูลมีความถูกต้องแม่นยำ



จากนั้นจึงจัดหมวดหมู่และบันทึกการสูญเสียอาหารแยกกันตามประเภทของวัตถุดิบทำให้บริษัทสามารถจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เนื่องจากวัตถุดิบแต่ละชนิดจะถูกนำไปบริหารจัดการที่ปลายทางด้วยวิธีที่แตกต่างกัน

กลุ่มผลิตภัณฑ์สุรา เบียร์ และเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ได้รับการชื่นชมว่ามีบันทึกการจัดการขยะอาหารที่สมบูรณ์แบบ ในปี 2564 และมีรายงานว่ามีการสูญเสียอาหารเป็นศูนย์จากพื้นที่ผลิตที่ถูกส่งไปยังหลุมฝังกลบ กลุ่มธุรกิจอาหารเองก็ประสบความสำเร็จในการจัดการการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร ทางกลุ่มมีความมุ่งมั่นที่จะก่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด เป็นต้นว่านำขยะอาหารไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น เช่น ผลิตเป็นอาหารสัตว์ เป็นแหล่งพลังงานทดแทน ทำปุ๋ย และแปลงเป็นผลิตภัณฑ์ผลพลอยได้ที่สร้างรายได้ เช่น หนังปลาแชลมอนทอด เป็นต้น เศษผักเกิดจากกระบวนการผลิตอาหารก็ถูกนำไปหมักเป็นปุ๋ยเช่นกัน เพื่อนำไปใช้สำหรับการปลูกต้นไม้ภายในบริเวณโรงงาน และแจกจ่ายให้ชุมชนรอบข้าง ทั้งนี้ พบว่ามีขยะอาหารเพียง 1,015.28 เมตริกตัน จากกลุ่มธุรกิจอาหารที่ถูกนำไปทิ้งที่พื้นที่ฝังกลบขยะ

โครงการสำคัญ

ความคิดริเริ่มด้านอาหารของ KFC

• โครงการ KFC Harvest

เป็นการนำอาหารส่วนเกินไปบริจาคโดยตรงให้กับผู้ด้อยโอกาส ปัจจุบัน บริษัท เดอะ คิวเอสอาร์ ออฟ เอเชีย จำกัด หรือ QSA ได้จัดหาอาหารส่วนเกินให้กับสถานคุ้มครองฯ 10 แห่ง ทั่วประเทศไทย ได้แก่ บ้านเมตตา (จังหวัดโคราช) บ้านวังทอง (จังหวัดพิษณุโลก) บ้านราชวดี (จังหวัดนนทบุรี) บ้านมหาสาร (จังหวัดปทุมธานี) และบ้านทับทิม (จังหวัดสระบุรี) เป็นต้น ในปี 2564 เคเอฟซีได้บริจาคอาหารคุณภาพสูงจำนวน 8,454.61 กิโลกรัม ในโครงการ

• โครงการ KFC Colonel's Kitchen

ความปลอดภัยและความสะอาดของอาหารมีความสำคัญต่อคุณภาพชีวิตของผู้คน โครงการนี้จะช่วยปรับปรุงชีวิตของผู้ด้อยโอกาสที่อาศัยอยู่ในที่สถานพักพิง โดยสนับสนุนการปรับปรุงห้องครัวของที่พักพิง เพื่อให้มีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการจัดเก็บอาหาร โดยในปี 2564 ได้มีการลงทุนในศูนย์พักพิง 2 แห่ง จำนวน 5,639,514 บาท ในจังหวัดเชียงใหม่และสระบุรี

โครงการริเริ่มอื่น ๆ ของไทยเบฟเพื่อสนับสนุนการลดขยะอาหาร ได้แก่:

• Zero Food Waste Challenge

ซาบูชิ (เครือร้านอาหารบุฟเฟ่ต์สไตล์ซาบู) ได้จัดกิจกรรมที่มีชื่อว่า “กินหมดเกลี้ยง” ให้ลูกค้าของทางร้านได้เข้าร่วมสนุก โดยเป็นการทำให้ลูกค้าบริโภคอาหารที่ตนเองตักหรือสั่งมาให้ได้ทั้งหมดโดยไม่เหลือทิ้ง และตอบแทนลูกค้าที่สามารถทำกิจกรรมจนสำเร็จได้ในรูปแบบต่าง ๆ กิจกรรมนี้จะเป็นตัวช่วยส่งเสริมให้ลูกค้ารู้จักความสำคัญของการรับประทานอาหารในปริมาณที่ไม่เหลือทิ้งมากเกินไป และยังช่วยลดขยะอาหารที่จะเกิดในร้านได้อีกทางหนึ่ง

โดยปกติแล้ว ไทยเบฟมีบทบาทในการลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหารทั่วโลก ในทศวรรษหน้า ไทยเบฟมีแผนที่จะช่วยเหลือโลกและคู่ค้าให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว รวมไปถึงการบริหาร

จัดการการสูญเสียอาหารและขยะอาหารในการประกอบธุรกิจต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การจัดการขยะอาหารอย่างมีประสิทธิภาพนั้นจะสร้างผลดีต่อคนทุกคน ดังนั้น ไทยเบฟจึงมุ่งมั่นเพื่อเตรียมการรับมือกับความท้าทายนี้เป็นอย่างดีที่สุดร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย

• การบริจาคอาหารส่วนเกินร่วมกับมูลนิธิ Scholars of Sustenance (SOS)

กลุ่มธุรกิจโออิชิ ร่วมกับมูลนิธิ SOS ดำเนินการบริจาคอาหารส่วนเกินให้กับชุมชนต่าง ๆ มูลนิธิทำงานร่วมกับร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในชุมชนต่าง ๆ เพื่อรับอาหารส่วนเกินจากทางร้าน ทั้งในรูปแบบดิบและปรุงสุก ร้านอาหารจะได้รับคำแนะนำในการจัดเก็บอาหาร การใช้ภาชนะที่เหมาะสมและประเภทของอาหารที่ต้องการ เพื่อรับรองความปลอดภัยของผู้ที่ได้รับอาหาร ปัจจุบัน ร้านอาหารทั้งสามแห่ง ได้แก่ Shabushi และ OISHI Eaterium ที่สามย่านมิตรทาวน์ และ Shabushi ที่ห้างเซ็นทรัล สาขาลาดพร้าว ซึ่งอยู่ในกลุ่มธุรกิจโออิชิ กำลังร่วมมือกับมูลนิธิ SOS โดยในปี 2564 ได้ร่วมกันบริจาคอาหารส่วนเกิน 553.4 กิโลกรัมให้กับมูลนิธิ และแจกจ่ายอาหารไปยังชุมชนต่าง ๆ ในกรุงเทพฯ

• การขายน้ำมันทำอาหารใช้แล้วไปผลิตเป็นไบโอดีเซล

ในปี 2564 น้ำมันทำอาหารใช้แล้ว 947.74 ตันจากร้านอาหารในเครือถูกขายเพื่อนำไปผลิตเป็นไบโอดีเซล ไทยเบฟเชื่อว่าแหล่งพลังงานทางเลือกนี้จะช่วยบรรเทาปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



ขับเคลื่อนด้วยวิสัยทัศน์ PASSION 2025

เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ขับเคลื่อนธุรกิจ 3 แนวทางตามวิสัยทัศน์ PASSION 2025 ของไทยเบฟคือ BUILD (สร้างความสามารถ) STRENGTHEN (เสริมแกร่งความเป็นหนึ่ง) UNLOCK (ปลดปล่อยศักยภาพไทยเบฟ) กลยุทธ์การจัดการการสูญเสียอาหารและขยะอาหารของไทยเบฟมุ่งเน้น UNLOCK คือนำทรัพยากรต่าง ๆ ของไทยเบฟที่มีอยู่มาพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อช่วยลดปริมาณการสูญเสียอาหารและขยะอาหารที่ถูกนำไปทิ้งยังพื้นที่ฝังกลบขยะ เช่น ค้นหาปลายทางหรือวิธีการใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร ในอนาคตไทยเบฟจะขยายการบันทึก ติดตามและจัดการการสูญเสียอาหารและขยะอาหารนอกอาณาเขตประเทศไทย เช่น พื้นที่ปฏิบัติการในต่างประเทศ การริเริ่มโครงการต่าง ๆ จะสร้างโอกาสให้ไทยเบฟได้ร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและคู่ค้าเพื่อบรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

ในปี 2564 ไทยเบฟสูญเสียอาหารและมีปริมาณของเสียรวม 2,548.20 เมตริกตัน ในประเทศไทย



สูญเสียอาหารและมีปริมาณของเสียรวม
2,548.20 เมตริกตัน ในประเทศไทย

ขยะอาหารจำนวน 1,532.93 เมตริกตัน จากการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร ถูกนำไปแปรรูปเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ดังนี้

- ▶ ขายเพื่อนำไปเป็นอาหารสัตว์ จำนวน **538.78** เมตริกตัน
- ▶ ขายเพื่อผลิตเชื้อเพลิงชีวภาพ จำนวน **947.74** เมตริกตัน
- ▶ นำไปแปรรูปเป็นปุ๋ย จำนวน **30.38** เมตริกตัน
- ▶ ขายเป็นผลิตภัณฑ์อื่น **0.40** เมตริกตัน
- ▶ นำไปบริจาค **15.63** เมตริกตัน

ดังนั้น ในปี 2564 มีเพียง 1,015.27 เมตริกตัน หรือ 39.85% เท่านั้นที่ถูกทิ้งและส่งไปยังพื้นที่ฝังกลบขยะ นั้นหมายความว่า อีก 60.15% หรือ ประมาณ 1,532.93 เมตริกตัน ถูกแปรรูปและนำไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบอื่น

มาตรการรับมือวิกฤตโควิด-19

การสูญเสียอาหารและการจัดการของเสียได้รับผลกระทบจากการระบาดใหญ่ของโรคโควิด-19 ปริมาณการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเศษอาหารจากร้านอาหารที่มีปริมาณลดลงอย่างมาก อันเนื่องมาจากมาตรการป้องกันโรคระบาดที่จำกัดการรับประทานในร้านอาหารและการปิดร้านอาหารชั่วคราวในบางพื้นที่

ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาด ร้านอาหารต่าง ๆ ได้ให้บริการในรูปแบบซื้อกลับบ้านและการจัดส่งมากขึ้น เพื่อลดการสัมผัสระหว่างบุคคล ลดความเสี่ยงของการติดเชื้อ ส่งผลให้มีเศษอาหารในร้านอาหารลดน้อยลง นอกจากนี้ การจัดซื้อวัตถุดิบจะต้องมีการวิเคราะห์ที่รอบคอบมากขึ้นเพื่อให้มีวัตถุดิบใช้เพียงพอและไม่เหลือเยอะเกินไปจนเสียเปล่า ด้วยคำสั่งซื้อออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น ร้านอาหารได้ปรับและกำหนดราคาเมนูใหม่ เพื่อให้เหมาะสมกับการสั่งผ่านบริการเดลิเวอรี่ ขณะเดียวกันก็สร้างโปรโมชันพิเศษใหม่ ซึ่งการปรับเปลี่ยนเหล่านี้ช่วยลดเศษอาหารในร้าน และใช้วัตถุดิบให้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากนี้ ไทยเบฟได้ปรับการใช้งานบรรจุภัณฑ์เพื่อรองรับคำสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้น



มาตรการเหล่านี้ได้แก่ (1) การใช้พลาสติกรีไซเคิลได้ 100% เป็นบรรจุภัณฑ์ (2) ใช้วัสดุธรรมชาติที่มีอัตราการย่อยสลายสูง และ (3) ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้ใช้พลาสติกน้อยลง

ตัวอย่าง ได้แก่ เปลี่ยนไปใช้บรรจุภัณฑ์พอลิโพรพิลีนแทนถุงพลาสติก การเปลี่ยนจากการใช้ถาดพลาสติกบรรจุเที่ยวซ่า ไปเป็นการใช้กล่องกระดาษ การใช้ถุง HD รีไซเคิล 100% และการใช้กรดพอลิแลคติก (PLA) ซึ่งมีอัตราการย่อยสลายสูง ถุงพลาสติกบางชนิดที่ส่งให้กับลูกค้านั้นทำด้วยพลาสติกที่หนาและทนทานกว่า จึงสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้หลายครั้ง

ตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

การสูญเสียอาหารและการจัดการของเสียของไทยเบฟมีส่วนสนับสนุน SDG 12: การบริโภคและการผลิตอย่างมีความรับผิดชอบ



12.5: ภายในปี 2573 ลดการสร้างของเสียลงอย่างมาก ผ่านการป้องกัน ลด รีไซเคิล และนำกลับมาใช้ใหม่

ความคิดริเริ่มของไทยเบฟในการพยายามที่จะสนับสนุน SDG 12.5 โดยการนำการสูญเสียอาหารและขยะอาหารกลับมาใช้ใหม่ ไทยเบฟมุ่งเน้นอย่างมากเพื่อลดการสร้างของเสีย ด้วยการป้องกันการลด การรีไซเคิล และการนำกลับมาใช้ใหม่ ไทยเบฟมุ่งเน้นที่จะลดขยะอาหารและการสูญเสียอาหารจากกระบวนการต่าง ๆ



และหากเป็นไปได้ ไทยเบฟก็ปรารถนาที่จะส่งเสริมให้ลูกค้าปรับพฤติกรรมในการบริโภคใหม่ ซึ่งรวมถึงการสร้างความมั่นใจว่า ทุกคนสามารถเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพผ่านการบริจาคอาหารส่วนเกิน



ก้าวสู่ปี 2568

เป้าหมาย

การสูญเสียอาหารและขยะอาหารเป็นศูนย์ภายในปี 2573

ทิศทางการดำเนินงาน

การรณรงค์และความคิดริเริ่มในการลดขยะอาหารจะขยายไปสู่เครือข่ายร้านอาหารอื่น ๆ ในเครือไทยเบฟ

ไทยเบฟกำลังมองหาโอกาสใหม่ ๆ ในการช่วยลดการสูญเสียอาหารและการจัดการขยะอาหาร





ใส่ใจดูแลบุคลากร ลูกค้า และผู้บริโภค

ไทยเบฟให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่ของพนักงาน คู่ค้า ผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย และสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาไปสู่ความเป็นเลิศและความเป็นมืออาชีพ โดยให้การฝึกอบรมแก่ลูกค้าและคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ไทยเบฟยังสนับสนุนและเคารพความแตกต่าง รวมถึงมอบโอกาสไร้ขีดจำกัดให้กับพนักงาน ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ไทยเบฟได้ริเริ่มโครงการใหม่ที่จะให้ความช่วยเหลือไปยังพนักงาน คู่ค้า และประชาชนชาวไทย เพื่อรับมือความท้าทายที่เกิดขึ้นไปพร้อมกัน

ความผาสุกของพนักงาน	110
สิทธิมนุษยชน	116
โอกาสไร้ขีดจำกัด	122
การส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค	132
การบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า	138

ความผาสุกของพนักงาน

ไทยเบฟให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน ในขณะที่เดียวกันก็มุ่งมั่นให้เกิดความปลอดภัยให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานทุกส่วน โดยบริษัทเชื่อว่าพนักงานจะสามารถทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เมื่ออยู่ในสถานที่ทำงานที่มีความสุข ด้วยจิตใจที่ผ่อนคลาย ไทยเบฟจัดทำแนวทาง และวางระบบการจัดการด้านความปลอดภัย เพื่อให้มั่นใจว่าไทยเบฟได้ปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานสากลด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม ซึ่งรวมถึงมาตรการป้องกันความเสี่ยงอุบัติเหตุ การบาดเจ็บ และการเจ็บป่วยอันเนื่องจากการปฏิบัติงาน ไทยเบฟได้สนับสนุนให้มีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งเสริมความผาสุกทางร่างกาย อารมณ์ และสุขอนามัยของพนักงาน ตลอดจนคุณภาพชีวิตในการทำงานและเพื่อเตรียมการรับมือกับการระบาดของโรคโควิด-19 ไทยเบฟได้พัฒนาแผนการจัดการโรคระบาดเพื่อเพิ่มความปลอดภัยอย่างสูงสุดให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด

สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ได้ทำให้โลกได้ตระหนักถึงความสำคัญของความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน เช่นเดียวกัน ไทยเบฟเล็งเห็นประโยชน์อย่างยิ่งในการจัดทำแผนสุขภาพ เพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ไม่ว่าจะเป็นวิกฤตด้านมนุษยธรรม ภัยธรรมชาติ หรือการเกิดโรคระบาดทั่วโลก เช่น โควิด-19 โดยไทยเบฟดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาความพร้อมในการจัดการกับความท้าทายดังกล่าวและ เพื่อความผาสุกของพนักงาน และครอบครัว



กลยุทธ์

เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานทางกฎหมาย ไทยเบฟได้กำหนดแนวทางด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานไว้ 4 ด้าน ได้แก่



1. ด้านความปลอดภัย



2. ด้านอาชีวอนามัย



3. ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน



4. ด้านความผาสุก

แนวทางการบริหารจัดการ

ในปีนี้ ไทยเบฟพยายามสร้างความแข็งแกร่งมากขึ้น โดยการสร้างสิ่งใหม่ ๆ ที่มุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาพนักงาน อุปรกรณ์ ขั้นตอน ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐาน โดยไทยเบฟพยายามอย่างสุดกำลังที่จะก้าวสู่การเป็นผู้นำ แนวปฏิบัติ ในด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และความเป็นอยู่ที่ดีและในปี 2564 ไทยเบฟยังคงเฝ้าระวังและรับมือกับสถานการณ์โควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสวัสดิภาพของพนักงาน การกระทำเช่นนี้เป็นการสร้างความสามารถใหม่และความแข็งแกร่งให้กับกรอบงานในปัจจุบัน

The New Normal

การทำงานจากบ้าน (Work from home)

- ไทยเบฟให้ความสำคัญกับการทำงานแบบยืดหยุ่น รวมถึงการทำงานจากที่บ้านโดยเชื่อว่าตัวเลือกนี้จะช่วยเพิ่มผลผลิต ขวัญกำลังใจ ความคล่องตัว และการทำงานร่วมกันข้ามสายธุรกิจ และ เพื่อความปลอดภัยและสวัสดิภาพของพนักงาน ไทยเบฟได้ดำเนินนโยบายการทำงานจากที่บ้านท่ามกลางสถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยและเป็นอันตรายต่อสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน ซึ่งรวมถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น ฝุ่นPM2.5 ความไม่สงบทางการเมือง และการระบาดของโรค ทั้งนี้ไทยเบฟได้ประกาศใช้มาตรการที่เข้มงวดสำหรับการทำงานจากที่บ้านในช่วงโควิด-19 เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานทุกคนปลอดภัยในสถานการณ์นี้ โดยไทยเบฟสนับสนุนการทำงานจากที่บ้านด้วยการฝึกอบรมพนักงาน และจัดหาอุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ รวมถึงได้มีการปรับโปรแกรมสุขภาพ เพื่อส่งเสริมการออกกำลังกาย และการจัดการกับความเครียด นอกจากนี้ไทยเบฟยังได้จัดให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพจากที่บ้านแก่พนักงานที่มีความพิการ ซึ่งไม่สามารถเดินทางไปทำงานได้อีกด้วย

Beverest Life

- ในปี 2563-2564 ไทยเบฟได้ดำเนินการใช้ระบบเช็คอินเข้าทำงานแบบไร้สัมผัส ผ่านแอปพลิเคชันภายใน Beverest Life ซึ่งถูกดำเนินการโดยทีมทรัพยากรบุคคล โดยแอปพลิเคชันนี้จะถูกใช้ต่อไป เป็นส่วนหนึ่งของมาตรการความปลอดภัย และมาตรฐานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดการสัมผัส และลดความเสี่ยงของการแพร่กระจายของโรคโควิด-19

ด้านความปลอดภัย

- ทีมความปลอดภัยส่วนกลางของบริษัทยังคงตรวจสอบความปลอดภัยในสถานที่ทำงานและโรงงานเป็นระยะ ๆ ซึ่งรวมถึงโรงงานของไทยเบฟในกรุงเทพฯ และจังหวัดอื่น ๆ ในประเทศไทย และเมียนมาร์
- ไทยเบฟได้จัดให้มีสัมมนาฝึกอบรมด้านความปลอดภัย เช่น ความปลอดภัยจากอัคคีภัยและความปลอดภัยทางถนน การบรรยายสรุปเรื่องความปลอดภัยรายวันที่โรงงานผลิตในทุกเช้าของวันทำการ การฝึกอบรมด้านมาตรฐานอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ISO 45001 และการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในทุกหน่วย
- บริษัทใช้ระบบการเก็บรวบรวมข้อมูลและการรายงานแบบใหม่เพื่อรวบรวมข้อมูลด้าน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยตามมาตรฐาน Global Reporting Initiative (GRI) ทำการวิเคราะห์ข้อมูล บ่งชี้ประสิทธิภาพความปลอดภัย เพื่อให้มั่นใจในประสิทธิภาพการตรวจสอบการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสมและดำเนินการแก้ไขได้ทันที โดยไทยเบฟทำการรายงานผลการปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยของแต่ละบริษัทย่อย ให้ผู้บริหารระดับสูงของกลุ่มผลิตภัณฑ์ทราบอย่างสม่ำเสมอ

ด้านอาชีวอนามัย

- ความใส่ใจ** - ไทยเบฟดูแลสุขภาพของพนักงานโดยจัดให้มีบริการการแพทย์และพยาบาลในสถานที่ทำงาน เพื่อให้การรักษาพยาบาลและให้คำปรึกษาด้านสุขภาพ ไทยเบฟได้จัดทำข้อตกลงกับโรงพยาบาลใกล้เคียงเพื่อให้การรักษาพนักงานที่ได้รับบาดเจ็บหรือป่วย เพื่อให้สามารถรับการรักษาพยาบาลได้อย่างรวดเร็วและสะดวกกันทั้งคู่



- **การป้องกัน** - ไทยเบฟสนับสนุนพนักงานป้องกันการเจ็บป่วย เช่น การให้วัคซีนไข้หวัดใหญ่ประจำปี
- **การรักษา** - ไทยเบฟให้การสนับสนุนค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยนอกสำหรับพนักงาน นอกเหนือจากเงินสมทบประกันสังคมที่บริษัทจ่ายให้ตามกฎหมาย ไทยเบฟยังจัดให้มีประกันอุบัติเหตุและประกันการเจ็บป่วยสำหรับผู้ป่วยใน สำหรับพนักงานทุกคน
- **ตรวจสอบสุขภาพ** - ไทยเบฟจัดให้มีการตรวจสอบสุขภาพประจำปี สำหรับพนักงานทุกคนตามเพศ อายุ และปัจจัยเสี่ยงอื่น ๆ ซึ่งรวมถึงการตรวจคัดกรองมะเร็งต่อมลูกหมากและมะเร็งเต้านม สำหรับพนักงานในกลุ่มอายุที่ กำหนด และการตรวจเพิ่มเติม สำหรับพนักงานในโรงงานที่มีปัจจัยเสี่ยงอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน
- **ด้านการศึกษา** - ไทยเบฟจัดหาสื่อการศึกษา และได้ฝึกอบรมเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพทั่วไป รวมถึงอาการออฟฟิศซินโดรม และการลดความเครียดให้แก่พนักงานและสมาชิกในครอบครัว นอกจากนี้ ไทยเบฟยังจัดให้มีการฝึกอบรมทักษะการช่วยชีวิตขั้นพื้นฐานสำหรับพนักงาน และหลักสูตรการฝึกอบรม AED การปฐมพยาบาลเบื้องต้นอีกด้วย

ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน

- ในปี 2562 ไทยเบฟได้ย้ายสำนักงานใหญ่ ไปยังสถานที่แห่งใหม่คือ อาคารไทยเบฟควอเตอร์ ซึ่งทำให้บริษัทฯ สามารถดำเนินการใช้ “ชั่วโมงการทำงานที่ยืดหยุ่น” กับพนักงานได้ โดยเจ้าหน้าที่ระดับบริหารมากกว่า 2,400 คนสามารถเลือกเวลาเช็คอินและเช็คเอาท์ของตนเองได้ นอกจากนี้ ไทยเบฟได้สร้างสถานีทำงานเสมือนที่สะดวกสบายเพื่อให้พนักงานสามารถทำงานได้ แม้ไม่เข้าสำนักงานโดยนโยบายชั่วโมงการทำงานที่ยืดหยุ่นยังใช้กับพนักงานในตำแหน่งงานที่ต่ำกว่าระดับจัดการพนักงานภาคสนาม เช่น ตัวแทนฝ่ายขาย ซึ่งเน้นการปฏิบัติงานที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดการเวลาอย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับพนักงานส่วนอื่น ๆ สามารถใช้นโยบายชั่วโมงการทำงานที่ยืดหยุ่น เมื่อมีการรับรองจากหัวหน้างานของตน

ด้านความผาสุกของพนักงาน

- การสร้างสมดุลระหว่างงานและครอบครัวเป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายความผาสุกที่ ไทยเบฟได้ให้ความสำคัญต่อพนักงานเสมอมา ไทยเบฟมุ่งเน้นในสิ่งนี้ โดยได้จัดให้มีพื้นที่หรือสนามเด็กเล่นภายในบริเวณ โรงงานสำหรับบุตรพนักงาน ขณะรอพ่อแม่ทำงาน เสร็จนอกจากนี้ยังมีห้องให้นมแบบส่วนตัวที่สำนักงานและโรงงานผลิตทุกแห่ง และไทยเบฟได้ขยายสถานรับเลี้ยงเด็กรวมถึงชั้นเรียนและกิจกรรมสันทนาการในช่วงปิดภาคเรียน ทั้งนี้ โครงการครอบครัวยอดเยี่ยมของบริษัทคือกิจกรรมวันเด็ก ซึ่งเด็กและผู้ปกครองได้มาร่วมทำกิจกรรมพิเศษ ทัศนศึกษา และกิจกรรม CSR เพื่อส่งเสริมการใช้เวลาร่วมกัน โดยในปี 2564 ไทยเบฟมอบทุนการศึกษา 1,099 ทุน มูลค่ากว่า 6.93 ล้านบาท ให้กับบุตรหลานของพนักงาน เพื่อลดภาระทางการเงิน ทั้งนี้ไทยเบฟมอบทุนการศึกษา 12,592 ทุน รวมกว่า 77.9 ล้านบาท เป็นเวลากว่า 12 ปีติดต่อกัน
- ไทยเบฟมีความมุ่งมั่นให้การสนับสนุนพนักงานหญิง โดยให้พนักงานหญิงสามารถลาคลอดบุตรได้สูงสุดถึง 100 วัน โดยได้รับค่าจ้าง ซึ่งมากกว่าข้อกำหนดทางกฎหมายของประเทศไทย 10 วัน ในบางกรณี พนักงานอาจขอลาเพิ่มเติมได้อีก 30 วัน ไทยเบฟเชื่อมั่นว่ามาตรการเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมค่านิยมของครอบครัวและสุขภาพที่ดีของพนักงาน รวมถึงความเป็นอยู่ที่ดีของทั้งแม่และลูก
- นอกจากนี้ ไทยเบฟยังรับประกันว่าพนักงานทุกคนจะสามารถมีความสุขไปกับช่วงเวลาสำคัญของชีวิตได้ โดยไทยเบฟอนุญาตให้พนักงานชายลางานเพื่อทำหน้าที่คุณพ่อได้สูงสุด 6 วัน ซึ่งไม่ถือเป็นข้อกำหนดทางกฎหมาย สิ่งนี้แสดงให้เห็นว่าครอบครัวเป็นรากฐานที่สำคัญของชีวิต



2564 การทํางานสำคัญ

การดูแลพนักงานในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19

ไทยเบฟให้ความสำคัญกับสุขภาพและสวัสดิภาพของพนักงานเหนือสิ่งอื่นใด

ไทยเบฟให้การสนับสนุนครอบครัวของพนักงานและบุคคลอันเป็นที่รักอีกด้วย

- ในสถานการณ์โควิด-19 สิ่งสำคัญคือการลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ และแพร่กระจายเชื้อระหว่างพนักงาน
 - ไทยเบฟใช้แนวทางหลายประการเพื่อให้บรรลุผลนี้:
 - หมั่นทำความสะอาดและฆ่าเชื้อสิ่งอำนวยความสะดวกและบริเวณสำนักงานทั้งหมด
 - จัดให้มีมาตรการและอุปกรณ์ด้านสุขอนามัยที่เข้มงวด (เช่น หน้ากาก เจลแอลกอฮอล์ ฯลฯ)
 - สถานที่งานแยกส่วนต่างหากสำหรับงานที่มีความเฉพาะเจาะจงโดยกำหนดให้พนักงานอยู่แต่ในสถานที่งานเท่านั้น
 - นโยบายทำงานจากบ้าน (Work from home) สำหรับผู้ที่สามารถทำงานผ่านช่องทางออนไลน์ได้
- ติดตามสถานการณ์แบบทันการณ Real Time เพื่อให้สามารถประเมินความเสี่ยงได้ทันที ในศูนย์ปฏิบัติการพิเศษในสถานการณ์โควิด ThaiBev Situation Room (TSR)
- ให้การช่วยเหลือพนักงาน
 - คอลเซ็นเตอร์ 24-7 คอยให้การสนับสนุนและให้คำปรึกษา
 - แจ้งความคืบหน้าสถานการณ์ให้กับพนักงาน ให้ข่าวสารข้อมูลและแนวทางปฏิบัติในการดูแลตนเองและครอบครัวให้ปลอดภัยได้
 - ทำประกันโรคโควิด-19 สำหรับพนักงานทุกคน
 - มอบหน้ากากอนามัย เจลแอลกอฮอล์ ให้กับพนักงานทุกคน เพื่อให้พนักงานและครอบครัวปลอดภัย
 - ประสานงานกับ TSR เพื่อติดต่อกับบุคคลที่เคยอยู่ในสถานที่เสี่ยง



- ส่งเสริมและให้ความรู้ (ทั้งคำแนะนำทางเทคนิคและขั้นตอน) แก่พนักงานเกี่ยวกับวัคซีน
- ตรวจโรคโควิด-19 (RT-PCR และ ATK) แก่พนักงานทุกคนเป็นระยะ และเป็นส่วนหนึ่งของมาตรการในการเข้าทำงานในตึกสำนักงาน
- อำนวยความสะดวกเรื่องการรักษาตัวในโรงพยาบาล และการแยกบ้านในกรณีที่พักงานและ/หรือครอบครัวติดเชื้อ
- ให้บริการฆ่าเชื้อถึงบ้านสำหรับพนักงานกลุ่มเสี่ยง

โครงการสำคัญ

โปรแกรมสุขภาพดิจิทัล

1. โปรแกรมสุขภาพเสมือนจริง
 - เปลี่ยนกิจกรรมและโปรแกรมปกติให้เป็น แบบเสมือนจริง
 - เน้นย้ำความสำคัญของสุขภาพด้วยการออกกำลังกายเมื่อต้องทำงานจากบ้าน (Work from home)
 - สัมมนาเสมือนจริงในหัวข้อต่าง ๆ ตั้งแต่ความเป็นอยู่ทั่วไปจนถึงการป้องกันโรคโควิด-19 เป็นต้น
 - กิจกรรมออกกำลังกายเสมือนจริง เช่นการวิ่งเสมือนจริงเพื่อส่งเสริมการออกกำลังกายอยู่ที่บ้าน
2. ชุมชนเพื่อการเกษียณอายุในยุคดิจิทัล
 - ใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างกลุ่มสนับสนุนชุมชนสำหรับผู้เกษียณอายุ
 - นำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีผ่านแอปพลิเคชัน มือถือของบริษัท

ขับเคลื่อนด้วยวิสัยทัศน์ PASSION 2025

ในปี 2564 ไทยเบฟได้สนับสนุนให้มีการส่งเสริมสุขภาพตลอดห่วงโซ่คุณค่า และเสริมสร้างขีดความสามารถใหม่ ๆ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับความท้าทายในอนาคต ไทยเบฟเพิ่มขีดความสามารถในการตอบสนองต่อความเสี่ยงด้านสุขภาพและความปลอดภัย และแสดงให้เห็นว่าเหตุใด ThaiBev จึงได้รับการจัดอันดับเป็น 1 ใน 6 บริษัทในประเทศไทยที่ได้รับรางวัล We Care Most Caring Company

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

- ไทยเบฟได้มุ่งมั่นที่จะบรรลุเป้าหมายที่จะทำให้อัตราการเสียชีวิตเป็นศูนย์มาโดยตลอด อย่างไรก็ตามในปี 2564 มีพนักงานสองคนและผู้รับเหมาหนึ่งคนเสียชีวิต จากเหตุการณ์นี้เอง ไทยเบฟได้ทำการวิเคราะห์สาเหตุที่แท้จริงอย่างเข้มข้นและทำซ้ำวัฒนธรรมความปลอดภัย ขยาย OHS KPI ไปสู่ทุกฝ่าย และดำเนินการตามโครงการริเริ่ม OHS ซึ่งนำไปสู่การบังคับใช้นโยบายรถยนต์ที่เข้มงวดและการฝึกอบรมเกี่ยวกับ OHS เพื่อให้มั่นใจในความปลอดภัยของพนักงาน ซึ่งรวมถึงอุปกรณ์ PPE ที่เหมาะสม รวมทั้งได้จัดให้มีการพูดคุยเรื่องความปลอดภัยรายวัน รวมถึงการควบคุมดูแลและเบี่ยงการปฏิบัติการที่เข้มงวด

มาตรการรับมือวิกฤตโควิด-19

ความผาสุกของพนักงานช่วงการระบาดของโรคโควิด-19

ไทยเบฟห่วงใยในสุขภาพ ความปลอดภัย และสวัสดิภาพของพนักงาน ยิ่งเห็นได้ชัดในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 ที่บริษัทได้นำมาตรการต่าง ๆ มาใช้ในการป้องกัน ดูแล อำนวยความสะดวก และช่วยเหลือพนักงานในช่วงเวลานี้

- จัดการพื้นที่การทำงานอย่างเหมาะสม ผ่านการขยายสถานที่ทำงาน หรือย้ายพนักงานไปทำงานในสถานที่ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเว้นระยะห่างในสถานที่ทำงาน
- นโยบายการทำงานจากที่บ้านสำหรับผู้ที่สามารถทำงานทางไกลเพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อของพนักงานและครอบครัว โดยพนักงานกลุ่มนี้จะไม่สามารถเข้าสำนักงานหากไม่มีการเตรียมการที่เหมาะสมเพื่อป้องกันความเสี่ยงในการติดเชื้อ
- มาตรการความปลอดภัยเมื่อเข้าสู่อาคาร ได้แก่ การฆ่าเชื้อ การใช้เจลแอลกอฮอล์ การตรวจอุณหภูมิ และการสวมใส่อุปกรณ์ป้องกัน
- ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลบันทึกชั่วโมงการทำงานและยกเลิกการใช้ระบบสแกนนิ้วเพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่เชื้อโควิด-19
- จัดตั้งศูนย์บรรเทาทุกข์โรคโควิด-19 เพื่อให้ข้อมูลและคำแนะนำในการจัดการกับสถานการณ์อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และช่วยเหลือพนักงานที่ได้รับผลกระทบจากโรคโควิด-19



- ให้สิทธิประโยชน์เพิ่มเติมแก่พนักงาน เช่น บริการตรวจคัดกรองโรคโควิด-19 ฟรี สำหรับพนักงานกว่า 12,000 คน และประกันโรคโควิด-19 สำหรับพนักงานกว่า 50,000 คน
- แจกจ่ายอุปกรณ์ป้องกัน เช่น หน้ากาก เจลแอลกอฮอล์ ให้กับพนักงานและสมาชิกในครอบครัว และแจกจ่ายน้ำดื่มสะอาดเพื่อลดความเสี่ยงจากการไปร้านสะดวกซื้อ

ศูนย์ปฏิบัติการพิเศษในสถานการณ์โควิด-19

ThaiBev Situation Room (TSR) จัดทำขึ้นเพื่อติดตามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 รวมถึงสวัสดิภาพของพนักงานทุกคน โดย TSR ได้ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเฝ้าติดตามและจัดการความเสี่ยงทั้งหมด ในอนาคต TSR จะสามารถถูกดัดแปลงเพื่อใช้ประโยชน์ในด้านอื่นได้อีกด้วย

การสนับสนุนชุมชน

มอบเครื่องดื่ม หน้ากาก และแอลกอฮอล์แก่สถานกักแยกผู้ป่วยโรคโควิด-19 และหน่วยงานท้องถิ่นเพื่อแจกจ่ายให้กับชุมชนใกล้เคียง

ตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

งานของไทยเบฟด้านความปลอดภัยและด้านอาชีวอนามัย และความผาสุกนั้นสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ 3, 8 และ 16 โดยไทยเบฟมุ่งมั่นที่จะบรรลุถึงเป้าหมายการมีสุขภาพที่ดี ความเป็นอยู่ที่ดี การทำงานที่ดี และการส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและไม่แบ่งแยก



เป้าหมาย 3: มีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี

เป้าหมาย 8: งานที่มีคุณค่า และการเติบโตทางเศรษฐกิจ

เป้าหมาย 16: สังคมสงบสุขและยุติธรรม สถาบันอันเป็นที่พึงของส่วนรวม

เป้าหมายย่อย

3.8 บรรลุหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ซึ่งรวมถึงการป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน การเข้าถึงบริการดูแลสุขภาพที่จำเป็นที่มีคุณภาพ และการเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นที่ปลอดภัย มีประสิทธิภาพ คุณภาพ และราคาไม่แพงสำหรับทุกคน

3.9 ภายในปี 2573 ลดจำนวนผู้เสียชีวิตและการเจ็บป่วยจากสารเคมีอันตราย มลภาวะทางอากาศ น้ำ และดิน และการปนเปื้อน

8.2 บรรลุผลิตภาพทางเศรษฐกิจในระดับที่สูงขึ้น ผ่านการกระจายความหลากหลาย การยกระดับเทคโนโลยี และนวัตกรรม รวมถึงการเน้นที่มูลค่าเพิ่มสูงและภาคส่วนที่ใช้แรงงานมาก

8.5 ภายในปี พ.ศ. 2573 บรรลุการจ้างงานอย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดงานที่มีคุณค่าสำหรับผู้หญิงและผู้ชายทุกคน รวมถึงเยาวชนและคนพิการด้วย และให้ค่าตอบแทนที่เท่าเทียมกันสำหรับงานที่มีมูลค่าเท่ากัน

16.5 ลดการทุจริตและติดสินบนอย่างเป็นรูปธรรมในทุกรูปแบบ

ก้าวสู่ปี 2568

- ส่งเสริมวัฒนธรรมความปลอดภัยและขยายกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย สู่บริษัทในเครือของไทยเบฟในภูมิภาคอาเซียน
- ตั้งเป้าหมายลดอัตราการเสียชีวิตเป็นศูนย์
- อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR) ของปี 2564 ลดลง
 - อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR) ของพนักงานลดลงจาก 1.71 เป็น 1.43
 - อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR) ของผู้รับเหมาลดลงจาก 1.74 เป็น 0.69
 ซึ่งการลดลงนี้สอดคล้องกับเป้าหมายของบริษัทในการบรรลุ LTIFR ที่ต่ำกว่า 1.0 ภายในปี 2568
- ปลูกฝังวินัยความปลอดภัยทางถนนให้กับพนักงาน โดยจัดการอบรมและกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมความปลอดภัย โครงการนี้จะขยายผลไปยังพนักงานในภูมิภาคอื่น ๆ รวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อให้เกิดการลดอัตราการเสียชีวิตจากการขับขี่ ซึ่งส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับ อุบัติเหตุอันเนื่องมาจากการละเมิดกฎหมายจราจร และการขาดวินัยด้านความปลอดภัยทางท้องถนน
- สร้างเครือข่ายเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในกลุ่มไทยเบฟทั่วอาเซียน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกิจกรรมด้านความปลอดภัยและช่วยให้มีการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลเป็นวงกว้าง จัดให้มีการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยขั้นสูงแก่เจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอ
- ทำงานร่วมกับพนักงานเพื่อจัดการแนวทางสุขภาพใหม่เชิงรุก สร้างความตระหนัก ส่งเสริมให้พนักงานออกกำลังกายและรักษาสุขภาพที่ดี ลดความเครียดจากการทำงาน และให้วัคซีนป้องกันโรคที่เกิดขึ้นบ่อย ๆ แก่พนักงาน เพื่อส่งเสริมสุขภาพ และชีวิตที่ดีขึ้น รวมถึงการทำงานอย่างมีความสุขมากขึ้นอีกด้วย

สิทธิมนุษยชน

ไทยเบฟเชื่อว่าองค์การภาคธุรกิจเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินการในด้านสิทธิมนุษยชนซึ่งมีการผนวกประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนไว้ในกรอบการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) และครอบคลุมถึงทุกภาคส่วนของธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า ทั้งนี้ ไทยเบฟยึดมั่นในการเคารพในสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด รวมถึงปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องทั้งกฎหมายภายในประเทศและหลักรากไม่ว่าจะเป็นพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights) หลักการแห่งสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights) และปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (The International Labour Organization Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work)

ในปีนี้ไทยเบฟยังคงดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างต่อเนื่องภายในองค์กรและตลอดห่วงโซ่คุณค่า ท่ามกลางการปลูกฝังให้ใส่ใจในการสร้างคุณค่าให้แก่สังคมและการพัฒนาธุรกิจที่บริษัทอื่นต่างมุ่งเน้นให้มีความพยายามในการแก้ไขปัญหาสิทธิมนุษยชนมากขึ้น ไทยเบฟเองจึงมุ่งหมายที่จะเป็นผู้นำในการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practices) ในด้านสิทธิมนุษยชน และไม่ละเลยที่จะปฏิบัติตามนโยบายสิทธิมนุษยชนของบริษัทอย่างเคร่งครัด



กลยุทธ์

ไทยเบฟยังได้กำหนดแนวทางในการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชนตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่าดังนี้

- ให้ความเคารพในสิทธิมนุษยชนโดยปฏิบัติต่อทุกภาคส่วนของธุรกิจอย่างเท่าเทียมกัน
- ดำเนินการในเชิงรุกด้านสิทธิมนุษยชนผ่านกระบวนการจัดการด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Due Diligence Process) อย่างต่อเนื่อง
- รับผิดชอบและมุ่งมั่นในการปลูกฝังให้ทุกส่วนในองค์กรเคารพในสิทธิมนุษยชนของทุกภาคส่วนโดยเฉพาะผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัท พร้อมทั้งกำกับดูแลมิให้ธุรกิจของบริษัทเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชน
- มีกลไกในการเยียวยา แก้ไข พินิจ และชดเชยเมื่อเกิดผลกระทบหรือมีการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เนื่องมาจากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร
- สื่อสารและเผยแพร่แนวทางการปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรวมถึงเปิดให้มีช่องทางการร้องทุกข์ของไทยเบฟที่โปร่งใสและมีประสิทธิภาพ
- ให้ความรู้ ฝึกอบรม และสนับสนุนให้พนักงาน บริษัทคู่ค้าและลูกค้าเคารพในสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจของตนอย่างเข้มงวด

แนวทางการบริหารจัดการ

กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence Process)

เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นตั้งแต่ปี 2560 โดยในปี 2564 ไทยเบฟมีประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ 3 ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ

- สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน
- สภาพการทำงานของพนักงาน
- สุขภาพและความปลอดภัยของชุมชน

ซึ่งกระบวนการต่อไปคือการประชุมผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย เพื่อหาข้อสรุปในการแก้ไข ลงมือปฏิบัติดำเนินการ การวัดผลสำเร็จ และส่งเสริมในเรื่องการสื่อสารให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องต่อไป

กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านของไทยเบฟ



1. ประกาศนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

ไทยเบฟมุ่งมั่นให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายเคารพสิทธิมนุษยชน ภายใต้กรอบกฎหมายและหลักสิทธิมนุษยชนสากลและมาตรฐานแรงงาน ซึ่งรวมถึงปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ และปฏิญญาองค์การแรงงานระหว่างประเทศว่าด้วยหลักการพื้นฐานและสิทธิในที่ทำงาน ไทยเบฟคาดหวังให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนในธุรกิจ รวมทั้งในบริษัทในเครือ บริษัทร่วมทุน และความสัมพันธ์ทางธุรกิจใหม่ (เช่น ผ่านการควบรวมกิจการ) ตลอดจนคู่ค้าทางธุรกิจ เคารพในสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย เพื่อทุกคนจะได้รับการเคารพอย่างเท่าเทียมกัน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายจำเป็นต้องปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล ซึ่งระบุอยู่ในนโยบายและคำชี้แจงสิทธิมนุษยชนของบริษัท ได้แก่ การเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิด การบังคับใช้แรงงานและการใช้แรงงานเด็ก เสรีภาพในการสมาคม ค่าตอบแทนที่เท่าเทียมกัน สภาพการทำงาน ความปลอดภัยและสุขภาพในสถานที่ทำงาน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของไทยเบฟทุกรายต้องปฏิบัติตามประเด็นเหล่านี้ตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ ซึ่งการปฏิบัติตามสาระของนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนอย่างเข้มงวดของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นนับเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง

การดำเนินงาน

ไทยเบฟมีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในธุรกรรมทั้งหมดอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงประเมินผลกระทบโดยตรงจากการดำเนินงานของบริษัท ตลอดจนประเมินความเสี่ยงที่ไทยเบฟอาจมีส่วนเกี่ยวข้องทำให้เกิดขึ้นหรือมีบทบาทในการสนับสนุนทั้งหมดหรือในพื้นที่การปฏิบัติงานทั้งหมด ไทยเบฟได้กำหนดนโยบายและการควบคุมการบริหารจัดการเพื่อสนับสนุนการดำเนินการด้านสิทธิมนุษยชนเอาไว้อย่างชัดเจน

ตัวอย่างของนโยบายและการควบคุมการจัดการดังกล่าว ได้แก่:

- นโยบายอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม
- จรรยาบรรณพนักงาน
- นโยบายต่อต้านการทุจริต
- นโยบายการจ้างเหมา
- นโยบายสิ่งแวดล้อม
- นโยบายการบริหารความเสี่ยง
- หลักปฏิบัติสำหรับคู่ค้า
- แนวทางการลงทุน

นอกจากนี้ ไทยเบฟยังติดตามและประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ผลักดันให้เกิดการจ้างเหมาและการร้องเรียนเพื่อสามารถรับข้อกังวลที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อมูลที่รวบรวมผ่านช่องทางเหล่านี้จะถูกนำไปใช้เพื่อปรับปรุงต่อไป ซึ่งรายละเอียดเกี่ยวกับการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอยู่ในรายงานความยั่งยืนประจำปี



2. ประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้น

การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนนั้นครอบคลุมกิจกรรมทางธุรกิจของไทยเบฟทั้งหมด โดยจำแนกตามกิจกรรมทางธุรกิจดังนี้:

- กิจกรรมทางธุรกิจหลัก: การจัดหา การผลิต การจัดจำหน่ายและการขนส่ง การตลาดและการขาย และการจัดการบรรจุภัณฑ์ภายหลังการบริโภค
- สนับสนุนกิจกรรมทางธุรกิจ: กลุ่มงานทรัพยากรบุคคล

การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนยังครอบคลุมคู่ค้าระดับ Tier 1 ของไทยเบฟทั้งหมดอีกด้วย

การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนครอบคลุมประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่เกิดขึ้นจริงและที่อาจเกิดขึ้นได้ ดังนี้

- การบังคับใช้แรงงาน
- การค้ามนุษย์
- การใช้แรงงานเด็ก
- เสรีภาพในการสมาคม
- สิทธิในการเจรจาต่อรองร่วมกัน
- ค่าตอบแทนที่เท่าเทียมกัน
- การเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิด
- สภาพการทำงานและอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (OHS)
- ประเด็นที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ

การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนครอบคลุมถึงพนักงานและกลุ่มเสี่ยง/กลุ่มเสี่ยง ได้แก่:

- ผู้หญิง
- เด็ก
- ชนพื้นเมือง
- แรงงานข้ามชาติ
- แรงงานจ้างเหมา บุคคลที่สาม
- ชุมชนท้องถิ่น
- LGBTQI+
- คนพิการ

การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (แนวทางการดำเนินการ)

การระบุปัญหาสิทธิมนุษยชน		
<ul style="list-style-type: none"> ระบุประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจของไทยเบฟ รวมถึงความสัมพันธ์ทางธุรกิจใหม่ของไทยเบฟ โดยคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อธุรกิจและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อผู้ถือสิทธิ์ ระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับผลกระทบ ซึ่งรวมถึงกลุ่มเสี่ยง (ได้แก่ ผู้หญิง เด็ก ชนพื้นเมือง แรงงานข้ามชาติ แรงงานที่มีสัญชาติต่างในลักษณะบุคคลที่สาม ชุมชนท้องถิ่น LGBTQI+ และคนพิการ) 		
การจัดอันดับความเสี่ยงตามลักษณะธรรมชาติ <ul style="list-style-type: none"> จัดอันดับความเสี่ยงตามลักษณะธรรมชาติ (ความเสี่ยงที่ปราศจากการควบคุม หรือมาตรการ) ของประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่กำหนดขึ้น 	การจัดอันดับความเสี่ยงที่เหลืออยู่ <ul style="list-style-type: none"> สำหรับความเสี่ยงตามธรรมชาติในระดับสูง การจัดอันดับความเสี่ยงที่เหลืออยู่ (ความเสี่ยงที่ทางบริษัทมีการควบคุมหรือมีมาตรการอยู่แล้ว) 	การจัดลำดับความสำคัญความเสี่ยง <ul style="list-style-type: none"> จัดลำดับความสำคัญประเด็นสิทธิมนุษยชนที่สำคัญที่สุด โดยอ้างอิงปัญหาสิทธิมนุษยชนที่มีความเสี่ยงที่เหลืออยู่ในระดับสูงเท่าที่กำหนดไว้

3. บูรณาการผลการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน

เมื่อมีการดำเนินการตามมาตรการบริหารจัดการแล้ว ไทยเบฟจะนำมาตรการการจัดการมาใช้ โดยเฉพาะมาตรการสำหรับประเด็นที่มีความเสี่ยงสูง หลังจากดำเนินการตามมาตรการเหล่านี้ ไทยเบฟจะติดตามและทบทวนผลการดำเนินงาน เพื่อให้มั่นใจว่าจะเกิดการพัฒนาดังต่อไปนี้และก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ในปี 2564 ไทยเบฟได้ระบุประเด็นสำคัญด้านสิทธิมนุษยชน 10 ประการ ดังนี้

ประเด็นสำคัญ 10 ประการด้านสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน สภาพการทำงาน การเลือกปฏิบัติ และสุขภาพและความปลอดภัยของชุมชน โดยประเด็นเหล่านี้เกี่ยวข้องกับหน่วยธุรกิจทั้ง 4 ได้แก่ การจัดทำจำหน่าย การตลาด และการขาย การจัดการบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค และทรัพยากรบุคคล

1. สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน (การกระจายสินค้า: โลจิสติกส์ การขนส่งสินค้า)
2. สภาพการทำงาน (การตลาดและการขาย: งานอีเวนต์)
3. สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน (การตลาดและการขาย: งานอีเวนต์)
4. การเลือกปฏิบัติ (การตลาดและการขาย: งานอีเวนต์)
5. สุขภาพและความปลอดภัยของชุมชน (การตลาดและการขาย: งานอีเวนต์)
6. สุขภาพและความปลอดภัยของชุมชน (การตลาดและการขาย)
7. สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน (การตลาดและการขาย: การขาย)
8. สุขภาพและความปลอดภัยของชุมชน (การตลาดและการขาย: การขาย)
9. สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน (การจัดการบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค: นำกลับมาใช้ใหม่/รีไซเคิล)
10. สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน (ทรัพยากรมนุษย์)

4. ติดตามและรายงานผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

ไทยเบฟมุ่งเน้นในการทบทวนหลักการตรวจสอบและประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน รวมทั้งรายงานผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนผ่านรายงานความยั่งยืนประจำปีหรือในเว็บไซต์ของไทยเบฟ นอกจากนี้ยังติดตามการละเมิดสิทธิมนุษยชนผ่านช่องทางการสื่อสาร เพื่อช่วยบรรเทาผลกระทบที่เป็นอันตรายและให้การเยียวยาที่เหมาะสมแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับผลกระทบ ไทยเบฟสนับสนุนให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดรายงานการละเมิดผ่านช่องทางการสื่อสารดังนี้

ช่องทางการสื่อสาร

บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)
14 ถนนวิภาวดีรังสิต จอมพล จตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
โทรศัพท์ 02 785 5555
โทรสาร 02 785 5882
<http://www.thaibev.com>

5. แก้ไขให้ถูกต้องและเยียวยาผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้น

ไทยเบฟเข้าใจดีว่า กิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทอาจเป็นสาเหตุหรือส่วนหนึ่ง หรือมีความเชื่อมโยงกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนั้นเพื่อให้บรรลุตามพันธกรณีเหล่านี้ ไทยเบฟจึงได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อบรรเทาความเสี่ยงและการละเมิดที่อาจเกิดขึ้นได้ มีการกำหนดมาตรการบรรเทาผลกระทบเพิ่มเติม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขและลดความเป็นไปได้ของการละเมิดดังกล่าว นอกจากนี้ยังจัดให้มีการติดตาม รายงานผลการดำเนินงาน และทบทวนพันธกรณีด้านนโยบายเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนเป็นประจำทุกปี เพื่อให้การจัดการด้านสิทธิมนุษยชนเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ทั้งนี้ ในปี 2564 ไม่พบรายงานการละเมิดสิทธิมนุษยชน ดังนั้นจึงยังไม่มีมาตรการเยียวยาใด ๆ เกิดขึ้น

2564 การกิจสำคัญ



คณะทำงานบริหารจัดการสุขภาพพนักงาน

ไทยเบฟได้จัดตั้งคณะทำงานด้านบริหารจัดการสุขภาพพนักงาน ภายในกลุ่มทรัพยากรบุคคล โดยมีเป้าหมายในการสร้างสถานที่ทำงานในไทยเบฟให้เป็นองค์กรแห่งความสุข ซึ่งคณะทำงานนี้เป็นผู้กำกับดูแลให้สถานที่ทำงานต่าง ๆ ในองค์กรเหมาะสมกับการทำงานของพนักงานทุกคน และสอดคล้องกับข้อกำหนด โดยสอดส่องดูแลประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน รวมถึงส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น การสัมมนาการจัดการความเครียด ตั้งแต่ปี 2563 คณะทำงานบริหารจัดการสุขภาพพนักงานและหน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้ช่วยพนักงานป้องกันการแพร่กระจายของโรคโควิด-19 โดยการประสานงานด้านสุขภาพอย่างครอบคลุม แจกจ่ายหน้ากากอนามัยและเจลแอลกอฮอล์ และอำนวยความสะดวกตามมาตรการช่วยเหลืออื่น ๆ ให้แก่พนักงาน

ขับเคลื่อนด้วยวิสัยทัศน์ PASSION 2025

ไทยเบฟให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน รวมถึงดูแลให้ทุกประเด็นสำคัญได้รับการแก้ไข และใช้มาตรการบรรเทาผลกระทบ และในความพยายามที่จะสร้างความแข็งแกร่งขึ้นกว่าเดิมในเรื่องสิทธิมนุษยชน ไทยเบฟได้ต่อยอดกระบวนการตรวจสอบวิเคราะห์สถานะ (Due Diligence) ให้รัดกุมมากกว่าปีที่ผ่านมา โดยมาตรการที่เข้มงวดขึ้นนี้ ส่งเสริมให้ความมุ่งมั่นด้าน ESG มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งไทยเบฟตั้งเป้าที่จะปลดล็อกศักยภาพสูงสุดในการสร้างมูลค่าให้กับชุมชนผ่านการริเริ่มทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องมากมาย

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

ผลการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน



100% ของการดำเนินการและกิจกรรมทางธุรกิจของไทยเบฟ

ได้รับการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน



ไทยเบฟมีกิจกรรมที่มีความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ **10** กิจกรรม



17.22% ของกิจกรรมทางธุรกิจของไทยเบฟ

ได้รับการระบุว่ามีความเสี่ยงตามลักษณะธรรมชาติ



100% ของการดำเนินการและกิจกรรมทางธุรกิจของไทยเบฟ

ที่ถูกระบุถึงความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนระดับสูงได้มีการดำเนินมาตรการบรรเทาและขั้นตอนการเยียวยาเรียบร้อยแล้ว

ตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

ไทยเบฟสนับสนุน SDGs ของสหประชาชาติและยึดมั่นในเป้าหมายทั้ง 17 ประการ ความมุ่งมั่นด้านสิทธิมนุษยชนของไทยเบฟในการปรับปรุงพัฒนาเพื่อให้เกิดความเท่าเทียมทางเพศ (SDG 5) ลดความเหลื่อมล้ำ (SDG 10) และทำให้ชุมชนมีส่วนร่วม ปลอดภัย และมีความยืดหยุ่น (SDG 11)



เป้าหมาย 5: ความเท่าเทียมทางระหว่างเพศ



เป้าหมาย 10: ลดความเหลื่อมล้ำ



เป้าหมาย 11: การตั้งถิ่นฐานและชุมชนอย่างยั่งยืน

เป้าหมายย่อย

5.1 ยุติการเลือกปฏิบัติทุกรูปแบบที่มีต่อผู้หญิงและเด็กหญิงในทุกที่

5.2 จัดความรุนแรงทุกรูปแบบที่มีต่อผู้หญิงและเด็กหญิง ทั้งในที่สาธารณะและที่ส่วนบุคคล รวมถึงการขจัดการค้ามนุษย์ การแสวงหาประโยชน์ทางเพศและการแสวงประโยชน์ในรูปแบบอื่น

5.5 สร้างหลักประกันว่าผู้หญิงมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ และมีโอกาสเท่าเทียมในการเป็นผู้นำในทุกระดับของการตัดสินใจ ในทางการเมือง เศรษฐกิจ และภาคสาธารณะ

10.2 ให้อำนาจและส่งเสริมความครอบคลุมด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองสำหรับทุกคน โดยไม่คำนึงถึงอายุ เพศ ความบกพร่องทางร่างกาย เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ แหล่งกำเนิด ศาสนา หรือสถานะทางเศรษฐกิจหรืออื่น ๆ ภายในปี 2573

11.5 ลดจำนวนการตายและจำนวนคนที่ได้รับผลกระทบและลดการสูญเสียโดยตรงทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของโลกที่เกิดจากภัยพิบัติ ซึ่งรวมถึงภัยพิบัติที่เกี่ยวข้องกับน้ำ โดยมุ่งเป้าปกป้องคนจนและคนที่อยู่ในสถานการณ์ที่เปราะบางภายในปี 2573

ก้าวสู่ปี 2568

- โครงการติดตามตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างต่อเนื่องรอบด้าน โดยจัดกระบวนการตรวจสอบเป็นประจำทุกปี
- การก่อตั้งคณะกรรมการเพื่อความผาสุกของพนักงานเพื่อเป็นช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียนจากพนักงานที่ถูกละเมิดสิทธิมนุษยชน
- ทบทวนนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนโดยมุ่งเน้นที่จะปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง และมุ่งสู่มาตรฐานสูงสุด
- สร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิทธิมนุษยชน โดยสื่อสารและจัดฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องให้กับพนักงานทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ รวมถึงผู้รับเหมาและบริษัทคู่ค้าของไทยเบฟ โดยจัดให้มีการฝึกอบรมประจำปี รวมทั้งบรรจุไว้ในหลักสูตรปฐมนิเทศพนักงานใหม่ของไทยเบฟ
- ขยายผลการประเมินสิทธิมนุษยชนของบริษัทให้ครอบคลุมการดำเนินงานในต่างประเทศ ทำให้เกิดการดำเนินงานร่วมกันในการป้องกันผลกระทบจากความเสียหายด้านสิทธิมนุษยชน
- แก้ไขปรับปรุงความเสี่ยง 3 ด้านที่ได้จากกระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนของไทยเบฟ คือด้านสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน ด้านสภาพการทำงานของพนักงาน และด้านสุขภาพและความปลอดภัยของชุมชน พร้อมทั้งหาวิธีป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เช่น ความปลอดภัย อาชีวอนามัย สภาพแวดล้อมการทำงาน และความผาสุกของพนักงานในทุกภูมิภาค การจัดกิจกรรมด้านความปลอดภัยให้กับพนักงานทั่วทั้งกลุ่มไทยเบฟ ตลอดจนโครงการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ปฏิบัติงานและชุมชนใกล้โรงงานของบริษัท
- ตรวจสอบประเมินความเสี่ยงของคู่ค้ารายสำคัญที่กำหนดสายสินค้าและบริการให้กับไทยเบฟโดยตรง (Critical Tier 1 Supplier) ณ สถานประกอบการทุกราย โดยครอบคลุมประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนและร่วมมือกับคู่ค้ารายสำคัญเหล่านี้ในการบรรเทาความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นจากคู่ค้าของคู่ค้า (Non-tier 1 Supplier)

โอกาสไร้ขีดจำกัด

ไทยเบฟเชื่อว่า องค์กรจะประสบความสำเร็จเกิดจากการทำงานร่วมกันกับพนักงาน เพื่อสร้างประสบการณ์การทำงานเฉพาะบุคคล ตรงกับความต้องการ และสร้างแรงจูงใจในการทำงานซึ่งส่งเสริมให้บุคลากรและองค์กรมีความแข็งแกร่ง ด้วยการให้โอกาสพนักงานได้เรียนรู้จากการเข้าอบรมและก้าวหน้าในสายอาชีพ รวมถึงช่วยเสริมทักษะสำคัญในด้านต่าง ๆ ทำให้ไทยเบฟสามารถขับเคลื่อนธุรกิจได้อย่างอย่างเข้มแข็ง

ไทยเบฟมีเป้าหมายในการเป็นองค์กรที่ดีที่สุดในการทำงาน และเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่า ความสุขและความก้าวหน้าในสายอาชีพของพนักงานจะเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ส่งเสริมให้พนักงานทำงานกับองค์กรได้ยาวนาน ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างองค์กรให้แข็งแกร่งจากภายใน ไทยเบฟมีความตั้งใจในการสร้าง “ความเป็นหนึ่งเดียวกัน” โดยมอบโอกาสให้พนักงานได้เรียนรู้และพัฒนาทักษะเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จร่วมกัน เป็นผลให้พนักงานของไทยเบฟเป็นบุคลากรที่มีศักยภาพ และมีความสุขที่ความต้องการจะเติบโตไปพร้อมกับองค์กร

ทั้งนี้สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้เห็นถึงความสำคัญของประสบการณ์ดิจิทัล โดยไทยเบฟได้นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานจากที่บ้านและสร้างความพึงพอใจในสายอาชีพ ทำให้ในปัจจุบันพนักงานไทยเบฟสามารถทำงานได้จากทุกที่ และการมุ่งเน้นการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการทำงานก็เพื่อเตรียมพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต



ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการบุคลากร

เพื่อสร้างความแข็งแกร่งของบุคลากรควบคู่ไปกับการสร้างความเป็นหนึ่งเดียวภายในองค์กร และเตรียมความพร้อมให้พนักงานก้าวหน้าไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสภาพแวดล้อมในการทำงาน ไทยเบฟได้กำหนด 7 ยุทธศาสตร์ในการบริหารจัดการบุคลากร ดังนี้



ยุทธศาสตร์ที่ 1: โครงสร้างและ บทบาทที่ชัดเจน

- ปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ของงานแต่ละตำแหน่ง เพื่อสนับสนุนกลยุทธ์ทางธุรกิจและ PASSION 2025
- ขยายและพัฒนาสมรรถนะและเส้นทางอาชีพในกลุ่มงานให้สอดคล้องกับการออกแบบโครงสร้างและบทบาทการบริหารของไทยเบฟ



ยุทธศาสตร์ที่ 2: ค่าตอบแทนและ สวัสดิการที่แข่งขันได้ กับตลาด

- บริหารและวิเคราะห์ค่าจ้าง ค่าตอบแทน และสวัสดิการ เพื่อสร้างเป็นมาตรฐานที่เหมาะสมในทุกบริษัทของกลุ่มไทยเบฟ โดยให้สอดคล้องกับเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงานและความต้องการของบุคลากร



ยุทธศาสตร์ที่ 3: การบริหาร ผลการดำเนินงาน ที่โดดเด่น

- พัฒนาระบบบริหารผลการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างครอบคลุม ขยายช่องทางการเข้าใช้งาน เพื่อตอบสนองพนักงานในทุกช่วงอายุ
- การประเมินผลอย่างเป็นธรรม รวมถึงการวางแผนพัฒนาทักษะเพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงาน ทำให้ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ และมุ่งเน้นสู่ความเป็นเลิศ



ยุทธศาสตร์ที่ 4: การพัฒนาพนักงาน แบบองค์รวม

- ส่งเสริมวัฒนธรรมการเรียนรู้ให้พนักงานพัฒนาตนเอง ผ่านการเรียนรู้ในรูปแบบ 70:20:10 รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนากิจกรรมให้แก่บุคลากรด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และการใช้แผนพัฒนารายบุคคล (IDP) ตลอดจนการติดตามความก้าวหน้าทางอาชีพของพนักงาน



ยุทธศาสตร์ที่ 5: การบริหารผู้สืบทอด ตำแหน่งและ บุคลากรเชิงรุก

- ยกระดับการเตรียมพร้อมของพนักงานและผู้บริหารในการสืบทอดตำแหน่ง ให้ความพร้อมและความสามารถ เพื่อให้มั่นใจว่าจะเกิดการเปลี่ยนถ่ายอย่างราบรื่นและความต่อเนื่องทางธุรกิจ เสริมสร้างความยั่งยืนขององค์กร



ยุทธศาสตร์ที่ 6: การสรรหาพนักงาน ที่มีศักยภาพ และ การดูแลพนักงานใหม่

- สรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และทักษะที่เหมาะสมในการทำงานในตำแหน่งตามที่ต้องการ รวมถึงดึงดูดพนักงานรุ่นใหม่ที่มีความคล่องตัวและมีความสามารถในการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลได้เป็นอย่างดี



ยุทธศาสตร์ที่ 7: การส่งเสริมวัฒนธรรม ที่สร้างความผูกพัน ต่อองค์กร

- สร้างความรู้ ความเข้าใจ และความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เสริมสร้างความเป็นหนึ่งเดียวผ่านค่านิยมของกลุ่มไทยเบฟ รวมถึงส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานอย่างต่อเนื่องให้เกิดพฤติกรรมที่เหมาะสมตามค่านิยมองค์กร

โปรแกรมการวิเคราะห์บุคคลากร (People Analytics)

ไทยเบฟได้นำโปรแกรมการวิเคราะห์บุคคลากรมาใช้เพื่อวัดผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ช่วยในการจัดทำแผนพัฒนาพนักงาน เสริมทักษะการทำงาน ช่วยในการสรรหาและว่าจ้างพนักงาน รวมถึงระบุแนวโน้มที่พนักงานจะลาออกจากองค์กร ทั้งนี้เพื่อปรับปรุงมาตรการรักษาข้อมูลและความสามารถในการแข่งขัน และวิเคราะห์เครือข่ายองค์กรด้วยการใช้เครื่องมือต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการวางแผนและการตัดสินใจด้านกำลังคนขององค์กรเพื่อความมั่นใจในการเติบโตของธุรกิจ

เพื่อเตรียมความพร้อมมุ่งหน้าสู่เป้าหมายในปี 2568 ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบอัตโนมัติ ไทยเบฟจำเป็นต้องมีการพัฒนาและเตรียมพร้อมศักยภาพของพนักงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงนั้นโดยผ่านกระบวนการพัฒนากทักษะสองด้าน คือ การสร้างทักษะ (ReSkill) และการเสริมทักษะ (UpSkill)

การสร้างทักษะ (ReSkill)

การสร้างทักษะใหม่ให้เข้ากับโลกปัจจุบันและเตรียมรับมือโลกในอนาคต โดยปรับเปลี่ยนทักษะการทำงานเพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กรและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว



- เพิ่มเติมทักษะพื้นฐานและเตรียมทักษะใหม่ที่จำเป็นในการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัลให้กับพนักงาน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงองค์กรสู่อนาคตในยุคดิจิทัล
- งานที่ใช้แรงงานคน เปลี่ยนแปลงเพิ่มพูนทักษะของบุคลากรให้เป็นการควบคุมการทำงานด้วยเทคโนโลยี
- บุคลากรที่อาจมีความเสี่ยงในความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นเนื่องจากงานที่อาจเปลี่ยนไปตามกลยุทธ์องค์กร อาจต้องเพิ่มเติมทักษะความสามารถใหม่ที่สามารถสร้างผลงานในองค์กรต่อไปได้

การเสริมทักษะ (UpSkill)

การเสริมทักษะความเชี่ยวชาญในเชิงงานเดิมให้ทันกับโลกยุคปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอกย้ำทางธุรกิจขององค์กรและสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ



- พัฒนาศักยภาพการทำงานในระดับภูมิภาค/ระดับโลกให้มากขึ้น เนื่องจากองค์กรมีการขยายตัวทางธุรกิจสู่ต่างประเทศ นอกเหนือจากในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง
- พัฒนากิจกรรมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและระบบอัตโนมัติให้ดีขึ้น เช่น การติดต่อสื่อสารปฏิสัมพันธ์ แบ่งปันข้อมูลข่าวสารผ่านเครื่องมือดิจิทัล หรือการป้องกันข้อมูลและตัวตนแบบดิจิทัล

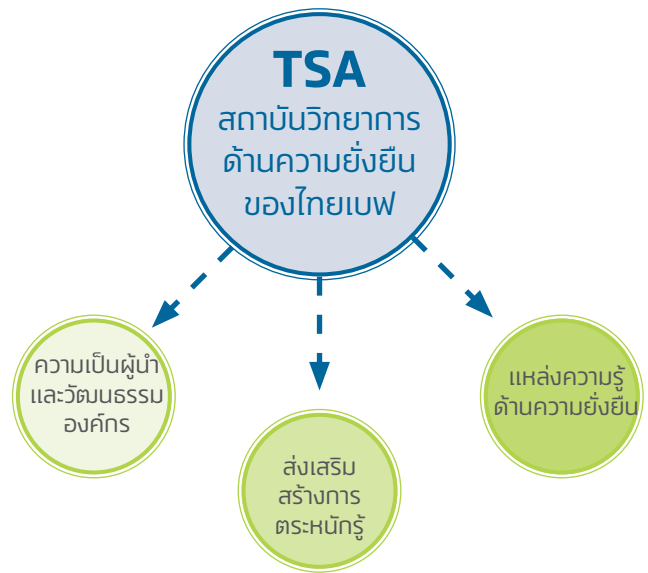
สถาบันวิชาการด้านความยั่งยืนของไทยเบฟ (ThaiBev Sustainability Academy หรือ TSA)

องค์ความรู้ด้านความยั่งยืนมีหลายแง่มุมที่สามารถนำมาพิจารณาเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) และมาประยุกต์ใช้ร่วมกับกลยุทธ์ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อให้สอดคล้องกับหลักของกรอบการรายงานความยั่งยืนสากล Global Reporting Initiative (GRI) และการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures: TCFD) และมาตรฐานสากลอื่น ๆ สถาบันวิชาการด้านความยั่งยืนของไทยเบฟ (TSA) เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2562 ด้วยพันธกิจหลักคือ สร้างวัฒนธรรมส่งเสริมการเรียนรู้ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน และเพิ่มพูนความสามารถให้แก่พนักงานของกลุ่มธุรกิจไทยเบฟทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศให้ดำเนินงานอย่างยั่งยืน รวมถึงขยายขอบเขตด้านการพัฒนาความยั่งยืนให้ครอบคลุมห่วงโซ่คุณค่าขององค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของไทยเบฟ โดยสถาบันฯ ได้ดำเนินกิจกรรมด้านวิชาการเกี่ยวกับการพัฒนาความยั่งยืน เช่น การฝึกอบรมหลักสูตรต่าง ๆ การประชุมวิชาการ การสัมมนา รวมถึงการจัดประเมินความรู้ด้านการพัฒนาความยั่งยืนให้กับพนักงาน

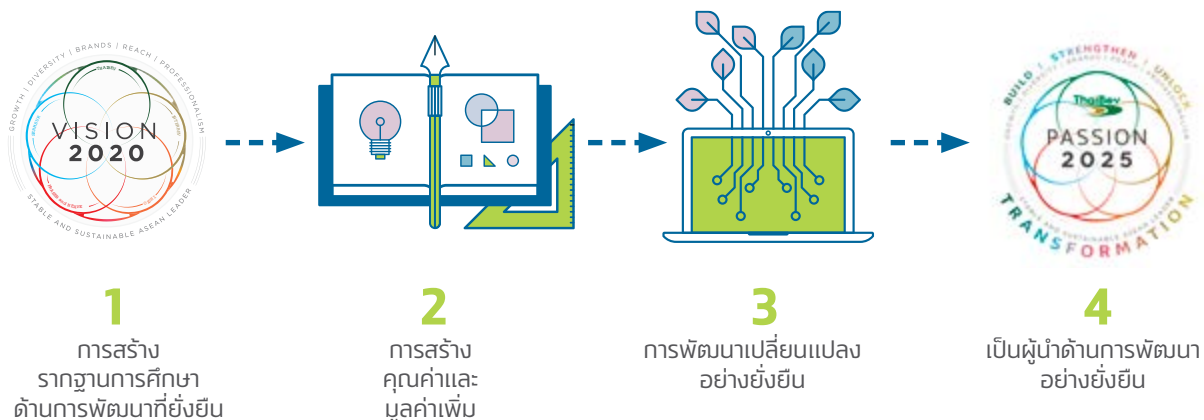
เป้าหมายของสถาบันวิทยาการด้านความยั่งยืนของไทยเบฟ (TSA)

ภายใต้ภารกิจ “สร้างและแบ่งปันคุณค่าแห่งการเติบโต” สถาบันวิทยาการด้านความยั่งยืนของไทยเบฟมุ่งเน้นงานด้านการส่งเสริมแนวทางความยั่งยืนขององค์กรกลุ่มไทยเบฟ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาพนักงานและผู้บริหารของบริษัทในกลุ่มไทยเบฟให้มีความสามารถริเริ่ม ออกแบบ และประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อรับมือและส่งเสริมความยั่งยืน เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติ โดยให้การสนับสนุนทางด้านสังคม เช่น ศิลปะและวัฒนธรรมควบคู่ไปด้วย

สถาบันฯ จัดการเรียนการสอนทั้งในห้องเรียน วิกิทัศน์ พร้อมทั้งมีการวิเคราะห์และประเมินผลการเรียนของผู้เรียนผ่านแบบสอบถามและการเรียนแบบออนไลน์



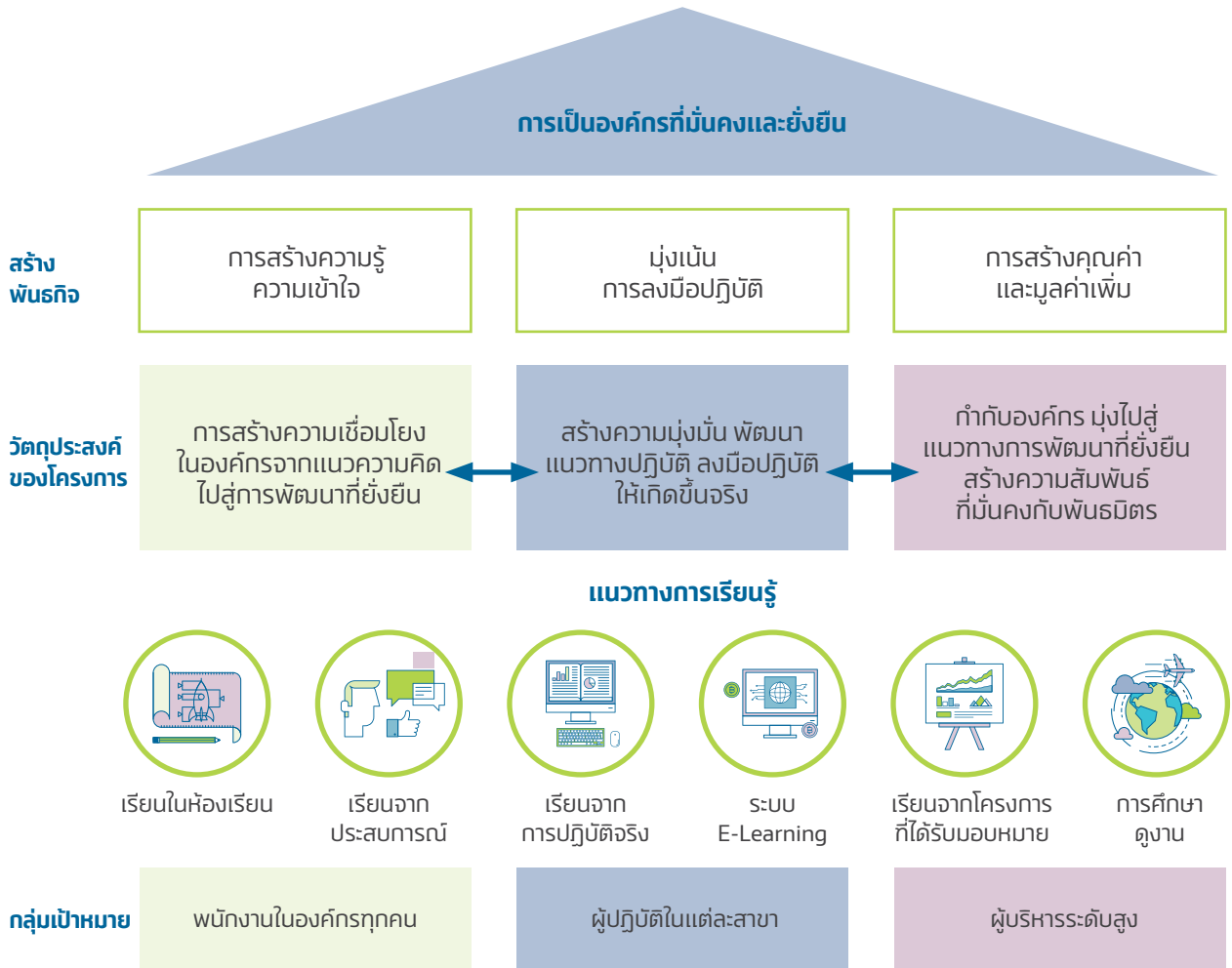
ทิศทางการดำเนินงาน 2563 - 2568



ยุทธศาสตร์ของสถาบันวิทยาการด้านความยั่งยืนของไทยเบฟ (TSA)

<p>1. การวางแนวทางและความมุ่งมั่นที่ชัดเจนในการพัฒนาความยั่งยืนของพนักงานในกลุ่มไทยเบฟ</p>	<p>2. ศึกษาและสำรวจผลกระทบจากแนวโน้มอนาคตในด้านความยั่งยืนจากกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ</p>	<p>3. สร้างและแบ่งปันผลประโยชน์จากความร่วมมือจากเหล่าพันธมิตรขององค์กร</p>
--	---	--

หลักสูตรของสถาบันวิทยาการด้านความยั่งยืนของไทยเบฟ (TSA)



สถาบันวิทยาการด้านความยั่งยืนของไทยเบฟออกแบบและพัฒนาองค์ความรู้ด้านความยั่งยืนทั้งในด้านกระบวนการความคิด ทักษะ และการปฏิบัติงาน โดยมุ่งหวังว่าพนักงานในทุกหน่วยธุรกิจจะเกิดการเรียนรู้ เข้าใจ และสามารถเข้าถึงเนื้อหาในบริบทด้านความยั่งยืนของไทยเบฟ และพัฒนาในระดับสากล รวมทั้งสามารถนำหลักแนวคิดด้านความยั่งยืนไปใช้เพื่อพัฒนาตนเอง สร้างการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร บุคลากร และเพื่อนร่วมงาน ส่งเสริมการบรรลุเป้าหมายการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน

โดยจัดการเรียน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม:

1. กลุ่มพนักงานทั่วไป (Individual Contributor)

คือพนักงานทุกระดับที่มีความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นผู้มีความรู้ความสามารถและมีทักษะในระดับที่สามารถปฏิบัติงานได้ตามความคาดหวังขององค์กร

2. กลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านความยั่งยืน (Practitioner)

คือกลุ่มพนักงานทุกระดับที่มีความรับผิดชอบต่องานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนในแผนกของตน มีความรับผิดชอบเป็นผู้ปฏิบัติงานและดำเนินงานตามเป้าหมายด้านความยั่งยืนขององค์กร

3. กลุ่มผู้บริหาร (Executive)

เป็นกลุ่มผู้บริหารที่สามารถสร้างการขับเคลื่อนกลยุทธ์ทางธุรกิจให้เกิดภายในองค์กรและเพื่อสร้างมูลค่าให้กับกลุ่มไทยเบฟได้อย่างยั่งยืน

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จปี 2564

ในปี 2564 เป็นปีที่สองที่สถาบันฯ ได้ดำเนินการต่อเนื่อง จัดชั้นเรียนความยั่งยืนในประเทศไทยและในต่างประเทศรวมถึง บริษัทในเครือของกลุ่มไทยเบฟ ผ่านการฝึกอบรม การฝึกอบรม ปฏิบัติการ สัมมนา และการทดสอบเพื่อประเมินความรู้และความเข้าใจของพนักงานเกี่ยวกับแนวคิดด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน

สถาบันฯ ได้ร่วมกับ ThaiBev Training ซึ่งเป็นศูนย์ฝึกอบรม พนักงานกลุ่มไทยเบฟ เพื่อใช้แพลตฟอร์มการเรียนรู้ Learning Platform ของระบบการจัดการเรียนรู้ (Learning Management System) ที่อยู่ในแพลตฟอร์มระดับสากลประยุกต์ใช้ในองค์กรในชื่อระบบ Beverest เพื่อส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและมีฐานข้อมูลจัดเก็บรายละเอียดข้อมูลการพัฒนา พนักงานแต่ละคน ตั้งแต่วันแรกที่เข้าทำงานและปรับปรุงข้อมูล การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ชุมชนคนเก่งของไทยเบฟ (Communities of Practice)

ในปี 2564 ทางสถาบันฯ ได้มีกระบวนการชุมชนคนเก่งของไทยเบฟขึ้น 3 แห่ง ได้แก่ ผู้ปฏิบัติงานด้านกำกับดูแลกิจการ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านสังคม โดยไทยเบฟจัดโครงสร้างให้ชุมชนผู้ปฏิบัติงานสามารถพัฒนาและปฏิบัติตามแนวทางเพื่อองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และกว่า 6 ปีแห่ง ประสบการณ์ที่ไทยเบฟได้หมุนเวียนพนักงานตามแนวทางปฏิบัติ ด้านความยั่งยืน ในฐานะสมาชิกของดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (DJSI) ในหมวดดัชนีตลาดเกิดใหม่ติดต่อกัน 6 ปีและหมวดดัชนีโลกอย่างต่อเนื่องตลอด 5 ปี ไทยเบฟเป็นผู้นำดัชนีในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม ต่อเนื่องกันเป็นเวลา 4 ปี พนักงานและผู้บริหารกว่า 1,000 คน ได้ร่วม ทูมเทและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เพื่อใช้ในการออกแบบและพัฒนา หลักสูตรของสถาบันวิชาการด้านความยั่งยืนของไทยเบฟ ร่วมกับ การริเริ่มพัฒนาโครงการ และเผยแพร่องค์ความรู้ทั่วทั้งองค์กร

สถาบันฯ ได้ขยายสมาชิกภาพให้แก่บุคคลที่มีความสามารถทั้งในองค์กร ไทยเบฟและภายนอก ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ รวมถึงบริษัท ในเครือ โดยร่วมมือกับเครือข่ายและพันธมิตร ชุมชน ผู้เชี่ยวชาญ ด้านความยั่งยืน และผู้เชี่ยวชาญจากทั่วโลก เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการและการลงพื้นที่ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ไทยเบฟเป็นองค์กรที่จัดลำดับความสำคัญให้กับการเรียนรู้ ของพนักงาน และตอกย้ำความก้าวหน้าในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ยืนยันถึงความมุ่งมั่นในการสร้างและแบ่งปันคุณค่าของการเติบโตมุ่งสู่ วิสัยทัศน์ PASSION 2025 ในแนวคิดที่ว่า “ทุกคนร่วมกันเพื่อบรรลุ เป้าหมายที่มากกว่า (TEAM: Together Everyone Achieves More)”

วิสัยทัศน์ PASSION 2025



1. การเสริมสร้างศักยภาพ ของพนักงานในด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน

วิธีการ

- วางโครงสร้างเนื้อหา การเรียน แบบ Modules
- ใช้ตัวชี้วัดจาก Training Need Analysis

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- องค์ความรู้ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน
- สร้างความร่วมมือกับผู้ปฏิบัติ ทุกภาคส่วน



2. การสร้างความร่วมมือเพื่อการศึกษา ร่วมกับสถาบันฯ

วิธีการ

- เชื่อมโยงแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดจาก ทั้งภายในและภายนอกองค์กร
- นำองค์ความรู้ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน มาพัฒนาและต่อยอด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ศูนย์รวมความรู้ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน
- สร้างสรรค์และแบ่งปันองค์ความรู้ ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน



3. การสร้างชุมชนคนเก่ง ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน

วิธีการ

- พัฒนาสร้างเครือข่ายผู้ปฏิบัติ ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน
- แลกเปลี่ยนองค์ความรู้เชิงลึก ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน (Best Practices)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- พัฒนาผู้ปฏิบัติและองค์ความรู้ ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน
- สร้างวัฒนธรรมองค์กรด้าน การพัฒนาที่ยั่งยืน

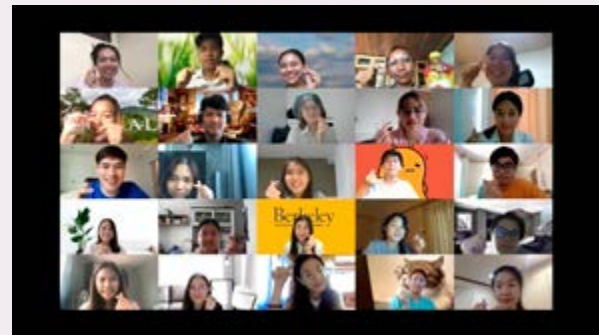
2564 การกิจสำคัญ

ThaiBev Virtual Internship and ASEAN Internship

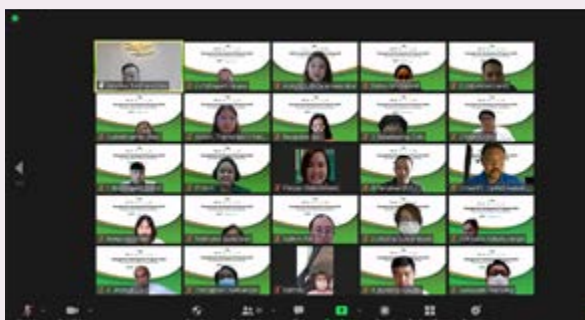
ไทยเบฟเชื่อว่า คนรุ่นใหม่คือทรัพยากรที่ทรงคุณค่า ที่จะเติบโตขึ้นมาเป็นกำลังสำคัญในอนาคต ถึงแม้ว่าจะมีอุปสรรคในการดำเนินการโครงการในช่วงสถานการณ์ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งเป็นช่วงที่บริษัทมีการทำงานจากที่บ้าน (Work from home) ก็ตาม นอกจากนี้ ไทยเบฟได้ขยายโครงการฝึกงานไปสู่ระดับภูมิภาค (ภายในอาเซียน) ซึ่งนักศึกษาฝึกงานจะทำงานผ่านโครงการในระบบออนไลน์ ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับองค์กรในระดับภูมิภาคเท่านั้น แต่ยังให้โอกาสการฝึกอบรมแก่ผู้ฝึกงานอีกด้วย

ไทยเบฟได้ให้การสนับสนุนผู้เข้าร่วมโครงการฝึกงานแบบ Virtual Internship ทั้งจากประเทศไทยและประเทศในอาเซียน ซึ่งมีผู้เข้าร่วม 90 คน แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ แบ่งปันประสบการณ์การทำงาน (ร้อยละ 70) ซึ่งมีการฝึกปฏิบัติงานและการให้คำปรึกษา การจัดค่ายธุรกิจและโปรแกรมการฝึกอบรม (ร้อยละ 20) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมเสมือนจริงและกรณีศึกษาด้านธุรกิจ และเวทีการแบ่งปันประสบการณ์ (ร้อยละ 10) ซึ่งผู้เข้าร่วมจะต้องทำการนำเสนอประสบการณ์ของตนเอง

ผู้เข้าร่วมมากกว่าร้อยละ 93 รู้สึกพอใจกับโครงการนี้ และร้อยละ 100 สนใจที่จะเข้าร่วมทำงานให้กับไทยเบฟหลังจากสำเร็จการศึกษา การฝึกงานในอาเซียนมีผู้เข้าร่วม 40 คน ได้แก่ จากประเทศไทย 10 คน ประเทศเวียดนาม 18 คน เมียนมา 3 คน และกัมพูชา 9 คน ผู้เข้าร่วมให้คะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย 4.68 คะแนน (จากคะแนนเต็ม 5) นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมร้อยละ 100 บอกว่าสนใจที่จะเป็นพนักงานประจำกับบริษัท ผู้เข้าร่วม



มีประสบการณ์ในทักษะทั้ง 10 ด้านในการทำงานกับบริษัท รวมถึงการเงิน การวิเคราะห์ข้อมูล ทรัพยากรบุคคล การขายและการตลาด ห่วงโซ่อุปทาน ความยั่งยืน และวิศวกรรม



Talent Development Program

โครงการพัฒนาความสามารถของไทยเบฟได้รับการออกแบบมาเพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถของพนักงานในทุกระดับ ผ่านหลักการที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง โดยการส่งเสริมความรู้ทางธุรกิจและทักษะการเป็นผู้นำโดยใช้สูตร 70:20:10 และแนวคิด "การเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติ" โครงการดังกล่าวเป็นเวทีให้พนักงานได้เสนอแนวคิดเพื่อช่วยให้ไทยเบฟบรรลุวิสัยทัศน์ และเพื่อให้ผู้บริหารของไทยเบฟได้เห็นถึงศักยภาพของพนักงาน เป็นวิธีการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพกว่าการเรียนรู้ที่เป็นทางการเพียงอย่างเดียว ผ่านโครงการต่อไปนี้ โครงการพัฒนาพนักงานระดับหัวหน้างาน (SDP) โครงการพัฒนาพนักงานระดับผู้จัดการ (MDP) โครงการพัฒนาการผู้บริหารระดับอาเซียน (AMD) และโครงการพัฒนาผู้บริหารระดับสูง (SEDP) ซึ่งผู้บริหารระดับสูงมีส่วนร่วมในการให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาความคิดตั้งแต่กรณีศึกษาไปจนถึงการนำไปปฏิบัติ ซึ่งในการผสมผสานวิธีการเรียนในทุกโครงการ ผู้เรียนจะมีโอกาสเข้าไปเรียนในสถาบันการศึกษาและมหาวิทยาลัยชั้นนำระดับภูมิภาค และที่สำคัญที่สุดผู้เรียนจะได้ทำงานใกล้ชิดกับผู้บริหารระดับสูงของไทยเบฟเพื่อทำโครงการธุรกิจ เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจริงจากการดำเนินธุรกิจและนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์และปรับปรุงการให้บริการ ซึ่งจะช่วยในการขับเคลื่อนการเติบโตทางธุรกิจต่อไป

ระบบนิเวศในการพัฒนาความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Development Ecosystem)

เพื่อสร้าง “โอกาสไร้ขีดจำกัด” (ปรัชญาแห่งการบริหารทรัพยากรบุคคล) ให้พนักงานมีความก้าวหน้าอย่างมั่นคง ไทยเบฟจึงได้ริเริ่มโครงการระบบนิเวศในการพัฒนาความก้าวหน้าในสายอาชีพ โดยใช้เทคโนโลยีที่มีแพลตฟอร์มการทำงานหลายรูปแบบ เพื่อใช้ในกระบวนการพัฒนาศักยภาพให้เติบโตอย่างก้าวหน้าในสายอาชีพ หนึ่งในประโยชน์ที่จะได้รับคือการสร้างระบบนิเวศสำหรับพนักงานให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาความก้าวหน้าในเส้นทางสายอาชีพของตนเอง

“My Career” เป็นแพลตฟอร์มที่ให้คำแนะนำด้านอาชีพแบบบูรณาการและช่วยให้พนักงานสำรวจโอกาสภายใน รวมถึงออกแบบเส้นทางอาชีพและการพัฒนาอาชีพของตนเองได้

แพลตฟอร์มนี้ช่วยแนะนำโอกาสและตำแหน่งที่เหมาะสมให้แก่พนักงานไทยเบฟได้ประโยชน์จากเทคโนโลยีนี้ในการแนะนำโอกาสในการทำงานตามข้อกำหนดที่สมเหตุสมผล โดยแนะนำงานที่เป็นมาตรฐานมากกว่า 1,400 ตำแหน่ง เพื่อที่จะแนะนำเส้นทางอาชีพที่เป็นไปได้ นอกจากนี้ พนักงานยังสามารถประเมินความสามารถในแต่ละตำแหน่งตามสมรรถนะการทำงานได้มากกว่า 200 รายการตามกลุ่มงานที่ระบุอยู่ในแพลตฟอร์ม

บริษัทยังสนับสนุนให้พนักงานได้พัฒนาตนเองโดยใช้แผนการพัฒนารายบุคคล (IDP) ร่วมกับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน โดย IDP ถูกขยายผลการใช้งานไปในทุกระดับงานทั่วทั้งองค์กร ซึ่งพนักงานสามารถพัฒนาแผนผ่านระบบ Beverest และเลือกแนวทางการเรียนรู้ที่ออกแบบไว้ โดยพนักงานสามารถจัดการแบบต่อเนื่องและปฏิบัติตามแผนด้วยตนเองได้อย่างสะดวกสบาย

“Career Dashboard” เป็นระบบสรุปข้อมูลสำคัญ ซึ่งช่วยให้หัวหน้างานและ HRBP สามารถเข้าถึงข้อมูลที่เป็นปัจจุบันเกี่ยวกับอาชีพของพนักงานได้ทันทีที่ทันใจ ซึ่งรวมถึงข้อมูลการคาดการณ์คุณสมบัติและสถิติในอดีตเกี่ยวกับการเลื่อนตำแหน่งและการโอนย้ายงาน นอกจากนี้ยังแสดงความคืบหน้าในการติดตาม IDP เพื่อให้หัวหน้างานและ HRBP สามารถติดตามและตรวจสอบการวางแผนและการดำเนินการ IDP ของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

“Career Profile” เป็นที่จัดเก็บข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับสายงานและเส้นทางการทำงานของพนักงานสำหรับหัวหน้างาน นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งข้อมูลภายในส่วนกลางสำหรับฝ่ายทรัพยากรบุคคลใช้ในการคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงานภายในองค์กร

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

HR Asia 2021 and We Care

ในปี 2564 ไทยเบฟได้รับรางวัล HR Asia Best Companies to Work for in Asia เป็นปีที่สามติดต่อกัน และยังได้รับรางวัล We Care Most Caring Company รางวัลระดับชาติและระดับสากล โดยได้รับจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสำรวจพนักงานเกี่ยวกับการจัดการบุคลากร เพื่อเลือกผู้ชนะจากบริษัทหลายร้อยแห่งที่เข้าร่วม เราเชื่อว่าสิ่งนี้จะสะท้อนถึงวิธีการทำงานที่สร้างสรรค์และการเป็นแบบอย่างที่ดี



688,596.90
ชั่วโมงการอบรม



ชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ย
รวม **19.78** ชั่วโมง

ความหลากหลายของพนักงาน

ข้อมูลการลาออกจากงานแบ่งตามเพศ

การลาออกจากงานทั้งหมด



ผู้หญิง 55.9% | ผู้ชาย 44.1%

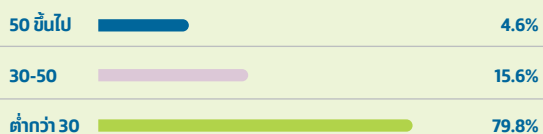
การลาออกจากงานโดยสมัครใจ



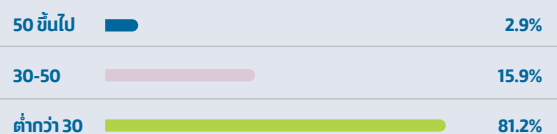
ผู้หญิง 55.8% | ผู้ชาย 44.2%

ข้อมูลการลาออกจากงานแบ่งตามกลุ่มอายุ

รวมการลาออกจากงานทั้งหมด



รวมการลาออกจากงานโดยสมัครใจ



มาตรการรับมือวิกฤตโควิด-19

เตรียมพร้อมสู่อุบัติการณ์ผ่านประสบการณ์ดิจิทัล

การระบาดใหญ่ของโรคโควิด-19 นำไปสู่การพัฒนาเทคโนโลยีด้านดิจิทัลที่เพิ่มขึ้น เพื่อสร้างงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งรวมถึงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ได้แก่

- ให้การฝึกอบรมเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือดิจิทัล เช่น Zoom หรือ Microsoft Teams
- ให้คำแนะนำแนวทางการทำงานที่มีประสิทธิภาพในช่วง Work from home
- สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างพนักงานผ่านแพลตฟอร์มและกิจกรรมดิจิทัล
- ใช้การฝึกอบรมออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบ เช่น การฝึกอบรมส่วนใหญ่ออกแบบให้เป็นรูปแบบออนไลน์โดยมีหลายหลักสูตรที่รวมอยู่ในห้องสมุดการเรียนรู้ หรือ Library Learning เพื่อสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองตามต้องการ
- การใช้ระบบเช็คอินดิจิทัลเพื่อบันทึกการเข้างานและติดตามพนักงานที่อาศัยหรือทำงานในพื้นที่เสี่ยงภัย ตลอดจนหลีกเลี่ยงการสัมผัสที่ไม่จำเป็นจากเครื่องสแกนนิ้วเพื่อป้องกันการแพร่กระจายของโรคโควิด-19

ตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

สถาบันวิชาการด้านความยั่งยืนของไทยเบฟส่งเสริมความยั่งยืนตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

นอกเหนือจากรางวัล WOW ที่ได้รับแล้ว ยังมีรางวัลความยั่งยืนรูปแบบใหม่ซึ่งเริ่มต้นในปี 2563 เพื่อส่งเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับความยั่งยืนในหมู่ผู้เข้าร่วมและผู้ตัดสินใจโดยอ้างอิงถึง SDGs



เป้าหมาย 4: มีคุณภาพด้านการศึกษา



เป้าหมาย 5: ความเท่าเทียมระหว่างเพศ



เป้าหมาย 8: งานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ



เป้าหมาย 10: ลดความเหลื่อมล้ำ

เป้าหมายย่อย

4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็น รวมถึงทักษะทางเทคนิคและอาชีพ สำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดี และการเป็นผู้ประกอบการ ภายในปี 2573

5.5 สร้างหลักประกันว่าผู้หญิงจะมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ และมีโอกาสเท่าเทียมในการเป็นผู้นำในทุกระดับของการตัดสินใจในทางการเมือง เศรษฐกิจ และภาคสาธารณะ

5.b ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการให้อำนาจแก่ผู้หญิง

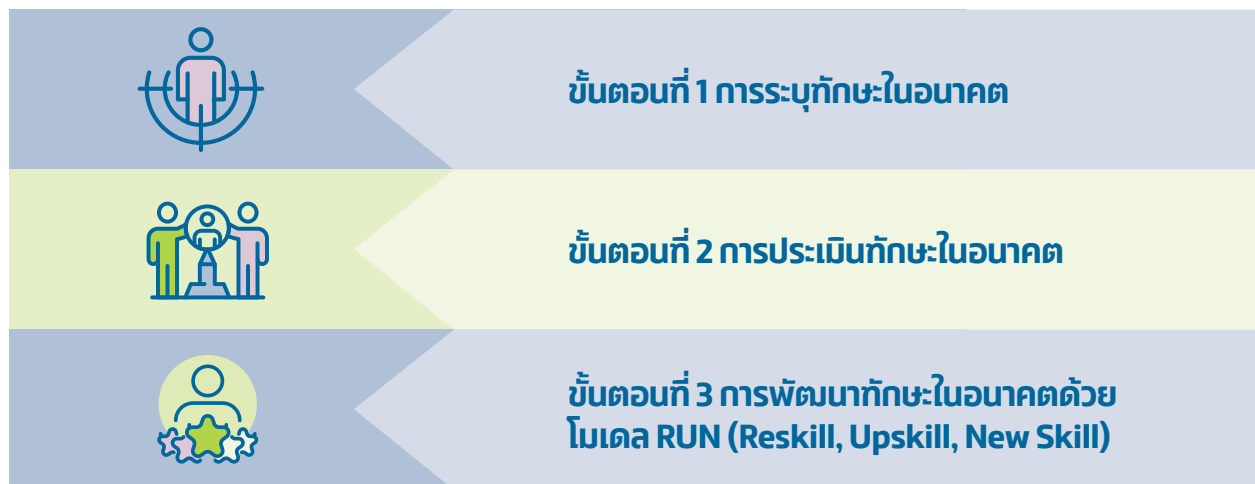
8.2 ส่งเสริมการมีประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจในระดับที่สูงขึ้น ผ่านการทำให้หลากหลาย การยกระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงการมุ่งเน้นในภาคส่วนที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและใช้แรงงานอย่างมีประสิทธิภาพ

8.6 ลดสัดส่วนของเยาวชนที่ไม่มีการศึกษา และที่ไม่ได้รับการฝึกอบรม ภายในปี 2563

10.2 ให้อำนาจและส่งเสริมความครอบคลุมด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองสำหรับทุกคน โดยไม่คำนึงถึงอายุ เพศ ความบกพร่องทางร่างกาย เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ แหล่งกำเนิด ศาสนา หรือสถานทางเศรษฐกิจหรืออื่น ๆ ภายในปี 2573

ขับเคลื่อนด้วยวิสัยทัศน์ PASSION 2025

เพื่อก้าวไปสู่เป้าหมายตามวิสัยทัศน์ PASSION 2025 ไทยเบฟจึงได้ริเริ่มโครงการ “Transformation” เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากลุ่มผู้มีความสามารถระดับโลกในองค์กร จุดมุ่งหมายคือ เพื่อทำให้ไทยเบฟบรรลุเป้าหมายขององค์กรภายในปี 2568 และปีต่อ ๆ ไปได้ ผ่านการสร้างสรรค์ความสามารถ เสริมแกร่งความเป็นหนึ่ง และสุดพลังศักยภาพไทยเบฟ ท่ามกลางความต้องการทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ในปัจจุบัน โครงการ “Transformation” ประกอบด้วยโครงการย่อยกว่า 40 โครงการ หนึ่งในโครงการย่อยคือ “Future Skills Development” ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาบุคลากรให้เตรียมพร้อมสำหรับอนาคต และโครงการ “Future Skills Development” นี้มุ่งหวังให้สามารถเตรียมองค์กรให้พร้อมสำหรับอนาคต โดยพัฒนาองค์ความรู้ของพนักงานให้กลายเป็นทักษะ ซึ่ง “ทักษะสำหรับอนาคต” หรือ Future Skills นี้คือทักษะสำคัญที่พนักงานจำเป็นต้องมีเพื่อใช้ขับเคลื่อนองค์กรให้ดำเนินไปข้างหน้า



พนักงานที่เข้าร่วมโปรแกรมนี้น้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (SEP) มาปรับใช้ เพื่อระบุทักษะที่องค์กรต้องการ เพื่อช่วยส่งเสริมให้พนักงาน พร้อมทั้งจะปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงและเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

จุดมุ่งหมายของโครงการคือส่งเสริมแนวทางปฏิบัติเพื่อมุ่งไปสู่ความเติบโตที่ครอบคลุมความเชื่อในศักยภาพของตนเองและการอุทิศตนเพื่อการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง มุ่งมั่นที่จะทำให้พนักงานเปิดรับการเปลี่ยนแปลง และส่งเสริมแนวโน้มที่จะเติบโตไปด้วยกัน นอกจากนี้ยังพัฒนาความสามารถในการสื่อสารและทำความเข้าใจความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้อง อันก่อให้เกิดความร่วมมือกับผู้อื่น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ส่งเสริมการคิดเชิงวิพากษ์และวิเคราะห์ การรู้เท่าทันดิจิทัล ภาษาและวัฒนธรรม

ขั้นตอนที่สองคือการประเมินทักษะในอนาคต เพื่อระบุด้านที่ต้องพัฒนา แก้ไข และปรับปรุง

สุดท้ายแล้ว ภายใต้โครงการ Future Skills นี้ พนักงานจะได้รับความเข้าใจเกี่ยวกับโมเดล RUN มากขึ้น ในการปรับทักษะ (Reskill) พนักงานจะสร้างชุดทักษะใหม่สำหรับการทำงานในหน้าที่อื่น เช่น การเปลี่ยนจากการเป็นพนักงานขายเพื่อการค้า มาเป็นพนักงานขาย TT และในการพัฒนาทักษะ (Upskill) พนักงานพัฒนาทักษะเพิ่มเติมเพื่อให้ทำงานเดิมได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ตัวอย่างเช่น พวกเขาสามารถเพิ่มทักษะการขายเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในที่สุด ส่วนการมีทักษะใหม่ (New Skill) คือการที่พนักงานสร้างชุดทักษะใหม่ เพื่อทำงานที่ต่างไปจากเดิมโดยสิ้นเชิง ยกตัวอย่างเช่น การเปลี่ยนจากการเป็นพนักงานขายมาเป็นตัวแทนขายในที่สุด

โครงการนำร่องมุ่งเน้นที่ฝ่ายขายในโครงการ Key Account Management (KAM) ซึ่งมีการใช้ Future Skills มาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินโครงการ มีผู้เข้าร่วมโครงการประกอบไปด้วยพนักงานตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการขึ้นไปกว่า 100 คน โดยเริ่มต้นโครงการด้วยการประเมินทักษะ และหลังจากนั้นมีการประเมินความก้าวหน้าของผู้เข้าร่วมโครงการเป็นระยะ ความสำเร็จของธุรกิจก็เป็นตัวสะท้อนให้เห็นถึงผลลัพธ์ของโครงการ ทั้งนี้ ปัจจุบันบริษัทได้ติดตามกิจกรรม KAM เช่น รายงานการขายรายสัปดาห์ Morning Talk และแผนการโทรเพื่อระบุจุดที่ต้องปรับปรุงแก้ไข

การส่งเสริมสุขภาพ และความปลอดภัยของผู้บริโภค

สุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นหนึ่งในประเด็นที่ไทยเบฟให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ เพราะถือเป็นสิ่งที่มีผลกระทบและอิทธิพลต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไทยเบฟเล็งเห็นถึงความสำคัญของการผลิตอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และดีต่อสุขภาพ จากวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง โดยคำนึงถึงจริยธรรมเป็นที่ตั้ง บริษัทกำหนดมาตรฐานที่เข้มงวดและติดตามการดำเนินงานทั้งหมดอย่างใกล้ชิดเพื่อให้มั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยตลอดการผลิต การจัดเก็บ การขนส่ง รวมถึงด้านอื่น ๆ ของการบริการ ความพยายามเหล่านี้ได้นำพาบริษัทไปสู่การเป็นผู้นำมาตรฐานสากล เช่น ISO 22000 NSF และ GMP/HACCP โดยเน้นที่สุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค ไทยเบฟพยายามที่จะรักษาและเสริมสร้างความไว้วางใจของผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย



สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค นำไปสู่การมุ่งเน้นด้านสุขภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดความสนใจในเรื่องผลกระทบของพฤติกรรมผู้บริโภค ที่คำนึงถึงสุขภาพและภูมิคุ้มกัน ในการต่อสู้กับไวรัสและโรคภัยไข้เจ็บอื่น ๆ มีแนวโน้มวิถีชีวิตที่มีสุขภาพ รวมถึงการเสริมความแข็งแรงเพิ่มขึ้น ปัญหาด้านสุขภาพยังคงเป็นความท้าทายที่สำคัญสำหรับโลกในปัจจุบัน จากข้อมูลขององค์การอนามัยโลก การเสียชีวิตส่วนใหญ่อาจเกิดจากโรคไม่ติดต่อ เช่น โรคอ้วน เบาหวาน โรคหลอดเลือด โรคหัวใจ และมะเร็ง ประมาณการว่าโรคไม่ติดต่อเรื้อรังทำให้คนไทยเสียชีวิตถึงร้อยละ 75 ซึ่งร้อยละ 55 เกิดขึ้นในผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 70 ปี ปัจจัยเหล่านี้นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงวิถีที่ผู้บริโภคมองสุขภาพและความปลอดภัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

ไทยเบฟยังคงวิจัยและพัฒนาอาหารและเครื่องดื่มใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อขยายขอบเขตผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความอร่อย

ศูนย์วิจัยและพัฒนาได้มีการมุ่งเน้นในการวิจัยด้านสุขภาพและโภชนาการดังต่อไปนี้: (1) ปริมาณน้ำตาลต่ำ: ร่วมมือกับคู่ค้าในการพัฒนาสารทดแทนน้ำตาลที่ดีต่อสุขภาพและสารให้ความหวานตามธรรมชาติ ที่ไม่กระทบต่อรสชาติดั้งเดิมและได้รับ “เครื่องหมายรับรองเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากสถาบันโภชนาการมหาวิทยาลัยมหิดล (2) ปริมาณโซเดียมต่ำ: ควบคุมและลดปริมาณโซเดียม (3) เพิ่มส่วนผสมที่มีคุณค่าทางโภชนาการ: การเพิ่มวิตามินในผลิตภัณฑ์ (4) การยกเลิกโมโนโซเดียมกลูตาเมต (ผงชูรส) ในผลิตภัณฑ์ราเมนพร้อมทานของโออิชิ (5) การยกเลิกสารกันบูดในโออิชิเขียวซ่า (6) ใช้วัตถุดิบออร์แกนิก: ร่วมมือกับคู่ค้าในการจัดหาวัตถุดิบคุณภาพและส่วนผสมที่เป็นออร์แกนิก (7) ให้ข้อมูลโภชนาการบนฉลาก รวมถึงพลังงาน ปริมาณน้ำตาล ไขมัน โซเดียม และส่วนผสมอื่น ๆ สำหรับผลิตภัณฑ์ทั้งหมด เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า

เพื่อส่งเสริมแนวทางเชิงกลยุทธ์ของไทยเบฟด้านสุขภาพและโภชนาการ บริษัทได้จัดทำแคมเปญนโยบาย คณะที่ปรึกษา และศูนย์วิจัยและพัฒนา และกำหนดเกณฑ์ “โภชนาการเพื่อสุขภาพ” สำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัท

แนวทางการบริหารจัดการ

ไทยเบฟยังคงมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ คุณค่าทางโภชนาการ และความปลอดภัย โดยทีมวิจัยและพัฒนาของไทยเบฟจัดตั้งขึ้นเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และคุณค่าทางโภชนาการ โดยเฉพาะไทยเบฟร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เช่น มหาวิทยาลัยและพันธมิตรทางธุรกิจ ในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีสำหรับผู้บริโภค การวิจัยมุ่งเน้นไปที่โภชนาการบางอย่าง เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ลดปริมาณน้ำตาล โซเดียม ไขมัน ผงชูรส และสารกันบูด รวมทั้งสารอื่น ๆ ไทยเบฟได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการเปิดเผยข้อมูลโภชนาการแก่ผู้บริโภคผ่านช่องทางต่าง ๆ ลงทุนในการวิจัยและพัฒนา และปรับการผลิตให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล

2564 การกิจสำคัญ

วี-บูสท์ วิตามินซี ดริงค์: ปีที่ผ่านมา ไทยเบฟเปิดตัวผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ “วี-บูสท์” เครื่องดื่มนี้ประกอบด้วยวิตามินซี 200 เปอร์เซ็นต์ที่จำเป็นต่อวัน ทั้งยังมีเบต้ากลูแคน นำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีส่วนช่วยในการทำงานของเซลล์เม็ดเลือดขาวและระบบภูมิคุ้มกัน เนื่องจาก วี-บูสท์ เป็นผลิตภัณฑ์น้ำตาลต่ำ โดยให้พลังงานเพียง 30 กิโลแคลอรี ต่อหนึ่งหน่วยบริโภค จึงได้รับเครื่องหมายทางโภชนาการ “ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล” วี-บูสท์ มีให้เลือก 2 รสชาติ คือ ส้มและเลมอน



โออิชิ โกลด์ วาโคะ: ชาพร้อมดื่มสไตล์ญี่ปุ่นที่ผลิตจากใบชาอ่อนที่คัดสรรและผ่านการหมักด้วยกรรมวิธีธรรมชาติ ชาที่มีกลิ่นและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ มีสารทีเอพลาวิน ซึ่งเป็นสารธรรมชาติที่พบในชาวาโคะเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีไฟเบอร์ 6,000 มิลลิกรัม ซึ่งช่วยกระตุ้นระบบย่อยอาหาร และช่วยในระบบขับถ่าย ซึ่งผลิตภัณฑ์มี 2 รสชาติ ได้แก่ โออิชิ โกลด์ วาโคะ สูตรไม่มีน้ำตาล และ โออิชิ โกลด์ วาโคะ สูตรเลมอน ดีไลท์ โดยทั้งสองรสชาติได้รับเครื่องหมายการรับรองเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล



ขับเคลื่อนด้วยวิสัยทัศน์ PASSION 2025

ไทยเบฟตั้งเป้าที่จะพัฒนาด้านสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภคผ่านความคิดริเริ่มต่าง ๆ ตั้งแต่การลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา ไปจนถึงการนำมาตรฐานสากลมาใช้ เช่น ISO22000, NSF และ GMP/HACCP ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ไทยเบฟยังคงทำงานอย่างสุดความสามารถ โดยไม่เพียงแต่จัดการกับข้อกังวลของผู้บริโภคในเรื่องสุขภาพและโภชนาการของผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ยังรวมถึงมาตรการเพื่อให้แน่ใจว่าการผลิตอาหารมีคุณภาพสูงและความปลอดภัย ความสามารถของไทยเบฟในการปรับตัวอย่างรวดเร็วต่อความท้าทายดังกล่าวได้ปลดล็อกศักยภาพใหม่และมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจไปตามสถานการณ์อย่างทันที่

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

เป้าหมายความคืบหน้า & ไม้ไผ่

- ตั้งแต่ปี 2559 มีการลดปริมาณน้ำตาลในผลิตภัณฑ์ 27 รายการ
- ในปี 2564 สัดส่วนเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 68 ของเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ทั้งหมด
- ในปี 2564 ผลิตภัณฑ์ 37 รายการได้รับเครื่องหมายรับรอง “ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ” จากสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- ผลิตภัณฑ์ของไทยเบฟทั้งหมดได้รับการรับรอง ISO 22000 จากองค์การระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร
- เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ของไทยเบฟ รวมถึงร้านอาหารในเครือ โออิชิ ผ่านการรับรองระบบจัดการสุขาภิบาลอาหารและความปลอดภัยอาหารต่อผู้บริโภค (Good Manufacturing Practice & Hazard Analysis and Critical Control Point: GMP & HACCP)
- น้ำดื่มและผลิตภัณฑ์น้ำแร่ทั้งหมดของไทยเบฟได้รับการรับรองจากมูลนิธิสุขาภิบาลแห่งชาติ (NSF)
- บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) และกระบวนการผลิตเครื่องดื่ม โออิชิ ได้รับการรับรองระบบความปลอดภัยด้านอาหาร (FSSC 22000)

มาตรการรับมือวิกฤตโควิด-19

โรงงานการผลิต

สถานที่ผลิตเครื่องดื่มและอาหารทั้ง 4 แห่งมีมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตามแนวทางที่ประกาศจากกระทรวงสาธารณสุข มาตรการดังกล่าว ได้แก่ ส่งเสริมให้ประชาชนล้างมือ สวมหน้ากากตลอดเวลา และปฏิบัติตามข้อกำหนดการเว้นระยะห่างทางสังคม นอกจากนี้ยังมีการตรวจเชื้อเป็นระยะ ๆ และการทำความสะอาดในพื้นที่ส่วนกลางเป็นประจำ เช่น ห้องประชุมและห้องน้ำ

ไทยเบฟทำการประเมินความเสี่ยงในสถานที่ทำงานและบุคลากร รวมถึงผลักดันให้มีการประชุมออนไลน์เพื่อลดความแออัด เฝ้าระวังติดตามข่าวสารเกี่ยวกับโรคโควิด-19 และปรับปรุงข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้พนักงานทราบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันการระบาดของโรค ทั้งนี้ได้กำหนดให้ซีพีพลายเออร์ ผู้เยี่ยมชม ผู้รับเหมา และผู้ขนส่งสินค้าต้องปฏิบัติตามแนวทางการเข้าและออก อีกทั้งโรงงานทุกแห่งได้รับการรับรองจากหน่วยงานภายนอกเพื่อเพิ่มความมั่นใจในมาตรการโรคโควิด-19

- โรงงานผลิตเครื่องดื่มของบริษัท โออิชิ เทรดดิ้ง จำกัด รวมถึงโรงงานโออิชิ นวนคร และโรงงานโออิชิ วังม่วง ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ความพยายามในการป้องกันนี้ได้ผ่านการรับรองตามเกณฑ์การประเมินของสำนักงานบริหารสุขอนามัยอุตสาหกรรมและการผลิต (IPHA) สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) กรมควบคุมโรค สถาบันอาหาร และสถาบันรับรองระบบการจัดการ (MASCI)
- โรงงานบ้านบึง บริษัท โออิชิ ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด เป็นโรงงานผลิตอาหารที่ผ่านการประเมินจากกรมประมงด้านการส่งออกเกี่ยวกับกุ้งแช่แข็ง นอกจากนี้ยังสามารถรับรองได้ว่าปฏิบัติตามมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตามเกณฑ์การประเมินของสำนักงานบริหารสุขอนามัยอุตสาหกรรมและการผลิต (IPHA) สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) กรมควบคุมโรค สถาบันอาหาร และสถาบันรับรองระบบการจัดการ (MASCI)

มาตรการด้านการจัดส่งสินค้าในช่วงสถานการณ์โควิด-19

การพัฒนาทางเทคโนโลยีและดิจิทัลในช่วงโควิด-19 ได้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคไปโดยสิ้นเชิง ส่งผลให้ตลาดออนไลน์ขยายตัวอย่างมาก อีกทั้งอีคอมเมิร์ซรวมถึงบริการจัดส่งเข้ามาจับบทบาทมากขึ้นในชีวิตของผู้บริโภค เพื่อเพิ่มยอดขายและสร้างผลกำไร กลยุทธ์ทางธุรกิจจำเป็นต้องปรับตัว กลยุทธ์และกิจกรรมทางธุรกิจที่ไทยเบฟดำเนินการ มีดังต่อไปนี้

กลยุทธ์และช่องทางการขายสินค้า: สร้างยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์ภายใต้แพลตฟอร์มของแบรนด์ และผ่านบริการของพันธมิตรทางธุรกิจ

- กำหนดราคาที่เหมาะสมได้และเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขาย
- เข้าสู่ตลาดออนไลน์ ด้วยกลยุทธ์ Online-to-Offline (O2O) เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่าน e-voucher

กลยุทธ์ช่องทาง Omni Channel: ขับเคลื่อนการตลาดและการขาย โดยมีร้านอาหารเป็นศูนย์กลาง ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าออนไลน์และระบุสาขาหรือจุดรับสินค้า รวมทั้งวันและเวลาที่พวกเขาต้องการรับสินค้า

- บริการมารับสินค้าด้วยตนเอง (SPU) ได้ทุกสาขาที่ให้บริการจัดส่งถึงบ้าน
- บริการรับ-ส่งลูกค้า ให้สามารถรับสินค้าได้โดยไม่ต้องลงจากรถ

กลยุทธ์การขายบริการ

- ขยายเมนูอาหารสำหรับครัวภายในร้านภายใต้ชื่อ “โออิชิ คิกเชน (OISHI Kitchen)” สิ่งนี้จะเพิ่มโอกาสในการขายให้กับแบรนด์ที่ไม่มีร้านค้าในพื้นที่
- ขยายพื้นที่ให้บริการในบางสาขาโดยไม่กระทบต่อคุณภาพอาหาร
- ร่วมมือกับผู้ให้บริการในพื้นที่เพื่อเป็นช่องทางการขายและการส่งมอบอีกช่องทางหนึ่ง

กลยุทธ์ลดการสัมผัส

- เพิ่มช่องทางการชำระเงินแบบไร้สัมผัส
- จัดส่งอาหารสะอาดปลอดภัยไร้สัมผัสตามมาตรฐานเว้นระยะห่างทางสังคม



ตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

ไทยเบฟให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องให้เป็นไปตามเป้าหมายการพัฒนาที่ 2 และ 12

โดยไทยเบฟมุ่งหวังที่จะมีส่วนร่วมในการบรรลุเป้าหมายนี้ ด้วยการปรับปรุงโภชนาการส่งเสริมชีวิตที่มีสุขภาพดี และความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกวัย สร้างหลักประกันรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืน และสร้างสถาบันที่เข้มแข็งผ่านความพยายามในการพัฒนาด้านสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค



2
ZERO
HUNGER



12
RESPONSIBLE
CONSUMPTION
AND PRODUCTION

เป้าหมาย 2: ขจัดความหิวโหย

เป้าหมาย 12: การมีแบบแผนการผลิต และการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ

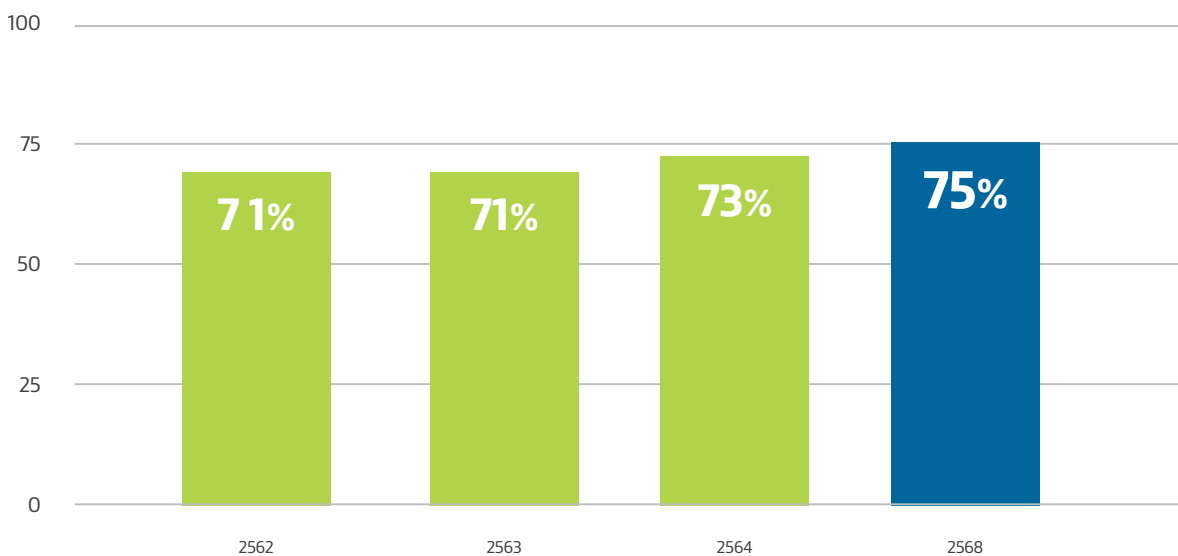
2.2 ยุติภาวะทุพโภชนาการทุกรูปแบบและแก้ไขปัญหาความต้องการสารอาหารของหญิงวัยรุ่น หญิงตั้งครรภ์และให้นมบุตร และผู้สูงอายุ ภายในปี 2573 รวมถึงบรรลุเป้าหมายที่ตกลงร่วมกันระหว่างประเทศว่าด้วยภาวะเตี้ยและแคระแกร็นในเด็กอายุต่ำกว่า 5 ปี ภายในปี 2568

12.3 ลดของเสียอาหาร (food waste) ของโลกลงครึ่งหนึ่งในระดับค้าปลีกและผู้บริโภค และลดการสูญเสียอาหาร (food loss) ตลอดการผลิตและห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการสูญเสียหลังการเก็บเกี่ยว ภายในปี 2573

12.8 สร้างหลักประกันว่าประชาชนในทุกแห่งมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องและมีความตระหนักถึงการพัฒนาที่ยั่งยืนและวิถีชีวิตที่สอดคล้องกับธรรมชาติ ภายในปี 2573

ก้าวสู่ปี 2568

- เพิ่มยอดขายเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพสำหรับเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ทั้งหมดเป็นร้อยละ 75 ภายในปี 2568



ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ หมายถึง น้ำดื่ม น้ำแร่ และผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองว่าเป็นทางเลือกเพื่อสุขภาพ

- ภายในปี 2568 จำนวนผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ร้อยละ 50 จะต้องได้รับการรับรองเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากสถาบันโภชนาการมหาวิทยาลัยมหิดล



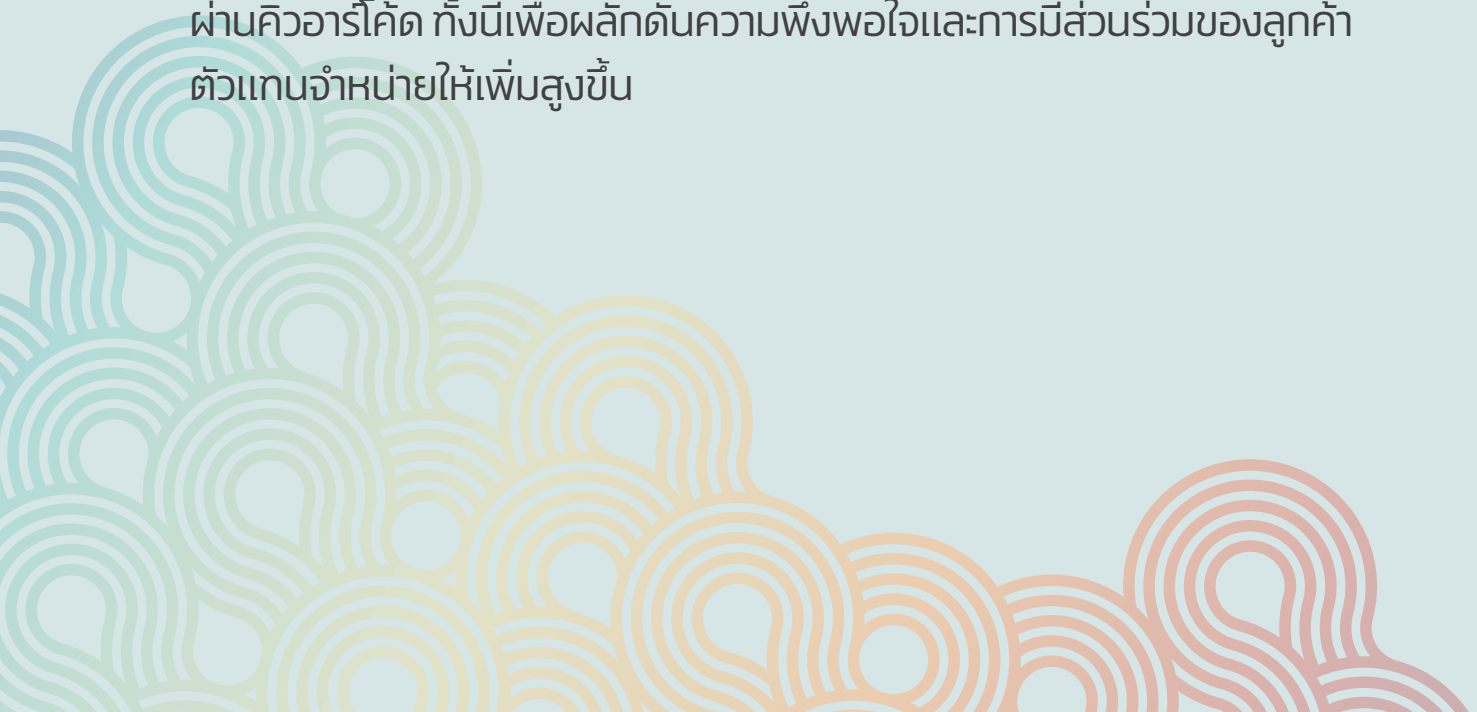
ในปี 2564 ผลิตภัณฑ์ทางเลือกเพื่อสุขภาพที่ผ่านการรับรองโดยสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล คิดเป็นร้อยละ 68

การบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า

ไทยเบฟให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะตัวแทนจำหน่ายที่ถือเป็นคู่ค้าทางธุรกิจหลัก ไทยเบฟริเริ่มโครงการต่าง ๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพของลูกค้า และทำงานอย่างใกล้ชิดกับตัวแทนจำหน่ายในฐานะที่ปรึกษาทางธุรกิจ เพื่อช่วยให้ธุรกิจเติบโตไปพร้อมกัน และมีความพึงพอใจสูงสุดที่ได้เป็นพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกับไทยเบฟ

เนื่องจากทิศทางการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ที่เป็นรูปแบบการค้าแบบออนไลน์และการจัดส่งสินค้าออนไลน์เติบโตเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในช่วงที่มีการระบาดใหญ่ของโรคโควิด-19 ไทยเบฟจึงให้ความสำคัญอย่างสูงต่อการร่วมพัฒนารูปแบบการขายและการทำกิจกรรมต่าง ๆ ทางออนไลน์กับคู่ค้า และขยายโอกาสการบริการและจัดส่งสินค้าของไทยเบฟให้ถึงมือผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะธุรกิจอาหาร อาทิ OISHI Food Delivery และแอปพลิเคชัน BevFood

ไทยเบฟตระหนักดีถึงความสำคัญของความคิดเห็นของลูกค้า และทบทวนผลของการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในทุกด้าน อาทิ คุณภาพการให้บริการและคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องทุกปีและเข้าถึงลูกค้ามากขึ้น โดยกำหนดวิธีสำรวจผ่านการริเริ่มวิธีการใหม่ ๆ อาทิ ระบบการสำรวจผ่านคิวอาร์โค้ด ทั้งนี้เพื่อผลักดันความพึงพอใจและการมีส่วนร่วมของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายให้เพิ่มสูงขึ้น



กลยุทธ์

ไทยเบฟได้ริเริ่มโครงการต่าง ๆ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถและเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้าตัวแทนจำหน่าย รวมถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคในการบริการและการสร้างความผูกพัน

ไทยเบฟมุ่งมั่นพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยวิธีต่อไปนี้

- ให้การดูแลและช่วยเหลือตัวแทนจำหน่ายในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19
- เพิ่มความตระหนักรู้ในกลุ่มเจ้าของธุรกิจและผู้ให้บริการต่าง ๆ ทางด้านสุขภาพความปลอดภัยของผู้บริโภค ผ่านโครงการและการฝึกอบรม
- สนับสนุนธุรกิจของตัวแทนจำหน่ายให้เติบโตอย่างยั่งยืน
- ร่วมมือกับคู่ค้าทางธุรกิจเพื่อเพิ่มความรู้ และทักษะด้านการบริการขาย กิจกรรมส่งเสริมการขาย และรายละเอียดผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์
- พัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อดึงดูดลูกค้าตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว และสร้างมูลค่าเพิ่ม ความต้องการของผลิตภัณฑ์และตราสินค้า

แนวทางการบริหารจัดการ

การวัดผล ติดตาม และประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

ไทยเบฟให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ไทยเบฟวัดผล ติดตาม และประเมินความพึงพอใจของลูกค้าและผู้บริโภคเป็นประจำทุกปี จัดทำโดยหน่วยงานภายนอกที่ดำเนินการตามหลักเกณฑ์ทางวิชาการที่มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับตามหลักสากล ไทยเบฟนำผลความพึงพอใจที่ได้มากำหนดตัวชี้วัดเพื่อประเมินผลการดำเนินงานของหน่วยงานภายในของ ไทยเบฟที่ทำงานร่วมกับลูกค้า ในแต่ละปีไทยเบฟตั้งเป้าหมายความพึงพอใจของลูกค้าที่สูงขึ้น เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

แผนพัฒนาคู่ค้าทางธุรกิจ

ไทยเบฟทุ่มเทให้ความสำคัญในการจัดฝึกอบรม และทำงานร่วมกับคู่ค้าทางธุรกิจเพื่อติดตามการเติบโตของยอดขายและผลกำไรอย่างยั่งยืน บริษัทได้จัดหลักสูตร ADEPT (Agent Development Program with ThaiBev) หรือหลักสูตรการพัฒนาตัวแทนจำหน่าย เพื่อให้คู่ค้าทางธุรกิจสามารถเข้ารับการอบรมในหลาย ๆ ด้าน อาทิ

- หลักสูตรการพัฒนาระดับตัวแทนจำหน่าย (Cash Van Agent Development Course) เพื่อสร้างยอดขายที่มั่นคง ผลกำไรที่ดีขึ้น และเพิ่มความเข้าใจในการขยายโอกาสขายในพื้นที่ที่รับผิดชอบ
- หลักสูตรการบริหารจัดการคลังสินค้าและขนส่ง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้ตัวแทนจำหน่ายสามารถจัดการคลังสินค้าและการขนส่งสินค้า
- หลักสูตรการบริหารระบบการทำงานภายใน เพื่อช่วยปรับโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสมกับการดำเนินงาน ป้องกันการสูญเสียและลดความเสี่ยงทางธุรกิจในด้านต่าง ๆ



การให้การสนับสนุนและช่วยเหลือลูกค้าจากสถานการณ์โควิด-19

ไทยเบฟห่วงใยในคู่ค้าหลักของเราเสมอ โดยเฉพาะในเวลาที่ยากลำบากของคู่ค้าได้รับผลกระทบจากวิกฤตโรคโควิด-19

- มอบหน้าทากอนามียและแอลกอฮอล์ มูลค่า 5,484,533 บาท ให้กับตัวแทนจำหน่ายและตัวแทนย่อยทั่วประเทศ
- มอบกรมธรรม์ประกันโรคโควิด-19 มูลค่า 100,000 บาท (ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2) ให้กับตัวแทนจำหน่ายและตัวแทนย่อยทั่วประเทศ รวมมูลค่า 2,137,980 บาท
- มอบชุดทดสอบแอนติเจน (ATK) ให้กับเจ้าหน้าที่ใน 29 จังหวัดที่ตั้งอยู่ในพื้นที่สีแดง (มีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อสูงสุด) มูลค่า 825,400 บาท
- มูลค่ารวมของโครงการสนับสนุนคู่ค้า และดูแลในสถานการณ์โรคโควิด-19 อยู่ที่ 8,447,913 บาท

ระบบวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า

จากการที่กลุ่มธุรกิจอาหารได้ประสานความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย CMKL ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยที่เกิดจากความร่วมมือระหว่าง Carnegie Mellon University (CMU) และสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ สลาดกระบัง (KMITL) พัฒนาระบบวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าจากการใช้บริการจริงในทุกช่องทางเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ได้อย่างเหนียวแน่น และขยายฐานลูกค้าใหม่ผ่านรูปแบบการส่งมอบสิทธิพิเศษด้วยกลยุทธ์การตลาดแบบเฉพาะบุคคล (Personalized Marketing) ผ่านรูปแบบการแสดงข้อความบนมือถือของลูกค้า (Push Notification) ให้กับสมาชิกของแอปพลิเคชัน BevFood และ e-Coupon โดยสามารถเลือกส่งไปยังฐานสมาชิกทั้งหมด หรือเฉพาะบุคคล / กลุ่ม ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของแต่ละรายการส่งเสริมการตลาด พร้อมทั้งกำหนดสิทธิการใช้ รวมไปถึงระยะเวลาการใช้สิทธิ์ อีกทั้งยังมีระบบตรวจสอบการตอบรับของกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อนำข้อมูลวิเคราะห์ในการพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งอัตราการใช้และความพึงพอใจของลูกค้าที่สูงขึ้น

- สมาชิกทั้งหมดในฐานข้อมูลลูกค้า: 686,123 คน
- สมาชิกที่ใช้งานทั้งหมดในฐานข้อมูลลูกค้าในปี 2564:
 - รายการ: 1,543,318 สมาชิก (1 ต.ค. 2563 - 7 ก.ย. 2564)
 - สมาชิก (ไม่ซ้ำ): 495,584 สมาชิก (1 ต.ค. 2563 - 7 ก.ย. 2564)

การพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าออนไลน์

สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้การใช้สื่อดิจิทัลเพิ่มสูงขึ้น คู่ค้าทางธุรกิจมีความคุ้นเคยกับการใช้ช่องทางออนไลน์มากขึ้น นี่เป็นโอกาสที่ดีในการเพิ่มยอดขายและพัฒนาความสัมพันธ์ทางการค้า ปัจจุบันผู้บริโภคมีช่วงอายุที่กว้างขึ้นตั้งแต่เด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน ผู้สูงอายุ สื่อดิจิทัลได้กลายเป็นส่วนสำคัญของวิถีชีวิตในการสื่อสารในชีวิตประจำวันและเป็นช่องทางการขายหรือการบริโภค บริษัทได้พัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการทั้งของผู้ค้าและผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น น้ำแร่ธรรมชาติ ตราช้าง ได้สร้างเนื้อหาเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่บนเพจ Facebook “Chang World” โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับดนตรี ฟุตบอล และอาหาร นอกจากนี้ OISHI Green Tea ยังใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบ “เชิงรุกทางระบบดิจิทัล” โดยมุ่งเน้นการเพิ่มการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ตลอดจนผู้นำความคิดเห็นหลัก (KOLs) กลยุทธ์นี้มีขึ้นเพื่อเข้าถึงเป้าหมายหลักของ OISHI ได้แก่คนหนุ่มสาวที่มีไลฟ์สไตล์ที่ทันสมัย

OISHI Green Tea ยังได้พัฒนาแอปพลิเคชัน OISHI Club ที่มีสมาชิกประมาณ 400,000 คน ช่วยให้สมาชิกสามารถเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษ พร้อมรับสิทธิพิเศษและของรางวัลจาก OISHI และพรีเซนเตอร์ของแบรนด์ แอปพลิเคชันนี้มีขึ้นเพื่อสร้างความภักดีต่อแบรนด์และพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าให้แข็งแกร่งขึ้น





Oishi Drink Station

@OishiDrinkStation · Food & beverage company

Learn more

oishidrink.com

Home Videos Photos About More

Like

Message



OISHI Facebook

ปัจจุบันเพจ Facebook ของ OISHI (www.facebook.com/OISHIDrinkStation) มีผู้ติดตามกว่า 4.6 ล้านคน ปีที่แล้วมีการเข้าถึง 98 ล้านคน

นอกจากการเชื่อมต่อกับผู้บริโภคได้สำเร็จผ่านช่องทางออนไลน์แล้ว บริษัทยังมีแอปพลิเคชัน “ครอบครัวเสริมสุข” เพื่อเชื่อมต่อกับพันธมิตรทางธุรกิจอีกด้วย



แอปพลิเคชัน “เสริมสุขแพมิลี่”

บริษัทได้พัฒนาแอปพลิเคชันครอบครัวเสริมสุข (Sermsuk Family) เพื่อช่วยให้ลูกค้าทางธุรกิจสามารถสร้างยอดขายเพิ่มขึ้น ลูกค้าทางธุรกิจเริ่มคุ้นเคยกับไลฟ์สไตล์ดิจิทัลมากขึ้น พวกเขาต้องการวิธีการใช้ที่ง่าย ไม่ซับซ้อน และรวดเร็วในการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ ของบริษัท บริษัทเสริมสุขเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ได้แก่ คริสตัล เอส และโออิชิ ได้พัฒนา “ครอบครัวเสริมสุข” แอปพลิเคชันไลน์ เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และเปิดโอกาสให้ลูกค้าทางธุรกิจได้เข้าร่วมกิจกรรมสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากร้านค้าที่ร่วมรายการ

ปัจจุบันครอบครัวเสริมสุขมีร้านค้ามากกว่า 60,000 ร้านเข้าเป็นสมาชิก และเพื่อเพิ่มความสะดวกในการสื่อสารระหว่างลูกค้ากับพนักงานขายของบริษัท จึงได้พัฒนา “เสริมสุขแคมป์” (Sermsuk Camp) อีกหนึ่งช่องทางแอปพลิเคชันสำหรับพนักงานขาย เพื่อการสื่อสารติดตามกิจกรรมต่าง ๆ ของลูกค้าเสริมสุข เพื่อความเข้าใจที่ถูกต้อง ตรงกัน เพื่อความพึงพอใจสูงสุด

ขับเคลื่อนด้วยวิสัยทัศน์ PASSION 2025

การนำพาธุรกิจ และการช่วยเหลือลูกค้าให้สามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลงจากสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เป็นการเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้าเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ ไทยเบฟยังคงสานต่อและพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าและตัวแทนจำหน่าย ซึ่งถือเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของไทยเบฟ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการโดยเฉพาะเครื่องมือดิจิทัล เป็นการเสริมสร้างศักยภาพในการใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงความพึงพอใจของลูกค้า และพัฒนาขีดความสามารถของลูกค้า ตลอดจนปรับปรุงการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค และทำให้แบรนด์ของไทยเบฟ “เป็นที่หนึ่งในใจ” อยู่เสมอ

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

เป้าหมายในอนาคตและทิศทางดำเนินงาน

ร่วมเป็นพันธมิตรกับ
ผู้ให้บริการรับส่งอาหาร
และแพลตฟอร์มมาร์เก็ตเพลสอื่น ๆ



OISHI Food Delivery
เติบโตขึ้น **9%**
เมื่อเทียบกับปี 2563

facebook

YouTube

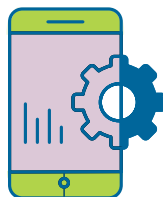
TikTok

แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของ OISHI Green Tea

เติบโตขึ้นกว่า **74%** ในขณะที่
แอปพลิเคชัน OISHI Club
มีการดาวน์โหลดมากขึ้นกว่า
33.5% เพื่อเข้าร่วมกิจกรรม



เปิดตัวตระกูลแอปพลิเคชันไลน์
Sermsuk Family และ Sermsuk Camp
พร้อมเสียงตอบรับที่ดีจากลูกค้า
กว่า **60,000** ราย



ยอดขายจากตัวแทน

เติบโตขึ้นอย่างน่าพอใจในโครงการ
Cash Van Agent Development
ภายใต้โครงการ
ADEPT

มาตรการรับมือวิกฤตโควิด-19

การดูแลและช่วยเหลือในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

จากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 รัฐบาลจึงประกาศห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และปิดห้างสรรพสินค้า ทำให้ธุรกิจหยุดชะงัก และถือเป็นความท้าทายที่ไทยเบฟจำเป็นต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าในฐานะพันธมิตรทางธุรกิจ ไทยเบฟให้การช่วยเหลือลูกค้าผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ดังต่อไปนี้: จัดทำวิดีโอเพื่อให้ความรู้ด้านสุขภาพ และสุขอนามัยเพื่อป้องกันการแพร่กระจายของโรคโควิด-19 และมอบกรมธรรม์ประกันโรคโควิด-19 แอลกอฮอล์ หน้ากาก ชุดทดสอบ ATK และสิ่งจำเป็นอื่น ๆ

นอกจากนี้ ในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 หน่วยส่งของของบริษัท เสิร์มสุข จำกัด (มหาชน) ได้ให้บริการจัดส่งสินค้าถึงที่สำหรับผู้บริโภคในกรุงเทพฯ และปริมณฑล เนื่องจากรัฐบาลสั่งให้ประชาชนกักตัวเองที่บ้าน โดยลูกค้าสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้แก่ น้ำดื่มคริสตัล เอสโคล่า และชาเขียวโอเอช ในช่วงสถานการณ์ที่ต้องการการช่วยเหลือและดูแล

ตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

ความพยายามของไทยเบฟในการพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้านั้น สอดคล้องกับ SDGs 3, 9, 16 และ 17 โดยการมีส่วนร่วมด้วยพันธมิตรทางธุรกิจและให้บริการ ไทยเบฟมุ่งมั่นเพื่อเป็นผู้สนับสนุนประกันสุขภาพและส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคน ไทยเบฟยังมุ่งมั่นที่จะยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและอุตสาหกรรมปรับปรุงเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ส่งเสริมความเข้มแข็งผ่านพันธมิตรที่หลากหลาย



เป้าหมาย 3: สุขภาพที่ดีและความเป็นอยู่ที่ดี

เป้าหมาย 9: อุตสาหกรรม นวัตกรรม และโครงสร้างพื้นฐาน

เป้าหมาย 16: สันติภาพ ความยุติธรรม และสถาบันที่เข้มแข็ง

เป้าหมาย 17: ร่วมมือกันเพื่อบรรลุเป้าหมาย

3.8 บรรลุการมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า รวมถึงการป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน การเข้าถึงการบริการสาธารณสุขสูง จำเป็นที่มีความปลอดภัย และเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นที่ปลอดภัย มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ และมีราคาที่สามารถซื้อหาได้

9.1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่มีคุณภาพ เชื่อถือได้ ยั่งยืน และมีความทนทาน ซึ่งรวมถึงโครงสร้างพื้นฐานของภูมิภาคและที่ข้ามเขตแดน เพื่อสนับสนุนการพัฒนาทางเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษย์ โดยมุ่งเป้าที่การเข้าถึงได้ในราคาที่สามารถจ่ายได้และเท่าเทียมสำหรับทุกคน

16.10 สร้างหลักประกันว่าสาธารณชนสามารถเข้าถึงข้อมูลและมีการปกป้องเสรีภาพขั้นพื้นฐาน โดยเป็นไปตามกฎหมายภายในประเทศและความตกลงระหว่างประเทศ

17.17 สนับสนุนและส่งเสริมหุ้นส่วนความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาครัฐ-ภาคเอกชน และประชาสังคม โดยสร้างบนประสบการณ์และกลยุทธ์ด้านทรัพยากรของหุ้นส่วน

ก้าวสู่ปี 2568

- รักษาคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าไว้ที่ 85% หรือสูงกว่าทุกด้านในเชิงพาณิชย์
- เพิ่มการขายออนไลน์ในธุรกิจอาหาร สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภคที่สูงขึ้น และพัฒนาความเป็นหุ้นส่วนที่มากขึ้นกับลูกค้าตัวแทนจำหน่าย
- เพิ่มการมีส่วนร่วมของลูกค้า อาทิ ในรายการสะสมคะแนนดิจิทัล (ลูกค้า)
- เพิ่มโอกาสในการขายให้กับร้านอาหารทุกแบรนด์ ผ่านบริการเดลิเวอรี่จากแพลตฟอร์มของไทยเบฟเอง และบนแพลตฟอร์มของพันธมิตร
- ในปี 2565 ไทยเบฟมีแผนที่จะขยายการฝึกอบรม “Serve Responsibly” ในทุกภูมิภาค โดยมีผู้เข้าร่วมกว่า 1,500 คน และแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมกับพนักงานของบริษัท รวมถึงการส่งเสริมการขายและการตลาด เป็นต้น



แบ่งปันคุณค่าให้คนทั่วโลก

ไทยเบฟเชื่อมั่นว่า “การสร้างสรรคและแบ่งปันคุณค่าจากการเติบโต” (Creating and Sharing the Value of Growth) เป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาที่ยั่งยืนในด้านต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นการดำเนินงานใน 5 มิติ ได้แก่ การศึกษา สาธารณสุข กีฬา ศิลปวัฒนธรรม และการพัฒนาชุมชน รวมถึงการเป็นผู้ริเริ่มแพลตฟอร์มการทำงานร่วมกันในทุกภาคส่วนเพื่อร่วมกันขับเคลื่อนการทำงานเพื่อสร้างประโยชน์อย่างสูงสุดให้กับสังคม ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ่านโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ มาอย่างต่อเนื่องด้วยความมุ่งมั่นที่จะทำให้เกิดความเชื่อมโยงในทุกมิติ โดยมีเป้าหมายคือการสร้างชุมชนต้นแบบในด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม สร้างเครือข่ายพันธมิตรเพื่อร่วมกันพัฒนา เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม และภาคประชาชน ที่สำคัญต้องการยกระดับชุมชนให้เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม สร้างเศรษฐกิจระดับชุมชน เพื่อนำไปสู่ความมั่นคงและยั่งยืน

การดูแลและแบ่งปัน การสร้างคุณค่าให้แก่สังคม	146
การพัฒนาด้านการศึกษา	152
การพัฒนาด้านสาธารณสุข	168
การพัฒนาด้านกีฬา	174
การอนุรักษ์ศิลปะและวัฒนธรรมของชาติ	186
การพัฒนาชุมชนและสังคม	212
โครงการประชารัฐรักสามัคคี	226
ศูนย์ ซี อาเซียน (C asean)	236

การดูแลและแบ่งปัน การสร้างคุณค่าให้แก่สังคม

ไทยเบฟได้นำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Philosophy – SEP) ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร และพระปฐมบรมราชโองการของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในการ “สืบสาน (อภิรักษ์) รักษา (อนุรักษ์) และต่อยอด (อภิวัฒน์)” มาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่เป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจตามกรอบพัฒนาที่ยั่งยืน 17 ประการ ขององค์การสหประชาชาติปี 2573 และยังตระหนักถึงความสำคัญของ หลักการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพตามหลัก ESG ที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental) สังคม (Social) และเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจทุกภาคส่วนตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ควบคู่ไปกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) สอดคล้องกับจรรยาบรรณของบริษัทที่มีความโปร่งใสและตรวจสอบได้ มาเป็นกลยุทธ์สำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่จะบรรลุตามวิสัยทัศน์ขององค์กรได้อย่างยั่งยืน และดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในการช่วยเหลือสังคม ที่มุ่งเน้นการดำเนินงานใน 5 มิติหลักคือ การศึกษา สาธารณสุข กีฬา ศิลปวัฒนธรรม และการพัฒนาชุมชน ที่ได้สร้างผลลัพธ์ความสำเร็จการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม และมีการติดตามผลการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ด้วยการเอาใจใส่และสานสัมพันธ์ภาพอันดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน เพื่อก้าวไปยังเป้าหมายสู่การเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มและอาหารครบวงจรในภูมิภาคอาเซียน



ในปี 2564 ไทยเบฟได้ใช้งบประมาณจัดสรรกว่า 300 ล้านบาท ให้แก่ 5 ประเด็นสำคัญดังนี้



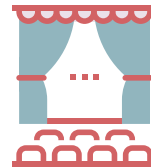
การศึกษา
11%



สาธารณสุข
25%



กีฬา
16%



ศิลปะและวัฒนธรรม
31%



การพัฒนาชุมชน
17%

ไทยเบฟยังเป็นแกนสำคัญในการขับเคลื่อนการทำงานที่ผสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม และภาคประชาชน เพื่อร่วมกันสร้างสรรค์และขับเคลื่อนโครงการต่าง ๆ อาทิ การจัดตั้ง “วิสาหกิจเพื่อสังคม” ภายใต้ชื่อ “ประชารัฐรักสามัคคี” ในระดับประเทศ 1 แห่ง และใน 76 จังหวัด ทั่วประเทศ เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างรายได้ และเพิ่มความสุขให้กับคนในชุมชน ที่มุ่งเน้นการทำงานใน 3 กลุ่มงาน ได้แก่ เกษตร แปรรูป และท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งโครงการดังกล่าวได้มีการขับเคลื่อนและติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยภาพรวมของผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในระดับประเทศมีมากกว่า 1,353 โครงการ จำนวนชุมชนที่ได้รับประโยชน์ทั้งหมด 4,222 ชุมชน (99,828ครัวเรือน) สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นทั้งสิ้นกว่า 1.6 พันล้านบาท

นอกจากนี้ยังเป็นผู้ริเริ่มแพลตฟอร์มการทำงานดังกล่าวในอีกหลายโครงการที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี อาทิ มูลนิธิพลังน้ำใจไทย มูลนิธิสถาบันพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย Thailand Supply Chain Network (TSCN) ฯลฯ และในฐานะผู้นำองค์กรต้นแบบด้านความยั่งยืนระดับโลก จึงได้ริเริ่มการจัดงาน Thailand Sustainability Expo (TSX) เป็นครั้งแรกในปี 2020 ภายใต้แนวคิด “พอเพียง ยั่งยืนเพื่อโลก” (Sufficiency for Sustainability) และได้สานต่อความสำเร็จของการจัดงานต่อเนื่องเป็นปีที่สอง เพื่อต่อยอดแพลตฟอร์มการสร้างพลังความร่วมมือครั้งใหญ่ของประเทศไทยที่ร่วมกันขับเคลื่อนและสร้างแรงบันดาลใจในการดำเนินงานภายใต้แนวทางของการพัฒนาที่ยั่งยืน

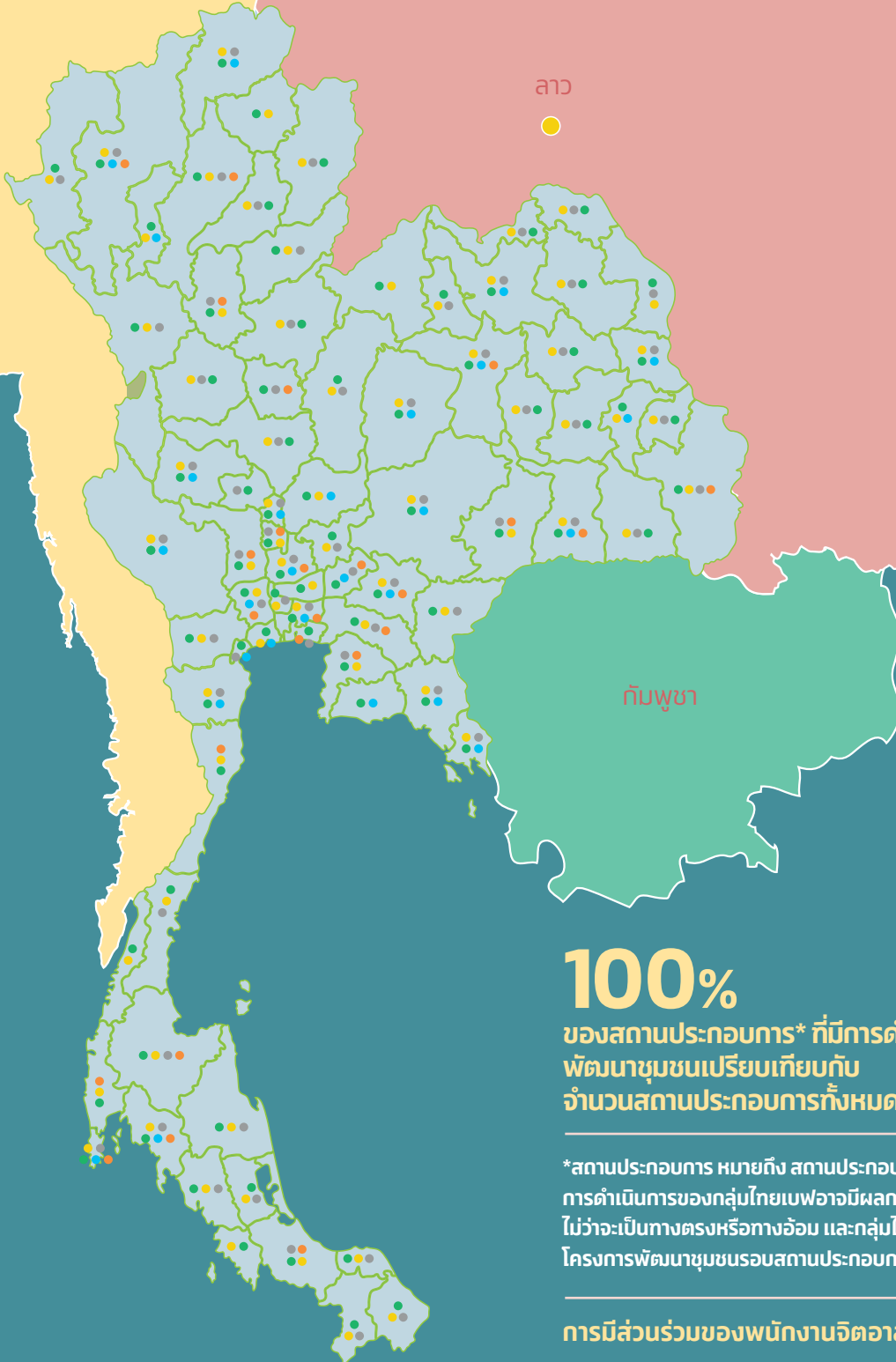
และในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่มีความต่อเนื่องมาเป็นเวลาเกือบ 2 ปี ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคการดำเนินชีวิตและระบบเศรษฐกิจทั่วโลก ทำให้ทุกธุรกิจต้องมีการปรับตัวและมีการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อวางแผนรับมือกับวิถีใหม่ในยุค New Normal ไปพร้อมกับการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ไทยเบฟตระหนักและให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือสังคมและพันธมิตรทางธุรกิจทุกภาคส่วน ตลอดจนห่วงโซ่คุณค่า ให้สามารถก้าวข้ามสถานการณ์โควิด-19 ไปด้วยกัน ไทยเบฟได้ให้การสนับสนุนทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนมาตรการต่าง ๆ และประสานความช่วยเหลือไปยังหน่วยงานสาธารณสุขและบุคลากรทางการแพทย์ทั่วประเทศ รวมทั้งมอบกรมธรรม์ประกันภัยกลุ่มคุ้มครองการติดเชื้อ (COVID-19) ให้บุคลากรทางการแพทย์ พนักงาน คู่ค้า รวมถึงเอเยนต์ในกลุ่มไทยเบฟครอบคลุมทั่วประเทศ สนับสนุนอุปกรณ์ทางการแพทย์ สนับสนุนผู้เข้าจัดเก็บวัคซีน สนับสนุนน้ำดื่ม อาหาร และผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน รวมไปถึงการจัดตั้งศูนย์ตรวจโควิดและศูนย์ฉีดวัคซีน ฯลฯ เพื่อช่วยเหลือสังคม และยังเป็นการแบ่งเบาภาระให้กับทางภาครัฐอีกด้วย

ไทยเบฟมุ่งมั่นที่จะสร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมีแผนการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดจากการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการพิทักษ์และฟื้นฟูแหล่งน้ำ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การจัดการบรรจุภัณฑ์ในระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน และการบริหารจัดการขยะ ซึ่งเป็นวาระสำคัญของการดำเนินธุรกิจเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

พม่า

ลาว

กัมพูชา



- การพัฒนาด้านการศึกษา (CONNEXT ED และโครงการโรงเรียนร่วมพัฒนา)
- การพัฒนาด้านสาธารณสุข
- การพัฒนาด้านศิลปะและวัฒนธรรมของความเป็นชาติ
- การพัฒนาด้านกีฬา
- การพัฒนาชุมชนและสังคม และโครงการประชารัฐรักสามัคคี

100%

ของสถานประกอบการ* ที่มีการดำเนินโครงการพัฒนาชุมชนเปรียบเทียบกับจำนวนสถานประกอบการทั้งหมด

*สถานประกอบการ หมายถึง สถานประกอบการที่มีการประเมินว่าการดำเนินการของกลุ่มไทยเบฟอาจมีผลกระทบต่อชุมชน ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม และกลุ่มไทยเบฟจัดให้มีโครงการพัฒนาชุมชนรอบสถานประกอบการนั้น ๆ (32 แห่ง)

การมีส่วนร่วมของพนักงานจิตอาสาของกลุ่มไทยเบฟ



สร้างการมีส่วนร่วมพนักงาน

1,125 คน






คิดเป็นชั่วโมงจิตอาสา



17,615 ชั่วโมง

แบ่งปันคุณค่าให้แก่คนทั่วโลก

กิจกรรมตัวอย่างเพื่อสังคมของไทยเบฟ ที่สอดคล้องกับการสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติและตอบสนองต่อสิ่งที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนของไทยเบฟ

UNSDG	โครงการ	ตัวชี้วัด
 <p>ขจัดความยากจน</p> <p>1.5 ภายในปี 2573 สร้างภูมิคุ้มกันและลดการเปิดรับและความเปราะบางต่อเหตุรุนแรงที่เกี่ยวข้องกับภูมิอากาศ และภัยพิบัติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้กับผู้ที่ยากจนและอยู่ในสถานการณ์เปราะบาง</p>	ไทยเบฟรวมใจต้านภัยหนาว	 <p>ลดจำนวนผู้ได้รับผลกระทบจากเหตุรุนแรงที่เกี่ยวข้องกับภูมิอากาศและภัยพิบัติกว่า 200,000 คน/ปี</p>
 <p>ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคน</p> <p>3.3 ยุติการแพร่กระจายของเอดส์ วัณโรค มาลาเรีย และโรคเขตร้อนที่ถูกละเลย และต่อสู้กับโรคติดต่ออีกเสบ โรคติดต่อทางน้ำ และโรคติดต่ออื่น ๆ ภายในปี 2573</p> <p>3.4 ลดการตายก่อนวัยอันควรจากโรคไม่ติดต่อให้ลดลงหนึ่งในสาม ผ่านทางการป้องกันและการรักษาโรค และสนับสนุนสุขภาพจิตและความเป็นอยู่ที่ดีภายในปี 2573</p> <p>3.8 บรรลุการมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า รวมถึงการป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน การเข้าถึงการบริการสาธารณสุขจำเป็นที่มีคุณภาพ และเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นที่ปลอดภัย มีประสิทธิภาพ มีราคาที่สามารถซื้อหาได้</p> <p>3.b สนับสนุนการวิจัยและการพัฒนาวัคซีนและยาสำหรับโรคติดต่อและไม่ติดต่อที่ส่งผลกระทบต่อประเทศกำลังพัฒนา ให้มีการเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นในราคาที่ซื้อหาได้ตามปฏิญญาโดฮาความตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้าและการสาธารณสุข ซึ่งเน้นย้ำสิทธิสำหรับประเทศกำลังพัฒนาที่จะใช้บทบัญญัติในความตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้าอย่างเต็มที่ในเรื่องการผ่อนปรนเพื่อจะปกป้องสุขภาพสาธารณะและโดยเฉพาะการเข้าถึงยาโดยถ้วนหน้า</p> <p>3.d เสริมขีดความสามารถสำหรับทุกประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศกำลังพัฒนาในเรื่องการแจ้งเตือนล่วงหน้า การลดความเสี่ยง และการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสุขภาพในระดับประเทศและระดับโลก</p>	<p>จัดตั้งศูนย์ฉีดวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19</p> <p>โครงการส่งมอบแอลกอฮอล์ร่วมต้านวิกฤตโควิด-19</p> <p>โครงการผลิตและส่งมอบหน้ากากอนามัย Surgical Mask และ N95</p> <p>สนับสนุนกองทุนพัฒนาสุขภาพ COVID-19</p> <p>โครงการโรงพยาบาลสถาบันโรคไตภูมิราชนครินทร์</p>	<p>ผสานความร่วมมือกับหอการค้าไทย และกรุงเทพมหานคร โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย โรงพยาบาลพระราม 9 และเพรเซอร์ส พร็อพเพอร์ตี้ ที่ได้ให้การสนับสนุนพื้นที่ศูนย์การค้าสามย่านมิตรทาวน์ ห้างสรรพสินค้าเดอะสตรีทริชดา เอเซียทีกเดอริเวอร์ฟรอนท์ ให้เป็นศูนย์การฉีดวัคซีนให้แก่บุคลากรด่านหน้าที่มีหน้าที่ในการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19</p> <p>ส่งมอบแอลกอฮอล์เพื่อสาธารณะประโยชน์ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศรวมกว่า 1,400,000 ลิตร</p> <p>ส่งมอบหน้ากาก Surgical Mask รวมมากกว่า 9,300,000 ชิ้น และ หน้ากาก N95 รวมมากกว่า 240,000 ชิ้น ให้โรงพยาบาลและบุคลากรทางการแพทย์</p> <p>สนับสนุนกองทุนพัฒนาสุขภาพ COVID-19 (และโรคระบาดต่าง ๆ) โดยได้มอบเงินจำนวน 12 ล้านบาท เพื่อนำไปจัดซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์</p> <p>โรงพยาบาลสถาบันโรคไตภูมิราชนครินทร์ มีจำนวนผู้ป่วยที่มาพอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียม 358,264 รอบ และ ดำเนินการปลูกถ่ายไตสำเร็จ รวมเป็นจำนวน 80 ราย</p>

UNSDG	โครงการ	ตัวชี้วัด
<div data-bbox="212 305 288 382"> </div> <p data-bbox="308 305 523 334">ส่งเสริมโอกาสในการเรียนรู้</p> <p data-bbox="308 340 675 482">4.1 สร้างหลักประกันว่าเด็กชายและเด็กหญิงทุกคนสำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา และมีมัธยมศึกษาที่มีคุณภาพ เท่าเทียม และไม่มีค่าใช้จ่าย นำไปสู่ผลลัพธ์ทางการเรียนที่มีประสิทธิภาพ ภายในปี 2573</p> <p data-bbox="308 495 675 614">4.3 ให้ชายและหญิงทุกคนเข้าถึงการศึกษาระดับอุดมศึกษา อาชีวศึกษา อุดมศึกษา รวมถึงมหาวิทยาลัย ที่มีราคาที่สามารถจ่ายได้และมีคุณภาพ ภายในปี 2573</p> <p data-bbox="308 628 675 747">4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็น รวมถึงทักษะทางเทคนิคและอาชีพ สำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดี และการเป็นผู้ประกอบการ ภายในปี 2573</p>	<p data-bbox="687 305 892 360">โครงการให้ทุนการศึกษาบุตรพนักงาน</p> <p data-bbox="687 451 892 526">โครงการผู้นำเพื่อการพัฒนาการศึกษาที่ยั่งยืน (CONNEX ED)</p> <p data-bbox="687 606 892 681">โครงการครูเจ้าฟ้ากรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์</p> <p data-bbox="687 716 892 791">โครงการ Education Institute Support Activity (EISA)</p> <p data-bbox="687 849 892 924">โครงการส่งเสริมสร้างความรู้สร้างความสุข</p> <p data-bbox="687 1026 892 1145">โครงการเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่คุ้มครองเงาะเจ้า</p>	<p data-bbox="924 305 1023 404"> </p> <p data-bbox="1046 305 1426 415">ปี 2564 ไทยเบฟสนับสนุนทุนการศึกษาตั้งแต่ระดับประถมศึกษาถึงระดับอุดมศึกษา รวมถึงการฝึกฝนอาชีพ และครูในพื้นที่ทุรกันดารทั่วประเทศ เป็นมูลค่ารวมกว่า 6 ล้านบาท จำนวนรวม 1,138 ทุน</p> <p data-bbox="924 451 1023 550"> </p> <p data-bbox="1046 451 1426 561">ปี 2564 เด็กได้รับการพัฒนาทักษะอาชีพจากโครงการ “การก้ามาค้าขาย” หรือธุรกิจจำลอง มีจำนวน 263 โรงเรียน ใน 44 จังหวัด สร้างรายได้กว่า 2.2 ล้านบาท</p> <p data-bbox="924 606 1023 705"> </p> <p data-bbox="1046 606 1426 694">เพิ่มจำนวนครูที่มีคุณภาพโดยเฉพาะในถิ่นทุรกันดาร ปีละ 9 คน (รวมตลอดการสนับสนุนจำนวนทั้งสิ้น 81 คน)</p> <p data-bbox="924 716 1023 816"> </p> <p data-bbox="1046 716 1426 805">นักศึกษาได้เข้าร่วมฝึกฝนสร้างประสบการณ์ในการทำงาน เพิ่มทักษะและความเชี่ยวชาญเพิ่มมากขึ้น จำนวนทั้งสิ้น 338 คน</p> <p data-bbox="924 849 1023 948"> </p> <p data-bbox="1046 849 1426 1004">ดำเนินการครอบคลุมทั่วประเทศ 77 จังหวัด จำนวน 160 โรงเรียน นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ มีผลการเรียนดีขึ้น 75% *ใช้ผลเฉลี่ยเทอมที่ 2/2562 เทียบกับเทอมที่ 1/2563</p> <p data-bbox="924 1026 1023 1148"> </p> <p data-bbox="1046 1026 1426 1181">สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายภาครัฐและเอกชน 7 หน่วยงาน จัดกิจกรรมส่งเสริมทักษะชีวิตทักษะอาชีพ และการเป็นคณบดีของสังคม รวมถึงการพัฒนาพื้นที่สีเขียวรวม 400 ไร่ ภายใน 11 โรงเรียน ขับเคลื่อน 10 โครงการ</p>
<div data-bbox="212 1218 288 1296"> </div> <p data-bbox="308 1218 675 1247">จัดหาน้ำอย่างยั่งยืนและพร้อมใช้สำหรับทุกคน</p> <p data-bbox="308 1254 675 1342">6.1 บรรลุเป้าหมายการให้ทุกคนเข้าถึงน้ำดื่มที่ปลอดภัยและมีราคาที่สามารถซื้อหาได้ ภายในปี 2573</p> <p data-bbox="308 1355 675 1475">6.6 ปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องกับแหล่งน้ำ รวมถึงภูเขา ป่าไม้ พื้นที่ชุ่มน้ำ แม่น้ำ ชั้นหินอุ้มน้ำ และทะเลสาบ ภายในปี 2563</p> <p data-bbox="308 1488 675 1608">6.b สนับสนุนและเพิ่มความเข้มแข็งในการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการจัดการน้ำ และสุขอนามัย</p>	<p data-bbox="687 1218 892 1294">โครงการประปาภูเขาบ้านห้วยบง</p> <p data-bbox="687 1528 892 1603">โครงการน้ำดื่มสะอาดเพื่อน้อง</p> <p data-bbox="687 1705 892 1780">Bangkok Water Festival & Bangkok River Festival</p>	<p data-bbox="924 1218 1023 1318"> </p> <ul data-bbox="1046 1218 1426 1506" style="list-style-type: none"> • จัดทำระบบประปาภูเขาระยะทาง 2 กิโลเมตร • เกิดประโยชน์กับชาวบ้านบ้านห้วยบงที่ประสบปัญหาขาดแคลนน้ำใช้กว่า 60 ครั้ง/เดือน • ระบบประปาภูเขาสามารถกักเก็บน้ำได้ 4,500 ลิตร ต่อวัน • ชาวบ้านบ้านห้วยบง 60 ครั้ง/เดือน และคนเลี้ยงช้างจำนวน 20 ครั้ง/เดือน มีส่วนร่วมการดำเนินโครงการ <p data-bbox="924 1395 1023 1495"> </p> <p data-bbox="924 1528 1023 1650"> </p> <p data-bbox="1046 1528 1426 1672">ปี 2564 โครงการน้ำดื่มสะอาดเพื่อน้องขยายการปรับปรุงคุณภาพน้ำให้นักเรียนและบุคลากรของโรงเรียนเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาจำนวน 2 โรงเรียน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและปทุมธานี</p> <p data-bbox="924 1705 1023 1804"> </p> <p data-bbox="1046 1705 1426 1849">กิจกรรม “คลีนคลอง” (Clean Klong) ต่อยอดความยั่งยืนให้ชุมชนริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ด้วยกิจกรรมทำความสะอาดและปรับภูมิทัศน์ชุมชน โดยมีจิตอาสาเข้าร่วมกิจกรรม จำนวนทั้งสิ้น 149 คน</p>

UNSDG	โครงการ	ตัวชี้วัด
 <p>ส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน</p> <p>8.1 ทำให้การเติบโตทางเศรษฐกิจต่อหัวประชากรมีความยั่งยืนตามบริบทของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศพัฒนาน้อยที่สุด มีการขยายตัวอย่างน้อยร้อยละ 7 ต่อปี</p> <p>8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลผลิตภาพ การสร้างงานที่สมควร ความเป็นผู้ประกอบการ ความสร้างสรรค์และนวัตกรรม และส่งเสริมการเกิดและการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย ขนาดเล็ก และขนาดกลาง รวมถึงการเข้าถึงบริการทางการเงิน</p>	<p>โครงการผู้นำเพื่อการพัฒนาการศึกษาที่ยั่งยืน (CONNEX ED)</p> <p>โครงการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสังคม (Beta Young Entrepreneur)</p> <p>การพัฒนาด้านกีฬา</p> <p>โครงการประชารัฐ รับผิดชอบต่อสังคม</p> <p>โครงการส่งเสริมคนรุ่นใหม่เพื่อสร้างชุมชนดีมีรอยยิ้ม</p> <p>โครงการช่วยเหลือชุมชนในช่วงสถานการณ์โควิด-19 (ทำการตลาดออนไลน์ จำหน่ายสินค้าชุมชน)</p>	<p> นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการทำมาค้าขายกว่า 13,000 คน และนักเรียนที่ทำบัญชีครัวเรือนกว่า 18,000 คน โรงเรียนเกิดรายได้กว่า 2.2 ล้านบาท</p> <p> สร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ จากโครงการ Beta Young ไปแล้ว รวม 179 คน</p> <p> ปี 2564 สร้างโอกาสการเป็นมืออาชีพให้แก่เยาวชนมากกว่า 15,000 คน</p> <p> โครงการประชารัฐรับผิดชอบต่อสังคมสามารถช่วยขับเคลื่อนการดำเนินงานของชุมชนไปแล้วมากกว่า 1,353 โครงการ จำนวนชุมชนที่ได้รับประโยชน์มีทั้งหมด 4,222 ชุมชน (99,828 ครัวเรือน) สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นทั้งสิ้นกว่า 1.6 พันล้านบาท</p> <p> สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนกว่า 3,100 ราย และสร้างรายได้เข้าสู่ชุมชนรวมมากกว่า 15.8 ล้านบาท</p> <p> สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนกว่า 1,200 ราย และสร้างรายได้เข้าสู่ชุมชนรวมมากกว่า 2 ล้านบาท</p>
 <p>สร้างเมืองและการตั้งถิ่นฐานที่ปลอดภัย</p> <p>11.4 เสริมความพยายามที่จะปกป้องและคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติของโลก</p>	<p>โครงการอนุรักษ์และสร้างสรรค์วัฒนธรรมของความเป็นชาติ</p> <p>Bangkok Art Biennale (BAB)</p>	<p> ปี 2563 ไทยเบฟสนับสนุนโครงการเพื่ออนุรักษ์และสร้างสรรค์วัฒนธรรมของประเทศไทยและอาเซียน รวมกว่า 95 ล้านบาท</p> <p> Bangkok Art Biennale (BAB) ในบทบาทของผู้จัดเทศกาลศิลปะร่วมสมัยนานาชาติ นอกจากให้ความรู้เกี่ยวกับศิลปะร่วมสมัยแก่เยาวชนและผู้สนใจ ส่งเสริมวงการศิลปะไทยให้เติบโตเป็นที่รู้จักแก่สายตาคนทั่วโลกแล้ว เรายังมุ่งเสริมสร้างเศรษฐกิจให้กับกรุงเทพมหานครในมิติของการท่องเที่ยว อีกหนึ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่สำคัญคือการมีส่วนร่วมในการดูแลโลกใบนี้อย่างยั่งยืน โดยเชื่อว่า นอกจากศิลปะจะสร้างความงามแล้วยังนำไปสู่ “การตระหนักรู้” ได้ไม่มากนักน้อย</p>
 <p>สร้างความร่วมมือระดับสากลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน</p> <p>17.9 เพิ่มพูนการสนับสนุนระหว่างประเทศสำหรับการดำเนินการด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถที่มีประสิทธิภาพและมีการตั้งเป้าในประเทศกำลังพัฒนา เพื่อสนับสนุนแผนระดับชาติที่จะดำเนินงานในทุกเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงผ่านทางความร่วมมือแบบเหนือ-ใต้ ใต้-ใต้ และไตรภาคี</p> <p>17.17 สนับสนุนและส่งเสริมหุ้นส่วนความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ-ภาคเอกชน และประชาสังคม สร้างบนประสบการณ์และกลยุทธ์ด้านทรัพยากรของหุ้นส่วน</p>	<p>โครงการประชารัฐรับผิดชอบต่อสังคม</p>	<p> สนับสนุนการส่งเสริมหุ้นส่วนความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน ประชาสังคม วิชาการ และประชาชน เพื่อจัดตั้งเป็นบริษัท ประชากรัฐรับผิดชอบต่อสังคม วิสาหกิจเพื่อสังคม จำนวน 77 จังหวัด เป็นมูลค่าเงินร่วมทุน 337 ล้านบาท สร้างให้เกิดโครงการความร่วมมือ 1,535 โครงการ</p>

การพัฒนาด้านการศึกษา

ไทยเบฟเชื่อมั่นว่า การศึกษาคือกุญแจสำคัญในการสร้างโอกาส...ไร้ขีดจำกัด ทางบริษัทจึงให้ความสำคัญกับการศึกษาของเยาวชน โดยดำเนินโครงการ พัฒนาการศึกษามาอย่างต่อเนื่องผ่านกิจกรรมและโครงการ ครอบคลุม ทุกระดับ อาทิ การมอบทุนให้แก่บุตรพนักงาน ส่งเสริมการเรียนรู้นอกห้องเรียน โดยพัฒนาทักษะ 3 ด้าน ได้แก่ ทักษะอาชีพ ทักษะชีวิต และการเป็นคนดี โดย เน้นการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรง ลงมือปฏิบัติจริง รวมทั้งเปิดโอกาสให้ นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ได้มีโอกาสเข้าร่วมฝึกงาน ตลอดจนส่งเสริม ให้เด็ก ๆ และเยาวชนตระหนักถึงความสำคัญของการจัดทำบัญชีครัวเรือน การอ่านหนังสือ และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านเวทีต่าง ๆ การเสวนา และ ร่วมประกวดสุนทรพจน์ ซึ่งช่วยให้นักเรียนมีทักษะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ตัดตัว และยังช่วยพัฒนาการคิด วิเคราะห์ การเอาตัวรอด ซึ่งล้วนแล้วแต่ เป็นพื้นฐานสำคัญให้เด็กเจริญเติบโต มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีคุณค่า ต่อยอด กลายเป็นบุคลากรที่มีศักยภาพ ช่วยขับเคลื่อนประเทศไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน



2564 การทํางานสำคัญ

โครงการทุนบุตรพนักงาน

เพื่อช่วยเหลือบุตรของพนักงาน โดยพิจารณาคัดเลือกผู้รับทุนจากบุตรที่มีบิดาหรือมารดาเป็นพนักงานของไทยเบฟที่มีคุณสมบัติตามข้อกำหนด โดยมอบทุนการศึกษาตั้งแต่ปี 2553 จนถึงปัจจุบันเป็นปีที่ 12 มีจำนวนทุนที่ให้แก่นักเรียนรวมทั้งสิ้น 11,492 ทุน รวมเป็นเงิน 77,919,000 บาท

ในปีล่าสุดมีบุตรพนักงานได้รับทุนจำนวน 1,138 ทุน แบ่งเป็นระดับประถม 780 ทุน ระดับชั้นมัธยมต้น 2,484 ทุน ระดับชั้นมัธยมปลายและ ปวช. 2,484 ทุน ระดับ ปวส. 288 ทุน ระดับปริญญาตรี 699 ทุน และทุนข้างเผือกสำหรับนักเรียนดีเด่น 108 ทุน เป็นเงินทั้งสิ้น 6,907,000 บาท ปัจจุบันมีบุตรของพนักงานที่เคยได้รับทุนการศึกษาเข้าทำงานกับไทยเบฟจำนวน 43 คน

โครงการสานอนาคตการศึกษา (Connxt ED)

แม้วิกฤตการณ์โรคโควิด-19 ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อด้านสุขภาพ แต่ยังรวมถึงผลกระทบต่อด้านเศรษฐกิจในวงกว้าง ส่งผลให้เกิดการว่างงาน และจำนวนคนที่ขาดรายได้หรือมีรายได้ลดลงมีจำนวนสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญในด้านการศึกษา ส่งผลให้โรงเรียนต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตแบบใหม่ (New Normal) เป็นการเรียนการสอนแบบออนไลน์ โดยให้นักเรียนเรียนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต แต่ด้วยข้อจำกัดของการเข้าถึงเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต และอุปกรณ์ที่ใช้ในการเรียนของนักเรียน จึงทำให้ประสิทธิภาพในการเรียนลดลง เนื่องจากเด็ก ๆ ส่วนใหญ่มาจากครอบครัวที่ยากจน อาศัยอยู่กับตา ยาย ทำให้ไม่สามารถช่วยเหลือ ให้คำปรึกษาเรื่องการเรียนได้ รวมไปถึงครอบครัวขาดแคลนทุนทรัพย์ในการซื้ออุปกรณ์ ผู้ปกครองไม่สามารถประกอบอาชีพได้ ทำให้รายได้ของครอบครัวลดลง รายจ่ายในครอบครัวสูงขึ้น ทำให้ส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องของครอบครัว โดยเฉพาะในโรงเรียนขยายโอกาส ซึ่งอยู่ภายใต้การสนับสนุนของไทยเบฟ จำนวน 263 โรงเรียน ภายใต้โครงการ Connxt ED ทำให้นักเรียนขาดโอกาสในการเข้าถึงการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

ท่ามกลางวิกฤต ไทยเบฟได้เห็นภาพสะท้อนที่เป็นผลลัพธ์จากการดำเนินโครงการ Connxt ED มาอย่างต่อเนื่อง ที่มุ่งเน้นการเสริมความรู้ความเข้าใจเรื่องการทำบัญชีครัวเรือน การสร้างวินัยทางการเงินส่งผลให้เด็ก ๆ เกิดนิสัยการออม การเพิ่มทักษะด้านอาชีพ ความรู้พื้นฐานในการประกอบธุรกิจ โดยเนื้อหาครอบคลุมการทำแผนธุรกิจ การตลาด การทำบัญชีต้นทุน/กำไร ให้เด็ก ๆ ได้ลงมือทำผ่านโครงการทำมาค้าขายที่ไทยเบฟได้ให้ทุนเพื่อตั้งต้นทำธุรกิจ เพื่อให้เยาวชนเติบโตไปมีทักษะอาชีพ สามารถดูแลตนเองได้ ซึ่งเด็ก ๆ ได้นำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต ช่วยแบ่งเบาภาระครอบครัว ฝ่าฟันอุปสรรค เพื่อประคับประคอง



ให้ผ่านพ้นวิกฤต เมื่อเด็ก ๆ เริ่มดูแลตนเองและครอบครัวได้ ไทยเบฟมั่นใจว่า ทักษะเหล่านี้จะติดตัวเด็ก ๆ ไป ทำให้เด็ก ๆ รู้จักการเอาตัวรอด พึ่งพาตนเอง สามารถปรับตัวและรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว



นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการทำมาค้าขาย กว่า **13,000** คน
และนักเรียนที่ทำบัญชีครัวเรือนกว่า **18,000** คน



โรงเรียนเกิดรายได้
กว่า **2.2** ล้านบาท

แบ่งปันคุณค่า



คุณย่าสมร ยศเทศ

ผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนชุมชนบ้านหนองเหนือ (แสงศรีวิทยา) จังหวัดแพร่

เริ่มแรกยายังมองไม่เห็นว่าเป็นเด็ก ๆ ที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับอะไรบ้างจากโครงการนี้ แต่เมื่อโครงการดำเนินไปเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่อง ทำให้ยายังได้เห็นน้องเพชร น้องพลอย ได้เรียนรู้ และได้พัฒนากิจกรรมอาชีพ ผลจากการทำกิจกรรมยังเป็นการส่งเสริมให้น้องเพชร น้องพลอย รู้จักใช้เวลาให้เกิดประโยชน์ สามารถสร้างรายได้ มีเงินใช้จ่ายจากการหารายได้ด้วยตนเอง กล้าแสดงออก ซึ่งจะเห็นได้จากการที่คุณครูได้พาน้อง ๆ ไปแสดงผลงานในโอกาสต่าง ๆ ย่าดีใจมาก ๆ ที่ได้เห็นน้องเพชร น้องพลอย หลานฝาแฝดของย่าได้รับโอกาสดี ๆ แบบนี้ และยาก็หวังเอาไว้อีก ๆ ว่า สิ่งทีหลานของย่าได้เรียนรู้และรับจากโครงการสานอนาคตการศึกษา Connxt ED บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) จะสามารถเป็นพื้นฐานความรู้ด้านทักษะอาชีพ ให้หลานของย่านำไปพัฒนาต่อยอดในการประกอบอาชีพในอนาคตได้

"จากความล้มเหลว สู่อะไรสำเร็จ" ก้าวแรกของการเริ่มต้นโครงการสานอนาคตการศึกษา Connxt ED โรงเรียนชุมชนบ้านหนองเหนือ (แสงศรีวิทยา) เราได้เริ่มต้นจากความล้มเหลว เนื่องจากการดำเนินโครงการปีที่ 1 และปีที่ 2 ไม่ประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จนจะทำให้ล้มเลิกความตั้งใจในการเข้าร่วมโครงการ แต่เมื่อมองเห็นกิจกรรมของโรงเรียนอื่น ๆ ที่เข้าร่วมโครงการแล้วประสบผลสำเร็จ จึงทำให้ต้องบอกตัวเองว่า "เมื่อโรงเรียนอื่นทำได้ แล้วทำไมโรงเรียนเราจะไม่ทำได้" จึงทำให้ฮึดสู้ มุ่งมั่น และตั้งใจลงมือทำอีกครั้ง จากปัญหาในการทำโครงการปีที่ 1 และ 2 เราพบว่าขาดองค์ความรู้เฉพาะด้าน ขาดการมีส่วนร่วมของปราชญ์ชาวบ้าน ชุมชน และขาดความต่อเนื่องของการทำกิจกรรม และที่สำคัญขาดความเป็นอัตลักษณ์ในพื้นที่ ในปีที่ 3 ผมจึงได้คิดค้นผลิตภัณฑ์ "ข้าวแต่น้ำน้อย" ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์อาหารรูปแบบใหม่ ได้เรียนรู้จากปราชญ์ชาวบ้านในชุมชน และให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง ซึ่งถือได้ว่าประสบผลสำเร็จเป็นอย่างมาก ทำให้ได้รับรางวัลมากมาย และที่สำคัญทำให้นักเรียน ครู และโรงเรียน ได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ และส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดแพร่ นักเรียนได้เรียนรู้ทักษะอาชีพ การทำธุรกิจ การบริหารจัดการธุรกิจเบื้องต้น การตลาด รวมถึงกระบวนการทำงานร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้เป็นอย่างดี สามารถนำทักษะอาชีพเพื่อการเรียนรู้สู่การประกอบอาชีพในอนาคต นอกจากนี้ จากที่บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ได้สนับสนุนเงินตั้งต้นให้โครงการทำมาค้าขาย ปัจจุบันสามารถสร้างรายได้ให้โครงการ แบ่งปันเป็นเงินปันผลให้นักเรียน และสามารถนำมาหมุนเวียนภายใต้โครงการได้



นายเกียรติภูมิ ประสุทธ์

ครูผู้รับผิดชอบโครงการสานอนาคตการศึกษา Connxt ED โรงเรียนชุมชนบ้านหนองเหนือ (แสงศรีวิทยา) จังหวัดแพร่

2564 การกิจสำคัญ

การประกวดโอท็อป จูเนียร์ (OTOP Junior)

แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลให้การจัดกิจกรรมประกวด OTOP Junior ในปีนี้ จัดได้เพียงการประกวดระดับประเทศ รอบแรกเท่านั้น โดยมีผู้สนใจส่งผลงานเข้าประกวดเป็นจำนวน 348 ชมรม 317 โรงเรียน จาก 56 จังหวัดทั่วประเทศ และสถานการณ์ดังกล่าวยังสร้างข้อจำกัดทำให้ผู้ที่ผ่านเข้ารอบการประกวดระดับประเทศ รอบชิงชนะเลิศ ไม่สามารถเดินทางมาแข่งขัน ณ อิมแพคอารีนา เมืองทองธานี ได้อย่างเช่นทุกปี อย่างไรก็ตาม ไทยเบฟร่วมกับสำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน อยู่ระหว่างการพัฒนานำร่องโครงการพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ Young OTOP ผู้สาธิต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เยาวชนที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมการประกวด OTOP Junior สมัครเข้าร่วมโครงการ เพื่อพัฒนากิจกรรม ความรู้ในการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดยกระดับการพัฒนา เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และเพิ่มช่องทางการตลาด กิจกรรมนี้ถือเป็นส่วนหนึ่งของการก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐในการสร้างโอกาส โดยมุ่งเน้นการสร้างอาชีพและการมีรายได้ที่มั่นคง โดยการกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เกิดความแข็งแกร่ง ทั้งนี้ ไทยเบฟพร้อมให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้เยาวชนคนรุ่นใหม่เป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนสามารถเกิดการพัฒนาเป็นอาชีพ สร้างงาน สร้างรายได้ และพัฒนาให้เป็นผู้ประกอบการ OTOP รุ่นใหม่ และเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่า สร้างประโยชน์ให้ชุมชนต่อไป

ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้าประกวดโอท็อป จูเนียร์ ในเดือนธันวาคม ปี 2563

แบ่งเป็น 5 ประเภท จากทั้งหมด 348 ผลิตภัณฑ์

ประเภท	 อาหาร	 เครื่องดื่ม	 ผ้าและ เครื่องแต่งกาย	 ของใช้/ของตกแต่ง/ ของที่ระลึก	 สมุนไพร ที่ไม่ใช่อาหาร
จำนวน	143 ผลิตภัณฑ์	32 ผลิตภัณฑ์	29 ผลิตภัณฑ์	96 ผลิตภัณฑ์	48 ผลิตภัณฑ์

แบ่งปันคุณค่า



คุณครูอรอนงค์ จามน้อยพรหม

ครูผู้รับผิดชอบโครงการ โรงเรียนท่าแร่ศึกษา จังหวัดสกลนคร

จากการเข้าร่วมประกวด OTOPI Junior Contest 2018 ผลิตภัณฑ์ มูลไส้เดือน 100% โรงเรียนท่าแร่ศึกษา จ.สกลนคร ได้รับรางวัลชนะเลิศ ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร พวกเราได้สร้างและส่งต่อโครงการจากรุ่นสู่รุ่น ได้มีการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องทำให้ได้รับรางวัลความยั่งยืนสู่การเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ จากการได้เข้าร่วมกิจกรรมในงาน OTOPI City 2018 - 2019 ได้รับประสบการณ์จากรุ่นพี่ Young OTOPI พวกเราจึงมองเห็นแนวทางที่จะพัฒนาต่อยอดมาเป็นมูลไส้เดือนอัดเม็ดได้สำเร็จในปี 2564 สร้างความภาคภูมิใจแก่ตนเอง โรงเรียน ครอบครัว ชุมชน และสามารถพัฒนาให้เป็นอาชีพที่มั่นคง ทั้งยังร่วมดูแลอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้ในอนาคต

ผลิตภัณฑ์มูลไส้เดือน 100% สุ่มูลไส้เดือนอัดเม็ดโรงเรียนท่าแร่ศึกษา จังหวัดสกลนคร เป็นกิจกรรมหนึ่งที่ทางโรงเรียนจัดให้นักเรียนได้เรียนรู้และลงมือปฏิบัติด้วยตนเองทุกขั้นตอน ผลิตภัณฑ์มูลไส้เดือนได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานและคุณภาพของปุ๋ยหมัก (เกรด 1) จากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นเครื่องที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า ได้รับความสนใจจากร้านค้า ฟาร์มเกษตร ซื้อไปใช้งานและไปจำหน่ายต่อ ช่วยสร้างรายได้ระหว่างเรียนให้แก่นักเรียน โดยนักเรียนจะมีรายได้จากการจำหน่าย กิโลกรัมละ 10 บาท อีกทั้งยังช่วยเพิ่มทักษะด้านอาชีพ ด้านการทำธุรกิจ และเสริมสร้างประสบการณ์เพื่อให้นักเรียนสามารถนำไปประกอบอาชีพของตนเองในอนาคตได้เช่นกัน

2564 การกิจสำคัญ

โครงการโรงเรียนร่วมพัฒนา (Partnership School)

โครงการ Partnership School หรือ โรงเรียนร่วมพัฒนา ก้าวเข้าสู่ปีที่ 4 ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายกระทรวงศึกษาธิการที่ต้องการยกระดับคุณภาพการศึกษาให้เด็กไทยมีอนาคตซึ่งสามารถตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลง เป็นคนไทย 4.0 ที่จะช่วยขับเคลื่อนประเทศไทยให้สามารถแข่งขันบนเวทีโลกได้ จึงเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนและภาคประชาสังคมได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการสถานศึกษา โดยใช้องค์ความรู้ ความเชี่ยวชาญและความคล่องตัวทำงานร่วมกับคณะกรรมการสถานศึกษา ดังนั้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว อาสาสมัครจากไทยเบฟ ซึ่งเป็นผู้บริหารระดับสูง จำนวน 17 ท่าน ทำหน้าที่เป็น School Sponsor ลงพื้นที่ร่วมทำงานอย่างใกล้ชิดกับผู้บริหารและบุคลากรจำนวน 24

โรงเรียน ใน 18 จังหวัด ร่วมคิด ร่วมวางแผนพัฒนาโรงเรียนให้สอดคล้องกับบริบทของแต่ละโรงเรียน โดยเน้นการพัฒนา 3 ทักษะ คือ ทักษะอาชีพ ทักษะชีวิต และการเป็นคนดี ภายใต้ความร่วมมือกันเพื่อพัฒนาศักยภาพการศึกษา เป็นการเชื่อมโยงแนวคิด บวร (บริษัท/วิสาหกิจชุมชน/ราชการ) ตามวิถีเศรษฐกิจพอเพียงและส่งเสริมความเข้มแข็งของสถาบันครอบครัว

ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ถึงแม้ว่านักเรียนต้องเรียนออนไลน์อยู่ที่บ้าน แต่ก็ได้นำความรู้จากโครงการไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต นำไปสู่การเสริมสร้างรายได้และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

แม่เป็นคุณค่า

โครงการหลักสูตรไม้สักและผลิตภัณฑ์ไม้สักสำหรับนักเรียนโรงเรียนร่วมพัฒนาจังหวัดแพร่



เด็กหญิงอารยา ประเด็ม

ม.3/1 โรงเรียนบ้านทาศประชาอนุเคราะห์ จังหวัดแพร่

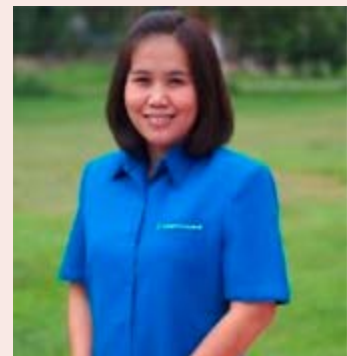
ก่อนเข้าร่วมโครงการ หนูไม่มีความรู้ ความสนใจ หรือให้ความสำคัญเกี่ยวกับไม้สักเลย แม้ว่าจังหวัดแพร่จะเป็นดินแดนแห่งไม้สักก็ตาม แต่หลังจากที่หนูได้เข้าร่วมโครงการ ทำให้หนูได้เห็นคุณค่าของไม้สัก เห็นความสำคัญของอาชีพดั้งเดิมของคนในชุมชน ไม่น่าเชื่อว่าเพียงแค่ไม้สักต้นเดียว จะให้องค์ความรู้ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการเพาะปลูก การอนุรักษ์ การออกแบบชิ้นงาน การผลิตชิ้นงาน และการนำไม้สักไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ในช่วงสถานการณ์โควิด ที่ทุกอย่างแทบจะออนไลน์ 100% หนูได้ใช้โอกาสนี้ นำความรู้ที่ได้รับมาต่อยอดทำชิ้นงาน ทำแก้วไม้ได้ ไม้ใช้งานในครอบครัว ทำพวงกุญแจ ที่ตั้งโทรศัพท์ ขยายในช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อหารายได้เสริม และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

เมื่อนักเรียนเข้าร่วมโครงการ นักเรียนจะมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติและเห็นคุณค่าของไม้สักมากขึ้น ได้ตระหนักและเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ในอาชีพช่างทำเฟอร์นิเจอร์ มีพัฒนาการของทักษะในการออกแบบและทำชิ้นงานจากไม้สัก และมีองค์ความรู้ในด้านธุรกิจที่เป็นพื้นฐาน ต่อยอดเป็นอาชีพของตนเอง ในมุมมองของครู ครูได้มีการนำองค์ความรู้เรื่องหลักสูตรไม้สักไปปรับใช้ในกระบวนการงานสวนพฤกษศาสตร์โรงเรียนและเชื่อมโยงกิจกรรมการเรียนรู้ของโรงเรียน

นางนภัสกร จินารักษ์

ครูชำนาญการ โรงเรียนบ้านทาศประชาอนุเคราะห์ จังหวัดแพร่



2564 การกิจสำคัญ

โครงการครูเจ้าฟ้ากรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์

โครงการครูเจ้าฟ้ากรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ได้รับการสนับสนุนการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการสร้างอาชีพและรายได้แบบพึ่งพาตนเองได้ ส่งเสริมกิจกรรมให้นักเรียนและชุมชนรอบโรงเรียนได้เรียนรู้แนวทางการดำรงชีวิตที่มีมาตรฐาน และถูกต้องตามหลักวิชาการด้วยการนำแนวทางหลักปรัชญาแห่งเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ในแต่ละพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม สร้างแรงบันดาลใจและค้นหาความถนัดของแต่ละบุคคลเพื่อนำไปต่อยอดสร้างรายได้และอาชีพที่มั่นคงต่อไป กิจกรรมยังสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นกับโครงการต่าง ๆ ที่มีความสำคัญ อาทิ โครงการอาหารกลางวัน งานหัตถกรรมด้านการตัดผม การตัดเย็บงานเฟอร์นิเจอร์ไม้ไฟ งานทอผ้า เพื่อสร้างรายได้เสริมให้กับโรงเรียนหรือครัวเรือน โครงการสร้างฝายชะลอน้ำเพื่อการสร้างความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่า



แบ่งปันคุณค่า



จากการที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณในครั้งนี้ ทำให้โรงเรียนมีกิจกรรมดี ๆ ผู้เรียนอย่างแท้จริงและสร้างกิจกรรมที่ส่งเสริมอาชีพให้กับผู้เรียนให้มีรายได้ระหว่างเรียน พร้อมทั้งสนับสนุนนักเรียนที่ไม่ถนัดในด้านวิชาการที่มีความสนใจในเรื่องการตัดผมให้มาร่วมกิจกรรม โดยข้าพเจ้าจะฝึกปฏิบัติในวิชาการงานอาชีพจนได้รับความชำนาญและมาเข้าร่วมกิจกรรมในร้านตัดผม ทำให้ผู้เรียนมีทักษะอาชีพติดตัว เมื่อจบการศึกษาสามารถต่อยอดความรู้สู่ชุมชนและเป็นคนดีในสังคม

คุณครูสุกรี แวมะมะ

ครูเจ้าฟ้ากรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ รุ่นที่ 11
โรงเรียนบ้านท่าสาป ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา
สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.)

สรุปภาพรวมผลการดำเนินงาน

เกิดการอนุรักษ์ป่า โดยใช้กลยุทธ์ที่เข้าใจธรรมชาติ



ฐานเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงด้าน พืช ผัก
ร.ร.ตชด.บ้านแม่กลางคี่ อ.อุ้มผาง จ.ตาก
ระดับการศึกษา ป.1 - ป.6
จำนวนนักเรียน 329 คน
ชาย 180 คน หญิง 149 คน



เกิดการบริหารจัดการพื้นที่ทางเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ

ฐานเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงด้านปศุสัตว์
กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาบึกในกระชัง
ม.3 ต.ท่าธง อ.รามัน จ.ยะลา
จำนวนสมาชิก 15 คน 14 กระชัง
ต้นทุนต่อกระชัง 8,950 บาท
รายได้ต่อกระชัง 96,000 บาท
กำไรสุทธิต่อกระชัง 17,500 บาท



เกิดการอนุรักษ์ พื้นฟูประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น อันมีคุณค่าต่อสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต และความภาคภูมิใจในเผ่าพันธุ์



กลุ่มสหกรณ์กองทุน งานหัตถกรรม
โรงเรียนบ้านห้างทางหลวง อ.บ่อเกลือ จ.น่าน
ระดับการศึกษาชั้นอนุบาล 1 - ป.6
จำนวนนักเรียน 135 คน
ชาย 64 คน หญิง 71 คน



โครงการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสังคม (Beta Young Entrepreneur)

โครงการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสังคม (Beta Young Entrepreneur) เป็นโครงการที่ประสานความร่วมมือระหว่างสภาหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และมูลนิธิสิริวัฒนภักดี เพื่อพัฒนาบ่มเพาะเยาวชนสู่การเป็นผู้ประกอบการที่มีความรู้ความสามารถ มีคุณธรรม จริยธรรม และมีความรับผิดชอบ ต่อสังคม ผ่านกิจกรรมที่ช่วยพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจ ด้วยการทดลองทำธุรกิจจริงตลอดหลักสูตร รวมถึงการปลูกฝังให้เป็นคนดี ผ่านการทำกิจกรรมเพื่อสังคมต่าง ๆ ของโครงการฯ ปัจจุบัน โครงการฯ มีกิจกรรมที่หลากหลายมิติให้นักศึกษาได้เข้ามาฝึกฝนทักษะการเป็นผู้ประกอบการ โดยเริ่มตั้งแต่ได้เข้ามาศึกษาในรั้วมหาวิทยาลัย เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการออกไปสร้างธุรกิจของตนเองในอนาคต โดยผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่

- กิจกรรมพัฒนาศักยภาพทางด้านธุรกิจ เช่น กิจกรรมธุรกิจตั้งต้นและบริษัทจำลอง ซึ่งเน้นให้นักศึกษาขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น เนื่องด้วยสถานการณ์โรคโควิด-19 นอกจากนี้ยังได้นำบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ของไทยเบฟ เข้าไปถ่ายทอดและแบ่งปันประสบการณ์ให้กับกลุ่มนักศึกษาอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นด้านการจัดซื้ออย่างยั่งยืน การบริหารจัดการตลาด และการให้ความรู้ในเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ
- โครงการ Creative Young Designer และโครงการสารพัดสรรพศิลป์ ที่นักศึกษาได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าให้กับชุมชน เพื่อให้สินค้ามีความน่าสนใจมากขึ้น รวมถึง



ยังช่วยแบ่งปันความรู้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการประกอบธุรกิจให้กับชุมชนอีกด้วย

- กิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งเป็นการปลูกฝังคุณธรรมและจริยธรรมในการทำธุรกิจ รวมถึงเรียนรู้ที่จะแบ่งปันสิ่งดี ๆ ตอบแทนกลับสู่สังคม เช่น กิจกรรม Beta Young รวมตัวร่วมใจต้านภัยหนาวกับไทยเบฟ กิจกรรมคลื่นคลองในโครงการ River Festival และการแบ่งปันผลกำไรที่ได้จากการทำธุรกิจไปทำกิจกรรม CSR เป็นต้น

โครงการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสังคมนยังคงมุ่งมั่นที่จะพัฒนา กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้นักศึกษาในโครงการฯ ได้ฝึกฝนทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ควบคู่ไปกับการปลูกฝังและสร้างจิตสำนึกที่ดีให้กับเยาวชนคนรุ่นใหม่ที่จะเป็นกำลังสำคัญของประเทศในอนาคต

แบ่งปันคุณค่า



ในวันที่ได้รู้จักคำว่า "เจ้าของกิจการ" และได้เจอกับโครงการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสังคม ทำให้ผมคิดว่าจะสามารถสานฝันการเป็นนักธุรกิจได้ในอนาคต ซึ่งตลอด 4 ปีในโครงการฯ ผมได้มีโอกาสลงมือทำธุรกิจจริง ทำให้ได้รับประสบการณ์ความรู้ และสามารถสร้างรายได้จากการทำบริษัทจำลอง และนำผลกำไรไปเป็นทุนตั้งต้นหลังเรียนจบ ปัจจุบันทำธุรกิจนี้มาแล้ว 3 ปี สามารถสร้างยอดขายรวมทั้ง 3 ปีได้มากถึง 90 ล้านบาท ถ้าหากไม่มีโอกาสได้เข้าร่วมโครงการนี้ คงต้องใช้ระยะเวลาเรียนรู้ธุรกิจนานกว่านี้ จึงอยากขอบพระคุณผู้ใหญ่ที่ไทยเบฟทุกท่านที่คอยผลักดันและให้คำแนะนำจนทำให้สามารถนำความรู้เหล่านั้นมาต่อยอดเป็นธุรกิจของตัวเองได้ในวันนี้

กีตกสรรค์ คำโสกา

CEO บริษัท แกรนด์ อีคอมเมิร์ซ กรุ๊ป จำกัด Beta Young Entrepreneur รุ่นที่ 3

สรุปภาพรวมผลการดำเนินงาน

- ปัจจุบัน มีนักศึกษารวมทั้งหมด 10 รุ่น (234 คน) จบจากโครงการฯ ไปแล้ว 7 รุ่น รวม 179 คน และกำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย จำนวน 3 รุ่น รวม 55 คน
- นักศึกษาที่จบจากโครงการฯ แล้วสามารถมีธุรกิจเป็นของตนเองหรือสานต่อธุรกิจครอบครัว คิดเป็นสัดส่วน 75% โดยได้นำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับตลอดหลักสูตรไปปรับใช้ และอีก 25% ได้เข้าทำงานในบริษัทชั้นนำ รวมถึงได้ร่วมงานกับบริษัทในเครือไทยเบฟด้วย

โครงการ Education Institute Support Activity (eisa)



ไทยเบฟได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในพลังของคนรุ่นใหม่ จึงได้สร้างสรรค์และพัฒนาโครงการ eisa หรือ Education Institute Support Activity เพื่อสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ในรั้วมหาวิทยาลัย ผ่านแกนหลักของการดำเนินโครงการดังนี้

1. การสนับสนุนกีฬาในระดับอุดมศึกษา
2. ส่งเสริมหลักสูตรการเรียนการสอนให้เกิดการฝึกฝนและปฏิบัติได้จริง
3. สนับสนุนกิจกรรมของนิสิต นักศึกษา เช่น งานออกค่ายฯ

ปัจจุบันโครงการ eisa มีความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย 42 สถาบัน กระจายอยู่ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ความเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการศึกษาในยุคสมัยปัจจุบันทำให้เกิดโอกาสในการเข้าถึงคณะกรรมการเรียนการสอนต่าง ๆ ได้เพิ่มมากขึ้น รวมถึงความสัมพันธ์ในมิติที่เข้มแข็ง ทำให้ปัจจุบันโครงการ eisa สามารถสร้างเครือข่ายกับคณะต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นถึง 92 คณะ ด้วยจำนวนความร่วมมือที่เพิ่มมากขึ้นนี้ ยังสามารถช่วยผลักดันให้กิจกรรมการสนับสนุนในโครงการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากต่าง ๆ สำเร็จลุล่วงเป็นรูปธรรมได้หลากหลายโครงการ อาทิ

โครงการ Creative Young Designer Season 1 ภายใต้โครงการผ้าขาวม้าท้องถิ่นหัตถศิลป์ไทย เป็นโครงการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในชุมชนผ้าขาวม้า จากบริษัท ประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด โดยโครงการ eisa ได้ประสานความร่วมมือไปยังสถาบันการศึกษาต่าง ๆ นำนิสิต นักศึกษา คณะการออกแบบจาก 6 สถาบัน คือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต วิทยาลัยเพาะช่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ และมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยมีนิสิต นักศึกษาเข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 338 คน เพื่อพัฒนาชุมชนผ้าขาวม้าให้มีความหลากหลายทางด้านผลิตภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายที่เพิ่มมากขึ้น โดยมีชุมชนผ้าขาวม้าที่เข้าร่วม 7 ชุมชน รวมถึงการประสานความร่วมมือจากสโมสรฟุตบอลชั้นนำของประเทศไทยอีก 4 สโมสร ประกอบไปด้วย สโมสรโปลิศเทโร สโมสรสุโขทัย เอฟซี สโมสรสุพรรณบุรี เอฟซี และสโมสรราชบุรี มิตรผล เอฟซี เพื่อผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าได้เข้าสู่กระแสความนิยมของกลุ่มฐานแฟนคลับในสโมสรต่าง ๆ ผ่านสินค้าและของที่ระลึกของแต่ละสโมสร อันที่จะช่วยต่อยอดให้เกิดช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพิ่มมากขึ้น และยังสามารถยกระดับรายได้ของชุมชนเพิ่มขึ้นอีกด้วย ซึ่งจะทำให้ชุมชนมีความยั่งยืนทางด้านารเลี้ยงชีพของตนเองได้ต่อไป

นอกจากโครงการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อให้เกิดประสบการณ์จริง นอกห้องเรียนแล้ว การสนับสนุนและส่งเสริมทางด้านการแข่งขันกีฬา ยังถือเป็นการถือหลักที่ทางโครงการ eisa ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง ดังเช่น การสนับสนุนการแข่งขันฟุตบอลอุดมศึกษา ครั้งที่ 7 University Tournament 2020 ที่จัดขึ้นโดยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ถือเป็นการแข่งขันฟุตบอลในระดับอุดมศึกษาที่ใหญ่ที่สุดรายการหนึ่งของประเทศไทย ด้วยจำนวนมหาวิทยาลัยที่เข้าแข่งขันทั้งสิ้น 24 สถาบัน สามารถทำให้เกิดเวทีในการแข่งขันและการฝึกฝน เพื่อที่จะสามารถเป็นบันไดที่สำคัญในการพัฒนาก้าวไปสู่การเป็นนักฟุตบอลอาชีพในอนาคตให้แก่นักกีฬาทั้งสิ้น 720 คน นอกจากนี้การเข้าไปเป็นผู้สนับสนุนหลักของการแข่งขันนี้ยังสามารถนำพาสินค้าเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ของเครือไทยเบฟ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์น้ำดื่ม “คริสตัล” เข้าไปเป็นสินค้าหนุนเวียนหลักในการจัดจำหน่ายภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือได้ ซึ่งมีนักศึกษาและบุคลากรกว่า 25,000 คน มีโอกาสเลือกซื้อหาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้อย่างสะดวก



แบ่งปันคุณค่า



ภายใต้โครงการผ้าขาวม้าท้องถิ่นหัตถศิลป์ไทย นอกจากจะเป็นการช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนแล้ว เรายังขยายความร่วมมือ ให้เกิดเป็นการพัฒนาดีไซน์ให้มีความยั่งยืนและหลากหลายมากยิ่งขึ้น จึงเป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง 7 ชุมชน 6 มหาวิทยาลัย และสโมสรระดับจังหวัด 4 แห่ง ที่จะมาช่วยกัน สนับสนุนให้ผ้าขาวม้ามีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

คุณต้องใจ ระชนานันท์

กรรมการผู้จัดการบริษัท ประชาธิปไตยสามัคคี วิศวกรรมเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด



เนื่องจากสถาบันอุดมศึกษาต่าง ๆ เล็งเห็นร่วมกันถึงความสำคัญในการออกกำลังกาย และต้องการให้นักศึกษาของแต่ละสถาบันได้ผ่อนคลาย แสดงความสามารถทางด้านกีฬา และเพื่อเป็นการสร้าง มิตรภาพที่ดีต่อกันขององค์กรสถาบันต่าง ๆ รวมถึงการสนับสนุนให้เยาวชนที่เล่นกีฬาฟุตบอล ได้พัฒนาศักยภาพของตัวเองเพื่อยกระดับก้าวไปสู่อาชีพต่อไป

ศ. ดร.เสาวณิต สุขการังษี

รองอธิการบดี ฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ทิศทางดำเนินโครงการ eisa

- ขยายความร่วมมือไปสู่คณะกรรมการเรียนการสอนของสถาบัน การศึกษา ทั้งโรงเรียน และมหาวิทยาลัยชั้นนำ ครอบคลุม ทุกภูมิภาคของประเทศ โดยสร้างความร่วมมือทั้งในด้านการสนับสนุนกีฬา กิจกรรม และหลักสูตรการเรียนการสอน
- เป็นศูนย์กลางเครือข่ายการเรียนรู้ออกกำลังกายด้านพัฒนา อย่างยั่งยืนสำหรับสถาบันการศึกษาของประเทศไทย โดยสร้างโอกาสทางการเรียนรู้ให้แก่นักเรียน นักศึกษา ในการเรียนรู้และลงมือปฏิบัติจริง จากกิจกรรม TSX Youth Awards และชุมชนท้องถิ่น ภายใต้ บจก.ประชาธิปไตยสามัคคี
- วิศวกรรมเพื่อสังคม (ประเทศไทย) เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- เป็นศูนย์กลางเครือข่ายนักเรียน นิสิต นักศึกษา CLMV ที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย โดยขยายความร่วมมือไปสู่สถาบัน การศึกษาทั้งโรงเรียนและหน่วยงานกองกิจการนักศึกษากว่า 50 มหาวิทยาลัยทั่วประเทศ เพื่อสร้างและรวบรวมฐานข้อมูล นักเรียน นักศึกษาจาก CLMV และเปิดโอกาสให้นักศึกษา ได้มีส่วนร่วมต่อกิจกรรมต่าง ๆ จากเครือข่ายไทยเบฟ เพื่อสร้าง การรับรู้และสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นต่อองค์กร

โครงการเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่คุ้งบางกะเจ้า (OUR Khung Bang Kachao)

ริเริ่มโดยมูลนิธิชัยพัฒนา และได้รับความร่วมมือจากองค์กรชั้นนำกว่า 34 องค์กร เพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่สีเขียวคุ้งบางกะเจ้า โดยมี การบูรณาการการพัฒนาพื้นที่สีเขียว และชุมชนคุ้งบางกะเจ้าควบคู่กัน ให้เติบโต แข็งแรง เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (Green Growth) ใน 3 ด้านหลัก คือ สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม วัฒนธรรม ยกระดับคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมของชุมชนในพื้นที่ คุ้งบางกะเจ้าให้ดีขึ้น พร้อมเป็นต้นแบบในการพัฒนาชุมชนพื้นที่สีเขียว ในเมืองของประเทศไทย เพื่อสืบสานพระราชปณิธานพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร และดำเนินการตามแนวพระราชดำริสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี รวมถึง แนวทางการดำเนินงานของมูลนิธิชัยพัฒนาในการพัฒนาพื้นที่สีเขียว คุ้งบางกะเจ้า โครงการระยะเวลา 5 ปี (พ.ศ. 2562 - 2567)



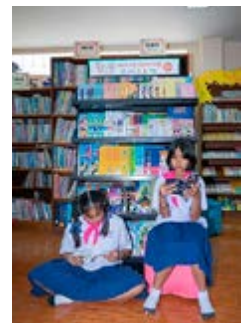
บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ในฐานะประธานคณะทำงานด้านการพัฒนาเยาวชน การศึกษาและวัฒนธรรม มีเป้าหมายในการอนุรักษ์วิถีชุมชนโดยถ่ายทอดให้กับคนรุ่นใหม่และยกระดับการศึกษา รวมทั้งการเสริมทักษะที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน โดยมุ่งพัฒนาใน 2 ด้านหลัก คือ

1. การร่วมพัฒนาพื้นที่สีเขียว จำนวนรวม 400 ไร่ สนับสนุนงบประมาณบริหารจัดการพื้นที่สีเขียว ที่อยู่ในเขตตำบลบางกระสอน 3 แปลง รวมจำนวน 20.89 ไร่ ในปี 2562
2. การพัฒนาเยาวชน การศึกษาและวัฒนธรรมกับโรงเรียนภายในเขตพื้นที่กิ่งบางกะเจ้า จำนวน 11 โรงเรียน โดยมีเป้าหมายการพัฒนาทักษะ 5 ด้าน ขับเคลื่อน 10 โครงการ
 - 2.1 ทักษะชีวิต: เสริมทักษะที่จำเป็นในการใช้ชีวิตประจำวันของเยาวชน เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของเยาวชน
 - โครงการตะโกน โยน ยืน: ให้ความรู้การทำ CPR เบื้องต้น
 - โครงการส่งเสริมการออม
 - 2.2 ทักษะอาชีพ: เสริมทักษะทำมาค้าขายเพื่อความยั่งยืน
 - โครงการปราชญ์เพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรม
 - โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประจำโรงเรียน OTOP Junior
 - โครงการ Chang Football Clinic
 - 2.3 การเป็นคนดี: สร้างความยั่งยืนควบคู่คุณธรรม
 - โครงการโรงเรียนวิถีพุทธ



- 2.4 ทักษะการศึกษา: ยกระดับการเรียนรู้ควบคู่การพัฒนาพื้นที่สีเขียวบางกะเจ้า
 - โครงการยกระดับการเรียนรู้เพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา O-NET
- 2.5 แผนชุมชน: สร้างรากฐานการพัฒนาชุมชน โดยเยาวชนกิ่งบางกะเจ้า
 - โครงการจัดทำแผนชุมชนโดยเยาวชน: การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ที่มาของโรงเรียน วัดประจำโรงเรียน และบริบทสิ่งแวดล้อมโดยรอบชุมชน โดยใช้หลัก “บวร” บ้าน วัด โรงเรียน

โครงการส่งเสริมความรู้ สร้างความสุข



ไทยเบฟ ร่วมกับบริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) และได้รับการสนับสนุนจากกระทรวงศึกษาธิการ พร้อมเครือข่ายพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน ผนึกกำลังเพื่อร่วมกันสร้างรากฐานแห่งการอ่านที่ดีสู่การพัฒนาการศึกษาของเด็กไทย ตั้งแต่ปี 2561 จนถึงปี 2563 รวม 3 ปี ดำเนินการครอบคลุมทั่วประเทศไทย 77 จังหวัดตามเป้าหมายแล้ว มีโรงเรียนเข้าร่วม 160 โรงเรียน หนังสือเข้าถึงนักเรียนทั้งโรงเรียน 119,833 คน มีสมาชิกในชมรมรักการอ่าน 19,124 คน โดยในปี 2563 นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการมีผลการเรียนดีขึ้น 75% ใช้ผลเฉลี่ยเทอมที่ 2 ปีการศึกษา 2562 เมื่อเทียบกับเทอมที่ 1 ปีการศึกษา 2563

ปี 2563 มอบหนังสือให้กับโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ 51 โรงเรียน โรงเรียนละ 1,000 เล่ม ชันวางหนังสือจำนวน 3 ชุด สมุดบันทึกการอ่าน 100 เล่ม ต่อโรงเรียน และจัดกิจกรรม “การอ่านวันละ 15 นาที” จัดตั้งชมรม “รักการอ่าน” ให้มีกิจกรรมจดบันทึกคะแนนในสมุดบันทึกการอ่าน รวมถึงจัดกิจกรรม “พลังนิทานกระตุ้นพลังสร้างสรรค์” ติดตามข่าวสารของโครงการได้ที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Happy Read

ลำดับ	ปีการศึกษา	ปีที่จัด	จำนวนโรงเรียน (แห่ง)	จำนวนครูดูแลชมรม (คน)	จำนวนนักเรียนร่วมชมรม (คน)	ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนดีขึ้น โดยวัดจากผลการเรียนเทอม 1 เทียบกับเทอม 2 และเทียบระหว่างปีเฉพาะวิชาภาษาไทย
1	2561	ปีที่ 1	52	93	7,632	62%
2	2562	ปีที่ 2	57	97	7,582	74%
3	2563	ปีที่ 3	51	102	3,910	75%
		รวม	160	292	19,124	-



ASEAN Youth Speech Contest และ C asean Youth Forum

การประกวดสุนทรพจน์เยาวชนอาเซียน มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ นักเรียน นิสิต นักศึกษา ในประเทศอาเซียน อายุระหว่าง 15 - 25 ปี ได้มีโอกาสแสดงมุมมองและแนวคิดต่อประเด็นต่าง ๆ ในสังคมได้ โดยมีเป้าหมายมุ่งเน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืนในภูมิภาคอาเซียน จากการจัดประกวดทั้ง 3 ครั้งในปี 2564 นั้น มีเยาวชนจากทั่วทั้งภูมิภาคอาเซียนสมัครเข้าร่วมการประกวดกว่า 280 คน

วันที่จัด	หัวข้อ	ผู้ได้รับรางวัล
30 เมษายน 2564	"From Self to Sustainable Society"	ชนะเลิศ: Ms. Vania Safira Evanti (ฟิลิปปินส์) รองชนะเลิศอันดับ 1: Mr. Rey Abraham (อินโดนีเซีย) รองชนะเลิศอันดับ 2: Ms. Denise Ysabelle Muyco Alvarez (ฟิลิปปินส์) Mr. Kim Angelo P. Umayam (ฟิลิปปินส์)
5 สิงหาคม 2564 เนื่องในการเฉลิมฉลอง 54 ปี การก่อตั้งอาเซียน	"From Recovery to Resilience of ASEAN"	ชนะเลิศ: Ms. Phatteeaya Yongsanguanchai (ไทย) รองชนะเลิศอันดับ 1: Mr. John Jared Bañega Garcia (ฟิลิปปินส์) รองชนะเลิศอันดับ 2: Ms. Meng Molinna (กัมพูชา)
2 ตุลาคม 2564 ในงาน Thailand Sustainability Expo 2021	"Do More Together"	ชนะเลิศ: Mr. Rex Michael T. Ugpay (ฟิลิปปินส์) รองชนะเลิศอันดับ 1: Jerikka Nicole Acelo (ฟิลิปปินส์) รองชนะเลิศอันดับ 2: Saranchana Ramyananda (ไทย)



นอกจากนี้ เนื่องในโอกาสการเฉลิมฉลอง 54 ปี การก่อตั้งอาเซียน วันที่ 8 สิงหาคม 2564 ศูนย์ C asean ได้จัดงาน C asean Forum Youth “ASEAN Future: From Dreamers to Doers” ในรูปแบบออนไลน์ขึ้น เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับเยาวชนอาเซียนในการคิดริเริ่มและลงมือปฏิบัติเพื่อพัฒนาสังคมและภูมิภาค โดยมีวิทยากรเยาวชนที่ทำงานในหลากหลายด้านเป็นผู้ร่วมแบ่งปันประสบการณ์ ประกอบด้วย

- **Community Engagement Doer:**
Mr. Iswandhy Ahmad, Member of Brunei Legislative Council (Young Parliamentarian & NGO Volunteer) จากบรูไนดารุสซาลาม
- **Educational Doer:**
Mohd Asyraf Bin Abd Hamid, Co-Founder of Identify Identity Project จากมาเลเซีย
- **Social Doer:**
Ms. Nicky Clara, Disability Womenpreneur จากอินโดนีเซีย
- **Environmental Doer:**
Aminta Permpoonwiwat, Thailand’s representative at UN Youth4Climate: Driving Ambition 2021 จากประเทศไทย

Empowering Partnership for Sustainability Virtual Forum

จัดในรูปแบบออนไลน์ โดย ศูนย์ C asean ร่วมกับ Centre for Asian Philanthropy and Society (CAPS) เขตปกครองพิเศษฮ่องกง เพื่อนำเสนอแนวทางให้กับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนทั่วทั้งเอเชีย ในการสร้างความร่วมมือจากหลากหลายภาคส่วนเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม มีผู้เข้าร่วมจากองค์กรต่าง ๆ ทั่วเอเชียกว่า 170 คน โดยกิจกรรมประกอบด้วย

- รายงานล่าสุดของ CAPS เรื่อง Public-Private Partnership for Social Good
- การเสวนาโดยผู้บริหารจาก บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และมูลนิธิไอวีแอล กับบทบาทของภาคเอกชนในการดำเนินงานและการสร้างความร่วมมือ เพื่อต่อยอดคุณค่าให้เกิดประโยชน์แก่สังคมในหลากหลายมิติ
- เรื่องราวจากกรณีศึกษาโดยผู้ขับเคลื่อนภาคสังคมจากหลากหลายประเทศในเอเชีย ซึ่งทุกคนล้วนมีบทบาทในการสร้างความร่วมมือสู่การพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน



Welcome Remarks

Mr. Thapana Sirivadhanabhakdi

President and CEO, Thai Beverage Public Company Limited



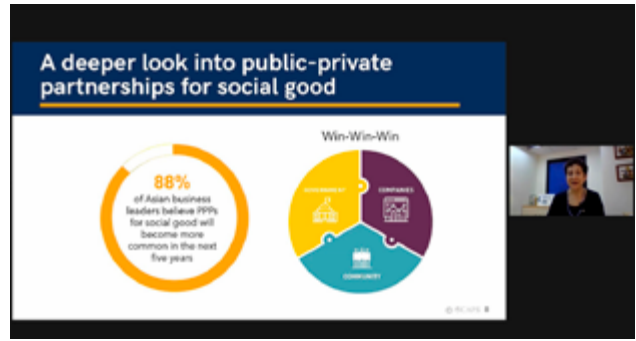
Opening Remarks

Mr. Ronnie C. Chan

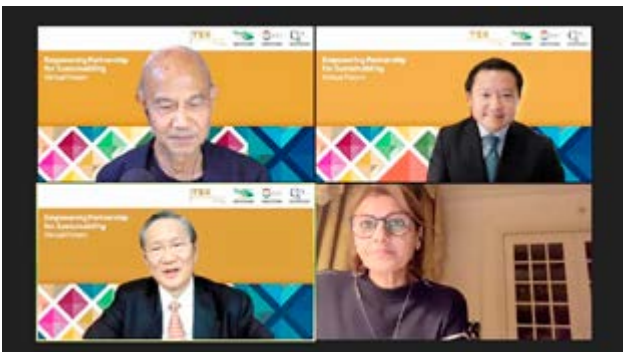
Chair, Hang Lung Properties Limited
Co-Founder and Chair, Centre for Asian Philanthropy and Society (CAPS)



Private Sector Steps Up: Social Investment Trends across Asia
Dr. Ruth A. Shapiro
 Co-Founder and Chief Executive, Centre for Asian Philanthropy and Society (CAPS)



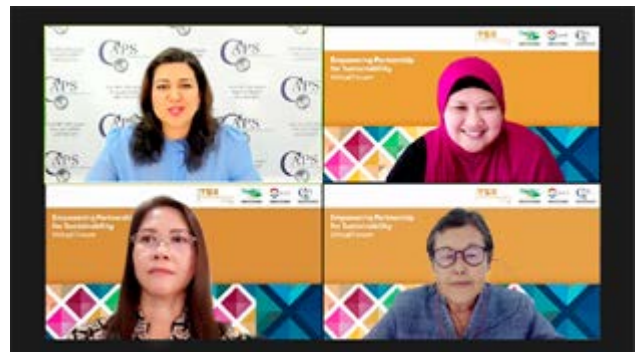
Key Takeaway Summary
Mrs. Tongjai Thanachanan
 Managing Director, C asean



Beyond the Bottom Line - A CEO Conversation

- **Mr. Chartsiri Sophonpanich**
 President, Bangkok Bank Public Company Limited
- **Mrs. Suchitra Lohia**
 Deputy Group CEO, Indorama Ventures Public Company Limited Chairperson, IVL Foundation
- **Mr. Thapana Sirivadhanabhakdi**
 President and CEO, Thai Beverage Public Company Limited

Moderator: Mr. Suthichai Yoon



Winning Strategies: Examples from the Field

- **Ms. Shahnaz Al-Sadat**
 Chairperson, LeapEd Services – Malaysia
- **Ms. Veronica Gabaldon**
 Executive Director, Philippines Disaster Resilience Foundation – Philippines
- **Mrs. Tivaporn Srivarakul**
 Managing Director, Pracharath Rak Samakkee Kanchanaburi (Social Enterprise) – Thailand

Moderator: Ms. Mehvesh Mumtaz Ahmed

ตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

โครงการดังกล่าวสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals) ดังนี้



- โครงการให้ทุนการศึกษาบุตรพนักงาน
- โครงการสานอนาคตการศึกษา (Connext ED)
- โครงการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสังคม (Beta Young Entrepreneur)
- โครงการโรงเรียนร่วมพัฒนา (Partnership School)
- โครงการครูเจ้าฟ้ากรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์
- โครงการ Education Institute Support Activity (eisa)



- โครงการสานอนาคตการศึกษา (Connext ED)
- โครงการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสังคม (Beta Young Entrepreneur)
- โครงการเสริมสร้างคนรุ่นใหม่เพื่อสร้างชุมชนดีมีรอยยิ้ม



- โครงการประชารัฐรักสามัคคี
- โครงการ ASEAN Youth Showcase 2020: Advancing Social Entrepreneurship

ก้าวสู่ปี 2568

ภาพรวมการดำเนินงานโครงการการพัฒนาการศึกษาในปี 2564



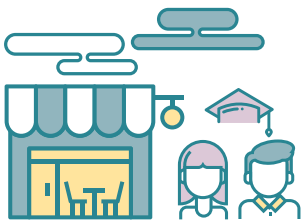
สนับสนุนทุนบุตรพนักงาน
จำนวน **1,138 ทุน**
เป็นเงินทั้งสิ้น
6,907,000 บาท



Connex ED
นักเรียนที่ได้รับประโยชน์จากโครงการ
ทำมาค้าขายกว่า **13,000 คน**
และนักเรียนที่ทำบัญชีครัวเรือนกว่า
18,000 คน



ปี 2563 OTOP Junior
มากกว่า **300 ชมรม**
317 โรงเรียน
56 จังหวัดทั่วประเทศ



โครงการทำมาค้าขาย
จาก **263 โรงเรียน** ใน **44 จังหวัด**
สร้างรายได้กว่า
2,200,000 บาท



โครงการ Beta Young Entrepreneur
มีนักศึกษาที่จบจากโครงการแล้ว 7 รุ่น
รวม **179 คน**

โครงการ Beta Young Entrepreneur นักศึกษาที่จบจากโครงการแล้ว

75% สามารถมีธุรกิจของตนเองหรือสานต่อของครอบครัว

25% เข้าทำงานในบริษัทชั้นนำรวมถึงไทยเบฟด้วย



โครงการเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่คิงบางกะเจ้า

พัฒนาพื้นที่สีเขียวรวม **400 ไร่**
ภายใน **11 โรงเรียน** ขับเคลื่อน **10 โครงการ**



โครงการส่งความรู้ สร้างความสุข

ดำเนินการครอบคลุมทั่วประเทศ **77 จังหวัด**
จำนวน **160 โรงเรียน**
นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการมีผลการเรียนดีขึ้น

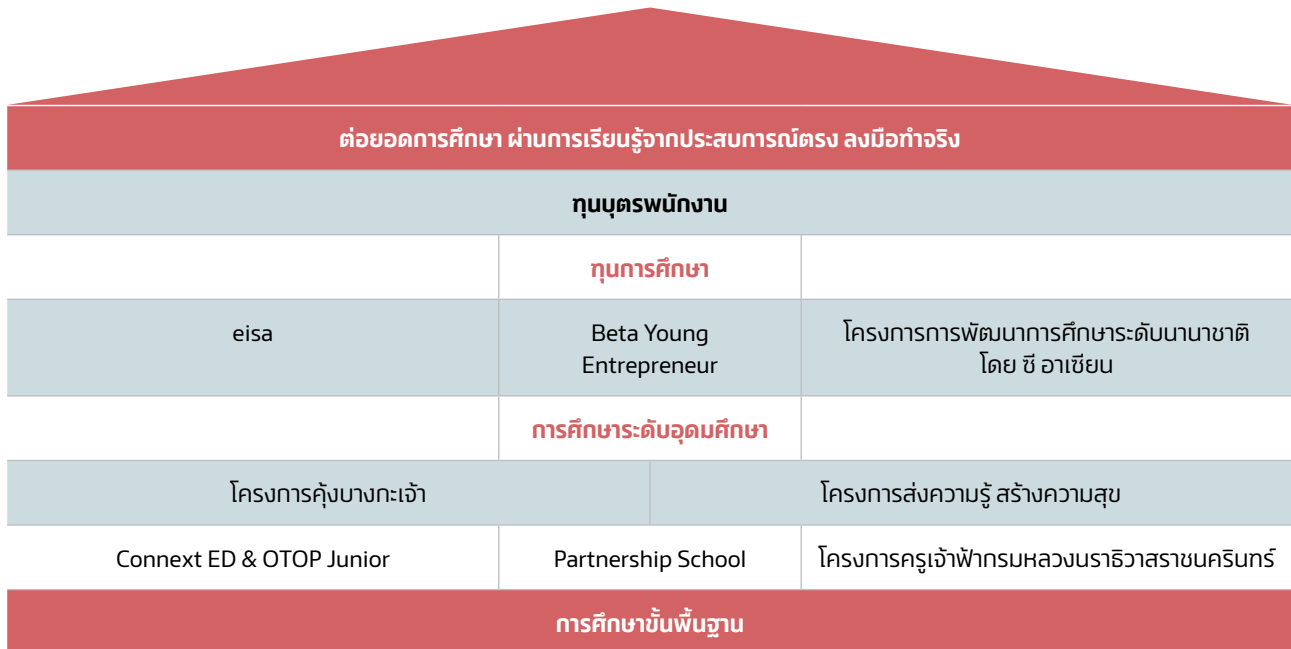
75%

*ใช้ผลคะแนนเฉลี่ย
เทอมที่ 2/2562
เทียบกับเทอมที่ 1/2563



ทิศทางการดำเนินงาน

ตลอดระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา ไทยเบฟยังคงมุ่งมั่นสานต่อโครงการพัฒนาการศึกษาอย่างต่อเนื่องในหลากหลายมิติ ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ครอบคลุมนักเรียนทุกระดับชั้น



มุ่งหวังที่จะเพิ่มพูนความรู้ ต่อยอดการศึกษาให้กับเด็กนักเรียน ทั้งในด้านทักษะอาชีพ ทักษะชีวิต โดยมุ่งเน้นการมอบโอกาสทางการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายทอดเรื่องราว ประสบการณ์จากบุคลากรของไทยเบฟหรือผู้เชี่ยวชาญจากเครือข่ายต่าง ๆ เช่น ราษฎรชาวบ้าน ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ บุคลากรจากมหาวิทยาลัยในพื้นที่ ครูสอนดนตรีจากมูลนิธิหลวงประดิษฐไพเราะ (ศร ศิลปบรรเลง) หรือนักฟุตบอลมืออาชีพจากสโมสรชื่อดัง อีกทั้งยังมีเวทีให้นักเรียนได้แสดงความสามารถ เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และเปิดโลกทัศน์ กระตุ้นให้ตื่นรู้สถานการณ์รอบตัวให้ก้าวทันเรื่องรอบตัวใหม่ ๆ ตลอดจนปลูกฝังคุณลักษณะด้านคุณธรรม จริยธรรม การมีความรับผิดชอบต่อสังคม การมีน้ำใจเป็นนักกีฬา การทำงานเป็นทีม การทำงานร่วมกับชุมชน รวมถึงการรักษา ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งนี้ ทักษะเหล่านี้มีเพียงแต่จะเป็นรากฐาน ให้เด็กและเยาวชนมีพัฒนาการในการศึกษาเล่าเรียน แต่ยังคงเปิด ประสบการณ์การเรียนรู้ การคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา และที่สำคัญเด็ก ๆ สามารถนำความรู้ไปปฏิบัติ ค้นพบตนเอง เกิด แรงบันดาลใจในการนำความรู้ทั้งในและนอกห้องเรียนไปต่อยอดในการศึกษาเพิ่มเติม หรือพัฒนาเป็นอาชีพในอนาคต ในการดำเนินชีวิตที่มีคุณภาพต่อไป

ทั้งนี้ ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในปีที่ผ่านมามาถึงแม้ว่าจะเป็นสถานการณ์ที่ต่อเนื่อง ยังคงสร้างผลกระทบและความเปลี่ยนแปลงทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม สร้างความท้าทายให้กับทุกภาคส่วนในทุกระดับ ไทยเบฟตระหนักดีว่า องค์ความรู้หรือทักษะต่าง ๆ ได้ถูกนำไปประยุกต์ใช้โดยเด็ก ๆ หรือนักศึกษา เพื่อปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงจากสถานการณ์วิกฤต

ไทยเบฟตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษา ซึ่งถือเป็นความท้าทายที่ไม่สามารถทำได้เพียงลำพัง เพียงองค์กรหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง แต่ต้องอาศัยความร่วมมือกับทุกภาคส่วน ดังนั้น ไทยเบฟจะมีเพียงแต่ดึงศักยภาพของบุคลากรภายในองค์กรเท่านั้น แต่จะผนึกกำลังกับองค์กรเครือข่าย ในการนำประสบการณ์ ความรู้ มาแลกเปลี่ยนและแบ่งปัน ถอดบทเรียนจากประสบการณ์ที่ผ่านมา รวมถึงความสำเร็จ เพื่อขยายผลไปยังโรงเรียนและพื้นที่อื่น ๆ ตลอดจนเชื่อมโยงการทำงานกับโครงการรับผิดชอบต่อสังคม ในอีก 4 ด้าน คือ ด้านสาธารณสุข ด้านกีฬา ด้านศิลปะและวัฒนธรรม และด้านการพัฒนาสังคม เชื่อมโยงชุมชนในพื้นที่ที่มีการดำเนินโครงการเหล่านี้ของไทยเบฟอยู่ เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรม

การพัฒนาด้านสาธารณสุข

การพัฒนาด้านสาธารณสุขเป็นสิ่งที่ไทยเบฟตระหนักและให้ความสำคัญตามเจตนารมณ์ที่จะร่วมสนับสนุนและพัฒนากิจกรรมด้านสาธารณสุขเพื่อสังคมและชุมชนอย่างต่อเนื่อง ทั้งการสนับสนุนกิจกรรมขององค์กร มูลนิธิ หรือหน่วยงานทางด้านสาธารณสุขต่าง ๆ เพื่อร่วมผลักดันและขับเคลื่อนการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของแต่ละองค์กรที่มุ่งหวังให้ประชาชนมีสุขภาพที่ดี มีความรู้ในการป้องกันโรค และการดูแลสุขภาพของตนเอง สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนที่ยั่งยืนของสหประชาชาติอันได้แก่ การมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Good Health and Well-being)



2564 การกิจสำคัญ

โรงพยาบาลสถาบันโรคไตภูมิราชนครินทร์

โรงพยาบาลชั้นนำของเอเชียในการดูแลรักษาผู้ป่วยโรคไตอย่างครบวงจร รวมถึงผู้ป่วยแผนกอายุรกรรมทั่วไป เปิดให้บริการตั้งแต่เดือนกันยายน 2555 โดยมีคณะแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางและทีมพยาบาลที่มีประสบการณ์สูง โดยโรงพยาบาลสถาบันโรคไตภูมิราชนครินทร์ ได้พัฒนาด้านการวิจัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันการเกิดภาวะไตวายเรื้อรัง รวมทั้งเผยแพร่ความรู้วิธีการป้องกัน แนวทางการรักษา และเคล็ดลับการดูแลสุขภาพผู้ป่วยที่มีปัญหาโรคไตได้มีความรู้และความเข้าใจที่ดี สามารถอยู่กับภาวะที่เป็นอยู่และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ปัจจุบันมีจำนวนผู้ป่วยที่มาพอกเลือดยด้วยเครื่องไตเทียม มากถึง 358,264 รอบ และดำเนินการปลูกถ่ายไต ตั้งแต่ปี 2562 จนถึงปัจจุบันสำเร็จแล้วเป็นจำนวน 80 ราย

และในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โรงพยาบาลสถาบันโรคไตภูมิราชนครินทร์ ตระหนักถึงความสำคัญในการฉีดวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19 ซึ่งจะช่วยสร้างภูมิคุ้มกันหมู่เพื่อหยุดยั้งการแพร่ระบาดได้โดยเร็ว จึงได้จัดตั้งศูนย์บริการฉีดวัคซีนแก่บุคลากรด่านหน้าที่มีหน้าที่ในการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 รวมถึงประชาชนทั่วไป



มูลนิธิหัวใจแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์



คุณฐาปน สิริวัฒนภักดี ในฐานะกรรมการมูลนิธิหัวใจแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ตระหนักและให้ความสำคัญในการเผยแพร่ความรู้และสนับสนุนกิจกรรม ในภารกิจหลัก 3 ด้านของมูลนิธิ ได้แก่

1. การช่วยชีวิตขั้นพื้นฐาน CPR
 2. โครงการหลัก 3 อ.ดีต่อใจ (อาหาร อารมณ์ ออกกำลังกาย)
 3. โครงการกระโดดเชือก ทางเลือกเยาวชน พันโรคหัวใจ
- มาอย่างต่อเนื่อง อาทิ ร่วมสนับสนุนการจัดกิจกรรมสนทนาออนไลน์ ในหัวข้อ “เพราะหัวใจคือชีวิต” เนื่องในวันหัวใจโลก 29 กันยายน 2563

และยังมีกิจกรรมบรรยายผ่านทางออนไลน์ Work from Home อย่างไร ภายใจ แข็งแรง เพื่อให้พนักงานในเครือที่ปฏิบัติงานที่บ้าน (Work from Home) ได้ร่วมรับฟัง โดยได้รับเกียรติจาก

ดร.ฉัตรภา หัตถโกศล คณะอนุกรรมการโครงการอาหารไทยหัวใจดี มูลนิธิหัวใจแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ เป็นวิทยากรบรรยายในหัวข้อ “ปรับไลฟ์สไตล์ เสริมภูมิคุ้มกันโควิด-19” เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2564



นอกจากนี้ไทยเบฟยังได้ให้การสนับสนุนการจัดงานมหกรรมสุขภาพออนไลน์ “Healthcare 2021 วัคซีนประเทศไทย” ซึ่งจัดโดยเครือมติชน และได้เชิญคุณเขตนกัณฑ์ จุลจิรวัดน์ วิทยากรสอนการช่วยชีวิตขั้นพื้นฐานจากมูลนิธิหัวใจแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ บรรยายในหัวข้อ “CPR New Normal” เพื่อประชาสัมพันธ์และสอนวิธีการช่วยชีวิตขั้นพื้นฐานอย่างถูกต้องและปลอดภัยในยุค New Normal โดยมีการเผยแพร่ในรูปแบบไลฟ์ สตรีมมิ่ง บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กเครือมติชน ข่าวสด ประชาชาติธุรกิจ และยูทูปมติชนทีวี เมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2564

ข้างคลินิกเวชกรรม



เป็นเวลากว่า 15 ปี นับตั้งแต่ปี 2549 ที่ “ข้างคลินิกเวชกรรม” คลินิกเพื่อช่วยเหลือประชาชนด้านการแพทย์ได้เป็นส่วนหนึ่ง ในการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่ประชาชนในชุมชนรอบโรงงาน เขตจังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดใกล้เคียง ให้มีโอกาสเข้าถึง การรักษา และได้รับการดูแลจากสถานพยาบาลที่มีประสิทธิภาพ ภายใต้ปณิธานของคุณเจริญ และคุณหญิงวรรณ สิริวัฒนภักดี ประธานและรองประธานกรรมการบริษัทฯ ที่ดำรงไว้ตั้งแต่เมื่อครั้ง ก่อตั้งว่า “คนไทยให้กันได้” โดยมีแพทย์เฉพาะทางจากทั่วประเทศ

หลากหลายสาขา อาทิ โรคกระดูกและข้อ โรคหัวใจ โรคระบบ ทางเดินอาหาร ฝังเข็ม-แพทยผสมผสาน และอื่น ๆ หนุนเวียน มาตรวจสุขภาพของพี่น้องประชาชนเป็นประจำ โดยเปิดให้บริการ ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันเสาร์ ระหว่างเวลา 08.00 - 17.00 น. นอกจากนี้ให้บริการทางการแพทย์แล้ว ยังมีหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ เพื่อช่วยเหลือ และให้บริการตรวจรักษาฟรีแก่ประชาชนในพื้นที่ ใกล้เคียงอย่างต่อเนื่อง

โครงการหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ จังหวัดกำแพงเพชร



ไทยเบฟผสานความร่วมมือทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญโรงพยาบาล จุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย ร่วมด้วยหน่วยงานสาธารณสุข จังหวัดกำแพงเพชร จัดโครงการหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ ให้บริการ ตรวจสุขภาพประชาชนฟรี ในการตรวจมะเร็งลำไส้ใหญ่และ ลำไส้ตรง ตรวจวินิจฉัยโรคไขมันเกาะตับ ให้กับพี่น้องประชาชน

ในจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งเป็นการป้องกันโรคก่อนเกิดโรคเพื่อ ลดอัตราการเสียชีวิต และยังเป็น การสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่ ชุมชนจังหวัดกำแพงเพชร ให้มีโอกาสดูแลสุขภาพและ ได้รับการดูแลจากสถาบันพยาบาลที่มีประสิทธิภาพ ภายใต้ ปณิธาน “คนไทยให้กันได้”

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

การดูแลและการช่วยเหลือสังคมและภาคีเครือข่าย ในสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 กลุ่มไทยเบฟตระหนักและให้ความสำคัญกับสถานการณ์ดังกล่าว ที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพและความปลอดภัยของประชาชนเป็นอย่างยิ่ง จึงได้ดำเนินการเพื่อสนับสนุนทุกภาคส่วน ในการขับเคลื่อนมาตรการต่าง ๆ และประสานความช่วยเหลือไปยังบุคลากรทางการแพทย์ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน พันธมิตรทางธุรกิจ ทุกภาคส่วน รวมถึงพนักงานของกลุ่มในทุกระดับมาอย่างต่อเนื่อง อาทิ ส่งมอบผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดจากแอลกอฮอล์ หน้ากากอนามัย Surgical mask และหน้ากากอนามัย N95 รวมไปถึงสิ่งของจำเป็น อาทิ ผ้าไหม น้ำดื่ม ไปยังโรงพยาบาล โรงพยาบาลสนาม หน่วยงานสาธารณสุขทั่วประเทศ และหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลในเรื่องสถานการณ์โรคโควิด-19 ซึ่งไทยเบฟได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อดูแลและแบ่งเบาภาระให้กับบุคลากรทางการแพทย์ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้รวมการส่งมอบแอลกอฮอล์แล้วกว่า 1.4 ล้านลิตร หน้ากาก Surgical Mask มากกว่า 9.3 ล้านชิ้น และหน้ากาก N95 มากกว่า 240,000 ชิ้น

มอบอุปกรณ์ทางการแพทย์และชุดตรวจหาเชื้อ COVID-19 Antigen test kit

ไทยเบฟได้ร่วมกับมูลนิธิสิริวัฒนภักดี มอบอุปกรณ์ทางการแพทย์ รวมมูลค่ากว่า 10.2 ล้านบาท ให้กับโรงพยาบาลนุชราคม ซึ่งเป็นโรงพยาบาลสนามที่รักษาผู้ป่วยติดเชื้อโรคโควิด-19 ที่มีอาการน้อยถึงปานกลาง นอกจากนี้ยังได้ส่งมอบชุดตรวจหาเชื้อ COVID-19 Antigen test kit (self-test) จำนวน 10,000 ชุด ให้กับสำนักงานตำรวจแห่งชาติ เพื่อนำไปใช้ในการคัดกรองตรวจหาเชื้อ COVID-19 อีกด้วย

สนับสนุนกองทุนชัชพัฒนาสุภกิจโรคโควิด-19

ไทยเบฟให้การสนับสนุนกองทุนชัชพัฒนาสุภกิจโรคโควิด-19 (และโรคระบาดต่าง ๆ) โดยได้มอบเงิน จำนวน 12 ล้านบาท เพื่อนำไปจัดซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ อาทิ เครื่อง High Flow Oxygen Generators ซึ่งเป็นอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีความจำเป็นและสำคัญในการช่วยชีวิต ผู้ป่วยภาวะหายใจล้มเหลว หรือมีภาวะพร่องออกซิเจน รวมถึงสนับสนุนผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดจากแอลกอฮอล์ หน้ากากอนามัย (Surgical mask) หน้ากากอนามัย N95 และน้ำดื่ม เพื่อส่งมอบความช่วยเหลือไปยังโรงพยาบาล สนามและโรงพยาบาลต่าง ๆ ทั่วประเทศ

สนับสนุนการจัดทำกรมธรรม์ประกันภัยคุ้มครองการติดเชื้อโรคโควิด-19 สำหรับบุคลากรทางการแพทย์

ไทยเบฟ ร่วมกับมูลนิธิสิริวัฒนภักดี และมูลนิธิธรรมภิบาลทางการแพทย์ สนับสนุนการจัดทำกรมธรรม์ประกันภัยคุ้มครองการติดเชื้อ (โรคโควิด-19) สำหรับบุคลากรทางการแพทย์ รวมถึงเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทั่วประเทศ จำนวน 274,000 คน ซึ่งมีทุนประกันรวมทั้งสิ้นกว่า 5,400 ล้านบาท ผ่านศูนย์ปฏิบัติการ ศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 (ศปก.ศบค.) เพื่อช่วยคุ้มครองและเป็นหลักประกันทางสุขภาพ และร่วมสร้างขวัญกำลังใจให้กับทีมแพทย์และบุคลากรด้านสาธารณสุข



โครงการ “โออิชิ ให้ สู้ภัย COVID-19”

ไทยเบฟ ร่วมกับ บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ดำเนินโครงการ “โออิชิ ให้ สู้ภัย COVID-19” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 เพื่อมอบผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องดื่มโออิชิ น้ำดื่มตราช้าง ให้กับ 7 โรงพยาบาล ประกอบด้วย โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า โรงพยาบาลศิริราช โรงพยาบาลรามธิบดี โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ โรงพยาบาลราชวิถี และสถาบันบำราศนราดูร โดยจัดส่งอาหารและน้ำดื่มบรรจุในตู้แช่เย็นที่จัดตั้งไว้ให้บริการบริเวณบอร์ดผู้ป่วยติดเชื้อโรคโคโรนา-19 เพื่ออำนวยความสะดวกแก่บุคลากรทางการแพทย์ โรงพยาบาล เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และผู้ที่เกี่ยวข้องในการดูแลผู้ป่วย



มอบตู้แช่จัดเก็บวัคซีน

ไทยเบฟ ร่วมกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ส่งมอบตู้แช่เพื่อจัดเก็บวัคซีนโควิด-19 ให้กับสถานพยาบาลใน 10 จังหวัดหลัก เพื่อนำไปจัดเก็บวัคซีนโควิด-19 ได้แก่ โรงพยาบาลผู้สูงอายุ บางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร, โรงพยาบาลแม่สอด จังหวัดตาก, โรงพยาบาลบางเลน จังหวัดนครปฐม, โรงพยาบาลกลาง จังหวัดภูเก็ต, โรงพยาบาลสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี, โรงพยาบาลสมเด็จพระพุทธเลิศหล้า จังหวัดสมุทรสงคราม, โรงพยาบาลพหลพลพยุหเสนา จังหวัดกาญจนบุรี, โรงพยาบาลราชบุรี จังหวัดราชบุรี, โรงพยาบาลพุทธโสธร จังหวัดฉะเชิงเทรา และโรงพยาบาลกระบี่ จังหวัดกระบี่

จัดตั้งศูนย์ฉีดวัคซีนป้องกันโควิด-19

ไทยเบฟยังได้ประสานความร่วมมือกับหอการค้าไทย และ กรุงเทพมหานคร โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย โรงพยาบาลพระราม 9 และเฟรเซอร์ส พร็อพเพอร์ตี้ ที่ได้ให้การสนับสนุนพื้นที่ศูนย์การค้าสามย่านมิตรทาวน์ ห้างสรรพสินค้าเดอะ สตรีท รัชดา เอเซียทีก เดอะริเวอร์ฟรอนท์ ให้เป็นศูนย์การฉีดวัคซีนให้แก่บุคลากรด่านหน้าที่มีหน้าที่ในการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อโรคโคโรนา-19 รวมถึงคณะครู บุคลากรทางการศึกษา ประชาชน ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร



แบ่งปันคุณค่าให้คนทั่วโลก

ศูนย์ปฏิบัติการพิเศษในสถานการณ์โควิด-19

ไทยเบฟได้จัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการพิเศษในสถานการณ์โควิด-19 [ThaiBev COVID-19 Situation Room (TSR)] เพื่อให้เป็นศูนย์กลางในการติดตามข่าวสาร และดำรงความต่อเนื่องทางธุรกิจของกลุ่มไทยเบฟ ให้สามารถผลิตและจัดส่งสินค้าได้อย่างต่อเนื่องเพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค และดูแลความเป็นอยู่ของพนักงาน และตระหนักถึงความสำคัญของการช่วยเหลือสังคมและพันธมิตรทางธุรกิจให้สามารถฝ่าฟันข้ามสถานการณ์โควิด-19 ไปด้วยกัน



คลินิกเทคนิคการแพทย์ โพรแล็บ วิภาวดี

ไทยเบฟเล็งเห็นถึงความสำคัญของการตรวจหาผู้มีโอกาสในการติดเชื้อโควิด-19 จึงได้ดำเนินการจัดตั้งคลินิกเทคนิคการแพทย์ โพรแล็บ วิภาวดี และเปิดให้บริการเพื่อเป็นศูนย์ในการตรวจหาเชื้อเพื่อแบ่งเบาภาระภาครัฐและช่วยลดการแพร่ระบาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจคัดกรองพนักงาน ขณะเดียวกันหากหน่วยงานภาครัฐหรือประชาชนสนใจสามารถขอเข้ารับบริการโดยมีอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่าการตรวจหาเชื้อที่โรงพยาบาลเอกชนทั่วไปซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายได้ โดยข้อมูลตั้งแต่วันที่เปิดศูนย์ เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2563 จนถึงวันที่ 17 พฤศจิกายน 2564 มีผู้เข้ารับการตรวจทั้งสิ้นกว่า 112,574 คน

ความมุ่งมั่นและก้าวต่อไป

ในปีที่ผ่านมา แม้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ยังไม่คลี่คลาย ไทยเบฟก็ยังคงมุ่งมั่น “สร้างสรรค์และแบ่งปันคุณค่าจากการเติบโต” ในด้านสาธารณสุขเพื่อชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมสุขภาพอนามัยที่ดีของทุกคนในสังคมไทย เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติในด้านการส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคน (Good Health and Well-Being) ด้วยความเชื่อมั่นว่าการมีสุขภาพดี คือต้นทุนที่ดีที่สุดที่จะส่งผลให้ทุกคนสามารถสร้างสรรค์สิ่งที่ดี อันเป็นประโยชน์ต่อทั้งตนเอง สังคม และประเทศชาติ

แบ่งปันคุณค่า

โรงพยาบาลสถาบันโรคไตภูมิราชนครินทร์รู้สึกยินดีเป็นอย่างยิ่ง ที่ได้ให้บริการฉีดวัคซีนโควิด-19 แก่บุคลากรด่านหน้าที่ทำหน้าที่ในการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และประชาชนทั่วไป เพื่อให้ทุกคนได้มีภูมิคุ้มกัน และลดอาการรุนแรงหากติดโรคโควิด-19 ทั้งนี้ต้องขอขอบคุณกระทรวงสาธารณสุขที่ได้จัดสรรวัคซีนให้กับทุกคน และขอบคุณไทยเบฟที่ช่วยสนับสนุนและดูแลให้ศูนย์ฉีดวัคซีนดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ

ศ.เกียรติคุณ นพ.ธีรชัย จันทโรนัมศรี

ผู้อำนวยการโรงพยาบาลสถาบันโรคไตภูมิราชนครินทร์



รศ. นพ.เชิดชัย พนมณีจรัสเลิศ

รองผู้อำนวยการโรงพยาบาลศิริราช

คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลได้รับการสนับสนุนแอลกอฮอล์ หน้ากากอนามัย surgical mask หน้ากาก N95 และชุด PPE เพื่อให้บุคลากรทางการแพทย์ได้ใช้ในการปฏิบัติการดูแลผู้ป่วยโรคโควิด-19 ที่มีความต้องการเป็นจำนวนมาก ทำให้สามารถดูแลผู้ป่วยด้วยความมั่นใจ ปลอดภัย นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนอาหารและน้ำดื่มสำหรับผู้ป่วยและบุคลากรทางการแพทย์ เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานอย่างเข้มแข็ง ทั้งนี้โรงพยาบาลต้องขอขอบคุณทางไทยเบฟเป็นอย่างสูง ที่มีส่วนสนับสนุนให้ประเทศพ้นวิกฤตจากการระบาดของโรคโควิด-19 ครั้งนี้

การพัฒนาด้านกีฬา

ไทยเบฟดำเนินงานด้านกีฬาอย่างต่อเนื่องมานานกว่า 20 ปี กับเป้าหมายในการมีส่วนร่วมพัฒนากีฬาของชาติ ตามแนวคิด “สร้างคนด้วยกีฬา สร้างคุณค่าด้วย Sportsmanship” ทั้งในสถานการณ์ปกติ หรือภายใต้สถานการณ์ที่มีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น โดยเฉพาะกับสถานการณ์โควิด-19 ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา แต่ไทยเบฟยังคงก้าวเดินต่อไปอย่างมุ่งมั่น ในทุกโครงการที่ได้ริเริ่มดำเนินการ สู่แนวทางการพัฒนากีฬาอย่างยั่งยืน



2564 การกิจสำคัญ

ฟุตบอล

การดำเนินงานด้านกีฬาฟุตบอลที่แข็งแกร่งของไทยเบฟอย่างต่อเนื่องมานานกว่า 20 ปี ที่มีความครอบคลุมในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับเยาวชน ระดับอาชีพ ระดับชาติ จนถึงระดับสากล อันเป็นการเดินทางที่เคียงข้างกันมากับวงการฟุตบอลของไทยมาตลอดระยะเวลาดังกล่าว ได้สะท้อนให้เห็นถึงแนวทางพัฒนาที่ชัดเจน มีความเป็นไปได้ตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ ซึ่งในทุกโครงการมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่อง และสามารถต่อยอดสู่ความสำเร็จให้ปรากฏเป็นจริงได้อย่างชัดเจน

9 โครงการหลักและอีกหลายโครงการย่อยในระดับเยาวชนอันแข็งแกร่ง ที่ไทยเบฟได้ดำเนินการและพัฒนาอย่างจริงจังรวมถึงการสนับสนุนวงการฟุตบอลในระดับอาชีพ ระดับชาติ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันได้ผลิตดอกออกผล สร้างความสำเร็จ สร้างความสุขให้กับคนในชาติอย่างต่อเนื่อง

โครงการกีฬาของไทยเบฟ	แนวทาง / เป้าหมาย	ความสำเร็จ / อุสรรค/ การแก้ไข ในปี 2564	
1 TBFA (ThaiBev Football Academy)	โครงการฟุตบอลเพื่อเยาวชนขึ้นพื้นฐาน โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย เพื่อให้กระจายโอกาสสู่เยาวชนอย่างกว้างขวาง รวมถึงสร้างสุขภาพที่ดี ที่สามารถพัฒนาสู่ความเป็นเลิศ และต่อยอดสู่การสร้างอาชีพ โดยได้มีการปรับปรุงและพัฒนาแนวทางการดำเนินงานอยู่เสมอ และให้สอดคล้องกับสถานการณ์โควิด-19 ในปัจจุบัน	<ul style="list-style-type: none"> 70% ของเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ มีสุขภาพที่แข็งแรง ใกล้เคียงครอบครัว มีทักษะในการเล่นฟุตบอลที่ถูกต้อง และสร้างโอกาสในการต่อยอดสู่ความสำเร็จในเส้นทางฟุตบอล จากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้การดำเนินงานและการจัดสรรงบประมาณ เป็นไปด้วยความรอบคอบ และยังช่วยให้พัฒนาขีดความสามารถของทีมงาน พัฒนาวิธีการและแสวงหาความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสม 	
2 Chang Mobile Football Clinic			
3 Chang Football Community			
4 Chang Junior Football Team	โครงการฟุตบอลเพื่อต่อยอดสู่ความสำเร็จสู่การเป็นนักฟุตบอลอาชีพ ที่ไทยเบฟต้องการผลักดันและพัฒนาประสิทธิภาพ เพื่อสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพให้กับวงการฟุตบอลไทย ให้ปรากฏเป็นจริง โดยการ	<ul style="list-style-type: none"> 30% ของเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการอย่างต่อเนื่อง สามารถพัฒนาต่อยอดสู่เส้นทางนักฟุตบอลอาชีพในระดับต่าง ๆ รวมถึงการเป็นบุคลากรสายต่าง ๆ ในวงการกีฬา ความสำเร็จในเชิงปริมาณยังคงเท่าเดิม ด้วยข้อจำกัดต่าง ๆ และได้มีการพัฒนาในเชิงคุณภาพเพิ่มมากขึ้น โครงการฟุตบอลที่ไทยเบฟได้ดำเนินการ ถือเป็นต้นแบบให้กับหลายองค์กร เพื่อร่วมกันสร้างความสำเร็จให้กับวงการฟุตบอลของชาติ ภาพลักษณ์ของช้างในวงการฟุตบอล ยังคงแข็งแกร่งในลำดับต้น ๆ ของเมืองไทย 	
5 Chang Advance Football Clinic			
6 Chang Junior Cup			
7 Chang Junior Cup – Road to England			
8 Chang Soccer School			
9 Assumption College Thonburi Football School Academy			
			<ul style="list-style-type: none"> สร้างทีมฟุตบอล ฟุตบอล ฟุตบอล เพื่อการแข่งขันแบบมืออาชีพ แสวงหาเยาวชนคุณภาพจากทุกภูมิภาคทั่วประเทศ เพื่อเข้าโครงการพัฒนาอย่างเข้มข้น สร้างทัวร์นาเมนต์เพื่อสร้างประสบการณ์ และสานฝันการเป็นนักฟุตบอลอาชีพ

ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 ที่เกิดขึ้นในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา มีผลให้การดำเนินโครงการฟุตบอลมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ เพื่อให้เกิดความปลอดภัยแก่บุคคลผู้ร่วมโครงการ อาทิ

- การให้ความรู้ภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติที่เหมาะสมกับสถานการณ์ผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ในช่วงที่เกิดการระบาดในวงกว้าง เพื่อให้เป็นไปตามแนวทาง และมาตรการสาธารณสุขของภาครัฐ
- การจำกัดบุคคลผู้เข้าร่วมโครงการในแต่ละพื้นที่ ให้เป็นไปตามประกาศของ ศบค.ในแต่ละช่วงเวลา
- การเพิ่มมาตรการรักษาสุขภาพอนามัย เช่น การตรวจวัดอุณหภูมิ การตรวจหาเชื้อโควิด-19 แบบ ATK ฯลฯ
- การให้ความร่วมมือกับพันธมิตรในวงการกีฬา ในการเข้ารับการตรวจหาเชื้อโควิด-19 ณ ศูนย์ตรวจโควิด

• ไทยเบฟ ฟุตบอล อคาเดมี่ (ThaiBev Football Academy)

การเข้าสู่ปีที่ 12 ของโครงการฝึกอบรมทักษะการเล่นฟุตบอล ที่ถูกต้องตามมาตรฐานสากลให้กับเยาวชน โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ยังคงดำเนินงานต่อไปท่ามกลางสถานการณ์ทางด้านสาธารณสุขที่เคร่งครัด ตามมาตรการป้องกันโควิด-19 ของรัฐ โดยไทยเบฟให้ความสำคัญทั้งในด้านการพัฒนาที่กีฬาฟุตบอล และความปลอดภัยด้านสุขภาพของเยาวชน มีการเพิ่มมาตรการด้านสาธารณสุขดูแลอนามัยและวิธีการฝึกอบรมให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อความต่อเนื่องในการพัฒนาที่กีฬาฟุตบอลให้กับเยาวชน

• โครงการช้าง โมบายล์ ฟุตบอล คลินิก (Chang Mobile Football Clinic)

ปีที่ 8 ของ Chang Mobile Football Clinic ซึ่งเป็นโครงการกระจายโอกาสในการให้ความรู้ด้านกีฬาฟุตบอลแก่เยาวชนในพื้นที่ห่างไกล ซึ่งเป็นความแข็งแกร่งของโครงการที่ได้ดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง จนเป็นต้นแบบในการทำคลินิกฟุตบอลแบบมาตรฐานให้กับเยาวชนทั่วประเทศ โดยไทยเบฟมีเป้าหมายที่จะดำเนินโครงการอย่างทั่วถึงทั้ง 76 จังหวัด เพื่อการสร้างรากฐานที่มั่นคง สร้างแรงบันดาลใจ และช่วยสานความฝันของเยาวชนไทยทั่วประเทศที่ต้องการเป็นนักฟุตบอลอาชีพ แม้สถานการณ์การแพร่กระจายของโรคโควิด-19 จะมีผลให้ต้องปรับเปลี่ยนวิธีการและแนวทางในการดำเนินโครงการ แต่ยังคงสร้างความต่อเนื่องและเพิ่มประสิทธิภาพของโครงการ

• โครงการช้างชอคเกอร์ สกูล และโครงการช้างเผือกของโรงเรียนอัสสัมชัญธนบุรี

ทั้ง 2 โครงการ คือความร่วมมือระหว่างไทยเบฟกับโรงเรียนอัสสัมชัญธนบุรี เพื่อคัดเลือกนักฟุตบอลเยาวชนรุ่นอายุ 10 ปี ที่มีความสามารถจากทุกภูมิภาคทั่วประเทศ เข้ารับทุน “ช้างเผือก” ที่จะได้รับการศึกษาและฝึกฝนทักษะการเล่นฟุตบอลฟรี จนจบมัธยมศึกษาปีที่ 6 ซึ่งในปี 2564 มีเยาวชนเข้าร่วมโครงการกว่า 5,000 คน ทั้ง 2 โครงการมีความต่อเนื่องและแข็งแกร่ง สามารถสร้างนักฟุตบอลอาชีพที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงให้กับวงการฟุตบอลไทยมากกว่า 200 คน ในระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา นับเป็นโครงการที่สามารถสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพให้กับประเทศผ่านกีฬาฟุตบอลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และจะยังคงดำเนินการต่อไปอย่างมีพัฒนาการและมีแบบแผน



กอล์ฟ

กอล์ฟคือหนึ่งในกีฬาสำคัญที่ไทยเบฟเล็งเห็นว่า จะทำให้เกิดการพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพให้กับสังคมไทย ด้วยกอล์ฟเป็นกีฬาที่ต้องใช้สมาธิควบคุมจิตใจและความชำนาญ จากการดำเนินงานมานานกว่า 10 ปี กับ 3 โครงการสำคัญ ที่ระบบการพัฒนายอย่างเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน

โครงการ	แนวทาง / เป้าหมาย	ความสำเร็จ / อุปสรรค / การแก้ไข ในปี 2564
1 Chang Thailand Junior Golf Circuit	การแข่งขันกอล์ฟในระดับเยาวชนรุ่นอายุต่าง ๆ เพื่อสร้างประสบการณ์และรากฐานที่แข็งแกร่ง	มีนักกอล์ฟเข้าร่วมการแข่งขัน 1,000 คนต่อปี ซึ่งมีแนวโน้มมากขึ้นทุกปี (เฉพาะในปี 2564 ไม่มีการแข่งขันเนื่องจากสถานการณ์โควิด-19)
2 Chang Thailand Junior Golf Clinic	การอบรมเทคนิคการเล่นกอล์ฟให้กับเยาวชนที่ได้รับการคัดเลือกจาก Golf Circuit โดยโปรกอล์ฟระดับโลก	โครงการที่มีประสิทธิภาพ จนได้รับการยอมรับจากนักกอล์ฟที่เข้าร่วมโครงการ (ในปี 2564 ไม่มีการจัด เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19)
3 ThaiTalent Golfers	การคัดเลือกนักกอล์ฟจาก Circuit / Clinic ที่มีฝีมือดีเข้าโครงการ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาให้เป็นนักกอล์ฟอาชีพในระดับโลก	25 นักกีฬาที่เข้าร่วมอยู่ในโครงการ ได้รับความสำเร็จในการเทิร์นโปรเป็นนักกอล์ฟอาชีพทั้งหมด และเป็นนักกอล์ฟในระดับ Asian Tour 3 คน และในระดับ Top ของประเทศ 10 คน

นักกีฬาอาชีพ โครงการไทยเบฟ ไทยกาเล่นท์ (ThaiTalent Golfers)

กีฬาอาชีพเป็นหนึ่งในกีฬาอาชีพที่มีนักกอล์ฟไทยได้สร้างชื่อเสียงในระดับโลกอย่างต่อเนื่อง ไทยเบฟโดยเครื่องดื่มตราช้าง ได้เล็งเห็นถึงความสามารถของเยาวชนไทยที่มีศักยภาพพอที่จะก้าวไปสู่ระดับโลกได้ หากได้รับการส่งเสริมอย่างจริงจัง จึงเกิดโครงการเพื่อการพัฒนาขึ้นมาจนเกิดนักกีฬาอาชีพไทยเบฟ-ไทยกาเล่นท์ ซึ่งเป็นนักกีฬาอาชีพฝีมือดีในระดับเยาวชนที่ได้รับการคัดเลือกเข้าร่วมโครงการ ThaiTalent Golfers ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมามีนักกอล์ฟในสังกัด 25 คน ที่ได้ให้การสนับสนุนทั้งการฝึกซ้อมและการเข้าแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีปรัชญาหลักในการสร้างนักกอล์ฟ 3 ประการ คือ “เก่ง .. ดี .. ฮีโร่” ซึ่งมีเปอร์เซ็นต์ความสำเร็จถึง 60% จากจำนวนนักกอล์ฟ 25 คน โดยนักกอล์ฟ 3 คน ได้พัฒนาจนเป็นนักกอล์ฟอาชีพในระดับ Asian Tour และอีก 10 คน เป็นนักกอล์ฟในระดับ Top ของไทย



ฟิกเกอร์สเก็ตและสปีดสเก็ตติ้ง (Figure Skate & Speed Skating)

ก้าวสู่ปีที่ 9 กับการสนับสนุนกีฬาฟิกเกอร์สเก็ต กีฬาสากลที่เต็มไปด้วยความท้าทาย ที่มีทั้งความยากและความงดงาม จนได้รับความนิยมมากขึ้นเป็นลำดับในกลุ่มเยาวชนไทย จากจำนวนผู้เข้ารับการฝึกฝนและร่วมการแข่งขันในระดับต่าง ๆ อีกทั้งเหล่านักกีฬายังมีผลงานยอดเยี่ยมทั้งในระดับอาเซียน เอเชีย และระดับโลก ซึ่งเป็นความสำเร็จอย่างเหนือความคาดหมายที่ไทยเบฟมุ่งหวังที่จะให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องต่อไป เพื่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาบุคลากรของวงการกีฬาประเภทนี้สู่ความสำเร็จในระดับสากล

บาสเกตบอล (Basketball)



ไทยเบฟกับการสนับสนุนกีฬาบาสเกตบอลของไทยเป็นปีที่ 9 ด้วยความท้าทายภายใต้สถานการณ์ด้านสาธารณสุขในรอบปีที่ผ่านมา ซึ่งทีมบาสเกตบอลและนักกีฬา ยังคงสร้างผลงานการแข่งขันในระดับแชมป์ของประเทศหลายรายการ รวมถึงได้รับความสนใจจากสโมสรบาสเกตบอลลีกต่างประเทศ ในการดึงนักกีฬาไทยเข้าร่วมทีม ไทยเบฟกับการส่งเสริมกีฬาบาสเกตบอลยังคงดำเนินการต่อไปอย่างมีแผน เพื่อพัฒนานักกีฬาให้มีความแข็งแกร่ง แม่นยำ และมีการเคลื่อนไหวร่างกายที่รวดเร็ว ก้าวสู่การเป็นนักบาสเกตบอลในระดับสากลต่อไป

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

ความสำเร็จของโครงการกีฬาต่าง ๆ ที่ไทยเบฟได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง ด้วยนโยบายที่ได้กำหนดไว้อย่างชัดเจน ภายใต้สถานการณ์และอุปสรรคต่าง ๆ ซึ่งประสิทธิผลก็ยังคงปรากฏให้เห็นอย่างต่อเนื่องในแต่ละปีของการดำเนินงาน เพื่อเป้าหมายของการมีส่วนร่วมในการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้กับวงการกีฬา

โครงการกีฬาของไทยเบฟ	แนวทาง / เป้าหมาย	ความสำเร็จ / อุปสรรค / การแก้ไข ปี 2564
Youth football <ul style="list-style-type: none"> • ThaiBev Football Academy • Chang Mobile Football Clinic • Chang Football Community 	กีฬาฟุตบอลเพื่อเยาวชนทุกโครงการจะยังคงดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และปรับปรุงแนวทางให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลอยู่เสมอ ทั้งยังได้ปรับปรุงการดำเนินงานให้สอดคล้องกับการสาธารณสุข ตลอดระยะเวลาของสถานการณ์โควิด-19 ในปัจจุบัน	<p>ก่อนสถานการณ์โควิด-19 โครงการฟุตบอลเพื่อเยาวชนของไทยเบฟประสบความสำเร็จอย่างน่าภูมิใจ</p> <p>70% ของเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ จะมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงสมบูรณ์ มีทักษะในการเล่นฟุตบอลที่ถูกต้อง และมีเทคนิคที่สามารถต่อยอดไปสู่ความสำเร็จ ไกล่ชิดครอบครัว ซึ่งเป็นประโยชน์ขึ้นพื้นฐานของสังคมไทย</p> <p>จากสถานการณ์โรคโควิด-19 ทำให้ต้องหยุดดำเนินงานเป็นช่วง ๆ จึงเป็นช่วงที่ต้องมีการปรับแผนงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น ภายใต้ข้อจำกัดต่าง ๆ เช่น งบประมาณ ประสิทธิภาพของบุคลากร แสงสว่างความร่วมมือจากพันธมิตร และความร่วมมือจากจิตอาสา (ผู้ปกครอง ครู-อาจารย์ ผู้นำท้องถิ่น) ซึ่งทีมงานสามารถพัฒนาวิธีการและแสวงหาความร่วมมือ จนลุล่วงไปด้วยดี เป็นการสร้างประสิทธิภาพให้กับทีมงานอีกด้วย</p>

โครงการกีฬาของไทยเบฟ	แนวทาง / เป้าหมาย	ความสำเร็จ / อุปสรรค / การแก้ไข ปี 2564
<p>Chang Junior</p> <ul style="list-style-type: none"> Chang Junior Football Team Chang Soccer School "โครงการช้างเผือก" สส.อัสสัมชัญธนบุรี 	<p>โครงการต่อยอดเพื่อสร้างความสำเร็จสู่การเป็นนักกีฬาอาชีพถือเป็นเป้าหมายสำคัญที่ไทยเบฟจะผลักดันและปรับปรุงมาตรฐานและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เพื่อสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพสำหรับวงการฟุตบอลไทยให้ปรากฏเป็นจริง</p>	<p>30% ของเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการในแต่ละปีสามารถพัฒนาสู่การเป็นนักฟุตบอลอาชีพในสโมสรฟุตบอลระดับต่าง ๆ</p> <p>อีก 20% ใช้ความรู้ ความสามารถต่อยอดสู่การเป็นบุคลากรในวงการฟุตบอล เช่น ผู้ฝึกสอน ผู้จัดการแข่งขัน ผู้ตัดสิน ผู้สื่อข่าวกีฬา นักธุรกิจด้านกีฬา ฯลฯ ในปัจจุบันถือว่า ภาพลักษณ์ของไทยเบฟและเครื่องดื่มตราช้างคือผู้นำในวงการฟุตบอล</p>
<p>โครงการเพื่อการสนับสนุนกีฬาฟุตบอลในระดับอาชีพ</p> <ul style="list-style-type: none"> สมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ สโมสรฟุตบอลอาชีพ การแข่งขันฟุตบอลอาชีพ 2 รายการ 	<p>ฟุตบอลอาชีพยังคงเป็นเป้าหมายที่ไทยเบฟสนับสนุนและให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นเส้นทางให้กับเยาวชนก้าวสู่การเป็นนักฟุตบอลอาชีพของวงการฟุตบอลไทย</p>	<p>ในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมา วงการฟุตบอลอาชีพของไทยมีความเข้มแข็งและมีมูลค่าสูงที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ข้อมูลจาก AFC และการประเมินจากผู้ให้การสนับสนุนทุกตราสินค้าที่เกี่ยวข้องกับวงการฟุตบอลของอาเซียน)</p> <p>สิ่งสำคัญที่ไทยเบฟได้รับคือ ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ที่ไม่เคยทอดทิ้งวงการฟุตบอลไทย "เพราะไม่ใช่แค่เพียงฟุตบอลไทย แต่เพื่อคนไทยทั้งชาติ" ตลอดเส้นทางที่ผ่านมาได้มีการปรับปรุงพัฒนาการทำงานของทีมงานให้เข้มข้น เข้าถึงข้อมูลอย่างแท้จริง สร้างบุคลากรที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานต่าง ๆ ในวงการฟุตบอลไทย เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของไทยเบฟ</p>
<p>โครงการกีฬาฟิสิกเกอร์สเกิดและสปีดสเกิตติ้ง (กีฬาฤดูหนาว)</p> <ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนสมาคมกีฬาฟิสิกเกอร์สเกิดและสปีดสเกิตติ้ง 	<p>สนับสนุนและสร้างความร่วมมือกับสมาคม รวมถึงช่วยประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้สู่สาธารณชน เพื่อการเติบโตและความสำเร็จของกีฬาฟิสิกเกอร์สเกิดฯ ของไทย ซึ่งไทยเบฟเป็นเพียงองค์กรเดียวที่สนับสนุนกีฬาฟิสิกเกอร์สเกิด</p>	<p>การริเริ่มเข้าไปสนับสนุนกีฬาฟิสิกเกอร์สเกิดฯ ของไทยเบฟ ในระยะเวลา 6 ปี ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดียิ่งขึ้นทำให้สมาคมฯ เกิดความพร้อมและเข้มแข็ง เช่น สถานที่ฝึกซ้อม คุณภาพของโค้ช ปริมาณการเข้าร่วมการแข่งขันในระดับต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น ทำให้มีจำนวนเยาวชนที่สนใจเข้าร่วมในกีฬาฟิสิกเกอร์สเกิดเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน มีระบบพัฒนานักกีฬาตามมาตรฐานสากล จนสร้างความสำเร็จในกีฬาซีเกมส์ 2 ปีซ้อน (2017 / 2019) กับรางวัล 2 เหรียญทอง และยังได้สิทธิ์ไปแข่งขันกีฬาโอลิมปิก ฤดูหนาว ปี 2021 อย่างน่าภาคภูมิใจ</p>

โครงการกีฬาของไทยเบฟ	แนวทาง / เป้าหมาย	ความสำเร็จ / อุปสรรค / การแก้ไข ปี 2564
โครงการกีฬาบาสเกตบอล	สนับสนุนทีมสโมสรบาสเกตบอลอาชีพ “ไอเทค” ที่มีผลงานอันดับที่ 1 ของบาสเกตบอลอาชีพของไทย และในระดับเอเชีย ทั้งยังร่วมมือกับสโมสรไอเทคในการเปิดการฝึกอบรมบาสเกตบอลขั้นพื้นฐานให้กับเยาวชนเป็นประจำทุกปี	10 ปี ในการร่วมสนับสนุนกีฬาบาสเกตบอล ได้เกิดผลสำเร็จกับรางวัลต่าง ๆ ทั้งในระดับประเทศและเอเชียที่สโมสรได้รับอย่างต่อเนื่อง เสมอมา ถือเป็นสโมสรบาสเกตบอลอาชีพ ชั้นแนวหน้าของไทยที่มีบุคคลทั่วไปรู้จักและชื่นชม ทั้งยังสร้างความร่วมมือในการฝึกอบรมให้ความรู้ในการเล่นบาสเกตบอลให้กับเยาวชน ซึ่งได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยแต่ละปีมีเยาวชนเข้ารับการฝึกกว่า 600 คน เต็มกำลังประสิทธิภาพของผู้ฝึกสอนและนักบาสเกตบอลอาชีพของไอเทค ที่ได้เข้าร่วมในการฝึกอบรมทุกครั้ง เป็นการสร้างสีสันและเป็นแรงบันดาลใจแก่เยาวชน เพื่อร่วมกันสร้างให้กีฬาบาสเกตบอลไทยแข็งแกร่งและกลับมาได้รับความนิยมในวงกว้างดังเช่นในอดีตที่ผ่านมา
โครงการพัฒนาที่ฟากอล์ฟเพื่อเยาวชน <ul style="list-style-type: none"> • Chang Thailand Junior Golf Circuit • Chang Thailand Junior Golf Clinic 	ยังคงมุ่งมั่นที่จะดำเนินโครงการ เพื่อเป้าหมายในการสร้างและพัฒนาเยาวชนสู่การเป็นนักกอล์ฟอาชีพในระดับสากล	ปี 2564 ไม่มีการจัดการแข่งขันและการเปิดคลินิกกอล์ฟ เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19
<ul style="list-style-type: none"> • ThaiTalent Golfers 	คัดเลือกนักกีฬาฟากอล์ฟเยาวชนเข้าสังกัด ThaiBev ThaiTalent Golfers เพื่อสนับสนุนการฝึกซ้อมและเข้าแข่งขันในรายการต่าง ๆ	25 คน ของนักกอล์ฟในสังกัด ได้พัฒนาจนไปสู่การเป็นนักกอล์ฟระดับ Asian Tour 3 คน เป็นนักกอล์ฟระดับ Top ของไทย 10 คน ซึ่งถือเป็นเปอร์เซ็นต์ความสำเร็จถึง 60%
โครงการกีฬาฟาวอลเลย์บอล <ul style="list-style-type: none"> • Volleyball Clinic: Your Way • estCola U16 Championship • สมาคมกีฬาฟาวอลเลย์บอลฯ 	35 ปี ของความร่วมมือในการพัฒนากีฬาฟาวอลเลย์บอล ทำให้ก้าวขึ้นมาอยู่ในระดับนานาชาติ และจะยังคงสนับสนุนอย่างต่อเนื่องต่อไป เพื่อสร้างนักกีฬารุ่นใหม่หมุนเวียนสืบเปลี่ยนเพื่อความยั่งยืนของวงการกีฬาฟาวอลเลย์บอลไทย	50% ของนักกีฬาฟาวอลเลย์บอลเยาวชน ได้พัฒนาต่อยอดสู่การเป็นนักกีฬาอาชีพ และอีก 10% เข้าสู่วงการฟาวอลเลย์บอลในหน้าที่ต่าง ๆ เช่น โค้ช เจ้าหน้าที่ในระดับประเทศและต่างประเทศ โดยผลงานฟาวอลเลย์บอลหญิงของไทยอยู่ในอันดับที่ 14 ของโลก
โครงการกีฬาเทนนิส	เป็นการดำเนินงานเพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาให้เกิดความสอดคล้องทั้งในระดับเยาวชน - มหาวิทยาลัย - อาชีพ	30% ของเยาวชนในระดับต่าง ๆ ที่เข้าร่วมโครงการ จะมีเส้นทางสู่การเป็นนักกีฬาเทนนิสอาชีพ

โครงการกีฬาของไทยเบฟ	แนวทาง / เป้าหมาย	ความสำเร็จ / อุปสรรค / การแก้ไข ปี 2564
โครงการนักพากย์เรือยาวรุ่นจิว	จากการเป็นผู้ริเริ่มโครงการฯ ด้วยต้องการอนุรักษ์ส่งเสริมวัฒนธรรมไทยให้คงอยู่ และจะยังสนับสนุนและสร้างนักพากย์เรือยาวรุ่นจิวจากรุ่นสู่รุ่นต่อไป	ปี 2563 - 2564 ไม่มีการจัดโครงการ ด้วยปัญหาน้ำท่วม และโควิด-19 แต่ถึงอย่างไรเยาวชนที่ผ่านโครงการยังคงฝึกฝนและสั่งสมประสบการณ์เพื่อการเป็นนักพากย์เรือยาวอาชีพ
การสร้างทีมงานและบุคลากรที่มีคุณภาพ	การดำเนินงานด้านพัฒนากีฬาทุกโครงการยังมีเป้าหมายเพื่อการสร้างทีมงานที่แข็งแกร่ง รู้จริง ทำจริง สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในทุกสถานการณ์	สร้างทีมงานที่แข็งแกร่งจำนวน 38 คน เพื่อดำเนินงานใน 11 ประเภทกีฬา (85 โครงการ) โดยทีมงานจะทำหน้าที่ในด้านการประสานงาน การจัดการกิจกรรม การประชาสัมพันธ์โครงการ ทั้งระบบ
สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตร	เครือข่ายและพันธมิตรด้านกีฬาเป็นเป้าหมายสำคัญในการดำเนินโครงการด้านกีฬาทั้งหมด ให้ประสบความสำเร็จ และต่อยอดไปสู่การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ขององค์กร	5 พื้นที่ในภูมิภาคต่าง ๆ ที่ให้ความร่วมมือในการช่วยแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ขององค์กร นอกเหนือจากเรื่องกีฬา บุคลากรในวงการกีฬากว่า 100 คน ที่มีความสำคัญในการให้ความร่วมมือแก้ไขปัญหาให้ข้อมูล และให้ความร่วมมือในการดำเนินงาน 200 หน่วยงาน ที่ให้ความร่วมมือในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจำนวนเครือข่ายความร่วมมือในเรื่องต่าง ๆ ยังคงมีให้อย่างต่อเนื่อง แม้ในสถานการณ์โควิด-19

แบ่งปันคุณค่า



สมพร ไซบางยาง

อดีตรองปลัดกระทรวงมหาดไทย ปัจจุบันดำรงตำแหน่งนายกสมาคมกีฬาออลเลย์บอลแห่งประเทศไทย เป็นสมัยที่ 5 โดยได้รับการยอมรับจากมวลสมาชิก นักกีฬา ผู้ฝึกสอน ผู้ตัดสิน และผู้เกี่ยวข้องในวงการว่าเป็นบุคคลที่ทุ่มเทให้กับวงการกีฬาไทย โดยเฉพาะกีฬาออลเลย์บอลไทยอย่างแท้จริง

คุณสมพร ไซบางยาง เข้ามาสู่วงการกีฬาออลเลย์บอลของไทยด้วยความรัก และเห็นความสำคัญของกีฬา โดยได้ร่วมทำงานในสมาคมฯ มาตั้งแต่ยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงนานกว่า 30 ปี

"เมื่อครั้งกีฬาออลเลย์บอลยังไม่เป็นที่รู้จัก ยังไม่ได้รับความนิยมเหมือนในปัจจุบัน จึงทำให้ไม่มีผู้สนับสนุน ไทยเบฟได้เข้ามาเป็นเพื่อนกับเรา ร่วมต่อสู้กันมาตั้งแต่ยุคของการเปลี่ยนแปลง จนถึงปัจจุบันนี้ นานกว่า 30 ปี ที่สามารถพูดได้อย่างเต็มปาก และด้วยความภาคภูมิใจว่า ไทยเบฟเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้วงการออลเลย์บอลไทยพัฒนามาได้จนถึงทุกวันนี้"

กับความคาดหวังในอนาคตของวงการออลเลย์บอลไทย คุณสมพรกล่าวว่า

"ไม่เพียงแค่ว่ากีฬาออลเลย์บอลเท่านั้น แต่อยากเห็นกีฬาทุกประเภทได้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างโอกาสในการพัฒนาเยาวชนทั่วประเทศ ให้ได้รับความสำเร็จในการเล่นกีฬา การศึกษา ไปสู่การมีอาชีพที่มั่นคง ... และยังหวังว่าเยาวชนจะได้เรียนรู้ถึงคำว่า 'กีฬา' ที่สอนให้คนมีน้ำใจ รู้แพ้ รู้ชนะ รู้อภัย เรียนรู้ที่จะอยู่ร่วมกันเป็นทีมด้วยความรัก ความสามัคคี เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน เพื่อก้าวเดินไปสู่ความสำเร็จ และนำพาวงการออลเลย์บอลของไทยให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้นต่อไป"



รังสรรค์ วัฒนชัยโชค "โค้ชอัน"

อดีตนักฟุตบอลทีมชาติและนักฟุตบอลอาชีพหลายสโมสรในไทยลีก มีบุคลิกเป็นผู้นำชัดเจน สมตำแหน่งกับต้นทีมฟุตบอล จนได้รับคำกล่าวขานว่าเป็น The Smart Guy กับการเดินทางบนเส้นทางนักเตะที่แข็งแกร่งกว่า 20 ปี และความสำเร็จในอาชีพนักฟุตบอลผู้คว้าแชมป์ไทยลีก 5 สมัย จนถูกเรียกว่า "มัสเตอร์ไทยลีก" สู่การเป็นโค้ชอาชีพในฟุตบอลไทยลีกอย่างมีจังหวะที่มั่นคง

รังสรรค์ หรือโค้ชอัน หัวหน้าผู้ฝึกสอนทีมฟุตบอลปอสิค เทโรในปัจจุบัน เป็นชายหนุ่มที่ใช้ชีวิตอยู่ในวงการฟุตบอลมานานตั้งแต่เด็กจนถึงปัจจุบันในวัย 42 ปี ซึ่งเขาได้กล่าวว่า "ฟุตบอลเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตผมไปแล้ว ... เพราะในวันที่ก้าวเข้ามาเป็นนักฟุตบอล สิ่งที่ผมได้รับการศึกษา การเรียนรู้ ประสบการณ์ซึ่งหาจากที่ไหนไม่ได้ และยังมีอาชีพที่ผมรัก ผมได้เรียนรู้ในการอยู่ร่วมกับคนอื่น เรียนรู้ในการเป็นผู้นำและมีมุมมองที่กว้างและไกลขึ้น"

กับอาชีพโค้ชที่ผมได้รับโอกาสจากทีมและผู้บริหาร ซึ่งความรับผิดชอบในหน้าที่และเทคนิคเป็นสิ่งสำคัญ แต่สิ่งที่สำคัญยิ่งกว่าคือ การทำให้ทุกคนทุ่มเทให้กับทีม และรู้สึกอยู่เสมอว่าทีมคือบ้าน ที่ต้องพยายามอย่างเต็มที่เพื่อปกป้องบ้าน ปกป้องครอบครัวของเราไว้ นี่คือการบริหารของผมที่จะยังคงเป็นเช่นนี้ต่อไป

น้ำใจนักกีฬา ... เป็นสิ่งที่ผมเรียนรู้มาตลอดตั้งแต่เป็นนักฟุตบอล เพราะนอกจากทำให้เกมการแข่งขันน่าดูแล้ว ยังทำให้ผู้ชมได้รับรู้ถึงความยุติธรรม จรรยาบรรณ และการแสดงสปิริตของนักกีฬา เป็นการส่งต่อความมีน้ำใจนักกีฬาไปสู่ผู้ร่วมทีม ผู้ร่วมแข่งขันคนอื่น ๆ ทำให้บรรยากาศสนุกขึ้น ไม่ว่าผลของการแข่งขันจะเป็นอย่างไร

กับการสนับสนุนของไทยเบฟที่มีให้กับสโมสรและกีฬาทุกประเภท และการที่ผมได้มีโอกาสร่วมงานด้วยในหลายโครงการ มันเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการพัฒนากีฬาที่บ้านเรา ที่ผมขอเป็นตัวแทนขอบคุณ และหวังว่าไทยเบฟจะยังคงเดินเคียงข้างวงการกีฬาของไทยตลอดไป"

มาตรการรับมือวิกฤตโควิด-19

ผลกระทบต่อการกีฬาจากสถานการณ์โควิด-19 ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 2563 จนถึง 2564 ทั้งต่อวงการกีฬาอาชีพและกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกีฬา ที่ต้องพบกับความท้าทาย ทั้งถูกยกเลิก ถูกเลื่อนการแข่งขัน รวมถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดการแข่งขัน ฯลฯ กับวิถี New Normal ที่เกิดขึ้น รูปแบบ “Train at Home” จึงเป็นวิถีของวงการกีฬาที่เกิดขึ้นในช่วงต้น สำหรับการฝึกซ้อมของนักกีฬา เพื่อสร้างสมรรถภาพร่างกายให้พร้อมสำหรับการแข่งขัน ซึ่งต่อมาได้ถูกปรับเปลี่ยนเป็นการฝึกซ้อมกับทีมในแบบปิด ภายใต้มาตรการดูแลสุขภาพอนามัยอย่างเข้มงวดตามกฎระเบียบของ ศบค. อีกทั้งช่องทางการสื่อสารในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอย่างสิ้นเชิง ทำให้รูปแบบในการดำเนินงาน และประชาสัมพันธ์ได้เปลี่ยนแปลงไป จากความร่วมมือที่ไทยเบฟ และพันธมิตรกีฬาให้ต่อกัน ดังเช่น

1. การเผยแพร่ข้อมูลในวงการกีฬาสาขาต่าง ๆ รวมถึงความเคลื่อนไหวของนักกีฬา ผ่านสื่อออนไลน์ทั้งในรูปแบบของการเชื่อมต่อข้อมูลจากพันธมิตร และการผลิตรายการต่าง ๆ โดย ThaiTalent Facebook เพื่อให้เกิดการรับรู้ในวงกว้างที่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ หลากหลาย รวดเร็ว ชัดเจน

ซึ่งนอกจากจะได้รับความรู้แล้ว ยังสร้างความสนุกสนานผ่านกิจกรรมและการพูดคุยในรายการ “ถามปุ๊บ ตอบปั๊บ” และ ThaiTalent Talk ทาง ThaiTalent Facebook ที่มีอยู่อย่างสม่ำเสมอ

2. การจัดกิจกรรมกีฬารวมถึงการจัดการแข่งขันในระบบปิดระบบจำกัดการเข้าชม ตามมาตรการสาธารณสุขของรัฐบาลเป็นรูปแบบ New Normal ที่เปลี่ยนไปอย่างชัดเจนและทันต่อสถานการณ์ มีการเพิ่มมาตรการรักษาสุขอนามัยในพื้นที่จัดกิจกรรมกีฬา เช่น การตรวจวัดอุณหภูมิ การตรวจหาเชื้อโควิด-19 แบบ ATK ฯลฯ
3. การให้ความร่วมมือกับพันธมิตรในวงการกีฬา ในการเข้ารับการตรวจหาเชื้อโควิด-19 ณ ศูนย์ตรวจโควิด อย่างต่อเนื่อง

เหล่านี้คือความร่วมมือระหว่างไทยเบฟและพันธมิตรในวงการกีฬาที่มีต่อกันด้วยดีเสมอมา เพื่อสร้างเส้นทางแห่งโอกาสในการพัฒนากีฬาของชาติร่วมกัน

ความสำเร็จของโครงการ



เยาวชนได้รับโอกาส
เข้าร่วมมากขึ้น
5% ต่อปี



เยาวชนพัฒนาสู่ระดับอาชีพ
มากขึ้น
5% ต่อปี

การกระจายโอกาสสู่เยาวชน

โครงการสนับสนุน

- ThaiBev Football Academy
- Chang Mobile Football Unit
- Chang Junior Team
- Chang Air Force Youth Tournament
- Chang Junior Golf Clinic

การพัฒนาสู่นักกีฬาอาชีพ

โครงการสนับสนุน

- Chang Soccer School
- Assumption Thonburi Football Academy
- ThaiTalent Golfers
- Figure Skate
- Volleyball
- Tennis

พันธมิตรที่เข้มแข็ง

เครือข่ายช่วยพัฒนาสังคม
และเครือข่ายกีฬาที่เข้มแข็ง

200 หน่วยงาน
6,000 บุคลากรสำคัญ

- ช่วยพัฒนาระบบอะคาเดมี่ท้องถิ่นในประเทศไทย
- นำแนวคิดหลักการพัฒนาสังคมด้วยกีฬาของบริษัทไปต่อยอดในสังคม
- เยาวชนที่มีทักษะความสามารถ มีโอกาสพัฒนาไปสู่นักกีฬาอาชีพ

เครือข่ายช่วยแก้ปัญหา
และต่อยอดธุรกิจอาชีพ

5 พื้นที่
100 บุคลากรสำคัญ

- ช่วยเพิ่มโอกาสในการต่อยอดการขยายผลิตภัณฑ์
- ช่วยแก้ปัญหาค่าเสียโอกาสทางการขยายผลิตภัณฑ์



ตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

เป้าหมาย 3: สร้างหลักประกันการมีสุขภาพที่ดี และส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคนในทุกช่วงวัย

ตัวชี้วัด จำนวนจังหวัด หรือพื้นที่สำหรับการนำผู้ฝึกสอนเข้าไปให้ความรู้ และจำนวนเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรม

- เป้าหมายของโครงการมีการวางแผนที่จะกระจายการให้ความรู้ และฝึกสอนให้เยาวชนที่อยู่ในทั่วทุกพื้นที่ในประเทศไทย ได้มีโอกาสเรียนรู้วิธีการที่ถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงสามารถต่อยอดให้เยาวชนที่มีความสามารถได้พัฒนา และมีโอกาสในการสร้างอาชีพต่อไป

เป้าหมาย 8: ส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่มีผลผลิตภาพ และการมีงานที่มีคุณค่าสำหรับทุกคน

ตัวชี้วัด สัดส่วนของกิจกรรมที่ทางบริษัทเข้าไปมีส่วนร่วม โดยแบ่งสัดส่วนจากจำนวนกิจกรรมที่เข้าร่วม จำนวนบุคลากรที่เข้าร่วม และจำนวนบุคลากรที่สามารถเติบโตเป็นผู้ประกอบการ



- เป้าหมายของโครงการคือการสนับสนุน และมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่สามารถพัฒนาบุคลากรที่เข้ารับการฝึกอบรมสามารถออกไปสร้างอาชีพ และเป็นที่ยอมรับในสาขาอาชีพ

ตัวชี้วัด สัดส่วนของเยาวชนที่อยู่ในพื้นที่ด้อยพัฒนา ที่อาจไม่ได้รับโอกาสในการฝึกอบรม

- เป้าหมายของโครงการคือการฝึกอบรม และฝึกปฏิบัติ ให้กับเยาวชนทั่วประเทศ โดยเฉพาะเยาวชนที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล อาจจะไม่ได้รับโอกาสให้การศึกษาหาความรู้อย่างถูกวิธี เพื่อให้เยาวชนเหล่านั้นมีโอกาสที่จะพัฒนาตนเองจนสามารถสร้างรายได้จากโอกาสที่บริษัทมอบให้

ก้าวสู่ปี 2568

การกระจาย
โอกาส

2564

- เนื่องในสถานการณ์โควิด-19 ทำให้การจัดกิจกรรมไม่สามารถจัดได้ตามปกติ

2568

ส่งเสริมและกระจายโอกาสให้เยาวชน
ได้ฝึกทักษะฟุตบอลจากโครงการ

76 จังหวัด

การพัฒนาเยาวชน
สู่นักกีฬาอาชีพ

2564

ประเภทกีฬา	เข้าร่วมโครงการ	ระดับอาชีพ (คน/ปี)
กีฬาฟุตบอล	15,000	30
กีฬากอล์ฟ	100	-

2565 - 2568

เป้าหมายพัฒนานักกีฬาเยาวชน
สู่นักกีฬาอาชีพ

5% ต่อปี

การสร้าง
ความเป็นเลิศสู่
บุคคลต้นแบบ

สนับสนุนและสร้างความเป็นบุคคลต้นแบบ
ในวงการกีฬา

25 คน



2565 - 2568

เป้าหมายในการสนับสนุนและ
สร้างความเป็นบุคคลต้นแบบ
ในวงการกีฬามากขึ้น

5% ต่อปี

การเพิ่มเครือข่าย



หน่วยงานภาครัฐและเอกชนกว่า

200 หน่วยงาน



บุคลากรที่สำคัญในวงการกีฬา
กว่า 6,000 คน

2565 - 2568

เพิ่มเครือข่ายที่เข้มแข็ง 10%

หน่วยงานรัฐและเอกชนกว่า
250 หน่วยงาน

บุคลากรที่สำคัญในวงการกีฬา
กว่า 9,000 คน

การอนุรักษ์ศิลปะ และวัฒนธรรมของชาติ

การอนุรักษ์มรดกทางศิลปวัฒนธรรมและประเพณีอันดีงามของไทย
ถือเป็นวาระสำคัญของชาติ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) เล็งเห็น
ความสำคัญของการสืบสาน รักษา และต่อยอดมรดกอันทรงคุณค่าทาง
ศิลปวัฒนธรรมของชาติไทยนี้ให้ยังคงความงดงามอย่างยั่งยืนและน่าภาคภูมิใจ
สำหรับคนไทยทุกคนสืบต่อไป



2564 การกิจสำคัญ

การสืบสานศิลปวัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามของประเทศ เพื่อนำไปสู่การเผยแพร่ ถ่ายทอด ศึกษาเรียนรู้ โดยยังดำรงหัวใจสำคัญ และแก่นแท้ไว้ ซึ่งมีแผนงานการสนับสนุนหน่วยงานและบุคคลเพื่อสืบสานศิลปวัฒนธรรมไทยและสากล

การรักษา อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมอันดีงาม หรืออัตลักษณ์นั้น ๆ ให้ดำรงอยู่ตลอดไป โดยมีแผนงานการกำนุบำรุงรักษาโบราณสถาน-วัตถุ ศิลปวัตถุ ศิลปینแห่งชาติ สาระทางประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียมประเพณี เพื่อรักษาให้ชนรุ่นหลัง

การต่อยอดองค์ความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมแต่ละแขนงของหน่วยงานหรือบุคลากรด้านศิลปวัฒนธรรม ที่มีความเชี่ยวชาญและทักษะเฉพาะ ให้มีโอกาสพัฒนาขีดความสามารถเพิ่มขึ้น โดยมีแผนงานสร้าง หรือสนับสนุนกิจกรรมขึ้นใหม่ หรือร่วมมือกับภาคีต่าง ๆ เพื่อต่อยอดศิลปวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ

แนวทางทั้ง 3 แนวทาง จะถูกขับเคลื่อนผลักดันไปสู่เป้าหมาย “นำความเป็นไทยสู่สากล” และเพื่อ “สร้างสรรคคุณค่าสู่สังคมอย่างมั่นคง และยั่งยืน”

โดยวิธีการ 4 ประการที่ใช้ผสมผสานให้สอดคล้องกับบริบทของงานแต่ละกลุ่มงานตามสภาพเหตุปัจจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กร ได้แก่ 1. การสร้างสรรคโครงการ/กิจกรรมใหม่ (Innovation) 2. การสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ (Sponsorship) 3. การร่วมกันสร้างสรรคงานกับพันธมิตร (Collaboration) 4. การบริหารเครือข่ายด้านศิลปวัฒนธรรม (Partnership)

โดยแบ่งกลุ่มงานเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่มงานทัศนศิลป์ 2. กลุ่มงานดนตรีและวรรณศิลป์ 3. กลุ่มงานวัฒนธรรมประเพณี 4. กลุ่มงานพระพุทธศาสนา

กลุ่มงานทัศนศิลป์



นิทรรศการภาพถ่ายฝีพระหัตถ์สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ประจำปี ๒๕๖๓ “ชีวิตยามอยู่บ้าน”

จัดโดยสมาคมถ่ายภาพแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ กรุงเทพมหานคร หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร และมูลนิธิส่งเสริมการถ่ายภาพ ด้วยการสนับสนุนจากบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) และหน่วยงานเอกชนอื่น ๆ

สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินไปทรงเปิด นิทรรศการภาพถ่ายฝีพระหัตถ์ “ชีวิตยามอยู่บ้าน Life@Home” ณ หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2563



นิทรรศการเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี “รัตนแห่งจุฬาฯ”

นิทรรศการเฉลิมพระเกียรติ “รัตนแห่งจุฬาฯ” จัดขึ้นเนื่องในโอกาสที่สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงเจริญพระชนมายุครบ 66 พรรษา ในวันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2564 จัดแสดงตั้งแต่วันที่ 30 มีนาคม ถึง 5 เมษายน พ.ศ. 2564 ณ ชั้น G ศูนย์การค้าสามย่านมิตรทาวน์

ในการนี้ศูนย์การค้าสามย่านมิตรทาวน์ร่วมกับคณะอักษรศาสตร์ ได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี พระราชทานพระราชานุญาตให้จัดนิทรรศการเฉลิมพระเกียรติ เพื่อจัดแสดงพระฉายาลักษณ์ที่หาชมได้ยาก และของใช้ส่วนพระองค์สมัยที่ทรงเป็นนิสิตคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เช่น บัตรประจำตัวนิสิต ตันฉับวิทยานิพนธ์ปริญญาโท เมื่อครั้ง



งาน BAB Exclusive Invitation Night เมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ณ หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร



พิธีเปิดนิทรรศการเฉลิมพระเกียรติ “รัตนแห่งจุฬาฯ” ณ สามย่านมิตรทาวน์ เมื่อวันที่ 30 มีนาคม พ.ศ. 2564

พระองค์ทรงศึกษาในภาควิชาภาษาตะวันออก วรรณกรรมที่พระราชนิพนธ์ไว้ในช่วงที่ทรงศึกษาอยู่ และหลังจากที่ทรงสำเร็จการศึกษา รวมถึงกิจกรรมการออกร้านโครงการส่วนพระองค์สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี โดยได้รับการเอื้อเฟื้อข้อมูลจากคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และการสนับสนุนจากบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

เทศกาลศิลปะร่วมสมัยนานาชาติ บางกอก อาร์ต เบียนนาเล่: Bangkok Art Biennale (BAB)

ไทยเบฟสนับสนุนงานเทศกาลศิลปะร่วมสมัยนานาชาติ “บางกอก อาร์ต เบียนนาเล่ 2020” (Bangkok Art Biennale 2020) หรือ BAB 2020 กับความยิ่งใหญ่ระดับโลก ที่เนรมิตกรุงเทพฯ สู่มืองแห่งศิลปวัฒนธรรมระดับโลก ต่อเนื่องตลอด 4 เดือน ตั้งแต่วันที่ 12 ตุลาคม 2563 - 21 กุมภาพันธ์ 2564 ยกระดับศิลปินไทยได้สร้างสรรค์ผลงานศิลปะร่วมสมัยสู่สายตาระดับโลก

ผสานความร่วมมือครั้งสำคัญจากภาครัฐ เอกชน และเครือข่ายพันธมิตรทุกภาคส่วนที่กำหนดจัดขึ้นทุก 2 ปี ด้วยการนำผลงานศิลปะกว่า 200 ชิ้น ของ 82 ศิลปินชั้นนำทั่วโลก จาก 35 ประเทศ รวม 5 ทวีป มาจัดแสดงภายใต้แนวคิดหลักสุดท้าทาย “Escape Routes” หรือ “ศิลปะสร้าง ทางสุข” ซึ่งได้จัดแสดงบน 11 สถานที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เดอะ พาร์ค BAB BOX (ถนนวิฑูย) เดอะ ฟริลูด โครงการวัน แบงค็อก วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร วัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร หอศิลป์วัฒนธรรมแห่ง



1	2
	3
	4
	5

- สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินมาทรงเปิดงานบางกอก อาร์ต เบียนนาเล่ 2020 ณ อาคาร The Park ในวันที่ 12 ตุลาคม 2563
- สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินไปทอดพระเนตรงานบางกอก อาร์ต เบียนนาเล่ 2020
- คณะทูต ร่วมชมงานบางกอก อาร์ต เบียนนาเล่ 2020 ในวันที่ 19 ธันวาคม 2564
- กิจกรรมอบรมเด็ก BAB ที่ผ่านการคัดเลือก ณ ห้องออดิทอเรียน อาคารไทยเบฟ คิวเตอร์ ในวันที่ 26 กันยายน 2564
- บรรยากาศการเยี่ยมชมงานบางกอก อาร์ต เบียนนาเล่ 2020



กรุงเทพมหานคร ล้ง 1919 มีวชิรมสยาม ริเวอร์ ซิตี้ แบงค็อก และสวนเบญจกสิรี

งาน BAB 2020 ถือเป็นโครงการสำคัญที่จัดขึ้นมาเพื่อสรรค์สร้างให้กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางแห่งการท่องเที่ยวที่สำคัญทางด้านศิลปะร่วมสมัยของโลก โดยตลอดระยะเวลาของการจัดงานอย่างต่อเนื่อง 4 เดือนในครั้งนี้นักท่องเที่ยวทั้งจากกลุ่มศิลปิน นักสะสมงานศิลปะ ภัณฑารักษ์ ประชาชน และนักท่องเที่ยวผู้รักงานศิลปะ เข้าชมงานศิลปะเฉลี่ยทั้ง 11 สถานที่ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 414,801 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 5,358 คน รวม 417,159 คน สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้แก่ชุมชนโดยรอบพื้นที่จัดงาน

นอกจากนี้ ได้เพิ่มช่องทางการชมงานศิลปะผ่านทางออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม เว็บไซต์ เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มคนรักงานศิลปะจากทั่วโลกได้ชม Virtual Tour และกิจกรรม BAB TALK BAB WALK และ Live Performance จากศิลปินต่างชาติชื่อดังอย่าง New-Territories และ Miles Greenberg กิจกรรมการศึกษา นำชมนิทรรศการตามสถานที่ต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งมีผู้ชมที่เข้าถึงมากกว่า 2.3 ล้านครั้ง

เทศกาลศิลปะร่วมสมัยนานาชาติ “บางกอก อาร์ต เบียนนาเล่” (Bangkok Art Biennale) จะกลับมาสรรค์สร้างอีกครั้งใน BAB 2022 สามารถติดตามข้อมูลเพิ่มเติมได้ทาง www.facebook.com/Bkkartbiennale หรือ www.bkkartbiennale.com





งานอวยยศยิ่งฟ้า อวยธยามรดกโลก วันที่ 11 - 20 ธันวาคม พ.ศ. 2563 ณ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา

งานวันพ่อแห่งชาติ วันที่ 1 - 6 ธันวาคม 2563 ณ วังสราญรมย์ ถนนสนามไชย

การออกธำมภ์ภาพถ่าย “ฉายานิตกร”

ฉายานิตกรเริ่มต้นขึ้นครั้งแรกในงาน “อุ่นไอรัก คลายความหนาว” ปี 2561 โดยทีมงานของไทยเบฟ เพื่อให้บริการถ่ายภาพย้อนยุคสำหรับผู้ที่มาเที่ยวชมงาน ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง จนเป็นที่กล่าวขานทั่วไป หลังจากงาน “อุ่นไอรัก คลายความหนาว” แล้ว ยังมีบริษัทและหน่วยงานต่าง ๆ ให้ความสนใจติดต่อขอให้ไปเปิดบริการถ่ายภาพอย่างต่อเนื่อง ซึ่งรายได้จากการถ่ายภาพทั้งหมดได้นำไปใช้เพื่อสาธารณประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ

โครงการประกวดศิลปกรรมช้างเผือก

ไทยเบฟจัดขึ้นเพื่อส่งเสริมแนวทางศิลปะในเชิงเสมือนจริงและศิลปะรูปลักษณ์และให้การสนับสนุนศิลปินในแนวทางดังกล่าวได้มีเวทีในการแสดงความสามารถเป็นการเฉพาะ ซึ่งเงินชนะเลิศรางวัลศิลปกรรมช้างเผือกสูงถึง 1 ล้านบาท โดยในปี 2563 จัดประกวดในหัวข้อ “ในฝัน”



การประกวดศิลปกรรมช้างเผือก ครั้งที่ 11 โดย บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) **คนไทยให้กันได้** THE 11TH ANNUAL ELEPHANT ART AWARDS BY THE BEVERAGE GROUP COMPANY LIMITED

เปิดรับสมัครผลงานในวันที่ 25-26 มีนาคม 10.00-18.00 น. กุมภาพันธ์ 2563

1	2
1	3

1. คณะกรรมการตัดสินโครงการศิลปกรรมช้างเผือก ครั้งที่ 10 “ในฝัน” ณ หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2564
2. ผลงานรางวัลช้างเผือก โครงการศิลปกรรมช้างเผือก ครั้งที่ 10 ชื่อศิลปิน: นางสาวลดากร พวงบุปผา ชื่อผลงาน: แหวกว่ายในนิกรา เทคนิค: ภาพพิมพ์โลหะ ขนาด: 80 x 180 ซม.
3. โครงการศิลปกรรมช้างเผือก ครั้งที่ 11 เปิดรับสมัครผลงานในหัวข้อ “คนไทยให้กันได้”

แบ่งปันคุณค่าให้คนทั่วโลก



พิธีรับมอบภาพถ่ายฝีพระหัตถ์ และเงินสนับสนุน ณ ห้องออร์พิมาน ศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร เสาชิงช้า เมื่อวันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ. 2564

สนับสนุนการดำเนินงานของมูลนิธิหอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร

ไทยเบฟสนับสนุนการดำเนินการของมูลนิธิหอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร ผ่านกิจกรรมการหารายได้ โดยสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี พระราชทานภาพถ่ายฝีพระหัตถ์ จำนวน 10 ภาพ ผ่านสมาคมถ่ายภาพแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ เพื่อนำมาจัดหารายได้สนับสนุนการดำเนินงานของมูลนิธิหอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร ในการนี้ พลตำรวจเอก อัศวิน ขวัญเมือง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ได้ประสานผู้สนับสนุนและร่วมเป็นสักขีพยานในพิธีรับมอบภาพถ่ายฝีพระหัตถ์และเงินสนับสนุน โดยมีคุณดาว วาสิคศิริ นายกสมาคมถ่ายภาพแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ และคุณนิติกร ทรัพย์วิเชียร ผู้อำนวยการโครงการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้แทนมอบภาพถ่ายฝีพระหัตถ์ และคุณกอบกัญจน์ วัฒนวรางกูร ประธานมูลนิธิฯ เป็นผู้รับมอบเงินสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ

นิทรรศการภาพถ่าย “The Embassy of Portugal Bangkok, the First Diplomatic Mission in Thailand”

จัดโดยสถานทูตโปรตุเกส ประจำประเทศไทย ร่วมกับสมาคมถ่ายภาพแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ มูลนิธิส่งเสริมการถ่ายภาพ ด้วยการสนับสนุนจากมูลนิธิสิริวิวัฒน์ภักดีและบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) จัดแสดงระหว่างวันที่ 2 ถึง 20 ธันวาคม พ.ศ. 2563

เป็นการจัดแสดงภาพถ่ายจำนวนทั้งหมด 40 ภาพ แสดงให้เห็นถึงการดำรงอยู่ของวิถีชุมชนแห่งการอยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ถึงแม้ว่าความเป็นเมืองจะได้รับการพัฒนาและขยายตัวออกไป อาคารบ้านเรือนที่ตั้งอยู่ริมน้ำทั้งหลายที่ถูกสร้างขึ้นตั้งแต่ พ.ศ. 2403 - 2413 ยังคงสภาพเหมือนเดิมให้เห็นอยู่จนถึงปัจจุบัน รูปถ่ายทางประวัติศาสตร์บางภาพที่แสดงในงานนี้ถ่ายโดย Joaquim Antonio ช่างภาพชาวโปรตุเกสที่ได้รับการยกย่องเป็นอย่างมาก ในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 นอกจากนี้ยังมีภาพถ่ายสมัยใหม่จากช่างภาพเยาวชนรุ่นใหม่เข้าร่วมโครงการประกวดภาพถ่าย One shot knockout โดยได้รับความร่วมมือจากสมาคมถ่ายภาพแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ มูลนิธิส่งเสริมการถ่ายภาพ และได้รับการสนับสนุนจาก บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)



พิธีเปิดนิทรรศการภาพถ่าย The Embassy of Portugal Bangkok, The First Diplomatic Mission in Thailand ณ ICONLUXE Gallery ICONSIAM เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2563



ภาพถ่ายรางวัลชนะเลิศจากการประกวด One shot knockout
ช่างภาพ: นายวิรัตน์ กั้นฉลาต

โครงการประกวดภาพถ่าย Sustainability Action Hero

ไทยเบฟร่วมกับสมาคมถ่ายภาพแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ และศูนย์ C asean จัดโครงการประกวดภาพถ่าย Sustainability Action Hero ภายใต้ 17 เป้าหมาย การพัฒนาที่ยั่งยืนของ สหประชาชาติ (17 Sustainable Development Goals) เน้นภาพถ่ายที่นำเสนอแนวคิด แนวทาง กระบวนการที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นไปตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และช่วยเหลือน้องภาพอิสระที่ประสบปัญหาไม่มีงานทำเนื่องจากสถานการณ์โควิด-19



ชนะเลิศ เป้าหมายที่ 1
“เพื่อความยากจนจะหมดไป”
 นายสุกฤษฎี ศิริรัฐสรพวงศ์
 ชื่อภาพ “ทำมาค้าขาย เพื่อความยากจนจะหมดไป”



ชนะเลิศ เป้าหมายที่ 2
“จะไม่ใคร่ต้องหิวโหย”
 นายจิรศักดิ์ ชุ่นไร่
 ชื่อภาพ “ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว”



ชนะเลิศ เป้าหมายที่ 3
“การรักษาพยาบาลต้องทั่วถึง”
 นายชัยสิทธิ์ รัตนชูศรี
 ชื่อภาพ “เยี่ยมบ้านให้กำลังใจผู้ป่วย”



ชนะเลิศ เป้าหมายที่ 4 **“อยากเรียนต้องได้เรียน”**
 นายชัยสิทธิ์ รัตนชูศรี
 ชื่อภาพ “ส่งหลานไปโรงเรียน”



ชนะเลิศ เป้าหมายที่ 5
“ยอมรับในความแตกต่างทางเพศ”
 นายวิหาร ขวัญดี
 ชื่อภาพ “สนุกสนาน”



ชนะเลิศ เป้าหมายที่ 6
“มีน้ำใช้ไม่ขาดแคลน”
 นายโอกาส อังวรกุล
 ชื่อภาพ “น้ำหล่อเลี้ยงชีวิต”



ชนะเลิศ เป้าหมายที่ 7
“พลังงานสะอาดจะเป็นพลังงานหลัก”
 นายนิพนธ์ เกตุจรัส
 ชื่อภาพ “โซลาร์เซลล์กับเมืองใหญ่”



ชนะเลิศ เป้าหมายที่ 8
“การจ้างงานที่มีคุณค่า และการเติบโตทางเศรษฐกิจ”
 นายธนวัฒน์ กองจันทร์
 ชื่อภาพ “เกษตรกรก้าวหน้า”



ชนะเลิศ เป้าหมายที่ 9
“นวัตกรรม คือ คำตอบเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี”
 นายอภิวัฒน์ เวียงคำ
 ชื่อภาพ “นวัตกรรมการเรียนรู้สู่การพัฒนาความคิด และจินตนาการ”



ชนะเลิศ เป้าหมายที่ 10
“โอกาสเป็นของทุกคน”
 นายปรีดี ศรีตระกูล
 ชื่อภาพ “เพื่อชีวิต”



ชนะเลิศ เป้าหมายที่ 11
“ทุกคนจะต้องมีสังคมที่ปลอดภัยโดยไม่ต้องร้องขอ”
 นายนิพนธ์ เกตุจรัส
 ชื่อภาพ “บ้านริมน้ำ”



ชนะเลิศ เป้าหมายที่ 12
“ทุกการผลิตเป็นมิตรต่อโลก”
 นายแสงชัย เตชะสถาพร
 ชื่อภาพ “ยิ้มด้วย”



ชนะเลิศ เป้าหมายที่ 13
“ปัญหาโลกร้อนจะได้รับการแก้ไข”
 นายหรรษา ตั้งมั่นภูวดล
 ชื่อภาพ “เซลล์แสงอาทิตย์ลดโลกร้อน”



ชนะเลิศ เป้าหมายที่ 14
“สมดุลแห่งท้องทะเลจะกลับมา”
 นายกัณตพัฒน์ โทคคศิพันธ์
 ชื่อภาพ “ปลาสาครดำรวมฝูง”



ชนะเลิศ เป้าหมายที่ 15
“ต้นไม้และสัตว์ป่าจะได้รับการคุ้มครองตลอดไป”
 นายกตัญญู วุฒิชัยธนากร
 ชื่อภาพ “หน้าที่พ่อ เพื่อลูก”



ชนะเลิศ เป้าหมายที่ 16
“สังคมในฝัน”
 นายสุกฤษฎี ศิริรัฐสาธพงศ์
 ชื่อภาพ “สังคมไทย สังคมแห่งความสุข”



ชนะเลิศ เป้าหมายที่ 17
“ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”
 นายยงยุทธ คงมหาพฤกษ์
 ชื่อภาพ “พลังงานธรรมชาติ”

สถิติการส่งภาพเข้าประกวด โครงการประกวดภาพถ่าย Sustainability Action Hero ภาคใต้ 17 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (17 Sustainable Development Goals)

เป้าหมาย	เป้าหมาย	หัวข้อการประกวดภาพถ่าย	จำนวนผู้ที่ส่งภาพ (คน)	จำนวนภาพ (ภาพ)
เป้าหมายที่ 1	ยุติความยากจนทุกรูปแบบในทุกที่ (No Poverty)	เพื่อความยากจนจะหมดไป	68	288
เป้าหมายที่ 2	ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหารและยกระดับโภชนาการ และส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน (Zero hunger)	จะไม่มีใครต้องหิวโหย	83	335
เป้าหมายที่ 3	สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดีและส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย (Good health and well-being)	การรักษายาบาลต้องทั่วถึง	31	108
เป้าหมายที่ 4	สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Quality education)	อยากเรียนต้องได้เรียน	131	702
เป้าหมายที่ 5	บรรลุความเสมอภาคระหว่างเพศและให้อำนาจของผู้หญิงและเด็กผู้หญิงทุกคน (Gender equality)	ยอมรับในความแตกต่างทางเพศ	81	292
เป้าหมายที่ 6	สร้างหลักประกันเรื่องน้ำและการสุขาภิบาลให้มีการจัดการอย่างยั่งยืน และมีสภาพพร้อมใช้สำหรับทุกคน (Clean water and sanitation)	มีน้ำใช้ไม่ขาดแคลน	239	1335
เป้าหมายที่ 7	สร้างหลักประกันว่าทุกคนเข้าถึงพลังงานสมัยใหม่ในราคาที่สามารถซื้อหาได้ เชื่อถือได้ และยั่งยืน (Affordable and clean energy)	พลังงานสะอาดจะเป็นพลังงานหลัก	122	501
เป้าหมายที่ 8	ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่และมีประสิทธิภาพ และการมีงานที่สมควรสำหรับทุกคน (Decent work and economic growth)	การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ	85	454
เป้าหมายที่ 9	สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่มีความทนทาน ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ครอบคลุมและยั่งยืน และส่งเสริมนวัตกรรม (Industry, innovation and infrastructure)	นวัตกรรม คือ คำตอบเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี	72	279
เป้าหมายที่ 10	ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ (Reduced inequalities)	โอกาสเป็นของทุกคน	109	473
เป้าหมายที่ 11	ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความปลอดภัยทั่วถึง พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและยั่งยืน (Sustainable cities and communities)	ทุกคนจะมีสังคมที่ปลอดภัย โดยไม่ต้องร้องขอ	105	531
เป้าหมายที่ 12	สร้างหลักประกันให้มีแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน (Responsible consumption and production)	ทุกการผลิตจะเป็นมิตรต่อโลก	172	809
เป้าหมายที่ 13	ปฏิบัติการอย่างเร่งด่วนเพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และผลกระทบที่เกิดขึ้น (Climate action)	ปัญหาโลกร้อนจะได้รับการแก้ไข	86	272
เป้าหมายที่ 14	อนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากมหาสมุทร ทะเล และทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Life below water)	สมดุลแห่งท้องทะเลจะกลับมา	82	330

เป้าหมาย		หัวข้อการประกวดภาพถ่าย	จำนวน ผู้ที่ส่งภาพ (คน)	จำนวน ภาพ (ภาพ)
เป้าหมายที่ 15	ปกป้อง พื้นฟู และสนับสนุนการใช้ระบบนิเวศแบบอย่างยั่งยืน จัดการป่าไม้อย่างยั่งยืน ต่อสู้การกลายสภาพเป็นทะเลทราย หยุดการเสื่อมโทรมของที่ดินและฟื้นสภาพกลับมาใหม่ และหยุดการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ (Life on land)	ต้นไม้และสัตว์ป่าจะได้รับความคุ้มครองตลอดไป	125	595
เป้าหมายที่ 16	ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรม และสร้างสถาบันที่มีประสิทธิภาพ รับผิดชอบ และครอบคลุมในทุกระดับ (peace, justice and strong institutions)	สังคมในฝัน	107	496
เป้าหมายที่ 17	เสริมความเข้มแข็งให้กับกลไกการดำเนินงานและฟื้นฟูสภาพหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลกสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน (Partnership for the goals)	ความร่วมมือเพื่อสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืน	89	369

กลุ่มงานดนตรีและวรรณศิลป์

มูลนิธิหลวงประดิษฐไพเราะ (ศร ศิลปบรรเลง)

ไทยเบฟให้การสนับสนุนมูลนิธิหลวงประดิษฐไพเราะ (ศร ศิลปบรรเลง) ต่อเนื่องตั้งแต่ พ.ศ. 2557 ผ่าน 3 โครงการหลัก ได้แก่ โครงการประกวดบรรเลงดนตรีไทยศรทอง ซึ่งด้วยพระราชทาน เพื่อให้โอกาสเยาวชนนักดนตรีไทยได้มีเวทีการแข่งขัน ต่อเนื่องด้วยโครงการค่ายเยาวชนดนตรีไทยศรทองที่จัดกิจกรรมให้เยาวชนได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากบุคลากรผู้เชี่ยวชาญนอกโรงเรียน และโครงการเพื่อนดนตรี อันเป็นการทำงานร่วมกับเครือข่ายบุคลากรด้านดนตรีไทย เพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อวงการดนตรีไทยมากขึ้น





กิจกรรม “วันพ่อแห่งชาติ” วันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2563 ณ วังสราญรมย์ ถนนสนามไชย

คณะนักร้องประสานเสียงสวนพลู

ไทยเบฟสนับสนุนคณะนักร้องประสานเสียงสวนพลูต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2549 ซึ่งเป็นคณะนักร้องที่บุกเบิกและสร้างมิติใหม่ในการขับร้องประสานเสียงจนเข้าสู่ปีที่ 20 ซึ่งได้นำชื่อเสียงมาสู่ประเทศอย่างต่อเนื่อง



กิจกรรมส่งมอบความสุขในเทศกาลคริสต์มาส ผ่านกิจกรรม Christmas Carols วันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2563



มูลนิธิอาจารย์สุกรี เจริญสุข

ไทยเบฟสนับสนุนมูลนิธิอาจารย์สุกรี เจริญสุข ดำเนินกิจกรรมที่เน้นด้านการพัฒนาศักยภาพและคุณภาพชีวิต โดยกิจกรรมการเรียนการสอนให้กับเด็กที่อยู่ในโรงเรียนที่ขาดแคลน กลุ่มเด็กและเยาวชนในสถานพินิจ สถานบำบัด สถานฟื้นฟู ในทุกภูมิภาคต่อเนื่องมา 18 ปี ผ่านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการบรรเลงบทเพลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งร่วมเป็นทีมวิทยากรในโครงการชุมชนดี มีรอยยิ้ม ซึ่งทำงานร่วมกับไทยเบฟมาตลอด 10 ปี ซึ่งจะสัญจรไปยังโรงเรียนในพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ ต่อเนื่องเป็นเวลา 8 ปี

(ปีละ 10 ครั้ง) และมีแผนการขยายผลไปสู่การพัฒนาเชิงลึกผ่านโครงการส่งเสริมทักษะดนตรี เพื่อส่งเสริมทักษะด้านดนตรีอย่างต่อเนื่องในโรงเรียนที่ไทยเบฟได้เข้าไปสนับสนุน โดยฝึกฝนนักเรียนจนสามารถสร้างรายได้ให้แก่นักเรียนและโรงเรียน เพื่อสร้างการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันของพนักงานในเครือไทยเบฟตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับชุมชนเป้าหมายโดยรอบ



ทุนการศึกษาวิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ไทยเบฟสนับสนุนการให้ทุนการศึกษาแก่นักศึกษาวิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล ต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2551 ในฐานะที่เป็นสถาบันดนตรีที่ได้รับการจัดอันดับ World Top 100 ของ QS World University Rankings by Subject ในด้าน Reforming Arts และเป็นสถาบันดนตรีอันดับ 1 ของไทย ได้ตระหนักถึงหน้าที่สำคัญในการมีส่วนร่วมสร้างประโยชน์ให้สังคมและชุมชน โดยได้ส่งเสริมโอกาสในการเรียนรู้โดยขยายโอกาสด้านทุนการศึกษา ในปีการศึกษา 2563 ไทยเบฟได้สนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักศึกษา จำนวน 41 ทุน ประกอบไปด้วย ทุนการศึกษาประเภทเรียนดี (Merit Scholarship) จำนวน 31 ทุน (ทุนละ 10,000 - 30,000 บาท) และทุนประเภทพรสวรรค์ มีความโดดเด่นสายอาชีพดนตรี (Talent Scholarship) จำนวน 10 ทุน (ทุนละ 60,000 บาท)

วงดุริยางค์ฟิลาฮาร์โมนิกแห่งประเทศไทย

ไทยเบฟสนับสนุนวงดุริยางค์ฟิลาฮาร์โมนิกแห่งประเทศไทย (Thailand Philharmonic Orchestra: TPO) อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2553 จนถึงการแสดงฤดูกาลที่ 16 ซึ่งปัจจุบันมีการจัดโครงการเพิ่มเติมกับชุมชนและสังคมโดยรอบ เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีสุขภาวะที่ดี เพื่อพัฒนาทักษะชีวิตและสร้างภูมิคุ้มกันสำหรับเด็กและเยาวชน สอดคล้องกับเป้าหมายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals - SDGs) ในด้านสร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Quality Education) เช่น กิจกรรมดนตรีในสวน

กลุ่มงานวัฒนธรรมประเพณี

Bangkok Water Festival 2021 (เทศกาลวิถีน้ำ...วิถีไทย 2564)

ตอกย้ำกลยุทธ์ “บ ว ร ยกกำลังสอง” สานพลังความร่วมมือระหว่างบ้าน วัด โรงเรียน บริษัท วิชาชีพ เพื่อสังคม และราชการ ให้เกิดความยั่งยืนเพื่อชุมชนโดยชุมชน สิ่งแวดล้อมที่ดีเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี “ชุมชนพอเพียง ยั่งยืน เพื่อโลก” ด้วยโครงการ “เก็บกลับ - รีไซเคิล” กิจกรรมพัฒนาชุมชนที่เปิดโอกาสให้ชุมชนช่วยกันคิด ร่วมพัฒนา และลงมือบริหารจัดการขยะอย่างยั่งยืน

โครงการ “เก็บกลับ - รีไซเคิล” โดยบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ รีไซเคิล จำกัด (TBR) ร่วมกับเทศกาล วิถีน้ำ...วิถีไทย ได้เริ่มกิจกรรมเวิร์กชอป “ชุมชนพอเพียง ยั่งยืน เพื่อโลก” ขึ้น เพื่อสานต่อความยั่งยืนสู่มิติด้านสิ่งแวดล้อม ไม่ใช่เพียงแค่มีติด้านวัฒนธรรม โดยยกระดับกิจกรรมทำความสะอาดบ้าน วัด โรงเรียน และผนวกการอบรม “เยาวชนเจ้าบ้าน สืบสานวัฒนธรรม” เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อมุ่งเน้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ปูปลูกฝังและสร้างจิตสำนึกให้เยาวชนและคนในชุมชนรู้จักคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทาง เพื่อนำกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลอย่างถูกวิธี สามารถลดปริมาณขยะ ชุมชนร่วมวางแผนการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบโดยมีภาคเอกชนและเครือข่ายภาคการศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมในการแบ่งปันองค์ความรู้ เยาวชนและชุมชนนำร่องที่ได้ร่วมกิจกรรมครั้งนี้ ประกอบด้วย ชุมชนฝั่งธนบุรี กทม. ชุมชนไม้ขาว จังหวัดภูเก็ต และตัวแทนชุมชนในเทศบาลเมืองลำพูน นอกจากนี้ยังสร้างความสามัคคีผ่านการร่วมกันทำถังขยะอัตลักษณ์ของแต่ละชุมชน เช่น ถังคัดแยกขวดพลาสติก PET รูปทรงเต่าทะเลเพื่อง่ายต่อการจำแนกจากเศษอื่นที่เหลือใช้จากการประมง โดยฝีมือชุมชนชาวประมง หมู่ ๕ บ้านไม้ขาว จัดวางที่หาดไม้ขาว จังหวัดภูเก็ต ถังคัดแยกขวด PET รูปทรงช้างที่สานจากไม้ไผ่ โดยช่าง ๒ สกุลของเชียงใหม่ โครงเหล็กจากวัดเมืองสาทรและช่างจักสานโดยชาวบ้านอำเภอแม่แจ่ม จัดวางไว้ที่บริเวณกาดมะพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ เพื่อนำเอาขยะขวดพลาสติก PET ไปเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลต่อไป



โครงการ “เก็บกลับ-รีไซเคิล” (Bring Back-Recycle) กิจกรรมพัฒนาชุมชนที่เปิดโอกาสให้ชุมชนช่วยกันคิด ร่วมพัฒนา และลงมือบริหารจัดการขยะอย่างยั่งยืน เป็นกิจกรรมต่อยอดจากเทศกาล Bangkok Water Festival 2021 ด้วยกรอบระเบียบปฏิบัติการให้ความรู้เรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมในชุมชนกับเยาวชน



Bangkok River Festival 2020 (สายน้ำแห่งวัฒนธรรม 2563)

ไทยเบฟสร้างสรรค์งาน “Bangkok River Festival 2020 เทศกาลสายน้ำแห่งวัฒนธรรมไทย” จัดขึ้นต่อเนื่องเป็นครั้งที่ 6 ภายใต้แนวคิด “รื่นเริง แสงศิลป์” ซึ่งได้ผนึกกำลังร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองทัพเรือ กรุงเทพมหานคร รวมถึงหน่วยงานภาคเอกชน เครือข่ายพันธมิตร และชุมชนต่าง ๆ ที่ร่วมเป็นหนึ่งในเดียวกัน โดยปีนี้เน้นการจัดงานแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน “เข้าถึงง่าย ปลอดภัย ร่วมสมัย มีเอกลักษณ์” และมุ่งพัฒนาและสร้างประโยชน์ “บ ว ร” อย่างยั่งยืน แบ่งปันองค์ความรู้และผลักดันอัตลักษณ์และคุณค่าเชิงวัฒนธรรมของชุมชนให้กว้างขึ้นผ่านกิจกรรม นอกจากนี้ยังได้เชื่อมโยงงานเทศกาลศิลปะร่วมสมัยนานาชาติ “บางกอก อาร์ต เบียนนาเล่ 2020” (Bangkok Art Biennale 2020) หรือ BAB 2020 เพื่อบอกเล่าความเป็นไทยไปทั่วโลก

พร้อมกันนี้ได้มีการจัดงาน “Lamphun River Festival” ต่อเนื่องเป็นครั้งที่ 2 ร่วมลอยกระทงริมฝั่งแม่น้ำกวัง แม่น้ำสายหลักที่หล่อเลี้ยงชีวิตและวัฒนธรรมผู้คนในถิ่นล้านนา และกิจกรรมถวายโคมบูชา พระธาตุหริภุญชัย และอื่น ๆ ที่น่าสนใจอีกมากมาย ประตุท่างาน ตำบลในเมือง อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน

นอกจากนี้ สำหรับพื้นที่การจัดงานได้ผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพื่อกักท่องเที่ยว Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และกระทรวงสาธารณสุข โดยกรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ที่ทำให้การจัดงานมีความปลอดภัย และมีมาตรการในการคัดกรองป้องกัน COVID-19



บรรยากาศผู้เข้าร่วมงาน Bangkok River Festival 2020 ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ณ เอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟรอนท์ และงาน Lamphun River Festival บริเวณแม่น้ำกวัง

กลุ่มงานพระพุทธศาสนา



“โครงการกุหลาบเรียนหลวงสำหรับพระสงฆ์ไทย”
ถวายพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร
มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร
เนื่องในวันคล้ายวันสวรรคต

มูลนิธิสิริวัฒนภักดี และบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ร่วมสมทบทุน “โครงการกุหลาบเรียนหลวงสำหรับพระสงฆ์ไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์” มาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 เพื่อถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร เนื่องในวันคล้ายวันสวรรคต 13 ตุลาคม 2564 เพื่อสืบสานพระราชปณิธาน ส่งเสริมการศึกษา พระปริยัติธรรมของพระสงฆ์ ตลอดจนเกิดพระเกียรติและน้อมถวายพระราชกุศล โดยมีเจ้าประคุณสมเด็จพระวันรัต เจ้าอาวาสวัดบวรนิเวศวิหาร เป็นประธานฝ่ายสงฆ์ ณ พระอุโบสถ วัดบวรนิเวศวิหาร

หอพระไตรปิฎก “วชิรเกล้าธรรมานุสรณ์”

มูลนิธิสิริวัฒนภักดี และบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ทำพิธีวางศิลาฤกษ์หอพระไตรปิฎก “วชิรเกล้าธรรมานุสรณ์” ในวันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2563 ซึ่งจัดสร้างขึ้นเพื่อน้อมถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสมหามงคลพระราชพิธีบรมราชาภิเษก และถวายเป็นพุทธบูชา โดยมีพระพิพัฒน์ภิกขุวิธาน เจ้าอาวาสวัดวชิรธรรมสารีต เป็นประธานฝ่ายสงฆ์ คุณฐาปน - คุณปัทมาภญา สิริวัฒนภักดี เป็นประธานฝ่ายฆราวาสวางศิลาฤกษ์ พร้อมด้วยคณะผู้บริหาร ที่ปรึกษาของไทยเบฟ และพุทธศาสนิกชน ร่วมพิธีดังกล่าว ณ วัดวชิรธรรมสารีตวรวิหาร เขตพระโขนง

และในวันที่ 9 เมษายน พ.ศ. 2564 คุณฐาปน สิริวัฒนภักดี ได้ทำพิธีอัญเชิญตราสัญลักษณ์พระราชพิธีบรมราชาภิเษก พุทธศักราช 2562 ขึ้นประดิษฐานบนหอไตร มูลนิธิสิริวัฒนภักดี โดยคุณเจริญ - คุณหญิงวรรณฯ สิริวัฒนภักดี และครอบครัว ได้จัดสร้างหอไตร “วชิรเกล้าธรรมานุสรณ์” เพื่อใช้เป็นที่ศึกษาพระไตรปิฎกสำหรับพระภิกษุสงฆ์ เป็นที่เก็บคัมภีร์ ไบลาบ หนังสือพระไตรปิฎก และหนังสือข่อยล้านนา ลักษณะเป็นอาคาร 2 ชั้น ศิลปกรรมแบบล้านนามีพื้นที่ประมาณ 137 ตารางเมตร ชั้นล่างเป็นโครงสร้างปูนเพื่อจัดทำเป็นห้องสมุด ชั้นบนเป็นโครงสร้างไม้สักทั้งหลังประดับตกแต่งลวดลายด้วยทองคำเปลวแท้ โดยได้จัดสร้างแล้วเสร็จเมื่อปลาย พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมา



แบ่งปันคุณค่าให้คนทั่วโลก

โครงการเขียนภาพจิตรกรรมฝาผนังภายในพระวิหาร พระพุทธรูป วัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร

เนื่องในโอกาสมหามงคล พระราชพิธีบรมราชาภิเษกของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เมื่อปี 2562 วัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร รู้สึกปิติโสมนัสเป็นอย่างยิ่ง และมีดำริว่าวิหารพระพุทธรูปซึ่งเป็นศาสนสถานสำคัญของวัด ซึ่งยังไม่มีภาพเขียนจิตรกรรมฝาผนัง จึงเป็นโอกาสอันเป็นมงคลยิ่งที่จะจารึกภาพพระราชพิธีบรมราชาภิเษกของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และภาพพระราชกรณียกิจทางด้านศาสนาของพระมหากษัตริย์ทุกพระองค์ในพระมหาจักรีบรมราชวงศ์ รวมถึงประวัติความเป็นมาของวัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร ไว้เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสอันเป็นมงคลสูงสุดนี้

ในกรณีนี้ มูลนิธิสิริวัฒนภักดี และบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ได้พิจารณาในการสนับสนุนการดำเนินการเขียนภาพจิตรกรรมฝาผนังในครั้งนี้ โดยจะมีระยะเวลาการดำเนินงานเป็นเวลา 4 ปี (ปี 2564-2567) ซึ่งการดำเนินโครงการครั้งนี้ยังมีแผนงานที่ต้องการถ่ายทอดเทคนิค ทักษะ ให้แก่เยาวชนนักศึกษาที่เรียนด้านทัศนศิลป์ และสาขาที่เกี่ยวข้อง ได้มาร่วมเรียนรู้ถึงวิธีการสร้างสรรคงาน แนวคิดในการถ่ายทอดเนื้อหา รวมถึงได้ร่วมปฏิบัติงานจริงกับทีมงาน อ. จานง รัตนกุล ศิลปินที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญด้านการเขียนภาพจิตรกรรมฝาผนัง เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการเสริมสร้างพัฒนาทักษะฝีมือแก่เยาวชนคนรุ่นหลัง อันเป็นการสืบสานงานศิลปะและวัฒนธรรมจากช่างฝีมือไทยให้ดำรงอยู่สืบทอดต่อไป



โครงการการบูรณะพระพุทธรูปเงินปางอุ้มบาตร วัดพระบรมธาตุไชยาราชวรวิหาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ไทยเบฟให้การสนับสนุนการบูรณะซ่อมแซมเสริมสร้างความมั่นคงให้กับพระพุทธรูปเงินปางอุ้มบาตร ซึ่งเป็นโบราณวัตถุ อันเป็นพระพุทธรูปสำคัญของวัดพระบรมธาตุไชยาราชวรวิหาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ชำรุดเสียหายหลายจุด ซึ่งปัจจุบันเก็บรักษาอยู่ ณ คลังโบราณวัตถุ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ไชยา โดยความร่วมมือกับกรมศิลปากร การบูรณะดังกล่าวดำเนินการภายใต้รูปแบบและการควบคุมงานของเจ้าหน้าที่จากกลุ่มวิทยาศาสตร์เพื่อการอนุรักษ์ สำนักพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ กรมศิลปากร





การสนับสนุนอุปถัมภ์กิจกรรมด้านศาสนา เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา

ศูนย์วิปัสสนาสากลไร่เชิญตะวัน

มูลนิธิสิริวัฒนภักดี และ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ร่วมส่งเสริมกิจกรรมทางด้านพุทธศาสนาและกิจกรรมสมาธิภาวนา ประจำปี 2564 ณ ศูนย์วิปัสสนาสากลไร่เชิญตะวัน จังหวัดเชียงราย เพื่อส่งเสริมให้ศูนย์วิปัสสนาสากลไร่เชิญตะวัน เป็น “ศูนย์กลางในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาสู่ประชาคมโลก” โดยให้การสนับสนุนเป็นน้ำดื่มชนิดขวดและน้ำดื่มชนิดแกลลอนควบคู่กัน และสนับสนุนเครื่องดื่มให้ความสดชื่น เช่น โออิชี่ เอส จั๊บโจ้ ตามโอกาสในการจัดงานเป็นประจำทุกเดือน

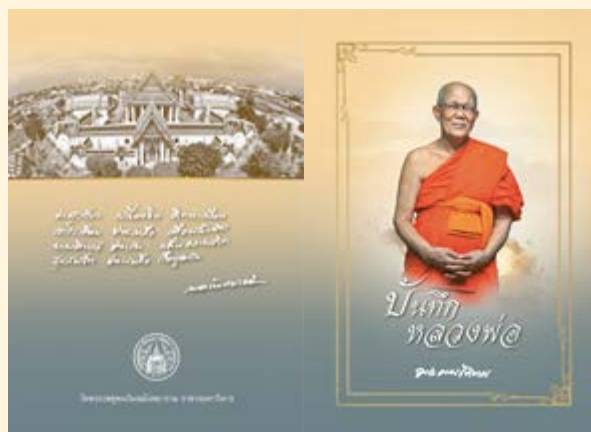


สนับสนุนการจัดพิมพ์หนังสือธรรมทาน “ซุบซุบใจในยามวิกฤติ” จำนวน 15,000 เล่ม เพื่อช่วยเหลือผู้ที่กำลังลำบากจากสถานการณ์โควิด-19 โดยมอบผ่านโครงการ “บุญ BOX : ส่งบุญจากใจ ส่งอาหารไปถึงบ้าน” โดยในกล่องบุญ BOX ประกอบด้วยหนังสือธรรมทาน “ซุบซุบใจในยามวิกฤติ” จำนวน 1 เล่ม พร้อมด้วยข้าวสารอาหารแห้ง เพื่อให้ผู้รับได้ทั้งอาหารกายและอาหารใจ



เป็นเจ้าภาพอุปถัมภ์งบประมาณการจัดงานกิจกรรมวันมาฆบูชา วิกิออนไลน์ สไตส์นิวนอร์มอล วัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2564





การสนับสนุนอุปถัมภ์เป็นเจ้าภาพพิมพ์หนังสือ เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา

หนังสือ “หุ้บการกถา ว่าด้วยความรู้รักสามัคคีมีอุปการะมาก” (พระพรหมบัณฑิต ประยูร ธมฺมจิตฺโต) แจกงานวันพ่อแห่งชาติ ที่สนามหลวง 5 ธันวาคม 2563 จำนวน 30,000 เล่ม

หนังสือ “โควิทกถา” วันที่ 16 - 17 กันยายน 2564 งานบำเพ็ญกุศลอายุวัฒนมงคล 66 ปี พระพรหมบัณฑิต (ประยูร ธมฺมจิตฺโต) เจ้าอาวาสวัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร จำนวน 10,000 เล่ม

หนังสือ “บันทึก หลอดฟ่อ” ที่ระลึกในการบำเพ็ญกุศลครบรอบ 50 วัน พระธรรมรัตนจักร อดีตเจ้าอาวาสวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร วันที่ 25 - 26 เมษายน 2564 จำนวน 5,000 เล่ม

หนังสือ พิธีรับมอบพระบัญชาแต่งตั้งเจ้าอาวาสวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหารและพิธีทำบุญอายุวัฒนมงคล 7 รอบ 84 ปี สมเด็จพระมหาธีรราชย์ เจ้าอาวาสวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร วันที่ 23 - 24 พฤษภาคม 2564 จำนวน 5,000 เล่ม

หนังสือ “ภาพประวัติศาสตร์ที่ต้องจารึก” (การถวายคัมภีร์พระมาลัย) ที่ระลึกในโอกาสฉลองอายุวัฒนมงคล 60 ปี พระราชปริยัติมุนี ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร วันที่ 26 - 27 เมษายน 2564 จำนวน 5,000 เล่ม

แบ่งปันคุณค่า

ท่านผู้หญิงสิริกิติยา เจนเซน

นักอักษรศาสตร์ปฏิบัติการ สำนักวรรณกรรมและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร

เสน่ห์ของประวัติศาสตร์

สื่อสารเพื่อให้คนรุ่นใหม่สนใจการเรียนรู้ประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืน ต้องเริ่มจากการปรับทัศนคติ เพื่อให้เกิดความสนใจ และปรับวิธีการสื่อสาร วิธีการเรียนการสอน และวิธีการนำเสนอข้อมูล หากเป็นการเรียนรู้เพื่อนำไปสอบ ไปวัดผล อาจไม่ใช้การเรียนรู้ที่ยั่งยืน ถ้าคนรุ่นใหม่ไม่ได้เข้าไปศึกษาจริงจัง หรือเข้าไปสัมผัสกับพื้นที่จริง อนาคตประวัติศาสตร์นั้นก็อาจหายไป หากพวกเขาได้เข้าไป มีประสบการณ์ร่วม ก็มีโอกาสที่ประวัติศาสตร์จะได้รับการอนุรักษ์และเผยแพร่ ทำให้เขารู้สึกว่ประวัติศาสตร์เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตพวกเขา



นอกจากนี้ จากการเป็นภัณฑารักษ์ในนิทรรศการฟิล์มกระจก : เรื่องราวเหนือกาลเวลา ทำให้ได้ข้อคิดอีกข้อหนึ่ง คือ ประโยชน์ที่แท้จริงของประวัติศาสตร์ คือ ประวัติศาสตร์ กับปัจจุบัน แท้จริงแล้ว ความจริงในด้านความต้องการ ความรู้สึกของคน ไม่ได้เปลี่ยนแปลงไป มีเพียงความเจริญด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่เปลี่ยนแปลงเครื่องมือในการบันทึกประวัติศาสตร์ไว้เท่านั้น หากเราต้องการรู้อนาคตจะเป็นอย่างไร ก็ให้ย้อนดูเรื่องราวในอดีต ผ่านหลักฐานที่บันทึกในรูปแบบต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาเท่านั้น



คุณยุทธศักดิ์ สุภสร

ผู้อำนวยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Bangkok Art Biennale : แผนที่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และพัฒนาสู่การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพอย่างยั่งยืน

การกลับมาของงานบางกอก อาร์ต เบียนนาเล่ ครั้งที่ 2 ของกรุงเทพมหานคร ในปี 2020 ที่นำเสนอผลงานศิลปะชั้นเอก ของศิลปินที่มีชื่อเสียงระดับโลก ถือเป็นจุดหมายปลายทางในการรวมตัวของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบด้านศิลปะและวัฒนธรรมจากทั่วโลก การจัดงานในครั้งนี้ เป็นการยืนยันถึงสถานการณ์ที่ดีขึ้น ในช่วงหลังจากการเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งพิสูจน์ให้เห็นถึงความสามารถและความพร้อมของประเทศไทยในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ด้วยรอยยิ้มและความปลอดภัย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีความยินดีและเชื่อมั่นว่า งานบางกอก อาร์ต เบียนนาเล่ 2020 จะช่วยเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สร้างประโยชน์ในเชิงความคิดสร้างสรรค์ ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ฟื้นฟูจิตใจ และกระตุ้นเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวให้กลับมา ภายใต้ภาวะการถดถอยของเศรษฐกิจทั่วโลก ประเทศไทยยังคงเดินหน้ากิจกรรมตามแผนที่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และพัฒนาสู่การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพอย่างยั่งยืน

อาจารย์ภูธร ภูมรินทร์

นักวิชาการประวัติศาสตร์โบราณคดี พิพิธภัณฑศึกษา

พันธพิพิธภัณฑ

พิพิธภัณฑ คือสถานที่เก็บรวบรวมสิ่งของต่าง ๆ เพื่อนำมาจัดแสดง ตีความ และให้ความรู้ การที่จะสนุกกับการพันธพิพิธภัณฑนั้น ต้องมีคำนิยาม หรือเห็นคุณค่าของเรื่องราวในอดีต ส่วนนักพันธพิพิธภัณฑ ต้องมีความรู้แบบสหวิทยาการ รู้การเปลี่ยนแปลงคำนิยามที่เกิดขึ้นในโลกตลอดเวลา เสมือนเป็นนักสร้างปัญญาให้เกิดขึ้นในสังคม ต้องมีคุณธรรม จริยธรรม ถึงจะเกิดประโยชน์อย่างยั่งยืน ซึ่งหากทั้ง 2 ส่วนปรับกระบวนการคิด เพื่อแลกเปลี่ยนกัน ผ่านสื่อและช่องทางต่าง ๆ รวมถึงการสนับสนุนจากภาครัฐ และเอกชน ก็จะมีโอกาสที่ดีต่อการพัฒนาพันธพิพิธภัณฑต่อไป



อาจารย์ศุภย์ หิรัญญลาวัลย์

นายกสมาคมถ่ายภาพแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ผู้ก่อตั้งโรงเรียนสังเคราะห์แสง

การถ่ายภาพ: ศิลปะเปลี่ยนแปลงของทุก ๆ คน

ด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารยุคปัจจุบัน ทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนองานบางส่วนจากการจัดแสดงในแกลเลอรี มาอยู่ในรูปแบบออนไลน์ ซึ่งสื่อสารไปยังกลุ่มคนได้จำนวนมาก รวดเร็ว ทำให้แต่ละคนพยายามสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ เพื่อเข้าถึงพื้นที่ของผู้รับสาร ช่างภาพที่ทำงานและสามารถเข้าใจวัตถุประสงค์ของงานที่ทำได้ จนสามารถสื่อสารได้ตรงตามความนิยมของกระแสโลกภาพถ่าย ก็จะอยู่ร่วมในยุคสมัยนี้ได้ ต้องหาจุดเด่นของตัวเอง เพื่อสร้างรูปแบบที่แตกต่างเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตัวเองอย่างลงตัวและยั่งยืน

ในฐานะอุปนายกสมาคมถ่ายภาพแห่งประเทศไทยฯ และอาจารย์สอนการถ่ายภาพมากกว่า 10 ปี สิ่งหนึ่งที่มุ่งมั่นมาตลอด คือการถ่ายทอดองค์ความรู้ เพื่อให้ นำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไป ทั้งในกลุ่มนักศึกษาที่สามารถนำความรู้ไปเป็นพื้นฐานพัฒนาสู่เส้นทางสายอาชีพ หรือกลุ่มผู้ประกอบการที่จำเป็นต้องพัฒนาการสื่อสารสินค้าของตนเองผ่านภาพถ่าย ซึ่งในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ที่ผ่านมา จึงได้จัดโครงการ “กินใจ” เพื่อสนับสนุนการถ่ายภาพเมนูอาหารให้แก่ผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ จนถึงขยายผลเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยได้จัดทำคลิปเพื่อสอนการถ่ายภาพด้วยตัวเอง เพื่อติดอาวุธให้กับผู้ประกอบการได้ในระยะยาว



อักษฎากร สาคริก

เลขาธิการมูลนิธิหลวงประดิษฐไพเราะ (ศร ศิลปบรรเลง)

ดนตรีไทย : ใครว่าน่าเบื่อ

การให้ดนตรีไทยอยู่ในกระแสที่ยั่งยืนนั้น ต้องเริ่มจากการนิยามว่า ดนตรีไทยเป็นเรื่องที่มีพัฒนาการมาโดยตลอด และสามารถเปลี่ยนแปลงและปรับให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป ปัจจุบันโลกเปลี่ยน ดนตรีไทยก็ปรับได้ เพื่อให้อยู่ในความนิยมได้อย่างยั่งยืน

งานของมูลนิธิหลวงประดิษฐไพเราะ (ศร ศิลปบรรเลง) ก็มีการปรับตัวมาโดยตลอด แต่ยังคงสืบสานการเผยแพร่ความรู้ด้านดนตรีไทยให้กับเยาวชนคนรุ่นหลังมาโดยตลอด โดยมีกิจกรรมหลักที่ดำเนินการร่วม 10 ปี ภายใต้การสนับสนุนของไทยเบฟ คือ โครงการประกวดบรรเลงดนตรีไทยศรทอง ซึ่งด้วยพระราชทาน ซึ่งทำให้เราได้พบนักเรียน ครูดนตรี และบุคลากรทางดนตรี มากกว่า 1,000 คนในแต่ละปี ขยายผลด้วยกิจกรรม ค่ายเยาวชนศรทอง ซึ่งนอกจากเยาวชนจะได้ความรู้เชิงเทคนิคของดนตรีไทยแล้ว มูลนิธิยังได้สอดแทรกความรู้เรื่องการทำเครื่องดนตรี รวมไปถึงความเกี่ยวเนื่องกับวิถีชุมชนด้วย ล่าสุดคือ โครงการเพื่อนดนตรี ซึ่งเป็นการรวมตัวของเครือข่ายคนดนตรี ร่วมกันสำรวจเดินทางไปทั่วประเทศ เพื่อสนับสนุนความต้องการด้านดนตรีของโรงเรียนและชุมชน โดยเน้นงานดนตรีที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมในชุมชน

สิ่งที่เราภูมิใจ คือ เห็นการเติบโตของเยาวชนที่สนใจดนตรีไทย ร่วมสืบสานจากรุ่นสู่รุ่น ทำให้ดนตรีไทยดำรงอยู่ ออกาส่งกำลังใจให้ 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มที่ทำหน้าที่อนุรักษ์ กลุ่มที่ต้องใช้พลังงาน พลังใจเป็นอย่างมาก เพื่อให้เกิดการตอบรับในวงที่กว้างขวางขึ้น กลุ่มต่อมาคือ กลุ่มที่สืบทอด กลุ่มองค์กร มูลนิธิ สำนัก ครูบาอาจารย์ต่าง ๆ และกลุ่มสุดท้าย คือ กลุ่มผู้สร้างอะไรใหม่ ๆ ขอให้มีความตั้งใจ อย่าได้หยุดสร้าง และทำหน้าที่อย่างสม่ำเสมอ ข้อนี้สำคัญ เพราะดนตรีไทยจะยั่งยืนได้ ถ้าพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ

นายเอกชัย เจียรกุล

นักกีตาร์คลาสสิกระดับโลก เจ้าของร้านกีตาร์ Fonzo

จากผู้รักกีตาร์ สู่แชมป์โลกและเจ้าของกิจการ

ความสำเร็จในชีวิตคือความกระตือรือร้น วางแผนชีวิต เดินตามความฝัน ทำทุกอย่างจากทุกสิ่ง ที่รัก จากนักศึกษาวชิรวิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่มุ่งมั่นขยันฝึกซ้อม จนได้รับทุนเดินทางไปแข่งขันระดับโลกหลายรายการโดยสนับสนุนจากไทยเบฟ ซึ่งรายการที่ประสบความสำเร็จสูงสุด คือได้อันดับ 1 ที่อเมริกา ในการแข่งขันกีตาร์คลาสสิกระดับนานาชาติประจำปี 2557 เวที GFA Guitar Foundation of America จากจุดนั้นก็ได้นำเข้าสู่อีกหนึ่งความฝันที่จะนำไปสู่อาชีพที่มั่นคง และอยู่กับสิ่งที่รักได้อย่างยั่งยืน คือ การเริ่มธุรกิจสร้างแบรนด์กีตาร์ของตนเองขึ้น 'Fonzo' โดยมีเป้าหมายที่จะนำแบรนด์กีตาร์ของคนไทยขึ้นสู่ 1 ใน 3 ของโลก การที่ชีวิตจะประสบความสำเร็จได้ ผมเชื่อว่ามาจากหลัก 3 ข้อ คือ เริ่มจากทำทุกอย่างจากสิ่งที่รัก ที่ชอบ ที่หลงใหล เพราะอย่างน้อยเราก็มีความสุข ต่อมาคือ อย่าหยุดที่จะทำต่อ แม้บางครั้งต้องอาศัยความอดทน เป็นอย่างมาก สุดท้ายคือ อย่าคิดว่ายังไม่พร้อม หากวันนั้นผมไม่พร้อมที่จะมุ่งมั่นซ้อมต่อเนื่อง ก็จะไม่ได้รับทุนสนับสนุนจากไทยเบฟ จนประสบความสำเร็จตามความฝันได้เช่นวันนี้

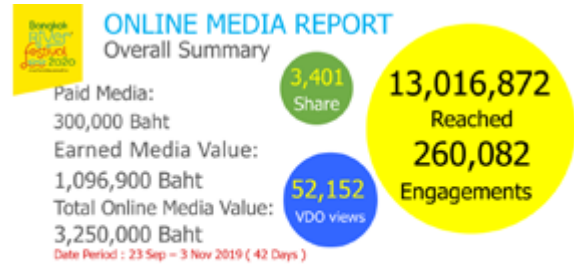


ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

Bangkok River Festival



งาน Bangkok River Festival 2020 มีประชาชนเข้าร่วมงานกว่า 70,000 คน ในการจัดกิจกรรมตลอด 3 วัน ซึ่งกิจกรรมจัดขึ้นพร้อมกัน 10 ท่าเรือ โดยมีผู้เข้าร่วมงานสูงสุด ณ เอเชียทีกค เดอะ ริเวอร์ฟรอนท์ จำนวน 15,794 คน เมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2563 ทั้งนี้สามารถสร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการชุมชน ได้มา 1.33 ล้านบาทตลอดการจัดงาน



กิจกรรมเสนา โดยผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรม มีผู้สนใจเข้าร่วมมากกว่า 300 คน โดยมีนักศึกษาจากโครงการ eisa จากชุมชนโดยรอบและประชาชนทั่วไปเข้าร่วม

จากสถานการณ์โรคโควิด-19 ที่แพร่ระบาดอย่างหนักในช่วงกลางปี ทำให้เศรษฐกิจในระดับชุมชนประสบปัญหา งาน Bangkok River Festival 2020 มีส่วนช่วยส่งเสริมร้านค้าชุมชนให้สามารถกระตุ้นการขายได้ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์



กิจกรรม “คลีนคลอง” (Clean Klong) กิจกรรมหนึ่งในงาน Bangkok River Festival คือการช่วยลดความยั่งยืนให้ชุมชนริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ด้วยกิจกรรมทำความสะอาดและปรับภูมิทัศน์ชุมชน โดยมีเจ้าหน้าที่ภาครัฐ สมาชิกชุมชน ภาคเอกชนรอบพื้นที่ ภาคีภาคเอกชน และจิตอาสาร่วมทำกิจกรรม

จิตอาสาที่เข้าร่วมกิจกรรม

1. บริษัท เฟื่องฟูอนันต์ สนับสนุนน้ำยาอีเอ็มและอีเอ็ม บอล	3 คน
2. เจ้าหน้าที่ทำความสะอาดจากเขตธนบุรี	30 คน
3. เจ้าหน้าที่ขุดลอกคลองจากเขตธนบุรี	10 คน
4. นักเรียนจิตอาสาจากโรงเรียนสตรีวิทยา	25 คน
5. ตัวแทนจากเอเชียทีก	5 คน
6. นักศึกษา Beta Young	20 คน
7. นักศึกษาจิตอาสาจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ รังสิต	15 คน
8. ชาวบ้านในชุมชนวัดกัลยาณมิตร	30 คน
9. ผู้บริหารและตัวแทนจากไทยเบฟ	10 คน
10. ผู้บริหารเอเชียทีก เดอะ ริเวอร์ฟรอนท์	1 คน
รวมทั้งสิ้น	149 คน

การพัฒนาเยาวชนในชุมชนอย่างยั่งยืน จากโครงการ “เยาวชนเจ้าบ้าน สืบสานวัฒนธรรม” จำนวนในฐานข้อมูล ณ ปัจจุบัน 100 คน เข้าร่วมกิจกรรมในปี 2563 จำนวน 62 คน มอบทุนปี 2563 จำนวน 29 ทุน และปี 2564 เพิ่ม 10 ทุน

โอกาสในการเพิ่มทักษะ และส่งเสริมการเรียนรู้นอกห้องเรียน ผ่านการปฏิบัติและลงมือทำจริง โอกาสที่จะได้เข้าร่วมนิทรรศการ ร่วมทำเวิร์กชอป ร่วมการอบรมที่มีประโยชน์มากมาย โอกาสที่จะได้รับการสนับสนุนให้ทำในสิ่งที่ตั้งใจและสามารถต่อยอด “กิจกรรมเป็นกิจการ”



มูลนิธิบางกอก อาร์ต เบียนนาเล่ ร่วมกับงานริเวอร์ เฟสติวัล จัดการประกวดการทำแผนที่แนะนำชุมชนแก่น้อง ๆ นักเรียนเจ้าบ้านทั้ง 5 ชุมชน อาทิ ชุมชนวัดโพธิ์ ชุมชนวัดประยูร ชุมชนวัดอรุณ ชุมชนวัดกัลยา และชุมชนวัดระฆัง เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนโครงการเยาวชนเจ้าบ้าน สืบสานวัฒนธรรม



ส่วนหนึ่งของกิจกรรมเวิร์กชอปเพื่อเยาวชน จัดโดยมูลนิธิ บางกอก อาร์ต เบียนนาเล่

แบ่งปันคุณค่าให้คนทั่วโลก

Bangkok Art Biennale (BAB)

Artist Report

Artist Nationality

BAB2020 artist population is internationally more diverse, covering more regions



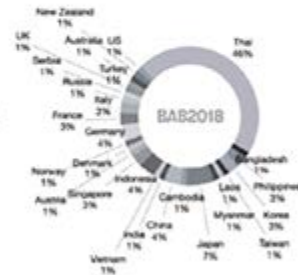
Artist Biological Gender

BAB2020 increased the proportion of female artists



BAB2018

75 Artists
35 Thai
40 International



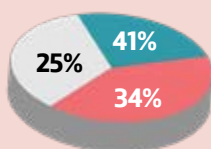
จำนวนผู้เข้าร่วมสมัคร Dek BAB 2020

16 มีนาคม 2563 - 10 กรกฎาคม 2563



รวม 753 คน

ผู้ช่วยติดตั้งงานศิลปะ: 305 คน
ผู้ติดตามศิลปิน 258 คน
ผู้เข้าชมและดูแลชิ้นงาน 190 คน



■ ผู้ช่วยติดตั้งงานศิลปะ ■ ผู้ติดตามศิลปิน ■ ผู้เข้าชมและดูแลชิ้นงาน

จำนวน Dek BAB 2020 ที่ปฏิบัติงานจริง (แยกตามตำแหน่งงาน)

12 ตุลาคม 2563 - 21 กุมภาพันธ์ 2564

จาก 305 คน
คัดเลือกเหลือ 11 คน

ปฏิบัติงานจริง
ผู้ช่วยติดตั้งงานศิลปะ: 7 คน
Dek BAB เก่า 2 คน
Dek BAB ใหม่ 5 คน

จาก 258 คน
คัดเลือกเหลือ 10 คน

ปฏิบัติงานจริง
ผู้ติดตามศิลปิน 5 คน
Dek BAB เก่า 3 คน
Dek BAB ใหม่ 2 คน

จาก 190 คน
คัดเลือกเหลือ 96 คน

ปฏิบัติงานจริง
ผู้เข้าชมและดูแลชิ้นงาน 96 คน
Dek BAB เก่า 20 คน
Dek BAB ใหม่ 76 คน

Economic Impact



ค่าใช้จ่ายในอุตสาหกรรมไมซ์*:

795.04 ล้านบาท

ทางตรง (ล้านบาท)	608.99
ทางอ้อม (ล้านบาท)	97.60
เพิ่มขึ้น (ล้านบาท)	88.44
รวม (ล้านบาท)	795.04



**ผลรวมรายได้ในประเทศ
ของอุตสาหกรรมไมซ์:**

314.52 ล้านบาท | 2018: 725.17 ล้านบาท

ทางตรง (ล้านบาท)	218.27
ทางอ้อม (ล้านบาท)	35.65
เพิ่มขึ้น (ล้านบาท)	60.60
รวม (ล้านบาท)	314.52



ภาษีรัฐบาล:

117.73 ล้านบาท | 2018: 271.43 ล้านบาท

ทางตรง (ล้านบาท)	81.70
ทางอ้อม (ล้านบาท)	13.35
เพิ่มขึ้น (ล้านบาท)	22.68
รวม (ล้านบาท)	117.73



สร้างอาชีพ:

1,235 ตำแหน่ง | 2018: 2,849 ตำแหน่ง

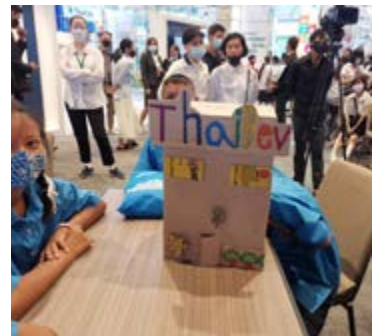
ทางตรง (ล้านบาท)	857
ทางอ้อม (ล้านบาท)	140
เพิ่มขึ้น (ล้านบาท)	238
รวม (ล้านบาท)	1235

*ไมซ์ (MICE) ย่อมาจาก M = Meetings, I = Incentives, C = Conventions, E = Exhibitions และ ME = Mega Event
Credit: Research result by Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB)

Bangkok Art Biennale (BAB) ในบทบาทของผู้จัดเทศกาลศิลปะร่วมสมัยนานาชาติ นอกจากให้ความรู้เกี่ยวกับศิลปะร่วมสมัยแก่เยาวชนและผู้สนใจ ส่งเสริมวงการศิลปะไทยให้เติบโตเป็นที่รู้จักแก่สายตาคนทั่วโลกแล้ว เรายังมุ่งเสริมสร้างเศรษฐกิจให้กับกรุงเทพมหานครในมิติของการท่องเที่ยว อีกหนึ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่สำคัญ คือการมีส่วนร่วมในการดูแลโลกใบนี้ อย่างยั่งยืน โดยเชื่อว่า นอกจากศิลปะจะสร้างความงามแล้วยังนำไปสู่ “การตระหนักรู้” ได้ไม่มากนักน้อย

ศิลปะสามารถมีบทบาทกับการดำเนินชีวิตในทุกมิติ BAB จึงได้ขยายผลต่อยอดโครงการเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการสร้างรากฐานจิตสำนึกให้แก่เยาวชน โดยการทำงานกับ Thailand Sustainability Expo (TSX) ศิลปิน BAB 2018 คุณคมกฤษ เทพเทียน และ คุณกฤษ งามสม และได้นำศิลปินที่มีความสามารถในการสร้างสรรค์งานจากเศษวัสดุเหลือใช้ในเครือข่ายหลายท่าน มาร่วมส่งต่อความรู้ในกิจกรรม หัวข้อ “Trash to Treasure เพราะขยะก็มีค่า” ให้เด็ก ๆ ได้รับความรู้สร้างแรงบันดาลใจ ได้มีส่วนร่วมในการใช้ความคิดสร้างสรรค์พัฒนาสิ่งประดิษฐ์จากเศษวัสดุเหลือใช้รอบตัว ต่อยอดเป็นผลงานทางศิลปะ สร้างความประทับใจและผลักดันให้เกิดความห่วงใยต่อสิ่งแวดล้อมต่อไปจากรุ่นสู่รุ่นได้

Bangkok Art Biennale (BAB) มีนโยบายส่งเสริมแนวทางปฏิบัติตาม 17 เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals) โดยร่วมมือกับ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ รีไซเคิล จำกัด (Thai Beverage Recycle) บริษัท อาหารเสริม จำกัด (Feed Addition Company Limited) ผ่านกิจกรรม “ศิลปินสร้าง ทางสุข ลักจอร์” โดยเป็นการลงพื้นที่จัดกิจกรรม





เวิร์กช็อป ให้ศิลปินเกิดความเข้าใจ สร้างสรรค์และนำวัตถุดิบเหลือใช้จากกระบวนการผลิตมาสร้างเป็นงานศิลปะ ใช้ศาสตร์ที่ศิลปินแต่ละท่านถนัดในการร่วมพัฒนาวัตถุดิบเหลือใช้ต่าง ๆ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดประโยชน์สูงสุด สามารถสร้างเป็นชิ้นงานศิลปะเพิ่มมูลค่าได้ และสร้างการตระหนักรู้เรื่องปัญหาขยะที่โลกกำลังเผชิญ พร้อมกับสื่อสารให้ทุกคนช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อม เริ่มต้นร่วมแรงร่วมใจพัฒนาสังคมประเทศ และโลกของเรา ให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

ศิลปินที่เข้าร่วมกิจกรรม ดังนี้

ศาสตราจารย์ ทาวร โทอุดมวิทย์ (Prof. Thavorn Ko-Udomvit)
 คุณดาว วาสิกศิริ (Dow Wasiksiri)
 คุณจิตต์สิงห์ สมบุญ (Jitsing Somboon)
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์วุฒิกกร คงคา (Asst. Prof. Wutikorn Kongka)
 ศาสตราจารย์ กมล เผ่าสวัสดิ์ (Prof. Kamol Phaosavasdi)
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทรงวิทย์ พิมพ์นรรณ (Asst. Prof. Songwit Pimpakun)
 คุณกฤษ งามสม (Krit Ngamsom)
 คุณคมกฤษ เทพเทียน (Komkrit Tepthian)
 คุณสนธิทัศน์ ประดิษฐ์ทัศนีย์ (Sanitas Pradittasnee)
 คุณธวัชชัย พันธุสวัสดิ์ (Tawatchai Puntusawasdi)
 คุณปานพรรณ ยอดมณี (Pannapan Yodmanee)

ก้าวสู่ปี 2568

การทำงานด้านการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมของไทยเบฟยังคงเดินหน้าสนับสนุนการขับเคลื่อนตามปณิธานนำความภาคภูมิใจของความเป็นไทย (Pride of Thainess) สู่อการสร้างสรรค์กิจกรรมพัฒนาสังคมอย่างมั่นคงและยั่งยืน (Stable and Sustainable)

ทั้งนี้ เนื่องด้วยศิลปวัฒนธรรมคือความเป็นสากล ที่เชื่อมโยงถึงกันได้ได้อย่างไร้ข้อจำกัด ทำให้สามารถสร้างความร่วมมือกับทุกหน่วยธุรกิจ และหน่วยสังคม ในการร่วมกันสร้างสรรค์เพื่อร่วมสร้างประโยชน์ ไปสู่การแบ่งปันคุณค่าและมูลค่าสู่ชุมชน สังคม (Creating and Sharing the Value of Growth) ได้อย่างภาคภูมิใจ นับเป็นการเชื่อมโยงสู่ทุกบริบทของการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมด้านต่าง ๆ ของไทยเบฟ

กลยุทธ์ที่จะมาบริหารจัดการการดำเนินงาน การเชื่อมโยงเครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบไปด้วย กลยุทธ์ 4 ประการ คือ สืบสาน (stable of growth) รักษา (sustainability) ต่อ ยอด

(creating value) ร่วมมือ (collaboration & partnership) กลยุทธ์ทั้ง 4 ข้อ จะนำมาผสมผสานกันอย่างบูรณาการในกลุ่มงานต่าง ๆ ได้แก่ กลุ่มงานทัศนศิลป์ กลุ่มงานดนตรีและวรรณศิลป์ กลุ่มงานวัฒนธรรมประเพณี และกลุ่มงานพระพุทธรศาสนา

ทั้งหมด คือความมุ่งมั่นของงานส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ที่กำหนดเป้าหมายในการพัฒนางานที่เสมือนเป็นพลังผลักดันเพื่อเสริมสร้างการทำงานพัฒนาชุมชนที่มีความแตกต่างหลากหลาย และมีอัตลักษณ์เฉพาะตัวในด้านภูมิประเทศ พื้นฐานอาชีพและเศรษฐกิจระดับชุมชน แต่กิจกรรมพัฒนาเชิงศิลปวัฒนธรรม จะเป็นตัวกลางอันจะนำไปสู่การเปิดพื้นที่ เพื่อให้ไปสู่การเข้าร่วม เข้าถึง เข้าใจร่วมกัน ระหว่างเราในฐานะภาคเอกชนที่พร้อมสนับสนุน ร่วมพัฒนาชุมชนให้มีรากฐานที่แข็งแรง มีโครงสร้างทางสังคมและเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง พอเพียงมีความสุข เพื่อให้ชุมชนพร้อมสร้างคุณค่าและแบ่งปันสู่สังคม เมื่อสังคมเข้มแข็งเติบโตอย่างมั่นคง ก็พร้อมสร้างสรรค์คุณค่าและร่วมพัฒนาประเทศชาติให้ก้าวหน้าอย่างยั่งยืนต่อไป

การพัฒนาชุมชนและสังคม

ตลอดระยะเวลา 16 ปีที่ผ่านมาไทยเบฟให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับชุมชน บริษัทยังคงมุ่งมั่นสานต่อการพัฒนาความยั่งยืนของชุมชนควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ มุ่งเน้นการสร้างการมีส่วนร่วมทั้งการร่วมคิด ร่วมพัฒนาชุมชนในหลากหลายมิติผ่านโครงการต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรม โดยมีความมุ่งมั่นหวังให้เกิดการสร้างเศรษฐกิจระดับชุมชนที่ยั่งยืน ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ นอกจากนี้ ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ในการช่วยเหลือชุมชนผ่านการทำงานภายใต้โครงการ “ไทยเบฟร่วมสร้างชุมชนดีมีรอยยิ้ม” ถึงแม้ปัจจุบันประเทศไทยและทั่วโลกกำลังเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วนของสังคม ไทยเบฟก็ยังคงมุ่งมั่นและดำเนินกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทุกภาคส่วนผ่านวิกฤตนี้ไปด้วยกัน



2564 การกิจสำคัญ

โครงการส่งเสริมคนรุ่นใหม่เพื่อสร้างชุมชนดีมีรอยยิ้ม

เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่ปี 2561 ภายใต้แนวคิดที่ใช้พลังของคนรุ่นใหม่กลับคืนสู่ท้องถิ่น ดำเนินงานในรูปแบบธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และขยายไปสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเน้นการทำงานที่เชื่อมโยงความร่วมมือในระดับพื้นที่ สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยมีพื้นฐานจากความต้องการและศักยภาพของแต่ละชุมชนเป็นตัวตั้ง ร่วมคิด ร่วมพัฒนาชุมชนเพื่อให้เกิดโครงการอย่างเป็นรูปธรรม จนนำไปสู่การบริหารจัดการชุมชนด้วยตนเองได้ในอนาคต ปัจจุบันไทยเบฟฯขับเคลื่อนงานโดยมีพื้นที่ดำเนินการ 15 พื้นที่ (15 อำเภอ) ใน 14 จังหวัด

ลำดับ	พื้นที่	จังหวัด	จำนวนชุมชน/ ผู้รับประโยชน์ ที่ดำเนินการ	โครงการรูปธรรม
1.	ชุมชนดีมีรอยยิ้ม อุบลราชธานี	อุบลราชธานี	8 ชุมชน 172 ราย	โครงการพัฒนาเครือข่ายผ้าฝ้าย อินทรีย์...สายใยคนริมโขง เครือข่ายฝ้ายอำเภอโขงเจียม
2.	ชุมชนดีมีรอยยิ้ม ยางตลาด	กาฬสินธุ์	13 ชุมชน 177 ราย	โครงการเชื่อมโยงเครือข่ายแปรรูปผ้า
3.	ชุมชนดีมีรอยยิ้ม จันทบุรี	จันทบุรี	7 ชุมชน 200 ราย	โครงการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนบางสระเก้า โครงการพัฒนาเสื่อกกจันทบูร
4.	ชุมชนดีมีรอยยิ้ม แม่แจ่ม	เชียงใหม่	7 ชุมชน 218 ราย	โครงการพัฒนากลุ่มทอผ้าแม่แจ่ม
5.	ชุมชนดีมีรอยยิ้ม พิทลุง	พัทลุง	9 ชุมชน 493 ราย	โครงการท่องเที่ยววิถีนาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์กระจูด
6.	ชุมชนดีมีรอยยิ้ม สุราษฎร์ธานี	สุราษฎร์ธานี	5 ชุมชน 141 ราย	โครงการผักปลอดภัย โครงการเห็ดครบวงจร
7.	ชุมชนดีมีรอยยิ้ม กระบี่	กระบี่	1 ชุมชน 50 ราย	โครงการปลังดี ชุมชนดีเกาะปู แปรรูปอาหารทะเลชุมชนบ้านเกาะปู โครงการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านเกาะปู
8.	ชุมชนดีมีรอยยิ้ม นครศรีธรรมราช	นครศรีธรรมราช	7 ชุมชน 202 ราย	โครงการท่องเที่ยวโดยชุมชนพรหมโลก โครงการส่งเสริมช่องทางการตลาด ส้มโอทับทิมสยาม
9.	ชุมชนดีมีรอยยิ้ม เมืองกาฬสินธุ์	กาฬสินธุ์	12 ชุมชน 193 ราย	โครงการพัฒนาชุมชนทอผ้าพื้นเมือง บ้านดงน้อย

ลำดับ	พื้นที่	จังหวัด	จำนวนชุมชน/ ผู้รับประโยชน์ ที่ดำเนินการ	โครงการบูรณาการ
10.	ชุมชนดีมีรอยยิ้ม หนองคาย	หนองคาย	3 ชุมชน 110 ราย	โครงการพัฒนาเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ จังหวัดหนองคาย
11.	ชุมชนดีมีรอยยิ้ม ปัตตานี	ปัตตานี	5 ชุมชน 83 ราย	โครงการพัฒนาผ้าบาติกจากบล็อกไม้ ชุมชนบาราโหม
12.	ชุมชนดีมีรอยยิ้ม นราธิวาส	นราธิวาส	11 ชุมชน 197 ราย	โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระจูด บ้านพรุทาบแดง
13.	ชุมชนดีมีรอยยิ้ม ขอนแก่น	ขอนแก่น	9 ชุมชน 288 ราย	โครงการส่งเสริมช่องทางการตลาด เส้นไหมบ้านดงบัง โครงการผักปลอดภัย
14.	ชุมชนดีมีรอยยิ้ม ปราจีนบุรี	ปราจีนบุรี	2 ชุมชน 79 ราย	โครงการพัฒนากลุ่มเกษตรอินทรีย์ บ้านลาดตะเคียน
15.	ชุมชนดีมีรอยยิ้ม น่าน	น่าน	6 ชุมชน 519 ราย	โครงการพัฒนาศิลปะสตรีทอาร์ต บ่อเกลือ

ผลการดำเนินงาน



เป้าหมาย

ไทยเบฟมุ่งมั่น พัฒนาเศรษฐกิจชุมชน สร้างความสุขและจัดการตนเองได้อย่างยั่งยืน



สร้างต้นแบบการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม ขยายผลสู่ชุมชนในวงกว้าง



สร้างเครือข่ายพันธมิตร เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน



ยกระดับวิสาหกิจชุมชน เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม

พื้นที่ 1: ชุมชนดีมีรอยยิ้มปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี

โครงการพัฒนาศูนย์เรียนรู้ชุมชนเพื่อเศรษฐกิจที่ยั่งยืน

โครงการขับเคลื่อนงานในพื้นที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ตำบลลาดตะเคียน อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี มีสมาชิกในกลุ่มจำนวน 40 คน โดยมีความมุ่งหวังที่จะพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งผลิตอาหารปลอดภัย ขยายผลสู่ระบบเกษตรอินทรีย์ ซึ่งมีพื้นที่เพาะปลูกผักอินทรีย์ จำนวน 15 ไร่ ดำเนินกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม ยึดหลักสามขา คือ ไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น สามารถยกระดับเป็นศูนย์เรียนรู้ และต้นแบบเกษตรอินทรีย์ให้กับชุมชน

กิจกรรมที่ดำเนินงานและผลสำเร็จที่เกิดขึ้น

ด้านการพัฒนาพื้นที่

- ได้รับการพัฒนาพื้นที่ ผ่านการจัดกิจกรรมจิตอาสา ร่วมกับ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ โลจิสติก จำกัด ประกอบไปด้วย การซ่อมแซมโรงเรือนเลี้ยงไก่ โรงเรือนผลิตปุ๋ยอินทรีย์ วางระบบน้ำในแปลงผักและไม้ยืนต้น ได้แก่ มะม่วง ขนุน
- ได้รับการสนับสนุนเทคโนโลยีทางการเกษตร 2 ชนิด คือ เครื่องสูบน้ำและตู้อบพลังงานแสงอาทิตย์ จากสำนักงานพลังงานจังหวัดปราจีนบุรี เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนน้ำ และใช้อบสมุนไพรในแปลง

ด้านการพัฒนาบุคลากร

- ยกระดับคุณภาพผลผลิตทางการเกษตร ด้วยการขอรับรองมาตรฐาน Organic Thailand ให้กับสมาชิกกลุ่มจำนวน 6 ราย วางแผนขยายผลปีละ 2 ราย ผลักดันให้สมาชิกได้รับการพัฒนาศักยภาพ ในโครงการ Young Smart Farmers จำนวน 3 ราย
- ขยายสมาชิกเพิ่มจาก 29 ราย เป็น 40 ราย ขยายพื้นที่ทำการเกษตร เพิ่มขึ้น 12 ไร่ ในพื้นที่สมาชิก และมีแผนที่จะขยายเป็นเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ระดับตำบล จำนวน 100 ครัวเรือน



ด้านการตลาด

- พัฒนาช่องทางการจำหน่ายผักอินทรีย์ ในรูปแบบขายตรง และพรีออเดอร์ โดยมีตลาดประจำดังนี้ ร้านเลมอนฟาร์ม โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี บริษัท NP FOOD จำกัด โรงพยาบาลกบินทร์บุรี บริษัท เฟื่องฟูอนันต์ จำกัด (บริษัทในเครือ) เปิดการขายสินค้าผักปลอดภัย รูปแบบพรีออเดอร์ผ่านเพจชุมชนดีมีรอยยิ้มปราจีนบุรี และเพจวิสาหกิจชุมชนฯ
- ประสานงานร่วมกับฝ่ายกิจกรรมเพื่อสังคม บริษัท จินหลวง คอนสตรัคชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (VP House ดำเนินการสร้างร้านค้าชุมชนบริเวณด้านหน้าศูนย์เรียนรู้)

แบ่งปันคุณค่า

นางดาราร เข้มกำลัง

ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ตำบลลาดตะเคียน จังหวัดปราจีนบุรี

ตั้งแต่พนักงานจิตอาสาไทยเบฟเข้ามาช่วยพัฒนาพื้นที่ของเราทำให้สมาชิกมีกำลังใจกลับมา รวมตัวกันได้อีกครั้ง และยังมีเจ้าหน้าที่จากไทยเบฟมาคอยให้คำปรึกษากับเราตลอดเวลา ตั้งแต่กระบวนการคิด การจัดตั้งและบริหารกลุ่มสมาชิก การตลาด และการวางแผนการปลูก ด้วยวิธีคิด 'เอาตลาดนำการผลิต' เราจะผลิตสินค้าตามความต้องการของตลาด ทำให้สมาชิกทุกคนมีรายได้ กลับมามีกำลังใจและยิ้มได้อย่างมีความสุขอีกครั้ง





พื้นที่ 2: ชุมชนดีมีรอยยิ้มพัทลุง จังหวัดพัทลุง

โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระจูดแบบครบวงจร

โครงการขับเคลื่อนงานในพื้นที่อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง เป็นการต่อยอดอาชีพวิถีเดิมที่มีอยู่ในพื้นที่ ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ได้แก่ ประมงพื้นบ้าน ทอผ้า งานปักและการจักสานกระจูด ซึ่งได้มีการวิเคราะห์ปัญหาหาร่วมกับชุมชน ซึ่งพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัยและการหาช่องทางการตลาดเป็นสิ่งที่คุณชนมีความต้องการ

กิจกรรมที่ดำเนินงานและผลสำเร็จที่เกิดขึ้น

- ในปี 2564 เกิดการรวมกลุ่มสมาชิกจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนศูนย์ศิลปะบ้านหัวป่าเขียว จังหวัดพัทลุง มีสมาชิกจำนวน 105 คน จัดทำแผนธุรกิจในการขับเคลื่อนกลุ่มและเชื่อมโยงเครือข่ายกระจูดในพื้นที่ ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกระจูดบ้านโคกมา เข้ามาเป็นพี่เลี้ยงให้กลุ่ม และเป็นภาคีในการร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์กระจูดของกลุ่ม

- พัฒนาและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านกระบวนการผลิต หัตถกรรมกระจูด เรื่องการปักกระเป๋ากระจูดและการขึ้นรูป และการตัดเย็บประกอบกระเป๋ากระจูด และยกระดับให้เป็นศูนย์เรียนรู้กระจูดแบบครบวงจร
- จัดทำแปลงสาธิตการปลูกกระจูด ในพื้นที่ 10 ไร่ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชน
- สร้างแบรนด์กระจูดรอยยิ้ม กระเป๋าพรีเมียม กระเป๋ากระจูดปัก พัฒนาแบรนด์ ชื่อว่า “จูดดี มีรอยยิ้ม”
- ขยายช่องทางการตลาดให้กลุ่ม โดยเชื่อมโยงการทำงานร่วมกับ บริษัท ประชาธิรัฐสามัคคี (ประเทศไทย) วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ในการหาตลาดเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระจูด สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน กว่า 1.6 ล้านบาท และมีผู้ได้รับผลประโยชน์ 250 ครัวเรือน

แบ่งปันคุณค่า

นางอรุณ มาเอียด

ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกระจูดบ้านโคกมา จังหวัดพัทลุง

ข้าขอพูดคำว่าขอบคุณ ขอคุณมากจริง ๆ ที่ไม่ทอดทิ้งชุมชน โครงการพัฒนาชุมชน บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ชุมชนดีมีรอยยิ้มพัทลุง และบริษัท ประชาธิรัฐสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ที่เข้ามาช่วย หาออเดอร์กระเป๋ากระจูด ทำให้สมาชิกกลุ่มป่าได้มีงานทำ มีรายได้ ในช่วงโควิดนี้ ไม่ได้ช่วยแต่กลุ่มป่า แต่ออเดอร์ที่มายังช่วยคนอื่นอีก 4 ถึง 5 หมู่บ้านที่กระจายงาน มีเงินให้ลูกไปโรงเรียน มีเงินซื้อข้าวกิน ขอคุณมาก ๆ ชุมชนจะไม่ลืมความหวังดีที่ยื่นมือเข้ามาช่วยเหลือชุมชนครั้งนี้แน่นอน ขอคุณค่ะ



พื้นที่ 3: ชุมชนดีมีรอยยิ้มกระบี่ จังหวัดกระบี่

โครงการปลิงดี ชุมชนดีเกาะปู

โครงการขับเคลื่อนงานในพื้นที่ ชุมชนบ้านเกาะปู ตำบล เกาะศรีบอยา อำเภอเหนือคลอง จังหวัดกระบี่ ชาวบ้านส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพประมง ซึ่งเป็นอาชีพที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจหลัก ของพื้นที่ สัตว์เศรษฐกิจที่สำคัญในชุมชน ได้แก่ ปลิงทะเล มีการ ค้าขายปลิงทะเลแบบสดและแปรรูป สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ชุมชนดีมีรอยยิ้มกระบี่มองเห็นโอกาส ในการสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านจากปลิงทะเล จึงร่วมกับชาวบ้าน ขับเคลื่อน “โครงการปลิงดี ชุมชนดีเกาะปู” โดยมีเป้าหมายคือ การรวมกลุ่มชาวบ้านเพื่อขยายพื้นที่การเลี้ยงปลิงทะเลชุมชน สู่อุปกรณ์แปรรูป การสร้างอาชีพและรายได้ตลอดจนเป็นพื้นที่นำร่อง การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนโดยใช้ฐานทรัพยากรในพื้นที่ของ กลุ่มจังหวัดอันดามัน

ปัจจุบันชุมชนดีมีรอยยิ้มกระบี่ ได้ดำเนินการรวมกลุ่ม จัดตั้ง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลิงดีชุมชนดีเกาะปู มีสมาชิกกว่า 50 คนและ ได้ขยายพื้นที่การเพาะเลี้ยงปลิง ผ่านการระดมทุนเพื่อการขยาย สร้างคอกเพาะเลี้ยงปลิงบนพื้นที่ 1 ไร่ เลี้ยงปลิงได้เพิ่มขึ้นกว่า 3,000 ตัว นอกจากนั้นยังเชื่อมโยงประชารัฐ กลุ่มอันดามัน ขับเคลื่อนพัฒนาโครงการปลิงทั้งระบบ โดยมีเป้าหมายเพื่อการ ผลักดันพื้นที่ให้เป็นศูนย์กลางด้านการเพาะเลี้ยงและแปรรูปปลิง กลุ่มจังหวัดอันดามัน นอกจากนั้นเสริมให้ชุมชนพัฒนาสินค้า และเชื่อมโยงตลาดการขายตัวปลิงสด ปลิงตากแห้ง เนื้อปลิงพร้อมปรุง ในพื้นที่ภาคใต้

โครงการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านเกาะปู

การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านเกาะปู เริ่มต้นเมื่อปี 2556 จนถึง ปัจจุบันนับเป็นเวลากว่า 7 ปีในการพัฒนาชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว เป้าหมายหลักเพื่อให้คนในชุมชนได้ประโยชน์สูงสุดจากทรัพยากร ในพื้นที่ โดยคำนึงถึงวัฒนธรรม การอนุรักษ์ รักษาไว้ซึ่ง ทรัพยากรที่มีอยู่

ปัจจุบันชุมชนดีมีรอยยิ้มกระบี่เล็งเห็นถึงศักยภาพชุมชน ความพร้อมของทรัพยากรในด้านต่าง ๆ โดยเข้ามามีบทบาท ร่วมพัฒนาและส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่ม จัดตั้งกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านเกาะปู โดยมีสมาชิก 50 คน ร่วมกันจัดทำแผนเพื่อกำหนดเป้าหมายการพัฒนาการ ท่องเที่ยว เชื่อมโยง จัดทำเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยว บ้านเกาะปู ใน 3 รูปแบบ ได้แก่ (1) ท่องเที่ยวทางทะเล (2) ท่องเที่ยว ทางบก (3) แพ็กเกจกิจกรรม CSR

นอกจากนั้นกลุ่มยังมีการพัฒนาการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งนำไปสู่การเกิดรายได้สู่ชุมชน โดยใช้การบูรณาการร่วมกัน ระหว่างชุมชน หน่วยงานในพื้นที่ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

โครงการอาหารทะเลและอาหารทะเลแปรรูป กลุ่มสตรีชุมชนบ้านเกาะปู

ชุมชนบ้านเกาะปูเปรียบเสมือนครัวอาหารทะเลที่สำคัญของ จังหวัดกระบี่อีกแห่งหนึ่ง เพราะด้วยพื้นที่ของเกาะปูที่อุดมไปด้วย ทรัพยากรทางทะเล โดยอาหารทะเลทั้งหมดที่ชุมชนจับได้จะนำไป ขายให้กับแพรับซื้อในพื้นที่ ซึ่งราคาขายนั้นได้ราคาไม่สูงเมื่อเทียบกับราคาของผู้บริโภคซื้อจากแพโดยตรง จากเหตุผลนี้ทางชุมชนดี มีรอยยิ้มกระบี่เห็นถึงช่องว่างของราคา จึงเกิดแนวคิดการพัฒนา และเพิ่มช่องทางการตลาดให้กับชาวประมงชุมชนบ้านเกาะปู ในรูปแบบการขายอาหารทะเลสดไปยังผู้บริโภคโดยตรง นอกจากนี้ยังมีการแปรรูปสินค้าอาหารทะเลต่าง ๆ ในรูปแบบ พร้อมปรุงและพร้อมทาน เพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า โดยมี เป้าหมายของการพัฒนาโครงการอาหารทะเลและอาหารทะเล แปรรูป คือ การส่งของสด คุณภาพดี ปลอดภัย จากทะเลชุมชน สู่มือผู้บริโภคทั่วประเทศ เพื่อการสร้างอาชีพและการสร้างรายได้ ให้ชุมชน

ปัจจุบันชุมชนดีมีรอยยิ้มกระบี่ได้ขับเคลื่อนงานของกลุ่มโดย จัดประชุมร่วมวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปชุมชนบ้านเกาะปู ซึ่งมีสมาชิกจำนวน 32 คน ทำการวางแผนร่วมพัฒนาอาชีพและ แปรรูปอาหารทะเล ได้แก่ ปลาแดดเดียว น้ำพริกปูน้ำ น้ำพริก ปลาย่าง ปลิงพร้อมปรุง และเชื่อมโยงงานกลุ่มสตรีแปรรูปร่วมกับ กลุ่มปลิงดีชุมชนดีเกาะปู เพื่อให้กลุ่มสตรีแปรรูปเป็นกลุ่มฐาน การผลิตปลิงทะเลแปรรูป นอกจากนั้นยังส่งเสริมการทำตลาด สินค้าให้กับกลุ่มจนนำไปสู่การสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้น



แบ่งปันคุณค่า

นายธนยศ หลานหลงล้ำ

ประธานกลุ่มปลิงดีชุมชนดีเกาะปู จังหวัดกระบี่

ขอขอบคุณบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) มาก ๆ ที่มีโครงการพัฒนาชุมชน ส่งน้องเจ้าหน้าที่ ลงมาปฏิบัติงานในพื้นที่ ส่วนตัวของน้องมีความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงานมาก เรียนรู้อะไรต่าง ๆ ร่วมกับชุมชน ฝึกให้ชุมชนดำเนินธุรกิจบนฐานทุนที่ชุมชนมี ร่วมติดตาม ประเมินผลจากการดำเนินงาน รวมกลุ่มชาวบ้านมาร่วมขับเคลื่อนโครงการปลิงซึ่งเป็นช่องทางการพัฒนาที่สร้างอาชีพสร้างรายได้ให้ชุมชนได้อย่างแท้จริง



นายสามารถ เก็มมาเส

ประธานกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านเกาะปู จังหวัดกระบี่

ขอขอบคุณไทยเบฟที่โครงการพัฒนาชุมชนเข้ามาร่วมพัฒนาพื้นที่ ถือเป็นแรงกระตุ้นและแรงผลักดันการขับเคลื่อนงานท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นอย่างดี ทำให้ชุมชนเกิดความสนใจและรวมกลุ่มการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้การท่องเที่ยวในชุมชนกลับมาขับเคลื่อนอีกครั้ง

โครงการสำคัญ

โครงการไทยเบฟ...รวมใจต้านภัยหนาว

ไทยเบฟดำเนินโครงการ “ไทยเบฟ...รวมใจต้านภัยหนาว” มายาวนานต่อเนื่องเป็นปีที่ 22 โดยยังคงมุ่งมั่นสานต่อการแบ่งปันไออุ่นผ่านการมอบ “ผ้าห่มผืนเขียว” ให้กับประชาชนผู้ประสบภัยหนาวในพื้นที่ภาคเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือ โดยได้รับความร่วมมือจากกระทรวงมหาดไทย กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย รวมถึงหน่วยงานพันธมิตรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เข้าร่วมส่งต่อความอบอุ่นกับโครงการนี้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนถึงปัจจุบันนี้ได้ส่งมอบผ้าห่มไปแล้วถึง 4,400,000 ผืน นอกจากนี้ไทยเบฟยังให้ความสำคัญในเรื่องความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งปีนี้ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ในการจัดทำผ้าห่มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco Friendly Blanket) ซึ่งเป็นผ้าห่มพลีชีวะเซล ผลิตจากขวดพลาสติกใช้แล้ว โดยผ้าห่ม 200,000 ผืน ทำให้ลดขยะขวดน้ำ PET 7,600,000 ขวด (1 ผืน: 38 ขวด) นอกจากการส่งมอบผ้าห่มแล้วทางโครงการฯ ยังได้มอบโอกาสในการเข้าถึงความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านการศึกษา ได้มอบทุนการศึกษา และอุปกรณ์การเรียนการสอนให้กับโรงเรียนต่าง ๆ และด้านสาธารณสุข ได้ประสานงานโรงพยาบาลพันธมิตรในการจัดหน่วยแพทย์เคลื่อนที่เข้ามาตรวจดูแลสุขภาพให้กับประชาชนที่มารับมอบผ้าห่ม และเพื่อส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรได้เป็นส่วนหนึ่งในการแบ่งปันความอบอุ่นผ่านแคมเปญ

1 ปี 1 อุ้น เพื่อนำผ้าห่มไปมอบให้เด็กและเยาวชนในพื้นที่นอกเหนือจาก 15 จังหวัดของโครงการไทยเบฟ...รวมใจต้านภัยหนาวในทุกปี โดยมุ่งหวังให้เกิดพลังความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการร่วมกันสร้างสังคมแห่งการให้ที่ยั่งยืน



แบ่งปันคุณค่า

นางมาลีจันทร์ ฮาดทักช่วงศ์

ชาวบ้านผู้ประสบภัยหนาว อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดสกลนคร

ไทยเบฟมา พวกหนูก็ดีใจค่ะ ที่ทางบริษัทได้มาเล็งเห็นเข้ามาช่วยเหลือเรื่องผ้าห่มกันหนาว เขบอกวว่า ผ้าห่มนี้มาจากขวดพลาสติก ครั้งแรกหนูก็รู้สึกวว่า ตื่นเต้นคะว่าทำได้อย่างไร ผ้าห่มผืนนี้ก็จะช่วยลดขยะ แล้วก็จะช่วยโลกของเราลดความร้อนคะ เพราะว่าผลิตมาจากขวดคะ



นายพูนศักดิ์ วานิชวิเศษกุล

รองผู้ว่าราชการจังหวัดสกลนคร

ในเรื่องของสถานการณ์ด้านภัยหนาว เป็นที่ทราบกันวว่าเป็นจังหวัดทางตอนบนของภาคอีสาน ซึ่งอยู่ที่ราบสูงภูพานตรงนี้ก็มียากอากาศหนาวเย็นมาโดยตลอด ไทยเบฟมีโครงการเข้ามาที่ถือว่าได้รับความกรุณาด้วย สามารถแจกให้กับพี่น้อง 18 อำเภอ และเรารวว่าคุณภาพของผ้าห่มจากการรีไซเคิลจากขวดพลาสติกต่าง ๆ ทำให้มีความอบอุ่นมากยิ่งขึ้น ขอบคุณแทนชาวสกลนคร พี่น้องประชาชนในจังหวัดสกลนครตลอดมาครับ

โครงการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามรอยองค์หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต

บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ กรมการพัฒนาชุมชน และคณะทำงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ ดำเนินโครงการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามรอยองค์หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 เพื่อเชิญชวนประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้เดินทางเข้าไปเรียนรู้ประวัติ วัตรปฏิบัติอันงดงาม รวมทั้งปฏิปทาคำสอนขององค์หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต ซึ่งท่านได้จาริกไปในพื้นที่ต่าง ๆ หลายภูมิภาค ทั้งภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย นอกจากนี้ยังเป็น การส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่าง บ้าน วัด โรงเรียน ภายใต้หลักการ “บวร” และพัฒนาเป็นบริษัท วิสาหกิจชุมชน ราชการ (บวร 2) เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจสร้างรายได้ของชุมชน

โครงการฯ มีพื้นที่ดำเนินการตามท้องที่หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต ได้จาริกไปใน 12 จังหวัด 36 พื้นที่ประกอบด้วยพื้นที่หลัก 4 เส้นทาง ได้แก่ ภาคกลาง จังหวัดลพบุรี จังหวัดนครนายก และกรุงเทพมหานคร ภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง จังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดอำนาจเจริญ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จังหวัดสกลนคร จังหวัด นครพนม จังหวัดหนองคาย จังหวัดอุดรธานี จังหวัดหนองบัวลำภู และจังหวัดเลย โดยมุ่งที่จะสร้างเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการสร้างรายได้ให้ชุมชนอย่างยั่งยืน และสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจในด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

กิจกรรมปี 2563 ของโครงการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามรอย องค์หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต ขยายผลไปยังเครือข่ายต่าง ๆ ดังนี้

- จัดกิจกรรมตามรอยองค์หลวงปู่มั่นร่วมกับมหาวิทยาลัย เครือข่ายของไทยเบฟ 3 ครั้ง มีผู้เข้าร่วม 150 คน



- จัดทริปร่วมกับสมาคมการค้าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอีสานและสมาคมสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย 3 ครั้ง มีผู้เข้าร่วม 150 คน
- กิจกรรมธรรมะออนทัวร์ปีที่ 10 ของสำนักทรัพยากรบุคคล บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ภายใต้โครงการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามรอยองค์หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต รูปแบบ On Ground 6 ครั้ง มีผู้เข้าร่วม 306 คน และแบบ Online 1 ครั้ง มีผู้เข้าร่วม 200 คน

โดยสร้างรายได้ให้ชุมชน 228,744 บาท ติดตามรายละเอียด “โครงการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามรอยองค์หลวงปู่มั่น” ได้ที่ www.luangpumun-cbt.org

ภาพกิจกรรมธรรมะออนทัวร์



มาตรการรับมือวิกฤตโควิด-19

โครงการช่วยเหลือชุมชนในช่วงสถานการณ์โควิด-19 (ทำการตลาดออนไลน์ จำหน่ายสินค้าชุมชน)

จากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ต่อเนื่อง ส่งผลให้หลายชุมชนได้รับผลกระทบเรื่องการจำหน่ายหรือส่งออกผลผลิตทางการเกษตร ปัญหาสินค้าล้นตลาดเนื่องจากพ่อค้าคนกลางไม่สามารถเข้ารับซื้อสินค้าจากชุมชนได้ และสินค้าแปรรูปยังได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่หยุดชะงัก

โครงการชุมชนดีมีรอยยิ้มจึงมีแนวคิดการเปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาส ในการปรับวิธีคิดของชุมชน ให้เห็นถึงการตลาดยุคใหม่ที่จะสามารถสร้างรายได้ให้ชุมชนได้ โดยมีการเติมองค์ความรู้ การพัฒนาสินค้า การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์และจัดระบบบริหารจัดการขนส่งสินค้า เพื่อสร้างกำลังใจ และความมั่นใจให้ทุกชุมชนพร้อมที่จะเผชิญหน้ากับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ด้วยความร่วมมือของเจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจชุมชนที่ประจำแต่ละจังหวัดและพนักงานของบริษัทที่อยู่ส่วนกลาง สร้างสรรค์การเรียนรู้ร่วมกับชุมชน เริ่มสำรวจรวบรวมข้อมูลสินค้าจากชุมชนที่ได้รับความเดือดร้อน และพัฒนาช่องทางจำหน่ายในรูปแบบตลาดออนไลน์ โดยใช้เป็นช่องทางหลักเพื่ออำนวยความสะดวกในการซื้อขาย คือ LINE @ร้านชุมชนดี มีรอยยิ้ม ปัจจุบันสามารถสร้างรายได้ให้ชุมชน 2,020,950 บาท มีชุมชนเข้าร่วม 24 ชุมชน สมาชิกรับประโยชน์ 1,216 ราย



พื้นที่	กลุ่ม/ชุมชน	ผู้รับผลประโยชน์ (ราย)	รายได้รวม (บาท)
ผลไม้ตามฤดูกาล			
จังหวัดจันทบุรี	เครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ วิถีคนจันทน์ สวนไร่นาพุทธเกษตร	5	133,181
จังหวัด นครศรีธรรมราช	กลุ่มผู้ผลิตส้มโอทับทิมสยาม บ้านบางตุก	35	348,437
	สวนคำสิงห์	5	98,640
	กลุ่มมังคุด GAP WSHM คีรี	30	65,950
จังหวัดอุดรธานี	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนคนรักมะม่วง ตำบลกุดหมากไฟ อำเภอหนองวัวซอ	33	161,700
จังหวัดน่าน	กลุ่มผู้ปลูกมะม่วงบ้านสบเปิด	50	20,000
	วิสาหกิจชุมชนเงาะแปลงใหญ่บ้านวังผา อำเภอทุ่งช้าง	116	11,362
	วิสาหกิจชุมชนผลิตไม้ผลเพื่อการตลาดบ้านวังผา	60	
	วิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่พญาแก้ว	190	6,650
จังหวัดเชียงใหม่	วิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่มะม่วงไร่บวกบง	30	391,775
	วิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่ท่าล้อ	50	
	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรผสมผสานบ้านปิงน้อย	105	18,460
จังหวัด สุราษฎร์ธานี	กลุ่มเงาะเหมืองทวด	40	198,498
จังหวัด กำแพงเพชร	กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกแตงโม ตำบลเขาคีรี อำเภอพรานกระต่าย	35	36,000
จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกเมล่อนปลอดภัยตามแนว ทฤษฎีใหม่	11	73,560
สินค้าแปรรูปอาหาร			
จังหวัดกาฬสินธุ์ (อำเภอเมืองฯ)	วิสาหกิจชุมชนอ้มสุข	30	54,900
	กลุ่มแปรรูปเนื้อสัตว์ชุมชนดอนสวรรค์	5	1,600
จังหวัดจันทบุรี	ชุมชนนมแปลกริมคลองหนองบัว	15	39,165
	วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑืชุมชนบ้านแฉะ	30	4,187

พื้นที่	กลุ่ม/ชุมชน	ผู้รับผลประโยชน์ (ราย)	รายได้รวม (บาท)
จังหวัดน่าน	วิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกาแฟบ้านห้วยขาม	40	1,200
จังหวัดนครศรีธรรมราช	วิสาหกิจชุมชนผู้ประกอบการท่องเที่ยวพรมหมโลก	35	105,275
สินค้าอาหารทะเลสด			
จังหวัดกระบี่	กลุ่มสตรีแปรรูปชุมชนบ้านเกาะปู	43	233,860
จังหวัดเพชรบุรี	วิสาหกิจแปปลาชุมชนร้านค้าชุมชนตำบลแหลมผักเบี้ย	214	15,310
สินค้าแปรรูปข้าว			
จังหวัดหนองคาย	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มข้าวอินทรีย์อำเภอสระใคร	9	1,240

แบ่งปันคุณค่า

นางอัมพร สวัสดิ์สุข

ประธานกลุ่มผู้ผลิตส้มโอบ้างบางดุก อำเภอปากพะนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ปีนี้ส้มโอของเราให้ผลผลิตเยอะมาก แต่เรายังติดขัดในเรื่องการขนส่งและจำหน่าย ด้วยสถานการณ์โควิดเข้ามา แต่โชคดีที่ชุมชนดีมีรอยยิ้มเข้ามาช่วยเหลือ ถ้าเกิดชุมชนดีมีรอยยิ้มไม่เข้ามาช่วยเหลือ ผลผลิตเราจะติดขัดมากเลยคะ ต้องขอบคุณชุมชนดีมีรอยยิ้มที่ทำให้เกษตรกรจริง ๆ ค่ะ



นายมนตรี ศิริวุฒิ

เกษตรกร เจ้าของสวนเงาะโรงเรียนสามธิดา
กลุ่มเงาะโรงเรียนเหมืองทวด
อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี

รู้สึกดีใจที่ทางบริษัทและชุมชนดีมีรอยยิ้ม ได้เข้ามาช่วยเกษตรกรส่วนหนึ่ง ได้นำสินค้าเผยแพร่ออกไปให้รู้จักกันในกลุ่มคนหลาย ๆ ท้องที่ ในที่ตลาด เข้าไม่ถึงบ้างหรือว่าการสื่อสารบางครั้งไม่ถึงบ้าง และหลาย ๆ อย่าง ที่ทางไทยเบฟมาช่วยนั้น ทางชาวสวนปลื้มปิติและยินดีเป็นอย่างมาก

โครงการประปาภูเขาบ้านห้วยบง อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่

จากสถานการณ์โควิด-19 สร้างผลกระทบต่อเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในหลาย ๆ ด้าน ทั้งเรื่องสุขภาพ เศรษฐกิจ การท่องเที่ยว ตลอดจนการใช้ชีวิต คนจำนวนมากตกงานและต้องกลับบ้านเกิดรวมถึงความขาด บ้านห้วยบง อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ที่ออกไปรับจ้างต่างถิ่น เมื่อเจอวิกฤตปางข้างปิด ความขาดและข้างไม่มีรายได้จึงตัดสินใจกลับมาบ้านเกิดโดยที่ยังไม่ได้เตรียมความพร้อม จึงประสบปัญหาขาดแคลนอาหารข้างอย่างหนัก ไทยเบฟ โดยชุมชนดีมีรอยยิ้มแม่แจ่มและชุมชนจึงร่วมกันวางแผนเพื่อเริ่มต้นการสร้างควมยั่งยืนด้านอาหารให้ข้าง พร้อมแผนพัฒนาอื่น ๆ อาทิ การท่องเที่ยวโดยชุมชน (หมู่บ้านข้าง) ในอนาคต โดยได้จัดทำระบบประปาภูเขาระยะทาง 2 กิโลเมตร (พื้นที่ได้รับประโยชน์ จำนวน 21 ไร่) เพื่อให้ข้างได้มีน้ำกิน ตลอดจนเป็นแหล่งจัดการน้ำสำหรับแปลงปลูกหญ้าอาหารข้าง และชุมชนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการเกษตร เป็นการสร้างความมั่นคง และลดค่าใช้จ่ายให้เจ้าของข้างในอนาคต ปัจจุบันได้มีการรวมกลุ่มคนเลี้ยงข้างเพื่อจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชื่อ “วิสาหกิจชุมชนข้างคั้นที่บ้านห้วยบง” ในการต่อยอดการทำการเกษตรในการปลูกข้าวพันธุ์พื้นเมืองของชาวดอย และการทำโรงสีข้าวตำมือเพื่อที่จะพัฒนาสร้างแบรนด์ข้าวชาวดอยให้เป็นที่รู้จักในชื่อ “บุญเฮ่อโพ”

ผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินโครงการนี้เกิดประโยชน์กับชาวบ้านบ้านห้วยบง 60 ครัวเรือน คนเลี้ยงข้างจำนวน 20 ครัวเรือน ข้างจำนวน 20 กว่าเชือก และระบบประปาภูเขาสามารถกักเก็บน้ำได้ 4,500 ลิตรต่อวัน

แบ่งปันคุณค่า

สถานการณ์โควิด-19 ทำให้ผมและกลุ่มคนเลี้ยงข้างตัดสินใจกลับมาตั้งต้นที่บ้านเกิดของตนเอง เนื่องจากปางข้างที่เคยทำอยู่ขาดรายได้ ไม่มีนักท่องเที่ยว รู้สึกท้อแท้หมดกำลังใจ จึงอยากจะไปเริ่มต้นใหม่ที่บ้าน พวกเราคนเลี้ยงข้างจึงมาคุยกันว่าเราจะเริ่มต้นอย่างไร จึงได้เกิดการรวมตัวกันเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และได้มาเจอกับชุมชนดีมีรอยยิ้มแม่แจ่ม ไทยเบฟเวอเรจ ได้เข้ามาช่วยเหลือการทำการประปาภูเขา ทำให้ข้างมีน้ำดื่มสะอาดกิน จากเดิมมีปัญหาเรื่องของแหล่งน้ำดื่มที่ปนเปื้อนสารเคมีจากการปลูกพืชเชิงเดี่ยว ซึ่งเป็นอันตรายต่อข้าง นอกจากข้างจะมีน้ำดื่มสะอาดกินแล้ว ชุมชนยังใช้ประโยชน์ในการทำการเกษตร ปลูกพืชผักและหญ้าให้กับข้างอีกด้วย รู้สึกดีใจมาก ๆ ที่ชุมชนดีมีรอยยิ้มแม่แจ่ม และไทยเบฟ ยื่นมือเข้ามาช่วยเหลือ สมาชิกทุกคนต่างก็ดีใจเพราะไม่มีหน่วยงานใดมาช่วยเหลือเลย ทำให้พวกเรามีกำลังใจมาก ๆ และอยากจะทำพัฒนาตัวเอง พัฒนากลุ่มไปเรื่อย ๆ และในอนาคตจะพัฒนาการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ตอนนี้ก็มีเรื่องของโรงสีข้าวที่ไทยเบฟได้เข้ามาสนับสนุน การพัฒนาแบรนด์สินค้าข้าวชุมชน การหาช่องทางตลาด ขอคุณไทยเบฟมาก ๆ ครับ



คุณสุद्धิ์ เสรีชีวี

ตัวแทนวิสาหกิจชุมชน
ข้างคั้นที่บ้านห้วยบง
อำเภอแม่แจ่ม
จังหวัดเชียงใหม่

ความมุ่งมั่นและความสำเร็จ

การบรรเทาภัยหนาวและช่วยเหลืออื่น ๆ

- มอบผ้าห่ม จำนวน 200,000 ผืน แบ่งเป็น
 - ผู้สูงอายุ 81,954 คน
 - ผู้มีรายได้น้อย 59,259 คน
 - ผู้ประสบภัยหนาว 43,863 คน
 - คนพิการทุพพลภาพ 12,595 คน
 - เด็กไร้ผู้อุปการะ 2,329 คน

(ที่มาของแหล่งข้อมูล: สรุปรายการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย 15 จังหวัด กระทรวงมหาดไทย)

- แจกจ่ายสูบน้ำร้อนให้ผู้ประสบภัยหนาว ใน 15 จังหวัด
- ชาวบ้านกว่า 1,425 คน ใน 9 จังหวัด ภาคเหนือ/อีสาน ที่มารับมอบผ้าห่มได้รับโอกาสเข้ารับการตรวจสุขภาพจากหน่วยแพทย์เคลื่อนที่
- มอบอุปกรณ์การเรียนและคอมพิวเตอร์ 60 เครื่องให้โรงเรียนที่ส่งมอบผ้าห่มทั้งหมด 14 แห่ง
- ขวดน้ำ PET 7,600,000 ขวดนำมารีไซเคิลเป็นผ้าห่ม
- จำนวนพนักงานจิตอาสาเข้าร่วมโครงการ 275 คน
- จำนวนชั่วโมงพนักงานจิตอาสา เข้าร่วมโครงการ 4,263 ชั่วโมง





ด้านเศรษฐกิจชุมชน

- พื้นที่ดำเนินการ 15 พื้นที่ ใน 14 จังหวัด
- สร้างรายได้ให้ชุมชน 15,865,276 บาท
- มีชุมชนเข้าร่วม 105 ชุมชน
- สมาชิกรับประโยชน์ 3,122 ราย



ด้านการช่วยเหลือชุมชนในช่วงสถานการณ์โควิด-19 (ทำการตลาดออนไลน์ จำหน่ายสินค้าชุมชน)


- สร้างรายได้ให้ชุมชน 2,020,950 บาท
- มีชุมชนเข้าร่วม 24 ชุมชน
- สมาชิกรับประโยชน์ 1,216 ราย




ด้านสิ่งแวดล้อม

- จัดทำระบบประปาภูเขา ระยะทาง 2 กิโลเมตร
- ระบบประปาภูเขาสามารถกักเก็บน้ำได้ 4,500 ลิตรต่อวัน
- ช่างจำนวน 20 กว่าชื่อคนมีแหล่งน้ำกิน
- พื้นที่ทำโครงการครอบคลุม 21 ไร่
- ชาวบ้านและคนเลี้ยงช้าง ได้ประโยชน์ จำนวน 60 ครัวเรือน

ตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDGs/ESG	โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัด
 <p>เป้าหมาย 1: ยุติความยากจนทุกรูปแบบในทุกที่</p> <p>1.5 ภายในปี 2573 สร้างภูมิฐานทานและลดการเปิดรับและความเปราะบางต่อเหตุการณ์รุนแรงที่เกี่ยวข้องกับภูมิอากาศและภัยพิบัติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้กับผู้ที่ยากจนและอยู่ในสถานการณ์เปราะบาง</p>	โครงการไทยเบฟ...รวมใจต้านภัยหนาว	ลดจำนวนผู้ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์รุนแรงที่เกี่ยวข้องกับภูมิอากาศและภัยพิบัติกว่า 200,000 คนต่อปี

SDGs/ESG	โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัด
 <p>เป้าหมาย 6: สร้างหลักประกันเรื่อง การเข้าถึงน้ำสะอาดและสุขอนามัย และมีการบริหารจัดการที่ยั่งยืนสำหรับทุกคน</p> <p>6.4 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำในทุกภาคส่วน และสร้างหลักประกันว่าจะมีการใช้น้ำ และจัดหาที่ที่ยั่งยืน เพื่อแก้ไขปัญหา การขาดแคลนน้ำและลดจำนวนประชาชน ที่ประสบความทุกข์จากการขาดแคลนน้ำ ภายในปี 2573</p> <p>6.b สนับสนุนและเพิ่มความเข้มแข็งใน การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการ พัฒนาการจัดการน้ำและสุขอนามัย</p>	<p>โครงการประปาภูเขาบ้านห้วยบง</p>	<ul style="list-style-type: none"> • จัดทำระบบประปาภูเขา ระยะทาง 2 กิโลเมตร • เกิดประโยชน์กับชาวบ้าน บ้านห้วยบง ที่ประสบ ปัญหาขาดแคลนน้ำใช้กว่า 60 ครัวเรือน • ระบบประปาภูเขาสามารถ ทักเก็บน้ำได้ 4,500 ลิตรต่อวัน • ชาวบ้านบ้านห้วยบง 60 ครัวเรือน และคนเลี้ยงช้าง จำนวน 20 ครัวเรือน มีส่วนร่วมในการดำเนิน โครงการ
 <p>เป้าหมาย 8: ส่งเสริมการเติบโตทาง เศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่มีประสิทธิภาพ และการมีงานที่สมควรสำหรับทุกคน</p> <p>8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งเน้นการพัฒนา ที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลผลิตภาพ การสร้าง งานที่สมควร ความเป็นผู้ประกอบการ ความสร้างสรรค์และนวัตกรรม และส่งเสริม การเกิดและการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย ขนาดเล็ก และขนาดกลาง ซึ่งรวมถึง ผ่านทางการเข้าถึงบริการทางการเงิน</p>	<ul style="list-style-type: none"> • โครงการส่งเสริมคนรุ่นใหม่เพื่อสร้าง ชุมชนดีมีรอยยิ้ม • โครงการช่วยเหลือชุมชนในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 (ทำการตลาดออนไลน์ จำหน่าย สินค้าชุมชน) 	<ul style="list-style-type: none"> • สามารถสร้างรายได้ให้แก่ ชุมชนกว่า 3,100 ราย และ สร้างรายได้เข้าสู่ชุมชนได้ รวมมากกว่า 15.8 ล้านบาท • สามารถสร้างรายได้ให้แก่ ชุมชนกว่า 1,200 ราย และ สร้างรายได้เข้าสู่ชุมชนได้ รวมมากกว่า 2 ล้านบาท

การดำเนินงานของโครงการพัฒนาชุมชน เราได้มุ่งมั่นเข้าไปร่วมพัฒนาชุมชนในหลากหลายมิติจนทำให้เกิดโครงการต่าง ๆ อย่าง เป็นรูปธรรม และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ ได้แก่ ข้อ 8 (SDG 8) เรื่อง ส่งเสริม การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ผ่านโครงการด้านการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน จนสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนกว่า 4,200 ราย และสร้างรายได้เข้าสู่ชุมชนได้รวมมากกว่า 17.8 ล้านบาท ข้อ 1 (SDG 1) เรื่อง ยุติความยากจนทุกรูปแบบ (SDG ย่อยข้อ 1.5) ผ่านโครงการที่ไทยเบฟทำต่อเนื่องมายาวนาน 22 ปี โครงการสามารถช่วยลดจำนวนผู้ได้รับผลกระทบจากเหตุรุนแรงที่เกี่ยวข้อง กับภูมิอากาศและภัยพิบัติกว่า 200,000 คน/ปี นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ ข้อ 6 (SDG 6) เรื่อง สร้างหลักประกันเรื่องการเข้าถึง น้ำสะอาด (SDG ย่อยข้อ 6.4 และ 6.b) ผ่านโครงการประปาภูเขาบ้านห้วยบง โดยสร้างระบบประปาภูเขา ระยะทาง 2 กิโลเมตร ชาวบ้านบ้านห้วยบง 60 ครัวเรือน คนเลี้ยงช้างจำนวน 20 ครัวเรือน มีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการพัฒนาและฟื้นฟูระบบ ประปาภูเขา พร้อมทั้งได้รับผลประโยชน์จากโครงการ

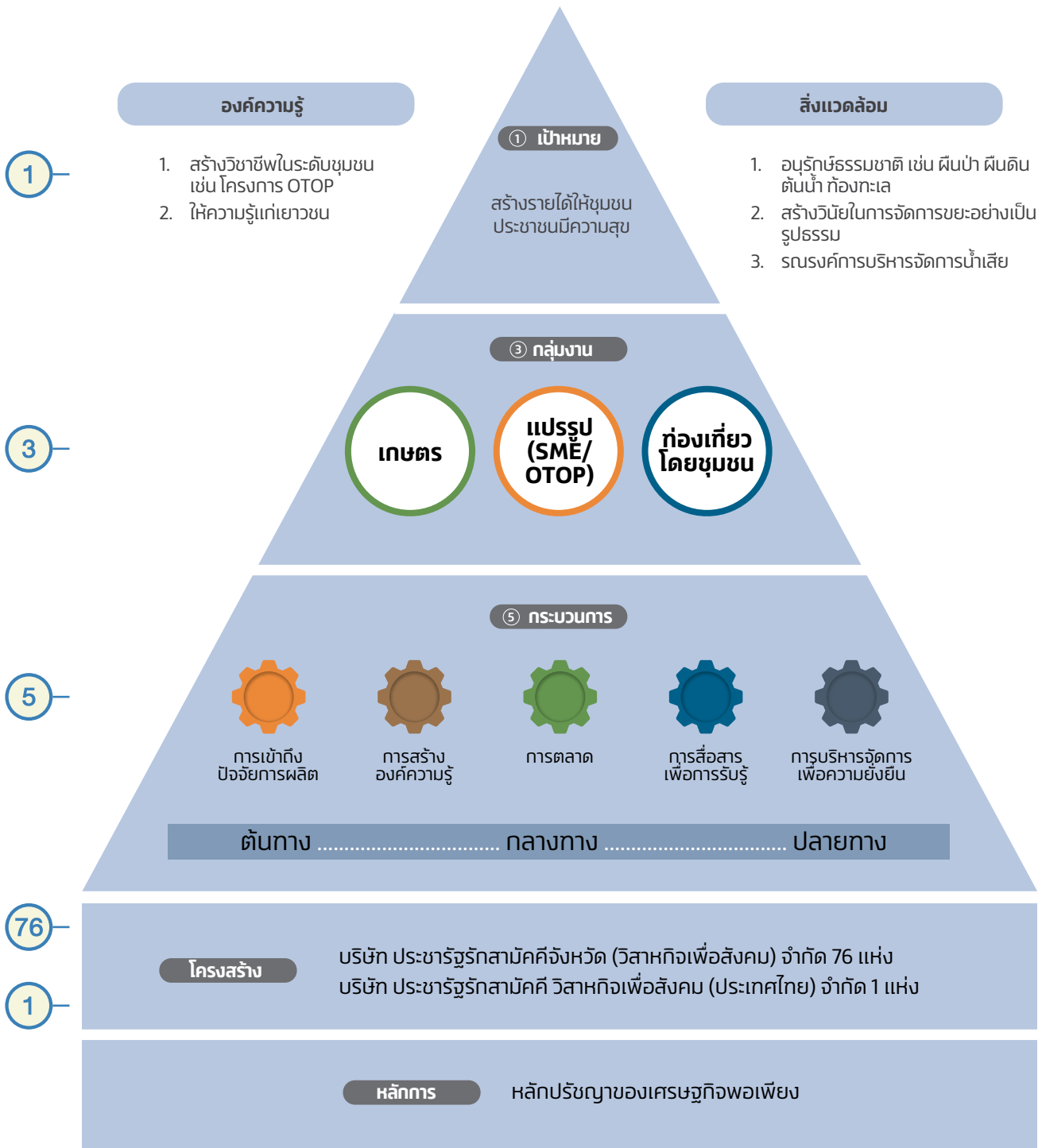
โครงการประชารัฐรักสามัคคี

จากการที่ภาครัฐได้ดำเนินนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ได้ขับเคลื่อนการทำงาน และผนึกกำลังร่วมกับทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ นำโดย พลเอกอนุพงษ์ เผ่าจินดา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย ภาคเอกชน นำโดย คุณฐาปน สิริวัฒนภักดี กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) โดยมีเป้าหมายหลักในการ “สร้างรายได้ให้ชุมชน ประชาชนมีความสุข” ภายใต้ความร่วมมือของทุกภาคส่วนโดยน้อมนำพระราชโองมในการ “สืบสาน รักษา ต่อยอด” หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และศาสตร์พระราชา ด้านการพัฒนา คือ “เข้าใจ เข้าถึง และพัฒนา” เป็นกรอบเป้าหมายในการขับเคลื่อนงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้ง 17 ข้อ ขององค์การสหประชาชาติ (SDGs: Sustainable Development Goals) โดยมี บริษัท ประชาารัฐรักสามัคคี วิศวกรรมเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด หรือบริษัท “ส่วนกลาง” เป็นผู้ประสานความร่วมมือกับเครือข่าย “ประชารัฐรักสามัคคี” ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นภายใต้การบริหารองค์กรแบบ “วิศวกรรมเพื่อสังคม” (Social Enterprise) ทั้ง 76 แห่งทั่วประเทศ และเป็นผู้เชื่อมโยงการทำงานของ 5 ภาคส่วนเข้าด้วยกัน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม และภาคประชาชน

โครงการประชารัฐใช้หลักการทำงานที่สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยใช้พื้นที่เป็นตัวตั้ง และสัมผัสเพิ่มเติมที่มีกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานที่สำคัญประกอบไปด้วย 1 เป้าหมาย 3 กลุ่มงาน 5 กระบวนการ กระจายสู่ 76 จังหวัดทั่วประเทศ



หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สืบสาน รักษา ต่อยอด



การพัฒนาโดยยึดเอาพื้นที่เป็นตัวตั้ง

2564 การทํางานสำคัญ

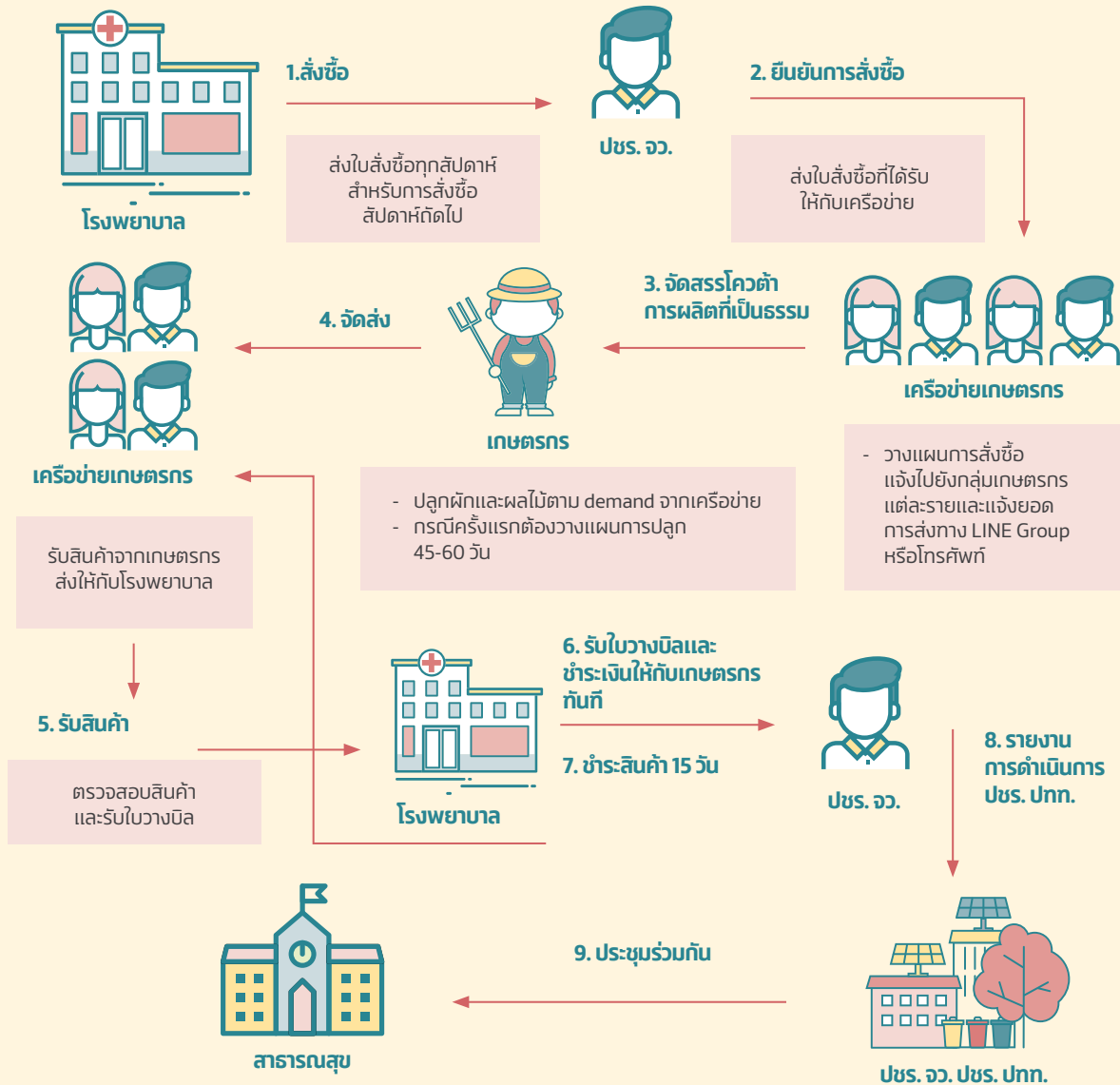
โครงการโรงพยาบาลอาหารปลอดภัย

เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2560 ภายใต้การบูรณาการความร่วมมือของ 6 หน่วยงาน สร้างความปลอดภัยอาหารในโรงพยาบาล ประกอบด้วย กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงมหาดไทย และบริษัท ประชารัฐรักสามัคคี วิทยาลัยเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด

ภารกิจหลัก คือ การเชื่อมโยงนโยบายไปยังเครือข่ายประชารัฐรักสามัคคีระดับจังหวัด เพื่อประสานงานกับโรงพยาบาลในการหาแหล่งพื้นที่ผลิตวัตถุดิบที่ปลอดภัย (ผัก ผลไม้ ฯลฯ)

ทั้งภายในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง การรวมกลุ่มเกษตรกร การรวบรวมวัตถุดิบ บริหารจัดการขนส่งไปยังโรงพยาบาล

นอกเหนือจากผู้ป่วยในโรงพยาบาลจะได้บริโภคอาหารที่ผลิตจากวัตถุดิบปลอดภัยแล้ว เป้าหมายสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อย่างยั่งยืนอีกด้วย



แบ่งเป็นคุณค่าให้คนทั่วโลก

ภาพรวมผลการดำเนินงาน

- ดำเนินงานผ่านเครือข่ายประชารัฐรักสามัคคี 39 จังหวัด
- จัดส่งสินค้าเกษตรปลอดภัยเข้าสู่โรงพยาบาล 49 แห่งทั่วประเทศ
- สร้างรายได้ให้ชุมชนรวมกว่า 208.26 ล้านบาท
- เครือข่ายประชารัฐรักสามัคคีที่สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ พิษณุโลก ตรัง กาญจนบุรี กระบี่ และน่าน ตามลำดับ

ภาคเหนือ (8 จังหวัด)

- พิษณุโลก
- พะเยา
- นครสวรรค์
- เพชรบูรณ์
- สุโขทัย
- ลำพูน
- น่าน
- ลำปาง

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (10 จังหวัด)

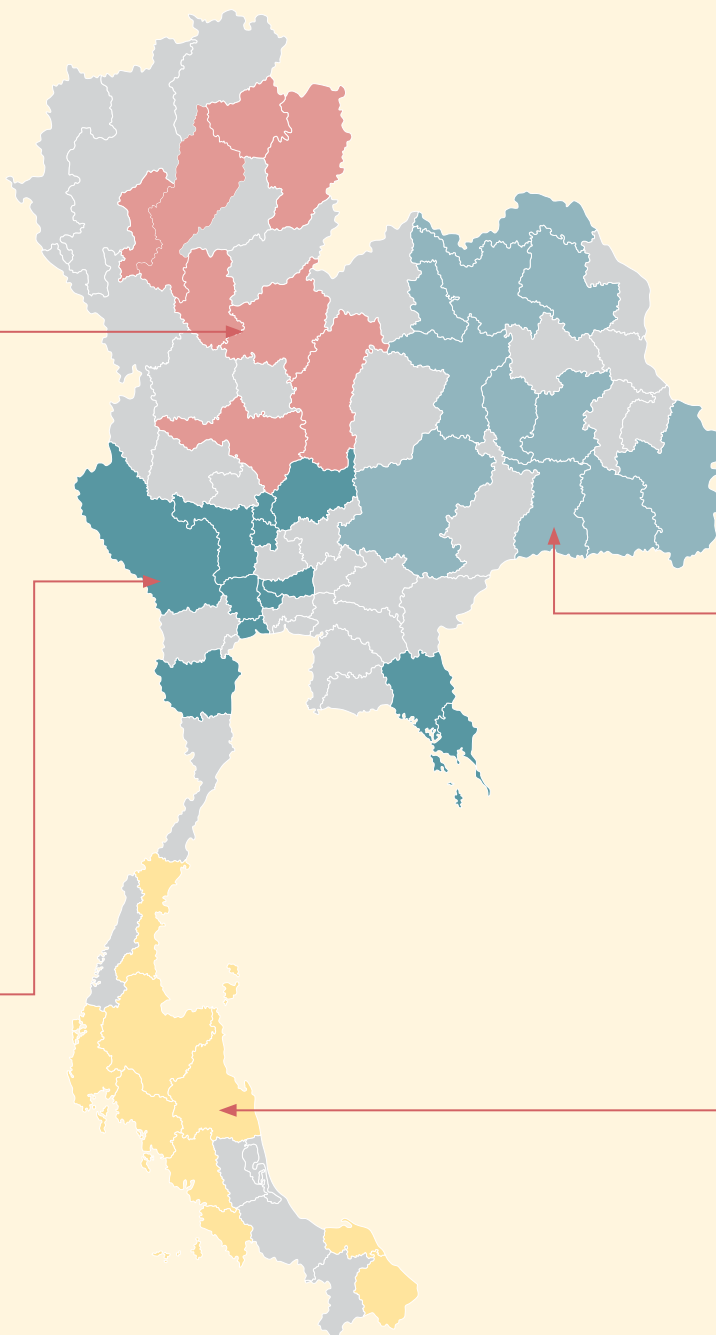
- ศรีสะเกษ
- หนองบัวลำภู
- ร้อยเอ็ด
- อุบลราชธานี
- หนองคาย
- สุรินทร์
- อุดรธานี
- ขอนแก่น
- นครราชสีมา
- มหาสารคาม

ภาคกลาง (12 จังหวัด)

- กาญจนบุรี
- นนทบุรี
- นครปฐม
- เพชรบุรี
- อ่างทอง
- สิงห์บุรี
- ลพบุรี
- สระบุรี
- สมุทรสาคร
- สุพรรณบุรี
- จันทบุรี
- ตราด

ภาคใต้ (9 จังหวัด)

- ตรัง
- กระบี่
- ชุมพร
- พังงา
- สตูล
- บราฮีวาส
- นครศรีธรรมราช
- ปัตตานี
- สุราษฎร์ธานี



โครงการผ้าขาวม้าท้องถิ่นหัตถศิลป์ไทย

จากแนวคิดที่ว่า “วัฒนธรรมและภูมิปัญญาในการทอผ้าขาวม้าสามารถพบเห็นได้ในทุกจังหวัดของประเทศ หากเพราะสามารถพัฒนาผ้าขาวม้าที่ดูเรียบง่าย ให้เกิดความหลากหลาย มีคุณภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ก็จะสามารถสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน” เป็นจุดเริ่มต้นของโครงการ “ผ้าขาวม้าท้องถิ่นหัตถศิลป์ไทย” ภายใต้ความร่วมมือของบริษัท ประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด และกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ซึ่งดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2559 นับเป็นปีที่ 5 ติดต่อกัน

เป้าหมายสำคัญ คือ การเปลี่ยนมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อผ้าขาวม้า สร้างแรงบันดาลใจ และองค์ความรู้ให้แก่ชุมชน อันจะนำไปสู่การพัฒนา และต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ตลอดจนช่วยสร้างรายได้ให้ชุมชนอย่างยั่งยืน

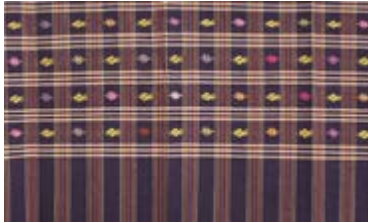
นับตั้งแต่ช่วงปลายปี 2563 เป็นต้นมา แม้จะอยู่ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 แต่โครงการผ้าขาวม้าท้องถิ่นหัตถศิลป์ไทย ยังคงเน้นการทำงานร่วมกับกลุ่มผู้ผลิตผ้าขาวม้าอย่างใกล้ชิด ภายใต้มาตรการเฝ้าระวังและป้องกันอย่างเข้มข้น พร้อมประสานความร่วมมือกับทีม EISA (Education Institute Support Activity) ในการรวมพลังคนรุ่นใหม่ ร่วมสร้างสรรค์อัตลักษณ์ผ้าขาวม้าทอมือผ่านกิจกรรม “Creative Young Designers”

ชุมชน	สถาบัน
บ้านหาดเสี้ยว จ.สุโขทัย	คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
วิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ จ.ปทุมธานี	คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
บ้านดอนแร่ จ.ราชบุรี	วิทยาลัยเพาะช่าง
บ้านหนองสิง จ.สุพรรณบุรี	คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
บ้านไทรงาม จ.สระแก้ว	คณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ พัสตราภรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
บ้านหนองขาว จ.กาญจนบุรี	คณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ พัสตราภรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
บ้านเขาเต่า จ.ประจวบคีรีขันธ์	สถาบันส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยรังสิต

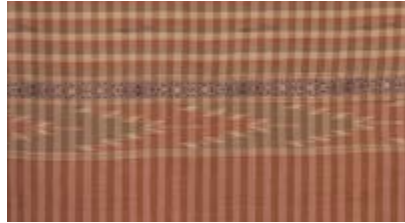
สำหรับปี 2564 อยู่ระหว่างดำเนินงาน 15 ชุมชนผู้ผลิตผ้าขาวม้า 13 สถาบันการศึกษา และ 3 สโมสรฟุตบอล

นอกจากนี้ยังจัดให้มีการประกวดลายผ้าขาวม้า “นวัตกรรม” ปี 2564 เพื่อคัดเลือกลายผ้าขาวม้าที่มีความสวยงามโดดเด่น พร้อมผลักดันเข้าสู่กระบวนการจดลิขสิทธิ์ลายผ้าทั้ง 10 ผลงานที่ชนะการประกวด (จาก 182 ลายผ้า) ดังนี้

สาขาลายผ้าขาวม้าอัตลักษณ์ประจำชุมชน (Heritage)



“ผ้าขาวม้าแห่งความภักดี”
โดย กลุ่มอาชีพผ้าฝ้ายอำพัน
จังหวัดเชียงใหม่



“บ้านนิรันดร์”
โดย กลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง
จังหวัดน่าน



“พันแสงรุ่ง”
โดย นายบุญชรัศม์ สาลี
นักออกแบบอิสระ

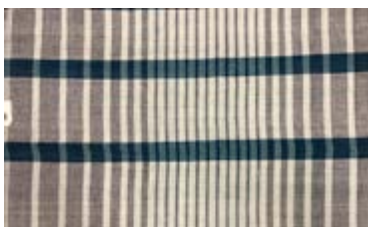


“ผ้าขาวม้าสายรุ้ง”
โดย กลุ่มทอผ้าบ้านห้วยทราย
จังหวัดเชียงใหม่



“ผ้าขาวม้าอีโปลายขอ”
โดย วิชาหกิจชุมชนแปรรูปจากไหมและฝ้าย
จังหวัดร้อยเอ็ด

สาขาลายผ้าขาวม้าความคิดสร้างสรรค์ (Creative)



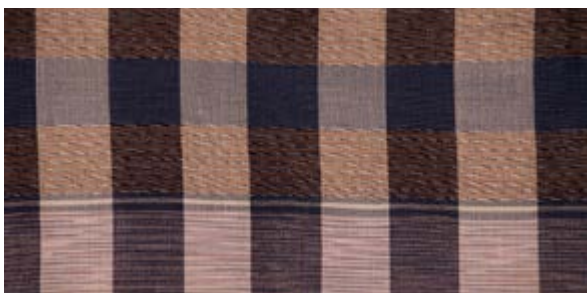
“ผ้าขาวม้าทะเลดวงตา”
โดย นางสาวเจนจิรา วุ่นก้อน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



“หลงป่า”
โดย วิชาหกิจชุมชนกลุ่มน้ำมอญแจ้ซ้อน
จังหวัดลำปาง



“WINTER STORY ผ้าขาวม้าลมหนาว”
โดย นายรัชเชษฐ์ ปราบปราม
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



“สองชาติพันธุ์”
โดย กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านทุ่งมั่ง จังหวัดสกลนคร



“Light of the nan river แสงแห่งแม่น้ำน่าน”
โดย นายบุญชรัศม์ สาลี นักออกแบบอิสระ



ภาพรวมผลการดำเนินงาน

- 7 กลุ่มผู้ผลิตผ้าขาม้า 6 สถาบันการศึกษา 4 สโมสรฟุตบอล
- 354 ผลงานการออกแบบ 163 ผลงานที่ได้นำมาผลิตจริง
- 10 ผลงานลายผ้าที่ชนะการประกวด ได้รับการผลักดันเข้าสู่กระบวนการจดลิขสิทธิ์
- ปัจจุบันมีชุมชนเข้าร่วมโครงการ 26 ชุมชน สร้างรายได้แล้วกว่า 173 ล้านบาท

ร้านประชารัฐรักสามัคคี

ร้านประชารัฐรักสามัคคีเปิดดำเนินการภายใต้แนวคิดการพัฒนาช่องทางการขายระดับประเทศ ตั้งแต่ช่วงปลายไตรมาสที่ 3 ของปี 2560 ณ บริเวณชั้น 1 อาคารซัดบ์เน็ลยู ทาวเวอร์ (ถ.รัชดาภิเษก) ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 09.30-18.00 น.

รูปแบบการให้บริการ

ศูนย์จัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนจากเครือข่ายประชารัฐรักสามัคคี ทั้งขายปลีก ขายส่ง และรูปแบบ Made to Order

- Shopee: prsthailand
- Lazada: prsthailand

ข้อมูลผลิตภัณฑ์และโปรโมชั่นต่าง ๆ ติดตามได้ที่

- Facebook: สารพัดสรรพศิลป์ / ประชาารัฐรักสามัคคี ประเทศไทย / Pakaoma Thailand
- www.prsthailand.com
- LINE ID: @prsthailand



ภาพรวมผลการดำเนินงาน

- สนับสนุนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนรวมกว่า 257,000 รายการ จาก 600 ชุมชน
- สร้างรายได้ให้ชุมชนรวมกว่า 20.74 ล้านบาท
- สำหรับในช่วงสถานการณ์โควิด-19 (ม.ค. 63 - ก.ย. 64) สร้างรายได้ให้ชุมชนรวมกว่า 7.48 ล้านบาท

การสนับสนุนพื้นที่ออกบูธจัดแสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เป็นวิกฤตการณ์สำคัญที่คนไทยทั้งประเทศต้องเผชิญหน้ามาตลอดระยะเวลาเกือบ 2 ปีเต็ม ทำให้รัฐบาลประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 เพื่อควบคุมสถานการณ์ดังกล่าว นับตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม 2563 เป็นต้นมา ซึ่งส่งผลกระทบต่อตรงต่อกลุ่ม/ชุมชน ภายใต้การขับเคลื่อนของเครือข่ายประชารัฐรักสามัคคีระดับจังหวัด ที่รายได้ส่วนใหญ่มาจากการขายสินค้าและบริการ โดยที่ผ่านมามีบริษัท ประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด เป็นหนึ่งในพันธมิตรที่คอยเชื่อมโยงพื้นที่หน่วยงานภาครัฐ เอกชน รวมไปถึงภาคีเครือข่าย เพื่อเปิดพื้นที่ให้ชุมชนต่าง ๆ นำผลิตภัณฑ์มาจัดแสดงและจำหน่าย

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นมา พื้นที่ในการจัดแสดงและจำหน่ายส่วนใหญ่จะถูกจำกัด รวมถึงมีการประกาศยกเลิกกิจกรรมต่าง ๆ ออกไปอย่างไม่มีกำหนด แต่ก็ยังมีบางพื้นที่ที่สามารถดำเนินการภายใต้มาตรการผ่อนปรนกิจการและกิจกรรม เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และสามารถสร้างรายได้ให้แก่กลุ่ม/ชุมชนรวม 13 งาน รวมกว่า 4.98 ล้านบาท



ภาพรวมผลการดำเนินงาน

- สนับสนุนพื้นที่ออกบูธจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน รวม 99 งาน กว่า 400 ชุมชน
- สร้างรายได้ให้ชุมชนรวมกว่า 48 ล้านบาท
- 13 งานในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 (ปี 63 - ปัจจุบัน) สร้างรายได้ให้ชุมชนรวมกว่า 4.98 ล้านบาท

แบ่งปันคุณค่า

ผู้บริหาร หรือ ผู้ที่ได้รับการสนับสนุนจากโครงการ

คุณทิวพร ศรีวรรกุล

กรรมการผู้จัดการ บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีกาญจนบุรี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด

โครงการโรงพยาบาลอาหารปลอดภัยมีความมุ่งหวังให้ผู้ป่วยในโรงพยาบาลได้บริโภคอาหารที่สะอาด ลดอัตราการเจ็บป่วยจากการบริโภคอาหารที่ไม่สะอาดและมีสารพิษ เกษตรกรที่ปลูกผักอินทรีย์จึงสามารถผลิตอาหารปลอดภัยให้แก่โรงพยาบาลเหล่านั้นได้ สำหรับความสำเร็จของกาญจนบุรี คิดว่าส่วนหนึ่งมาจากการที่ดิฉันเป็นประธานเครือข่ายเกษตรอินทรีย์จังหวัดกาญจนบุรีจึงทำให้การประสานงานและการขับเคลื่อนต่าง ๆ เป็นไปได้ง่ายและคล่องตัว เราได้รับการสนับสนุนที่ดีจากท่านผู้ว่าราชการจังหวัด ที่ให้ความสำคัญและร่วมมือเต็มที่ในการจัดหาห้องเย็นเพื่อใช้ยืมขนส่งผักและห้องใหญ่เย็นเพื่อเก็บผักโดยงบพัฒนาการจังหวัด ประชาธิปไตยรักสามัคคีประเทศไทยเป็นองค์กรหลักที่ช่วยดูแลและแก้ปัญหาต่าง ๆ กรมการพัฒนาชุมชนที่ให้ความร่วมมือดีมาก ตลอดจนการช่วยเหลือในด้านเงินทุนหมุนเวียนจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร



สุจินต์ โพธิ์วิจิตร

ประธานกลุ่มทอผ้าและตัดเย็บบ้านหาดเสี้ยว จ.สุโขทัย

เมื่อก่อนทางกลุ่มของเรามีการทอผ้าขาวม้าแบบพื้น ๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะขายเป็นผืนให้กับคนในชุมชนกันเอง แต่หลังจากที่ส่งผลงานเข้าร่วมประกวดโครงการผ้าขาวม้าท้องถิ่นหัตถศิลป์ไทยในปี 2560 จนได้รับรางวัลชนะเลิศ ประเภทผ้าขาวม้าแปรรูป ทำให้เราเริ่มเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ยังได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐประเทศไทยในการช่วยเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้งหาพื้นที่สำหรับออกบูธ รวมถึงนำสินค้าไปวางจำหน่ายในร้านประชารัฐรักสามัคคี ทำให้ได้รับความสนใจและเป็นที่ต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น ในปีที่ผ่านมาจึงได้มีโอกาสทำงานร่วมกับน้อง ๆ นักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ที่เข้ามาช่วยคิด ช่วยทำให้ผลิตภัณฑ์ของเรามีมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น เราดีใจที่เด็กสมัยใหม่เห็นคุณค่าของผ้าขาวม้าไทย ขอขอบคุณโครงการที่ทำให้คนในชุมชนของเรามีความสุข และอยู่ดีกินดีมากยิ่งขึ้นค่ะ

นางมينا สีสอด

วิสาหกิจชุมชนแพ้นมัตย้อม Colourful จ.สมุทรปราการ

รู้สึกดีใจและขอบคุณประชารัฐรักสามัคคีประเทศไทยเป็นอย่างมากที่มีสถานที่ให้จำหน่ายสินค้ามาให้ทางกลุ่มไปออกบูธอย่างต่อเนื่อง บางพื้นที่หากไปติดต่อเองก็จะมีค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ค่อนข้างสูง บางงานขายได้มากบ้างน้อยบ้างถือว่าเป็นเรื่องปกติของการค้าขาย โดยเฉพาะในช่วงสภาวะเศรษฐกิจที่เป็นแบบนี้ แต่ก็ยังดีกว่าที่ไม่มีโอกาสไปขายเลย ต้องขอบคุณจริง ๆ ค่ะ



ตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

โครงการที่เกิดขึ้นภายใต้การดำเนินงานของโครงการประชารัฐรักสามัคคี และเครือข่ายประชารัฐรักสามัคคีระดับจังหวัด สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ ข้อ 8 (SDG 8) เรื่อง ส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ทั้งนี้โครงการประชารัฐรักสามัคคี สามารถช่วยขับเคลื่อนการดำเนินงานของชุมชนไปแล้วรวม 1,353 โครงการ ครอบคลุม 99,828 ครัวเรือน ใน 4,222 ชุมชนทั่วประเทศ และสามารถสร้างรายได้ให้ชุมชนไปแล้วกว่า 1,695 ล้านบาท

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับข้อ 17 (SDG 17) เรื่อง สร้างความร่วมมือระดับสากลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยสนับสนุนส่งเสริมหุ้นส่วนความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน ประชาสังคม วิชาการ และประชาชน เพื่อจัดตั้งเป็นบริษัท ประชาัฐรักสามัคคี วิชากิจ เพื่อสังคม จำนวน 77 จังหวัด เป็นมูลค่าเงินร่วมทุน 337 ล้านบาท สร้างให้เกิดโครงการความร่วมมือ 1,353 โครงการ

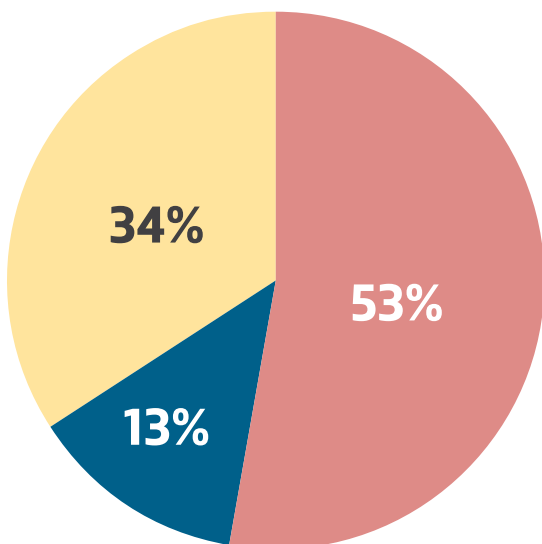
ผลกระทบที่เกิดขึ้น



จำนวนโครงการ
1,353 โครงการ



4,222 จำนวนชุมชน
(99,828 ครัวเรือน)



การเกษตร
 การท่องเที่ยว
 การแปรรูป

จำนวนชุมชนในโครงการตามภูมิภาค

ภาคเหนือ	1,024
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	929
ภาคกลาง	1,195
ภาคใต้	1,074

รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการดำเนินการ
1,695,357,835 บาท

ศูนย์ ซี อาเซียน (C asean)

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

ปัจจุบันพันธมิตรของศูนย์ ซี อาเซียน ประกอบไปด้วย องค์กรชั้นนำของประเทศไทย องค์กรระหว่างประเทศ และองค์กรภาคประชาสังคมระดับโลก ทั้งนี้ ตลอดปี 2564 ศูนย์ ซี อาเซียนได้จัดกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ เช่น การประชุม สัมมนา โครงการประกวด และการแข่งขันต่าง ๆ เพื่อผลักดันให้เกิด 1) การพัฒนาด้านความยั่งยืน 2) การสร้างความร่วมมือในกลุ่มประเทศอาเซียนและนานาชาติ และ 3) การพัฒนาบุคคล



2564 การกิจสำคัญ

Win Win WAR Thailand

“Win Win WAR Thailand” รายการทีวีเรียลลิตี้โชว์ที่ประกวดแข่งขันแผนธุรกิจเพื่อค้นหาสุดยอดนักธุรกิจเพื่อสังคม (Social Entrepreneurs) ที่ใช้กลไกทางธุรกิจช่วยแก้ไขปัญหาล้างคมหรือสิ่งแวดล้อม โดยรายการจัดทำขึ้นเพื่อให้ความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ในคอนเซปต์ “ธุรกิจเพื่อสังคม” หรือ “ธุรกิจแบ่งปัน” โครงการ Win Win WAR Thailand (สุดยอดนักธุรกิจแบ่งปัน) ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ คือ

- 1) สร้างความตระหนักถึงแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนในวงกว้าง
- 2) สร้างเวทีในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และประสบการณ์ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 3) บ่มเพาะและพัฒนาทักษะของผู้ประกอบการธุรกิจแบ่งปัน (Social Entrepreneurs) ให้สามารถใช้กลไกธุรกิจแบ่งปัน (Social Enterprise) เข้าเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ซึ่งในปี 2564 รายการ “Win Win WAR Thailand Season 2” ได้รับรางวัลทีวีสีขาว ครั้งที่ 2 ประเภทรายการส่งเสริมการศึกษาหรือเทคโนโลยีดีเด่น

จากความสำเร็จในปีที่ผ่านมา ศูนย์ C asean ยังคงดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่อง ในปี 2564 จัดทำรายการ Win Win WAR Thailand Special Online Edition (สุดยอดนักธุรกิจแบ่งปัน เป็นปีที่ 3) โดยมีผลลัพธ์จากการดำเนินโครงการดังนี้ มีผู้สนใจเข้าร่วมประกวดทั้งสิ้น 3,548 ทีม อายุเฉลี่ยของผู้เข้าแข่งขันอยู่ที่ 29 ปี อีกทั้งเพื่อขยายฐานคนดูให้กว้างขึ้นไปสู่กลุ่มประเทศอาเซียน ปีนี้เป็นปีแรกที่มีการจัดทำคำบรรยายภาษาอังกฤษ เพื่อเปิดให้ผู้ชมทางบ้านโหวตทีมที่ชื่นชอบได้ทางออนไลน์ มียอดผู้ชมร่วมโหวตกว่า 240,000 ครั้ง โดยมีผู้ชมดูรวมทั้งสิ้นกว่า 24 ล้านครั้ง และมียอดการเข้าถึงมากกว่า 74 ล้านครั้ง ในตลอดระยะเวลา 6 เดือน และทีมที่คว้าตำแหน่งสุดยอดนักธุรกิจแบ่งปัน เงินรางวัล 2,000,000 บาท พร้อมทั้งปรึกษาในการทำธุรกิจแบ่งปันได้แก่ ทีมกลุ่มปฏิวัดขยะสุพรรณบุรี จากจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นกิจการเพื่อสังคมที่นำขยะพลาสติกมาใช้แล้วมาเปลี่ยนเป็นน้ำมัน เพื่อใช้ในกลุ่มเครื่องจักรรอบต่ำ เช่น รถโก

ภาพรวมโครงการ



		Season 1	Season 2	Special Online Edition
ผู้สมัคร	ระยะเวลา	มี.ค. - ธ.ค. 2561	มี.ค. 2562 - มี.ค. 2563	ต.ค. - ธ.ค. 2563
	จำนวนผู้สมัคร (ทีม)	987 ทีม	1,843 ทีม	3,548 ทีม
	จำนวนผู้สมัครที่ผ่านเกณฑ์ (ทีม)	864 ทีม	1,059 ทีม	542 ทีม
	จำนวนผู้สมัครระดับเยาวชน	17% (146 ทีม)	33% (349 ทีม)	24% (130 ทีม)
	อายุเฉลี่ย	34	27.5	29

		Season 1	Season 2	Special Online Edition
ยอดการรับชม	รายการทีวี	12 ตอน	12 ตอน	100 คลิป (คลิปละ 1 นาที)
	คลิปออนไลน์	25 คลิป	25 คลิป	38 คลิป
	รายการพิเศษทาง Amarin TV	1 ตอน (1 ชั่วโมง)	4 ตอน (ตอนละ 30 นาที)	-
	คลิปพิเศษ	2 คลิป	6 รายการสด 24 คลิป Road to WAR (10 นาที)	12 คลิป Road to WAR (โปรม)
	นำเสนอในรายการของทาง Amarin	ปากลำโพง 2 ครั้ง	ทุบโต๊ะข่าว 1 ครั้ง	รายการออนไลน์ 1 ครั้ง
	รายการอื่น ๆ	-	บันทึกไทยเบฟ 2 ครั้ง	บันทึกไทยเบฟ 6 ครั้ง
	ตอนแบบออนไลน์	12 ตอน	12 ตอน	14 ตอน
	ยอดการรับชม	0.77 ล้าน	1.83 ล้าน	24 ล้าน
	จำนวนครั้งที่แสดงผล	42 ล้าน	92.4 ล้าน	75 ล้าน ผู้ชม = ประเทศไทย 85.9% เวียดนาม 9.6% มาเลเซีย 3.5% สิงคโปร์ 1%
	ถ่ายทอดสดทางเฟซบุ๊ก (เข้าถึง)	0.12 ล้าน	2.45 ล้าน	-



Thailand Sustainability Expo 2021

Thailand Sustainability Expo 2021 งานนิทรรศการด้านความยั่งยืนที่รวบรวมเรื่องราว ผลงาน และประสบการณ์ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน วิทยาลัยชุมชน มหาวิทยาลัย และพลังประชาชนของประเทศไทย ซึ่งในระหว่างวันที่ 30 กันยายน ถึง 10 ตุลาคม 2564 งานดังกล่าวจัดขึ้นเป็นปีที่ 2 ในรูปแบบผสมระหว่างนิทรรศการดั้งเดิมและนิทรรศการเสมือน (Virtual Expo) และได้รับการตอบรับจากผู้สนับสนุนและผู้ชมที่ให้ความสนใจเรื่องการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมเป็น

อย่างมาก โดยมีจำนวนผู้เข้าชมงานออนไลน์ ณ <https://tsx2021.thaيلandsustainabilityexpo.com> กว่า 120,000 คน

นอกเหนือจากนิทรรศการจัดแสดงด้านความยั่งยืน ยังมีกิจกรรมเสวนาออนไลน์ คลิปสัมภาษณ์ด้านความยั่งยืน จากผู้แทนองค์กรชั้นนำต่าง ๆ และการแข่งขันโครงการด้านความยั่งยืนใน 3 รูปแบบอันได้แก่

TSX

Thailand Sustainability Expo 2021

11 วัน/
254 ชั่วโมง

Facebook

เข้าถึง **6,224,616**
มีส่วนร่วม **1,222,185**
เข้าชม **4,258,324**

YouTube

ยอดเข้าชมรวม
919,385
ยอดเข้าชม ESG talk
85,000



24 องค์กร



30 นวัตกรรม



120 ร้านค้า



90 วิทยากร



จำนวนผู้เข้าชม
127,706



ลงทะเบียน
20,300



500
ผู้เข้าแข่งขัน



6,100 นักเรียน
นักศึกษา
30 สถาบัน

Shaper in Action: Waste Hero Awards

การประกวดโครงการเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้หัวข้อ “การจัดการขยะอาหาร” (Food Waste Management) สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อสังคม และบุคคลทั่วไป โดยเกณฑ์การตัดสินผู้ชนะ คือ เจ้าของโครงการที่สามารถลดปริมาณขยะอาหารและ/หรือสร้างมูลค่าจากขยะอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่ง

จากผู้สมัครกว่า 100 ทีม คัดเหลือ 50 ทีมเพื่อเข้าร่วมโครงการและคัดเลือกผู้ชนะ 4 ทีม เพื่อรับรางวัลในพิธีปิดงาน ซึ่งจัดขึ้นในวันที่ 10 ตุลาคม 2564 ณ อาคาร CW Tower ถนนรัชดาภิเษก โดยผู้ชนะเลิศ 4 อันดับดังกล่าวได้แก่



ชนะเลิศ
Team INNO WASTE



รองชนะเลิศอันดับหนึ่ง
Team food loss food waste THAILAND



รองชนะเลิศอันดับสอง
Team Laika



Popular Views award
Team OKLIN THAILAND

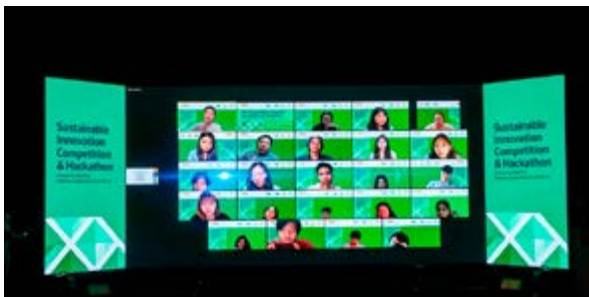


Trash to Treasure Contest 2021

โครงการ “Trash to Treasure Contest 2021” จัดอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน ถือเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความสามารถและศักยภาพของเยาวชนไทย ภายใต้งาน Thailand Sustainability Expo 2021 ซึ่งเงินรางวัลมูลค่ารวม 150,000 บาท พร้อมใบประกาศเกียรติคุณ ซึ่งเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการต้องสร้างสรรค์ผลงานศิลปะรูปแบบ 2D และ 3D จากขยะเหลือใช้ที่พบได้ทั่วไป ได้แก่ ขวดน้ำพลาสติก ถุงพลาสติก กล่องลัง และอื่น ๆ ภายใต้แนวคิดและหัวข้อ “Trash to Treasure เพราะขยะก็มีค่า” เพื่อสร้างความตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมและการนำขยะเหลือใช้มาแปรรูปให้เกิดประโยชน์อีกครั้ง ตัดสินโดยคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิผู้เชี่ยวชาญด้านงานศิลปะระดับประเทศ โครงการ “Trash to Treasure Contest 2021” มีนักเรียน นิสิต นักศึกษาทั่วประเทศไทยเข้าร่วมรวม 268 คน จากทั้งหมด 14 สถาบัน โดยแบ่งเป็น 126 คน ในสาขาการประกวด 2D และ 142 คน ในสาขาการประกวด 3D

TSX Sustainable Innovation Competition and Hackathon 2021

โครงการ “TSX Sustainable Innovation Competition & Hackathon 2021” ในหัวข้อ Disrupting Health & Wellness Experience in COVID-19 เพื่อเพิ่มหาสุดยอดนวัตกรรมคนรุ่นใหม่ จัดขึ้นเป็นครั้งแรกในปี 2564 ร่วมกับ CU Innovation Hub เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความสามารถและศักยภาพของเยาวชนไทย ภายใต้งาน Thailand Sustainability Expo 2021 ซึ่งเงินรางวัลมูลค่ารวม 80,000 บาท พร้อมใบประกาศเกียรติคุณ ทีมผู้สมัครเข้าร่วมการแข่งขันทั้งสิ้น 78 ทีม คัดเลือกเพียง 15 ทีม เข้าสู่รอบ Case competition และคัดเลือกเพียง 7 ทีมสุดท้าย เข้าสู่กระบวนการ Incubation และ Virtual Hackathon ต่อเนื่อง 48 ชั่วโมง โดยผลการแข่งขัน ทีมที่ได้รับรางวัลที่ 1 ได้แก่ทีม ATTRA สร้าง PULSED UVC เครื่องฆ่าเชื้อโรคสมรรถนะสูง (ที่กระแส 2 แอมแปร์ จะได้พลังงาน 240-360 mJ./cm) โดยพลังงานดังกล่าวจะนำไปใช้ในการจูดหลอดไฟทำการฉายรังสี UVC ออกมาแบบไฟแฟลชกล้องถ่ายรูป แสงไฟแฟลชที่ออกมานั้นจะทำลายโครงสร้าง DNA ของสิ่งมีชีวิตในระดับจุลินทรีย์ ไวรัส สปอร์เชื้อราต่าง ๆ พร้อมเทียบเคียงประสิทธิภาพการทำลายล้าง จากการทดสอบ เครื่องนี้สามารถฆ่าเชื้อได้ 99.99 เปอร์เซ็นต์ ใช้ระยะเวลา 30-60 วินาที และใช้ต้นทุนเพียงสิบบาทต่อชั่วโมง เทียบกับประสิทธิภาพ สามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายและความเสียหายที่จะเกิดขึ้น เหมาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ เช่น ห้างสรรพสินค้า หรือผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ทั่วไป ที่กังวลเรื่องความปลอดภัยในการอยู่อาศัยร่วมกัน นอกจากนั้นทีมยังริเสิร์ชถึงข้อมูลบ้านพร้อมขายในแวดวงอสังหาฯ ที่มีอยู่กว่าแสนยูนิต ตั้งเป้าหมายแค่พันยูนิตก็สามารถทำได้มากมาย คู่กับการลงทุนยังไม่นับรวมถึงหน่วยย่อย องค์กรเอกชนต่าง ๆ ที่อยากติดตั้งในบริษัท อาคาร กระทั่งซื้อบริจาคติดตั้งเพื่อสังคม





ทีมที่ได้รับรางวัลที่ 2 ได้แก่ทีม Share Care กับผลงาน Paradise Pocket Space จากแนวคิดคนรุ่นใหม่ในเมืองต้องการพื้นที่สีเขียว ปรากฏสวนสาธารณะยังไม่เพียงพอต่อความต้องการอยู่ดี อีกทั้งไม่ตอบโจทย์กับไลฟ์สไตล์คนยุคใหม่ ยิ่งเกิดปัญหาโควิดทำให้กิจกรรมทางสังคมหายไป คนไม่นิยมไปรวมกลุ่มจำนวนมาก จึงเกิดเป็นแนวคิดสร้างพื้นที่สีเขียวเพิ่ม เน้นการมีส่วนร่วม ทุกคนเป็นเจ้าของ สามารถมีทางเลือกจากการทำงาน สร้างแรงบันดาลใจ รวมทั้งพบปะกลุ่มคนที่มีแนวคิดและไลฟ์สไตล์เหมือนกัน นอกจากนี้มีการริเริ่มแล้วว่า ปัญหาสุขภาพจิตปัจจุบันทวีสูงขึ้น จากภาวะความเครียดทางเศรษฐกิจและกิจกรรมทางสังคมที่หายไป โดยทุกวันนี้ไม่ได้จำกัดอยู่แค่ผู้ติดเชื้อ แต่ลุกลามไปถึงกลุ่มประชากรที่ไม่ได้ติดเชื้ออีกด้วย ซึ่งปัญหาสุขภาพจิตมีงานวิจัยรองรับว่าสามารถแก้ได้ด้วยพื้นที่สีเขียว ทั้งนี้โครงการฯ ดังกล่าวจะช่วยขจัดอุปสรรคในการเข้าถึงพื้นที่สีเขียว และดีไซน์ฟังก์ชันต่าง ๆ ให้ตอบโจทย์ โดยจะเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ จากที่ทุกคนเข้าสวนฟรี เป็น User มาเก็บค่าบริการ แต่ทุกคนเป็นเจ้าของ เป็นพาร์ทเนอร์ร่วมกัน บริหารงานผ่านแอปพลิเคชันแสดงรายละเอียด แบ่งเป็น Home, Membership, Park browsing, Density checking ฯลฯ ทั้งนี้เชื่อว่า Paradise Pocket Space จะช่วยแก้ปัญหาการปล่อยพื้นที่ร้างในเมืองหลวงไว้โดยไม่ใช้ประโยชน์ ซึ่งมีอีกมากมายหลายแปลง และคำนวณต้นทุนและรายได้แล้ว มีความใกล้เคียงไปจนถึงคุ้มค่ากว่าการปล่อยเช่าธรรมดา

และทีมที่ได้รับรางวัลที่ 3 ได้แก่ทีม NOPANIC Mask Nano Filter ออร์แกนิกมาสก์ จากวิจัยพืชที่ไร้ค่า แก้ปัญหาหยาบๆ จุดเด่นของแผ่นกรองอากาศจากผักตบชวา สามารถกำจัดเชื้อไวรัสและแบคทีเรียจากสารคัดหลั่งที่มาตกลงบนหน้ากากได้เอง สามารถป้องกันฝุ่น PM 2.5 ได้ ไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม สามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ มองโอกาสทางธุรกิจ ผักตบชวาหาได้ง่าย ต้นทุนต่ำ ขณะนี้สินค้ามีความจำเป็นสูงขึ้น โดยอ้างอิงข้อมูลจากกรมการค้าภายใน ม.ค - มี.ค. 64 ปริมาณซื้อขายต่อเดือน แบ่งเป็น หน้ากากฝุ่นที่ใช้ในอุตสาหกรรม 331 ล้านชิ้น หน้ากากการแพทย์ 120 ล้านชิ้น หน้ากากผ้า 80 ล้านชิ้น

C asean Consonant: ASEAN Traditional Music Challenge

เพื่อสร้างคลังความรู้ศิลปกรรมดนตรีแห่งภูมิภาค ให้เป็นแหล่งข้อมูลเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมอาเซียน ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่คนทั่วโลกสามารถเข้าถึงและเรียนรู้ร่วมกัน วง C asean Consonant สร้างสรรค์คลิปการแสดงดนตรีพร้อมการสาธิตเครื่องดนตรีประจำชาติ 31 ชิ้น โดยนักดนตรี 35 ชีวิต จาก 10 ประเทศ ถ่ายทอดความรู้และบทเพลง 19 เพลง เป็นภาษาถิ่นแห่งอาเซียน 8 ภาษา พร้อมกับคำบรรยายภาษาอังกฤษ โดยมีผู้สนใจด้านวัฒนธรรมดนตรีเข้าชมและศึกษาข้อมูลจากทั่วทุกมุมโลก

กิจกรรมดังกล่าว นอกจากจะเป็นสื่อการศึกษาสำหรับทุกเพศทุกวัยแล้ว ยังเป็นผลงานศิลปะที่สร้างเสริมมิตรภาพ ความเข้าใจ สดช่องว่างจากความแตกต่างทางเชื้อชาติ ผ่านวัฒนธรรมและเสียงดนตรี พร้อมนำเสนออัจฉริยภาพด้านดนตรีอย่างเท่าเทียม ในทุกเพศทุกชาติพันธุ์ แสดงถึงความงามในอัตลักษณ์ที่แตกต่าง แต่สามารถอยู่ร่วมกันอย่างสันติ อันเป็นรากฐานต่อการสร้างความร่วมมือกันในระดับภูมิภาคอย่างยั่งยืน

มาตรการรับมือวิกฤตโควิด-19

จัดการเสวนาในรูปแบบสื่อผสมผสาน (Hybrid) ตามข้อกำหนดของกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัดเพื่อป้องกันการแพร่ระบาด และจัดเก็บข้อมูลในสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อเป็นคลังความรู้ให้ผู้สนใจเข้ามาศึกษาเพิ่มเติมได้ในช่วงที่มีข้อกำหนดระยะห่างทางสังคม



ตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



เป้าหมาย 4: สร้างหลักประกันว่าทุกคนจะมีความรู้ที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต

4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็น รวมถึงทักษะทางเทคนิคและอาชีพ สำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดี และการเป็นผู้ประกอบการภายในปี 2573

4.7 สร้างหลักประกันว่าผู้เรียนทุกคนได้รับความรู้และทักษะที่จำเป็นเพื่อส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงการศึกษา สำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืนและการมีวิถีชีวิตที่ยั่งยืน สิทธิมนุษยชน ความเสมอภาคระหว่างเพศ การส่งเสริมวัฒนธรรมแห่งความสงบสุข และไม่ใช้ความรุนแรง การเป็นพลเมืองของโลก และความนิยมในความหลากหลายทางวัฒนธรรมและในมีส่วนร่วมของวัฒนธรรมต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายในปี 2573

เป้าหมาย 13: ปฏิบัติการอย่างเร่งด่วนเพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่เกิดขึ้น

13.3 พัฒนาการศึกษ การสร้างความตระหนักรู้ และขีดความสามารถของมนุษย์และของสถาบันในเรื่องการลดปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การปรับตัว การลดผลกระทบ และการเตือนภัยล่วงหน้า

สรุปประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

ตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงาน	หน่วย	2561	2562	2563	2564
GRI 201-1	ความสามารถทางธุรกิจ					
	รายได้รวมประจำปี	ล้านบาท	232,598	274,110	259,392	245,559
	• สัดส่วนรายได้ที่เกิดจากประเทศไทย	ร้อยละ	75	70	74	75
	• สัดส่วนรายได้จากต่างประเทศ	ร้อยละ	25	30	26	25
	เงินปันผล (ประจำปี)	ล้านบาท	9,793	12,054	11,553	12,559
	ต้นทุนการขาย	ล้านบาท	162,477	189,966	178,620	169,060
	ค่าใช้จ่ายด้านผลประโยชน์พนักงาน	ล้านบาท	18,265	21,880	20,008	19,447
GRI 204-1	การจัดซื้อจัดหา					
	การจัดหาโดยใช้คู่ค้าภายในประเทศ					
	จำนวนคู่ค้าในประเทศ (รวม)	ร้อยละ	96	98	97	97
	มูลค่าการซื้อในประเทศ (รวม)	ร้อยละ	91	93	92	89
	จำนวนคู่ค้าในประเทศ (ธุรกิจเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์)	ร้อยละ	95	96	94	94
	มูลค่าการซื้อในประเทศ (ธุรกิจเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์)	ร้อยละ	92	89	89	85
	จำนวนคู่ค้าในประเทศ (ธุรกิจเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์)	ร้อยละ	97	99	99	99
	มูลค่าการซื้อในประเทศ (ธุรกิจเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์)	ร้อยละ	91	99	98	99
	จำนวนคู่ค้าในประเทศ (ธุรกิจอาหาร)	ร้อยละ	-	99	99	99
	มูลค่าการซื้อในประเทศ (ธุรกิจอาหาร)	ร้อยละ	-	99	95	99

ประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

ตัวชี้วัด	รายการ	หน่วย	2561	2562	2563	2564
GRI 302-1	การใช้พลังงานภายในองค์กร					
	การใช้พลังงานภายในองค์กรทั้งหมด	เมกะจูล	6,272,113,885	8,230,240,250	8,233,894,388	8,779,397,941
	การใช้พลังงานภายในองค์กรจากแหล่งที่ใช้แล้วหมดไป	เมกะจูล	3,842,134,240	4,449,797,246	4,195,263,011	4,102,035,746
	• น้ำมันเตา	เมกะจูล	1,364,409,734	1,125,218,753	1,213,782,760	1,289,979,579
	• ก๊าซธรรมชาติ	เมกะจูล	3,298,576	19,089,673	69,188,652	83,544,372
	• น้ำมันรียูส	เมกะจูล	64,885,721	316,760,421	225,289,606	116,655,041
	• น้ำมันเบนซิน	เมกะจูล	4,303,097	4,308,057	4,881,195	3,777,505
	• น้ำมันดีเซล	เมกะจูล	997,922,778	1,083,453,896	993,854,964	964,590,616
	• ถ่านหินบิทูมินัส	เมกะจูล	1,300,044,619	1,719,556,012	1,463,530,288	1,390,177,989
	• ก๊าซปิโตรเลียมเหลว	เมกะจูล	107,269,714	181,410,434	224,735,545	253,310,644
	การใช้พลังงานจากเชื้อเพลิงที่เพิ่มขึ้นทดแทนใหม่ได้	เมกะจูล	1,072,622,936	2,658,773,769	2,960,910,252	3,595,591,048
	• ก๊าซชีวภาพ	เมกะจูล	565,276,866	668,481,859	629,994,793	628,533,583
	• น้ำกากส่าเข้มข้น	เมกะจูล	451,631,413	269,827,965	508,714,007	482,037,500
	• แอลกอฮอล์หัว-หาง	เมกะจูล	55,714,657	54,483,922	64,632,383	153,255,278
	• เศษไม้	เมกะจูล	0	1,631,099,974	1,673,871,138	2,082,098,284
	• แกลบ	เมกะจูล	0	34,279,740	35,079,676	189,342,879
	• เชื้อเพลิงชีวมวล	เมกะจูล	0	600,310	48,618,255	60,323,524
	ไฟฟ้าและไอน้ำที่ซื้อจากภายนอก	เมกะจูล	1,085,069,893	1,291,715,097	1,262,064,027	1,241,018,733
	• ไฟฟ้า	เมกะจูล	991,558,614	1,165,983,325	1,125,758,020	1,098,621,131
	• ไอน้ำ	เมกะจูล	93,511,279	125,731,773	136,306,007	142,397,602
	ไฟฟ้าที่ผลิตเองจากแหล่งที่เพิ่มขึ้นทดแทนใหม่ได้	เมกะจูล	442,337	392,535	536,199	13,970,669
	• พลังงานแสงอาทิตย์	เมกะจูล	442,337	392,535	536,199	13,970,669
	ไฟฟ้าที่ขายสู่ภายนอก	เมกะจูล	35,977,518	170,438,396	153,463,100	173,063,063
	• ไฟฟ้าพลังงานทดแทนที่ขายได้	เมกะจูล	35,977,518	170,438,396	153,463,100	173,063,063

ตัวชี้วัด	รายการ	หน่วย	2561	2562	2563	2564
	ไอน้ำที่ขายจากแหล่งพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป	เมกะจูล	0	0	363,566	155,192
	อัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เครื่องต้ม (7)	เมกะจูลต่อเฮกโตลิตร	204.33	244.89	245.97	271.06
	• อัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์สุรา	เมกะจูลต่อเฮกโตลิตร	555.09	701.09	676.22	689.55
	• อัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เบียร์	เมกะจูลต่อเฮกโตลิตร	213.01	218.25	231.02	197.81
	• อัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เครื่องต้มโออิช	เมกะจูลต่อเฮกโตลิตร	111.48	130.00	137.76	155.48
	• อัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เสริมสุข	เมกะจูลต่อเฮกโตลิตร	43.16	41.83	35.19	38.03
	อัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เครื่องต้มประเทศไทย (7)	เมกะจูลต่อเฮกโตลิตร	204.33	232.94	232.19	259.41
	• อัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เครื่องต้ม (GRG) (2)	เมกะจูลต่อเฮกโตลิตร	N/A	592.44	527.05	483.89
	• อัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เครื่องต้ม (Inver House) (2)	เมกะจูลต่อเฮกโตลิตร	N/A	757.44	855.71	876.19
	อัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์อาหาร	เมกะจูลต่อกิโลกรัม	6.83	6.93	8.14	8.16

GRI 303-3 การใช้ทรัพยากรน้ำแยกตามประเภทของแหล่งน้ำ (3)

	ปริมาณการใช้ทรัพยากรน้ำทั้งหมด	ล้านลิตร	19,883	24,080	24,867	25,231
	• น้ำผิวดิน (น้ำจืด ≤ 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร		18,233	16,170	16,780
	• น้ำผิวดิน (น้ำประเภทอื่น ๆ > 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	15,128	0	734	568
	• ปริมาณน้ำผิวดินทั้งหมด	ล้านลิตร	15,128	18,233	16,904	17,348
	• น้ำบาดาล (น้ำจืด ≤ 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร		4,249	5,670	5,676
	• น้ำบาดาล (น้ำประเภทอื่น ๆ > 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	3,435	0	0	0
	• ปริมาณน้ำบาดาลทั้งหมด	ล้านลิตร	3,435	4,249	5,670	5,676
	• น้ำทะเล (น้ำจืด ≤ 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	0	0	0	0

ตัวชี้วัด	รายการ	หน่วย	2561	2562	2563	2564
	• น้ำทะเล (น้ำประเภทอื่น ๆ > 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	0	0	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	0	0
	• ปริมาณน้ำที่แยกตัวจากวัตถุดิบทั้งหมด	ล้านลิตร	0	0	0	0
	• น้ำจากแหล่งภายนอก (น้ำจืด ≤ 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร		1,465	2,130	2,019
	• น้ำจากแหล่งภายนอก (น้ำประเภทอื่น ๆ > 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	1,320	134	163	188
	• ปริมาณน้ำจากแหล่งภายนอกทั้งหมด	ล้านลิตร	1,320	1,599	2,293	2,207
	ปริมาณการใช้ทรัพยากรน้ำทั้งหมดในพื้นที่ที่มีความเครียดของน้ำ	ล้านลิตร	N/A	12,722	13,298	12,461
	• น้ำผิวดิน (น้ำจืด ≤ 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	N/A	9,638	8,888	8,284
	• น้ำผิวดิน (น้ำประเภทอื่น ๆ > 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร		0	0	50
	• ปริมาณน้ำผิวดินทั้งหมด	ล้านลิตร	N/A	9,638	8,888	8,333
	• น้ำบาดาล (น้ำจืด ≤ 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	N/A	2,640	3,393	3,181
	• น้ำบาดาล (น้ำประเภทอื่น ๆ > 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร		0	0	0
	• ปริมาณน้ำบาดาลทั้งหมด	ล้านลิตร	N/A	2,640	3,393	3,181
	• น้ำทะเล (น้ำจืด ≤ 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	N/A	0	0	0
	• น้ำทะเล (น้ำประเภทอื่น ๆ > 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร		0	0	0

ตัวชี้วัด	รายการ	หน่วย	2561	2562	2563	2564
	• ปริมาณน้ำทะเลทั้งหมด	ล้านลิตร	N/A	0	0	0
	• น้ำที่แยกตัวจากวัตถุดิบ (น้ำจืด \leq 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	N/A	0	0	0
	• น้ำที่แยกตัวจากวัตถุดิบ (น้ำประเภทอื่น ๆ > 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร		0	0	0
	• ปริมาณน้ำที่แยกตัวจากวัตถุดิบทั้งหมด	ล้านลิตร	N/A	0	0	0
	• น้ำจากแหล่งภายนอก (น้ำจืด \leq 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	N/A	443	1,017	947
	• น้ำจากแหล่งภายนอก (น้ำประเภทอื่น ๆ > 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร		0	0	0
	• ปริมาณน้ำจากแหล่งภายนอกทั้งหมด	ล้านลิตร	N/A	443	1,017	947
	• น้ำผิวดินที่มาจากแหล่งภายนอก	ล้านลิตร	N/A	443	1,017	947
	• น้ำบาดาลที่มาจากแหล่งภายนอก	ล้านลิตร	N/A	0	0	0
	• น้ำทะเลที่มาจากแหล่งภายนอก	ล้านลิตร	N/A	0	0	0
	• น้ำที่แยกตัวจากวัตถุดิบที่มาจากแหล่งภายนอก	ล้านลิตร	N/A	0	0	0
GRI 303-4	การระบายน้ำทิ้งออกจากโรงงาน (3) (5)					
	ปริมาณน้ำทิ้งที่ระบายออกจากโรงงานทั้งหมด	ล้านลิตร	9,485	11,040	12,199	11,326
	• น้ำผิวดิน	ล้านลิตร	N/A	8,313	9,524	8,251
	• น้ำบาดาล	ล้านลิตร	N/A	0	0	0
	• น้ำทะเล	ล้านลิตร	N/A	21	33	47
	• น้ำจากแหล่งภายนอก	ล้านลิตร	N/A	2,707	2,642	3,029
	ปริมาณน้ำจืดทั้งหมดที่ปล่อยทิ้ง (\leq 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	N/A	5,305	4,272	5,470
	ปริมาณน้ำประเภทอื่น ๆ ทั้งหมดที่ปล่อยทิ้ง (> 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	N/A	5,735	7,927	5,855
	ปริมาณน้ำจืดทั้งหมดที่ปล่อยทิ้งในพื้นที่ที่มีความเครียดของน้ำ (\leq 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	N/A	2,689	1,263	2,120

ตัวชี้วัด	รายการ	หน่วย	2561	2562	2563	2564
	ปริมาณน้ำประเภทอื่น ๆ ที่ปล่อยทิ้งในพื้นที่ที่มีความเครียดของน้ำ (> 1000 มก./ลิตร ค่าสารละลายทั้งหมด)	ล้านลิตร	N/A	3,604	4,971	3,467
GRI 303-5	ปริมาณการใช้น้ำ (3)					
	ปริมาณการใช้น้ำทั้งหมด	ล้านลิตร	10,398	13,040	12,668	13,905
	ปริมาณการใช้น้ำทั้งหมดในพื้นที่ที่มีความเครียดของน้ำ	ล้านลิตร	N/A	6,435	7,063	6,874
	ความเปลี่ยนแปลงของปริมาณน้ำที่เก็บกัก (5)	ล้านลิตร	N/A	109	(80)	(644)
	อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม (9) (12)	เฮกโตลิตรต่อเฮกโตลิตร	3.52	4.08	4.15	4.55
	• อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์สุรา	เฮกโตลิตรต่อเฮกโตลิตร	7.26	7.68	8.79	8.66
	• อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เบียร์	เฮกโตลิตรต่อเฮกโตลิตร	2.07	2.53	2.64	2.91
	• อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ไอซ์ (12)	เฮกโตลิตรต่อเฮกโตลิตร	2.97	2.69	3.53	3.94
	• อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เสริมสุข	เฮกโตลิตรต่อเฮกโตลิตร	3.17	3.57	2.90	2.59
	อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มประเทศไทย (9) (12)	เฮกโตลิตรต่อเฮกโตลิตร	3.52	3.83	3.95	3.94
	• อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ (GRG)	เฮกโตลิตรต่อเฮกโตลิตร	N/A	11.42	10.40	13.47
	• อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ (Inver House)	เฮกโตลิตรต่อเฮกโตลิตร	N/A	15.19	10.63	42.68
	อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์อาหาร	เฮกโตลิตรต่อกิโลกรัม	0.22	0.21	0.23	0.26
GRI 305-1	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ประเภท 1)					
	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ประเภท 1)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	1,109,916	1,432,023	1,388,573	1,327,757
	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงขั้นต้น (ประเภท 1)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	883,001	987,933	938,695	833,127
	การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ทางชีวภาพ (8)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	226,915	444,090	449,877	494,631
GRI 305-2	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (ประเภท 2)					
	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (ประเภท 2)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	163,317	186,696	180,966	175,553

ตัวชี้วัด	รายการ	หน่วย	2561	2562	2563	2564
GRI 305-3	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (ประเภท 3) ⁽¹³⁾					
	1. การปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากผลิตภัณฑ์หรือบริการ	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	880,189
	2. สินค้าประเภททุน	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	28,054
	3. กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้เชื้อเพลิงและพลังงาน	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	91,984
	4. การขนส่งและกระจายจากแหล่งที่มาของวัตถุดิบ (ต้นน้ำ)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	71,517
	5. การกำจัดกากของเสียและการบำบัดน้ำเสีย	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	3,649
	6. การเดินทางเพื่อธุรกิจ	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	N/A
	7. การเดินทางของพนักงาน	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	7,076
	9. การขนส่งและกระจายสินค้าและบริการจนถึงผู้บริโภค (ปลายน้ำ)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	42,913
	11. การใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กรในช่วงการใช้งาน	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	1,783
	12. การจัดการผลิตภัณฑ์เมื่อหมดอายุการใช้งาน	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	257,215
	15. การลงทุน	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	23,077

GRI 305-4 การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์

	การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ประเภท 1 และ 2)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	1,046,318	1,174,629	1,119,661	1,008,679
	อัตราส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ⁽¹⁰⁾	กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อเฮกโตลิตร	34.54	35.23	33.48	33.27
	• อัตราส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์สุรา	กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อเฮกโตลิตร	133.32	130.15	121.44	110.17
	• อัตราส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เบียร์	กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อเฮกโตลิตร	21.68	21.88	22.71	20.74
	• อัตราส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ไออิชี่	กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อเฮกโตลิตร	11.99	15.49	15.18	15.70
	• อัตราส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ	กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อเฮกโตลิตร	4.39	4.60	3.65	3.89
	อัตราส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มประเทศไทย ⁽¹⁰⁾	กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อเฮกโตลิตร	34.54	34.41	33.13	33.45

ตัวชี้วัด	รายการ	หน่วย	2561	2562	2563	2564
	• อัตราส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ (GRG) ⁽²⁾	กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อเอกโตลิตร	N/A	61.63	41.71	19.90
	• อัตราส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ (Inver House) ⁽²⁾	กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อเอกโตลิตร	N/A	60.26	54.48	52.62
	อัตราส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์อาหาร	กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อกิโลกรัม	0.86	0.85	1.00	1.02

GRI 306-3 ของเสียที่แบ่งตามประเภทและวิธีการจัดการ ⁽⁴⁾

	ปริมาณของเสียที่เกิดขึ้น	ตัน	13,473	38,256	37,602	33,356
	• ปริมาณของเสียที่ไม่อันตราย	ตัน	13,155	38,071	37,434	33,062
	• ปริมาณของเสียที่อันตราย	ตัน	318	185	168	295
	ปริมาณของเสียที่ถูกกำจัดโดยวิธีการเปลี่ยนรูป	ตัน	11,587	32,942	33,435	30,033
	• ปริมาณของเสียที่ไม่อันตราย	ตัน	11,382	32,784	33,327	29,880
	• ปริมาณของเสียที่อันตราย	ตัน	206	158	108	152
	ปริมาณของเสียที่ถูกกำจัดโดยตรง	ตัน	1,886	5,314	4,166	3,324
	• ปริมาณของเสียที่ไม่อันตราย	ตัน	1,773	5,287	4,107	3,182
	• ปริมาณของเสียที่อันตราย	ตัน	113	27	60	142

GRI 306-4 ของเสียที่ถูกกำจัดโดยวิธีการเปลี่ยนรูป ⁽⁴⁾

	ปริมาณของเสียที่ไม่อันตราย - ภายนอก	ตัน	11,382	32,784	33,327	29,880
	• การนำกลับมาใช้ซ้ำ	ตัน	121	1,950	2,006	668
	• การนำกลับมาใช้ใหม่	ตัน	10,051	18,404	18,265	17,241
	• การทำเป็นปุ๋ย	ตัน	864	12,194	12,898	11,971
	• การฟื้นฟูเป็นพลังงานอื่น ๆ	ตัน	346	236	158	1
	ปริมาณของเสียที่อันตราย - ภายนอก	ตัน	206	159	110	152
	• การนำกลับมาใช้ซ้ำ	ตัน	1	6	9	12
	• การนำกลับมาใช้ใหม่	ตัน	173	93	55	137
	• การฟื้นฟูเป็นพลังงาน	ตัน	31	59	44	0
	• การฟื้นฟูเป็นพลังงานอื่น ๆ	ตัน	0	1	2	3

GRI 306-5 ของเสียที่ถูกกำจัดโดยตรง ⁽⁴⁾

	ปริมาณของเสียที่ไม่อันตราย - ภายนอก	ตัน	1,773	5,287	4,107	3,182
	• การเผา (ด้วยการนำพลังงานกลับมาใช้ใหม่)	ตัน	0	0	0	15

ตัวชี้วัด	รายการ	หน่วย	2561	2562	2563	2564
	• การเผา (ไม่มีการนำพลังงานกลับมาใช้ใหม่)	ตัน	67	38	23	50
	• การฝังกลบ	ตัน	1,706	5,238	4,076	2,959
	• การกำจัดด้วยวิธีอื่น ๆ	ตัน	0	10	8	158
	ปริมาณของเสียที่อันตราย - ภายนอก	ตัน	113	27	60	142
	• การเผา (ด้วยการนำพลังงานกลับมาใช้ใหม่)	ตัน	0	0	0	48
	• การเผา (ไม่มีการนำพลังงานกลับมาใช้ใหม่)	ตัน	11	1	0	11
	• การฝังกลบ	ตัน	102	18	34	39
	• การกำจัดด้วยวิธีอื่น ๆ	ตัน	0	8	26	44

DJSI ของเสียแบ่งตามประเภทและของเสียทั้งหมดที่กำจัด

	ปริมาณของเสียทั้งหมด	ตัน	13,473	38,256	37,602	33,356
	• ปริมาณของเสียทั้งหมดที่ถูกใช้ นำกลับมาใช้ใหม่ หรือขาย	ตัน	11,587	32,942	33,435	30,033
	• ปริมาณของเสียที่ถูกกำจัดทั้งหมด	ตัน	1,886	5,314	4,166	3,324

DJSI ผลกระทบจากการลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร (11)

	ปริมาณการลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหารทั้งหมด	ตัน	N/A	4,036	2,545	2,548
	• การลดการสูญเสียอาหาร	ตัน	N/A	887	736	598
	• ขยะอาหาร	ตัน	N/A	3,149	1,808	1,950
	การลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหารทั้งหมด	ตัน	N/A	2,097	928	1,015
	การลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหารทั้งหมด เพื่อนำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่น	ตัน	N/A	1,939	1,616	1,533
	• การนำไปทำเป็นอาหารสัตว์	ตัน	N/A	841	661	539
	• การนำไปทำเป็นปุ๋ย	ตัน	N/A	0	21	30
	• การนำไปทำเป็นเชื้อเพลิง	ตัน	N/A	1,099	933	948
	• ผลผลิตพลอยได้ / ขายให้กับพนักงาน (เฉพาะการลดการสูญเสียอาหารที่กินได้)	ตัน	N/A	0.00	2.00	0.40
	• การบริจาคอาหาร	ตัน	N/A	0	0	16

ตัวชี้วัด	รายการ	หน่วย	2561	2562	2563	2564
DJSI	ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการใช้น้ำ					
	ปริมาณน้ำจากการประปาทั้งหมด (หรือจากระบบสาธารณูปโภคด้านน้ำอื่น ๆ)	ล้านลิตร	1,320	1,599	2,293	2,207
	การใช้ทรัพยากรน้ำ: น้ำผิวดิน (ทะเลสาบ แม่น้ำ เป็นต้น)	ล้านลิตร	14,890	18,233	16,904	17,348
	การใช้ทรัพยากรน้ำ: น้ำบาดาล	ล้านลิตร	3,435	4,249	5,670	5,676
	การระบายน้ำทิ้ง: น้ำผิวดิน และน้ำบาดาลถูกคืนกลับสู่แหล่งน้ำที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน หรือสูงกว่า ⁽⁵⁾	ล้านลิตร	812	4,846	3,980	4,022

หมายเหตุ

N/A: ไม่มีข้อมูล

- ในปี 2561-2562 ไทยเบฟรายงานประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีการเพิ่มเติมขอบเขตดังนี้
 - ข้อมูลตัวเลขน้ำดื่มของบริษัทร่วมในกลุ่มธุรกิจอาหาร ได้แก่ บริษัท โออีซี เทรดดิ้ง จำกัด (บ้านบึง)
 - ข้อมูลตัวเลขน้ำดื่มของบริษัทร่วมในกลุ่มธุรกิจเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ของบริษั เอส.พี.เอ็ม อาหารและเครื่องดื่ม จำกัด (ภายใต้เสริมสุข) ยกเลิกในปี 2562
 - ข้อมูลตัวเลขน้ำดื่มของบริษัทร่วมในกลุ่มธุรกิจต่อเนื่อง ได้แก่ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ เอ็นเนอร์ยี จำกัด และบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ โลจิสติกส์ จำกัด และบริษัท ไทยโบลัส จำกัด
- ในปี 2562 บริษัทไทยเบฟขยายขอบเขตในการรายงานประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยประเทศไทย (แอนด์ รอยัลกรุ๊ป) และประเทศสวิตเซอร์แลนด์ (บริษัท อินเวอร์ เอส์ ดีสทิลเลอร์ จำกัด)
- ในปี 2562 ไทยเบฟได้เริ่มรายงานข้อมูลเรื่องน้ำและน้ำเสียตามมาตรฐาน GRI 303 (2018) โดยข้อมูลย้อนหลังได้ถูกจัดหมวดหมู่ใหม่ตามข้อกำหนดใหม่
- ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2564 ไทยเบฟได้รายงานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับของเสียตามมาตรฐาน GRI 306-3, 4 และ 5 (2020)
- ไทยเบฟพิจารณาการรายงานน้ำที่ถูกล้างคืนสู่แหล่งน้ำที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน หรือสูงกว่า โดยอ้างอิงจากค่า TDS ตามมาตรฐาน GRI ของ “น้ำจืด” และ “น้ำอื่น ๆ”
- ไทยเบฟพิจารณาการกักเก็บน้ำเป็นส่วนสำคัญของผลกระทบด้านการบริหารจัดการน้ำ ที่ระบบกักเก็บน้ำนั้นอยู่ในพื้นที่ที่มีความเครียดของน้ำ ในกรณีนี้ตัวเลขอยู่ในวงเล็บ แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการกักเก็บน้ำเป็นไปในทางที่เพิ่มขึ้นตลอดปีงบประมาณ
- อัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ของไทยเบฟ ไม่รวมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงที่ใช้ในการผลิตพลังงานทดแทนเพื่อขายให้ภายนอก
- ในปี 2562 ไทยเบฟได้แก้ไขข้อมูลจากการรายงานก่อนหน้า สำหรับการปล่อยก๊าซทางชีวภาพให้ครอบคลุมก๊าซชีวภาพและการใช้พลังงานทดแทนอื่น ๆ ตามมาตรฐาน GRI 302-1
- การใช้พลังงานทั้งหมดภายในองค์กร อัตราส่วนการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์อาหาร และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงของผลิตภัณฑ์อาหาร (ประเภท 1) ของปี 2561 ได้ถูกแก้ไขเนื่องจากพบข้อผิดพลาดเกี่ยวกับข้อมูลก๊าซธรรมชาติ
- “ธุรกิจเครื่องดื่ม-ประเทศไทย” กล่าวถึงการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย “ธุรกิจเครื่องดื่ม” กล่าวถึงการดำเนินธุรกิจรวมต่างประเทศ
- ในปี 2564 ไทยเบฟได้เริ่มรายงานปริมาณของการลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหารตามมาตรฐาน Food Loss and Waste Accounting and Reporting Standard โดยแบ่งตามประเภทของจุดหมายปลายทางหลักของการลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร ได้แก่ การลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหารที่นำไปใช้ประโยชน์ได้ และการลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหารที่นำไปกำจัด จาก 4 กลุ่มธุรกิจคือ ธุรกิจเบียร์ ธุรกิจสุรา ธุรกิจเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และธุรกิจอาหาร
- อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม, อัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มประเทศไทย และอัตราส่วนการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์โออีซีของปี 2563 ได้ถูกแก้ไข ข้อมูลการไม่มีการปล่อยน้ำทิ้ง
- ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2564 ไทยเบฟเริ่มรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (ประเภท 3) ตามข้อกำหนดการรายงานของ GRI 305-3 ยกเว้นกิจกรรมที่ 8, 10, 13 และ 14 ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับไทยเบฟ

ประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านสังคม

ตัวชี้วัด	รายการ	หน่วย	2561		2562		2563		2564		
			ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	
GRI 102-8	จำนวนพนักงาน										
	กลุ่มบริษัทไทยเบฟ										
	จำนวนพนักงานทั้งหมด	คน	24,538	17,013	25,889	19,974	26,723	20,926	25,218	18,204	
	จำนวนพนักงานระดับบริหาร	คน	1,477	947	1,655	1,061	1,751	1,124	1,629	1,196	
GRI 102-8	จำนวนพนักงานระดับพนักงาน	คน	23,061	16,066	24,234	18,913	24,972	19,802	23,589	17,008	
	GRI 401-1 การจ้างพนักงานใหม่และการหมุนเวียนออกของพนักงาน										
	กลุ่มบริษัทไทยเบฟ										
	จำนวนพนักงานจ้างทั้งหมด	คน	9,667		9,578		5,060		2,636		
• ธุรกิจเครื่องดื่ม ⁽⁶⁾	คน	7,523		7,439		4,460		2,224			
• ธุรกิจอาหาร ⁽⁶⁾	คน	2,144		2,139		600		412			
GRI 401-1	จำนวนพนักงานลาออกทั้งหมด	คน	4,648		7,783		8,205		5,432		
	• ธุรกิจเครื่องดื่ม ⁽⁶⁾	คน	3,043		6,022		6,971		3,051		
	• ธุรกิจอาหาร ⁽⁶⁾	คน	1,605		1,761		1,234		2,381		
	จำนวนพนักงานลาออกโดยสมัครใจ	คน	3,920		7,290		6,896		3,457		
• ธุรกิจเครื่องดื่ม ⁽⁶⁾	คน	2,399		5,586		5,691		2,066			
• ธุรกิจอาหาร ⁽⁶⁾	คน	1,521		1,704		1,205		1,391			
GRI 404-1	ชั่วโมงการฝึกอบรมพนักงาน โดยแยกตามระดับพนักงาน										
	กลุ่มบริษัทไทยเบฟ										
	ระดับผู้บริหาร (รวม)	จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ยต่อคนต่อปี	51.41		21.34		8.14		21.71		
	ผู้บริหารระดับกลาง (รวม)	จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ยต่อคนต่อปี	62.71		48.11		25.04		31.90		
	หัวหน้าส่วนงาน (รวม)	จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ยต่อคนต่อปี	58.12		38.67		25.63		28.02		
	พนักงานอาวุโส (รวม)	จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ยต่อคนต่อปี	35.72		18.13		24.47		25.21		
	พนักงาน (รวม)	จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ยต่อคนต่อปี	5.09		6.07		13.86		14.66		

ตัวชี้วัด	รายการ	หน่วย	2561		2562		2563		2564	
			ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
GRI 404-3	สัดส่วนพนักงานที่ได้รับการประเมินประสิทธิภาพการทำงานและการพัฒนาอาชีพ โดยแยกตามเพศและประเภทพนักงาน									
	กลุ่มบริษัทไทยเบฟ ⁽³⁾									
	พนักงานทั้งหมด	คน	31,549		32,989		29,085		34,816	
	พนักงานทั้งหมด (แยกตามเพศ)	คน	20,470	11,079	21,571	11,418	19,214	9,871	22,023	12,793
		ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100	100
	พนักงานระดับ ผู้บริหารระดับสูง (ระดับ 13 ขึ้นไป) ⁽⁴⁾	คน	60		202		190		255	
		ร้อยละ	100		100		100		100	
พนักงาน ระดับบริหาร (ระดับ 8-12) ⁽⁴⁾	คน	2,266		2,456		2,514		2,570		
	ร้อยละ	100		100		100		100		
พนักงาน ระดับพนักงาน (ระดับ 1-7) ⁽⁴⁾	คน	29,223		30,331		31,255		31,991		
	ร้อยละ	100		100		100		100		
GRI 413-1	โครงการการพัฒนา การประเมินผลกระทบการมีส่วนร่วมด้วยชุมชนท้องถิ่น ⁽⁵⁾									
	สัดส่วนพื้นที่ ได้ดำเนินการ โดยรอบโรงงาน	ร้อยละ	100		100		100		100	
	สัดส่วนพื้นที่ เป้าหมายในการขาย	ร้อยละ	100		100		100		100	

หมายเหตุ

N/A: ไม่มีข้อมูล

- การออกของพนักงานทั้งหมด ประเมินจากจำนวนพนักงานระดับ 1-15 ที่ออกจากบริษัทด้วยเหตุผลที่ครอบคลุมการลาออกโดยสมัครใจ การเลิกจ้าง การเกษียณอายุ และเสียชีวิต
- การลาออกของพนักงานโดยสมัครใจ ประเมินจากจำนวนพนักงานระดับ 1-15 ที่จูงใจออกจากบริษัทด้วยเหตุผลต่าง ๆ
- ข้อมูลพนักงานที่ได้รับการประเมินประสิทธิภาพการทำงาน คำนวณจากจำนวนพนักงานที่มีสิทธิ์ได้รับการประเมินประสิทธิภาพการทำงานตามระเบียบของแต่ละบริษัทในกลุ่ม (เช่น การผ่านการทดลองงาน และ/หรือทำงานกับบริษัทมากกว่า 6 เดือนขึ้นไป)
- ในปี 2562 ข้อมูลพนักงานที่ได้รับการประเมินประสิทธิภาพการทำงานและการพัฒนาอาชีพ ได้มีการปรับกลุ่มของระดับพนักงาน เป็นผู้บริหารระดับสูง พนักงานระดับบริหาร และพนักงานระดับพนักงาน
 - ข้อมูลพนักงานที่ได้รับการประเมินประสิทธิภาพการทำงานและการพัฒนาอาชีพ ผู้บริหารระดับสูง หมายถึง พนักงานระดับ 15 ขึ้นไป
 - ข้อมูลพนักงานที่ได้รับการประเมินประสิทธิภาพการทำงานและการพัฒนาอาชีพ พนักงานระดับบริหาร หมายถึง พนักงานระดับ 8-14
 - ข้อมูลพนักงานที่ได้รับการประเมินประสิทธิภาพการทำงานและการพัฒนาอาชีพ พนักงานระดับพนักงาน หมายถึง พนักงานระดับ 1-7
- ข้อมูลโครงการพัฒนาชุมชน การประเมินผลกระทบการมีส่วนร่วมด้วยชุมชนท้องถิ่น ตั้งแต่ปี 2561 เป็นต้นมา คำว่า สถานประกอบการ หมายถึง สถานประกอบการที่มีการประเมินโครงการที่อาจมีผลกระทบต่อชุมชนในกรอบของโรงงานที่มีการดำเนินการทั่วประเทศ (32 แห่ง)
- ในปี 2564 ข้อมูลการจ้างงานพนักงานใหม่และอัตราการลาออกของพนักงาน ได้ถูกจัดประเภทใหม่เป็นกลุ่มบริษัทไทยเบฟ กลุ่มธุรกิจเครื่องดื่ม และกลุ่มธุรกิจอาหาร

ตัวชี้วัดด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

ตัวชี้วัด	รายการ	หน่วย	2561	2562	2563	2564
GRI Indicators						
GRI 403-8 (2018)	บุคลากรภายใต้ระบบบริหารด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย					
1. พนักงาน	คน		41,551	45,863	47,649	43,422
	ร้อยละ		100	100	100	100
2. บุคลากรที่ไม่ได้จัดจ้างโดยกลุ่มบริษัทไทยเบฟ	คน		N/A	21,545	46,755	71,657
	ร้อยละ		N/A	100	100	100
GRI 403-9 (2018)	การบาดเจ็บจากการทำงาน					
การเสียชีวิต						
1. พนักงาน						
• จำนวน	คน		5	1	2 ⁽⁶⁾	2
• อัตรา	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง		N/A	0.01	0.02 ⁽⁶⁾	0.02
2. บุคลากรที่ไม่ได้จัดจ้างโดยกลุ่มบริษัทไทยเบฟ						
• จำนวน	คน		0	0	0	1
• อัตรา	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง		0	0	0	0.07
อัตราการบาดเจ็บรุนแรง (ไม่รวมการเสียชีวิต)						
1. พนักงาน						
• จำนวน	คน		N/A	7	4	8
• อัตรา	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง		N/A	0.07	0.04	0.07
2. บุคลากรที่ไม่ได้จัดจ้างโดยกลุ่มบริษัทไทยเบฟ						
• จำนวน	คน		N/A	0	0	0
• อัตรา	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง		N/A	0	0	0

ตัวชี้วัด	รายการ	หน่วย	2561	2562	2563	2564
	อัตราการบาดเจ็บทั่วไป					
	1. พนักงาน					
	• จำนวน	คน	N/A	259	280	238
	• อัตรา	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง	N/A	2.63	2.56	2.06
	2. บุคลากรที่ไม่ได้จัดจ้างโดยกลุ่มบริษัทไทยเบฟ					
	• จำนวน	คน	N/A	29	51	13
	• อัตรา	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง	N/A	2.51	2.40	0.90
	อัตราการหยุดงานจากการบาดเจ็บเนื่องจากการทำงาน					
	• พนักงาน	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง	1.36	1.67	1.71	1.43
	• บุคลากรที่ไม่ได้จัดจ้าง โดยกลุ่มบริษัทไทยเบฟ	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง	0.89	1.73	1.74	0.69
GRI 403-10 (2018)	อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน					
	การเจ็บป่วยทั่วไปจากการทำงาน					
	1. พนักงาน					
	• จำนวน	คน	0	3	2	2
	• อัตรา	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง	0.00	0.03	0.02	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

- ในปี 2562 กลุ่มบริษัทไทยเบฟได้เปลี่ยนมาใช้มาตรฐาน GRI 403 เวอร์ชัน 2018 แทนเวอร์ชัน 2016 ในการรายงานตัวชี้วัดด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน
- ในปี 2562 กลุ่มบริษัทไทยเบฟรายงานข้อมูลอัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน แยกประเภทเป็นอัตราบาดเจ็บทั่วไปและอัตราการบาดเจ็บรุนแรง ตามมาตรฐาน GRI 403 (2018)
- ในปี 2562 ขอบเขตการรายงานข้อมูลด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ครอบคลุมผู้รับเหมาและเป็นบุคลากรที่ไม่ได้จัดจ้างโดยกลุ่มบริษัทไทยเบฟ
- ข้อมูลอัตราการบาดเจ็บจากการทำงานของปี 2560 - 2561 ได้ถูกคำนวณใหม่ จากอัตราต่อ 200,000 ชั่วโมงทำงาน เป็นอัตราต่อ 1,000,000 ชั่วโมงทำงาน
- การเจ็บป่วยจากการทำงานเป็นการรายงานกรณีการเจ็บป่วยที่ได้รับการยืนยันจากแพทย์อาชีวเวชศาสตร์
- ข้อมูลการเสียชีวิตของพนักงานในปี 2563 ได้ถูกปรับข้อมูลใหม่ จากจำนวน 3 ราย เป็นจำนวน 2 ราย เนื่องจากเป็นลักษณะที่ไม่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำงาน



LR Independent Assurance Statement

Relating to Thai Beverage Public Company Limited's Sustainability Report for the fiscal year 2021 (1st October 2020 – 30th September 2021)

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 3000¹ 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 (community investment)
 - *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 305-5 Other indirect GHG emissions (Selected Scope 3), GRI 305-4 GHG emissions intensity, GRI 306-3 (2020 edition) Waste generated, GRI 306-4 (2020 edition) Waste diverted from disposal and GRI 306-5 (2020 edition) Waste directed to disposal included food loss and food waste.
 - *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 and non-GRI Vulnerability Assessment for IT security.

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.

¹ GHG quantification is subject to inherent uncertainty.



- 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.
 - Collaboration of the third-party report for ThaiBev's IT security Vulnerability Assessment in February 2021.
 - Confirming the reliability of the selected specific standards' data by sampling evidence at:
 - Spirit & Beer Group:
 - Fueng Fuanant Company Limited, Prachinburi Province, Thailand
 - Non-Alcoholic Beverage Group:
 - Semsuk Public Company Limited, Nakorn Pathom and Nakorn Ratchasima, Thailand:
 - Oishi Trading Company Limited, Saraburi Province, Thailand
 - Supply Chain Management Operations:
 - Thai Beverage Energy Company Limited, Prachinburi Province, Thailand
 - Thai Beverage Recycle Company Limited, Nakorn Ratchasima Province, Thailand
 - Thai Beverage Logistics Company Limited, Chonburi 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. Data for United Kingdom and Myanmar 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 revalidate material issues; the 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 Food waste management through its stakeholder groups, typically with supply chains and operations.
- **Reliability**
Data management systems are established and centralized for the data and information collection and calculation associated with the selected GRI indicators.

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: 14 November 2021

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: BGK00000685/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.

คำอธิบายศัพท์

คำศัพท์	ความหมาย	หน้า
การมีส่วนร่วมที่ประเทศกำหนด (Nationally Determined Contributions – NDCs)	หลักการพื้นฐานของประเทศเพื่อบรรลุเป้าหมายของความตกลงปารีส อันประกอบไปด้วยข้อมูลด้านเป้าหมาย นโยบาย และวิธีการเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของประเทศ และการปรับตัวต่อผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมไปถึงข้อมูลที่เป็นหรือตามที่กำหนดด้านการเงิน เทคโนโลยี และการสร้างเสริมความสามารถในการดำเนินการต่าง ๆ ประเทศต่าง ๆ ได้รับการคาดหวังให้สื่อสารการมีส่วนร่วมที่ประเทศกำหนดใหม่หรือปรับปรุงข้อมูลทุกห้าปีนับแต่ปี 2020	
การล้างย้อน (Backwashing)	การปล่อยหรือสูบน้ำให้ไหลย้อนผ่านสารกรอง โดยสวนทางการกรอง เพื่อไล่ตะกอนลอยที่ติดอยู่บนชั้นผิวหน้าทรายกรอง ทำให้ทรายกรองมีการขยายตัวและมีการขยับตัว	
การบำบัดน้ำเสียแบบบึงประดิษฐ์ (Wetland)	เป็นระบบบำบัดน้ำเสียที่อาศัยกระบวนการทางธรรมชาติ ข้อดีของระบบนี้คือไม่ซับซ้อนและไม่ต้องใช้เทคโนโลยีในการบำบัดสูง มีประสิทธิภาพในการบำบัดสารอินทรีย์ ไนโตรเจน ฟอสฟอรัส ของแข็งแขวนลอย และโลหะหนักได้ดี นอกจากนี้ยังมีค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างระบบ การดำเนินการ และการดูแลบำรุงรักษาต่ำ ระบบบำบัดดังกล่าวอาศัยกระบวนการทางธรรมชาติผสมผสานกับการปลูกพืช เช่น กก แผลง ธูปฤๅษี และอ้อ เป็นต้น	
การประเมินความยั่งยืนด้านน้ำ (Water Sustainability Assessments – WSA)	การประเมินอย่างละเอียดที่สร้างขึ้น ณ จุดปฏิบัติงาน เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในบริเวณนั้นกับแหล่งน้ำในท้องถิ่น การประเมินจะศึกษาถึงวิถีปฏิบัติในสถานที่นั้นและผลกระทบที่มีต่อแหล่งน้ำและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ รวมถึงวิถีปฏิบัติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคนอื่น ๆ ด้วย ข้อมูลทางสิ่งแวดล้อม อาทิ อุตุนิยมนวิทยา สภาพภูมิประเทศ และชั้นหินอุ้มน้ำ ถูกนำมาศึกษาด้วยเพื่อกำหนดถึงความยั่งยืนของแหล่งน้ำในแถบนั้นทั้งในปัจจุบันและอนาคต	
การประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life Cycle Assessment – LCA)	เป็นกระบวนการวิเคราะห์และประเมินค่าผลกระทบของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมตลอดช่วงชีวิตของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การสกัดหรือการได้มาซึ่งวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การขนส่งและการแจกจ่าย การใช้งานผลิตภัณฑ์ การนำมาใช้ใหม่หรือการแปรรูป และการจัดการเศษซากของผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน โดยมีการระบุถึงปริมาณพลังงานและวัตถุดิบที่ใช้ รวมถึงของเสียที่ปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและสุขภาพของมนุษย์ เพื่อยุติหาวิธีการในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด และมีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด	
ก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gases – GHGs)	ก๊าซใด ๆ ที่มีคุณสมบัติในการดูดซับรังสีอินฟราเรด (ความร้อน) ที่ปล่อยออกจากพื้นผิวโลก แล้วแผ่รังสีความร้อนกลับมายังพื้นโลก ก่อให้เกิดภาวะโลกร้อน ก๊าซหลัก ๆ ที่จัดเป็นก๊าซเรือนกระจกคือ คาร์บอนไดออกไซด์ (CO ₂) มีเทน (CH ₄) ไนตรัสออกไซด์ (N ₂ O) ไฮโดรฟลูออโรคาร์บอน (HFCs) เปอร์ฟลูออโรคาร์บอน (PFCs) ซัลเฟอร์เฮกซะฟลูออไรด์ (SF ₆) ไอโชน (O ₃) และสารคลอโรฟลูออโรคาร์บอน (CFCs)	
คณะทำงานด้านการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินเกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures – TCFD)	องค์กรที่มีเป้าหมายในการพัฒนาชุดการเปิดเผยความเสี่ยงทางการเงินเกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศโดยสมัครใจ โดยมุ่งหวังให้การเปิดเผยนี้เป็นแบบปฏิบัติของบริษัทต่าง ๆ ที่จะช่วยให้ข้อมูลกับนักลงทุนและสาธารณชนเกี่ยวกับความเสี่ยงที่บริษัทเผชิญอยู่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ องค์กรนี้ก่อตั้งโดยคณะกรรมการความมั่นคงทางการเงิน (Financial Stability Board – FSB) เพื่อเป็นวิธีในการประสานการเปิดเผยข้อมูลระหว่างบริษัทต่าง ๆ ที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จากเว็บไซต์ขององค์กร ข้อเสนอในการเปิดเผยข้อมูลนั้นถูกกรอบไว้ในสี่ด้านที่นำเสนอองค์ประกอบหลักในการดำเนินงานขององค์กร ได้แก่ บรรษัทภิบาล กลยุทธ์ การจัดการความเสี่ยง และมาตรฐานและเป้าหมาย	
ความต้องการน้ำ (Water Demand)	ความต้องการในการใช้น้ำ	
คาร์บอนฟุตพริ้นต์ของผลิตภัณฑ์ (Carbon Footprint of Products)	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์ตลอดทั้งวงจรชีวิต ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต กระบวนการจัดจำหน่าย การบริโภค และการจัดการบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค รวมถึงการขนส่งที่เกี่ยวข้องในแต่ละขั้นของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ โดยการวัดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจะคิดเป็นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (CO ₂ e) และสามารถนำไปเป็นข้อมูลที่เปิดเผยบนฉลากผลิตภัณฑ์และการให้บริการต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคที่มีความสนใจในภาวะโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมีข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ๆ	
คาร์บอนฟุตพริ้นต์ขององค์กร (Carbon Footprint Organization)	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาจากกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร เช่น การเผาไหม้ของเชื้อเพลิง การใช้ไฟฟ้า การจัดการของเสีย และการขนส่ง วัตถุดิบมาในรูปแบบคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	
คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (Carbon Dioxide Equivalent – CO ₂ e)	หน่วยแสดงความสามารถในการทำให้โลกร้อนเมื่อเทียบในรูปแบบปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์	
คู่ค้ากลุ่มกลยุทธ์ (Strategic supplier)	คู่ค้าที่มีมูลค่าซื้อต่อปีสูงและมีผลกระทบต่อดำเนินธุรกิจของบริษัทสูง ตามหลักการ Kraljic Matrix	
คู่ค้ารายสำคัญ (Critical supplier)	คู่ค้าที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจและความสำคัญของบริษัท ได้แก่ คู่ค้าที่จำหน่ายวัตถุดิบที่สำคัญ คู่ค้าที่มีมูลค่าซื้อต่อปีสูง คู่ค้าที่ไม่สามารถทดแทนได้ เป็นต้น	
เครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นต์ของผลิตภัณฑ์ (Carbon Footprint Product)	ฉลากที่ระบุปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจลดการทำลายระบบนิเวศและภาวะโลกร้อน รอยเท้าคาร์บอนเป็นการแสดงค่าคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อผลิตภัณฑ์ (CO ₂ e)	
ฉลากคาร์บอน (Carbon Footprint Label)	ฉลากที่ระบุปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจลดการทำลายระบบนิเวศและภาวะโลกร้อน คาร์บอนฟุตพริ้นต์เป็นการแสดงค่าคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อผลิตภัณฑ์ (CO ₂ e)	
ฉลากลดโลกร้อน (Carbon Footprint Reduction)	ฉลากที่แสดงว่าผลิตภัณฑ์ได้ผ่านการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นต์ของผลิตภัณฑ์ และสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์ได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด ในระหว่างกระบวนการผลิต การขนส่ง การบริโภค และการกำจัดบรรจุภัณฑ์ หลังการบริโภค โดยเปรียบเทียบคาร์บอนฟุตพริ้นต์ของผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันกับปีฐาน คือไม่น้อยกว่าร้อยละ 2 เมื่อเทียบกับปีฐาน	

คำศัพท์	ความหมาย	หน้า
เชื้อเพลิงชีวภาพ (Biofuel)	เชื้อเพลิงที่ได้จากชีวมวล (Biomass) เมื่อนำมาผ่านกระบวนการที่เหมาะสม สามารถเปลี่ยนให้เป็นพลังงานหมุนเวียนได้	
ฐานข้อมูลของเสีย (Waste Database)	เครื่องมือที่ถูกพัฒนาขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและซ้อนทับกัน โดยมีเป้าหมายในการประมวลผล วิเคราะห์ และตีความ เพื่อกำหนดคาเดนาเวโนม รายงาน และจัดการกับข้อมูลเชิงสถิติด้านการจัดการของเสีย	
ธรณีสัณฐาน (Geomorphology)	รูปแบบหรือลักษณะของเปลือกโลก ที่มีรูปร่างลักษณะต่างกัน เช่น เป็นภูเขา ที่ราบสูง ที่ราบ และอื่น ๆ	
นวัตกรรม (Innovation)	การนำสิ่งใหม่ ๆ อาจเป็นแนวคิด สิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อน หรือเป็นการพัฒนาดัดแปลงจากของเดิม ที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัย ให้ได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่สูงกว่าเดิม	
น้ำทากล้า (Distillery Slop/Vinasse)	ของเสียผลิตกันที่ชนิดที่เป็นผลพลอยได้จากกระบวนการกลั่นสุรา	
น้ำใช้ (Water Supply)	ความสามารถในการผลิตน้ำ	
ผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ (Low Carbon Products)	ผลิตภัณฑ์ที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ (อาทิ ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการวัตถุดิบน้อยลงในกระบวนการผลิต)	
พลังงานทดแทน (Renewable Energy)	พลังงานที่ได้จากแหล่งที่มีพลังงานเติมเข้ามาใหม่ตลอดเวลาด้วยปริมาณที่จำกัด เช่น น้ำเสีย แสงอาทิตย์ ลม เป็นต้น มาใช้ได้อีก	
พื้นที่ลุ่มน้ำ/พื้นที่รับน้ำ (Watershed)	หน่วยของพื้นที่ซึ่งล้อมรอบด้วยสันปันน้ำ (boundary) เป็นพื้นที่รับน้ำฝนของแม่น้ำสายหลักในลุ่มน้ำนั้น ๆ เมื่อฝนตกลงมาในพื้นที่ลุ่มน้ำจะไหลออกสู่ลำธารสายย่อย ๆ (sub-order) แล้วรวมกันออกสู่ลำธารสายใหญ่ (order) และรวมกันออกสู่แม่น้ำสายหลัก (mainstream) จนไหลออกปากน้ำ (outlet) ในที่สุด	
ภาพจำลองการพัฒนาความยั่งยืน (Sustainable Development Scenario - SDS)	นำเสนอภาพจำลองที่เป็นที่ต้องการมากที่สุด ในแง่ของความปลอดภัยต่อมนุษย์และโลก ซึ่งประเทศต่าง ๆ ต้องร่วมมือกัน เพื่อจำกัดการเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิโลกให้ "ต่ำกว่า 2 องศาเซลเซียส" โดยปรับเปลี่ยนตลาดพลังงานและมุ่งจัดการมลภาวะทางอากาศ	
ภาวะเรือนกระจก (Greenhouse Effect)	ภาวะที่ชั้นบรรยากาศของโลกกระทำตัวเสมือนกระจก ที่ยอมให้รังสีคลื่นสั้นผ่านลงมายังผิวโลกได้ แต่จะดูดคลื่นรังสีคลื่นยาวช่วงอินฟราเรดที่แผ่ออกจากพื้นผิวโลกเอาไว้ จากนั้นจะคายพลังงานความร้อนให้กระจายอยู่ภายในชั้นบรรยากาศ และพื้นผิวโลก ปัจจุบันมีก๊าซบางชนิดสะสมอยู่ในชั้นบรรยากาศมากเกินไป ซึ่งก๊าซเหล่านี้สามารถดูดคลื่นรังสีคลื่นยาวช่วงอินฟราเรดและคายพลังงานความร้อนได้ดีเช่นกัน ส่งผลให้อุณหภูมิพื้นผิวโลกและชั้นบรรยากาศมีอุณหภูมิสูงขึ้นอีก	
วัตต์ (Watt)	หน่วยวัดกำลังไฟฟ้าที่เป็นตัวบอกพลังงานไฟฟ้าของอุปกรณ์หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าแต่ละชนิดใช้ในการทำงาน	
สิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (Environmental, Social and Governance - ESG)	กรอบมาตรฐานสำหรับการดำเนินงานขององค์กรที่นักลงทุนให้ความสำคัญทางด้านสังคมนำมาใช้พิจารณาการลงทุน ในองค์กรต่าง ๆ กรอบ ESG ได้รับความนิยมนำมาใช้เรื่อย ๆ สำหรับนักลงทุนในการประเมินองค์กรต่าง ๆ ที่พวกเขา มีความสนใจที่จะลงทุน	
เส้นตัวแทนความเข้มข้นก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (Representative Concentration Pathways - RCPs)	ภาพจำลองที่เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ อันรวมถึงการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามระยะเวลาต่าง ๆ และความเข้มข้นของก๊าซเรือนกระจก สเปกตรัมป้องกัน และก๊าซเคมีต่าง ๆ รวมถึงการใช้ผืนดิน/หน้าดิน RCP ยังสามารถนำไปใช้เพื่อกำหนดถึงภาพจำลองเกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศในอนาคต โดยอ้างอิงจากแนวโน้มความเข้มข้นของก๊าซเรือนกระจก	
หม้อไอน้ำแบบไหลผ่านทางเดียว (Once Through Boiler)	หม้อไอน้ำที่มีน้ำไหลผ่านฮีโมโซล ผนังเตา และท่อระเหยและท่อซูเปอร์ฮีตติง	
ออนไลน์ไปยังออฟไลน์ (Online-to-offline - O ² O)	การทำการค้าแบบออนไลน์ไปยังออฟไลน์เป็นแนวทางธุรกิจที่ดึงดูดคนที่มีโอกาสจะเป็นลูกค้าจากช่องทางออนไลน์ ให้มาทำการซื้อในร้านจริง	
ออสโมซิสผกผัน (Reverse Osmosis)	ออสโมซิสผกผัน หรือออสโมซิสย้อนกลับ เป็นการกรองด้วยเยื่อ (membrane filtration) แบบหนึ่ง โดยการใช้ความดันทำให้น้ำเค็มของน้ำเคลื่อนที่จากสารละลายที่มีความเข้มข้นสูงกว่า ผ่านเยื่อกึ่งซึมผ่านได้ (semipermeable membrane) ไปยังสารละลายที่เจือจางกว่า ซึ่งเป็นกระบวนการตรงกันข้ามกับกระบวนการออสโมซิส (osmosis) ตามธรรมชาติ	
เฮกโตลิตร (Hectolitre)	หน่วยวัดความจุตามมาตรฐานตริกมีค่าเท่ากับ 100 ลิตร	

ข้อมูลตามตัวชี้วัดมาตรฐาน GRI

GRI 102: General Disclosures 2016

Disclosure	Page/Website	Omission/ Note	External Assurance
Organizational Profile			
102-1 Name of the organization	14-15	-	-
102-2 Activities, brands, products, and services	14-15	-	-
102-3 Location of headquarters	14-15	-	-
102-4 Location of operations	14-15	-	-
102-5 Ownership and legal form	-	-	-
102-6 Markets served	14-15	-	-
102-7 Scale of the organization	-	-	-
102-8 Information on employees and other workers	-	-	-
102-9 Supply chain	34-35	-	-
102-10 Significant changes to the organization and its supply chain	-	-	-
102-11 Precautionary Principle or approach	58-63	-	-
102-12 External initiatives	14-15	-	-
102-13 Membership of associations	-	-	-
Strategy			
102-14 Statement from senior decision-maker	5, 7	-	-
102-15 Key impacts, risks, and opportunities	44-49, 58-63	-	-
Ethics and Integrity			
102-16 Values, principles, standards, and norms of behaviour	24-31, 36-43	-	-
102-17 Mechanisms for advice and concerns about ethics	24-43, 58-63	-	-

Disclosure	Page/Website	Omission/ Note	External Assurance
Governance			
102-18 Governance structure	24-31, 36-43	-	-
102-19 Delegating authority	24-31	-	-
102-20 Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics	-	-	-
102-25 Conflicts of interest	36-43	-	-
102-28 Evaluating the highest governance body's performance	-	-	-
102-29 Identifying and managing economic, environmental, and social impacts	-	-	-
102-30 Effectiveness of risk management processes	24-31	-	-
102-32 Highest governance body's role in sustainability reporting	24-31	-	-
Stakeholder Engagement			
102-40 List of stakeholder groups	24-31	-	-
102-41 Collective bargaining agreements	-	-	-
102-42 Identifying and selecting stakeholders	-	-	-
102-43 Approach to stakeholder engagement	24-31	-	-
102-44 Key topics and concerns raised	24-31	-	-
Reporting Practice			
102-45 Entities included in the consolidated financial statements	-	-	-
102-46 Defining report content and topic Boundaries	12-13	-	-
102-47 List of material topics	24-31	-	-
102-48 Restatements of information	-	-	-
102-49 Changes in reporting	12-13	-	-
102-50 Reporting period	12-13	-	-
102-51 Date of most recent report	-	-	-

Disclosure	Page/Website	Omission/Note	External Assurance
102-52 Reporting cycle	12-13	-	-
102-53 Contact point for questions regarding the report	12-13	-	-
102-54 Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	-	-	-
102-55 GRI content index	262-271	-	-
102-56 External assurance	258-259	-	-

สาระสำคัญของความยั่งยืน

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	132-137	-	-
	103-2 The management approach and its components	132-137	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	132-137	-	-
GRI 416: Customer health and safety 2016	416-1 Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	132-137	-	-
	416-2 Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services	132-137	-	-
Business Partners Capability Development				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	138-143	-	-
	103-2 The management approach and its components	138-143	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	138-143	-	-
Data Security & Privacy				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	64-67	-	-
	103-2 The management approach and its components	64-67	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	64-67	-	-
GRI 418: Customer privacy 2016	418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	64-67	-	-

GRI Standard	Disclosure	Page/ Website	Omission/ Note	External Assurance
Health & Nutrition				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	132-137	-	-
	103-2 The management approach and its components	132-137	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	132-137	-	-
GRI 417: Marketing and labelling 2016	417-1 Requirements for product and service information and labelling	132-137	-	-
	417-2 Incidents of non-compliance concerning product and service information and labelling	132-137	-	-
Corporate Governance, Business Ethics & Risk Management				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	36-43	-	-
	103-2 The management approach and its components	36-43	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	36-43	-	-
GRI 201: Economic performance 2016	201-1 Direct economic value generated and distributed	36-43	-	-
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	36-43	-	-
	103-2 The management approach and its components	36-43	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	36-43	-	-
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-2 Communication & training about anti-corruption policies & procedures	36-43	-	-
	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	36-43	-	-
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	36-43	-	-
	103-2 The management approach and its components	36-43	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	36-43	-	-
GRI 415: Public Policy 2016	415-1 Political contributions	36-43	-	-
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	36-43	-	-
	103-2 The management approach and its components	36-43	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	36-43	-	-
GRI 419: Socioeconomic compliance 2016	419-1 Non-compliance with laws and regulations in the social and economic area	36-43	-	-

GRI Standard	Disclosure	Page/Website	Omission/Note	External Assurance
Innovation				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	5	-	-
	103-2 The management approach and its components	5, 34-35	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	5, 20-21	-	-
Sustainable Supply Chain				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	50-57	-	-
	103-2 The management approach and its components	50-57	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	50-57	-	-
GRI 204: Procurement practices 2016	204-1 Proportion of spending on local suppliers	50-57	-	-
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	50-57	-	-
	103-2 The management approach and its components	50-57	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	50-57	-	-
GRI 308: Supplier environmental assessment 2016	308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria	50-57	-	-
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	50-57	-	-
	103-2 The management approach and its components	50-57	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	50-57	-	-
GRI 414: Supplier social assessment 2016	414-1 New suppliers that were screened using social criteria	50-57	-	-
Environment				
Energy Management				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	78-83	-	-
	103-2 The management approach and its components	78-83	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	78-83	-	-
GRI 302: Energy 2016	302-1 Energy consumption within the organization	78-83	-	✓
	302-3 Energy intensity	78-83	-	✓
	302-5 Reductions in energy requirements of products and services	78-83	-	-

GRI Standard	Disclosure	Page/ Website	Omission/ Note	External Assurance
Climate Strategy				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	72-77	-	-
	103-2 The management approach and its components	72-77	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	72-77	-	-
GRI 201: Economic performance 2016	201-2 Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	72-77	-	-
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	72-77	-	-
	103-2 The management approach and its components	72-77	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	72-77	-	-
GRI 305: Emissions 2016	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	72-77	-	✓
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	72-77	-	✓
	305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions	72-77	-	✓
	305-4 GHG emissions intensity	72-77	-	✓
Waste, Packaging & the Circular Economy				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	92-97	-	-
	103-2 The management approach and its components	92-97	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	92-97 102-107	-	-
GRI 301: Materials 2016	301-2 Recycled input materials used	92-97	-	-
	301-3 Reclaimed products & their packaging materials	92-97	-	-
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	102-107	-	-
	103-2 The management approach and its components	102-107	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	102-107	-	-
GRI 306: Waste 2020	306-3 Waste generated	102-107	-	✓
	306-4 Waste diverted from disposal	102-107	-	✓
	306-5 Waste directed to disposal	102-107	-	✓

GRI Standard	Disclosure	Page/Website	Omission/Note	External Assurance
Water Stewardship				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	84-91	-	-
	103-2 The management approach and its components	84-91	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	84-91	-	-
GRI 303: Water and effluents 2018	303-1 Interactions with water as a shared resource	84-91	-	-
	303-2 Management of water discharge-related impacts	84-91	-	-
	303-3 Water withdrawal	84-91	-	✓
	303-4 Water discharge	84-91	-	✓
	303-5 Water consumption	84-91	-	✓
Social				
Corporate Consumer Accountability				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	138-143	-	-
	103-2 The management approach and its components	138-143	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	138-143	-	-
Community Development & Partnerships				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	144-243	-	-
	103-2 The management approach and its components	144-243	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	144-243	-	-
GRI 203: Indirect economic impacts 2016	203-1 Infrastructure investments and services supported	144-243	-	-
	203-2 Significant indirect economic impacts	144-243	-	-

Disclosure	Disclosure	Page/ Website	Omission/ Note	External Assurance
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	144-243	-	-
	103-2 The management approach and its components	144-243	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	144-243	-	-
GRI 413: Local communities 2016	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	144-243	-	✓
Human Capital Development				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	122-131	-	-
	103-2 The management approach and its components	122-131	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	122-131	-	-
GRI 404: Training and education 2016	404-1 Average hours of training per year per employee	122-131	-	✓
	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance program	122-131	-	-
	404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	122-131	-	✓
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	122-131	-	-
	103-2 The management approach and its components	122-131	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	122-131	-	-
GRI 405: Diversity and equal opportunity 2016	405-1 Diversity of governance bodies and employees	122-131	-	-
Talent Attraction & Retention				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	122-131	-	-
	103-2 The management approach and its components	122-131	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	122-131	-	-
GRI 401: Employment 2016	401-1 New employee hires and employee turnover	122-131	-	-

Disclosure	Disclosure	Page/ Website	Omission/ Note	External Assurance
Employee Wellbeing				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	110-115	-	-
	103-2 The management approach and its components	110-115	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	110-115	-	-
GRI 403: Occupational health and safety 2018	403-1 Occupational health and safety management system	110-115	-	-
	403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	110-115	-	-
	403-3 Occupational health services	110-115	-	-
	403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	110-115	-	-
	403-5 Worker training on occupational health and safety	110-115	-	-
	403-6 Promotion of worker health	110-115	-	-
	403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	110-115	-	-
	403-8 Workers covered by an occupational health and safety management system	110-115	-	✓
	403-9 Work-related injuries	110-115	-	✓
	403-10 Work-related ill health	110-115	-	✓
Human Rights				
GRI 103: Management approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	116-121	-	-
	103-2 The management approach and its components	116-121	-	-
	103-3 Evaluation of the management approach	116-121	-	-
GRI 412: Human rights assessment 2016	412-1 Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments	116-121	-	-
	412-2 Employee training on human rights policies or procedures	116-121	-	-

แบบตอบกลับรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนของไทยเบฟ 2564

ขอบคุณที่ให้ความสนใจในรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนของไทยเบฟ 2564 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* (กรุณาให้คะแนนโดยใช้เครื่องหมาย ✓ เมื่อ 5 หมายถึง ดีเยี่ยม และ 1 หมายถึง ควรปรับปรุง)

หัวข้อ	1	2	3	4	5
2.1 แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของไทยเบฟ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.2 ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.3 ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.4 ความยั่งยืนด้านสังคม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.5 อื่น ๆ โปรดระบุ:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. กรุณาให้คะแนนเนื้อหาและคุณภาพของรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนของไทยเบฟ 2564 ตามหัวข้อต่อไปนี้ (เมื่อ 5 หมายถึง ดีเยี่ยม และ 1 หมายถึง ควรปรับปรุง)*

หัวข้อ	1	2	3	4	5
3.1 ความสมดุลของเนื้อหา	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.2 ความชัดเจนของเนื้อหา	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.3 การเปรียบเทียบได้กับบริษัทอื่น	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.4 การทำสาระสำคัญด้านความยั่งยืนและสาระที่เกี่ยวข้อง	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.5 ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.6 ความถูกต้องของเนื้อหา	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.7 ความโปร่งใสของเนื้อหา	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.8 โครงสร้างและการเรียบเรียงเนื้อหา	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.9 การออกแบบรูปเล่ม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

กรุณาให้ความเห็นอื่น ๆ ต่อความยั่งยืนและรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืน





รายงานฉบับนี้จัดทำด้วยหมึกที่ไม่มีส่วนผสมจากน้ำมันปิโตรเลียม
ซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกระดาษที่รับรองมาตรฐาน FSC

GPS : N 13° 48' E 100° 33'



ThaiBev

บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)
14 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอบพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 ประเทศไทย
โทร. +66 2 785 5555 แฟกซ์ +66 2 272 3026 www.thaibev.com