



บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน)  
Thai Wah Public Company Limited



# Creating Innovation and Sustainability from **Farm to Shelf**

2020 Sustainability Report  
รายงานการพัฒนาคความยั่งยืน 2563



# เคียงคู่สังคมไทย มากกว่า 74 ปี



การพัฒนาธุรกิจให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างยั่งยืน



## วิสัยทัศน์องค์กร

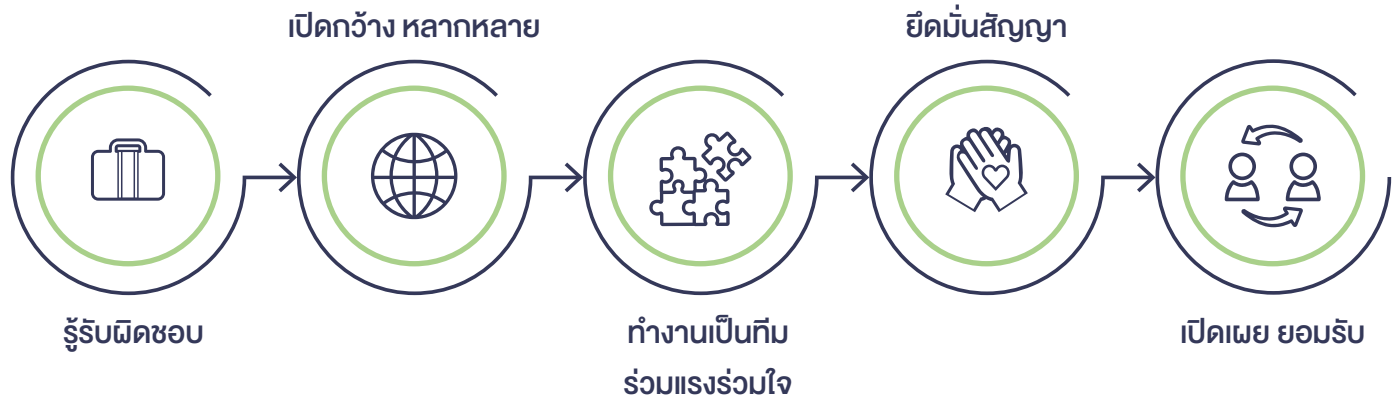
ผู้นำในภูมิภาคของผลิตภัณฑ์แปงมัน  
สำปะหลังและผลิตภัณฑ์อาหารจาก  
แปง



## พันธกิจองค์กร

เราจะผลิตผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับ  
พรีเมียมเพื่อความพึงพอใจของลูกค้า  
และทำงานด้วยความภาคภูมิใจ ซื่อสัตย์  
และมั่นคง

# ค่านิยมองค์กร



เรายึดมั่นและภูมิใจในทุกสิ่งที่เรา  
ทำด้วยความสามารถของตนเอง  
และการทำงานเป็นทีมเพื่อประโยชน์  
สูงสุดต่อเพื่อนร่วมงาน ลูกค้าและ  
ผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจของเรา



เรายึดมั่นต่อความซื่อสัตย์  
โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้  
และร่วมกันสร้างสภาพแวดล้อม  
การทำงานที่ปลอดภัย



เรามุ่งมั่นต่อการพัฒนาอย่าง  
สม่ำเสมอและต่อเนื่อง และเรา  
สนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์  
ใหม่ๆ และเชื่อในประโยชน์จาก  
พลังแห่งนวัตกรรม

# รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ ในปี 2563



เป็นปีแรกที่ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทให้อยู่ในระดับดีเลิศ "Excellent CG Scoring" จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors: IOD)

## FTSE

ได้รับการคัดเลือกให้เข้าคำนวณในดัชนี FTSE Micro Cap Index และ sSET Index



ได้รับรางวัล Sustainability Disclosure Award จากสถาบันไทยพัฒน์ เป็นปีที่ 2



ได้รับการคัดเลือกจากตลาดหลักทรัพย์ให้เป็นบริษัทตัวอย่างในด้านความยั่งยืนในการพัฒนาศักยภาพ จูงใจ และดูแลพนักงาน (Sustainable DNA for employees)



ได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืน (Thailand Sustainability Investment: THSI) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นปีที่ 2



INTERNATIONAL  
INNOVATION  
AWARDS  
2020

ผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นตรามังกรคู่บราสซ์ ได้รับรางวัลชนะเลิศ International Innovation Awards (IIA) 2020 ในหมวดของผลิตภัณฑ์จาก Enterprise Asia



เป็นสมาชิกของแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต (Collective Action Coalition)



ได้รับรางวัลองค์กรสนับสนุนด้านคนพิการดีเด่นจากกรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เป็นปีที่ 4



# วุ้นเส้นตรามังกรคู่ บาลานซ์ สร้างสมดุลได้ทุกวัน

ผลิตภัณฑ์ วุ้นเส้นตรามังกรคู่บาลานซ์ (Double Dragon Balance) โดย บมจ. ไทยวา ชนะรางวัล The Winner of The International Innovation Awards (IIA) 2020 ซึ่งจัดโดย Enterprise Asia ถือเป็นหนึ่งรางวัลระดับโลกที่ทรงคุณค่าที่ยกย่องและให้การยอมรับนวัตกรรมที่โดดเด่นด้านต่างๆ เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการบริการ และด้านวัฒนธรรมองค์กร

วุ้นเส้นตรามังกรคู่ บาลานซ์ผลิตจากถั่วเขียวเกรดพรีเมียมจากธรรมชาติ 100% ผ่านกรรมวิธีการปรับเปลี่ยนปริมาณแป้งให้เหมาะสม ส่งผลให้ระดับน้ำตาลกลูโคสค่อยๆ ผ่านเข้าสู่กระแสเลือดทีละน้อย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพและเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก





ธรรมชาติ  
100%

ผลิตจากถั่วเขียว เกรดพรีเมียม  
ด้วยกระบวนการผลิตพิเศษ  
เฉพาะ และทันสมัย  
เพื่อให้ได้เส้นคุณภาพดี

รสสัมผัสที่  
เหนียวกว่า

มังกรคู่ บาลานซ์ ได้รับการ  
การันตีในด้านคุณภาพและ  
รสชาติ 2 ดาว จากสถาบัน  
ระดับโลก International  
Taste Institute ให้ชั้นกว่า  
ของสัมผัสเส้น เหนียวนุ่ม  
ยืดหยุ่นกว่าเส้นทั่วไป



ค่าดัชนี  
น้ำตาลต่ำ  
(Low GI)

เส้นเส้นตรามังกรคู่ บาลานซ์  
เป็นเส้นเส้นที่มีค่าดัชนี  
ค่าน้ำตาลต่ำ ช่วยรักษา  
สมดุลของระดับน้ำตาล  
ในเลือด ทำให้ร่างกาย  
ดูดซึมน้ำตาลจากอาหารที่  
รับประทานเข้าไปได้ช้าลง  
ช่วยให้อิ่มนาน ลดการทาน  
จุกจิกระหว่างมื้อ

อร่อย..  
สำหรับ  
ทุกเมนู

อร่อยทุกเมนู ทั้งต้ม ผัด ยำ  
อบ เส้นไม่เกาะติด ซึมซับ  
เครื่องปรุงได้ดี ทนความร้อน  
ไม่อืดแม้อุ่นซ้ำหรือต้มนาน



ปลอดภัย

ไม่พอกสี ไม่มีกลูเตน และ  
ปราศจากสารเคมีในการผลิต

# สารบัญ

## ภาพรวมของไทยวา

.....

- 10 สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
- 12 ภาพรวมของไทยวา ห่วงโซ่คุณค่า และผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ



## การดำเนินงานด้านความยั่งยืนของไทยวา

.....

- 18 สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2563
- 20 การพัฒนาเพื่อความยั่งยืนที่ไทยวา
- 23 การมีส่วนร่วมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ
- 28 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)
- 30 ขอบเขตผลกระทบของประเด็นที่มีนัยสำคัญ



## การกำกับดูแลกิจการที่ดี

.....

- 32 การกำกับดูแลกิจการสู่ความยั่งยืนและการบริหารจัดการความเสี่ยง
- 36 การต่อต้านทุจริต และคอร์รัปชัน
- 40 การจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว

## การพัฒนาเกษตรกร

.....

- 42 การบริหารจัดการและพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน
- 47 การจัดหาวัตถุดิบด้วยความรับผิดชอบต่อ

## การพัฒนาโรงงาน และชุมชนสีเขียว

.....

- 62 ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย
- 66 การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพตลอดกระบวนการผลิต
- 77 การพัฒนาสังคมและชุมชน

## การพัฒนาคุณภาพชีวิตครอบครัว

.....

- 89 การพัฒนาบุคลากร
- 96 สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างถูกต้อง

## การวิจัยอาหารออร์แกนิก และเพื่อสุขภาพ

.....

- 100 นวัตกรรมต่อกระบวนการ ผลิตภัณฑ์และบริการ
- 104 การยกระดับคุณภาพ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์อาหาร

## ภาคผนวก

.....

- 109 เกี่ยวกับรายงานเพื่อความยั่งยืนฉบับนี้
- 112 ดัชนีข้อมูลตามตัวชี้วัด GRI





# สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร



ไทยวาซับเคลื่อนด้วยจุดประสงค์หลักของเรา ในการส่งมอบผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภคทั่วโลก ผ่านการพัฒนาสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ส่งเสริมการสร้างคามยั่งยืนตั้งแต่กระบวนการปลูกไปจนถึงมือผู้บริโภคให้ดีขึ้นทุกวัน ด้วยความมุ่งมั่นที่จะรับผิดชอบต่อในระดับสากล ร่วมสร้างชีวิตที่ดีขึ้นให้กับผู้บริโภค บุคลากร และชุมชน เรามีความภาคภูมิใจในการแบ่งปันเรื่องราวการเดินทางของเรา และเราหวังว่าจะเป็นการสร้างแรงบันดาลใจให้ทุกคนมาเป็นส่วนหนึ่งร่วมกับเรา

ปี 2563 เป็นปีแห่งความท้าทายและความไม่แน่นอนอย่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนสำหรับพวกเราทุกคน เนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทั่วโลก ส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในการใช้ชีวิต การทำงาน และการทำกิจกรรมต่างๆ แม้จะเป็นปีที่มีความท้าทาย แต่บริษัทฯ ยังสามารถคงผลประกอบการที่มั่นคงและรักษาพนักงานให้ปลอดภัย โดยสิ่งที่สำคัญที่สุดที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการในปี 2563 นี้คือการที่บริษัทฯ สามารถดูแลให้พนักงาน ห่วงโซ่อุปทาน และลูกค้าทางธุรกิจของบริษัทฯ มีความปลอดภัยและมีสุขภาพที่ดี ท่ามกลางการระบาดทั่วโลก ยิ่งไปกว่านั้นบริษัทฯ ได้ดูแลความเป็นอยู่ที่ดีของครอบครัวพนักงานไทยวาทุกคน เช่นไม่มีการลดจำนวนพนักงาน นโยบายการทำงานจากที่บ้านและชั่วโมงการทำงานที่ยืดหยุ่น พร้อมทั้งซื้อประกันสุขภาพโควิด 19 ให้กับพนักงานทุกคนนอกจากนี้ บริษัทฯ มีการพัฒนาระบบการประเมินผลงานและการวิเคราะห์หลักสูตรการฝึกอบรมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญขององค์กรในการก้าวสู่ความยั่งยืนในระยะยาว

รายงานการพัฒนาความยั่งยืน

เรามีจุดมุ่งหมายที่จะเป็นองค์กรชั้นนำในศตวรรษที่ 21 เข้าถึงลูกค้ากว่า 30 ประเทศทั่วโลก พร้อมมุ่งมั่นดำเนินกิจกรรมร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของเราในทุกด้านของห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่กระบวนการปลูก การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต ห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนการจัดส่งสินค้า ซึ่งมีผลกระทบต่อชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เราทำงานด้วย ดังนั้นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและลูกค้าของเรา อยู่บนพื้นฐานความมุ่งมั่นในการสร้างคุณค่าร่วมกัน เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด ไม่ว่าจะเป็นแป้งมันสำปะหลัง ถั่วเขียว ข้าว และผลิตภัณฑ์แปงและอาหารอื่นๆ จากภูมิภาคนี้ไปสู่ผู้บริโภคทั่วโลก นอกจากนี้บริษัทฯ ขยายการเข้าถึงลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยเรายังคงมุ่งเน้นไปที่กลยุทธ์ของเรา ได้แก่ การพัฒนาเกษตรกร การพัฒนาโรงงานและชุมชนสีเขียว การพัฒนาคุณภาพชีวิตและครอบครัวพนักงาน และการวิจัยอาหารออร์แกนิกและอาหารเพื่อสุขภาพ

อีกทั้งเรายังมองเห็นโอกาสในการเติบโตในระยะยาว และยังคงมุ่งมั่นให้บริการลูกค้าของเราด้วยความภาคภูมิใจ ตั้งแต่การปลูกจนถึงชั้นวาง ด้วยรากฐานหลักของเราคือ “ดีขึ้นในทุกๆ วัน” ซึ่งนี้หมายถึงการปรับปรุงฐานรากของเรา พร้อมขยายธุรกิจ ด้วยการสื่อสารและกระบวนการทำงานที่รวดเร็วมากขึ้น เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ในปี 2563 บริษัทฯ ได้ริเริ่มดำเนินโครงการที่สำคัญ ได้แก่การสนับสนุน การสร้างชุมชนที่ยั่งยืนผ่าน “เครือข่ายเกษตรกรไทยวา” โดยบริษัทฯ ให้การ สนับสนุนเกษตรกรด้วยเทคโนโลยีการเกษตรที่ปรับขนาดได้ และสร้างโมเดล ทางออกในการทำเกษตรอัจฉริยะของไทยวาในระดับภูมิภาค เพื่อให้มีชีวิตที่ดี ขึ้นตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานทั่วโลกสามารถตอบสนองความต้องการในอนาคต และพัฒนาวิถีชีวิตของเกษตรกร นอกจากนี้บริษัทฯ ได้นำ “โครงการโคเซ็น” มาปรับใช้ในโรงงานแปรงมันสำปะหลัง ในจังหวัดระยอง จังหวัดอุดรธานี และ จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อดำเนินการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ มาขึ้น รวมถึงการลดปริมาณของเสีย และเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต อีกทั้งโรงงานของบริษัทฯ ในจังหวัดอุดรธานี และจังหวัดนครปฐม ได้รับคัดเลือก ให้เป็นโรงงานนำร่องในโครงการขยายผลการส่งเสริมคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของ องค์กร ซึ่งคาดว่าจะสามารถรายงานและทวนสอบปริมาณการปล่อยก๊าซเรือน กระจกได้ภายในเดือนกันยายน 2564 โดยการได้รับคัดเลือกนี้ แสดงถึงความมั่ง มั่นของบริษัทฯ ในการดำเนินมาตรการที่เร่งด่วนในการร่วมต่อสู้กับปัญหาการ เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผลผลิตภัณฑทางการเกษตรและอาหารถือเป็นหนึ่ง ในสินค้าส่งออกที่สำคัญที่สุดของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และบริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น โดย กำหนดให้นวัตกรรมและความยั่งยืนเป็นวิสัยทัศน์หลักของบริษัทฯ ในระยะ ยาว วิสัยทัศน์เหล่านี้ได้รับการสนับสนุนจากศูนย์การวิจัยและพัฒนาแห่งใหม่ ซึ่งตั้งอยู่ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในประเทศไทย อีกทั้งบริษัทฯ ได้เปิดตัว ผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งผลิตภัณฑ์แปงและอาหารกว่า 10 รายการ และบริษัทฯ จะ ลงทุนอย่างต่อเนื่องในการเติบโตและการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ สำหรับอนาคต รวมถึงพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เปิดกว้างเกี่ยวกับระบบนิเวศเพื่อการขยายเครือข่าย และการพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัย ครอบคลุมทั้งด้านอาหารสดแปรรูป การหมัก พลาสติกชีวภาพ และวิทยาศาสตร์พอลิเมอร์ ในอนาคต บริษัทฯ มีแผนที่จะเปิด ตัวต้นแบบของผลิตภัณฑ์ไบโอพลาสติก ผลิตภัณฑ์จากชีวภาพ และโปรตีนจาก

พืช เพื่อเป็นการปรับความสมดุลของสัดส่วนรายได้ของบริษัทฯ ให้ดียิ่งขึ้น

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีความภาคภูมิใจที่ได้รับคัดเลือกจากตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย (ตลท.) ให้อยู่ใน “รายชื่อหุ้นยั่งยืน หรือ Thailand Sustainability Investment (THSI)” ในปี 2563 และได้รับรางวัล “การ เปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน หรือ Sustainability Disclosure Award” จาก สถาบันไทยพัฒนาเป็นปีที่สอง การได้รับคัดเลือกและรางวัลเหล่านี้ ขับเคลื่อนด้วย การที่เรายึดมั่นเป้าหมายความยั่งยืนไว้ในมาตรฐานด้านการเกษตร สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและสุขภาพ และมุ่งมั่นที่จะดำเนินการตามกรอบความยั่งยืน ของเรา รวมถึงปี 2563 นี้ เราได้รับการจัดอันดับให้อยู่ในระดับ “ดีเลิศ” สำหรับแนวทางปฏิบัติในการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล จากสมาคม ส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) เป็นปีแรก รางวัลเหล่านี้เป็น เครื่องยืนยันความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ที่จะขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ความน่าเชื่อถือ และความโปร่งใสในทุกด้านของห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับรางวัล International Innovation Awards (IIA) 2020 สำหรับผลิตภัณฑ์วุ้นเส้น ตรามังกรคู่บาลานซ์ (DD Balance) จาก Enterprise Asia และได้รับรางวัลองค์กรสนับสนุนด้านคนพิการดีเด่น ประจำปี 2563 จากกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ต่อเนื่องเป็นปีที่สี่

ในทศวรรษต่อไปข้างหน้า ครอบครัวไทยวายังคงให้ความสนใจและทุ่มเท ที่จะดำเนินการตามวิสัยทัศน์ของเราในการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ส่งเสริม การสร้างความยั่งยืนตั้งแต่กระบวนการปลูกไปจนถึงมือผู้บริโภค แม้ว่าความไม่ แน่นนอนและความวุ่นวายที่เกิดขึ้นอาจจะกลายมาเป็นวิถีในการใช้ชีวิตรูปแบบ ใหม่ (New Normal) บริษัทฯ จะยังคงพัฒนาและเสริมสร้างรากฐาน รวมถึง แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดสำหรับทีมของเรา ผู้ร่วมงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอยู่ เสมอ ผมขอขอบคุณสำหรับการสนับสนุน ข้อเสนอแนะ และกำลังใจ สำหรับ เรื่องราวการเดินทางของไทยวา เรามุ่งมั่นที่จะทำทุกวันให้ดีขึ้นและมากขึ้นเสมอ บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน)

# ภาพรวมของไทยวา ห่วงโซ่คุณค่า และผลิตภัณฑ์

บริษัทไทยवादำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม และอาหารเคียงคู่สังคมไทยมาตลอดระยะเวลา กว่า 74 ปี ด้วยความมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจ ให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่า ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างยั่งยืน

โดยปัจจุบันบริษัทฯ มีลักษณะการประกอบ ธุรกิจภายใต้ธุรกิจหลัก 2 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจแป้ง และธุรกิจอาหาร

ด้วยห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ เกี่ยวข้อง และ เชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ตั้งแต่คู่ค้าทาง ธุรกิจ ตลอดจนสังคม ลูกค้า และผู้บริโภค บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการธุรกิจตามมาตรฐานสากล และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอันทันสมัยตลอด กระบวนการผลิตเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ เปี่ยมไปด้วยคุณภาพ ปลอดภัยต่อการบริโภค อีกทั้งยังเป็นมิตรต่อชุมชน และสิ่งแวดล้อม

## การดำเนินธุรกิจและผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ

### ธุรกิจแป้ง

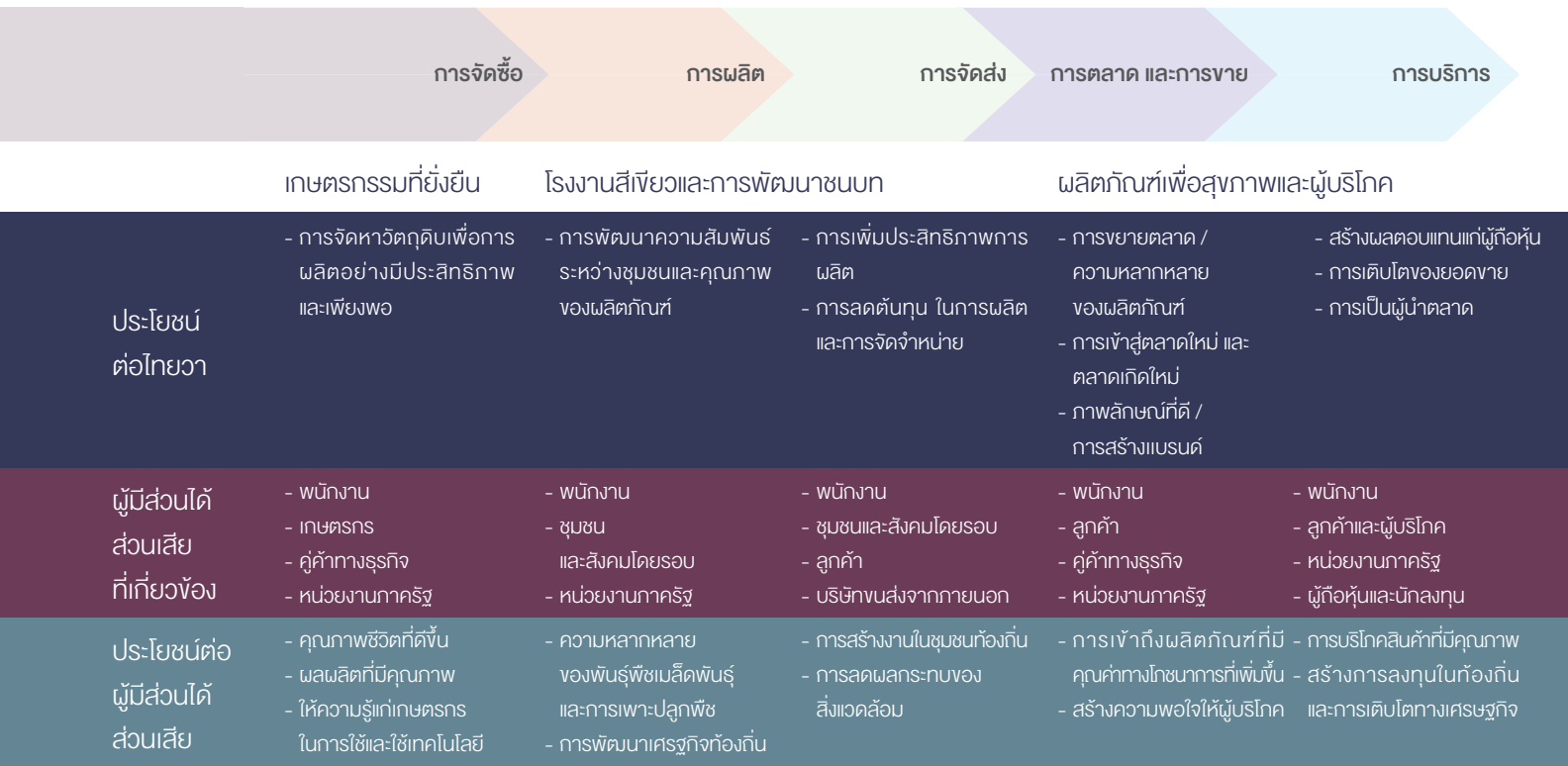


### ธุรกิจอาหาร





# ห่วงโซ่คุณค่า



# 6 เป้าหมาย

## เชิงกลยุทธ์ของโตโยวา 2563-2568

แผนกลยุทธ์ของบริษัทฯ ถูกกำหนดขึ้นในช่วงปี 2563 เพื่อให้ทราบทิศทางของธุรกิจในระยะยาว โดยคำนึงถึงความเสี่ยงในด้านต่างๆ ด้วย ซึ่งแบ่งเป็น 6 เป้าหมาย ได้แก่





# ผลิตภัณฑ์ใหม่ ในปี 2563

## ชุดของขวัญเพื่อสุขภาพ วันเส้น ตรามังกรคู่ บาลานซ์



ถูกออกแบบมาเพื่อ ส่งมอบสิ่งดีๆให้คนที่รัก มอบเป็นของขวัญแทนความห่วงใยให้มีสุขภาพที่ดี และแข็งแรงได้

- ผลิตจากถั่วเขียวเกรดพรีเมียมจากรสชาติ 100%
- เป็นวันเส้นที่มีค่าดัชนีน้ำตาลต่ำ (Low GI) ที่สามารถช่วยรักษาสมาดุลของระดับน้ำตาลในเลือด
- ได้รับการการันตีรสชาติและคุณภาพ 2 ดาวจากสถาบันระดับโลก International Taste Institute
- ไม่พอกสี ไม่มีกลูเตน และปราศจากสารเคมี

## วันเส้นกึ่งสำเร็จรูป ตรามังกรคู่ เรดตี้



ทางเลือกใหม่ของคนรักสุขภาพ เอาใจคนรักอาหารแนวสตรีทฟู้ด อร่อย ง่าย พร้อมทานใน 3 นาที มี 3 รสชาติ

- รสก๊วยเตี่ยวเรือไม้ตก สูตรโบราณ น้ำซุปรวมกลมกล่อมหอมเครื่องเทศ
- รสต้มยำกุ้งน้ำข้น สูตรแซ่บจัด อาหารไทยรสชาติแซ่บจัดอร่อยถึงใจ เมนูโปรดคนไทยทุกคน
- รสต้มซุปรเปอร์แซ่บ สูตรที่ดีดี เมนูสุขภาพดีเปรี้ยวแซ่บถึงพริกถึงขิง อร่อยลงตัวจนต้องยกถ้วยชด

## เส้นใหญ่ ตรากิเลนคู่



- เนื้อสัมผัส เหนียวนุ่ม อร่อย
- เส้นไม่เกาะตัว ไม่ขาดง่าย
- ใช้น้ำมันใหม่ ในทุกการผลิต
- บรรจุกึ่งที่ปิดสนิท ไม่มีน้ำแข็งรื้อซึม
- มีวันผลิตและวันหมดอายุที่ชัดเจน

## เส้นเล็กกึ่งสำเร็จรูป ตรา Asian Inspired



ทางเลือกใหม่ของคนรักสุขภาพ อร่อย ง่าย รสชาติไทยดั้งเดิม และปลอดภัยแน่นอน พร้อมทานใน 3 นาที มีให้เลือกถึง 6 รสชาติ คือ ต้มยำ ก๊วยเตี่ยวเรือ ปูผัดผงกะหรี่ ผัดไทย ซุปไก่ และต้มยำ



### เส้นเล็กฝอย ตรากิเลนคู่



- เส้นมีขนาดเล็กเพียง 1.4 มม.
- ลวกง่าย สุกไว
- เนื้อสัมผัสเหนียว นุ่ม อร่อย

### เส้นสั้น ตรามังกรคู่



- ปลอดกลูเตน
- ไม่ใส่สีเทียม
- ไม่ใส่ผงชูรส
- คุณภาพที่เชื่อถือได้ของคนไทย

### เส้นเล็ก ตรากิเลนคู่ สูตรเหนียวนุ่มพิเศษ



- เส้นเหนียว เคี้ยวอร่อย
- ลวกง่าย
- เส้นไม่เกาะติด

### กระเทียมเจียว ตราอินทรีคู่



- หอม
- กรอบ
- สะอาด
- ปลอดกัย
- อร่อยได้ทุกเมนู

### ใบเมี่ยงญวน ตราอินทรีคู่



- เมนูสุขภาพ สร้างอาชีพ อร่อยได้ง่ายๆ
- เหนียว นุ่ม ไม่ขาดง่าย
  - อร่อย สะอาด ถูกหลักอนามัย
  - Gluten Free ไม่มีสารกลูเตนที่ทำให้เกิดการแพ้
  - ไม่ใส่วัตถุกันเสีย
  - Low Fat เหมาะกับการทำเมนูเพื่อสุขภาพ

# ฉลากผลิตภัณฑ์

Low GI ITQi 2 stars

International Innovation Awards (IIA) 2020



Healthier Choice



ITQi 1 star



# สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2563

## ผลการดำเนินงานมั่นคง เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน

- รายได้จากการขาย 7,090 ล้านบาท
- EBITDA 571 ล้านบาท
- เงินปันผล 0.134 บาทต่อหุ้น
- สัดส่วนรายได้แยกประเทศ  
ประเทศไทย 4,464 ล้านบาท  
ประเทศเวียดนาม 1,091 ล้านบาท  
ประเทศจีน 1,499 ล้านบาท
- สัดส่วนรายได้แยกสายธุรกิจ  
ธุรกิจแป้ง 5,523 ล้านบาท  
ธุรกิจอาหาร 1,567 ล้านบาท



## การกำกับดูแลกิจการที่ดี

- ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทให้อยู่ในระดับดีเลิศ “Excellent CG Scoring”
- ได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืน (Thailand Sustainability Investment: THSI)
- เป็นสมาชิกของแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต (Collective Action Coalition)
- เป็นสมาชิกของ UN Global Compact และร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ SDG Ambition



## FARMER: การพัฒนาเกษตรกร



- จำนวนสมาชิกเกษตรกรไทยวาที่ได้รับ การส่งเสริม 1,569 ราย
- ขยายทอนพื้นที่ป้อนที่ปลอดโรคแบบ X20 ได้ 540,000 ทอนพื้นที่ต่อปี



- ผลผลิตต่อไร่ของสมาชิกเกษตรกรไทยวาเพิ่มขึ้น จาก 5.5 ตันต่อไร่ เป็น 5.8 ตันต่อไร่
- สนับสนุนเทคโนโลยีการเกษตรให้แก่สมาชิก



- สนับสนุนปฎิหมักแทนสารเคมีให้แก่สมาชิก 897 ราย จำนวน 9,051 ตัน



- ผลิตเรื่องความยั่งยืนเข้ากับค่านิยมองค์กรจัดการอบรมเกี่ยวกับทักษะอาชีพ และความรู้ด้านการเกษตรให้แก่เกษตรกร 897 คน



- มีการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 11 ของงบประมาณจัดซื้อจัดจ้างทั้งหมด



- ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย และสถาบันไทยพัฒน์ ในฐานะสมาชิก

## FACTORY: การพัฒนาโรงงานและชุมชนสีเขียว



- สัดส่วนน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดคิดเป็นร้อยละ 100



- ปริมาณไฟฟ้าที่ผลิตได้จากโรงไฟฟ้าก๊าซชีวภาพ 19,199,100 หน่วย
- กระแสไฟฟ้าสะสมที่ผลิตได้จาก Solar Roof Top 1,405 kWh เป็นเงิน 5.08 ล้านบาท



- แจกจ่ายปุ๋ยหมักที่ผลิตจากของเสียจากการผลิต เช่น เปลือกดินมันสำปะหลัง กากมันสำปะหลัง และตะกอนเหลือจากบ่อบำบัดน้ำเสีย จำนวน 8,000 ตัน



- บริษัทฯ อยู่ระหว่างการดำเนินการศึกษาและเก็บข้อมูลปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรโดยคาดว่าจะสามารถเปิดเผยและคาดว่าจะเข้าร่วมกระบวนการทวนสอบรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรได้ภายในเดือนกันยายน 2564 (CFO)
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ เท่ากับ 51,722 tCO<sub>2</sub>e (T-VER)

## FAMILY: การพัฒนาคุณภาพชีวิตครอบครัวพนักงาน



- ค่าเฉลี่ยเวลาการฝึกอบรมของพนักงานทั้งหมด 1 คน /1 วัน /ปี



- สัดส่วนพนักงานชายต่อพนักงานหญิงเท่ากับ 2.5 : 1



- จำนวนการจ้างงานพนักงานทั้งหมดในองค์กร เท่ากับ 2,866 คน
- กำหนดให้นโยบายสิทธิมนุษยชนและแรงงานมีการบังคับใช้ครอบคลุมทั้งองค์กร



- อัตราส่วนการจ้างงานบุคคลทุพพลภาพต่อพนักงานทั้งหมดเท่ากับ 1 : 100

## FOOD: การวิจัยอาหาร Organic & Healthy



- ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาเท่ากับ 11.99 ล้านบาท



- การพัฒนานวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

### พันธมิตรเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน



United Nations  
Global Compact



# การพัฒนาเพื่อความยั่งยืนที่ไทยวา

ไทยวา ในฐานะบริษัทในอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร เรามุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยกลยุทธ์หลักในการส่งมอบผลิตภัณฑ์อาหารสู่ผู้บริโภคทั่วโลก ครอบคลุมทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ด้วยการพัฒนาสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ส่งเสริมการสร้างความยั่งยืนตั้งแต่กระบวนการปลูกไปจนถึงมือผู้บริโภค (Create Innovation and Sustainability from Farm to Shelf) ความรับผิดชอบต่อสังคมสู่ความยั่งยืนมีความสำคัญต่อศักยภาพของธุรกิจและการเติบโตของไทยวาเป็นอย่างมาก เพราะการพัฒนาอย่างยั่งยืนนับเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะทำให้บริษัทฯ สามารถบรรลุวิสัยทัศน์ในการเป็นผู้นำในภูมิภาคของผลิตภัณฑ์แป้งมันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์อาหารจากแป้ง

ด้วยตระหนักดีว่าบริษัทฯ ไม่เพียงแต่นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณค่าและปลอดภัยต่อลูกค้าและผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคมมาตฐานในด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในทุกด้านของการดำเนินงานทั้งหมดในห่วงโซ่อุปทานอีกด้วย โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของเราในทุกด้านของห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่กระบวนการปลูก การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต ห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนการจัดส่งสินค้า ภายใต้กลยุทธ์ความยั่งยืนของไทยวา ที่สนับสนุนและผลักดันให้เกิดการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ที่ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม บนพื้นฐานการดูแลกิจการที่ดี บริษัทฯ มีแนวทางการดำเนินกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมสู่ความยั่งยืน โดยคำนึงตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบไปจนถึงผลิตภัณฑ์พร้อมบริโภค

บริษัทฯ ได้จัดทำรายงานเพื่อความยั่งยืนภายใต้แนวทาง Creating Shared Value (CSV) ซึ่งช่วยให้เราสามารถระบุเป้าหมายได้อย่างชัดเจน และสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับองค์กรได้มากที่สุด โดยบริษัทฯ ได้มีการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนไว้ 3 จุดมุ่งหมาย คือ

- แหล่งวัตถุดิบที่ยั่งยืน (Develop sustainable plants and raw material sources)
- ช่วยพัฒนาชุมชนที่ให้ชีวิตมีสุขภาพดีขึ้น รวมถึงการหมุนเวียนทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Foster thriving and resilient communities with environmentally friendly impact)
- ยกระดับคุณภาพชีวิตและนำไปสู่สุขภาพดีขึ้นในอนาคต (Enabling healthier modern Life)

โดยบริษัทฯ ได้แบ่งภารกิจในการดำเนินงานออกเป็น 4 กลยุทธ์หลัก คือ การพัฒนาเกษตรกร (Farmer Development) การพัฒนาโรงงานและชุมชนสีเขียว (Green Factory and Community) การพัฒนาคุณภาพชีวิตครอบครัวพนักงาน (Family Work and Live Balance) และการวิจัยอาหารออร์แกนิกและอาหารเพื่อสุขภาพ (Food Organic and Food Healthy R&D) เพื่อสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสมต่อผู้ถือหุ้น สุขภาพอนามัยที่ดีของผู้บริโภค อาชีวอนามัยและคุณภาพชีวิตของพนักงาน คู่ค้าทางธุรกิจ สังคมและชุมชน ตลอดจนช่วยสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนของประเทศตลอดไป



# TWPC CSV



**F1**  
ARMER

การพัฒนาเกษตรกร



**F2**  
ACTORY

โรงงานสีเขียว  
และการพัฒนาชุมชน



**F3**  
AMILY

การพัฒนาคุณภาพชีวิต  
ครอบครัวพนักงาน



**F4**  
OOD

การวิจัยอาหาร  
ออร์แกนิก และเพื่อสุขภาพ

สิทธิมนุษยชน และการกำกับดูแลกิจการที่ดี

กลยุทธ์

ความเชี่ยวชาญ และ  
การสนับสนุนเกษตรกร

โรงงานสีเขียว  
"Zero Waste"

พนักงาน สิทธิมนุษยชน  
และการปฏิบัติตามข้อกำหนด

การสร้างแบรนด์  
ด้วยการตลาด  
อย่างมีความรับผิดชอบ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เกษตรกร  
คู่ค้าทางธุรกิจ

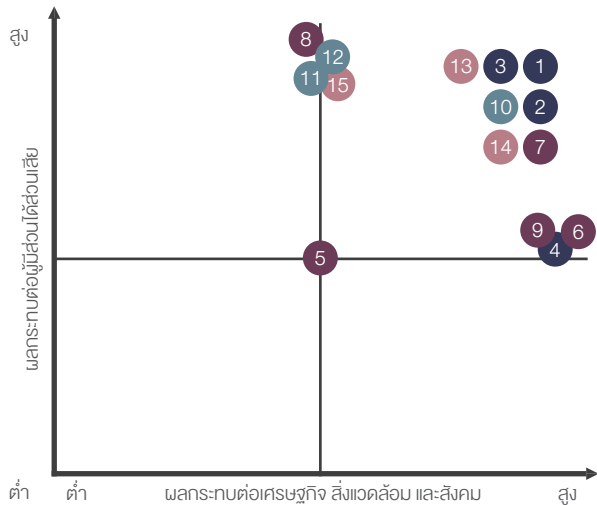
ชุมชนและสังคม

พนักงาน

ลูกค้า และผู้บริโภค  
คู่ค้าทางธุรกิจ

# ประเด็นด้าน ความยั่งยืนที่สำคัญ

การจัดทำการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญที่สุดฉบับนี้จัดทำขึ้นจากการทำงานร่วมกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอก โดยพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ทั้งภายในและภายนอก เพื่อประเมินประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยที่สำคัญ วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ตามแนวทางของ GRI Standards ควบคู่ไปกับการจัดอันดับความสำคัญของความเสี่ยงต่อความยั่งยืน และการวางแผนรับมืออย่างเหมาะสม โดยบริษัทฯ มีกระบวนการประเมินและประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ ดังนี้



มิติ

ประเด็นด้านความยั่งยืน

- | มิติ                                | ประเด็นด้านความยั่งยืน   |   |
|-------------------------------------|--|---|
| ● การพัฒนาเกษตรกร                   | 1. การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ   |   |
|                                     | 2. การพัฒนาเกษตรกร   |   |
|                                     | 3. การบริหารห่วงโซ่อุปทาน<br>และการจัดหาวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ |   |
|                                     | 4. การกำกับดูแลกิจการที่ดี   |   |
| ● การพัฒนาโรงงาน<br>และชุมชนสีเขียว | 5. การพัฒนาสังคมชุมชน  |   |
|                                     | 6. การบริหารจัดการน้ำ  |   |
|                                     | 7. การจัดการของเสีย  |   |
|                                     | 8. ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย                                       |   |
|                                     | 9. ประสิทธิภาพของเครื่องจักร<br>และกระบวนการผลิต                   |   |
|                                     | ● การพัฒนาคุณภาพชีวิต<br>ครอบครัวพนักงาน                           | 10. การพัฒนานุเคราะห์                   |
|                                     |  | 11. การต่อต้านทุจริต และคอร์รัปชัน      |
|                                     |  | 12. การปฏิบัติต่อแรงงาน และสิทธิมนุษยชน |
|                                     | ● การวิจัยอาหาร<br>ออร์แกนิก<br>และเพื่อสุขภาพ                     | 13. นวัตกรรม                            |
| 14. ความปลอดภัยของอาหาร             |  |   |
| 15. ความไว้วางใจต่อ Brand           |  |   |

# ช่องทางในการสร้าง การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยวางแผนเชิงกลยุทธ์สู่การเป็นองค์กรแห่งความยั่งยืน ซึ่งครอบคลุมมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีการวิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญของบริษัทฯ ที่ได้รับผลกระทบทั้งเชิงบวกและลบจากการดำเนินธุรกิจ ครอบคลุมทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างต่อเนื่อง

สำหรับการจัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปี 2563 บริษัทฯ ได้รวบรวมประเด็นและข้อคิดเห็นจากความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อรับทราบความต้องการ มุมมองความคิดเห็น ข้อกังวล ตลอดจนข้อเสนอแนะ อันจะนำมาใช้ในการพัฒนาแนวปฏิบัติให้สอดคล้องกับการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่เหมาะสมและเป็นธรรมต่อไป นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจตัวแทนกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งประกอบด้วย ผู้พัฒนาตลาดทุน คู่ค้าทางธุรกิจ ชุมชนและสังคม ลูกค้าและผู้บริโภค และนักลงทุน พร้อมทั้งนำประเด็นที่มีนัยสำคัญมาใช้ในการกำหนดเนื้อหาของรายงานความยั่งยืนฉบับนี้อีกด้วย



# กลุ่ม ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย 7 กลุ่มหลัก

## เกษตรกร

### ช่องทางการมีส่วนร่วม

1. โครงการสมาชิกชาวไร่ไทยชา
2. กิจกรรมพัฒนาเกษตรกร
3. แอปพลิเคชันบนมือถือ
4. งานวันขอบคุณชาวไร่ไทยชา

### ตัวอย่างของประเด็น

- การส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกร
- ความรู้ทางเทคโนโลยีสำหรับเกษตรกร
- การกำกับดูแลกิจการที่ดี

### ตัวอย่างการตอบสนองของบริษัท

- การส่งเสริม ดูแล ฝึกอบรม ให้กับเกษตรกร ให้เพิ่มความสามารถในการบริหารจัดการและกระบวนการเพาะปลูก
- การรับซื้ออย่างเป็นธรรม
- สนับสนุนเครื่องมือการเพาะปลูกเพื่อช่วยลดการใช้แรงงานและเวลา
- จัดตั้งหน่วยงาน Agronomist เพื่อดูแลสมาชิกเกษตรกรโดยตรง

สามารถศึกษารูปแบบและวิธีการตอบสนองของบริษัทฯ เพิ่มเติมได้ที่บท “การพัฒนาเกษตรกร” และ “การบริหารด้านการใช้น้ำเพื่อการเกษตรยั่งยืน”

## คู่ค้าทางธุรกิจ

### ช่องทางการมีส่วนร่วม

1. การประชุมคู่ค้า
2. การลงพื้นที่เยี่ยมชมคู่ค้าทางธุรกิจ
3. Wholesale Fresh / Wholesale Dry Conference
4. ช่องทางโซเชียลมีเดียต่างๆ เช่น Website, Facebook, Youtube, Linked in, และ Line@

### ตัวอย่างของประเด็น

- การส่งเสริมคุณภาพชีวิตของคู่ค้า
- กิจกรรมส่งเสริมการขายและกิจการทางการตลาด
- คุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร
- การกำกับดูแลกิจการที่ดี

### ตัวอย่างการตอบสนองของบริษัท

- การส่งเสริม ดูแล ฝึกอบรม ให้กับคู่ค้า ให้เพิ่มความสามารถในการขาย
- การพัฒนาความหลากหลายของสินค้า ให้ตรงกับความต้องการของตลาด
- การพัฒนากิจกรรมส่งเสริมการขายและกิจการทางการตลาดให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

สามารถศึกษารูปแบบและวิธีการตอบสนองของบริษัทฯ เพิ่มเติมได้ที่บท “การยกระดับคุณภาพ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์”

## ลูกค้าและผู้บริโภค

### ช่องทางการมีส่วนร่วม

1. แบบสำรวจความพึงพอใจประจำปี
2. ศูนย์รับคำร้องเรียนลูกค้า
3. ช่องทางโซเชียลมีเดียต่างๆ เช่น Website, Facebook, Youtube, Linked in, และ Line@

### ตัวอย่างของประเด็น

- การเข้าถึงผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพ
- คุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร
- ข้อมูลฉลากผลิตภัณฑ์

### ตัวอย่างการตอบสนองของบริษัท

- การสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจเกี่ยวกับโภชนาการ และฉลากผลิตภัณฑ์
- เพิ่มช่องทางการสื่อสารการส่งเสริมการขาย
- พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ได้มาตรฐานทั้งคุณภาพและความปลอดภัย
- นำเสนอผลิตภัณฑ์ทางเลือกเพื่อสุขภาพ
- การพัฒนากิจกรรมส่งเสริมการขายและกิจการทางการตลาดให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

สามารถศึกษารูปแบบและวิธีการตอบสนองของบริษัทฯ เพิ่มเติมได้ที่บท “นวัตกรรมต่อกระบวนการ ผลิตภัณฑ์และบริการ” และ “การยกระดับคุณภาพ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์”



## พนักงาน

### ช่องทางการมีส่วนร่วม

1. ระบบสำรวจความผูกพันของพนักงาน
2. ระบบสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ภายในองค์กร (Intranet / E-newsletter / แอปพลิเคชันบนมือถือ (TimeMint) / วารสาร TW Wander)
3. กิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง
4. กิจกรรมประธานเจ้าหน้าที่บริหารพบพนักงาน (CEO Town Hall)
5. การประเมินผลงานประจำปี (PMS)
6. โครงการโค้ช และ Mentor

### ตัวอย่างของประเด็น

- อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- ความก้าวหน้าในสายอาชีพ
- ค่าตอบแทน สิทธิประโยชน์ และสวัสดิการ
- การสร้างความผูกพันของพนักงาน

### ตัวอย่างการตอบสนองของบริษัท

- การวิเคราะห์แผนพัฒนาศักยภาพและการประเมิน Career Path ของพนักงานผ่านระบบ Performance Management System (PMS)
- มีการปรับปรุงระบบการประเมินพฤติกรรมการทำงานให้สอดคล้องกับ Function การทำงานให้มากขึ้น
- โครงการ Thai Wah Leadership Academy (TLA) การวิเคราะห์และจัดการอบรมให้ความรู้ที่เหมาะสมกับพนักงานทุกระดับ
- การดูแลพนักงานในช่วงโควิด-19

สามารถศึกษารูปแบบและวิธีการตอบสนองของบริษัทฯ เพิ่มเติมได้ที่บท “ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย” “การพัฒนาบุคลากร” และ “สิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างถูกต้อง”

## ชุมชนและสังคม

### ช่องทางการมีส่วนร่วม

1. กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ / ส่งเสริมคุณภาพชีวิต
2. เปิดช่องทางรับข้อร้องเรียน
3. การลงพื้นที่เยี่ยมเยียน

### ตัวอย่างของประเด็น

- การสร้างงานและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน
- การลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในชุมชน

### ตัวอย่างการตอบสนองของบริษัท

- ดำเนินโครงการส่งเสริมสุขภาพ และคุณภาพชีวิตให้กับชุมชน เช่นการตรวจสุขภาพเบื้องต้น
- ดำเนินโครงการปลูกจิตสำนึกให้เยาวชนรุ่นใหม่รักกิจกรรม
- กำหนดนโยบายการลดการใช้พลังงานลดการใช้น้ำและการปล่อยของเสียอย่างชัดเจน

สามารถศึกษารูปแบบและวิธีการตอบสนองของบริษัทฯ เพิ่มเติมได้ที่บท “การพัฒนาสังคมและชุมชน”

## ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน

### ช่องทางการมีส่วนร่วม

1. การประชุมสามัญผู้ถือหุ้น
2. การเยี่ยมชมบริษัท
3. การประชุมร่วมกับนักวิเคราะห์รายไตรมาส
4. กิจกรรม Opportunity Day / Roadshow ทั้งในและต่างประเทศ
5. การสัมภาษณ์ผู้บริหารในวาระต่างๆ
6. เว็บไซต์หน้านักลงทุนสัมพันธ์ / อีเมล / โทรศัพท์

### ตัวอย่างของประเด็น

- การกำกับดูแลกิจการที่ดี
- การเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส ถูกต้องทันเวลา
- ความก้าวหน้าในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน

### ตัวอย่างการตอบสนองของบริษัท

- การดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล
- ความโปร่งใส และความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้น
- กำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานอย่างชัดเจน
- กำหนดนโยบายลดความเสี่ยงอย่างชัดเจน

สามารถศึกษารูปแบบและวิธีการตอบสนองของบริษัทฯ เพิ่มเติมได้ที่บท “การกำกับดูแลกิจการที่ดี”

## หน่วยงานภาครัฐ

### ช่องทางการมีส่วนร่วม

1. การรายงานและเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ
2. ร่วมมือและสนับสนุนโครงการในประเด็นที่เกี่ยวข้อง
3. การเข้าร่วมงานสัมมนาต่างๆ

### ตัวอย่างของประเด็น

- การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง
- การเป็นตัวอย่างในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อ

### ตัวอย่างการตอบสนองของบริษัท

- การดำเนินงานตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง
- สนับสนุนโครงการของภาครัฐในประเด็นที่เกี่ยวข้อง

สามารถศึกษารูปแบบและวิธีการตอบสนองของบริษัทฯ เพิ่มเติมได้ที่บท “การกำกับดูแลกิจการที่ดี”

# ประเทศที่เราส่งออก + โรงงานของบริษัท

ไทยวางขยายกิจการไปยังประเทศต่างๆ โดยขึ้นกับโอกาส  
และศักยภาพของแต่ละประเทศ โดยมีจุดเน้นบริษัทฯ

- มีโรงงานและสาขาครอบคลุมกว่า 5 ประเทศ
- ส่งออกไปมากกว่า 32 ประเทศทั่วโลก



## Factories and Operation bases



### Thailand

Bangkok | Kalasin  
Kamphaeng Phet | Nakhon Phatom  
Nakorn Ratchasima | Udon Thani  
Rayong | Tak | Chonburi



### Vietnam

Cu Chi | Ho Chi Minh | Tay Ninh



### Cambodia

Oddar Meanchey



### China

Shanghai



### Indonesia

Jakarta





-  1 Bahrain
-  3 Czech Republic
-  5 Finland
-  7 Israel

-  2 Canada
-  4 England
-  6 Germany
-  8 Mauritius

-  9 Netherlands
-  11 Russia
-  13 UAE
-  15 China
-  17 Thailand
-  19 Cambodia
-  21 Taiwan
-  23 Korea
-  25 Philippines
-  27 Malaysia
-  29 Australia
-  31 Saudi Arabia

-  10 Poland
-  12 Sweden
-  14 USA
-  16 Myanmar
-  18 Laos
-  20 Vietnam
-  22 Hong Kong
-  24 Japan
-  26 Brunei
-  28 Singapore
-  30 Chile
-  32 Indonesia

# เป้าหมาย การพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

ไทยวา เราเชื่อว่าความยั่งยืนนั้นไม่สามารถสร้างได้จากคนเดียว แต่จะต้องเกิดจากความร่วมมือกันของทุกฝ่ายทั้งในและนอกองค์กร ที่มีส่วนช่วยพัฒนาให้องค์กรเจริญเติบโตยิ่งขึ้นไปเรื่อยๆ กลยุทธ์ด้านความยั่งยืนนั้นไม่ใช่เพียงแค่เป้าหมายในระยะยาวเท่านั้น แต่ควรเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจในทุกๆ วัน การผสานกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนเข้ากับพื้นฐานการดำเนินธุรกิจที่แข็งแกร่ง ภายใต้กลยุทธ์ความยั่งยืนหลัก การพัฒนาเกษตรกร การพัฒนาโรงงานและชุมชนสีเขียว การพัฒนาคุณภาพชีวิตครอบครัวพนักงาน และการวิจัยอาหาร จะทำให้เราเติบโตควบคู่ไปกับสังคมได้อย่างยั่งยืน



การผนวก SDGs เข้ากับกลยุทธ์ความยั่งยืนทำให้เราสามารถระบุประเด็นในการสร้างผลกระทบต่อเชิงบวก หรืออย่างน้อยสามารถลดผลกระทบต่อเชิงลบได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งเราได้เชื่อมโยงประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Issues) กับ SDGs เพื่อให้ทราบว่าการกิจกรรมใดในห่วงโซ่คุณค่าของไทยวาที่เหมาะสมที่สุด และสามารถสนับสนุนเป้าหมายได้ ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม



 Global Compact  
Network Thailand

“  
I think every CEO has  
a very strong commitment  
to improve the multistakeholderism  
in different parts of the company  
and I look forward to learning and sharing  
from more business leaders in the future.

”  
Mr. Ho Ren Hua  
Chief Executive Officer  
Thai Wah PCL



ดังนั้นเรามีความมุ่งมั่นที่จะนำความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญมาใช้ในการสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนพื้นฐาน 12 เป้าหมาย จากทั้งหมด 17 เป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับขีดความสามารถ และศักยภาพของบริษัท ที่จะร่วมก้าวเดินสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกกระบวนการผลิตรวมถึงช่วยสร้างคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ดีขึ้น พร้อมสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนของประเทศตลอดไป



ชมวิสัยทัศน์ผู้บริหารไทยวา  
ในรายการ เราปรับ โลกเปลี่ยน  
ได้ที่

## FARMER



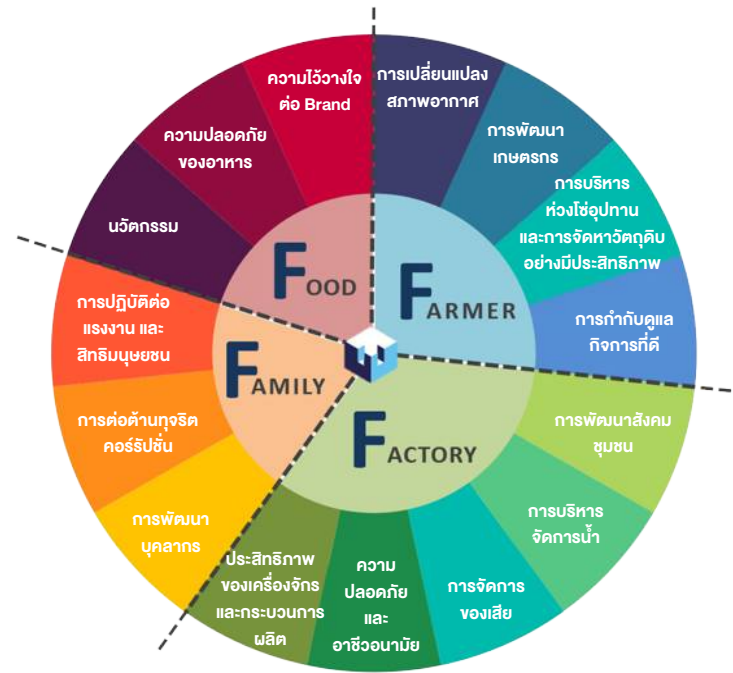
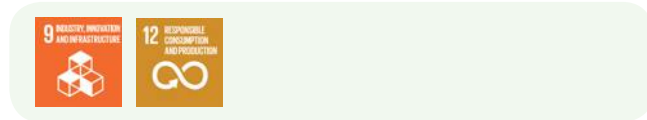
## FACTORY



## FAMILY

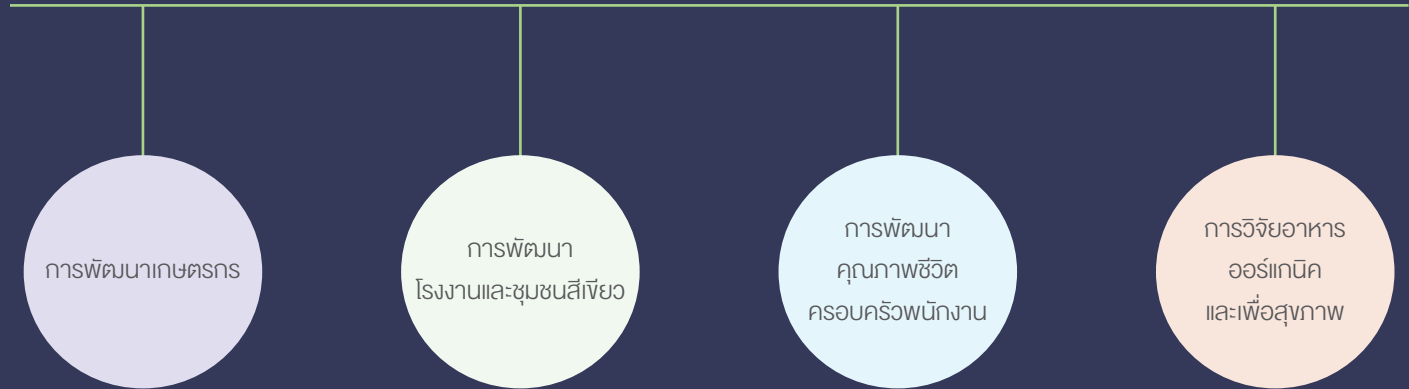


## FOOD





# Creating Innovation and Sustainability from Farm to Shelf



กว่า 74 ปีที่ไทยวาเชื่อมั่นในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ผ่านการมุ่งคิดค้นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมคุณภาพชีวิตและความยั่งยืนของสังคม บริษัทฯ มีความตั้งใจที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ แป้งและอาหารจากแป้งเป็นสื่อกลางในการพัฒนาชีวิตในอาเซียน และอีกหลายล้านชีวิตทั่วโลก รวมถึงคู่ค้าทางธุรกิจ ชุมชน พนักงาน และผู้บริโภค แรงบันดาลใจในการพัฒนาเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน คือการได้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในทุกด้านของการผลิต มีความรับผิดชอบต่อ

ในการสร้างมาตรฐานให้กับการดำเนินงานด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจในทุกการดำเนินงานและในห่วงโซ่อุปทานทั้งหมดบนพื้นฐานการดูแลกิจการที่ดี ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย มีเป้าหมายในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกให้เกิดขึ้นกับทั้งอุตสาหกรรม เพื่อที่เราจะสามารถสร้างผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงที่สุดไปด้วยคุณประโยชน์ สร้างอนาคตที่ดีขึ้นให้กับคู่ค้าทางธุรกิจและชุมชนโดยรอบ และส่งมอบผลิตภัณฑ์ได้อย่างเต็มภาคภูมิ



## การกำกับดูแลกิจการที่ดี

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี และจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ทุกกลุ่ม มีการดูแลให้ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ ของบริษัทฯ ได้รับการปฏิบัติอย่างเหมาะสม เสมอภาค และเป็นธรรม โดยเชื่อมั่นว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีซึ่งรวมถึงการให้ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทฯ เป็นรากฐานสำคัญที่จะนำไปให้องค์กรประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังนำมาซึ่งความเชื่อมั่น และความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ดังนั้นเราจึงยึดมั่นดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของบรรษัทภิบาลที่ดี ด้วยหลักความเป็นธรรม โปร่งใส และตรวจสอบได้

# การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน และการบริหารความเสี่ยง



เพื่อการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืนในอนาคต คณะกรรมการบริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติการเปลี่ยนชื่อคณะกรรมการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยง เป็น “คณะกรรมการตรวจสอบบริหารความเสี่ยง และกำกับดูแลกิจการ” เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2562 และขยายขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบ ให้ครอบคลุมหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท โดยเพิ่มขอบเขต หน้าที่ และความรับผิดชอบ ดังนี้

- กำกับดูแลการปฏิบัติงานของฝ่ายจัดการ ให้เป็นไปตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท

- ทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
- กำกับดูแลให้มีนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันที่เหมาะสมเพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ
- กำกับดูแลให้คำปรึกษา ในการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท

เพื่อการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน คณะกรรมการบริษัทฯ เห็นชอบต่อการกำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการ และจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ และได้เผยแพร่ให้แก่ ผู้บริหาร และพนักงานของกลุ่มบริษัทฯ ทั้งหมด ยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติ รวมถึงมีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และมีการควบคุมการดำเนินงานในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งรวมถึงประเด็นด้านการประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน การเคารพสิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

โดยเมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2563 ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯ ได้มีการรายงานผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กร และการมีส่วนร่วมของบริษัทกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดปี 2562 ต่อคณะกรรมการตรวจสอบบริหารความเสี่ยง และกำกับดูแลกิจการ เพื่อพิจารณาทบทวนการดำเนินงานการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพร้อมการระบุ และจัดลำดับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญขององค์กรได้ครบถ้วนและครอบคลุมตลอดห่วงโซ่ธุรกิจมากขึ้น พร้อมทั้งหาแนวทางในการตอบสนองต่อประเด็นที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความสำคัญได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม

## การบริหารจัดการความเสี่ยง

เพื่อให้บริษัทมีการบริหารความเสี่ยงมีประสิทธิภาพตามมาตรฐานสากล โดยมีการบริหารจัดการความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรตามแนวทางของ COSO: Enterprise Risk Management โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

### 1. โครงสร้างการกำกับดูแล

คณะกรรมการบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยง เพื่อการดำเนินธุรกิจให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน และเพิ่มมูลค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสียบริษัทฯ โดยให้นโยบายกับพนักงานทุกคนพร้อมกำหนดให้มีหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบผู้ประสานงานความเสี่ยงของบริษัทฯ อยู่ภายใต้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง โดยประสานงานกับตัวแทนของทุกๆ หน่วยงาน รวมทั้งกลุ่มโรงงาน ร่วมกันเป็นคณะทำงานบริหารความเสี่ยง

### 2. การกำหนดกลยุทธ์และวัตถุประสงค์องค์กร

คณะทำงานบริหารความเสี่ยง ทำหน้าที่ดูแลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับ และพิจารณาถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในวงกว้างทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่อาจมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมหรือต่อการดำเนินธุรกิจในอนาคต 3-5 ปีข้างหน้า เพื่อลดผลกระทบความเสี่ยงซึ่งอาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ ให้คงเหลือความเสี่ยงในระดับที่ยอมรับได้หรือส่งผลกระทบต่ออย่างไม่เป็นสาระสำคัญ รวมถึงการกำกับดูแลบริษัทย่อย การทำธุรกรรมกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง และบุคคลที่เกี่ยวข้องกันอย่างเพียงพอและเหมาะสม เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามนโยบาย และเป้าหมายที่กำหนดไว้ และช่วยให้ข้อมูลรายงานทางการเงินมีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือ

### 3. กระบวนการบริหารความเสี่ยง

บริษัทใช้วิธีการสอบถามข้อมูลจากฝ่ายบริหาร หน่วยงานต่างๆ และกลุ่มโรงงาน ตามแนวทางของแบบประเมินความเสี่ยงพอของระบบการควบคุมภายในและการบริหารจัดการความเสี่ยงตามแนวปฏิบัติของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

### 4. การทบทวนและปรับปรุง

บริษัทมีการประเมินความเสี่ยงพอของระบบการควบคุมภายใน และการบริหารจัดการความเสี่ยงเป็นประจำทุกปี

### 5. การติดตาม รายงาน และประเมินผล

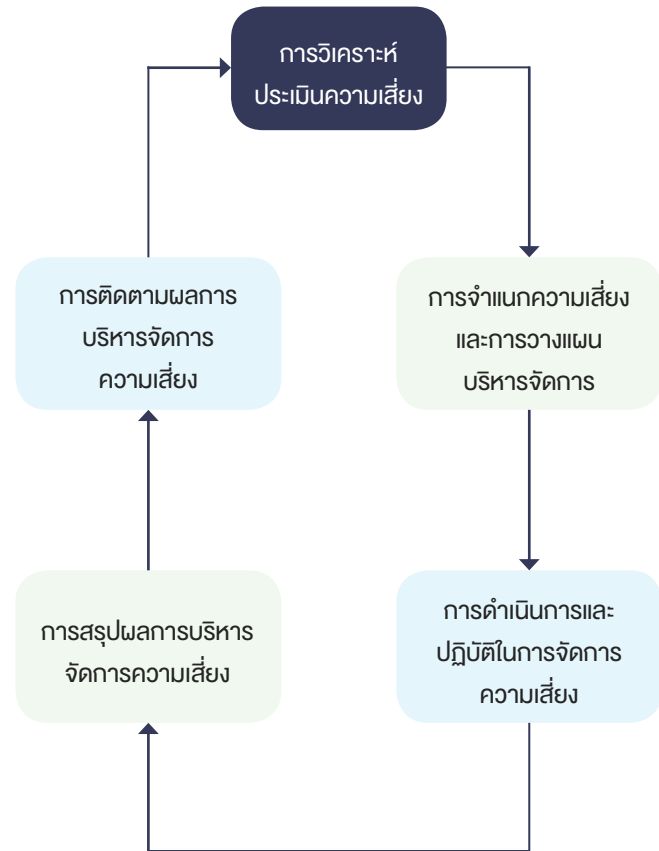
บริษัทฯ มีการกำหนดให้ฝ่ายตรวจสอบภายในปฏิบัติงานติดตาม ตรวจสอบ สอบทาน และรายงานผลการตรวจสอบและสอบทานต่อคณะกรรมการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยงโดยตรงเป็นประจำทุกปี

นอกจากนี้คณะกรรมการบริษัทฯ ยังได้ให้ความสำคัญในการวางแผนการบริหารจัดการความเสี่ยงทั้งความเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยภายนอก (Inherent risks) และความเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยภายใน (Control risks) รวมถึงความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ได้แก่ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและสุขภาพ ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของเงินประกันภัย เป็นต้น

## 6. การสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารความเสี่ยง

นอกจากนี้บริษัทฯ มีการวางแผนบริหารความเสี่ยง โดยจะมีการสื่อสาร และสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับจัดการความเสี่ยงให้แก่กรรมการ ผู้บริหารระดับสูง และพนักงานทุกคน ครอบคลุมไปถึงการทำงานในระดับปฏิบัติการ เพื่อเสริมสร้างการให้การบริหารความเสี่ยงเกิดเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งในปี 2563 บริษัทฯ มีการจัดอบรมให้กับผู้จัดการโรงงาน และหัวหน้างานในแต่ละหน่วยงาน เพื่อให้เข้าใจถึงความสำคัญของแผนจัดการความเสี่ยงขององค์กร มีการจัดทำการประเมินความเสี่ยงใหม่ของทั้งองค์กร และมีแผนที่จะเผยแพร่ความรู้และความเข้าใจไปสู่กับพนักงานทุกระดับในปีต่อไป เพื่อนำแนวทางการบริหารความเสี่ยงมาประยุกต์ใช้กับองค์กร โดยให้ความสำคัญในการเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสม ตอบสนองวิสัยทัศน์ พันธกิจ และการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ให้เป็นไปตามกลยุทธ์ที่เลือกไว้ ในระดับประเทศหรือระดับองค์กร ซึ่งได้กำหนดให้ผลการดำเนินงานด้านความเสี่ยงเป็น KPI ขององค์กรหรือของฝ่ายงานเจ้าของความเสี่ยง หรือมีการกำหนดให้ความเสี่ยงเป็นหนึ่งในเกณฑ์การพัฒนาหรืออนุมัติการลงทุนใหม่ๆ

นอกจากนั้น คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้มีการจัดทำดัชนีชี้วัดความเสี่ยงที่สำคัญ (Key Risk Indicator หรือ KRI) เพื่อใช้ในการประเมินความเสี่ยงที่สำคัญของแต่ละฝ่าย รวมถึงส่วนโรงงานต่างๆ มีการจัดทำและทบทวนแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP) เมื่อเกิดกรณีวิกฤติ โดยกำหนดมีแผนการซ้อมรับมืออย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ และผู้มีส่วนได้ส่วนต่างๆของบริษัท รวมถึงติดตามผลการดำเนินงานของคณะทำงานบริหารความเสี่ยง เพื่อสรุปผลและรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทฯ



## ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk)

- ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและสุขภาพ
- ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงวงเงินประกันภัย
- ความเสี่ยงจากโรคระบาด
- ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎข้อบังคับและการปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมาย
- ความเสี่ยงจากการปรับตัวให้เข้ากับยุค New normal และ Digitalization
- ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจมหภาคและผลกระทบจากการเมือง
- ความเสี่ยงจากการจัดการด้านห่วงโซ่อุปทาน
- ความเสี่ยงจากอุทกภัย และภัยพิบัติต่างๆ





# การต่อต้านทุจริต และคอร์รัปชัน



## นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน

บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน) ได้มีการกำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจด้วยหลักธรรมาภิบาล ยึดมั่นในความ รับผิดชอบต่อ สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งให้ความสำคัญในการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันมาโดยตลอด หลังจาก ได้มีการประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Collective Action Coalition Against Corruption: CAC) เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2560 บริษัทก็ได้มีมาตรฐานที่เข้มข้นในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันโดยมุ่งเน้นการวางระบบงานที่โปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ โดยพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารนโยบาย และปลูกจิตสำนึกให้กับพนักงาน และการบันทึกข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ



## S:UU E-learning TWPC Anti-Corruption The Series

เราเชื่อมั่นว่าการปลูกจิตสำนึกเพื่อสร้างองค์กรที่มีความโปร่งใสคือกุญแจสำคัญของการสร้างวัฒนธรรมที่ดีให้กับองค์กรอย่างยั่งยืน เพื่อให้การดำเนินงานด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีการดำเนินงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส และเป็นธรรม รวมทั้งสามารถบรรลุเป้าหมายตามเจตนารมณ์ของบริษัทฯ ตลอดจนเพื่อให้เป็นแนวทางในการปฏิบัติที่ชัดเจนของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทั้งหมด บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติ หรือดำเนินงานด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงได้จัดทำหลักสูตรต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน ผ่านระบบการเรียนรู้แบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทั้งหมดของบริษัทฯ รับทราบ และมีความเข้าใจในเรื่องของนโยบายและแนวทางการปฏิบัติของนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันของไทยวา รวมถึงเข้าใจนิยามของคำว่า “Corruption” รู้จักการป้องกัน กฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงภาพรวมสถานการณ์คอร์รัปชันในประเทศไทย ในรูปแบบของ VDO Animation หรือ Thai Wah Anti-Corruption The Series เพื่อให้เข้าถึงพนักงานในทุกระดับ เนื้อหานโยบายจะได้รับการถ่ายทอดผ่านตัวละครที่เป็นตัวแทนของการต่อต้านการทุจริตที่มีความหมาย และเรื่องราวที่สอดคล้องกับนโยบายขององค์กร โดยประกอบไปด้วยตัวละครหลัก คือ

## Mr.T

เป็นตัวแทนของบริษัทไทยวา โดยตัวละครจะเน้นบุคลิกของความทันสมัย มีความรักองค์กร และเชื่อมั่นในความถูกต้องและความโปร่งใส



## พีแอนตี้

เป็นตัวแทนสัญลักษณ์ของความดีและความถูกต้อง โดยพัฒนาตัวละครจากรูปแบบของชูนิอูโปงในความหมายว่า “ดีเยี่ยม” และสีฟ้าใสเพื่อเป็นสัญลักษณ์ของความโปร่งใส

โดยเนื้อหา TWPC Anti-Corruption The Series จะประกอบไปด้วย 6 หัวข้อดังนี้

Corruption คืออะไร

การป้องกันการทุจริต และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

สถานการณ์คอร์รัปชันในประเทศไทย

ไทยวา และนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน

แนวทางการปฏิบัติของพนักงานไทยวา

การพิจารณาโทษ และการรับของงวัญ



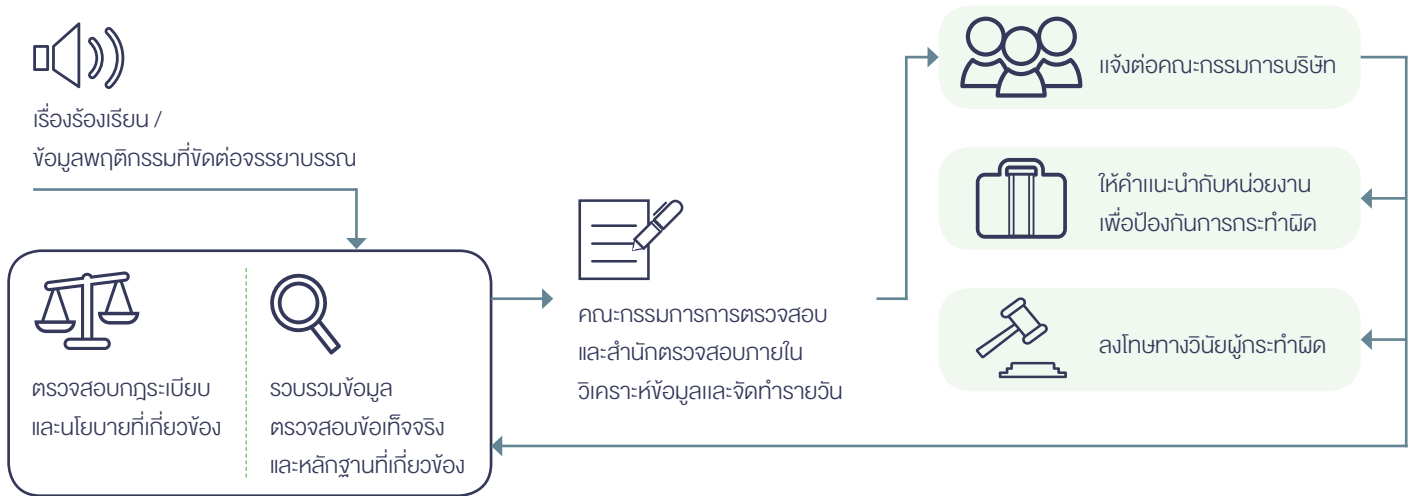
ทั้งนี้ในปี 2563 บริษัทได้ดำเนินการฝึกอบรมและทำแบบทดสอบเกี่ยวกับการต่อต้านคอร์รัปชัน ในส่วนของคณะกรรมการบริษัทครบทุกท่านแล้ว และมีพนักงานเข้าร่วมการฝึกอบรมรวมแล้วจำนวน 660 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ของพนักงานเป้าหมายทั้งหมด

## การบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน

นอกจากนี้ บริษัทฯ จัดให้มีช่องทางการแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียน เมื่อพบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมหรือขัดต่อจรรยาบรรณธุรกิจ ตลอดจนรับฟังข้อเสนอแนะจากพนักงาน โดยบริษัทฯ จะให้ความสำคัญและคุ้มครองพนักงานที่ปฏิเสธการกระทำที่เข้าข่ายคอร์รัปชัน หรือแจ้งเรื่องคอร์รัปชันที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ซึ่งในปี 2563 บริษัทฯ ได้รับแจ้งเบาะแส และเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริต และการปฏิบัติงานผ่านช่องทางต่างๆ ถึงคณะกรรมการตรวจสอบและสำนักตรวจสอบภายในรวมทั้งสิ้น 6 เรื่อง

ทั้งนี้จากการตรวจสอบข้อเท็จจริงแล้วพบว่าเป็นการทุจริต จำนวน 2 เรื่อง และเป็นการไม่ปฏิบัติตามระเบียบปฏิบัติงานหรือมีพฤติกรรมไม่เหมาะสมจริงจำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมิได้มีนัยสำคัญอันส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ ทั้งทางด้านชื่อเสียงหรือผลประกอบการ นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ลงโทษทางวินัยกับผู้กระทำผิดอย่างเหมาะสมตามระเบียบของบริษัทฯ เรียบร้อยแล้ว

## กระบวนการพิจารณาเรื่องการฝ่าฝืนจรรยาบรรณธุรกิจ



## ช่องทางการแจ้งเบาะแสการทุจริต

### คณะกรรมการบริษัทฯ

อีเมล : bod@thaiwah.com  
โทรศัพท์ : 0-2285-0268  
ไปรษณีย์ : คณะกรรมการบริษัทฯ  
บริษัทไทยวา จำกัด (มหาชน)  
เลขที่ 21/59, 21/63-64 อาคารไทยวา 1 ชั้น 20-21  
ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120 หรือ

### คณะกรรมการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยง

อีเมล : arc@thaiwah.com  
โทรศัพท์ : 0-2285-0268  
ไปรษณีย์ : คณะกรรมการการตรวจสอบและบริหารความเสี่ยง  
บริษัทไทยวา จำกัด (มหาชน)  
เลขที่ 21/59, 21/63-64 อาคารไทยวา 1 ชั้น 20-21  
ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120 หรือ

### หน่วยงานตรวจสอบภายใน

อีเมล : ia@thaiwah.com  
โทรศัพท์ : 0-2285-0268  
ไปรษณีย์ : หน่วยตรวจสอบภายใน  
บริษัทไทยวา จำกัด (มหาชน)  
เลขที่ 21/59, 21/63-64 อาคารไทยวา 1 ชั้น 20-21  
ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120



# การจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว

## นโยบายจัดซื้อจัดจ้าง

เพื่อการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนทั่วทั้งองค์กร บริษัท ไทยวา ได้มีการจัดทำนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว (Green Procurement) ภายใต้กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม โดยกำหนดให้ประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนหนึ่งในการคัดเลือกคู่ค้า รวมถึงส่งเสริมการใช้สินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้ปฏิบัติงาน เช่น

- จัดทำสรุปรายชื่อ ทะเบียนคู่ค้ารายสำคัญ เพื่อนำมาวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงจากคู่ค้า ที่ครอบคลุมประเด็นด้านสังคมและ/หรือสิ่งแวดล้อมด้วย เช่น สิทธิมนุษยชน การดูแลพนักงานและแรงงานจรรยาบรรณธุรกิจ และการปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม
- จัดทำสรุปผลการทำงานประจำปีของคู่ค้ารายหลัก รวมถึงมีนโยบายการพัฒนาศักยภาพคู่ค้ารายหลักในด้านต่างๆ ร่วมกับหน่วยงานภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง
- จัดทำขั้นตอนและวิธีการจัดซื้อ/จัดจ้าง ที่เป็นธรรมและให้ความเสมอภาคกับคู่ค้าทุกราย รวมถึงคัดเลือกสินค้าและบริการที่ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม

- สนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทรัพยากรหมุนเวียนและไม่ก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม เช่น สินค้าที่ได้รับการรับรองฉลากเขียว หรือ นโยบายการลดการสูญเสีย เป็นต้น
- ชี้แจงให้คู่ค้าทุกรายทราบถึงนโยบายการต่อต้านการทุจริตการทุจริตคอร์รัปชันขององค์กร

โดยในปี 2563 มีการจัดซื้อจัดจ้างจากคนในพื้นที่ที่ใกล้การทำธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 51 และมีการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมคิดเป็นร้อยละ 11 ของงบประมาณจัดซื้อจัดจ้างทั้งหมด โดยแบ่งออกเป็นธุรกิจเป้าหมายสำหรับหลังและธุรกิจอาหาร ดังนี้



• คู่ค้า	89 %
• คู่ค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมธุรกิจอาหาร	10 %
• คู่ค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมธุรกิจเป้าหมายสำหรับหลัง	1 %





กลุ่มเกษตรกรชาวไร่ไทยวา  
บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน) สาขา กาฬสินธุ์  
โทรศัพท์ 043-877087 043-877032

# การพัฒนาเกษตรกร

ภาคการเกษตรนับว่ามีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและยกระดับความเป็นอยู่ของสังคมในหลายประเทศทั่วโลก โดยสินค้าเกษตรและอาหารถือเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญที่สุดของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ไทยวามุ่งมั่นที่จะสร้างชีวิตที่ดีขึ้นตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท และสร้างคุณค่าร่วมด้วยนวัตกรรมและความยั่งยืนในตลอดห่วงโซ่คุณค่า ผ่านช่องทางต่างๆ มาอย่างต่อเนื่อง

การจัดหาวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนบริหารจัดการและพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องอาศัยให้การสนับสนุนอย่างเป็นระบบทั้งในเรื่องเทคโนโลยีการเกษตรที่ทันสมัย การเพิ่มศักยภาพการผลิตผ่านการทำการเกษตรอัจฉริยะ และการเข้าถึงทรัพยากรและการศึกษาในระดับสากล ผ่านทางเครือข่ายความร่วมมือจากสมาชิกชาวไร่ไทยวา (Thai Wah Farmer Networks) เพื่อสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาตลอดห่วงโซ่อุปทาน และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในระยะยาวอย่างเป็นรูปธรรม

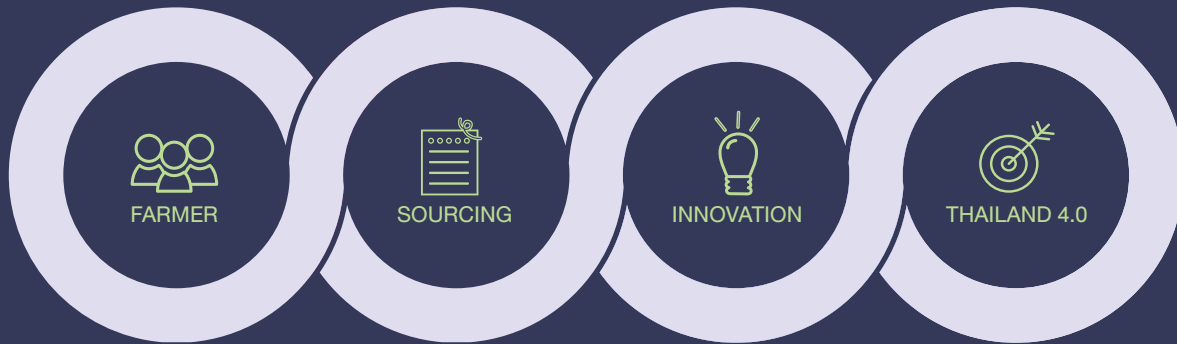
แม้ว่าธุรกิจจะเติบโตอย่างต่อเนื่องและห่วงโซ่อุปทานจะมีขอบข่ายกว้างมากขึ้นเพียงใด บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นและพัฒนาอย่างต่อเนื่องกำลังในการจัดหาวัตถุดิบหลักทางการเกษตรอย่างรับผิดชอบและยั่งยืน โดยมุ่งส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคู่ค้าธุรกิจ และสนับสนุนเครือข่ายความร่วมมือกับพันธมิตรในภาคส่วนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และองค์กรพัฒนาเอกชน เป็นต้น



# การบริหารจัดการและการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

ท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ความท้าทายจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการเพิ่มขึ้นของประชากรบนพื้นฐานทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อปริมาณและคุณภาพของผลผลิตทางการเกษตร ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการและพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักของธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพ เริ่มตั้งแต่

การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต ไปจนถึงการจำหน่ายสินค้าอย่างมีรับผิดชอบและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การร่วมฟื้นฟูและรักษาพื้นที่ต้นน้ำ เพื่อความมั่นคงของฐานทรัพยากรธรรมชาติที่จะเอื้อต่อการดำรงชีวิตและการดำเนินธุรกิจอย่างสมดุลและยั่งยืน รวมถึงการคิดค้นนวัตกรรมและเทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพในห่วงโซ่อุปทานของสินค้าเกษตรและอาหารที่มีส่วนเกี่ยวข้อง



### Farmer club

- ตอบโจทย์เกษตรกรในทุกปัญหาครบวงจร ในการเพาะปลูก เพื่อให้เกษตรกรเพิ่มผลผลิตในการเพาะปลูก และลดต้นทุนในการผลิต ตั้งแต่การปลูกจนกระทั่งถึงการเก็บเกี่ยว และการขนส่งจนถึงโรงงาน

### Root Stations

- ได้รับห้วงมันที่มีคุณภาพสูงขึ้น
- อำนวยความสะดวกให้เกษตรกรเนื่องจากใกล้แหล่งเพาะปลูก
- รักษาสัมพันธภาพที่ดีกับเกษตรกร
- รับซื้อด้วยราคายุติธรรมตามปริมาณแป็ง
- ระบบบัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์

### Innovation

- สร้างแบบจำลองการเพาะปลูกตามฉบับของไทยวา
- เพิ่มมูลค่าให้มันสำปะหลัง
- พัฒนาแอปพลิเคชันมือถือสำหรับเกษตรกร (พยากรณ์อากาศ, พยากรณ์ฝน, และความรู้มันสำปะหลัง)
- ระบบจองคิวเพื่อการขายห้วงมันที่โรงงาน

### Smart Farming

- ช่วยเกษตรกรเพิ่มผลผลิตต่อไร่
- เริ่มทำแบบจำลองการเพาะปลูกตั้งแต่ปี 2562
- ระบบสื่อสารกับเกษตรกรผ่าน application



## ไทยวาเกษตรยั่งยืน (Model Farm at School)

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน โดยเริ่มจากกลุ่มเยาวชนและขยายผลไปสู่ครอบครัวและชุมชนตามลำดับ และตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมว่ามีความสำคัญต่อศักยภาพของธุรกิจไทยวาเป็นอย่างมาก จึงเกิดเป็นโครงการ “ไทยวาเกษตรยั่งยืน” ขึ้น เพื่อพัฒนาเกษตรกร สังคม และชุมชนสีเขียว จุดประสงค์เพื่อปลูกจิตสำนึกให้เยาวชนรุ่นใหม่รักเกษตรกรรม และเข้าใจการทำเกษตรผสมผสานตามแนวพระราชดำริ ส่งเสริมการเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ เป็นต้นแบบให้กับเกษตรกรในชุมชนได้นำไป

พัฒนาพื้นที่เพาะปลูก และสร้างเกษตรกรที่มีศักยภาพกลับคืนสู่ชุมชน โดยนำความรู้ที่ได้จากโครงการมาพัฒนาผลผลิตด้วยความรู้และเทคโนโลยีทางการเกษตร ควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีเกษตรอัจฉริยะ (Smart Farming) ตอนสนองนโยบายไทยแลนด์ 4.0 โดยเริ่มจากกลุ่มเยาวชนและขยายผลไปสู่ครอบครัว และชุมชนตามลำดับ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้อุตสาหกรรมเกษตรของประเทศ โดยไทยวาให้เงินทุนสนับสนุนตลอดโครงการ และได้เลือกโรงเรียนในระดับมัธยมในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เป็นชุมชนนำร่อง



เพื่อปลูกจิตสำนึกให้เยาวชนรักเกษตรกรรมและเข้าใจการทำเกษตรผสมผสานตามแนวพระราชดำริ ส่งเสริมการเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์



เพื่อสนับสนุนให้โรงเรียนเป็นแหล่งการเรียนรู้เกี่ยวกับการทำเกษตรผสมผสานตามแนวพระราชดำริ และเป็นต้นแบบให้กับเกษตรกรในชุมชนได้นำไปพัฒนาพื้นที่เพาะปลูก



เพื่อสร้างและพัฒนาเกษตรกรที่มีศักยภาพกลับคืนสู่ชุมชนโดยนำความรู้ที่ได้จากโครงการมาพัฒนาผลผลิตด้วยความรู้และเทคโนโลยีทางการเกษตร

### Phase

1

ปลูกต้นกล้าแห่งความพอเพียง

ปลูกแปลงเกษตรต้นแบบในโรงเรียน

2

แตกกิ่งกันสู่ชุมชน

เผยแพร่ความรู้ด้านเกษตรในชุมชน

3

ใส่ปุ๋ยแห่งความยั่งยืน

สร้างเกษตรกรรุ่นใหม่โดยการให้ทุนการศึกษากับในโรงเรียนต้นแบบ

## การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ และโรคระบาด



นอกจากการเตรียมพร้อมรับมือเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการปรับตัวเพื่อบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น โดยเฉพาะความเสี่ยงที่อาจกระทบการจัดหาวัตถุดิบทางการเกษตร ตลอดจนกระบวนการผลิต โดยบริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่นการวิจัยและพัฒนา เพื่อค้นคว้าวัตถุดิบทดแทนวัตถุดิบหลักในอนาคต หรือการหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ๆ เพื่อกระจายความเสี่ยงจากสภาพอากาศ หรือโรคระบาดที่มีผลกระทบต่อแหล่งวัตถุดิบหลักในปัจจุบัน

บริษัท ไทยวา โดยนายอำนาจ สุขประสงค์ผล กรรมการผู้จัดการกลุ่มธุรกิจแป้ง ร่วมประชุมกิจกรรมแลกเปลี่ยนข้อมูลการค้ามันสำปะหลัง สถานการณ์การผลิต การค้า มันเส้นและแป้งมัน แนวโน้มผลผลิตมันสำปะหลังของไทยและประเทศเพื่อนบ้าน รวมถึงสถานการณ์โรคใบด่างมันสำปะหลัง เพื่อให้สมาชิกสมาคมฯ ได้รับทราบสถานการณ์การค้ามันสำปะหลังในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต ในงานประชุมของสมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย (TTTA) ทุกๆ ไตรมาส



## โครงการวิจัยและพัฒนาต้นพันธุ์มันสำปะหลัง

การขยายพันธุ์มันสำปะหลังปลอดโรคใบด่างแบบเร่งรัด X20 คือได้ต้นพันธุ์เพิ่มขึ้น 20 เท่า เป็นวิธีการที่ทำได้ง่ายๆ ใช้เวลาเพียง 1 เดือน ก็จะได้ต้นที่ปลอดโรคถึง 20 ต้นจากมันสำปะหลัง 1 ลำ จากเดิมที่ได้เพียง 4-5 ต้น



โครงการผลิตต้นพันธุ์มันสำปะหลังแบบเร่งด่วนในฟาร์มปิด เป็นโครงการที่เกิดขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาการระบาดของไวรัสใบด่างที่เกิดขึ้นในประเทศไทย เวียดนาม และกัมพูชา โดยมีพื้นที่ระบาดอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2561 และส่งผลเสียหายอย่างหนักต่อเกษตรกร และอุตสาหกรรมมันสำปะหลังของประเทศ เนื่องจากโรคนี้นี้ส่งผลให้ผลผลิตลดลงร้อยละ 20-80 ปัจจัยหลักมาจากเกษตรกรไม่สามารถหาต้นพันธุ์ปลอดโรคได้อย่างเพียงพอต่อการเพาะปลูก โดยบริษัทฯ ได้ร่วมมือกับมูลนิธิพัฒนามันสำปะหลังจัดโครงการขยายพันธุ์มันสำปะหลังปลอดโรคใบด่างแบบเร่งรัด X20 เพื่อให้การสนับสนุนความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตต้นพันธุ์มันสำปะหลังแบบเร่งด่วน เพื่อให้สมาชิกเกษตรกรชาวไทยวามีที่นอนพันธุ์ปลอดโรคที่เพียงพอ สามารถลดการระบาดของโรคใบด่างมันสำปะหลังได้

ในปี 2563 บริษัทฯ ได้มีการสร้างโรงเรือนแบบปิดขึ้นทั้งหมด 10 โรงเรือน ผ่านการร่วมมือกับแหล่งวิจัยพัฒนามูลนิธิพัฒนามันสำปะหลัง โดยจุดประสงค์เพื่อวิจัยและพัฒนาต้นพันธุ์ใหม่ ขยายการผลิตต้นพันธุ์ที่ต้านทานโรคได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการขยายเชื้อพันธุ์มันสำปะหลังปลอดโรคด้วยวิธีเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อแบบเร่งรัด X20, X80 เพื่อให้ได้ต้นกล้ามันสำปะหลัง

จำนวนมากในระยะเวลาสั้น เพื่อสนับสนุนเกษตรกรให้มีที่นอนพันธุ์ปลอดโรคที่เพียงพอในฤดูกาลเพาะปลูกมันสำปะหลังต่อไป โดยจำนวนต้นพันธุ์แบบเร่งรัด X20 ที่ขยายได้ และได้แจกจ่ายให้เกษตรกรในเครือข่ายทั้งหมดเท่ากับ 362,151 ต้น นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีเป้าหมายการสร้างโรงเรือนแบบปิดอีก เป็นจำนวนทั้งหมด 23 โรงเรือน ในปี 2564 ซึ่งครอบคลุมทั้งในประเทศไทย เวียดนาม และกัมพูชา

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้แก่เกษตรกร เพื่อช่วยให้เกษตรกรมีรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยการขยายพันธุ์ต้นพันธุ์แวกซีสายพันธุ์ใหม่ ซึ่งลักษณะทางพีชไร์ของพันธุ์แวกซีใหม่นี้จะให้ผลผลิตและคุณภาพที่สูงขึ้นส่งผลให้มูลค่าของมันสำปะหลังเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัทฯ ในการส่งเสริมพัฒนาบทบาทของประเทศไทย ในอุตสาหกรรมมันสำปะหลังในระดับโลก โดยสามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและมุ่งเน้นการส่งออกเป็นสำคัญ

	2562	2563	เป้าหมาย 2564
จำนวนโรงเรือนแบบปิด (แห่ง)	3	10	23

# การจัดหาวัตถุดิบด้วยความรับผิดชอบ

ด้วยตระหนักดีว่าการจัดหาวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพของบริษัทฯ นอกจากการมุ่งเน้นไปที่การจัดหาวัตถุดิบทางการเกษตร เรายังตระหนักถึงความจำเป็นในการบริหารจัดการวัตถุดิบประเภทอื่น ตั้งแต่บรรพบุรุษ คลังสินค้า ไปจนถึงการขนส่ง บริษัทฯ ได้มีการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการวัตถุดิบหลักเชิงกลยุทธ์ เช่น การสำรวจแหล่งผลิตวัตถุดิบหลักที่สำคัญ เพื่อช่วยในการวิเคราะห์บริหารจัดการการจัดหาวัตถุดิบเข้าสู่โรงงานให้เพียงพอกับการผลิตทั้งในปัจจุบันและอนาคต

นอกจากนี้ บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะส่งเสริมการพัฒนาชุมชนในระยะยาว ด้วยนวัตกรรมที่สนับสนุนการสร้างชุมชนที่ยั่งยืน ความคิดริเริ่มของเราสำหรับชุมชนเกษตรกรรมของเราคือการสร้าง “เครือข่ายชาวไร่ไทยวา” โดยนำเสนอเกษตรกรด้วยเทคโนโลยีเกษตรที่ปรับขนาดได้ และสร้างรูปแบบโซลูชันการทำฟาร์มอัจฉริยะของไทยวาที่ดีที่สุดในระดับภูมิภาค เพื่อให้ชีวิตมีสุขภาพดีขึ้น ปรับปรุงห่วงโซ่อุปทานทั่วโลกโดยรวมเพื่อตอบสนอง ความต้องการในอนาคต และเพิ่มความเป็นอยู่ของเกษตรกร โดยมีแผนการดำเนินงานที่สำคัญคือ



## เครือข่ายสมาชิกชาวไร่ไทยวา

- การจัดหาวัตถุดิบที่มั่นคง
- การถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีให้กับเกษตรกร
- สร้างเครือข่ายเกษตรกรระดับภูมิภาคที่แข็งแกร่ง



## เทคโนโลยีการเกษตร

- ร่วมพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการเกษตรอย่างแม่นยำ
- เพิ่มความสามารถในการวิเคราะห์ผลผลิต ปริมาณความต้องการขาย และราคา



## การทำการเกษตรอัจฉริยะ

- ทางออกในการทำการเกษตร สำหรับเกษตรกร ซึ่งเหมาะสมสำหรับพืชหลากหลายชนิด
- บริการทางด้านการเงิน การศึกษา และการตลาด
- คิดค้นปัจจัยการผลิตทางการเกษตร เพื่อปรับปรุงผลผลิต และส่งเสริมการเกษตรปฎิรูป

## เครือข่ายสมาชิกชาวไร่ไทยวา

เราให้ความสำคัญกับสมาชิกเกษตรกรมากกว่าคู่ค้าทางธุรกิจ และเรามุ่งมั่นในการพัฒนาและส่งเสริมสมาชิกเกษตรกรของเราในการทำการเกษตรสมัยใหม่ ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ให้การสนับสนุนอย่างเป็นระบบ เช่น การบริหารจัดการน้ำ การพัฒนาพันธุ์มัน และระบบการขนส่งมันเข้าโรงงาน รวมถึงการให้ความรู้ด้านการทำการเกษตรอย่างถูกต้อง เพื่อให้สมาชิกเกษตรกรมีผลผลิตต่อไร่และผลตอบแทนเพิ่มขึ้น สามารถสร้างเครือข่ายเกษตรกรระดับภูมิภาคที่แข็งแกร่ง และพัฒนาได้ตามมาตรฐานในระดับสากล บริษัทฯ เชื่อว่าการพัฒนาคู่ค้าธุรกิจ ให้เติบโตไปด้วยกัน สามารถสร้างพื้นฐานการดำเนินธุรกิจที่มั่นคง เราจึงให้ความสำคัญกับการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ ควบคู่ไปกับการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ร่วมกันกับคู่ค้าทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการผลิตอย่างมีความรับผิดชอบ และยกระดับผลิตผลทางการเกษตร อันจะนำไปสู่การเสริมสร้างความมั่นคงแก่อุตสาหกรรมเกษตรในระยะยาว

ในปี 2563 บริษัทฯ มีลานมัน ทั้งหมด 4 แห่ง โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อได้รับหัวมันสดโดยตรงจากเกษตรกร เข้าสู่โรงงานมากขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ และรักษาสัมพันธ์ที่ดีกับเกษตรกร โดยบริษัทฯ มีนโยบายรับซื้อวัตถุดิบด้วยราคายุติธรรมตามปริมาณแบ่งผ่านระบบบัตรเครดิตอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้นอกจากบริษัทฯ สามารถลดต้นทุนหัวมันแล้ว ยังสามารถลดค่าใช้จ่ายและเวลาของเกษตรกร ทำให้เกษตรกรเดินทางสะดวกขึ้น มีความสะดวกสบายในการเข้ามาขายมากขึ้นอีกด้วย ซึ่งปี 2563 บริษัทฯ สามารถรับซื้อหัวมันสดผ่านลานมันที่ได้มากกว่า 120,000 ตัน จากสมาชิกเกษตรกรกว่า 6,000 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 13 ของปริมาณหัวมันสดทั้งหมดที่บริษัทฯ ต้องการทั้งปี

	2561	2562	2563	เป้าหมาย 2564
จำนวนลานมันเคลื่อนที่ (๓แห่ง)	4	4	4	4
สัดส่วนการซื้อหัวมันสดผ่านลานมันเคลื่อนที่ (ร้อยละ)	ไม่มี	10	13	25

# กลยุทธ์การเกษตรยั่งยืน



## Agronomist

- พันธกิจ “เกษตรกรคือที่หนึ่ง”
- มีความเชี่ยวชาญ / ผู้เชี่ยวชาญ
- ความมุ่งมั่นที่เคียงข้างเกษตรกร



## TWPC Learning Center

- จัดตั้ง 36 ศูนย์ความรู้ภายในปี 2566
- เพื่อถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีให้กับเกษตรกร
- จัดทำคลังใบ้ความรู้ทางการเกษตรผ่านทาง “TW Virtual Farming Classroom”



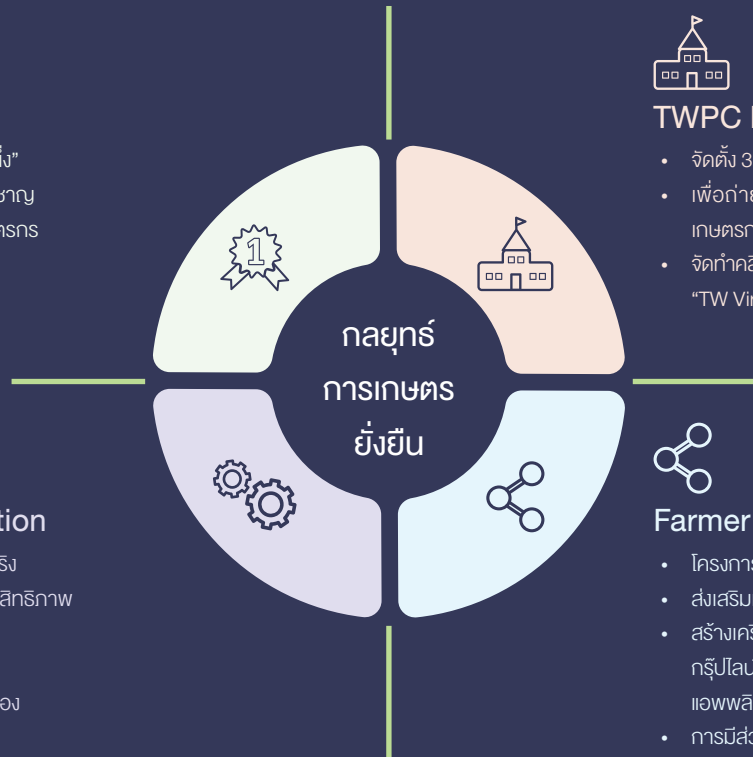
## Technology Adoption

- แนวทางปฏิบัติที่เกิดขึ้นได้จริง
- สามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- สามารถนำไปใช้งานได้ง่าย
- การันตีผลลัพธ์
- นำผลไปพัฒนาอย่างต่อเนื่อง



## Farmer Loyalty

- โครงการคืนโบนัสให้เกษตรกร
- ส่งเสริมเกษตรกรแบบอย่างของไทยวา
- สร้างเครือข่ายเกษตรกรที่เข้มแข็ง เช่น กลุ่มไลน์สำหรับเกษตรกรชาวไทยวา / แอปพลิเคชันบนมือถือ
- การมีส่วนร่วมจากผู้บริหาร



บริษัทฯ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในเรื่องเทคนิคด้านการปลูก และการเพิ่มผลผลิตมันสำปะหลังอย่างถูกต้อง รวมถึงสนับสนุนท่อนพันธุ์มันสำปะหลังที่มีมาตรฐานรับรอง ให้แก่เกษตรกรที่เป็นสมาชิกชาวไร่มันสำปะหลังของไทยวา ในปี 2563 บริษัทฯ ได้มีการจัดหลักสูตรฝึกอบรมให้แก่สมาชิกไทยวา เช่น เรื่อง การเพิ่มผลผลิตโดยการปรับปรุงดิน การใช้ต้นพันธุ์ที่ได้รับการรับรอง และการใช้เครื่องจักรสมัยใหม่ รวมถึงการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อติดตามสภาพอากาศ และการเพาะปลูก ปัจจุบันมีจำนวนเกษตรกรเข้าร่วมเป็นสมาชิกไทยวาทั้งหมด 1,569 คน เพิ่มขึ้นจาก 380 คน และมีเป้าหมายเพิ่มผลผลิตต่อไร่จาก 5.5 ตันต่อไร่ เป็น 5.8 ตันต่อไร่ หรือมีผลผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 8 ซึ่งจะทำให้การเก็บเกี่ยวในปี 2563/2564 นี้

ส่งผลให้ในปี 2563 บริษัทฯ มีสัดส่วนการซื้อหัวมันโดยตรงจากเกษตรกรเพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 53 สำหรับโรงงานในประเทศไทย และมีเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนการซื้อหัวมันโดยตรงจากเกษตรกรให้เป็นร้อยละ 63 ในปี 2564 สำหรับโรงงานในประเทศไทย และร้อยละ 10 สำหรับโรงงานในเวียดนาม

ศูนย์การเรียนรู้  
เกษตรกรไทยวา



	2561	2562	2563	เป้าหมาย 2564
จำนวนเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ (คน)	120	380	1,569	3,000
จำนวนพื้นที่ที่เข้าร่วมโครงการ (ไร่)	2,400	15,000	19,088	40,000
ผลผลิตต่อไร่เฉลี่ย (ตันต่อไร่)	4.5	5.5	5.8	6.0
จำนวนเกษตรกรเข้าร่วมการอบรม (คน)	200	250	897	2,500
ศูนย์การเรียนรู้เกษตรกรไทยวา (แห่ง)	0	3	3	12
จำนวนปุ๋ยสูตรไทยวาที่สนับสนุนแก่เกษตรกร (ตัน)	370	3,400	9,051	15,000
สัดส่วนการซื้อหัวมันโดยตรงจากเกษตรกรในไทย (ร้อยละ)	ไม่มี	44	53	63
สัดส่วนการซื้อหัวมันโดยตรงจากเกษตรกรในเวียดนาม (ร้อยละ)	ไม่มี	ไม่มี	5	10





## ไทยวา หอบคุณชาโว้ (Thank Farmer Day)

ไทยวาให้ความสำคัญกับเกษตรกรเปรียบเสมือนพันธมิตรทางธุรกิจ และถือว่าเกษตรกรเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การเติบโตในระยะยาว ไทยวา มุ่งมั่นในการจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืน และสร้างการมีส่วนร่วมของเกษตรกร ร่วมกับชุมชนในท้องถิ่น ให้เติบโตควบคู่ไปกับสังคมได้อย่างยั่งยืน และร่วมกัน สร้างความร่วมมือกันในระยะยาวให้มากขึ้นในอนาคต ผ่านการจัดงาน

“วันขอบคุณชาโว้ไทยวา” เพื่อขอบคุณเกษตรกรที่ส่งหัวมันสำปะหลัง เพื่อเป็นวัตถุดิบในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมแป้งมันสำปะหลังด้วยดีตลอดมา ซึ่งบริษัทฯ ได้การจ่ายปันผลกำไรจากการทำธุรกิจกลับคืนสู่กลุ่มเกษตรกร ในทุกๆ ไตรมาส ในพื้นที่อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา พื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี และพื้นที่อำเภอท่าคันโท จังหวัดกาฬสินธุ์



## โครงการแปลงใหญ่ประชารัฐ เกษตรสมัยใหม่

จากความสำเร็จของโครงการแปลงใหญ่ประชารัฐ เกษตรสมัยใหม่ ไทยมีความมุ่งมั่นตั้งใจในการขับเคลื่อนนโยบายสำคัญ เป็นแรงผลักดันเพื่อขับเคลื่อนภาคการเกษตรไทยไปสู่อนาคตอย่างมั่นคง และยั่งยืน โดยได้เข้าร่วมโครงการฯ ตั้งแต่ปี 2559 ที่ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา เริ่มจากเนื้อที่ประมาณ 1,740 ไร่ โดยมีเป้าหมายจัดฝึกอบรมให้ความรู้และสนับสนุนให้เกษตรกรสามารถลดต้นทุนในการปลูกและเพิ่มผลผลิตในการปลูกจากการใช้ระบบน้ำหยดและการปลูกโดยแบบธรรมชาติ (ใช้น้ำฝน) ใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยี ที่ได้รับการถ่ายทอดสร้างต้นแบบแปลงใหญ่มีนสำปะหลัง เพื่อขยายผลความสำเร็จสู่ชุมชนอื่นๆ ทั้งนี้ ในปี 2563 เกษตรกรเข้าร่วมโครงการเพิ่มขึ้นจากพื้นที่ ประมาณ 3,600 ไร่ ในปี 2562 เป็นประมาณ 5,400 ไร่ โดยมีผลผลิตต่อไร่ที่สูงกว่าเดิม จาก 5.0 ต้นต่อไร่ เป็น 5.5 ต้นต่อไร่ หรือ มีผลผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 8

## โครงการแปลงใหญ่ประชารัฐ

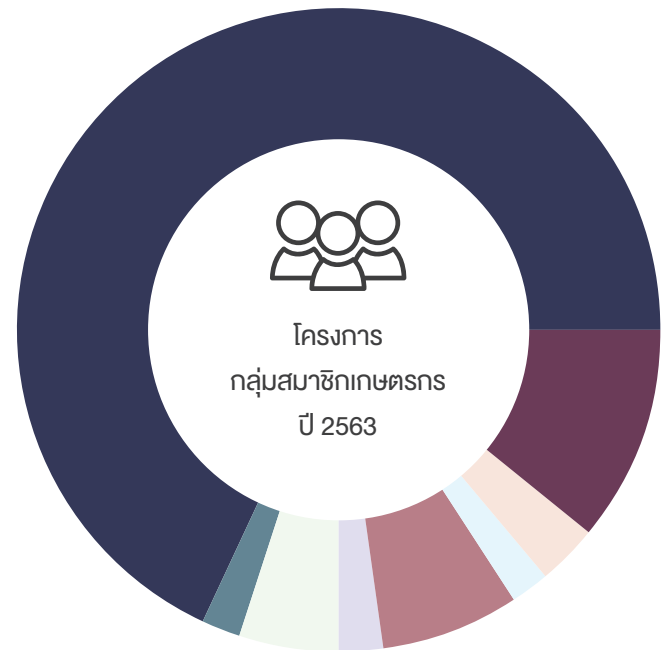
	2561	2562	2563	เป้าหมาย 2564
จำนวนเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ (คน)	110	154	245	320
จำนวนพื้นที่ที่เข้าร่วมโครงการ (ไร่)	2,400	3,600	5,400	7,000
ผลผลิตต่อไร่ต่อสัปดาห์ (ตัน/ไร่)	4.5	5.0	5.5	5.8

## เทคโนโลยีการเกษตร

บริษัทฯ ร่วมพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการเพาะปลูกที่แม่นยำ โดยการนำเทคโนโลยีมาผสมผสานเพื่อการเกษตรยุคดิจิทัลสมัยใหม่ เช่น เครื่องมือและอุปกรณ์ ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และบริการในด้านต่าง ๆ เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่นระบบระบุตำแหน่งแบบแม่นยำสูง การตรวจวัดระยะไกล และ Variable Rate Technology เป็นต้น และแอปพลิเคชัน เช่นการตรวจวัดสภาพอากาศ การวัดผลผลิต การตรวจวัดในพื้นที่เพาะปลูก และการจัดการของเสีย เป็นต้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการวิเคราะห์ เพื่อเพิ่มปริมาณ และคุณภาพของผลผลิต อันนำไปสู่การแข่งขันได้ในระดับสากล โดยเกษตรกรแม่นยำเป็นการทำเกษตรที่มีการให้น้ำ ปุ๋ย และยาฆ่าแมลงในปริมาณและเวลาที่ถูกต้องเพื่อประสิทธิภาพสูงสุด เป็นหลักการบริหารจัดการเพาะปลูกเพื่อใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพในระดับแปลงหรือโรงเรือน โดยรวมพบว่าเกษตรกรเริ่มมีการนำเทคโนโลยีเกษตรแม่นยำมาใช้ในการเพาะปลูก และสามารถเพิ่มผลผลิตได้มากกว่าเดิมถึง 4 เท่า เมื่อเทียบกับการทำเกษตรแบบดั้งเดิม

ปี 2563 ไทยบริหารจัดการต่างๆ ร่วมกับเกษตรกรอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างเครือข่ายเกษตรกรให้แข็งแกร่งมากขึ้น ตอบโจทย์เรื่อง การจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืน เช่นเครื่องปลูกมีนสำปะหลังพร้อมยกร่องและใส่ปุ๋ย เพื่อลดแรงงานและปลูกได้รวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่าย เครื่องชุดเก็บเกี่ยวมีนสำปะหลังกึ่งอัตโนมัติ (อยู่ระหว่างพัฒนาในปี 2564) เพื่อให้เกษตรกรสามารถเก็บเกี่ยวหัวมีนได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น โดยแบ่งหัวข้อการให้ความรู้ออกเป็น 9 เรื่องหลัก คือ

## โครงการกลุ่มสมาชิกเกษตรกรปี 2563



1



### โครงการป้อนน้ำทางใบ

เป็นปุ๋ยที่ผลิตมาจากน้ำหมักจากมูลสัตว์ผสมธาตุอาหารหลักที่พืชต้องการ เพื่อเป็นการให้อาหารทางใบด้วยการฉีดพ่น ในกรณีฝนทิ้งช่วงพืชก็ยังสามารถกินอาหารได้ โดยแจกจ่ายให้แก่เกษตรกรที่เป็นสมาชิกเครือข่ายทอโยวาฟร์ เมื่อนำหัวมันสำปะหลังเข้ามาขาย ปัจจุบันบริษัทฯ ได้มีการจัดทำปุ๋ยน้ำทั้งหมด 2 สูตรที่เหมาะสมกับต้นมันอายุ 1-3 เดือน และสูตรที่เหมาะสมกับต้นมันอายุ 4 เดือนขึ้นไป ซึ่งโครงการนี้เป็นโครงการที่เกษตรกรนิยมมากที่สุดเนื่องจากเห็นผลลัพธ์ชัดเจน และยังช่วยลดต้นทุนค่าปุ๋ยเคมีให้เกษตรกรได้อีกด้วย

2



### โครงการใช้โดรนในการเกษตร

สนับสนุนโดรนสำหรับให้บริการเกษตรกร โดยในปี 2563 มีเกษตรกรให้ความสนใจจองใช้บริการ กว่า 2,000 ไร่

3



### โครงการวิเคราะห์และแก้ปัญหาดิน

แนะนำการปรับปรุงดินและปุ๋ยสำหรับมันสำปะหลัง การปรับโครงสร้างของดินให้เหมาะสมกับการปลูกมันสำปะหลังเริ่มตั้งแต่การตรวจวัดดิน และแก้ปัญหาอย่างสอดคล้อง

4



### โครงการ 8 ต้นต่อไร่

โดยบริษัทฯ ได้มีการสนับสนุนและส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกมันโดยใช้ความรู้ในการปลูกมันสำหรับหลัง รวมถึง การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการติดตามผลการเพาะปลูก เช่น เทคนิคการ ปลูกมันสำหรับหลังเชิงวิชาการ และการใช้แอปพลิเคชันมือถือเพื่อติดตามผลผลิตและสภาพอากาศ โดยนักเกษตรของบริษัทฯ และวิทยากรจากภายนอก รวมถึงมีการจัดให้เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการได้มีการส่งผลผลิตเข้าประกวด เพื่อแต่งตั้งให้เป็นเกษตรกรต้นแบบไทยว่า สามารถเป็นต้นแบบในการถ่ายทอดความสำเร็จให้กับเกษตรกรรายอื่นๆ ต่อไป

5



### โครงการสนับสนุนก่อนพันธุ์

โดยก่อนพันธุ์มันสำหรับหลังพันธุ์ที่มีคุณภาพ โดยเรามีการขยายก่อนพันธุ์จากโรงเรือน ซึ่งเป็นก่อนพันธุ์ที่มีคุณภาพดี เหมาะต่อการเพาะปลูกปราศจากโรค และมีความแข็งแรงทนต่อโรค ตรงตามต้องการของเกษตรกร โดยเกษตรกรสามารถเข้าจองคิวเพื่อรอรับต้นพันธุ์ไปปลูกตามฤดูกาล ซึ่งในปี 2563 มีการแจกจ่ายให้กับเกษตรกรไปกว่า 540,000 ต้น

6



### โครงการเครื่องจักรกลเกษตร

ให้คำแนะนำเรื่องเครื่องมือเครื่องจักรตั้งแต่เครื่องปลูก รวมถึงการสาธิตการใช้เครื่องจักรสมัยใหม่ในการเพาะปลูกจริงในแปลงต้นแบบ เช่น เครื่องใส่ปุ๋ย ตลอดจน เครื่องทุบเกี่ยว เพื่อให้เกษตรกรสามารถเกี่ยวเกี่ยวหัวมันได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น



7



### โครงการระบบน้ำในมินสำปะหลัง

เป็นระบบการให้น้ำที่เหมาะสมสำหรับต้นมันสำปะหลังในทุกข้อจำกัด ตั้งแต่การหาแหล่งน้ำ การหาปัจจัยการเกษตรในราคาถูกโดยประสานจากโรงงานผู้ผลิตโดยตรง การให้ความรู้เรื่องการให้น้ำ รวมถึงระบบต่างๆ ช่วยให้เกษตรกรลดข้อจำกัดในการเพาะปลูกจากการขาดแคลนน้ำได้เป็นอย่างดี

8



### โครงการปุ๋ยผลพลอยได้จากการผลิต

ผลิตขึ้นมาเพื่อสมาชิกชาวไร่ไทยวา จุดประสงค์เพื่อปลูกมันสำปะหลัง และพืชไร่ ส่วนผสมจากวัสดุธรรมชาติ ส่งเสริมเกษตรกรอินทรีย์ ได้แก่การใช้พืชปุ๋ยสด โดยบริษัทฯ มีโครงการสนับสนุนหมักปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพ หรือ “ปุ๋ยหมักไทยวา” ใช้ในการปรับปรุงดินให้มีความร่วนซุย และช่วยปรับความสมดุลของดิน ปรับความเป็นกรดด่างให้เหมาะสมในการเจริญเติบโตของพืช “ดินดี เติบโตไว กำไรงาม” โดยผลิตจากของเสียจากการผลิต เช่นเปลือกดินมันสำปะหลัง กากมันสำปะหลัง และตะกอนเหลือจากบ่อบำบัดน้ำเสีย ซึ่งมีอินทรีย์วัตถุในดินสูง ไปพัฒนาเพื่อปรับปรุงโครงสร้างของดินให้กลับมามีความอุดมสมบูรณ์ ในปี 2563 บริษัทฯ มีการแจกจ่ายปุ๋ยหมักและวัสดุปรับปรุงดินสู่เกษตรกรรวมทั้งหมดเป็นจำนวน 8,000 ตัน

9



### คลินิกโรคและแมลง

เจ้าหน้าที่นักเกษตรของบริษัทฯ ได้จัดทำคลินิกโรคและแมลง จุดประสงค์เพื่อรับเรื่องและช่วยแก้ไขปัญหากของโรคและแมลงในต้นมันสำปะหลัง โดยมีการประสานกับหน่วยงานภาครัฐจัดที่เป็นขั้นตอนในการป้องกันและแก้ไข พร้อมจัดทำเอกสารและโบรชัวร์แจกจ่ายให้สมาชิกเกษตรกร ตลอดจนสนับสนุนยาและผลิตภัณฑ์กำจัดโรคแมลงต่างๆ อย่างต่อเนื่อง



## นวัตกรรมด้านการเกษตรของไทยวา



### ก่อนการเก็บเกี่ยว

พืชผล

โรงเรือน / การเพาะพันธุ์

ปุ๋ยสูตรของไทยวาและสารปรับปรุงดิน

พืชผล

ลักษณะของดินและการปรับปรุงดิน

การตรวจสอบ

ฐานข้อมูลฟาร์ม

เครื่องวัดอุณหภูมิและปริมาณชื้นเป้ง

การตรวจสอบสุขภาพพืช

โดรน (วิเคราะห์ผลผลิต)



### หลังการเก็บเกี่ยว

พืชผล

เครื่องเก็บเกี่ยวและระบบไหลลด

## การทำการเกษตรอัจฉริยะ:

ไทยวามุ่งขยายสมาชิกเกษตรกรบนแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมการใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อปรับใช้กับพื้นที่เพาะปลูกของตนเอง โดยเริ่มจากประเทศไทย นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการพัฒนาแพลตฟอร์มอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะในเรื่องความถูกต้องของข้อมูล รวมถึงขยายการให้บริการ เช่นการจัดหาเงินทุน และ สินเชื่อส่วนบุคคล

ในปี 2563 ระบบแพลตฟอร์มดิจิทัลได้มีการพัฒนาด้านการบันทึกฐานข้อมูลเกษตรกรและการเพาะปลูกอย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนาต่อยอดจากฐานข้อมูลเพื่อจัดทำระบบการวิเคราะห์การเจริญเติบโตโดยประเมินจากดัชนีพืชพรรณ และการตรวจสอบพื้นที่การเพาะปลูก โดย ภาพถ่ายดาวเทียม ที่มีความแม่นยำสูงมากกว่าร้อยละ 90 และยังสามารถทำการวิเคราะห์และพยากรณ์สภาพอากาศล่วงหน้า รายวัน รายสัปดาห์ และรายเดือน รวมถึงการพยากรณ์ปริมาณน้ำฝนรายสัปดาห์ และรายเดือน ล่วงหน้า 9 เดือน อีกด้วย นอกจากนี้ ในปี 2564 ยังมีการพัฒนาต่อยอดด้านโมเดลการพยากรณ์และวิเคราะห์ผลผลิต และคุณภาพผลผลิต (% เชื้อแป้ง) ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างการพัฒนาเพื่อให้สมบูรณ์พร้อมใช้งาน

ทั้งหมดนี้ของแพลตฟอร์มดิจิทัล จะเป็นส่วนช่วยเพิ่มข้อมูลในการวางแผนการจัดหาวัตถุดิบให้มีความยั่งยืน และบริษัทฯ ยังมุ่งหวังพัฒนาเกษตรกรไทยวาให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นเครื่องมือการตัดสินใจการทำการเพาะปลูกมันสำปะหลังของเกษตรกรให้มีประสิทธิผล และประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

## แอปพลิเคชันบนมือถือ



	2561	2562	2563	เป้าหมาย 2564
จำนวนสมาชิกเกษตรกร บนแพลตฟอร์มดิจิทัล (คน)	121	501	1,242	10,000
จำนวนพื้นที่เพาะ-ปลูกรวม บนแพลตฟอร์มดิจิทัล (ไร่)	2,950	9,577	39,992	230,000
คิดเป็นสัดส่วนต่อจำนวนพื้นที่ เพาะ-ปลูกทั้งหมดของเกษตรกร ไทยวา (ร้อยละ)	2	6	25	100
จำนวนสมาชิกเกษตรกร บนแพลตฟอร์มดิจิทัล ที่มีการ เข้าระบบอย่างต่อเนื่อง ทุกเดือน Monthly Active User (คน)	ไม่มี	ไม่มี	70	2,000



## โครงการบัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์ E-Money Card

บริษัทฯ เปิดรับให้เกษตรกรทำการลงทะเบียนในการจองคิวขายหัวมันสำปะหลังล่วงหน้า “เกษตรกรสุขใจ ขายได้ฉับไว ไม่ต้องรอนาน” ผ่านระบบ Mobile Application เพื่อให้เกษตรกรมั่นใจในการปลูกมันสำปะหลัง และมีตลาดรับซื้อที่แน่นอนและได้รับราคาประกันขั้นต่ำ บริษัทฯ สามารถนำข้อมูลในระบบมาใช้วางแผนการรับซื้อหัวมันสำปะหลังให้เป็นไปตามแผนงานอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ใช้ระบบจองคิวเพื่ออำนวยความสะดวกแก่เกษตรกรในการขายหัวมันสำปะหลัง การเก็บข้อมูลการเพาะปลูก และการจ่ายเงินค่าหัวมันสำปะหลังผ่านระบบ E-Money Card ของธนาคารที่บริษัทฯ เข้าร่วมโครงการ

นอกจากนี้ ณ ปัจจุบัน มีการใช้ระบบบัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์ และระบบลงทะเบียนในการจองคิวขายหัวมันสำปะหลังล่วงหน้าเรียบร้อยแล้ว ที่โรงงานพิมาย จังหวัดนครราชสีมา โรงงานท่าคันโท จังหวัดกาฬสินธุ์ และโรงงานไทยนา จังหวัดอุดรธานี โดยในปี 2563 มีจำนวนผู้ใช้งานบัตรอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดจำนวน 5,592 คน เพิ่มขึ้นจาก 2,888 คน คิดเป็นเงินเฉลี่ยที่จ่ายให้เกษตรกรผ่านบัตรกดเงินสดต่อเดือน เท่ากับ 15,408 บาทต่อคนต่อเดือน โดยไทยวาสามารถขจัดจำนวนเกษตรกรที่อยู่ใต้เส้นความยากจน (Poverty Line)\* และช่วยให้เกษตรกรได้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งบริษัทฯ มีแผนจะขยายโครงการนี้ไปโรงงานแป้งมันสำปะหลัง ที่อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง ในปี 2564

\* เส้นความยากจน (Poverty Line) ปี 2562 มีมูลค่าอยู่ที่ 2,763 บาทต่อคนต่อเดือน (ที่มา สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สศช.)





## การพัฒนาโรงงาน และชุมชนสีเขียว

นอกจากการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ ให้ความสำคัญที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนร่วมกับชุมชน โดยมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ตั้งแต่ระบบการจัดการโรงงานเพื่อไม่ให้ก่อเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วยการใช้พลังงานสะอาด เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ระบบน้ำและการบำบัดน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพ และระบบก๊าซชีวภาพซึ่งเป็นแหล่งพลังงานหมุนเวียน และพัฒนานวัตกรรมที่ส่งเสริมความยั่งยืนแก่ชุมชนด้วย นอกจากนี้เรายังมุ่งมั่นที่จะให้การสนับสนุนด้านการศึกษา เงินทุน และการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ทำให้เราได้มีบทบาทในการส่งเสริมการพัฒนาชุมชนในระยะยาวอีกด้วย





# ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยฯ ทั้งในส่วนบุคคลและกระบวนการผลิตอยู่เสมอ เพื่อให้พนักงาน รวมถึงคู่ค้าธุรกิจสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเต็มที่และปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน โดยการปฏิบัติตามพื้นฐานของกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด มาตรฐานที่ได้รับการยอมรับทั้งในระดับประเทศและสากล รวมถึงมาตรฐานข้อกำหนด และนโยบายของบริษัทฯ เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม ในการทำงาน สร้างต้นแบบของผู้นำที่ดี และการสร้างจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อองค์กรรวมทั้งส่งเสริมให้บุคลากรมีความพึงพอใจในการทำงานในระยะยาว

เพื่อผลักดันการเป็นองค์กรที่ปราศจากอุบัติเหตุ บริษัทฯ มีการกำหนดนโยบายและกำหนดให้ทุกหน่วยงานดำเนินงานตามมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัย และความปลอดภัย ให้สอดคล้องตามกฎหมาย (Law Compliance) และมาตรฐานของชีวอนามัย (SHE Standard) โดยมีคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (SHE Committee) ซึ่งประกอบด้วย ตัวแทนผู้บริหารระดับสูงทำหน้าที่ประธานในคณะกรรมการความปลอดภัยฯ และกรรมการท่านอื่นๆ ทำหน้าที่กำกับดูแลและบริหารงานให้เป็นไปตามระบบมาตรฐานภายใต้ข้อกำหนดของระบบการจัดการอาชีวอนามัย และความปลอดภัย ISO 45001 และ TIS 18001 เพื่อดำเนินงานในด้านดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ และให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยทำการประเมินความเสี่ยงเพื่อหาอันตรายร้ายแรงที่มีโอกาสจะเกิดขึ้นต่อพนักงานหรือชุมชนโดยรอบ จากนั้นความเสี่ยงดังกล่าวจะถูกนำไปแก้ไขในลำดับถัดไป

SAFE Factory

Safety Policy and Org.

SAFE Factory

Safety dialogue (KYT)

SAFE Factory

Safety is everyone priority

Compliance to Stakeholders

Risk assessment analysis, address Risks identified

Compliance to Stakeholders

Establish working standard in every activity we do

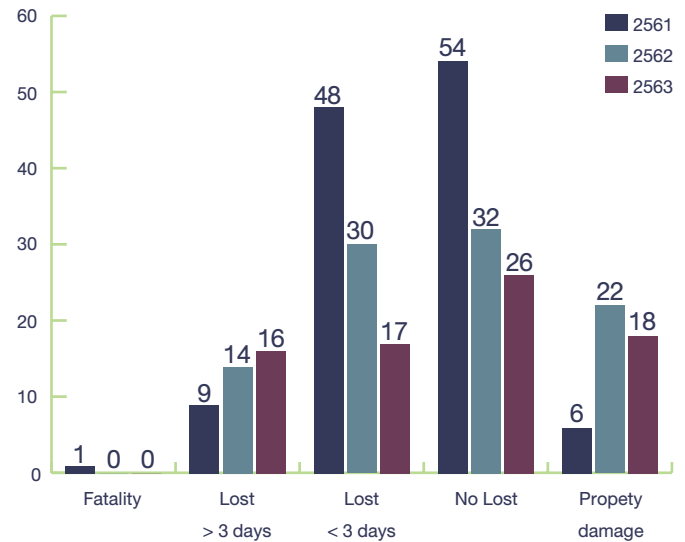


เพื่อมั่นใจว่าข้อปฏิบัติต่างๆด้านความปลอดภัยจะถูกนำไปปฏิบัติอย่างจริงจังและสอดคล้อง คณะกรรมการความปลอดภัยฯ มีการประชุมติดตามผลการดำเนินงานเป็นประจำทุกเดือน พร้อมทั้งสื่อสารผลการประชุมดังกล่าวไปยังพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อรับทราบความคืบหน้าอย่างสม่ำเสมอ โดยปัจจุบันคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานมีตัวแทนมาจากทุกโรงงานในเครือของบริษัท ไทยวา

บริษัทฯ กำหนดตัวชี้วัดผ่านข้อมูลสถิติการเกิดอุบัติเหตุที่มีอัตราความถี่การบาดเจ็บ (Injury Frequency Rate) และอัตราความรุนแรงการบาดเจ็บ (Injury Severity Rate) อย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้ในการวัดผลและติดตามการดำเนินงานด้านความปลอดภัยรวมทั้งนำมาวิเคราะห์ประสิทธิภาพของกระบวนการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอน ซึ่งข้อมูลสถิติด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานมีดังนี้

	2561	2562	2563	เป้าหมาย 2564
อัตราความถี่การบาดเจ็บ (LTIFR)	14.3	9.7	8.2	อุบัติเหตุทุกประเภท
อัตราความรุนแรงการบาดเจ็บ (ISR)	65.4	13.1	39.9	ลดลงร้อยละ 50 และ
ข้อมูลสถิติการเสียชีวิตจากการทำงาน (Fatality)	1	0	0	อุบัติเหตุเป็นศูนย์ภายในปี 2568

## จำนวนอุบัติเหตุทั้งหมดของปี 2561 - 2563



### วิธีคำนวณการบาดเจ็บ

$$LTIFR = N \times 1,000,000 / MH$$

$$ISR = DL \times 1,000,000 / MH$$

N = จำนวนรายผู้ที่ได้รับการบาดเจ็บจากการทำงานทั้งหมด

DL = จำนวนวันที่หยุดงานจากการบาดเจ็บ

MH = จำนวนชั่วโมงการทำงานทั้งหมดของหน่วยงานนั้น

บริษัทฯ จัดให้มีการอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัยและสิ่งแวดลอมให้แก่พนักงาน  
ทุกระดับรวมทั้งพนักงานรายวัน ดังนี้



### หลักสูตรการฝึกอบรมในปี 2563

1. ความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานสำหรับลูกจ้างใหม่
2. เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับหัวหน้างานและระดับบริหาร
3. คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน
4. ผู้ปฏิบัติงานด้านสิ่งแวดล้อม
5. การดับเพลิงขั้นต้นและการอพยพหนีไฟ
6. ความปลอดภัยในการทำงานกับสารเคมีอันตราย
7. การปฐมพยาบาลเบื้องต้น
8. เทคนิคการสอนงานและการเป็นหัวหน้างาน
9. ความปลอดภัยในการทำงานกับสารเคมี
10. การขับ Forklift ด้วยความปลอดภัย
11. การเปลี่ยนพฤติกรรม โดยใช้ BBS (Behavior Based Safety)
12. การวิเคราะห์งานเพื่อความปลอดภัย (Job Safety Analysis)
13. จิตสำนึกการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

โดยอัตราส่วนของผู้เข้าอบรมหลักสูตรต่างๆ ในปี 2563 และเป้าหมายปี 2564  
เป็นดังนี้

	2562	2563	เป้าหมาย 2564
ความปลอดภัยตามข้อกำหนดของกฎหมาย เช่น เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงาน คณะกรรมการความปลอดภัยฯ การดับเพลิง เบื้องต้นและอพยพหนีไฟ เป็นต้น (ร้อยละ)	>90	>90	100
การส่งเสริมพฤติกรรมความปลอดภัย เช่น BBS, การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ (ร้อยละ)	>30	>50	>80

### การปรับปรุงสภาพแวดล้อมและความปลอดภัยในโรงงาน



ติดตั้งประตุน้ไฟ



กำหนดเส้นทางเดินที่ปลอดภัย



ติดตั้งบันไดและราวกันตกงานที่สูง



ติดตั้งไฟเตือนบนรถยก



ติดตั้งการ์ดครอบจุดหมุนของเครื่องจักร



ติดตั้งชุดและอุปกรณ์ไม่จุกเพลิงเพิ่ม

การป้องกันเกี่ยวกับโควิด-19 ทาง บริษัท ไทยวา ตระหนักถึงความ  
 เสี่ยงเกี่ยวกับสถานการณ์ดังกล่าว จึงได้จัดทำมาตรการรองรับ เช่น  
 อุปกรณ์ในการตรวจวัดอุณหภูมิ การคัดกรองรวมทั้งสร้างห้องพยาบาล

การฉีดพ่นฆ่าเชื้อบริเวณในและนอกโรงงาน การประชาสัมพันธ์ และจัดการ  
 เกี่ยวกับการรักษาระยะห่างของพนักงานในพื้นที่ส่วนร่วม



P  
P  
E  
&  
T  
O  
O  
L  
S



F  
U  
M  
I  
G  
A  
T  
E  
D



S  
O  
C  
I  
A  
L  
D  
I  
S  
T  
A  
B  
C  
I  
N  
G



R  
E  
C  
O  
V  
E  
R  
Y  
P  
L  
A  
N  
S



# การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพตลอดกระบวนการผลิต

ในปัจจุบัน อุณหภูมิโลกเฉลี่ยมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จากวิกฤตการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอันเนื่องมาจากสภาวะเรือนกระจก โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มของประชากร การขยายตัวทางเศรษฐกิจ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี บริษัทฯ ตระหนักดีว่าการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและรักษาระบบนิเวศอันอุดมสมบูรณ์เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และพัฒนาสังคม

บริษัทฯ ได้มีการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการประเมิน และพัฒนาการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่ระบบการจัดการโรงงานเพื่อไม่ให้ก่อเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ควบคู่ไปกับการให้ความร่วมมือกับองค์กรระดับประเทศ เช่นพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ระบบน้ำและการบำบัดน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพ และระบบก๊าซชีวภาพซึ่งเป็นแหล่งพลังงานหมุนเวียน เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมและสังคมให้เติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ได้เลือกใช้ระบบผลิตก๊าซชีวภาพแบบ Covered Lagoon Bio Reactor (CLBR) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ได้ถูกพัฒนาให้มีประสิทธิภาพสูง มีเสถียรภาพ และมีค่าใช้จ่ายในการควบคุมระบบต่ำ สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ทั้งการผลิตก๊าซชีวภาพและบำบัดน้ำเสียไปพร้อมกัน ซึ่งโครงการดังกล่าวนอกจากจะเป็นการลดต้นทุนการผลิตที่เป็นประโยชน์โดยตรงต่อบริษัทฯ แล้ว ยังเป็นการจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพสูงด้วย โดยมีประโยชน์ด้านการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่นคุณภาพน้ำเสียที่ผ่านระบบ CLBR จะมีค่าความเข้มข้นของสารประกอบอินทรีย์ที่ลดลงร้อยละ 95-97 ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ลดปัญหาเรื่องกลิ่นเหม็น ทำให้สุขอนามัยของพนักงานและชุมชนใกล้เคียงดีขึ้น



การบริหารจัดการในการดำเนินโครงการลดการใช้พลังงาน และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ภายใต้เครื่องหมายรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ สำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก และมาตรฐาน มอก. 14001-2548 (ISO 14001:2004) ซึ่งเป็นระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม Environmental Management System มีวัตถุประสงค์เพื่อให้องค์กรตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการพัฒนาธุรกิจ โดยมุ่งเน้นในการป้องกันมลพิษ และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้บริษัทฯ มีการดำเนินการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ มีการติดตามประเมินผลและทบทวนเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และได้รับการรับรองให้เป็นอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 3 (ระบบสีเขียว) ซึ่งเป็นระบบที่แสดงศักยภาพของการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากกระทรวงอุตสาหกรรม

การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีของเครื่องจักรเพื่อสิ่งแวดล้อม ไม่เพียงช่วยเพิ่มข้อจำกัดและเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจ หากยังมีส่วนช่วยยกระดับความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม ตลอดจนรักษาสมดุลของสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังร่วมมือกับคู่ค้าทางธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อมุ่งมั่นค้นคว้าและพัฒนานวัตกรรมอย่างหลากหลาย ทั้งด้านประสิทธิภาพของเครื่องจักร ตลอดจนกระบวนการผลิต ภายใต้จุดมุ่งหมายในการส่งเสริมคุณภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

## การพัฒนาประสิทธิภาพของเครื่องจักร และกระบวนการผลิต

จากนโยบายการบริหารจัดการในการดำเนินโครงการลดการใช้พลังงาน และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ตัวอย่างหน่วยคำนวณหลักที่เราใช้ในการวัดประสิทธิภาพด้านพลังงานและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก คือความเข้มข้นหรือประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน โดยการเปรียบเทียบปริมาณลดการใช้น้ำมันเตาในการผลิตต่อปริมาณการผลิต

	2561	2562	2563	เป้าหมาย 2564
ปริมาณการใช้น้ำมันเตา ที่บริษัทฯ ใช้ลดมล (คิดต่อตันแป้ง)	0.55	0.40	0.36	0.10 (75% ลดจาก 2563)

บริษัทมีนโยบายการเลิกใช้กำมะถันก่อน (Sulfur) ในกระบวนการผลิตเป้าหมายเพื่อลดปัญหาหมอกพิษทางอากาศในอากาศจากการเผาไหม้ลดอันตรายที่ส่งผลต่อสุขภาพของพนักงานในโรงงาน และสามารถควบคุมการผลิตได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยบริษัทฯ สามารถเปลี่ยนการใช้กำมะถันก่อน เป็นกำมะถันน้ำได้ร้อยละ 100 ตั้งแต่วันที่ 2562

## • โครงการไคเซ็น (Kaizen)

โครงการไคเซ็นถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่ใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อลดต้นทุน โดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมให้เกิดขึ้นภายในองค์กร และมีกระบวนการส่งเสริมการพัฒนาปรับปรุงการทำงานภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้มีการปรับปรุงวิธีการมีส่วนร่วมให้เหมาะสมกับพนักงานทุกคนและบุคลากรทุกระดับ ร่วมกันแสวงหาแนวทางใหม่ๆ เพื่อปรับปรุงวิธีการทำงานให้ดีขึ้นไปเรื่อยๆ อย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้ใช้ระบบการปรับปรุงงานแบบไคเซ็นที่โรงงานบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยในปี 2563 โรงงานสามารถลดค่าใช้จ่ายได้ประมาณ 20 ล้านบาท ผ่านการปรับปรุงกระบวนการทำงานทั้งหมด 30 โครงการ และสามารถเพิ่มคุณภาพจากการผลิตได้ เช่น ลดความผิดพลาดจากการผลิต ลดระยะเวลาการทำงาน ลดการสูญเสีย ลดการใช้และการรั่วไหลของพลังงาน และเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต เป็นต้น

นอกจากนี้ ในปี 2563 บริษัทฯ ได้ขยายโครงการไคเซ็นเพิ่มที่โรงงานท่าคันโท จังหวัดกาฬสินธุ์ โรงงานไทยนา จังหวัดอุดรธานี และโรงงานลำปะหลังพัฒนา จังหวัดระยอง โดยมีการเชิญวิทยากรมาอบรมเรื่องไคเซ็นในช่วงระหว่างเดือนธันวาคม 2563 – กุมภาพันธ์ 2564 เพื่อให้พนักงานทุกคนเข้าใจถึงความสำคัญ และความหมายของวิธีการปรับปรุงงานแบบไคเซ็น และเพื่อให้พนักงานได้รู้ถึงสาเหตุของปัญหาในการจัดการปรับปรุงงาน และสามารถวิเคราะห์ปัญหา พร้อมหาแนวทางในการแก้ไขที่เกิดขึ้นได้ตรงจุด สามารถเรียนรู้ถึงการวิเคราะห์ถึงปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาจากตัวอย่างสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง พร้อมจัดทำโครงการปรับปรุงต่างๆ ในโรงงานได้อย่างเหมาะสม



### Defects

Efforts caused by rework, scrap, and incorrect information.



### Overproduction

Production that is more than needed or before it is needed.



### Waiting

Wasted time waiting for the next step in a process.



### Non-Utilized Talent

Underutilizing people's talents, skills, and knowledge



### Transportation

Unnecessary movements of products and materials.



### Inventory

Excess products and materials being processed.



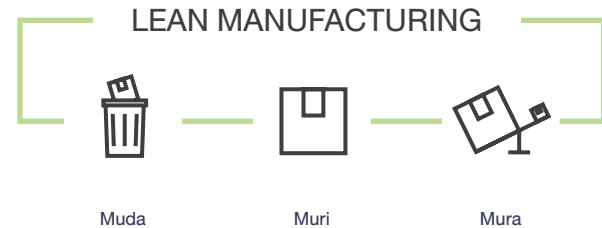
### Motion

Unnecessary movements by people (e.g. walking).



### Extra-Processing

More work or higher quality than is required by the customer.





- โครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Carbon Footprint from Operation / CFO)

บริษัทฯ ได้คัดเลือกเป็นโรงงานนำร่องในโครงการขยายผลการส่งเสริมการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรในภาคอุตสาหกรรม จัดโดยสถาบันน้ำและสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย จุดประสงค์เพื่อร่วมวางแผนทางการดำเนินกิจกรรมลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร และวิธีการตรวจวัด เช่นการเผาไหม้ของเชื้อเพลิง การใช้พลังงานไฟฟ้า การจัดการของเสีย การขนส่ง ฯลฯ พร้อมร่วมกำหนดเป้าหมาย และหาแนวทางลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร

โดยในปี 2564 บริษัทฯ ได้รับการคัดเลือกเป็นโรงงานนำร่อง ทั้งหมดจำนวน 2 แห่ง ที่โรงงานแปงมันสำปะหลัง จังหวัดอุดรธานี และโรงงานวันเส้น จังหวัดนครปฐม และปัจจุบัน อยู่ในระหว่างการดำเนินการศึกษาและเก็บข้อมูล คาดว่าสามารถคำนวณและเปิดเผยคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร และเข้าร่วมกระบวนการทวนสอบรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร ได้ภายในเดือนกันยายน 2564



- โครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตามมาตรฐานของประเทศไทย (T-VER)

บริษัทฯ ได้ขึ้นทะเบียนโครงการหรือรับรองปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่จัดตั้งขึ้นโดยโดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) ตั้งแต่ปี 2560 เพื่อวัดความสามารถในการลดก๊าซเรือนกระจก จากโครงการผลิตก๊าซชีวภาพจากระบบบำบัดน้ำเสีย ที่อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา โดยมีการดำเนินโครงการที่สอดคล้องกับมาตรฐาน ISO 14064-2 และการทวนสอบโครงการภายใต้มาตรฐาน ISO 14064-3 โดยมีเป้าหมายเพื่อช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญของภาวะโลกร้อน มีส่วนร่วมในการลดก๊าซเรือนกระจกของประเทศ และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจแบบยั่งยืน โดยปี 2563 บริษัทฯ ได้รับเงินจากการขาย Carbon Credit ได้ทั้งหมดเป็น จำนวนเงิน 99,544 บาท

นอกจากนี้บริษัทฯ มีเป้าหมายในการวัดความสามารถในการลดก๊าซเรือนกระจก จาก โรงไฟฟ้าจากก๊าซชีวภาพ กับ องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) ในโครงการสนับสนุนการพัฒนาโครงการและการตรวจสอบความใช้ได้ (Validation) โครงการ T-VER ปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 อีก 2 โรงงาน คือ โรงงานไฟฟ้าชีวภาพ ที่จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดกาฬสินธุ์

	2562	2563	เป้าหมาย 2564*
ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ (tCO2e)	49,145	51,722	200,000

\* รวมทั้งหมด 3 โรง คือ โรงงานพิมาย ไทยวาไปโอทาวเวอร์ที่อุดรธานีและกาฬสินธุ์

- โครงการก๊าซเรือนกระจก ภายใต้กลไกการพัฒนาที่สะอาด (Clean Development Mechanism : CDM)

ปัจจุบันโรงงานของไทยวา ที่จังหวัดตาก และที่จังหวัดอุดรธานี ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ขายคาร์บอนเครดิตกับ UNFCCC ภายใต้การรับรองของโครงการ CDM จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก โดยกลไกการพัฒนาที่สะอาด (Clean Development Mechanism) เรียกโดยย่อว่า CDM เป็นกลไกหนึ่งที่กำหนดขึ้นภายใต้พิธีสารเกียวโตเพื่อช่วยให้ประเทศอุตสาหกรรมซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มภาคผนวกที่ 1 (Annex I countries) สามารถบรรลุพันธกรณีในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในช่วงปี พ.ศ. 2551 – 2555 ให้อยู่ในระดับที่ต่ำกว่าปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปี พ.ศ. 2533 ประมาณร้อยละ 5 โดยซื้อคาร์บอนเครดิตที่ได้จากการทำโครงการ CDM ในประเทศกลุ่มนอกภาคผนวกที่ 1 (Non-Annex I countries) ที่เรียกว่า Certified Emission Reduction หรือเรียกโดยย่อว่า CERs เพื่อนำไปหักลบปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของประเทศ CERs คือ ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่โครงการ CDM สามารถลดได้ และได้รับการรับรองจากคณะกรรมการบริหารโครงการกลไกการพัฒนาที่สะอาด (CDM Executive Board) เรียกโดยย่อว่า CDM EB โครงการ CDM ต้องเป็นการดำเนินงานโดยความสมัครใจเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพิ่มเติมจากการดำเนินการทั่วไป และสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในประเทศทั้งในแง่ของทรัพยากรสิ่งแวดล้อม สังคมเศรษฐกิจ และเทคโนโลยี

ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ (tCO2e)	2563	เป้าหมาย 2564	เป้าหมายระยะยาว (ไม่น้อยกว่า 3 ปี)
โรงงานแม่สอด จังหวัดตาก	17,198	18,000	18,000 ต่อปี
โรงงานไทยน้ำ จังหวัดอุดรธานี	40,000	40,000	40,000

- โครงการประหยัดพลังงานความร้อน (ประหยัดพลังงานไอน้ำ เพื่อลดการใช้เชื้อเพลิงถ่านหิน)

บริษัทฯ ได้เข้าร่วมโครงการส่งเสริมการปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานความร้อนด้วยวิธีดูดหนุผลประหยัด (DSM) ในปี 2562 โดยได้รับการสนับสนุนจากกรมพัฒนาพลังงานทดแทน และอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงานในการดำเนินมาตรการอนุรักษ์พลังงาน โดยการตรวจวัดและวิเคราะห์ผลประหยัดพลังงานที่เกิดขึ้นจริงของที่ปรึกษาตามหลักเกณฑ์และวิธีการตรวจวัดและพิสูจน์ผลประหยัดพลังงาน (M&V Unit) ที่คณะกรรมการพิจารณาให้การสนับสนุนโครงการส่งเสริมการปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานความร้อนด้วยวิธีดูดหนุผลประหยัด (DSM) ได้ให้ความเห็นชอบโดยที่ปรึกษาได้สรุปผลประหยัดและจำนวนเงินที่จะได้รับการสนับสนุนจริง

โดยในปี 2563 บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการประหยัดพลังงานความร้อนภายในเพื่อลดการใช้เชื้อเพลิงถ่านหินอย่างต่อเนื่อง ผ่านมาตรการหุ้มฉนวนทำไอน้ำ และตรวจเช็ค steam trap และเปลี่ยนเครื่องจักรที่ชำรุด โดยบริษัทฯ สามารถประหยัดปริมาณพลังงานความร้อนได้เท่ากับ 2,423 MMBTU ซึ่งสามารถคิดเป็นถ่านหินที่ประหยัดได้จากการดำเนินมาตรการ เท่ากับ 170 ตัน คิดเป็นเงินค่าถ่านหินที่ประหยัดได้ 320,440 บาท (1 MMBTU ละ 70 บาท)

	2562*	2563	เป้าหมาย 2564
ปริมาณพลังงานความร้อนที่ประหยัดได้ (MMBTU)	36,289	2,423	4,716
ถ่านหินที่ประหยัดได้จากมาตรการ (ตัน)	2,129	170	323
ถ่านหินที่ประหยัดได้จากมาตรการ (บาท)	5,323,357	320,440	625,511

\* บริษัทฯ เข้าร่วมโครงการปี 2562 และในปี 2563 ไม่มีโครงการสนับสนุนจากภาครัฐ

## • โครงการ Solar Roof Saving

เนื่องจากบริษัทฯ มีนโยบายในเรื่องของการอนุรักษ์พลังงาน จึงอยากเป็นตัวแทนที่จะแนะนำให้กับโรงงานต่างๆ ไปได้เห็น และ ตระหนักถึงการอนุรักษ์พลังงานและช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมให้กับโลก ผ่านการจัดทำโครงการ Solar Roof Top ขึ้นที่แรกที่โรงงานวุ้นเส้น อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เนื่องจาก “พลังงานแสงอาทิตย์” เป็นกระแสพลังงานทดแทนประเภทหมุนเวียนที่ใช้แล้วเกิดขึ้นใหม่ได้ตามธรรมชาติ เป็นพลังงานที่สะอาดและสามารถทำได้นิ โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ รวมไปถึงในบ้านทั่วไป ผ่านระบบ Solar Roof คือการเปลี่ยนพลังงานแสงอาทิตย์มาเป็นพลังงานไฟฟ้าที่ปราศจากมลพิษ และเป็นพลังงานที่มีศักยภาพสูง เพื่อลดการใช้พลังงานลง และ เป็นการหาพลังงานทดแทนเข้ามาเสริม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อโรงงานและชุมชน

ภายใต้แนวคิดของการอนุรักษ์พลังงานตามนโยบายของบริษัทฯ เริ่มจากโรงงานแบ่ง ทั้งส่วนของโรงงานผลิตวุ้นเส้นได้เริ่มหาวิธีการต่าง ๆ ที่จะลดการใช้พลังงานลง และหาพลังงานทดแทนเข้ามาเสริม ลดใช้พลังงานจากฟอสซิลโดยการผลิตไบโอแก๊สมาทดแทนการใช้น้ำมันเตา ส่วนโรงงานบางเลนได้ส่งเสริมให้ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า โดยสร้างระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาขึ้นมา เพื่อตอบโจทย์เรื่องการอนุรักษ์พลังงาน ที่มีอยู่ 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนแรก ลดการใช้พลังงาน และขั้นตอนที่สอง หาพลังงานทดแทน เช่น พลังงานชีวภาพ และแก๊ส และรวมไปถึง พลังงานแสงอาทิตย์



โดยพลังงานแสงอาทิตย์ เป็นเรื่องของพลังงานสะอาด ไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งบริษัทฯ มองว่าเป็นการตอบโจทย์และยังเป็นการลดต้นทุนให้กับบริษัทอีกด้วย โดย Solar Roof Top สามารถลดรายจ่ายค่าไฟฟ้าได้ประมาณ 5 ล้านบาทต่อปี หรือประมาณร้อยละ 14 ของพลังงานที่ใช้ในโรงงานทั้งหมด ทำให้สามารถลดต้นทุนในการผลิตลง และสามารถนำส่วนที่ประหยัดได้ไปใช้ประโยชน์กับชุมชนโดยรอบโรงงานอีกด้วย

โดยปี 2563 โครงการ Solar Roof Top สามารถผลิตกระแสไฟฟ้าสะอาดได้ทั้งหมด 1,405 MWh คิดเป็นเงินประมาณ 5.08 ล้านบาท (คิดเรตที่ค่าไฟฟ้า 3.62 บาท/kWh) สามารถเทียบเท่า Carbon offset 4,579 Metric ton ต่อปี หรือเท่ากับการปลูกป่าสนพื้นที่ 458 Acre นอกจากนี้ บริษัทฯ มีแผนที่จะสร้างระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา เพิ่มเติมที่โรงงานบางเลน และโรงแป่งมันสำปะหลังอื่นๆ ในปี 2564 นี้

	2562	2563	เป้าหมาย 2564	เป้าหมายระยะยาว (ไม่น้อยกว่า 3 ปี)
กระแสไฟฟ้าสะสมที่ผลิตได้จาก Solar Roof Top (kWh)	589	1,405	1,400	3,133
กระแสไฟฟ้าสะสมที่ผลิตได้จาก Solar Roof Top (ล้านบาท)	2.13	5.08	5.06	11.34

\* Solar Rooftop เริ่มใช้งานในเดือนกรกฎาคม 2562 / ค่าหน่วยเรตที่ค่าไฟฟ้า 3.62 บาท/kWh

- **บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม**

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีการนำกล่อง Green Carton มาปรับใช้กับผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อส่งมอบให้กับลูกค้าทั้งหมดร้อยละ 100 ซึ่งเป็นกล่องกระดาษที่ถูกคิดค้นเพื่อสิ่งแวดล้อม สามารถช่วยลดการใช้ทรัพยากรในการผลิตลดลงไม่น้อยกว่า 25 กรัมต่อตารางเมตร โดยยังคงความสามารถในการรับน้ำหนักเรียงซ้อนและปกป้องสินค้าได้ดีขึ้นร้อยละ 4-25 เมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์ทั่วไป นอกจากนี้ยังได้รับการรับรอง SCG Eco Value และ ISO 14021 แสดงถึงการเป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริงบรรจุภัณฑ์ Green Carton บรรจุภัณฑ์กระดาษที่ถูกคิดค้นและพัฒนามาจากแนวคิดรักษ์สิ่งแวดล้อมในเรื่องของกระบวนการผลิตที่ใช้กระดาษน้อยลง มีน้ำหนักเบา และยังคงความแข็งแรงเทียบเท่า หรือมากกว่าเดิม ซึ่งช่วยลดต้นทุนในการผลิต การขนส่งสินค้า และช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์รักษ์สิ่งแวดล้อมได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังได้รับการรับรองจาก SCG ECO VALUE ให้เป็นสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อม และตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

	2561	2562	2563	เป้าหมาย 2564
จำนวนการใช้ Green Carton ในกล่องกระดาษเดิม (ล้านชิ้น)	1.12	1.48	1.50	1.52

## การบริหารจัดการน้ำ

ด้วยความสำคัญของทรัพยากรน้ำต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ทั้งภาคการเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคครัวเรือน รวมทั้งการขยายตัวของประชากรที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับสถานการณ์ภัยแล้งที่ทวีความรุนแรงขึ้นทุกปี อันเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก ดังนั้นเพื่อตอบสนองความต้องการใช้น้ำที่สูงขึ้น ไทยวาจึงให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อลดปัญหาด้านความขาดแคลนน้ำของประชากรโลก โดยมุ่งเน้นการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำแบบบูรณาการส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการใช้น้ำเพื่อผลผลิตทางการเกษตรหรือการใช้น้ำในกระบวนการผลิต เพิ่มศักยภาพความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงแบ่งปันการเข้าถึงแหล่งน้ำคุณภาพร่วมกับ ชุมชนอย่างเท่าเทียม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญตั้งแต่การประเมินความเสี่ยงการขาดแคลนน้ำ มาตรการการจัดการความเสี่ยงด้านสาธารณสุขไปรษณูปโภคพื้นฐานที่จำเป็น ควบคู่ไปกับการส่งเสริมและพัฒนาการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

โดยบริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายในการลดปริมาณการใช้น้ำ มาตรการหรือแนวทางประหยัดน้ำ เช่น การนำเทคโนโลยี แบบใหม่ในการผลิตแปรรูปที่ลดปริมาณการใช้น้ำ การใช้น้ำหมุนเวียน/ใช้ซ้ำ/นำกลับมาใช้ใหม่ โดยเป้าหมายจะลดปริมาณการใช้น้ำ ให้ได้ อย่างน้อยร้อยละ 10 ในทุกๆ ปี

## • มาตรการการใช้น้ำหมุนเวียน

ไทยวามีแผนการบริหารจัดการน้ำเนื่องจากมีการใช้ปริมาณน้ำในกระบวนการผลิตจำนวนมาก โดยมุ่งเน้นการใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพ ลดการปล่อยของเสียสู่ธรรมชาติ รวมถึงพัฒนาศักยภาพระบบบำบัดน้ำเสีย นอกจากนี้ยังมีการติดตั้งระบบควบคุมการเติมอากาศของระบบบำบัดน้ำเสีย โดยน้ำเสียทั้งหมดร้อยละ 100 ผ่านเข้าสู่กระบวนการบำบัดเพื่อให้มีคุณภาพน้ำทิ้งทั่วไปตามกฎหมายกำหนด ทำให้สามารถนำน้ำที่ผ่านระบบการบำบัดแล้วกลับมาใช้ประโยชน์ในรูปแบบของสาธารณูปโภค และกระบวนการผลิต เป็นต้น

## การบริหารจัดการของเสียจากการผลิต

บริษัทฯ มีเป้าหมายกลยุทธ์ในการลดปริมาณของเสีย โดยการใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบและทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าที่สุด และลดปริมาณการเกิดของเสียตลอดกระบวนการการผลิต เรามีการพิจารณาถึงแนวทางที่สามารถนำของเสียที่เหลือนั้นกลับมาใช้ใหม่หรือเข้าสู่การรีไซเคิลเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ขยายกากมันไปเป็นวัตถุดิบในโรงงานผลิตอาหารสัตว์ ส่งเสริมการทำปุ๋ยหมัก Organic และการนำของเสียที่เหลือไปใช้ในการผลิตพลังงาน

โครงการลดของเสียของต่างๆ ช่วยให้บริษัทสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการใช้ไฟฟ้า และทำให้ผลกำไรของบริษัทเพิ่มขึ้น รวมถึงโครงการด้านรีไซเคิลและการนำกลับมาใช้ใหม่มีโอกาส

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ติดตั้งระบบบำบัดของเสียจากกระบวนการผลิตเพื่อบำบัดมลพิษให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานของกระทรวงอุตสาหกรรม ตามกลยุทธ์ 3Rs (Reuse, Reduce and Recycle) เช่น ระบบบำบัดน้ำเสียด้วยระบบเติมอากาศ Aerated Lagoon System บนเนื้อที่ประมาณ 50 ไร่ และระบบบำบัดอากาศเสียด้วยเครื่อง Wet Scrubber และ Cyclone Scrubber เพื่อทำการดักจับฝุ่นละอองต่างๆ รวมทั้งควันจากการเผาไหม้ก่อนระบายออกจากโรงงาน โดยมีวิศวกร และที่ปรึกษาผู้ชำนาญงานดำเนินการตรวจสอบ แก้ไข และปรับปรุงระบบ ให้ทำงานอย่างปกติตลอดเวลา





- โครงการคัดแยกขยะก่อนทิ้ง

บริษัทฯ ได้สร้างกระบวนการการมีส่วนร่วมของพนักงานในการบริหารจัดการขยะในโรงงานผ่านโครงการคัดแยกขยะก่อนทิ้ง โดยเริ่มจากโรงงานแป้งมันสำปะหลัง จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยมีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีในสถานที่ทำงาน ให้พนักงานได้มีความรู้ในเรื่องการจัดการขยะได้อย่างถูกวิธี โดยเฉพาะขยะจากเศษอาหาร ขยะจากสำนักงาน และขยะอันตราย สามารถนำไปปฏิบัติได้ รวมถึงสร้างจิตสำนึก ความรับผิดชอบ ในการแยกประเภทขยะก่อนทิ้งให้กับพนักงาน นอกจากนี้ยังสามารถช่วยบริษัทฯ ลดปริมาณขยะลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะ และมีรายได้เพิ่มจากการขายขยะ โดยในปี 2563 มีปริมาณขยะที่เกิดขึ้นในโรงงานทั้งหมด ประมาณ 17,340 กิโลกรัม สามารถนำไปรีไซเคิลหรือขาย ได้ประมาณ 2,337 กิโลกรัม ส่งผลให้ได้เงินจากการขายขยะมาประมาณ 4,430 บาท



อาคารแยกขยะ



จุดทิ้งขยะภายในโรงงานจำนวน 15 จุดรอบโรงงาน



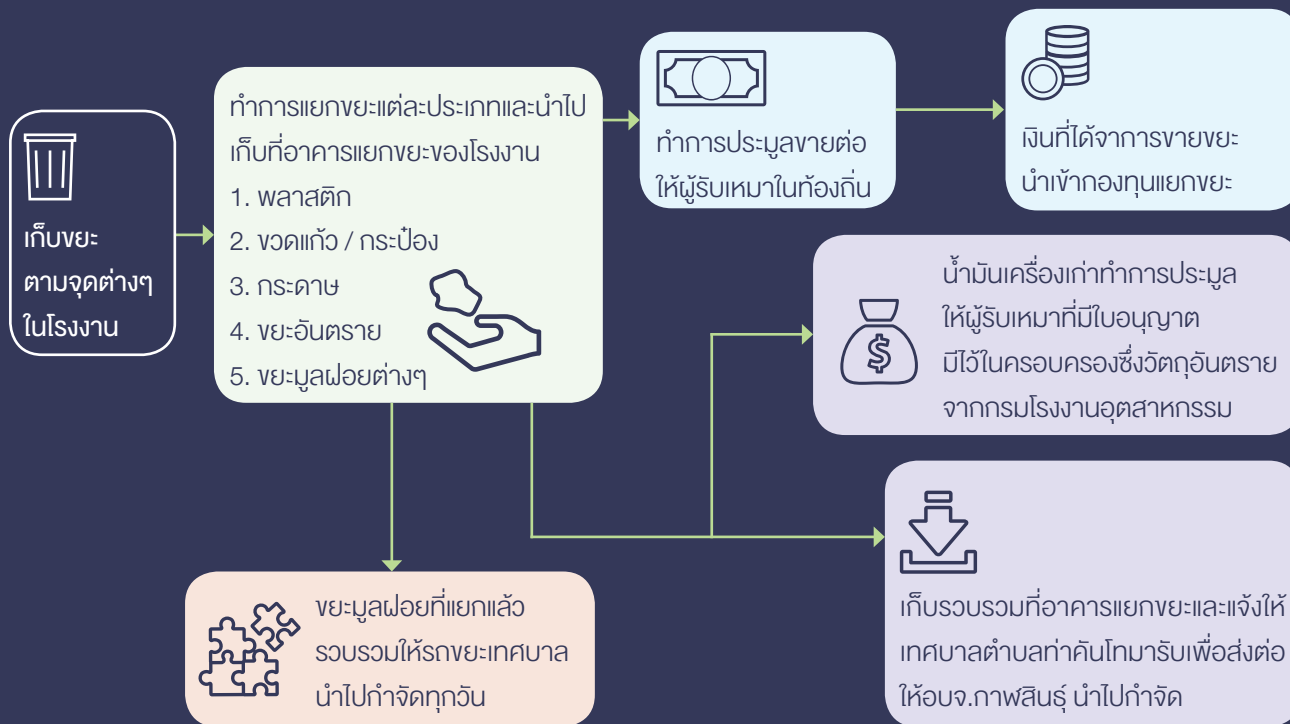
ป้ายรณรงค์ / วัตถุประสงค์  
การแยกขยะและทิ้งขยะให้ถูกประเภท



Morning talk ให้นักงนเข้าใจถึงประเภทของขยะ  
และการแยกขยะให้ถูกประเภท



# กระบวนการในการดำเนินโครงการ



- โรงไฟฟ้าก๊าซชีวภาพ

โรงงานของเรามีการวางแผนในการบริหารจัดการด้านพลังงานให้เกิดการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่าที่สุด เช่นการผลิตไฟฟ้าใช้เองจากน้ำเสียและกากมันสำปะหลังที่เป็นของเสียจากการผลิต โดยน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดมีการแจกจ่ายน้ำให้เกษตรกร นำไปสำหรับเกษตรกรรม เช่นการรดน้ำต้นไม้ เป็นต้น ซึ่งแผนดังกล่าวครอบคลุมถึงการปรับปรุงเทคนิคหรือกระบวนการในการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย ปัจจุบันบริษัทฯ มีโรงงานไฟฟ้าชีวมวลทั้งหมด 2 แห่ง ที่อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี และอำเภอท่าคันโท จังหวัดกาฬสินธุ์ ขนาดกำลังการผลิตโรงงานละ 3.00 เมกะวัตต์



ก๊าซ 1 ลูกบาศก์เมตร ประหยัดไฟฟ้าเท่ากับ 2 หน่วย หรือ 6.80 บาท

	2562	2563	เป้าหมาย 2564
ปริมาณไฟฟ้าที่ผลิตได้ (หน่วย)	14,579,100	19,199,100	19,000,000 ต่อปี
อัตราค่าไฟที่ผลิตได้ (บาทต่อปี)	44,087,415	77,440,000	77,000,000 ต่อปี

# การพัฒนาสังคมและชุมชน

ด้วยตระหนักถึงบทบาทการมีส่วนร่วมในการสร้างเสริมความมั่นคงทางอาหารและความสมดุลด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาสังคมและชุมชนโดยรอบ บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมที่สนับสนุนด้านการศึกษา และทักษะที่จำเป็นต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดี ตลอดจนการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในระยะยาว โดยบริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะ “สนับสนุนคู่ค้าธุรกิจให้เติบโตไปด้วยกัน” ควบคู่ไปกับ “ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่น” เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับความท้าทายทั้งในปัจจุบันและอนาคต

การส่งเสริมความจำเป็นพื้นฐานทั้งด้านสุขภาพ การศึกษา รายได้ ที่อยู่อาศัย ตลอดจนคำนึงในการดำเนินชีวิต ถือเป็นความรับผิดชอบต่อเรา ปัญหาความยากจนหรือภาวะความไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจ ตลอดจนความเหลื่อมล้ำทางสังคมยังคงเป็นประเด็นความท้าทายที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคม และกระทบต่ออัตราการขยายตัวและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศโดยภาพรวม ขณะเดียวกันประเทศไทย และสังคมโลกกำลังตกอยู่ในสภาวะการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งจะส่งผลให้ประชากรในวัยทำงานลดน้อยลง

- ส่งมอบอุปกรณ์ป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัส โควิด-19

เป็นโครงการที่บริษัทฯ ส่งมอบสิ่งของที่จำเป็นให้แก่พี่น้องผู้ประสบภัยในชุมชนในที่ได้รับความสะดวก รวดเร็ว โดยมีการมอบอุปกรณ์ป้องกัน การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 รวมถึงอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับดำรงชีพ เช่น หน้ากากอนามัย แอลกอฮอล์ และผลิตภัณฑ์อาหารและน้ำดื่มของบริษัทฯ ตามแหล่งโรงพยาบาล ศาสนสถาน และชุมชนทั่วกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เพื่อร่วมบุญ ร่วมใจ ปันสุข และเป็นกำลังใจให้คนไทยทุกคนร่วมใจสู้โควิด-19 ไปด้วยกัน รวมถึงช่วยบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายจากการได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ในครั้งนี้





13



14



15



16



17



18



19



1. มูลนิธิโรดคพอยท์ในโครงการ “คู่กับข้าวคนไทย” ด้วยผลิตภัณฑ์ วันเส้นกึ่งสำเร็จรูปตรามังกรคู่ คริสตัล เรดดี จำนวน 3,800 ถ้วย มูลค่ากว่า 150,000 บาท
2. ร่วมกับ 5 ร้านก๋วยเตี๋ยวชั้นนำ ส่งต่อความห่วงใยแบ่งปันน้ำใจให้สังคมในพื้นที่ชุมชนคลองเตย กทม. ด้วยผลิตภัณฑ์ก๋วยเตี๋ยว จำนวน 1,500 ชูค
3. มูลนิธิกระจกเงา ด้วยผลิตภัณฑ์วันเส้นกึ่งสำเร็จรูปตรามังกรคู่ คริสตัล เรดดี จำนวน 15,000 ถ้วย มูลค่ากว่า 600,000 บาท



4. โรงพยาบาลท่าคันโท อ.ท่าคันโท จ.กาฬสินธุ์ ด้วยอุปกรณ์การแพทย์ที่จำเป็น
5. กิจกรรมวันแรงงานประจำปี 2563 ด้วยอุปกรณ์ป้องกันการแพร่ระบาด
6. เกษตรกรชาวไร่ที่มาจากห้วยมันสด ด้วยอุปกรณ์ป้องกันการแพร่ระบาด
7. นิคมสร้างตนเองพิมาย ด้วยอุปกรณ์ การแพทย์ที่จำเป็น
8. โรงพยาบาลพิมาย ด้วยอุปกรณ์ การแพทย์ที่จำเป็น
9. หน้าโรงงานบางเลน ด้วยผลิตภัณฑ์เส้นก๋วยเตี๋ยว
10. โรงพยาบาลบางเลน ด้วยอุปกรณ์ การแพทย์ที่จำเป็น อาหาร และน้ำดื่ม
11. ตู้ปันสุขหมู่บ้าน ด้วยผลิตภัณฑ์วันเส้นกึ่งสำเร็จรูปตรามังกรคู่ คริสต์มาส
12. เจ้าหน้าที่ตำรวจที่ด่านคัดกรองโควิด บางเลน ด้วยอุปกรณ์ การแพทย์ที่จำเป็น อาหาร และน้ำดื่ม
13. โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ ด้วยผลิตภัณฑ์ก๋วยเตี๋ยว จำนวน 200 ชุด
14. โรงพยาบาลรามาริบดี ด้วยผลิตภัณฑ์ก๋วยเตี๋ยว จำนวน 500 ชุด
15. โรงพยาบาลเลิดสิน ด้วยผลิตภัณฑ์ก๋วยเตี๋ยว จำนวน 600 ชุด
16. โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ ด้วยผลิตภัณฑ์ก๋วยเตี๋ยว จำนวน 1,000 ชุด
17. โรงพยาบาลรามาริบดีจรัญดินทร์ด้วยผลิตภัณฑ์ก๋วยเตี๋ยว จำนวน 200 ชุด
18. บริจาคเส้นก๋วยเตี๋ยวกิเลนคู่จำนวน 9,800 กก.ให้ผู้ประกอบการร้านอาหารก๋วยเตี๋ยว โรงทาน วัด โรงพยาบาล กทม.ทุกสถาน
19. ร่วมกับกับเพจ Starving Time และก๋วยเตี๋ยว 5 ร้านค้า แจกอาหาร 5 วัน รวม 1,500 ถ้วย ให้ประชาชน ณ เขตคลองเตย และอีก 50 ร้านค้า ในเพจกิเลนคู่ รวมทั้งหมด 2,250 ชุด



- **การบริหารจัดการใช้น้ำเพื่อการเกษตรยั่งยืน**

การร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำของชุมชนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในทรัพยากรน้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทรัพยากรน้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญสำหรับการดำรงชีวิต ซึ่งไทยวาได้ตระหนักถึงความสำคัญของการเข้าถึงแหล่งน้ำที่สะอาด และเพียงพอต่อการใช้งานของทุกคนในชุมชน จึงมีแนวคิดในการร่วมมือกับพันธมิตรหลายภาคส่วนเพื่อส่งเสริม และพัฒนาการเข้าถึงแหล่งน้ำของชุมชนอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ได้มีการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงและกำหนดแนวทางการบริหารจัดการด้านการใช้น้ำเป็นประจำทุกปีตามหลักการ Water & Reuse to farm เริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์และกำหนดแนวทางการจัดการน้ำให้เพียงพอและเหมาะสม ตลอดจนประสานความร่วมมือไปยังคู่ค้าธุรกิจที่มีความเสี่ยงในการสนับสนุนการลดความเสี่ยงด้านการขาดแคลนน้ำ พร้อมทั้งสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อรับฟังข้อกังวลเกี่ยวกับการใช้น้ำด้วย เช่นโครงการฝนน้ำที่ได้รับการบำบัดจากโรงงาน เพื่อการเกษตรอย่างยั่งยืน โดยวางระบบบำบัดน้ำ

เสียด้วยวิธีธรรมชาติ การส่งเสริมการเพาะปลูกโดยใช้ระบบน้ำหยดแก่สมาชิกไทยวา นอกจากเป็นการส่งเสริมการเพาะปลูกของเกษตรกร ยังสามารถลดผลกระทบต่อจากปัญหาการขาดน้ำทำการเกษตร ช่วงฤดูแล้ง ที่อาจจะเกิดขึ้นแก่ชุมชนโดยรอบทั้งในปัจจุบันและอนาคตอีกด้วย

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีสำรวจผลกระทบทางลบจากการดำเนินงานของบริษัทในปัจจุบันและที่จะดำเนินการในอนาคตทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งติดตามแก้ไข และปรับปรุงเพื่อบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชุมชนและสังคม รวมถึงมาตรการเชิงรุกในการบริหารจัดการน้ำร่วมกับชุมชนเป็นประจำทุกปี โดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อกักเก็บน้ำ บรรเทาและชะลอความแห้งแล้ง เพิ่มความชุ่มชื้นให้แก่ดินในฤดูฝนทิ้งช่วงหรือฤดูแล้งในระดับไร่นา เพื่อให้มีน้ำเพียงพอต่อการใช้งานในชุมชน และการทำเกษตรอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับปัญหาหาหรือความต้องการทางสังคมที่แท้จริง ดังนี้



1. โครงการโรงงานน้ำกึ่งที่ผ่านการบำบัดเพื่อเกษตรกร ครอบคลุมพื้นที่จำนวน 2,556 ไร่ ที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก
2. โครงการปรับปรุงซ่อมแซมสถานีสูบน้ำเทศบาลตำบลท่าคันโท
3. โครงการซ่อมแซมปรับปรุงแก๊วโกลนบนคันบ่อเก็บน้ำเทศบาลตำบลท่าคันโท
4. โครงการสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ในโครงการแผนการจัดการน้ำสะอาดเทศบาลตำบลท่าคันโท เพื่อให้ประชาชนในชุมชนมีน้ำใช้ที่สะอาดถูกสุขลักษณะอย่างเพียงพอ
5. โครงการร่วมสนับสนุนการจัดงานวันรณรงค์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตรและปรับปรุงบำรุงดิน
6. โครงการฝนน้ำกึ่งโรงงานเพื่อการเกษตรอย่างยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง จากปัญหาการขาดน้ำทำการเกษตรโดยเริ่มวางท่อปล่อยน้ำกึ่งและบึงสูบน้ำที่ อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี ให้กับเกษตรกรกลุ่มแรกจำนวน 34 คน บนเนื้อที่จำนวน 557 ไร่ โดยวางแผนจะวางท่อระบายน้ำกึ่งเพิ่มขึ้นอีกปีละ 2,000 เมตร รองรับพื้นที่รับน้ำกึ่งเพิ่มปีละ 100 ไร่
7. โครงการสร้าง/ซ่อมฝายชลอน้ำ เพื่อการเกษตรทุกปี เพื่อช่วยเหลือชาวบ้านในพื้นที่ที่มีความเดือดร้อนเรื่องน้ำในลำห้วยหลวงเหลือน้อยให้ได้มีน้ำใช้เพื่อการเพาะปลูกพืชและประมงตลอดทั้งปี โดยสนับสนุนกระสอบเก่าเพื่อบรรจุทราย ที่หมู่บ้านจำปา ตำบลเชียงยืน อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
8. โครงการให้ความรู้และสนับสนุนสารส้มโรงงานให้กับหมู่บ้านที่มีปัญหาการบริหารจัดการการผลิตน้ำประปา เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิตน้ำประปาหมู่บ้าน ปัจจุบันบริษัทฯ มีการสนับสนุนทั้งหมด 6 หมู่บ้าน ในตำบลเชียงยืน อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยปี 2563 บริษัทฯ ได้สนับสนุนสารส้มทั้งหมด ประมาณ 15,000 ตัน และมีเป้าหมายจะขยายไปในหมู่บ้านใกล้เคียงต่อไป
9. โครงการขุดลอกลำห้วย ช่วยเกษตรกรในชุมชน ช่วงฤดูแล้งทุกปี โดยสนับสนุนเครื่องมือเครื่องจักรในการขุดลอก เพื่อช่วยกักเก็บน้ำเพื่อใช้ในการเกษตร จากปัญหาลำห้วยตื้นเขิน ทำให้กักเก็บน้ำได้น้อยให้เกษตรกรมีน้ำใช้เพื่อการเกษตรกรรม เพาะปลูกพืชและประมงได้ยาวตลอดทั้งปี
10. โครงการวัสดุเหลือใช้ แปลงกายเป็นกุนไฟม เพื่อชุมชน โดยเสนอวิธีการและช่วยดำเนินการทำกุนไฟมจากวัสดุเหลือใช้ของโรงงาน เพื่อกำจัดและกั้นวัชพืช คือผักตบชวา ในแหล่งน้ำสาธารณะที่จะใช้ทำประปาหมู่บ้าน ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานีซึ่งชุมชนสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายจากการซื้อเรือพลาสติกจำนวน 4 ลำ และกุนไฟมเพื่อใช้การกั้นขอบเขตพื้นที่ไม่ให้ผักตบชวาระบาย คิดเป็นจำนวนเงินที่ชุมชนสามารถประหยัดไปได้รวมประมาณ 60,000 บาท



- โครงการบ่อแก๊สครัวเรือน เพื่อชุมชน

บริษัทฯ ได้คำนึงถึงสุขภาวะอนามัยและความปลอดภัยของคนในชุมชน จึงได้สนับสนุนโครงการสร้างบ่อแก๊สชีวภาพขนาดประมาณ 6 ลูกบาศก์เมตร ซึ่งเป็นการนำเศษอาหารที่กินเหลือมาผ่านการหมักในกระบวนการของบ่อแก๊สที่โรงเรียนบ้านหนองหลอด ตำบลเชียงยืน อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี เป็นแห่งแรก โดยมีจุดประสงค์เพื่อส่งเสริมให้นักเรียน และชาวบ้านนำขยะที่ไม่มีมูลค่ามาใช้ให้เกิดประโยชน์ นอกจากนี้ยังช่วยให้ชุมชนปลอดภัยจากมลภาวะ เป็นพิษเป็นการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมในชุมชน รวมถึงช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายขยะเปียกจากเศษอาหารในชุมชน และค่าใช้จ่ายในครัวเรือนได้ในระยะยาวอีกด้วย เป็นการต่อยอดโครงการช่วยรักษาสีโลก

บริษัทฯ ได้เริ่มโครงการจากการจัดประชุมกับลูกบ้านเพื่อชี้แจงเรื่องการสร้างบ่อแก๊สชีวภาพ เมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2563 พร้อมให้ความรู้เกี่ยวกับการคัดแยกขยะ รวมถึงการกำจัดของเสียในชุมชนจากเศษอาหารที่เกิดจากการอุปโภคบริโภคของคนในชุมชนมาเปลี่ยนเป็นขยะเปียกหรือขยะอินทรีย์ผ่านการหมักให้เกิดก๊าซมีเทน ซึ่งเป็นก๊าซที่สามารถนำมาใช้เป็นแก๊สหุงต้มได้ ทำให้โรงเรียนและชาวบ้านสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในครัวเรือนได้

ส่งผลให้ชาวบ้านสามารถประหยัดเงินที่ใช้ซื้อแก๊สหุงต้ม (LPG 15 กิโลกรัม) ของครัวเรือนได้ จากเดิมที่ชาวบ้านใช้แก๊สหุงต้มเฉลี่ยเดือนละ 1 ถัง เหลือใช้แก๊สหุงต้มเพียงปีละ 2 ถัง หรือสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในครัวเรือนได้ประมาณ 4,000 บาทต่อปี (คำนวณจากแก๊สหุงต้ม 1 ถัง ที่ราคา 400 บาท) นอกจากนี้ บริษัทฯ มีแผนจะขยายเพิ่มโครงการฯ อีกปีละ 2 ครัวเรือน ซึ่งจะทำให้ชุมชนบ้านหนองหลอด ประหยัดเงินเพิ่มขึ้นอีก ปีละ 8,000 บาท เพิ่มขึ้นทวีคูณ ทุกปีจากโครงการต่อขยาย

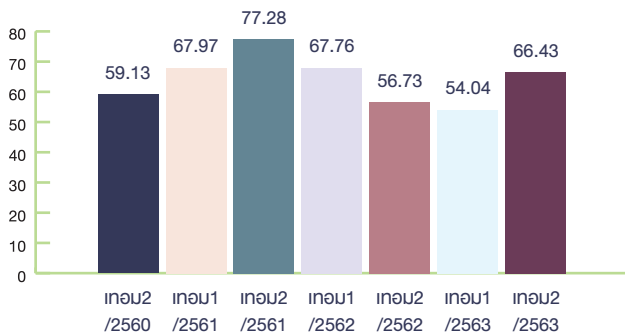






## • โครงการการเรียนการสอนภาษาอังกฤษผ่านระบบอินเตอร์เน็ต

บริษัทฯ ร่วมกับโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษชั้นนำที่ได้การรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการดำเนินการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษผ่านทางแอปพลิเคชันที่บรรจุอยู่ในเครื่องแท็บเล็ต สำหรับนักเรียนประถมศึกษาปีที่ 1-6 ให้กับโรงเรียนในชุมชนที่โรงงานตั้งอยู่ ประกอบด้วยวิชาภาษาอังกฤษจำนวน 4 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยเป็นหลักสูตรพัฒนาทักษะทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน ซึ่งนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเรียนการสอนด้วยระบบที่ออกแบบให้นักเรียน และคุณครูเจ้าของภาษาสามารถพูดคุยสนทนาระหว่างกันได้ โดยในปี 2563 มีจำนวนนักเรียนเข้าร่วมโครงการทั้งหมด 40 คนและมีผลการทดสอบที่ดีขึ้นดังนี้



## • โครงการเปลี่ยน ไทยนำมันสำปะหลัง นำเห็ดฟาง สู่ชุมชน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนใกล้เคียงโรงงาน โดยมีการส่งเสริมการเพาะเห็ดในโรงเรียนชุมชน โดยใช้เศษดินและเปลือกมันสำปะหลัง ซึ่งเป็นของเหลือจากกระบวนการผลิตของโรงงานไปใช้เพาะเห็ด เพื่อส่งเสริมให้นักเรียนได้มีความรู้เพิ่มเติมสามารถนำไปประกอบอาชีพ และขยายผลสู่การสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยบริษัทฯ มีการสนับสนุนงบประมาณการศึกษาดูงาน และวัสดุเห็ด ตลอดจนการสร้างโรงเรือนในการเพาะเห็ด นอกจากนี้โรงเรียนสามารถนำเห็ดไปประกอบอาหารกลางวันเลี้ยงเด็กนักเรียนหรือจำหน่ายให้ชุมชนในราคาถูกได้ตลอดทั้งปี อีกทั้งยังเป็นการปลูกฝังให้นักเรียนมีความขยันขันแข็ง มีความรู้เพิ่มเติมและสามารถใช้เป็นช่องทางในการหารายได้ช่วยเหลือครอบครัวได้ด้วย โดยในปี 2563 มีชุมชนเข้าร่วมโครงการทั้งหมด 8 โรงเรียนเท่าปีที่ผ่านมาเนื่องจากวิกฤตโรคระบาด









## การพัฒนาคุณภาพชีวิต ครอบครัวพนักงาน

ในสภาวะการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นท่ามกลางภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นในปี 2563 หลายองค์กรจำเป็นต้องปรับตัวอย่างรวดเร็ว ความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลและการบริหารเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ถือเป็นกุญแจสำคัญของเราในขับเคลื่อนธุรกิจให้มีความแข็งแกร่งได้อย่างต่อเนื่องและสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้การมีบุคลากรที่มีศักยภาพพร้อมเรียนรู้และคิดค้นสิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา ตลอดจนยอมรับการเปลี่ยนแปลงและสามารถบริหารการเปลี่ยนแปลงนั้นให้เกิดประโยชน์แล้วนั้น องค์กรยังจำเป็นต้องมีความสามารถในการสรรหาบุคลากรที่มีความสามารถและเหมาะสมกับโครงสร้างที่ปรับเปลี่ยนหรือสถานการณ์ทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างทันท่วงที

การทำงานมีความสำคัญต่อชีวิตมนุษย์เป็นอย่างยิ่ง ซึ่งการพัฒนาให้แรงงานที่เข้ามาทำงานในภาคอุตสาหกรรมเหล่านี้รู้จักปรับตัวให้มีชีวิตที่มีความสุขจากการทำงานและสภาพการทำงานของระบบโรงงานเป็นสิ่งสำคัญ เพราะงานเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ การมีงานทำช่วยทำให้มนุษย์สามารถสนองความต้องการพื้นฐานในการดำรงชีวิต เป็นแหล่งที่มารายได้งานเป็นตัวกำหนดสถานภาพ และตำแหน่งทางสังคม ลักษณะของงานเป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดคุณภาพชีวิตของมนุษย์



คุณภาพชีวิตของการทำงาน (Quality of Work Life) มีความสำคัญยิ่งในการทำงาน เพราะคนเป็นทรัพยากรที่สำคัญ ในปัจจุบันคนเราทำงานเพื่อให้ดำรงชีวิตอยู่ได้ และตอบสนองความต้องการพื้นฐาน ดังนั้นสถานที่ทำงานต้องมีความเหมาะสมคือ ทำให้เกิดความสุข ความมั่นคง หากเกิดความรู้สึกที่ดีต่องานจะส่งผลดีต่อทั้งตัวบุคคล และองค์กร คุณภาพชีวิตการทำงานส่งผลต่อองค์กร

พนักงานทุกคนถือเป็นรากฐานและหัวใจสำคัญของของเราในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน

ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ ถือว่าพนักงานทุกคนเป็นครอบครัวเดียวกัน การดูแลทุกคนในครอบครัวไทยวา โดยยึดหลักความยุติธรรม จริยธรรม และความโปร่งใส จึงถือเป็นหัวใจสำคัญที่สุดอยู่เสมอ ด้วยเหตุนี้บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่บุคลากรสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเอง และเรียนรู้ร่วมกันได้อย่างต่อเนื่อง ด้วยสภาพแวดล้อมที่เอื้อและกระตุ้นต่อการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ได้อย่างอิสระ เพื่อสร้างความผูกพันของบุคลากรต่อองค์กรและให้พนักงานทุกคนมีภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งของไทยวา



# การพัฒนาบุคลากร

เพื่อให้สามารถสร้างและรักษาทรัพยากรบุคคล บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะความสามารถ เสริมสร้างโอกาสที่เอื้อต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต ส่งเสริมความก้าวหน้าในอาชีพ และสร้างความพร้อมรองรับต่อการเปลี่ยนแปลง ภายใต้บรรยากาศการทำงานที่ไครพ และยอมรับในความแตกต่างเพื่อความสุขในการทำงานของพนักงานทุกคน และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันขององค์กรในระดับสากล

บริษัทฯ ไทยวาได้วางกลยุทธ์ในการพัฒนาบุคลากรอย่างยั่งยืนด้วยการสร้างระบบการบริหารสมรรถนะ เพื่อเป็นการวางรากฐานและสร้างวัฒนธรรมองค์กรสู่ความสำเร็จโดยเน้นการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับบุคลากรในทุกระดับชั้นให้มีความเข้าใจถึงระบบการพัฒนาตามสายอาชีพและสร้างการมีส่วนร่วมในการออกแบบสมรรถนะตามสายงานให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

## • วัฒนธรรมองค์กรสู่ความสำเร็จ

ความเป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจนั้นก็คือการมีวิสัยทัศน์ และมีกลยุทธ์ที่ยอดเยี่ยมในการดำเนินธุรกิจที่สามารถบรรลุตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดขึ้นได้ พื้นฐานอันแข็งแกร่งสำหรับการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์นั้นก็คือ วัฒนธรรมขององค์กรที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจนั่นเอง

ความยั่งยืนถือเป็นส่วนหนึ่งในวัฒนธรรมองค์กร และสามารถบ่งบอกถึงความสำเร็จขององค์กรในอนาคตได้ พลังอันยิ่งใหญ่ที่จะขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ก็คือการที่พนักงานทุกคนปฏิบัติตนเสมือน

หนึ่งเป็นเจ้าของของธุรกิจ ไทยวาจึงมุ่งเน้นสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมได้อย่างอิสระ รวมถึงความมุ่งมั่นคงปลอดภัยของสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน เพื่อความสุขในการทำงานของพนักงานทุกคนและความภูมิใจในองค์กรที่ทุกคนทำงานร่วมกัน

ไทยวามุ่งมั่นส่งเสริมให้พนักงานของบริษัทมีบทบาทในการมีส่วนร่วมหรือเสนอแนวคิดในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กร โดยมองว่าความยั่งยืนเป็นเรื่องของทุกคน-ทุกฝ่ายงานในองค์กร งานที่เราทุกคนทำอยู่ถือเป็นส่วนหนึ่งที่สร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรได้ เราอยากร่วมสนับสนุนให้ครอบครัวไทยวาทุกคนรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของไทยวา ได้มีส่วนในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร ตลอดจนส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพไปจนถึงมือผู้บริโภค ดังนี้

- เข้าใจในวัตถุประสงค์ของการดำเนินธุรกิจ
- รู้ว่าทุกคนจะต้องปฏิบัติตนอย่างไรเพื่อส่งเสริมให้องค์กรประสบความสำเร็จ
- ทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงานที่มีความเชื่อในคุณค่าร่วมกัน
- รู้สึกถึงการได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน
- ได้รับการยอมรับว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมีคุณสมบัติและคุณภาพที่ยอดเยี่ยม

## • ระบบการบริหารสมรรถนะ

บริษัท ไทยวาได้วางกลยุทธ์ในการพัฒนาบุคลากรอย่างยั่งยืนด้วยการสร้างระบบการบริหารสมรรถนะ (Competency Management System) โดยแบ่งเป็น 3 ประเภทดังนี้

1. สมรรถนะหลัก (Core Competency) หมายถึงทักษะ และคุณลักษณะที่ทุกคนในองค์กรจำเป็นต้องมี เป็นพื้นฐานที่จะนำองค์กรไปสู่วิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้

2. สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) หมายถึงความสามารถ ทักษะ และคุณลักษณะที่จำเป็นของระดับหัวหน้างาน และผู้นำของหน่วยงาน ซึ่งมีการกำหนดความต้องการของผู้นำ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ ค่านิยม และทิศทางเชิงกลยุทธ์ขององค์กร

3. สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ (Functional Competency) หมายถึงความรู้ ความสามารถ ทักษะ และคุณลักษณะที่ใช้ร่วมกันตาม “Job Family” ซึ่งเป็นกลุ่มงานที่มีลักษณะการทำงาน / มีหน้าที่และรูปแบบการพัฒนา และการจัดการสายอาชีพที่ใกล้เคียงกัน

## สมรรถนะหลัก



### Upholding Standards

ยึดมั่นต่อมาตรฐาน



### Taking Action

มุ่งเน้นการปฏิบัติงาน



### Exploring & Embracing Change

การแสวงหาสิ่งใหม่ๆ และการยอมรับความเปลี่ยนแปลง



### Developing Expertise

การพัฒนาตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ



### Team Working

การทำงานเป็นทีม

## สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ



### Develop Strategies

การพัฒนากลยุทธ์



### Influencing & Convincing People

การสร้างความน่าเชื่อถือ และโน้มน้าวผู้อื่น



### Empowering Individuals

ส่งเสริมและมอบอำนาจในการทำงาน

# D.I.C.E



## • โครงการพัฒนาศายอาชีพ/ศักยภาพของพนักงาน

ทางบริษัทฯ ได้เริ่มสร้างแนวทางการพัฒนาศายอาชีพอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งมีการวางรากฐานระบบบริหารงานทรัพยากรบุคคลใหม่ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในหลายๆ ด้านของบริษัทฯ ที่กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว สำหรับการวางแผนด้านการพัฒนาศายอาชีพของพนักงานทางบริษัทฯ ได้เริ่มแนวทางการวิเคราะห์ความสามารถด้านต่างๆ ของพนักงาน (Competency) สำหรับวิเคราะห์ศักยภาพที่แท้จริงในการพัฒนาตามโมเดล ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กรหรือ ค่านิยมองค์กร ของบริษัท เพื่อพัฒนาศักยภาพที่แท้จริงของบุคลากร

โดยมีการสื่อสารให้พนักงานทุกระดับเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการวางโครงสร้างการพัฒนาพนักงานอย่างเป็นระบบ เกี่ยวกับการพัฒนาสมรรถนะตามสายอาชีพ ตลอดจนความคาดหวังขององค์กรที่มีต่อการพัฒนาพนักงานให้มีศักยภาพ และสามารถสร้างผู้สืบทอดตำแหน่งเพื่อทดแทนในตำแหน่งที่สำคัญ ทางบริษัทฯ ได้เริ่มวางโครงสร้างหลักสูตร และพัฒนาหลักสูตรควบคู่ไปกับบริษัทที่ปรึกษาชั้นนำ ซึ่งได้มีการจัดวางโครงสร้างการพัฒนาให้สอดคล้องกับโครงสร้างตำแหน่งงานภายในองค์กร เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งในส่วนการพัฒนาที่ผ่านมาเรามุ่งเน้นการพัฒนาผู้บริหารรุ่นใหม่ เพื่อรองรับบุคลากรในอนาคตและเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั่วทั้งองค์กร



Work-Integrated Learning Program

ในปี 2563 มีพนักงานเข้าร่วมโครงการทั้งหมด 376 คน :

ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 87 ของเป้าหมายทั้งหมด

## • โครงการ Thai Wah Leadership Academy (TLA)

บริษัทฯ มองว่าทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมาก ต่อองค์กร และการสร้างผู้บริหารรุ่นใหม่ ก็เป็นเป้าหมายอย่างหนึ่งที่ทางบริษัทฯ ต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก “โครงการ Thai Wah Leadership Academy” หรือที่เราเรียกว่า “TLA” ถูกตั้งขึ้นมาเพื่อพัฒนาพนักงานในทุกๆ ระดับ รวมถึงช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการทำงาน เตรียมพร้อมเติบโตขึ้นเพื่อเป็น ผู้บริหารรุ่นใหม่ๆ ในอนาคต โดยรูปแบบการเรียนรู้จะเป็นการถ่ายทอด Thai Wah DNA จากประสบการณ์ความสำเร็จของผู้บริหารรุ่นเก่า และผู้บริหาร รุ่นปัจจุบันได้สร้างไว้ ที่ถูกถ่ายทอดและออกแบบมาให้เหมาะสมกับการเรียนรู้ ที่มีประสิทธิภาพตามหลักการ 70-20-10 ดังนี้

TLA หรือ Thai Wah Leadership Academy คือโครงการเพื่อพัฒนาพนักงานที่จะขึ้นมาเป็นผู้บริหารรุ่นใหม่ โดยผ่านการถ่ายทอด DNA จากประสบการณ์ความสำเร็จ ของผู้บริหารทั้งรุ่นเก่าและรุ่นปัจจุบันได้สร้างไว้

โครงการ Thai Wah Leadership Academy ได้พัฒนาผู้นำในระดับ ผู้บริหารผ่านการอบรมออนไลน์แบบ Virtual Class เพื่อเตรียมความพร้อมและ เสริมสร้างความเป็นผู้นำให้เตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลง ที่เกิดขึ้นในโลกธุรกิจพร้อมพัฒนาบุคลากรและนวัตกรรมให้กับองค์กร โดยได้ออกแบบเนื้อหาให้เข้ากับสถานการณ์ในโลกปัจจุบัน เช่น

- Leaders in COVID-19 Crisis: Powerful Ways to Lead Your Team
- Design Thinking for Leaders
- Brain-Based Leadership in the Digital Era
- Be an Inspirational Leader
- The Innovative Leader
- Coaching Skill: A Tool to Groom Your People & Yourself

Develop all level ●  
Develop some level ◐

Employee Level	Core Competency	Functional Competency	Leadership Competency	Managerial Competency
Management	●	◐	◐	●
Supervisory	●	●	◐	
Operation	●			



ในปี 2563 TLA ได้ออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความเป็นผู้นำในหลากหลายมิติ เช่น ความรู้ด้านธุรกิจ การบริหารงาน การพัฒนาวัฒนธรรม และการบริหารทีม ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการพัฒนาบุคลากร และองค์กรอย่างยั่งยืนควบคู่กันไป โดยส่งเสริมให้พนักงานออกแบบแผนพัฒนาศักยภาพส่วนบุคคล (Individual Development Plan) ที่สอดคล้องกับสมรรถนะ ผ่านระบบประเมินผลเพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ความจำเป็นในการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานตามความเหมาะสม เราเชื่อว่าการพัฒนาผู้นำคือปัจจัยที่สำคัญในการเสริมสร้างความผูกพันของบุคลากรให้สามารถดึงศักยภาพเพื่อขับเคลื่อนองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ



เราให้ความสำคัญในการวางโครงสร้างพนักงานเพื่อให้เกิดการพัฒนาและการสืบทอดตำแหน่งอย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงความหลากหลายของพนักงานทั้งในแง่ของระดับและอายุ

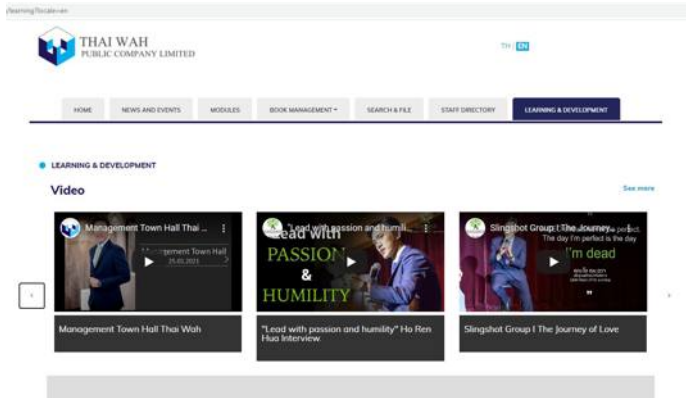
	2562	2563	เป้าหมาย 2564
คะแนนความผูกพันของพนักงาน (ร้อยละ)	80	-	90
ค่าเฉลี่ยเวลาการฝึกอบรมของพนักงานทั้งหมดต่อคนต่อปี	15 วัน	15 วัน	25 วัน
อัตราการลาออกของพนักงาน (ร้อยละ)	16	19	10
พนักงานที่ใช้สิทธิลาคลอดบุตร (คน)	1	2	1
พนักงานที่กลับมาทำงานหลังใช้สิทธิลาคลอดบุตร (ร้อยละ)	100	100	100

ความหลากหลายของพนักงาน	2562	2563	เป้าหมาย 2564
จำแนกตามระดับ			
- ผู้บริหารระดับสูง	6	6	6
- ผู้บริหารระดับกลาง	73	73	73
- ผู้บริหาร	103	103	100
- เจ้าหน้าที่	115	115	115
จำแนกตามอายุ			
- อายุน้อยกว่า 30	1,096	1,062	1,058
- อายุ 30-50 ปี	1,565	1,669	1,680
- อายุมากกว่า 50 ปี	149	135	128

- ระบบสารสนเทศสำหรับบริหารบุคลากร (HRIS)

โดยในปี 2563 ที่บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับบริหารบุคลากรขึ้น (HR Intranet System) เพื่อลดขั้นตอนการทำงาน เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และลดการใช้กระดาษในองค์กรลง ซึ่งในปีที่ผ่านมาได้มีการวางโครงสร้าง ระบบ HR Integration ทำให้เกิดการเชื่อมโยงข้อมูลการทำงาน เพิ่มความสะดวกสบายให้พนักงานภายในองค์กรในการใช้ระบบต่างๆ ผ่านหน้าต่างเดียว (One Gateway) และมีระบบป้องกันข้อมูลเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับข้อมูล โดยจากการพัฒนาระบบงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเช่น ระบบ Pay Slip Online, ระบบ HR Intranet, ระบบ Leave Online, ระบบ Air Ticket Online, ระบบ e-Learning และระบบ e-Search and File Online

โดยเน้นการสร้างแพลตฟอร์มผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อกระตุ้นให้พนักงานสามารถหาความรู้และพัฒนาทักษะได้ด้วยตัวเอง



บริษัทฯ สามารถลดการใช้งานกระดาษประมาณ 2,000 แผ่นต่อเดือน หรือ 24,000 แผ่น ต่อปี หรือคิดเป็นลดการตัดต้นไม้ได้ 4.8 ต้น

	2562	2563	เป้าหมาย 2564
การใช้งานกระดาษที่สามารถลดได้ (แผ่น)	24,000	24,000	30,000
คิดเป็นลดการตัดต้นไม้ (ต้น)	4.8	4.8	6.0

- การพัฒนานวัตกรรมในองค์กร

ไทยวาส่งเสริมพนักงานในองค์กรในการสร้างนวัตกรรม เพื่อส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาหรือประดิษฐ์สิ่งใหม่ๆ เช่น สินค้า บริการ และกระบวนการใหม่ๆ เป็นต้น เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยคำนึงถึงมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีในองค์กรอย่างต่อเนื่องจะสามารถสร้างมูลค่าหรือการเติบโตให้กับบริษัทฯ หรือลดค่าใช้จ่ายให้กับองค์กรได้ในระยะยาวอีกด้วย

สิ่งสำคัญที่จะช่วยให้การพัฒนานวัตกรรมเกิดขึ้นได้ เช่นการสร้างบรรยากาศความคิดสร้างสรรค์ สร้างพื้นที่ปลอดภัย ให้พนักงานกล้าคิด กล้าพูด กล้าแสดงความคิดเห็นที่แปลกใหม่ สำหรับทุกคนในองค์กรตั้งแต่ระดับผู้บริหารจนถึงระดับปฏิบัติการ เปิดโอกาสให้พนักงานได้โอกาสทำสิ่งใหม่ๆ รวมถึงการพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่องผ่านการอบรมสัมมนาต่างๆ ซึ่งบุคลากรทักษะความรู้และการสนับสนุนของผู้บริหารเป็นปัจจัยสำคัญที่จะขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างมั่นคง

# บทนำของวารสาร TW WANDER



## NEW NEWS

นี่คือส่วนแรกสำหรับเชอร์กิจกรรมหรือแบ่งปันข้อมูลของแต่ละแผนก เช่น การประชุมเชิงปฏิบัติการ การประชุมเพื่อระดมความคิด ที่คิดว่าเป็นประโยชน์ต่อทีมไทยวา



## SUCCESSFUL STORY

เราสนับสนุนให้แต่ละแผนกในองค์กร ทั้งไทยและต่างประเทศ ร่วมแบ่งปันความสำเร็จของตัวเอง เพื่อที่จะร่วมแชร์ช่วงเวลาที่สำคัญนี้ไว้ด้วยกัน

นอกจากนี้ สามารถเป็นแบบอย่างให้แผนกอื่นๆ สามารถทำตาม



## INNOVATION SHARING

ส่วนนี้จะช่วยส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ต่อทีมไทยวาทุกคน โดยทุกคนสามารถแบ่งปันความคิดเห็นเรื่องนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องได้ เช่น เทคโนโลยี การเกษตรหรือ กระแสทั่วโลก

ข้อมูลเชิงลึกของตลาดและลูกค้า หรือแนวทางการทำงานในยุคดิจิทัลนี้

วารสาร TW wander ถูกจัดทำทุกเดือน จุดประสงค์หลักเพื่ออัปเดตข่าวสารและกระแสทั่วโลก รวมถึงการแชร์ความรู้และเรื่องราวความสำเร็จของแต่ละแผนกให้กับครอบครัวไทยวา

# สิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างถูกต้อง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารด้านสิทธิมนุษยชน โดยดำเนินการตามจรรยาบรรณธุรกิจและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนสอดคล้องกับหลักสากล และกำหนดให้คณะกรรมการและ/หรือฝ่ายบริหารอาวุโสของบริษัทฯ ดูแลให้มั่นใจว่าไม่มีการละเมิดสิทธิตามกฎหมาย ซึ่งรวมถึงการไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชนจากการกระทำหรือการตัดสินใจใดๆ ของบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้จัดทำนโยบายความรับผิดชอบต่อทางธุรกิจต่อการเคารพสิทธิมนุษยชน มีมาตรการดำเนินการด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน โดยยึดตามหลักการสิทธิมนุษยชนสำหรับธุรกิจแห่งสหประชาชาติ (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGP) มาใช้เป็นกรอบในการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชน ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการวิเคราะห์ และประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน การบริหารจัดการความเสี่ยง การติดตามและรายงานผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง สำหรับประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญสำหรับบริษัทฯ ประกอบด้วย แรงงานบังคับ แรงงานที่มาจากการค้ามนุษย์ หรือแรงงานเด็กอันมิชอบด้วยกฎหมาย โดยในปี 2563 บริษัทฯ พิจารณาแล้วไม่มีประเด็นความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสิทธิมนุษยชนในองค์กร และห่วงโซ่อุปทาน

เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ มุ่งมั่นบริหารจัดการประเด็นสำคัญข้างต้นอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ มีการยกระดับความรับผิดชอบต่อและโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ มีการเผยแพร่นโยบายการจัดหายั่งยืนและ

แนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้าของบริษัทฯ ฝึกอบรมให้ความรู้สนับสนุนให้คู่ค้าธุรกิจหลักตรวจสอบประเมินตนเองด้านความยั่งยืน ดำเนินการตรวจสอบประเมินคู่ค้าธุรกิจหลักด้านความยั่งยืน รวมถึงจัดหาวัตถุดิบหลักทางการเกษตรจากแหล่งที่มาที่รับผิดชอบ โดยผู้ประสงค์จะเป็นคู่ค้าในอนาคตทุกราย ต้องลงนามรับทราบถึงจรรยาบรรณธุรกิจและแนวปฏิบัติด้านแรงงาน และต้องปฏิบัติตามหลักการดังกล่าวที่บริษัทฯ กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด ขณะเดียวกันบริษัทฯ ยังดำเนินนโยบายการดูแลสุขอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงานตามกฎหมายและมาตรฐานต่างๆ ด้วย ความรับผิดชอบต่อและใส่ใจเพื่อให้พนักงานและคู่ค้าธุรกิจทุกคนสามารถทำงานได้อย่างปลอดภัยและมีความสุขระหว่างการทำงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการดูแลและปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรมบนพื้นฐานของการเคารพสิทธิมนุษยชน มีนโยบายชัดเจนโดยไม่เลือกปฏิบัติทั้งในการสรรหา การจ้างงาน การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการ การจัดฝึกอบรม การมอบหมายงาน การเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น ควบคู่ไปกับการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นในการปฏิบัติหน้าที่ รวมทั้งจัดสภาพแวดล้อมการทำงาน โดยคำนึงถึงหลักความปลอดภัย และถูกสุขอนามัย ส่งเสริมวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมเพื่อช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างคุณค่าแก่ตัวพนักงาน ตลอดจนทำประโยชน์ให้กับผู้อื่น และสร้างแรงบันดาลใจเพื่อที่ทุกคนจะสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเต็มศักยภาพ

ในปี 2563 บริษัทฯ มีพนักงานทั้งหมด 2,866 คน ขณะเดียวกัน บริษัทฯ มีนโยบายสนับสนุนให้ความสำคัญกับการให้โอกาสคนพิการให้ได้มีตำแหน่งงานที่เหมาะสมเพื่อช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิต และสนับสนุนให้คนพิการได้มีโอกาสนำศักยภาพที่มีอยู่ในตัวเองมาใช้สร้างสรรค์ ส่งเสริมความเข้มแข็ง และศักยภาพของคนพิการ โดยในปี 2563 บริษัทฯ ได้จ้างงานคนพิการและสร้างโอกาสในอาชีพคิดเป็นอัตราส่วนคนพิการ 1 คน ต่อพนักงาน 100 คน ตามกฎหมายการจ้างงานคนพิการ

	2561	2562	2563	เป้าหมาย 2564
สัดส่วนการจ้างงานบุคคลทุพพลภาพ ต่อพนักงานทั้งหมด	1 : 100	1 : 100	1 : 100	1 : 100
สัดส่วนพนักงานชายต่อพนักงานหญิง	2.5 : 1	2.5 : 1	2.5 : 1	2.5 : 1
จำนวนการจ้างงานพนักงานทั้งหมด	2,040	2,810	2,866	3,000

นอกจากนี้บริษัทฯ มีกระบวนการบริหารด้านสิทธิมนุษยชนอย่างต่อเนื่อง และยังไม่พบการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้จัดเตรียมช่องทางรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากพนักงานผ่านหลากหลายช่องทาง เช่น Intranet หรือ Suggestion Box เป็นต้น



- การดูแลพนักงานและครอบครัวช่วงโควิด-19

บริษัทฯ ได้จัดตั้ง “คณะบริหารความต่อเนื่อง (Core BCP Team)” ซึ่งประกอบด้วย CEO, CFO, MD, HR, IT และ Risk Management เพื่อเป็นศูนย์ข้อมูลส่วนกลางทำหน้าที่ประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้น และกำหนดมาตรการและแนวทางในการดูแลพนักงานของบริษัทฯ อย่างใกล้ชิด เช่น นโยบายทำงานที่บ้าน จัดเตรียมหน้ากากอนามัยและแอลกอฮอล์เจลให้พนักงานทุกคน จัดให้มีการตรวจคัดกรองพนักงานและผู้มาติดต่อ พนักงานเชื้อทำความสะอาดสำนักงานอย่างสม่ำเสมอในช่วงระบาด ทำประกันสุขภาพ โควิด-19 ให้กับพนักงานทุกคน จัดหาที่พักชั่วคราวให้กับพนักงานกลุ่มเสี่ยง ยืดหยุ่นเวลาเข้าออกงานให้กับพนักงานที่จำเป็นจะต้องมาทำงานที่สำนักงานเพื่อหลีกเลี่ยงความแออัดในการเดินทางในช่วงเวลาเร่งด่วน รวมถึงบริษัทมีการจัดเตรียมทรัพยากรให้สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องในภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้น เช่น การจัดเตรียมคอมพิวเตอร์ให้พนักงานสามารถทำงานที่บ้าน ค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตให้พนักงาน และจัดเตรียมระบบ Microsoft Teams และ Zoom ให้สามารถจัดประชุมได้ตามปกติ เป็นต้น

แนวทางในการบรรเทาผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ให้แก่พนักงาน รวมถึงบริษัทฯ ยังคงรักษาพนักงานไว้กับองค์กรอย่างต่อเนื่องตามนโยบายการดูแลรักษาบุคลากร โดยไม่มีนโยบายเลิกจ้างหรือลดเงินเดือน จ่ายค่าตรวจให้สำหรับพนักงานกลุ่มเสี่ยง รวมถึงบริษัทฯ ยังคงจ่ายเงินเดือนและค่าแรงให้กับพนักงาน กรณีที่พนักงานต้องกักตัว 14 วัน นอกจากนี้ยังได้จัดตั้งจุดตรวจคัดกรองอย่างเข้มงวดก่อนเข้าพื้นที่ปฏิบัติงานทั้งการตรวจวัดไข้ ตรวจการใส่หน้ากากอนามัย และวางเจลแอลกอฮอล์ในจุดต่าง ๆ รวมทั้งประชุมผ่าน Teleconference ในช่วงเช้าของทุกวัน ร่วมกับ 15 โรงงาน และสำนักงานสาขาทั้งในประเทศและต่างประเทศ สัปดาห์ละ 2 ครั้ง เพื่อติดตามสถานการณ์ความคืบหน้าในแต่ละพื้นที่ เพื่อสามารถสื่อสาร และให้คำปรึกษาช่วยเหลือได้อย่างทันการณ์







## การวิจัยอาหาร ออร์แกนิก และเพื่อสุขภาพ

ทุกวันนี้ผลิตภัณฑ์ของเราได้มีการผลิตและจัดจำหน่ายสู่สากลไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน กว่า 32 ประเทศทั่วโลก คุณภาพของอาหารและผลิตภัณฑ์จากแปงของเราเน้นผลิตมาจากวัตถุดิบที่ผ่านการคัดสรร และความเชี่ยวชาญด้านแปงมันสำปะหลัง และผลิตภัณฑ์อาหารจากแปง นอกจากนี้ อีกสิ่งหนึ่งที่ขาดไม่ได้เลยคือความสม่ำเสมอของคุณภาพผลิตภัณฑ์ ที่เราใส่ใจพิถีพิถันตั้งแต่คัดเลือกวัตถุดิบ ควบคุมกระบวนการผลิตและคุณภาพสุดท้าย เพื่อส่งผ่านผลิตภัณฑ์คุณภาพจากไร่สู่มือลูกค้าและผู้บริโภคทั่วโลก บริษัทฯ ในฐานะผู้นำธุรกิจเกษตรและอาหาร ได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการยกระดับคุณภาพและความปลอดภัยตลอดกระบวนการ ด้วยเจตนารมณ์และความมุ่งมั่นในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสุขภาพที่ดีของผู้บริโภคซึ่งเป็นเทรนด์ตลาดในยุคปัจจุบันและในอนาคต โดยผ่านความร่วมมือจากพันธมิตรทางธุรกิจ สถาบันวิจัย และมหาวิทยาลัยชั้นนำ ในการคิดค้นนวัตกรรมอาหารแบบใหม่ๆ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ดี อร่อย สะอาด มีคุณค่าทางโภชนาการ และดีต่อสุขภาพเพื่อคงความเป็นผู้นำด้านอาหารที่อย่างยั่งยืน



# นวัตกรรม

## ต่อกระบวนการผลิตภัณฑ์และบริการ

ในปัจจุบัน ความเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้นำมาซึ่งความเสี่ยงและโอกาสต่อการดำเนินธุรกิจ สำหรับไทยวาที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับเกษตรกรรม และอุตสาหกรรมอาหาร การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคจึงเป็นประเด็นสำคัญที่บริษัทฯ คำนึงถึงอยู่ตลอด โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนความเป็นอยู่ที่ดีและการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค กล่าวคือสุขภาพที่ดี เริ่มต้นด้วยการบริโภคอาหารที่มีสารอาหารครบหมู่ตามหลักโภชนาการที่ถูกต้อง ด้วยเหตุนี้บริษัทฯ จึงตระหนักอย่างยิ่งในความรับผิดชอบต่อในการคิดค้นวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์แห่งนวัตกรรมเพื่อสุขภาพที่ดีของผู้บริโภคพร้อมทั้งดำเนินการลดการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

ไทยวาจึงให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดีขึ้นของผู้บริโภค และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในทุกช่วงวัย รวมถึงมีแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการเดินทางพัฒนาอาหารเพื่อสุขภาพ และเป็นองค์การที่ช่วยให้สุขภาพของผู้บริโภคในสังคมดีขึ้น โดยมุ่งนำเสนอทางเลือกใหม่ให้แก่ผู้บริโภคด้วยกระบวนการพัฒนา สินค้าให้มีมาตรฐานและปลอดภัย อุดมด้วยสารอาหารที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม ตลอดจนมุ่งสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีขึ้น โดยบริษัทฯ มีเป้าหมายการออกผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและสุขภาพที่ดีขึ้นของ

ผู้บริโภค คิดเป็นอย่างน้อยร้อยละ 50 ของโครงการงานวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมของบริษัทฯ

ปัจจัยหลักที่นำมาพิจารณาในกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ได้แก่ เพิ่มคุณภาพทางโภชนาการให้สะดวกแก่ผู้บริโภค สร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์โดยใช้วัตถุดิบและส่วนผสมจากท้องถิ่น มีราคาที่เหมาะสม และแนวโน้มของตลาดและผู้บริโภค โดยในปี 2563 ที่ผ่านมา มีผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากรายในท้องตลาดทั้งหมดจำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านกระบวนการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นสุขภาพโภชนาการสุขภาพ และสุขภาพที่ดีของผู้บริโภคคิดเป็นร้อยละ 50 ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด

### ผลการดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นในเรื่องสุขภาพ

	2562	2563	เป้าหมาย 2564
จำนวนผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นสุขภาพ และสุขภาพที่ดีขึ้นของผู้บริโภค	3	5	6
ผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นในเรื่องสุขภาพ และสุขภาพต่อผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งหมด (ร้อยละ)	67	50	50

## ศูนย์วิจัยนวัตกรรม

บริษัทฯ ได้จัดตั้งศูนย์วิจัยนวัตกรรมที่คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อพัฒนางานด้านการวิจัยเพื่ออาหารสุขภาพ และงานวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน ทั้งในรูปแบบการสนับสนุนให้ทุนวิจัย หรืองานวิจัยร่วมกับคณะวิทยาศาสตร์ และคณะอื่นๆ ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทั้งนี้เพื่อให้ทีมนักวิจัยที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านทำงานในหัวข้อที่ตรงกับความต้องการของบริษัทฯ มากขึ้น และสามารถนำผลงานวิจัยมาต่อยอดในเชิงการค้าได้รวดเร็วมากขึ้น นอกจากนี้ไทยวายังได้สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันวิจัยต่างๆ ของภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อร่วมกันวิจัย คิดค้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ ได้มุ่งมั่นในการผลิตและคิดค้นสินค้าใหม่ที่มีคุณค่าทางอาหาร เพื่อผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2563 ไทยวาชนะรางวัล The Winner of The International Innovation Awards (IIA) 2020 สำหรับผลิตภัณฑ์ วันเส้นตรามังกรคู่บาลานซ์ (DD Balance) ซึ่งจัดโดย Enterprise Asia ถือเป็นหนึ่งในรางวัลระดับโลกที่ทรงคุณค่าที่ยกย่องและให้การยอมรับนวัตกรรมที่โดดเด่นด้านต่างๆ เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการบริการ และด้านวัฒนธรรมองค์กร

ผลิตภัณฑ์วันเส้นตรามังกรคู่บาลานซ์ ผลิตจากถั่วเขียวเกรดพรีเมียมจากธรรมชาติ 100% ที่คัดสรรมาอย่างดี ด้วยกรรมวิธีการผลิตพิเศษ เพื่อให้ได้วันเส้นคุณภาพดี ไม่พอกสี ไม่มีกลูเตน และปราศจากสารเคมี อีกทั้งยังได้รับการรับรองจากคณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดลว่ามีค่าดัชนีน้ำตาลต่ำ ที่สามารถช่วยรักษาสมดุลของระดับน้ำตาลในเลือด (Low GI) ช่วยสร้างสมดุลในทุกมื้ออาหารให้แก่ร่างกาย นอกจากนี้ยังถือเป็นวันเส้นสดรายแรกที่ได้รับการการันตีรสชาติและคุณภาพ 2 ดาวจากสถาบันระดับโลก International Taste Institute



Ideation Hub ที่สำส



Innovation Hub ที่จุฬา



Application Hub ที่เชียงใหม่

	2562	2563	เป้าหมาย 2564
ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา (ล้านบาท)	3.66	2.97	2.85
จำนวนบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนา (คน)	11	14	14
จำนวนสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตร	ไม่มี	ไม่มี	1

## เทคโนโลยีด้านการตลาดดิจิทัล และความยั่งยืน

การแพร่ระบาดของโควิด-19 และมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม ส่งผลให้กระแสและโลกปรับเปลี่ยนรวดเร็วจากเทคโนโลยีดิจิทัล และส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดด ปรับตัวสู่การดำเนินชีวิตแบบ new normal โควิด-19 เป็นเหมือนตัวเร่งให้ทุกภาคส่วนต้องปรับตัว เปลี่ยนพฤติกรรมมาใช้ชีวิตประจำวัน การทำงานบริโภค จับจ่ายใช้สอย ผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นเพื่อตอบโจทย์ความปลอดภัยและความสะดวกสบาย รวมถึงใส่ใจสุขภาพและส่งเสริมพฤติกรรมที่สร้างความยั่งยืนในสังคมมากขึ้น

ด้วยการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของธุรกิจและธุรกรรมผ่านโซเชียลคอมเมิร์ซ ไทยวาได้ปรับเปลี่ยนแนวทางในการดำเนินธุรกิจ การให้บริการ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ช่วยลดต้นทุน และค่าใช้จ่าย รวมถึงแสดงความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อผลกระทบทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียต่างๆ เช่น Website, Facebook, Youtube, Linked in, และ Line@ เพื่อสื่อสารและรับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภคได้โดยตรง และผลักดันการมีส่วนร่วมของลูกค้าผ่านการตลาดดิจิทัล และเพิ่มประสิทธิภาพการเป็นที่รู้จัก และการเติบโตของแบรนด์ทั้งในด้านภาพลักษณ์ขององค์กรและยอดขาย



เว็บไซต์หลัก



Facebook



Youtube



Linked in



เว็บไซต์ Rose Starch



เว็บไซต์ TW Knowde



**THAI WAH**  
PUBLIC COMPANY LIMITED

**Thaiwah Starch**

เพิ่มเพื่อน

แชท



Line @Thaiwah Starch

**SD Journey**

เพิ่มเพื่อน

แชท



Line @sdjourney



เว็บไซต์ Double Dragon



เว็บไซต์ Double Dragon Vietnam





## การยกระดับคุณภาพ และความปลอดภัย ของผลิตภัณฑ์อาหาร

บริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงความปลอดภัยในทุกขั้นตอนการผลิตมีระบบการสอบกลับที่มีประสิทธิภาพ และพิสูจน์ยืนยันกระบวนการผลิตด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ และเครื่องมือที่มีความทันสมัยได้มาตรฐาน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีความมุ่งมั่นในการผลิตอาหารตามระบบการจัดการความปลอดภัยอาหาร ตามหลัก HACCP และ GMP เพื่อควบคุมสิ่งที่เป็นอันตรายต่อความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์อาหารและปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของอาหารทั้งในประเทศและประเทศคู่ค้า

บริษัทฯ มีการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการจัดการในองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อกำกับดูแลการบริหารข้อมูลให้มีความถูกต้อง ครบถ้วน และสามารถเปิดเผยแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องได้อย่างชัดเจน บริษัทฯ มีนโยบายในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐานสูง ด้วยเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ มีระบบการตรวจสอบคุณภาพสินค้าทุกขั้นตอน ทำให้สินค้าของบริษัทฯ ได้การรับรองมาตรฐานคุณภาพระดับสากล ดังนี้ ISO 9001 : 2008, Good Manufacturing Practice (GMP), Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP), KOSHER, BRC Global Standards (เกรด AA), HALAL และ FSSC 22000

นอกจากนี้ บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะรักษาและพัฒนา ระบบบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร เพื่อผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และมีความปลอดภัยในการบริโภค บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ให้เข้าถึงอาหารได้อย่างพอเพียง และมีโภชนาการที่ถูกต้องเหมาะสม ตลอดจนการเพิ่มขีดความสามารถของห้องปฏิบัติการ เช่น บริษัทฯ ได้รับการรับรองความสามารถห้องปฏิบัติการทดสอบด้านอาหารตามมาตรฐาน ISO/IEC 17025 จากกระทรวงสาธารณสุข

นอกจากนี้ แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคทั่วโลกยังสะท้อนถึงการให้ความสำคัญกับอาหารที่มีคุณภาพและความปลอดภัยมากขึ้น เน้นการบริโภคอาหารมีโภชนาการ และผ่านกระบวนการผลิตที่ปลอดภัย นอกเหนือไปจากรสชาติ ความหลากหลาย และความสะดวกสบาย จากสถานการณ์ความท้าทายดังกล่าว ถือเป็นโอกาสสำคัญที่บริษัทฯ ต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องอยู่เสมอ ตรวจสอบคุณภาพตลอดห่วงโซ่คุณค่า และการเสริมสร้างความรู้และโภชนาการที่ดีในสังคม เพื่อก้าวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะรักษาและพัฒนา ระบบบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร เพื่อผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และมีความปลอดภัยในการบริโภค”

## การแสดงผลการผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญในการแสดงข้อมูลที่ถูกต้องของสินค้า รวมถึงการให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการอุปโภคและบริโภคที่ถูกต้อง ครบถ้วน และชัดเจน จึงกำหนดให้พิมพ์ของและ/หรือฉลากสินค้าที่แสดงข้อมูลด้านโภชนาการ วิธีปรุงสินค้าที่ถูกต้อง วิธีการใช้และเก็บรักษา และข้อมูลอื่นที่สอดคล้องตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ และมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ในทุกผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับอรรถประโยชน์สูงสุด ในการบริโภคสินค้า รวมถึงการจัดการอบรมให้แก่บุคลากรได้มีความรู้ ความเข้าใจในมาตรฐาน สนับสนุนให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นอย่างสม่ำเสมอ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นผลิตสินค้าดี มีคุณภาพ ถูกสุขลักษณะ ปลอดภัย ส่งมอบตรงเวลา สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและปรับปรุงระบบคุณภาพอย่างต่อเนื่อง มีการควบคุมการผลิตที่เป็นมาตรฐานสากล ความพึงพอใจของลูกค้าจะเป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและการบริการให้ดียิ่งๆ ขึ้นไป

## “ได้รับมาตรฐานสากล เพื่อความมั่นใจในคุณภาพ และความปลอดภัยของอาหารตลอดห่วงโซ่อุปทาน”

### โรงงานแปรรูปสำเร็จ



### โรงงานอาหาร



## ชื่อเสียง และความไว้วางใจต่อแบรนด์

บริษัทฯ เชื่อว่าภารกิจของเราคือการสร้างผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงที่สุดไปด้วยคุณประโยชน์ ผ่านกระบวนการวิเคราะห์คุณภาพของอาหาร เพื่อให้ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าทั่วโลก นอกจากนี้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์คงความเป็นผู้นำอย่างยั่งยืน เรายังร่วมมือกับคู่ค้าทางธุรกิจในภูมิภาคอย่างต่อเนื่องเพื่อค้นคว้าและพัฒนานวัตกรรมอย่างหลากหลายอย่างต่อเนื่อง

### • การสื่อสารการตลาดและความเป็นส่วนตัวของลูกค้า

บริษัทฯ มุ่งมั่นผลิตสินค้าดี มีคุณภาพ ถูกสุขลักษณะ ปลอดภัยส่งมอบตรงเวลา รวมถึงมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลที่ดี เพื่อสร้างความไว้วางใจให้กับผู้บริโภค พัฒนาปรับปรุงระบบคุณภาพอย่างต่อเนื่อง มีการควบคุมการผลิตที่เป็นมาตรฐานสากล โดยคะแนนความพึงพอใจจากลูกค้าจะเป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและการบริการให้ดียิ่งๆ ขึ้นไป

คะแนนความพึงพอใจจากลูกค้าบริษัทฯ จะถูกรายงานให้ฝ่ายบริหารรับทราบเป็นประจำทุกปี เพื่อพัฒนาแผนการดำเนินงานธุรกิจและปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการ รวมถึงรายงานส่งเสริมการขายของบริษัทฯ ต่อไป โดยแผนพัฒนาที่เกิดจากการวิเคราะห์ผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในปี 2563 สามารถสรุปได้ คือปรับปรุงแบบกิจกรรมทางการตลาดให้ตรงกับความต้องการมากขึ้น ทั้งในเรื่องราคาและกำไร จัดสรรกิจกรรมให้เหมาะสมกับแต่ละช่องทางพิจารณาปรับบาลานซ์ของกิจกรรมให้ดีขึ้น และปรับปรุงแบบของกิจกรรมสะสมของรางวัลให้มียอดสะสมที่เหมาะสมยิ่งขึ้น

นอกจากนี้บริษัทฯ มีช่องทางการสื่อสารถึงผู้บริโภคหลากหลายช่องทาง อาทิเช่น การสื่อสารออนไลน์ กิจกรรมการชิงโชค โดยข้อมูลความเป็นส่วนตัวของลูกค้าทั้งหมดจะถูกเก็บรักษาไว้เป็นความลับตามนโยบายการรักษาความปลอดภัยของบริษัทฯ อย่างเคร่งครัด

### ลูกค้าสามารถแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม

ลูกค้าขายส่ง



ลูกค้าหน่วยรถเงินสด

ลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรม



ลูกค้า Modern Trade

ลูกค้าส่งออก



# หัวข้อแบบสอบถาม

---



1. ความชอบโดยรวมที่มีต่อผลิตภัณฑ์



2. คุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์



3. คุณภาพโดยรวมของบรรจุภัณฑ์

- ข้อมูลบนฉลากครบถ้วน ชัดเจน และอ่านง่าย , ความคงทน และสะอาดถูกหลักอนามัย



4. ความพึงพอใจโดยรวมต่อการจัดส่งสินค้า

- ตรงตามเวลาที่กำหนด , ครบตามจำนวน และอยู่ในสภาพสมบูรณ์ ไม่เสียหาย



5. ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการให้บริการและการติดต่อประสานงาน

- ความรวดเร็ว , ความสุภาพ , ความใส่ใจดูแล และติดตามแก้ไขปัญหา



6. ความพึงพอใจโดยรวมต่อกิจกรรมทางการตลาด



7. ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการส่งเสริมการขาย

- คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า

	2561	2562	2563	เป้าหมาย 2564
ธุรกิจแป้ง (ร้อยละ)	86	90	83	85
ธุรกิจอาหาร (ร้อยละ)	85	84	86	87

- ธุรกิจอาหาร

	2561	2562	2563	เป้าหมาย 2564
Brand Awareness (Top of Mind)	43%/22%*	35%/20%**	33%/19%***	Maintain / Increase 1pt
Brand Penetration (share)	66%/31%*	47%/33%**	56%/40%***	Maintain / Increase 1pt

\* Double Kirin in fresh vermicelli / Double Dragon in dry vermicelli brand measure from U&A Consumer Study by Nielsen Research in 2016

\*\* Double Kirin in fresh vermicelli / Double Dragon in dry vermicelli brand measure from U&A Consumer Study by Nielsen Research in 2019

\*\*\* Double Kirin in fresh vermicelli / Double Dragon in dry vermicelli brand measure from U&A Consumer Study by Nielsen Research in 2020

- การประชุมร่วมกับลูกค้าทางธุรกิจ

บริษัทฯ ได้จัดงานสัมมนา “ฝ่าวิกฤตโควิด – 19 สู่นิวออร์มอลธุรกิจอาหาร 2021” ขึ้นเพื่อขอบคุณลูกค้าและคู่ค้าทางธุรกิจทุกท่านที่ร่วมเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจของไทยมาตลอดมา และสื่อสารให้ทุกท่านเห็นการเปลี่ยนแปลงของเทรนร้านค้าและผู้บริโภค สามารถเป็นแนวทางในการปรับตัวในยุคนิวออร์มอล รวมถึงสร้างความสัมพันธ์ ร่วมกันวางแผนการตลาดของบริษัทไทยวา เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคมากขึ้น สร้างแบรนด์ให้ร้านค้าและผู้บริโภคได้รู้จักผลิตภัณฑ์ของบริษัทมากขึ้น พร้อมขับเคลื่อนธุรกิจไปข้างหน้าด้วยกันในปี 2564







## ภาคผนวก

### เกี่ยวกับรายงานเพื่อความยั่งยืนฉบับนี้

รายงานฉบับนี้ เป็นรายงานความยั่งยืนที่บริษัทไทยวาได้จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน โดยจัดเตรียมขึ้นเทียบกับตัวชี้วัดหลักและเป้าหมายที่ตั้งไว้ในกลยุทธ์เพื่อความยั่งยืนตามค่านิยมหลักของบริษัทฯ ที่ว่า Creating Innovation and Sustainability from Farm to Shelf (From Farm to Shelf) จุดประสงค์ของรายงานฉบับนี้เพื่อสื่อสารความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจสู่ความยั่งยืน ในทุกมิติทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยในรายงานมีรายละเอียดการดำเนินงานทั้งปีของบริษัทฯ ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงเดือนธันวาคม 2563

การจัดทำรายงานฉบับนี้ ได้กำหนดเนื้อหาสอดคล้องตามหลักเกณฑ์ (In accordance criteria) ของ Global Reporting Initiatives Standards (GRI Standards) แบบทางเลือกหลัก (Core option) มาเป็นกรอบในการจัดทำรายงาน และมีการพิจารณาการดำเนินงานขององค์กรเทียบกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) โดยได้รับการสอบทานด้านผลการดำเนินงานด้านการเงิน จากบริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด ดังแสดงรายละเอียดไว้ที่รายงานของผู้สอบบัญชี ในรายงานประจำปี 2563 ของบริษัทฯ

## หลักการกำหนดเนื้อหาารายงาน

การกำหนดเนื้อหาในรายงานฉบับนี้ เกิดจากความตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นของห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ซึ่งรวมทั้งเกษตรกร คู่ค้าทางธุรกิจ พนักงาน ลูกค้า ชุมชน และสังคมโดยรวม จากนั้นบริษัทฯ มีการขอความเห็นจากคณะกรรมการ และคณะผู้บริหารของไทยวา โดยรายงานได้กล่าวถึงประเด็นที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความสนใจอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งมีความสำคัญต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัทฯ ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งในและนอกองค์กร บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามหลักสำคัญทั้ง 4 ประการ ตามแนวทางของ GRI Standards นั่นคือ การพิจารณาบริบท

แห่งความยั่งยืน (Sustainability Context) ประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ (Materiality) ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล (Completeness) และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกระบวนการทำรายงาน (Stakeholder Inclusiveness) โดยมีการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญอย่างเป็นทางการเพื่อระบุประเด็น และจัดอันดับความสำคัญประเด็นด้านความยั่งยืนเหล่านี้ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของไทยวา ในทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังรวมถึงประเด็นที่มีความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอีกด้วย



# การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ



## ขั้นตอนที่ 1 การระบุประเด็น

บริษัทฯ นำประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญในปี 2562 มาพิจารณา ประกอบกับการคัดเลือกประเด็นจากการจัดประชุมเชิงปฏิบัติร่วมกับผู้บริหารระดับสูง โดยพิจารณาและวิเคราะห์ถึงปัจจัยจากภายในและภายนอกองค์กร ได้แก่ ทิศทางกลยุทธ์ของบริษัทฯ กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน ความเสี่ยงและโอกาสของบริษัทฯ รวมถึงประเด็นสำคัญของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน ประเด็นด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรสหประชาชาติ (SDGs) ความยั่งยืนที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสนใจ ตลอดจนตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนจากมาตรฐานระดับสากล เพื่อระบุประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญและกำหนดขอบเขตของแต่ละประเด็นความยั่งยืน



## ขั้นตอนที่ 3 การทวนสอบประเด็นที่มีนัยสำคัญ

บริษัทฯ ดำเนินการความทวนสอบความครบถ้วนในเบื้องต้น โดยหน่วยงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาควบคู่กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก เช่น ผู้พัฒนาตลาดทุน คู่ค้าธุรกิจ และลูกค้า เพื่อรวบรวมประเด็นที่ให้ความสนใจและมีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ เพื่อจะนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบบริหารความเสี่ยงและกำกับดูแลกิจการ (ARCG) เพื่อพิจารณายืนยันและอนุมัติประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญภายใต้ขอบเขตผลกระทบทั้งภายในและภายนอกองค์กร



## ขั้นตอนที่ 2 การจัดลำดับความสำคัญ

บริษัทฯ นำประเด็นและความคิดเห็นของผู้บริหารระดับสูงที่ได้รับจากขั้นตอนที่ 1 มาวิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจจากการจัดประชุมเชิงปฏิบัติร่วมกับผู้บริหารระดับสูง และหัวหน้าสายงานที่เกี่ยวข้องเพื่อกลั่นกรองและจัดลำดับความสำคัญ โดยพิจารณาใน 2 มิติ คือ ความสำคัญของผลกระทบต่อธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และความสำคัญของผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก เช่น คู่ค้าทางธุรกิจ ลูกค้า ภาครัฐ และภาคสังคม



## ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ เปิดเผยข้อมูลในรายงานความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงจัดเตรียมช่องทางที่หลากหลายเพื่อรับฟังความคิดเห็น มุมมอง และข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร พร้อมทั้งข้อเสนอแนะต่อแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรสำหรับการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการดำเนินงานขององค์กรต่อไป โดยจะยังคงยึดหลักการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและบริหารความยั่งยืนเป็นสำคัญ

# ดัชนีชี้วัดข้อมูลตามตัวชี้วัด GRI

## GRI 102: General Disclosures

	Disclosures	Page / Website / Omission	External Assurance
<b>Organizational Profile</b>			
102-1	Name of the organization	SD Report cover page / back page	
102-2	Activities, brands, products, and services	SD Report page 12	
102-3	Location of headquarters	Annual Report page 62	
102-4	Location of operations	SD Report page 26-27	
102-5	Ownership and legal form	SD Report page 12	
102-6	Markets served	SD Report page 26-27	
102-7	Scale of the organization	SD Report page 18 Annual Report page 6 <a href="https://investor.thaiwah.com/financial_highlights.html">https://investor.thaiwah.com/financial_highlights.html</a>	

	Disclosures	Page / Website / Omission	External Assurance
102-8	Information on employees and other workers	SD Report page 93, 97	
102-9	Supply chain	SD Report page 13	
102-10	Significant changes to the organization and its supply chain	SD Report page 34	
102-11	Precautionary principle or approach	SD Report page 36-38	
102-12	External initiatives	SD Report page 69-70	
102-13	Membership of associations	SD Report page 18	
<b>Strategy</b>			
102-14	Statement from senior decision-maker	SD Report page 10-11	
102-15	Key impacts, risks, and opportunities	SD Report page 24-25	
<b>Ethics and Integrity</b>			
102-16	Values, principles, standards, and norms of behaviour	SD Report page 4	



	Disclosures	Page / Website / Omission	External Assurance
<b>Governance</b>			
102-18	Governance structure	SD Report page 32 Annual Report page 31 <a href="https://investor.thaiwah.com/organization_chart.html">https://investor.thaiwah.com/organization_chart.html</a>	
<b>Stakeholder Engagement</b>			
102-40	List of stakeholder groups	SD Report page 23-25	
102-41	Collective bargaining agreements	Thai Wah does not have a trade union. However, Thai Wah has its welfare committee which is composed of representatives from all levels of employees. Their responsibilities are similar to a trade union.	
102-42	Identifying and selecting stakeholders	SD Report page 13, 23	
102-43	Approach to stakeholder engagement	SD Report page 24-25	
102-44	Key topics and concerns raised	SD Report page 24-25	
<b>Reporting Practice</b>			
102-45	Entities included in the consolidated financial statements	Annual Report page 139-148	

	Disclosures	Page / Website / Omission	External Assurance
102-46	Defining report content and topic boundaries	SD Report page 109-111	
102-47	List of material topics	SD Report page 22	
102-48	Restatements of information	Annual Report page 34	
102-49	Changes in reporting	SD Report page 29 Thai Wah has reviewed and made some changes in the relevant SDGs from the previous reporting period.	
102-50	Reporting period	SD Report page 109	
102-51	Date of most recent report	Our previous SD Report was published in April 2020.	
102-52	Reporting cycle	SD Report page 109	
102-53	Contact point for questions regarding the report	Back page	
102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	SD Report page 109-110	
102-55	GRI content index	SD Report page 112- 122	

	Disclosures	Page / Website / Omission	External Assurance
102-56	External assurance	Annual Report page 134-138 The financial performance is reviewed by EY Office Limited	

## Topic-specific Standards

	Disclosures	Page / Website / Omission	External Assurance
<b>Economic Performance</b>			
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	Annual Report page 44-49	
	103-2 The management approach and its components	Annual Report page 44-49	
	103-3 Evaluation of the management approach	Annual Report page 44-49	
GRI 201: Economic Performance 2016	201-1 Direct economic value generated and distributed	SD Report page 18 Annual Report page 6-7	

	Disclosures	Page / Website / Omission	External Assurance
--	-------------	---------------------------	--------------------

### Indirect Economic Impacts

GRI 103: Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	SD Report page 41-59	
	103-2 The management approach and its components	SD Report page 41-59	
	103-3 Evaluation of the management approach	SD Report page 41-59	
GRI 203: Indirect Economic Impacts	203-2 Significant Indirect Economic Impacts	SD Report page 50, 59	
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	SD Report page 40	
	103-2 The management approach and its components	SD Report page 40	
	103-3 Evaluation of the management approach	SD Report page 40	
GRI 204: Procurement Practices 2016	204-1 Proportion of spending on local suppliers	SD Report page 40	

	Disclosures	Page / Website / Omission	External Assurance
--	-------------	---------------------------	--------------------

### Anti-corruption

GRI 103: Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	SD Report page 36-39	
	103-2 The management approach and its components	SD Report page 36-39	
	103-3 Evaluation of the management approach	SD Report page 36-39	
GRI 205: Anti- corruption 2016	205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures	SD Report page 36-37	
	205-3 Confirmed incidents of corruptions and actions plan	SD report page 38	

### Employment

GRI 103: Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	SD Report page 87-98	
	103-2 The management approach and its components	SD Report page 87-98	
	103-3 Evaluation of the management approach	SD Report page 87-98	
GRI 401: Employment 2016	401-1 New employee hires and employee turnover	SD Report page 93, 97	
	401-3 Parental leave	SD report page 93	



	Disclosures	Page / Website / Omission	External Assurance
--	-------------	---------------------------	--------------------

### Occupational Health and Safety

GRI 103: Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	SD Report page 62-65	
	103-2 The management approach and its components	SD Report page 62-65	
	103-3 Evaluation of the management approach	SD Report page 62-65	
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-1 Occupational health and safety management system	SD Report page 62-65	
	403-2 Types of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities	SD Report page 63	
	403-5 Worker training on occupational health and safety	SD Report page 64	

### Training and Education

GRI 103: Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	SD Report page 87-93	
	103-2 The management approach and its components	SD Report page 87-93	
	103-3 Evaluation of the management approach	SD Report page 87-93	

	Disclosures	Page / Website / Omission	External Assurance
GRI 404: Training and Education 2016	404-1 Average hours of training per year per employee	SD Report page 93	
	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance program	SD Report page 91-92	

### Diversity and Equal Opportunity

GRI 103: Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	SD Report page 87-93	
	103-2 The management approach and its components	SD Report page 87-93	
	103-3 Evaluation of the management approach	SD Report page 87-93	
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1 Diversity of governance bodies and employees	SD Report page 93, 97	

### Human Rights Assessment

GRI 103: Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	SD Report page 96-97	
	103-2 The management approach and its components	SD Report page 96-97	

	Disclosures	Page / Website / Omission	External Assurance
	103-3 Evaluation of the management approach	SD Report page 96-97	
GRI 412: Human Rights Assessment 2016	412-2 Employee training on human rights policies or procedures	SD Report page 96-97	
<b>Local Communities</b>			
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	SD Report page 77-85	
	103-2 The management approach and its components	SD Report page 77-85	
	103-3 Evaluation of the management approach	SD Report page 77-85	
GRI 413: Local Communities 2016	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	SD Report page 82, 84	
<b>Customer Health and Safety</b>			
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	SD Report page 99-108	
	103-2 The management approach and its components	SD Report page 99-108	

	Disclosures	Page / Website / Omission	External Assurance
	103-3 Evaluation of the management approach	SD Report page 99-108	
GRI 416: Customer Health and Safety 2016	416-2 Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services	SD Report page 100	
	416-2 Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services	None	

#### Marketing and Labeling

GRI 103: Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	SD Report page 17, 104-105	
	103-2 The management approach and its components	SD Report page 17, 104-105	
	103-3 Evaluation of the management approach	SD Report page 17, 104-105	
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	417-1 Requirements for product and service information and labeling	SD Report page 17, 105	
	417-2 Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling	None	





**บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน)**

21/11, 21/13 อาคารไทยวา 1 ชั้น 6

ถนนสารใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120

เบอร์โทรศัพท์ : 0 2285 0040 เบอร์โทรสาร : 0 2285 0268, 0 2285 0270-1

อีเมล : [sd@thaiwah.com](mailto:sd@thaiwah.com)