**:ข่าวประชาสัมพันธ์ วันที่ 10 ตุลาคม 2558**

**ไทยเบฟฯ มั่นใจพื้นฐานเศรษฐกิจไทยมั่นคง ปัญหาระยะสั้น สามารถจัดการได้ ไม่กระทบแผนระยะยาว**

* **เชื่อมั่นเศรษฐกิจไทย ยังค**งเป็นแรงขับเคลื่อนหลักให้ภูมิภาคอาเซียน
* พร้อมรุกตามแผน **Vision 2020** บุกตลาดอาเซียน ขยายการลงทุน ผุดสินค้าใหม่
* ระดม **Agent** ทั่วประเทศ ดันยอดขายเต็มที่

กรุงเทพฯ **10 ตุลาคม 2558** บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) **แถลงข่าวเปิดวิสัยทัศน์ผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มครบวงจรระดับอาเซียน มั่นใจพื้นฐานเศรษฐกิจไทยยังมั่นคง ปัญหาต่างๆ น่าจะเป็นระยะสั้น สามารถบริหารจัดการได้ และไม่กระทบแผนธุรกิจระยะยาวของบริษัท เชื่อมั่นเศรษฐกิจไทย ยังคงเป็นแรงขับเคลื่อนหลักให้ภูมิภาคอาเซียน พร้อมรุกตามแผน Vision 2020 บุกตลาดอาเซียน ขยายการลงทุน ผุดสินค้าใหม่ระดม Agent ทั่วประเทศ ดันยอดขายเต็มที่ นำโดยแม่ทัพใหญ่แห่งไทยเบฟฯ** คุณฐาปน สิริวัฒนภักดี **กรรมการผู้อำนวยการใหญ่กลุ่มไทยเบฟฯ** คุณอวยชัย ตันฑโอภาส **กรรมการผู้อำนวยการกลุ่มธุรกิจสุรา** คุณประภากร ทองเทพไพโรจน์ **กรรมการผู้อำนวยการกลุ่มธุรกิจเบียร์** มร.เอ็ดมอนด์ เนียว คิม ซูน **กรรมการผู้อำนวยการธุรกิจเบียร์ประเทศไทย** มร. ลี เม็ง ตัท **กรรมการผู้อำนวยการกลุ่มธุรกิจเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์** มร.วิเวก ชาห์บรา **กรรมการผู้อำนวยการธุรกิจเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และกรรมการผู้จัดการ บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) และ** คุณมารุต บูรณะเศรษฐกุล **กรรมการผู้อำนวยการ บริษัท ไทยดริ้งค์ จำกัด และกรรมการผู้จัดการ บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)** **ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เมื่อบ่ายวันนี้**

**ไทยเบฟฯ** เปิดทุกมิติแห่งผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มครบวงจรให้คุณได้สัมผัสกับมหกรรมความสุขที่จะอยู่กับคุณทุกช่วงเวลาพร้อมยกอาณาจักรเครื่องดื่มครบวงจรมาให้ได้ ช็อป ชม ชิลล์ กันแบบจัดเต็มกับสินค้าราคาสุดพิเศษในงาน **“ไทยเบฟเอ็กซ์โป 2015”** ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ พร้อมใช้โอกาสพิเศษนี้จัดงานแถลงข่าวประกาศจุดยืนในการก้าวสู่ความเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มครบวงจรระดับอาเซียน และแสดงศักยภาพอันแข็งแกร่งในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มของไทยเบฟฯ ดังเช่นทุกๆ ปี ซึ่งในปีนี้ ทางด้านแม่ทัพใหญ่  **คุณฐาปน สิริวัฒนภักดี กรรมการผู้อำนวยการใหญ่** **บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)**เผยว่า *“สำหรับปีนี้ถือเป็นอีกก้าวสำคัญสู่ความสำเร็จอีกขั้นของไทยเบฟฯ ที่จะพัฒนาในทุกๆ ด้านเพื่อสอดคล้องกับ Vision 2020 ที่ผมได้ประกาศไปในปีที่แล้ว ซึ่งในด้านของผลประกอบการในครึ่งปีแรกของปี 2015 ยังคงเป็นไปตามเป้าที่วางไว้ คือเติบโตทั้งด้านยอดขาย และผลกำไร ภาพรวมถือว่าดีกว่าบริษัทอื่นในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค ในส่วนของผลประกอบการครึ่งปีหลังก็มีแนวโน้มเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้เช่นกัน เชื่อว่าปัญหาเศรษฐกิจไทยเป็นเพียงแค่ระยะสั้น มั่นใจว่าหลังจากที่รัฐบาลแก้ไขปัญหาได้แล้วเศรษฐกิจก็จะดีขึ้นอย่างเป็นลำดับ และส่งผลให้การค้าขายในตลาดปรับตัวขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งในส่วนของการดำเนินงานตามแผน Vision 2020 โดยยึด 5 กลยุทธ์หลักคือ*

**Growth** (การเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ) **ไทยเบฟฯ วางเป้าหมายที่จะก้าวขึ้นเป็นบริษัทเครื่องดื่มที่ใหญ่ที่สุด และมีผลกำไรสูงสุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งเราสามารถผลักดันการเติบโตทางธุรกิจมาได้อย่างต่อเนื่อง จากการใช้กลยุทธ์ในทุกๆ ด้านรวมถึงการออกผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างเนื่อง**

***(มีต่อหน้า 2)***

**Diversity (ความหลากหลายของตลาดและผลิตภัณฑ์) กลุ่มบริษัทวางแผนที่จะเพิ่มรายได้จากการขายเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ให้มีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ** 50 **ของรายได้ทั้งหมดภายในปี** 2563 **ในขณะที่สัดส่วนรายได้จากการขายสินค้านอกประเทศมีเป้าหมายที่จะเพิ่มขึ้นเกินกว่าร้อยละ** 50 **ของรายได้รวม เช่นเดียวกันการขยายธุรกิจสู่เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ทำให้ไทยเบฟฯ มีการใช้กำลังการผลิตที่มากขึ้น และก้าวสู่การเป็นผู้นำด้านเครื่องดื่มครบวงจรอย่างเต็มรูปแบบในระดับอาเซียนได้อย่างแท้จริง**

**Brand (ตราสินค้าที่โดนใจ) ถือเป็นหัวใจหลักของความสำเร็จทางธุรกิจ ที่ไทยเบฟฯ มุ่งเน้นในการพัฒนาตราสินค้าในกลุ่มให้มีความหลากหลาย และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งด้าน คุณภาพ ฉลาก รสชาติ และราคา และยังมีการลงทุนในตราสินค้าหลักคือ** เบียร์ช้าง **ในแพ็คเกจดีไซน์บรรจุแบบใหม่ภายใต้ขวดสีเขียวมรกต ที่สะท้อนความสดชื่น สื่อถึงความเป็นพรีเมี่ยมทันสมัยได้อย่างลงตัว รวมถึง** 100 พลัส **ในประเทศไทย และ** เอส **ในประเทศมาเลเซียที่มีแผนจะวางจำหน่ายในตลาดอาเซียนต่อไป**

**Reach (การขายและกระจายสินค้าที่แข็งแกร่ง) ไทยเบฟฯ ยังคงเดินหน้าขยายเครือข่ายการกระจายสินค้าแข็งแรงและครอบคลุมในประเทศ และประเทศหลักๆ พร้อมที่จะกระจายสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคในตลาดเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการมีสินค้าที่หลากหลาย และส่งถึงมือผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ**

**Professionalism (ความเป็นมืออาชีพ) ไทยเบฟฯ ยังคงมุ่งเน้นในส่วนของการสร้างความเป็นมืออาชีพให้เกิดขึ้นในองค์กร โดยให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอย่างมาก เราต้องการสร้างความเป็นมืออาชีพให้เกิดขึ้นในองค์กรโดยพัฒนาขีดความสามารถของบุคคลากร และผลักดันศักยภาพของทุกคนให้ถึงขีดสุด เพื่อให้คนพร้อม ทุนพร้อม สินค้าพร้อมที่จะออกรบสู่การขยายตัวในตลาดต่างประเทศ**

ทั้งหมดนี้ ไทยเบฟฯ มั่นใจว่าเป็นการเตรียมความพร้อมครบถ้วน และพร้อมที่จะยืนอยู่ในจุดที่ได้เปรียบคู่แข่ง ในทุกๆ ด้าน พร้อมทั้งด้านการลงทุน พร้อมทั้งคนที่เป็นมืออาชีพ รวมถึงความพร้อมในด้านของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นในปีหน้า 2016 ถือเป็นอีกก้าวต่อไปของไทยเบฟฯ ที่อยากให้ทุกคนจับตาดู

ในด้านของกลุ่มธุรกิจสุราคุณอวยชัย ตันฑโอภาส กรรมการผู้อำนวยการกลุ่มธุรกิจสุรา **เผยว่า *“ ปัจจุบันเราเป็นหนึ่งในผู้ผลิตสุราที่ใหญ่ที่สุดในโลก ซึ่งเรายังคงมุ่งมั่นที่จะพัฒนาตราสินค้าในทุกด้านเพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้*** *Vision* ***2020 การพัฒนาคุณภาพ และปรับภาพลักษณ์สู่ตลาดสากลถือเป็นหัวใจหลักของการดำเนินธุรกิจ ทางด้านภาพรวมของกลุ่มธุรกิจสุรายังคงแข็งแกร่ง ไม่ได้รับผลกระทบต่อการชะลอตัวของเศรษฐกิจมากนัก เนื่องจากมีสินค้าที่หลากหลายให้ลูกค้าได้เลือก แม้ผู้บริโภคบางกลุ่มหันมาดื่มสุราที่มีราคาถูกในระยะสั้น แต่ก็ยังคงเลือกซื้อในกลุ่มผลิตภัณฑ์ของเรา ในขณะเดียวกันเรายังมีผลิตภัณฑ์ระดับสูงจาก Inver House ซึ่งเป็นบริษัทโรงกลั่นสุราพรีเมี่ยมในประเทศสก๊อตแลนด์ ที่มีแผนจะนำเข้ามาจำหน่ายผ่าน HOREGA ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ตั้งขึ้นใหม่อีกด้วย”***

ในส่วนของกลุ่มธุรกิจเบียร์เบียร์ช้าง **ยังคงเป็นตราสินค้าหลักที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในส่วนของปริมาณขาย และยอดขาย และยังมุ่งมั่นในเรื่องภาพลักษณ์ของตราสินค้าผ่านกิจกรรมการตลาดที่สร้างสรรค์ และโรงงานผลิตที่ทันสมัยเพื่อรุกตลาดในภูมิภาคอาเซียน**

ขณะที่ **คุณประภากร ทองเทพไพโรจน์ กรรมการผู้อำนวยการใหญ่กลุ่มธุรกิจเบียร์** เผยว่า *“สำหรับพันธกิจของกลุ่มธุรกิจเบียร์มีเป้าประสงค์จะสร้างส่วนแบ่งการตลาดให้เป็นอันดับ 1 ของไทยภายในปี 2020 ตาม Vision 2020 อย่างต่อเนื่อง และนอกเหนือจากประเทศไทยแล้ว “****เบียร์ช้าง”*** *ได้มีการสร้างเครือข่ายการกระจายสินค้าในประเทศหลักในอาเซียน อาทิ มาเลเซีย สิงคโปร์ กัมพูชา และเมียนมาร์ ซึ่งการปรับภาพลักษณ์* ***“เบียร์ช้าง”*** *ในครั้งนี้ จะสามารถส่งเสริมศักยภาพการกระจายสินค้าทั้งในระดับภูมิภาค และในระดับโลกได้อย่างแน่นอน*” ***(มีต่อหน้า 3)***

**ด้าน มร.เอ็ดมอนด์ เนียว คิม ซูน กรรมการผู้อำนวยการธุรกิจเบียร์ ประเทศไทย**  กล่าวเสริมเกี่ยวกับ **“เบียร์ช้าง”** ดีไซน์รูปลักษณ์ใหม่ภายใต้ขวดสีเขียวนี้ว่า *“หลังจากที่เริ่มการผลิตตั้งแต่เดือนสิงหาคมที่ผ่านมา ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคกลุ่มคนรุ่นใหม่เป็นอย่างดี ในขณะเดียวกัน* ***“ช้าง”*** *จะมุ่งสร้างประสบการณ์ร่วมกับแบรนด์ในรูปแบบใหม่ และเพื่อเป็นการสื่อสารภาพลักษณ์ใหม่อย่างเหนือระดับ* ***“ช้าง”*** *จะมีการจัดงาน* ***Chang Emerald Lounge*** *ที่ลานแกลลอรี่ห้างดิเอ็มควอเทียร์ ระหว่างวันที่ 17 – 18 ตุลาคมนี้ รวมถึงงานลานเบียร์ที่จะจัดขึ้นในอีกหลายสถานที่ช่วงปลายปีไปจนถึงเทศกาลปีใหม่”*

และสำหรับกลุ่มธุรกิจไม่มีแอลกอฮอล์ มร. ลี เม็ง ตัท กรรมการผู้อำนวยการกลุ่มธุรกิจไม่มีแอลกอฮอล์ **เผยว่า** *“ Vision 2020* ***สำหรับเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ เราคาดหวังที่จะเปิดตัวสินค้าแบรนด์หลักในระดับภูมิภาคผ่านเครือข่ายการกระจายสินค้าที่แข็งแกร่งในประเทศหลักของเอเชีย เช่น ประเทศไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม พม่า อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และบรูไน โดยอาศัยเครือข่ายพันธมิตรในกลุ่มไทยเบฟฯ ภาพรวมผลประกอบการของเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ทำรายได้เป็นที่น่าพึงพอใจ และเป็นไปตามแผน ซึ่งเราเชื่อมั่นว่ายังมีโอกาสเติบโตได้อีก เป้าหมายต่อไปของเราขณะนี้อยู่ในช่วงของการลงทุนสร้างแบรนด์การขยายพอร์ตโฟลิโอ และผลักดันทุกผลิตภัณฑ์ให้ติดตลาดในอันดับต้นๆ”***

**ทางด้าน** มร.วิเวก ชาห์บรา กรรมการผู้อำนวยการธุรกิจมีแอลกอฮอล์ และกรรมการผู้จัดการบริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน)**กล่าวเพิ่มเติมว่า *“ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ถือเป็นข้อได้เปรียบอย่างมากในการขยายสู่ตลาดอาเซียน ในด้านของภาพรวมตลาดใหม่มีการกระจายจำหน่ายสินค้าข้ามประเทศ 100*** *พลัส* ***ในประเทศไทย*** *โออิชิ* ***ในประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์*** *เอส* ***ในประเทศมาเลเซีย และยังมีการร่วมมือกับ F&N ในด้านต่างๆ อาทิ การจัดซื้อ การแชร์สินค้า รวมถึงการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างผู้บริหาร”***

และ **คุณมารุต บูรณะเศรษฐกุล กรรมการผู้อำนวยการ บริษัท ไทยดริ้งค์ จำกัด และ กรรมการผู้จัดการ บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)** ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า ***“****1 ปีที่ผ่านมาถือว่าเป็นไปตามแนวทางที่เรากำหนดไว้ ตามกลยุทธ์ที่สำคัญ 5 ประการของ Vision 2020 ในเรื่องของการเติบโตและความหลากหลายเราได้มีการเพิ่มหมวดหมู่ของสินค้า* ***เห็นได้ชัดจากการเปิดตัวอย่าง ประสบความสำเร็จของแบรนด์ จับใจ โดยมี*** *ณเดชณ์ คูกิมิยะ* ***เป็นพรีเซ็นเตอร์ และ*** *100* ***พลัส ที่ได้*** *อาทิวราห์ คงมาลัย* ***เป็นพรีเซ็นเตอร์ ได้รับการตอบรับอย่างดีเยี่ยมจากผู้บริโภคมากว่าที่เราคาดหวังไว้*** *ในด้านของแบรนด์เราสร้างแบรนด์หลักให้ติดระดับภูมิภาค รวมทั้งลงทุนในการสร้างแบรนด์ และพัฒนาสินค้าใหม่ให้ดีที่สุดในตลาด นอกจากนี้ยังคงให้ความสำคัญในเรื่องการกระจายสินค้าโดยสร้างความแข็งแกร่งภายในกลุ่มผ่าน Modern trade และร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม รวมทั้งเรื่องของการลงทุนกับบุคลากร ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์สำคัญลำดับสุดท้ายในเรื่องความเป็นมืออาชีพ****”***

*ทั้งหมดเป็นการแสดงออกถึงความพร้อมสูงสุด ที่ไทยเบฟฯ จะก้าวขึ้นเป็นอันดับหนึ่งของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทยและในภูมิภาคอาเซียนได้ตามที่วางเป้าหมายไว้ในปี 2020*

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์เผยแพร่ข่าว

***สำนักสื่อสารองค์กร****: วิภารัตน์ (อ้อ) 081-209-5743 /ชลธิชา (จอย) 081-827-5922 สราญลักษณ์ ลัดดาสวัสดิ์ (ตาล) 0 89217 6677 ธนาภรณ์ (ส้ม) 061-679-3707 พรรษา (ฝน) 086-332-6615/ เจนจิรา (เจน) 094-552-7411*