

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

true

SUSTAINABILITY REPORT 2022

รายงานความยั่งยืน 2565



นวัตกรรมเพื่อชีวิตยุคใหม่
ยั่งยืนไปด้วยกัน



นวัตกรรมเพื่อชีวิตยุคใหม่
ยังยืนไปด้วยกัน

CONTENT

ABOUT TRUE เกี่ยวกับทรู

4	สารจากประธานคณะกรรมการ
6	สารจากกรรมการผู้จัดการใหญ่
8	ผลงานโดดเด่นด้านความยั่งยืน ปี 2565
10	รางวัลและความสำเร็จประจำปี 2565
12	รู้จักทรู
14	ผลประกอบการและความสามารถ ในการเติบโตทางธุรกิจ
16	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน
18	การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย
22	การกำกับดูแลและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ ด้านความยั่งยืน
24	การดำเนินงานเพื่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

HEART

มุ่งมั่นทำธุรกิจจากหัวใจ

28	การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการบริหาร ความเสี่ยง และสภาวะวิกฤต
34	การกระจายโอกาสในการใช้เทคโนโลยี เพื่อการศึกษา
38	ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
42	การบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคล
48	การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน

HEALTH

มุ่งมั่นสร้างสังคมที่ยั่งยืน

52	การสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม
58	ความพร้อมใช้งานและความครอบคลุม เครือข่าย
62	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์
66	การบริหารจัดการนวัตกรรม

HOME

มุ่งมั่นเพื่อสิ่งแวดล้อมยั่งยืน

72	การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพ
84	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

APPENDIX

ภาคผนวก

88	การแสดงข้อมูลตาม GRI, SDGs, COP21
95	การรับรองโดยหน่วยงานภายนอก
98	รายงานผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน
108	เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

สารจากประธานคณะกรรมการ

(GRI 2-22)

“

บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาเทคโนโลยีชั้นนำสู่ประเทศไทย
เพื่อแข่งขันในอาเซียนและภูมิภาคอื่น
การรวมธุรกิจระหว่างบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
กับ บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)
เพื่อก้าวสู่การเป็น “บริษัท เทเลคอม-เทคโนโลยี”
องค์กรแห่งนวัตกรรมและเทคโนโลยี
เดินหน้าขับเคลื่อนธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

”

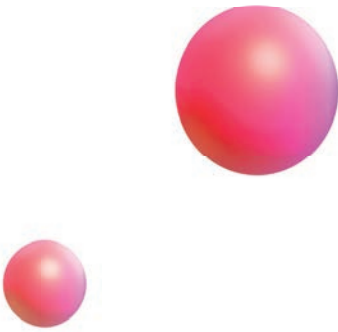


นายศุภชัย เจียรวนนท์
ประธานคณะกรรมการ

ประเทศไทยอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านสู่สังคมดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ภายใต้ความผันผวนของระบบเศรษฐกิจโลก กลุ่มทรู จึงมีการปรับตัวตอบสนองต่อทุกสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงด้วยเจตนารมณ์ในการยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถของโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลแบบก้าวกระโดด กำหนดยุทธศาสตร์ใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ ขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเท่าเทียม

ด้วยความมุ่งมั่นในการพัฒนาเทคโนโลยีชั้นนำสู่ประเทศไทย เพื่อแข่งขันในอาเซียนและภูมิภาคอื่น บริษัทฯ มีการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับ บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) เพื่อก้าวสู่การเป็น “บริษัท เทเลคอม-เทคโนโลยี” ที่จะเป็องค์กรแห่งนวัตกรรมและเทคโนโลยีเดินหน้าขับเคลื่อนธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน พัฒนาและขยายเครือข่ายการให้บริการ 5G รวมถึงเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สร้างการเติบโตให้กับประเทศและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภคเพื่อสร้างโอกาสให้สังคมไทยเติบโตในเศรษฐกิจดิจิทัล ด้วยหลักการเทคโนโลยีเพื่อทุกคน





กลุ่มทรู ยังคงรักษามาตรฐานสูงสุดในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ ยกระดับวิธีการทำงานภายในองค์กร ภายใต้หลักการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามกรอบการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ ทั้ง 17 ประการ และสนับสนุนหลักสากล 10 ประการของ UN GLOBAL COMPACT สร้างการเติบโตทางธุรกิจควบคู่ไปกับความยั่งยืนครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งปกป้องข้อมูลของลูกค้า เคารพความเป็นส่วนตัว และให้ความสำคัญสูงสุดในการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ ตลอดจนประเมินความเสี่ยงและประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจพร้อมหาแนวทางสร้างความสมดุลในการดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ทุกภาคส่วน

บริษัทฯ ยึดหลักธรรมาภิบาลเป็นพื้นฐานสำคัญในการดำเนินธุรกิจให้มีความโปร่งใส เป็นธรรม ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับประเทศและการกระจายรายได้สู่เศรษฐกิจระดับท้องถิ่น ลดความเหลื่อมล้ำในสังคมด้วยการเพิ่มการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล และการใช้งานอย่างปลอดภัย เพิ่มคุณภาพชีวิต รวมถึงมีกระบวนการลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ และสอดคล้องต่อแนวทางการลดภาวะโลกรวน (CLIMATE CRISIS) ในระดับโลก พร้อมกำหนดเป้าหมายสู่การเป็นองค์กรที่มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (CARBON NEUTRAL) ภายในปี 2573 และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (NET ZERO) ภายในปี 2593 และในฐานะสมาชิกสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย ได้ประกาศเจตนารมณ์ความร่วมมือสนับสนุนการบริหารจัดการและใช้ประโยชน์จากหลากหลายทางชีวภาพอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมทั้งร่วมฟื้นฟูและบรรเทาการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพด้วยเทคโนโลยี ในงานประชุมผู้นำความยั่งยืนประจำปี GCNT FORUM 2565

ปี 2565 กลุ่มทรู (ก่อนการควบบริษัท) สามารถบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนที่กำหนดไว้ทั้ง 14 ประการ จากความสำเร็จดังกล่าวทำให้ได้รับการยอมรับและได้รับรางวัลจากองค์กรในระดับสากล เช่น ทรูมูฟ เอช ได้รับรองเป็นเครือข่ายยอดเยี่ยมที่ดีที่สุดในประเทศไทยต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 และรางวัลอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์และอินเทอร์เน็ตไฟเบอร์ดีที่สุดในไทย จาก NPERF ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 รางวัล BEST IN FUTURE OF WORK จาก IDC FUTURE ENTERPRISE AWARDS 2022 ประเทศสิงคโปร์ รางวัล TELEMEDICINE PLATFORM INITIATIVE OF THE YEAR จาก HEALTHCARE ASIA MEDTECH AWARDS 2022 ประเทศสิงคโปร์ และรางวัลเกียรติคุณองค์กรนวัตกรรมประเภทองค์กรขนาดใหญ่ ประจำปี 2565 จากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ รางวัลองค์กรดีเลิศ ด้านพัฒนาบุคลากรความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ จากสำนักงานคณะกรรมการการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์แห่งชาติ เป็นองค์กร ระดับ A- (LEADERSHIP LEVEL) ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ประจำปี 2565 ของ CDP และได้รับรางวัลความยั่งยืนระดับ TOP GOLD CLASS 2022 ในกลุ่มอุตสาหกรรมโทรคมนาคม จาก S&P GLOBAL สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการประกอบธุรกิจภายใต้หลักการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติ

ในโอกาสนี้ ผมขอขอบคุณพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนด้านความยั่งยืนของกลุ่มทรู ให้การสนับสนุนด้วยความเชื่อมั่นเสมอมา ในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายอย่างมาก บริษัทฯ ยังคงยึดมั่นดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ด้วยการบริหารงานภายใต้หลักธรรมาภิบาล ควบคู่กับการกำกับดูแลกิจการด้วยความโปร่งใส สร้างมูลค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ตลอดจนส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนตลอดไป

สารจากประธานคณะกรรมการ

(GRI 2-22)

“

กลุ่มทรู ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจ
จากผู้ให้บริการโทรคมนาคมมุ่งสู่
“บริษัท เทเลคอม-เทคโนโลยี” ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยี
และนวัตกรรม นำเสนอโซลูชัน สินค้าและบริการ
ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคดิจิทัลทุกกลุ่ม
เพื่อสร้างความแตกต่างด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

”



นายมนัส มานะวุฒิเวช
ประธานคณะกรรมการ

ในช่วงปี 2565 ที่ผ่านมาจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ยังคงทรงตัว ภาวะเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้น พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้น และการเปลี่ยนผ่านสู่สังคมดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบเป็นปัจจัยเร่งและเป็นโอกาสให้กลุ่มทรู ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจจากผู้ให้บริการโทรคมนาคมมุ่งสู่ “บริษัท เทเลคอม-เทคโนโลยี” ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ส่งมอบโซลูชัน สินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคดิจิทัลทุกกลุ่ม ในการสร้างความแตกต่างด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

บริษัทฯ มุ่งมั่นสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่ใช้เทคโนโลยีที่เข้าถึงง่ายและสะดวก เช่น IOT TRUE ID TRUE ISERVICE TRUE VWORLD และ MORDEE BY TRUE HEALTH เป็นต้น ด้วยการบริหารจัดการต้นทุนและลงทุนธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ โดยยังคงรักษาลูกค้า 5G พัฒนาคุณภาพเครือข่ายรองรับการใช้งานและรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มสูงขึ้น ในปี 2566

ด้วยพันธกิจ พัฒนาระบบนิเวศดิจิทัลให้แข็งแกร่งด้วยศักยภาพเทคโนโลยีดิจิทัล พัฒนานวัตกรรมบริการเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของลูกค้าและสร้างสังคมให้เติบโตอย่างยั่งยืน มีกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ คือ การส่งต่อวิสัยทัศน์ที่ก้าวไกลของผู้นำไปยังผู้บริหารและพนักงานทั้งองค์กร ประกอบกับวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งฝังลึกอยู่ใน DNA ควบคู่ไปกับการสร้างผู้นำรุ่นใหม่ที่มีความคิดก้าวหน้า สร้างสรรค์ มีทักษะด้านดิจิทัลตลอดจนการนำเทคโนโลยีนวัตกรรมมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อทรานสฟอร์มสู่บริษัท เทเลคอม เทคโนโลยี



บริษัทฯ สร้างระบบนิเวศที่เชื่อมโยงชีวิตในทุกด้าน ทุกช่วงเวลา ด้วยการผสานศักยภาพโครงสร้างพื้นฐานของบริษัทฯ สร้างประสบการณ์เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่และอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ศักยภาพสูงส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า มุ่งสร้างคุณค่าเพื่อตอบสนองความต้องการในไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างและหลากหลาย เติบโตชีวิตอัจฉริยะยิ่งขึ้นเพื่อให้สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากระบบนิเวศดิจิทัลที่ครบวงจร บริษัทฯ มีแผนที่จะลงทุน 200 ล้านบาทเหรียญสหรัฐกับเหล่าสตาร์ทอัพเพื่อให้ได้ความคิดสดใหม่และสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกโฉม เสริมให้บริษัทฯ มีความรวดเร็ว ยืดหยุ่น และมีความสามารถมากพอที่จะขยายธุรกิจให้ครอบคลุมพร้อมรับมือกับความท้าทายด้านดิจิทัลที่เกิดขึ้นตลอดเวลา สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที เป็นองค์กรแถวหน้าในด้านการพัฒนาเทคโนโลยีขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านสู่รูปแบบดิจิทัลด้วยแพลตฟอร์มดิจิทัลที่หลากหลายและโซลูชันต่างๆ ที่พร้อมรองรับการขยายตัวของภาคธุรกิจในอนาคต

กลุ่มทรู มีเป้าหมายด้านความยั่งยืน TRUE SUSTAINABILITY GOAL สู่ปี 2573 เป็นพันธกิจที่ประสานสอดคล้องทั้งองค์กร ภายใต้ยุทธศาสตร์ 3Hs คือ HEART – HEALTH - HOME พร้อมติดตามผลการดำเนินงานและจัดทำรายงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อส่งเสริมความโปร่งใสและติดตามผลการดำเนินงาน ในปีที่ผ่านมา กลุ่มทรู (ก่อนควบบริษัท) มีผลการดำเนินงานที่โดดเด่น ดังนี้

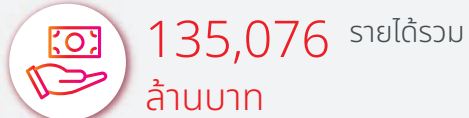
- HEART ด้านธรรมาภิบาล : ด้วยความมุ่งมั่นทำธุรกิจด้วยใจที่ยั่งยืน บริษัทฯ ได้รับการประเมินด้านการกำกับกิจการที่ดีในระดับดีเลิศโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย มีการประเมินด้านสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ สามารถป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลได้ 100% ส่งเสริมให้คนไทยทั่วประเทศเข้าถึงแหล่งเรียนรู้และข้อมูลสารสนเทศ จำนวน 34 ล้านคน

- HEALTH ด้านสังคม : มุ่งมั่นสร้างสรรค์สังคมที่ยั่งยืนด้วยการพัฒนาสัญญาณคุณภาพเครือข่ายอัจฉริยะ 5G มีดัชนีการหยุดชะงักของเครือข่าย 2.4 นาที/คน/ปี ทำให้มีคะแนนความพึงพอใจในการใช้งานเครือข่ายสูงถึง 99.87% ในปี 2565 บริษัทฯ ยังได้สร้างนวัตกรรมใหม่จำนวน 677 คน ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากจำนวนทรัพย์สินทางปัญญา 17 ผลงาน ตลอดจนพัฒนาคุณภาพชีวิตกลุ่มเปราะบางผ่านการพัฒนาขีดความสามารถ สร้างโอกาสและสร้างอาชีพ จำนวน 153,865 ราย รวมถึงจัดกิจกรรมส่งเสริมความผูกพันกับชุมชนกว่า 3,604 คนทั่วประเทศ

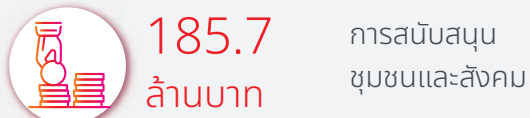
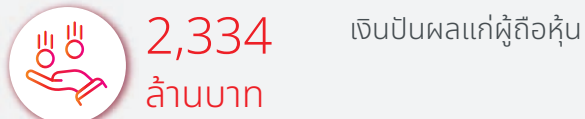
- HOME ด้านสิ่งแวดล้อม : มุ่งมั่นดำเนินงานเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน โดยติดตั้ง SOLAR CELLS ผลิตไฟฟ้าที่สถานีสถานีชุมสาย รวมทั้งสิ้น 4,712 แห่ง ณ สิ้นปี 2565 และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานสนับสนุนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อรายได้ 22% ลดปริมาณการนำน้ำมาใช้ต่อรายได้ 33% เทียบกับปีฐาน 2563 เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่หรือย่อยสลายได้ 57.35% จากบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด การนำ E-WASTE จากการดำเนินงานไปฝังกลบเป็นศูนย์ และบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ โดยคู่ค้าทุกรายต้องปฏิบัติตามคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติของคู่ค้า และคู่ค้าหลักและมีความเสี่ยงสูงทุกรายต้องได้รับการตรวจประเมินตามแนวทางด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของกลุ่มทรู

บริษัทฯ ขอให้คำมั่นว่าจะดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วยความโปร่งใส รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อส่งมอบคุณค่าแก่สังคม ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนจัดกิจกรรมและมีช่องทางที่หลากหลายให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเป็นรูปธรรม สร้างโอกาสทางธุรกิจที่เติบโตอย่างยั่งยืนเพื่อความเข้มแข็งขององค์กรและของระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยให้พัฒนาก้าวไกลและยั่งยืนสืบไป

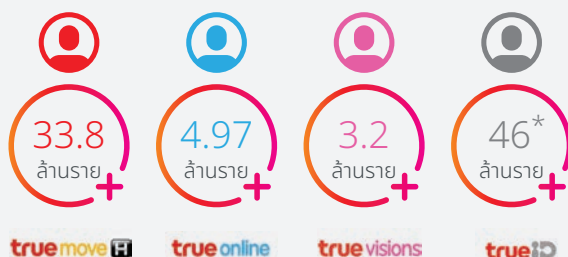
ECONOMIC



ผลประโยชน์ต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย

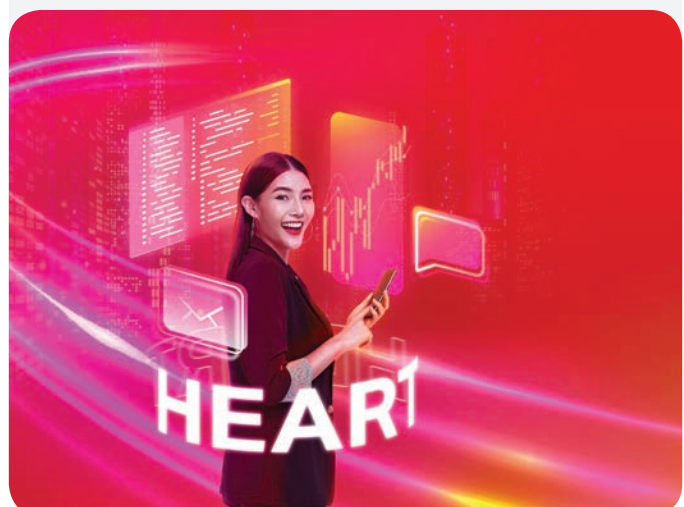
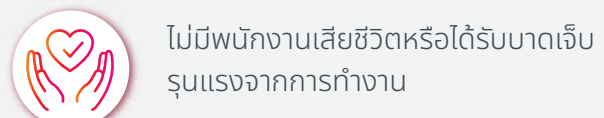
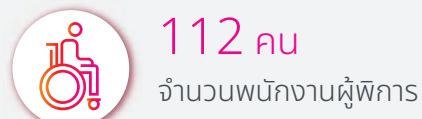
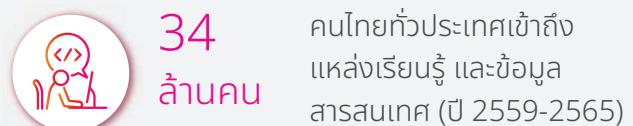
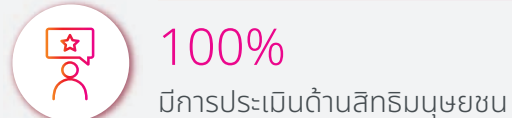
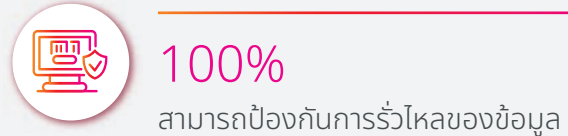
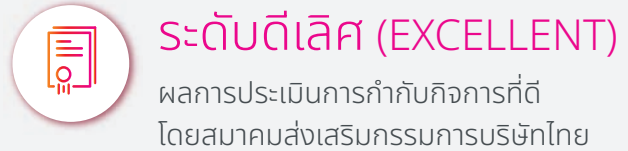


ฐานลูกค้า



* จำนวนผู้ใช้งานรายเดือน

HEART



HEALTH



273,865 ราย

พัฒนาคุณภาพชีวิตกลุ่มเปราะบาง
ผ่านการพัฒนาขีดความสามารถ
สร้างโอกาสและสร้างอาชีพ



2.4 นาที/คน/ปี

ดัชนีระยะเวลาหยุดชะงักของเครือข่าย
(มาตรฐานสากล 90 นาที/คน/ปี)



1,493 ผลงาน

จำนวนผลงานนวัตกรรม
(ปี 2561-2565)



4,567 ราย

จำนวนนวัตกรรม (ปี 2561-2565)



45,000 ชั่วโมง

จิตอาสาทำกิจกรรมเพื่อสังคม



99.87%

ผลสำรวจความพึงพอใจการใช้งาน
ของเครือข่าย



93%

คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (iCSAT)
ต่อการให้บริการ



56.6%

เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ กระบวนการ
และบริการใหม่เชิงนวัตกรรม
(เทียบกับมูลค่าปีฐาน 2558)

HOME



เป็นองค์กรผู้นำ

ด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก ภายใต้
เครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย



4,712 แห่ง

มีการติดตั้ง Solar Cells ผลิตไฟฟ้า
ที่สถานีฐานและสถานีชุมสาย (สะสม)



22%

ลดปริมาณการปล่อย
ก๊าซเรือนกระจกต่อรายได้
(เทียบปีฐาน 2563)



33%

ลดปริมาณการนำน้ำมาใช้
ต่อรายได้ (เทียบปีฐาน 2563)



57.35%

เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่ หรือ
ย่อยสลายได้ (เทียบปีฐาน 2563)



247 ล้านแผ่น

ลดการใช้กระดาษจาก TRUE E-BILL
และ TRUE E-TAX



100%

คู่ค้าผ่านการประเมินตนเองบนระบบออนไลน์
(ONLINE SUPPLIER'S SELF-ASSESSMENT)



100%

คู่ค้ายอมรับการปฏิบัติตามคุณธรรม
และข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า



100%

คู่ค้าหลัก (CRITICAL TIER 1 SUPPLIERS)
ผ่านการประเมินด้านความยั่งยืน

รางวัลและความสำเร็จประจำปี 2565

Q1



รางวัลนายจ้างดีเด่นประจำประเทศไทย ประจำปี 2565

จาก TOP EMPLOYERS INSTITUTE ประเทศไทยแลนด์ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4



รางวัล สุดยอดแบรนด์ของโลกแห่งปี 2022-2023

จาก WORLD BRANDING AWARDS ประเทศอังกฤษ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6

Sustainability Award
Gold Class 2022

S&P Global

รางวัลความยั่งยืนระดับ TOP GOLD CLASS 2022

จาก S&P GLOBAL ในกลุ่มอุตสาหกรรม โทรคมนาคม และได้รับการบันทึกในรายงาน ความยั่งยืน THE SUSTAINABILITY YEARBOOK 2022

Q2

ทรูออนไลน์ ได้รางวัล แบรนด์ที่น่าเชื่อถือที่สุด อันดับ 1 (2022 THAILAND'S MOST ADMIRABLE BRAND) หมวดไอทีและดิจิทัล กลุ่มผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ต่อเนื่องเป็นปีที่ 9 และรางวัลพิเศษ แบรนด์ที่มีความโดดเด่นชัดเจนเรื่องดิจิทัล (TOP DIGITAL BRAND AWARD)

จากงานประกาศผลรางวัล 2022 THAILAND'S MOST ADMIRABLE BRAND จัดโดยนิตยสาร BRANDAGE



รางวัล ผู้นำธุรกิจโทรคมนาคม ที่สร้างคุณค่าเพื่อลูกค้ายอดเยี่ยม ประจำปีภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ปี 2565

จาก FROST & SULLIVAN



สมาชิกดัชนีความยั่งยืนระดับโลก FTSE4GOOD 2022

จาก FTSE RUSSELL ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 ด้วยคะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ยในกลุ่ม อุตสาหกรรมโทรคมนาคม





ประกาศนียบัตรรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชัน ครั้งที่ 2

ในงาน CAC CERTIFICATION CEREMONY ปี 2565



องค์กรผู้นำด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก (CLIMATE ACTION LEADING ORGANIZATION)

จากคณะกรรมการเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย



รางวัลองค์กรดีเด่นด้านพัฒนาบุคลากรความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

จาก สำนักงานคณะกรรมการการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์แห่งชาติ



รางวัล BEST IN FUTURE OF WORK และรางวัลผู้บริหารดีเด่น CIO/ CDO OF THE YEAR

(TRUE VORLD) จาก IDC FUTURE ENTERPRISE AWARDS 2022 จัดโดย IDC ASEAN ประเทศสิงคโปร์

รางวัลยอดเยี่ยม องค์กรธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน (LOW CARBON AND SUSTAINABLE BUSINESS: LCSB) ประจำปี 2565

จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2



รางวัลเหรียญทองสิ่งประดิษฐ์ และรางวัลพิเศษสำหรับผลงานนวัตกรรมสุดประทับใจ จากการพัฒนาต่อยอด HOME ROBOT

จาก WORLD INVENTION INNOVATION CONTEST 2022 จัดโดย THE KOREA INVENTION NEWSPAPER (KINEWS)



รางวัล TELEMEDICINE PLATFORM INITIATIVE OF THE YEAR

(MORDEE BY TRUE HEALTH) จากเวทีระดับโลก HEALTHCARE ASIA MEDTECH AWARDS 2022 ประเทศสิงคโปร์



องค์กรที่เปิดเผยข้อมูล CARBON DISCLOSURE PROJECT ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ระดับ A- ประจำปี 2565 จาก CDP



รางวัลด้านการกำกับดูแลกิจการระดับดีเลิศ ประจำปี 2565

จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5

รางวัลเกียรติคุณ SUSTAINABILITY DISCLOSURE AWARD ประจำปี 2565



จากสถาบันไทยพัฒน์ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4

Q3

Q4

รู้จักทรู

(GRI 2-1, 2-2, 2-6, 2-23,)

กลุ่มทรู เป็นผู้นำดิจิทัลไลฟ์สไตล์ของไทย ที่ให้บริการนวัตกรรมเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคมครบวงจร ทั้งโทรศัพท์เคลื่อนที่ บรอดแบนด์อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ คอนเทนต์ รวมถึงบริการด้านดิจิทัล และโซลูชันต่างๆ ที่มีเป้าหมายให้คนไทยเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร สารความบันเทิงที่เป็นประโยชน์ และเชื่อมโยงทุกการสื่อสารให้เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลา ด้วยการมอบสินค้าคุณภาพสูงและนำเสนอ บริการที่ตอบสนองการใช้ชีวิตที่แตกต่าง พร้อมขับเคลื่อนองค์กร จากบริษัทสื่อสารสู่การเป็นบริษัทเทคโนโลยี (TECH COMPANY) เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสู่อนาคต ตามยุทธศาสตร์ของประเทศ ที่จะก้าวสู่เศรษฐกิจ 4.0 และเป็นฮับของเทคโนโลยีในระดับภูมิภาค

บริษัทฯ ก่อตั้งเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2533 ในชื่อ บริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด เปลี่ยนสถานะเป็นบริษัท มหาชน โดยจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อเดือน ธันวาคม 2536 ภายใต้ชื่อบริษัท เทเลคอม เอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “TA” มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ กรุงเทพมหานคร

ในเดือนเมษายน 2547 ได้มีการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร ครั้งใหญ่ ภายใต้แบรนด์ “ทรู” และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “TRUE” ดำเนินธุรกิจมากกว่า 32 ปี

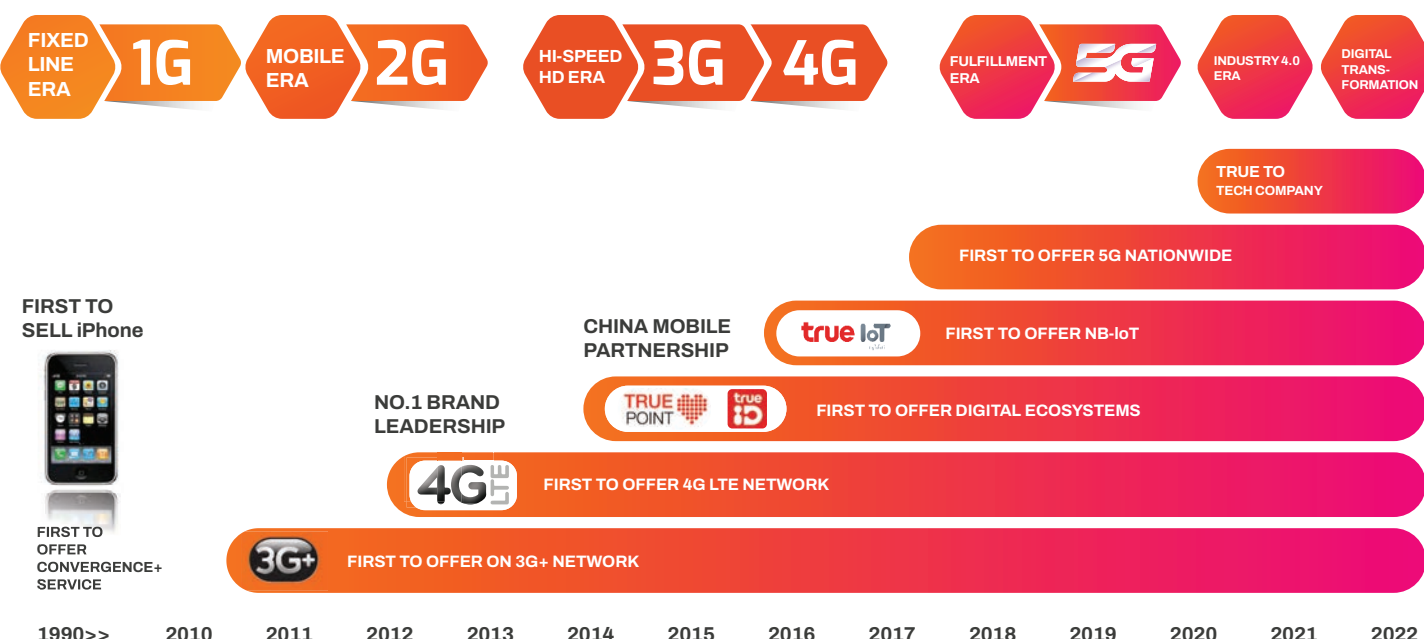
วันที่ 1 มีนาคม 2566 ได้มีการควบรวมธุรกิจของบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ ดีแทค ภายใต้บริษัทใหม่ คือ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ทั้งนี้ TRUE และ DTAC เป็นชื่อที่แข็งแกร่งและคุ้นเคย ในธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดย TRUE ยังเป็นที่รู้จักในบริการ บรอดแบนด์อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์แบบบอกรับสมาชิก และบริการดิจิทัล

กลุ่มทรู แบ่งธุรกิจหลักออกเป็น 4 กลุ่มประกอบด้วย

1. **ทรูมูฟ เอช** ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่อันดับที่ 2 ของประเทศ ที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศผ่านคลื่นความถี่ครบถ้วน
2. **ทรูออนไลน์** ผู้นำด้านบริการบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ต และ WIFI ด้วยโครงข่ายไฟเบอร์คุณภาพสูง
3. **ทรูวิชั่นส์** ผู้นำการให้บริการโทรศัพท์แบบบอกรับสมาชิกและบริการ ในระบบ HD ทั่วประเทศ และ
4. **ทรู ดิจิทัล กรุ๊ป** ผู้นำด้านดิจิทัลแพลตฟอร์ม ที่เน้นการพัฒนา นวัตกรรมและการนำเสนอโซลูชันผ่านเทคโนโลยีล้ำสมัย

ก้าวที่สำคัญของบริษัทฯ

TRUE “THE FIRST MOVER”



วิสัยทัศน์

บริษัทฯ มุ่งมั่นเป็นผู้นำเทคโนโลยีโทรคมนาคมของไทย ที่จะเปลี่ยนผ่านวิถีชีวิตคนไทย และขับเคลื่อนธุรกิจ ให้ก้าวขึ้นสู่แถวหน้าของเศรษฐกิจดิจิทัลระดับโลก

พันธกิจ

พัฒนาระบบนิเวศด้านเทคโนโลยีที่แข็งแกร่ง เปี่ยมด้วยคนเก่ง รุ่นใหม่ด้านดิจิทัล พร้อมด้วยศักยภาพเทคโนโลยี และการนำเสนอ นวัตกรรมบริการ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของลูกค้า ตลอดจนสร้างสังคมที่เติบโตอย่างยั่งยืน

คุณค่าความเป็นทรู

สร้างทีมที่เข้มแข็งเป็นหนึ่งเดียว พร้อมวัฒนธรรมองค์กรที่เราให้ความสำคัญ ประกอบด้วย

COMPASSION

เห็นอกเห็นใจกัน

CREDIBILITY

เชื่อถือได้

CO-CREATION

ร่วมกันสร้างสรรค์และเรียนรู้

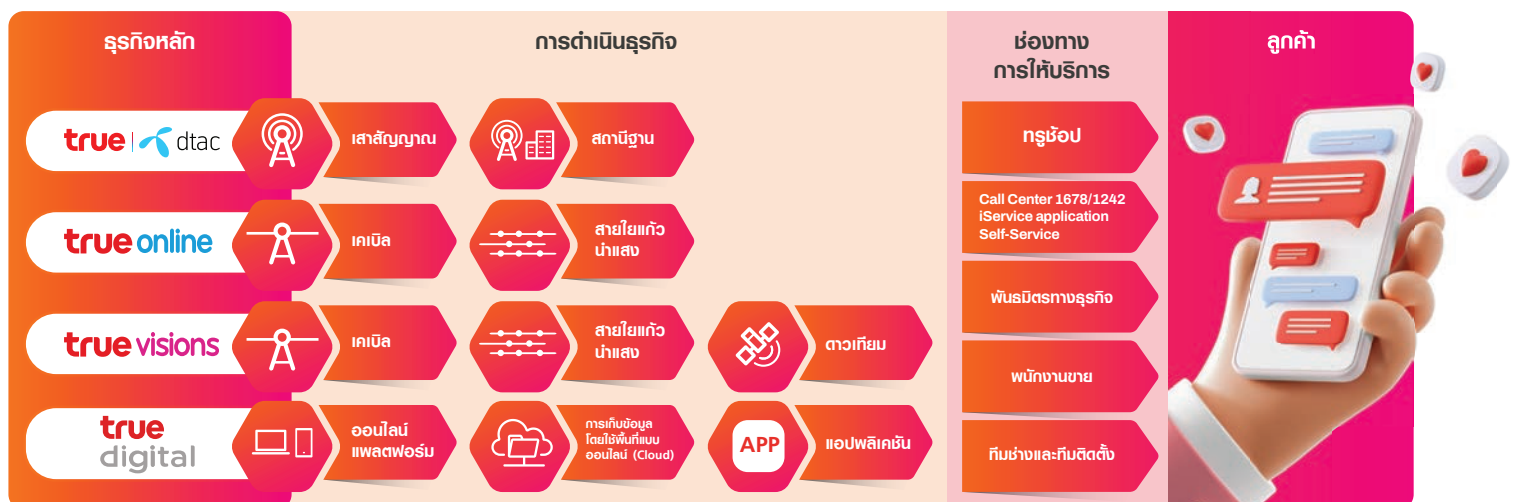
COURAGE

กล้าคิดกล้าทำ



ห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มทรู

กลุ่มทรู ดำเนินธุรกิจที่เตรียมพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและมุ่งแสวงหาโอกาสทางธุรกิจด้วยการพัฒนานวัตกรรมต่างๆ เพื่อเป็นพื้นฐานให้เกิดการพัฒนาสิ่งใหม่ๆ ขึ้น ในสังคมไทยทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบในอนาคต ตลอดห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มทรู



พลประกอบการและความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ

(GRI 3-3, 201-1)



กลุ่มทรู มุ่งสู่การเป็นผู้นำชีวิตดิจิทัลไลฟ์สไตล์ที่ผสานโครงสร้างพื้นฐานการสื่อสารโทรคมนาคมดิจิทัลและโซลูชันต่างๆ เข้าไว้ด้วยกันเพื่อให้บริการอย่างครบวงจรเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้าแบบ END-TO-END และตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มลูกค้าได้ตรงจุดด้วยข้อเสนอแบบเฉพาะเจาะจง หรือ PERSONALIZATION

• 5 กลยุทธ์หลักทางธุรกิจในปี 2565



BEST NETWORK

สร้างเครือข่ายที่เร็ว ครอบคลุม และดีที่สุด



BEST SERVICE & FULLFILLMENT

สร้างบริการที่แตกต่าง เติมเต็ม ECOSYSTEM ของคนยุคดิจิทัล



PARTNERSHIP & SYNERGY

ร่วมมือกับพันธมิตรสร้างการเปลี่ยนแปลงและสร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจ



TALENT DEVELOPMENT

พัฒนาความสามารถของพนักงานสู่องค์กรแห่งดิจิทัล



INNOVATION & SUSTAINABILITY

เดินหน้านำนวัตกรรม สร้างสรรค์คุณค่า ดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อโลกที่ยั่งยืนกว่า

แนวทางการบริหารจัดการ

ท่ามกลางความท้าทายจากการที่เศรษฐกิจไทยและความสามารถในการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคยังคงได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่างๆ ทั้งอัตราเงินเฟ้อ ต้นทุนพลังงาน กลุ่มทรู ยังมีรายได้จากการให้บริการและรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นจากมาตรการเพิ่มประสิทธิภาพและบริหารค่าใช้จ่ายที่ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องยังอยู่ในทิศทางที่ดี

บริษัทฯ มุ่งเพิ่มประสบการณ์การใช้งานและตอบรับกับไลฟ์สไตล์ที่หลากหลายของลูกค้า ทำให้ฐานลูกค้าของกลุ่มทรู เติบโตสูงโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ใช้บริการ 5G และ ทรูไอดี มีการขยายระบบนิเวศอย่างต่อเนื่องช่วยสร้างโอกาสในการเข้าถึงและนำเสนอนวัตกรรมสินค้าและบริการ รวมถึงโซลูชันด้านดิจิทัลให้กับหลากหลายกลุ่มลูกค้าและองค์กรภาคธุรกิจเพิ่มเติม นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการทุกระบวนการ พร้อมมุ่งเน้นปรับโครงสร้างต้นทุนที่จะช่วยเสริมศักยภาพการเติบโตและรายได้ที่สูงขึ้นให้กับกลุ่มทรูต่อไปในอนาคต

โครงสร้างการบริหารจัดการ มีคณะกรรมการบริหารทำหน้าที่กำกับดูแลและให้แนวทางการดำเนินงานแก่คณะกรรมการชุดต่างๆ เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

การควบรวมธุรกิจ

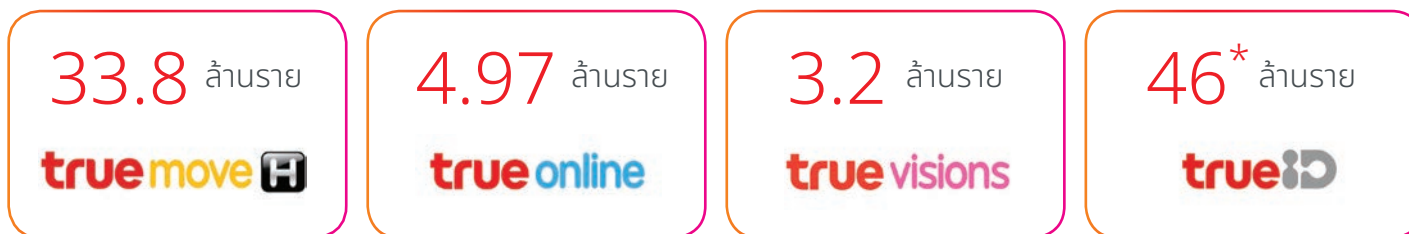
ตลอดปี 2565 บริษัทฯ ทำการศึกษาความเป็นไปได้ และดำเนินการตามขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการควบรวมธุรกิจ ระหว่างบริษัทฯ และบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ภายใต้ บทบัญญัติของพระราชบัญญัติ บริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 ในการพิจารณาและศึกษาการรวมธุรกิจเข้าด้วยกันด้วยวิธีการควบรวมธุรกิจ จนกระบวนการแล้วเสร็จต้นเดือน มีนาคม 2566

ทั้งนี้ เพื่อปรับโครงสร้าง เปลี่ยนการดำเนินธุรกิจจากการเป็นผู้ประกอบการโทรคมนาคม สู่ความเป็นบริษัทเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของประเทศ ที่จะก้าวสู่เศรษฐกิจ 4.0 และเป็นฮับของเทคโนโลยีในระดับภูมิภาค โดยโทรคมนาคมจะยังคงเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างและจะต้องพัฒนาเพิ่มเติมส่วนที่มุ่งเน้นไปที่ปัญญาประดิษฐ์ ระบบคลาวด์ เทคโนโลยี ไอโอที อุปกรณ์อัจฉริยะ เมืองอัจฉริยะ ดิจิทัล มีเดีย โซลูชัน และมีโครงสร้างที่สนับสนุนการลงทุนในบริษัทเทคโนโลยี โดยการจัดตั้ง VENTURE CAPITAL ที่เจาะจงลงทุนในสตาร์ทอัพไทย และสตาร์ทอัพต่างประเทศที่ตั้งในประเทศไทย รวมถึงจะศึกษาโอกาสด้านเทคโนโลยีอวกาศ ซึ่งถือว่าการเปิดกว้างกรอบความคิดในด้านนวัตกรรม

• ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ปี 2565



• ฐานลูกค้า ปี 2565



* จำนวนผู้ใช้งานรายเดือน

ก้าวต่อไปในปี 2566

“ทรู คอร์ปอเรชั่น” บริษัทใหม่ได้รวมศักยภาพจุดแข็งดีแทคและทรู มุ่งสู่ผู้นำด้านโทรคมนาคมและเทคโนโลยีของไทย ชูแนวคิดชีวิตดีกว่า เมื่อมีกันและกัน ผสานพลังรวมกัน 1+1 เท่ากับ อินฟินิตี้ สร้างศักยภาพความเป็นไปได้ใหม่ที่ไม่รู้จบ พร้อมนำ 7 กลยุทธ์หลักสู่การเปลี่ยนผ่านวิถีชีวิตคนไทย ลดความเหลื่อมล้ำ และขับเคลื่อนธุรกิจให้ก้าวขึ้นสู่ผู้นำเศรษฐกิจดิจิทัล พร้อมทะยานสู่ผู้ให้บริการชั้นนำ พร้อมกับการดึงดูดผู้ใช้งานมือถือทั้งสองแบรนด์ในวันนี้ คือ ทรูมูฟ เอช 33.8 ล้านและดีแทค 21.2 ล้านเลขหมาย พร้อมผู้ใช้งานบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ตทรูออนไลน์ 5 ล้านราย และผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือ 3.2 ล้านราย เร่งขับเคลื่อนโทรคมนาคม-เทคโนโลยีสร้างระบบนิเวศดิจิทัลครบวงจรสู่การสร้างโอกาสในการพัฒนาที่ยั่งยืน ส่งเสริมสิทธิมนุษยชนในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเท่าเทียม

การสร้างบริษัทโทรคมนาคม-เทคโนโลยีใหม่ครั้งนี้ ได้นำสิ่งที่ดีที่สุดของทั้งทรูและดีแทคมาผนึกรวมกัน เพื่อขยายขนาดและการส่งมอบคุณค่าที่มากขึ้น รวมทั้งเพิ่มขีดความแข็งแกร่ง จากผู้ถือหุ้นใหญ่ทั้งจากองค์กรไทย คือ เครือเจริญโภคภัณฑ์ และบริษัทชั้นนำระดับโลกอย่างเทเลนอร์ กรุ๊ป

นอกจากนี้ บริษัทใหม่จะได้ประโยชน์จากการผนึกกำลังร่วมกัน ทั้งด้านการลงทุนและรายได้ ซึ่งจะขับเคลื่อนร่วมกัน อาทิ โครงข่ายโทรคมนาคมและโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล เครือข่ายไอที การจัดซื้อ การขาย การตลาด ช่องทางการค้าปลีก และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน โดยจะนำสู่สมดุลความเสมอภาคและความเท่าเทียมในการแข่งขัน และจะนำมาสู่ประโยชน์สูงสุดของลูกค้า

• 7 กลยุทธ์หลักทางธุรกิจ ปี 2566

1. ผู้นำด้านโครงข่ายโทรคมนาคมและโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลอย่างแท้จริง
2. เดิบดีเป็นผู้นำนอกเหนือจากบริการหลัก เพื่อส่งมอบคุณค่าและประสบการณ์ที่เหนือกว่า
3. สร้างมาตรฐานประสบการณ์ใหม่เพื่อลูกค้าในประเทศไทย
4. เติบโตเป็นชีวิตอัจฉริยะยิ่งขึ้นเพื่อทุกสไตล์ลูกค้าชาวไทย
5. ยกระดับมาตรฐานสำหรับลูกค้าองค์กร
6. สร้างสุดยอดองค์กรที่น่าทำงาน
7. การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เพิ่มคุณค่าขับเคลื่อนองค์กรในระยะยาว

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

(GRI 3-1, 3-2, 3-3)

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ จัดลำดับประเด็นที่สำคัญโดยประเมินผลกระทบ อ้างอิงหลักเกณฑ์สากล บริบทองค์กร ความเห็นของผู้มีส่วนได้เสีย และประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน

การประเมินประเด็นที่สำคัญ

การจัดลำดับประเด็นที่สำคัญ บริษัทฯ อ้างอิงมาตรฐานการจัดทำรายงานสากล GRI STANDARDS 2021 โดยให้ความสำคัญกับ 4 เรื่อง คือ

1. **ผลกระทบ** ทั้งบวกและลบ ตามความรุนแรง และโอกาสที่จะเกิด ทั้งที่เกิดขึ้นแล้วและมีโอกาสจะเกิดขึ้น
2. **ประเด็นที่สำคัญ** ตามเกณฑ์สากล อาทิ SASB, UN SDG, DJSI, THIS บริบทองค์กร และประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ
3. **การตรวจประเมินอย่างรอบด้าน** เพื่อหามาตรการป้องกัน แก้ไข และเยียวยาอย่างเหมาะสม
4. **ผู้มีส่วนได้เสีย** โดยรับฟังและประเมินความคาดหวังผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ ได้แก่ ลูกค้า เพื่อนคู่ค้า/พันธมิตรทางธุรกิจ ชุมชน สังคม หน่วยงานภาครัฐ ผู้ถือหุ้น เจ้าหนี้ NGO และสื่อมวลชน ตลอดจนพนักงาน ผู้บริหารองค์กร ผ่านแบบสำรวจ การสัมภาษณ์ การจัดประชุม สัมมนาเพื่อประเมินผลกระทบ และความร่วมมือต่างๆ เพื่อนำมาบริหารจัดการ

• 4 ขั้นตอนการประเมินประเด็นที่สำคัญ



การวิเคราะห์ประเด็นที่สำคัญ ประจำปี 2565

บริษัทฯ มีการประเมินประเด็นที่สำคัญเป็นประจำทุกปี โดยศึกษาเปรียบเทียบประเด็นที่สำคัญ วิเคราะห์ผลกระทบเพื่อสรุปประเด็นที่สำคัญตามขั้นตอนข้างต้น โดยมีการส่งแบบประเมินออนไลน์ไปยังกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกและได้รับการตอบกลับกว่า 972 ตัวอย่าง ร่วมกับการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้มีส่วนได้เสีย การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อประเมินผลกระทบ เพื่อจัดลำดับผลกระทบ ตลอดจนขอความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญภายนอก และนำเสนอต่อผู้บริหารและคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อพิจารณาให้การรับรอง พร้อมจัดทำรายงานและเผยแพร่ต่อสาธารณะ โดยกระบวนการประเมินประเด็นที่สำคัญ ได้รับตรวจประเมินจากผู้ทวนสอบอิสระ

การวิเคราะห์ผลกระทบ

กระบวนการประเมินประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน (Material Sustainability Issues) ของบริษัทมีการใช้หลักการประเมินความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจซึ่งมีเกณฑ์การประเมินผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียตามตารางในหน้า 17

การวิเคราะห์ผลกระทบดังกล่าว สอดคล้องกับหลักการ DOUBLE-MATERIALITY ที่ไม่เพียงให้ความสำคัญด้านการเงินขององค์กร อาทิ ป้ายจ่าย การก่อให้เกิดค่าใช้จ่าย รายได้ ความเสี่ยง หรือช่วยสร้างโอกาสทางธุรกิจ เป็นต้น แต่ยังคำนึงถึงผลกระทบขององค์กรต่อเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม และสิทธิมนุษยชนอีกด้วย

• เกณฑ์การประเมินผลกระทบของบริษัทฯ ต่อผู้มีส่วนได้เสีย

ใช้ประเมินผลกระทบเชิงลบเท่านั้น

ความรุนแรง			
ระดับความรุนแรง	ระดับของผลกระทบ (ความร้ายแรงของผลกระทบ)	ขอบเขตของผลกระทบ (จำนวนคนที่ได้รับผลกระทบ)	ความสามารถในการเยียวยาผลกระทบ (ความยากในการฟื้นฟูให้กลับสู่สภาพเดิมก่อนได้รับผลกระทบ)
● สูงมาก (5)	ส่งผลกระทบอย่างมากต่อสิ่งแวดล้อม ประชาชน ความปลอดภัย ชื่อเสียง และเศรษฐกิจ	มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทุกคนในกลุ่ม	ไม่สามารถเยียวยาผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องให้กลับสู่สภาวะปกติ และ/หรือใช้ระยะเวลานานในการเยียวยา (มากกว่า 5 ปีหรือ 60 เดือน)
● สูง (4)	ส่งผลกระทบสูงต่อสิ่งแวดล้อม ประชาชน ความปลอดภัย ชื่อเสียง และเศรษฐกิจ	ส่งผลกระทบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียส่วนใหญ่	สามารถเยียวยาผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องให้กลับสู่สภาวะปกติได้ใช้ระยะเวลา 3-5 ปี (36-60 เดือน)
● ปานกลาง (3)	ส่งผลกระทบปานกลางต่อสิ่งแวดล้อม ประชาชน ความปลอดภัย ชื่อเสียง และเศรษฐกิจ	ส่งผลกระทบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียจำนวนมาก	สามารถเยียวยาผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องให้กลับสู่สภาวะปกติได้ใช้ระยะเวลา 1-3 ปี (12-36 เดือน)
● ต่ำ (2)	ส่งผลกระทบเล็กน้อยต่อสิ่งแวดล้อม ประชาชน ความปลอดภัย ชื่อเสียง และเศรษฐกิจ	ส่งผลกระทบต่อกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียบางกลุ่ม	สามารถเยียวยาผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องให้กลับสู่สภาวะปกติได้ใช้ระยะเวลา 0.5-1 ปี (12 เดือน)
● ต่ำมาก (1)	ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ประชาชน ความปลอดภัย ชื่อเสียง และเศรษฐกิจ	ไม่ส่งผลกระทบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	สามารถเยียวยาผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องให้กลับสู่สภาวะปกติได้ใช้ระยะเวลาน้อยกว่า 0.5 ปี (6 เดือน)

ใช้ประเมินผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบ

• ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ปี 2565/2566

คณะผู้บริหาร และ คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีได้พิจารณาและรับรองประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน ปี 2565/2566 ดังนี้

ประเด็นที่มีความสำคัญสูงมาก ซึ่งบริษัทฯ ต้องมีแนวทางการบริหารจัดการที่ครอบคลุม มีการกำหนดเป้าหมายทั้งระยะสั้น กลาง ยาว รวมถึง มีการรายงานผลดำเนินงานและการลดผลกระทบอย่างเข้มข้นตามเกณฑ์ GRI พร้อมเปิดเผยต่อสาธารณะ

ประเด็นที่มีความสำคัญสูง ซึ่งบริษัทฯ ต้องมีแนวทางการบริหารจัดการ มีการรายงานผลดำเนินงานที่ครอบคลุม ตามความสนใจของผู้มีส่วนได้เสีย พร้อมเปิดเผยต่อสาธารณะ

CYBER SECURITY



HUMAN RIGHT MANAGEMENT



RISK & CRISIS MANAGEMENT



LABOR PRACTICE AND EMPLOYEE DIVERSITY & INCLUSION, HEALTH, SAFETY & WELLNESS



RESPONSIBLE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT



CORPORATE GOVERNANCE



DATA PROTECTION



NETWORK RELIABILITY AND AVAILABILITY



LEADERSHIP, TALENT ATTRACTION & RETENTION, AND HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT



DIGITAL INCLUSION AND EDUCATION



INNOVATION MANAGEMENT



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY



CLIMATE CHANGE MANAGEMENT



CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT



ENVIRONMENTAL MANAGEMENT: ENERGY, WASTE, WATER, AND BIODIVERSITY



การสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

(GRI 2-23, 2-29, 3-3)



บริษัทมุ่งดำเนินธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการ ของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อสร้างคุณค่าระยะยาว

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องต่อ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย 6 กลุ่ม ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน พันธมิตรทาง ธุรกิจและคู่ค้า ผู้ถือหุ้น หน่วยงานของรัฐ ชุมชนและสังคม โดยเคารพสิทธิ และปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นธรรมรับฟังความคิดเห็นสร้างความเข้าใจ และความเชื่อมั่น เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างยั่งยืน และรักษา ความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ผ่านการดำเนินนโยบายการสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อเป็นแนวทางและช่องทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียรวมถึง การแลกเปลี่ยนข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อรับฟังความคิดเห็น ข้อห่วงกังวล และทัศนคติของผู้มีส่วนได้เสีย แต่ละกลุ่ม และตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสม
3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาหรือปรับปรุงกระบวนการ ทำงานต่างๆ ของ บริษัทโดยกำหนดแนวปฏิบัติในการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

มาตรฐานกระบวนการ เชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย
AA1000 STAKEHOLDER
ENGAGEMENT STANDARD
(AA1000SES) ยึดหลักสำคัญ
3 ประการ ได้แก่

1. การประเมิน ประเด็นสำคัญ
2. การมีส่วนร่วม ของผู้มีส่วนได้เสีย
3. การตอบสนอง ต่อความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย

มาตรฐานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ISO 26000
มีหลักการ 7 ประการ ได้แก่

1. การกำกับดูแลองค์กร
2. สิทธิมนุษยชน
3. การปฏิบัติด้านแรงงาน
4. สิ่งแวดล้อม
5. การปฏิบัติด้านงานอย่างเป็นธรรม
6. ประเด็นด้านผู้บริโภค
7. การมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน

• กระบวนการสร้างความผูกพันกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ



1. วางแผน

นำข้อมูลข้อห่วงกังวล ความคาดหวัง ข้อเสนอแนะ จากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย มาวิเคราะห์เพื่อตอบสนอง ความต้องการในแต่ละพื้นที่



2. เตรียมการ

กำหนดพื้นที่และกิจกรรม ให้เหมาะสมกับความต้องการ ของผู้มีส่วนได้เสีย



3. ดำเนินการ

ลงพื้นที่พบ กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ตามวิธีการที่ได้กำหนดไว้ และประชาสัมพันธ์กิจกรรม



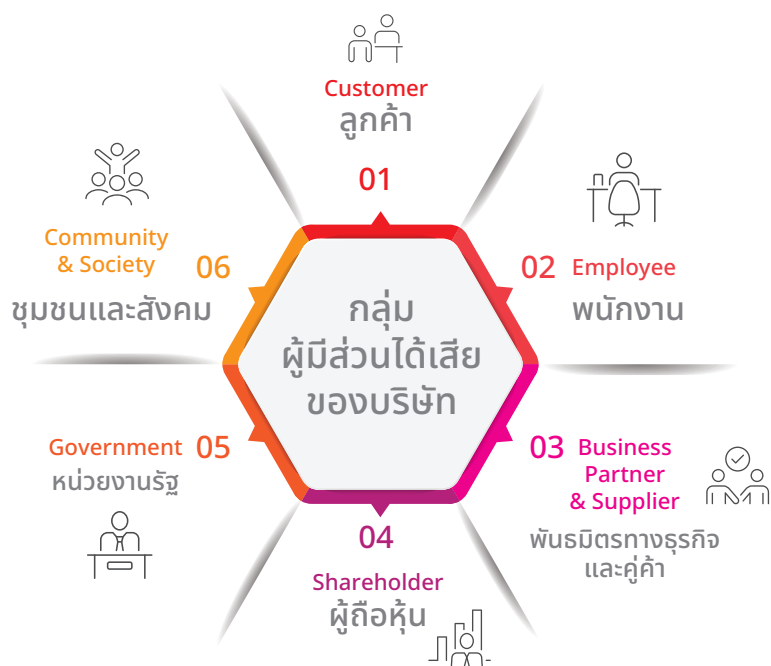
4. ทบทวน และปรับปรุง

ติดตาม ประเมินผล และปรับปรุง เพื่อผลลัพธ์ที่ดีขึ้น

จากการแบ่งผู้มีส่วนได้เสียออกเป็น 6 กลุ่ม บริษัทตอบสนองความคาดหวัง และเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางต่างๆ และนำข้อคิดเห็นและประเด็นสำคัญมาพิจารณา ปรับปรุงการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย ดังตารางต่อไปนี้

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองของบริษัทฯ	ช่องทางการสื่อสารและการมีส่วนร่วม
ลูกค้า 	- สินค้าและบริการที่ดี ราคาที่เหมาะสม - ส่งมอบตรงตามเวลาที่กำหนด - บริการหลังการขายที่มีคุณภาพ - ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว - ข้อมูลสินค้าถูกต้องชัดเจน - ผลิตภัณฑ์ใส่ใจสิ่งแวดล้อม	- บริการที่ดีและมีความรับผิดชอบ - ส่งมอบสินค้าคุณภาพและตรงเวลา และมีบริการหลังการขายที่มีคุณภาพ - พัฒนาระบบจัดเก็บและรักษาข้อมูลความลับของลูกค้าในระดับมาตรฐานสากล - มอบประสบการณ์ที่ดีและบริการที่เท่าเทียม - รับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ ใช่วัสดุที่ย่อยสลายได้	- ศูนย์บริการลูกค้า TRUE SHOP - การติดต่อกับลูกค้าโดยตรง - สื่อสังคมออนไลน์/เว็บไซต์/อีเมล - การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าตลอดทั้งปี - CALL CENTER 1242 รองรับ 5 ภาษา
พนักงาน 	- สวัสดิการและค่าตอบแทนที่ดี - ความมั่นคงและความก้าวหน้า - การพัฒนาความรู้ความสามารถ - การมีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็น - สนับสนุนอุปกรณ์สำนักงานและเทคโนโลยีที่ทันสมัย เหมาะกับสถานการณ์ปัจจุบัน	- ผลตอบแทนที่ดีและสวัสดิการที่เหมาะสมให้โอกาสเลื่อนขั้น โอนย้าย - ประเมินผลงานเป็นธรรมและเท่าเทียม - จัดหลักสูตรอบรมตรงตามความต้องการต่อการเปลี่ยนแปลง - นำความเห็นข้อเสนอแนะมาปรับปรุง - จัดหาแล็ปท็อปให้กับหน่วยงานและเปิดโอกาสให้พนักงาน WORK FROM ANYWHERE	- การประชุมประจำปี - แพลตฟอร์ม TRUE CONNECT/เว็บไซต์/อีเมล - รายงานประจำปี/รายงานความยั่งยืน (เว็บไซต์) - การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร
พันธมิตรทางธุรกิจและลูกค้า 	- ความเสมอภาคในการทำธุรกิจ - ทำธุรกิจด้วยความโปร่งใส - พัฒนาและเติบโตไปด้วยกัน - ชำระเงินตรงตามเวลาและครบถ้วน - การมีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็น - ความปลอดภัยทางไซเบอร์	- การแข่งขันที่เป็นธรรมและโปร่งใส - สัญญาซื้อขายที่โปร่งใสและเป็นธรรม - จัดหลักสูตรอบรมเพิ่มศักยภาพ - ชำระเงินตรงตามเวลาและมูลค่าตามที่กำหนด - นำความเห็นข้อเสนอแนะมาปรับปรุง - เก็บรักษาข้อมูลลูกค้า	- ประชุมประจำปี - อบรมให้ความรู้และจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทและพันธมิตรธุรกิจและลูกค้า - สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล - รายงานประจำปี/รายงานความยั่งยืน (เว็บไซต์) - การสำรวจความพึงพอใจ - CALL CENTER สำหรับพันธมิตรทางธุรกิจ
ผู้ถือหุ้น 	- กิจการเติบโต มั่นคง มีผลกำไร - การกำกับดูแลกิจการที่ดี - บริหารจัดการด้วยความโปร่งใส - กลยุทธ์การบริหารที่ดี สร้างโอกาสในความท้าทาย - การบริหารจัดการความเสี่ยง - ข้อมูลการเงินที่ถูกต้อง - ชำระเงินตรงตามเวลาและครบถ้วน	- ทำธุรกิจโปร่งใส ยึดมั่นธรรมาภิบาล - การกำกับดูแลกิจการที่ดี - บริหารจัดการที่ดีสร้างความเชื่อมั่น - มอบผลตอบแทนสูงสุด เปิดเผยข้อมูลด้วยความโปร่งใสต่อเนื่องและครบถ้วน ทำตามเงื่อนไขสัญญาภายใต้หลักเกณฑ์และกฎหมาย - ให้ข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้องครบถ้วน - ชำระหนี้ตรงเวลาและดูแลคุณภาพของหลักทรัพย์ค่าประกัน	- ประชุมชี้แจงนักลงทุนประจำปีไตรมาส - รายงานประจำปี/รายงานความยั่งยืน (เว็บไซต์) - สื่อสังคมออนไลน์/เว็บไซต์/อีเมล
หน่วยงานของรัฐ 	- ประกอบกิจการธุรกิจบนพื้นฐานของความเป็นธรรมและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า รวมถึงการประกอบกิจการภายใต้หลักธรรมาภิบาล - การแข่งขันที่เป็นธรรมและเท่าเทียม - ให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ - จัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ	- ทำธุรกิจอย่างโปร่งใส เป็นธรรมและไม่ขัดต่อกฎหมาย - เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส - กำกับดูแลกิจการตามกฎหมาย - บริหารจัดการด้วยคุณภาพสร้างให้เกิดความเชื่อมั่น - ให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ	- จัดกิจกรรมร่วมกับภาครัฐ - สื่อสังคมออนไลน์/เว็บไซต์/อีเมล - หน่วยงาน REGULATORY ดูแลข้อร้องเรียนและสร้างความผูกพันกับหน่วยงานของรัฐ
ชุมชนและสังคม 	- ให้ความสำคัญต่อเสียงสะท้อนของชุมชน เช่น การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในชีวิตประจำวัน - ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย - ข้อร้องเรียนได้รับการดูแลอย่างเป็นธรรม - ส่งเสริมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน	- จัดกิจกรรมส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี เช่น CONNEXT ED ทูร ปลุกปัญญา แอปพลิเคชัน VROOM VLEARN TRUE MONEY WALLET MORDEE BY TRUE HEALTH ไปขยายผลทั่วประเทศ - ประสานความร่วมมือ ตอบสนองความต้องการอย่างมีระบบ - สร้างการยอมรับ เป็นหนึ่งเดียวกับชุมชน - สนับสนุนให้เกิดการสร้างงานและรายได้ในชุมชน	- รายงานประจำปี/รายงานความยั่งยืน (เว็บไซต์) - สื่อสังคมออนไลน์/เว็บไซต์/อีเมล - จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน - CALL CENTER

ความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย



พันธมิตรทางธุรกิจและคู่ค้า

“TES และ TRUE เรามีจุดมุ่งหมายเดียวกันคือ ต้องการเห็นประชาชนนำขยะอิเล็กทรอนิกส์เข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลให้ถูกวิธี เพื่อสังคมที่ยั่งยืน สิ่งเหล่านี้ต้องเกิดจากการปลูกฝัง และการตระหนักรู้ ซึ่งไม่สามารถที่จะสัมฤทธิ์ผลได้ในระยะเวลาอันสั้น ต้องสร้างจิตสำนึก คิดก่อนทิ้ง และทิ้งให้ถูกวิธี เราคาดหวังว่า TRUE จะทำโครงการดีๆ แบบนี้ต่อไปและเป็นต้นแบบของความยั่งยืนอย่างแท้จริง”



คุณกรวิกา ชัยประทีป

ผู้บริหารฝ่ายขายและการตลาด
บริษัท โทเทิล เอนไวโรเม้นทอล
โซลูชั่นส์ จำกัด

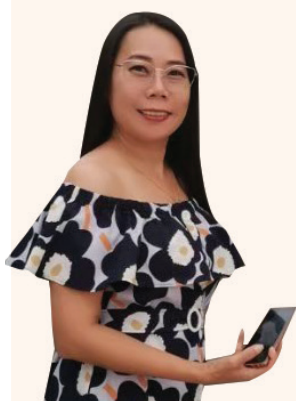
ชุมชนและสังคม

“จากการเปลี่ยนแปลงของสังคมในยุคปัจจุบัน เทคโนโลยีต่างๆ ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิต และเทคโนโลยีด้านการสื่อสารเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมาก ดิฉันเป็นผู้เลือกใช้บริการของทรูมาตลอดระยะเวลาหลายสิบปี เห็นพัฒนาการมาโดยตลอด ความสะดวกในการใช้งานด้านสัญญาณมือถือ และสัญญาณอินเทอร์เน็ตทั้งที่บ้านและที่ทำงาน ความคาดหวังจากการพัฒนาของทรู คือ การดูแลและพัฒนางานบริการต่างๆ ซึ่งเชื่อมโยงข้อมูลด้านการเงิน

สาธารณสุข สุขภาพ สินค้าและบริการที่ดีอยู่แล้วให้อยู่ในมาตรฐานและดีขึ้น และช่วยกำจัด ป้องกันภัยจากการสื่อสาร จากการส่ง SMS, CALL CENTER ต่างๆ ให้ได้ก่อนเครือข่ายอื่น”

คุณกนกกาญจน์ ขวาลทิกุล

ครูชำนาญการพิเศษโรงเรียนวัด
ทรัพย์สโมสร



ลูกค้า

“ผมเป็นลูกค้าของทรูมาโดยตลอด แต่สิ่งที่ผมรู้สึกว่าโดดเด่นและประทับใจมาก คือ กลุ่มทรูเป็นองค์กรที่เปิดกว้างเรื่องความหลากหลาย มีพนักงานกลุ่ม LGBTQI+ ซึ่งน้องๆ กลุ่มนี้มีความสามารถในการให้คำแนะนำและบริการที่ดีให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการได้มาก ผมคาดหวังว่า กลุ่มทรู จะส่งเสริมความหลากหลายแบบนี้ต่อไป”



คุณเจษฎา ปริตาโพธิ์

ผู้ใช้สินค้าและบริการของทรู
จังหวัดกรุงเทพมหานคร

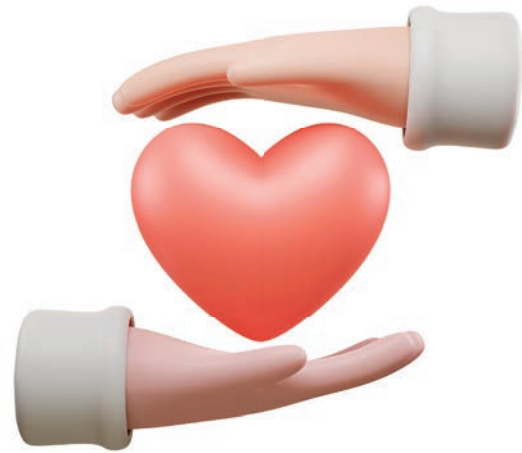
หน่วยงานรัฐ

“กลุ่มทรู ให้การสนับสนุนโรงเรียนอยู่เสมอทั้งในเรื่องการติดตั้งระบบเครือข่าย WI-FI รวมถึงเนื้อหาการเรียนการสอน เช่น โครงการทรู ปลูกปัญญา ที่ช่วยให้การเรียนการสอนง่ายขึ้น ทำให้นักเรียนได้รับประโยชน์โดยตรง ซึ่งเมื่อนักเรียนมีการศึกษาที่ดี จะสามารถต่อยอดไปสู่ผู้ประกอบการ และขยายผลสู่ชุมชน โดยเฉพาะการให้ความรู้ในเรื่องของการใช้สื่อ ICT อย่างถูกต้อง และมีวิจาร์ณญาณ”



คุณเวลีมาติ เกพาว

หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
โรงเรียนศรีสวัสดิ์วิทยา
จังหวัดน่าน



พนักงาน

“ผ่านช่วงเวลาวิกฤตกับบริษัทมาหลายครั้ง ทำให้เห็นความห่วงใยที่บริษัทมีให้กับพนักงานในหลายแง่มุม ทั้งกับตัวพนักงานและครอบครัว รวมถึงคนในชุมชน ตั้งแต่จัดหาหน้ากาก ฉีดวัคซีน สนับสนุนการทำงานแบบ WORK FROM ANYWHERE รวมถึงมีแอปพลิเคชันหมอดี พบแพทย์ได้โดยไม่ต้องเดินทางไปโรงพยาบาล นอกจากนี้ยังมีคลินิกให้คำปรึกษาเรื่องเกี่ยวกับความกังวลใจต่างๆ ดูแลทั้งกายทั้งใจของพนักงานเป็นอย่างดี”



คุณนฤทัย ทองสฤติย์

หน่วยงานบริหารความเสี่ยง
บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด
(มหาชน)

ชุมชนและสังคม

“ในฐานะผู้ให้บริการสาธารณะต้องอาศัยสัญญาณมือถือและอินเทอร์เน็ต ในการติดต่อสื่อสารและค้นหาเส้นทาง และทรูไม่เคยทำให้ผิดหวังเรื่องคุณภาพสัญญาณที่ใช้ได้ตลอดเส้นทาง และที่ตลาดเกษตร ทำรถหลักของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

นอกจากนี้ยังมี TRUE VISIONS ให้ลูกค้าของพันธมิตรได้ดูฟรีระหว่างรอรถ รวมถึงการใช้จ่ายโดยไร้เงินสดผ่านแอปพลิเคชัน TRUE MONEY WALLET ซึ่งสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ที่เลือกมาเที่ยวภาคใต้ ขอขอบคุณทรูที่พัฒนาการให้บริการที่ดีตลอดมา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้นต่อไป”



คุณอวิรุทธ์ ชูมี

ผู้จัดการ
ความปลอดภัยขนส่งทางถนน
บริษัท พันทิพย์ (1970) จำกัด
จังหวัดสุราษฎร์ธานี

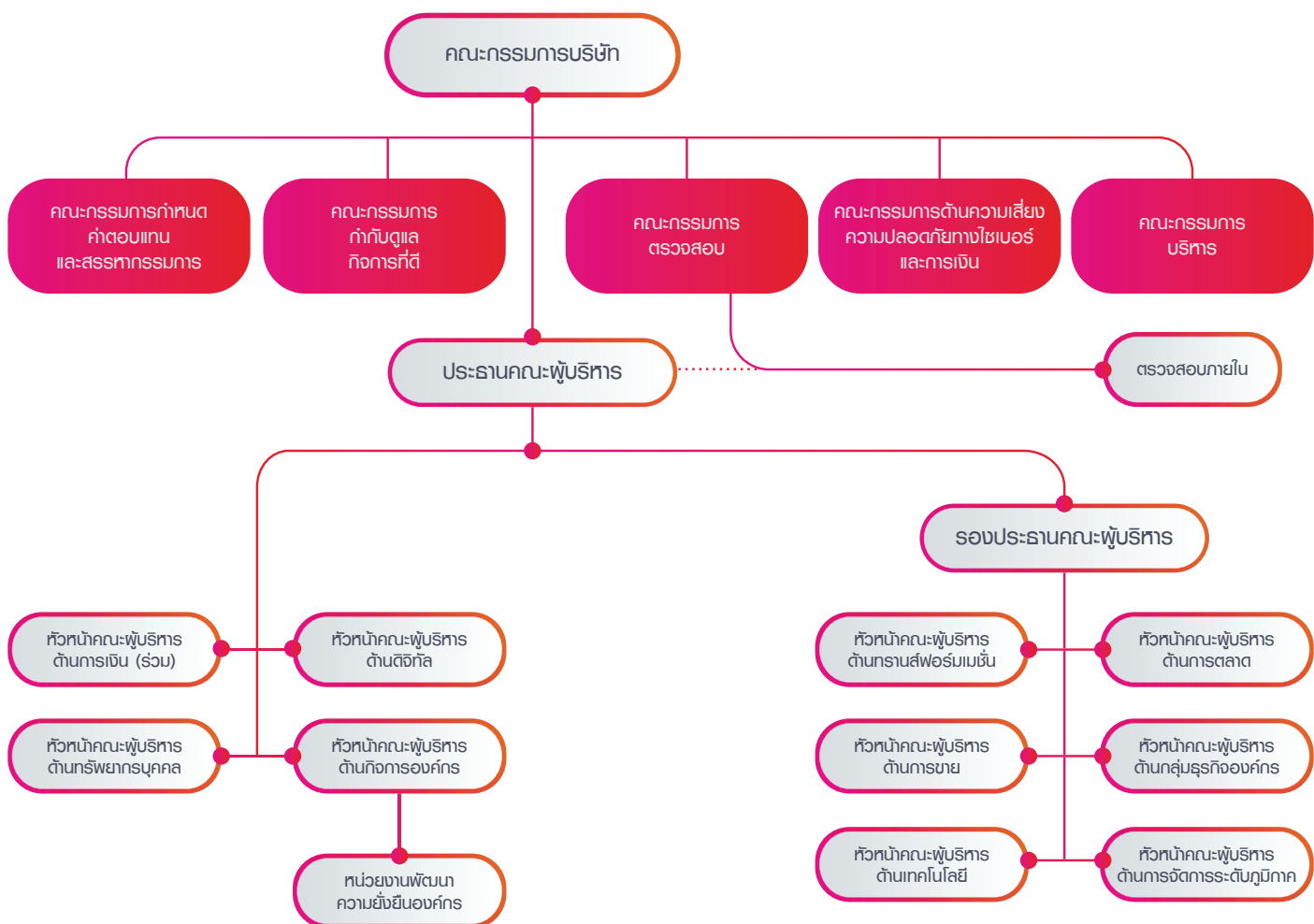
การกำกับดูแลและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน

(GRI 2-9, 2-11, 2-12, 2-13, 2-14, 2-22, 2-23, 2-24, 3-3)

ในฐานะผู้นำอุตสาหกรรมโทรคมนาคม กลุ่มทรู มีส่วนในการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลด้วยบริการที่หลากหลาย พร้อมสร้างคุณค่าและส่งมอบประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภคนวัตกรรมสินค้าและบริการ ตลอดจนเพิ่มศักยภาพยกระดับขีดความสามารถการเติบโตด้วยการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ล้ำสมัยระดับโลกมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพเครือข่าย สร้างสรรค์นวัตกรรมบริการดิจิทัลต่างๆ เสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับประเทศ บริษัทฯ ยังคงตระหนัก และให้ความสำคัญถึงบทบาทในการสร้างสรรค์คุณค่าเพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมด้วยการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบตลอดห่วงโซ่คุณค่า

โครงสร้างการบริหารจัดการด้านความยั่งยืน

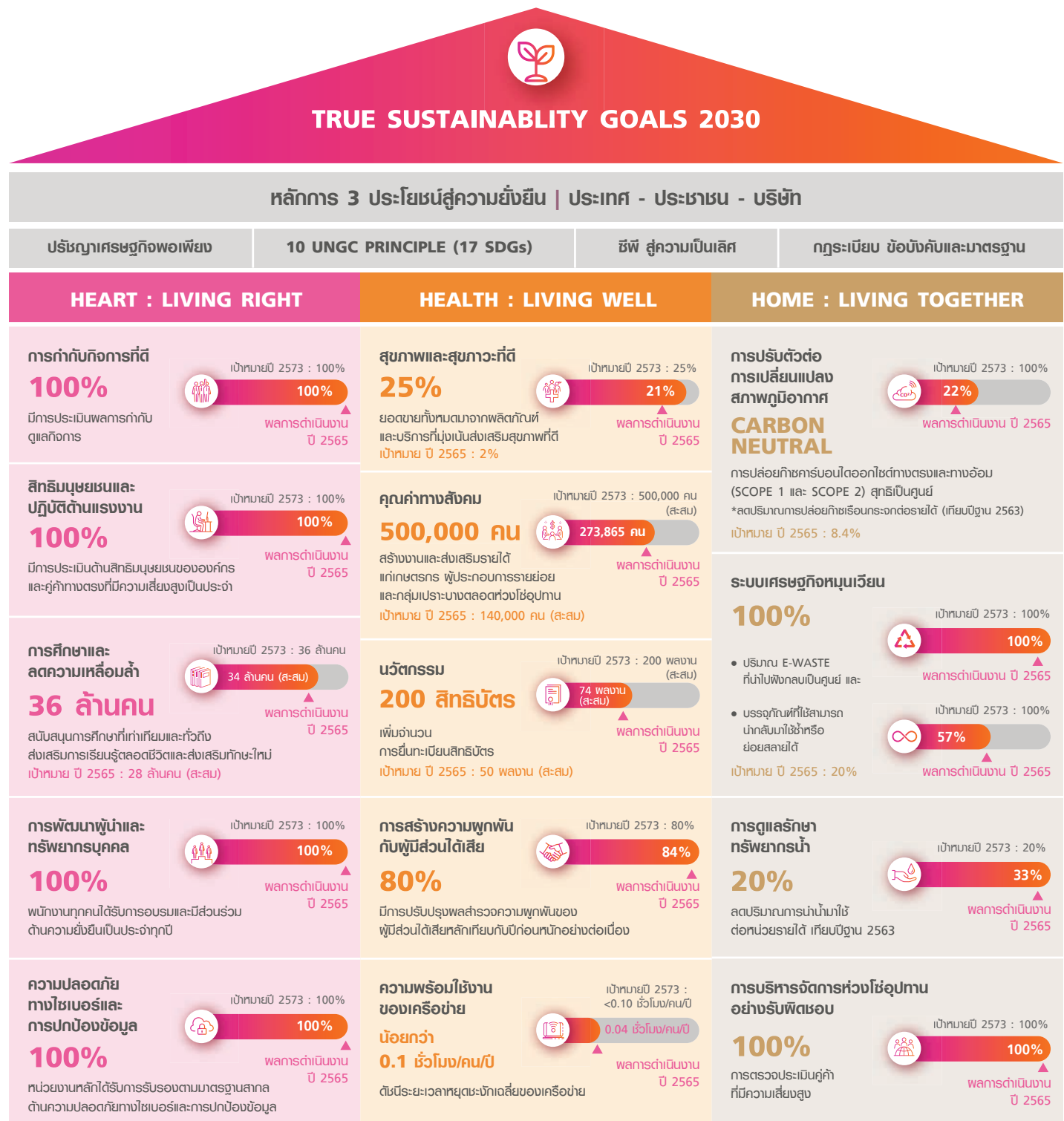
คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี ทำหน้าที่ กำกับดูแลการบริหารงานการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการดำเนินการด้านความยั่งยืนที่สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมขององค์กร



ยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน สู่ปี 2573 ของกลุ่มทรู ครอบคลุม 3 มิติ คือ มุ่งเน้นการเติบโตทางเศรษฐกิจ ดูแลสังคม และใส่ใจสิ่งแวดล้อม สนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อภายใต้หลักสากล 10 ประการของสหประชาชาติ ใน 4 ด้าน ได้แก่ สิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการทุจริตอันเชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนระดับโลก (SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS: SDGs) 17 ประการ

บริษัทฯ ได้กำหนดให้เป้าหมายความยั่งยืนเป็นตัวชี้วัดหนึ่งในการดำเนินธุรกิจขององค์กร ผู้บริหารและพนักงานทุกคนทุกหน่วยงานมีส่วนร่วมรับผิดชอบในเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ทำให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการดำเนินการด้านความยั่งยืน และมีระบบติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อร่วมกันผลักดันให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้



การดำเนินงานเพื่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

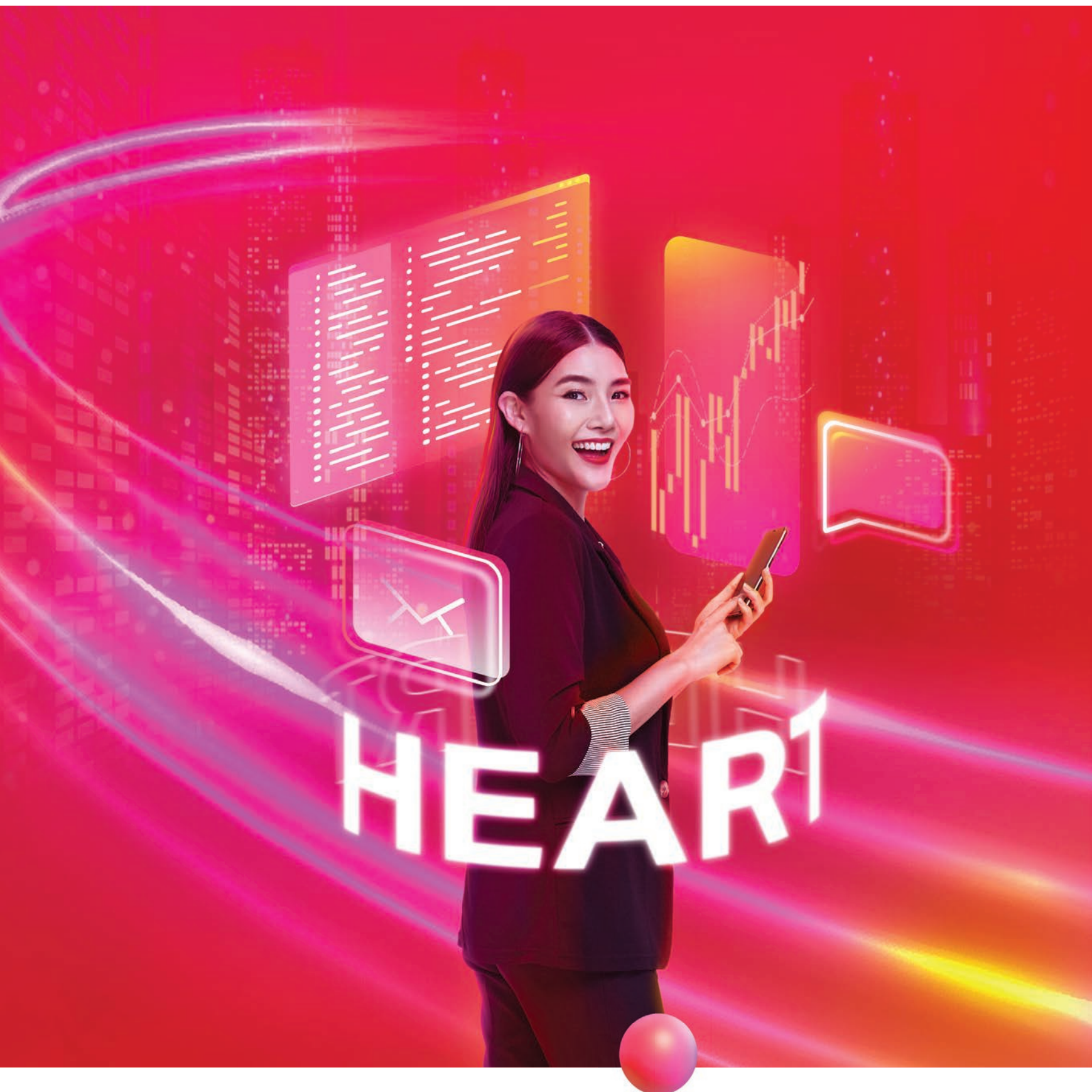


บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินงานตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ระดับโลก SDGs 17 ประการ อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการขับเคลื่อนตามเป้าหมายหลัก 9 ประการ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยตรง และมีความเกี่ยวข้องกับประเด็นสำคัญและเป้าหมายด้านความยั่งยืนของกลุ่มทรู

บริษัทฯ เป็นหนึ่งตัวแทนเอกชนในการจัดตั้งเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กส์ประเทศไทย หรือ GLOBAL COMPACT NETWORK THAILAND (GCNT) เมื่อเดือนธันวาคม 2561 โดยเป็นหนึ่งในสมาชิกผู้ก่อตั้งในไทย 15 บริษัท ปัจจุบันมีสมาชิกกว่า 110 องค์กร โดยสมาคมฯ เป็นหนึ่งในเครือข่ายท้องถิ่นของโครงการสำคัญในระดับโลกของสหประชาชาติ หรือ UN GLOBAL COMPACT ซึ่งเป็นเครือข่ายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่ใหญ่ที่สุดในโลก รมรณรงค์ให้ภาคเอกชนทั่วโลกวางกลยุทธ์และยึดหลักการทำงานที่สร้างเศรษฐกิจยั่งยืน ภายใต้หลักสากล 10 ประการ ครอบคลุม 4 ด้าน ได้แก่ สิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงาน สิ่งแวดล้อม การต่อต้านทุจริต ตลอดจนดำเนินกิจกรรมที่ช่วยผลักดันเป้าหมายสหประชาชาติว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงไปถึงข้อตกลงปารีสว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

กลุ่มทรู ได้ประกาศเจตนารมณ์ความร่วมมือของสมาชิก GCNT ที่จะเร่งมือเพิ่มมาตรการ เพื่อลดและชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ยืนยันเจตนารมณ์สนับสนุนการบริหารจัดการและใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนร่วมฟื้นฟูและบรรเทาการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพด้วยเทคโนโลยี เพื่อให้ประเทศไทยบรรลุเป้าหมายการปกป้องคุ้มครองพื้นที่บนบกและทะเลให้ได้อย่างน้อยร้อยละ 30 ของพื้นที่ภายในปี 2573 ในงานประชุมผู้นำความยั่งยืนประจำปี GCNT FORUM 2022 : ACCELERATING BUSINESS SOLUTIONS TO TACKLE CLIMATE & BIODIVERSITY CHALLENGES การเร่งหาทางออกของภาครัฐกิจเพื่อแก้ปัญหาภาวะโลกร้อน และความท้าทายด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ตามรูปแบบการประชุมอย่างยั่งยืน (SUSTAINABLE EVENT) จัดโดย GCNT ร่วมกับสหประชาชาติในประเทศไทย

เป้าหมายการพัฒนา อย่างยั่งยืน (SDGs GOAL)	เป้าหมายการพัฒนา อย่างยั่งยืน (SDGs GOAL) ที่บริษัทฯ มุ่งเน้น	ประเด็นสำคัญ ที่เกี่ยวข้อง	เป้าหมายความยั่งยืน ของกลุ่มทรู สู่ปี 2573
	การรับรองการมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคนในทุกช่วงอายุ	การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่น TRUE 5G และ TRUE ROBOTICS เข้าไปสนับสนุนด้านการแพทย์ และสุขภาพของประชาชน	25% ของยอดขายทั้งหมดมาจากผลิตภัณฑ์และบริการที่มุ่งเน้นการส่งเสริมสุขภาพและสุขภาพที่ดี
	การส่งเสริมการได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง และการส่งเสริมโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิตแก่ทุกคน	- การสร้างสังคมที่มีความเท่าเทียมและการสร้างการเข้าถึงดิจิทัลแก่ผู้ด้อยโอกาส - การเป็นพลเมืองที่ดีและการสร้างผลกระทบเชิงบวกสู่สังคม	ประชากรไทย 36 ล้านคนเข้าถึงแหล่งข้อมูลและความรู้อย่างเท่าเทียมและทั่วถึง
	ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุมและยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่มีประสิทธิภาพ และการมีงานที่สมควรสำหรับทุกคน	ใช้เทคโนโลยีขององค์กรสนับสนุนการสร้างงาน ส่งเสริมการเกิดและการเติบโตของผู้ประกอบการรายย่อย	สร้างงานและส่งเสริมรายได้แก่เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มเปราะบางตลอดห่วงโซ่อุปทาน 5 แสนคน
	การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมการปรับตัวให้เป็นอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืนและทั่วถึงรวมทั้งการสนับสนุนด้านนวัตกรรม	การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล	ขึ้นทะเบียนสิทธิบัตรผลงานด้านนวัตกรรม 200 ผลงาน
	ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ	- สร้างโอกาสที่เท่าเทียมและลดความไม่เสมอภาค - การใช้นโยบายที่เท่าเทียมและเสมอภาค	- การประเมินด้านสิทธิมนุษยชนขององค์กรและคู่ค้าโดยตรงที่มีความเสี่ยงสูง 100% - การตรวจประเมินคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง 100%
	สร้างหลักประกันให้มีแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน	- ลดปริมาณการใช้ทรัพยากรโดยการใช้ซ้ำและนำกลับมาใช้ใหม่ - การจัดการของเสียทุกชนิดด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม - การบริหารจัดการน้ำ	- การใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่หรือย่อยสลายได้ 100% - การนำขยะอิเล็กทรอนิกส์ฟังกกลับเป็นศูนย์ - การลดปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้ลง 20%
	การดำเนินการอย่างเร่งด่วนเพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่เกิดขึ้น	- การจัดการประเด็นด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ - การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	องค์กรที่มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (CARBON NEUTRAL)
	ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรมและสร้างสถาบันที่มีประสิทธิภาพที่รับผิดชอบและครอบคลุมในทุกระดับ	- ลดการทุจริตในตำแหน่งหน้าที่และการรับสินบนทุกรูปแบบ - พัฒนาสถาบันที่มีประสิทธิภาพมีความรับผิดชอบและโปร่งใสในทุกระดับ - ส่งเสริมและบังคับใช้กฎหมายและนโยบายที่ไม่เลือกปฏิบัติ	- การกำกับกิจการที่ดี - มีการประเมินผลการกำกับดูแลกิจการ 100%
	ความร่วมมือกับองค์กรเครือข่ายทั้งระดับประเทศและระดับโลก	กลุ่มทรู ร่วมเสริมสร้างภาคีความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรมกับหลากหลายองค์กร เพื่อสนับสนุนแผนงานระดับเครือข่ายและระดับประเทศ ให้สามารถบรรลุเป้าหมายด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนที่เปิดกว้างและเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม - เครือข่ายระดับประเทศ อาทิ สมาชิกรายการเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย สมาคมดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กระทรวงศึกษาธิการ มูลนิธิออทิสติกไทย มูลนิธิกระจกเงา มูลนิธิต่อต้านการทุจริต กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ เครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย - เครือข่ายระดับโลก อาทิ กองทุนสัตว์ป่าโลกสากล (WWF) องค์การเพื่อการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) และองค์การทุนเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ (UNICEF) โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP)	





HEART

มุ่งมั่นทำธุรกิจจากหัวใจ

มุ่งมั่นทำธุรกิจด้วยใจที่ยังยืน
ทำธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ
บนพื้นฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดี
โปร่งใส และเป็นธรรม เคารพสิทธิมนุษยชน

- การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต
- การกระจายโอกาสในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา
- ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- การบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคล
- การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน



การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการบริหารความเสี่ยง และสภาวะวิกฤต

(GRI 2-15, 2-16, 2-23, 2-25, 2-26, 2-27, 2-28, 3-3, 205-2, 205-3, 206-1, 415-1)



กลุ่มกรูให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาลที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และมุ่งมั่นที่จะดำเนินการตามนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ กำกับดูแลกิจการ และปฏิบัติตามประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (CODE OF CONDUCT) สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและของประเทศ อย่างโปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ ตามเจตนารมณ์ของบริษัทฯ ที่มุ่งสร้างสรรค์พัฒนานวัตกรรมสินค้าและบริการเพื่อขับเคลื่อนประเทศและสร้างคุณค่าให้แก่คนไทย

ตั้งแต่ปี 2560 บริษัทฯ ได้ร่วมประกาศเจตนารมณ์และได้รับการรับรองเข้าร่วมเป็นสมาชิกของ “แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต” หรือ CAC โดยความสมัครใจในรูปแบบแนวร่วม หรือ COLLECTIVE ACTION เพื่อมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมทระหนักรู้ เรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดี คุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน การต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน และการบริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร และบรรจุเป็นส่วนหนึ่งของตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของพนักงาน คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีทำหน้าที่กำกับดูแล และมีคณะทำงานด้านนวัตกรรมและความยั่งยืน บริหารติดตามและรายงานต่อคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นประจำทุกไตรมาส

บริษัทฯ จัดให้มีบุคคลภายนอกมาตรวจสอบ CODE OF CONDUCT และระบบที่เกี่ยวข้องในการบังคับใช้ รวมถึงการเก็บข้อมูลและการรายงานเคส ร้องเรียนกรณีละเมิดเป็นระยะเพื่อให้มั่นใจว่ามีการบังคับใช้และถือปฏิบัติอย่างถูกต้องเหมาะสม

ในปี 2565 มีการทบทวน CODE OF CONDUCT และนโยบายที่เกี่ยวข้อง อาทิ เรื่องการเรียกคืนทรัพย์สินบริษัทฯ กรณีพนักงานโอนย้าย หรือลาออก และเรื่องการจัดสวัสดิการเพื่อสนับสนุนความเท่าเทียม ความหลากหลาย และหลอมรวม สำหรับพนักงาน



เป้าหมายปี 2565

100%

พนักงานรับทราบและทำแบบทดสอบความรู้ “ประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน” ผ่านทุกข้อ



ผลการดำเนินงาน ปี 2565

100%

พนักงานรับทราบและทำแบบทดสอบความรู้ “ประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน” ผ่านทุกข้อ



การอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับ CODE OF CONDUCT และต่อต้านคอร์รัปชัน

100% พนักงานของกลุ่มธุรกิจ การร่วมค้า และพันธมิตรทางธุรกิจได้รับการอบรมและผ่านการทดสอบประจำปี

ความร่วมมือกับองค์กรพันธมิตร

บริษัทฯ ร่วมมือกับหน่วยงานภาคเอกชนและองค์กรอิสระอย่างต่อเนื่อง เพื่อก้าวทันกระแสสังคมและความท้าทายของโลก และมีส่วนร่วมสนับสนุนทางการเงินและการทำกิจกรรมร่วมกัน อาทิ รมรงค์ ในการปลูกฝังจิตสำนึกแก่ประชาชนและเยาวชน ร่วมกับมูลนิธิต่อต้านการทุจริต ผ่านโครงการประกวดต่อต้านการทุจริตต่อเนื่อง 6 ปีซ้อน โดยปี 2565 จัดประกวดต่อต้านการทุจริตผ่านศิลปะการแสดงพื้นบ้านไทยประยุกต์

ทั้งนี้ ในปี 2565 บริษัทฯ ไม่มีการจ่ายเงินหรือสนับสนุนกิจกรรมองค์กร หรือบุคคล ที่เกี่ยวข้องทางการเมือง

เงินสนับสนุน 4 ปี ย้อนหลัง (ล้านบาท)	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565
1. การลอบบี้ และจ่ายค่า ผลประโยชน์ต่างๆ	0	0	0	0
2. โครงการด้านการเมือง ระดับชุมชน ท้องถิ่น และระดับประเทศ	0	0	0	0
3. การสนับสนุนสมาคม การค้าหรือหน่วยงานอื่น ที่ได้สิทธิยกเว้นภาษี	4.64	6.77	1.23	2.17
4. การสนับสนุน หน่วยงานอื่นๆ	0	0	0	0
ยอดรวม	4.64	6.77	1.23	2.17

องค์กรที่บริษัทสนับสนุนด้านการเงิน ปี 2565

1.07 ล้านบาท



สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

องค์กรไม่แสวงหากำไร ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ภาคเอกชน ในการประสานนโยบายและดำเนินการระหว่างภาคเอกชนและภาครัฐ

0.85 ล้านบาท



สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย

เครือข่ายท้องถิ่นในประเทศ ตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนภาคเอกชนดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่สอดคล้องกับ หลักสิทธิมนุษยชน ข้อตกลงปารีสว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการดำเนินงานตามเป้าหมาย UN SDGs

0.26 ล้านบาท



สภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย

องค์กรที่ทำงานร่วมกับภาคเอกชน รัฐบาล และภาคประชาชน เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมดิจิทัลไทยสู่สากล



การประชุมผู้นำความยั่งยืนประจำปี 2565 สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย

การฟ้องร้องจากหน่วยงานรัฐในปี 2565

0 เคส ปี 2565 บริษัทฯ ไม่ได้ถูกฟ้องร้องจากหน่วยงานของรัฐ ในประเด็นทุจริตคอร์รัปชัน การติดสินบน การผูกขาด การกีดกันทางการค้า หรือการกระทำผิดต่อกฎหมายด้านแรงงาน

ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนและกระบวนการดำเนินงาน



จดหมาย
ถึงผู้บริหาร



028582023



เว็บไซต์
บริษัทฯ



Auditcommittee@truecorp.co.th;
Codeofconduct@truecorp.co.th



ช่องทาง
โซเชียลมีเดีย

คณะกรรมการตรวจสอบจะเป็นผู้พิจารณาข้อร้องเรียน สืบถามและรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท ตามมาตรการที่เป็นธรรม และมีการเยียวยาอย่างเหมาะสม ฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ เมื่อรับข้อร้องเรียนแล้ว จะรวบรวมข้อเท็จจริง ประมวลผล กลั่นกรองข้อมูล และพิจารณาด้วยความโปร่งใส และเป็นธรรม ตามประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน รวมถึงข้อบังคับการทำงานของบริษัทฯ

จำนวนข้อร้องเรียนของพนักงาน ปี 2565	บทลงโทษ			
	ตักเตือน ด้วยวาจา	ตักเตือนเป็น ลายลักษณ์อักษร	พักงาน	เลิกจ้าง
1. ข้อพึงปฏิบัติส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมในการทำงาน	0	0	0	0
- การเลือกปฏิบัติและการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	1	0	0	0
- ผลประโยชน์ส่วนตัว และความขัดแย้งทางผลประโยชน์	0	0	0	0
2. การปกป้องทรัพย์สินของบริษัท	2	12	0	16
3. การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	0	0	0	1
4. ข้อตกลงที่เป็นธรรมกับบุคคลอื่น รวมถึง ความเป็นส่วนตัวของลูกค้า	0	0	0	3
5. การทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ	0	0	0	0
6. การต่อต้านคอร์รัปชัน	0	0	0	0
7. การฟอกเงิน หรือการใช้ประโยชน์จากข้อมูลภายใน เพื่อการซื้อขายหลักทรัพย์	0	0	0	0

หมายเหตุ: ปี 2565 ข้อร้องเรียนทั้งหมดได้รับการพิจารณาแล้วเสร็จ โดยไม่มีเรื่องค้าง

มาตรการควบคุมและป้องกันและปราบปรามการกระทำผิด

• การกระทำผิด Code of Conduct จะส่งผลต่อค่าตอบแทนพนักงาน

กรณีพนักงานกระทำผิด Code of Conduct พนักงานอาจได้รับบทลงโทษตามเกณฑ์และอาจส่งผลต่อการจ่ายค่าตอบแทนผลการปฏิบัติงานของพนักงานในการรับผิดชอบต่อการกระทำผิดของพนักงาน

• การทวนสอบภายในองค์กร

บริษัทฯ มีการทวนสอบ (AUDIT) หน่วยงานที่พบพนักงานกระทำความผิด สรุปผลประเมินและวิเคราะห์สาเหตุและกระบวนการที่มีช่องโหว่ เพื่อหามาตรการในการบริหารจัดการให้รัดกุมยิ่งขึ้น รวมถึงมีการสื่อสารบทลงโทษให้พนักงานรับทราบอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนให้หัวหน้างานมีส่วนในการรับผิดชอบต่อการกระทำผิดของพนักงาน

• หลักเกณฑ์งดรับของกำนัล

มีการใช้หลักเกณฑ์งดรับของกำนัล (NO GIFT POLICY) เพื่อดึงดูดการรับและมอบของขวัญของที่ระลึกในงานเทศกาลปีใหม่และในทุกโอกาส

การบริหารจัดการความเสี่ยงและสภาวะวิกฤต

การบริหารความเสี่ยงและสภาวะวิกฤต เปรียบเสมือน “เครื่องมือ” ที่บริษัทฯ ยึดเป็นแนวทาง ช่วยจัดการ วางแผน และรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างทันก่วงที่

บริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการความเสี่ยงและสภาวะวิกฤต เนื่องจากอาจส่งผลกระทบต่อทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อการดำเนินธุรกิจ โดยความเสี่ยงสำหรับธุรกิจโทรคมนาคมที่สำคัญ อาทิ 1. การนำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมใหม่เข้ามาเปลี่ยนแปลงหรือดิสรัปของเดิม 2. การมีตลาดและผู้แข่งใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์ แผนงาน ส่วนแบ่งตลาด และรายได้องค์กร 3. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 4. การบริหารจัดการความเป็นส่วนตัว/ตัวตน และ 5. ระบบป้องกันความปลอดภัยทางไซเบอร์ขององค์กร

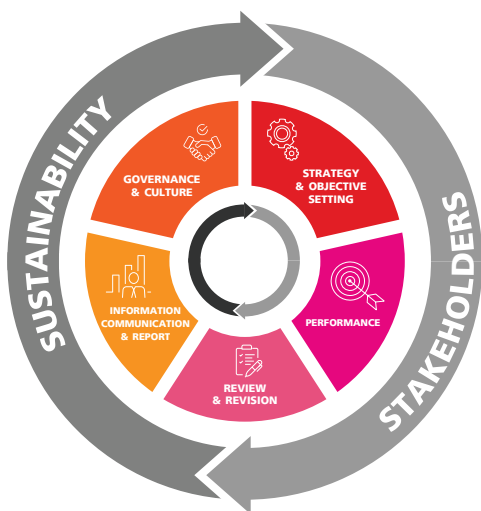
การบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กร

• หลักการ COSO ERM 2017 และ ISO 31000

บริษัทฯ ดำเนินการประเมินและทบทวนความเสี่ยงองค์กรเป็นประจำ 2 ครั้ง/ปี โดยใช้หลักการตามมาตรฐานสากล COSO ERM 2017 - INTEGRATING WITH STRATEGY AND PERFORMANCE และ ISO 31000 ซึ่งกำหนดกลุ่มประเด็นความเสี่ยงครอบคลุมด้านต่างๆ อาทิ การปฏิบัติการ การเงิน เทคโนโลยี การตลาด ลูกค้า คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ กฎระเบียบ กฎหมาย บุคลากร ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล และความยั่งยืน รวมถึงประเด็นทางสังคมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่รายงานตามกรอบ TASK FORCE ON CLIMATE RELATED FINANCIAL DISCLOSURES (TCFD)

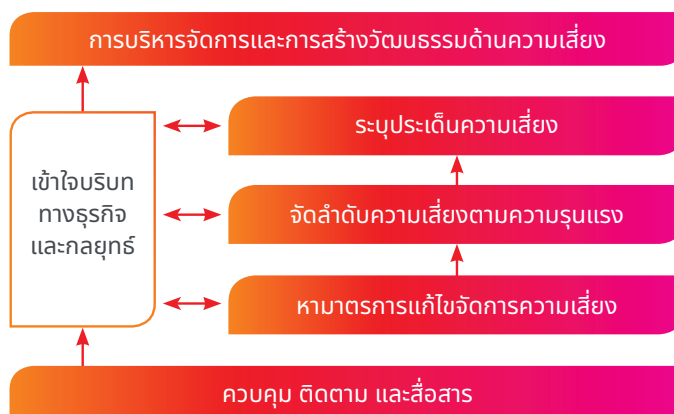
นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้นำประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน (MATERIAL SUSTAINABILITY ISSUES) ที่ผ่านการประเมินเป็นประจำทุกปี ไปประกอบการประเมินความเสี่ยงองค์กร โดยมีการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งนี้ ประเด็นดังกล่าวได้ผ่านกระบวนการพิจารณาปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ดังที่ระบุในรายงานประจำปี 2565

• กรอบการบริหารความเสี่ยง (ENTERPRISE RISK MANAGEMENT)



• ขั้นตอนประเมินความเสี่ยง

บริษัทฯ กำหนดขั้นตอนการพิจารณาทบทวนและประเมินความเสี่ยงองค์กร โดยจัดทำตารางความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (RISK APPETITE) ซึ่งวัดจากความรุนแรงของผลกระทบ (IMPACT SEVERITY) และโอกาสที่จะเกิดขึ้น (LIKELIHOOD)



• การสอบทานกระบวนการบริหารความเสี่ยง และการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ

บริษัทฯ มีการสอบทานกระบวนการบริหารความเสี่ยงเพื่อประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน ในกระบวนการบริหารความเสี่ยง และการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล อาทิ COSO ERM 2017, ISO 22301 และ ISO 31000 ทั้งนี้ มีการทวนสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในและผู้ตรวจสอบอิสระ

• โครงสร้างการบริหารงาน

คณะกรรมการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ และบริหารความเสี่ยง ทำหน้าที่กำหนดกลยุทธ์และบริหารงานการจัดการความเสี่ยงและสภาวะวิกฤตและรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท

การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ

• มาตรฐาน ISO 22301

บริษัทฯ วางแผนเชิงรุกสำหรับสภาวะวิกฤตที่อาจเกิดขึ้นได้และป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการหยุดชะงักทางธุรกิจ ผ่านการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BUSINESS CONTINUITY MANAGEMENT: BCM) และการจัดการในภาวะวิกฤต (CRISIS MANAGEMENT: CM) ที่สอดคล้องกับมาตรฐาน ISO 22301 รวมทั้งนำแนวคิด 6R (REDUCE, RESPOND, RECOVER, RESUME, RESTORE, RETURN) มาใช้เป็นกรอบในการบริหารจัดการ ตั้งแต่ก่อน ระหว่าง และหลังภาวะวิกฤต

การสร้างวัฒนธรรมด้านความเสี่ยงภายในองค์กร

บริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานมีความตระหนัก และมีความรู้ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง กระบวนการการควบคุมภายในที่ดี การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ และการบริหารจัดการในภาวะวิกฤต โดยจัดหลักสูตรฝึกอบรมให้กับพนักงานทุกระดับ ประชาสัมพันธ์ความรู้ผ่านสื่อภายในอย่างต่อเนื่อง และมีช่องทางรับแจ้งเรื่องที่เป็นประเด็นความเสี่ยง ดังนี้

ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (EMERGING RISK)

1. ความเสี่ยงจากผลกระทบทางกายภาพด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่ออุปกรณ์และที่ตั้งเครือข่าย

ประเภทความเสี่ยง : ด้านสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยที่ทำให้เกิดความเสี่ยง : ปัจจัยทางธรรมชาติ

เนื่องจากสภาวะโลกรวน มีแนวโน้มสูงที่อุณหภูมิโลกจะเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ประเทศไทยจึงต้องเผชิญกับอุณหภูมิผิวโลกที่สูงขึ้นและประสบภัยพิบัติด้านสภาพภูมิอากาศ เช่น น้ำท่วม พายุ ที่อาจจะเกิดขึ้นและรุนแรงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ความเสี่ยงนี้จะกระทบต่อเกือบทุกองค์กร รวมทั้งอุตสาหกรรมโทรคมนาคม และต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ซึ่งกลุ่มทรู ประเมินว่าผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจะส่งผลกระทบต่อในระยะยาว ประมาณอีก 3-5 ปีข้างหน้า

ผลกระทบ

- เครือข่ายของบริษัทฯ ที่มีอยู่ทั่วประเทศอาจขัดข้อง จากการที่สถานีฐานและอุปกรณ์เครือข่ายประสบภัยพิบัติจากน้ำท่วม ดังเช่นเหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่ที่เกิดขึ้นกับบริษัทฯ เมื่อปี 2559
- ค่าไฟฟ้าสูงขึ้นจากการนำระบบระบายอากาศมาใช้เพื่อรักษาระดับอุณหภูมิอุปกรณ์และสถานที่ตั้งเครือข่ายซึ่งได้รับผลกระทบจากความร้อนภายนอก
- ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เพราะต้องสำรอง หรือต้องเปลี่ยนแบตเตอรี่และอุปกรณ์บางส่วนเร็วขึ้น เพราะอายุการใช้งานสั้นลงจากอุณหภูมิที่สูงขึ้น
- ค่าประกันภัยก็อาจสูงขึ้น รวมถึงผลกระทบอื่นๆ หากไม่มีมาตรการรองรับที่เหมาะสม บริษัทฯ ประเมินว่าค่าเสียหายจากบริการเครือข่ายที่หยุดชะงัก และค่าใช้จ่ายที่จะเพิ่มขึ้นจากผลกระทบดังกล่าวจะอยู่ที่ประมาณ 1,300 ล้านบาท

E-LEARNING



100% ผู้บริหารและพนักงานทุกคนได้รับการสื่อสาร/อบรมด้านความเสี่ยง บริษัทฯ จัดอบรมในรูปแบบสัมมนาเชิงปฏิบัติการและอบรมออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการทำงานจริง รวมถึงมีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เรื่องความเสี่ยงให้พนักงานรับทราบต่อเนื่อง

RISK & BCM HUB, TRUE CONNECT APP



เครือข่ายด้านความเสี่ยง สำหรับผู้บริหารและพนักงานทุกระดับที่สนใจด้านการบริหารความเสี่ยงและบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจบนแพลตฟอร์ม TRUE CONNECT ที่ใช้งานได้ทั้งมือถือและคอมพิวเตอร์ เพื่อสื่อสารความรู้และแลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติ

RISK & SAFETY RISK ALERT, TRUE CONNECT APP



CHAT GROUPS ช่องทางการรายงานและสื่อสารความเสี่ยง ด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน สำหรับพนักงานด้านปฏิบัติการทั่วประเทศ NETWORK, REGIONAL OFFICES, SAFETY บนแพลตฟอร์ม TRUE CONNECT สำหรับพนักงาน

2. ความเสี่ยงจากผลกระทบภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่เพิ่มจำนวนขึ้นและมาในรูปแบบที่หลากหลายขึ้น

ประเภทความเสี่ยง : ด้านเทคโนโลยี

ปัจจัยที่ทำให้เกิดความเสี่ยง : ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ไม่พึงประสงค์และความล้มเหลวด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

เทคโนโลยีก้าวหน้าอย่างรวดเร็วทั้งด้าน AI และเทคโนโลยีควอนตัม การทำงานออนไลน์ที่บ้าน การทำรายการโดยใช้สกุลเงินคริปโต และ NFT (NON-FUNGIBLE TOKENS) รวมถึง มือถือ อุปกรณ์และแพลตฟอร์มการเชื่อมต่อต่างๆ พัฒนาต่อเนื่องและขยายเป็นวงกว้างไปทั่วโลก อาจจะทำให้ภัยร้ายเข้ามาเพิ่มมากขึ้นและซับซ้อนขึ้น เนื่องจากจำนวนประชากรที่ใช้อินเทอร์เน็ตและเชื่อมต่อกับ IOT เพิ่มขึ้นแบบทวีคูณ และอาจถูกการโจมตีเจาะเข้าระบบผ่านช่องทางมหาศาลที่อาจมีช่องโหว่ หรือภัยจากมัลแวร์ ดังนั้น กลุ่มทรู ซึ่งให้บริการสื่อสารครบวงจร มีลูกค้าในกลุ่มธุรกิจดิจิทัล กรู๊ปผู้ใช้งานมากกว่า 46 ล้านคนและจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ มีดาต้าเซ็นเตอร์ที่ให้บริการดูแลข้อมูลของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต แก่ธุรกิจและองค์กรทั้งในและต่างประเทศจำนวนมาก ภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่มาพร้อมกับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล ในช่วง 3-5 ปี จึงอาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของกลุ่มทรู ตลอดห่วงโซ่อุปทาน หากปราศจากมาตรการรับมือและการจัดการที่เหมาะสมเพียงพอ

ผลกระทบ

- ในฐานะที่เป็นเกตเวย์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์ที่มีผู้ใช้งานมากกว่า 87 ล้านคนและเป็นแพลตฟอร์มข้อมูลให้ 4 กลุ่มธุรกิจหลักของบริษัทฯ ได้แก่ โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต ทีวีแบบบอกรับเป็นสมาชิก และสื่อพร้อมด้วยโซลูชันดิจิทัล หากล้มเหลวในการจัดการด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ย่อมส่งผลกระทบต่อ การรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล ทรัพย์สินทางปัญญาหรือข้อมูลสูญหายซึ่งอาจจะสร้างความเสียหายอย่างใหญ่หลวงให้แก่บริษัทฯ
- ด้านชื่อเสียง อาจลดความเชื่อถือและไว้วางใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย และกระทบต่อการเติบโตของธุรกิจ
- ด้านการเงิน บริษัทฯ อาจต้องเสียค่าใช้จ่ายจากการลงทุนรักษาระบบ ภัยข้อมูล ตรวจสอบสาเหตุ บริหารจัดการสภาวะวิกฤต ค่าปรับจากการละเมิดกฎหมายที่เกี่ยวข้องรวมถึง พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่มีผลบังคับใช้เมื่อกลางปี 2565 ที่ผ่านมา รวมถึงค่าเสียหายลูกค้า เป็นต้น

มาตรการป้องกัน

ด้านการกำกับดูแล

- มีระบบและขั้นตอนการปกป้องข้อมูล และมีการแต่งตั้ง DATA PROTECTION OFFICER และทีมงานเพื่อดูแลและติดตามการดำเนินงานเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากภัยทางไซเบอร์
- ดำเนินการตามกรอบการบริหารสากล NIST CYBERSECURITY FRAMEWORK

ด้านโครงสร้างและเทคโนโลยี

- อัปเดตโครงสร้างดิจิทัลตามมาตรฐาน ISO และ CIS เช่น การที่ทรูดิจิทัล จัดตั้งศูนย์ SECURITY OPERATION CENTER (SOC) และได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO/IEC 27001:2013
- การใช้โมเดลขั้นสูงของ SOC เพื่อพัฒนาการระบุ การจัดลำดับ และการเยียวยา รวมถึงการพัฒนาขั้นตอนตอบสนอง INCIDENT RESPONSE (IR) เพื่อจัดการกับเหตุการณ์ประเภทต่างๆ อาทิ มัลแวร์ อีเมลบริษัท การหลอกลวง (PHISHING) และการโจมตีข้อมูล (ADVANCED PERSISTENT THREAT หรือ APT) เป็นต้น
- การประยุกต์ใช้ MACHINE LEARNING และใช้บริการ THREAT INTELLIGENCE SERVICE เพื่อตรวจจับเหตุการณ์

- มีการตรวจสอบด้านความปลอดภัยแบบอัตโนมัติ: การตรวจสอบช่องโหว่ VULNERABILITY ASSESSMENT ทุกเดือนทั้งระบบภายในและภายนอก และมีการทดสอบ PENETRATION TESTING เป็นประจำ เพื่อสามารถเฝ้าระวังหรือเยียวยาแก้ไขเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นตามระดับความเสี่ยงได้อย่างทันทั่วทั้ง

ด้านการเสริมศักยภาพและวัฒนธรรมองค์กร

- สร้างเสริมศักยภาพด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์เพื่อรับมือเทคโนโลยีใหม่ๆ อาทิ AI, NFT และการใช้จ่าย CRYPTOCURRENCY แก่พนักงานไอที
- จัดตั้ง CYBERSECURITY CLINIC เพื่อให้คำปรึกษาแก่พนักงานทั้งหมดให้ยึดถือและปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล ตลอดจนกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยพนักงานสามารถขอคำปรึกษากับทีม DATA & SECURITY GOVERNANCE AND DATA PRIVACY CENTER
- เดินหน้าสร้างความตระหนักรู้และปลูกฝังเรื่องความปลอดภัยด้านไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นวัฒนธรรมองค์กรผ่านการสื่อสารภายใน การตั้ง CYBER SECURITY HUB และการอบรมทั้งแบบออนไลน์และห้องเรียน

ก้าวต่อไป

บริษัทฯ มุ่งมั่นสร้างความตระหนักรู้เรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยง และสภาวะวิกฤตอย่างต่อเนื่อง เพื่อปลูกฝังวัฒนธรรมและ DNA ของพนักงาน โดยในปีหน้า 2566 บริษัทฯ มีแผนจะดำเนินการสื่อสาร

ให้เข้าถึงบุคลากรทุกระดับในองค์กร เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและจิตสำนึกในการบริหารจัดการความเสี่ยง โดยอาศัยเทคโนโลยี และนวัตกรรมที่ทันสมัยมาใช้



การกระจายโอกาสในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา

(GRI 3-3, 201-1, 413-1, PA2)



ส่งเสริมการเข้าถึง
แหล่งเรียนรู้และข้อมูล
สารสนเทศโดยใช้
เทคโนโลยีดิจิทัล

แนวทางการบริหารจัดการ

จากสถานการณ์โรคระบาด และความยากจน ส่งผลให้ได้กและเยาวชนหลุดออกจากระบบการศึกษาเพิ่มขึ้น กลุ่มทรู นำความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมายกระดับการศึกษาของคนไทยให้เข้าถึงแหล่งเรียนรู้สารสนเทศได้อย่างทั่วถึง ด้วยการพัฒนานวัตกรรมการศึกษา ให้สามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา และการส่งเสริมคุณภาพของบุคลากร รวมถึงความพร้อมของอุปกรณ์การเรียนการสอน และพัฒนากระบวนการวิเคราะห์ผลทางการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ



เป้าหมายปี 2565

28,000,000 คน

คนไทยเข้าถึงแหล่งเรียนรู้และข้อมูลสารสนเทศ
(จำนวนสะสม)



ผลการดำเนินงาน ปี 2565

34,270,000 คน

คนไทยเข้าถึงแหล่งเรียนรู้และข้อมูลสารสนเทศ
(จำนวนสะสม)

ผลการดำเนินงานปี 2565

มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี



3,624,000 คน

นักเรียน ครู ครอบครัว
เข้าถึงสื่อการเรียนรู้
และข้อมูลสารสนเทศ



3,351 โรงเรียน

ติดตั้งสื่อ
และอุปกรณ์ ICT



5,570 โรงเรียน

สนับสนุนโรงเรียน
ในสังกัด สพฐ



กลุ่มทรู เป็นหนึ่งใน 12 องค์กรเอกชนผู้ร่วมก่อตั้งโครงการสานพลังประชารัฐด้านการศึกษาพื้นฐานและการพัฒนาผู้นำ (E5) ตั้งแต่ปี 2559 และพัฒนาเป็น มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี (CONNEXT ED FOUNDATION) ต่อมาได้ขยายเครือข่ายภาคีความร่วมมือไปยังองค์กรเอกชนอีกมากมาย ปี 2565 มีองค์กรพันธมิตรรวมแล้วกว่า 40 องค์กร เพื่อสร้างระบบนิเวศเพื่อการศึกษาที่ยั่งยืน โดยเริ่มจากการมอบอุปกรณ์และสื่อ ICT ให้โรงเรียนคอนเน็กซ์อีดี รวมทั้งคัดเลือกพนักงานที่มีจิตอาสา ร่วมเป็น SCHOOL PARTNER กว่า 300 คน แลกเปลี่ยนเรียนรู้จัดทำแผนพัฒนาโรงเรียน พร้อมสนับสนุนงบประมาณ และอบรมบุคลากรทางการศึกษา

โครงการผู้นำด้านเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา (ICT Talent)



200 คน

ICT TALENT ภาคเอกชน

1,800 คน

ICT TALENT ภาครัฐ

ICT TALENT เป็นบุคลากรผู้ทำหน้าที่ให้คำแนะนำและส่งเสริมให้ผู้บริหารสถานศึกษา อาจารย์ และชุมชน สามารถประยุกต์ใช้สื่อและอุปกรณ์ ICT ในการบริหารจัดการการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งดูแลรักษาอุปกรณ์ ICT ที่มูลนิธิฯ สนับสนุนแก่โรงเรียนให้มีประสิทธิภาพพร้อมใช้งานอยู่เสมอ โดยจ้างงานจากคนในพื้นที่ที่มีความเชี่ยวชาญ สร้างงานกว่า 370 ตำแหน่ง

โครงการทรู ปลุกปัญญา

สถานีโทรทัศน์ช่องทรู ปลุกปัญญา

 +60 ล้านคน จำนวนคนเข้าถึงสถานี
โทรทัศน์ทรูปลุกปัญญา

นำเสนอรายการส่งเสริมการศึกษา รายการสารบันเทิง และรายการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม ออกอากาศทาง TRUEVISIONS 37 และ HD 111 ที่เปิดเป็นฟรีทูแอร์ให้ทั่วประเทศสามารถรับชมรายการผ่านอุปกรณ์และงานรับสัญญาณระบบอื่นๆ

แอปพลิเคชันทรู ปลุกปัญญา

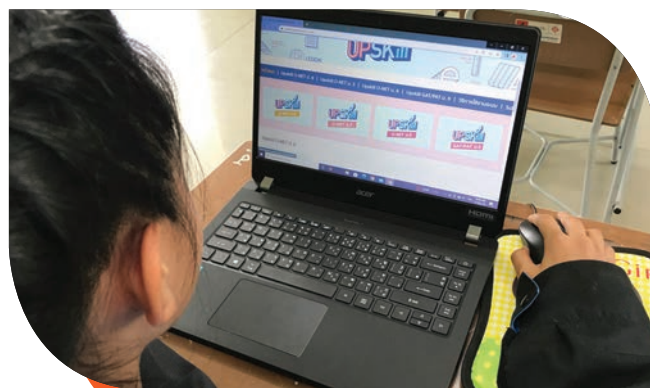
 200,000 ครั้ง ยอดดาวน์โหลด
แอปพลิเคชัน

รวบรวมความรู้จากทรูปลุกปัญญา ทั้งจากเว็บไซต์ทรูปลุกปัญญา นิยายสารปลุก และช่องทรูปลุกปัญญา โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย โดยใช้บริการผ่านเครือข่าย TrueMove H หรือ “.@TRUE WIFI” เพื่อเปิดโอกาสให้เด็ก เยาวชน และบุคคลทั่วไป สามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ของทรูปลุกปัญญาได้อย่างสะดวกยิ่งขึ้น

เว็บไซต์ทรู ปลุกปัญญา

 34.27 ล้านคน จำนวนผู้ใช้งาน
เว็บไซต์

เว็บไซต์การศึกษาไทย อันดับ 1 ของประเทศที่มีสถิติผู้ใช้งานสูงสุดถึง 29 ล้านคนต่อปี มีผู้ใช้งานถึง 263 ล้านเพจวิวต่อปี โดยเป็นแหล่งรวมคลังข้อสอบที่ใหญ่ที่สุด มีแบบฝึกหัดและแบบทดสอบรวมมากกว่า 80,000 ข้อ ครบทุกระดับชั้นและสาระการเรียนรู้ มีเนื้อหาการเรียนการสอนทั้งหมด 8 กลุ่มสาระวิชา อีกทั้งมีคลังกวัดวิชากว่า 20,000 คลิป และความรู้ออนไลน์กว่า 80,000 คอนเทนต์



โครงการทรู คลิกไลฟ์

 9.07 ล้านบาท รายได้จากการ
การพัฒนาหลักสูตร

บริษัทฯ พัฒนานวัตกรรมหลักสูตรและสื่อการเรียนการสอน ตั้งแต่ระดับอนุบาลจนถึงมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับโรงเรียนเอกชน โดยเน้นรูปแบบการเรียนรู้ที่มีเด็กเป็นศูนย์กลาง ประกอบไปด้วยสื่อการเรียนรู้อยู่ในรูปแบบสื่อจับต้องได้รวมถึงสื่อมัลติมีเดียที่หลากหลาย สร้างแบบเรียนที่เข้าใจง่าย กระตุ้นจินตนาการและสร้างแรงบันดาลใจในการเรียนรู้



โครงการ CONNEXT ED CROWDFUNDING



21 ล้านบาท

เงินบริจาค
ผ่านแพลตฟอร์ม



242 โรงเรียน

จำนวนที่ได้รับ
เงินบริจาค
ผ่านแพลตฟอร์ม

กลุ่มทรู พัฒนาแพลตฟอร์มรับบริจาคออนไลน์ connected.org ของมูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี เพื่อระดมทุนเงินบริจาคนำไปพัฒนาตามบริบทของโรงเรียน และในปี 2564 ได้ริเริ่มโครงการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเพื่อการศึกษา เพื่อระดมทุนให้โรงเรียนจัดซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก



โครงการสื่อพกพาเพื่อการรู้หนังสือสำหรับเด็กนอกระบบการศึกษา



400 เครื่อง

มอบแท็บเล็ตศูนย์การเรียนรู้
เด็กต่างด้าว และศูนย์การเรียนรู้
ชุมชนตามตะเข็บชายแดนไทย



1,440 คน

นักเรียนได้รับความรู้

กลุ่มทรู มอบสื่ออุปกรณ์รับสัญญาณและสื่อดิจิทัลเพื่อการศึกษาครอบคลุมทุกกลุ่มสาระวิชา ให้แก่ศูนย์การเรียนรู้กว่า 70 แห่ง ตามแนวตะเข็บชายแดนไทย-เมียนมาร์ 5 จังหวัด ได้แก่ ระนอง กาญจนบุรี ตาก แม่ฮ่องสอน และเชียงราย เด็กเมียนมาร์จากศูนย์การเรียนรู้ที่เข้าร่วมโครงการนี้มีคะแนนสอบยอดเยี่ยมติด 10 อันดับแรกของหลักสูตร กศน.ของเมียนมาร์ (NON-FORMAL PRIMARY EDUCATION)

ก้าวต่อไป

พัฒนาโมเดลต้นแบบให้กับภาครัฐ และขยายเป็น DOMINO IMPACT กับอีก 30,000 โรงเรียนทั่วประเทศ

พัฒนาระบบบริหารงานโรงเรียน SCHOOL MANAGEMENT SYSTEM (SMS) ที่สามารถจัดเก็บและรายงานผลการเรียนของนักเรียนเป็นรายบุคคล และสามารถนำไปใช้กับโรงเรียนทั่วประเทศ



ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

(GRI 3-3, 418-1)



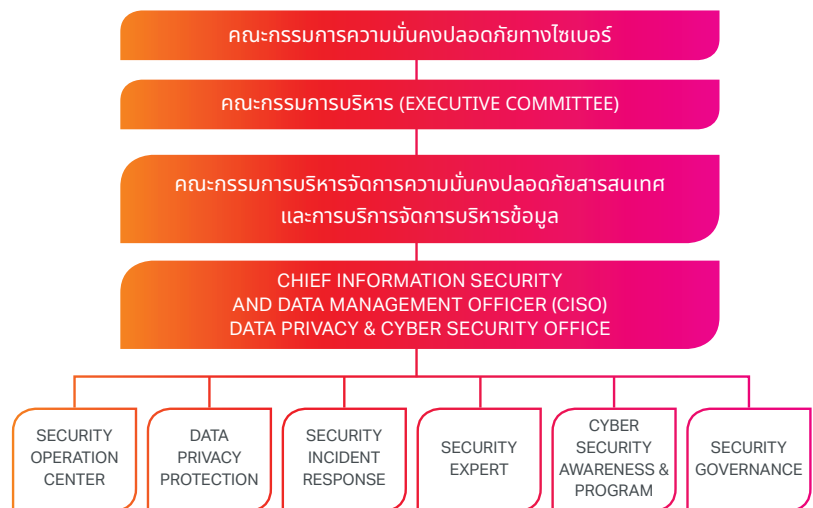
กลุ่มทรู พร้อมนำศักยภาพ
ผู้ให้บริการด้านความปลอดภัย
ทางไซเบอร์ มายกระดับ
การรักษาความมั่นคงปลอดภัย
ด้านข้อมูลส่วนบุคคล
และสิทธิความเป็นส่วนตัว
ของลูกค้า

แนวทางการบริหารจัดการ

หนึ่งในพันธกิจของกลุ่มทรู คือ การให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยด้านข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ซึ่งต้องได้รับการปกป้องดูแลรักษา เพื่อให้สอดคล้องกับประกาศใช้กฎหมาย PDPA หรือพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PERSONAL DATA PROTECTION ACT) พ.ศ.2562 และแนวทางและมาตรฐานสากล อาทิ แนวทางการรักษาความปลอดภัยและความมั่นคงของสารสนเทศ C.I.A. คุณภาพระบบการจัดการความปลอดภัยสำหรับข้อมูลส่วนบุคคลและสารสนเทศ ISMS และ มาตรฐานการจัดการความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศ ISO 27001: 2013

กลุ่มทรู จึงได้ยกระดับการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านข้อมูลส่วนบุคคลและสิทธิความเป็นส่วนตัวของลูกค้า เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการในทุกกลุ่มธุรกิจ ทั้งทรูมูฟ เอช ทรูออนไลน์ ทรูวิชั่นส์ และทรูดิจิทัล กรุ๊ป อย่างไรก็ตามภัยคุกคามทางไซเบอร์ยังคงมีความท้าทายที่สำคัญของโลกยุคปัจจุบัน คือ ภัยคุกคามทางไซเบอร์ รวมถึงการละเมิดข้อมูลความเป็นส่วนตัวที่เพิ่มมากขึ้น ที่บริษัทฯ ต้องบริหารจัดการอย่างเข้มแข็งจริงจัง

• โครงสร้างการบริหารจัดการ



เป้าหมายปี 2565

100%

มีการป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล



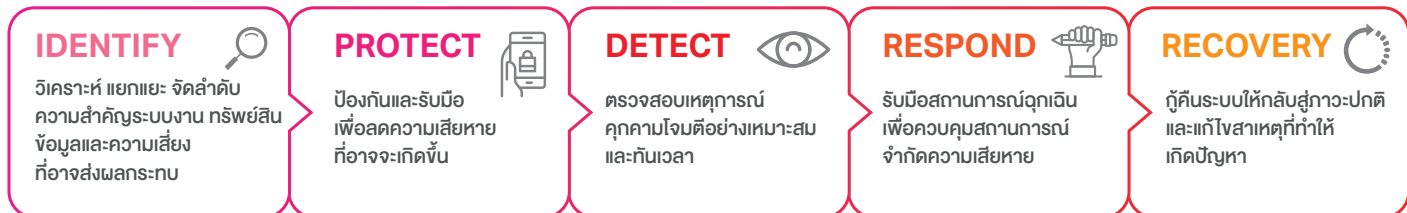
ผลการดำเนินงาน ปี 2565

100%

สามารถป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล

ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

• กระบวนการดำเนินงานด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ NIST SECURITY FRAMEWORK



ผลการดำเนินงานปี 2565



ISO/IEC 27001:2013

ทรู ดิจิทัล ไซเบอร์ ซีเคียวริตี้ ภายใต้
 ทรู ดิจิทัล กรุ๊ป ได้รับการรับรองคุณภาพ
 มาตรฐานสากล ISO/IEC 27001: 2013

DATA CLASSIFICATION & USER ACCESS REVIEW

- **ANNUALLY** มีการจัดลำดับชั้นความสำคัญของข้อมูลทั้งหมดของบริษัทฯ และกำกับดูแลการขอใช้ และการเปิดเผยข้อมูลเป็นประจำทุกปี
- **>600 SERVERS** บัญชีผู้ใช้งาน ระดับ LOCAL USER ที่เข้าถึงระบบ ได้รับการตรวจประเมิน
- **100%** บัญชีผู้ใช้ ระดับ APPLICATION USER ระบบ SIEBEL CRM และระบบให้บริการของ ทูรูซ้อป ได้รับการตรวจประเมินสิทธิการเข้าถึงข้อมูล

DATA LOSS PREVENTION (DLP)

- **100%** มีการพัฒนาและติดตั้งระบบการป้องกันข้อมูลรั่วไหลครบถ้วนตามแผนงานประจำปี 2565

DISASTER RECOVERY PLAN (DRP)

- **SEMI-ANNUALLY** มีการจัดทำแผน DRP/ INCIDENT RESPONSE โดยหมุนเวียนสำหรับระบบที่มี HIGH AVAILABILITY ทุกครึ่งปี

PENETRATION & VULNERABLE SCAN TEST

- **ANNUALLY** มีการทดสอบช่องโหว่ระบบได้ทันทีและทุกขณะเป็นประจำทุกปีเพื่อให้สามารถสำหรับระบบงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลมากกว่า 1,000 SERVERS ในปี 2565

RISK ASSESSMENT/ EXTERNAL AUDIT & VERIFICATION

- **ANNUALLY** มีการประเมินความเสี่ยงระบบที่มีข้อมูลส่วนบุคคลจากภัยคุกคามไซเบอร์และไอทีที่สำคัญ โดยผู้ประเมินภายในและภายนอกเป็นประจำทุกปี

การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

- กระบวนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล



ผลการดำเนินงานปี 2565

นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

- ปรับปรุงนโยบาย เผยแพร่ และบังคับใช้ ในปี 2565 บริษัทฯ มีการปรับปรุงนโยบาย สร้างความเข้าใจและการรับรู้ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เผยแพร่ต่อสาธารณะ และบังคับใช้ภายในองค์กรอย่างเคร่งครัด ซึ่งประกอบด้วย PERSONAL DATA PROTECTION POLICY, DATA SUBJECT RIGHTS POLICY, DATA BREACH HANDLING POLICY

- ANNUALLY ดำเนินงานการตรวจประเมินและทบทวนแนวทางการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลภายในองค์กรและข้อมูลของบุคคลที่สามที่เกี่ยวข้อง โดยผู้ตรวจประเมินภายในและภายนอก

เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล DPO

- แต่งตั้งเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล หรือ DATA PROTECTION OFFICER (DPO) เพื่อให้คำปรึกษาและตรวจสอบการดำเนินงานหน่วยงานต่างๆ

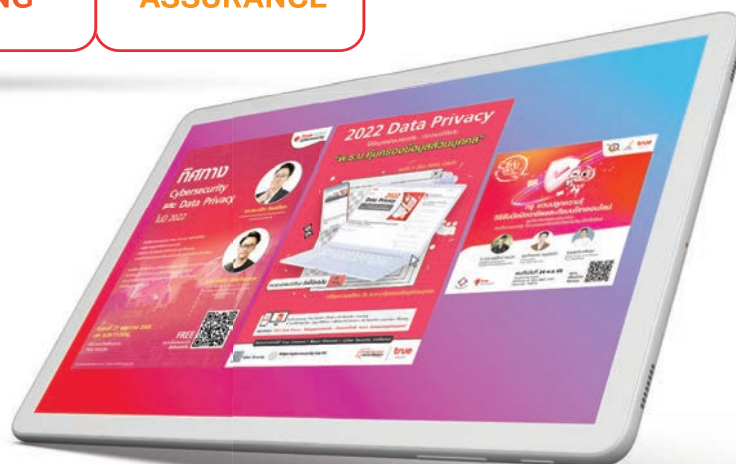
การขอใช้ แก๊ซ อบ หรือ โอน ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า



181,946 คำขอจากลูกค้า

ลูกค้าในฐานะเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลมีสิทธิเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลตาม พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 โดยใช้สิทธิได้ที่ทูลุข้อทุกสาขา หรือติดต่อคอลเซ็นเตอร์ 1242

ในปี 2565 มีลูกค้ายื่นความประสงค์ขอใช้ แก๊ซ อบ หรือโอนย้ายข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 181,946 คำขอ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการนำข้อมูลลูกค้า ร้อยละ 100 ไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ตามที่ระบุในนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งลูกค้าให้ความยินยอม



การสื่อสารภายในและการฝึกอบรมพนักงาน

- MONTHLY สื่อสารความรู้ในรูปแบบ INFOGRAPHIC ผ่านระบบอินทราเน็ตขององค์กรต่อเนื่องเป็นประจำทุกเดือน เพื่อสร้างความตระหนักรู้
- ANNUALLY จัดอบรมหลักสูตรผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ และจัดสัมมนาในหัวข้อที่เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจให้แก่พนักงาน

คำร้องขอข้อมูลลูกค้าจากหน่วยงานภาครัฐ



45,860 คำขอจากภาครัฐ

บริษัทฯ เปิดรับคำร้องขอข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานของลูกค้าจากหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจตามกฎหมายเท่านั้น และในปี 2565 มีคำขอทั้งสิ้น 45,860 ครั้ง ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการตรวจสอบและส่งมอบข้อมูลให้ 100% โดยมีกระบวนการตรวจสอบคำร้องขอตั้งนี้เป็นไปตามกฎหมาย จำเป็นต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน หรือความมั่นคงของประเทศ สอดคล้องกับนโยบายบริษัทฯ และความจำเป็นของการใช้ข้อมูลนั้นๆ

กระบวนการรับเรื่องร้องเรียนและการบริหารจัดการ การเยียวยา และบทลงโทษ

• ช่องทางติดต่อ



คอลล์เซ็นเตอร์
Ins. 1242



กรูซ้อป
ทุกสาขาทั่วประเทศ

• ขั้นตอนการดำเนินงาน

- บริษัทฯ พิจารณาและติดต่อบุคคลดังกล่าวภายในเวลาอันสมควร
- หากพบการละเมิดข้อมูลความเป็นส่วนตัว ส่วนตัว บริษัทฯ มีมาตรการเยียวยาทางกฎหมายที่มีประสิทธิภาพ ตามหลักเกณฑ์และวิธีการ ที่สอดคล้องกับ พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- กรณีพบการกระทำผิดซึ่งขัดต่อนโยบาย จะมีการพิจารณาโทษทางกฎหมาย
- หากพนักงานกระทำผิดขัดต่อนโยบาย จะได้รับการลงโทษทางวินัยตาม CODE OF CONDUCT และอาจได้รับโทษตามที่กฎหมายกำหนด

รายการข้อร้องเรียน/ข้อมูลรั่วไหลและรายได้ที่สูญเสีย ปี 2565

จำนวน

1. จำนวนข้อร้องเรียนจากลูกค้า/หน่วยงานภายนอก กรณีละเมิดความเป็นส่วนตัวเพื่อการตลาด ซึ่งบริษัทฯ ได้ตรวจสอบแล้วไม่เข้าข่ายการละเมิดความเป็นส่วนตัว	0
2. จำนวนข้อร้องเรียนจากลูกค้า/หน่วยงานภายนอก ที่เข้าข่ายการละเมิดความเป็นส่วนตัว (SUBSTANTIATED CASE)	0
3. จำนวนข้อร้องเรียนจากหน่วยงานของรัฐ กรณีละเมิดความเป็นส่วนตัว	0
4. จำนวนข้อมูลรั่วไหล สูญหาย ถูกทำลาย หรือโดนขโมย	0
5. รายได้ที่สูญเสียจากข้อมูลรั่วไหล สูญหาย ถูกทำลาย หรือโดนขโมย (บาท)	0

การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล



23,357 คน พนักงานอบสม 2 หลักสูตรสำคัญ
12,395 คน เข้าอบสม พ.ร.บ. ข้อมูลส่วนบุคคล
10,962 คน เข้าอบสม 2022 Cybersecurity

ในปี 2565 บริษัทฯ จัดการอบรมหลักสูตรต่างๆ จำนวนมากให้แก่พนักงานทุกส่วนงาน เพื่อสร้างความตระหนักรู้ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ เพื่อเตรียมพร้อมและรู้เท่าทัน และสร้างให้เป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ทุกคนยึดเป็นหลักปฏิบัติ โดยมี 2 หลักสูตรที่สำคัญ ดังนี้

1. หลักสูตร พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และ
2. หลักสูตร 2022 Cybersecurity: ยกระดับความปลอดภัยสู่ภูมิคุ้มกันภัยไซเบอร์

ช่องทางให้คำปรึกษาด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์



CYBERSECURITY CLINIC

261 โครงการ ขอรับคำปรึกษา

หน่วยงาน DATA AND SECURITY GOVERNANCE & DATA PRIVACY CENTER ได้ให้คำปรึกษาพนักงานด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของระบบงานสารสนเทศของบริษัทฯ จำนวน 261 โครงการ ในปี 2565 เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

ก้าวต่อไป

บริษัทฯ มุ่งมั่นยกระดับความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านข้อมูลส่วนบุคคล โดยเน้นตั้งแต่กระบวนการออกแบบ (PRIVACY & CYBERSECURITY BY DESIGN) ซึ่งเป็นวิธีการเชิงรุกมากกว่าใช้วิธีเชิงรับหรือป้องกัน

มีการนำหลักการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลผสมผสานเข้ากับการออกแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงการสร้างวัฒนธรรมของพนักงานทั้งองค์กร



การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

(GRI 2-7, 2-8, 2-30, 3-3, 401-1, 401-2, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-9, 403-10, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1, 407-1, IO3)



แนวทางการบริหารจัดการ

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัล หรือ DIGITAL DISRUPTION ช่วยเร่งให้มีการนำเอาเทคโนโลยี และนวัตกรรมมาใช้กับธุรกิจของตัวเองมากขึ้น กลุ่มทรู จึงพาองค์กรเข้าสู่ DIGITAL TRANSFORMATION ซึ่งต้องพัฒนาขีดความสามารถของผู้นำ พัฒนาศักยภาพและทักษะของพนักงาน และการเลือกนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่เหมาะสม ดังนั้นจึงกำหนดให้มีคณะกรรมการด้านทรัพยากรบุคคล มีหน้าที่ดูแลพนักงานตาม EMPLOYEE JOURNEY หรือหลัก HR6 CYCLE เพื่อสร้าง CENTER OF GROWTH AND CARE เพื่อขับเคลื่อนงานด้านทรัพยากรบุคคลเข้าสู่ยุคของ HR DIGITIZATION

• กระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

- การจัดทำกลยุทธ์ทางธุรกิจ
- การออกแบบโครงสร้างองค์กร
- การบริหารสวัสดิการ BSC
- การบริหารความเสี่ยงและการเปลี่ยนแปลง
- การบริหารโครงการ
- การบริหารนโยบาย
- การวางแผนกำลังคน



การดูแลพนักงานให้ทำงานอย่างมีความสุขและมีคุณภาพชีวิตที่ดี สร้างสิ่งแวดล้อมที่สามารถเติมเต็มความรู้และทักษะแก่พนักงาน จนเต็มศักยภาพและเข้าสู่ DIGITAL TRANSFORMATION ไปด้วยกันอย่างยั่งยืน



เป้าหมายปี 2565

- 72%** พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร และมีความพึงพอใจโดยรวม
- 29** จำนวนชั่วโมงการอบรมพนักงานต่อคนต่อปี
- 7%** พนักงานได้รับการพัฒนาความเชี่ยวชาญ ด้าน DIGITAL ระดับ ADVANCE



ผลการดำเนินงาน ปี 2565

- 73.5%** พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร และมีความพึงพอใจโดยรวม
- 29** จำนวนชั่วโมงการอบรมพนักงานต่อคนต่อปี
- 8%** พนักงานได้รับการพัฒนาความเชี่ยวชาญ ด้าน DIGITAL ระดับ ADVANCE

1. การสรรหาบุคลากร

บริษัทฯ มีการกำหนดคุณสมบัติของบุคลากรแต่ละตำแหน่งงาน เพื่อเป็นเกณฑ์ในการสรรหาคัดเลือกทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร นอกจากนี้ ยังมีการสรรหาเชิงรุกเพื่อดึงดูดคนรุ่นใหม่ที่มีความสามารถเข้ามาร่วมงาน โดยจัดตั้งศูนย์พัฒนาศักยภาพทางวิชาชีพ (TRUE CAPABILITY CENTER) ในสถาบันอาชีวศึกษาทั้ง 3 แห่งทั่วประเทศ รวมถึงร่วมลงนามความร่วมมือจัดการศึกษารูปแบบทวิภาคีกับ 11 สถาบันการศึกษาทั่วประเทศ คัดสรรบุคลากรที่เรียนดีแต่ขาดแคลนทุนทรัพย์ให้มีโอกาสศึกษาต่อ ได้เรียนรู้ควบคู่กับการฝึกปฏิบัติงานจริง ในหลักสูตรแบบ ACTION LEARNING BASED ตรงความต้องการของตลาดแรงงาน เช่น งานติดตั้งเครือข่าย งานก่อสร้างงานซ่อมบำรุง งานขาย และงานบริการลูกค้า อีกทั้งเมื่อสำเร็จการศึกษา จะได้รับการพิจารณาเข้าร่วมงานในตำแหน่ง “ช่างทุรเทศ” หรือช่างเทคนิคของบริษัทในเครือ

นอกจากนี้ มีโครงการรับนักศึกษาฝึกงาน TRUE ACADEMY เพื่อเตรียมความพร้อมในการทำงานจริง หากผลการประเมินสูงจะได้รับการพิจารณาเข้าเป็นพนักงานของบริษัทฯ ในโครงการ TRUE NEXT GEN



11 สถาบันการศึกษา

พัฒนาหลักสูตรการศึกษา ACTION LEARNING BASED สร้าง “ช่างทุรเทศ”



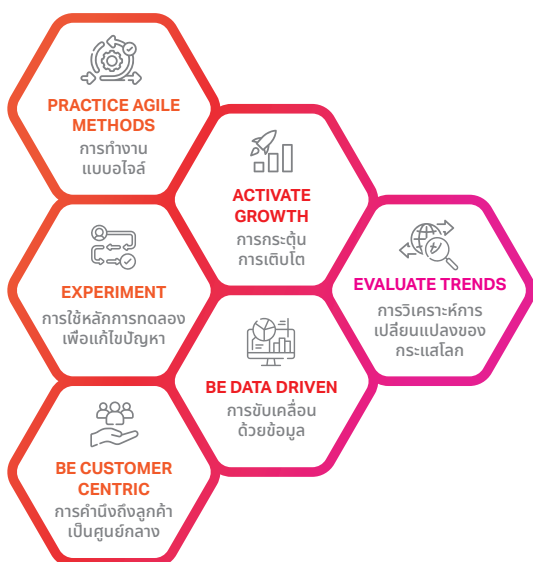
69 คน

นักศึกษาเข้าร่วมโครงการฝึกงาน TRUE ACADEMY



2. การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล

1,754 บาท ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมเฉลี่ย/คน



การอบรมหลักสูตร DIGITAL FOUNDATIONS

100% พนักงานผ่านการอบรมหลักสูตร DIGITAL FOUNDATIONS

บริษัทฯ จัดหลักสูตรอบรมพนักงานเพื่อเพิ่มทักษะและศักยภาพในการทำงาน โดยเฉพาะด้าน DIGITAL โดยมุ่งเน้นในการสร้างความรู้ขั้นพื้นฐาน DIGITAL ให้กับพนักงานทุกคนในองค์กร คิดเป็น 100% ของพนักงานทั้งหมด ได้แก่ DIGITAL AWARENESS, CYBER SECURITY AND DATA PRIVACY และอีกส่วนเป็นการพัฒนาด้านความเชี่ยวชาญ DIGITAL เฉพาะทางระดับ ADVANCED ซึ่งในปี 2565 บริษัทตั้งเป้าหมายไว้ที่ ร้อยละ 7 ของพนักงานในองค์กร ปัจจุบันในปี 2565 เราสามารถพัฒนาบุคลากรในองค์กรได้ร้อยละ 8 ของพนักงานในองค์กร ซึ่งเป้าหมายจะมีการปรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ

การวางแผนทางก้าวหน้าในสายอาชีพ

100% พนักงานผ่านการประเมิน ประเมินคุณลักษณะรายบุคคล (PSYTECH PERSONAL INSIGHTS REPORT)

กลุ่มทรู พัฒนาระบบแผนพัฒนารายบุคคล เพื่อให้พนักงานได้กำหนดแผนพัฒนาของตนเองโดยมีผู้บังคับบัญชาเป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง รวมถึงยังมีการทำแบบทดสอบการประเมินคุณลักษณะรายบุคคล ตามการประเมินทางจิตวิทยา ผลจากการประเมินทำให้พนักงานค้นพบจุดเด่นด้านที่ตนเองถนัด และทราบถึงจุดที่ควรพัฒนาเพิ่มขึ้น เพื่อให้พนักงานสามารถวางแผนการพัฒนาความก้าวหน้าตามสายอาชีพได้อย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ ยังจัดงาน TRUE CAREER DAY 2022 เป็นประจำทุกปี เพื่อให้พนักงานวางแผนพัฒนาอาชีพ ค้นหาศักยภาพของตนเอง และเปิดโอกาสให้แจ้งความจำนงค์ในการโอนย้ายหน่วยงานภายในองค์กร เพิ่มโอกาสในการเติบโตกับพนักงาน

การพัฒนาผู้นำแบบ MODULAR & CROSS FUNCTIONAL TEAM

โครงการ STRATEGIC PROJECT & LEADERSHIP DEVELOPMENT (SPLD)

1,435 คน พนักงานเข้าร่วมโครงการ SPLD
4,898 ล้านบาท บริษัทฯ มีรายได้เพิ่มขึ้น

โครงการพัฒนาศักยภาพความเป็นผู้นำ มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างการทำงานเป็นทีม มีการกำหนดโครงการย่อยที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อให้ทุกคนลงมือทำจริง วัดผลผ่านตัวชี้วัด เรียนรู้การทำงานนอกเหนือจากงานประจำ นอกจากความรู้ที่ได้รับจากโครงการ พนักงานที่มีผลการดำเนินงานที่ดี จะได้รับโอกาสในการพิจารณาการทำงานในตำแหน่งที่สูงขึ้นต่อไป

โครงการ DATA CHAMPION PROGRAM

194 คน พนักงานเข้าร่วมโครงการ DATA CHAMPION
1,932 ล้านบาท บริษัทฯ มีรายได้เพิ่มขึ้น และลดต้นทุน

โครงการพัฒนาบุคลากรด้านดิจิทัล เพื่อตอบสนองต่อการเป็น TECH COMPANY โดยเน้นการพัฒนาด้านการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ FRAMEWORK และเครื่องมือในการนำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจนำมาสู่การวางกลยุทธ์และลงมือทำผ่านโครงการส่งผลให้เกิดรายได้และลดต้นทุนให้กับบริษัท

การพัฒนาระบบนิเวศเพื่อการเรียนรู้ MICRO-LEARNING

1,356 หลักสูตร จำนวนเนื้อหาการเรียนรู้
147,820 คน ผ่านการฝึกอบรมหลักสูตร MICRO-LEARNING

จากสถานการณ์โควิด-19 บริษัทฯ พัฒนารูปแบบการฝึกอบรมพนักงานแบบ MICRO-LEARNING โดยทำคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาการเรียนรู้ที่หลากหลาย เข้าใจง่าย และพนักงานสามารถฝึกอบรมได้จากทุกอุปกรณ์ และสนองต่อแนวคิด WORK FROM ANYWHERE

PEOPLE ANALYTICS

100% พนักงานผ่านการประเมิน PEOPLE ANALYTIC

กลุ่มทรู พัฒนาระบบเพื่อวิเคราะห์เพศ อายุ ความต้องการ และรูปแบบการใช้ชีวิตของพนักงาน ช่วยให้สามารถจัดกลุ่มพนักงานตามพฤติกรรม และความสนใจ พร้อมนำข้อมูลที่ได้มากำหนดเส้นทางเติบโตในการทำงาน เพื่อให้มีความสุขในการทำงาน บริษัทฯ ก็จะสามารถพัฒนาพนักงานไปในทิศทางที่ต้องการ ควบคู่กับการพัฒนาทักษะในอนาคต

โครงการ TRUE NEXT GEN

88 คน ผู้เข้าร่วมโครงการ TRUE NEXT GEN

โครงการ TRUE NEXT GEN จัดตั้งขึ้นเพื่อพัฒนาคนรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพก้าวขึ้นเป็นผู้นำองค์กรในอนาคต ผ่านการปฏิบัติงานจริงภายใต้การดูแลและให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิดจากผู้บริหารระดับสูง

การอบรมพัฒนาศักยภาพจากหน่วยงานภายในและภายนอก

10,018 คน ได้รับการอบรมหลักสูตรดิจิทัล

TRUE DIGITAL ACADEMY ได้ร่วมมือกับพันธมิตรระดับโลก GENERAL ASSEMBLY ซึ่งเป็นผู้นำด้านการศึกษา และ CAREER TRANSFORMATION ระดับโลก เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านดิจิทัลให้แก่บุคลากรในประเทศไทย ให้พร้อมเปลี่ยนผ่านองค์กรไปสู่ยุคดิจิทัล โดยปี 2562-2565 ได้พัฒนาศักยภาพบุคลากรในกลุ่มทรูผ่านการอบรมทั้งในรูปแบบออนไลน์และในรูปแบบห้องเรียนจำนวนทั้งสิ้น 28 หลักสูตร เช่น DIGITAL FOUNDATIONS, DATA CHAMPION, DIGITAL MARKETING และ PRODUCT MANAGEMENT เป็นต้น โดยมีจำนวนผู้เรียนที่สำเร็จหลักสูตร 10,018 คน 94 รุ่น ได้รับคะแนนความไว้วางใจจากผู้เรียนและองค์กรต่างๆ (NET PROMOTER SCORE) สูงถึงร้อยละ 66

3. การประเมินศักยภาพทรัพยากรบุคคล

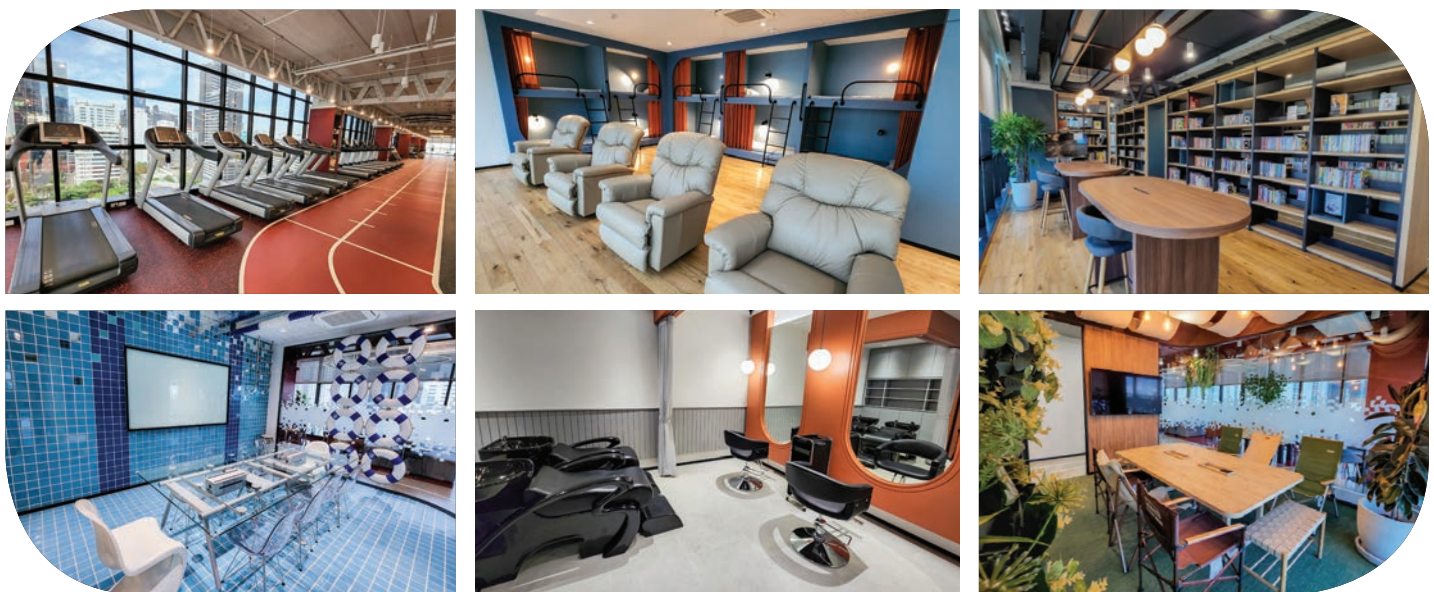
การประเมินผลการปฏิบัติงานแบบรอบทิศทาง 360 องศา

100% พนักงานได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบรอบทิศทาง 360 องศา

พนักงานต้องได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีในระบบ PMS โดยกำหนดเป้าหมายที่วัดได้ตามที่ตกลงร่วมกันระหว่างผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างาน กับพนักงาน รวมทั้งต้องได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบรอบทิศทาง 360 องศา (MULTIDIMENSIONAL PERFORMANCE APPRAISAL) จากหัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน และผู้ใต้บังคับบัญชา รวมทั้งประเมินการปฏิบัติงานของพนักงานตามคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน และค่านิยม 4C ซึ่งเป็นคุณค่าหลักขององค์กร อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง ซึ่งผลการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคนจะถูกนำมาประเมินเทียบเคียงกับพนักงานในแผนกหรือหน่วยงานเดียวกัน (PERFORMANCE CALIBRATION) เพื่อความแม่นยำ โดยผลการประเมินจะส่งถึงพนักงานโดยตรงผ่านแอปพลิเคชัน TRUE CONNECT สำหรับนำไปพิจารณาผลตอบแทนและการปรับตำแหน่ง ทั้งนี้ บริษัทฯ จัดให้มีกระบวนการติดตามความก้าวหน้า Agile Conversation ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดร่วมกันเป็นประจำทุกเดือนระหว่างหัวหน้างานและผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อติดตามผลและรับฟังความคิดเห็น ทำให้มีแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการทำงานสำหรับการประเมินผลช่วงปลายปี

4. ผลตอบแทน

การดูแลบุคลากร



กลุ่มทรู ปรับปรุงสำนักงานในรูปแบบ CO-WORKING SPACE ที่เน้นความสุข สุขภาพ และคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อให้เป็น CREATECH LIVING SPACE ที่ทันสมัย นอกจากนี้ กลุ่มทรู ได้จัดตั้งโครงการ ‘ปลูกรัก’ ขึ้นมา ครอบคลุมทั้ง 4 ด้าน คือ ปลูกรักสุขภาพดี ปลูกรักปลูกรักรวม ปลูกรักปลูกรักความมั่นคง และปลูกรักปลูกรักความผูกพัน เช่น การให้พนักงานลาปฏิบัติธรรม การให้คำปรึกษาทางการเงิน การเลือกลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ การแนะนำกลุ่มอาชีพงานหลังเกษียณ HAPPY RETIREMENT เป็นต้น มีพนักงานเข้าร่วมทั้งโครงการกว่า 16,871 คน ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ได้แต่งตั้งคณะทำงาน COVID-19 WARROOM ซึ่งรายงานตรงต่อกรรมการผู้จัดการใหญ่ (ร่วม) จัดโครงการ COVID-19 EMPLOYEE ASSISTANT เพื่อให้พนักงานลงทะเบียนรับความช่วยเหลือจากบริษัทฯ เช่น ให้พนักงานยืมคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเพื่อทำงานที่บ้าน กรณีพนักงานที่ยังต้องทำงานบริการ จะมีการจัดหาอุปกรณ์ป้องกัน หน้ากากอนามัย และเจลล้างมือ

5. การบริหารพนักงาน

การปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ

ส่งเสริมให้เกิดความเท่าเทียมกันของพนักงานในทุกระดับเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น โดยกำหนดไว้ในนโยบายเรื่องการเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิด เปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนมีโอกาสเท่าเทียมกันในการเติบโตในสายอาชีพและสามารถเข้าถึงตำแหน่งระดับสูงได้ หากพนักงานได้รับการประเมินผลที่ดีและมีความสามารถที่เกี่ยวข้องกับลักษณะงานเป็นไปตามกระบวนการภายในที่ชัดเจนและโปร่งใส เพื่อป้องกันและคุ้มครองพนักงานทุกระดับไม่ให้ถูกเลือกปฏิบัติอันมีสาเหตุมาจากเรื่องเชื้อชาติ สัญชาติ เผ่าพันธุ์ สีผิว ต้นตระกูล ศาสนา สถานะทางสังคม เพศ อายุ ความพิการหรือทุพพลภาพ แนวคิดทางการเมือง ตลอดจนสถานภาพการสมรส รวมถึงกำหนดการจ่ายเงินเดือนให้มีความเสมอภาค

มีคณะกรรมการดูแลสวัสดิการ (WELFARE COMMITTEE) ซึ่งประกอบด้วย ผู้แทนจากพนักงาน 5 คน ที่ได้รับเลือกจากพนักงานที่เป็นตัวแทนครอบคลุมทุกสินค้าและบริการหลักของบริษัทฯ โดยมีบทบาทหน้าที่เสนอข้อคิดเห็น หรือ ให้คำปรึกษา เพื่อจัดสวัสดิการที่เป็นประโยชน์สำหรับพนักงานอย่างเหมาะสม และเทียบเคียงได้ในอุตสาหกรรมเดียวกันต่อผู้บริหารของบริษัทฯ เช่น การประกันชีวิต และการประกันสุขภาพ รวมถึงการคุ้มครองกรณีพิพาทและทุพพลภาพอันเกิดจากการทำงานทั้งพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราว การลาเพื่อเลี้ยงดูบุตรโดยได้รับค่าจ้างตามวันที่ลาจริงเป็นระยะเวลา 4 เดือน ซึ่งมากกว่าที่กฎหมายกำหนด กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ การจ่ายค่าครองชีพ (LIVING WAGE) สิทธิพิเศษจากสินค้าหรือบริการของบริษัทฯ การไม่ทำงานเกินเวลาที่กฎหมายกำหนด ตลอดจนการจัดพื้นที่ที่เหมาะสม เป็นต้น

การสนับสนุนความเท่าเทียมกันของกลุ่ม LGBTQI+



525,502 ยอดวิว

คลิปวิดีโอส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศทาง TIKTOK



บริษัทฯ กำหนดนโยบายการบริหารความหลากหลายและยอมรับความแตกต่าง (D&I) สร้างเครือข่าย LGBTQI+ WORKPLACE PRIDE สำหรับพนักงานกลุ่ม LGBTQI+ ผ่านแอปพลิเคชัน TRUE CONNECT เพื่อเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงพนักงานในแผนกต่างๆ เข้าด้วยกัน รวมทั้งคนที่ไม่ได้เป็น LGBTQI+ ด้วย และสร้างความตระหนักรู้โดยการจัดทำกิจกรรมต่างๆ เช่น การประกวดคลิปวิดีโอส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศ แพลตฟอร์ม TIKTOK พร้อมเชิญตัวแทนจาก 2 องค์กรระดับประเทศ ทั้งสมาคมฟ้าสีรุ้งแห่งประเทศไทยและมูลนิธิเครือข่ายเพื่อนกะเทยเพื่อสิทธิมนุษยชน ร่วมแบ่งปันประสบการณ์และแลกเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานในมุมมองของภาคเอกชน

สแกนเพื่อติดตามกิจกรรมด้านความยั่งยืน
@TRUESUSTAIN ช่องทาง TIK TOK



ความปลอดภัยและสุขภาพของพนักงาน



5,146 คน

พนักงานผ่านการอบรม
หลักสูตรความปลอดภัย



18,357 ชั่วโมง

จำนวนชั่วโมงฝึกอบรม
ความปลอดภัย

0%

ZERO FATALITIES ไม่มีพนักงานเสียชีวิตจากการทำงาน

ZERO LOST TIME INJURY ไม่มีพนักงานบาดเจ็บจากการทำงานจนถึงขั้นหยุดงาน

คณะกรรมการด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (OCCUPATIONAL HEALTH SAFETY AND WORKING ENVIRONMENT COMMITTEE) ทำหน้าที่กำหนดนโยบายด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงทำหน้าที่สอบสวนวิเคราะห์หาสาเหตุเรื่องความปลอดภัยและอุบัติเหตุต่างๆ เพื่อหาแนวทางการแก้ไข และป้องกันการเกิดซ้ำ (RISK ALERT) และกำกับดูแลการปฏิบัติตามมาตรการด้านความปลอดภัยของบริษัทฯ

นอกจากนี้ยังฝึกอบรมด้านความปลอดภัยให้พนักงาน เพื่อลดความเสี่ยง และจำนวนการเกิดอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงาน และเตรียมความพร้อมต่อเหตุที่ไม่คาดคิด และดำเนินการเชิงรุกในด้านความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง ทำให้ในปี 2565 ไม่มีผู้บาดเจ็บและไม่มีผู้เสียชีวิตจากการทำงาน แม้ไม่มีผู้ได้รับบาดเจ็บแต่กลุ่มทรู ก็ได้มีการกำหนดแนวทางการแก้ไข และแนวทางป้องกันการเกิดอุบัติเหตุกับพนักงาน ดังนี้

• กระบวนการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม



• แนวทางการแก้ไข และป้องกันการเกิดซ้ำ



• หลักสูตรการฝึกอบรมพนักงานด้านความปลอดภัย

หลักสูตร	จำนวนคน	จำนวนชั่วโมง
SAFETY ORIENTATION	1,115	2,793
DEFENSIVE DRIVING COURSE	2,952	8,856
SAFE BOOM LIFT CAR OPERATING	996	5,976
OTHERS	83	732

• ช่องทางการสื่อสารระหว่างบริษัทฯ และพนักงาน

บริษัทฯ มีช่องทางการสื่อสารกับพนักงาน เพื่อรับฟังความคิดเห็น รับเรื่องร้องเรียน รวบรวมข้อมูล และข้อเสนอแนะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรบุคคล รวมถึงการแจ้งสถานการณ์ที่ไม่ปลอดภัย และมีความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุ ผ่าน 2 ช่องทางได้แก่ แอปพลิเคชัน TRUE CONNECT และ SMS

ก้าวต่อไป

จัดโปรแกรมพัฒนาศักยภาพแห่งอนาคต UPSKILL และ RESKILL อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานมี POWER SKILL และ DIGITAL SKILL อย่างเป็นรูปธรรม



การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน

(GRI 3-3, 406-1, 408-1, 409-1, 411-1, 412-1, PA7)



ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึง
หลักสิทธิมนุษยชนอย่างจริงจัง
และสร้างให้กลายเป็นส่วนหนึ่ง
ของวัฒนธรรมองค์กร

แนวทางการบริหารจัดการ

การจัดการด้านสิทธิมนุษยชนปัจจุบันไม่เพียงแต่การรับผิดชอบเฉพาะภายในองค์กร แต่จะครอบคลุมไปถึงคู่ค้าตลอดห่วงโซ่อุปทาน เนื่องจากเป็นสิทธิที่มนุษย์ทุกคนพึงได้รับอย่างเสมอภาค เท่าเทียม และเป็นธรรม ซึ่งไม่ควรมิผู้ใดล่วงละเมิดได้ อีกทั้ง ปัญหาที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนในรูปแบบต่างๆ อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

กลุ่มทรู ป้องกันและหลีกเลี่ยงการละเมิดสิทธิมนุษยชน รวมถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนกำหนดมาตรการเยียวยาและลดผลกระทบดังกล่าว โดยกำหนดแนวทางการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนที่สอดคล้องตามกฎหมายของประเทศ และหลักการสากลตามที่ได้ประกาศนโยบายสิทธิมนุษยชน ที่สอดคล้องกับหลักสากล 10 ประการของ UN GLOBAL COMPACT ปฏิญญาสากลว่าด้วยหลักการสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (THE UNIVERSAL DECLARATION OF HUMAN RIGHTS: UDHR) หลักการชี้แนะของสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (THE UNITED NATIONS GUIDING PRINCIPLES ON BUSINESS AND HUMAN RIGHTS: UNGPS) หลักการด้านมนุษยธรรมและสิทธิขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION: ILO) รวมถึง ยังเป็นผู้ก่อตั้งสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย

บริษัทฯ ประกาศนโยบายต่างๆ เพื่อควบคุมและลดความเสี่ยงในการละเมิดสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ คู่ค้า กิจกรรมร่วมค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และลูกค้า ตลอดจนกลุ่มเปราะบางต่างๆ เช่น เด็ก สตรี คนพิการ ชุมชนท้องถิ่น กลุ่มชาติพันธุ์ และกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ รวมถึงแรงงานของคู่ค้า กิจกรรมร่วมค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และแรงงานต่างชาติ ป้องกันไม่ให้เกิดการใช้แรงงานเด็ก การใช้แรงงานบังคับ การกดขี่แรงงาน รวมถึงการใช้แรงงานจากชนเผ่า/แรงงานพื้นเมือง และแรงงานข้ามชาติ เป็นต้น



เป้าหมายปี 2565

100%

การดำเนินธุรกิจของกลุ่มทรู กิจกรรมร่วมค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และคู่ค้าได้รับการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน



ผลการดำเนินงาน ปี 2565

100%

หน่วยงานภายในของกลุ่มทรู กิจกรรมร่วมค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และคู่ค้าได้รับการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

กระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (HUMAN RIGHTS DUE DILIGENCE PROCESS)

กลุ่มทรู จัดให้มีการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน ทุก 2 ปี โดยทำการประเมินในปี 2565 โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภายในและภายนอก อาทิ กลุ่มกิจการร่วมค้า คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ และจัดลำดับประเด็นความเสี่ยง เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ตลอดห่วงโซ่อุปทานตั้งอยู่บนหลักการเคารพด้านสิทธิมนุษยชน ในปี 2565 พบการละเมิดประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน 1 กรณีคือ พนักงานร้องเรียนการทำงานของหัวหน้างาน ว่าได้รับการข่มเหงด้วยวาจา บริษัทฯ ตั้งคณะกรรมการสืบสวน พบว่า มีการกระทำดังกล่าวจริง เบื้องต้นตักเตือนหัวหน้างานด้วยวาจา หน่วยงานทรัพยากรบุคคลจัดอบรมหลักสูตรเฉพาะสำหรับหัวหน้างานแบบตัวต่อตัว ทุก 2 อาทิตย์เป็นระยะเวลา 3 เดือน และติดตามผลจากพนักงานที่เกี่ยวข้อง



ผลการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

ปี 2565 พบประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่มีความเสี่ยงระดับสูง (SALIENT ISSUES) 3 ประเด็น บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางลดความเสี่ยงตลอดจนวิธีป้องกันเฝ้าระวัง ตรวจสอบแก้ไข และเยียวยา หากมีการละเมิด โดยมีคณะทำงานด้านสิทธิมนุษยชน คณะทำงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงหน่วยงานที่รับผิดชอบทำหน้าที่ตรวจสอบ ให้เป็นไปตามมาตรการป้องกันและแก้ไข และติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง สำหรับการเยียวยา โปรดดูเพิ่มเติมที่เว็บไซต์ของบริษัทฯ

ประเด็นสิทธิมนุษยชนที่มีความเสี่ยงระดับสูง (SALIENT ISSUES)	มาตรการป้องกันและแก้ไข	ผลการดำเนินงาน
1. สุขภาพและความปลอดภัยจากการเดินทางไปปฏิบัติงานของพนักงาน	- อบรมพนักงานในหลักสูตรการขับขี่เชิงป้องกันอุบัติเหตุ - ตรวจสอบการใช้รถยนต์ของพนักงานด้วยระบบติดตาม GPS - กำหนดมาตรการป้องกัน และกฎระเบียบการใช้รถยนต์ของบริษัทฯ	100% พนักงานที่ต้องใช้รถยนต์ของบริษัทฯ ผ่านการอบรมหลักสูตรการขับขี่เชิงป้องกันอุบัติเหตุ 0 คน ไม่มีพนักงานเสียชีวิตจากอุบัติเหตุ - หลักสูตรการอบรมความปลอดภัยอื่นๆ แสดงรายละเอียดในบทการจัดการทรัพยากรมนุษย์ หน้า 47
2. ความเป็นส่วนตัวของข้อมูลลูกค้า/ผู้บริโภค	- กำหนดนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และปฏิบัติตามมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ เช่น การเข้ารหัส และการกำหนดบุคคลที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น - กำหนดให้มีการสุ่มตรวจโดยหน่วยงานประกันคุณภาพในหน่วยงาน - จัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานเพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ	100% จำนวนพนักงานที่เข้าถึงข้อมูลลูกค้าต้องลงนามรับทราบข้อตกลงในการรักษาความลับข้อมูลความเป็นส่วนตัวของลูกค้า 0% CUSTOMER DATA SECURITY BREACH (ไม่มีข้อร้องเรียนจากลูกค้าเรื่องจากการทำผิดข้อมูลส่วนบุคคล) - ทวนสอบนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และปฏิบัติตามมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
3. การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ และปลอดภัย	- สินค้าและบริการต้องผ่านการตรวจสอบด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 - การตรวจสอบสินค้าจากหน่วยงานภายนอก - ตรวจประเมินคู่ค้าด้านความยั่งยืนในสถานประกอบการหรือสถานที่ทำงาน - การฝึกอบรมคู่ค้าเรื่องความปลอดภัยของสินค้าและกระบวนการพัฒนาด้านคุณภาพเพื่อยกระดับเป็น STRATEGIC PARTNER	100% โรงงานได้รับการรับรอง ISO 9001:2015 100% สินค้าและอุปกรณ์ได้รับการตรวจสอบมาตรฐาน สอดคล้องตามกฎหมาย และข้อกำหนดด้านความปลอดภัย 100% คู่ค้าผ่านการตรวจประเมินคู่ค้าด้านความยั่งยืน 100% สินค้าและอุปกรณ์ได้รับการตรวจสอบมาตรฐาน สอดคล้องตามกฎหมาย และข้อกำหนดด้านความปลอดภัย 100% คู่ค้าผ่านการฝึกอบรมเรื่องความปลอดภัยของสินค้าเป็นประจำทุกปี และประเมินผลด้านคุณภาพร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ก้าวต่อไป

ติดตาม เฝ้าระวัง ตรวจสอบแก้ไข และเยียวยาหากมีการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทานอย่างต่อเนื่อง ผ่านการจัดประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านขององค์กรและคู่ค้า



HEALTH

มุ่งมั่นสร้างสังคมที่ยั่งยืน

นำเสนอและสร้างสรรค์คุณค่าดีๆ
เพื่อพัฒนาสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดี
ของคนในสังคม

- การสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม
- ความพร้อมใช้งานและความครอบคลุมของเครือข่าย
- การบริการลูกค้าสัมพันธ์
- การบริหารจัดการนวัตกรรม



การสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม

(GRI 201-1, 413-1, PA2)



สร้างงาน ส่งเสริมรายได้
แก่เกษตรกร ผู้ประกอบการ
รายย่อย และกลุ่มเปราะบาง

แนวทางการบริหารจัดการ

กิจกรรมเพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมในอนาคตจะมีความเข้มข้นมากขึ้น เนื่องจากสังคมกำลังเผชิญสถานการณ์โลกใหม่ๆ เช่น โรคระบาด ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ กลุ่มทรูจึงกำหนด นโยบายสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาและช่วยเหลือชุมชนรอบด้าน รวมทั้งเพื่อป้องกันและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน และสังคม เพื่อให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกันทุกมิติ ซึ่งมีการแต่งตั้ง คณะทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR WORKING TEAM) มีกลยุทธ์ การขับเคลื่อนเพื่อสร้างผลกระทบทางบวกต่อสังคม 3 ด้าน ได้แก่ ปลุกความรู้ ปลุกความดี และปลุกใจรักสิ่งแวดล้อม



ปลุกความรู้

73,518 คน



ปลุกความดี

108,433 คน



ปลุกใจรัก
สิ่งแวดล้อม

141,714 คน

รวมถึงมีการจัดทำโครงการทรูอาสา ที่ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ จำนวน 2,814 คน นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมที่ส่งเสริมสังคมในรูปแบบของเงินทุน และสิ่งของ



เป้าหมายปี 2565

140,000 คน

สร้างงานและส่งเสริมรายได้แก่เกษตรกร
ผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มเปราะบาง
ตลอดห่วงโซ่อุปทาน (จำนวนสะสม)



ผลการดำเนินงาน ปี 2565

273,865 คน

สร้างงานและส่งเสริมรายได้แก่เกษตรกร
ผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มเปราะบาง
ตลอดห่วงโซ่อุปทาน (จำนวนสะสม)

• การสนับสนุนโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม 2565

การสนับสนุนเพื่อสังคม	เงิน (ล้านบาท)	มูลค่าสิ่งของ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
การลงทุนสนับสนุนชุมชน	63.2	3.5	36
การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อการตลาด/สร้างแบรนด์	15.7	55.7	38
การบริจาค	47.5	-	26
รวม	126.5	59.2	100

ปลูกความรู้



โครงการรู้ทันโลกออนไลน์



26,163 คน นักเรียนเข้าร่วมโครงการรู้ทันโลกออนไลน์

กลุ่มทรู ตระหนักถึงภัยคุกคามจากโลกอินเทอร์เน็ตที่มีปริมาณเพิ่มสูงขึ้นทุกปี สร้างความเสียหายทางเศรษฐกิจและสังคม จึงร่วมมือกับภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จัดทำกิจกรรมรู้ทันโลกออนไลน์ โดยลงพื้นที่ทำกิจกรรมสันถวนการแทรกความรู้ จัดทำเนื้อหาความรู้ทันโลกออนไลน์เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อสร้างความตระหนักรู้และการป้องกันจากการคุกคามล่อลวงรูปแบบต่างๆ

TRUE SMART MERCHANT

6.29 ล้านบาท เงินทุนเวียนในแพลตฟอร์ม
270,000 ร้าน ช่วยเหลือผู้ประกอบการรายย่อย

พัฒนาแพลตฟอร์ม TRUE SMART MERCHANT สำหรับเป็นช่องทางขายให้กับร้านค้าทุกประเภท ทั้งที่มีหน้าร้าน หรือขายออนไลน์ อาทิ สินค้าอุปโภคบริโภค สิ่งของเครื่องใช้ เสื้อผ้า เป็นต้น โดยไม่มีค่าใช้จ่าย และไม่เก็บค่าธรรมเนียม (GP)

โครงการโรคซึมเศร้า รู้เท่าทัน



3,752 คน เข้าร่วมโครงการ

ร่วมกับมูลนิธิโรงพยาบาลสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอฯ ในพระราชูปถัมภ์ฯ และกรมสุขภาพจิต จัดโครงการโรคซึมเศร้า รู้เท่าทัน ให้คนไทยประเมินสุขภาพจิตของตนเอง ผ่านแพลตฟอร์มดูแลสุขภาพอัจฉริยะ แอปพลิเคชัน MORDEE BY TRUE HEALTH สามารถปรึกษาแพทย์ หรือนักจิตวิทยาได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

มูลนิธิถันยรักษ์ฯ



20,000 คน ผู้มีส่วนร่วมรับรู้การตรวจเต้านมด้วยตนเอง
10,406 คน ผู้เรียนผ่านระบบ E-LEARNING และใช้แอปพลิเคชัน BSE

จัดอบรมเชิงปฏิบัติการในรูปแบบออนไลน์ โครงการภารกิจพิชิตมะเร็งเต้านม จัดตั้งชมรมถันยรักษ์ในมหาวิทยาลัยราชภัฏ 26 แห่งทั่วประเทศ มีวัตถุประสงค์ในการรณรงค์ให้ผู้หญิงไทยหมั่นตรวจเต้านมด้วยตัวเองอย่างถูกต้อง และสม่ำเสมอ เพื่อลดการสูญเสียชีวิตจากโรคมะเร็งเต้านม

ปลูกความดี



โครงการพัฒนาศักยภาพและคุณภาพชีวิต กลุ่มออทิสติก

1,467 คน อบรมทักษะอาชีพ

166 คน จ้างงานตามมาตรา 33 และ 35 (จำนวนสะสม)

1,365 คน อบรมพัฒนาการเรียนรู้และเพิ่มศักยภาพ

ศูนย์ฝึกอบรมเพื่อการทำงานบุคคลออทิสติก (CP-TRUE-AUTISTIC THAI VOCATIONAL TRAINING CENTER) รับผิดชอบการฝึกทักษะอาชีพที่เหมาะสมกับศักยภาพ เพื่อให้มีรายได้ พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน และได้จ้างงานบุคคลออทิสติกตามมาตรา 33 และ 35 นอกจากนี้ ยังจัดให้มีการฝึกอบรมการใช้แอปพลิเคชัน AUTISTIC เครื่องมือฝึกฝนทักษะพื้นฐานที่จำเป็นทั้งด้านสติปัญญา กายภาพและเคลื่อนไหว



ธนาคารชุมชนออทิสติก



5 แห่ง ธนาคารชุมชนออทิสติกทั่วประเทศ



2.72 ล้านบาท จำนวนเงินหมุนเวียน
ในการประกอบอาชีพ

กลุ่มทรู ส่งเสริมการรวมกลุ่มออทิสติกผ่านรูปแบบธนาคารชุมชน เพื่อช่วยแก้ปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการส่งเสริมอาชีพ สามารถปล่อยกู้ให้กับสมาชิกในอัตราดอกเบี้ยต่ำ เสริมความเข้มแข็งและการพึ่งพาตนเองของกลุ่มออทิสติก



โครงการหาย (ไม่) ห่วง



1,481 คน จำนวนผู้ลงทะเบียน
เพื่อรับริสแบนด์



17 คน ผู้ที่หาย
และตามเจอโดยริสแบนด์



40,000 บาท/เดือน/คน
ลงงบประมาณติดตามผู้สูญหาย

โครงการ “หาย (ไม่) ห่วง” เป็นความร่วมมือระหว่าง มูลนิธิกระจกเงา กลุ่มทรูและบริษัทพันธมิตร เพื่อสร้างนวัตกรรมการช่วยเหลือผู้ป่วยโรคสมองเสื่อมที่มีอาการหลงลืม และมีความเสี่ยงในการพลัดหลงสูญหายออกจากบ้าน ด้วยการจัดทำสายรัดข้อมือระบุ QR Code สำหรับการสแกนผ่านมือถือทุกแอปพลิเคชันสำหรับระบุตัวตนผู้สวมใส่ ปี 2565 พัฒนาต่อยอด ป้าย QR Code สำหรับติดที่เสื้อผ้า ในกรณีที่ผู้ป่วยมีโอกาสถอดทิ้งหรือลืมใส่





โครงการพัชรสุธาชวนุรักษ์



11 หมู่บ้าน เครือข่ายหมู่บ้านในโครงการ



100,000 คน จำนวนประชากรที่ได้รับประโยชน์จากโครงการ

โครงการพัชรสุธาชวนุรักษ์ซึ่งเป็นโครงการในพระบรมราชูปถัมภ์ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี ในการแก้ไขปัญหาการบุกรุกพื้นที่เกษตรกรรมของชุมชน ทำให้สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสมดุลและสันติ ดำเนินการในพื้นที่ป่ารอยต่อ 5 จังหวัดในภาคตะวันออก กลุ่มทูลุ ได้ร่วมพัฒนาเทคโนโลยี AI (ARTIFICIAL INTELLIGENCE) เพื่อเสริมระบบเฝ้าระวังและเตือนภัยล่วงหน้า ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถคัดกรองเฉพาะภาพช้างป่าได้แม่นยำถึงร้อยละ 90 และแจ้งเตือนอัตโนมัติไปยังทีมเฝ้าระวังในแต่ละจังหวัดทันที

โครงการอนุรักษ์นกกระเรียนพันธุ์ไทย



12 ตัว นกกระเรียนถูกปล่อยสู่ธรรมชาติทุกปี

10 ตัว นกกระเรียนที่เกิดในธรรมชาติ

กลุ่มทูลุ ขับเคลื่อนโครงการฟื้นฟูและอนุรักษ์ นกกระเรียนพันธุ์ไทย จ.บุรีรัมย์ มาตั้งแต่ปี 2560 โดยพัฒนาแอปพลิเคชัน ดูนก สามารถรายงานการพบนกกระเรียน พร้อมใส่ข้อมูลและพิกัดการพบนก นอกจากนี้ยังอบรมให้ความรู้ชุมชนด้านการขายสินค้าออนไลน์ ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น FACEBOOK FANPAGE, TIKTOK, LINE OFFICIAL ACCOUNT, LINE MY SHOP และระบบการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน TRUE SMART MERCHANT ให้กับชาวบ้านที่เข้าร่วมอนุรักษ์นก สร้างรายได้กว่า 1.36 ล้านบาท ให้กลุ่มเกษตรกรต้นแบบวิถียั่งยืน (บ้านสวายสอ บ้านระเบ็กขาม บ้านสะแกข่า และบ้านโคกสะอาด) จ.บุรีรัมย์ โดยบ้านระเบ็กขาม และบ้านสะแกข่า เป็นแหล่งผลิตข้าวอินทรีย์ GI ดินภูเขาไฟ (ข้าว GI) และกลุ่มทูลุได้สนับสนุนให้มีการจัดตั้งธนาคารชุมชน ที่จะเป็แหล่งเงินทุนภายในกลุ่มเพื่อลดปัญหานี้สิน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นหนี้ระบบอีกด้วย โดยเริ่มดำเนินการแล้ว 2 แห่ง คือ ธนาคารชุมชนบ้านสวายสอ และบ้านระเบ็กขาม

โครงการเฝ้าระวังช้างป่าด้วยระบบเตือนภัยล่วงหน้า



21 หมู่บ้าน หมู่บ้านที่ให้ความร่วมมือ



20,457 คน จำนวนประชากรที่ได้รับประโยชน์จากโครงการ

กลุ่มทูลุ ได้สร้างสรรค์แอปพลิเคชัน ซึ่งมีจุดเด่นที่ทำให้การเฝ้าระวังช้างป่าสามารถลดปัญหาความขัดแย้งระหว่างคนกับช้างป่าในพื้นที่อุทยานแห่งชาติกุยบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์ ด้วยการผสมผสานศักยภาพเทคโนโลยีสื่อสาร ระบบ IOT กับการทำงานของหน่วยลาดตระเวนกรมอุทยานแห่งชาติกุยบุรี และเจ้าหน้าที่องค์การกองทุนสัตว์ป่าโลกสากล (WWF) โดยระบบจะทำการคัดกรองเฉพาะภาพช้างป่าพร้อมพิกัด และส่งเข้า CLOUD และแจ้งเตือนต่อไปยังแอปพลิเคชัน “คชานุรักษ์” ของเจ้าหน้าที่หรือตัวแทนชุมชนที่รับผิดชอบในพื้นที่ตามพิกัดนั้นๆ โดยอัตโนมัติเพื่อเสริมระบบเฝ้าระวังและเตือนภัยล่วงหน้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

โครงการค่าย “เยาวชน...รักษ์พงไพร เฉลิมพระเกียรติ 60 พรรษา สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี”



3,840 คน นักเรียนเข้าร่วมฝึกอบรม

โครงการพัฒนาเยาวชนไทยให้เห็นคุณค่าทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่า เพื่อร่วมกันดูแลและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยหลักสูตรมุ่งเน้นในการปลูกจิตสำนึกให้เยาวชนได้เข้าใจคุณประโยชน์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นพื้นฐานของการดำรงชีวิตผ่านเส้นทางศึกษาธรรมชาติ และป่าไม้ เช่น เรื่องราวของการอนุรักษ์นกกระเรียน ซึ่งเป็นนกที่เคยสูญพันธุ์ไปจากธรรมชาติและได้รับพระราชทานทำให้สามารถเพาะพันธุ์ฟื้นฟูกลับสู่ธรรมชาติได้สำเร็จโดยได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านที่ช่วยกันอนุรักษ์ธรรมชาติจนเป็นผลสัมฤทธิ์ และมีการฝึกอบรมการใช้แอปพลิเคชัน WE GROW

โครงการอาสา และกิจกรรมการมีส่วนร่วมของชุมชน

โครงการอาสา

 2,814 คน พนักงานเข้าร่วมโครงการอาสา

บริษัทฯ สนับสนุนให้พนักงานทุกคนเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสา โดยเปิดกว้างให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมในหลากหลายมิติ เช่น การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมศักยภาพของเยาวชนและผู้ด้อยโอกาส โดยในปี 2565 มีกิจกรรมจิตอาสาพระราชทาน “เราทำความดี ด้วยหัวใจ” ร่วมทำความสะอาด ล้างถนน เก็บขยะ ปรับปรุงทัศนียภาพ บริเวณทางเดินเท้าถนนรัชดาภิเษก



กิจกรรมการมีส่วนร่วมของชุมชน

 3,604 คน จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมสร้างความผูกพัน

กลุ่มทรู จัดกิจกรรมชุมชนในเขตพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศให้ความรู้ชุมชน เรื่องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และแนะนำแอปพลิเคชันที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียน สุขภาพ และการใช้ชีวิตประจำวันในยุคนิวอร์มัล รวมถึงส่งมอบอุปกรณ์การเรียน และอุปกรณ์กีฬาให้กับนักเรียน ตามความคาดหวังของชุมชนที่มีต่อบริษัทฯ ช่วยสนับสนุนให้ความรู้ในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้มากขึ้น บริษัทฯ ได้ให้ความรู้แนะนำวิธีการใช้งานแอปพลิเคชันต่าง ๆ ได้แก่ 1) MORDEE แพลตฟอร์มดูแลสุขภาพที่เชื่อมโยงให้คนไทยเข้าใกล้และเข้าถึงบริการด้านสุขภาพได้มากขึ้น ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ 2) TRUE VROOM ห้องประชุมและห้องเรียนเสมือนจริง และ 3) TRUE SMART MERCHANT สำหรับเป็นช่องทางการขายให้กับร้านค้าทั้งที่มีหน้าร้าน หรือขายออนไลน์ นอกจากนี้ ได้ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าจากเสาสัญญาณ รวมทั้งการคัดแยกขยะอย่างถูกวิธี เพื่อสามารถแยกและนำขยะกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด เช่น การนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือการรีไซเคิล เป็นต้น สอดคล้องกับหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน



กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ทั่วประเทศในปี 2565



กิจกรรม
จังหวัดเชียงใหม่



กิจกรรม
จังหวัดสมุทรปราการ



กิจกรรม
จังหวัดสุพรรณบุรี



กิจกรรม
จังหวัดลำพูน



กิจกรรม
จังหวัดนครราชสีมา



กิจกรรม
จังหวัดนครศรีธรรมราช



ก้าวต่อไป

พัฒนากิจกรรมเพื่อสังคมที่เชื่อมโยงทุกภาคส่วน ขยายกลุ่มพันธมิตรทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการทำประโยชน์เพื่อสังคม



ความพร้อมใช้งานและความครอบคลุมเครือข่าย

(GRI 2-29, 3-3, PA1, PA3, PA4, PA5)



พัฒนาเครือข่ายให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมการใช้งานของประชากรไทยตามยุทธศาสตร์ FIRST MOVER AND GAME CHANGER

แนวทางการบริหารจัดการ

การใช้ชีวิตในยุคดิจิทัล ความต้องการเครือข่ายที่มีคุณภาพ ครอบคลุมที่เร็วที่สุด แรงที่สุด มีเสถียรภาพมากที่สุด และแก้ไขปัญหาเหตุขัดข้องได้เร็วที่สุด ในการรองรับการเชื่อมต่อด้วยระบบอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพสูงสุด แสดงผลเรียลไทม์ มีความรวดเร็วในการส่งข้อมูล เป็นความท้าทายของกลุ่มธุรกิจที่จะตอบสนองความต้องการดังกล่าวเพื่อสนับสนุนการทำงาน การเรียน การแพทย์ การขนส่ง และการทำธุรกรรมออนไลน์

กลุ่มธุรกิจ ในฐานะผู้นำเทคโนโลยีด้านการสื่อสารเป็นรายแรกๆเดียวที่มีคลื่นครบทุกย่านความถี่ ทั้งย่าน LOW BAND MID BAND และย่าน HIGH BAND บริษัทฯ มุ่งมั่นยกระดับประสบการณ์การใช้งานเครือข่ายอัจฉริยะ 5G ที่ดีที่สุดมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบโจทย์ทั้งลูกค้าองค์กร ภาคธุรกิจ และภาคประชาชน ในการส่งมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภคและเพิ่มศักยภาพความพร้อมให้กับภาคอุตสาหกรรมในประเทศไทย มียุทธศาสตร์ที่ใช้ในการบริหารจัดการเครือข่าย คือ “FIRST MOVER AND GAME CHANGER” โดยมีกลยุทธ์ในการพัฒนาเครือข่ายให้ทันสมัยได้มาตรฐาน มีประสิทธิภาพสูงอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ได้แก่



พัฒนาวัฒนธรรมเทคโนโลยีร่วมกับพาร์ทเนอร์



ติดตามเทรนด์เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาเครือข่าย



รับฟังปัญหาเพื่อแก้ไขปัญหาได้ทันที



ตรวจสอบเครือข่ายให้ใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ



มีความพร้อมให้บริการในทุกสถานการณ์



เป้าหมายปี 2565

- **96.60%**
ผลสำรวจการใช้งานของเครือข่าย
- **น้อยกว่า 1.5 ชั่วโมง/คน/ปี**
ดัชนีระยะเวลาหยุดชะงักของเครือข่าย*
- **น้อยกว่า 1.10 ครั้ง/คน/ปี**
ดัชนีความถี่เฉลี่ยของเครือข่ายหยุดชะงัก**



ผลการดำเนินงาน ปี 2565

- **99.87%**
ผลสำรวจการใช้งานของเครือข่าย
- **น้อยกว่า 0.042 ชั่วโมง/คน/ปี**
ดัชนีระยะเวลาหยุดชะงักของเครือข่าย*
- **น้อยกว่า 0.019 ครั้ง/คน/ปี**
ดัชนีความถี่เฉลี่ยของเครือข่ายหยุดชะงัก**

* อ้างอิง: System Average Interruption Duration Index (SAIDI)

** อ้างอิง: System Average Interruption Frequency Index (SAIFI)

การปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

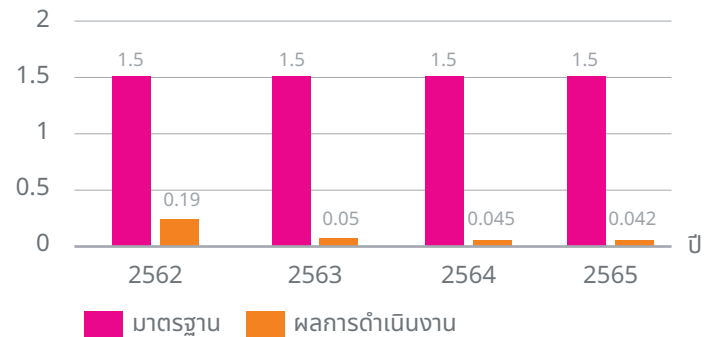
การเฝ้าติดตามเครือข่ายตลอด 24 ชั่วโมง 365 วัน

บริษัทฯ ได้นำระบบมอนิเตอร์โครงข่ายอัตโนมัติขั้นสูง (ADVANCE AUTONOMOUS NETWORK MONITORING) มาใช้เพื่อเตรียมความพร้อมในการป้องกันการหยุดชะงักของเครือข่าย ลดความเสี่ยงในการสร้างผลกระทบต่อการใช้บริการอย่างเหมาะสมและมีเสถียรภาพแบบ 24 ชั่วโมง 365 วัน โดยมีระบบเส้นทางสำรอง (REDUNDANCY SYSTEM) และระบบเครือข่ายใยแก้วนำแสงจัดการเส้นทางเดินข้อมูลอัตโนมัติสลับเลือกใช้งานเส้นทางเดินข้อมูลร่วมกับปัญญาประดิษฐ์ เช่น ระบบตรวจสอบความผิดปกติอัตโนมัติ (ABNORMALY DETECTION) ทำให้สามารถเห็นปัญหาก่อนที่ลูกค้าจะแจ้งเข้ามา และ REAL TIME DASHBOARD ที่ช่วยตรวจสอบเหตุขัดข้องที่เกิดขึ้น ทำให้สามารถมองเห็นภาพรวมของเครือข่าย เมื่อเกิดเหตุขัดข้องได้ทุกอุปกรณ์ พร้อมออกใบงานอัตโนมัติ (AUTO DISPATCH TICKET) ได้ 100% สามารถแก้ไขให้เครือข่ายกลับมาใช้งานได้ปกติด้วยความรวดเร็ว ทำให้การหยุดชะงักของเครือข่ายอยู่ในเกณฑ์เหนือกว่ามาตรฐาน

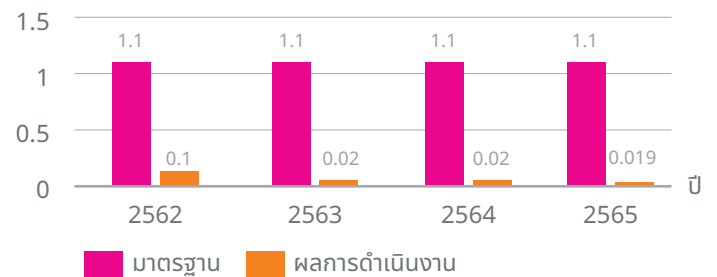


ความพร้อมใช้งานเครือข่าย

- ระยะเวลาการหยุดชะงักของเครือข่าย : ชั่วโมง/คน/ปี



- ความถี่เฉลี่ยเครือข่ายหยุดชะงัก : ครั้ง/คน/ปี



การตอบสนองต่อการหยุดชะงักของเครือข่ายที่เกิดจากภัยพิบัติ

การรับมือพายุไต้ฝุ่น “โนรู”

จากสถานการณ์ พายุไต้ฝุ่น “โนรู” ในปี 2565 ที่มีฝนตกหนักหลายพื้นที่ในภาคตะวันออก เฉียงเหนือ และตกหนักมากบริเวณจังหวัดอำนาจเจริญและอุบลราชธานี กลุ่มทรู ได้เตรียมความพร้อมรับมือด้านการสื่อสารอย่างเต็มพิกัด ส่งรถโมบายล์ชุมสายเคลื่อนที่เร็วหรือ COW และทีมวิศวกรกระจายลงทุกพื้นที่เสี่ยงที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบจากพายุโนรู พร้อมตั้งวอร์รูมเฝ้าระวังเครือข่ายสื่อสารทั่วประเทศแบบเรียลไทม์ตลอด 24 ชั่วโมงจนกว่าพายุจะสงบ และส่งทีมเข้าตรวจสอบเสาสัญญาณ วางมาตรการป้องกันสถานีชุมสายโดยการวางกระสอบทรายในชุมสายที่เคยเกิดน้ำท่วม เตรียมระบบไฟฟ้า น้ำมันสำรองไว้เพียงพอต่อสถานีฐานสำหรับใช้ในกรณีเกิดไฟฟ้าดับได้อย่างต่อเนื่องทันที อำนาจความสะดวกด้านการสื่อสารแก่ลูกค้าให้สามารถใช้บริการติดต่อสื่อสารกันได้อย่างต่อเนื่องไม่สะดุด



การพัฒนาคุณภาพเครือข่าย 5G เพื่อคุณภาพการให้บริการที่ครอบคลุม

87% เครือข่าย 5G ครอบคลุมจำนวนประชากรทั่วประเทศ

99.93% เครือข่าย 5G ครอบคลุมจำนวนประชากรในกรุงเทพฯ

กลุ่มทรู พัฒนาเครือข่าย 5G อย่างต่อเนื่องด้วยเทคโนโลยี มิลลิเมตรเวฟ รวมคลื่นความถี่ 2600MHz กับ 26GHz แบบ CARRIER AGGREGATION ทดสอบบนเครือข่ายจริงที่ จ.ปราจีนบุรี ได้ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูลสูงสุดถึง 10.38 Gbps และความเร็วในการอัปโหลดข้อมูลสูงสุดที่ 2.31 Gbps เป็นความเร็วสูงสุดที่เคยทดสอบในประเทศไทย และยกระดับประสบการณ์การใช้งานเครือข่ายทรู 5G ที่ดีที่สุด พัฒนาเครือข่าย 5G ร่วมกับโนเกียและควอลคอมม์ ส่งข้อมูลที่มีความเร็วระดับ GIGABIT บนคลื่น 26GHz ช่วยเพิ่มการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในพื้นที่ห่างไกล และลดข้อจำกัดการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านสายสัญญาณในรูปแบบ FIXED WIRELESS ACCESS ทดแทนไฟเบอร์อินเทอร์เน็ตบ้านใช้งาน เป็น HOTSPOT ในพื้นที่ที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตหนาแน่น และการใช้งาน IOT สำหรับภาคอุตสาหกรรมในอนาคตแบบ PRIVATE NETWORK ทั้งนี้บริษัทฯ มีแผนพัฒนาเครือข่าย TRUE 5G ให้ครอบคลุม 90% ของจำนวนประชากรใน 77 จังหวัดทั่วประเทศไทย เพื่อยกระดับประสบการณ์ด้านเครือข่ายที่ดีที่สุดสำหรับภาคธุรกิจ และประชาชน

เครือข่าย 5G ส่งเสริมคุณภาพชีวิตสังคมเมืองที่ยั่งยืน

ระบบการแพทย์ฉุกเฉิน SAVER (SMART APPROACH FOR VITAL EMERGENCY RESPONSES)



970 ราย ผู้ป่วยฉุกเฉินที่ได้รับการช่วยเหลือ

ในช่วงระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมาทรูได้พัฒนาเครือข่ายและมีส่วนร่วมในการทดลองทดสอบ พัฒนา 5G USE CASE ที่สำคัญ ตลอดจนขับเคลื่อนในเชิงพาณิชย์และภาคธุรกิจ โดยการเชื่อมโยงเครือข่ายคุณภาพ TRUE 5G ที่เร็ว แรง และมีเสถียรภาพจากการทุ่มเทพัฒนาอย่างต่อเนื่อง พร้อมนวัตกรรมโซลูชันอัจฉริยะครอบคลุมทุกบริการรองรับการใช้งานของโรงพยาบาลต่างๆ ช่วยสนับสนุนการทำงานของบุคลากรทางการแพทย์ ทำให้ประชาชนที่อยู่ห่างไกลเข้าถึงการแพทย์ทางไกล การแพทย์ฉุกเฉิน และการจัดการภายในโรงพยาบาลอย่างมีประสิทธิภาพ



TRUE 5G X การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย SMART STATION (สถานีกลางกรุงเทพอภิวัฒน์)

136,000 คน/วัน

จำนวนผู้ใช้บริการสถานีกลางกรุงเทพอภิวัฒน์



บริษัทฯ จัดตั้งต้นแบบสถานีอัจฉริยะที่ใช้เทคโนโลยี ทรู 5G รวมถึงโซลูชันต่างๆ เติมรูปแบบแห่งแรกในประเทศไทยและในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ช่วยเหลือนักเดินทางทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ราว 136,000 คน/วัน ให้ได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็ว และปลอดภัย ในการใช้บริการมากยิ่งขึ้น การให้บริการที่เชื่อมต่อด้วยสัญญาณคุณภาพ ทรู 5G ประกอบด้วย

1. ฟันยนต์ต้อนรับ SRT BOT ให้บริการช่วยเหลือผู้โดยสาร ทั้งบริการข้อมูล การเดินทาง นำทางในสถานี แนะนำเส้นทางการท่องเที่ยว ได้ตอบโต้แบบเรียลไทม์ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พร้อมสอดส่องดูแลความปลอดภัยภายในสถานี
2. รถเข็นอัจฉริยะ ช่วยเหลือผู้สูงอายุและผู้ทุพพลภาพ ให้สามารถเคลื่อนที่ไปยังพื้นที่เป้าหมายอัตโนมัติ ควบคุมด้วยระบบสัมผัสผ่านหน้าจอสัมผัสตัวรถ มีระบบเซ็นเซอร์แจ้งเตือนเมื่อเข้าใกล้สิ่งของต่างๆ และหยุดเมื่อถึงระยะที่ใกล้เกินกำหนด พร้อมปุ่มสัญญาณขอความช่วยเหลือฉุกเฉิน
3. ระบบปัญญาประดิษฐ์ เชื่อมต่อกล้องวงจรปิดทั่วทั้งสถานี และในอนาคตจะเชื่อมต่อ ไปยังหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มความปลอดภัยแก่ประชาชน และผู้ให้บริการ

การขยายเครือข่ายให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานในพื้นที่ห่างไกลอย่างทั่วถึง

บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นให้บริการด้วยคุณภาพสัญญาณที่ดีที่สุดอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมพื้นที่ให้ได้มากที่สุดเพื่อลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงการใช้งานอินเทอร์เน็ต ด้วยความพร้อมของคุณภาพสัญญาณการให้บริการในพื้นที่ขยายเสาสัญญาณ 4G 5G จากทรูมูฟเอชและสัญญาณอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์จากทรูออนไลน์ ไปยังพื้นที่ห่างไกล เช่น บนภูเขาสูง บนเกาะ พื้นที่ชายขอบ และแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่ไม่มีสัญญาณโทรศัพท์มือถือ ทำให้สามารถเปิดรับการสื่อสารกับโลกภายนอกได้เท่าเทียมกับพื้นที่อื่น

การขยายเครือข่ายไปยังพื้นที่ไม่เคยมีสัญญาณโทรศัพท์ ณ หมู่บ้านห้วยมะเกลือ อ.เวียงป่าเป้า จ.เชียงราย

บริษัทฯ ร่วมมือกับ คณะกรรมการกิจการสื่อสารโทรคมนาคมและดิจิทัล เพื่อเศรษฐกิจและสังคม การกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ติดตั้งเสาสัญญาณ 4G ในพื้นที่ไม่เคยมีสัญญาณมือถือที่หมู่บ้านห้วยมะเกลือ อ.เวียงป่าเป้า จ.เชียงราย เพิ่มโอกาสทางการสื่อสาร การศึกษาและอาชีพให้กับชาวบ้านในการขายสินค้าเกษตรออนไลน์ โปรโมทโฮมสเตย์ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) สามารถทำงานผ่านมือถือ กระจายข่าวสารและช่วยเหลือกรณีเกิดภัยพิบัติในการติดต่อส่งผู้ป่วยไปรับการรักษา



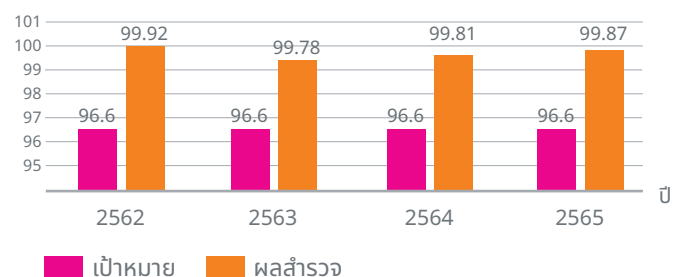
ห้องเรียนบนดอย โรงเรียนบ้านป่าขางนาเงิน อ.แม่ฟ้าหลวง จ.เชียงราย

บริษัทฯ ยังได้สนับสนุนติดตั้งเครือข่าย 5G และอินเทอร์เน็ต จัดตั้งห้องเรียนบนดอยที่ทันสมัยที่สุดที่โรงเรียนบ้านป่าขางนาเงิน อ.แม่ฟ้าหลวง จ.เชียงราย ส่งผลให้ครูและนักเรียนใช้อุปกรณ์ดิจิทัลเสริมการเรียนรู้แบบครบวงจรในโครงงานวิชาต่างๆ นำแว่นเสมือนจริงและสื่อ 360 องศา มาประกอบการเรียนรู้สร้างแรงบันดาลใจให้กับเยาวชนในพื้นที่ห่างไกล พร้อมต่อยอดเปิดร้านค้าออนไลน์ที่ใกล้ชิดชอบชายแดนไทยและแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

ความพึงพอใจในการใช้งานเครือข่าย

ด้วยคุณภาพของสัญญาณและความพร้อมใช้งานของเครือข่ายในการตอบสนองความต้องการใช้งานของลูกค้า บริษัทฯ ทำการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าต่อความพร้อมใช้งานเครือข่ายในประเด็นการขาดหายของสัญญาณโดยกำหนดเป้าหมายตามเกณฑ์ US FEDERAL COMMUNICATION COMMISSION (US FCC RULES) ต้องมากกว่าร้อยละ 96.60 และผลการสำรวจการให้บริการของทรูได้รับความพึงพอใจในความพร้อมใช้งานของเครือข่ายสูงถึงร้อยละ 99.87 ในปี 2565

• ผลการสำรวจความพึงพอใจในความพร้อมใช้งานเครือข่ายของทรู: ร้อยละ



ก้าวต่อไป

สนับสนุนการพัฒนา 5G และประสานความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาครัฐให้นำเทคโนโลยี 5G มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

พัฒนาอุปกรณ์ที่เชื่อมต่อกับเครือข่าย 5G ให้กับหน่วยงานของรัฐและประชาชนทั่วไป ได้มีโอกาสเข้าถึงบริการได้ง่ายขึ้น และเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันให้เป็นผู้นำเทคโนโลยี 5G ในระดับโลก



การบริหารลูกค้าสัมพันธ์

(GRI 2-29, 3-3, PA2, PA5, PA11)



ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง
สร้างความพึงพอใจสูงสุด
จากการให้บริการ โดยใช้
เทคโนโลยีดิจิทัล

แนวทางการบริหารจัดการ

ปัจจุบันลูกค้ามีความคาดหวังในสินค้าและบริการที่สูงขึ้น การมุ่งเน้นลูกค้าจึงมีความสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนให้การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน กลุ่มทรูให้ความสำคัญกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โดยยังคงยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางในการดำเนินงานด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการตอบสนองความต้องการ สร้างประสบการณ์ที่ดีและสร้างความพึงพอใจสูงสุดในทุกๆ ด้าน รวมถึงการพัฒนาปัญญาประดิษฐ์และนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาให้บริการผ่านระบบอัตโนมัติและออนไลน์ เพิ่มความสะดวก รวดเร็ว ตรงตามความต้องการของลูกค้าในระยะเวลาที่กำหนด ตลอดจนให้ความสำคัญในการให้บริการที่เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล PDPA โดยเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าที่ได้รับการฝึกอบรมตามมาตรฐานการให้บริการ และข้อกำหนดสากล CUSTOMER OPERATION PERFORMANCE CENTER FOR CUSTOMER SERVICE PROVIDER (COPC FOR CSP) ให้บริการคุณภาพมาตรฐานเดียวกันในทุกช่องทาง

บริษัทฯ มุ่งเน้นการให้บริการแบบ TRUE HEART ตั้งต้นจากความสุขของพนักงานเพื่อส่งมอบความสุขให้กับลูกค้าในทุกจุดของงานบริการ มุ่งสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้ลูกค้า ภายใต้สโลแกน “ใส่ใจ รู้จริง คิดเพื่อ เพื่อความสุขใจ” ตลอดจนมีการทบทวนผลการปฏิบัติงานและประสบการณ์ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอโดยผู้บริหาร นำข้อมูลมาวิเคราะห์และพัฒนาการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการ สร้างความเชื่อมั่น และสร้างประสบการณ์ที่ดีตรงตามมาตรฐานการให้บริการ



เป้าหมายปี 2565

90%

คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการผ่านระบบ iCSAT



ผลการดำเนินงาน ปี 2565

93%

คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการผ่านระบบ iCSAT

การปรับปรุงพัฒนาด้านบริการอย่างต่อเนื่อง

TRUE iSERVICE เทคโนโลยีในการให้บริการในรูปแบบดิจิทัล

บริษัทฯ นำแอปพลิเคชันที่พัฒนาให้เป็นเสมือน VIRTUAL TRUE SHOP มาใช้ให้ลูกค้าสามารถจัดการข้อมูลการใช้งานทุกผลิตภัณฑ์ ทั้ง ทรูมูฟ เอช ทรูออนไลน์ และ ทรูวิชั่นส์ ด้วยตนเองไม่ต้องเดินทางไปที่ทรูซ้อป โดยให้บริการครอบคลุม 4 กลุ่มหลัก

- การบริการที่สามารถทำได้ด้วยตนเอง (SELF-SERVICE) เช่น การเปลี่ยนซิมเป็น eSIM การลงทะเบียนซิมใหม่ การตรวจสอบการใช้งานและค่าบริการ
- การปรับเปลี่ยนแพ็คเกจตามต้องการ (CUSTOMIZATION) เช่น เปลี่ยนแพ็คเกจ เปลี่ยนโปรโมชั่น หรือซื้อแพ็คเกจเสริม
- แก้ไขปัญหาการใช้งานด้วยตนเองตลอด 24 ชั่วโมง (PROBLEM-SOLVING) เช่น การแก้ไขปัญหา WI-FI หรือการจัดการ SMS โฆษณา
- การใช้สิทธิประโยชน์ (PRIVILEGE) ต่างๆ



การให้บริการผ่านช่องทางดิจิทัล

กลุ่มทรู ปรับเปลี่ยนการให้บริการโดยการมุ่งเน้นการให้บริการผ่านช่องทางดิจิทัลในทุกการให้บริการของลูกค้า เพื่ออำนวยความสะดวกและรวดเร็วให้ลูกค้า ลดระยะเวลาการดำเนินการที่สามารถทำธุรกรรมผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มได้ตลอด 24 ชั่วโมง ตลอดการใช้สินค้าและบริการของทรู

ในปี 2565 มีจำนวนลูกค้าใช้บริการผ่านช่องทางดิจิทัล 75.55% เทียบกับรายการทั้งหมด ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ร้อยละ 75 และมีรายได้จากการบริการผ่านช่องทางดิจิทัลเทียบกับรายได้ทั้งหมดร้อยละ 60.67 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ร้อยละ 60



75.55 %

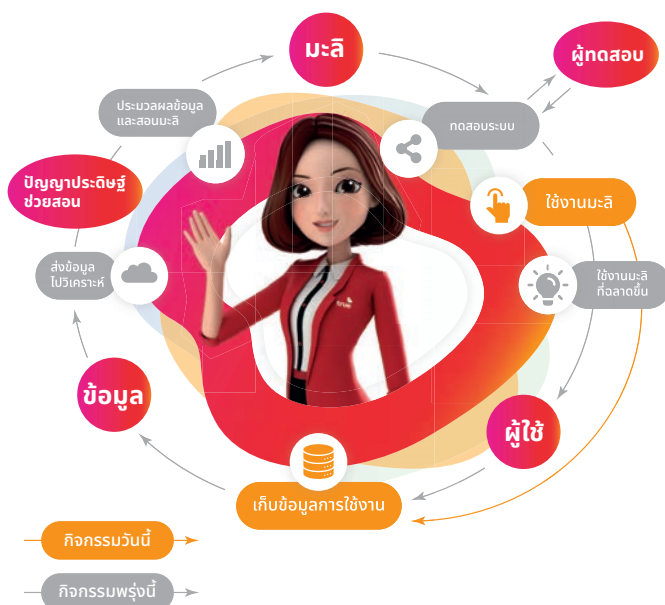
บริการผ่านช่องทางดิจิทัล
เทียบกับรายการทั้งหมด



60.67 %

รายได้จากบริการผ่านช่องทาง
ดิจิทัลเทียบกับรายได้ทั้งหมด

การพัฒนาการให้บริการดิจิทัลที่โดดเด่น ปี 2565



บริษัทฯ ได้นำข้อเสนอแนะจากการประเมินความพึงพอใจของลูกค้ามาปรับปรุงกระบวนการ นำเทคโนโลยีมาพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการของลูกค้า สร้างความพึงพอใจ ด้านความสะดวก รวดเร็ว โดยมีผลงานการให้บริการดิจิทัลที่โดดเด่น อาทิ

- พัฒนา INTERACTIVE SCRIPT ของ MARI CHATBOT ให้มีความเป็นธรรมชาติมากขึ้น จัดเรียงหน้าจอตาม CUSTOMER BEHAVIOR และเพิ่มเมนูบริการเร่งด่วนทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการและสิ้นสุดการใช้บริการด้วยตนเองที่เร็วขึ้น
- พัฒนา MARI VOICE BOT ให้สามารถให้บริการได้มากกว่า 38 บริการ ด้วยการโต้ตอบแบบ HUMAN BEING ทำให้ลูกค้าเข้าสู่บริการที่ต้องการได้ใน 2 ขั้นตอนการทำงาน
- พัฒนา IVR SELF SERVICE 1242 และ FREE SELF SERVICE *1242 เชื่อมต่อระบบ IVR กับการให้บริการลูกค้าแบบ PREDICTION ANALYSIS ทำให้คาดเดาปัญหาและเสนอบริการที่ตรงต่อความต้องการได้ทันที และออกแบบการให้บริการตาม BEST PRACTICE AGENT ส่งมอบบริการที่สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและการบริการหลังการขาย

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทฯ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าควบคู่กับการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอตามนโยบายการสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียในการรับฟังและตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า โดยมีช่องทางสื่อสารผ่าน ศูนย์บริการลูกค้า การติดต่อโดยตรงจากทีมบริการ สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ อีเมล การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าที่ทำต่อเนื่องตลอดทั้งปี และคอลเซ็นเตอร์ 1242 ที่ให้บริการ 24 ชั่วโมง ตลอดจนการมีกิจกรรมและโครงการต่างๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น

- โครงการ “ใช้ทรูพอยท์ช่วยเหลือผู้ประสบภัยผ่านทรูมันนี่” โดยใช้ทรูพอยท์แลกแทนเงินร่วมบริจาค ช่วยเหลือผู้ประสบภัยทางธรรมชาติ ให้กับสภาอากาศไทย และองค์กรการกุศลต่างๆ
- มอบสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าที่จ่ายบิลตรงเวลาอัตโนมัติ รับทรูพอยท์และส่วนลดค่าบริการรายเดือน
- ลูกค้าสามารถตรวจสอบเบอร์มิจาชีพ โดยโทร. 9777 ระบบจะแจ้งผลผ่าน SMS แจ้งกสทช. และศูนย์ปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (ศปอส.ตร.) เพื่อบล็อกเบอร์มิจาชีพ

บริการหลังการขายที่ลูกค้าร้องขอ



91.6% ของจำนวนบริการที่ร้องขอ ดำเนินการแล้วเสร็จใน 24 ชั่วโมง

96.6% ของจำนวนบริการที่ร้องขอ ดำเนินการแล้วเสร็จใน 72 ชั่วโมง

เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและคุณภาพการบริการ กรณีที่มีลูกค้าติดต่อเข้ามาสอบถาม ร้องขอบริการหลังการขายทุกประเภทบริการ รวมถึงข้อร้องเรียนและการแนะนำบริการ บริษัทฯ ได้ปรับปรุงระยะเวลาในการให้บริการแต่ละการร้องขอ (SERVICE REQUEST:SR) โดยลดระยะเวลาการดำเนินการพร้อมส่งมอบบริการที่ร้องขอแล้วเสร็จ

บริษัทฯ ได้พัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงานในการตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ครอบคลุมครบทุกส่วนงานเพื่อลดขั้นตอน ปรับปรุงและพัฒนาระบบเพื่อให้บริการแทนพนักงาน เพิ่มอำนาจการตัดสินใจในการให้บริการเพื่อลดระยะเวลาในการจัดการ ควบคุมการทำงานในทุกขั้นตอน ตลอดจนติดตามตรวจสอบการทำงานให้เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการ และมี CASE MANAGEMENT DAILY TOWN HALL ในการติดตามผลการปฏิบัติงานรายวันเพื่อรับทราบปัญหาและหาแนวทางแก้ไขรวมถึงปรับปรุงการให้บริการลูกค้าให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยและกลุ่มเปราะบาง

แพ็คเกจพิเศษสำหรับผู้มีรายได้น้อย



54,000 ราย ลูกค้าใช้แพ็คเกจอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้มีรายได้น้อย

สำหรับผู้ที่มีรายได้น้อย นักเรียนและนักศึกษา บริษัทฯ ได้จัดทำแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตราคาประหยัดและเหมาะสมกับการใช้งานของลูกค้าแต่ละกลุ่ม พร้อมซิมทรูมูฟ เอช ที่ลูกค้าสามารถรับเน็ตซิม 2GB ได้ฟรีทุกเดือนๆ ละ 1 ครั้ง และสามารถนำทรูพอยท์มาแลกการใช้บริการโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต ตลอดจนใช้เน็ตฟรีจากแอปพลิเคชันทรูไอดี ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังร่วมกับกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ออกแพ็คเกจมือถือราคาถูกพร้อมโปรโมชั่นราคาพิเศษช่วยเหลือชาวไทยลดค่าใช้จ่ายด้านการสื่อสาร

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังช่วยเหลือลูกค้าที่ประสบภัยธรรมชาติ โดยขยายระยะเวลาการชำระค่าบริการ ลดราคาค่าบริการและให้บริการโดยไม่คิดค่าบริการในขณะประสบภัยพิบัติ

แพ็คเกจสำหรับกลุ่มเปราะบาง DEAF SIM และ BLIND SIM

กลุ่มทรู ดูแลลูกค้าที่ต้องการบริการพิเศษอย่างต่อเนื่องเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของกลุ่มเปราะบาง เสนอแพ็คเกจที่เหมาะสมต่อการใช้งาน ได้แก่ BLIND SIM สำหรับผู้บกพร่องทางการมองเห็น และ DEAF SIM สำหรับผู้บกพร่องทางการได้ยิน พร้อมพัฒนาบริการเสริมอำนวยความสะดวกในการใช้งานที่เหมาะสมของผู้ใช้งานของซิมทั้ง 2 ประเภท และเพิ่มฟังก์ชันอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย สนับสนุนผู้พิการในการสื่อสารได้เท่าเทียมกับคนอื่นๆ ในสังคม



บริษัทฯ ยังออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มการเข้าถึงการสื่อสารหลากหลายทางภาษา เช่น ซิมสำหรับนักท่องเที่ยวซึ่งรองรับภาษาอังกฤษ จีน และญี่ปุ่น และซิมพม่าสำหรับชาวพม่าที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย

มาตรฐานการให้บริการและการประเมินความพึงพอใจลูกค้า

มาตรฐานคุณภาพสินค้าและการให้บริการ



5 ภาษา คอลเซ็นเตอร์ที่ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

บริษัทฯ คัดสรรสินค้าที่ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดสากล และข้อกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่ได้มาตรฐานและมีความปลอดภัยสูงสุด ตลอดจนร่วมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์กับคู่ค้าทางธุรกิจเพื่อให้สินค้ามีความทันสมัย และตรงตามความต้องการของลูกค้าภายใต้แบรนด์ทรู ตอบสนองการใช้งานให้กับคนไทยในราคาที่เหมาะสมเข้าถึงได้

การบริการหลังการขายของบริษัทฯ ทำให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าจะได้รับการดูแลจากทรูอย่างดีตลอดระยะเวลาการใช้งานสินค้าและบริการ โดยสามารถปรึกษา ขอคำแนะนำในการใช้งานได้จากพนักงานขาย และให้บริการที่ทรูซ้อป ตัวแทนขายหรือพันธมิตรทางการค้าของทรู และคอลเซ็นเตอร์ที่ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ด้วยบริการ 5 ภาษา ได้แก่ ไทย อังกฤษ จีน พม่า และญี่ปุ่น

การติดตามตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการของพันธมิตรทางธุรกิจ

เพื่อให้ลูกค้าได้รับการที่เป็นมาตรฐานเดียวกันในทุกช่องทาง การให้บริการจากตัวแทนขายหรือพันธมิตรทางธุรกิจ เหมือนได้รับการโดยตรงจากบริษัทฯ ทั้งนี้ได้กำหนดมาตรฐานการให้บริการและแนวทางในการปฏิบัติงาน โดยฝึกอบรมพนักงานก่อนปฏิบัติงานร้อยละ 100 และมีคอลเซ็นเตอร์เฉพาะสำหรับพันธมิตรทางธุรกิจให้คำปรึกษา ในการให้บริการลูกค้าพร้อมทั้งมีการตรวจสอบในทุกขั้นตอน การดำเนินงานโดยผู้ตรวจประเมินทั้งภายในและภายนอกองค์กร ตามกรอบมาตรฐาน ISO 9001:2015 ISO 14001:2015 และ ISO 45001:2018

บริษัทฯ ได้ติดตั้ง TABLET VDO CALL COUNTER ให้บริการหลังการขายและงานติดตั้งแก่ลูกค้า ผ่าน VDO CALL SELF SERVICE เพื่อให้ลูกค้าใช้บริการผ่านระบบดิจิทัลโดยไม่ต้องไปซื้อ

การรักษาความลับและข้อมูลลูกค้า



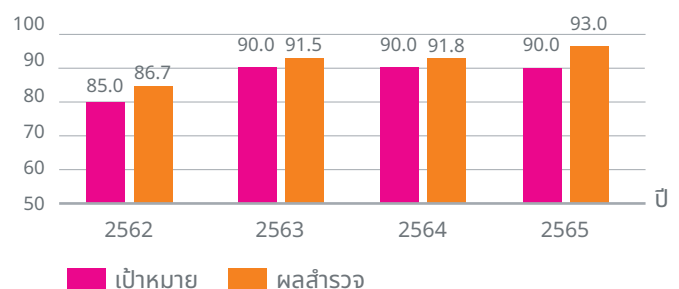
100% การรักษาความลับและข้อมูลลูกค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับข้อมูลของลูกค้าในการรักษาความลับและการเข้าถึงข้อมูลของลูกค้า โดยมีนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นแนวปฏิบัติสำหรับพนักงานที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับข้อมูลของลูกค้า และพนักงานทุกคนที่มีโอกาสเข้าถึงข้อมูลลูกค้า พร้อมมีบทลงโทษกรณีมีการกระทำการเป็นการฝ่าฝืนต่อนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล กำหนดวิธีการเก็บรักษาและระยะเวลาในการเก็บรักษา รวมถึงสิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตาม พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยในปี 2565 บริษัทฯ ไม่พบการกระทำผิดต่อการรักษาความลับและข้อมูลลูกค้า

การประเมินความพึงพอใจลูกค้า

บริษัทฯ ได้สำรวจความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าทุกรายอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอผ่านระบบการประเมินความพึงพอใจออนไลน์ (iCSAT) ผลการสำรวจ ปี 2565 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการสูงถึงร้อยละ 93 โดยลูกค้าส่วนใหญ่พึงพอใจต่อการบริการของพนักงานที่กระตือรือร้น เอาใจใส่ได้รับคำแนะนำตามต้องการ มีความสุภาพ ติดตามงานดี และให้คำแนะนำดี ให้บริการที่ครบถ้วน ส่วนสิ่งที่ลูกค้าต้องการให้ปรับปรุง อาทิ ความล่าช้าในการติดตามงาน การรอคิวนาน รอสายนาน และขั้นตอนการทำงานบางเรื่องที่ยุ่งยาก ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้นำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงกระบวนการให้บริการ ตลอดจนนำมาจัดทำแผนในการพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

• ผลสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (iCSAT): %



ก้าวต่อไป

ยกระดับคุณภาพมาตรฐานการให้บริการ ด้วยการส่งมอบผลิตภัณฑ์ IOT และเทคโนโลยีโซลูชันใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจ และครองใจลูกค้า

พัฒนา VOICE BOT และ CHATBOT เป็น VIRTUAL ASSISTANCE SERVICE เต็มรูปแบบ และพัฒนา DIGITAL SELF SERVICE ที่สามารถคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า เสนอบริการได้ตรงตามความต้องการเฉพาะเป็นรายบุคคล



การบริหารจัดการนวัตกรรม

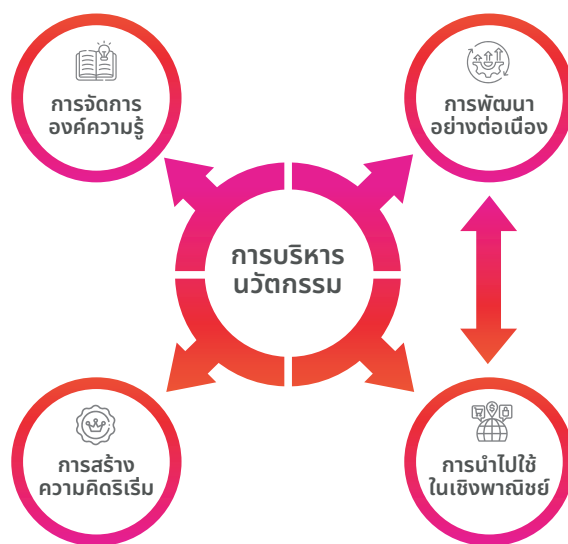
(GRI 3-3, PA11)



นำศักยภาพด้านเทคโนโลยีดิจิทัล มาพัฒนานวัตกรรม เพื่อตอบโจทย์ ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ สร้างคุณค่าระยะยาวให้แก่สังคม

แนวทางการบริหารจัดการ

กลุ่มทรู อยู่ในอุตสาหกรรมที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรมและความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเป็นสิ่งสำคัญ นั่นคือเหตุผลที่บริษัทฯ ยังคงดำเนินการพัฒนา งานวิจัยและนวัตกรรมด้วยแนวทาง นวัตกรรมแบบเปิด ในการตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภค พร้อมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน มุ่งเน้น การสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า สร้างสรรค์นวัตกรรมตอบสนอง การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนให้ความสำคัญ กับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เน้นความรวดเร็วในการพัฒนานวัตกรรม เพื่อลดต้นทุน สร้างรายได้ และให้ความสำคัญกับทรัพย์สินทางปัญญา สนับสนุน นวัตกรรมในทุกระดับโดยคณะกรรมการและคณะทำงานด้านนวัตกรรม และความยั่งยืน ด้วยเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญมีประธานคณะกรรมการ บริหารเป็นผู้ผลักดันอย่างต่อเนื่องร่วมขับเคลื่อนสังคมไทยให้ก้าวสู่ยุคดิจิทัล อย่างเต็มรูปแบบ



เป้าหมายปี 2565

50%

มูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์และ บริการใหม่เชิงนวัตกรรมสูงขึ้น*

15

ผลงาน สิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตร



ผลการดำเนินงาน ปี 2565

56.6%

มูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์และ บริการใหม่เชิงนวัตกรรมสูงขึ้น*

17

ผลงาน สิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตร

* เทียบกับปีฐาน 2558

ระบบนิเวศด้านนวัตกรรมแบบปิดและนวัตกรรมแบบเปิด

นวัตกรรมแบบปิด (นวัตกรรมภายในบริษัทฯ)



*ผลการดำเนินงาน
สะสมปี 2561-2565

4,567 นวัตกรรมสะสม
1,493 ผลงานนวัตกรรมสะสม
74 สิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรสะสม
7,856 ล้านบาท มูลค่าผลิตภัณฑ์สะสม

กลุ่มทรู มุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรม และเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ๆ ภายใต้แนวคิดการสร้างนวัตกรรมเพื่อสังคมที่ยั่งยืน ด้วยกระบวนการสร้างนวัตกรรมของบริษัทฯ ในการสร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการ และสามารถต่อยอดเป็นธุรกิจใหม่ที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่องค์กร มุ่งสู่การเป็น TECH COMPANY โดยมีศูนย์นวัตกรรมเป็นหน่วยงานหลักที่สำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ โดยยึดกระบวนการ NEW PRODUCT DEVELOPMENT (NPD) โดยมี ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาแบบ NPD ดังนี้

บรอดแบนด์ไร้สายความเร็วสูงสำหรับธุรกิจรีเทล
(TRUE 5G FIXED WIRELESS ACCESS FOR RETAIL)

565 สถานประกอบการ
3.3 ล้านบาท รายได้จากการติดตั้ง ตัวรับสัญญาณ

ตัวรับสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่รับสัญญาณจากเครือข่ายไร้สายความเร็วสูง 5G เพื่อกระจายสัญญาณต่อไปยังระบบเครือข่ายภายในบ้าน อาคาร สำนักงาน ร้านค้า หรือบริษัทขนาดเล็ก ด้วยความเร็วในระดับ GIGABYTE ทำให้ไม่ต้องเดินสายไฟเบอร์ ติดตั้งได้ง่ายและรวดเร็ว สามารถใช้งานได้ในพื้นที่ที่ไม่เหมาะสมต่อการเดินสายสัญญาณ

นวัตกรรมแบบเปิด (นวัตกรรมภายนอกบริษัทฯ)



9 สถาบันการศึกษา
48 โครงการวิจัย

ทรูแลป ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกองค์กรและกลุ่มเอกชน อาทิ สถาบันการศึกษาของรัฐและเอกชน หน่วยงานของรัฐ บริษัทในเครือฯ คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจในการร่วมพัฒนานวัตกรรมแบบเปิด มีตัวอย่างผลงานในปี 2565 ดังนี้

โครงการประกวดจรวดความเร็วเสียง



ร่วมวิจัยและพัฒนา กับ นิสิตชมรมซียูฮาร์ (CHULALONGKORN UNIVERSITY HIGH ALTITUDE RESEARCH CLUB-CUHAR) คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นตัวแทนประเทศไทย ส่งจรวดความเร็วเสียง ชื่อ “เคอร์เซอร์-1” (CURSR-1) เข้าร่วมแข่งขัน “SPACEPORT AMERICA CUP 2022” ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา

โครงการ FROM GEN Z TO BE CEO



ร่วมมือกับกระทรวงพาณิชย์ ปั่นไอเดียยุคใหม่ สร้างเจเนซีให้เป็นซีโอ “FROM GEN Z TO BE CEO” บนแพลตฟอร์มดิจิทัล สร้างความเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาตั้งแต่ยังเรียน เพื่อสร้างความพร้อมสำหรับการทำงานในภาคธุรกิจ โดยร่วมฝึกปฏิบัติงานกับพันธมิตร พัฒนาสู่การเป็น START UP มีนักศึกษาเข้าร่วมโครงการกว่า 15,000 คน จาก 94 สถาบันการศึกษา

รวมถึงการลงทุนในสตาร์ทอัพที่มีศักยภาพร่วมพัฒนาเทคโนโลยี และสร้างสรรค์นวัตกรรมสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตอบสนองการใช้ชีวิตของสังคมยุคใหม่



*ผลการดำเนินงาน
สะสมปี 2561-2565

1,200 START UP สะสม
109 บริษัทพันธมิตรสะสม
35 บริษัทและนักลงทุน
ในธุรกิจใหม่สะสม

ผลงานต้นนวัตกรรม ปี 2565

นวัตกรรมเชิงธุรกิจ



นวัตกรรมเทคโนโลยีเกษตรอัจฉริยะครบวงจร

นวัตกรรมเทคโนโลยีการเกษตรอัจฉริยะครบวงจร ผสานเทคโนโลยีดิจิทัลสุดล้ำ “การเกษตรแม่นยำ” (PRECISION FARMING) บริหารจัดการฟาร์มผ่านแพลตฟอร์มอัจฉริยะ พร้อมวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกลดต้นทุน ผลิตผลสูงทางการเกษตร ครอบคลุม 5 กลุ่มธุรกิจเกษตร ทั้ง พืช ปศุสัตว์ และประมง ได้แก่



1. กลุ่มธุรกิจพืช:

โซลูชัน “ทรู ฟาร์ม โดรน” (TRUE FARM DRONE) และโซลูชัน “ทรู ฟาร์ม โกรว์” (TRUE FARM GROW)



2. กลุ่มธุรกิจไก่:

ระบบฟาร์มอัตโนมัติ (FARM AUTOMATION)



3. กลุ่มธุรกิจหมู:

อุปกรณ์ไอโอทีสำหรับระบบฟาร์มอัตโนมัติ



4. กลุ่มธุรกิจกุ้ง:

เทคโนโลยีไอโอทีและอุปกรณ์เซ็นเซอร์ ช่วยดูแลกุ้ง



5. กลุ่มธุรกิจโคนม:

อุปกรณ์ไอโอทีช่วยดูแลสุขภาพโคนม

นวัตกรรม หมอดี บาย ทรู เฮลท์



97K จำนวนยอดดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน

500 จำนวนแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ

20 จำนวนสาขาเฉพาะทางที่ให้บริการ

นวัตกรรม MORDEE BY TRUE HEALTH แพลตฟอร์มดูแลสุขภาพอัจฉริยะ ขอคำปรึกษาและหาหมอออนไลน์ได้ทุกที่พร้อมบริการส่งยาถึงบ้านและเคลมประกันกับพันธมิตรบริษัทประกันภัยโดยไม่ต้องสำรองจ่าย สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ไม่ต้องเดินทางไปคลินิกหรือโรงพยาบาล ดูแลสุขภาพโดยทีมแพทย์และผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันชั้นนำกว่า 500 คน ครอบคลุมกว่า 20 สาขาเฉพาะทาง ทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิต รวมถึงคลินิกเฉพาะทางที่ให้บริการด้านสุขภาพได้อย่างครบถ้วนและสะดวกสบายยิ่งขึ้น ทั้งนี้ในอนาคตจะมีการอัปเดตฟังก์ชันให้สามารถรองรับการใช้งานได้อย่างสะดวกสบายและครอบคลุมบริการทางการแพทย์ที่มากขึ้น รวมถึงบริการร้านยา เวชภัณฑ์ และสินค้าสุขภาพ แบบออนไลน์โดยเภสัชกรชำนาญการ



TRUE ROBOTICS หน่วยวิจัยและพัฒนาหุ่นยนต์ ส่งเสริมคุณภาพชีวิตยั่งยืน

TRUE ROBOTICS ศูนย์วิจัยและพัฒนาหุ่นยนต์ของกลุ่มทรู ที่สร้างขึ้นเพื่อตอบโจทย์และแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้งานในหลากหลายรูปแบบ ทั้งหุ่นยนต์ที่เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และหุ่นยนต์บริการที่เติมไปด้วยฟังก์ชันต่างๆ ในการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวก ปัจจุบันมุ่งเน้นการพัฒนาหุ่นยนต์ใช้ในบ้าน และหุ่นยนต์บริการ ด้วยฝีมือคนไทยทำให้มีต้นทุนต่ำลง มีราคาที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ตลอดจนเร่งพัฒนาแพลตฟอร์มที่ช่วยให้หุ่นยนต์สามารถรับคำสั่งได้หลากหลาย เช่น เชื่อมต่อระบบ SMART HOME ภายในบ้าน ตรวจสอบค่าสัญญาณอินเทอร์เน็ต บันทึกประวัติสุขภาพผู้สูงอายุหรือคนไข้สามารถติดต่อทางไกลกับหมอผ่านแพลตฟอร์มการวินิจฉัยและจ่ายยาทางไกล

ในอนาคตมีแผนพัฒนาหุ่นยนต์ที่ตอบโจทย์เทรนด์โลกที่เปลี่ยนไป เช่น หุ่นยนต์สอนหนังสือนักเรียนที่อยู่ห่างไกลและขาดแคลนครูที่มีความเชี่ยวชาญในบางสาขาวิชา หุ่นยนต์ส่งยาในโรงพยาบาลที่ทำงาน 24 ชั่วโมง หุ่นยนต์เพื่องานเฉพาะด้าน เช่น หุ่นยนต์ทำความสะอาดฆ่าเชื้อ ฉีดพ่นในสถานที่จำกัดที่อาจเป็นอันตรายต่อมนุษย์ และหุ่นยนต์ที่ใช้ประกอบการเรียนการสอนของแพทย์

true
ROBOTICS



นวัตกรรมเชิงสังคม



นวัตกรรม หุ่นยนต์ช่วยสอน

บริษัทฯ ใช้นวัตกรรมหุ่นยนต์ช่วยเหลือนักเรียนในการลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาผ่านโครงการ CONNEXT ED โดยนำคอร์สเกี่ยวกับการสร้างหุ่นยนต์บรรจุเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนการสอนในโรงเรียนต่างๆ และมีการทำหุ่นยนต์ต้นแบบเพื่อใช้ใน SMART CLASSROOM ให้หุ่นยนต์ทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างครูชาวต่างชาติกับน้องๆ ในชนบทห่างไกล จนสามารถสื่อสารกันได้ ส่งเสริมให้เด็กนักเรียนได้เรียนรู้อย่างสนุกสนาน กล้ามีปฏิสัมพันธ์มากขึ้น ตลอดจนการจัดกิจกรรมโรดโชว์นำหุ่นยนต์ไปแนะนำด้วยโรงเรียนต่างๆ กว่า 1,000 โรงเรียน เพื่อเปิดมุมมองและสร้างแรงบันดาลใจให้กับเยาวชนในการมีส่วนร่วมสร้างสังคมที่ดีในอนาคต



นวัตกรรมเชิงสิ่งแวดล้อม

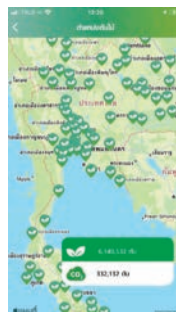


นวัตกรรม กังหันลมแนวตั้งเพื่อผลิตกระแสไฟฟ้า

บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรีในการวิจัยติดตั้งกังหันลมที่เสาสัญญาณโทรศัพท์ของทรูเพื่อจ่ายกระแสไฟฟ้าให้กับอุปกรณ์เครือข่ายเป็นการใช้พลังงานสะอาดทดแทนการใช้พลังงานไฟฟ้าจากระบบสายส่งเพิ่มขึ้นจากแผงโซลาร์เซลล์ที่ติดตั้งไปก่อนหน้านี้ โดยเริ่มทดลองในพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงขยายผลติดตั้งบนเสาสัญญาณในเขตที่มีกำลังลมสูงทั่วประเทศ เพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรที่เป็นกลางทางคาร์บอน ในปี 2573

แอปพลิเคชัน WE GROW

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับนวัตกรรมเชิงสิ่งแวดล้อมมาโดยตลอดโดยมุ่งมั่นพัฒนาแอปพลิเคชัน WE GROW อย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมสร้างจิตสำนึกผ่านกิจกรรมในการมีส่วนร่วมปลูกต้นไม้เพิ่มพื้นที่สีเขียวมากขึ้น ในปี 2565 ได้พัฒนาระบบการแจ้งเตือนข้อมูลการปลูกต้นไม้จัดหมวดหมู่ตามองค์กรหน่วยงานหรือโครงการ มี DASHBOARD รายงานผลเพื่อติดตามการเจริญเติบโตตลอดอายุของต้นไม้



ยอดสะสม
การปลูกต้นไม้
ดูรายละเอียด
ที่หน้า 83

ก้าวต่อไป

พัฒนาดิจิทัล โซลูชัน อุปกรณ์ สมาร์ท IOT เทคโนโลยีการเกษตรอัจฉริยะครบวงจร และหุ่นยนต์บริการต้นกุนต่ำให้มีการใช้งานอย่างแพร่หลาย และผลักดันนักศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ผ่าน TRUELAB

พัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการศึกษาสำหรับโรงเรียนที่ห่างไกล พัฒนาต่อยอด ออกสตาร์ทแอปพลิเคชัน ช่วยเหลือกลุ่มเปราะบางในการพัฒนากิจการอาชีพ พัฒนาต่อยอด แอปพลิเคชัน MORDEE ครอบคลุมการจ่ายยา การตรวจสุขภาพเพื่อลดผู้ป่วยฉุกเฉินจากโรคหัวใจ หลอดเลือด และโรคภัยแรงอื่นๆ



HOME

มุ่งมั่นเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

สร้างจิตสำนึกรักธรรมชาติ
เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
สร้างสังคมให้น่าอยู่

- การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และความหลากหลาย
ทางชีวภาพ
- การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ



การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพ

(GRI 2-22, 2-29, 3-3, 302-1, 302-3, 302-4, 303-1, 303-2, 303-3, 304-3, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 306-1, 306-2, 306-4, 306-5)



บริษัทฯ มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยี
เชื่อมโยงทุกภาคส่วน
และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ
ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ได้คำนึงถึงความเสี่ยงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นประเด็นท้าทายที่ทั่วโลกให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง โดยหาวิธีบริหารจัดการ เพื่อลดความเสี่ยง และสร้างโอกาสที่จะดำเนินธุรกิจควบคู่กับการพัฒนาสู่ความยั่งยืน สร้างสมดุลและเติบโตไปข้างหน้าร่วมกัน ตามกรอบเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS: SDGs) พร้อมนำหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (CIRCULAR ECONOMY) มาประยุกต์ใช้ เพื่อบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้คุ้มค่า และเกิดมีประสิทธิภาพสูงสุด ลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและการสูญเสียให้น้อยที่สุดผ่านกลยุทธ์ 5 Rs (RE-EDUCATION, REDUCE, RECYCLE, REPLACE และ REINVENT) และดำเนินงานตามกรอบการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มีการดำเนินงานตั้งแต่การกำหนดนโยบาย และเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งด้านการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การนำน้ำมาใช้ และการบริหารจัดการของเสีย ซึ่งมีแผนการดำเนินงาน กลยุทธ์ต่างๆ รวมถึงการขยายผลระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม (ENVIRONMENTAL MANAGEMENT SYSTEM: EMS) ตามมาตรฐาน ISO 14001:2015 ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานครอบคลุมพื้นที่ 100% ในอาคารสำนักงาน 12 แห่ง โดยการติดตามผลการดำเนินงาน ภายใต้การกำกับของคณะกรรมการนวัตกรรมและความยั่งยืน และคณะทำงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดและการเติบโตอย่างยั่งยืน รวมถึงการนำเป้าหมายมากำหนดเป็นตัวชี้วัดของผู้บริหารและพนักงาน เพื่อผลักดันการดำเนินงานให้บรรลุผลสำเร็จ



เป้าหมายปี 2565

- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก SCOPE 1 & 2 ต่อรายได้ ร้อยละ 8.4 เทียบกับปีฐาน 2563
- ลดการนำน้ำมาใช้ต่อรายได้ ร้อยละ 4 เทียบกับปีฐาน 2563
- ปริมาณ E-WASTE ที่นำไปฝังกลบเป็นศูนย์ และบรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่หรือย่อยสลายได้ ร้อยละ 20



ผลการดำเนินงาน ปี 2565

- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก SCOPE 1 & 2 ต่อรายได้ ร้อยละ 22 เทียบกับปีฐาน 2563
- ลดการนำน้ำมาใช้ต่อรายได้ ร้อยละ 33 เทียบกับปีฐาน 2563
- ปริมาณ E-WASTE ที่นำไปฝังกลบเป็นศูนย์ และบรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่หรือย่อยสลายได้ ร้อยละ 57.35

กรอบการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม



การบริหารจัดการพลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

โลกยุคเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทุกอย่างขับเคลื่อนและเชื่อมโยงกับการใช้ไฟฟ้า ในขณะที่ทั่วโลกให้ความสำคัญกับปัญหาและผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงความเสี่ยงและโอกาสที่อาจเกิดขึ้น

กลุ่มทรู ได้ประเมินผลกระทบความเสี่ยงและโอกาส เพื่อเตรียมความพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยขึ้นทะเบียนสนับสนุนการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ (TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES: TCFD)

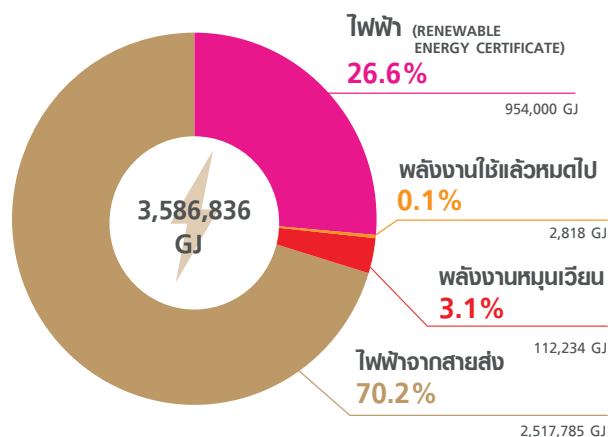
บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญตั้งแต่กำหนดเป้าหมายที่ท้าทาย มุ่งสู่การเป็นองค์กรที่ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สุทธิเป็นศูนย์ในปี 2573 และปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ ตามแนวทาง SCIENCE-BASED TARGET ภายในปี 2593

นอกจากนี้ได้ประกาศเจตนารมณ์ร่วมกับสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทยโดยประกาศเจตนารมณ์ ตั้งเป้าหมายร่วมกันลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (NET ZERO) ภายในปี 2593 หรืออย่างช้าสุดไม่เกินปี 2613 รวมถึงได้รับการรับรองเป็นองค์กรผู้นำด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก (CLIMATE ACTION LEADING ORGANIZATION) จากคณะกรรมการเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย

ตลอดจน การจัดทำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO 14001:2015 มีการรณรงค์ ประชาสัมพันธ์การประหยัดไฟฟ้าใน 12 อาคารสำนักงาน และติดตามผลการดำเนินงานโครงการด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อมผ่านคณะทำงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

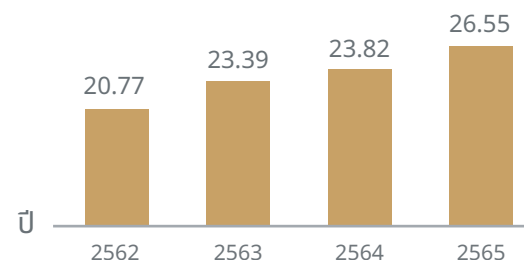
ผลการดำเนินงานด้านพลังงาน

สัดส่วนการใช้
พลังงานปี 2565
หน่วย: กิกะจูล (GJ)



การใช้พลังงานต่อรายได้

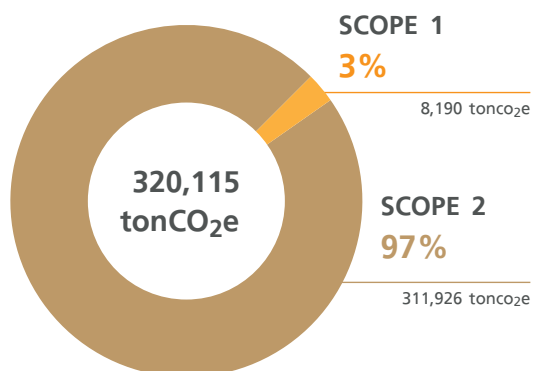
หน่วย: กิกะจูล (GJ) ต่อล้านบาท



ผลการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

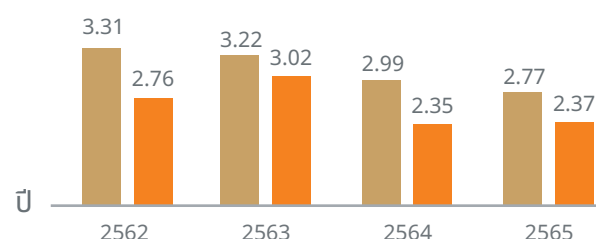
สัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจก SCOPE 1 & 2 ปี 2565

หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tonCO₂e)



การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อรายได้

หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท



หมายเหตุ: SCOPE 2 จะรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแบบ MARKET-BASED METHOD

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก SCOPE 3 ปี 2565

หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tonCO₂e)

ตัวอย่างรายการ SCOPE 3



การซื้อสินค้าและบริการ*

92,272
37.7%



กิจกรรมที่ใช้เชื้อเพลิงและพลังงาน

85,052
34.8%



สินค้าถูก

31,346
12.8%



การใช้สินค้าที่ขายไป

19,625
8.0%



อื่นๆ

16,127
6.6%



การจัดการของเสียที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ

172
0.1%

(*การซื้อสินค้ามือถืออุปกรณ์มาขาย 92,139.39 การใช้น้ำและกระดาษ 132.24 tonCO₂e)

การดำเนินงานบริหารจัดการพลังงานและก๊าซเรือนกระจก

การผลิตพลังงานไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์



4,712

สถานีฐานและชุมสาย
ที่มีการติดตั้ง SOLAR CELL สะสม

13,905

tonCO₂e/Year ปริมาณ
ก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้

บริษัทฯ ขยายผลการติดตั้งผลิตและใช้ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ซึ่งเป็นพลังงานสะอาดทดแทนการใช้ไฟฟ้าจากระบบสายส่ง ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง โดยติดตั้งที่สถานีฐาน (BASE STATION) และชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (MOBILE SWITCHING CENTER: MSC) ในปี 2565 ขยายผลการติดตั้งแผง SOLAR CELL เพิ่มเติม จำนวน 40 แห่ง สามารถผลิตไฟฟ้าได้ 1,971 MWh/Year ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 877 tonCO₂e/Year นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ร่วมกับพันธมิตรในลักษณะ (POWER PURCHASE AGREEMENT: PPA) ใช้ไฟฟ้าจาก SOLAR CELL 1,191 แห่ง ผลิตไฟฟ้าได้ 2,057 MWh/Year เทียบเท่าลดก๊าซเรือนกระจกได้ 915 tonCO₂e/Year โดยตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการมีการติดตั้งสะสมรวมทั้งสิ้น 4,712 แห่ง ผลิตไฟฟ้า 31,176 MWh/Year ลดก๊าซเรือนกระจกได้ 13,905 tonCO₂e/Year



การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน



31,964 MWh ไฟฟ้าที่ประหยัดได้

14,256 tonCO₂e/Year ปริมาณ
ก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้

สถานีฐานและชุมสาย เพิ่มประสิทธิภาพพลังงาน และบริหารจัดการการใช้ไฟฟ้าของอุปกรณ์การให้บริการเครือข่าย เช่น การเปลี่ยนแบตเตอรี่แบบประหยัดไฟฟ้า ปิดคลื่นความถี่ที่ไม่จำเป็นโดยไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ใช้บริการ เป็นต้น สามารถประหยัดไฟฟ้าได้ 31,827 MWh ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 14,195 tonCO₂e

อาคารสำนักงาน ขยายผลการปรับเปลี่ยนระบบปรับอากาศเป็นแบบ VRV (VARIABLE REFRIGERANT VOLUME) หรือ ระบบ VRF (VARIABLE REFRIGERANT FLOW) สามารถประหยัดไฟฟ้าได้กว่า 137 MWh ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 61 tonCO₂e



การนำนวัตกรรมสนับสนุนการลดการปล่อย GHG

247 ล้านแผ่น/ปี ลดการใช้กระดาษจาก TRUE iSERVICE

2,592 tonCO₂e/Year เลี่ยงการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

TRUE E-BILLING & TRUE E-TAX INVOICE: นำดิจิทัลแพลตฟอร์มมาใช้อย่างต่อเนื่อง ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ลดการใช้กระดาษผ่านการอนุมัติงานต่างๆ ภายในองค์กรผ่าน TRUE CONNECT ในส่วนของลูกค้า ขยายผลการนำระบบใบแจ้งค่าบริการและใบเสร็จรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (TRUE E-BILLING และ TRUE E-TAX INVOICE) แทนการใช้กระดาษ สามารถลดการใช้กระดาษได้มากกว่า 247 ล้านแผ่น/ปี หลีกเลี่ยงการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 2,592 tonCO₂e/YEAR

TRUE iSERVICE & TRUE VWORLD: การใช้ TRUE iSERVICE ในการให้บริการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าผ่านระบบออนไลน์ รวมถึงการใช้บริการอื่นๆ เช่น ตรวจสอบค่าใช้จ่าย แทนการเดินทางไปยังทรูซ้อป ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากใช้น้ำมันในการเดินทาง รวมทั้งสนับสนุนการใช้แพลตฟอร์ม TRUE VWORLD เป็นการประชุมทางโทรศัพท์ เพื่อประชุมร่วมกับหน่วยงาน ทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถลดการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงจากการเดินทางได้

RENEWABLE ENERGY CERTIFICATE (REC)



265,000 MWh สนับสนุนการใช้ไฟฟ้า
จากพลังงานสะอาด

118,190 tonCO₂e/Year ปริมาณ
ก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้

สนับสนุนการใช้พลังงานหมุนเวียนอย่างต่อเนื่อง นอกจากการดำเนินการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินโครงการต่างๆ ของบริษัทแล้ว ในปี 2565 บริษัทฯ ได้ซื้อใบรับรองพลังงานหมุนเวียน (RENEWABLE ENERGY CERTIFICATE: REC) จากโครงการพลังงานน้ำ ตามมาตรฐาน INTERNATIONAL RENEWABLE ENERGY CERTIFICATE (I-REC) มาชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้ไฟฟ้าในระบบสายส่ง 265,000 MWh ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 118,190 tonCO₂e



INTERNAL CARBON PRICING (ICP)



600 BAHT/tonCO₂e ราคาคาร์บอนภายในองค์กร

บริษัทฯ กำหนดราคาคาร์บอนภายในองค์กร (INTERNAL CARBON PRICING: ICP) แบบ SHADOW PRICE อยู่ที่ 600 บาทต่อตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า เพื่อกระตุ้นทุนคาร์บอนในการจัดทำโครงการต่างๆ นำมาพิจารณาคัดเลือก ตัดสินใจโครงการที่จะลงทุนตั้งแต่นั้นทาง สนับสนุนโครงการคาร์บอนต่ำ

ร่วมกับคู่ค้าในการรายงานและเตรียมวางแผนในการลดการปล่อย GHG

บริษัทฯ ได้ประชุมสัมมนากับคู่ค้า ในงาน TRUE SUPPLIER DAY 2022 ภายใต้ธีมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน มุ่งสู่ CARBON NEUTRAL / NET ZERO เพื่อสร้างความตระหนักรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เป้าหมายของกลุ่มทรู มุ่งสู่การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สุทธิเป็นศูนย์ (CARBON NEUTRAL) ภายในปี 2573 และปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (NET ZERO) ภายในปี 2593 เพื่อร่วมกันเตรียมวางแผนการดำเนินงานในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (SCOPE 3) ตลอดห่วงโซ่อุปทานต่อไป



การบริหารจัดการน้ำ

แม้ว่าลักษณะธุรกิจของกลุ่มธุรกิจโทรคมนาคม ไม่มีการใช้น้ำในการดำเนินธุรกิจเป็นหลัก แต่บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงปัญหาและความเสี่ยงการขาดแคลนน้ำ ซึ่งเป็นปัญหาระดับโลก จึงมีการตั้งเป้าหมายลดการใช้น้ำต่อรายได้ร้อยละ 20 ภายในปี 2573 เมื่อเทียบกับฐาน 2563 มีการประเมินความเสี่ยงด้านการขาดแคลนน้ำด้วยเครื่องมือ AQUEDUCT ของ WORLD RESOURCE INSTITUTE (WRI) นอกจากนี้ บริษัทฯ มีแผนบริหารจัดการน้ำ โดยกำหนดเป้าหมายการใช้น้ำ เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำจากการดำเนินโครงการต่างๆ มีการรณรงค์ ประชาสัมพันธ์การประหยัดน้ำ ผ่านการจัดทำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO 14001:2015 รวมถึงติดตามปริมาณการใช้น้ำอย่างต่อเนื่องผ่านคณะกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อม ส่วนของน้ำที่จากอาคารสำนักงาน บริษัทฯ ได้กำกับดูแลร่วมกับผู้ดูแลอาคารให้มีการบำบัดน้ำเสียเป็นไปตามมาตรฐานน้ำทิ้งที่กฎหมายกำหนด

แผนการจัดการน้ำ



ประเมิน WATER STRESS ด้วยเครื่องมือ AQUEDUCT ของ WRI



กำหนดเป้าหมายการใช้น้ำและวางแผนบริหารจัดการน้ำ



ติดตามปริมาณการนำน้ำมาใช้อย่างต่อเนื่อง

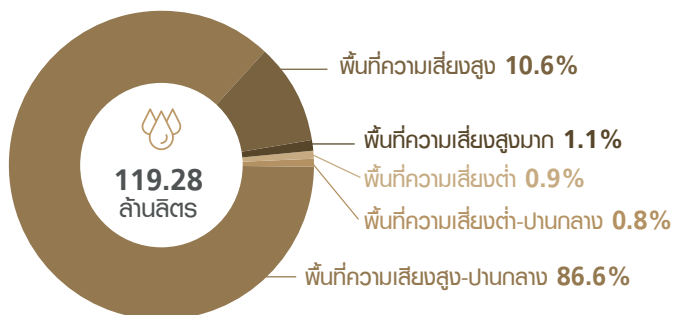


เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ

สรุปผลการดำเนินงานการบริหารจัดการน้ำ

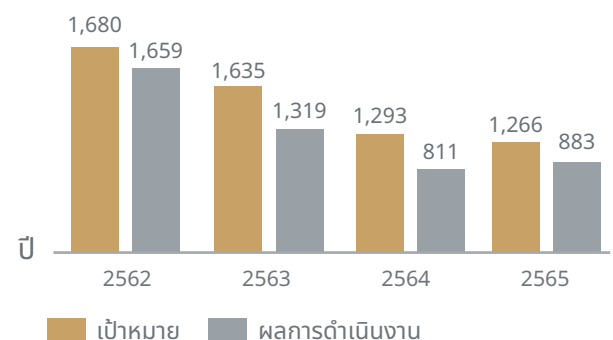
สัดส่วนพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านการขาดแคลนน้ำ (WATER STRESS)

ปี 2565 นำน้ำมาใช้จากแหล่งน้ำประปาทั้งหมดปริมาณ 119.28 ล้านลิตร มีหน่วยงานตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงระดับสูงมาร้อยละ 1.1 และระดับสูงร้อยละ 10.6 ของปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมด



การนำน้ำมาใช้ต่อรายได้

หน่วย: ลิตรต่อล้านบาท



การดำเนินงานบริหารจัดการน้ำ

โครงการปรับเปลี่ยนระบบปรับอากาศ

ขยายการติดตั้งระบบปรับอากาศในอาคารเป็นแบบ VRV (VARIABLE REFRIGERANT VOLUME) หรือ ระบบ VRF (VARIABLE REFRIGERANT FLOW) และเปิดระบบปรับอากาศแบบ WATER COOL ตามผู้ใช้งานจริง ในสำนักงาน ปี 2565 สามารถประหยัดน้ำได้เพิ่มอีก 2,795 ลูกบาศก์เมตร ตั้งแต่เริ่มโครงการประหยัดน้ำสะสมได้ 20,963 ลูกบาศก์เมตร

โครงการนำน้ำกลับมาใช้ซ้ำ

มีการนำน้ำทิ้งจากสำนักงานที่ผ่านการใช้งานแล้ว แต่ยังมีสภาพดี กลับมาใช้ซ้ำ (WATER REUSE) เช่น รดน้ำต้นไม้บริเวณอาคาร เพื่อลดการใช้น้ำและเป็นการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุด

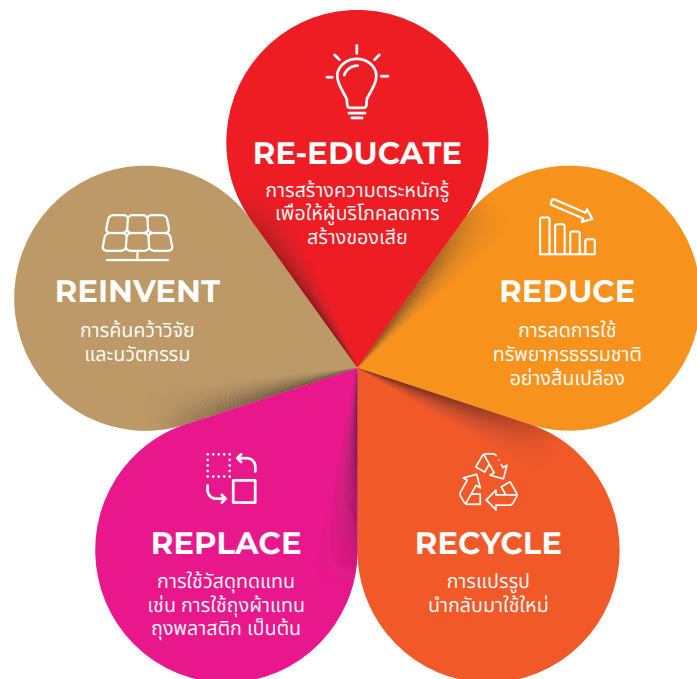
การจัดการของเสีย

โลกแห่งยุคดิจิทัล เทคโนโลยีมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้บริโภคปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ดิจิทัลให้ทันสมัย ทันต่อการเปลี่ยนแปลง อุปกรณ์ต่างๆ ถูกเปลี่ยนก่อนหมดสภาพการใช้งาน ทำให้เป็นของเสียอิเล็กทรอนิกส์ (ELECTRONIC WASTE หรือ E-WASTE) ตกค้างจำนวนมาก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง หากนำไปกำจัดไม่ถูกวิธี จะส่งผลกระทบต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม

ในฐานะผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยี มีการพัฒนาปรับปรุงและขยายเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้ร่วมรับผิดชอบแก้ไขปัญหา และบริหารจัดการของเสียที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะ E-WASTE ที่เป็นของเสียจากการดำเนินธุรกิจ เช่น อุปกรณ์เครือข่าย คอมพิวเตอร์ แบตเตอรี่ เป็นต้น มีการบริหารจัดการของเสียโดยประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจหมุนเวียน และแนวคิด 5Rs เพื่อลดปริมาณการเกิดของเสียที่ต้องนำไปกำจัด และใช้ทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย E-WASTE จากการดำเนินงานที่นำไปฝังกลบเป็นศูนย์ และใช้บรรจุภัณฑ์ที่แปรูปนำกลับมาใช้ใหม่หรือย่อยสลายได้ร้อยละ 100 ภายในปี 2573

นอกจากนี้ ยังมีของเสียสำนักงาน ซึ่งมีทั้งของเสียทั่วไป เช่น ขวดพลาสติก เศษกระดาษ เศษอาหาร เป็นต้น และของเสียอันตราย เช่น ตลับหมึก ปากกาเคมี เป็นต้น มีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะให้ถูกวิธี ผ่านการจัดทำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO 14001:2015 โดยคัดแยกและนำไปใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด ส่วนที่ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ จะส่งไปกำจัดอย่างถูกวิธี

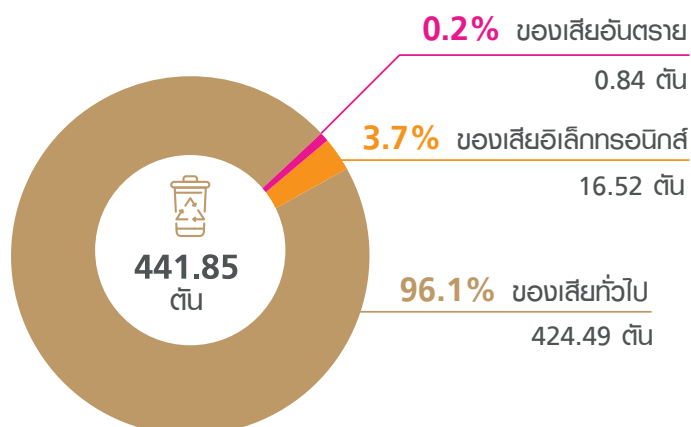
5Rs สู่เศรษฐกิจหมุนเวียน



ผลการดำเนินงานจัดการของเสีย

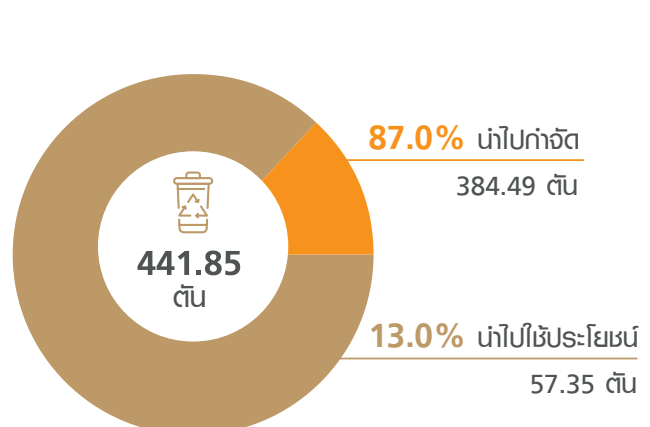
ปริมาณของเสียแยกตามประเภท ปี 2565

หน่วย: ตัน



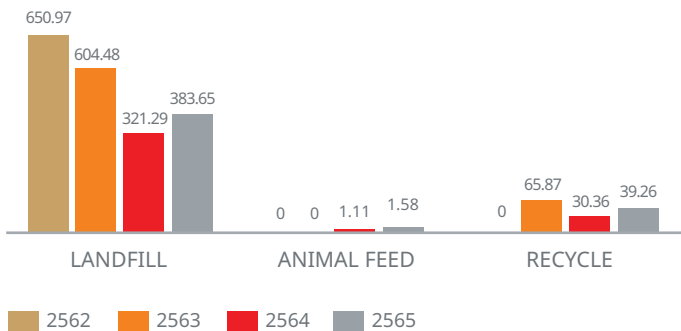
ปริมาณของเสียแยกตามการกำจัด ปี 2565

หน่วย: ตัน



การกำจัดของเสียทั่วไป

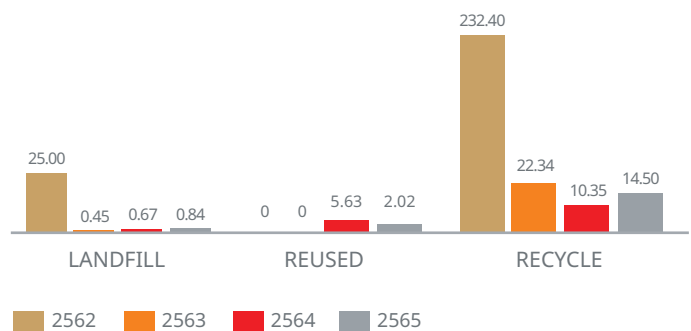
หน่วย: ตัน



หมายเหตุ: การกำจัดของเสียทั้งหมดจะเป็นการกำจัดภายนอกองค์กร (OFFSITE)

การกำจัดของเสียอันตรายและของเสียอิเล็กทรอนิกส์

หน่วย: ตัน



การดำเนินงานบริหารจัดการของเสีย

โครงการ WASTE TO WONDERS ชยะ สร้าง โลก



60 สาขา

ทูลงเปิดให้นํา E-WASTE มาทํึง เพื่อนําไปรีไซเคิล หรือกําจัดอย่างถูกวิธี

ร่วมกับบริษัท เอก-ชัยดีสทริบิวชั่นซิสเต็ม จำกัด (โลตัส) และ บริษัท โทเทิล เอนไวโรเม้นทอล โซลูชั่นส์ จำกัด (TES) ภายใต้โครงการ WASTE TO WONDERS ชยะ สร้าง โลก เปิดจุดรับขยะอิเล็กทรอนิกส์ ณ ทูลง 60 สาขา ทั่วทั้งกรุงเทพฯ และปริมณฑล นอกจากนี้ ยังมีแผนขยายผลทั่วประเทศต่อไป เพื่อบรรวมเข้าสู่ขั้นตอนรีไซเคิลที่ได้มาตรฐานสากล โดยบริหารจัดการของเสียตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (CIRCULAR ECONOMY) เพื่อบรรลุเป้าหมาย ZERO E-WASTE TO LANDFILL ใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด ให้คุ้มค่า ลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและลดการสูญเสียให้น้อยที่สุด



การจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์จากการดำเนินธุรกิจ

3,650 ตันสะสม E-WASTE ที่ลดได้จากการดำเนินธุรกิจจากพลังงานสะอาด

ในการพัฒนาปรับปรุงและขยายโครงข่ายรองรับความต้องการของลูกค้า บริษัทฯ ได้คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากขยะอิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจด้วย เช่น อุปกรณ์โครงข่ายคอมพิวเตอร์ แบตเตอรี่ เป็นต้น เมื่ออุปกรณ์หมดอายุการใช้งานจะมีการตรวจสอบและคัดแยกอุปกรณ์ที่นำกลับมาใช้ประโยชน์ได้อีกครั้ง สำหรับอุปกรณ์ที่ไม่สามารถนำกลับมาใช้ (REUSE) ได้จะเข้าสู่กระบวนการส่งคืนค่าที่ได้รับอนุญาตนำไปรีไซเคิล (RECYCLE) หรือนำไปกำจัดอย่างถูกวิธี

ในปี 2565 มีการขยายผลเปลี่ยนแบตเตอรี่เป็นแบตเตอรี่ลิเทียมไอออน สามารถใช้แทนแบตเตอรี่แบบเดิมได้ 4 เท่า ประสิทธิภาพดีกว่าและรับประกันอายุการใช้งานนานกว่า ลดปริมาณ E-WASTE จากการเปลี่ยนแบตเตอรี่ได้เพิ่มเติม 1,643 ตัน สะสม 3,650 ตัน

โครงการ EASY SWAP

กว่า 22,947 เครื่อง ที่นำมือถือเครื่องเก่ามาแลกผ่านโครงการ EASY SWAP เพื่อนำไปใช้ประโยชน์

ขยายผลโครงการนำมือถือเครื่องเก่าแลกเครื่องใหม่ หรือโครงการ EASY SWAP ได้จากทั้งที่บ้านหรือเดินทางไปทูลง โดยในปี 2565 ได้รวบรวมมือถือเครื่องเก่าได้กว่า 22,947 เครื่อง เพื่อนําขยะ E-WASTE ไปใช้ประโยชน์หรือกําจัดอย่างถูกวิธีอย่างต่อเนื่อง



การใช้ถุงกระดาษแทนถุงพลาสติก



320,000 ใบ ลดการใช้ถุงพลาสติก
จากการใช้ถุงกระดาษแทน

ในการบริการลูกค้าที่ทรูซ้อป บริษัทฯ มีการใช้ถุงกระดาษรีไซเคิลเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทดแทนการใช้ถุงพลาสติก และช่วยให้เกิดการปรับเปลี่ยนทัศนคติต่อการเป็นผู้บริโภคที่มีใจรักสิ่งแวดล้อม โดยปี 2565 สามารถลดการใช้ถุงพลาสติกได้ 320,000 ใบ



โครงการ SAY NO TO PLASTIC BOTTLES



400,000 ขวด/ปี ลดจำนวนขยะจากการ
ใช้ขวดพลาสติก
8,950 กิโลกรัม/ปี น้ำหนักขยะที่ลดได้
จากขวดพลาสติก

บริษัทฯ มีโครงการ SAY NO TO PLASTIC BOTTLES รณรงค์ให้พนักงานลดการนำขวดพลาสติกเข้ามาในอาคารให้มากที่สุดจนเหลือเป็นศูนย์ โดยใช้แก้วหรือขวดน้ำส่วนตัวแทน ใส่น้ำดื่มที่มีระบบผลิตน้ำดื่มคุณภาพสูงและได้มาตรฐานระดับโลกให้กับพนักงาน นาร่องที่อาคาร ทรู ทาวเวอร์ คาดว่าจะสามารถลดการใช้ขวดพลาสติกใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้งกว่า 400,000 ขวด/ปี คิดเป็น 8,950 กิโลกรัม/ปี

สำหรับตู้ REFUN MACHINE ที่อาคารทรู ทาวเวอร์ ได้ติดตั้งเพื่อรวบรวมขวดพลาสติกนำไปรีไซเคิลต่อไป



ชุดยูนิฟอร์มดิจิทัลรักษ์โลก

ส่งเสริมการคัดแยกขยะพลาสติกและนำนวัตกรรมมารีไซเคิลพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุดยูนิฟอร์มดิจิทัลรักษ์โลกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ภายใต้แนวคิด FROM WASTE TO WEAR โดยนำพลาสติกรีไซเคิล (PET) ผสมเส้นใยฝ้ายธรรมชาติผลิตเป็นชุดพนักงานที่ให้บริการลูกค้าในทรูซ้อป สะท้อนความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม



โครงการใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้



57.35% ใช้บรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้ใหม่
หรือย่อยสลายได้

บริษัทฯ มีเป้าหมายลดบรรจุภัณฑ์พลาสติก หรือใช้บรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่หรือย่อยสลายได้ โดยในปี 2565 มีบรรจุภัณฑ์ใส่ซิมการ์ดมือถือใช้พลาสติกที่นำมาใช้ใหม่หรือย่อยสลายได้คิดเป็นร้อยละ 57.35 ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

โครงการ TRUE E-BILL AND TRUE E-TAX



1,232,956 กิโลกรัม
ลดการใช้กระดาษจากการใช้ TRUE
E-BILL & E-TAX

มีการขยายผลอย่างต่อเนื่องในการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ โดยออกใบเสร็จรับเงิน/ใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ (TRUE E-TAX INVOICE/E-RECEIPT) ผ่านเอสเอ็มเอส หรือ อีเมล แทนการใช้กระดาษ ซึ่งลดปริมาณกระดาษกว่า 247 ล้านแผ่น คิดเป็นน้ำหนักรวม 1,232,956 กิโลกรัม

ความสอดคล้องกับกำหนดกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม

จากการจัดทำระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม พบว่าบริษัทฯ ดำเนินงานสอดคล้องกับกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องด้านสิ่งแวดล้อม และมีการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียเป็นประจำทุกปี รวมถึงด้านสิ่งแวดล้อม ในปี 2565 ไม่พบว่ามีข้อกังวลด้านสิ่งแวดล้อม และไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงไม่พบข้อฟ้องร้องหรือร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีช่องทางในการสื่อสาร หรือแสดงความคิดเห็นผ่านทาง TRUE CALL CENTER 1242

ความหลากหลายทางชีวภาพและไม่สนับสนุนการตัดไม้ทำลายป่า

ในการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า มีโอกาสเกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ จึงมีการประกาศนโยบายแสดงเจตนารมณ์ และเป้าหมายจะไม่ก่อให้เกิดความสูญเสียคุณค่าด้านความหลากหลายทางชีวภาพ และส่งเสริมการดำเนินโครงการที่ส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพเชิงบวก ในกรณีที่สามารถดำเนินการได้ และไม่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่ป่าไม้สุทธิตาม โดยจะฟื้นฟูหรือปลูกต้นไม้ เพื่อชดเชยการสูญเสียต้นไม้จากการดำเนินการในปัจจุบันหรืออนาคต ภายในปี 2573

นอกจากนี้ ได้ร่วมประกาศเจตนารมณ์กับสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย สนับสนุนการบริหารจัดการและใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพอย่างยั่งยืนและเป็นธรรมตลอดห่วงโซ่อุปทาน ร่วมฟื้นฟูและบรรเทาการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพด้วยเทคโนโลยี

กลุ่มทรู มีกรอบการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบดังกล่าวเพื่อนำไปบริหารจัดการลดความเสี่ยงผลกระทบเชิงลบให้น้อยที่สุดในกรณีที่ส่งผลกระทบเชิงลบให้ประเมินผลที่อาจเกิดขึ้น จะมีการกำหนดแผนมาตรการแก้ไขผลกระทบที่เกิดขึ้นตามแนวทางการจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ ได้แก่ การหลีกเลี่ยง การลดผลกระทบ การฟื้นฟู และการชดเชย โดยการร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เพื่อส่งเสริมและอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ รวมถึงระบบนิเวศที่เป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ดังกล่าว

กระบวนการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบความหลากหลายทางชีวภาพและไม่สนับสนุนการตัดไม้ทำลายป่า



1

คัดกรองและ
คัดเลือกพื้นที่
ตั้งเสาสัญญาณ



2

ประเมินและ
จัดลำดับสำคัญ
เพื่อประเมินผล



3

จัดทำแผนป้องกัน
ลดผลกระทบ



4

ติดตามผล



5

สร้างการมีส่วนร่วม
และสื่อสาร
ผู้มีส่วนได้เสีย

กระบวนการ

รายละเอียด



1. คัดกรองและคัดเลือกพื้นที่
ตั้งเสาสัญญาณ

กำหนดขอบเขตพื้นที่ศึกษา คัดกรองพื้นที่เสาสัญญาณเบื้องต้น ที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบ
ต่อความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อนำไปประเมินต่อไป



2. ตรวจสอบประเมินและจัดลำดับ
ความสำคัญเพื่อประเมินผลกระทบ

- นำพิกัดที่ผ่านการคัดเลือกเทียบกับพื้นที่อนุรักษ์ หรือพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ
ที่สำคัญ โดยใช้โปรแกรม BIODIVERSITY AND ECOSYSTEM SERVICE TRENDS AND
CONDITIONS ASSESSMENT TOOL (BESTCAT) ในการประเมินผลเบื้องต้น และประเมิน
พื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูงด้วยโปรแกรม INTEGRATED BIODIVERSITY ASSESSMENT
TOOL (IBAT)
- กำหนดและจัดลำดับความสำคัญของตัวชี้วัด
- กำหนดเกณฑ์ของคะแนนผลการประเมิน เพื่อจัดระดับพื้นที่เสี่ยง



3. จัดทำแผนการแก้ไข/ป้องกัน
/ลดผลกระทบ

นำพื้นที่ที่อยู่ในระดับเสี่ยงสูงมาก กำหนดแผนดำเนินการแก้ไข/ป้องกัน/ลดผลกระทบ
โดยยึดหลักการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับชั้น (MITIGATION HIERARCHY) ได้แก่

- การหลีกเลี่ยง (AVOIDANCE) กิจกรรมที่อาจส่งผลกระทบ
- การลดผลกระทบ (REDUCE) ที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้
- การฟื้นฟู (RESTORE) สภาพพื้นที่ โดยปลูกพรรณไม้ท้องถิ่น
- การชดเชย (OFFSET) ผลกระทบ โดยปลูกต้นไม้นอกพื้นที่โครงการ



4. ติดตามผล

ดำเนินการตามติดตามผลการแก้ไข/ป้องกัน/ลดผลกระทบ และเปิดเผยความคืบหน้า
การดำเนินการ เพื่อแสดงถึงความโปร่งใส



5. สร้างการมีส่วนร่วม
และสื่อสารผู้มีส่วนได้เสีย

จัดกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมและสื่อสารประชาสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียของกลุ่ม
เพื่อดำเนินธุรกิจไม่ส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพและไม่สนับสนุนการตัดไม้
ทำลายป่า เช่น โครงการปลูกต้นไม้

ผลการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพ



มีการติดตามและประเมินความหลากหลายทางชีวภาพ
ด้วยเครื่องมือ BIODIVERSITY AND ECOSYSTEM
SERVICE TRENDS AND CONDITIONS
ASSESSMENT (BESTCAT)

นโยบายด้านความหลากหลาย
ทางชีวภาพและไม้สนับสนุน
การตัดไม้ทำลายป่า



ผลการประเมินความหลากหลาย
ทางชีวภาพและไม้สนับสนุน
การตัดไม้ทำลายป่า



การดำเนินงานร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในการปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

โครงการทรววมใจปลูกต้นไม้ (ทั่วไทย) ลดโลกร้อน



33,740 ต้น ที่รณรงค์ให้พนักงาน
ปลูกต้นไม้สะสม

กลุ่มทรู ขยายผลโครงการรณรงค์ให้พนักงานร่วมกันปลูกต้นไม้อย่างต่อเนื่อง จัดหากล้าไม้เศรษฐกิจให้พนักงานที่สนใจเข้าร่วมโครงการทรววมใจปลูกต้นไม้ (ทั่วไทย) ลดโลกร้อน นำไปปลูกในพื้นที่ของตนเองทั่วประเทศ ในปี 2565 มีการปลูกจำนวน 11,600 ต้น ปลูกสะสม 33,740 ต้น เพื่อช่วยฟื้นฟูปะบบนิเวศและเป็นที่พักพิงของสปีชีส์สิ่งมีชีวิตในระบบนิเวศ รวมถึงเพิ่มพื้นที่สีเขียวและแหล่งดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์มุ่งสู่เป้าหมายเป็นองค์กร CARBON NEUTRAL ภายในปี 2573 และ NET ZERO ภายในปี 2593

โครงการความร่วมมือกับพันธมิตร เพื่อป้องกัน/ลดผลกระทบ



9,000 ต้น ที่ร่วมกับพันธมิตรปลูกต้นไม้

กิจกรรมปลูกต้นไม้ร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย มีจัดกิจกรรมปลูกต้นไม้ร่วมกับชุมชนและคู่ค้าภายใต้แคมเปญ “รักษ์ป่า รักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อชุมชนยั่งยืน” ปลูกต้นไม้ เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวและความหลากหลายทางชีวภาพปลูกทั่วประเทศ 9,000 ต้น โดยมีการบันทึกในแอปพลิเคชัน WE GROW เพื่อติดตามการเติบโตของต้นไม้อย่างต่อเนื่อง



ก้าวต่อไป

ขยายผลโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกถึงธุรกิจของกลุ่มทรู และตลอดห่วงโซ่อุปทานเพื่อมุ่งสู่เป้าหมาย NET ZERO ตามแนวทาง SCIENCE BASED TARGETS INITIATIVE (SBTI) ภายในปี 2593

ร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียในการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและปลูกต้นไม้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีระบบติดตามอย่างมีประสิทธิภาพ



การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

(GRI 2-6, 2-8, 3-3, 203-1, 203-2, 204-1, 308-1, 308-2, 414-1, 414-2)

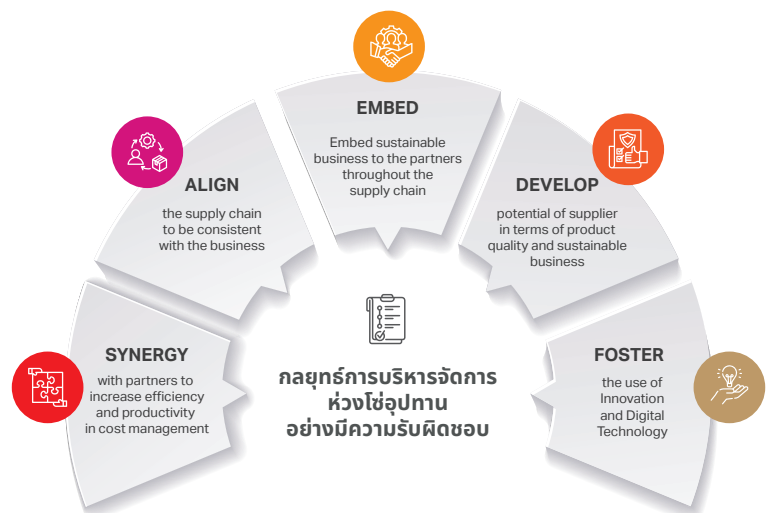


การจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน
คือการเลือกสรรวัตถุดิบที่ถูก
กฎหมาย ใช้แรงงานที่ต้อง
และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

แนวทางการบริหารจัดการ

การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน ไม่ได้มองที่ต้นทุนเพียงอย่างเดียว แต่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอื่นๆ ที่จะส่งผลกระทบในห่วงโซ่อุปทาน เช่น สินค้าและบริการที่ได้คุณภาพ การจัดส่งตรงต่อเวลา และการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างบริษัทกับคู่ค้า เพื่อจะร่วมสร้างคุณค่าไปด้วยกัน

กลุ่มทูลู ให้ความสำคัญกับการดูแลคู่ค้าให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบเพื่อบริหารความเสี่ยงจากคู่ค้า ทำให้สามารถดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและเติบโตร่วมกันในระยะยาว โดยมีนโยบายและแนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน จัดตั้งคณะทำงานห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนเพื่อร่วมกันกำหนดกลยุทธ์ การประเมินความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน และกำหนดมาตรฐานในการดำเนินธุรกิจของคู่ค้า ด้วยการประกาศใช้คุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า และคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานของฝ่ายจัดซื้อ



เป้าหมายปี 2565

100%

คู่ค้าหลัก (CRITICAL SUPPLIER TIER 1)
ผ่านการตรวจประเมินที่สถานที่ปฏิบัติงาน
(ONSITE AUDIT)



ผลการดำเนินงาน ปี 2565

100%

คู่ค้าหลัก (CRITICAL SUPPLIER TIER 1)
ผ่านการตรวจประเมินที่สถานที่ปฏิบัติงาน
(ONSITE AUDIT)

1 พนักงานกำลังคู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ เพิ่มประสิทธิภาพ และผลิตภาพในการบริหาร ต้นทุน

โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของสายโทรศัพท์



25.65 ล้านบาท ประหยัดค่าใช้จ่าย

กลุ่มทรู ร่วมกับคู่ค้าพัฒนาประสิทธิภาพของการทำงานสายโทรศัพท์ (DROP WIRE) ด้วยการลดขนาดแกนม้วนสายโทรศัพท์ให้เล็กลง และปรับขนาดสายทองแดงให้มีขนาดเล็กลง แต่มีประสิทธิภาพสูง

2 บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้สอดคล้อง กับความยั่งยืนควบคู่กับทิศทางธุรกิจของ บริษัทฯ

การตรวจประเมินคู่ค้าด้านสิทธิมนุษยชน และแรงงาน

100% คู่ค้าหลักทางตรงที่มีความเสี่ยงสูงได้รับ
การประเมินด้านสิทธิมนุษยชนและแรงงาน

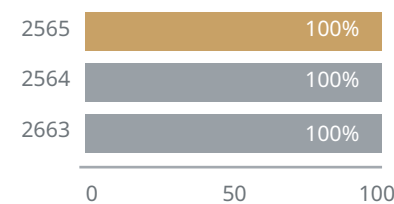
กลุ่มทรู กำหนดเป้าหมายความยั่งยืน 2573 กำหนดให้คู่ค้าทุกบริษัทจะต้องได้รับการตรวจประเมินด้านสิทธิมนุษยชน และแรงงานจากตัวแทนของบริษัทฯ ที่ผ่านการฝึกอบรมตามมาตรฐาน SA8000

3 ปลุกพลังการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามแนวทาง ESG ให้กับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ส่งเสริมให้การพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานขององค์กรกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน ด้วยการส่งมอบคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า ให้กับคู่ค้าทุกราย และกำหนดให้คู่ค้าทุกรายต้องผ่านการประเมินตนเองด้านความยั่งยืนบนระบบออนไลน์ หากไม่ผ่านการประเมินจะไม่สามารถทำธุรกรรมได้

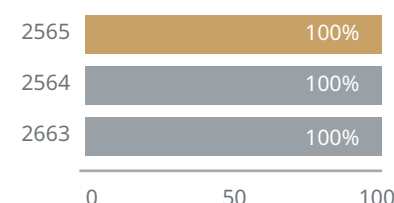
นอกจากนี้ ยังจัดสัมมนาประจำปี TRUE SUPPLIER DAY 2022: การดำเนินธุรกิจพิชิต CARBON NEUTRAL/NET ZERO ถ่ายทอดแนวทางการบริหารจัดการเพื่อลดสภาวะโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตามเป้าหมายลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สุทธิเป็นศูนย์ (CARBON NEUTRAL) ในปี 2030 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (NET ZERO) ในปี 2050 ของกลุ่มทรู

• คู่ค้าผ่านการประเมินตนเองบนระบบ ONLINE SELF ASSESSMENT



เป้าหมาย 2565:
100% คู่ค้าผ่านการประเมิน
ตนเองบนระบบ ONLINE
SELF ASSESSMENT

• คู่ค้าได้รับ SUPPLIER CODE OF CONDUCT และลงนามรับทราบ



เป้าหมาย 2565:
100% คู่ค้าได้รับ SUPPLIER
CODE OF CONDUCT
และลงนามรับทราบ

4 พัฒนาศักยภาพคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจดำเนินธุรกิจคำนึงถึงความยั่งยืน และผลิตสินค้าคุณภาพ

พัฒนาศักยภาพของคู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจให้ดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบ เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมาย และมาตรฐานสากล ตลอดจนแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อส่งมอบสินค้า และบริการที่มีคุณภาพสูง ปลอดภัย และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

บริษัทฯ มีกระบวนการตรวจสอบและประเมินผู้ค้าในสถานที่ปฏิบัติงานโดยหน่วยงานจากภายนอก เพื่อประเมินความเสี่ยงที่สำคัญด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้เป็นไปตามข้อกำหนดตามกฎหมายแรงงาน กฎหมายสิ่งแวดล้อม และมาตรฐานการจัดการต่างๆ

เช่น มาตรฐาน ISO 14001:2015 และ SA8000 เพื่อให้ได้ผลการตรวจประเมินที่น่าเชื่อถือ ตลอดจนติดตามผลการแก้ไขให้เป็นไปตามข้อกำหนด

มีนโยบายจัดซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ โดยไม่ยอมรับวัตถุดิบจากแหล่งผลิตที่มาจากประเทศที่มีการละเมิดสิทธิมนุษยชนหรือมีการคว่ำบาตรทางการค้า โดยเฉพาะแร่ธาตุ 4 ชนิด ได้แก่ ดีบุก (SN) แทนทาลัม (TA) ทังสแตน (W) และทองคำ (AU) ที่มาจากเหมืองแร่ในประเทศที่มีการละเมิดสิทธิมนุษยชนในทวีปแอฟริกา

แนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ



1. สอดคล้องกับ

- UN GUIDELINE PRINCIPLES IN BUSINESS AND HUMAN RIGHTS
- UN GLOBAL COMPACT
- กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
- UNSDG

2. เกณฑ์การระบุกลุ่มคู่ค้าหลัก/คู่ค้าหลักทางอ้อม

- ส่งมอบสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าสูงผ่านการวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย (SPENDING ANALYSIS)
- ส่งมอบสินค้าและบริการหลักให้บริษัทฯ
- ส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคู่ค้าน้อยรายให้แก่บริษัทฯ
- มีความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) และด้านสิทธิมนุษยชน
- การระบุคู่ค้าหลักทางอ้อมจากคู่ค้าหลัก

3. ตรวจประเมินตามคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า

การระบุกลุ่มคู่ค้าหลัก/คู่ค้าหลักทางอ้อม และการประเมินความเสี่ยง



• กลุ่มคู่ค้าหลักทางตรง

2,001 ราย

จำนวนคู่ค้าปัจจุบัน

42 ราย

จำนวนคู่ค้าหลัก

สัดส่วนประเภทคู่ค้าหลัก

กลุ่มเครือข่ายโทรคมนาคมหลักและอุปกรณ์ 61.9%
กลุ่มอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์เสริม 31.0%
กลุ่มอุปกรณ์สารสนเทศและการบริการ 7.1%

16.7%

(7 ราย) คู่ค้าหลักที่มีความเสี่ยงสูง

100%

คู่ค้าหลักได้รับการตรวจประเมินสถานที่ปฏิบัติงาน



• กลุ่มคู่ค้าหลักทางอ้อม

17 ราย

จำนวนคู่ค้าหลักทางอ้อม

17.6%

(3 ราย) คู่ค้าหลักที่มีความเสี่ยงสูง

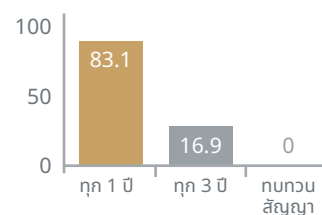
100%

คู่ค้าหลักทางอ้อมได้รับการตรวจประเมินสถานที่ปฏิบัติงาน

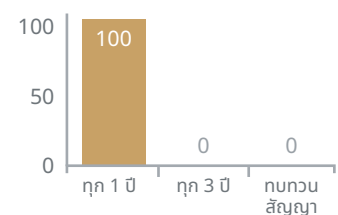
ผลการตรวจประเมินคู่ค้าในสถานที่ปฏิบัติงาน

ผลจากการประเมินคู่ค้าหลักทางตรง และทางอ้อมในสถานที่ปฏิบัติงาน ในปี 2565 ส่วนใหญ่พบประเด็นทางด้านสังคมคือ อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานคู่ค้า เช่น ไม่พบหลักฐานของการฝึกซ้อมอพยพหนีไฟ กลุ่มทรู จึงกำหนดให้คู่ค้าดำเนินการฝึกซ้อมอพยพหนีไฟ รวมไปถึงกำหนดแผนฉุกเฉิน เป็นต้น กลุ่มทรู พร้อมให้คำปรึกษาและมีการติดตามตรวจสอบคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง

• ความถี่ในการตรวจประเมินสถานที่ปฏิบัติงานของคู่ค้าหลักและคู่ค้าหลักทางอ้อม



คู่ค้าหลัก และคู่ค้าหลักทางอ้อม



คู่ค้าหลัก และคู่ค้าหลักทางอ้อมที่มีความเสี่ยงสูง

ผลการประเมินผู้ค้าในสถานที่ปฏิบัติงาน (ONSITE AUDIT)	การประเมินผลกระทบ ด้านเศรษฐกิจ	การประเมินผลกระทบ ด้านสังคม	การประเมินผลกระทบ ด้านสิ่งแวดล้อม
คู่ค้าหลักที่ต้องมีแนวทางแก้ไขเพื่อลดผลกระทบเชิงลบ	5 บริษัท	8 บริษัท	5 บริษัท
คู่ค้าหลักที่ต้องจัดทำแนวทางแก้ไขเพื่อลดผลกระทบเชิงลบ	5 บริษัท	8 บริษัท	5 บริษัท
คู่ค้าที่ถูกพิจารณาพบทวนสัญญา	0 บริษัท	0 บริษัท	0 บริษัท

ข้อมูลด้านสุขภาพ สุขภาวะ และความปลอดภัยของผู้รับเหมา และผู้รับเหมาช่วง

 100% เข้าร่วมการฝึกอบรมหลักสูตร ที่เกี่ยวข้องกับข้อปฏิบัติใน การทำงานและความปลอดภัย	73 ราย จำนวนผู้บาดเจ็บจาก การทำงานทั้งหมด 5.08 อัตราผู้บาดเจ็บจาก การทำงานทั้งหมด	0 ราย จำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรง จากการทำงาน 0.00 อัตราบาดเจ็บรุนแรง จากการทำงาน
- อบรมหลักสูตรที่เกี่ยวกับข้อปฏิบัติในการทำงานและความปลอดภัย - การกรอกแบบฟอร์มด้านความปลอดภัย - ตรวจประเมินผู้รับเหมาให้เป็นไปตามระเบียบข้อบังคับด้านความปลอดภัย	 14 ล้านชั่วโมง จำนวนชั่วโมงทำงาน ทั้งหมด	4 ราย จำนวนผู้เสียชีวิตจาก อุบัติเหตุจากการทำงาน 0.28 อัตราการเสียชีวิตจาก อุบัติเหตุจากการทำงาน

กลุ่มทรู มีการกำหนดมาตรการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ เพื่อความปลอดภัยของผู้รับเหมา และผู้รับเหมาช่วง เช่น การฝึกอบรมวิธีปฏิบัติงานในหลักสูตรความปลอดภัยต่างๆ เช่น การทำงานบนที่สูง การใช้บันไดไม้ไผ่ รวมถึงการจัดหาอุปกรณ์ป้องกันความปลอดภัยที่มีมาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด เป็นต้น และกำหนดให้ผู้รับเหมาต้องทำการสื่อสาร และอบรมให้กับพนักงานของผู้รับเหมา และผู้รับเหมาช่วง ทุกคนอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ ยังมีมาตรการติดตามตรวจสอบการปฏิบัติงานของผู้รับเหมา และผู้รับเหมาช่วง เป็นประจำ

5 ส่งเสริมให้คู่ค้ามีการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการดำเนินงาน

ระบบจัดซื้อจัดจ้างออนไลน์ (E-PROCUREMENT)

 **74.45%** จำนวนใบเสนอราคาเพิ่มขึ้นจากปี 2564

บริษัทฯ ส่งเสริมคู่ค้าใช้เทคโนโลยีในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง ตั้งแต่การคัดเลือกคู่ค้า eRFx สามารถเปรียบเทียบราคาและอนุมัติออนไลน์ การใช้ระบบ E-PAYMENT ที่สามารถโอนเงิน ชำระเงิน ผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทำให้การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นไปอย่างโปร่งใส และเป็นธรรม อีกทั้งผู้บริหารยังสามารถติดตามคำสั่งซื้อได้ในทุกขั้นตอน

ก้าวต่อไป

ร่วมกับคู่ค้าพัฒนากระบวนการจัด E-WASTE จากการดำเนินธุรกิจของบริษัทเพื่อลดปริมาณการฝังกลบ

ส่งเสริมคู่ค้าตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และใช้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้

การแสดงผลตามตัวชี้วัด GRI STANDARDS และ SDGs

GRI 1: FOUNDATION 2021

Disclosure Name	Notes
Statement of use	True Group has reported in accordance with the GRI Standards for the period of 1 JAN - 31 DEC 2022
GRI 1 used	GRI 1: Foundation 1
Applicable GRI Sector Standards	Not currently available

GRI 2: GENERAL DISCLOSURE 2021

Disclosure		Disclosure Name	Chapter/Reference	Pages	Note/Omission
Section	#				
The organization and its reporting practices	2-1	Organizational details	About True	12-13	
	2-2	Entities included in the organization's sustainability reporting	About True About This Report	12-13 108	
	2-3	Reporting period, frequency and contact point	About This Report	108	
	2-4	Restatements of information	About This Report	108	
	2-5	External assurance	About This Report	108	
Activities and workers	2-6	Activities, value chain and other business relationships	About True Responsible Supply Chain Management	12-13 84-87	
	2-7	Employees	Human Capital Development	42-47	
	2-8	Workers who are not employees	Human Capital Development, Responsible Supply Chain Management	42-47 84-87	
Governance	2-9	Governance structure and composition	Sustainability at True	22-25	
	2-10	Nomination and selection of the highest governance body			
	2-11	Chair of the highest governance body	Sustainability at True	22-25	
	2-12	Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	Sustainability at True	22-25	
	2-13	Delegation of responsibility for managing impacts	Sustainability at True	22-25	
	2-14	Role of the highest governance body in sustainability reporting	Sustainability at True	22-25	
	2-15	Conflicts of interest	Corporate Governance	28-30	
	2-16	Communication of critical concerns	Corporate Governance	28-30	
	2-17	Collective knowledge of the highest governance body	Annual Report 2022		
	2-18	Evaluation of the performance of the highest governance body	Annual Report 2022		
	2-19	Remuneration policies	Annual Report 2022		
	2-20	Process to determine remuneration	Annual Report 2022		
	2-21	Annual total compensation ratio	Performance Summary	102	

GRI 2: GENERAL DISCLOSURE 2021

Disclosure		Disclosure Name	Chapter/Reference	Pages	Note/Omission
Section	#				
Strategy, policies and practices	2-22	Statement on sustainable development strategy	Message from The Chairman of Board Committee Message from CEO Sustainability at True Environmental, Climate Change Management & Biodiversity	4-5 6-7 12-13 72-83	
	2-23	Policy commitments	About True Stakeholder Engagement Sustainability at True Corporate Governance	12-13 18-21 22-25 28-30	
	2-24	Embedding policy commitments	Sustainability at True	22-25	
	2-25	Processes to remediate negative impacts	Corporate Governance	28-30	
	2-26	Mechanisms for seeking advice and raising concerns	Corporate Governance	28-30	
	2-27	Compliance with laws and regulations	Corporate Governance	28-30	
	2-28	Membership associations	Corporate Governance	28-30	
Stakeholder engagement	2-29	Approach to stakeholder engagement	Stakeholder Engagement Social Impact Management Network Availability and Reliability Customer Relationship Management Environmental, Climate Change Management & Biodiversity	18-21 52-57 58-61 62-65 72-83	
	2-30	Collective bargaining agreements	Performance Summary	103	

GRI 3: MATERIAL TOPICS 2021

Disclosure		Disclosure Name	Chapter/Reference	Pages	Note/Omission
Section	#				
Disclosures on material topics	3-1	Process to determine material topics	Materiality	16-17	
	3-2	List of material topics	Materiality	16-17	
	3-3	Management of material topics	Business Performance And Growth Capability Materiality Stakeholder Engagement Sustainability at True Corporate Governance Digital Inclusion For Education Cyber Security And Data Privacy Human Capital Development Human Rights Management Social Impact Management Network Availability and Reliability Customer Relationship Management Innovation Management Environmental, Climate Change Management & Biodiversity Responsible Supply Chain Management	14-15 16-17 18-21 22-25 28-33 34-37 38-41 42-47 48-49 52-57 58-61 62-65 66-69 72-83 84-87	

GRI MATERIAL TOPIC DISCLOSURE

Disclosure Section	Disclosure Number & Name		Pages
BUSINESS PERFORMANCE AND GROWTH CAPABILITY			
201 Economic Performance	201-1	Direct economic value generated and distributed	14-45
HEART			
CORPORATE GOVERNANC AND RISK & CRISIS MANAGEMENT			
205 Anti-corruption	205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	28-33
	205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	
206 Anti-competitive Behavior	206-1	Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices	
415 Public Policy 2016	415-1	Political Contribution	
DIGITAL INCLUSION FOR EDUCATION			
201 Economic Performance	201-1	Direct economic value generated and distributed	34-37
413 Local Communities	413-1	Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	
GRI Telecommunications Sector Supplement: Providing Access	PA2	Policies and practices to overcome barriers for access and use of telecommunication products and services including: language, culture, illiteracy, and lack of education, income, disabilities, and age. Include an explanation of business models applied	
CYBER SECURITY AND DATA PRIVACY			
418 Customer Privacy	418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	41
HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT			
401 Employment	401-1	New employee hires and employee turnover	42-47
	401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	
403 Occupational Health and Safety 2018	403-1	Occupational health and safety management system	
	403-2	Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	
	403-3	Occupational health services	
	403-4	Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	
	403-5	Worker training on occupational health and safety	
	403-6	Promotion of worker health	
	403-7	Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	
	403-9	Work-related injuries	
	GRI 403-10	Work-related ill health	
404 Training and Education	404-1	Average hours of training per year per employee	
	404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	
	404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	
405 Diversity and Equal Opportunity	405-1	Diversity of governance bodies and employees	
407 Freedom of Association and Collective Bargaining	407-1	Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk	
GRI Telecommunications Sector Supplement: Providing Access	IO 3	Practices to ensure health and safety of field personnel involved in the installation, operation and maintenance of masts, base stations, laying cables and other outside plant. Related health and safety issues include working at heights, electric shock, exposure to EMF and radio frequency fields, and exposure to hazardous chemicals.	

GRI MATERIAL TOPIC DISCLOSURE

Disclosure Section	Disclosure Number & Name	Pages
HUMAN RIGHTS MANAGEMENT		
406 Non-discrimination	406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken	48-49
408 Child Labor	408-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	
409 Forced or Compulsory Labor	409-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	
411 Rights of Indigenous Peoples	411-1 Incidents of violations involving rights of indigenous peoples	
412 Human Rights Assessment	412-1 Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments	
GRI Telecommunications Sector Supplement: Providing Access	PA7 Policies and practices to manage human rights issues relating to access and use of telecommunications products and services.	
HEALTH		
SOCIAL IMPACT MANAGEMENT		
201 Economic Performance	201-1 Direct economic value generated and distributed	52-57
413 Local Communities	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	
GRI Telecommunications Sector Supplement: Providing Access	PA 2 Policies and practices to overcome barriers for access and use of telecommunication products and services including: language, culture, illiteracy, and lack of education, income, disabilities, and age. Include an explanation of business models applied	
NETWORK AVAILABILITY & RELIABILITY		
GRI Telecommunications Sector Supplement: Providing Access	PA1 Policies and practices to enable the deployment of telecommunications infrastructure and access to telecommunications products and services in remote and low population density areas PA3 Availability and Reliability of Telecommunications Products and Services PA4 Quantify the level of availability of telecommunications products and services in areas where the organization operates PA5 Number and types of telecommunication products and services provided to and used by low and no income sectors of the population. Provide definitions selected	58-61
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT		
GRI Telecommunications Sector Supplement: Providing Access	PA2 Policies and practices to overcome barriers for access and use of telecommunication products and services including: language, culture, illiteracy, and lack of education, income, disabilities, and age. Include an explanation of business models applied PA 5 Number and types of telecommunication products and services provided to and used by low and no income sectors of the population. Provide definitions selected PA11 Initiatives to inform customers about products features and applications that will promote responsibilities, efficient, cot effective, and environmental preferable use.	62-65
INNOVATION MANAGEMENT		
GRI Telecommunications Sector Supplement: Providing Access	PA11 Initiatives to inform customers about product features and applications that will promote responsible, efficient, cost effective, and environmentally preferable use.	66-69

GRI MATERIAL TOPIC DISCLOSURE

Disclosure Section	Disclosure Number & Name	Pages
HOME		
ENVIRONMENTAL AND CLIMATE MANAGEMENT		
302 Energy	302-1 Energy consumption within the organization 302-3 Energy intensity 302-4 Reduction of energy consumption	72-83
303 Water and Effluents 2018	303-1 Interactions with water as a shared resource 303-2 Management of water discharge-related impacts 303-3 Water withdrawal	72,77
304 Biodiversity	304-3 Significant impacts of activities, products and services on biodiversity	72-83
305 Emissions	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions 305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions 305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions 305-4 GHG emissions intensity 305-5 Reduction of GHG emissions	72-83
306 Effluents and Waste 2020	306-1 Waste generation and significant waste-related impacts 306-2 Management of significant waste-related impacts 306-4 Waste diverted from disposal 306-5 Waste directed to disposal	72, 78-80
RESPONSIBLE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT		
203 Procurement Practices	203-1 Infrastructure investments and services supported 203-2 Significant indirect economic impacts	84-87
204 Procurement Practices	204-1 Proportion of spending on local suppliers	
308 Supplier Environmental Assessment	308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria 308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	
414 Supplier Social Assessment	414-1 New suppliers that were screened using social criteria 414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken	

Remark: สำหรับตัวชี้วัดเฉพาะและตัวชี้วัดของธุรกิจโทรคมนาคม มีการรายงานเฉพาะหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับองค์กรเท่านั้น

UN SUSTAINABILITY GOALS (SDGs)

UN SDGS	CHAPTER	Pages	UN SDGS	CHAPTER	Pages
	SOCIAL IMPACT MANAGEMENT CORPORATE RESPONSIBILITY MANAGEMENT	52-57		BUSINESS PERFORMANCE AND GROWTH CAPABILITY SOCIAL IMPACT MANAGEMENT NETWORK AVAILABILITY AND RELIABILITY CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT INNOVATION MANAGEMENT	14-15 52-57 58-61 62-65 66-69
	SOCIAL IMPACT MANAGEMENT	52-57		HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT HUMAN RIGHTS MANAGEMENT SOCIAL IMPACT MANAGEMENT	42-47 48-49 52-57
	HUMAN RIGHTS MANAGEMENT, SOCIAL IMPACT MANAGEMENT	48-49 52-57		ENVIRONMENTAL, CLIMATE CHANGE MANAGEMENT AND BIODIVERSITY RESPONSIBLE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT	72-83 84-87
	DIGITAL INCLUSION FOR EDUCATION CYBERSECURITY AND DATA PRIVACY HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT SOCIAL IMPACT MANAGEMENT	34-37 38-41 42-47 52-57		ENVIRONMENTAL, CLIMATE CHANGE MANAGEMENT AND BIODIVERSITY	72-83
	HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT, HUMAN RIGHTS MANAGEMENT	42-47 48-49		ENVIRONMENTAL, CLIMATE CHANGE MANAGEMENT AND BIODIVERSITY	72-83
	ENVIRONMENTAL, CLIMATE CHANGE MANAGEMENT AND BIODIVERSITY	72-83		CORPORATE GOVERNANCE CYBERSECURITY AND DATA PRIVACY HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT	28-30 38-41 42-47
	ENVIRONMENTAL, CLIMATE CHANGE MANAGEMENT AND BIODIVERSITY	72-83		CORPORATE GOVERNANCE SOCIAL IMPACT MANAGEMENT INNOVATION MANAGEMENT RESPONSIBLE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT	28-30 52-57 66-69 84-87
	BUSINESS PERFORMANCE AND GROWTH CAPABILITY HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT HUMAN RIGHTS MANAGEMENT SOCIAL IMPACT MANAGEMENT INNOVATION MANAGEMENT RESPONSIBLE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT	14-15 42-47 48-49 52-57 66-69 84-87			

UNGC COMMUNICATION ON PROGRESS (COP) FOR THE ADVANCE LEVEL

UNGC COMMUNICATION ON PROGRESS (COP)	CHAPTER	Pages
IMPLEMENTING THE TEN PRINCIPLES INTO STRATEGIES & OPERATIONS		
Criterion 1: The COP describes mainstreaming into corporate functions and business units	Corporate Governance and Risk & Crisis Management	28-33
Criterion 2: The COP describes value chain implementation	Responsible Supply Chain Management	84-87
ROBUST HUMAN RIGHTS MANAGEMENT POLICIES & PROCEDURES		
Criterion 3: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of human rights	Human Rights Management	48-49
Criterion 4: The COP describes effective management systems to integrate the human rights principles	Materiality, Stakeholder Engagement, Human Capital Development, Human Rights Management	16-21, 42-49
Criterion 5: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms of human rights integration		
ROBUST LABOUR MANAGEMENT POLICIES & PROCEDURES		
Criterion 6: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of labour	Human Capital Development, Human Rights Management	42-49
Criterion 7: The COP describes effective management systems to integrate the labour principles		
Criterion 8: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms of labour principles integration		
ROBUST ENVIRONMENTAL MANAGEMENT POLICIES & PROCEDURES		
Criterion 9: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of environmental stewardship	Environmental and Climate Change Management	72-83
Criterion 10: The COP describes effective management systems to integrate the environmental principles		
Criterion 11: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms for environmental stewardship		
ROBUST ANTI-CORRUPTION MANAGEMENT POLICIES & PROCEDURES		
Criterion 12: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of anti-corruption	Corporate Governance and Risk & Crisis Management	28-33
Criterion 13: The COP describes effective management systems to integrate the anti-corruption principle		
Criterion 14: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms for the integration of anti-corruption		
TAKING ACTION IN SUPPORT OF BROADER UN GOALS AND ISSUES		
Criterion 15: The COP describes core business contributions to UN goals and issues	Sustainability at True, UN SDGs Content Index	22-25, 93
Criterion 16: The COP describes strategic social investments and philanthropy	Social Impact Management	52-57
Criterion 17: The COP describes advocacy and public policy engagement	Corporate Governance and Risk & Crisis Management,	28-33
Criterion 18: The COP describes partnerships and collective action	Human Rights Management	48-49
CORPORATE SUSTAINABILITY GOVERNANCE AND LEADERSHIP		
Criterion 19: The COP describes CEO commitment and leadership	Message from Chairman of the Executive Committee, Message from the Co-Presidents	4-7
Criterion 20: The COP describes Board adoption and oversight	Corporate Governance and Risk & Crisis Management	28-33
Criterion 21: The COP describes stakeholder engagement	Materiality, Stakeholder Engagement	16-21

Independent Assurance Statement

Introduction and Engagement

True Corporation Public Company Limited (hereafter 'TRUE') commissioned TÜV NORD (Thailand) Ltd. (hereafter 'TUVN') for Sustainability Assurance Engagement. TÜV NORD (Thailand) Ltd. conducted the independent assurance of TRUE's sustainability report (hereinafter 'the Report'), which includes "limited assurance" of TRUE's sustainability information for the applied reporting period for the calendar year 2022. This assurance engagement was conducted against the Global Reporting Initiative Standards and AA1000 AS Version 3 Protocol (Type 2, Moderate Level). The Report covers TRUE's sustainability information for the period 1st January 2022 to 31st December 2022. The desk review and remote verification and interview were conducted in Feb. and Mar.2023.

Scope, Boundary and Limitations of Assurance

The scope of the assurance includes the economy, environment, people and social indicators in the report as per the specify disclosures required by GRI Standards 2021. In particular, the assurance engagement includes the following:

- Verification of the Report content, principles as mentioned in the GRI Standards,
- Review of the policies, initiatives, practices and performance described in the Report;
- Review of the disclosures made in the Report against the requirements of the GRI Standards 2021
- Verification of the reliability of the GRI Standards Disclosure on economic, environmental and social and GRI's sector guidance - TELECOMMUNICATION SECTOR SPECIFIC INDICATORS (disclosures are tabulated below)
- Specified information was based on the materiality determination and needs to be meaningful to the intended users;
- Confirmation of the fulfilment of the GRI Standards 2021, as declared by the management of TRUE.

The reporting boundary is based on the stakeholders engagement and materiality assessment. The reporting aspect boundaries are set out in the Report covering the sustainability performance of 4 main businesses and group investment structure in line with True Corporation PLC(Company) 's Annual Report 2022

Our engagement did not include an assessment of the adequacy or the effectiveness of TRUE's strategy or management of sustainability related issues. During the assurance process, TUVN did not come across the limitations to the scope of the agreed assurance engagement. No external stakeholders were interviewed as a part of the sustainability engagement for the reporting period.

Verification Methodology

This assurance engagement was planned and carried out in accordance with the GRI Standards and AA1000 AS Version 3. The Report was evaluated against the following criteria:

- Adherence to the principles of Stakeholder inclusiveness, Materiality, Responsiveness, Completeness, Neutrality, Relevance, Sustainability context, Accuracy, Reliability, Comparability, Clarity and Timeliness; as prescribed in the GRI Standards and AA1000 ASSURANCE STANDARD Version 3;
- Application of the principles and requirements of the GRI Standards 2021.

During the assurance engagement, TUVN adopted a risk-based approach, concentrating on verification efforts on the significant impact material topics relevance to TRUE's context and its stakeholders. TUVN has verified the statements and claims made in the Report and assessed the robustness of the underlying data management system, information flows and controls. In doing so:

- TUVN reviewed the approach adopted by TRUE for the stakeholder engagement and materiality process. TUVN performed limited internal stakeholder engagement to verify the qualitative statements made in the Report;
- TUVN verified the sustainability-related statements and claims made in the Report and assessed the robustness of the data management system, information flow and controls;
- TUVN examined and reviewed the documents, data and other information made available by TRUE for the reported disclosures including the Disclosure on Management Approach and performance indicators;
- TUVN conducted interviews with key representatives including data owners and decision-makers from different functions of the Company during the verification;
- TUVN performed sample-based reviews of the mechanisms for implementing the sustainability related policies, as described in TRUE's Sustainability Report;

- TUVN verified sample-based checks of the processes for generating, gathering and managing the quantitative data and qualitative information included in the Report for the reporting period.

Opportunities for Improvement

There is not any observations and opportunities for improvement reported to the management of TRUE and are considered in drawing our conclusions on the period Report.

Conclusions

The Report was prepared based on the GRI Standards Reporting Principles and Standard Disclosures 'in accordance' with the GRI Standards 2021. In our opinion, based on the scope of this assurance engagement, the disclosures on sustainability performance reported in the Report along with the referenced information provides a fair representation of the material aspects, related strategies, and performance indicators, and meets the general content and quality requirements of the GRI Standards 2021.

- Disclosures: TUVN is of the opinion that the reported disclosures generally meet the GRI Standards reporting requirements for 'in accordance' - Core reporting criteria. Organization refers to general disclosure to report contextual information about an organization while the Management Approach is discussed to report the management approach for each material topic.
- Topic Specific Standard: TUVN is of the opinion that the reported specific disclosures for each material topic generally meet the GRI Standards reporting requirements for 'in accordance' - Core reporting criteria.

The requirements below material aspect were verified by the assurance team:

Material Issues	GRI Disclosure Number
Approach to stakeholder engagement	GRI 2-29
Energy consumption within the organization	GRI 302-1
Water withdrawal	GRI 303-3 (2018)
Direct (Scope 1) GHG emissions	GRI 305-1
Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	GRI 305-2
Indirect (Scope 3) GHG emissions • Purchased Goods and Service • Waste Generate from Operation	GRI 305-3
Waste generated	GRI 306-3 (2020)
Waste diverted from disposal	GRI 306-4 (2020)
Waste detected to disposal	GRI 306-5 (2020)
Average hours of training per year per employee	GRI 404-1
Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	GRI 404-3
Work-related injuries	GRI 403-9 (2018)
Number and types of telecommunication products and services provide to and used by low and no income sectors of the population. Provide definitions selected (Telecommunications Sector Supplement: Providing Access)	GRI PA 5

On the basis of the procedures we have performed, nothing has come to our attention that causes us to believe that the information subject to the Type 2 moderate level assurance engagement was not prepared, in all material topics in accordance with the GRI Standards 2021 reporting guidelines and requirements, or that the sustainability information is not reliable in specific topics, with regards to the reporting criteria.

TUVN did perform any assurance of procedures on the prospective information, such as targets, expectations and ambitions, disclosed in the sustainability information. Consequently, TUVN draws conclusion on the prospective information. This assurance statement has been prepared in accordance with the terms of our engagement. It does include detailed testing of source data or the operating effectiveness of processes, internal controls and consequently they do enable us to obtain the assurance necessary to become aware of all significant matters that might be identified in a Type 2 moderate level assurance engagement.

TUVN has evaluated the Report's adherence to the following principles with respect to the requirements of the GRI Standards, Stakeholder identification and engagement is carried out by TRUE on a periodic basis to bring out key stakeholder concerns as material aspects of significant stakeholders. The materiality assessment process considering material topics that are internal and external to the Company's range of businesses. The Report fairly brings out the aspects and topics and its respective boundaries of the diverse operations of TRUE. The Report has fairly disclosed the General and Specific Standard Disclosures, and adequately captured the impact of its business on the community

and environment and has taken several measures to reduce the impact including the Disclosure on Management Approach, covering the sustainability strategy, management approach, monitoring systems and sustainability performance indicators against the GRI Standards. It was reported in a neutral tone, in terms of content and presentation. The majority of the data and information was verified by TUVN's assurance team by remote technic interview and verification.

In our view, the Report could be adherence to Inclusivity, Materiality, Responsiveness, Impacts, Completeness, Neutrality, Relevance, Sustainability context, Accuracy, Reliability, Comparability, Clarity and Time frame.

TUVN's responsibility regarding this verification is in accordance with the agreed scope of work which includes non-financial quantitative and qualitative information (Sustainability Performance – environmental and social indicators) disclosed by TRUE in the Report. This assurance engagement is based on the assumption that the data and the information provided to TUVN by TRUE are complete and reliable.

TUVN expressly disclaims any liability or co-responsibility for any decision a person or entity would make based on this Assurance Statement. The intended users of this assurance statement are the management of TRUE.

The management of the Company is responsible for the information provided in the Report as well as the process of collecting, analyzing and reporting the information presented in web-based and printed Reports, including website maintenance and its integrity.

TUV's Competence and Independence

TUVN is an independent, neutral, third-party providing sustainability services, with qualified environmental and social assurance specialists. TUVN states its independence and impartiality with regard to this assurance engagement. In the reporting year, TUVN 's assurance team did not work with TRUE on any engagement that could compromise the independence or impartiality of our findings, conclusions and recommendations. TUVN 's assurance team was not involved in the preparation of any content or data included in the Report, with the exception of this Assurance Statement. TUVN maintains complete impartiality toward any people interviewed during the assurance engagement.



Ms. Numfon Sangeamruk
Lead Verifier
TUV NORD (Thailand) Ltd.
Bangkok 10260 Thailand



AA1000
Licensed Report
000-286/V3-A2VS5

Date: 29 March 2023
Place: Bangkok, Thailand
Project Reference No: TUVN/TRUE/SA/2023

PERFORMANCE SUMMARY

GRI Standard	Data Description		Unit	2019	2020	2021	2022
ECONOMIC							
201-1	การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยตรง	Direct Economic Value Generated					
	สินทรัพย์รวม	Total assets	Million Baht	523,993	617,548	624,915	618,096
	รายได้จากการดำเนินงานทั้งหมด	Total revenue		140,943	138,212	143,655	135,076
	รายได้จากการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการอื่น	Revenue from telephone and other services		120,926	121,326	120,370	113,952
	การกระจายมูลค่าทางเศรษฐกิจ	Economic Value Distributed					
	ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการพนักงาน	Staff cost	Million	15,012	12,289	11,484	10,882
	ต้นทุนในการให้บริการรวม	Total cost of providing services	Baht	87,242	81,984	81,634	82,502
	การจ่ายสำหรับผลการดำเนินงาน	Payment to Provider of Capital					
	การจ่ายเงินปันผล	Dividend payments	Million	3,003	3,003	2,334	2,334
	ดอกเบี้ยจ่าย	Interest expense	Baht	(7,489)	(9,227)	(10,060)	(11,086)
	งบกำไรขาดทุน	Consolidated Income Statement					
	กำไรสุทธิ สำหรับส่วนที่เป็นของบริษัท	Net profit (loss) to equity shareholders of the Company	Million Baht	5,637	1,048	(1,428)	(18,285)
กำไรก่อนดอกเบี้ยภาษีค่าเสื่อมและค่าตัดจำหน่าย	EBITDA	33,850		52,654	57,761	52,804	
ENVIRONMENT							
302-1	ปริมาณพลังงานทั้งหมดที่ใช้	Energy consumption		2,927,336.81	3,232,317.05	3,422,512.34	3,586,836.34
	ปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป	Energy consumption from non-renewable fuels	GJ	231,494.52	145,115.81	65,164.29	2,817.70
	- น้ำมันดีเซล (ทุกประเภท)	- Diesel		179,194.16	137,901.55	61,129.49	2,817.70
	- น้ำมันเบนซิน (ทุกประเภท)	- Gasoline		50,925.19	7,214.26	4,034.80	0.00
	- แก๊สธรรมชาติ	- CNG		0.00	0.00	0.00	0.00
	- เชื้อเพลิงปิโตรเลียมเหลว	- LPG		1,375.17	0.00	0.00	0.00
	ปริมาณพลังงานหมุนเวียน (โซลาร์เซลล์)	Energy consumption from renewable energy (Solar cells)		2,008.47	65,448.59	97,731.32	112,234.14
	ปริมาณพลังงานไฟฟ้า (ซื้อ)	Electricity consumption (purchased)		2,693,833.81	3,021,752.64	3,259,616.72	3,471,784.51
	- National Grid	- National Grid	2,693,833.81	3,021,752.64	2,539,616.72	2,517,784.51	
	- Renewable Energy Certificate (REC)	- Renewable Energy Certificate (REC)	NA	NA	720,000.00	954,000.00	
302-3	การใช้พลังงานต่อรายได้	Energy Intensity	GJ per Million Baht	20.77	23.39	23.82	26.55
	การปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 และ 2 (Market-based)	Greenhouse Gas Emissions Scope 1 and Scope 2 (Market-based)	Ton of CO ₂ e	388,938	417,508	337,189	320,115
305-1	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (GHG ขอบเขตที่ 1)	Total Direct GHG emissions (GHG Scope 1)	Ton of CO ₂ e	17,039.57	13,768.45	10,565.75	8,189.60
	- การเผาไหม้เชื้อเพลิง	- Fuel combustion		16,807.28	10,306.80	4,559.82	201.02
	- การรั่วไหลของสารทำความเย็น	- Fugitive Emissions		232.29	3,461.65	6,005.94	7,988.58
	การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากเชื้อเพลิงชีวภาพ	Biogenic CO ₂ emissions		404.90	623.42	325.69	9.42
305-2	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (GHG ขอบเขตที่ 2)	Indirect GHG emissions (GHG Scope 2)					
	- Base on Location-based method	- Base on Location-based method		371,898.72	403,739.73	419,222.93	430,115.52
	- Base on Market-based method	- Base on Market-based method		371,898.72	403,739.73	326,622.93	311,925.52

GRI Standard	Data Description		Unit	2019	2020	2021	2022
ENVIRONMENT							
305-3	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (GHG ขอบเขตที่ 3)	Total Indirect GHG emissions (GHG Scope 3)	Ton of CO ₂ e	380,845	295,299	316,191	244,594
305-4	การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 และ Scope 2) ต่อรายได้	GHG (Scope 1 and Scope 2) Intensity	Ton of CO ₂ e per Million	2.76	3.02	2.35	2.37
303-3 (2018)	ปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมด	Water withdrawal	Mega liter	233.84	182.31	116.47	119.28
	น้ำประปา (น้ำจืด: Total Dissolved Solids ≤ 1,000 mg/L)	Municipal water supply (Freshwater: Total Dissolved Solids ≤1,000 mg/L)	Mega liter	233.84	182.31	116.47	119.28
	ปริมาณการนำน้ำจากพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำมาใช้	Total Water Withdrawal from Water Stress Areas		NA	16.37	10.38	13.88
	การนำน้ำมาใช้ต่อรายได้	Water withdrawal Intensity	liter per Million Baht	1,659	1,319	811	883
306-3 (2020)	ปริมาณของเสียทั้งหมด	Total Waste	Metric tons	883.90	693.15	369.40	441.85
	ปริมาณของเสียไม่อันตราย	Non-Hazardous Waste	Metric tons	651.00	670.35	352.75	424.49
	- นำไปฝังกลบ (ภายนอกหน่วยงาน)	- Landfill (Offsite)		651.00	604.48	321.29	383.65
	- นำไปเผาด้วยเตาเผา (ภายนอกหน่วยงาน)	- Incineration without Energy Recovery (Offsite)		NA	NA	0.00	0.00
	- เผาพลังงานกลับมาใช้ (ภายนอกหน่วยงาน)	- Incineration with Energy Recovery (Offsite)		NA	NA	0.00	0.00
	- ทำปุ๋ย (ภายนอกหน่วยงาน)	- Composting (Offsite)		NA	0.00	0.00	0.00
	- นำไปเป็นอาหารสัตว์ (ภายนอกหน่วยงาน)	- Used as animal feed (Offsite)		NA	0.00	1.11	1.58
	- นำไปใช้ซ้ำ	- Reused		NA	NA	0.00	0.00
	- ในพื้นที่หน่วยงาน	- Onsite		NA	NA	0.00	0.00
	- นอกพื้นที่หน่วยงาน	- Offsite		NA	NA	0.00	0.00
	- นำกลับมาใช้ใหม่ (ภายนอกหน่วยงาน)	- Recycling (Offsite)		NA	65.87	30.36	39.26
	ปริมาณของเสียอันตรายและของเสียอิเล็กทรอนิกส์	Hazardous Waste and Electronic Waste	Metric tons	232.90	22.79	16.65	17.36
	- นำไปฝังกลบ (ภายนอกหน่วยงาน)	- Landfill (Offsite)	Metric tons	0.50	0.45	0.67	0.84
	- นำไปเผาด้วยเตาเผา (ภายนอกหน่วยงาน)	- Incineration without Energy Recovery (Offsite)		NA	NA	0.00	0.00
	- เผาพลังงานกลับมาใช้ (ภายนอกหน่วยงาน)	- Incineration with Energy Recovery (Offsite)		NA	NA	0.00	0.00
	- นำไปใช้ซ้ำ	- Reused		NA	NA	5.63	2.02
	- ในพื้นที่หน่วยงาน	- Onsite		NA	NA	0.00	0.00
	- นอกพื้นที่หน่วยงาน	- Offsite		NA	NA	5.63	2.02
	- นำกลับมาใช้ใหม่ (ภายนอกหน่วยงาน)	- Recycling (Offsite)		232.40	22.34	10.35	14.50
306-4 (2020)	ปริมาณของเสียทั้งหมดที่นำไปใช้ประโยชน์	Total waste diverted from disposal	Metric tons	232.40	65.87	47.44	57.35
306-5 (2020)	ปริมาณของเสียทั้งหมดที่นำไปกำจัด (ฝังกลบ)	Total waste directed to disposal (Landfill)	tons	651.50	604.93	321.96	384.49

Remark: - NA หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้
- ปริมาณพลังงาน (หน่วยกิโลจูล) คำนวณจากปริมาณเชื้อเพลิงคุณค่าความร้อนของเชื้อเพลิงแต่ละประเภท อ้างอิง กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน
- ปริมาณพลังงานทั้งหมดที่ใช้ เท่ากับปริมาณพลังงานเชื้อเพลิงและปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ใช้ทั้งหมด
- การใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้ ครอบคลุมปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป ปริมาณพลังงานหมุนเวียน และปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอกต่อหน่วยรายได้จากการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการอื่นๆ (ล้านบาท)
- ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า) คำนวณจากข้อมูลกิจกรรมคูณค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก อ้างอิง Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) และสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1) ครอบคลุมปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงและการรั่วไหล
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Scope 2) ครอบคลุมปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้ไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอกเท่านั้น
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Scope 3) ครอบคลุมปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอื่นๆ ที่องค์กรไม่ได้ควบคุมการดำเนินงาน
ในตารางข้างต้นเป็นตัวเลขการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการทวนสอบข้อมูลโดยหน่วยงานภายนอก การซื้อสินค้าและบริการ (การใช้กระดาษและใช้น้ำ) และการจัดการของเสียที่เกิดจากการดำเนินงานธุรกิจ
อย่างไรก็ตาม ยังมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากแหล่งอื่นๆ ซึ่งได้แสดงข้อมูลอยู่ในบทการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ ครอบคลุมปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ขอบเขตที่ 1) และทางอ้อมจากการใช้ไฟฟ้า (ขอบเขตที่ 2) ต่อหน่วยรายได้จากการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการอื่นๆ (ล้านบาท)
- ปริมาณการนำน้ำมาใช้เป็นน้ำประปาทั้งหมด โดยประเมินปริมาณการนำน้ำจากพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำมาใช้ ด้วยเครื่องมือ Aqueduct Water Risk Atlas ของ World Resources Institute (WRI)

GRI Standard	Data Description		Unit	2019	2020	2021	2022	
LABOR PRACTICES								
2-7 (102-8)	จำนวนพนักงานทั้งหมด	Total Employees	Person	22,697	21,704	20,618	19,996	
	จำนวนพนักงานประจำ	Total permanent employees	Person	22,697	21,704	20,618	11,783	
	- พนักงาน ชาย	Male	Person	10,554	9,927	8,160	5,391	
			Percent	46.50	45.74	39.58	45.75	
	- พนักงาน หญิง	Female	Person	12,143	11,777	12,458	6,392	
			Percent	53.50	54.26	60.42	54.25	
	จำนวนพนักงานชั่วคราว	Total temporary employees	Person	0	0	0	8,213	
	- พนักงาน ชาย	Male	Person				2,575	
			Percent				31.35	
	- พนักงาน หญิง	Female	Person				5,638	
			Percent				68.65	
	จำนวนพนักงานเต็มเวลา	Total full-time employees	Person	0	0	0	19,815	
	- พนักงาน ชาย	Male	Person				7,923	
			Percent				39.98	
	- พนักงาน หญิง	Female	Person				11,892	
			Percent				60.02	
	จำนวนพนักงานไม่เต็มเวลา	Total part-time employees	Person	0	0	0	181	
	- พนักงาน ชาย	Male	Person				43	
			Percent				23.76	
	- พนักงาน หญิง	Female	Person				138	
			Percent				76.24	
	จำนวนพนักงานประจำ (จำแนกตามเชื้อชาติ)	Total permanent employees (By Ethnicity)						
	- ไทย	- Thai	Person				11,741	
			Percent				99.64	
	- เอเชีย	- Asian	Person				20	
			Percent				0.17	
	- ชาวต่างชาติ	- Foreigner	Person				22	
			Percent				0.19	
	จำนวนพนักงานชั่วคราว (จำแนกตามเชื้อชาติ)	Total temporary employees (By Ethnicity)						
	- ไทย	- Thai	Person				8,179	
			Percent				99.59	
	- เอเชีย	- Asian	Person				23	
			Percent				0.28	
	- ชาวต่างชาติ	- Foreigner	Person				11	
			Percent				0.13	
	คณะกรรมการบริษัท Board of Directors	Board of Directors/Supervisory Board	Person	16	16	15	15	
	- พนักงาน ชาย	Male	Person	15	15	14	14	
	- พนักงาน หญิง	Female		1	1	1	1	

Remark: - NA หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้
- * หมายถึง จำนวนรวมของพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราว

GRI Standard	Data Description		Unit	2019	2020	2021	2022	
LABOR PRACTICES								
405-1	ความหลากหลายของพนักงาน	Employee Diversity						
	จำแนกตามระดับ	By Level						
	ผู้บริหาร ตำแหน่งผู้อำนวยการ และสูงกว่าผู้อำนวยการ รวม	Total Management - Director and Director up Level	Person	111	100	108	110	
	- พนักงาน ชาย	- Male		91	81	89	92	
	- พนักงาน หญิง	- Female		20	19	19	18	
	ผู้บริหาร ตำแหน่งผู้ช่วยผู้อำนวยการ และรองผู้อำนวยการ รวม	Total Management - Assistant Director and Deputy Director Level		941	748	893	925	
	- พนักงาน ชาย	- Male		527	418	505	512	
	- พนักงาน หญิง	- Female		414	330	388	413	
	ผู้บริหารระดับต้น ตำแหน่งผู้จัดการ	Junior Management - Manager Level		2,379	2,111	2,327	2,383	
	- พนักงาน ชาย	- Male		1,219	1,080	1,177	1,207	
	- พนักงาน หญิง	- Female		1,160	1,031	1,150	1,176	
	ระดับพนักงานปฏิบัติการ	Operation Level		19,266	18,745	17,290	16,578	
	- พนักงาน ชาย	- Male		8,717	8,348	6,389	6,155	
	- พนักงาน หญิง	- Female		10,549	10,397	10,901	10,423	
	จำแนกตามเพศ	By Gender						
	- ผู้บริหารสายงานที่เป็นเพศหญิง	Women in all management positions	Person Percent	1,594 46.46	1,380 46.64	1,557 46.78	1,606 47.14	
	- ผู้บริหารสายงานระดับสูงที่เป็นเพศหญิง	Women in top management positions	Person Percent	434 41.25	349 41.16	407 40.66	430 41.99	
	- ผู้บริหารสายงานระดับต้นที่เป็นเพศหญิง	Women in junior management positions	Person Percent	1,160 48.76	1,031 48.84	1,150 49.42	1,176 49.35	
	- ตำแหน่งพนักงานระดับปฏิบัติ หญิง	Women in workforce (Operation)	Person Percent	10,549 54.75	10,397 55.47	10,901 63.05	10,419 62.91	
	จำแนกตามเชื้อชาติ	By Ethnicity						
	- ไทย	- Thai	Percent	NA	98.22	99.83	99.61	
	- เอเชีย	- Asian		NA	0.79	0.05	0.22	
	- ชาวต่างชาติ	- Foreigner		NA	0.99	0.12	0.17	
	Remarks: Share in all management positions, including junior, middle and senior management (as % of total management workforce) Thai = 98.7% Asian = 0.2% Other = 1.1%							
	จำแนกตามช่วงอายุ	By Age						
	< 30 ปี	< 30 years	Person	7,829	8,137	8,235	7,405	
	- พนักงาน ชาย	- Male		3,431	3,492	2,844	2,590	
	- พนักงาน หญิง	- Female		4,398	4,645	5,391	4,815	
	30-50 ปี	30-50 years		13,875	12,408	11,238	11,233	
	- พนักงาน ชาย	- Male		6,585	5,799	4,748	4,704	
	- พนักงาน หญิง	- Female		7,290	6,609	6,490	6,529	
	> 50 ปี	> 50 years		993	1,159	1,145	1,358	
- พนักงาน ชาย	- Male	538		636	568	672		
- พนักงาน หญิง	- Female	455		523	577	686		
ความหลากหลายอื่นๆ (จำนวนพนักงานที่เป็นผู้พิการ)	Other Diversity (Employees with disabilities)	Person	140	129	126	112		
- พนักงาน ชาย	Male	Person	88	83	92	84		
- พนักงาน หญิง	Female		52	46	34	28		

GRI Standard	Data Description	Unit	2019	2020	2021	2022
LABOR PRACTICES						
405-2	ค่าตอบแทนเท่าเทียม	Equal Remuneration				
	สัดส่วนเงินเดือนมูลฐานและค่าตอบแทนเพศหญิง/ชาย	Ratio of basic salary and remuneration of women to men				
	- ผู้บริหารระดับสูง (เงินเดือนมูลฐาน)	- Executive level (Base salary only)	Ratio	0.95	0.93	0.93
	- ผู้บริหารระดับสูง (เงินเดือนมูลฐาน และ ค่าตอบแทนอื่นๆ)	- Executive level (Base salary only + other cash incentives)	(Average female Salary divided by Average Male Salary)	NA	0.95	1.00
	- ระดับผู้บริหาร (เงินเดือนมูลฐาน)	- Management level (base salary only)		0.95	0.97	0.94
	- ระดับผู้บริหาร (เงินเดือนมูลฐาน และ ค่าตอบแทนอื่นๆ)	- Management level (base salary + other cash incentives)		0.94	0.97	0.95
	- ไม่ใช่ระดับผู้บริหาร (เงินเดือนมูลฐาน)	- Non-management level (base salary only)		0.89	0.92	0.83
401-1	การว่าจ้างพนักงาน	Recruitment				
	ค่าใช้จ่ายในการสรรหาพนักงานโดยเฉลี่ยเทียบกับพนักงานประจำทั้งหมด	Average hiring cost / FTE	Baht	48,544	34,327	36,691
	การจ้างงานใหม่	New Hires	Person	7,705	8,492	14,257
			Percent	33.95	39.13	69.15
	การโอนย้ายตำแหน่งภายใน	Open positions filled by internal candidates	Person	502	439	622
			Percent	60.92	47.98	32.65
	จำแนกตามเพศ	By gender				
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person	2,910	3,454	4,788
			Percent	27.57	34.79	58.68
	- พนักงาน หญิง	- Female	Person	4,795	5,038	9,469
			Percent	39.49	42.78	76.01
	จำแนกตามอายุ	By age				
	- น้อยกว่า 30	< 30 years	Person	5,673	6,111	10,117
			Percent	72.46	75.10	122.85
	- 30 - 50 ปี	30-50 years	Person	1,994	2,346	4,059
			Percent	14.37	18.91	36.12
	- มากกว่า 50 ปี	>50 years	Person	38	35	81
			Percent	3.83	3.02	7.07
	การลาออกจากงาน (พนักงานประจำ)	Turnover (permanent)				
	จำนวนการลาออก	Employee turnover	Person	1,812	984	976
			Percent	7.9	4.5	4.7
	จำแนกตามเพศ	By gender				
	พนักงานชาย	- Male	Person	879	471	442
			Percent	8.33	4.74	5.42
	พนักงานหญิง	- Female	Person	933	513	534
			Percent	7.68	4.36	4.29
	จำแนกตามอายุ	By age				
	น้อยกว่า 30	< 30 years	Person	480	305	563
			Percent	6.13	3.75	6.84
	30 - 50 ปี	30-50 years	Person	1,206	582	396
			Percent	8.69	4.69	3.52
	มากกว่า 50 ปี	>50 years	Person	126	97	14
			Percent	12.69	8.37	1.22
	อัตราการลาออกจากงานของพนักงานโดยสมัครใจ	Voluntary employee turnover rate	Percent	6.9	3.72	4.67

GRI Standard	Data Description		Unit	2019	2020	2021	2022
LABOR PRACTICES							
2-29 (102-43)	การสำรวจความผูกพันของพนักงาน	Employee Engagement Survey					
	ความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานทั้งหมด	Total Employee engagement and satisfaction rate	Percent	70.9	71.1	72.3	73.5
	- พนักงานชาย	- Male		72.4	71.8	72.5	74.1
	- พนักงานหญิง	- Female		69.5	71.4	72.2	76.5
	จำแนกตามกลุ่มอายุ						
	< 25 ปี	< 25 years	Percent	NA	70.0	70.3	78.7
	25-34 ปี	25-34 years		NA	70.0	70.4	76.2
	35-44 ปี	35-44 years		NA	71.0	73.0	74.6
	45-54 ปี	45-54 years		NA	73.0	76.0	75.1
	> 55 ปี	> 55 years		NA	80.0	78.5	72.5
ร้อยละของพนักงานที่เข้าร่วมการสำรวจผูกพันของพนักงาน	Employees participating in employee engagement and satisfaction survey		98	97	97.2	89.4	
404-3	การประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงาน	Individual Performance Appraisal					
	การใช้เป้าหมายที่สามารถวัดได้ และที่ได้รับการตกลงร่วมกันกับผู้บังคับบัญชา/หัวหน้างาน (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)	Systematic use of agreed measurable targets by line superior (% of all employees)	Percent	100	100	100	100
	การประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานจากหลายมิติ (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)	Multidimensional performance appraisal (% of all employees)		98	100	100	100
	การเปรียบเทียบและการจัดลำดับพนักงานภายในหมวดหมู่เดียวกัน อย่างเป็นระบบ (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)	Formal comparative ranking of employees within one employee category (% of all employees)		100	100	100	100
2-30 (102-41)	เสรีภาพในการสมาคม/ข้อตกลงการเจรจาต่อรอง	Freedom of Association / Collective Bargaining Agreements					
	% ของพนักงาน ที่อยู่ในข้อตกลงการเจรจาต่อรองร่วม ผ่านคณะกรรมการสวัสดิการของทรู	% of employees covered by collective bargaining agreements through True Welfare Committee	Percent	100	100	100	100
404-1	การฝึกอบรมพนักงาน	Training & Development					
	จำนวนชั่วโมงโดยเฉลี่ยของการฝึกอบรมต่อปีต่อพนักงานหนึ่งคน	Average hours per FTE on training and development	Hours/ Person	20.7	24.65	37.74	35.15
	จำแนกตามระดับ						
	- ผู้บริหาร	- Executive Level	Hours/	27.26	41.45	63.44	38.69
	- พนักงานทั่วไป	- Staff Level	Person	19.52	20.92	37.55	29.83
	จำแนกตามเพศ						
	- พนักงาน ชาย	- Male	Hours/	20.78	26.82	41.55	31.04
	- พนักงาน หญิง	- Female	Person	20.63	19.88	33.97	28.42
	จำแนกตามกลุ่มอายุ						
	< 30 ปี	< 30 years	Hours/	14.68	17.45	31.15	28.29
	30-50 ปี	30-50 years	Person	21.38	25.08	40.24	30.86
	> 50 ปี	> 50 years		18.53	29.67	54.31	24.16
	จำแนกตามเชื้อชาติ						
	- ไทย	- Thai	Hours/	NA	98.22	99.83	29.70
	- เอเชีย	- Asian	Person	NA	0.79	0.05	1.70
	- ชาวต่างชาติ	- Foreigner		NA	0.99	0.12	4.40
	ความหลากหลายอื่นๆ (จำนวนพนักงานที่เป็นผู้พิการ)						
	- พนักงาน ชาย	Male	Hours/	88	83	9.1	1.72
	- พนักงาน หญิง	Female	Person	52	46	6.17	5.86
	พนักงานเข้าร่วมอบรมหลักสูตรความยั่งยืน						
%พนักงานเข้าร่วมอบรมหลักสูตรความยั่งยืน		Target	100	100	100	100	
		Percent	100	100	100	100	

GRI Standard	Data Description	Unit	2019	2020	2021	2022
LABOR PRACTICES						
404-2	จำนวนพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรมเพิ่มทักษะและความก้าวหน้าของพนักงานในสายอาชีพ	Person	1,254	2,247	1,509	1,515
	พนักงานหญิงในตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับ Science Technology Engineering and Mathematics (STEM)	Target	NA	35	35	35
	Woman in STEM-related positions	Percent	NA	36	38	49
	พนักงานหญิงในระดับผู้บริหารที่อยู่ในหน่วยงานสร้างรายได้	Target	NA	50	50	50
	Woman in management positions in revenue-generating functions	Percent	NA	56	57	67
	ผลตอบแทนจากการลงทุนในทุนมนุษย์ (HCROI)	Times	3.25	5.28	6.02	5.85
404-3	การใช้สิทธิ์ลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร Parental Leave					
	จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิ์ลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร	Person	617	620	490	821
	- ชาย	Person	254	230	0	304
	- หญิง		363	390	490	517
	จำนวนพนักงานที่กลับมาปฏิบัติงานหลังจากใช้สิทธิ์ลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร		548	539	407	682
	- ชาย	Person	231	211	0	276
	- หญิง		317	328	407	406
	จำนวนพนักงานที่กลับมาปฏิบัติงานหลังจากใช้สิทธิ์ลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร และยังทำงานต่อหลังจากนั้นอีก 1 ปี		548	539	407	682
	- ชาย	Person	231	211	0	276
	- หญิง		317	328	407	406
	อัตราพนักงานกลับมาทำงานหลังใช้สิทธิ์ลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร	Percent	100	100	83	83
	Employees returned to work after parental leave (retention rate)					

Remarks: - NA means not applicable or not available
- * means total number of permanent and temporary employees

GRI Standard	Data Description		Unit	2019	2020	2021	2022
OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY							
403-9 2018 (a)	พนักงาน	Employees					
	จำนวนพนักงานที่เสียชีวิตเนื่องจากอุบัติเหตุ (ในงาน)	The number of fatalities from work-related injury	Person	0	2	0	0
	- ชาย	- Male	Person	0	2	0	0
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
	อัตราการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุจากการทำงาน	Rate of fatalities from work-related injury	No. per million man-hours	0.00	0.05	0.00	0.00
	- ชาย	- Male		0.000	0.098	0.000	0.000
	- หญิง	- Female		22.000	0.000	0.000	0.000
	จำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน	The number of high-consequence work-related injury	Person	NA	0	0	0
	- ชาย	- Male	Person	NA	0	0	0
	- หญิง	- Female		NA	0	0	0
	อัตราการบาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน	Rate of high-consequence work-related injury	No. per million man-hours	NA	0	0	0
	- ชาย	- Male		NA	0	0	0
	- หญิง	- Female		NA	0	0	0
	จำนวนผู้บาดเจ็บจากการทำงานทั้งหมด	The number of recordable work-related injury	Person	NA	12	9	0
	- ชาย	- Male	Person	NA	12	9	0
	- หญิง	- Female		NA	0	0	0
	อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานทั้งหมด	Rate of recordable work-related injury	No. per million man-hours	NA	0.30	0.20	0.00
	- ชาย	- Male		NA	0.59	0.47	0.00
	- หญิง	- Female		NA	0.00	0.00	0.00
	จำนวนชั่วโมงทำงานทั้งหมด	Total Employee Work Hours	Hours	47,209,760	40,543,215	45,799,292	36,175,051
	- ชาย	- Male	Hours	21,952,320	20,471,480	19,316,349	13,480,674
	- หญิง	- Female		25,257,440	20,071,735	26,482,943	22,694,378
403-10 2018 (a)	จำนวนผู้เสียชีวิตจากโรคที่เกิดจากการทำงาน	The number of fatalities as a result of work-related ill health	Person	0	0	0	0
	- ชาย	- Male	Person	0	0	0	0
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
	จำนวนผู้เจ็บป่วยจากการทำงาน	The number of cases of recordable work-related ill health	Person	0	0	0	0
	- ชาย	- Male	Person	0	0	0	0
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
	อัตราความรุนแรงจากอุบัติเหตุการทำงาน	Injuries Severity Rate (ISR) base 1,000,000 Hrs	Days per million man-hours	5.00	3.97	10.04	0.00
	อัตราการขาดงาน	Absentee Rate	Percent	0.24	3.97	0.50	1.29
	- ชาย	- Male	Percent	0.26	0.66	0.45	1.28
- หญิง	- Female	0.22		0.53	0.54	1.30	

GRI Standard	Data Description		Unit	2019	2020	2021	2022
OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY							
	ผู้รับเหมา	Contractors					
	จำนวนผู้รับเหมาที่เสียชีวิตเนื่องจากอุบัติเหตุ (ในงาน)	The number of fatalities from work-related injury	Person	2	0	1	4
	- ชาย	- Male	Person	2	0	1	4
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
403-9 2018 (b)	อัตราการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุจากการทำงาน	Rate of fatalities from work-related injury	No. per million man -hours	NA	0.00	0.19	0.28
	- ชาย	- Male		NA	0.00	0.22	0.37
	- หญิง	- Female		NA	0.00	0.00	0.00
	จำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน	The number of high-consequence work-related injury	Person	NA	2	0	0
	- ชาย	- Male	Person	NA	2	0	0
	- หญิง	- Female		NA	0	0	0
	อัตราการบาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน	Rate of high-consequence work-related injury	No. per million man -hours	NA	0.05	0.00	0.00
	- ชาย	- Male		NA	0.06	0.00	0.00
	- หญิง	- Female		NA	0.00	0.00	0.00
	จำนวนผู้บาดเจ็บจากการทำงานทั้งหมด	The number of recordable work-related injury	Person	NA	3	9	73
	- ชาย	- Male	Person	NA	3	9	73
	- หญิง	- Female		NA	0	0	0
	อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานทั้งหมด	Rate of recordable work-related injury	No. per million man -hours	NA	0.08	1.70	5.08
	- ชาย	- Male		NA	0.08	1.96	6.73
	- หญิง	- Female		NA	0.00	0.00	0.00
	จำนวนชั่วโมงทำงานทั้งหมด	Total Employee Work Hours	Hours	NA	36,416,952	5,291,096	14,359,894
	- ชาย	- Male	Hours	NA	36,092,992	4,593,056	10,844,159
	- หญิง	- Female		NA	323,960	698,040	3,515,735
403-1 2016	นโยบายและการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย	Health and Safety Framework and Training					
	ความครอบคลุมของกรอบการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย	Coverage of health and safety management framework	Person	130	82	92	11
	ความครอบคลุมในการฝึกอบรมด้านความเสี่ยง ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และการป้องกัน	Coverage of OHS health risks/ prevention training		3,256	1,720	12,890	5,217
	ความครอบคลุมในการฝึกอบรมหรือมาตรการต่างๆ ที่ส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ของพนักงาน	Coverage of special training and/ or measures to foster employees' health and well-being		140,400	82,776	127,000	169,296
	การร้องเรียนผ่านช่องทาง Whistle Blower	Grievance					
	อีเมล	E-mail: auditcommittee@truecorp.co.th	Number	0	0	0	0
	จดหมาย	Letter		0	2	0	0

GRI Standard	Data Description		Unit	2019	2020	2021	2022
OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY							
403-1 2016	ผู้รับเหมา	Contractors					
	การเข้าร่วมสหภาพโดยสมัครใจ	Freedom of Association					
	% ของพนักงาน ที่อยู่ในข้อตกลงการเจรจาต่อรองร่วม ผ่านคณะกรรมการสวัสดิการของทรู	% of employees covered by collective bargaining agreements through True Welfare Committee	Number	100	100	100	100
	กรณีที่มีการปรึกษาหารือ/การเจรจากับสหภาพแรงงานเรื่องการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร	Number of consultations/ negotiations with trade unions over organizational changes		0	0	0	0

Remark:

- NA หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้
- อัตราการบาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน (ไม่รวมเสียชีวิต) = จำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน ส่งผลให้ได้รับบาดเจ็บ ไม่สามารถฟื้นตัวเต็มที่สู่สถานะก่อนการบาดเจ็บภายใน 6 เดือน ในช่วงเวลาที่รายงานผล X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวมในช่วงเวลาที่รายงานผล
- อัตราการบาดเจ็บทั้งหมด = จำนวนผู้บาดเจ็บจากการทำงานที่ส่งผลให้เกิดการเสียชีวิต, การขาดงาน, การย้ายงาน, การรักษาพยาบาลที่มากกว่าการปฐมพยาบาลเบื้องต้น หรือการขาดสติสัมปชัญญะ (รวมการเสียชีวิต) ในช่วงที่รายงานผล (นับรวมตั้งแต่ ไม่หยุดงาน, ได้รับการรักษาดีกว่าปฐมพยาบาล, หยุดงาน, ทุพพลภาพ จนถึงเสียชีวิต) X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวมในช่วงที่รายงานผล
- ISR= Number of lost working day x 1,000,000hrs/(5 working day x 8hrs x 52weeks x Total Employee), 2022 Target: 0

GRI Standard	Data Description		Unit	2019	2020	2021	2022
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY							
201-1	รวมเงินสมทบ	Total Contribution					
	การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม	Funding for activities benefiting society	Million Baht	427.32	222.6	196.13	185.7

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

(GRI 2-2, 2-3, 2-4, 2-5)

วัตถุประสงค์ในการจัดทำรายงาน

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี เพื่อแสดงความมุ่งมั่นและสื่อสารผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ตามหลักธรรมาภิบาลที่มีความโปร่งใสให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบ

ขอบเขตการรายงาน

รายงานความยั่งยืนประจำปี 2565 ฉบับนี้ มีขอบเขตของข้อมูลการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2565 ก่อนการรวมธุรกิจ โดยเนื้อหาของรายงานมุ่งเน้นประเด็นที่สำคัญต่อมิติความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ที่มีนัยสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียและตัวชี้วัดในแต่ละประเด็น โดยปีนี้บริษัทฯ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลจากการรายงานจากปีที่แล้ว

กรอบการรายงาน

- จัดทำตามแนวทางของ GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) STANDARDS 2021 อันเป็นที่ยอมรับในระดับสากล สาระสำคัญประกอบด้วยเปิดเผยข้อมูลมาตรฐาน
- สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (UN SDGS) 17 ประการ และการรายงานความก้าวหน้าตามข้อตกลง 10 ประการ และเกณฑ์ขั้นสูงสุด 21 ประการ ของ UN GLOBAL COMPACT

บริษัทที่อยู่ในขอบข่ายการรายงาน

รายงานฉบับนี้ครอบคลุมการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่มทรูที่บริษัทฯ ถือครองหุ้นมากกว่าร้อยละ 50 และบริษัทฯ มีอำนาจในการบริหารงาน (OPERATIONAL CONTROL) ประกอบด้วย 4 ธุรกิจหลัก ได้แก่ ทรูมูฟ เอช ธุรกิจทรูออนไลน์ ธุรกิจทรูวิชั่นส์ และธุรกิจทรู ดิจิทัล กรุ๊ป ซึ่งเป็นขอบเขตเดียวกับการรายงานผลประกอบการด้านการเงินประจำปี 2565 ของบริษัทฯ ทั้งนี้ สามารถอ้างอิงข้อมูลได้จากรายงานประจำปีและจากเว็บไซต์

การรับรองจากหน่วยงานภายนอก

เนื้อหาของรายงานฉบับนี้ ได้รับการทวนสอบด้วยวิธีที่สำคัญ โดยผู้ตรวจสอบอิสระภายนอก ที่การประเมินความน่าเชื่อถือของชุดข้อมูล (สามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ ภาคผนวกของรายงาน)

ช่องทางการติดต่อ

บริษัทฯ ยินดีรับฟังข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อนำข้อคิดเห็นมาบูรณาการเข้ากับกระบวนการดำเนินงานและส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนร่วมกันกับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน โดยท่านสามารถติดต่อตามช่องทางของบริษัทฯ



บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 18 อาคารทรูทาวเวอร์
ถนนรัชดาภิเษก แขวง
ห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
แผนก STRATEGY & SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
อีเมล CSR-SD@truecorp.co.th

แบบสำรวจ
แสดงความคิดเห็น
ต่อรายงานฉบับนี้
โปรดสแกน QR Code





true

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

18 อาคารทรู ทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก แขวงจตุจักร กรุงเทพฯ 10310

โทรศัพท์ +66 (0) 2859-1111 โทรสาร +66 (0) 2859-9134

www.truecorp.co.th