

รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน 2560



สารบัญ

- 03 **ความก้าวหน้าในปี 2560**
Highlight 2017
- 04 **เกี่ยวกับทรู**
About True
- 06 **สารจากประธานคณะกรรมการบริหาร**
Message from the Chairman
of the Executive Committee
- 08 **สารจากกรรมการผู้จัดการใหญ่
กลุ่มบริษัท (ร่วม)**
Message from Group Presidents (Co)
- 10 **ทรูกับความยั่งยืน**
Sustainability at True
- 14 **รางวัลและการร่วมภาคีเครือข่าย**
Awards & Alliances
- 15 **การสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย**
Stakeholder Engagement

HEART

- 19 **การกำกับดูแลกิจการ**
Corporate Governance
- 21 **จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและ
การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน**
Business Ethics and Anti-Corruption
- 25 **การบริหารจัดการความเสี่ยง**
Risk Management
- 28 **ความพร้อมใช้งานของเครือข่าย**
Network Availability
- 30 **การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์
และคุณภาพการให้บริการ**
Customer Relationship Management
and Service Quality
- 34 **การรักษาความปลอดภัย
ของข้อมูลส่วนบุคคล**
Data Privacy and Security
- 37 **การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล**
Human Capital Management
- 43 **การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน**
Management of Human Rights
- 45 **การสร้างผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ**
Generation of Economic Outcome

HEALTH

- 48 **ความปลอดภัยและสุขอนามัยของพนักงาน**
Employee Health, Safety, and Wellness
- 52 **การบริหารจัดการนวัตกรรม**
Innovation Management
- 55 **การเป็นพลเมืองที่ดีและการสร้างผลกระทบเชิงบวกสู่สังคม**
Corporate Citizenship and Social Impacts

HOME

- 62 **การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม**
Environmental Management
- 65 **กลยุทธ์ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ**
Climate Change Management
- 68 **การจัดการของเสียอิเล็กทรอนิกส์**
E-Waste Management
- 70 **การจัดการห่วงโซ่อุปทาน**
Supply Chain Management
- 74 **เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้**
About This Report
- 77 **การรับรองหน่วยงานภายนอก**
Third Party Verification
- 79 **การรายงานข้อมูลตามดัชนีชี้วัดของ GRI**
GRI Content Index
- 88 **การรายงานข้อมูลตามดัชนีชี้วัดของ UN SDGs**
UN SDGs Content Index
- 90 **รายงานผลการดำเนินการ**
Performance Summary
- 95 **รายงานกิจการเพื่อสังคม**
CSR Report



ความก้าวหน้าในปี 2560

Highlight 2017



ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดี ในระดับ “ดีเลิศ”

100%

พนักงานได้รับการฝึกอบรม
และผ่านการทดสอบในเรื่องคุณธรรม
และข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน
(Code of Conduct)



2,576,292 คน

จำนวนประชาชนที่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยี
สื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

85.5%

ลูกค้าพึงพอใจการให้บริการของ
ศูนย์บริการลูกค้าถูกรับรอง จากการสำรวจ
ผ่านระบบ SMS (iCSAT-Top Box)



4.97 ล้านบาท

สร้างรายได้ให้เด็กออทิสติกภายใต้ธุรกิจ
เพื่อสังคม “Art Story By Autistic”
ผ่านช่องทางการขายต่างๆ ของบริษัท

430,000 บาท

ค่าไฟฟ้าที่ลดลงจากการนำระบบปรับอากาศ VRV
เข้าไปติดตั้งใน 7 พื้นที่ ลดใช้ไฟฟ้าได้
95 เมกะวัตต์-ชั่วโมง ลดการปลดปล่อย
ก๊าซเรือนกระจก 58 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



**1,000,000 ชิ้น
(71.4 ตัน)**

อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่นำไปรีไซเคิล
และกำจัดอย่างปลอดภัย



95% ↗

ของจำนวนลูกค้าที่พนักงาน Call Center
สามารถให้บริการรับสายได้ทันทั่วทั้ง



100%

จำนวนคู่ค้าที่ได้รับการประเมินความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน

39,829 ห้องเรียน

จำนวนห้องเรียนอัจฉริยะที่เข้าถึง
ข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
ในโครงการสานพลังประชารัฐ คอนเนกซ์-อีดี



2,524,544 คน

เด็กและเยาวชนสามารถเข้าถึง
แหล่งข้อมูลความรู้



เกี่ยวกับทรู

About True (GRI 102-1, GRI 102-2, GRI 102-3, GRI 102-4, GRI 102-5, GRI 102-6, GRI 102-7, GRI 102-10)

กลุ่มทรู เป็นผู้ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมและเทคโนโลยีดิจิทัลครบวงจรรายเดียวในประเทศไทย และเป็นผู้นำด้านธุรกิจคอนเวอร์เจนซ์ที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์หลากหลาย จึงได้เปรียบด้านการแข่งขัน ทำให้ขยายฐานลูกค้าได้เพิ่มขึ้น สร้างความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการคุณภาพสูงที่เพิ่มความคุ้มค่าให้แก่ผู้บริโภค ช่วยเสริมความแข็งแกร่งในการเป็นผู้นำทุกธุรกิจหลักของกลุ่มได้เป็นอย่างดี จากความมุ่งมั่นยกระดับโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมของไทยและทุ่มเทพัฒนาโครงข่ายทั้งแบบมีสายและไร้สายด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีล้ำสมัย การสรรหาคอนเทนต์คุณภาพสูงจากภายในและภายนอกประเทศ ส่งผลให้ประชาชนคนไทยเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสาระบันเทิงอย่างทั่วถึง ลดความเหลื่อมล้ำด้านเทคโนโลยี เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืนให้แก่ประเทศ



วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำด้านโครงสร้างพื้นฐานระบบเทคโนโลยีดิจิทัลที่เชื่อมโยงผู้คน องค์กร เศรษฐกิจ สังคมเข้าด้วยกัน และร่วมกันสร้างคุณค่าที่แท้จริงของชีวิต



พันธกิจ

สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เชื่อมโยงครอบครัวธุรกิจและทุกคนในสังคม เพื่อร่วมแบ่งปันและมอบคุณค่าที่ดี มุ่งมั่นสู่การสร้างคุณค่าที่แท้จริงของชีวิตร่วมกัน มุ่งมั่นแสวงหาโอกาสใหม่ๆ พร้อมสร้างประโยชน์แก่สังคมไทยและสังคมโลก ด้วยความมุ่งมั่นสร้างสรรค์คุณค่าให้แก่ผู้ถือหุ้น ลูกค้า องค์กร และพนักงาน

คุณค่าความเป็นทรู (True Values)

เอาใจใส่ (Caring)

“
ทุ่มเทเอาใจใส่
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม
ของทรูเน้นการมีส่วนร่วม
ในการทำงานที่ช่วยสร้าง
และแบ่งปันคุณค่า
”

สร้างสรรค์ (Creative)

“
สร้างสรรค์การเรียนรู้
ของสังคมด้วยเนื้อหาสาระ
ในแบบดิจิทัลที่มีประโยชน์
ต่อสังคม และพัฒนาผลิตภัณฑ์
และบริการที่เปี่ยมด้วยคุณภาพ
อย่างต่อเนื่อง
”

เชื่อถือได้ (Credible)

“
มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจ
ภายใต้การกำกับดูแล
กิจการที่ดี มีความซื่อสัตย์
สร้างความน่าเชื่อถือและ
เป็นที่ไว้วางใจของสังคม
”

กล้าคิดกล้าทำ (Courageous)

“
ปฏิบัติงาน
ด้วยความถูกต้อง
และเด็ดเดี่ยว
โดยเห็นแก่ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง
”

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (ชื่อเดิม: เทเลคอม เอเชีย คอร์ปอเรชั่น; Telecom Asia Corporation ชื่อย่อ: ทีเอ; TA) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2533 ในฐานะผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานและในปีต่อมา ได้ลงนามในสัญญาความร่วมมือการลงทุนกับบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) (“ทีโอที”) โดยเป็นผู้ดำเนินการลงทุน จัดหา ติดตั้งควบคุม และซ่อมบำรุงรักษาอุปกรณ์ในระบบของโครงการโทรศัพท์ 2.6 ล้านเลขหมายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นระยะเวลา 25 ปี โดยสัญญาได้สิ้นสุดลงเมื่อเดือนตุลาคม 2560

บริษัทเปลี่ยนสถานะเป็นบริษัทมหาชน โดยได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อเดือนธันวาคม 2536

ภายใต้ชื่อ บริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “TA” และได้ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์องค์กรภายใต้แบรนด์ทรู และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “TRUE” ดำเนินธุรกิจมากกว่า 27 ปี สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร

กลุ่มทรู มีความมุ่งมั่นในการมอบสินค้าและบริการคุณภาพสูงให้แก่ผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นการให้บริการผ่านเครือข่ายประสิทธิภาพสูงสุด การให้บริการที่เป็นเลิศ นวัตกรรมและบริการด้านดิจิทัล และการผสานบริการที่หลากหลายภายใต้กลุ่มทรูในรูปแบบคอนเวอร์เจนซ์ให้แก่ลูกค้าได้อย่างลงตัว โดยแบ่งธุรกิจหลักออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย

ทรูมูฟ เอช ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่อันดับ 2 ของประเทศภายใต้แบรนด์ ทรูมูฟ เอช ที่มีเครือข่ายประสิทธิภาพสูงสุดครอบคลุมทั่วประเทศ ผ่านคลื่นความถี่ครบถ้วน ทั้งนี้ ทรูมูฟ เอช มอบประสบการณ์การใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ดีที่สุดและครอบคลุมการสื่อสารได้ครบถ้วนในทุกแพลตฟอร์ม ทั้งบนระบบ 4.5G/4G 3G และ 2G ซึ่งแต่ละเครือข่ายครอบคลุมร้อยละ 98 ของประชากรไทยทั่วประเทศ ส่งผลให้ ทรูมูฟ เอช มีการเติบโตทั้งด้านรายได้ และฐานลูกค้าสูงกว่าภาพรวมอุตสาหกรรมตลอดทั้งปี 2560 โดยมีจำนวนลูกค้ารายใหม่สุทธิ 2.7 ล้านรายในระหว่างปี และขยายฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นเป็นทั้งสิ้น 27.2 ล้านราย

ทรูออนไลน์ ผู้นำด้านบริการบรอดแบนด์ อินเทอร์เน็ต และ WiFi ด้วยโครงข่ายไฟเบอร์คุณภาพสูง และผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานรายใหญ่ที่สุดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้วยความมุ่งมั่นขยายโครงข่ายบรอดแบนด์อย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมกว่า 13 ล้านครัวเรือนทั่วประเทศรวมทั้งแคมเปญไฟเบอร์บรอดแบนด์ของกลุ่มบริษัททรูที่ได้ผลตอบรับอย่างสูง ทำให้สิ้นปี 2560 มีฐานผู้ใช้บริการบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นมากกว่า 385,000 ราย เป็น 3.2 ล้านราย

ทรูวิชั่นส์ ผู้นำในการให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกและบริการในระบบ HD ทั่วประเทศ พร้อมได้รับใบอนุญาตประกอบช่องรายการทีวีดิจิทัล ได้แก่ ช่องรายการวาไรตี้ “True4U” และช่องรายการข่าว “TNN24” ทั้งนี้ ณ สิ้นปี ทรูวิชั่นส์ มีฐานลูกค้ารวม 4.0 ล้านราย แบ่งเป็นลูกค้าประเภทบอกรับบริการประเภทพรีเมียมและมาตรฐานจำนวน 2.2 ล้านราย ส่วนที่เหลือเป็นลูกค้าประเภท FreeView และ Free-to-Air นอกจากนี้ยังมีธุรกิจดิจิทัลแพลตฟอร์มและบริการด้านดิจิทัลของกลุ่ม ซึ่งมุ่งเน้นด้านนวัตกรรมการนำเสนอโซลูชัน และบริการด้านดิจิทัลผ่านเทคโนโลยีล้ำสมัย อาทิ ทรูโอที Internet of Things (“IoT”) และ ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence หรือ “AI”)

อย่างไรก็ตาม บริษัทมีความมุ่งมั่นผลักดันประเทศไทยให้บรรลุเป้าหมายในการเป็นดิจิทัลเกตเวย์ในระดับภูมิภาคอาเซียน ด้วยการพัฒนาโครงข่ายทั้งแบบมีสายและไร้สาย พร้อมสรรหาคอนเทนต์คุณภาพสูงทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ช่วยเพิ่มโอกาสและเพิ่มช่องทางการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร สารบันเทิงให้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึง เป็นการช่วยลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ อย่างยั่งยืนให้แก่ประเทศ และยังเป็นการเพิ่มคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างเหมาะสม

truemove H

มีฐานผู้ใช้บริการทั้งสิ้น

27.2
ล้านราย



trueonline

มีผู้ใช้บริการทั้งสิ้น

3.2
ล้านราย



true visions

มีฐานลูกค้าเพิ่มขึ้น

4.0
ล้านราย



สารจากประธานคณะกรรมการบริหาร (GRI 102-14)

Message from the Chairman of the Executive Committee



การดำเนินธุรกิจของ
บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
ในปี 2560 มีผลการดำเนินงานที่ดี
มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง
ซึ่งเกิดจากความมุ่งมั่นพัฒนาธุรกิจ
ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความยั่งยืน
มีความโปร่งใส ภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี
และมีความรับผิดชอบต่อสังคม

ทั้งนี้ สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือ การสร้างความตระหนักรู้ เปิดใจ
รับฟัง และพัฒนา โดยบริษัทได้นำเรื่องของความยั่งยืนมาขับเคลื่อน
อย่างเป็นรูปธรรม ตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงที่มีการกำกับดูแล (Cor-
porate Governance) ในเรื่องธรรมาภิบาลขององค์กร และหยั่ง
รากลึกไปถึงค่านิยมหลักขององค์กร (Core Values) หลักคุณธรรม
และจริยธรรมในการทำงาน หรือ Code of Conduct ซึ่งสิ่งเหล่านี้
มีความสำคัญและเป็นจิตวิญญาณขององค์กร

การสร้างความรู้ (Awareness) ที่ถูกต้องนำไปสู่
ความคิด (Mindset) ของบุคลากรทั้งองค์กร รวมทั้งคู่ค้าและ
พันธมิตรธุรกิจที่อยู่ในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของบริษัท
ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนทั้งองค์กร เพราะความ
ตระหนักรู้ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะกลุ่มคนในองค์กร แต่เรามีส่วนสำคัญ
ในการสร้างความเปลี่ยนแปลง และขยายวงไปสู่สังคมและผู้มี
ส่วนได้ส่วนเสียของเรา

การทำธุรกิจที่ผ่านมา ภาคเอกชนมุ่งเน้นในด้านความสำเร็จ
เชิงธุรกิจเป็นหลัก แต่การที่เรารับฟังผู้ที่ได้รับผลกระทบทั้งหมด
และประยุกต์ศาสตร์ให้เกิดการมีส่วนร่วม เพื่อการสร้างผลลัพธ์
ในเชิงบวกให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ทุกกลุ่มได้รับประโยชน์ร่วมกัน (Win-Win)

ดังนั้น การที่เราทำธุรกิจโดยอยู่บนพื้นฐานของความยั่งยืนครบทั้ง 3 มิติ คือ **เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม** โดยนำเข้าไปอยู่ในกระบวนการทำงานขององค์กร ทำให้เราสามารถพัฒนาตัวเองเกิดวิวัฒนาการ ในการสร้างนวัตกรรม และการเรียนรู้ที่เปิดกว้างมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม บริษัทขับเคลื่อนธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อสร้างผลกระทบในเชิงบวกต่อสังคมไทยและสังคมโลก สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยเราได้ดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์ **Heart-Health-Home** ดังนี้

1. Heart ความมุ่งมั่นในการทำธุรกิจด้วยใจที่ยั่งยืน
มีเป้าหมายและตัวชี้วัด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการกำกับดูแลกิจการ ด้านสิทธิมนุษยชน ด้านการพัฒนาผู้ให้และผู้รับบริการ บุคคล ด้านการสร้างภาพพจน์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. Health ความมุ่งมั่นในการสร้างสังคมที่ยั่งยืน
มีเป้าหมายและตัวชี้วัด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณค่าทางสังคม ด้านสุขภาพและสุขภาวะที่ดี ด้านการศึกษา ด้านการบริการจัดการนวัตกรรม

3. Home ความมุ่งมั่นเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน
มีเป้าหมายและตัวชี้วัด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ด้านการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ ด้านการปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ ด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

ทั้งนี้ บริษัทได้ใช้จุดแข็งของการมีเครือข่ายให้บริการครอบคลุมทั่วประเทศ และการพัฒนานวัตกรรมซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน โดยมีการกำหนดเป้าหมายด้านความยั่งยืนปี 2563 เพื่อเป็นหลักและแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้

เป้าหมายการเพิ่มรายได้จำนวนร้อยละ 50 จากการพัฒนานวัตกรรมที่ช่วยส่งเสริมการแก้ปัญหาทางสังคมและสิ่งแวดล้อมในระยะยาวและเป็นนวัตกรรมที่สามารถสร้างคุณค่าแก่ผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าหมายเพิ่มจำนวนประชากรไทยที่สามารถเข้าถึงสาระความรู้และแหล่งข้อมูลต่างๆ รวม 4 ล้านราย เพื่อลดความเหลื่อมล้ำการเข้าถึงข้อมูลและความรู้ที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล

เป้าหมายลดค่าความเข้มข้นของการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อรายได้ร้อยละ 10 และลดการใช้น้ำต่อรายได้ที่ร้อยละ 10 (เปรียบเทียบกับปีฐาน 2558) รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมด้านเทคโนโลยีที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

อย่างไรก็ตาม ปี 2560 ยังนับเป็นก้าวที่สำคัญของการขับเคลื่อนด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยบริษัทได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิก **DJSI หรือกลุ่มดัชนีความยั่งยืนของดาวโจนส์ Dow Jones Sustainability Indices** ซึ่งเป็นดัชนีชี้วัดความยั่งยืนระดับโลก

และยังได้รับรางวัลความยั่งยืนระดับ **Bronze Class 2018** และ **Industry Mover Sustainability Award 2018** พร้อมกันนี้ยังได้รับการคัดเลือกเป็น **สมาชิกดัชนีความยั่งยืน FTSE4Good Emerging Index** สะท้อนผลสำเร็จด้านความยั่งยืนที่เป็นรูปธรรม

นอกจากนี้ การที่บริษัทได้เข้าร่วมเป็น **สมาชิกขององค์การข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ หรือ UN Global Compact (UNGC)** โดยผมในฐานะตัวแทนบริษัทและเป็นนายกสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย ซึ่งมีส่วนส่งเสริมการมีส่วนร่วมของการพัฒนาอย่างยั่งยืนในเวทีโลก พร้อมทั้งปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในบริษัทเพื่อยกระดับการกำกับดูแล และกระบวนการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับสิทธิมนุษยชน ด้านแรงงาน สิ่งแวดล้อมและการต่อต้านการคอร์รัปชัน ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ทั้งนี้ในปี 2560 สามารถผลักดันและพัฒนาความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนไทยที่มาจากหลากหลายธุรกิจเพื่อร่วมกันสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นจริงในประเทศไทย โดยเฉพาะการทำธุรกิจที่เคารพสิทธิมนุษยชน ผ่านยุทธศาสตร์ 5 ด้าน ได้แก่ **การสร้าง ความตระหนักรู้ การทำงานร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย การเสริมสร้างสมรรถนะแก่สมาชิกและภาคเอกชนไทย การร่วม ผลักดันกฎหมายและนโยบายที่สำคัญ รวมทั้งการขยายเครือข่ายสมาชิกเพื่อสร้างให้เกิดความร่วมมือที่เข้มแข็ง**

ความสำเร็จของปี 2560 นับเป็นเกียรติและความภาคภูมิใจ และเป็นก้าวอย่างที่สำคัญอย่างยิ่งในฐานะที่เราเป็นบริษัทสื่อสารโทรคมนาคมไทยที่มีการพัฒนากระบวนการทำงาน กำหนดมาตรการแนวทางต่างๆ ให้ทุกหน่วยงานร่วมกันขับเคลื่อนธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม โดยยึดหลักธรรมาภิบาล มีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีสื่อสารมาใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค

ผมเชื่อมั่นว่า การดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความยั่งยืนจะนำไปสู่การขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้แก่ประเทศไทยได้อย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้งยังช่วยสร้างรากฐานที่สำคัญและมั่นคงสำหรับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการดำเนินงานสู่ความยั่งยืนของบริษัทจะช่วยสร้างคุณค่าระยะยาวให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้การสนับสนุน ตลอดเส้นทางการดำเนินธุรกิจตามวิสัยทัศน์ของบริษัท ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความยั่งยืนอย่างแท้จริง



นายสุกษชัย เจียรนนท์
ประธานคณะกรรมการบริหาร

สารจากกรรมการผู้จัดการใหญ่กลุ่มบริษัท (ร่วม) (GRI 102-14)

Message from Group Presidents (Co)



การดำเนินธุรกิจของบริษัทนอกจากการสร้างผลกำไรหรือมีผลประโยชน์ที่ดีแล้ว เรายังได้ปลูกฝังวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งมั่นสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนให้เข้าไปอยู่ในทุกๆ กระบวนการของการทำธุรกิจ ซึ่งไม่ใช่แค่โครงการความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เท่านั้น แต่เราต้องมั่นใจได้ว่ากระบวนการทางธุรกิจทุกส่วนได้ผนวกคุณค่าความยั่งยืน และครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม โดยที่ทุกคนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

ปี 2560 นับเป็นปีที่น่ายินดีอย่างยิ่งที่บริษัทสามารถผ่านการประเมินด้านความยั่งยืน ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิก DJSI (Dow Jones Sustainability Indices) และ FTSE4 Good Emerging Index ประจำปี 2560 สะท้อนให้เห็นศักยภาพการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมร่วมสร้างคุณค่าแก่สังคม พร้อมทั้งผสมผสานแนวคิดด้านความยั่งยืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร

นอกจากนี้ บริษัทยังได้รับการประเมินในระดับดีเลิศ จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย สะท้อนการทำธุรกิจอย่างยั่งยืน มีธรรมาภิบาลที่แข็งแกร่ง ยึดมั่นจรรยาบรรณในการทำธุรกิจ อย่างไรก็ตาม บริษัทปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยยกระดับการดำเนินงานตามกรอบด้านความยั่งยืน ภายใต้ยุทธศาสตร์ Heart-Health-Home พร้อมทั้งนำบทเรียนแห่งความสำเร็จมาเป็นแรงขับเคลื่อนเพื่อสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดีขึ้น

จากการดำเนินการด้านความยั่งยืนตามยุทธศาสตร์ดังกล่าว ในปี 2560 บริษัทมีผลการดำเนินงานที่เด่นๆ ดังนี้

- ดำเนินโครงการเพื่อส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการศึกษา ผ่านโครงการประชารัฐ และสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารและครู ผ่านโครงการ Connex ED และโครงการเปิดโลกทัศน์แห่งการเรียนรู้สู่โรงเรียนทั่วประเทศ ภายใต้โรงเรียนทรูปัญญา อย่างต่อเนื่อง

- พัฒนาโครงการทรู ดิจิทัล พาร์ค เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรมแบบเปิดของกลุ่มสตาร์ทอัพ รวมทั้งส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการในการพัฒนานวัตกรรมเพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมไทยและโลกอย่างยั่งยืน

- พัฒนาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management System : EMS) ตามมาตรฐาน ISO14001:2015 และจัดตั้งคณะกรรมการระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (EMS Steering Committee) เพื่อพัฒนากระบวนการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปตามมาตรฐานสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันทั้งกลุ่ม

- ขยายขอบเขตการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนครอบคลุมจำนวนและกลุ่มคู่ค้ามากขึ้น โดยส่งมอบคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า จำนวน 2,365 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 100 พร้อมทั้งจัดทำระบบประเมินตนเองของคู่ค้าด้านความยั่งยืนผ่านระบบออนไลน์

- จัดทำโมเดลการพัฒนาความสามารถพนักงานอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นการดึงศักยภาพพนักงานมาใช้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับการเติบโตของธุรกิจในปัจจุบันและอนาคต ด้วยการอบรมหลักสูตรการพัฒนาความสามารถ หลักการพัฒนาความสามารถเชิงผู้นำ และการพัฒนาความสามารถตามสายงาน ฯลฯ



● ปรับเพิ่มวันลาของพนักงานหญิงเพื่อเลี้ยงดูบุตรเป็น 120 วัน จากเดิม 90 วัน และพนักงานชายจากเดิม 2 วัน เพิ่มเป็น 15 วัน เพื่อช่วยภรรยาเลี้ยงดูบุตร

นอกจากนี้ ในปี 2560 บริษัทประเมินประเด็นสำคัญผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยพิจารณาผลกระทบที่มีต่อการทำธุรกิจ ประเมินการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งคัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืน พร้อมทั้งทวนสอบเทียบกับเป้าหมายความยั่งยืน โดยมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับบริษัท และเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโทรคมนาคมรวม 18 ประเด็น ซึ่งมีประเด็นที่เป็นสาระสำคัญระดับสูงมี 10 ประเด็น ดังนี้

1. การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์และการรับประกันคุณภาพการให้บริการ
2. ความพร้อมใช้งานของเครือข่าย
3. การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ
4. การสร้างผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจและการขยายตัวทางธุรกิจของบริษัท
5. การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล
6. การสรรหาเชิงรุกและการดูแลรักษาพนักงาน
7. การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล
8. การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า
9. ความปลอดภัยและสุขอนามัยของพนักงาน
10. การบริหารจัดการนวัตกรรม

อย่างไรก็ตาม เราตระหนักดีว่าธุรกิจโทรคมนาคมกำลังก้าวสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ในฐานะบริษัทโทรคมนาคมเรามีความมุ่งมั่นสร้างเครือข่ายที่ครอบคลุม ให้ความสำคัญในการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการให้แก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม มุ่งเน้นพัฒนาแพลตฟอร์มและดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีคุณภาพ สอดแทรกความสำคัญของค่านิยมทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดีมีจริยธรรม รวมทั้งสนับสนุนสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ครอบคลุมกลุ่มเด็ก ผู้สูงอายุ และกลุ่มผู้พิการ

นอกจากนี้ บริษัทยังได้นำเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (UN SDG) เข้ามาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยมุ่งส่งเสริมด้านการศึกษาที่ได้คุณภาพอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม ส่งเสริมโอกาสการเรียนรู้ตลอดชีวิต พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง และสนับสนุนการสร้างสรรค์นวัตกรรม

อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี เพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่เกิดขึ้น และร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนของประเทศในภาพรวม

บริษัท กำหนดกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพราะเชื่อมั่นว่า การพัฒนานวัตกรรมที่มีประโยชน์ต่อธุรกิจและความยั่งยืนนั้น ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของความสามารถในการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งสภาพตลาดที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์และการปรับปรุงคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดี ดังนั้น จึงให้ความสำคัญในการปลูกฝังองค์ความรู้ด้านนวัตกรรม ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างต่อเนื่องและนำเรื่องความยั่งยืน เข้าไปอยู่ใน Core Competency ขององค์กร

ในฐานะกรรมการผู้จัดการใหญ่กลุ่มบริษัท (รวม) พวกเรามีความภูมิใจในความสำเร็จของพวกเราทุกคน ซึ่งเป็นการสะท้อนวิสัยทัศน์คณะกรรมการบริษัท ความทุ่มเทของผู้บริหารและพนักงาน ซึ่งมีเป้าหมายชัดเจนในการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาไปสู่การเป็นองค์กรแห่งความยั่งยืน มีการดำเนินการให้บรรลุผลที่เป็นรูปธรรม มีการกำหนดโครงสร้างการจัดการในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งการเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจให้มั่นคงและแข็งแกร่ง พัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีอย่างยั่งยืนให้แก่พนักงานและชุมชน รวมทั้งการรักษาสมดุลของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

พวกเราขอขอบคุณเพื่อนพนักงานทุกคนที่ทำงานด้วยความทุ่มเท ร่วมแรงใจกันอย่างเต็มกำลัง เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานในมิติของความยั่งยืน และขอถือโอกาสนี้ ขอบพระคุณผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มที่ให้การสนับสนุนและเชื่อมั่นในการดำเนินงานของบริษัทตลอดเส้นทางของการพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืนร่วมกัน

นายวิชานัน รุกพงษ์ไพโรจน์
กรรมการผู้จัดการใหญ่
กลุ่มบริษัท (รวม)

ดร.กิตติณัฐ ทิศววรรณ
กรรมการผู้จัดการใหญ่
กลุ่มบริษัท (รวม)

กรูกับความยั่งยืน

Sustainability at True (GRI 102-19, GRI 102-20, GRI 102-29)



บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เป็นผลจากการเกิดขึ้นและการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) กระบวนการวิเคราะห์ชุดข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things) ซึ่งได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย

ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองความท้าทายที่เกิดขึ้น บริษัทได้ทุ่มเทการพัฒนาธุรกิจไปสู่ความยั่งยืน ด้วยความมุ่งมั่น “มีกันและกันสร้างสรรค์ชีวิตที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน (Together, creating a sustainable life)” ด้วยการยกระดับคุณภาพมาตรฐานการบริการสร้างโครงสร้างพื้นฐานระบบดิจิทัล ครอบคลุมทุกพื้นที่รองรับการก้าวสู่สังคมดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบเพื่อให้ทุกคนเข้าถึงแหล่งข้อมูลความรู้ต่างๆ อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม ในขณะเดียวกันเราทำธุรกิจด้วยความโปร่งใส สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างเหมาะสม มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บริษัทเติบโตได้อย่างยั่งยืน



กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน มุ่งมั่นนำเทคโนโลยีดิจิทัล และนวัตกรรมสร้างสรรค์คุณค่า เพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคมสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

การขับเคลื่อนความยั่งยืนองค์กร

บริษัทกำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความยั่งยืนในระยะยาวสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กรที่มุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านโครงสร้างพื้นฐานระบบเทคโนโลยีดิจิทัล เชื่อมโยงผู้คน องค์กร เศรษฐกิจ และสังคมเข้าด้วยกัน และร่วมกันสร้างคุณค่าที่แท้จริงของชีวิตที่ยั่งยืน ด้วยความเชื่อว่าคุณค่าที่แท้จริงของชีวิต

เกิดขึ้นได้จากการที่ทุกคนในสังคมสามารถแบ่งปันและมอบคุณค่าที่ดีให้แก่กัน

ทั้งนี้ บริษัทมีโครงสร้างการบริหารงานด้านความยั่งยืนอย่างเป็นระบบโดยดำเนินการใน 3 ระดับ ซึ่งจะสนับสนุนการกำหนดกลยุทธ์ เป้าหมายและการริเริ่มโครงการด้านความยั่งยืนต่างๆ เพื่อให้ครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร ดังนี้

1. ระดับกรรมการบริหาร

ติดตามผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กร พร้อมกันกำหนดและอนุมัติทิศทางรวมถึงนโยบาย



2. ระดับผู้บริหารระดับสูง

มีการติดตามและอนุมัติกลยุทธ์และเป้าหมาย รวมทั้งประเมินผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ตลอดจนการรายงานไปยังระดับกรรมการบริหาร

3. ระดับผู้บริหารระดับกลางและพนักงาน

มีการคิดในการดำเนินงาน ติดตามควบคุม ปรับปรุงพัฒนา และรายงานผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนไปยังผู้บริหารระดับสูง



คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี



คณะกรรมการนวัตกรรมและความยั่งยืน



คณะกรรมการด้าน
การกำกับดูแลกิจการที่ดี
และสิทธิมนุษยชน



คณะกรรมการ
ด้านสร้างคุณค่า
ทางสังคม



คณะกรรมการ
ด้านคุณภาพและ
กระบวนการสิ่งแวดล้อม



คณะกรรมการ
ด้านจริยธรรม
และสิทธิมนุษยชน

ระดับกรรมการบริหาร บริษัทกำหนดให้คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งประกอบด้วย กรรมการบริหารและกรรมการอิสระทำหน้าที่กำหนดนโยบายและกรอบด้านการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน โดยมีการประชุมรายไตรมาสเพื่อทบทวนตรวจสอบติดตามผลการดำเนินการด้านความยั่งยืนขององค์กร รวมทั้งพิจารณาและอนุมัติกรอบด้านการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนหากมีการปรับปรุงและแก้ไขเพิ่มเติม

ระดับผู้บริหารระดับสูง บริษัทแต่งตั้งคณะกรรมการนวัตกรรมและความยั่งยืน ทำหน้าที่ควบคุมดูแลการบริหารจัดการและการปฏิบัติงานด้านความยั่งยืนทั่วทั้งองค์กร โดยการนำของประธานคณะกรรมการบริหาร พร้อมทั้งกรรมการผู้จัดการใหญ่ กลุ่มบริษัท (ร่วม) และกรรมการบริหารที่มาจากผู้บริหารที่รับผิดชอบในหน่วยธุรกิจต่างๆ ขององค์กร คณะกรรมการชุดดังกล่าวยังทำหน้าที่พิจารณาการดำเนินงานทั้งหมดของบริษัทรวมทั้งทบทวนและติดตามผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนเป็นรายไตรมาสอีกด้วย

ระดับผู้บริหารระดับกลางและพนักงาน บริษัทแต่งตั้งคณะทำงานด้านความยั่งยืน 3 กลุ่ม แบ่งตามประเด็นการพัฒนาองค์กร

อย่างยั่งยืน 3 มิติ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมด้านความยั่งยืนทั่วทั้งองค์กร ทำหน้าที่ประสานความร่วมมือในงานด้านความยั่งยืนร่วมกันโดยไม่จำกัดขอบเขตความรับผิดชอบแต่เพียงมิติของตนเองเท่านั้น โดยสมาชิกของคณะทำงานด้านความยั่งยืนมาจากหน่วยธุรกิจต่างๆ จาก 3 ธุรกิจของบริษัท (ทรูฟพ เอช ทรูออนไลน์และทรูวิชั่นส์) มีการกิจริเริ่มโครงการและกิจกรรมด้านความยั่งยืนที่นำไปสู่เป้าหมายความยั่งยืนขององค์กรโดยจะสรุปผลการดำเนินการในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ทั้งรายเดือนและรายไตรมาส พร้อมทั้งปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายความยั่งยืนของบริษัทในแต่ละปี

บริษัทมีหน่วยงานความยั่งยืนซึ่งอยู่ภายใต้หน่วยงานด้านนวัตกรรมและความยั่งยืนองค์กร มีบทบาทในการบริหารจัดการความยั่งยืนในองค์กร และพัฒนาองค์กรไปสู่การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนในปี 2563 มีการกิจที่สำคัญคือ สนับสนุนนโยบายและแผนการดำเนินงานของคณะกรรมการชุดต่างๆ และประสานงานระหว่างหน่วยธุรกิจเพื่อให้การขับเคลื่อนแผนเพื่อความยั่งยืนเป็นไปตามที่กำหนด

พัฒนาสู่ความยั่งยืน

บริษัทยังร่วมเป็นหนึ่งในตัวแทนของภาคเอกชนที่ร่วมดำเนินการเพื่อผลักดันเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับโลก Sustainable Development Goals : SDGs ขององค์การสหประชาชาติ โดยบุกเบิกการจัดตั้งเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย หรือ Global Compact Network Thailand ซึ่งเป็นเครือข่ายระดับประเทศ ปัจจุบันมีสมาชิกผู้ก่อตั้งมาจากองค์กรชั้นนำของประเทศรวม 15 องค์กร เพื่อช่วยสนับสนุนการสร้างเศรษฐกิจที่ยั่งยืนทั้งของประเทศและของโลก ภายใต้หลักสากล 10 ประการของสหประชาชาติ ครบคลุม 4 ด้านหลักได้แก่ สิทธิมนุษยชน

แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการทุจริต โดยเชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนระดับโลก SDGs 17 ประการ ที่มุ่งเน้นดำเนินธุรกิจที่เคารพสิทธิมนุษยชนและขับเคลื่อนการดำเนินงานให้มุ่งสู่เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม ในระดับองค์กร บริษัทมุ่งเน้นการปฏิบัติตามเป้าหมาย 3 ประการ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทโดยตรง และมีความเกี่ยวข้องกับประเด็นสำคัญและเป้าหมายความยั่งยืนของทรู ปี 2563 ดังนี้

3 เป้าหมายที่ท้าทายสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก	ประเด็นสำคัญของทรูที่เกี่ยวข้อง	เป้าหมายความยั่งยืนของทรู ปี 2563
 ส่งเสริมการได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง และส่งเสริมโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิตแก่ทุกคน	• การเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ • ผลกระทบทางสังคมที่มีต่อชุมชน	• ประชากรไทย 4 ล้านคน เข้าถึงแหล่งข้อมูลและความรู้
 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงส่งเสริมการปรับตัวให้เป็นอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน และทั่วถึงและสนับสนุนนวัตกรรม	• การบริหารจัดการนวัตกรรม	• ร้อยละ 50 รายได้จากการพัฒนานวัตกรรมของทรูเติบโตขึ้น
 ดำเนินการอย่างเร่งด่วนเพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และผลกระทบที่เกิดขึ้น	• พลังงานและคาร์บอน • การจัดการของเสียอิเล็กทรอนิกส์	• ลดความเข้มข้นของการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปี 2558 • ลดการใช้พลังงานร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปี 2558

กรอบการพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัทพัฒนากรอบการดำเนินงานด้านการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนสอดคล้องกับหลักการความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่ยึดมั่นในปรัชญา 3 ประโยชน์ ด้วยการสร้างสรรค์ประโยชน์แก่**ประเทศชาติ สังคม และองค์กร** ภายใต้การดำเนินงานอย่างสมดุลทั้งเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม โดยมีเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ที่จะต้องดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนปี 2563 (True Sustainability Goals 2020) ภายใต้กรอบ “3H’s” คือ “HEART, HEALTH, HOME” ครอบคลุมประเด็นสำคัญของการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดี ปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล มุ่งสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีพัฒนานวัตกรรมสินค้าและบริการที่ยั่งยืน การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานและการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งส่งเสริมให้ประชาชนสามารถเข้าถึงแหล่งความรู้และเนื้อหาสาระผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ นำมาซึ่งการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับการตอบสนองผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเป็นธรรมชาติ

เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2563

HEART	HEALTH	HOME
มุ่งมั่นทำธุรกิจด้วยใจที่ยั่งยืน ทำธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อบนพื้นฐานการกำกับกิจการที่ดี โปร่งใส และเป็นธรรม เคารพสิทธิมนุษยชน  การกำกับกิจการระดับคะแนน 5 (ดีเลิศ) ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดี  สิทธิมนุษยชน 100% มีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทาน  การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล 100% พนักงานผ่านการอบรมความรู้และการเข้าร่วมกิจกรรมด้านความยั่งยืน  การสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 100% มีกระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มุ่งมั่นสร้างสังคมที่ยั่งยืน นำเสนอคุณค่าและสร้างสรรค์สิ่งดีๆสู่การพัฒนาสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคม  คุณค่าทางสังคม 10,000 คน ประมาณในกลุ่มเป้าหมายได้รับการพัฒนาคุณภาพชีวิต  การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ 10% พัฒนาสินค้าและบริการที่ให้ความสำคัญต่อสุขภาพและชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี  ด้านการศึกษา/การเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ 4,000,000 คน พัฒนาให้คนไทยเข้าถึงแหล่งความรู้และข้อมูลสารสนเทศ  การบริหารจัดการนวัตกรรม 50% รายได้จากการพัฒนานวัตกรรมเติบโตขึ้น	มุ่งมั่นเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน สร้างจิตสำนึกรักษ์ธรรมชาติ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สร้างสังคมที่เกื้อหนุน  การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 10% ลดความเข้มข้นของการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก (เมื่อเทียบกับปี 2558)  การบริหารจัดการน้ำ 10% ลดการใช้น้ำต่อรายได้ (เมื่อเทียบกับปี 2558)  การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ 6 ล้านตัน ส่งเสริมการปลูกต้นไม้และแชร์ผ่าน We Grow Application  การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบต่อ 100% จัดทำวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบต่อ

กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน

บริษัทมีกลยุทธ์การบริหารจัดการ ภายใต้กรอบการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายความยั่งยืนของบริษัท ในปี 2563 โดยร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลกให้สัมฤทธิ์ผล โดยมีกลยุทธ์หลัก 6 ด้าน ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านการพัฒนาสุขภาพและความปลอดภัย
2. กลยุทธ์ด้านการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

3. กลยุทธ์ด้านวัตถุดิบและการจัดซื้อ
4. กลยุทธ์ด้านสินค้าและบริการที่ยั่งยืน
5. กลยุทธ์ด้านการสร้างความยั่งยืนสู่ลูกค้าและคู่ค้า
6. กลยุทธ์ด้านการดูแลสังคมและชุมชน

ทั้งนี้ จากการดำเนินการตามกรอบการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนและกลยุทธ์หลัก 6 ด้านดังกล่าว ในปี 2560 บริษัทได้ดำเนินงานด้านความยั่งยืนครอบคลุม 18 ประเด็นที่บริษัทและผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญ

กลยุทธ์หลัก 6 ด้าน

ภายใต้กรอบการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนของกลุ่มทรู



1. มีผู้นำ

ในเรื่องการพัฒนาสุขภาพและความปลอดภัยที่ชัดเจน โดยผู้บริหารทุกระดับต้องให้ความสำคัญ



3. ขับเคลื่อน

กระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ของบุคลากรในองค์กร ผ่านการวัดผล และการแลกเปลี่ยนแบบปฏิบัติที่ดี



2. สร้างการมีส่วนร่วม

ของพนักงานผ่านการบูรณาการด้านสุขภาพและความปลอดภัย เข้ากับทุกกิจกรรมการดำเนินงาน



4. ส่งผ่านวัฒนธรรม

ความปลอดภัยสู่คู่ค้าธุรกิจและลูกค้า



1. วัตถุดิบ

สรรหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มาจากแหล่งผลิตที่รับผิดชอบตรวจสอบย้อนกลับได้



กลยุทธ์

ในด้านวัตถุดิบและจัดซื้อ



2. กระบวนการ

พัฒนากระบวนการที่ใช้วัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด



3. นำกลับมาใช้ใหม่

มุ่งเป็นการนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่เมื่อผลิตเกินกำหนดอายุ



กลยุทธ์ ในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม



1. พลังงาน

สร้างจิตสำนึกการใช้พลังงานอย่างประหยัดและคุ้มค่า ปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานอย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมและสนับสนุนการใช้พลังงานหมุนเวียน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์



2. น้ำ

- 1) R-Reduce ลดการใช้น้ำที่ไม่จำเป็น
- 2) R-Reuse ใช้น้ำให้คุ้มค่าที่สุด โดยการนำกลับมาใช้ซ้ำ
- 3) R-Recycle นำน้ำกลับมาใช้ใหม่



3. ขยะและของเสียอิเล็กทรอนิกส์

- 1) R-Reduce ลดปริมาณของเสียจากแหล่งกำเนิด รวมถึงการส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรม paperless
- 2) R-Reuse นำกลับมาใช้ซ้ำ
- 3) R-Recycle นำกลับมาใช้ใหม่
- 4) Responsible กำจัดขยะและของเสียอิเล็กทรอนิกส์อย่างรับผิดชอบ



กลยุทธ์ ด้านการดูแลสังคมและชุมชน



Hear

Hear

Head

Hands

Heart



Head

Head

Hands

Heart



Hands

Hands

Hands

Heart



Heart

Heart

Heart

Heart



กลยุทธ์ สร้างความยั่งยืนสู่คู่ค้า



1. ลูกค้านุเคราะห์

- ประเมินความต้องการ เข้าใจลูกค้า (Assess and Understand Customer)
- ส่งมอบบริการ และประสบการณ์ที่ดี (Deliver Services & Experiences)
- รับฟังความคิดเห็นและให้บริการหลังการขาย (Support After Sales & Services)



2. ลูกค้ายั่งยืน

- แสวงหาพันธมิตร (Strategic Alignment)
- ส่งมอบบริการที่ได้มาตรฐาน ตรงใจ (Deliver Customized Solutions)
- เป็นพันธมิตรกัน (Win-Win Approach)



3. คู่ค้า

- ประเมินความต้องการ (Identify)
- พัฒนาคู่ค้าสู่ความยั่งยืน (Capacity Building)
- สร้างความสัมพันธ์ที่ดี (Long-term Engagement)



กลยุทธ์ ในด้านสินค้าและบริการที่ยั่งยืน



1. เสาหลัก

ค้นคว้าวิจัย เพื่อหาความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



2. พัฒนา

สร้างสินค้า/บริการที่มีคุณภาพ ตอบโจทย์สังคม ส่งเสริมความยั่งยืน



3. เสริมสร้างคุณค่า

มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value-Added)

รางวัลและการร่วมภาคีเครือข่าย Awards & Alliances

รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ ประจำปี 2560



Dow Jones Sustainability Indices

ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิก Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) ประจำปี 2560 ประเภทตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets) ในหมวดโทรคมนาคมและได้รับรางวัลความยั่งยืน Bronze Class 2018 และได้รับ Industry Mover Sustainability Award 2018 ซึ่งแสดงไว้ใน The Sustainability Yearbook 2018

จาก RobecoSAM และ S&P Dow Jones Indices



FTSE4Good Emerging Index

ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิก FTSE4Good Emerging Index ประเภทตลาดเกิดใหม่ ซึ่งเป็นดัชนีชี้วัดการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ

จาก FTSE Russell



Excellent CG Scoring

ได้รับการประเมินในระดับดีเลิศ (Excellent CG Scoring) ประจำปี 2560 ในโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย ซึ่งจัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Global Compact Network Thailand

เข้าร่วมเป็นภาคีข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nation Global Compact) ดำเนินงานภายใต้หลักสากล 10 ประการ และร่วมเป็น 1 ใน 15 องค์กรสมาชิกผู้ร่วมก่อตั้งเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย (Global Compact Network Thailand : GCNT)

แนวร่วมปฏิบัติภาคเอกชนไทย การต่อต้านการทุจริต

ได้รับประกาศนียบัตรรับรองการเป็น สมาชิกแนวร่วมปฏิบัติภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) จากสถาบันสมาคม

ส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ดำเนินธุรกิจบนหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส ตรวจสอบได้ เป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่สังคม โดยรวมสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

รางวัลรายงานความยั่งยืน ระดับดีเด่น

ได้รับรางวัลรายงานความยั่งยืน ระดับดีเด่น ประจำปี 2560 จากสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย สะท้อนความน่าเชื่อถือของการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการกำกับดูแลกิจการ ซึ่งเป็นประโยชน์แก่กลุ่มผู้ลงทุนในตลาดทุนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ตลอดจนการพัฒนาองค์กรไปสู่ความยั่งยืนในระยะยาว

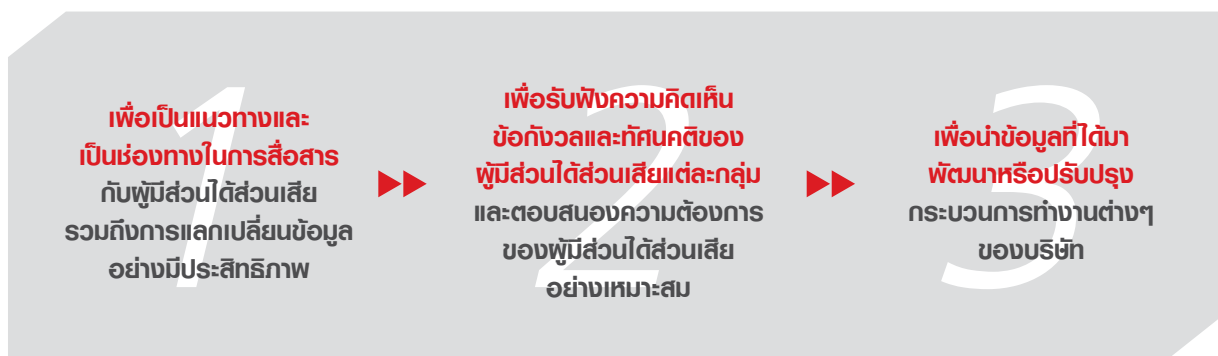
การสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Stakeholder Engagement (GRI 102-21, GRI 102-40, GRI 102-42, GRI 102-43, GRI 102-44)

บริษัทตระหนักดีว่าการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอาจส่งผลกระทบต่อสังคม ในหลากหลายรูปแบบและหลากหลายช่องทาง เช่น การนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาพัฒนาสินค้าและบริการที่ช่วยอำนวยความสะดวกต่อชุมชนการส่งเสริมกิจกรรมสาธารณะ สนับสนุนบริการสาธารณะต่างๆ รวมถึงการพัฒนาวัฒนธรรมที่นำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งผ่านองค์ความรู้วัฒนธรรมต่างๆ สู่สังคม

ดังนั้น บริษัทจึงให้ความสำคัญกับกระบวนการของการดำเนินธุรกิจภายใน เพื่อให้สอดคล้องต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทุกกลุ่มซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัท ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเคารพสิทธิและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นธรรม รับฟังความคิดเห็น สร้างความเข้าใจและสร้างความเชื่อมั่น เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างยั่งยืนและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

ทั้งนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการดูแลผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจในด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมผ่านการดำเนินนโยบายการสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement Policy) โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้



บริษัทกำหนดแนวปฏิบัติ ในการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยพัฒนาตามแนวทางสากล AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000SES) ภายใต้หลักสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การประเมินประเด็นสำคัญ (Materiality) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Inclusivity) การตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Responsive) รวมทั้งการกำหนดแนวทาง การชี้แจงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การจัดทำแผนการมีส่วนร่วม รวมทั้งการพัฒนาศักยภาพของ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การติดตามและรายงานผล เพื่อนำไปปฏิบัติอย่างสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งองค์กร

แนวปฏิบัติในการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ทั้งนี้ บริษัทตอบสนองคาดหวังและเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินงานของบริษัทในช่องทางที่เหมาะสม โดยมีความถี่ของการสื่อสารแตกต่างกันตามแผนงานและบริบทที่สำคัญ โดยนำข้อคิดเห็นและประเด็นสำคัญที่ได้จากการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไปพิจารณาและปรับปรุงการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังตารางต่อไปนี้

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การตอบสนองของบริษัท	ช่องทางการมีส่วนร่วม
 พนักงาน	- สวัสดิการและค่าตอบแทนที่ดี - ความมั่นคงและความก้าวหน้า - การพัฒนา ความรู้ความสามารถ - การมีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็น	- ผลตอบแทนที่ดีและสวัสดิการที่เหมาะสมให้โอกาสเลื่อนขั้นโอนย้าย - ประเมินผลงานเป็นธรรมและเท่าเทียม - จัดหลักสูตรอบรมตรงตามความต้องการ ทันต่อการเปลี่ยนแปลง - นำความเห็นข้อเสนอแนะมาปรับปรุง	- การประชุมประกาศวิสัยทัศน์ประจำปี - สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล - รายงานประจำปี/รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน(เว็บไซต์) - ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน - การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (ปีละ 1 ครั้ง)
 ลูกค้า	- สินค้าและบริการที่ดี ราคาที่เหมาะสม - ส่งมอบตรงตามเวลาที่กำหนด - บริการหลังการขายที่มีคุณภาพ - ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว - ข้อมูลสินค้าถูกต้องชัดเจน	- บริการที่ดีและมีความรับผิดชอบ - ส่งมอบสินค้าคุณภาพและตรงเวลา - รักษาข้อมูลความลับของลูกค้า - มอบประสบการณ์ที่ดีและบริการที่เท่าเทียม - รับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ	- ศูนย์บริการลูกค้า - การติดต่อกับลูกค้าโดยตรง - สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล - การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ารายปี - ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน
 พันธมิตรธุรกิจ	- ความเสมอภาคในการทำธุรกิจ - ทำธุรกิจด้วยความโปร่งใส - พัฒนาและเติบโตไปด้วยกัน - ชำระเงินตรงตามเวลาและครบถ้วน	- สัญญาซื้อขายที่โปร่งใสและเป็นธรรม - จัดหลักสูตรอบรมเพิ่มศักยภาพ - การแข่งขันที่เป็นธรรมและโปร่งใส - เก็บรักษาข้อมูลคู่ค้า - ชำระเงินตรงตามเวลาและมูลค่าตามที่กำหนด	- ประชุมประจำปี - จัดอบรมความรู้แก่คู่ค้า และกิจกรรมอื่นๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทและพันธมิตรธุรกิจ - สื่อสังคมออนไลน์ อีเมล - ข้อเสนอแนะ หรือ ข้อร้องเรียน - รายงานประจำปี - รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (เว็บไซต์)
 ชุมชนและสังคม	- ให้ความสำคัญต่อเสียงสะท้อนของชุมชน - ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย - ข้อร้องเรียนได้รับการดูแลอย่างเป็นธรรม - ส่งเสริมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน	- เรียนรู้ เข้าใจ ฟังเสียงสะท้อนตอบสนองตรงใจ - ประสานความร่วมมือ ตอบสนองความต้องการอย่างมีระบบ - สร้างการยอมรับ เป็นหนึ่งเดียวกับชุมชน - สนับสนุนให้เกิดการสร้างงานและรายได้ในชุมชน	- รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (เว็บไซต์) - สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล - ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน - จัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน
 คู่แข่งที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง	- การแข่งขันที่เป็นธรรมและเท่าเทียม - ปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่กำหนด	- ดำเนินธุรกิจตามกรอบการแข่งขันที่เป็นการทำและสุจริต - ปฏิบัติตามกรอบกฎหมายและจรรยาบรรณของการทำธุรกิจ - ประสานความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค	- รายงานประจำปี - รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (เว็บไซต์) - ข้อเสนอแนะ หรือ ข้อร้องเรียน

กลุ่มผู้ ส่วนได้ส่วนเสีย	ความคาดหวังของ ผู้ส่วนได้ส่วนเสีย	การตอบสนองของบริษัท	ช่องทางการมีส่วนร่วม
 ลูกค้า	• ความเสมอภาคในการทำธุรกิจ • ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส • ชำระเงินตรงตามเวลาและครบถ้วน	• สัญญาซื้อขายที่โปร่งใสและเป็นธรรม • จัดหลักสูตรอบรมเพิ่มศักยภาพพัฒนาคู่ค้าให้เติบโตไปด้วยกัน • การแข่งขันที่เป็นธรรมและโปร่งใส • การเก็บรักษาข้อมูล • ชำระเงินตรงตามเวลาและมูลค่าตามที่กำหนด	• ประชุมประจำปี • จัดอบรมให้ความรู้ • สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล • ข้อเสนอแนะ หรือ ข้อร้องเรียน • รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (เว็บไซต์)
 ผู้ถือหุ้น นักลงทุน	• กิจกรรมเติบโต มั่นคง มีผลกำไร • การกำกับดูแลกิจการที่ดี • บริหารจัดการด้วยความโปร่งใส • กลยุทธ์การบริหารที่ดี • สร้างโอกาสในความท้าทาย • การบริหารจัดการความเสี่ยง	• ทำธุรกิจโปร่งใส ยึดมั่นธรรมาภิบาล • การกำกับดูแลกิจการที่ดี • บริหารจัดการที่ตีสรางความเชื่อมั่นมอบผลตอบแทนสูงสุด • เปิดเผยข้อมูลด้วยความโปร่งใสต่อเนื่องและครบถ้วน	• ประชุมชี้แจงนักลงทุนประจำไตรมาส • รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (เว็บไซต์) • สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล
 เจ้าหนี้	• ข้อมูลการเงินที่ถูกต้อง • ชำระเงินตรงตามเวลาและครบถ้วน	• ทำตามเงื่อนไขสัญญาภายใต้หลักเกณฑ์และกฎหมาย • ให้ข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้องครบถ้วน • ชำระหนี้ตรงเวลาและดูแลคุณภาพของหลักทรัพย์ค้ำประกัน	• รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (เว็บไซต์) • สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล • ข้อเสนอแนะ หรือ ข้อร้องเรียน
 หน่วยงาน ของรัฐ	• การปฏิบัติตามกฎหมาย มีธรรมาภิบาล • การแข่งขันที่เป็นธรรมและเท่าเทียม • ให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ • จัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ	• ทำธุรกิจอย่างโปร่งใส เป็นธรรมและไม่ขัดต่อกฎหมาย • เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส • กำกับดูแลกิจการตามกฎหมาย • บริหารจัดการด้วยคุณภาพ สร้างให้เกิดความเชื่อมั่น • ให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ	• รับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นสม่ำเสมอ • จัดกิจกรรมร่วมภาครัฐ • สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล • รายงานประจำปี • รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (เว็บไซต์)
 สื่อมวลชน	• การได้รับข้อมูลครบถ้วนและรวดเร็ว	• เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส • สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน • ให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ	• การแถลงข่าว • การส่งข่าวประชาสัมพันธ์ • รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (เว็บไซต์) • สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล • รายงานประจำปี
 เอ็นจีโอและภาค ประชาสังคม	• การทำธุรกิจด้วยความโปร่งใส • ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด • ทำธุรกิจโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้บริโภค	• เปิดเผยข้อมูลด้วยความโปร่งใสต่อเนื่องและครบถ้วน • ดำเนินมาตรการป้องกันและปราบปรามทุจริตทั่วทั้งองค์กร • ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	• รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (เว็บไซต์) • สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล • การจัดกิจกรรมร่วม • ข้อเสนอแนะ หรือ ข้อร้องเรียน

HEART

เรามุ่งมั่นทำธุรกิจด้วยใจที่ยั่งยืน

ทำธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อ

บนพื้นฐานการกำกับกิจการที่ดี

มีความโปร่งใส

ด้วยใจที่เป็นธรรม

ให้ความเคารพต่อสิทธิมนุษยชน



การกำกับดูแลกิจการ Corporate Governance

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ผลการดำเนินงานเด่นในปี 2560



การต่อต้านทุจริต

ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกของ
แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทย
ในการต่อต้านทุจริต

รางวัลระดับ ดีเลิศ (Excellent)

ได้รับประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดี
ประจำปี 2560 ในระดับ “ดีเลิศ (Excellent)”
จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการ
บริษัทจดทะเบียนไทย โดยสมาคม
ส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย

การบริหารจัดการ

การดำเนินธุรกิจเพื่อให้เป็นที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจ
ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคมส่วนรวมนั้น จะต้องอาศัย
องค์ประกอบที่สำคัญยิ่งคือ คณะผู้บริหารที่มีคุณสมบัติ
เหมาะสม การกำกับดูแลองค์กรทุกมิติอย่างมีคุณภาพ
และพนักงานต้องมีจิตสำนึกที่ดีต่อการปฏิบัติหน้าที่ซึ่งนำ
ไปสู่บรรษัทภิบาลที่ดีโดยบริษัทได้ปรับปรุง “ประมวล
คุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Code of
Conduct)” ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป
เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนยึดถือ
และปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดต่อเนื่อง ขณะเดียวกันยังใช้
เป็นกรอบในการดำเนินธุรกิจของบริษัทด้วย

การกำกับดูแลกิจการ

(GRI 103-1, GRI 103-2)

การกำกับดูแลกิจการมีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งจะส่งผลดี
ต่อการสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือของบริษัทต่อผู้มีส่วน
ได้ส่วนเสีย ตลอดจนส่งเสริมภาพลักษณ์ ผลประกอบการ
ทางการเงินและการเติบโตอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ความคาดหวังทั้งใน
ระดับรัฐและเวทีระหว่างประเทศต่องานและความรับผิดชอบ
ของผู้บริหารในการสร้างคุณค่าขององค์กรในระยะยาวก็มีเพิ่มสูงขึ้น
รวมทั้งความเหมาะสมของโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ ความ
หลากหลายทางเพศ ความเชี่ยวชาญของคณะกรรมการบริหารและ
ประเด็นด้านความยั่งยืน ล้วนเป็นปัจจัยที่เสริมความแข็งแกร่งใน
การกำกับดูแลกิจการและสร้างประสิทธิภาพสูงสุดในการบริหารงาน

บริษัทดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็น
รากฐานที่สำคัญ โดยถือเป็นบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบ
ของคณะกรรมการบริษัท ซึ่งต้องมีความโปร่งใสในการบริหารงาน
สามารถตรวจสอบได้ และปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรม ควบคู่กับการ
ดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ได้แก่ พนักงาน ลูกค้า พันธมิตร
ธุรกิจชุมชน และสังคม คู่แข่งผู้อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันและ
เกี่ยวข้อง คู่ค้า ผู้ถือหุ้น นักลงทุน เจ้าหนี้ หน่วยงานรัฐ สื่อมวลชน
เอ็นจีโอ และภาคประชาสังคม เพื่อสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนให้แก่
บริษัท ซึ่งคณะกรรมการฯ สามารถทบทวนแนวทางปฏิบัติและ
ปรับเปลี่ยนบางกรณีให้เหมาะสมกับสถานการณ์และประโยชน์
สูงสุดที่บริษัทควรได้รับ โดยมีความสอดคล้องกับความคาดหวัง
ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

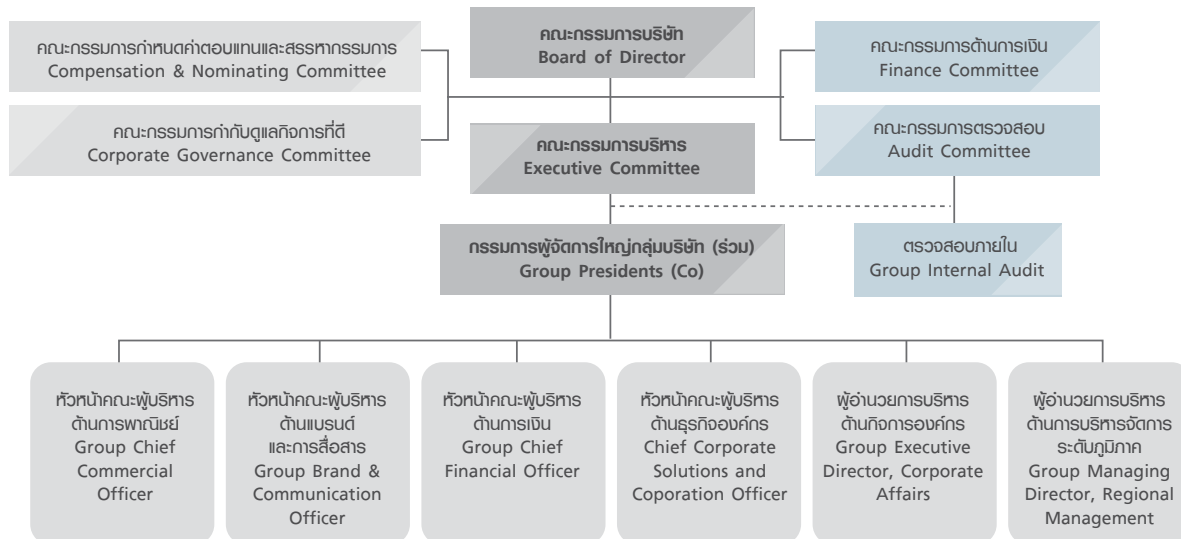
(GRI 102-18)

คณะกรรมการฯ มีบทบาทและหน้าที่ตัดสินใจอย่างอิสระใน
ประเด็นที่เกี่ยวกับธรรมาภิบาล การลงทุน การวางแผนองค์กร
การบัญชีการเงิน รวมทั้งควบคุมและแนะนำประเด็นสำคัญเชิง
กลยุทธ์และการบริหารจัดการเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อให้การดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับกฎหมาย
ข้อบังคับต่างๆ และเป็นไปตามมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น และยังมีหน้าที่
พิจารณาให้ความเห็นชอบวितส์ทัศน์ การกิจ และค่านิยมหลักของ
องค์กร ซึ่งมีการทบทวนเป็นประจำทุกปี

นอกจากนี้ ยังดูแลให้มีระบบควบคุมภายใน กระบวนการ
บริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม และติดตามความคืบหน้าด้านความ
ยั่งยืนของบริษัทร่วมกับฝ่ายบริหารจัดการ เพื่อให้ธุรกิจก้าวสู่การ
มีผลดำเนินงานที่เป็นเลิศอย่างยั่งยืนและต่อเนื่อง



โครงสร้างการบริหารจัดการ Management Structure



การสนับสนุนความหลากหลาย ของคณะกรรมการบริหาร

บริษัทเข้าใจและตระหนักถึงความจำเป็นด้านการส่งเสริมความหลากหลายและโอกาสที่เท่าเทียมในทุกระดับเพื่อเป็นฐานพลังความคิดมุ่งสู่การต่อยอดให้เกิดการบริหารงานรอบด้านและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น โดยระดับคณะกรรมการบริหารนั้น บริษัทได้กำหนดเงื่อนไขไว้ชัดเจนในนโยบายการกำกับ

ดูแลกิจการที่ดี โดยพิจารณาด้านเพศสภาพ สัญชาติ ศาสนา ภูมิหลัง ความเป็นมา และประสบการณ์ทำงานสำหรับระดับพนักงาน บริษัทกำหนดนโยบายการบริหารความหลากหลายและยอมรับความแตกต่าง (Diversity and Inclusion Policy) ในปี 2560 เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานและเคารพซึ่งกันและกัน ไม่เลือกปฏิบัติ และมีความเสมอภาค

คณะกรรมการบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 18 ท่าน ดังนี้

รายนาม	คณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทนและสรรหากรรมการ	คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี	คณะกรรมการด้านการเงิน	คณะกรรมการตรวจสอบ
กรรมการที่เป็นผู้บริหาร				
1. นายวิเชาวน์ รักพงษ์ไพโรจน์				
2. นายชัชวาลย์ เจียรนวนนท์				
กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร				
1) กรรมการอิสระ				
3. ดร.โกศล เพ็ชรสุวรรณ		●		●
4. นายโชติ โกคณิข	●		●	●
5. ดร.ฮาราลด์ ลิงค์	●			
6. ศ.(พิเศษ) เรวัต ฉ่ำเฉลิม				
7. นายฉวี เกิงโหลว				
8. นางปรีเปรม เสรีสว่าง				●
2) กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ				
9. นายธนินท์ เจียรนวนนท์				
10. ดร.อาชว์ เตาลานนท์		●	●	
11. ศ.(พิเศษ) อธิก อัครวานิช				
12. ดร.หลี่ เจิงเม่า	●			
13. ศ.ดร.วรภัทร โตรณะเกษม		●	●	
14. นายอำรุง สรรพสิทธิ์วงศ์	●		●	
15. นายสุภกิต เจียรนวนนท์	●			
16. นายณรงค์ เจียรนวนนท์				
17. ดร.เชี่ย ปิง			●	
18. นายศุภชัย เจียรนวนนท์				

จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

Business Ethics and Anti-Corruption

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ผลการดำเนินงานเด่นในปี 2560

100%

ของพนักงานได้รับการฝึกอบรม
และผ่านการทดสอบประมวลจริยธรรม
การต่อต้านการทุจริตฯ

การบริหารจัดการ

บริษัทมีเจตนารมณ์ที่แน่วแน่ในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ โดยได้กำหนดแนวปฏิบัติไว้ในประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานของพนักงาน และประกาศ “มาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน” เป็นลายลักษณ์อักษรเผยแพร่บนเว็บไซต์ของบริษัท พร้อมทั้งสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของภาครัฐและภาคประชาสังคมต่างๆ ด้วยดีเสมอมาโดยพนักงานทุกคนต้องช่วยกันสอดส่องดูแล ให้บริษัทเป็นองค์กรที่ปลอดการทุจริตคอร์รัปชัน เพื่อให้สอดคล้องกับค่านิยมองค์กร C-Credible เชื่อถือได้โดยเราให้ความสำคัญและสนับสนุนนโยบายการต่อต้านคอร์รัปชันในองค์กรอย่างต่อเนื่อง

ความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจและการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

ปี 2557

ลงนามในคำประกาศเจตนารมณ์
ในการเข้าร่วมเป็น **แนวร่วม
ปฏิบัติของภาคเอกชนไทย
ในการต่อต้านทุจริต**
(Private Sector Corrective
Action Coalition Against
Corruption : CAC)
เพื่อแสดงจุดยืนในการต่อต้าน
การทุจริตทุกรูปแบบ

ปี 2558

จัดทำมาตรการต่อต้าน
การคอร์รัปชัน
(Anti-Corruption Policy
and Measures)
ซึ่งอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท

ปี 2559

- ปรับปรุงมาตรการต่อต้าน
การคอร์รัปชันของบริษัทครอบคลุม
ใน 14 ประเด็นสำคัญ ปี 2557
- การสนับสนุนทางการเมือง
 - การบริจาคเพื่อการกุศล
และเงินสนับสนุน
 - การจ่ายหรือรับเงินที่เกี่ยวข้องกับ
ค่าของขวัญ ค่าบริการต้อนรับ
และค่าใช้จ่ายอื่นๆ
 - การจ่ายเงินเพื่ออำนวยความสะดวก
 - บริษัทและบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง
ทางธุรกิจ
 - การประเมินความเสี่ยง
 - ระบบการควบคุมภายใน
 - การตรวจสอบทางบัญชี
และการจัดเก็บข้อมูล
 - การบริหารด้านทรัพยากรบุคคล
 - การฝึกอบรมและการสื่อสาร
 - การแข่งขันแบบเสรีหรือข้อร้องเรียน
 - การคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแสหรือ
ผู้ร้องเรียนและการรักษาความลับ
 - การพิจารณาโทษ หากมีการฝ่าฝืน
หรือไม่ปฏิบัติตามมาตรการต่อต้าน
การคอร์รัปชัน
 - การติดตามและทบทวน

ปี 2560

- การกำหนดนโยบายสิทธิมนุษยชน
ซึ่งครอบคลุม 100%
ของการดำเนินงานของบริษัท
- การพัฒนาและปรับใช้
Mobile Application
True Connect / สำหรับพนักงาน
ซึ่งเป็นนวัตกรรมใหม่ของบริษัท
ในการระบุและจัดการข้อร้องเรียน
เกี่ยวกับประเด็นทุจริตคอร์รัปชัน
- การลดลงของความเสียหายจากการ
กรณีฉ้อโกงและการประพฤติผิด
เปรียบเทียบระหว่าง 2016
กับ 2017
- คณะกรรมการแนวร่วมปฏิบัติ
ของภาคเอกชนไทยในการต่อต้าน
การทุจริต (Private Sector
Collective Action Coalition
Against Corruption: CAC)
มีมติให้ทำกรรณิคมบริษัท
เป็นสมาชิกของแนวร่วมปฏิบัติ
ของภาคเอกชนไทยในการต่อต้าน
การทุจริต



จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

และการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน (GRI 103-1, GRI 103-2)

การปฏิบัติตามจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันนับเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัท สะท้อนให้เห็นจากแนวทางต่อลูกค้า พนักงาน และคู่ค้า โดยพนักงานทุกคนจะต้องยึดถือปฏิบัติตามจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งแนวทางในการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน ด้วยการส่งเสริมให้ผู้บริหารคณะกรรมการ พนักงาน และคู่ค้า ทำธุรกิจด้วยความโปร่งใสและน่าเชื่อถือโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ภายใต้เงื่อนไขการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันที่ระบบตรวจสอบมีความโปร่งใสเป็นอย่างมาก เพื่อตอบสนองต่อเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการเพิ่มความเข้มงวดในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้เป็นไปตามมาตรฐานระหว่างประเทศและความคาดหวังจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และการดำเนินงานของบริษัท คณะกรรมการของบริษัทได้ปรับปรุงนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีในปี 2560 เป็นไปตามแนวทางของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย รวมทั้งการพัฒนา

นโยบายสิทธิมนุษยชน ซึ่งมีการปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจและสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights)

บริษัทยังสร้างกระบวนการตระหนักรู้ร่วมกัน สร้างความเข้าใจต่อการปฏิบัติตามกฎหมาย ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการบริหารจัดการภายใต้การดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยพนักงานทุกคนต้องยึดมั่นปฏิบัติตาม **“ประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Code of Conduct)”** อย่างเคร่งครัด เพื่อช่วยส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กร และเพื่อให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กร 4C อันได้แก่ **เอาใจใส่ (Caring) เชื่อถือได้ (Credible) สร้างสรรค์ (Creative) และกล้าคิดกล้าทำ (Courageous)** เพราะการละเลยหรือขาดจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจของบริษัท และการดำเนินธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานนั้น นอกจากจะเกิดความเสียหายต่อบริษัทแล้ว ยังก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ รวมทั้งสังคมในวงกว้างด้วย

ประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน

(GRI 102-16)

คู่มือ **“ประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน”** กล่าวถึงคุณค่าหลัก จรรยาบรรณธุรกิจและข้อประพฤติปฏิบัติสำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของกลุ่มบริษัท โดยครอบคลุมสาระสำคัญ 7 หมวด



บริษัทมุ่งมั่นที่จะสร้างและรักษาวัฒนธรรมองค์กรที่ปราศจากการทุจริตคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ โดยมีการประกาศใช้ทั่วทั้งองค์กร และจัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้บริหาร รวมทั้งจัดอบรมในระบบออนไลน์ให้แก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งผู้บริหารและพนักงานได้รับการฝึกอบรมและผ่านการทดสอบทั้งหมดเป็นอัตราร้อยละ 100 ทั้งนี้ การสร้างวัฒนธรรมที่ปลอดคอร์รัปชันยังรวมไปถึงบริษัท คู่ค้า ซึ่งต้องลงนามจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ และให้พนักงานของบริษัทคู่ค้าเข้าร่วมอบรมด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ บริษัทได้ปรับปรุงประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน โดยเพิ่มประเด็นสำคัญเรื่องการต่อต้านการคอร์รัปชันและการป้องกันการฟอกเงินในปี 2559 ที่ผ่านมา โดยให้ผู้บริหารร่วมรับผิดชอบกับพนักงาน ในกรณีที่พนักงานทำผิดจรรยาบรรณในการทำงาน ทำให้ผู้บริหารตระหนักถึงความสำคัญ ทั้งคอยสอดส่องดูแลอย่างรอบด้าน รวมทั้งพัฒนากระบวนการมาตรการป้องกันที่รัดกุมสอดคล้องกับประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานด้วย ซึ่งพนักงานและบริษัทคู่ค้าสามารถศึกษารายละเอียดของประมวลคุณธรรมและข้อปฏิบัติในการทำงาน (Code of Conduct) ได้ที่



<http://investor.truecorp.co.th/leadership.html>

การถ่ายทอดสื่อความประมวลคุณธรรม และข้อพึงปฏิบัติในการทำงานและ มาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน (GRI 205-2)

ในปี 2560 บริษัทมีการจัดอบรมพนักงานและคู่ค้า โดยเฉพาะประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน และมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน และนโยบายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ผ่านช่องทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่บริษัทพัฒนาขึ้น เพื่อให้เกิดความสะดวก เช่น เว็บไซต์และแอปพลิเคชันมือถือ โดยมีผลการดำเนินการดังนี้

- จัดอบรมปฐมนิเทศพนักงานใหม่ในปี 2560 จำนวน 869 คน
- จัดอบรมผู้จัดการสาขาของ Retail Shop จำนวน 61 คน จากยอดรวม 65 คนจากกรุงเทพฯ และปริมณฑลให้ได้รับการสื่อสารนโยบายและกระบวนการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน
- จัดอบรมคู่ค้าจำนวน 81 ราย ซึ่งเป็นคู่ค้าทางธุรกิจที่ได้รับการสื่อสารนโยบายและกระบวนการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันรวมทั้งฝึกอบรมในประเด็นดังกล่าว



Innovation & Sustainability Workshop
for True Group's Suppliers
เมื่อวันที่ 14 พ.ย. 2560

การป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน

(GRI 205-3)

บริษัทดำเนินการมาตรการการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน โดยมีมาตรการทางวินัยในการดำเนินงานกระทำการทุจริตอย่างชัดเจน และเข้มงวด เช่น การทุจริตจากการขายสินค้าและบริการ การลักทรัพย์ การยกยอกทรัพย์ การปลอมแปลงเอกสาร ฯลฯ โดยพนักงานจะถูกลงโทษทางวินัยอย่างร้ายแรงและถูกดำเนินคดีทางกฎหมาย ทั้งนี้ ผู้บังคับบัญชาโดยตรงของพนักงานที่กระทำการทุจริตจะถูกพิจารณาถึงโทษทางวินัยตามข้อบังคับในการทำงานของบริษัทด้วยเช่นกัน หากพบการกระทำผิดซ้ำในหน่วยงานนั้นๆ อีกภายในระยะเวลา 1 ปี ให้พิจารณาโทษทางวินัยกับผู้บังคับบัญชาโดยตรง เพื่อนำไปสู่การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ปลอดการทุจริตคอร์รัปชันในอนาคต

จากผลการตรวจสอบอย่างเข้มงวดในปี 2560 บริษัทตรวจพบพนักงานปฏิบัติผิดข้อบังคับและเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบจำนวนทั้งสิ้น 87 เรื่อง ลดลงจากปีก่อน 2 เรื่อง ซึ่งได้บันทึกไว้จำนวน 89 เรื่อง อย่างไรก็ตามแม้ว่าจำนวนจะลดลงไม่มาก แต่มูลค่าความเสียหายลดลงถึงร้อยละ 48 โดยพนักงานได้รับการสืบสวนและมีผลสรุปว่ากระทำผิดได้รับการลงโทษตามมาตรการที่เหมาะสมและดำเนินคดีตามกฎหมายทั้งหมดแล้ว ซึ่งเป็นผลจากการจัดอบรมและถ่ายทอด ประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน และมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน และนโยบายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ บริษัทยังได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการรับของกำนัล ซึ่งสอดคล้องกับคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน เป็นไปตามมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน ทั้งนี้ เพื่อให้พนักงานได้มีหลักปฏิบัติที่ถูกต้องในการรับของกำนัล สร้างความโปร่งใสโดยยังคงเป็นการแสดงไมตรีจิตทางการค้า แต่ต้องไม่มีผลต่อการตัดสินใจทางธุรกิจในอนาคต



บริษัทประกาศเมื่อปลายปี 2560 เพื่อขอความร่วมมือ งดวันการรับและมอบของขวัญของที่ระลึกในงานเทศกาลปีใหม่และในทุกโอกาส เพื่อให้เป็นไปตามประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานและมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งความโปร่งใส

ช่องทางการรับข้อร้องเรียน (GRI 102-17)

บริษัทกำหนดนโยบายการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด และการคุ้มครองผู้ร้องเรียน/ผู้แจ้งเบาะแสการกระทำผิดสำหรับพนักงาน (Whistle-Blowing Policy) ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร โดยกำหนดช่องทางการรับแจ้ง ข้อมูลหรือข้อร้องเรียน กระบวนการจัดการเกี่ยวกับ ข้อมูลหรือข้อร้องเรียน มาตรการคุ้มครองสิทธิของผู้ให้ข้อมูล การรักษาข้อมูลของผู้ร้องเรียนไว้เป็นความลับให้จำกัดเฉพาะผู้ที่รับผิดชอบ ที่มีหน้าที่ตรวจสอบประเด็นที่ร้องเรียนเท่านั้นที่จะเข้าถึงข้อมูลได้ โดยคณะกรรมการตรวจสอบจะเป็นผู้พิจารณาสั่งการและรายงานต่อ คณะกรรมการบริษัท ในกรณีที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับความเสียหายจากการถูกละเมิดสิทธิ์ตามกฎหมาย บริษัทกำหนดมาตรการที่เป็น ธรรมแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้วย รวมทั้งจัดให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับบริษัทในกรณีที่มามีคำถามหรือข้อสงสัย ตลอดจนข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน โดยสามารถติดต่อบริษัทได้ที่

ช่องทางการรับข้อร้องเรียน	รายละเอียดการติดต่อ
บริษัท TRUE คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) 18 อาคารทรูทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	คณะกรรมการตรวจสอบ ประธานคณะกรรมการบริหาร ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ฝ่าย Fraud & Cyber Crime สำหรับการร้องเรียนเรื่องการต่อต้านทุจริต
สายด่วน ร้องเรียน (Complaint Hotline)	ฝ่ายทรัพยากรบุคคล 028582023
ช่องทางผ่าน Mobile Application - True Connect/ True Pulse	True Pulse เป็นหนึ่งช่องทางเพื่อสะท้อนปัญหา ที่พนักงานพบในการปฏิบัติงาน โดยปัญหาจะถูก ส่งขึ้นตรงสู่ท่านผู้บริหารระดับสูง เพื่อการแก้ไข อย่างฉับไว ผ่าน True Connect ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันมือถือสำหรับพนักงาน
Email: คณะกรรมการตรวจสอบ ประธานคณะกรรมการบริหาร หรือกรรมการผู้จัดการใหญ่กลุ่มบริษัท (ร่วม) ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ฝ่าย Fraud & Cyber Crime	auditcommittee@truecorp.co.th CodeofConduct@truecorp.co.th Nopadol_Som@truecorp.co.th
www.truecorp.co.th	

จากกลไกดังกล่าว บริษัทได้รับการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนการละเมิดข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน และกระทำผิดในปี 2560 ที่ผ่านมารวม 13 เรื่อง

มาตรการในการป้องปรามการกระทำผิด

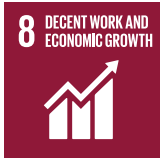
เพื่อให้มั่นใจว่าการกระทำผิดและกรณีทุจริตคอร์รัปชันจะไม่เกิดขึ้นซ้ำอีก บริษัทจัดให้มีการทวนสอบ (Audit) หน่วยงานที่เคยมี พนักงานกระทำผิด เพื่อตรวจสอบในแง่ความโปร่งใสของพนักงานรวมทั้งในแง่ความพร้อมของระบบเพื่อป้องกันกรณีการทุจริตในอนาคต โดยหลังจากจัดให้มีการทวนสอบ บริษัทจะจัดทำสรุปผลการตรวจประเมินและวิเคราะห์สาเหตุ และกระบวนการทำงานภายในก่อนที่จะเกิด ช่องในการกระทำผิด รวมทั้งการกำหนดให้มีมาตรการป้องกันโดยการณรงค์เรื่องข้อพึงปฏิบัติในการทำงานให้พนักงานรับทราบอย่าง ต่อเนื่องสำหรับบทลงโทษ ให้หัวหน้ามีส่วนรับผิดชอบต่อการกระทำผิดของพนักงาน



การบริหารจัดการความเสี่ยง

Risk Management (GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ผลการดำเนินงานเด่นในปี 2560



บริหารจัดการความเสี่ยง

ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการความเสี่ยง โดยเฉพาะความเสี่ยงใหม่ๆ ในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจโดยประเมินความเสี่ยงเป็นประจำทุกปี พร้อมเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการพิจารณาความเสี่ยงก่อนตัดสินใจดำเนินงานมีส่วนร่วม รวมทั้งจัดอบรมความรู้ด้านความเสี่ยงแก่ผู้บริหารและพนักงานทั่วไป

การบริหารจัดการ

บริษัทประเมินความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรตามความเสี่ยงปกติและความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ เพื่อเตรียมรับมือการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม ที่อาจทำให้เกิดธุรกิจรูปแบบใหม่ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการในรูปแบบเดิมๆ ทั้งนี้ บริษัทมุ่งเน้นบริหารจัดการความเสี่ยงโดยให้พนักงานมีส่วนร่วมมากขึ้น เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เฝ้าระวังผลกระทบอันอาจเกิดจากความเสี่ยงในด้านต่างๆ

การบริหารจัดการความเสี่ยงมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจ และเพื่อให้มั่นใจว่าธุรกิจจะเติบโตอยู่บนพื้นฐานของความยั่งยืน บริษัทจึงมุ่งเน้นสร้างความแข็งแกร่งและเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการความเสี่ยง ภายใต้โครงสร้างและกรอบนโยบายความเสี่ยงที่บริษัทกำหนด ซึ่งเชื่อมโยงกับการควบคุมและการตรวจสอบภายในขององค์กรอย่างเป็นระบบ โดยผลที่ได้จากการบริหารจัดการความเสี่ยง เป็นพื้นฐานสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์เป้าหมาย แผนพัฒนาธุรกิจทั้งในระยะสั้นและ

ระยะยาว รวมทั้งยังเป็นการขับเคลื่อนให้เกิดวัฒนธรรมการบริหารจัดการความเสี่ยงที่บุคลากรทุกคนในองค์กรมีความรับผิดชอบร่วมกัน ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดประเภทความเสี่ยงเป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่ ความเสี่ยงเฉพาะกรณี อันเป็นผลจากใบอนุญาตกิจการโทรคมนาคม ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ความเสี่ยงด้านการกำกับดูแล และความเสี่ยงทางการเงิน ครอบคลุม 9 กลุ่มประเด็นความเสี่ยง (ดังภาพการจัดกลุ่มประเด็นความเสี่ยง)

การจัดกลุ่มประเด็นความเสี่ยง



อย่างไรก็ตาม บริษัทมีมาตรการและแผนการดำเนินงานที่เหมาะสมและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดและบรรเทาผลกระทบจากความเสี่ยง เช่น การกำหนดโครงสร้างและนโยบาย

ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง การวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงรวมทั้งการระบุความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินการในอนาคต

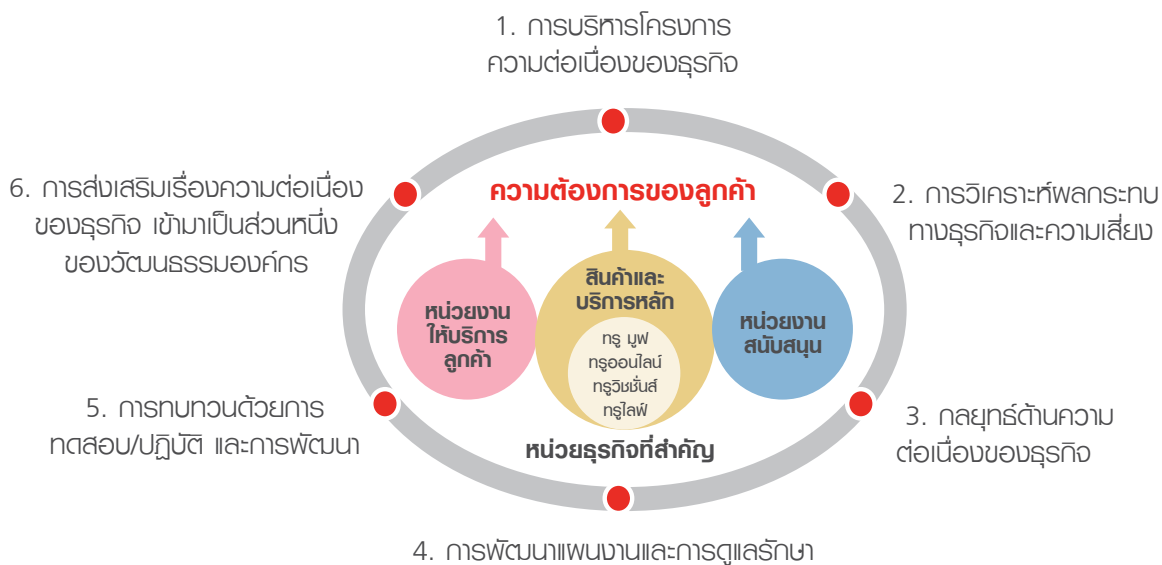
นโยบายและโครงสร้างด้านการบริหาร

จัดการความเสี่ยง (GRI 102-30)

บริษัทดำเนินนโยบายตามกรอบการบริหารจัดการความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร (Enterprise Risk Management: ERM) ตามมาตรฐานสากล Committee of Sponsoring Organizations of Treadway Commission (COSO) มีการประเมินความเสี่ยงเป็นประจำทุกปี โดยพิจารณาจากประเด็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ประเด็นความเสี่ยงเดิมที่ส่งผลกระทบต่อเรื่องมาจนถึงปัจจุบัน และประเด็นความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในระยะยาว โดยใช้

นโยบายการบริหารความต่อเนื่องของธุรกิจ (Business Continuity Management Policy) และนโยบายการลงทุน (Corporate Investment Policy) ในการวางแผนเชิงรุกสำหรับสภาวะวิกฤตอันจะเกิดขึ้นได้ เพื่อลดผลกระทบจากการหยุดชะงักทางธุรกิจ โดยมีการวิเคราะห์และพิจารณาปัจจัยความเสี่ยงใน 3 มิติ ได้แก่ **เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม** ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินธุรกิจและการลงทุนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

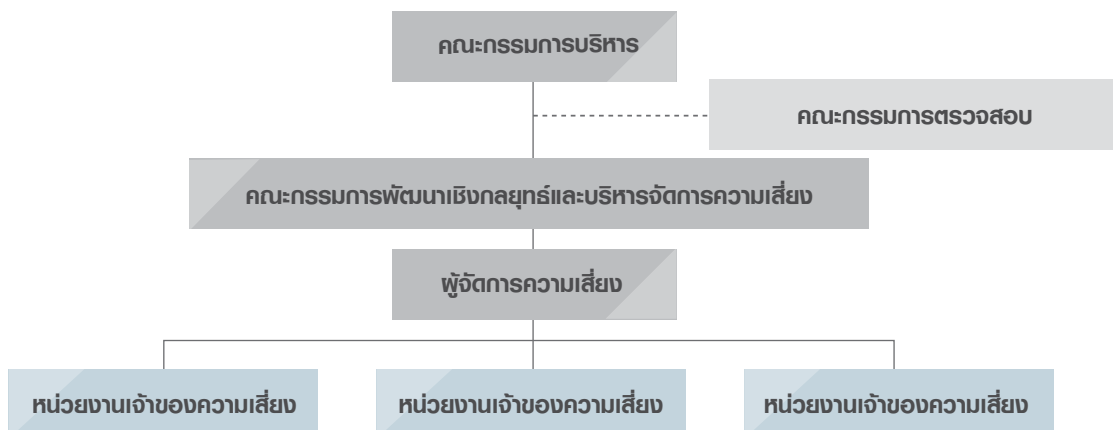
กลยุทธ์และกรอบการบริหารความต่อเนื่องของธุรกิจ



บริษัทมีการกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างชัดเจน โปร่งใส และตรวจสอบได้ ทั้งนี้ **คณะกรรมการบริหาร (Executive Committee)** เป็นผู้มีอำนาจสูงสุดในการอนุมัตินโยบายบริหารจัดการความเสี่ยงต่างๆ โดยได้มอบหมายงานให้**คณะกรรมการพัฒนาเชิงกลยุทธ์ และบริหารจัดการความเสี่ยง (Strategic Development and Risk Management Committee)**

และคณะกรรมการตรวจสอบ (Audit Committee) มีบทบาทในการกำหนด ดูแลสอบทานความมีประสิทธิภาพ ของกรอบการบริหารจัดการความเสี่ยงและขั้นตอนอย่างสม่ำเสมอ โดยมีผู้จัดการความเสี่ยง (Risk Manager) ประสานงานกับหน่วยงานเจ้าของความเสี่ยงต่างๆ (Risk Owner) โดยตรง

โครงสร้างการบริหารจัดการความเสี่ยง Risk Management Structure



บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ

คณะกรรมการบริหาร	คณะกรรมการพัฒนาเชิงกลยุทธ์และบริหารจัดการความเสี่ยง	ผู้จัดการความเสี่ยง	หน่วยงานเจ้าของความเสี่ยง
- รายงานความเสี่ยงที่เกิดขึ้นและระบุความเสี่ยงที่เป็นประเด็นสำคัญและความเสี่ยงที่มีโอกาสจะเกิดขึ้น - ระบุภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้นและรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการตรวจสอบ	- อนุมัตินโยบายและแผนงานด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง - พิจารณาและอนุมัติความเสี่ยงที่ถูกระบุและได้รับการตรวจประเมิน - กำกับและดูแลการบริหารจัดการความเสี่ยง - ดูแลและควบคุมการตอบสนองต่อความเสี่ยง - ระบุและรายงานปัจจัยที่อาจทำให้เกิดความเสี่ยงในระยะยาว - ควบคุมดัชนีวัดความเสี่ยงหลัก	- รับผิดชอบการบริหารจัดการความเสี่ยง - ออกแบบและพัฒนากรอบการบริหารความเสี่ยง - ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการบริหารความเสี่ยง - ควบคุมปัจจัยที่อาจทำให้เกิดความเสี่ยง - รายงานความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริหารจัดการความเสี่ยง	- ระบุและประเมินความเสี่ยงรวมถึงมาตรการรับมือโดยเปรียบเทียบกับเป้าหมายและแผนงานทางธุรกิจ - วิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูลที่เป็นในการใช้บริหารจัดการความเสี่ยงในระดับปฏิบัติการเพื่อการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ - สนับสนุนงานด้านการควบคุมความเสี่ยง - ปฏิบัติงานตามกรอบการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร

วัฒนธรรมด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง

นอกจากการบริหารจัดการความเสี่ยงและมาตรการลดผลกระทบด้านความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพผ่านกรอบและนโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยงแล้ว บริษัทยังมุ่งมั่นที่จะบริหารจัดการความเสี่ยงโดยให้พนักงานมีส่วนร่วมมากขึ้น เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เฝ้าระวังผลกระทบ อันอาจเกิดจากความเสี่ยงด้านต่างๆ จึงได้จัดให้มีการอบรมให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงผ่านศูนย์การเรียนรู้กลุ่มทรู (True Learning Center) และเพิ่มช่องทางการติดต่อ ด้วยโทรศัพท์ฉุกเฉินภายใน โดยในปี 2560 ได้จัดฝึกอบรมให้แก่พนักงานทั่วไป และพนักงานที่ปฏิบัติงานกับฝ่าย True Internet Data Center และพนักงานฝ่ายจัดซื้อจำนวน 359 คน พร้อมทั้งเพิ่มช่องทางการติดต่อด้วยโทรศัพท์ฉุกเฉินภายใน ซึ่งพนักงานสามารถโทรศัพท์เข้ามาแจ้งเหตุได้ทันทีทั้งที่เมื่อเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยงขึ้น การสื่อสารนี้จะทำให้บริษัทสามารถตอบสนอง กำหนดมาตรการบรรเทาความเสี่ยงได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากที่สุด

ระบบการบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัท มุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดีในการบริหารจัดการความเสี่ยง ผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนากลยุทธ์ โดยยังคงคำนึงถึงการประเมินภาพความเสี่ยง (Risk Profile) นอกจากนี้กรอบการบริหารจัดการความเสี่ยงตามมาตรฐาน COSO ยังให้ความสำคัญกับการเลือกกลยุทธ์การจัดการ ที่เอื้อต่อการสร้างและรักษาคุณค่าทางธุรกิจ บริษัทมีการรณรงค์การสร้างวัฒนธรรมการบริหารจัดการความเสี่ยงผ่านช่องทางการให้ความรู้ การมอบหมายอำนาจหน้าที่ กำกับดูแล และการสื่อสารองค์กรด้านความเสี่ยง รวมทั้งจัดการอบรมประจำปี

กิจกรรมปลูกฝังพนักงานในองค์กรด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง

การฝึกอบรมในปี 2560	จำนวนพนักงาน (คน)
ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มทรู	206
พนักงานฝ่าย True Internet Data Center	43
พนักงานฝ่ายจัดซื้อ	110
รวม	359

ความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นใหม่

บริษัทยังได้ตระหนักถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นใหม่ โดยจัดประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมและหารือในประเด็นความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นของแต่ละหน่วยงาน รวมทั้งประเด็นของความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นใหม่ จากปัจจัยภายในและภายนอกพร้อมทั้งกำหนดมาตรการป้องกัน/เยียวยาโดยปี 2560 บริษัทมีความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นใหม่ 2 ประเด็น

ประเด็นความเสี่ยง	ผลกระทบต่อบริษัท	มาตรการป้องกัน
ความเร็วของการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรม/เทคโนโลยีอย่างพลิกผัน	บริษัทต้องปรับปรุงแผนธุรกิจให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ หากบริษัทไม่สามารถปรับตัวได้ อาจทำให้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและความสามารถในการแข่งขันในตลาด รวมทั้งอัตราการสร้างรายได้ของบริษัทลดลง	บริษัทต้องทบทวนและปรับปรุงนโยบายทางธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ เพื่อความคล่องตัวในการปฏิบัติงานอย่างรวดเร็ว รวมทั้งมีการลงทุน เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและนวัตกรรมจากการบริหารจัดการภายในและการร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาความรู้ ความเข้าใจและความสามารถของพนักงานควบคู่กันไปด้วย
การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล	ส่งผลกระทบต่อบริษัทในแง่ความน่าเชื่อถือของระบบความปลอดภัยของฐานข้อมูล รวมทั้งภาพลักษณ์ของบริษัทและการเงิน	บริษัทมีนโยบายด้านความปลอดภัยของข้อมูล นโยบายการเข้าถึงข้อมูลสำหรับหน่วยงานหรือบุคลากรภายนอก รวมทั้งการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการความปลอดภัยของข้อมูลเพื่อความพร้อมในการรองรับเทคโนโลยีในอนาคต ด้วยการทดสอบการนำระบบจากภายนอกรวมทั้งปลูกฝังพนักงานในหัวข้อ จรรยาบรรณและความรับผิดชอบในการใช้ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ

ความพร้อมใช้งานของเครือข่าย Network Availability

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ผลการดำเนินงานเด่นในปี 2560



ดัชนีชี้วัดความขัดข้องของเครือข่าย โดยเฉลี่ย

บริษัทมีจำนวนครั้งที่เกิดความขัดข้องของ
เครือข่ายโดยเฉลี่ยเท่ากับ 0.2254 ในขณะที่
Average Interruption Frequency
ตามมาตรฐานสากลเท่ากับ 1.10

ดัชนีชี้วัดระยะเวลาความขัดข้องของ เครือข่ายโดยเฉลี่ย

Average Interruption Duration
เท่ากับ 1.5 ชั่วโมงต่อปี ในขณะที่ค่าเฉลี่ย
ดังกล่าวของบริษัทเท่ากับ 51.03 นาที

ผลสำรวจความพร้อม

ของเครือข่ายในการให้บริการ เท่ากับ
ร้อยละ 99.82 เทียบกับเป้าหมาย
ร้อยละ 96.00



• **ทรูมูฟ เอช** ให้บริการระบบ 3G (คลื่นความถี่ 850 และ 2100 MHz) และระบบ 4G (คลื่นความถี่ 2100, 1800 และ 1900 MHz) โดยผสานจุดแข็งจากการมีคลื่นความถี่ที่หลากหลาย และครอบคลุมพร้อมด้วยเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือที่ทันสมัย ให้บริการผ่านเครือข่าย 4G และ 3G ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ซึ่ง**ทรูมูฟ เอช** เป็นผู้ให้บริการเครือข่าย 4G LTE อย่างเต็มรูปแบบทั่วประเทศ



• **ทรูออนไลน์** ผู้ให้บริการบรอดแบนด์ อินเทอร์เน็ต รายใหญ่ที่สุดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเป็นผู้ให้บริการ WiFi รายใหญ่ที่สุด ด้วยโครงข่ายไฟเบอร์คุณภาพสูงทั่วประเทศ ผ่านเทคโนโลยี TTx หรือใยแก้วนำแสง, DOCSIS 3.0 และ xDSL



• **ทรูวิชั่นส์** ผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับเป็นสมาชิก รายใหญ่ที่สุดของประเทศ และเป็นเจ้าแรกที่ให้บริการในระบบ HD ผ่านโครงข่ายไฟเบอร์ออฟติก และผ่านดาวเทียมในระบบดิจิทัล

การบริหารจัดการ

บริษัท เป็นผู้นำในการให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมและเทคโนโลยีดิจิทัลครบวงจรรายเดียวในประเทศไทย ธุรกิจหลักของบริษัทประกอบด้วย บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริการบรอดแบนด์และบริการโทรทัศน์แบบบอกรับเป็นสมาชิก ภายใต้แบรนด์ **ทรูมูฟ เอช ทรูออนไลน์ และทรูวิชั่นส์** ตามลำดับ มีเครือข่ายและบริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ทั้งนี้กลยุทธ์ของบริษัทคือ การบริหารจัดการเครือข่ายเพื่อเป็นเครือข่ายที่ดีที่สุด (Best Network)

ความพร้อมใช้งานของเครือข่าย

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

ปัจจุบันการพัฒนาเทคโนโลยีเครือข่ายเพื่อการสื่อสารมีส่วนช่วยเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต การทำงาน รวมทั้งไลฟ์สไตล์ และระบบเศรษฐกิจที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ซึ่งมีส่วนมาจากศักยภาพการบริการบรอดแบนด์เคลื่อนที่ (Mobile Broadband) ที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้บริษัทให้ความสำคัญกับความพร้อมใช้งานของเครือข่าย ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการรักษาความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้งานเครือข่ายได้อย่างราบรื่น รองรับการใช้งาน แม้ในสภาพแวดล้อมที่ไม่เอื้ออำนวย เช่น สภาพอากาศที่แปรปรวน ภัยธรรมชาติ หรือกรณีเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน ความพร้อมใช้งานของเครือข่ายจึงเป็นตัวชี้วัดสำคัญตัวหนึ่งของการดำเนินธุรกิจของบริษัท



0.2254

Average Interruption Frequency in 2017

Remarks: Acceptable System Average Interruption Frequency Index (SAIFI) = 1.10 interruptions



51.03 minutes or

0.85 hours/year

Average Interruption Duration in 2017

Remarks: Acceptable System Average Interruption Duration Index (SAIDI) = 1.5 hours/ year

การพัฒนาศักยภาพความพร้อมใช้งาน ของเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง

การจัดการความหนาแน่นของเครือข่ายไร้สาย เพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของลูกค้าในปัจจุบัน เป็นอีกหนึ่งความท้าทายในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม เพื่อสร้างเครือข่ายที่มีเสถียรภาพและมีการจัดการคลื่นความถี่ที่มีความหลากหลาย หน่วยงานรับผิดชอบหลักคือ **Network Engineering & Operations (NEO)** โดยจัดทำโครงการ **Network No.1** และ **Service No.1** เพื่อพัฒนาพื้นที่ให้บริการที่มีความสำคัญ และสร้างความมั่นใจว่าความสามารถในการให้บริการในพื้นที่นั้นๆ จะอยู่ในระดับที่ดีที่สุดรองรับทุกการใช้งานและส่งมอบประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า

นอกจากนี้ บริษัทได้บริหารจัดการเตรียมพร้อมโครงข่ายมือถือ ได้แก่ ขยายสัญญาณเติมศักยภาพ กระจายสัญญาณให้ครอบคลุมพื้นที่ รวมทั้งจัดตั้งทีมดูแลเครือข่าย เพื่อรองรับการใช้งานและอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในโอกาสต่างๆ เช่น

- งานพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมศพ ระหว่าง

วันที่ 25-28 ตุลาคม 2560 โดยบริษัทได้ติดตั้งเสาส่งสัญญาณและอุปกรณ์กระจายสัญญาณเพิ่ม บริเวณพระบรมมหาราชวัง มณฑลพิธีท้องสนามหลวง และบริเวณใกล้เคียง และกระจายสัญญาณมือถือครอบคลุมไปถึงสถานที่ตั้งพระเมรุมาศจำลอง 85 แห่งในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 9 แห่ง และศาลากลางจังหวัด 76 แห่ง รวมทั้งจุดถ่ายทอดไม้จันทน์ทั่วประเทศ และจัดตั้งวอร์รูม เพื่อตรวจสอบคุณภาพสัญญาณตลอดจนจัดทีมดูแลโครงข่ายต่อเนื่อง 24 ชั่วโมง

- ช่วงเทศกาลส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ บริษัทได้เตรียมความพร้อมของเครือข่ายทั้ง 4G/3G และบริการ WiFi ครอบคลุมทั่วประเทศกว่า 100,000 จุด ให้ลูกค้าส่งความสุขได้อย่างราบรื่น มีการจัดตั้งวอร์รูมและทีมเจ้าหน้าที่ดูแลเครือข่ายพร้อมทีม **True Call Center 1242** ไว้ให้บริการดูแลลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง ตั้งแต่วันที่ 29 ธันวาคม 2560 ถึงวันที่ 3 มกราคม 2561

การบำรุงรักษาเครือข่าย

บริษัทมีการดูแลบำรุงเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอเพื่อป้องกันไม่ให้เกิด **Downtime** (ระยะเวลาที่เครือข่ายเกิดการขัดข้อง) มีกระบวนการเพื่อการตอบสนองคำร้องเรียนที่รวดเร็ว มีการติดตั้งและซ่อมแซมระบบเพื่อลูกค้าอย่างทันทั่วถึงที่ เตรียมความพร้อมกรณีฉุกเฉิน เพื่อให้มั่นใจว่าเครือข่ายสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพแม้สภาพอากาศแปรปรวน

บริษัทได้ประเมินความเสี่ยงในด้านต่างๆ อาทิ ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่น ผลกระทบจากอุณหภูมิเฉลี่ยที่สูงขึ้น พายุ น้ำท่วม ที่อาจส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ต่างๆ ในเครือข่ายรวมถึงความเสี่ยงจากอุบัติเหตุที่จะกระทบต่อเครือข่าย

บริษัทจัดทำโครงการ เช่น การนำสายเคเบิลใยแก้วนำแสงลงใต้ดิน การเพิ่มเส้นทางเดินของเครือข่าย ให้มีอย่างน้อย 2 เส้นทางในทุกจุด และจัดให้มี 3 เส้นทางในจุดสำคัญ เพื่อลดความเสี่ยงกรณีที่เส้นทางใดเส้นทางหนึ่งเกิดการขัดข้อง

ในกรณี ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง พบปัญหาการใช้งานเครือข่าย สามารถติดต่อผ่านทั้ง **Call Center** และ **ศูนย์บริการลูกค้าทรูซ้อป ทุกสาขาทั่วประเทศ**



บริษัทให้ความสำคัญกับความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของลูกค้า จึงมีการสำรวจความพึงพอใจและข้อเสนอแนะของลูกค้าในเรื่องการขาดหายของสัญญาณ โดยมีการกำหนดเป้าหมายความพร้อมของเครือข่ายที่ร้อยละ 96.00%

ตามเกณฑ์คณะกรรมการ US Federal Communication Commission (FCC Rules) และผลสำรวจความพร้อมของเครือข่ายที่ทำได้ในปี 2560 เท่ากับร้อยละ 99.82

Call Center 1242

การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์และคุณภาพการให้บริการ

Customer Relationship Management and Service Quality

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ผลการดำเนินงานเด่นในปี 2560



บริษัทได้รับรางวัล

Thailand ICT Excellence Awards 2017 จากสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (Thailand Management Association : TMA) ในประเภทโครงการขับเคลื่อนธุรกิจจากผลงาน Mari 4.0 ของสายงานด้านบริการลูกค้า

ในปี 2560 พลสำรวจความพึงพอใจ

ของลูกค้าภายหลังจากได้รับบริการ ที่ศูนย์บริการลูกค้า ทูริช็อป ฟานระบบ SMS (iCSAT - TOP BOX) เท่ากับร้อยละ 85.5

พนักงานศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์

สามารถรับสายลูกค้าได้ทันทีทันใด คิดเป็นร้อยละ 95

บริษัทมียอดทำรายการธุรกรรม

Self-Service ฟังก์ชันให้บริการรับชำระค่าบริการเฉลี่ย 1,715,669 รายการต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 79 ของธุรกรรมทั้งหมด

นักร้อง Video Call Service

มาใช้เป็นแห่งแรกในไทย ให้บริการเสมือนการบริการของเจ้าหน้าที่ทูริช็อป ลูกค้าพึงพอใจสูงถึงร้อยละ 84

การบริหารจัดการ

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาการให้บริการสู่ความเป็นเลิศ โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ ผ่านการส่งมอบบริการในระดับมาตรฐานสากล เพื่อครองความเป็นหนึ่งเดียวในใจของลูกค้า โดยนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงการบริการอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีความชำนาญ เพื่อสร้างรอยยิ้มและความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์

(GRI 103-1, GRI 103-2)

บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการรักษา ปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ในฐานะผู้ให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศและคอนเวอร์เจนซ์แพลตฟอร์มที่ครบวงจร เพื่อสร้างคุณค่าและส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ด้วยวัฒนธรรมลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ซึ่งมีพื้นฐานจากวัฒนธรรมองค์กร 4C และแนวคิดการทำงานที่มีคุณภาพ 9C

ทั้งนี้ มีกลไกการจัดการนวัตกรรมและสร้างช่องทางการสื่อสาร เพื่อมุ่งสู่การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์และการรับประกันคุณภาพการให้บริการอย่างใกล้ชิดและมีประสิทธิภาพ ผ่านหลากหลายช่องทาง เช่น การให้บริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม การวิเคราะห์ลูกค้าผ่านฐานข้อมูล การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าการจัดกิจกรรมและนวัตกรรมต่างๆ เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นจากลูกค้า เป็นต้น

วัฒนธรรมองค์กร 4C ในการดูแลลูกค้า



Caring
เอาใจใส่ลูกค้า
และสังคม



Credible
สร้างแบรนด์ให้มีความน่าเชื่อถือ

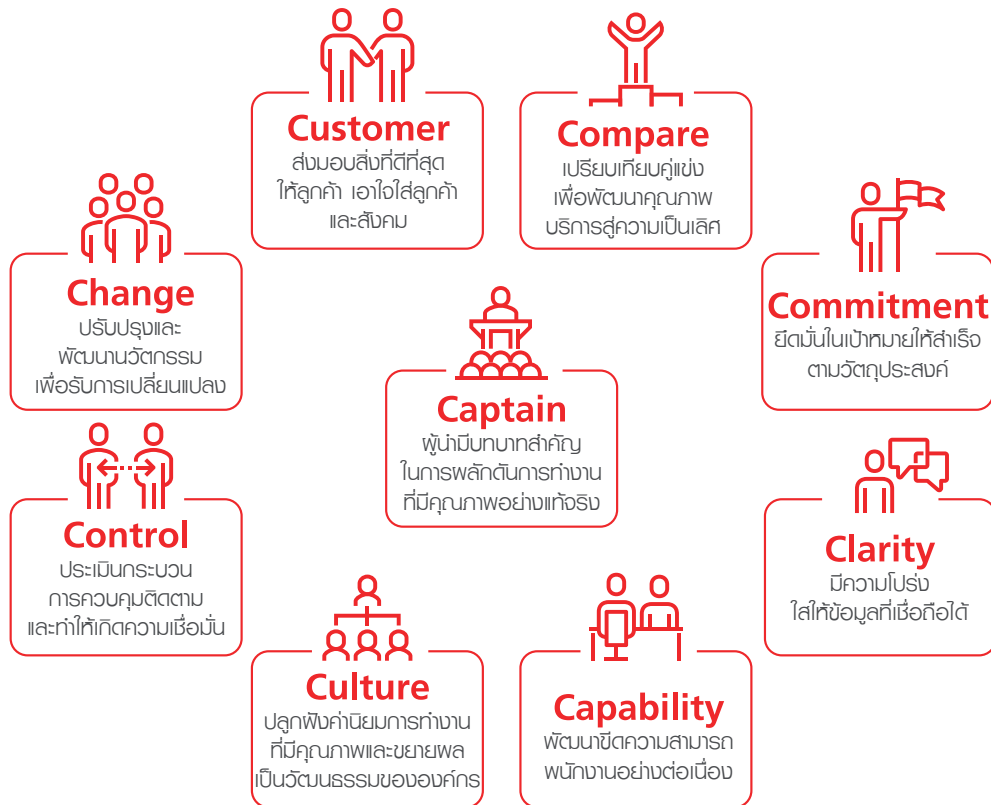


Creative
พัฒนาคอนเทนต์
อย่างสร้างสรรค์



Courageous
สร้างการรับรู้ในทุก
กลุ่มเป้าหมายด้วย
ดิจิทัลคอนเทนต์

แนวคิดการทำงานที่มีคุณภาพด้วย 9C



วัฒนธรรมลูกค้าเป็นศูนย์กลาง
Customer Centric Culture



มุ่งสร้างคุณค่าและส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

ยึดมั่นมาตรฐานบริการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

ในปี 2560 บริษัทขยายการดำเนินโครงการ True Call Center 1242 อย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มการบริการให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทุกผลิตภัณฑ์ของบริษัท ได้แก่ **ทรูมูฟ เอช ทรูออนไลน์ และ ทรูวิชั่นส์** ตอกย้ำภาพผู้ให้บริการที่มอบประสบการณ์คอนเวอร์เจนซ์แก่ลูกค้าทุกคน และช่วยอำนวยความสะดวกลูกค้าให้ได้รับบริการที่สะดวกรวดเร็วด้วยการติดต่อเพียงเลขหมายเดียว

กลุ่มทรูได้รับรางวัลศูนย์รับเรื่องและแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้บริโภค (คอลล์ เซ็นเตอร์ ดีเด่น) 4 รางวัล ประจำปี 2560 จากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ ครอบคลุมทุกกลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) บริษัท เรียว มูฟ จำกัด บริษัท ทรู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด และบริษัท ทรูวิชั่นส์ กรุ๊ป จำกัด สะท้อนความมุ่งมั่นของกลุ่มทรูในการส่งมอบและสร้างประสบการณ์ด้านบริการที่เป็นเลิศให้แก่ลูกค้า รวมทั้งยังเป็นอีกหนึ่งกำลังใจสำคัญให้กลุ่มทรูพัฒนาการให้บริการเพื่อมอบความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องต่อไป



นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งมั่นพัฒนาการให้บริการสู่ความเป็นเลิศ ส่งมอบบริการที่มีคุณค่าให้บริการที่เยี่ยมไปด้วยคุณภาพและรวดเร็วผ่านศูนย์บริการลูกค้าทรูช็อป ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริการออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน True iService และบริการเสริมต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีและความพึงพอใจสูงสุด

ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานการบริการระดับโลก COPC CSP (Customer Operation Performance Center) สำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อินเทอร์เน็ต ความเร็วสูงและการบริการเคเบิลทีวี ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2559 โดยบริษัทนำกรอบมาตรฐานดังกล่าวซึ่งประกอบด้วยวางแผนระบบปฏิบัติการการคัดเลือกและฝึกอบรมพนักงาน รวมทั้งการกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ มาเป็นแนวทางในการให้บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ ทั้งนี้ พนักงานสามารถรับสาย

ลูกค้าได้ทันทีที่ คิดเป็นร้อยละ 95

ในปี 2560 บริษัท มีโครงการออกแบบพิมพ์เขียวงานบริการ (Service Blueprint) ใช้เป็นคู่มือในการปฏิบัติงาน โดยแสดงขั้นตอนการทำงาน แนวทางการปฏิบัติในการให้บริการลูกค้าอย่างละเอียด รวมทั้งการใช้ภาษา ข้อควรปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติ สำหรับพนักงาน ทูรช็อป และ Call Center เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการลูกค้า รับสายให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

ปรับปรุงคุณภาพศูนย์บริการลูกค้าทูลูช็อป และตู้ให้บริการ

บริษัทดำเนินการปรับปรุงอุปกรณ์สำหรับการให้บริการอัตโนมัติ หรือ **ตู้ให้บริการ Self-Service** ที่สะดวกและเป็นมิตรต่อลูกค้า และให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย อาทิ การตรวจสอบยอดค่าใช้จ่ายบริการ การรับชำระค่าบริการด้วยเงินสดและบัตรเครดิต บริการเติมเงินโทรศัพท์มือถือ **บริการเติมเงิน e-Wallet** เพื่อเพิ่มความรวดเร็วและความปลอดภัยในการชำระด้วยบัตรเครดิตผ่าน **Chip Card** รวมทั้งการให้บริการ

Fast Lane ซึ่งสะท้อนความตั้งใจในการส่งมอบบริการที่ดีที่สุด และสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจแก่ลูกค้า

นอกจากนี้ บริษัทยังมีแผนเพิ่มประสิทธิภาพการทำธุรกรรมและบริการต่างๆ ผ่านตู้ให้บริการใน 35 สาขา ได้แก่ บริการเปลี่ยนซิมการ์ดใหม่หมายเลขเดิมและการเปลี่ยนโปรโมชัน ซึ่งจะช่วยลดปริมาณการให้บริการของพนักงานที่ศูนย์บริการ มากกว่า 20,000 รายการต่อเดือน สามารถลดต้นทุนได้มากถึง 300,000 บาทต่อเดือน



ทั้งนี้ในปี 2560 บริษัทมียอดทำรายการธุรกรรม Self-Service ผ่านตู้ให้บริการรับชำระค่าบริการเฉลี่ย 1,715,669 รายการต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 79.4 ของธุรกรรมทั้งหมด ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.7 เมื่อเทียบกับปี 2559 นอกจากนี้ ยังมีการปรับเป้าหมายระยะเวลารอเจ้าหน้าที่ให้บริการในศูนย์บริการลูกค้าทูลูช็อป โดยลูกค้าร้อยละ 87 ได้รับการบริการภายใน 10 นาที โดยนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงคุณภาพศูนย์บริการ เพื่อสร้างรอยยิ้มและความพึงพอใจของลูกค้าให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ได้แก่

1. **Video Call Service** : มุ่งมั่นพัฒนาการบริการลูกค้าที่ใช้บริการทูลูช็อปอย่างต่อเนื่อง โดยนำร่องนำนวัตกรรม **Video Call Service** มาใช้เป็นแห่งแรกในประเทศไทย เมื่อปลายปี 2560 เพื่อรองรับการบริการในสาขาที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการหนาแน่น เพื่อลูกค้าได้รับการรวดเร็วขึ้น บริการดังกล่าวสามารถให้บริการได้เต็มรูปแบบ เสมือนการบริการของเจ้าหน้าที่ ซึ่งจากการทดลองนำร่องบริการ

ได้รับความนิยมและความพึงพอใจจากลูกค้าอย่างมาก โดยบริษัทมีแผนที่จะนำมาใช้จริงในต้นปี 2561

2. **Service Appointment** : ระบบจองเวลาล่วงหน้าเพื่อขอรับบริการที่ **Call Center** หรือ **ทูลูช็อป** เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าโดยสามารถนัดวัน เวลาและเลือกช่องทางการติดต่อ โดยให้บริการดังนี้
 - กรณีลูกค้านัดหมายกับ Call Center เมื่อถึงเวลานัด เจ้าหน้าที่จะติดต่อกลับไปยังลูกค้า
 - กรณีลูกค้าสะดวกจะเดินทางไปใช้บริการที่ทูลูช็อป ลูกค้าสามารถนัดหมายวันเวลาล่วงหน้าก่อนที่จะเข้าไปติดต่อ
3. **Remote Monitoring** : กระบวนการติดตาม ควบคุม กำกับดูแล การบริการของพนักงาน ทูลูช็อปทุกสาขาให้อยู่ในระดับมาตรฐานสากล ผ่านเทคโนโลยี **Remote Monitoring** จากส่วนกลาง โดยทีมงานตรวจสอบคุณภาพ (Quality Assurance) ซึ่งผ่านการอบรมและรับรองคุณภาพ

การบริหารจัดการเพื่อนคู่ค้า/ ตัวแทนขาย Dealer Management



สำหรับปี 2560 บริษัทได้ปรับเปลี่ยนวิธีการสำรวจและวัดผลความพึงพอใจลูกค้า ในช่องทางการให้บริการของบริษัท ได้แก่ ศูนย์บริการลูกค้าทรูช้อป และศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์โดยสำรวจความพึงพอใจผ่านระบบ SMS (iCSAT) และการสุ่มโทรศัพท์ไปสอบถาม (CSAT) ซึ่งวัดผลความพึงพอใจของลูกค้าเป็นประจำทุกเดือน เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาปรับปรุงยุทธศาสตร์ธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างสูงสุดและทันต่อสถานการณ์ โดยมีเป้าหมายระยะยาวในปี 2563 ที่ร้อยละ 90 ของการวัดผลด้วยวิธี iCSAT

ผลสำรวจ ความพึงพอใจ ลูกค้า	ช่องทาง การให้บริการ	CSAT - Top Box		iCSAT - Top Box	
		% ผลคะแนน (Score) 2560	% เป้าหมาย (Target) 2560	% ผลคะแนน (Score) 2560	% เป้าหมาย (Target) 2560
ศูนย์บริการลูกค้าทรูช้อป		66.0	60.0	85.5	83.0
ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์		69.0	67.0	85.1	83.0
เฉลี่ย		67.5	63.5	85.3	83.0

มาตรการเยียวยากรณียุติช่องรายการ ในเครือ HBO



ตามที่ทริวิชั่นส์ประกาศยุติการออกอากาศ 6 ช่องรายการในเครือ HBO และได้นำ 7 ช่องรายการใหม่มาออกอากาศทดแทน มีผลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2560 โดยไม่ได้แจ้งผู้ให้บริการทราบล่วงหน้าตามกำหนดที่ต้องแจ้งภายใน 30 วันนั้น จากกรณีดังกล่าว บริษัทได้ชดเชยและเยียวยาลูกค้าที่ได้รับผลกระทบในทันที ด้วยการอัปเดตให้สมาชิกรับชมแพ็คเกจสูงขึ้นไป 1 ระดับ เป็นเวลา 30 วัน และหากลูกค้าประสงค์จะยกเลิก บริษัทจะคืนเงินให้ตามสัดส่วนเวลาที่มิได้รับบริการ โดยสมาชิกสามารถแจ้งความประสงค์ได้ตั้งแต่วันที่ 25 ธันวาคม 2559 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2560

ทั้งนี้ กลุ่มลูกค้าที่ได้รับผลกระทบ คือ ลูกค้าที่บอกรับบริการประเภทพรีเมียม ประมาณ 300,000 ราย โดยมีลูกค้า จำนวน 4,617 ราย โทรศัพท์เข้ามาสอบถามข้อมูล/ร้องเรียน ซึ่งทริวิชั่นส์ได้จัดช่องทางให้ลูกค้าสามารถติดต่อสื่อสารกับบริษัทได้ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งมีลูกค้าแจ้งขอยกเลิกบริการจากการยุติช่องรายการ HBO จำนวนทั้งสิ้น 633 ราย และบริษัทได้รายงานให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ทราบแล้ว อย่างไรก็ตาม บริษัทเคารพการตัดสินใจของลูกค้าและน้อมรับฟังทุกความคิดเห็นและนำมาปรับปรุงคุณภาพรายการ เพื่อให้ตรงตามความต้องการของสมาชิกให้มากที่สุดต่อไป

การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล

Data Privacy and Security (GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ผลการดำเนินงานเด่นในปี 2560



หน่วยงานด้านความเป็นส่วนตัว
ของข้อมูล
(Privacy Protection Division)

หน่วยงานเพื่อรับรอง
โครงสร้างฐานข้อมูล
(Infrastructure Assurance
Division)

การบริหารจัดการ

ข้อมูลส่วนบุคคล เป็นองค์ประกอบสำคัญของการดำเนินธุรกิจของบริษัท ดังนั้นบริษัทจึงให้ความสำคัญในการบริหารจัดการข้อมูลเพื่อสร้างความมั่นใจกับผู้ใช้บริการและเชื่อมั่นว่าข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าผู้ใช้บริการปลอดภัยจากภัยคุกคามต่างๆ ทั้งจากการกระทำของบุคคล ไม่ว่าจะโดยเจตนาหรือไม่ก็ตาม ทั้งนี้กรณีที่มีภัยคุกคามใดๆ ก็ตามเกิดขึ้น บริษัทจะยังคงสามารถควบคุมความเสียหายให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด รวมทั้งเพื่อให้การรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลสอดคล้องกับสภาพการณ์ของบริษัทและบริบททางธุรกิจกฎหมายเทคโนโลยี และความเสี่ยงภัยในปัจจุบัน

ทั้งนี้ บริษัทจึงได้ปรับปรุงนโยบายเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และบังคับใช้นโยบายว่าด้วยเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลฉบับใหม่นี้ รวมทั้งมีการปรับโครงสร้างการบริหารงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความปลอดภัยของข้อมูลเพื่อสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นด้วย

การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล

การใช้งานอินเทอร์เน็ตซึ่งแพร่หลายอย่างมากในปัจจุบัน รวมทั้งการเพิ่มขึ้นของนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น การชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ การทำธุรกรรมต่างๆ ผ่านอินเทอร์เน็ต และการใช้บริการระบบคลาวด์ ส่งผลให้ระบบการจัดการข้อมูลขององค์กรบริษัทต่างๆ เผชิญกับความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางอินเทอร์เน็ต เช่น การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล การโจรกรรมข้อมูลลูกค้า ทั้งนี้ปัจจุบันลูกค้าและผู้บริโภคตระหนักรู้และให้ความสนใจต่อประเด็นด้านการจัดการความเป็นส่วนตัวและข้อมูลส่วนบุคคลมากขึ้น ทำให้การจัดการความปลอดภัยของข้อมูลกลายเป็นหนึ่งในประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ประกอบธุรกิจด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม

บริษัทตระหนักดีว่า การรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า เป็นหัวใจสำคัญในการบริการและรักษาความเชื่อมั่น รวมทั้งความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัท จึงได้ปรับโครงสร้างการบริหารงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความปลอดภัยของข้อมูลเพื่อสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น มุ่งมั่นบริหารจัดการระบบและกระบวนการจัดการความปลอดภัยข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งกำหนดแนวทางกลยุทธ์ด้านความปลอดภัยข้อมูล ที่เกี่ยวข้องเพื่อดูแลทั้งข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลของบริษัท

โครงสร้างการบริหารงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความปลอดภัยของข้อมูล

บริษัทตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของลูกค้า ซึ่งมีหน่วยงานด้านโครงสร้างเทคโนโลยีสารสนเทศ รับผิดชอบบริหารจัดการ และรายงานผลการดำเนินงานภาพรวมของการจัดการความเสี่ยงด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและความเสี่ยงทางไซเบอร์ต่อผู้บริหารของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ ยังได้จัดตั้ง **หน่วยงานด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูล (Privacy Protection) และหน่วยงานรับรองโครงสร้างฐานข้อมูล (Infrastructure Assurance)** เพื่อให้เท่าทันต่อการโจรกรรมข้อมูลในรูปแบบใหม่ๆ และสร้างความมั่นใจในการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลไม่ให้เกิดการรั่วไหล โดยในปี 2560 ไม่พบกรณีข้อมูลรั่วไหล



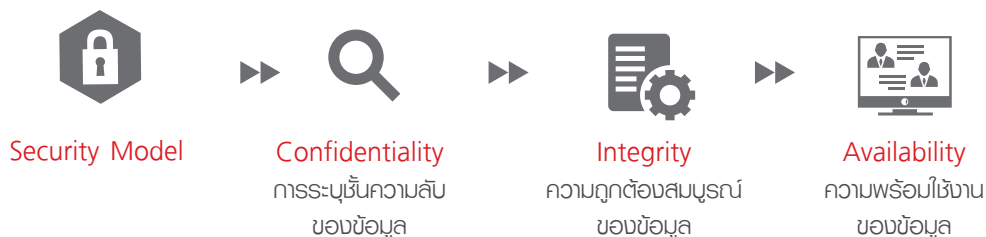
เป้าหมายปี 2563
ข้อมูลรั่วไหล

= 0
กรณี

มาตรการเพื่อป้องกันและรักษาความปลอดภัย ของข้อมูลส่วนตัวลูกค้า

การบริหารจัดการเพื่อบรรเทาความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นนั้น บริษัทปฏิบัติตามแนวทางการรักษาความปลอดภัยและความมั่นคงของสารสนเทศ (C.I.A.) ได้แก่ การระบุชั้นความลับของข้อมูล (Confidentiality) ความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูล (Integrity) และความพร้อมใช้งานของข้อมูล (Availability) โดยมี 7 นโยบายหลักที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเข้าถึงข้อมูล และมีการทบทวนนโยบายทุกปี เพื่อแก้ไขและปรับปรุงเนื้อหาให้สอดคล้องกับการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น

แนวทางการรักษาความปลอดภัย สำหรับข้อมูลส่วนตัวและสารสนเทศ



บริษัทมีระบบป้องกันและรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวลูกค้า โดยใช้ระบบการจัดการความปลอดภัย สำหรับข้อมูลส่วนตัวและสารสนเทศ (Information Security Management: ISM) ตามมาตรฐาน ISO 27001 และมีการตรวจสอบระบบรักษาความปลอดภัยของฐานข้อมูลเป็นประจำทุกปีโดยผู้ตรวจสอบจากภายนอก ด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวลูกค้าจากการใช้ข้อมูลที่ไม่เหมาะสม

ทั้งนี้ บริษัทแบ่งระดับความสำคัญของข้อมูลออกเป็น 4 ระดับ เพื่อควบคุมการดูแลความปลอดภัยของข้อมูลให้ทั่วถึงในทุกประเภทของข้อมูล ดังนี้ ระดับ 1 เป็นข้อมูลสาธารณะ ระดับ 2 เป็นข้อมูลภายในองค์กร ระดับ 3 เป็นข้อมูลที่ใช้ได้สำหรับบุคคลเฉพาะกลุ่ม และระดับ 4 เป็นข้อมูลลับเฉพาะไม่เปิดเผย

7 นโยบายหลักในการเข้าถึงข้อมูล



บริษัทกำหนดขอบเขต ของผู้ที่ได้รับอนุญาตในการเข้าถึงข้อมูลในแต่ละระดับ วางมาตรการป้องกันความเสี่ยง และตรวจสอบอย่างเคร่งครัดเพื่อความปลอดภัยของข้อมูล บริษัทยังมีมาตรการป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลจากพนักงานที่ลาออกด้วยการปิดหรือเปลี่ยนแปลงบัญชีรายชื่อในระบบและระงับการเข้าถึงข้อมูลทันที นอกจากนี้ ยังมีนโยบายความมั่นคงในการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานภายนอก (Third Party Security Policy) กรณีที่มีบริษัทภายนอกมาดำเนินการกับบริษัท โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องดูแลอย่างใกล้ชิดภายในขอบเขตที่กำหนด

ทั้งนี้ จากมาตรการที่เข้มงวดของทูลในปีที่ผ่านมา ทำให้บริษัทสามารถป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล รวมทั้งการใช้ข้อมูลที่ไม่เหมาะสมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สร้างจิตสำนึก

รักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทริเริ่มโครงการต่างๆ เพื่อสร้างจิตสำนึกด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ให้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร โดยจัดการฝึกอบรมและทดสอบในหัวข้อ “การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล” ให้พนักงานใหม่ทุกคนในแผนกเทคโนโลยีสารสนเทศและจัดการฝึกอบรมเผยแพร่ความรู้ที่เกี่ยวข้องให้พนักงานทุกระดับ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและจริยธรรมในการทำงาน บริษัทยังเปิดช่องทางการเผยแพร่ ให้พนักงานทำความเข้าใจถึงการรักษาข้อมูล และสิทธิส่วนบุคคลของลูกค้า ผ่านการพัฒนาแอปพลิเคชัน เพื่อให้พนักงานเข้าถึงหลักสูตรและการทดสอบได้ง่ายขึ้น

มาตรการป้องกันข้อมูลรั่วไหล

ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์รั่วไหลของข้อมูล บริษัทได้วางมาตรการลดผลกระทบไว้อย่างทั่วถึง โดยมีระบบข้อมูลสำรองเพื่อรักษาฐานข้อมูลให้พร้อมใช้งานได้ทันที เมื่อระบบหลักมีปัญหาและต้องยุติการดำเนินการ ทั้งนี้ บริษัทยังเปิดช่องทางสำหรับลูกค้าเพื่อร้องเรียนประเด็นความปลอดภัยของข้อมูลผ่าน **สายด่วน Call Center และศูนย์บริการลูกค้า ทูรช็อป**

อย่างไรก็ตาม บริษัทให้ความสำคัญในการดูแลรักษาข้อมูลของลูกค้าและรักษาความเป็นส่วนตัว ทั้งนี้ ในปี 2560 บริษัทได้รับข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับความเป็นส่วนตัว ได้แก่ การได้รับข้อความ SMS ที่ไม่พึงประสงค์ จำนวน 335 ราย ซึ่งลูกค้าสามารถแจ้งยกเลิก SMS ได้ด้วยตนเอง เพียงกด *137 แล้วโทรฯ ออก ซึ่งกรณีดังกล่าว บริษัทมีขั้นตอนการดำเนินการแก้ไข ดังนี้

- ฝ่ายบริการลูกค้า อธิบาย ทำความเข้าใจ และชี้แจงให้ลูกค้าทราบขั้นตอนการสมัครบริการ Content นั้นๆ ทุกขั้นตอนอย่างละเอียด แจ้งราคา ค่าบริการแต่ละบริการ และตรวจสอบข้อมูลย้อนหลังให้เพิ่มเติม หากตรวจพบปัญหา ก็จะดำเนินการปรับลดค่าบริการให้ทั้งหมด ทั้งที่ตรวจสอบย้อนหลัง ซึ่งลูกค้าไม่ได้ร้องขอ รวมทั้ง ณ ช่วงเวลาที่ลูกค้าร้องขอด้วย
- บล็อก SMS Content ในระบบ เพื่อไม่ให้เกิดซ้ำ
- จัดทำรายงาน ส่งไปให้ Content Provider เพื่อเป็นข้อมูลจำนวนลูกค้าที่ร้องเรียนหากพบมีรายการใดผิดปกติ หรือผู้ให้บริการทำผิดเงื่อนไข โดยจะต้องประสานและพิจารณายกเลิกผู้ให้บริการรายนั้นๆ

ทั้งนี้ลูกค้าจะยังได้รับข้อความ SMS ที่สำคัญจากบริษัท เช่น ข้อความแจ้งเตือนเรื่องความปลอดภัย การแจ้งเตือนภัยพิบัติ รวมถึงข้อความ OTP เมื่อทำธุรกรรมผ่านมือถือ

นอกจากนี้ ในปี 2560 บริษัทได้รับคำร้องขอข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าจากภาครัฐ กว่า 27,000 ครั้ง ซึ่งบริษัทยินดีให้ความร่วมมือ ในกรณีที่คำขอดังกล่าวเป็นไปตามกฎหมาย และเป็นประโยชน์ต่อความมั่นคงของประเทศ และเพื่อความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน โดยได้พิจารณาให้ข้อมูลแก่ภาครัฐไม่เกินร้อยละ 30



นโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2560

บริษัทได้ประกาศนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2560 เพื่อให้ระบบที่มีข้อมูลส่วนบุคคลความมั่นคงปลอดภัย และเพื่อให้การรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล สอดคล้องกับการดำเนินงานของบริษัท รวมทั้งบริบททางธุรกิจ กฎหมาย เทคโนโลยี และความเสี่ยงในปัจจุบัน



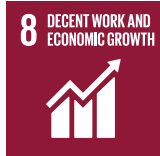
โครงการรณรงค์การปกป้องรักษาสิทธิการใช้หมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่

ทราว์มรณรงค์จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ณ สำนักงานใหญ่ และเผยแพร่ให้แก่พนักงานทั้งองค์กรทราบ เรื่องการปกป้องรักษาสิทธิการใช้หมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผ่านแอปพลิเคชัน “3 ชั้น ตรวจ แจ้ง ล็อค” ของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) ที่สามารถตรวจสอบและป้องกันการลักลอบนำบัตรประชาชนไปลงทะเบียนเพื่อเปิดใช้งาน

การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

Human Capital Management

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ผลการดำเนินงานเด่นในปี 2560



อบรมการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

แก่พนักงาน 10,539 คน (132%)

เทียบกับเป้าหมาย 8,000 คน

พนักงานระดับผู้จัดการขึ้นไปทุกคน

ในโครงการพัฒนาศักยภาพด้านต่างๆ ของกลุ่มทรู และพนักงานบริการลูกค้า ได้รับการประเมินการปฏิบัติงาน หรือการพัฒนาความก้าวหน้าในหน้าที่ การงานผ่านวิธีประเมินผลงานแบบรอบ กิจทาง (Multi-Dimensional Approach) คิดเป็นร้อยละ 68 ของพนักงานทั้งหมด

ฝึกอบรมพนักงานใหม่

และสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน

100% ผ่านช่องทางออนไลน์

การบริหารจัดการ

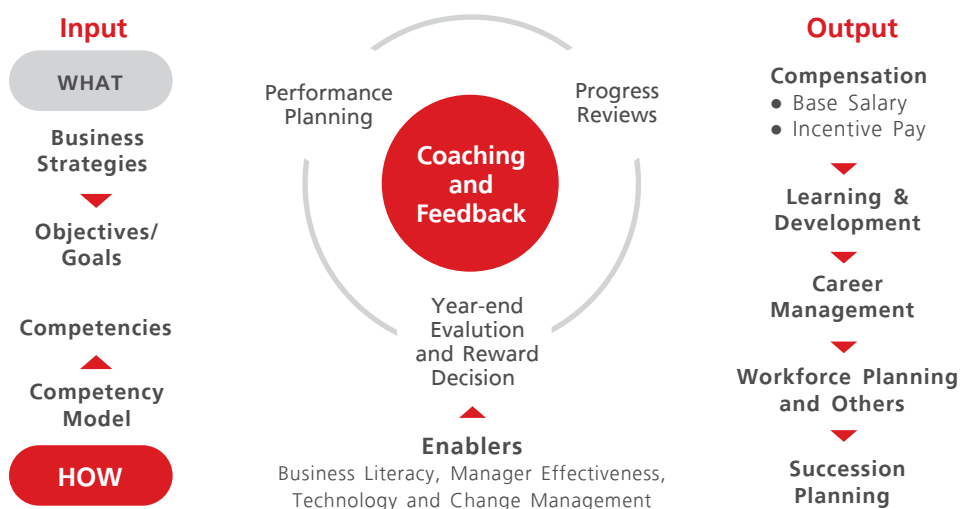
ในโลกแห่งการแข่งขันด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บริษัทมุ่งพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลให้พร้อมรับทุกสถานการณ์ เพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน โดยใช้นวัตกรรมต่างๆ เข้ามาช่วยในระบบบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลมีประสิทธิภาพ ครบถ้วน รอบด้าน เป็นประโยชน์สูงสุดต่อทั้งพนักงาน และบริษัท เพราะตระหนักดีว่า **พนักงาน คือ ทรัพยากร ที่สำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ**

การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

(GRI 103-1, GRI 103-2)

ท่ามกลางความท้าทายด้านความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและนวัตกรรมในทุกมิติของกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน ส่งผลให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตและความคาดหวังของสังคมตลอดจนรูปแบบการดำเนินธุรกิจเปลี่ยนแปลง บริษัทตระหนักและให้ความสำคัญในการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ ตั้งแต่กระบวนการสรรหา พัฒนาศักยภาพบุคลากรและการรักษาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ตลอดจนดูแลสวัสดิการพนักงาน เพื่อเตรียมความพร้อมในการขับเคลื่อนบริษัท เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้สอดคล้องตามเป้าหมายและเติบโตไปพร้อมบริษัท นอกจากนี้ยังมีแนวทางปฏิบัติด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชนอีกด้วย

ระบบการบริหารการปฏิบัติงาน



การปฏิบัติด้านแรงงาน การเคารพสิทธิมนุษยชน

และการส่งเสริมความแตกต่างหลากหลาย (GRI 403-1, GRI 407-1)

บริษัท แต่งตั้งคณะกรรมการด้านทรัพยากรบุคคล เพื่อกำหนดกลยุทธ์ แผนดำเนินการ และการบริหารทรัพยากรบุคคล พร้อมทั้งประกาศนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน ซึ่งครอบคลุมกระบวนการดำเนินงานสัมพันธ์ เป็นไปตามกฎหมายและมาตรฐานสากล อันเป็นที่ยอมรับ อาทิ หลักการด้านมนุษยธรรมและสิทธิขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ และข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (Principles of the United Nations Global Compact – UNGC) โดยมุ่งเน้นการบริหารความแตกต่างหลากหลายในองค์กร ทั้งด้านเพศ อายุ การศึกษา สัญชาติ เชื้อชาติ ศาสนา ลิทธิความเป็นพลเมือง วิถีทางเพศและความพิการ

ต่อพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม ตามที่ระบุไว้ในจรรยาบรรณพนักงาน พร้อมสร้างความเข้าใจแก่พนักงานเพื่อให้มั่นใจว่า สามารถปฏิบัติตามกระบวนการจัดการดังกล่าวได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการภายในสถานประกอบการและประชุมทุกไตรมาส ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากลูกจ้าง 5 คน ซึ่งได้รับเลือกจากพนักงานและผู้แทนนายจ้าง 3 คน เพื่อดูแลสวัสดิการและสร้างเสริมการอยู่ดีมีสุขของพนักงาน บริษัทยังได้ประกาศเจตนารมณ์ ของนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อพิทักษ์ ปกป้อง และเคารพสิทธิของพนักงานทุกคน รวมทั้งจัดให้มีช่องทางรับข้อร้องเรียนต่างๆ ด้วย

นโยบายด้านการจ้างงานและการบริหารแรงงาน (Employment and Labor Management Policy)

- แรงงานเด็ก
- การไม่เลือกปฏิบัติ
- ชั่วโมงการทำงาน
- ความปลอดภัย อาชีวอนามัย สิ่งแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวก

- แรงงานบังคับ
- การจ่ายค่าตอบแทน
- เสรีภาพในการสมาคมและเจรจาต่อรอง
- การคุ้มครองแรงงานหญิงมีครรภ์
- วินัยและการลงโทษ

นโยบายเรื่องการเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิด (Discrimination and Harassment Policy) โดยแนวทางปฏิบัติได้แก่

- สรรหาคัดเลือกและบรรจุทรัพยากรบุคคล
- พัฒนาศักยภาพบุคคล
- ประเมินผลการปฏิบัติงาน
- ให้ความปลอดภัยแก่พนักงาน
- การโอนย้าย/ ออกจากงาน

นโยบายการบริหารความหลากหลาย และยอมรับความแตกต่าง (Diversity and Inclusion Policy) โดยแนวทางปฏิบัติได้แก่

- ส่งเสริมให้พหุวัฒนธรรมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างของผู้อื่น
- ส่งเสริมให้พนักงานกล้าแสดงความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์
- เสริมสร้างบรรยากาศการทำงานและความเคารพซึ่งกันและกัน สามารถอยู่ร่วมกันบนพื้นฐานความแตกต่าง ไม่เลือกปฏิบัติ และเสมอภาค
- ยกย่องชมเชยพนักงานอย่างเหมาะสม



กลุ่มบริษัทกว่าจ้างผู้พิการเข้าร่วมงาน

ตามความรู้ความสามารถในตำแหน่งวิศวกร

ฝ่ายบริการลูกค้า และช่างเทคนิค โดยข้อมูลการจ้างงาน ณ สิ้นปี 2560 มีผู้พิการร่วมงานกับกลุ่มบริษัทรวม 264 คน



โครงการพัฒนาศักยภาพ

และคุณภาพชีวิตบุคคลออทิสติก

(ดูข้อมูลในหมวดการส่งมอบคุณค่า และวัดผลกระทบเชิงบวกสู่สังคม)

การจ่ายค่าตอบแทน สวัสดิการ

และสิทธิประโยชน์ (GRI 401-2)

การดูแลใส่ใจและรักษาพนักงาน ที่มีความสามารถเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตอย่างมั่นคง บริษัทดำเนินการด้านค่าตอบแทน ตามนโยบายการจ้างงานและการบริหารแรงงาน โดยจัดสรรสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ต่างๆ อย่างเหมาะสมและเป็นธรรมตามผลงาน เช่น การประกันชีวิตและประกันสุขภาพ รวมทั้งการคุ้มครองในกรณีการและทุพพลภาพ อันเกิดจากการทำงาน ทั้งพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราว

กรณีเป็นพนักงานประจำจะได้รับสวัสดิการเพิ่ม ได้แก่ การลาเพื่อเลี้ยงดูบุตรโดยได้รับค่าจ้างตามวันที่ลาจริง สำหรับพนักงานหญิงจำนวน 120 วัน จากเดิม 90 วัน ตามที่กฎหมายกำหนดสำหรับพนักงานชายจากเดิม 2 วัน เพิ่มขึ้นเป็น 15 วัน การจัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพและเงินบำนาญ สวัสดิการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินด้วยอัตราดอกเบี้ยพิเศษ และได้รับสิทธิพิเศษจากการใช้สินค้าและบริการของบริษัท เป็นต้น

มาตรการดังกล่าวสะท้อนให้เห็นความเอาใจใส่ของบริษัทที่มีต่อพนักงาน โดยในปี 2560 มีพนักงานหญิงใช้สิทธิลาคลดอกจำนวน 368 คน และพนักงานชายใช้สิทธิลาคลดอกจำนวน 226 คน

การสรรหาเชิงรุกและการดูแลรักษาพนักงาน

(GRI 103-1, GRI 103-2)

บริษัทกำหนดแนวทางการสรรหาพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ และการรักษาพนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสนับสนุนให้พนักงาน พัฒนาความรู้ความสามารถเพื่อเติบโตในสายอาชีพผ่านโครงการหลายรูปแบบ โดยมีกระบวนการสรรหาและคัดเลือก “คนเก่งที่มีศักยภาพและคนดี” ผ่านระบบบริหารจัดการ **I-Recruit** พร้อมทั้งจัดทำ **Employee Dashboard** ระบบการวิเคราะห์วางแผนด้านทรัพยากรบุคคล ที่จะทำให้เห็นภาพรวมขององค์กร

นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการประเมินผลงาน ซึ่งประกอบด้วยตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน และพฤติกรรมการทำงานที่สามารถวัดผลได้และออกแบบระบบการบริหารรางวัลและค่าตอบแทน ที่สะท้อนความสามารถของพนักงานที่สอดคล้องกับค่านิยมองค์กร ซึ่งจะนำพาองค์กรไปสู่ **High-performance Culture** ที่ส่งเสริมให้พนักงานส่งมอบงานออกมาให้ดีที่สุด

บริษัทตั้งทีมสรรหา พร้อมสนับสนุนทรัพยากรและอุปกรณ์ทันสมัยเพื่อเพิ่มศักยภาพเชิงรุก ในการคัดกรองบุคลากรให้ตรง

ตามคุณสมบัติ เช่น การทดสอบความรู้ความสามารถ การสัมภาษณ์เชิงพฤติกรรม การทดสอบเชิงจิตวิทยาเพื่อวัดทัศนคติ ความถนัดตามสายงาน และค่านิยมที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กร โดยเปิดกว้างแก่ผู้มีประสบการณ์และไม่มีประสบการณ์ รวมทั้งเปิดโอกาสให้นักศึกษาชั้นปีที่ 2-3 จากมหาวิทยาลัยต่างๆ ร่วมโครงการ **True Academy** เพื่อเตรียมความพร้อมในการร่วมงานกับบริษัท ภายหลังสำเร็จการศึกษาโดยในปี 2560 มีนักศึกษาจำนวน 109 คน ผ่านการทำ **Business Camp** การฝึกงานและการทำ **Project** นำเสนอผลงานต่อผู้บริหาร

นอกจากนี้ยังมีโครงการ **True Next Generation** โดยสรรหาบุคลากรรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพจะเป็นผู้นำองค์กรในอนาคต ผ่านการปฏิบัติจริง ภายใต้การสอนและคำแนะนำจากผู้บริหารอย่างใกล้ชิด เพื่อให้เกิดความรอบรู้ด้านธุรกิจของบริษัทฯ และพัฒนาสู่ความเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพ โดยในปี 2560 มีผู้ผ่านการคัดเลือกในโครงการ **True Next Gen Future Leaders Program** จำนวน 27 คน โดยจบการศึกษาระดับปริญญาตรี และปี 2561 มีผู้เข้าร่วมโครงการมากขึ้นจำนวน 66 คน



การสร้างโอกาสความก้าวหน้าทางอาชีพ

(GRI 401-1, GRI 404-3)

บริษัทสร้างโอกาสก้าวหน้าทางอาชีพ โดยให้พนักงานได้ทำงานตรงตามความสามารถ มีระบบประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี ทำให้พนักงานทราบเป้าหมายขององค์กรและเป้าหมายส่วนบุคคลที่ชัดเจน พร้อมทั้งส่งเสริมให้พนักงานที่มีศักยภาพสามารถเติบโตในตำแหน่งงาน สามารถโอนย้ายงานได้ตามความถนัดและความสนใจ รวมทั้งยังให้ความสำคัญกับการสรรหาพนักงานภายในเพื่อทดแทนตำแหน่งระดับบริหารที่ว่างลงอีกด้วย (สามารถดูข้อมูลจำนวนพนักงานลาออก และจำนวนการจ้างงานใหม่ได้ที่ตารางแสดงผลงานท้ายเล่ม หน้า 90 - 94)

บริษัทได้กำหนดแผนพัฒนารายบุคคล ตามตำแหน่งงาน รวมทั้งขอบเขตความรับผิดชอบ โดยมีหัวหน้าหน่วยงานให้คำปรึกษาและคำแนะนำเป็นระยะๆ เพื่อให้ได้ผลงานตามเป้าหมาย ด้วยการประเมินผลงานประจำปี และนำผลการปฏิบัติงานมาร่วมพิจารณาในการให้ผลตอบแทน อาทิ การขึ้นเงินเดือนหรือเงินตอบแทนพิเศษ โดยแบ่งเป็นพนักงานที่มีผลงานดีเยี่ยม ดีมาก ดี ระดับมาตรฐาน และผลงานต่ำหรือต้องปรับปรุง การประเมินดังกล่าวยังใช้ประกอบการพัฒนาและโอกาสก้าวหน้าในสายอาชีพด้วย ซึ่งร้อยละ 94

ของจำนวนพนักงานได้รับการประเมินผลงานประจำปี โดยบริษัทสนับสนุนให้พนักงานประเมินผลงานทุกๆ ครึ่งปีด้วย

นอกจากนี้ พนักงานระดับผู้จัดการขึ้นไปทุกคน พนักงานที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาศักยภาพด้านต่างๆ และพนักงานบริการลูกค้าคิดเป็นร้อยละ 68 ของพนักงานทั้งหมด จะได้รับการประเมินการปฏิบัติงานหรือการพัฒนาความก้าวหน้าในหน้าที่การงานผ่านวิธีประเมินผลงานแบบรอบทิศทาง (**Multi-dimensional Approach**)

สัดส่วนพนักงานที่ผ่านการประเมินการปฏิบัติงาน หรือการพัฒนาความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

รายการ	ปี 2559	ปี 2560
พนักงานทั้งหมด	93%	94%
พนักงานหญิง	92%	93%
พนักงานชาย	94%	95%
ระดับปฏิบัติการ	93%	94%
ระดับบริหาร	93%	94%

การปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กร และการมีส่วนร่วมของพนักงาน

บริษัทมุ่งเน้นการสร้างความผูกพันของพนักงาน โดยปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กร 4C ส่งเสริมพนักงานให้มีการแบ่งปันคุณค่าแก่เพื่อนร่วมงานและสังคม ทำงานด้วยความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือมีความคิดสร้างสรรค์ และมีส่วนร่วมพัฒนานวัตกรรมต่างๆ ร่วมกับการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน พร้อมทั้ง สร้างความปลอดภัยและสนับสนุนปัจจัยพื้นฐานในการทำงาน โดยมีกิจกรรมรณรงค์ที่สำคัญๆ ในปี 2560 ได้แก่ การริเริ่ม E-Suggestion Box ใน HR website และแอปพลิเคชัน เพื่อเพิ่มช่องทางสื่อสารกับองค์กรในการแสดงความคิดเห็นหรือการร้องทุกข์กล่าวโทษ เป็นต้น

Employees Participation

Thumbs up
BUHROW True Connect

มาร่วมกันสร้างวัฒนธรรมองค์กร
ผ่านสติ๊กเกอร์ 4C + คำชื่นชม ให้เพื่อนร่วมงานของคุณ

3,000 คะแนน แลก Voucher True Coffee รับชม 2 ชม

4,000 คะแนน แลก เป็นส่วนริชชา กับกิจกรรมปลูกป่า ปุณณัฐ

6,000 คะแนน แลก ป้ายติดผนัง ในห้องประชุม, meeting

8,000 คะแนน แลก วันหยุด ในวันถัด

10,000 คะแนน แลก ค่าทำฟัน บุคลากร 500 บาท

กติกาใหม่

- ผู้เล่นต้องส่งสติ๊กเกอร์ + คำชื่นชม ในคุณค่า 4C ของเพื่อนร่วมงาน
- ผู้รับได้ 50 คะแนน และ ผู้ส่งได้ 10 คะแนน ต่อสติ๊กเกอร์
- คะแนนสะสม สามารถนำไปแลกของรางวัลได้หลากหลายตามไฟล์ที่แนบมา ตลอดปี 2558
- จำกัดการส่ง 5 สติ๊กเกอร์ต่อวัน และ ไม่สามารถส่งให้ผู้อื่นคนเดิมได้
- ทีมงานของสวนลิเกิ้ลในการตรวจสอบคะแนนและให้รางวัลเฉพาะผู้ที่ถูกต้องตามกติกาของกิจกรรม และเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขได้โดยมีข้อมูลแจ้งให้ทราบล่วงหน้า คำตัดสินของคณะกรรมการถือเป็นสิ้นสุด

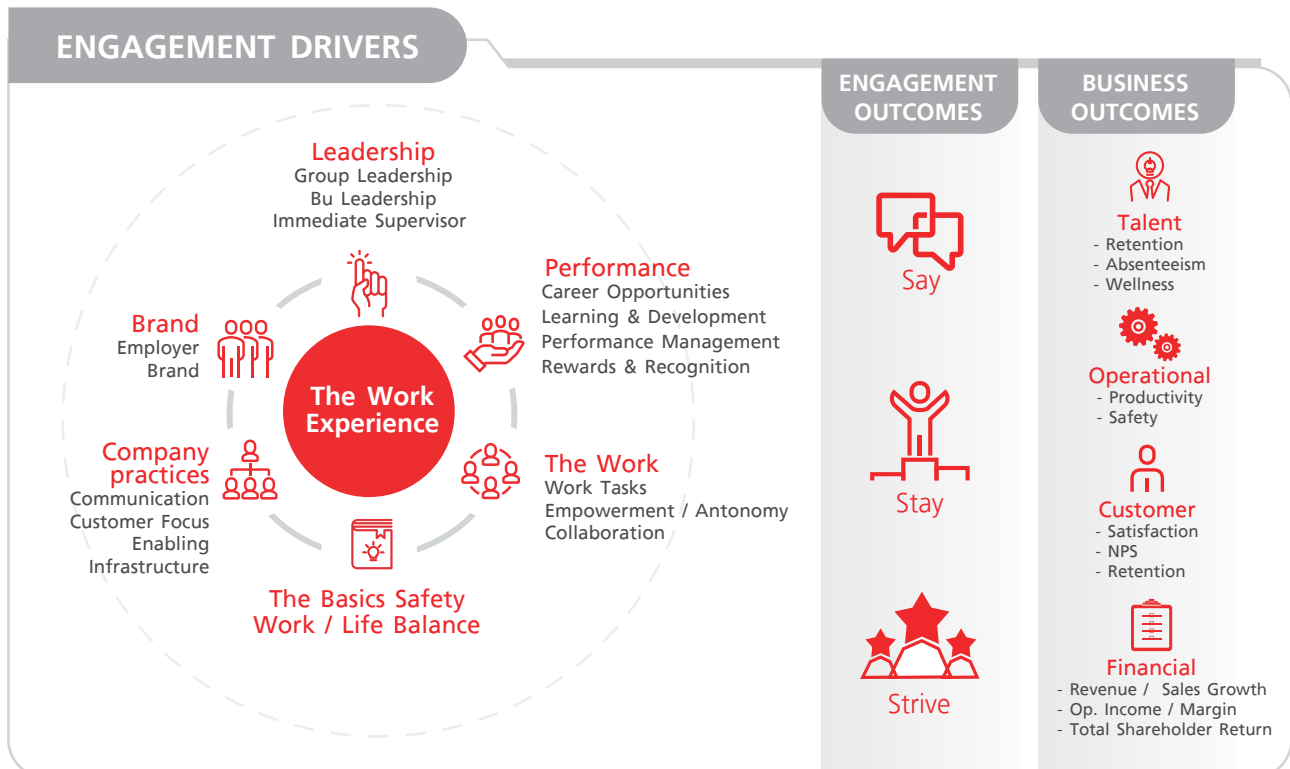
วิธีการแลกของรางวัล

- เลือกเมนู Community > Top Thumbs up เพื่อดูอันดับและคะแนนสะสมของท่าน
- เมื่อเข้าสู่หน้า Top Thumbs up เลือก (รูปถ้วยรางวัล) บนขวาด้านบน แล้วเลือกของรางวัลที่ต้องการแลก
- รอรับอีเมลยืนยันจาก Thumbs Up Rewards@truecorp.co.th

HR&OD ทหารบก...ทุกสิ่งเป็นจริงได้

true

กรอบการบริหารความผูกพันพนักงานกับองค์กร



การสำรวจความผูกพันองค์กรและ ความพึงพอใจของพนักงาน

บริษัทสำรวจความผูกพันองค์กรและความพึงพอใจของพนักงานเป็นประจำทุกปีด้วยความโปร่งใสน่าเชื่อถือ ทั้งด้านความเป็นอิสระและการเก็บรักษาความลับ ในการแสดงความความคิดเห็นรวมทั้งสรุปและวิเคราะห์ผลอย่างเป็นกลาง เพื่อใช้พัฒนาปรับปรุงปัจจัยด้านต่างๆ โดยได้ผลลัพธ์ระดับสูงถึงร้อยละ 76 ของจำนวนพนักงานที่ร่วมตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ทั้งนี้บริษัทได้จัดตั้ง **Employee Engagement Champion** ซึ่งเป็นผู้แทนจากทุกหน่วยธุรกิจร่วมจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเพิ่มพูนทักษะความรู้ แบ่งปันแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และนำความรู้ที่ได้ ประยุกต์ใช้เสริมสร้างความผูกพันของพนักงาน ในแต่ละหน่วยธุรกิจ นอกจากนี้ยังมีแผนเพิ่มระดับความผูกพันโดยปรับปรุงกระบวนการทำงาน จัดกิจกรรมสร้างสรรค์ เพราะมีความเชื่อว่า **“พนักงาน”** คือกลไกสำคัญที่ทำให้บริษัท เติบโตอย่างยั่งยืน



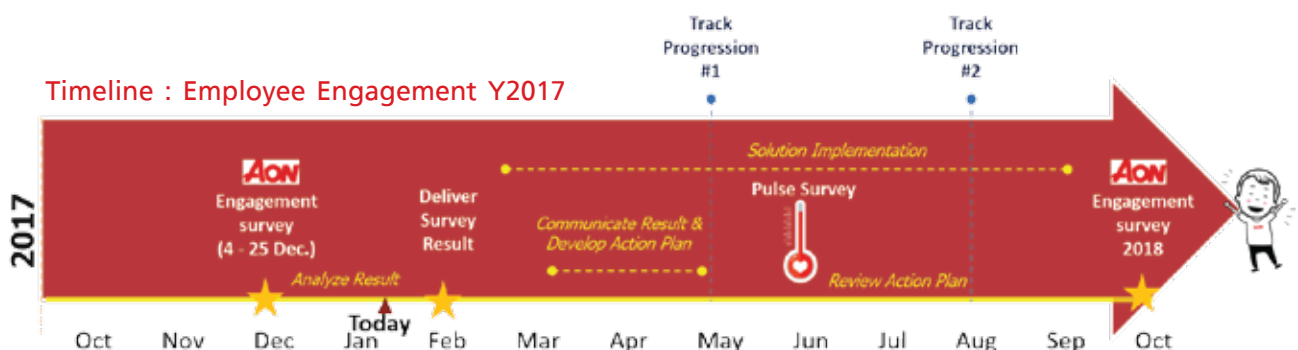
- Video Call** โกลคือโกลั ให้ชาวกรู๊ปใกล้ชิดกันมากขึ้นพูดคุยกันแบบเห็นหน้า
- More** เพิ่มฟังก์ชันใหม่ ให้โดนใจไลฟ์สไตล์แบบชาวกรู๊ป
- Tasks** ใ้การมอบหมายงาน และติดตามสถานะงานกับทีมของคุณ ทั่วกันใจ ช่วยแค่ปลายนิ้ว
- Discover** รวบรวมความรู้ Knowledge Hubs ช่วยให้ชาวกรู๊ปต้องติดตามอย่าตกเป็นพุ่มาในเรื่อเิงไหน...อัตโนมัติ!
- Form** อีกหนึ่งฟีเจอร์ที่จะช่วยตอบทุกคำขอของคุณ ให้สะดวกง่ายขึ้น ติดตามได้ทีนี้เร็วๆ นี้
- Desktop** สามารถใช้งานได้อีกที่ <https://trueconnect.ekoapp.com> ซึ่งช่วยเพิ่มความสะดวกและช่วยต่อการแชร์ไฟล์ข้อมูลได้ดียิ่งขึ้น

คะแนนความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงาน

ปี	2557	2558	2559	2560
Score	63%	70%	71%	76%
เป้าหมาย	70%	70%	75%	75%

*คะแนนความผูกพันและความพึงพอใจแบ่งตามเพศทั้งพนักงานชายและหญิง คิดเป็นร้อยละ 76 เท่ากัน

แผนงานและการดำเนินการเพื่อสร้างความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงาน



การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 404-1)



TO BE THE MOST
DESIRED WORKPLACE
FOR TOP TALENTS, OFFERING BEST
EMPLOYEE ENGAGEMENT
THROUGH AN AGILE AND INNOVATIVE
HR APPROACH TO
SUPPORT BUSINESS GROWTH

บริษัทเห็นความสำคัญในการเพิ่มศักยภาพและพัฒนาความสามารถของพนักงานให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง และจัดการความท้าทายทั้งด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการสื่อสารใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและการแข่งขันเชิงธุรกิจที่สูงขึ้น จึงออกแบบกลยุทธ์และแนวปฏิบัติ ผ่านโครงการและกิจกรรมหลัก ดังนี้

- โครงการเพื่อพัฒนากภาวะความเป็นผู้นำ
- โครงการเพื่อการค้นหาพนักงานที่มีศักยภาพ
- โครงการเพื่อพัฒนาความสามารถด้านดิจิทัลของพนักงาน
- โครงการเพื่อพัฒนาความสามารถด้านการสร้างสรรค์และจัดการนวัตกรรมของพนักงาน
- ออกแบบหลักสูตรหรือโครงการ เพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามความต้องการเฉพาะบุคคล

การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล

บริษัทลงทุนจัดฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาศักยภาพพนักงาน โดยปี 2560 ลงทุนมากกว่า 90.2 ล้านบาท หรือกว่า 12.8 ชั่วโมงการอบรมต่อพนักงานหนึ่งคน

พนักงานได้รับการฝึกอบรมเฉลี่ย	(ชั่วโมงต่อคนต่อปี)
พนักงานทั้งหมด	12.80
พนักงานหญิง	13.20
พนักงานชาย	12.52
ระดับปฏิบัติการ	12.59
ระดับบริหาร	14.70



Core
การพัฒนา
ความสามารถหลัก



Leadership
การพัฒนา
ความสามารถ
เชิงผู้นำ



Functional
การพัฒนา
ความสามารถ
ตามสายงาน

ในปี 2560 บริษัทกำหนดกลยุทธ์ทรัพยากรบุคคลโดยออกแบบให้สอดคล้องกับกลยุทธ์หลัก 8 ประการของบริษัทฯ และนำไปปฏิบัติเพื่อตอบสนองเป้าหมายทางธุรกิจที่ท้าทาย อาทิ **การเสริมสร้างความแข็งแกร่ง ทักษะความสามารถ และความเป็นผู้นำด้านดิจิทัลผ่าน True Connect** ซึ่งสร้างขึ้นในรูปแบบคลังความรู้ 6 กลุ่ม รวมทั้งกระดานผู้นำ ได้แก่ คลังความรู้เกี่ยวกับเครือข่ายโมดัลการจัดการประสบการณ์ของลูกค้า ความรู้ในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านดิจิทัล ด้านนวัตกรรม ด้านความยั่งยืน และการบริหารจัดการด้านคุณภาพ โดยพนักงานเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

บริษัทยังได้ดำเนินการเรื่องโมเดลการพัฒนาความสามารถของพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยให้คำปรึกษาเชิงจิตวิทยาทางอาชีพสำหรับพนักงานทุกระดับ มุ่งเน้นให้พนักงานสามารถดึงศักยภาพออกมาใช้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับการเติบโตของธุรกิจในปัจจุบันและอนาคตโดยแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ **การพัฒนาความสามารถ หลักการพัฒนาความสามารถเชิงผู้นำ และการพัฒนาความสามารถตามสายงาน** ในปี 2560 ได้จัดอบรมมากกว่า 66 ครั้งมีพนักงานเข้าร่วมกว่า 3,570 คนซึ่งดำเนินการภายใต้กรอบ True Talent and Leadership Development Framework ก่อให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจมากกว่า 1,630 ล้านบาท

ในปี 2560 บริษัทมุ่งสู่การเป็น Digital & Innovative Organization เรามุ่งเน้นการพัฒนาและเตรียมความพร้อมบุคลากรให้มีทักษะในการทำงานแบบ modular อย่างมีประสิทธิภาพ โดยวิธีการแบบ Action-based Learning อย่างเข้มข้น ผ่านโครงการ SPLD (Strategic Project Leadership Development) ซึ่งเป็นโครงสร้างองค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินโครงการแบบ Cross-functional Team โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้การทำงานเป็นทีม และพัฒนาผู้นำ (Leadership Development) โดยโครงการที่จัดตั้งขึ้นจะต้องดำเนินการสอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งทุกคนจะได้ลงมือทำจริงวัดผลจริงในโครงการที่เป็นยุทธศาสตร์ขององค์กร ได้เข้าใจธุรกิจภาพรวมและเรียนรู้ในขอบเขตที่นอกเหนือจากงานประจำ ได้รับข้อมูลป้อนกลับเพื่อการพัฒนาตนเองแบบ 360 องศา จากการทำงานร่วมกับทีมงานจากหลายหน่วยงาน ได้รับการโค้ชจากผู้บริหาร นอกจากนั้น ตลอดโครงการทางบริษัทมีโปรแกรมการเรียนรู้แบบบูรณาการทั้งแบบออนไลน์ สัมมนา และเวิร์คช็อปต่างๆ เพื่อเสริมสร้างทักษะที่จำเป็นในการทำโครงการและการทำงานให้ประสบความสำเร็จ

True's Competency Model



การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน

Management of Human Rights

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ผลการดำเนินงานในปี 2560

100%

ให้ความรู้แก่พนักงานของทรู

บริษัทย่อย ร่วมกับคู่ค้าและพันธมิตรธุรกิจ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านสิทธิมนุษยชน ซึ่งบรรจุอยู่ในประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน หมวดที่ 1 ข้อพึงปฏิบัติส่วนบุคคล และสภาพแวดล้อมในการทำงาน อาทิ การไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล การล่วงละเมิดทางเพศ การไม่เลือกปฏิบัติและการให้โอกาสที่เท่าเทียมกัน ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย ในสถานที่ทำงาน



การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน

(GRI 103-1)

การตระหนักถึงคุณค่าและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์อย่างเท่าเทียม เป็นจริยธรรมและคุณธรรมที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงให้ความสำคัญในการส่งเสริม ปกป้อง และคุ้มครองสิทธิมนุษยชนของพนักงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม โดยยึดมั่นในการดำเนินงานตามกฎหมายและแนวปฏิบัติสากลที่สำคัญ ได้แก่ **ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights: UDHR)** **หลักการชี้แนะของสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs)** **หลักการด้านมนุษยธรรมและสิทธิขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization: ILO)** และ **ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact: UNGC)**

ในปี 2560 บริษัทฯ ปรับปรุงนโยบายสิทธิมนุษยชนอันเป็นส่วนเพิ่มเติมจากนโยบายกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมทั้งประมวล

การบริหารจัดการ

บริษัทตระหนักถึงคุณค่าและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในทุกชั้นตอนไม่ว่าจะเป็นพนักงาน ลูกค้า ชุมชนรอบที่ตั้งโรงงานที่อยู่ในห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ และสังคมโดยรวม โดยได้ดำเนินการที่เกี่ยวข้องเนื่อง ดังนี้

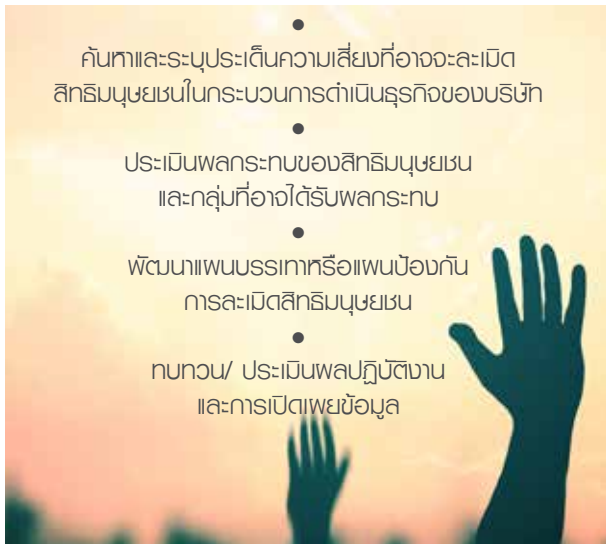
1. ลงนามในปฏิญญาความร่วมมือระดับชาติร่วมกับภาคีเครือข่าย หน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อการขับเคลื่อนหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนของสหประชาชาติ (UNGPs) ในประเทศไทย
2. ปรับปรุงนโยบายสิทธิมนุษยชนซึ่งสอดคล้องตามความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสอดคล้องตามหลักปฏิบัติสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน
3. ประเมินสถานะ และความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านอย่างต่อเนื่อง
4. นำเทคโนโลยีและจุดแข็งของบริษัทมาใช้ในการช่วยแก้ปัญหาการละเมิดสิทธิมนุษยชน เช่น การจัดทำระบบการรับแจ้งเหตุช่วยเหลือคนไทยในต่างประเทศ และเรื่องการค้ามนุษย์

คุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน นโยบายการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นโยบายการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน และนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อควบคุมและลดความเสี่ยงในการละเมิดสิทธิมนุษยชนในทุกมิติ และส่งเสริมผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานให้เคารพต่อสิทธิมนุษยชน โดยครอบคลุมการดำเนินธุรกิจของบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย รวมทั้งคู่ค้าและพันธมิตรธุรกิจ

กลุ่มบริษัททรูในฐานะสมาชิกเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย (Global Compact Network Thailand: GCNT) ร่วมผนึกกำลังกับภาคีเครือข่าย หน่วยงานภาครัฐและเอกชนอีก 7 องค์กร ลงนามในปฏิญญาความร่วมมือครั้งสำคัญระดับชาติ เพื่อขับเคลื่อนหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติในประเทศไทย ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกิดการตระหนักรู้ ขยายผลการปฏิบัติและเป็นตัวอย่างในระดับภูมิภาค

การประเมินสถานะด้านสิทธิมนุษยชน อย่างรอบด้าน (GRI 412-1)

ในปี 2560 บริษัททบทวนกระบวนการตรวจประเมินสถานะด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence Process) ร้อยละ 100 ต่อเนื่องเป็นปีที่สอง ครอบคลุมบริษัทในกลุ่มทรู และเป็นไปตามแนวทางของ UN Guiding Principles on Business and Human Rights โดยขอช่วยการตรวจประเมินได้แก่



สนับสนุนการจัดทำระบบการรับแจ้งเหตุ ช่วยเหลือคนไทยในต่างประเทศและการค้ามนุษย์

บริษัทร่วมมือกับกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกากระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ จัดทำระบบการรับแจ้งเหตุช่วยเหลือคนไทยในต่างประเทศและการค้ามนุษย์ผ่าน SMS อัตราพิเศษและเลขหมายโทรศัพท์เบอร์เดียวทั่วโลก + 66 99 130 1300 ซึ่งให้บริการโทรฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย เพื่อมุ่งยกระดับความช่วยเหลือคนไทยในต่างประเทศที่ประสบปัญหาสังคมและปัญหาการค้ามนุษย์ ได้อย่างรวดเร็ว ทันสถานการณ์ และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ส่งเสริมสิทธิมนุษยชนอย่างจริงจัง ผ่านการประเมินหาความเสี่ยงในทุกมิติ

บริษัทจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดจากการดำเนินงานตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ เมื่อปี 2559 และทบทวนประเด็นอย่างต่อเนื่อง เพื่อตรวจสอบกระบวนการทำงานที่อาจเชื่อมโยงกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน และหาแนวทางในการลดความเสี่ยง ตลอดจนวิธีการป้องกัน เฝ้าระวังตรวจสอบ แก้ไข และเยียวยาหากมีกรณีการละเมิดเกิดขึ้น เพื่อร่วมกันวิเคราะห์ประเมิน ระบุและจัดลำดับประเด็นความเสี่ยง (Human Rights Risks Identification and Prioritization)

การตรวจประเมินสถานะด้านสิทธิมนุษยชน ภายใต้กรอบข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UNG)

เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการปฏิบัติตามหลักการด้านความยั่งยืน วิเคราะห์หาความเสี่ยงและโอกาสในการพัฒนาและยกระดับการดำเนินงาน และสนับสนุนการปฏิบัติตามกรอบ UNGC บริษัทได้ริเริ่มโครงการการตรวจประเมินความยั่งยืน ตามกรอบข้อตกลงร่วมแห่งสหประชาชาติ (UNG) ทั้ง 4 ด้าน คือ สิทธิมนุษยชน (Human Rights) การปฏิบัติต่อแรงงาน (Labor Practice) สิ่งแวดล้อม (Environmental) การต่อต้านคอร์รัปชัน และประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Code of Conduct) บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (กลุ่มทรู) โดยหน่วยงานด้านพัฒนาความยั่งยืนและตรวจสอบธรรมาภิบาล สำนักบริหารความยั่งยืน ธรรมาภิบาล และสื่อสารองค์กร เครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยนำร่องตรวจประเมินหน่วยงานจัดซื้อจัดจ้าง หน่วยงานทรัพยากรบุคคล และหน่วยงาน Commercial TOL, TVS, CVG ซึ่งการตรวจประเมินดังกล่าวคิดเป็นมากกว่า 75% ของธุรกิจของบริษัท โดยบริษัทตั้งเป้าหมายเพื่อได้รับการตรวจประเมิน 100% ภายในปี 2561 ผลจากการตรวจประเมินพบประเด็นที่มีความเสี่ยงต่อการละเมิดสิทธิมนุษยชน ดังนี้

- พนักงานอาวุโสบางส่วนเกิดความกดดันจากช่องว่างระหว่างกลุ่มอายุ (Generation Gap) รู้สึกว่าถูกมองข้าม และเห็นว่าคนรุ่นใหม่หรือพนักงานใหม่ได้รับโอกาสมากกว่า บริษัทได้เร่งสื่อสารทำความเข้าใจ เพื่อลดช่องว่างดังกล่าวหลายวิธี เช่น จัดประชุมพูดคุยระหว่างกลุ่มอายุที่ต่างกัน วางแผนการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะที่เหมาะสม เป็นต้น

- พนักงานบางหน่วยงานมีความเสี่ยงที่จะทำงานล่วงเวลาเกินระดับที่กฎหมายแรงงานกำหนด โดยเฉพาะช่วงที่มีงานปริมาณมาก บริษัทจึงกำหนดนโยบาย ให้พนักงานทำงานล่วงเวลาได้ไม่เกิน 20 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ฝ่ายทรัพยากรบุคคลต้องบริหารจัดการร่วมกับแต่ละหน่วยงาน เพื่อจัดกะทำงานให้เหมาะสมและกำกับดูแลให้ทุกหน่วยปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

• การจัดการชุมชนรอบเสาสัญญาณ ชุมชนรอบเสาสัญญาณรู้สึกกังวลด้านความปลอดภัยเกรงว่าจะเป็นแหล่งมั่วสุม กลัวสัตว์มีพิษ กลัวการพังทลายของโครงสร้างเสาสัญญาณ และกังวลเรื่องคลื่นสัญญาณจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพ ซึ่งถูกต้องเร่งสร้างความเข้าใจ และลงพื้นที่เพื่อเข้าไปดูชุมชน

• การแสดงออกถึงความมุ่งมั่นและการเป็นภาคีในการดำเนินการด้านสิทธิมนุษยชน ระหว่างภาครัฐและเอกชนได้แสดงถึงความมุ่งมั่นของบริษัท เห็นได้จากที่ทุนสุกฤษฎี ธัญธรรมาภิบาล คณะกรรมการบริหารเข้าไปมีบทบาทสำคัญ ในฐานะประธานคณะกรรมการเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย (Global Compact Network Thailand - GCNT) โดยลงนามปฏิญญาความร่วมมือระดับชาติ ในการขับเคลื่อนแนวทางการทำธุรกิจที่เคารพสิทธิมนุษยชนตามหลักการของสหประชาชาติ

เสียงจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



การสร้างผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ

Generation of Economic Outcome

การสร้างผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ

บริษัทมุ่งมั่นเพิ่มคุณค่าและความคุ้มค่าของสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการให้แก่ผู้บริโภค และเตรียมพร้อมรองรับนโยบายขับเคลื่อนประเทศสู่ Thailand 4.0 ด้วยการให้บริการผ่านเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพสูง และสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจากธุรกิจหลักทั้ง 3 กลุ่มของบริษัท ซึ่งประกอบด้วย **ทรูมูฟ เอช ทรูออนไลน์ และทรูวิชั่นส์** ซึ่งมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องและแข็งแกร่ง โดยในปี 2560 มีรายได้รวม 141,290 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.3 จากปี 2559 โดยทรูมูฟ เอช สามารถสร้างรายได้สูงที่สุดใน 3 กลุ่มธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 75 ของรายได้สุทธิ

โครงสร้างรายได้ตามกลุ่มธุรกิจ

กลุ่มธุรกิจ	2560		2559		2558	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ทรูมูฟ เอช	105,975	75.0	91,985	73.8	81,553	68.7
ทรูออนไลน์	25,782	18.2	23,036	18.4	27,734	23.3
ทรูวิชั่นส์	9,533	6.8	9,698	7.8	9,494	8.0
รวมรายได้	141,290	100.0	124,719	100.0	118,781	100.0



truemove H

ทรูมูฟ เอช เป็นธุรกิจที่สร้างรายได้สูงสุดของกลุ่มทรู มีจำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นจาก 24.5 ล้านรายในปี 2559 เพิ่มขึ้นกว่า 27.2 ล้านราย ในปี 2560 สร้างรายได้ 105,975 ล้านบาท จากลูกค้ารายเดือนและระบบเติมเงิน โดยผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นลูกค้าระบบเติมเงิน ในขณะที่รายได้ส่วนใหญ่ของทรูมูฟ เอช มาจากผู้ให้บริการรายเดือน

true online

ทรูออนไลน์ มีลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 2.8 ล้านราย ในปี 2559 เพิ่มขึ้นเป็น 3.2 ล้านราย ในปี 2560 นอกจากการให้บริการลูกค้าที่เป็นองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่แล้ว บริษัทยังมุ่งเน้นขยายการให้บริการสู่กลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีศักยภาพในการเติบโตทางธุรกิจสูง นำเสนอ “SME Package” ที่เหมาะสมกับขนาดธุรกิจและความต้องการใช้งานของลูกค้า SME พร้อมมอบอินเทอร์เน็ตคุณภาพระดับองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง ส่งผลให้จำนวนลูกค้าเพิ่มสูงขึ้นและมีรายได้รวมเท่ากับ 25,782 ล้านบาท

true visions

ในปี 2560 ทรูวิชั่นส์มีฐานลูกค้า 4 ล้านราย เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ด้วยการนำเสนอแพ็คเกจคอนเวอร์เจนซ์ที่โดดเด่นและดึงดูดความสนใจ โดยผนวกบริการที่ครบครันและหลากหลายเข้าไว้ด้วยกัน ตอบสนองความต้องการลูกค้า สามารถสร้างรายได้ 9,533 ล้านบาท ในปี 2560



การสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

บริษัท ตระหนักถึงการให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ พนักงาน ผู้ถือหุ้น และผู้ให้บริการ ณ สิ้นปี 2560 บริษัทจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการพนักงานเพิ่มขึ้นจาก 12,898 ล้านบาทในปี 2559 เพิ่มขึ้นเป็น 13,417 ล้านบาท ในปี 2560

ทั้งนี้จากการเติบโตทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง บริษัทสามารถสร้างกำไรสุทธิสำหรับส่วนที่เป็นของบริษัท ให้แก่ผู้ถือหุ้น 2,323 ล้านบาท ในปี 2560 เทียบกับปี 2559 ซึ่งบริษัทขาดทุน 2,814 ล้านบาท นอกจากนี้ ในปี 2560 บริษัทได้จ่ายเงินปันผล 0.031 บาท หรือประมาณ 1,034 ล้านบาท

ผลการดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อย

(หน่วย : ล้านบาท)	2560	2559	2558
รายได้จากการให้บริการ	97,025	88,058	74,803
รายได้รวม	141,290	124,719	118,781
EBITDA	39,912	25,071	22,109
กำไรจากการดำเนินงาน	6,440	(492)	4,608
กำไร(ขาดทุน) สุทธิ สำหรับส่วนที่เป็นของบริษัท	2,323	(2,814)	4,412

มุ่งมั่นสู่ความสำเร็จในปี 2560

การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ คุณภาพการให้บริการและประสิทธิภาพเครือข่าย เป็นกุญแจสำคัญสร้างความสำเร็จในการเติบโตด้านธุรกิจ และการส่งมอบคุณค่าสินค้าและการบริการให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การให้บริการลูกค้าที่เป็นเลิศ ช่วยให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและส่งเสริมความภักดีระหว่างลูกค้ากับบริษัท ผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าต่อกลุ่มธุรกิจโทร ผ่านระบบ SMS (iCSAT) พบว่าร้อยละ 85.5 ลูกค้าพึงพอใจการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าโทรข้อป และร้อยละ 85.1 ลูกค้าพึงพอใจการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์

สำหรับศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์สามารถรับสายลูกค้าที่โทรศัพท์เข้ามาขอใช้บริการได้ทันทีที่ คิดเป็นร้อยละ 95 เป็นสิ่งที่ช่วยต่อยอดคุณภาพและความเป็นเลิศด้านการบริการและการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์

นอกจากนี้ การให้บริการด้านเครือข่ายก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทมีศักยภาพในการแข่งขัน โดยในปี 2560 บริษัทเกิดกรณีการขัดข้องของเครือข่ายโดยเฉลี่ยเท่ากับ 0.2254 ครั้ง/ปี ซึ่งดีกว่าอัตราความขัดข้องของเครือข่ายโดยเฉลี่ย (Average Interruption Frequency) ตามมาตรฐานสากล System Average Interruption Frequency Index (SAIFI) ซึ่งเท่ากับ 1.10 ครั้ง/ปี และระยะเวลาที่เครือข่ายขัดข้อง โดยเฉลี่ย (Average Interruption Duration) ของบริษัทเท่ากับ 0.85 ชั่วโมง/ปี หรือน้อยกว่า 9 วินาที/วัน ซึ่งดีกว่าค่าเฉลี่ยมาตรฐานสากล SAIDI เท่ากับ 1.5 ชั่วโมง/ปี สะท้อนให้เห็นศักยภาพของบริษัทในการบริหารจัดการเครือข่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สร้างโอกาสธุรกิจแพลตฟอร์มและบริการดิจิทัล

บริษัท ยังสร้างโอกาสทางธุรกิจด้วยการสร้างความแข็งแกร่งของแพลตฟอร์มและบริการดิจิทัล ด้วยการสร้างสรรค์นวัตกรรมคอนเทนต์และบริการด้านดิจิทัลที่ครบถ้วน เพื่อให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคในทุกไลฟ์สไตล์ โดยได้พัฒนาทรูไอดี ซึ่งรวมคอนเทนต์คุณภาพหลากหลายทั้งภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ เพลง รายการกีฬา และสิทธิพิเศษมากมายไว้บนแอปพลิเคชันเดียว ทั้งนี้ได้ออกแบบ ทรูไอดี ให้ใช้งานได้กับทุกเครือข่ายมือถือ มีหลายแพลตฟอร์ม ทั้ง Mobile Application, Website และ OTT (Over the Top) หรือ บริการสตรีมมิง และโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต

นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาพัฒนาเป็นนวัตกรรมโซลูชันล้ำสมัย รวมทั้งสินค้าและบริการ IoT ในหลากหลายทั้งการดูแลสุขภาพ (Healthcare) การคมนาคมและขนส่ง (Transport and Logistics) การจัดการควบคุมอาคารอัตโนมัติและรักษาความปลอดภัย (Building Automation and Security) เมืองอัจฉริยะ (Smart Cities) การขายปลีก (Retail) และกระบวนการผลิต (Manufacturing) รวมทั้งการให้ความสำคัญกับเทคโนโลยี AI (Artificial Intelligence) และ Big Data ซึ่งช่วยจัดระบบข้อมูลให้สามารถนำมาประมวลผลให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Data Analytics) เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงจุด

HEALTH

เรามุ่งมั่นสร้างสังคมที่ยั่งยืน
นำเสนอคุณค่าและสร้างสรรค์สิ่งดีๆ

**สู่การพัฒนาสุขภาพ
และความเป็นอยู่ที่ดี**
ของคนในสังคม



ความปลอดภัยและสุขอนามัยของพนักงาน

Health, Safety, and Wellness

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ผลการดำเนินงานเด่นในปี 2560



ส่งเสริมความอยู่ดีมีสุข

ผ่านโครงการปลูกรัก

ส่งเสริมทีม IT จัด “10K3M”

ลดไขมัน ควบคุมน้ำตาลและไขมัน การออกกำลังกาย มีพนักงานเข้าร่วมร้อยละ 72 ของพนักงาน IT ทั้งหมด ร้อยละ 73 ลดไขมันได้สำเร็จ

ส่งเสริมการดูแลสุขภาพการเงิน

มีพนักงานเข้าร่วมกว่า 1,700 คน

ส่งเสริมการใช้ Mobile Application

ตรวจสอบสิทธิประโยชน์ด้านสุขภาพ ส่งเสริมกิจกรรมสุขภาพผ่าน True Connect เชื่อมโยงกัน และกันด้วย True HR App

ส่งเสริมการพัฒนาจิตใจ

ให้สิทธิ์ลาปฏิบัติธรรม 5 วันต่อปี ปี 2560 มีพนักงานใช้สิทธิ์เกือบ 100 คน

การบริหารจัดการ

บริษัทให้ความสำคัญในการบริหารจัดการความปลอดภัยและสุขอนามัยของพนักงาน เพราะตระหนักถึงความปลอดภัยความมั่นคง สุขภาวะที่ดีทั้งทางกายและใจของพนักงาน มีความสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เราจึงได้จัดกิจกรรมส่งเสริมในด้านต่างๆ ผ่านโครงการ “ปลูกรัก” เพื่อ “ความอยู่ดีมีสุข” ของพนักงานใน 4 ด้าน คือ ด้านสุขภาพกายสุขภาพใจ การมีสังคมที่ดี การได้ช่วยเหลือสังคม และด้านการเงิน ซึ่งหัวข้อการจัดกิจกรรมเป็นผลที่ได้รับจากการสำรวจความผูกพันและความพึงพอใจ และสถิติเกี่ยวกับความสุขของพนักงาน

นอกจากนี้เพื่อสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ Digitization และการสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานร่วมกัน โครงการปลูกรักจึงส่งเสริมให้พนักงานสื่อสารกันผ่าน True Connect Application ตั้งแต่การเชิญชวนร่วมกิจกรรมการประมวลผลบรรยากาศกิจกรรม รวมทั้งการรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และเรายังมี True Hr Application ซึ่งเป็นช่องทางที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้พนักงานติดต่อสื่อสารกับบริษัท กับหัวหน้าหน่วยงาน โดยพนักงานสามารถจัดการเรื่องวันลาหยุดสามารถดูข้อมูลสวัสดิการต่างๆ รวมทั้งการเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชันดังกล่าวด้วย

การจัดการความปลอดภัยและสุขอนามัยของพนักงาน (GRI103-1, GRI103-2)

การจัดการดูแลความปลอดภัยและสุขอนามัยของพนักงานเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจ ผู้บริหารระดับสูงทุกคนยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กร ให้ความสำคัญ ดูแล และส่งเสริมการทำงานด้วยความปลอดภัย ส่งเสริมการดูแลสุขภาพ และการสร้างความสมดุลระหว่างงานกับครอบครัว ซึ่งการดูแลด้านความปลอดภัยนี้ ยังรวมถึงการปฏิบัติงานของผู้รับเหมา เพื่อนคู่ค้า โดยควบคุมดูแลให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ พร้อมทั้งดูแลการจัดหาอุปกรณ์ทำงาน อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลให้ได้มาตรฐานและเป็นไปตามข้อกำหนด ซึ่งจะทำให้บริษัทสามารถก้าวสู่ความเป็นผู้นำในธุรกิจโทรคมนาคมการสื่อสารที่มีมาตรฐานระดับสากล และส่งเสริมให้พนักงานเพื่อนคู่ค้ามีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีขึ้น

ในปี 2560 บริษัทได้ดำเนินการจัดการด้านความปลอดภัย สุขอนามัย และสภาพแวดล้อมให้สอดคล้องกับนโยบาย ด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งเป็นการยกระดับการจัดการด้านความปลอดภัย สุขอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เป็นระบบมากขึ้นซึ่งเชื่อมโยงกับระบบการจัดการตามแนวทางมาตรฐานของเครือเจริญโภคภัณฑ์ (SHE Management Standards Guideline)

บริษัทยังให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมพนักงานช่าง และการฝึกปฏิบัติภาคสนามอย่างต่อเนื่อง เน้นสร้างจิตสำนึกการทำงาน ด้วยความไม่ประมาท มีความรับผิดชอบ โดยนำตัวอย่างอุบัติเหตุต่างๆ ที่มีลักษณะงานใกล้เคียงกัน มีการทำงานและสภาพหน้างานที่ไม่ปลอดภัย รวมทั้งผลของการเกิดอุบัติเหตุ มาเป็นกรณีศึกษาเพื่อให้พนักงานรับรู้และตระหนัก และรณรงค์ผ่านตัวอย่าง Do and Don't ให้ความสำคัญกับการประเมินสภาพหน้างาน ฝึกให้พนักงานใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล เพื่อให้เกิดความคุ้นเคย และย้ำเตือนเรื่องการแต่งกายโดยจะต้องสวมใส่ชุดอุปกรณ์ที่ปลอดภัยตลอดเวลาที่ปฏิบัติงาน

นอกจากนี้ยังได้พัฒนาช่องทางสื่อสาร ผ่าน True Connect โดยมีการรายงานสภาพการณ์ที่ไม่ปลอดภัยและการเกิดอุบัติเหตุ เพื่อให้พนักงานทุกระดับสามารถรับทราบข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นได้ทันต่อเหตุการณ์ สำหรับพนักงานที่ปฏิบัติงานในอาคารสำนักงาน บริษัทจัดฝึกอบรมวิธีปฏิบัติตน กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น เหตุเพลิงไหม้ แผ่นดินไหว การช่วยชีวิตขั้นพื้นฐาน เป็นต้น รวมทั้งยังได้จัดทำคู่มือวิธีปฏิบัติตนกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน พร้อมวิธีการช่วยเหลือเบื้องต้นหากเกิดการบาดเจ็บต่างๆ ฯลฯ แจกจ่ายให้แก่พนักงานทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

การจัดการด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยของบริษัท เป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Occupational Health Safety and Working Environment Committee) ทำงานร่วมกับหน่วยงานความปลอดภัยฯ (Safety Health & Environment Department) และเจ้าหน้าที่ความปลอดภัย (Safety Officer) ผ่านการอบรมหลักสูตรเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยตามที่กฎหมายกำหนด โดยทำหน้าที่ดูแลความปลอดภัยในแต่ละสถานประกอบการ (True Station) ภายใต้การดูแลของคณะกรรมการธรรมาภิบาล มีหน้าที่กำหนดนโยบายภาพรวม ทั้งการดูแลประเด็นด้านความปลอดภัย สุขอนามัยของพนักงาน และคู่ค้า ให้เป็นไปตามกฎหมาย สอดคล้องกับแนวทางและข้อกำหนดของบริษัท

บริษัทได้กำหนดเป้าหมายการจัดการด้านความปลอดภัย เช่น การลดอุบัติเหตุจากการทำงานโดยเทียบกับสถิติที่ดีที่เคยทำได้เป็นฐาน ไม่มีพนักงานเสียชีวิตด้วยโรคจากการทำงาน ไม่มีเพลิงไหม้ในสถานประกอบการที่ทำให้กิจการหยุดชะงัก เกินกว่า 4 ชั่วโมง เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทยังได้จัดการดูแลสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยตรวจติดตามความเป็นระเบียบ ความสะอาด

ตามเกณฑ์ 7 ส มีการสุ่มตรวจวัดคุณภาพอากาศสองครั้งต่อปี และสุ่มตรวจวัดสุขศาสตร์ แสงเสียงอุณหภูมิ ความชื้น เป็นต้น

จากการดำเนินการด้านความปลอดภัยส่งผลให้ ความผูกพันของพนักงานด้านความปลอดภัยสุขภาพ สภาพแวดล้อม และความอยู่ดีมีสุขอยู่ในระดับร้อยละ 82 ของจำนวนพนักงาน ที่ตอบแบบสำรวจทั้งหมดจำนวน 21,922 คน

ผลการสำรวจความผูกพัน ของพนักงานด้านความปลอดภัย สุขภาพอนามัย สภาพแวดล้อม และความอยู่ดีมีสุข ในปี 2557 - 2560

ปี	ผลการสำรวจ	เป้าหมาย
2557	66	-
2558	73	-
2559	73	73
2560	82	75

ระบบจัดการความปลอดภัยให้ผู้รับเหมา ผู้รับเหมาช่วง และคู่ค้า

บริษัทได้พัฒนาปรับปรุง ระบบการจัดการด้านความปลอดภัย สำหรับผู้รับเหมาทั้งหมดที่รับงานผ่านระบบจัดซื้อจัดจ้าง โดยกำหนดให้ผู้รับเหมา ทั้งรายปัจจุบันและรายใหม่เข้าร่วมอบรม หลักสูตรที่เกี่ยวกับข้อปฏิบัติ ในการทำงานและความปลอดภัย ทุกครั้งที่เข้ามาปฏิบัติงานกับบริษัท อาทิ ข้อปฏิบัติเรื่องการจัดหา อุปกรณ์การทำงานและอุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัยส่วนบุคคล การกรอกแบบฟอร์มด้านความปลอดภัย การยืนยันจำนวนผู้ปฏิบัติงาน จำนวนผู้ที่ผ่านการฝึกอบรมสำหรับการทำงานนั้นๆ จำนวน และความเหมาะสมเพียงพอของอุปกรณ์ที่นำมาใช้ และอุปกรณ์ คุ้มครองความปลอดภัยส่วนบุคคล เป็นต้น โดยตลอดปี 2560 มีผู้รับเหมาเข้าร่วมฟังข้อชี้แจงระบบรวมทั้งสิ้น 528 ราย สามารถ ช่วยควบคุม ดูแล และช่วยลดอุบัติเหตุลงได้

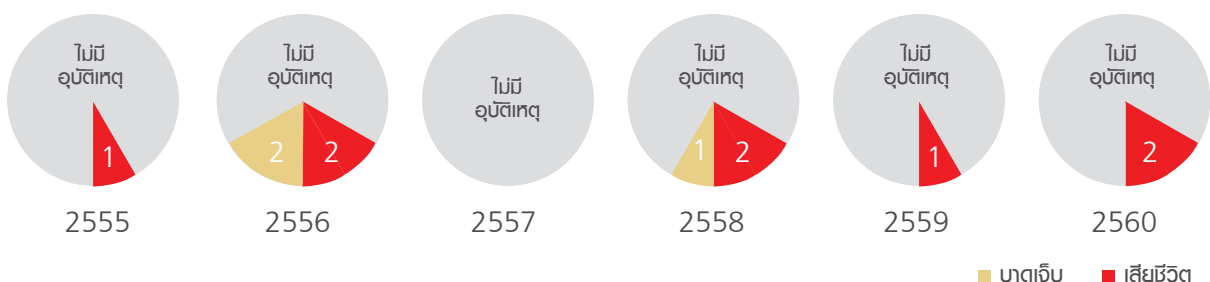
แม้ว่าบริษัทมีมาตรการบริหารจัดการป้องกันในเรื่องความปลอดภัยของพนักงานและผู้รับเหมาอย่างเป็นระบบแล้ว แต่ อุบัติเหตุอาจเกิดขึ้นได้ทุกขณะ ทั้งจากความประมาทและสภาพการณ์ ณ ขณะนั้น ทั้งนี้กรณีที่มีผู้รับเหมาได้รับอุบัติเหตุถึงแก่ชีวิตจำนวน 2 รายในปี 2560 บริษัทมีการสอบสวนและวิเคราะห์หาสาเหตุที่

เกิดขึ้นที่หน้างาน พบว่าเกิดจากการที่ผู้รับเหมาประมาทและไม่ปฏิบัติตามขั้นตอนด้านความปลอดภัย โดยไม่ตรวจสอบการรั่ว ของกระแสไฟก่อนปฏิบัติงาน และพนักงานนำอุปกรณ์เข็มขัดนิรภัย ขึ้นไปแต่ไม่ได้คล้องเชือกนิรภัยเข้ากับสายสแตนด์เคเบิล

อย่างไรก็ตาม หลังจากเกิดเหตุการณ์ดังกล่าวขึ้น บริษัทได้ กำชับและย้ำเตือนให้ผู้รับเหมาทุกราย และพนักงานของบริษัท รับทราบสาเหตุและข้อปฏิบัติตามมาตรการด้านความปลอดภัย ของบริษัท ดังต่อไปนี้

- 1) ต้องมีผู้ควบคุมงานตลอดเวลา
- 2) บังคับให้พนักงานทำตามขั้นตอนการปฏิบัติงาน ด้วยความปลอดภัย
- 3) ประเมินสภาพอันตรายและจุดที่ต้องระวัง
- 4) สวมใส่อุปกรณ์ PPE ขณะปฏิบัติงาน
- 5) จัดทำเป็น Risk Alert (Lesson Learn) แจ้งเตือนพนักงาน ทราบและผู้รับเหมาทุกคน เพื่อให้เกิดการตระหนักรู้ และ ป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์เช่นนี้

สถิติอุบัติเหตุจากการก่อกำหนดผู้รับเหมา ช่วงระหว่างปี 2555-2560



โครงการปลูกรัก

บริษัทมุ่งมั่นจัดให้มีระบบการจัดการมาตรฐาน ด้านความอยู่ดีมีสุขที่หลากหลายตอบสนองความต้องการของพนักงาน อาทิ การจัดทำประกันสุขภาพกลุ่ม การให้ทุนบุตรพนักงาน การจัด Day Care สำหรับเด็กอ่อน การจัดห้อง “น้าแม่” รวมทั้งการเฝ้าระวังสถานการณ์ที่อาจจะมีผลต่อสุขภาพ และความอยู่ดีมีสุขของพนักงาน ภายใต้โครงการ “ปลูกรัก” เพื่อให้เป็นองค์กรสร้างสุข (Happy Workplace) อย่างแท้จริง

โครงการปลูกรัก ได้ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ “ความอยู่ดีมีสุข” ของมนุษย์ แล้วนำมาเชื่อมโยงกับการสำรวจความผูกพัน (Engagement Survey) และสถิติเกี่ยวกับความสุขของพนักงาน พบว่าปัจจัยสำคัญที่จะทำให้พนักงานมีความสุข คือ ความสุขด้านสุขภาพกายและใจ การมีสังคมที่ดี การได้ช่วยเหลือสังคมและด้านการเงิน ดังนั้นบริษัทจึงสร้างสรรค์และรณรงค์กิจกรรมปลูกรักใน 4 ด้าน คือ **ปลูกรักสุขภาพ ปลูกรักปลูกรธรรม ปลูกรักความผูกพัน และปลูกรักความมั่งคั่ง**

การบริหารจัดการโครงการปลูกรักทั้ง 4 ด้านนอกจากจะอ้างอิงปัจจัยเสี่ยง การเฝ้าระวัง และสถิติด้านสุขภาพ สถิติการเสียชีวิต สถิติจากกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และผลของการวัดความผูกพันของพนักงานแล้ว ยังได้รับการสนับสนุนจากคณะผู้บริหารทั้งในระดับ **Executive Committee** และ **People Committee** ในการดำเนินโครงการเชิงรุกและเชิงป้องกัน เพื่อให้องค์กรห่างไกลจากโรคติดต่อ โรคจากการทำงาน พนักงานสามารถทำงานอย่างปลอดภัย มีความสุข รวมทั้งสนับสนุนให้แต่ละหน่วยงานจัดกิจกรรมรณรงค์ด้านสุขภาพอนามัยให้แก่พนักงานอย่างใกล้ชิด

อย่างไรก็ตาม หากพนักงานเกิดการเจ็บป่วยที่ไม่คาดคิด บริษัทก็ยังห่วงใยใส่ใจและให้การดูแลรักษาพนักงานภายใต้แนวทางการดูแลสุขภาพ การเยียวยาและบำบัดที่เหมาะสมอย่างเต็มที่ กรณีพนักงานเจ็บป่วยหนักจนถึงขั้นทุพพลภาพ ไม่สามารถกลับมาทำงานได้อีก รวมทั้งการพิจารณาให้งานที่เหมาะสมกับสุขภาพ และการมอบเงินช่วยเหลือแล้วแต่กรณี โดยมีการจัดกิจกรรมขอรับบริจาค “Give for True” เพื่อนำไปช่วยเหลือจนกว่าพนักงานรายนั้นจะพึ่งพาตนเองได้

ปลูกรักปลูกรธรรม

ในปี 2560 มีการจัดกิจกรรมปลูกรักปลูกรธรรมหลายส่วน ดังนี้

- กิจกรรมที่จัดเป็นประจำทุกเดือน อาทิ การถวายภัตตาหารพระสงฆ์ และตักบาตร เปิดโอกาสให้พนักงานร่วมบริจาคเงินเพื่อนำไปทำบุญในหลายช่องทาง และยังมีส่วนพนักงานรวมกลุ่มสวดมนต์และนั่งสมาธิ ประจำทุกวันพฤหัสบดี ซึ่งจะช่วยให้จิตใจผ่องใสสงบ คลายเครียด

- กิจกรรม Forum ปลูกรักปลูกรธรรม นิมนต์พระสงฆ์หรือวิทยากรที่เป็นฆราวาสมาแสดงธรรมในเรื่องต่างๆ เช่น ชะตาชีวิตในกำมือตน ภาวะผู้นำกับการวางแผนเป้าหมายในชีวิต 111 ปี ท่านพุทธทาส และการจัดปฏิบัติธรรมตามแนว “เมตตา ภาวนา” ในปีที่ผ่านมา มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่า 527 คน

- บริษัทให้สิทธิ์พนักงานลาไปปฏิบัติธรรมได้ 5 วันต่อปี ปีที่ผ่านมา มีพนักงานใช้สิทธิ์เกือบ 100 คน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี

ปลูกรักสุขภาพ

- ในปี 2560 บริษัทให้ความสำคัญกับการป้องกันและส่งเสริมความรู้แก่พนักงานด้านสุขภาพ ทั้งสุขภาพกาย และสุขภาพใจ โดยได้เชิญแพทย์ และผู้เชี่ยวชาญมาบรรยายและจัดกิจกรรมให้แก่พนักงานในหัวข้อที่สอดคล้องกับการเฝ้าระวัง โดยมีพนักงานเข้าร่วมกิจกรรม 800 คน

- จัดกิจกรรมเพื่อสุขภาพกายใจ และการบริหารจัดการความเครียด ให้แก่ พนักงาน Call Center และ True Shop

- สนับสนุนหน่วยงาน IT จัดรณรงค์แข่งลดน้ำหนัก “10K3M” ช่วงเดือน มี.ค. – พ.ค. 2560 มีเป้าหมายลดไขมันในร่างกาย มีผู้สมัครเข้าร่วม 689 คน คิดเป็นร้อยละ 72 ของพนักงาน IT ทั้งหมด และเข้าร่วมกิจกรรมจนจบโครงการทั้งสิ้น 509 คน ซึ่งในจำนวนนี้มีพนักงาน 372 คน (ร้อยละ 73) ลดไขมันได้รวม 520 กก. และมีผู้ที่ลดไขมันได้มากที่สุดถึง 9.1 กิโลกรัม



อันดับ 1 คุณเรวัชชัย จันทร์พุด ลดไขมันได้ -12.6% (-9.1 kg)

โปรแกรมสุขภาพที่มุ่งส่งเสริมให้พนักงานมีสุขภาพดี ในปี 2560 บริษัท **Doctor Online** (ปรึกษาคุณหมอออนไลน์) พนักงานสามารถปรึกษาข้อมูลต่างๆ ด้านสุขภาพกับแพทย์ผ่านช่องทางออนไลน์ได้ตลอดเวลา ผ่าน Web และ เป็นเครื่องมือในการติดต่อเชื่อมโยงและเข้าถึงพนักงานทุกรัฐทั่วประเทศอย่างใกล้ชิด

ปลูกรักผ่าน True Connect

บริษัทมุ่งส่งเสริมการสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน รณรงค์โครงการปลูกรักผ่าน True Connect App ขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กร 4C (Caring, Credible, Creative, Courageous) โดยใช้ Thumbs Up Program (Gamification) กระตุ้นให้พนักงานยกย่องชมเชยให้กำลังใจเพื่อนร่วมงาน หัวหน้า หรือผู้ได้บังคับบัญชาในที่

อีกทั้งยังใช้แพลตฟอร์มเดียวกันนี้ ส่งเสริมกิจกรรมสุขภาพ ธรรมะ การออม โดยใช้ในการเชิญชวนร่วมกิจกรรม ประมวลภาพบรรยากาศกิจกรรม รวมทั้งรับฟัง Feedback ความพึงพอใจจากพนักงาน และนำผลที่ได้ไปปรับรูปแบบกิจกรรมให้ตรงใจพนักงานมากขึ้น

นอกจากนี้ ยังมี True HR App เป็นแหล่งรวบรวมสิทธิประโยชน์ และสวัสดิการของพนักงานรายบุคคล ทั้งเรื่องสิทธิประโยชน์ด้านสุขภาพ ประกันต่างๆ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ สิทธิประโยชน์พนักงานในการใช้บริการและสินค้าทรู สวัสดิการต่าง ๆ รวมถึงบทเรียนเพื่อพัฒนาทักษะสั้น ๆ (Micro Learning) เป็นต้น

ปลูกความมั่นคง

ความมั่นคงทางการเงิน มีความสำคัญต่อพนักงานเป็นอย่างยิ่งเพราะปัญหาทางการเงินส่งผลให้พนักงานเครียดจนทำงานไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น บริษัทจึงจัดกิจกรรมปลูกความมั่นคง เพื่อมุ่งส่งเสริมสุขภาพทางการเงิน ช่วยวางแผนการเงิน การลงทุน ตลอดจนช่วยแก้ปัญหาทางการเงินให้แก่พนักงานและแนะนำอาชีพภายหลังเกษียณ ในปีที่ผ่านมาประกอบไปด้วยกิจกรรม 4 ส่วน



Forum ปลูกความมั่นคง

จัดขึ้น 5 ครั้ง ใน 8 หัวข้อ อาทิ

“หมดหนี้มีออม” “วางแผนชีวิต วางแผนการเงิน”

มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่า 821 คน



กิจกรรมปลูกความมั่นคงใน Business Unit

โดยผู้เชี่ยวชาญจากทรู ไปให้ความรู้เรื่องการวางแผนการเงินผ่านกระบวนการทั้งรูปแบบกิจกรรมบรรยาย กิจกรรม Dialogue โดยจัดขึ้นมากกว่า 15 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมกว่า 400 คน



Financial Clinic แบ่งออกเป็น 3 ส่วน

1. **One on One Clinic** เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นทุกวันพุธ โดยมี **“Coach”** ที่ได้รับการ **Certify** จากสถาบันการเงิน มาให้คำปรึกษาโดยตรงแบบส่วนตัวให้แก่พนักงาน โดยช่วงเช้าให้เวลาคนละ 30 นาที ในหัวข้อเรื่องหมดหนี้มีออม ส่วนช่วงบ่ายให้เวลาคนละ 1.30 ชั่วโมง ในหัวข้อวางแผนชีวิต วางแผนการเงิน เราเริ่มกิจกรรมนี้ในไตรมาสที่ 4 มีพนักงานลงชื่อเข้ารับการศึกษา 50 คน
2. กิจกรรม **Financial Clinic** สัญจร โดยวิทยากรจากทรู ที่ผ่านการอบรม **Train the Trainer** และวิทยากรจาก **ตลาดหลักทรัพย์** มาจัดฝึกอบรมให้แนวคิดการวางแผนทางการเงิน และให้คำปรึกษาเรื่อง **“Happy Money, Happy Retirement”** ถึงสถานที่ทำงาน โดยในปีที่ผ่านมาจัด หน่วยงานกิจกรรมรวม 10 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมมากกว่า 400 คน
3. ปลูกรักยังได้ประสานผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนการเงิน 3 ท่านให้บริการพนักงานที่ไม่สะดวกเดินทางสามารถติดต่อปรึกษาแบบออนไลน์ได้โดยทำนัดหมายตรง



ปลูกรัก Happy Retirement

สำหรับพนักงานที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป บริษัทเชิญให้เข้าอบรมภายใต้โปรแกรม **“Happy Money Happy Retirement”** ด้านการเงินแล้ว และจัดกลุ่มสนทนาแลกเปลี่ยนแนวคิดการใช้ชีวิตหลังเกษียณระหว่างกัน โดยเชิญผู้ที่เกษียณอายุแล้ว มาพบปะพูดคุยเพื่อให้ผู้เตรียมเกษียณได้เตรียมตัวเตรียมใจ เพื่อเตรียมเกษียณอย่างมีความสุข นอกจากนี้ยังได้จัดให้ศึกษาดูงานรูปแบบธุรกิจร้านกาแฟ โดยทีมวิทยากรจาก True Coffee แนะนำและฝึกให้ใช้อุปกรณ์ต่างๆ เสมือนเป็นเจ้าของร้านเพื่อให้เข้าใจการทำธุรกิจอย่างแท้จริง และมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่า 50 คน ในปีที่ผ่านมา

ปลูกความผูกพัน

ในปี 2560 กิจกรรมปลูกความผูกพัน สำหรับกลุ่มบริการลูกค้า เราให้ความสำคัญกับทักษะการสร้างความสัมพันธ์ และการทำงานเป็นทีมของพนักงานใน Shop เช่น True Coffee, True Sphere และ Paul Restaurant โดยกิจกรรมที่จัดขึ้นเน้นสร้างเครื่องมือให้พนักงานทุกระดับที่ทำงานอยู่ในที่ทำงานเดียวกันได้เรียนรู้วิธีการสื่อสารสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน ลดความขัดแย้งป้องกันความเครียดและการทำงานเป็นทีมเพื่อบรรลุเป้าหมายไปด้วยกัน

สำหรับการส่งเสริมกิจกรรม ปลูกความผูกพันในระดับหน่วยงาน ทีมงานปลูกรักได้ร่วมสร้างสรรค์กับหน่วยงานต่างๆ จัดกิจกรรมแนวคิด **Happy Workplace** เพื่อให้เกิดการประสานความสัมพันธ์ที่ดี และมีความร่วมมือร่วมใจอย่างต่อเนื่อง เช่น สายงาน IT, True Properties, Innovation & Sustainability เป็นต้น

การบริหารจัดการนวัตกรรม

Innovation Management

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



เป้าหมายและผลการดำเนินงานในปี 2560



เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการใหม่
เชิงนวัตกรรมให้สูงขึ้นร้อยละ 50

ในปี 2563 เปรียบเทียบกับมูลค่า
ในปีฐาน 2558

สามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์
กระบวนการและบริการใหม่
เชิงนวัตกรรม

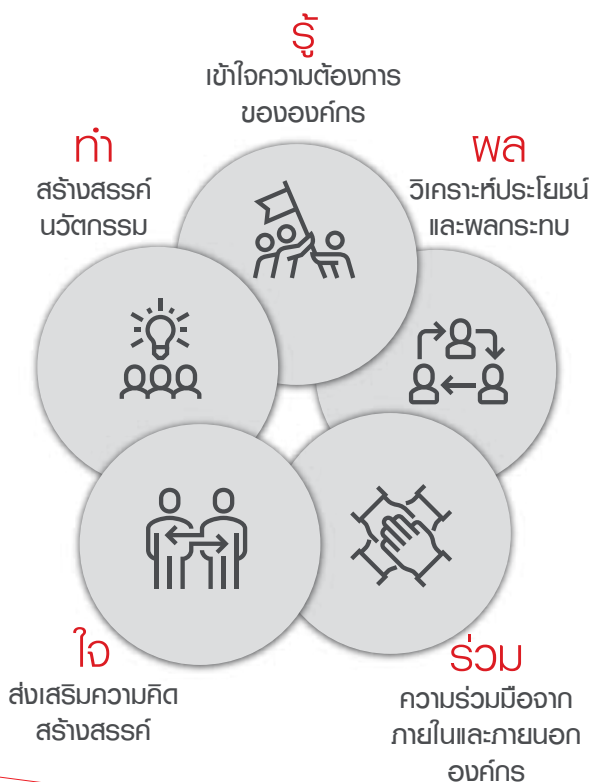
ในปี 2560 คิดเป็นร้อยละ 21
จากเป้าหมายร้อยละ 20

การบริหารจัดการนวัตกรรม

นวัตกรรมหมายถึง การทำสิ่งใหม่ที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ หรือคุณค่ามากกว่าเดิม โดยมีพื้นฐานคือ **จินตนาการ ความมุ่งมั่น และการเปลี่ยนความคิดเป็นกระบวนการปฏิบัติ** เกิดขึ้นจริงและส่งผลประโยชน์ต่อลูกค้า องค์กรและสังคม โดยบริษัทให้ความสำคัญกับนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งนอกจากผลประโยชน์ทางธุรกิจของบริษัท เช่น การลดต้นทุน สร้างรายได้ สร้างตลาดใหม่แล้ว เรายังมุ่งมั่นพัฒนานวัตกรรมที่สร้างคุณค่าทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนอีกด้วย

ยุทธศาสตร์หลักที่สำคัญในการพัฒนานวัตกรรม คือ **การจัดการนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation)** โดยดำเนินการตามกรอบ **“รู้ ผล ร่วมใจ ทำ”** เป็นการเปิดโอกาส ให้อิสระทางความคิดสร้างสรรค์ และการลงมือปฏิบัติจริงผ่านโครงการต่างๆ ที่สำคัญมากมาย ภายใต้การดำเนินงานของ **ศูนย์นวัตกรรม (True Innovation Center)** อาทิ **“ทรู อินโนเวชั่น อวอร์ดส์ (True Innovation Awards)”** **“ทรู แล็บ (True Lab)”** **“ทรู อินคิวบ์ (True Incube)”** และหน่วยงานอื่นๆ ผ่านโครงการ Strategic Project and Leadership Development (SPLD)

หลักการ รู้ ผล ร่วมใจ ทำ



ทรู อินโนเวชั่น อวอร์ดส์

ทรู อินโนเวชั่น อวอร์ดส์ (True Innovation Awards) เป็นการ จัดกิจกรรมส่งเสริมนวัตกรรมภายในองค์กร เปิดโอกาสให้พนักงาน สร้างสรรค์ผลงานและส่งเข้าประกวด จัดอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 นับตั้งแต่ปี 2555 เป็นต้นมา โดยในปี 2560 ทรูจัดประกวดผลงาน นวัตกรรม ประเภท Inno Tree (สุดยอดนวัตกรรม) ซึ่งเป็นผลงาน นวัตกรรมที่สำเร็จแล้ว มีการนำมาใช้งานและสามารถวัดผลการ ใช้งานได้จริง ประกอบไปด้วยแนวคิดที่ได้มีการศึกษาความเป็นไปได้ โดยในปี 2560 มีจำนวนผลงานที่ส่งเข้าประกวดทั้งสิ้น 233 ผลงาน

INNO TREE



ทรู แล็บ สนับสนุนงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรม

ทรู แล็บ เป็นโครงการความร่วมมือด้านงานวิจัยและพัฒนา นวัตกรรม ระหว่าง บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และ สถาบันการศึกษาโดยศูนย์นวัตกรรม บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นผู้สานต่อความตั้งใจในการส่งเสริมการศึกษาด้าน นวัตกรรม สร้างนักวิจัยและนวัตกรรมไทยที่มีคุณภาพ เพื่อพัฒนา ผลงานที่สร้างคุณประโยชน์ให้แก่สังคมและประเทศ โดยความร่วมมือแบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ **ด้านงานวิจัยและพัฒนาโครงการ นวัตกรรม และด้านการสร้างสถานที่ ทรู แล็บ** เพื่อใช้เป็นแหล่ง เรียนรู้ ค้นคว้าวิจัย และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยมีวัตถุประสงค์ ที่สำคัญ ดังนี้

- 1) เพื่อสนับสนุนทุนแก่นิสิต นักศึกษา นักวิจัย ที่สร้างสรรค์ งานนวัตกรรม รวมถึงนวัตกรรมที่ต้องการต่อยอดในเชิง ธุรกิจก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ
- 2) เป็นแหล่งรวบรวมและแลกเปลี่ยนการเรียนรู้สำหรับการ สร้างสรรค์งานนวัตกรรม
- 3) เป็นศูนย์บ่มเพาะ นิสิต นักศึกษา สูการเป็นผู้ประกอบการ ธุรกิจ Start Up



ทุนศึกษาวิจัย Scholarship

แหล่งทุนสนับสนุนสำหรับนักวิจัยและ นวัตกรรม เพื่อสร้างสรรค์และนวัตกรรม ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม และประเทศชาติ



พื้นที่ Space

แหล่งรวมนิสิตนักศึกษา นักวิจัย นวัตกรรม เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สำหรับการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม



ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ Start up

ศูนย์บ่มเพาะ นิสิต นักศึกษา สูการ เป็นผู้ประกอบการธุรกิจ Start up

ตั้งแต่ปี 2556 จนถึงปัจจุบัน กลุ่มทรูได้ร่วมมือกับสถาบัน การศึกษาชั้นนำรวมทั้งสิ้น 8 แห่ง เพื่อพัฒนาตอบโจทย์ภาคธุรกิจ และมอบทุนวิจัย ทรู แล็บ คอนเทสต์ รวมทั้งสร้างศูนย์ ทรู แล็บ ในพื้นที่ของสถาบันการศึกษาดังกล่าว โดยช่วงปี 2559-2560 **บริษัท ได้มอบทุนสนับสนุนให้สถาบันการศึกษาด้านการวิจัยจำนวนเงิน ทั้งสิ้น 11 ล้านบาท** มีการฝึกอบรมอาจารย์ นิสิต นักศึกษา ผ่าน โครงการ ทรู แล็บทั้งสิ้น 120 คน และมีทีมที่ผ่านการเตรียมความ พร้อมเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ Start up จำนวน 30 ทีม จากโครงการ ความร่วมมือด้านงานวิจัยและพัฒนา นวัตกรรม ทรู แล็บ

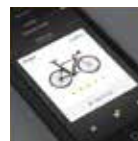


ทรู อินคิวบ์

ทรู อินคิวบ์ (True Incube) โปรแกรมบ่มเพาะผู้ประกอบการ ไทยด้านเทคโนโลยี เพื่อสร้างโอกาสให้แก่บุคคลทั่วไปที่สนใจ สร้างธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง ทรู อินคิวบ์ มุ่งสร้างระบบนิเวศที่สมบูรณ์ แบบครบวงจร เพื่อสนับสนุนสตาร์ทอัพในการสร้างธุรกิจนวัตกรรม ในระดับภูมิภาค โดยมีเป้าหมายส่งเสริมการสร้างให้ประเทศไทย เป็นผู้นำในการให้บริการแบบครบวงจรแก่สตาร์ทอัพในอาเซียน ทรู อินคิวบ์ดำเนินกิจกรรมหลากหลายรูปแบบภายใต้แนวคิด 4 I ประกอบด้วย

1. **I : Inspire** กิจกรรมเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ
2. **I : Innovate** กิจกรรมเพื่อช่วยส่งเสริมสร้างสรรค์นวัตกรรม
3. **I : Incube** กิจกรรมเพื่อบ่มเพาะนวัตกรรม
4. **I : Invest** การช่วยจัดหาแหล่งเงินทุนให้แก่ผู้ประกอบการต่าง ๆ

นับตั้งแต่ทรู อินคิวบ์ จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2556 จนถึงปัจจุบัน มีโปรแกรมการฝึกอบรมเพื่อสร้างแรงบันดาลใจและส่งเสริมการ สร้างนวัตกรรมแล้วทั้งสิ้น 29 โปรแกรม มีผู้เข้าร่วมฝึกอบรมกว่า 5,000 ราย โดยบริษัทสนับสนุนเงินลงทุนมากกว่า 482 ล้านบาท สำหรับ 123 ผู้ประกอบการธุรกิจ Start Up และมีผู้ประกอบการ ธุรกิจ Start Up 35 ราย ก้าวเป็นหุ้นส่วนกับกลุ่มทรู



E-Commerce



Creative Content



Big Data



FinTech



IoT-Hardware



MedTech



PropTech



AgTech-FoodTech

โครงการ SPLD : Strategic Project for Leadership Development

ในปี 2560 กลุ่มทรู มุ่งเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และบริการใหม่เชิงนวัตกรรม ผ่านโครงการ SPLD ซึ่งจัดขึ้นเพื่อ พัฒนาศักยภาพความเป็นผู้นำและสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการ ทำงานข้ามสายงานผ่านการเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง เพื่อให้ สอดรับกับกลยุทธ์ขององค์กรโดยให้ความสำคัญใน 3 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านปฏิบัติการและนวัตกรรม การพัฒนาสินค้าและบริการ และการวิเคราะห์การเดินทางและประสบการณ์ของลูกค้า ทั้งนี้มี การรายงานผลการดำเนินงานของแต่ละโครงการตรงถึงกรรมการ ผู้จัดการใหญ่ โดยพนักงานที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับคำแนะนำ จาก Project leader อย่างใกล้ชิด

ในปี 2560 มีพนักงานเข้าร่วมโครงการทั้งสิ้นจำนวน 736 คน แบ่งเป็น ผู้บริหารระดับสูง 55 คน ผู้บริหาร 569 คน และ พนักงาน 112 คน

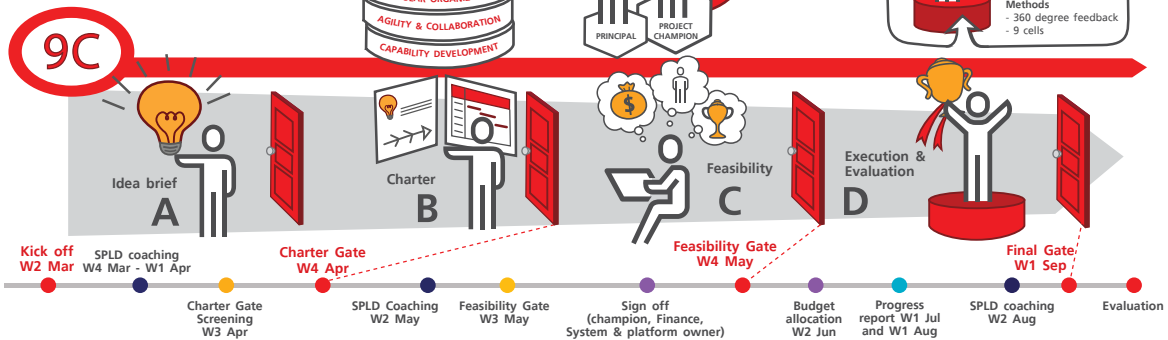
ทั้งนี้กลุ่มทรู สามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และบริการใหม่เชิงนวัตกรรมในปี 2560 ได้มากถึง 312 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.8 เมื่อเทียบกับมูลค่าในปีฐาน 2558

SPLD

Strategic Project & Leadership Development (SPLD)

objectives to develop leadership and build cross-function team working culture through action-learning projects. The projects under SPLD must align with corporate strategies.

Each project team will report to presidents, and get coaching/supervision from Principal.



สำหรับการติดตามผลการดำเนินงาน และผลลัพธ์จากโครงการข้างต้น เพื่อให้บรรลุตัวชี้วัดความสำเร็จของการบริหารจัดการนวัตกรรมปี 2563 นั้น บริษัทมีกระบวนการตรวจสอบที่สะท้อนการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่เชิงนวัตกรรมให้สูงขึ้น วัฒนธรรมนวัตกรรมของบุคลากรภายในองค์กร และรวบรวม

รวมข้อคิดเห็นต่างๆ มาปรับปรุงโครงการและการดำเนินการบริษัทต่อไป ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารผ่านแบบสอบถาม การประชุมกับทีมผู้บริหาร การสัมภาษณ์ การระดมความคิดเห็น การประชุมกับชุมชนที่สนใจ การประชุมกับคู่ค้าและกลุ่มธุรกิจรายเล็ก รวมทั้งมีช่องทางรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะผ่านเว็บไซต์ด้วย

การพัฒนาแอปพลิเคชันเด่นๆ เพื่อตอบสนองต่อนวัตกรรมด้านต่างๆ ในปี 2560

บริษัทเล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนานวัตกรรม ที่สร้างคุณค่าทางสังคมและสิ่งแวดล้อมยั่งยืน โดยในปี 2560 บริษัทพัฒนาแอปพลิเคชันเชิงนวัตกรรมด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ แอปพลิเคชัน True ID และแอปพลิเคชัน True You

App True ID
ศูนย์รวมความบันเทิงที่สุดและสิทธิพิเศษที่ดีกว่า เพื่อทุกไลฟ์สไตล์ใช้งานง่ายครบในที่เดียว



App True You
รวบรวมสิทธิประโยชน์และส่วนลดจากร้านค้า ร้านอาหาร และสถานที่พักผ่อนจากทุกจังหวัดทั่วประเทศ ให้แก่ลูกค้า สามารถค้นหาสิทธิประโยชน์ในบริเวณใกล้เคียงได้

บริษัทยังได้พัฒนาแอปพลิเคชันเชิงนวัตกรรมด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ แอปพลิเคชัน 1toTree และ แอปพลิเคชัน C-ro

App 1toTree
กระตุ้นความสนใจและเพื่อปลูกจิตสำนึกธรรมชาติของเด็กและเยาวชน



App C-ro
ลดภาวะโลกร้อนผ่านการเปลี่ยนพฤติกรรมในการใช้ชีวิต

นอกจากนี้ ยังมีแอปพลิเคชันเชิงนวัตกรรมด้านสังคม ได้แก่ แอปพลิเคชัน Green Mart และแอปพลิเคชัน Por-Pieng โดยผลงานทั้งหมดถูกส่งเข้าประกวดในเวทีนวัตกรรมระดับสากลและได้รับรางวัลมากมาย แสดงให้เห็นถึงความตั้งใจของการพัฒนานวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมอย่างต่อเนื่อง

App Green Mart
เพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรผ่านช่องทางขายสินค้าเกษตรและสื่อสารกับผู้บริโภคได้โดยตรง



App Por-Pieng
แบ่งปันความรู้และประสบการณ์จากการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง และสอนวิธีการบริหารพื้นที่ และการบริหารความเสี่ยง ในการทำการเกษตร



“Samsung ตระหนักถึงความสำคัญของการเพิ่มและส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเสริมสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมในอนาคต ทูมมีการพัฒนาและขยายระบบเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการพัฒนาเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ซึ่งเราช่วยสนับสนุนทั้ง Samsung และ True ให้สามารถส่งเสริมคุณภาพการใช้ชีวิตและส่งเสริมคุณค่านวัตกรรมให้แก่สังคมและช่วยพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่อง”

นายวิชัย พรพระตั้ง

รองประธานองค์กรธุรกิจโทรคมนาคมและไอที บริษัท ไทยซัมซุง อิเลคทรอนิกส์

การเป็นพลเมืองที่ดีและการสร้างผลกระทบเชิงบวกสู่สังคม

Corporate Citizenship and Social Impacts

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ผลการดำเนินงานในปี 2560

 **2,576,292 คน**
สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ
ผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

การบริหารจัดการ

บริษัทมุ่งเน้นและให้ความสำคัญในการยกระดับและพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม ด้วยการนำศักยภาพของเทคโนโลยีและนวัตกรรมสื่อสาร มาสร้างสรรค์คุณค่าให้แก่สังคม ดังนี้

1. การพัฒนาคุณภาพชีวิต โดยให้ความสำคัญกับการลดความเหลื่อมล้ำของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล
2. ยกระดับและพัฒนาคุณภาพการศึกษา ซึ่งเป็นทุนที่สำคัญของการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ การกระจายความรู้ให้ทั่วถึงเป็นการกระจายทุน กระตุ้นศักยภาพของการพัฒนาความเป็นอยู่ได้เป็นอย่างดี
3. บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ด้วยการพัฒนาคุณค่าควบคู่ไปกับการพัฒนากระบวนการจัดการของบริษัททั้งในด้านสิ่งแวดล้อม การปฏิบัติต่อแรงงาน และสิทธิมนุษยชน

การลงทุนในกิจกรรมเพื่อชุมชนและสังคม

จากความแตกต่างด้านรายได้และความเป็นอยู่ของผู้คนในสังคม ทำให้เกิดช่องว่างในการเข้าถึงสาธารณูปโภคพื้นฐานที่จำเป็น รวมทั้งการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล บริษัทมีเป้าหมายอย่างแน่วแน่ที่ช่วยลดช่องว่างเหล่านี้นผ่านการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ด้วยกลยุทธ์ด้านการดูแลสังคมและชุมชน “รู้ คิด ร่วมใจ” นำศักยภาพของเทคโนโลยีสื่อสารและนวัตกรรมทุกรูปแบบขององค์กร สนับสนุนกิจกรรมพัฒนาสังคมในด้านต่างๆ เพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างยั่งยืน

บริษัทตระหนักดีว่า กิจกรรมต่างๆ ในห่วงโซ่อุปทานอาจส่งผลกระทบต่อชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เราจึงมุ่งมั่นและริเริ่มดำเนินโครงการต่างๆ อย่างมีความรับผิดชอบ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชนและสังคมส่วนรวม ทั้งการควบคุมผลกระทบทางลบให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด โดยมีคณะกรรมการด้านนวัตกรรมและความยั่งยืน ทำหน้าที่ดูแลบริหารจัดการและติดตามความก้าวหน้า

นอกจากการสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างเศรษฐกิจและ

สังคมของประเทศผ่านเทคโนโลยีและนวัตกรรมแล้ว บริษัทยังประเมินผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment : SROI) เพื่อวัดผลสัมฤทธิ์ของโครงการ และนำมาใช้วางแผนจัดลำดับความสำคัญกำกับดูแล ติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในประเด็นผลลัพธ์ของกิจกรรมต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

บริษัทยังได้เป็นตัวแทนของภาคเอกชนร่วมดำเนินการผลักดันเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ และเป็นแกนนำจัดตั้งเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย หรือ Global Compact Network Thailand ดำเนินการภายใต้หลักสากล 10 ประการครอบคลุม 4 ด้านหลัก ได้แก่ สิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการทุจริต ปัจจุบันมีสมาชิกผู้ก่อตั้งที่มาจากองค์กรชั้นนำ 15 องค์กร นอกจากนี้ยังได้เชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลกหรือ SDGs 17 ประการ ซึ่งมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจที่เคารพสิทธิมนุษยชน และการขับเคลื่อนการดำเนินงานให้มุ่งสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืน

กลยุทธ์ด้านการดูแลสังคมและชุมชน



การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (GRI 201-1)

บริษัท เล็งเห็นความจำเป็นในการสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพชีวิต โดยเฉพาะโอกาสการเข้าถึงระบบการศึกษา และสาธารณูปโภคพื้นฐานต่างๆ อย่างทั่วถึง เพื่อสร้างความมั่นคงและเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและสังคมโดยรวมของประเทศ โดยสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบต่างๆ อาทิ การนำเทคโนโลยีเข้าไปช่วยสนับสนุนด้านการบริหารจัดการ การบริจาคเงิน รวมทั้งสิ่งของต่างๆ แก่กลุ่มผู้เปราะบาง รวมทั้งการส่งเสริมให้พนักงานทำกิจกรรมจิตอาสา และเก็บบันทึกเป็นชั่วโมงจิตอาสาของพนักงาน

ประเภทของการสนับสนุนสังคม		
การบริจาคเงินสด	275.89	ล้านบาท
สิ่งของและบริการ	126.62	ล้านบาท
ชั่วโมงการทำความดีอาสาเป็นมูลค่า	20,376	ชั่วโมง

หมายเหตุ: งบบริจาคทั้งในรูปตัวเงินและสิ่งของแยกเป็นการบริจาค 19.93% การลงทุนสนับสนุนชุมชน 43.73% และเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด 36.34%

นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งเน้นการสร้างสรรค์และพัฒนา นวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และลดความเหลื่อมล้ำของคนในสังคม เช่น โครงการพัฒนาศักยภาพและคุณภาพชีวิตบุคคลออทิสติก โครงการสื่อพกพาเพื่อการรู้หนังสือสำหรับเด็กออทิสติก โครงการเพชรน้ำหนึ่งเพื่อเด็กด้อยโอกาสในสถานสงเคราะห์ สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของกลุ่มทรู ในฐานะผู้ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมที่ครบวงจร และได้มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้คนในสังคม

บริษัทยังให้การสนับสนุนงบประมาณแก่หน่วยงานที่ดำเนินโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในมิติต่างๆ เช่น สนับสนุนด้านการพัฒนาการศึกษา การส่งเสริมการพัฒนาสุขภาพ รวมทั้งการสนับสนุนองค์กรสาธารณะต่างๆ โดยมีหน่วยงานและองค์กรที่เราให้การสนับสนุน ดังนี้

หน่วยงานและองค์กรสาธารณะที่บริษัทให้การสนับสนุน		
1. สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	4.00	ล้านบาท
2. สมาคมโทรคมนาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์	0.41	ล้านบาท
3. ทอการคำไทย	0.12	ล้านบาท
4. สมาพันธ์สมาคมวิชาชีพ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์	0.10	ล้านบาท
ยอดรวม	4.63	ล้านบาท

ร่วมพัฒนาการศึกษาผ่านโครงการสานพลังประชารัฐอย่างต่อเนื่อง


1,775,195
คน

ส่งเสริมเด็กและเยาวชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในโรงเรียนทรูปลูกปัญญาและทรูปลูกปัญญามีเดีย

บริษัท มุ่งมั่นยกระดับและพัฒนาคุณภาพมาตรฐานการศึกษาของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง พร้อมสนับสนุนโอกาสการเข้าถึงการศึกษาที่ทั่วถึงและเท่าเทียม มุ่งสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ โดยในปี 2560 ยังมีการส่งเสริม “โครงการเปิดโลกทัศน์แห่งการเรียนรู้สู่โรงเรียนทั่วประเทศ” ผ่านโรงเรียนทรูปลูกปัญญาที่มีอยู่ 6,000 โรงเรียนทั่วประเทศ และมีโรงเรียนต้นแบบที่มีศักยภาพรวม 58 โรงเรียน โดยมีเด็กนักเรียนได้รับการส่งเสริมรวม 1,675,195 คน ทั้งนี้ไม่นับรวมเด็กนักเรียนของโรงเรียนทรูปลูกปัญญา ที่อยู่ในโครงการสานพลังประชารัฐ คอนเน็กซ์-อีดี พร้อมทั้งพัฒนาแอปพลิเคชันทรูปลูกปัญญา และเว็บไซต์ www.trueplookpanya.com เพื่อให้เยาวชนและบุคคลทั่วไปเข้าถึงแหล่งความรู้สะดวกรวดเร็ว โดยไม่เสียค่าบริการ ใช้งานได้ไม่จำกัดเครือข่ายผ่าน @TRUEWIFI ที่มีมากกว่า 100,000 จุดทั่วประเทศ

นอกจากนี้ ยังสนับสนุนโครงการสานพลังประชารัฐด้านการศึกษาพื้นฐานและการพัฒนาผู้นำอย่างต่อเนื่อง โดยสนับสนุนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงพร้อมสื่อการเรียนการสอนดิจิทัลให้แก่เด็กนักเรียนในโรงเรียนประชารัฐ และร่วมกับ 12 องค์กรภาคเอกชนเดินทางโครงการสานพลังประชารัฐ คอนเน็กซ์-อีดี โดยในปี 2560 สามารถสร้างห้องเรียนอัจฉริยะจำนวน 39,829 ห้องเรียน พัฒนาคุณภาพสร้างเด็กดีและเด็กเก่ง 749,349 คน และส่งเสริมการพัฒนาครูมืออาชีพ 36,397 คน ส่งเสริมศักยภาพผู้อำนวยการในโรงเรียนประชารัฐ 3,351 โรงเรียน รวมทั้งจัดอบรมเสริมความรู้ให้แก่ School Partners กว่า 600 คน และจัดอบรมให้แก่ผู้นำด้านเทคโนโลยีการศึกษา (ICT Talent) จำนวน 100 คน ทำหน้าที่สร้างและเผยแพร่องค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีให้แก่ครูและผู้บริหารของโรงเรียนประชารัฐและชุมชนรอบข้าง เพื่อให้สามารถใช้สื่อและอุปกรณ์อย่างมีประสิทธิภาพ

โครงการสานพลังประชารัฐ คอนเน็กซ์-อีดี ปี 2560

39,829
ห้องเรียน

สร้างห้องเรียนอัจฉริยะ

36,397 คน

ส่งเสริมการพัฒนาครูมืออาชีพ

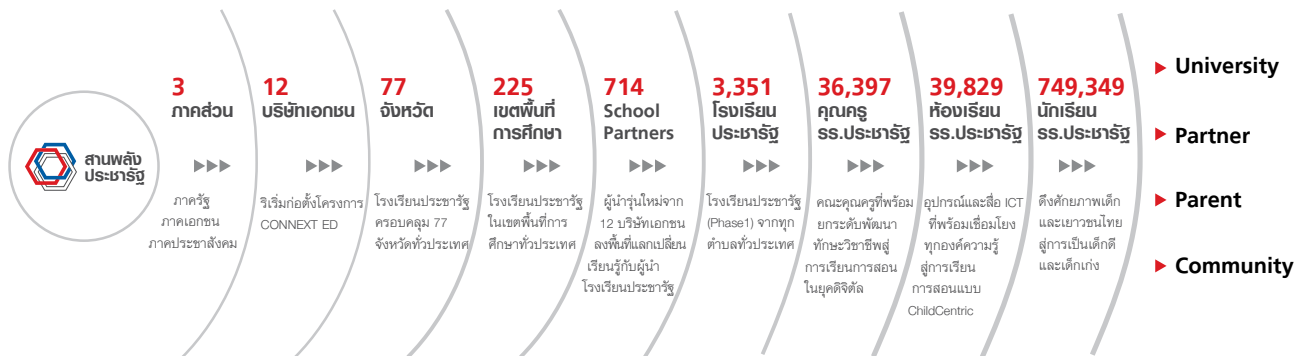
749,349 คน

พัฒนาคุณภาพสร้างเด็กดีและเด็กเก่ง

3,351 โรงเรียน

ส่งเสริมศักยภาพผู้อำนวยการในโรงเรียนประชารัฐ

กลไกการมีส่วนร่วมกับทุกภาคส่วน



ทรู คลิกไลฟ์ มุ่งพัฒนาคอนเทนต์เพื่อการศึกษา

ในโลกของข้อมูลข่าวสารที่ไร้ขีดจำกัด เรามีความเชื่อว่าการพัฒนาเทคโนโลยีการพัฒนาทรัพยากรบุคคลและความรับผิดชอบต่อสังคม ต้องดำเนินการควบคู่กันไป ดังนั้นบริษัทจึงมุ่งมั่นสร้างสรรค์เนื้อหาสาระที่เหมาะสมเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้เรียน ผ่านการดำเนินโครงการ True Click Life: Creative Learning Innovation โดยพัฒนาและจัดทำหลักสูตรด้านการศึกษาอย่างเป็นระบบเสริมสร้างกระบวนการคิด จัดกระบวนการให้ความรู้ที่มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องผ่านสื่อการสอนที่ทันสมัย เพื่อพัฒนาเยาวชนตั้งแต่ระดับปฐมวัยถึงระดับมัธยมศึกษาให้มีความรู้ความสามารถและรู้เท่าทันโลก

ทั้งนี้ได้พัฒนาครอบคลุม 5 หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตร Computer Genius Program หลักสูตร English Genius Program หลักสูตร Chinese Genius Program หลักสูตร Robotics Genius Program และ หลักสูตร Music Genius Program ซึ่งเป็นนวัตกรรมการเรียนการสอนด้านเทคโนโลยีและการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษและภาษาจีนสำหรับเด็ก ตั้งแต่ระดับอนุบาลจนถึงมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปัจจุบันมีโรงเรียนเอกชนที่เข้าร่วมหลักสูตรกว่า 100 โรงเรียนทั่วประเทศ และมีนักเรียนที่เข้าร่วมหลักสูตรตั้งแต่ระดับอนุบาลถึงระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ประมาณ 100,000 คนทั่วประเทศเพื่อก้าวเข้าสู่ AEC และมาตรฐานการศึกษาในระดับสากล

หลักสูตรการเรียนการสอนของ ทรู คลิกไลฟ์



สร้างการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุคสังคมดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น ในฐานะผู้ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคม จึงมุ่งเน้นส่งเสริมให้ทุกคนเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานของการสื่อสารโทรคมนาคมได้อย่างเท่าเทียม โดยมีการกำหนด Roadmap ของการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและเพิ่มขีดความสามารถด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านระบบ สื่อสารและโทรคมนาคมให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทอย่างต่อเนื่อง เพราะเรามีเป้าหมายที่สำคัญ คือ การทำให้ประชาชนในทุกพื้นที่เข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งแหล่งข้อมูลข่าวสารและการเรียนรู้ได้อย่างทั่วถึง ช่วยลดปัญหาความเหลื่อมล้ำภายในสังคมสร้างโอกาสในการพัฒนาคน เศรษฐกิจ และสังคมอย่างยั่งยืน

พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล รองรับเทคโนโลยีที่หลากหลาย (GRI 203-2)

บริษัทเน้นการพัฒนาเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล โดยนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการสื่อสารใหม่ๆ พัฒนาสินค้าและบริการเพื่อตอบโจทย์ความต้องการตามไลฟ์สไตล์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น พร้อมส่งมอบประสบการณ์ที่ดีมีคุณค่าแก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนทุกกลุ่มเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ครอบคลุมประชากรกว่า 4 ล้านคน ภายในปี 2560 โดยในปีที่ผ่านมา **เราสามารถเพิ่มการเข้าถึง**

เทคโนโลยีสารสนเทศผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแก่ประชากรมากกว่า 2,576,292 คน

ในปี 2560 บริษัทได้ขยายโครงข่ายสัญญาณโทรศัพท์มือถือบนระบบ 4.5G ครอบคลุมการเข้าถึงกว่าร้อยละ 98 ของจำนวนประชากรทั้งหมด และมีสถานีฐาน **MIMO (Multiple-Input, Multiple-Output)** จำนวน 7,000 สถานี โดยใช้งบประมาณในการขยายโครงข่ายสถานีฐานมากกว่า 57,000 ล้านบาท เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารของไทย ให้ก้าวหน้าเทียบเท่าระดับสากล

สร้างการเข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อส่งมอบคุณค่าแก่สังคม

1. โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตกลุ่มเปราะบาง

โครงการพัฒนาศักยภาพและคุณภาพชีวิตกลุ่มเปราะบางภายใต้แนวคิด **Creating a Better Life for Vulnerable Groups** เพื่อให้พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยในปี 2560 กลุ่มทราว์ว่าจ้างคนพิการทำงาน 264 คน พร้อมส่งเสริมอาชีพผู้พิการ ตามมาตรา 35 แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการ พ.ศ. 2550 และจากการจัดกิจกรรมต่างๆ ดังนี้



1. อบรมการใช้ Kare Application ให้แก่ผู้ปกครองและผู้ดูแลเด็กออทิสติกทั่วประเทศจำนวน 2,000 คน เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านกายภาพและสติปัญญา ของเด็กออทิสติก และผู้ปกครองสามารถผลิตสื่อการสอนได้ด้วยตนเอง

2. ร่วมกับมูลนิธิออทิสติกไทย นำผลิตภัณฑ์ศิลปะรูปแบบต่างๆ จากฝีมือเด็กออทิสติก ภายใต้ธุรกิจเพื่อสังคม **“ArtStory By AutisticThai”** อาทิ แก้ว หมวก กระเป๋า เสื้อ สมุดโน้ตทำมือที่มีแบบเดียวในโลก จำหน่ายผ่าน www.weloveshopping.com เว็บไซต์ช้อปปิ้งออนไลน์ รวมทั้งเปิดพื้นที่ในอาคารทิว ทาวเวอร์ 1.2 ให้เด็กออทิสติกนำสินค้าเข้าไปจำหน่าย โดยในปี 2560 มีรายได้จากการขายกว่า 4.97 ล้านบาท และยังได้สนับสนุนการจัดงานมหกรรมกีฬานานาชาติสำหรับผู้พิการ ผู้ดูแลและเด็กออทิสติกประจำปี 2560 ครั้งที่ 1 มีผู้ร่วมงานกว่า 1,000 คน จาก 10 ประเทศในอาเซียนและญี่ปุ่น

3. TrueMove H Deaf SIM ราคาพิเศษ สำหรับผู้พิการทางการได้ยินและใช้บริการถ่ายทอดการสื่อสาร (TTRS) ฟรีเพิ่มโอกาสและพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้พิการ และยังได้พัฒนาแอปพลิเคชัน True Care Live for Deaf ศูนย์บริการลูกค้าสำหรับผู้บกพร่องทางการได้ยิน สนทนาผ่านวิดีโอโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

4. Blind SIM ชิมแบบเติมเงินสำหรับผู้พิการทางสายตา ใช้ค่าตัวราคาพิเศษได้ไม่จำกัด ให้ใช้แอปพลิเคชัน Line (Chat + Call), WhatsApp, TaB2Read, Read for The Blind (RFB) และโทรเข้าศูนย์ข่าวสารทางเสียง 1414 ได้ฟรี พร้อมสมาร์ตโฟนราคาพิเศษ “True Smart 4G Max 5.5” ติดตั้งแอปพลิเคชันที่ช่วยให้ผู้พิการทางสายตาติดต่อสื่อสารสะดวกยิ่งขึ้น สามารถเข้าถึงข้อมูลและการสื่อสารได้อย่างเท่าเทียม

5. ร่วมกับสมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จัดโครงการเสียงสร้างสุข เชิญชวนพนักงานสร้างคลังความรู้สำหรับผู้พิการทางสายตา ด้วยการอ่านหนังสือเสียงผ่านแอปพลิเคชัน Read for The Blind มีพนักงานอ่านหนังสือและบทความรวม 353 คน จำนวนหนังสือเสียงและบทความรวม 159 เรื่อง



6. สนับสนุนโครงการสื่อพกพาเพื่อการรู้หนังสือ สำหรับเด็กนอกระบบการศึกษา (Mobile Literacy for Out-of-School Children Project) นำเทคโนโลยี ICT พัฒนาการเรียนรู้ขั้นพื้นฐานให้แก่เด็กนอกระบบการศึกษาในพื้นที่ชายแดนไทย-พม่า ซึ่งมีประมาณ 6,000 คน และจากการส่งเสริมของบริษัทส่งผลให้นักเรียนมีผลการเรียนติดอันดับ Top 5 ในหลักสูตร NFPE Non-Formal Primary Education ของพม่า



7. โครงการเพชรน้ำหนึ่ง เพื่อเด็กด้อยโอกาสในสถานสงเคราะห์ โดยร่วมกับการทรวพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ โดยในปี 2560 ได้ติดตั้งอุปกรณ์และสื่อดิจิทัลให้แก่สถานสงเคราะห์ 30 แห่ง และยังส่งเสริมการศึกษาต่อและสร้างอาชีพสร้างรายได้ เช่น โครงการเลี้ยงไก่ไข่ เป็นอาหารกลางวัน 2 แห่ง ปัจจุบันมีเยาวชนด้อยโอกาสในสถานสงเคราะห์ทั่วประเทศกว่า 6,000 คน

2. โครงการพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ทักษะชีวิตเยาวชน



1. โครงการสามเณรปลูกปัญญาธรรม ปีที่ 6 คือ รายการธรรมะรูปแบบเรียลลิตี้ เพื่อสร้างสังคมแห่งความรู้คุณธรรม ช่วยปลูกฝังแนวคิดและค่านิยมที่ถูกต้อง เพื่อเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพที่เป็นทั้งคนเก่งและคนดี มีเยาวชนสมัครร่วมประมาณ 4,000 คน

2. โครงการนักวิทยุน้อย ปีที่ 22 โดยร่วมกับ สมาคมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีศึกษาไทย (สวทศ.) ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และความคิดในเชิงวิทยาศาสตร์ ให้แก่เด็กระดับประถมโดยมีนักเรียนส่งผลงาน 217 โครงการ จาก 59 จังหวัดทั่วประเทศ



3. แอปพลิเคชัน We Grow และค่ายเยาวชนรักพงษ์ไพร ปีที่ 3 โดยในปี 2560 บริษัทแอปพลิเคชัน We Grow ที่พัฒนาเพื่อสนับสนุนการจัดหลักสูตรอบรม ค่ายเยาวชนรักพงษ์ไพร มีนักเรียนเข้าร่วมโครงการกว่า 7,000 คน ทั่วประเทศ



4. โครงการประกวดภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสังคม (True Young Producer Award) เปิดโอกาสให้เยาวชน นิสิต นักศึกษา ระดับอุดมศึกษาส่งผลงานเข้าประกวดหัวข้อ “โกง ไม่ เท” เพื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริต มีจำนวนผลงานทั้งสิ้น 703 ผลงาน

5. โครงการประกวดเพลง “ข้อสะอิดด้านทุจริต” ร่วมกับมูลนิธิต่อต้านการทุจริตจัดโครงการรณรงค์ต่อต้านการทุจริตผ่านบทเพลง สร้างความตระหนักรู้ภัยของการทุจริตที่จะส่งผลกระทบต่อชาติ มีเพลงส่งเข้าประกวดจำนวน 442 เพลง

เสียงตอบรับจากผู้ร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิต



นายสุโขทัย ดวงประเสริฐ

**ผู้อำนวยการกลุ่มนิเทศติดตามและประเมินผลการจัดการศึกษา
สพป. ฉะเชิงเทรา เขต 1 โรงเรียนประจักษ์รัฐ คอนเน็กซ์-อีดี**

“โครงการนี้ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมจัดการศึกษาอย่างแท้จริง เพราะ School Partner ซึ่งเป็นผู้นำรุ่นใหม่ มาจากบริษัทเอกชน ที่ร่วมโครงการ ซึ่งมีความรู้ความสามารถ โดยทำงานร่วมกับ ผู้อำนวยการและครูของสถานศึกษาอย่างใกล้ชิดและทำให้เกิด การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น



นางสาวนุญนรี พิวเหลือ
ศูนย์การศึกษาพิเศษ จังหวัดสตูล

“ออกัสติก แอปพลิเคชัน ทำให้เด็กๆ ตื่นเต้นและสนุกกับการ ใช้งาน ทำให้เด็กรู้จักตัวเอง คนรอบข้าง คุณครูและสิ่งแวดล้อมต่างๆ สามารถใช้กล่อมเนื้อมัดเล็กขีดเขียนได้ตามวัยได้เหมือนเด็กทั่วไป และจากที่เด็กออกเสียงไม่ได้ ไม่พูด ไม่สบตา ส่งเสียงได้บ้างแต่ไม่ ชัดเจน แต่หลังจากได้ฝึกจากการใช้แอปฯ นี้ ทำให้สามารถสื่อสาร และมีภาษาพูด สามารถเรียนร่วมกับเด็กปกติทั่วไปได้ และสิ่งหนึ่ง ที่สำคัญคือ ความรัก ซึ่งเป็นพลังเสริม แม้ความหวังจะริบหรี่ ขอเพียงมีความอดทน ลักวันฝันจะเป็นจริง”



ศูนย์การเรียนรู้ Saw อ. แม่สอด จ. ตาก

“ซิดโกเป็นนักเรียนป. 2 น้องอายุ 12 โตกว่าเด็กทุกคนในชั้น ทำให้น้องมีปัญหา ซ้ำๆ มากขาดความมั่นใจ ครูจึงให้น้องเป็น ผู้ช่วยครูดูแลน้องๆ ใช้แท็บเล็ต ตอนนี้น้องมั่นใจขึ้นมาก ถ้าครู ไม่ว่างน้องจะมาขอเอาแท็บเล็ตไปสอนน้องๆ ในห้องเอง”



ครูอ้นนิโอ ศูนย์การเรียนรู้ New Day อ. แม่สอด จ. ตาก

“เอเออา อยู่ชั้น ป. 3 เรียนรู้ซ้ำ สอบวิชาภาษาไทยได้ 4 จาก 100 คะแนน น้องไม่ยอมพูด ไม่ยอมท่องหนังสือ ชอบแต่ แอปโต้ตะ ครูทุกคนหมดหวัง สอนเท่าที่จะทำได้แต่พอมีแท็บเล็ต และทีวีมา น้องสนใจมาก ผลการเรียนดีขึ้น ทำผลสอบได้ถึง 38 คะแนน วันหนึ่งครูตกใจมากที่น้องลุกขึ้นมาอ่านหนังสือให้ฟัง ครูประทับใจมาก”



เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลหนองโพง

“ขอบพระคุณ ทรูฟอเรซ ที่ดูแลเราตลอดมา ตั้งแต่ปี 2556 จนถึงปัจจุบัน เพราะการดูแลประชาชนขั้นพื้นฐานเป็นหัวใจสำคัญ ของงานสาธารณสุขชุมชน โรงพยาบาลเราดูแลชาวบ้านกว่า 700 หลังคาเรือน ประชากรประมาณ 4,000 คน มีเจ้าหน้าที่ เพียง 4 ท่าน ซึ่งทำให้ดูแลไม่ทั่วถึง แต่ก็มีพี่น้องเครือข่าย อสม. ทั้ง 65 คนที่เป็นแขนเป็นขาให้ โดยมีทรูฟอเรซ ที่ช่วยเชื่อมต่อให้ เราสามารถสื่อสารถึงกัน และดูแลประชาชนได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น”

HOME

เรามุ่งมั่นเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

สร้างจิตสำนึก

รักธรรมชาติ

เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

สร้างสังคมให้น่าอยู่



บริษัทอยู่ระหว่างพัฒนาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management System: EMS) ตามมาตรฐาน ISO14001:2015 โดยจัดตั้งคณะกรรมการระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (EMS Steering Committee) ซึ่งมีกรรมการผู้จัดการใหญ่กลุ่มบริษัท (ร่วม) เป็นประธาน ซึ่งระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมจะทำให้การพัฒนากระบวนการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นไปตามมาตรฐานสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันทั้งกลุ่ม

ทั้งนี้ บริษัทมีแผนจัดทำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยจัดทำคู่มือระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมของธุรกิจและจัดฝึกอบรมให้แก่พนักงานที่เกี่ยวข้อง ภายในต้นปี 2561 รวมทั้งวางแผนการสื่อสารเรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมให้ครอบคลุมทั้งกลุ่มบริษัท เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในปีนี้ได้รวบรวมและรายงานตามมาตรฐานของระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO14001: 2015

โครงสร้างการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม



บริษัทจัดตั้งคณะทำงานด้านการอนุรักษ์พลังงาน (Energy Management Committee) และคณะทำงานด้านระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (EMS Steering Committee) เมื่อปลายปี 2560 มีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้นำด้านการปฏิบัติการต่อระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม โดยได้กำหนดเป้าหมายและดัชนีชี้วัดผลการดำเนินงานของผู้บริหารระดับสูง เพื่อขับเคลื่อนผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนด

นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดให้มีมาตรการหลากหลายรูปแบบเพื่อใช้ประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย การรายงาน การติดตาม การตรวจสอบโดยหน่วยงานภายในและ

ภายนอก เพื่อสอบทานความถูกต้องของข้อมูล เทียบกับเป้าประสงค์และเป้าหมายของบริษัท โดยเริ่มต้นจากการตรวจรับรองตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อมประจำปีที่เปิดเผยในรายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนโดยหน่วยงานภายนอก รวมทั้งการนำข้อมูลด้านการใช้น้ำของบริษัท เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการตรวจรับรองผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งการตรวจรับรองโดยหน่วยงานภายนอก ช่วยทำให้การรายงานข้อมูลผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมีความน่าเชื่อถือ และการตรวจประเมินภายในจากเครือเจริญโภคภัณฑ์ สามารถสร้างความมั่นใจได้ว่าบริษัทดำเนินการสอดคล้องตามกรอบยุทธศาสตร์ความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์

แผนบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทมีแผนที่จะประเมินผลกระบวนการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมผ่านกิจกรรมต่างๆ ดังต่อไปนี้

- พัฒนาระบบการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ให้เป็นมาตรฐานเดียวกันอย่างต่อเนื่องผ่านการดำเนินโครงการระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัท
- ประเมินความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ กฎหมาย และผลกระทบทางกายภาพ
- วางแผนพัฒนาผลการดำเนินงานด้านพลังงานอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าบริษัทอยู่ในระหว่างการพัฒนาโครงข่ายสัญญาณโทรศัพท์มือถือ 5G ในอนาคตอันใกล้
- แผนขยายขอบเขตข้อมูลสิ่งแวดล้อมให้ครอบคลุมอาคารเช่า เช่น ศูนย์บริการลูกค้า และพื้นที่ปฏิบัติการอื่นๆ

ความมุ่งมั่นจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทตั้งเป้าหมายด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม โดยลดการใช้น้ำต่อรายได้ลงร้อยละ 10 ภายในปี 2563 เทียบกับปี 2558 และลดความเข้มข้นของการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก ร้อยละ 10 ภายในปี 2563 เทียบกับปี 2558

บริษัทมุ่งมั่นที่จะได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2015 ที่อาคาร ทู ทาวเวอร์ (สำนักงานใหญ่) ภายในครึ่งปีแรกของปี 2561 และมีแผนที่จะขยายขอบเขตไปยังพื้นที่ปฏิบัติการสำคัญอื่นๆ ในปีถัดไป

การบริหารจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในปี 2560 บริษัทดำเนินงานบริหารจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งระยะสั้นและระยะยาว ให้ความสำคัญในการลดการใช้พลังงานไฟฟ้าในระบบปรับอากาศ **ปรับเปลี่ยนระบบระบายความร้อนด้วยอากาศ (Air-cooled Ventilation System)** และลดการใช้กระดาษทั้งภายในและภายนอกองค์กรผ่านการขยายขอบเขตระบบ E-Billing

นอกจากนี้ ยังมีโปรแกรมจัดการขยะที่โรงพยาบาล โดยเปลี่ยนการใช้โฟมบรรจุอาหารมาเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษ ซึ่งสามารถย่อยสลายได้เร็วโดยธรรมชาติและปลอดภัยต่อผู้บริโภคมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการช่วยสร้างความตระหนักรู้ให้แก่พนักงานที่มาใช้บริการที่โรงพยาบาล เพื่อให้ใส่ใจผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรมในชีวิตประจำวัน

การจัดการขยะที่โรงพยาบาล

เมื่อเดือนกรกฎาคม 2560 มีบริษัทนำบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Bio-Based Packaging) มาใช้ในโรงพยาบาลของบริษัท ซึ่งให้บริการทั้งพนักงานทูและบุคคลภายนอกที่ส่งอาหารห่อกลับไปรับประทาน บรรจุภัณฑ์ดังกล่าวทำจากเส้นใยธรรมชาติปราศจากการฟอกสีและไม่มีสารเคมีที่เป็นอันตราย เป็นไปตามมาตรฐาน Good Manufacturing Practice (GMP) ระเบียบสหภาพยุโรปว่าด้วยบรรจุภัณฑ์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสัมผัสอาหาร (EU FDA) และมาตรฐานขององค์การอาหารและยาแห่งสหรัฐอเมริกา (US FDA)

จากการส่งเสริมโครงการดังกล่าว ทำให้สามารถลดการเกิดขยะและลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงได้เป็นจำนวนมาก โดยลดขยะที่เป็นโฟมได้ประมาณ 64,800 ชิ้น (กรกฎาคม - ธันวาคม 2560) ทั้งนี้เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากโฟมไม่สามารถย่อยสลายได้โดยธรรมชาติ แต่บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสามารถย่อยสลายได้ภายใน 5 ปี และยังช่วยลดผลกระทบต่อพื้นที่ฝังกลบขยะอีกด้วย

แผนแม่บท

ปรับระบบระบายความร้อนด้วยอากาศ

บริษัทดำเนินโครงการแผนแม่บทระบบระบายความร้อนด้วยอากาศ (Variable Refrigerant: VRV) นี้ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2559 โดยติดตั้งแทนระบบปรับอากาศแบบธรรมดาสำหรับพื้นที่ปฏิบัติการในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าลงได้ โดยบริษัทตั้งเป้าหมายที่จะติดตั้งระบบ VRV ให้ครบ 170 พื้นที่ปฏิบัติการ

ในปี 2560 บริษัทได้ดำเนินการติดตั้งระบบทั้งสิ้น 18 ระบบ ใน 7 พื้นที่ปฏิบัติการแล้วเสร็จ ประหยัดค่าใช้จ่ายได้ประมาณ 430,000 บาท คิดเป็นการใช้ไฟฟ้าลดลง 95 เมกะวัตต์ หรือเทียบเท่ากับการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (GHG Scope 2) ลดลง 58 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



กลยุทธ์ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

Climate Change Management

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ผลการดำเนินงานเด่นในปี 2560



สามารถลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ตามเป้าหมาย โดยมีค่าสัดส่วนการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรงและทางอ้อม (Scope 1 & Scope 2) ต่อรายได้จากการบริการ (1 ล้านบาท) เท่ากับ 3.51 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ต่ำกว่า เป้าหมายปี 2560 ที่ตั้งไว้ไม่เกิน 4.05 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ตั้งทีมดูแลงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ

ในการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ บริษัทได้แต่งตั้งหัวหน้าคณะผู้บริหารด้านนวัตกรรมและความยั่งยืน (Chief Innovation and Sustainability Officer) รับผิดชอบงานด้านความยั่งยืนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ร่วมกับคณะทำงานด้านการบริหารจัดการการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกกลุ่มทรู (True Group Working Committee for Greenhouse Gas Emission Management) โดยมีบทบาทและความรับผิดชอบดังนี้

1. ดำเนินโครงการด้านการประหยัดพลังงานและการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก
2. จัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก (GHG Inventory)
3. ทบทวนและนำเสนอโครงการด้านพลังงานและลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อพิจารณาอนุมัติงบประมาณ
4. สนับสนุน แก้ปัญหา และพัฒนาการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการประหยัดพลังงานหรือการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก
5. ตรวจสอบติดตามและรายงานผลการดำเนินงานแก่คณะทำงานด้านประสิทธิภาพในการดำเนินงานและอนุรักษ์พลังงาน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคม ภายใต้เครือเจริญโภคภัณฑ์

บริษัทกำหนดให้มีการปรับขึ้นเงินเดือนประจำปีและการจ่ายเงินโบนัส หากคณะทำงานฯ สามารถผลักดันการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกปี 2563

ทั้งนี้ บริษัทมุ่งมั่นลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจที่สามารถควบคุมดูแลได้โดยตรง ผ่านกิจกรรมการขนส่ง (การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง - GHG Scope 1) การใช้ไฟฟ้าในสำนักงาน การปฏิบัติการด้านเครือข่าย (Network Operations) และทรูซ็อบ (การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม - GHG Scope 2) โดยได้ดำเนินงานดังนี้

การบริหารจัดการ

จากหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ที่บ่งชี้ความจำเป็นในการป้องกันไม่ให้อุณหภูมิของโลกเพิ่มขึ้น มากกว่า 2 องศาเซลเซียส ในฐานะผู้ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคม และในฐานะพลเมืองโลก บริษัทมุ่งมั่นและสนับสนุนสังคมในการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก ด้วยการกำหนดกลยุทธ์ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยคำนึงถึงความเสี่ยงด้านกายภาพ ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ และข้อบังคับ ที่อาจส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นความเสี่ยงในอนาคต สำหรับความเสี่ยงด้านกฎระเบียบฯ นั้น ปัจจุบันไทยยังไม่มีกฎหมายด้านการบริหารจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยตรงแต่ได้มีการร่วมลงนามสัตยาบันร่วมกับหลายประเทศทั่วโลกตามข้อตกลงปารีส (Paris Agreement) เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2559 โดยแสดงเจตนารมณ์ที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกร้อยละ 20 - 25 ภายในปี 2573 ทั้งนี้เพื่อสอดคล้องกับข้อตกลงดังกล่าว บริษัทได้กำหนดเป้าหมายลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก และพร้อมที่จะร่วมสนับสนุนแผนและผลักดันการดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมายดังกล่าว

1. ลงทุนเทคโนโลยีที่ช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานการดำเนินงานด้านเครือข่าย โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีการใช้เครื่องปรับอากาศ
 2. ดำเนินงานร่วมกับฝ่ายบริหารจัดการสำนักงาน และเจ้าของพื้นที่ ในการวางแผนมาตรการการประหยัดพลังงานอย่างใกล้ชิด รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในพื้นที่สำนักงานทั่วประเทศ
 3. พัฒนาและขยายการใช้เซลล์แสงอาทิตย์ (Solar Cell) ที่สถานีฐาน (Base Station)
 4. ระบุปัจจัยและยับยั้งการสูญเสียพลังงานในพื้นที่ปฏิบัติงานที่มีอยู่ ในปี 2561 บริษัทจะคงดำเนินกลยุทธ์ต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การร่วมมือระหว่างบุคลากรของทรู และผู้เชี่ยวชาญด้านพลังงาน เพื่อศึกษาโอกาสในด้านต่างๆ ต่อไปนี้
- การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานของระบบเครือข่าย
 - มาตรการและเทคโนโลยีประหยัดพลังงานที่ศูนย์บริการลูกค้า ทรูซ็อบ และอาคารสำนักงาน
 - ลดการเดินทางด้วยรถยนต์ ด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และระบบสื่อสารโทรคมนาคม
- นอกจากนี้ ทรูจะได้ศึกษาความเป็นไปได้ของการตั้งเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกที่อ้างอิงจาก Science-Based Target

ความเสี่ยงและจัดการความเสี่ยง

ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทเคยได้รับผลกระทบจากเหตุอุทกภัย ซึ่งส่งผลต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ เพราะไม่สามารถให้บริการสื่อสารได้ตามปกติ ดังนั้น บริษัทจึงได้มีมาตรการป้องกันโดยปรับปรุงเพิ่มความสูงของเสาส่งสัญญาณ เพื่อป้องกันผลกระทบจากปัญหาอุทกภัย และปัญหาน้ำท่วมสูง

บริษัทมีกระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ

เหมาะสม ครอบคลุมการจัดการความเสี่ยงและโอกาสด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

นอกจากนี้ ยังมีการประเมินความเสี่ยงประจำปีที่ครอบคลุมถึงความเสี่ยงด้านกายภาพ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อโครงสร้างการดำเนินธุรกิจของบริษัท เช่น ความทนทานของอุปกรณ์ ความเสียหายเชิงกายภาพ ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ และสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน เป็นต้น

มาตรการเชิงรุกลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก

บริษัทยังได้กำหนดมาตรการเชิงรุกเพื่อรณรงค์การลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกอื่นๆ (GHG Scope 3) ผ่านกิจกรรม True Car Free Day ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกๆ 2 เดือน เพื่อรณรงค์ให้พนักงานเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะแทนการใช้ยานพาหนะส่วนบุคคล ซึ่งสามารถลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ รวมทั้งมีการบริหารจัดการครอบคลุมตลอดห่วงโซ่อุปทานของบริษัทและผู้ให้บริการขนส่ง โดยระบุข้อกำหนดเกี่ยวกับการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกในสัญญาการให้บริการ (Service Contract)

นอกจากนี้ บริษัทยังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ (Low Carbon Products) และผลิตภัณฑ์ที่หลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Avoided Emissions Products) จากการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท อาทิ แอปพลิเคชัน iServices ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการ เติมน้ำมันมือถือ หรือใช้บริการอื่นๆ ได้โดยไม่ต้องเดินทางไปยังศูนย์บริการลูกค้าหรือช่องทาง ซึ่งจะช่วยลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกและประหยัดเวลาในการเดินทาง

กระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



หัวหน้าหน่วยงานของแต่ละแผนกในธุรกิจเตรียมข้อมูลนำเข้าที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยง



ทีมความเสี่ยงทบทวนความเสี่ยงขององค์กรในภาพรวม



ทีมบริหารจัดการความเสี่ยงต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ



แผนความเสี่ยงต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจและแผนฟื้นฟูจากความเสี่ยง

ประเด็นความเสี่ยงและโอกาสด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



ความเสี่ยง

- **ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ** : ข้อตกลงระหว่างประเทศในการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดจนความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เช่น การกำหนดเกณฑ์การปล่อยมลพิษ ภาษีคาร์บอน (Carbon Taxes) การค้าขายแลกเปลี่ยนก๊าซเรือนกระจกในอนาคต (Cap and Trade) การกำหนดกฎเกณฑ์การรายงานการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก และข้อบังคับการจดทะเบียนภาษีจากการใช้เชื้อเพลิง
- **ความเสี่ยงด้านกายภาพ** : การเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิเฉลี่ย การเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิอย่างรุนแรง การผันแปรของปริมาณน้ำฝน ซึ่งส่งผลให้เกิดเหตุอุทกภัย ระดับน้ำทะเลเพิ่มสูงขึ้น ความถี่และความรุนแรงของการเกิดพายุที่เพิ่มสูงขึ้น



โอกาส

- **ด้านระเบียบข้อบังคับ** : บริษัทมีโอกาสที่จะลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปริมาณที่มากกว่ากฎเกณฑ์ในปัจจุบันและเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในอนาคต รวมถึงเห็นโอกาสในการประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
- **ด้านกายภาพ** : อุณหภูมิเพิ่มสูงขึ้นและรูปแบบการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ส่งผลให้บริษัทมีโอกาสที่จะส่งมอบบริการและผลิตภัณฑ์ที่ลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค เช่น การบริการประชุมทางไกล (Teleconference) เพื่อหลีกเลี่ยงการเดินทางอันจะส่งผลต่ออุณหภูมิที่สูงขึ้น
- **ด้านตลาด** : พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์และบริการคาร์บอนต่ำ ส่งผลให้ความต้องการใช้สินค้าและบริการของบริษัทเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากโซลูชันการสื่อสารที่ทันสมัยจะช่วยให้ลูกค้าสามารถลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ได้ (Carbon Footprint)



ความมุ่งมั่น

บริษัทมุ่งมั่นในการลดความเข้มข้นของการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงร้อยละ 10 ภายในปี 2563 เทียบกับปี 2558 ซึ่งเทียบเท่ากับลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงร้อยละ 2 ทุกปี

ผลงานการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก

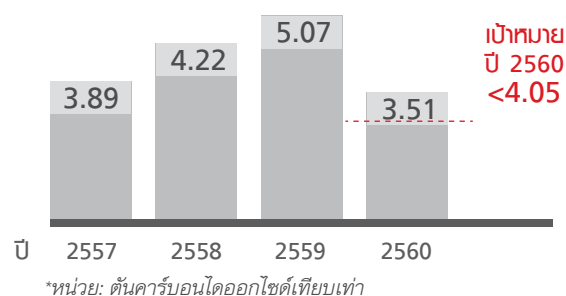
ในปี 2560 บริษัทสามารถบริหารจัดการการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1) ซึ่งมาจากการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงในยานพาหนะต่างๆ เท่ากับ 19,043.79 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ลดลงจากปี 2559 1,421.21 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 6.94 และมีการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Scope 2) จากการใช้ไฟฟ้า เท่ากับ 321,712 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ลดลงจากปี 2559 จำนวน 104,599 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 24.54

การใช้พลังงานของบริษัทในปี 2557-2560

	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560
ปริมาณการใช้พลังงานทั้งหมด (Mwh)	482,444	584,073	811,346	626,104.91
ปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1) (ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)	15,486	18,235	20,465	19,043.79
ปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Scope 2) (ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)	247,115	297,317	426,311	321,712

หมายเหตุ ในปี 2560 บริษัทได้ปรับปรุงกระบวนการจัดเก็บข้อมูลพลังงาน โดยเฉพาะการใช้ไฟฟ้าให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งการปรับปรุงวิธีการเก็บข้อมูลนี้ ร่วมกับการปรับปรุงการกำหนดมาตรการประหยัดพลังงานต่างๆ ส่งผลให้ปริมาณการใช้พลังงานและการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่รายงานสำหรับปี 2560 ลดลงจากปี 2559 อย่างมีนัยสำคัญ

กราฟแสดงปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก



บริษัท ใช้ค่าความเข้มข้นของการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas Intensity) เป็นตัวชี้วัดทางสิ่งแวดล้อมหลักของบริษัท โดยค่าดังกล่าวคำนวณจากปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 + Scope 2) หารด้วยรายได้จากการบริการในปี 2560 นี้ ค่าการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวม (Scope 1 + Scope 2) ต่อรายได้เท่ากับ 3.51 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อรายได้ 1 ล้านบาท มีแนวโน้มลดลงจากปีที่แล้ว แสดงถึงพัฒนาการที่บริษัทมุ่งมั่นบรรลุเป้าหมายที่จะลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อรายได้ให้ได้ร้อยละ 10 ภายในปี 2563 เทียบกับปีฐาน 2558

แอปพลิเคชัน “C-ro” ลดการปลดปล่อยคาร์บอน

บริษัท ร่วมกับองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกและเครือข่ายภาคีพัฒนาแอปพลิเคชัน C-ro เพื่อรณรงค์ให้ประชาชนทั่วไปมีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการลดการปลดปล่อยคาร์บอน โดยประมวลผลจากพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน พร้อมให้ข้อเสนอแนะในการลดการปลดปล่อยคาร์บอน สามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันในระบบปฏิบัติการ iOS ได้ที่ <https://itunes.apple.com/th/app/id1263008838> ปีที่ผ่านมา แอปพลิเคชันดังกล่าวได้รับรางวัลเหรียญทองจากสมาคมส่งเสริมนักคิดค้นสิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรมแห่งประเทศไทย (The Association of British Inventors and Innovators) ตอกย้ำให้เห็นคุณค่าของแอปพลิเคชันที่ช่วยให้ประชาชนทั่วไปตระหนักถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจากการดำเนินกิจกรรมในชีวิตประจำวัน ตลอดจนเป็นวิธีบรรเทาผลกระทบเชิงลบ อีกด้วย

กิจกรรม Car Free Day

บริษัท เชิญชวนให้พนักงานและผู้บริหารเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะแทนการใช้ยานพาหนะส่วนบุคคล 1 ครั้ง ในทุกๆ 2 เดือน เพื่อลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของความมุ่งมั่นของบริษัทที่จะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

จากความมุ่งมั่นดังกล่าวส่งผลให้บริษัทสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ (GHG Scope 3) ซึ่งในแต่ละวันมีจำนวนรถยนต์ที่เดินทางมายัง อาคารทรู ทาวเวอร์ (สำนักงานใหญ่) ประมาณ 950 คัน คิดเป็นการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ 4.2 ตันต่อวัน หรือประมาณ 1,050 ตันคาร์บอนไดออกไซด์ต่อปี

กิจกรรม True Car Free Day จัดขึ้นครั้งแรกเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2560 ณ อาคารทรู ทาวเวอร์ โดยมีพนักงานเข้าร่วมกิจกรรมกว่าร้อยละ 25 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด โดยกิจกรรมดังกล่าวส่งผลให้บริษัทสามารถลดการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ รวมถึงส่งเสริมวัฒนธรรมความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในการดำเนินชีวิตประจำวันของพนักงาน

การเปิดเผยข้อมูลด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่าน CDP

ประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ บริษัทได้จัดเตรียมข้อมูลสำหรับตอบแบบสอบถาม CDP เพื่อเปรียบเทียบผลการดำเนินงานและคะแนน ข้อมูลในการตอบแบบสอบถาม CDP นั้นเป็นข้อมูลที่เปิดเผยสู่สาธารณะ และถือเป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายด้านความโปร่งใสในการเปิดเผยผลการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผลคะแนนการตอบแบบสอบถาม CDP ในปี 2559 บริษัทจัดอยู่ในระดับ “C” หรือเทียบเท่ากับกลุ่ม “ความตระหนักรู้ (Awareness)” จาก 4 กลุ่ม (การเปิดเผยผลการดำเนินงานความตระหนักรู้ บริหารจัดการ และความเป็นผู้นำ)

นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดให้มีการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กรกับแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ในอุตสาหกรรมเดียวกัน เพื่อนำมาปรับใช้และพัฒนาต่อการดำเนินงานขององค์กรด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อไป

การจัดการของเสียอิเล็กทรอนิกส์ E-Waste Management

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ผลการดำเนินงานเด่นในปี 2560



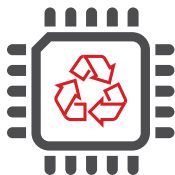
โครงการรีไซเคิลมือถือ

ในปี 2560 กรุ๊ปสานต่อการดำเนินโครงการรีไซเคิลมือถืออย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมให้ลูกค้าและประชาชนทั่วไปนำมือถือหรืออุปกรณ์มือถือเก่าที่ไม่ใช้แล้วมาคืนในกล่องที่จัดเตรียมไว้ โดยจัดวางกล่องรับคืนไว้ที่กรุงธูปตามสาขาที่กำหนดทั่วประเทศ และจะส่งต่อผู้ให้บริการจัดการของเสียที่ได้รับอนุญาตจากกรมโรงงานนำไปกำจัดต่อไป ทั้งนี้ ผู้ให้บริการจัดการของเสียมีหน้าที่คัดแยกแยกชิ้นส่วน และนำวัสดุที่มีค่ากลับมาใช้ใหม่ โดยมีคณะทำงานด้านการบริหารจัดการของเสียของบริษัททำหน้าที่ตรวจสอบผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม

การบริหารจัดการ

การจัดการอุปกรณ์สื่อสารที่ไม่ใช้แล้ว ซึ่งโดยมากประกอบด้วยสารอันตราย ที่จำเป็นต้องผ่านกระบวนการกำจัดและกระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่ที่เหมาะสมเป็นความท้าทาย จากการใช้อุปกรณ์สื่อสารที่เพิ่มสูงขึ้น และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้ ส่วนประกอบบางส่วนในโทรศัพท์มือถือยังก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง เช่น การทำเหมืองแร่และกระบวนการผลิตสินแร่หายาก ในฐานะผู้ให้บริการโทรคมนาคมและผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์มือถือ บริษัทสนับสนุนการรีไซเคิลขยะทุกประเภท ซึ่งรวมถึงขยะอิเล็กทรอนิกส์ทั้งที่เกิดจากการดำเนินงานภายในองค์กรและจากภาคสังคม



ของเสียอิเล็กทรอนิกส์ (E-Waste)

หมายถึง อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ได้ใช้งาน ทั้งที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของบริษัท เช่น อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์เครือข่าย และอุปกรณ์ที่ลูกค้าใช้งาน เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต กล้องสัญญาณ WiFi กล้องแปลงสัญญาณเคเบิลทีวี และอุปกรณ์ประกอบซึ่งต้องนำไปจัดการอย่างถูกวิธี

แนวทางการดำเนินงาน

ในฐานะผู้ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคม และจำหน่ายโทรศัพท์มือถือรวมถึงอุปกรณ์เสริมอื่นๆ บริษัทมุ่งส่งเสริมให้ลูกค้ากำจัดอุปกรณ์สื่อสารที่ไม่ใช้แล้ว ด้วยการรีไซเคิล โดยคำนึงถึงความปลอดภัยส่วนบุคคลและช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ยังสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ผ่านการดำเนินกิจกรรมรีไซเคิลของเสียอิเล็กทรอนิกส์ ด้วยการนำสินแร่หายากที่มีมูลค่ากลับมาใช้ใหม่ ซึ่งไม่เพียงลดความจำเป็นในการขุดหาแร่ใหม่ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก แต่ยังช่วยป้องกันการปนเปื้อนของสารพิษที่หลุมฝังกลบซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ หากมีกระบวนการรีไซเคิลหรือการจัดอุปกรณ์สื่อสารที่ไม่ใช้แล้วอย่างไม่เหมาะสม

บริษัทมุ่งลดปริมาณของเสียที่ต้องนำไปกำจัดหรือรีไซเคิลตลอดการดำเนินงาน โดยแผนกซ่อมบำรุงและวิศวกรรม (Repair and Engineering Department) รับผิดชอบในการคัดแยกประเมิน



และฟื้นฟูสภาพอุปกรณ์ non IT เช่น อุปกรณ์เครือข่าย สายเคเบิลทีวี (โดยพนักงานซ่อมบำรุงและช่างผู้รับเหมา) ซึ่งสามารถนำบางส่วนของอุปกรณ์บางส่วนกลับมาใช้ใหม่ โดยผ่านกระบวนการจัดการดังกล่าวซึ่งช่วยลดปริมาณขยะอิเล็กทรอนิกส์ที่ต้องนำไปกำจัด โดยที่แผนกไอทีมีหน้าที่รับผิดชอบตามกระบวนการข้างต้นสำหรับการจัดการอุปกรณ์ไอที

ทั้งนี้ คณะทำงานบริหารจัดการของเสียเป็นผู้ดำเนินการบริหารจัดการของเสียอิเล็กทรอนิกส์จากทั้ง 2 ส่วนงาน โดยคณะทำงานประกอบด้วยพนักงานจากหลากหลายแผนกในกลุ่มบริษัท มีหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการ ด้านการขนส่งและคัดเลือกผู้ให้บริการในการจัดการของเสียอิเล็กทรอนิกส์แต่ละประเภท

ในอนาคตบริษัทจะขยายขอบเขตระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยให้คณะกรรมการระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (EMS Committee) และคณะทำงาน มีหน้าที่รับผิดชอบกระบวนการบริหารจัดการขยะและของเสียอิเล็กทรอนิกส์อย่างเป็นระบบยิ่งขึ้น

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารจัดการของเสียอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้าที่ให้บริการรีไซเคิลของเสียอิเล็กทรอนิกส์ กรมควบคุมมลพิษ กรุงเทพมหานคร และองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ทั้งนี้ ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการจัดการของเสียอิเล็กทรอนิกส์ด้วยวิธีที่ไม่เหมาะสมอาจจะส่งผลให้เกิดการปนเปื้อนในดินหรือแหล่งน้ำ และสิ้นเปลืองพื้นที่ในการฝังกลบ นอกจากนี้ ยังอาจส่งผลกระทบต่อความเป็นส่วนตัวของลูกค้ากรณีที่ย้ายหรือมอบอุปกรณ์สื่อสารที่ไม่ใช้แล้วให้แก่คู่ค้าที่ไม่ได้รับอนุญาต โดยคู่ค้าอาจพยายามกู้ข้อมูลส่วนตัวที่ค้างอยู่ในอุปกรณ์เพื่อผลประโยชน์ส่วนตัว แทนที่จะนำไปกำจัดอย่างถูกวิธี



แม้ว่าชุมชนและสังคม คือ กลุ่มที่อาจได้รับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากของเสียอิเล็กทรอนิกส์ แต่ในปี 2560 การจัดการขยะหรือของเสียอิเล็กทรอนิกส์ไม่ได้ก่อให้เกิดผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญอย่างไรก็ตาม บริษัทจัดจ้างคู่ค้าที่ได้รับอนุญาตจัดการของเสียอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบทางลบในด้านความปลอดภัยของพนักงานผู้ให้บริการในพื้นที่ หรือส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

สำหรับความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูล บริษัทตระหนักถึงความปลอดภัยของข้อมูลที่เป็นความลับในคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่างๆ โดยจะทำลายข้อมูลก่อนที่จะนำส่งไปยังผู้ให้บริการจัดการของเสีย หรือนำอุปกรณ์ไปแยกชิ้นส่วนก่อนนำไปรีไซเคิล

ความมุ่งมั่นจัดการของเสียอิเล็กทรอนิกส์

บริษัทมุ่งมั่นที่จะรีไซเคิลของเสียอิเล็กทรอนิกส์ร้อยละ 100 โดยจัดจ้างคู่ค้าที่มีคุณสมบัติครบถ้วน ผ่านการพิจารณาคัดเลือกคู่ค้าที่ได้รับใบอนุญาต มีความสามารถในการจัดการ ในราคาที่เหมาะสม เพื่อให้มั่นใจได้ว่าของเสียอิเล็กทรอนิกส์จะถูกนำไปรีไซเคิลทั้งหมด โดยไม่นำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น เช่น นำไปขายต่อหรือนำวัสดุที่มีมูลค่าที่เหลืออยู่กลับมาใช้ใหม่ โดยไม่ผ่านกระบวนการจัดการที่เหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งสร้างผลกระทบเชิงบวกแก่สังคม โดยส่งมอบอุปกรณ์ไอทีที่ไม่ใช้แล้วแต่ยังสามารถใช้งานได้ ให้แก่โรงเรียนและหน่วยงานภาครัฐ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

บริจาคคอมพิวเตอร์ผ่านโครงการ ทรูปลูกปัญญาเพื่อนำกลับไปใช้ใหม่

บริษัทได้มอบอุปกรณ์ไอที ได้แก่ คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊กให้แก่โรงเรียนและหน่วยงานตำรวจผ่านโครงการทรูปลูกปัญญา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการลดปริมาณของเสียอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงตอบสนองต่อความต้องการในโรงเรียนที่ขาดแคลน ทั้งนี้ อุปกรณ์ต่างๆ ที่บริจาคทีมงาน IT จะดำเนินการตรวจสอบทั้งฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ผ่านการตรวจสอบสภาพคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้รับ ทั้งนี้ในปี 2560 บริษัทบริจาคคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กให้แก่โรงเรียน จำนวน 3,500 เครื่อง ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการจัดหาอุปกรณ์ไอทีที่ทันสมัย รวมทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้เด็กด้อยโอกาสได้เพิ่มพูนทักษะคอมพิวเตอร์ และการมอบคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะจำนวน 1,269 เครื่องให้แก่สำนักงานตำรวจแห่งชาติ เพื่อให้ประชาชนได้รับบริการที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นนอกจากนี้ พนักงานของบริษัทยังลงพื้นที่ทำกิจกรรมอาสาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการติดตั้งอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์พร้อมระบบอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต ที่ได้รับการสนับสนุนจากบริษัท พร้อมทั้งให้คำแนะนำวิธีการรีไซเคิลและกระบวนการกำจัดอุปกรณ์เพื่อให้มั่นใจว่าโรงเรียนจะสามารถจัดการของเสียอิเล็กทรอนิกส์ได้โดยไม่ก่อให้เกิดปัญหา

โครงการคืนมือถือเก่า...ลดโลกร้อน

ในปีที่ผ่านมา 2560 บริษัทดำเนินโครงการส่งเสริมให้ลูกค้าและประชาชนนำโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์มือถือเก่าที่ไม่ใช้แล้วมาส่งมอบให้บริษัทเพื่อนำไปรีไซเคิลและกำจัดอย่างเหมาะสม โดยบริษัทจัดวางกล่องที่ทำจากรั้วรีไซเคิลที่ใช้จัดแสดงนิทรรศการที่ทรู ซุปเปอร์ จำนวน 72 สาขาทั่วประเทศ หลังจากนั้น บริษัทจะรวบรวมโทรศัพท์และอุปกรณ์ที่ไม่ใช้แล้วส่งต่อให้แก่ผู้ให้บริการรีไซเคิลและจัดการของเสียอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับอนุญาต ในปี 2560 บริษัทได้รวบรวมของเสียอิเล็กทรอนิกส์ให้ผู้รับเหมากำจัดของเสียอิเล็กทรอนิกส์รวมกว่า 1 ล้านชิ้น น้ำหนัก 71.4 ตัน

โครงการดังกล่าวต่อเนื่องจากโครงการรีไซเคิลโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างกลุ่มทรู กรมควบคุมมลพิษ และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เริ่มตั้งแต่ปี 2557 โดยบริษัทได้ร่วมสนับสนุนการรีไซเคิลโทรศัพท์มือถือไปแล้วมากกว่า 5 ล้านเครื่อง

ผลการดำเนินงาน

ประเภทของเสียอิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	น้ำหนัก(KG)
อุปกรณ์เสริม	221,942	5,549
โทรศัพท์มือถือเก่า	413,177	29,336
Modern & Router	401,672	36,552
ยอดรวม	1,036,791	71,437



การจัดการห่วงโซ่อุปทาน Supply Chain Management

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



เป้าหมายความยั่งยืนปี 2563



100%

อัตราวัตถุดิบ
อย่างมีความรับผิดชอบต่อ

100%

คู่ค้าหลักผ่านการประเมิน

ผลการดำเนินงานเด่นในปี 2560

ปี 2560 บริษัทขยายขอบเขตการบริหารจัดการ
ครอบคลุมจำนวนและกลุ่มคู่ค้ามากขึ้นโดยมีผลการ
ดำเนินงานที่โดดเด่นดังนี้

ส่งมอบคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า
(True's Supplier Code of Conduct) จำนวน 2,365 ราย
หรือคิดเป็นร้อยละ 100

จัดทำระบบประเมินตนเองของคู่ค้าออนไลน์
(Online Supplier Self-Assessment System) เพื่อ
ประเมินคู่ค้าปัจจุบันและคัดเลือกคู่ค้าใหม่ ในมิติด้าน
ความยั่งยืน

ตรวจประเมินคู่ค้าหลักทางอ้อม (Critical Non-
Tier 1 Supplier) ที่มีความเสี่ยงสูง 5 ราย หรือครอบคลุม
ร้อยละ 100 ของคู่ค้าที่ส่งมอบแบตเตอรี่และชาร์จเจอร์
ทั้งหมด

แผนงานปี 2561 คู่ค้าทางตรง (Tier 1 Supplier)
ร้อยละ 100 ได้รับการส่งมอบและรับทราบรายละเอียด
ของ "คู่มือคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า"
และคู่ค้าทางตรงหลัก (Critical Tier 1 Supplier) ร้อยละ
100 ได้รับการตรวจประเมินแผนพัฒนาคู่ค้า

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

(GRI 103-1)

อุตสาหกรรมโทรคมนาคมเป็นธุรกิจที่มีส่วนสำคัญในการ
ขับเคลื่อนการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และมีบทบาท
สำคัญต่อการพัฒนาประเทศสู่ความยั่งยืน ตั้งแต่บริการการสื่อสาร
ขั้นพื้นฐานไปจนถึงการเป็นตัวกลางการประกอบกิจการทาง
เศรษฐกิจ เพื่อรองรับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคม
ในอนาคต บริษัทในฐานะผู้ให้บริการธุรกิจโทรคมนาคมตระหนัก
ถึงความรับผิดชอบต่อการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทานของ
องค์กร และสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้บริโภคตามกฎหมาย ควบคู่กับ
การพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของการแข่งขันอย่างมี
ประสิทธิภาพและยั่งยืน

บริษัทให้ความสำคัญในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน โดย
มุ่งเน้นยกระดับศักยภาพคู่ค้าและผู้รับเหมา สนับสนุนการดำเนิน
งานร่วมกัน เพื่อลดความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานที่อาจส่งผลกระทบต่อ
การดำเนินธุรกิจระหว่างกัน ด้วยการขับเคลื่อนการพัฒนาสู่ความ
อย่างยั่งยืนในทุกมิติด้านความยั่งยืน เพื่อให้การดำเนินงานของคู่ค้า
ทั้งหมดสอดคล้องกับคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า
(True Supplier Code of Conduct) บรรลุเป้าหมายระยะยาวของ
บริษัท (True Sustainability Goals 2020) ซึ่งครอบคลุมการจัดซื้อ
จัดหาวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบต่อคู่ค้าหลัก (Critical Supplier)

ทุกรายผ่านการตรวจประเมินการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

ทั้งนี้ ในกระบวนการจัดซื้อจัดหาของบริษัทมีคณะกรรมการ
บริหารห่วงโซ่อุปทาน เป็นผู้รับผิดชอบในการกำหนดกลยุทธ์และ
ทิศทางการจัดซื้อจัดหา โดยมีหน่วยงานจัดซื้อ ทำหน้าที่สนับสนุน
ตั้งแต่กระบวนการลงทะเบียนคู่ค้า การระบุกลุ่มคู่ค้าหลัก การประเมิน
ความเสี่ยง การตรวจประเมิน ตลอดจนการพัฒนาและยกระดับ
ศักยภาพของคู่ค้า โดยใช้โครงสร้างการบริหารจัดการแบบรวมศูนย์
(Centralized Management System) จำแนกตาม ประเภทหรือ
กลุ่มงานของสินค้าและบริการ ดังนี้

1. สินค้าในกลุ่มเครือข่ายหลักและการส่งผ่านคลื่นวิทยุ
2. สินค้าในกลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศ
และการแพร่ภาพสัญญาณ
3. สินค้าในกลุ่มทั่วไปและในเชิงพาณิชย์
4. สินค้าในกลุ่มงานปฏิบัติการและการซ่อมบำรุง
5. การจัดการระบบ การจัดซื้อจัดจ้าง และศูนย์ซ่อมบำรุง

ในปี 2560 บริษัทมีการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่าง
ยั่งยืน โดยจัดทำคู่มือ คุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า
(True Supplier Code of Conduct) เป็นที่เรียบร้อยและส่งมอบให้
แก่คู่ค้าทุกรายที่ยังมีการดำเนินการร่วมกับบริษัทผ่านระบบ Online

Procurement Web Work ทั้งนี้ มีคู่ค้าจำนวน 1,957 จาก 2,365 ราย คิดเป็นร้อยละ 83 ลงนามรับทราบ ซึ่งเริ่มใช้ในไตรมาสที่ 1 ปี 2560 โดยตั้งเป้าลงนามรับรองครบทุกรายในปี 2561 นอกจากนี้ ยังมีการประเมินความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานซึ่งคู่ค้าจำนวน 2,365 ราย ผ่านการประเมิน คิดเป็นร้อยละ 100

บริษัทยังได้จัดกิจกรรมอื่นๆ อาทิ การจัดอบรมความรู้เรื่อง ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน และจรรยาบรรณของการจัดซื้อให้แก่ พนักงานจัดซื้อจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 100 รวมทั้งการจัดประชุมร่วมกับคู่ค้าทางตรงหลัก (Critical Tier 1 Supplier) ในหัวข้อ "Innovation Awards and Sustainability Workshop for True

Group's Suppliers" โดยมีคู่ค้าทางตรงหลักเข้าร่วมประชุม จำนวน 81 คน

อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างต่อเนื่อง และอยู่ระหว่างจัดตั้ง คณะทำงานห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน (Sustainable Supply Chain Working Team) เพื่อสนับสนุนการจัดซื้อจัดหาอย่างยั่งยืนตาม แนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ (True Supply Chain Management Framework) (GRI103-3, GRI 308-2, GRI414-2) ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2561 (GRI 103-2)

กระบวนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน



การดำเนินงานการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานปี 2560

ผลการดำเนินงานปี 2560

- จัดทำคู่มือ คุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า
- ส่งมอบคู่มือ คุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน แก่คู่ค้าหลักทุกรายผ่านระบบ Online Procurement Web Work
- คู่ค้า 1,957 รายจาก 2,365 ราย คิดเป็นร้อยละ 83 ลงนามรับทราบรายละเอียดคุณธรรม และข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า ซึ่งเริ่มใช้ในไตรมาสที่ 1 ปี 2560
- คู่ค้า 2,365 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 ผ่านการประเมิน ความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน
- จัดอบรมความรู้ด้านความยั่งยืน และจริยธรรม ในการจัดซื้อแก่พนักงานจัดซื้อ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 100
- จัดประชุมร่วมกับคู่ค้าทางตรงหลัก (Critical Tier 1 Supplier) เรื่อง "Innovation Awards and Sustainability Workshop for True Group's Suppliers" โดยมีคู่ค้าทางตรงหลักเข้าร่วมประชุม จำนวน 81 คน
- ผลสำรวจความพึงพอใจของคู่ค้าต่อการดำเนินงาน ร่วมกับบริษัทอยู่ที่ร้อยละ 81 เทียบกับเป้าหมาย ที่ร้อยละ 80
- ลดต้นทุนการผลิตและบรรจุภัณฑ์ 36.1 ล้านบาท จากโครงการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

เป้าหมาย และแผนการดำเนินงานปี 2561

1. คู่ค้าทางตรง (Tier 1 Supplier) ร้อยละ 100 ได้รับการส่งมอบนโยบายและลงนามรับทราบรายละเอียด คุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า
2. เป้าหมายความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ ห่วงโซ่อุปทาน ร้อยละ 85
3. คู่ค้าทางตรงหลัก (Critical Tier 1 Supplier) ร้อยละ 100 ได้รับการตรวจประเมินแผนพัฒนาคู่ค้า เพื่อให้สอดคล้องตามคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงาน สำหรับคู่ค้า ภายในปี 2563

ดูรายละเอียด True Supplier Code of Conduct เพิ่มเติมที่เว็บไซต์ของบริษัท

http://www3.truecorp.co.th/new/public/assets/truecorp/pdf/en/00_Supply_Chain_Policy_EN_Web_2017.pdf



แนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

คู่ค้าใหม่ทุกรายผ่านการประเมินเบื้องต้น (Pre-Vendor Verification) ซึ่งเป็นกระบวนการประเมินเพื่อคัดเลือกคู่ค้าใหม่ โดยได้รวมเกณฑ์ด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ซึ่งกระบวนการดังกล่าวอยู่ระหว่างการพัฒนา นอกจากนี้ ยังมีการประเมินตนเองสำหรับคู่ค้า ด้วยระบบออนไลน์ (Online Supplier Self-Assessment) คาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2561

การระบุกลุ่มคู่ค้าหลัก

บริษัทระบุกลุ่มคู่ค้าหลักผ่านกระบวนการวิเคราะห์ ค่าใช้จ่าย (Spending Analysis) โดยใช้เกณฑ์พิจารณา ดังนี้ สินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าสูง เป็นผลิตภัณฑ์และบริการหลัก หรือเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคู่ค้าน้อยราย โดยในปี 2560 บริษัทมีคู่ค้ารวม 2,365 ราย เป็นคู่ค้าหลัก 71 ราย (คิดเป็นมูลค่าค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อร้อยละ 83 ของยอดโดยรวม) ครอบคลุม 21 กลุ่ม ประเภทสินค้าและบริการ (Product Categories)

การประเมินความเสี่ยงในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

ในปี 2560 บริษัทประเมินความเสี่ยงคู่ค้าทั้งสิ้น 2,365 ราย ครอบคลุม 98 กลุ่มประเภทสินค้าและบริการ ทั้งนี้ ผลการประเมินพบประเด็นที่มีความเสี่ยงสูง ได้แก่ การจัดซื้อจัดจ้างจากคู่ค้าเพียงรายเดียว ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และการเตรียมความพร้อมในกรณีฉุกเฉิน โดยบริษัทเฝ้าระวังกลุ่มคู่ค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษผ่านการตรวจประเมินคู่ค้า



การตรวจประเมินคู่ค้า

บริษัทมีแนวทางในการตรวจประเมินคู่ค้า 3 ประเภท ดังนี้



ตรวจประเมินตามแบบสอบถามราย 6 เดือน

รายละเอียดการตรวจครอบคลุมด้านราคา คุณภาพสินค้า บริการ หรือการส่งมอบตามเวลาที่กำหนด สอดคล้องกับแนวปฏิบัติ

True Supplier Code of Conduct

บริษัทได้ พัฒนาระบบการตรวจประเมินความเสี่ยงด้วยตนเองผ่านออนไลน์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการตรวจประเมิน โดยจะรายงานความคืบหน้าดังกล่าวในปี 2561



ตรวจประเมินในสถานประกอบการรายปี

ตรวจติดตามกระบวนการดำเนินงานของคู่ค้าตามข้อกำหนด และรายการตามบริษัทกำหนดไว้ ครอบคลุมมิติด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี



ตรวจประเมินโดยเทียบกับมาตรฐานที่คู่ค้าได้รับจากองค์กรอิสระภายนอก

นำมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO14001) และ Supplier Ethical Data Exchange (Sedex) ซึ่งเป็นระบบแลกเปลี่ยนข้อมูลของคู่ค้าตามหลักจริยธรรมมาใช้เปรียบเทียบ โดยมุ่งเน้นพัฒนาการทำงานตามหลักจริยธรรมในห่วงโซ่อุปทานของตนอย่างต่อเนื่อง

- ในปี 2560 บริษัทประเมินคู่ค้าตามแนวทางดังกล่าว จำนวน 277 ราย คิดเป็นร้อยละ 60 ของคู่ค้าที่ส่งแบบประเมิน (Supplier Rating) โดยคัดเลือกจากคู่ค้าที่มียอดการสั่งซื้อและมีธุรกรรมกับบริษัทอย่างต่อเนื่องร้อยละ 80
- บริษัทขยายขอบเขตการตรวจประเมินด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและการกำกับดูแลไปยังคู่ค้าหลักกลุ่ม Critical Non-tier 1 ในปี 2560 ได้แก่ ผู้ส่งมอบแบตเตอรี่ และซาร์จเจอร์ (CPE) ซึ่งผลการตรวจคิดเป็นร้อยละ 100 ครอบคลุมจำนวนคู่ค้าในกลุ่มดังกล่าว จำนวน 5 ราย

การพัฒนาศักยภาพห่วงโซ่อุปทาน

ในปี 2560 บริษัทจัดให้มีการฝึกอบรมในประเด็นที่เกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมทั้งแนวนโยบายด้านความยั่งยืนของบริษัท และจรรยาบรรณของการจัดซื้อจัดหา ให้แก่พนักงานจัดซื้อจัดหาทั้งหมด เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ นอกจากนี้ ยังมีการจัดกิจกรรมพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าอย่างต่อเนื่องโดยการจัดฝึกอบรมและสื่อสารถึงกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่บริษัทมุ่งดำเนินการร่วมกับคู่ค้า

โครงการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์สำหรับลูกค้าทางอ้อมหลัก (Critical Non-Tier1) ของบริษัท ประจำปี 2560

บริษัทเล็งเห็นความสำคัญของการทำงานด้วยความปลอดภัย ซึ่งไม่เพียงแต่ลูกค้าทางตรงหลักเท่านั้น แต่ยังขยายขอบเขตไปยังลูกค้าทางอ้อมหลัก โดยในปี 2560 เป็นปีที่บริษัทจัดฝึกอบรมด้านการบริหารความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ (Product Safety Management Training Program) สำหรับกลุ่มลูกค้าทางอ้อมหลักที่อยู่ในประเทศอินเดียและประเทศจีน ที่ส่งมอบแบตเตอรี่ Node B (แบตเตอรี่



ประเภท Vale-Regulated Lead Acid Type หรือ VRLA) ลิเทียมแบตเตอรี่สำหรับสมาร์ทโฟน และชาร์จเจอร์ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานในสถานประกอบการเข้าใจวิธีการควบคุมตัวแปรหลักและการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยผู้เข้าร่วมอบรมร้อยละ 100 มีความเข้าใจผ่านแบบประเมินหลังการฝึกอบรม มากกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ที่ร้อยละ 85

ประเภทโรงงาน	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
1. ผลิตแบตเตอรี่ Node B	4 โรงงาน	5 โรงงาน
2. ผลิตแบตเตอรี่สำหรับสมาร์ทโฟน	2 โรงงาน	2 โรงงาน
3. ผลิตชาร์จเจอร์	2 โรงงาน	3 โรงงาน

การบริหารจัดการความสัมพันธ์ และการสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้า

บริษัทจัดกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้าทางตรงหลัก โดยจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการด้านนวัตกรรมและความยั่งยืน ซึ่งมีลูกค้าทางตรงหลักเข้าร่วมกิจกรรม 81 ราย โดย 67 ราย ร่วมทำแบบสำรวจความคิดเห็นออนไลน์เกี่ยวกับกระบวนการสร้างความผูกพันกับลูกค้าธุรกิจ นอกจากนี้บริษัทยังจัดให้มีการประเมินความคิดเห็นของลูกค้าเป็นประจำทุกครึ่งปี (Procurement Satisfaction Survey Rated by Supplier) ทั้งนี้ จากประเมินความคิดเห็นของลูกค้าประเด็นสำคัญทางธุรกิจที่ลูกค้าให้ความสำคัญ ได้แก่

ความโปร่งใสในการดำเนินงานธุรกิจ (Transparency)	กระบวนการจัดทำสัญญา (Contract Process)
การชำระเงินตรงตามเวลา และครบถ้วน (On Time Payment)	ความพึงพอใจ ในการทำงานร่วมกัน (Working Together Satisfaction)

ทั้งนี้บริษัทจัดทำแผนปฏิบัติการปี 2561 เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงการดำเนินงาน ที่ตอบสนองต่อประเด็นสำคัญ ซึ่งการสัมมนาเชิงปฏิบัติการดังกล่าว นับเป็นช่องทางที่ดีและมีประสิทธิภาพในการสื่อสารสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิบัติตามคู่มือคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานของลูกค้า

กิจกรรมรักษ์ป่า รักสุขภาพ เพื่อชุมชนยั่งยืน ร่วมกับลูกค้า

ทูลเชิญชวนลูกค้า เพื่อนลูกค้า และลูกค้า และพนักงานทูลกว่า 100 คน ร่วมกิจกรรมรักษ์ป่า รักสุขภาพ เพื่อชุมชนยั่งยืน ณ สวนศรีนครเขื่อนขันธ์ ต.บางกระเจ้า อ. พระประแดง จ.สมุทรปราการ เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2560 เพื่อสร้างสรรค์ชีวิตที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน ตอบแทนสังคม ดูแลรักษาสีเขียวแวดล้อม และเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน โดยให้ความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของบางกระเจ้า ซึ่งเป็นพื้นที่สีเขียว และถือเป็นปอดของชาวกรุงเทพฯ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรม ปั่นจักรยานและร่วมกันปลูกต้นไม้เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว และยังมีบริการตรวจสุขภาพชุมชน รวมทั้งการแนะนำสินค้าและบริการของบริษัท ซึ่งนอกจากได้พื้นที่สีเขียวเพิ่มขึ้นแล้ว ยังเป็นการสร้างประโยชน์สู่ชุมชนและสังคมอีกด้วย



เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

About This Report (GRI 102-45, GRI 102-46, GRI 102-47, GRI 103-1, GRI 102-48, GRI 102-49, GRI 102-50, GRI 102-51, GRI 102-52, GRI 102-53, GRI 102-54)

รายงานฉบับนี้ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการดำเนินการเพื่อความยั่งยืนของ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) ประจำปีงบประมาณ 2560 (1 มกราคม 2560-31 ธันวาคม 2560) โดยจัดทำขึ้นเป็นฉบับที่ 4 มีเนื้อหาสาระสำคัญ เกี่ยวกับ ข้อมูลผลการดำเนินงานครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในประเด็น ที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ทั้งนี้รายงานความยั่งยืนจัดทำตามแนวทางการรายงานของ Global Reporting Initiative (GRI) Standards ในระดับตัวชี้วัดหลัก (“Core” option) อันเป็นที่ยอมรับในระดับสากล สาระสำคัญประกอบด้วย การเปิดเผยข้อมูลมาตรฐาน (standard disclosure)

ขอบเขตการรายงาน (GRI 102-45, GRI 102-46)

ขอบเขตของการรายงานข้อมูลครอบคลุม 3 ธุรกิจหลักของ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย

ธุรกิจโทรคมนาคม (6 บริษัท ได้แก่ บริษัท บีเอฟเคที (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท เรียว มูฟ จำกัด, บริษัท เทเลคอม แอสเซท แมเนจเม้นท์ จำกัด, บริษัท เทเลคอม แอสเซท แมเนจเม้นท์ จำกัด, บริษัท ทู ดิสทริบิวชั่น แอนด์ เซลล์ จำกัด, บริษัท ทู มูฟ จำกัด, บริษัท ทู มูฟ เอช ยูนิเวอร์แซล คอมมิวนิเคชั่น จำกัด)

ธุรกิจทรูออนไลน์ (13 บริษัท ได้แก่ บริษัท เอเชีย ไวร์เลส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด, บริษัท เคเอสซี คอมเมอร์เชียล อินเทอร์เน็ต จำกัด, บริษัท เคเอสซี คอมเมอร์เชียล อินเทอร์เน็ต จำกัด, บริษัท ทู แอ็กซิออน อินเทอร์เน็ต จำกัด, บริษัท ทู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด, บริษัท ทู อินฟอรมันชั่น เทคโนโลยี จำกัด, บริษัท ทู มัลติมีเดีย จำกัด, บริษัท ทู ดิจิตอล แอนด์ มีเดีย แพลตฟอร์ม จำกัด, บริษัท ทู ดิจิทัล พาร์ค จำกัด, บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน), บริษัท ทู ทัช จำกัด, บริษัท ทู วอยซ์ จำกัด, บริษัท ทู อินเทอร์เน็ต จำกัด และบริษัท เทเลคอม โฮลดิ้ง จำกัด)

ธุรกิจทีวีวีสันส์ (10 บริษัท ได้แก่ บริษัท ซินิเพิล็กซ์ จำกัด, บริษัท แพนเทอร์ เอ็นเทอร์เทนเม้นท์ จำกัด, บริษัท เอสเอ็ม ทู จำกัด, บริษัท ทูโฟร์ยู สเตชัน จำกัด, บริษัท ทู ซีเจ ครีเอชั่น จำกัด, บริษัท ทู มีเดีย โซลูชันส์ จำกัด, บริษัท ไทยนิวส์ เน็ตเวิร์ค (ทีเอ็นเอ็น) จำกัด, บริษัท ทู ยูนิเท็ด ฟุตบอล คลับ จำกัด, บริษัท ทู วีสันส์ เคเบิล จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ทู วีสันส์ กรุ๊ป จำกัด)

ซึ่งเป็นขอบเขตเดียวกับการรายงานผลประกอบการด้านการเงินประจำปี 2560 ของบริษัท โดยเป็นการรายงานผลการดำเนินงานต่อเนื่องจากฉบับปี 2559

การประเมินประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน

(GRI 102-49 and GRI 102-54)

บริษัทประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนทุกปีเพื่อระบุและจัดลำดับความสำคัญ ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความสนใจ ตลอดจนการสื่อสารระหว่างบริษัทและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกเพื่อให้ทราบแนวทางการบริหารจัดการ ภายใต้หลักสำคัญของ GRI Standard ใน 4 ประการ ดังนี้

1. การระบุประเด็น

บริษัทเริ่มจากพิจารณาเปรียบเทียบประเด็นสาระสำคัญกับมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนในระดับสากล และเปรียบเทียบกับผู้นำธุรกิจโทรคมนาคมเดียวกันระดับโลก รวมทั้งนำประเด็นด้านความยั่งยืนในปี 2559 มาสอบทวนร่วมกับผู้บริหารระดับกลาง และผู้บริหารระดับสูงเพื่อประเมินความเสี่ยงและโอกาสจากปัจจัยภายในและภายนอกและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านเอกสารการประชุม

ขั้นตอนที่

1



การระบุประเด็นสำคัญ

- พิจารณาความท้าทาย
- ประเมินความเสี่ยง
- ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ประชุมหน่วยงาน

ขั้นตอนที่

2



การจัดลำดับความสำคัญ

- พิจารณาผลกระทบ
- ความสนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ขั้นตอนที่

3



การตรวจสอบความถูกต้อง

- คณะกรรมการด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนทวนสอบ / อนุมัติ

ขั้นตอนที่

4



การทวนสอบประเด็นสำคัญ

- ทบทวนประเด็นที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- ระบุประเด็นความสำคัญ

ในปี 2560 บริษัทได้พิจารณาประเด็นสำคัญอีกวาระโดยเปรียบเทียบกับเป้าหมายด้านความยั่งยืนองค์กรและของเครือเจริญโภคภัณฑ์ และบริษัทอื่นๆ ในธุรกิจเดียวกันกับแนวโน้มและเกณฑ์มาตรฐานระดับโลก

บริษัทนำประเด็นที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 มาประเมินโดยมีหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้องร่วมจัดลำดับความสำคัญ ซึ่งพิจารณาจากผลกระทบที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ การประเมิน และการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมกันนั้นได้คัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืนมาทบทวนตรวจสอบเทียบกับเป้าหมายความยั่งยืนของบริษัท

บริษัททบทวนประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน
สำรวจการตอบสนองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรวมทั้งการจัดลำดับ
ประเด็นสำคัญของบริษัทในอดีตเพื่อใช้ระบุประเด็นสำคัญสำหรับ
รายงานความยั่งยืนในอนาคต

หน่วยงานด้านความยั่งยืนขององค์กรดำเนินการทวนสอบความครบถ้วนของประเด็นในเบื้องต้นนำเสนอต่อคณะกรรมการด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อพิจารณาอนุมัติ โดยสรุปประเด็นด้านความยั่งยืนในปี 2560 รวม 18 ประเด็น โดยมีประเด็นที่มีนัยสำคัญ 10 ประเด็น ดังนี้

1. การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์และการรับประกันคุณภาพการให้บริการ
2. ความพร้อมใช้งานของเครือข่าย
3. การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ
4. การสร้างผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจและการขยายตัวทางธุรกิจของบริษัทฯ
5. การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล
6. การสรรหาเชิงรุกและการดูแลรักษาพนักงาน
7. การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล
8. การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า
9. ความปลอดภัยและสุขอนามัยของพนักงาน
10. การบริหารจัดการนวัตกรรม

อย่างไรก็ตามปี 2560 บริษัทไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในการรายการประเด็นสำคัญและขอบเขตประเด็นเมื่อเทียบกับปี 2559

รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน 2560 75

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัทและขอบเขตผลกระทบ

(GRI 102-45, GRI 102-46, GRI 102-47, GRI 102-53, GRI 103-1)

ประเด็นที่มีความสำคัญ (Material Issues)	ประเด็นตาม GRI Standard	ขอบเขตผลกระทบ					
		ภายในองค์กร			ภายนอกองค์กร		
		กรู ออนไลน์	กรูบุฟ เอช	กรู วิชั่นส์	ผู้ค้า	ลูกค้า	สังคม
1. การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์และการรับประกันคุณภาพการให้บริการ	• ฉลากสินค้าและการบริการ (Product and Service Labelling)	●	●	●		●	
2. ความพร้อมใช้งานของเครือข่าย	• การสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communications)	●	●	●		●	●
3. การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ	• การกำกับดูแลกิจการ (Governance) • จริยธรรมและการยึดถือในหลักคุณธรรม (Ethics and Integrity)	●	●	●	●	●	●
4. การสร้างผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจและการขยายตัวทางธุรกิจของบริษัทฯ	• ชุมชนท้องถิ่น (Local Communities) • ผลกระทบเชิงอ้อมด้านเศรษฐกิจ (Indirect Economic Impacts)	●	●	●			●
5. การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล	• การอบรมและการศึกษา (Training and Education)	●	●	●			
6. การสรรหาเชิงรุกและการดูแลรักษาพนักงาน	• การจ้างงาน (Employment)	●	●	●			●
7. การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล	• การปกป้องข้อมูลลูกค้า (Customer Privacy)	●	●	●		●	
8. การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า	• การปกป้องข้อมูลลูกค้า (Customer Privacy)	●	●	●		●	
9. ความปลอดภัยและสุขอนามัยของพนักงาน	• อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (Occupational Health and Safety)	●	●	●			
10. การบริหารจัดการนวัตกรรม	• ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ (Economic Performance)	●	●	●		●	●
11. การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน	• การประเมินประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Assessment) • ชุมชนท้องถิ่น (Local Communities)	●	●	●	●	●	●
12. พลังงานและคาร์บอน	• การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Carbon Emission)	●	●	●			●
13. การมีสุขภาวะที่ดีในการใช้สื่อออนไลน์และความปลอดภัย	• ชุมชนท้องถิ่น (Local Communities)	●	●	●		●	
14. การส่งมอบคุณค่าและวัดผลกระทบเชิงบวกสู่สังคม	• ชุมชนท้องถิ่น (Local Communities) • ผลกระทบเชิงอ้อมด้านเศรษฐกิจ (Indirect Economic Impacts)	●	●	●			●
15. การจัดการของเสียเล็กทรอนิกส์	• น้ำทิ้งและของเสีย (Effluents and Waste)	●	●	●	●	●	●
16. การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	• การประเมินผู้ค้าถึงผลกระทบด้านการปฏิบัติต่อแรงงาน (Supplier Assessment for Labor Practices)	●	●	●	●		
17. กลยุทธ์เพื่อรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	• การลดการใช้พลังงานในสินค้าและบริการ (Reductions in Energy Requirements of Products and Services)	●	●	●		●	
18. การสร้างสังคมที่มีความเท่าเทียมและการสร้างการเข้าถึงดิจิทัลแก่ผู้ด้อยโอกาส	• ชุมชนท้องถิ่น (Local Communities) • ผลกระทบเชิงอ้อมด้านเศรษฐกิจ (Indirect Economic Impacts)	●	●	●			●

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

ติดต่อหน่วยงาน : Strategy & Sustainable Development อีเมล : CSR-SD@truecorp.co.th

สามารถดาวน์โหลดรายงานฉบับนี้ : <http://www3.truecorp.co.th/new/sustain>

การรับรองหน่วยงานภายนอก

Third Party Verification



LRQA Independent Assurance Statement

Relating to True Corporation Public Company Limited's Environmental and Social Disclosures within the Sustainability Report for the calendar year 2017

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

Terms of engagement

Lloyd's Register Quality Assurance Ltd. (LRQA) was commissioned by True Corporation Public Company Limited (TRUE) to provide independent assurance on the environmental and social disclosures within its Sustainability Report 2017 ("the Report") against the assurance criteria below to a limited level of assurance and at the materiality of the professional judgement using LRQA's verification procedure. LRQA's verification procedure is based on current best practise and uses the principles of AA1000AS (2008) - inclusivity, materiality, responsiveness and reliability of performance data and processes defined in ISAE3000.

Our assurance engagement covered TRUE's three business units - TrueMobile, TrueVisions and TrueOnline and their twenty-nine subsidiary companies in Bangkok and specifically the following requirements:

Confirming that the material issues reported reflect the concerns of TRUE's stakeholders

Evaluating whether the selected environmental and social indicators are reliable and confirming whether the Report has been prepared in accordance with the GRI Standard - core option. The selected environmental and social indicators are listed below:

- Environmental: GRI 302-1 energy consumption within the organization, GRI 305-1 Direct (Scope1) GHG emissions, GRI 305-2 Indirect (Scope 2) GHG emissions
- Social: GRI 404-1 Average hours of training per year per employee and GRI 404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development review
- Results of surveys measuring customer satisfaction.

Our assurance engagement excluded the data and information of TRUE's Group operations and activities outside of Thailand (other than those defined in the reporting boundary above) and any third-parties mentioned in the Report.

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

LRQA's Opinion

Based on LRQA's approach nothing has come to our attention that would cause us to believe that TRUE has not:

Met the requirements above

Covered all the issues that are important to the stakeholders and readers of this Report

Disclosed reliable performance data and information for the selected environmental and social indicators, as no errors or omissions were detected.

The opinion expressed is formed on the basis of a limited level of assurance and at the materiality of the professional judgement of the verifier.

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

LRQA's approach

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

Assessing TRUE's approach to stakeholder engagement to confirm that issues raised by stakeholders were captured correctly. We did this through reviewing documents and associated records.

Reviewing TRUE's process for identifying and determining material issues to confirm that the right issues were included in their Report. We did this by benchmarking reports written by TRUE and its peers to ensure that sector specific issues were included for comparability. We also tested the filters used in determining material issues to evaluate whether TRUE makes informed business decisions that may create opportunities that contribute towards sustainable development.

- Auditing TRUE's data management systems to confirm that there were no significant errors, omissions or mis-statements in the Report. We did this by reviewing the effectiveness of data handling procedures, instructions and systems, including those for internal verification. We also spoke with those key people responsible for compiling the data and drafting the Report.
- Visiting TRUE's head office located in Bangkok to sample evidence for the selected indicators to confirm their reliability and interviewing TRUE's management representative on sampled indicators to understand and obtain data and information with respect of high level strategic management approach.

Observations

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

- Stakeholder inclusivity:
We are not aware of any key stakeholder groups that have been excluded from TRUE's stakeholder engagement process. TRUE has continued improving their understanding of the importance of stakeholders' views and where their operations impact on these material issues. We also believe that future engagements will consider those stakeholders who are unable to articulate their views and expectations; for example: supply chain workers.
- Materiality:
We are not aware of any material issues concerning TRUE's sustainability performance that have been excluded from the Report. TRUE has reaffirmed their existing processes for identifying and evaluating their material issues which are determined by a set of risk evaluation criteria. We believe that future reports will become more meaningful if these evaluation criteria reflect the dialogue with interested parties rather than just TRUE's views on material issues.
- Responsiveness:
TRUE has processes in place to communicate and respond to stakeholders and be part of high level decision making processes. We believe that future reports should provide valuable feedback on progress and effectiveness of any actions taken on issues such as data protection policy and health & safety within the supply chain.
- Reliability:
TRUE has continued improving the process and methodology to obtain more reliable data and information. However, we believe TRUE should establish an internal quality control system to further improve the reliability of the disclosed data and information.

LRQA's standards, competence and independence

LRQA implements and maintains a comprehensive management system that meets accreditation requirements for ISO 14065 Greenhouse gases – Requirements for greenhouse gas validation and verification bodies for use in accreditation or other forms of recognition and ISO/IEC 17021-1 Conformity assessment – Requirements for bodies providing audit and certification of management systems that are at least as demanding as the requirements of the International Standard on Quality Control and comply with the Code of Ethics for Professional Accountants issued by the International Ethics Standards Board for Accountants.

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

The verification is the only work undertaken by LRQA for TRUE and as such does not compromise our independence or impartiality.

Signed

Dated: 12 May 2018



Nit Tanasuthiseri,
LRQA Lead Verifier

On behalf of Lloyd's Register Quality Assurance
Lloyd's Register International (Thailand) Limited
22nd Floor, Sirinrat Building, 3388/46 Rama IV Road
Klongton, Klongtoey, Bangkok 10110 THAILAND

LRQA reference: BGK00000150

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

The English version of this Assurance Statement is the only valid version. Lloyd's Register Group Limited assumes no responsibility for versions translated into other languages.

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

Copyright © Lloyd's Register Quality Assurance Limited, 2018. A member of the Lloyd's Register Group.

การรายงานข้อมูลตามดัชนีชี้วัดของ GRI

GRI Content Index

● GRI Standard	● GRI Standard Name	● GRI Disclosure for 2017	● GRI Disclosure Title	● Evidence of GRI Standard (core) compliance (P.XX = refers to page number on pdf file not SR2017)	● Chapter	● Omission	● Page number(s) and URLs
General Disclosures							
102	General Disclosures	102-1	Name of the organization	a) บริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (ชื่อเดิม : เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น; Telecom Asia Corporation ชื่อย่อ: ทีเอ; TA) (p.2)	About True		4 - 5
		102-2	Activities, brands, products, and services	a) เป็นผู้ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมและเทคโนโลยีดิจิทัลครบวงจรรายเดียวในประเทศไทย และเป็นผู้นำด้านธุรกิจคอนเวอร์เจนซ์ที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์หลากหลาย b) ทรูโมบาย ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่อันดับ 2 ของประเทศไทยได้แบรนด์ทรูมูฟ เอช ทรูออนไลน์ ผู้นำด้านบริการบรอดแบนด์ อินเทอร์เน็ต และ WiFi ด้วยโครงข่ายไฟเบอร์คุณภาพสูง ทรูวิชั่นส์ ผู้นำในการให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกและบริการในระบบ HD ทั่วประเทศ (p.2)	About True		4 - 5
		102-3	Location of headquarters	a) สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร (p.2)	About True		4 - 5
		102-4	Location of operations	a) ทรูมูฟ เอช มีเครือข่ายประสิทธิภาพสูงสุดครอบคลุมทั่วประเทศ โครงข่ายบรอดแบนด์ ครอบคลุมกว่า 13 ล้านครัวเรือนทั่วประเทศ ทรูวิชั่นส์ ผู้นำในการให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกและบริการในระบบ HD ทั่วประเทศ (p.2) "	About True		4 - 5
		102-5	Ownership and legal form	a) ได้ลงนามในสัญญาร่วมทุนและร่วมลงทุนกับ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ("ทีโอที") โดยเป็นผู้ดำเนินการลงทุน จัดหา ติดตั้งควบคุม และซ่อมบำรุง รักษาอุปกรณ์ในระบบ ของโครงการโทรศัพท์ 2.6 ล้านเลขหมาย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เป็นระยะเวลา 25 ปี โดยสัญญาได้สิ้นสุดลงเมื่อเดือนตุลาคม 2560 (p.2) บริษัทเปลี่ยนสถานะเป็นบริษัทมหาชน โดยได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อเดือนธันวาคม 2536 ภายใต้ชื่อ บริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า "TA" และได้ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์องค์กรภายใต้แบรนด์ทรู และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) (p.2)	About True		4 - 5
		102-6	Markets served	a) i) บริการสื่อสารโทรคมนาคมและเทคโนโลยีดิจิทัลครบวงจร (p.2) ครอบคลุมทั่วประเทศ (p.2) ii) บริการสื่อสารโทรคมนาคมและเทคโนโลยีดิจิทัล (p.2) iii) Commercial (Personal) : http://www3.truecorp.co.th/new/?In=en# Corporate (Business): http://truebusiness.truecorp.co.th/index.html	About True True website for Personal and Business		4 - 5 Personal: http://www3.truecorp.co.th/new/?In=en# Business: http://truebusiness.truecorp.co.th/index.html
		102-7	Scale of the organization	See Performance Data 2014-2017	About True, Sustainability Performance Data		4 - 5

GRI Standard	GRI Standard Name	GRI Disclosure for 2017	GRI Disclosure Title	Evidence of GRI Standard (core) compliance (P.XX = refers to page number on pdf file not SR2017)	Chapter	Omission	Page number(s) and URLs
General Disclosures							
102	General Disclosures	102-8	Information on employees and other workers	See Performance Data 2014-2017	Sustainability Performance Data	b) is omitted since True's operations is only in Thailand	83 - 85
		102-9	Supply chain	จัดอบรมความรู้ด้านความยั่งยืนและจริยธรรมในการจัดซื้อแก่พนักงานจัดซื้อจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ100 (p.4).More can be found in p.4	Supply Chain Management		70-73
		102-10	Significant changes to the organization and its supply chain		Supply Chain Management	There are no significant changes	70-73
		102-11	Precautionary Principle or approach	a) บริษัทมีกระบวนการดำเนินงานเชิงรุกเพื่อปกป้องสิ่งแวดล้อม และคำนึงถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วย การใช้พลังงาน การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก การใช้ทรัพยากรน้ำ และกำจัดขยะ	Environmental Management		62 - 64
		102-12	External initiatives	a) ได้แก่ 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) และ ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (the United Nations Global Compact: UNGC)	Human Rights		42-43
		102-13	Membership of associations	a) ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (the United Nations Global Compact: UNGC)	Human Rights		42 - 43
		102-14	Statement from senior decision-maker	a) See CEO Message	Message from Chairman and Presidents(Co)		6 - 7
		102-16	Values, principles, standards, and norms of behavior	a) เป็นผู้นำด้านโครงสร้างพื้นฐานระบบเทคโนโลยีดิจิทัลที่เชื่อมโยงผู้คน องค์กร เศรษฐกิจ สังคม เข้าด้วยกันและร่วมกันสร้างคุณค่าที่แท้จริงของชีวิต Values and Principles - สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เชื่อมโยงครอบครัว ธุรกิจ และทุกคนในสังคม เพื่อร่วมแบ่งปันและมอบคุณค่าที่ดี มุ่งมั่น สู่การสร้างคุณค่าที่แท้จริงของชีวิตร่วมกัน - มุ่งมั่นแสวงหาโอกาสใหม่ๆ พร้อมสร้างประโยชน์แก่สังคม ไทยและสังคมโลก ด้วยความมุ่งมั่นสร้างสรรค์คุณค่าให้แก่ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า องค์กร และพนักงาน (p.4)	About True		4 - 5
		102-177	Mechanisms for advice and concerns about ethics Governance structure	a) บริษัทกำหนดนโยบายการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด และการคุ้มครองผู้ร้องเรียน/ผู้แจ้งเบาะแสการกระทำผิดสำหรับพนักงาน (Whistle-Blowing Policy) ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร โดยกำหนดช่องทางการรับแจ้ง ข้อมูลหรือข้อร้องเรียน กระบวนการจัดการเกี่ยวกับข้อมูลหรือข้อร้องเรียน มาตรการคุ้มครองสิทธิของผู้ให้ข้อมูล การรักษาข้อมูลของผู้ร้องเรียนไว้เป็นความลับ ให้จำกัดเฉพาะผู้ที่รับผิดชอบที่มีหน้าที่ตรวจสอบประเด็นที่ร้องเรียนเท่านั้นที่จะเข้าถึงข้อมูลได้ และคณะกรรมการตรวจสอบจะเป็นผู้พิจารณาสั่งการและรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท โดยในกรณีที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับความเสียหายจากการถูกละเมิดตามสิทธิกฎหมาย บริษัทกำหนดมาตรการที่เป็นธรรมแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้วย (p.7)	Business Ethics and anti-corruption		22 - 24 AR2017 P.188

● GRI Standard	● GRI Standard Name	● GRI Disclosure for 2017	● GRI Disclosure Title	● Evidence of GRI Standard compliance (p.xx = refers to page number on pdf file not Sr2017)	● Chapter	● Omission	● Page number(s) and URLs
General Disclosures							
102	General Disclosures	102-17	Mechanisms for advice and concerns about ethics	ii) จากกลไกดังกล่าว บริษัทได้รับการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนการละเมิดข้อพึงปฏิบัติในการทำงานและกระทำผิดในปี 2560 ที่ผ่านมารวม 13 เรื่อง (p.8) "	Business Ethics and anti-corruption		22 - 24 AR2017 P.188
		102-18	Governance structure	"a) คณะกรรมการฯ มีบทบาทและหน้าที่ตัดสินใจอย่างอิสระในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับธรรมาภิบาล การลงทุน การวางแผนองค์กร การบัญชีการเงิน รวมทั้งควบคุมและแนะนำประเด็นสำคัญเชิงกลยุทธ์และการบริหารจัดการเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้การดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับกฎหมายข้อบังคับต่างๆ และเป็นไปตามมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น และยังมีหน้าที่พิจารณาให้ความเห็นชอบวितยที่ศนการกิจและค่านิยมหลักขององค์กร ซึ่งมีการทบทวนเป็นประจำทุกปี (p.2) See full organization structure on p. 2 on CG chapter	Corporate Governance		19 - 21
				"b) การจัดการด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยของบริษัท เป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Occupational Health Safety and Working Environment Committee) (p.3 Health and Safety Chapter)"	Health and Well-Being		47 - 50
				บริษัทมีการกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างชัดเจน โปร่งใส และตรวจสอบได้ ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหาร (Executive Committee) เป็นผู้มีอำนาจสูงสุดในการอนุมัตินโยบายบริหารจัดการความเสี่ยงต่างๆ โดยได้มอบหมายงานให้คณะกรรมการพัฒนาเชิงกลยุทธ์และบริหารจัดการความเสี่ยง (Strategic Development and Risk Management Committee) และคณะกรรมการตรวจสอบ (Audit Committee) มีบทบาทในการกำหนดดูแลสอบทานความมีประสิทธิภาพของกรอบการบริหารจัดการความเสี่ยงและขั้นตอนอย่างสม่ำเสมอ (p.3 Risk management chapter)	Risk Management		25-27
				โดยบริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (EMS Steering Committee) ซึ่งมีกรรมการผู้จ้ดดำรใหญ่ (ร่วม) ด้านปฏิบัติการเป็นประธาน ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมจะพัฒนากระบวนการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมให้ได้มาตรฐานสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันทั้งกลุ่ม (p.2 Ou Approach to the Environment)	Environmental Management		62-64
		102-19	Delegating authority	"a) นอกจากนี้ยังดูแลให้มีระบบควบคุมภายในกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม และติดตามความคืบหน้าด้านความยั่งยืนของบริษัท ร่วมกับฝ่ายบริหารจัดการ เพื่อให้ธุรกิจก้าวสู่การมีผลดำเนินงานที่เป็นเลิศอย่างยั่งยืนและต่อเนื่อง different committee see organization structure chart in CG chapter (p.2) ระดับกรรมการบริหาร บริษัทกำหนดให้คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งประกอบด้วยกรรมการบริหารและกรรมการอิสระทำหน้าที่กำหนดทิศทางการพัฒนาองค์กรไปสู่ความยั่งยืน และกำหนดกรอบด้านการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน รวมทั้งนโยบายด้านความยั่งยืนขององค์กร โดยมีการประชุมรายไตรมาสเพื่อทบทวนตรวจสอบติดตามผลการดำเนินการด้านความยั่งยืนขององค์กรรวมทั้งพิจารณาและอนุมัติกรอบด้านการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนหากมีการปรับปรุงและแก้ไขเพิ่มเติม	Sustainability at True Corporate Governancet		10-12

● GRI Standard	● GRI Standard Name	● GRI Disclosure for 2017	● GRI Disclosure Title	● Evidence of GRI Standard compliance (p-xx = refers to page number on pdf file not SR2017)	● Chapter	● Omission	● Page number(s) and URL
General Disclosures							
102	General Disclosures	102-19	Delegating authority	ระดับผู้บริหารระดับสูง บริษัทแต่งตั้งคณะกรรมการนวัตกรรมและความยั่งยืน ทำหน้าที่ควบคุมดูแลการบริหารจัดการและการปฏิบัติงานด้านความยั่งยืนทั่วทั้งองค์กรโดยการนำของประธานคณะกรรมการบริหาร พร้อมทั้งกรรมการผู้จัดการใหญ่ (ร่วม) และกรรมการบริหารที่มาจากผู้บริหารที่รับผิดชอบในหน่วยธุรกิจต่าง ๆ ขององค์กร คณะกรรมการชุดดังกล่าวยังทำหน้าที่พิจารณาการดำเนินงานทั้งหมดของบริษัทรวมทั้งบทวนและติดตาม ระดับผู้บริหารระดับกลางและพนักงาน บริษัทแต่งตั้งคณะทำงานด้านความยั่งยืน 3 กลุ่ม แบ่งตามประเด็นการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน 3 มิติ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมทางด้านความยั่งยืนทั่วทั้งองค์กร ทำหน้าที่ประสานความร่วมมือในงานด้านความยั่งยืนร่วมกันโดยไม่จำกัดขอบเขตความรับผิดชอบแต่เพียงมิติของตนเองเท่านั้น โดยสมาชิกของคณะทำงานด้านความยั่งยืนมาจากหน่วยธุรกิจต่าง ๆ จาก 3 ธุรกิจของบริษัท (ทรูมูฟ เอช ทรูออนไลน์และทรูวิชั่นส์) มีการริเริ่มโครงการและกิจกรรมด้านความยั่งยืนที่นำไปสู่เป้าหมายความยั่งยืนขององค์กรโดยจะสรุปผลการดำเนินการทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพทั้งรายเดือนและรายไตรมาส พร้อมทั้งปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายความยั่งยืนของบริษัทในแต่ละปี บริษัทมีหน่วยงานความยั่งยืนซึ่งอยู่ภายใต้หน่วยงานด้านนวัตกรรมและความยั่งยืนองค์กร มีบทบาทในการบริหารจัดการความยั่งยืนในองค์กร และพัฒนาองค์กรไปสู่การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนในปี 2563 มีการกิจที่สำคัญคือ สนับสนุนนโยบายและแผนการดำเนินงานของคณะกรรมการชุดต่างๆ และประสานงานระหว่างหน่วยธุรกิจ เพื่อให้การขับเคลื่อนแผนเพื่อความยั่งยืนเป็นไปตามที่กำหนด (p. 3 in Sustainability at True chapter)"	Sustainability at True, Corporate Governance		10-12
		102-20	Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics		Sustainability at True		10-12
		102-21	Consulting stakeholders on economic, environmental, and social topics		Stakeholder Engagement and materiality analysis		14-16
		102-23	Chair of the highest governance body	http://www3.truecorp.co.th/new/public/assets/truecorp/pdf/en/20170313-true-cg_policy-en.pdf	Annual Report Website		119 - 121 "http://www3.truecorp.co.th/new/public/assets/truecorp/pdf/en/20170313-true-cg_policy-en.pdf"
		102-24	Nominating and selecting the highest governance body		Sustainability at True		10-12
		102-29	Identifying and managing economic, environmental, and social impacts		Risk and Crisis Management		25-27
		102-30	Effectiveness of risk management processes		Message from Chairman and CEO		6-7 8-9

General Disclosures							
GRI Standard	GRI Standard Name	GRI Disclosure for 2017	GRI Disclosure Title	Evidence of GRI Standard (core) (P-XX = refers to page number on pdf file not SR2017)	Chapter	Omission	Page number(s) and URLs
102	General Disclosures	102-32	Highest governance body's role in sustainability reporting		Human Capital Management		36-41
		102-35	Remuneration policies		Sustainability Performance Data		83-85
		102-38	Annual total compensation ratio		Stakeholder Engagement		14-16
		102-40	List of stakeholder groups	a) See SR2017 Stakeholder Engagement chapter with stakeholder groups listed from p.3 - p.7	Human Capital Development		36-41
		102-41	Collective bargaining agreements	Welfare committee	Stakeholder Engagement		14-16
		102-42	Identifying and selecting stakeholders	a) 3 ประการ ได้แก่ การประเมินประเด็นสำคัญ (Materiality) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Inclusivity) การตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Responsive) รวมทั้งการกำหนดแนวทางการซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การจัดทำแผนการมีส่วนร่วม รวมทั้งการพัฒนาศักยภาพของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (p.2)	Stakeholder Engagement		14-16
		102-43	Approach to stakeholder engagement	"a) Please see table from p.3 - 7. True has indicated Stakeholder expectation for each group, company's response and participation channels which outline frequency of engagement	Stakeholder Engagement		14-16
		102-44	Key topics and concerns raised	i) บริษัทตอบสนองคาดหวังและเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินงานของบริษัทในช่องทางที่เหมาะสม โดยมีความถี่ของการสื่อสารแตกต่างกันตามแผนงานและบริบทที่สำคัญ โดยนำข้อคิดเห็นและประเด็นสำคัญที่ได้จากการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไปพิจารณา และปรับปรุงการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังตารางต่อไปนี้ (p.2)	About True About this Report AR2017 p251		4-5
		102-45	Entities included in the consolidated financial statements	ii) please see the table of stakeholder groups which identify their expectations and True's responses on p.3-7" "True move h, True online, True visions (p.2 About True) a) ขอบเขตของการรายงานข้อมูลครอบคลุม 3 ธุรกิจหลักของบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย ธุรกิจโทรคมนาคม (6 บริษัท) ธุรกิจทรูออนไลน์ (13 บริษัท) และธุรกิจทรูวิชั่นส์ (10 บริษัท) ซึ่งเป็นขอบเขตเดียวกับการรายงานผลประกอบการด้านการเงินประจำปี 2560 ของบริษัท โดยเป็นการรายงานผลการดำเนินงานต่อเนื่องจากฉบับปี 2559 (p.1 About this Report) b) Please refer to AR2017 p.251 for consolidated financial statement	About this Report		74-76
		102-46	Defining report content and topic Boundaries	"a) ขอบเขตของการรายงานข้อมูลครอบคลุม 3 ธุรกิจหลักของบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย ธุรกิจโทรคมนาคม (6 บริษัท) ธุรกิจทรูออนไลน์ (13 บริษัท) และธุรกิจทรูวิชั่นส์ (10 บริษัท) ซึ่งเป็นขอบเขตเดียวกับการรายงานผลประกอบการด้านการเงินประจำปี 2560 ของบริษัท โดยเป็นการรายงานผลการดำเนินงานต่อเนื่องจากฉบับปี 2559 (p.1) b) รายงานความยั่งยืนจัดทำตามแนวทางการรายงานของ Global Reporting Initiative (GRI) Standards ในระดับตัวชี้วัดหลัก ("Core" option) อันเป็นที่ยอมรับในระดับสากล สาระสำคัญประกอบด้วย การเปิดเผยข้อมูลมาตรฐาน (standard disclosure) (p.1)	About this Report		74-76

GRI Standard	GRI Standard Name	GRI Disclosure for 2017	GRI Disclosure Title	Evidence of GRI Standard compliance (core) (p-xx = refers to page number on pdf file not SR2017)	Chapter	Omission	Page number(s) and URLs
General Disclosures							
102	General Disclosures	102-47	List of material topics	a) 18 ประเด็นที่บริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนปี 2560 (p.4)	About this Report		74-76
		102-48	Restatements of information		Sustainability at True	No restatements	10-12
		102-49	Changes in reporting			No changes in reporting on material topics and topic boundaries	74-76
		102-50	Reporting period	a) รายงานฉบับนี้ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการดำเนินการเพื่อความยั่งยืนของบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ประจำปีงบประมาณ 2560 (1 มกราคม 2560-31 ธันวาคม 2560) (P.1) "รายงานฉบับนี้ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการดำเนินการเพื่อความยั่งยืนของบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ประจำปีงบประมาณ 2560 (1 มกราคม 2560-31 ธันวาคม 2560) โดยจัดทำขึ้นเป็นฉบับที่ 4 (p.1)"	About this Report		74-76
		102-51	Date of most recent report	a) ขอบเขตของการรายงานข้อมูลครอบคลุม 3 ธุรกิจหลักของบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย ธุรกิจโทรคมนาคม (6 บริษัท) ธุรกิจทรูออนไลน์ (13 บริษัท) และธุรกิจทรูวิชั่นส์ (10 บริษัท) ซึ่งเป็นขอบเขตเดียวกับการรายงานผลประกอบการด้านการเงินประจำปี 2560 ของบริษัท โดยเป็นการรายงานผลการดำเนินงานต่อเนื่องจากฉบับปี 2559 (p.1)"	About this Report		74-76
		102-52	Reporting cycle	a) (1 มกราคม 2560-31 ธันวาคม 2560) (p.1)	About this Report		74-76
		102-53	Contact point for questions regarding the report	a) สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมติดต่อหน่วยงาน : Strategy & Sustainable Development อีเมล : CSR-SD@truecorp.co.th (p.7-8)"	About this Report		74-76
		102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	"a) i) ทั้งนี้รายงานความยั่งยืนจัดทำตามแนวทางการรายงานของ Global Reporting Initiative (GRI) Standards ในระดับตัวชี้วัดหลัก ("Core" option) อันเป็นที่ยอมรับในระดับสากล สาระสำคัญประกอบด้วยการเปิดเผยข้อมูลมาตรฐาน (standard disclosure) (p.1)"	About this Report		74-76
		102-55	GRI content index	"a) b) i) ii) iii) See GRI Content index chapter"	GRI Content Index		79-80
		102-56	External assurance	"a) b) i) ii) iii) See External Assurance page	Assurance Statement		77-78
Heart							
Corporate Governance and Business Ethics							
205	Anti-corruption	205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures		Corporate Governance and Business Ethics		19-21
		205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken				22-24
							19-21
							22-24
206	Anti-competitive Behavior	206-1	Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices		Ethics		19-21
							22-24
Risk and Crisis Management							
103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its Boundary		Risk and Crisis Management		25-27
		103-2	The management approach and its components		Risk and Crisis Management		25-27
		103-3	Evaluation of the management approach		Risk and Crisis Management		25-27

Heart							
Network Availability							
103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its Boundary		Network Quality		28-29
		103-2	The management approach and its components		Network Quality		28-29
		103-3	Evaluation of the management approach		Network Quality		28-29
Service Quality and Customer Relationship Management							
103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its Boundary		Service Quality		30-33
		103-2	The management approach and its components		Service Quality		30-33
102	General Disclosures	103-3	Evaluation of the management approach		Service Quality		30-33
		102-43	Approach to stakeholder engagement		Service Quality		30-33
		102-44	Key topics and concerns raised		Service Quality		30-33
Data Privacy and Security							
103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its Boundary		Data Privacy and Security		34-35
		103-2	The management approach and its components		Data Privacy and Security		34-35
		103-3	Evaluation of the management approach		Data Privacy and Security		34-35
418	Customer Privacy	418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data		Data Privacy and Security		34-35
Human Capital Development							
103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its Boundary		Human Capital Development		36-41
		103-2	The management approach and its components		Human Capital Development		36-41
		103-3	Evaluation of the management approach		Human Capital Development		36-41
401	Employment	401-3	Parental leave		Sustainability Performance Data		83-85
404	Training and Education	404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs		Human Capital Management		36-41
		404-1	Average hours of training per year per employee		Sustainability Performance Data		83-85
405	Diversity and Equal Opportunity	405-1	Diversity of governance bodies and employees		Sustainability Performance Data		83-85
Talent Attraction & Retention							
103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its Boundary		Talent Attraction & Retention		36-41
		103-2	The management approach and its components		Talent Attraction & Retention		36-41
		103-3	Evaluation of the management approach		Talent Attraction & Retention		36-41
102	General Disclosures	102-43	Approach to stakeholder engagement		Sustainability Performance Data		83-85
		102-44	Key topics and concerns raised		Sustainability Performance Data		83-85
401	Employment	401-1	New employee hires and employee turnover		Sustainability Performance Data		83-85

Heart							
Network Availability							
401	Employment	401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees		Human Capital Development		36-41
404	Training and Education	404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews		Human Capital Development		36-41
Human Rights							
103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its Boundary		Human Rights		42-43
		103-2	The management approach and its components		Human Rights		42-43
		103-3	Evaluation of the management approach		Human Rights		42-43
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		Human Capital Management		36-41
408	Child Labor	408-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor		Human Capital Management		36-41
409	Forced or Compulsory Labor	409-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor		Human Capital Management		36-41
412	Human Rights Assessment	412-1	Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments		Human Rights		42-43
413	Local Communities	413-1	Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs		Stakeholder Engagement		
Generation of economic outcome and Business Expansion							
103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its Boundary		Generation of economic		44-45
		103-2	The management approach and its components		outcome and Business		44-45
		103-3	Evaluation of the management approach		Expansion		44-45
Health							
Health, Safety and Wellness							
103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its Boundary		Health and Well-Being		47-50
		103-2	The management approach and its components		Health and Well-Being		47-50
		103-3	Evaluation of the management approach		Health and Well-Being		47-50
403	Occupational Health and Safety	403-2	Types of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities		Health and Well-Being		47-50
403	Occupational Health and Safety	403-1	Workers representation in formal joint management-worker health and safety committees		Health and Well-Being		47-50
Innovation Management							
103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its Boundary		Innovation Management		51-53
		103-2	The management approach and its components		Innovation Management		51-53
		103-3	Evaluation of the management approach		Innovation Management		51-53
Digital and Social Inclusion							
103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its Boundary		Social Impacts		54-60
		103-2	The management approach and its components		Social Impacts		54-60
		103-3	Evaluation of the management approach		Social Impacts		54-60

GRI Standard	GRI Standard Name	GRI Disclosure for 2017	GRI Disclosure Title	Evidence of GRI Standard compliance (P.XX = refers to page number on pdf file not SR2017)	Chapter	Omission	Page number(s) and URLs
Health							
Corporate Citizenship and Philanthropy and Social Impacts							
103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its Boundary		Corporate Citizenship and Philanthropy and Social Impacts		54-60
		103-2	The management approach and its components				54-60
		103-3	Evaluation of the management approach				54-60
201	Economic Performance	201-1	Direct economic value generated and distributed		Sustainability Performance Data, Corporate Citizenship and Philanthropy and Social Impacts		83-85 54-60
Home							
Our Approach to the Environment							
103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its Boundary		Our Approach to the Environment		61
		103-2	The management approach and its components		Our Approach to the Environment		61
		103-3	Evaluation of the management approach		Our Approach to the Environment		61
302	Energy	302-1	Energy consumption within the organization		Sustainability Performance Data		83-85
303	Water	303-1	Water withdrawal by source		Sustainability Performance Data		83-85
306	Effluents and Waste	306-2	Waste by type and disposal method		Sustainability Performance Data		83-85
307	Environmental Compliance	307-1	Non-compliance with environmental laws and regulations		Our Approach to the Environment		61
Climate Strategy							
103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its Boundary		Climate Strategy		65-67
		103-2	The management approach and its components		Climate Strategy		65-67
		103-3	Evaluation of the management approach		Climate Strategy		65-67
305	Emissions	305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions		Sustainability Performance Data		83-85
		305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions		Sustainability Performance Data		83-85
E-Waste							
103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its Boundary		E-Waste		68-69
		103-2	The management approach and its components		E-Waste		68-69
		103-3	Evaluation of the management approach		E-Waste		68-69
Supply Chain Management							
103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its Boundary		Supply Chain Management		70-73
		103-2	The management approach and its components		Supply Chain Management		70-73
		103-3	Evaluation of the management approach		Supply Chain Management		70-73
102	General Disclosures	102-43	Approach to stakeholder engagement		Service quality		30-33
		102-44	Key topics and concerns raised		Service quality		30-33
		308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria		Supply Chain Management		70-73
		308-2	Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken		Supply Chain Management		70-73

การรายงานข้อมูลตามดัชนีชี้วัดของ UN SDGs

UN SDGs Content Index

Chapter	UN Sustainable Development Goals	Page Number(s)
Heart		
การกำกับดูแลกิจการ Corporate Governance		19 - 20
การบริหารจัดการความเสี่ยง Risk Management		25 - 27
ความพร้อมใช้งานของเครือข่าย Network Availability		28 - 29
การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ และคุณภาพการให้บริการ Customer Relationship Management and Service Quality	 	30 - 33
การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล Data Privacy and Security	 	34 - 36
การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล Human Capital Management	  	37 - 42
การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน Management of Human Rights	   	43 - 44
Health		
ความปลอดภัยและสุขอนามัยของพนักงาน Employee Health, Safety, and Wellness	 	48 - 51
การบริหารจัดการนวัตกรรม Innovation Management		52 - 54
การเป็นพลเมืองที่ดี และการสร้างผลกระทบเชิงบวกสู่สังคม Corporate Citizenship and Social Impacts	     	55 - 60
Home		
การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม Environmental Management	 	62 - 67
การจัดการของเสียอิเล็กทรอนิกส์ E-Waste Management		68 - 69
การจัดการห่วงโซ่อุปทาน Supply Chain Management	 	70 - 73

การรายงานข้อมูลตามดัชนีชี้วัดของ UNGC

UNGC Advanced Content Index

Topic	Chapter	Page Number(s)
Implementing the Ten Principles into Strategies & Operations		
Criterion 1: The COP describes mainstreaming into corporate functions and business units	Corporate Governance	19 - 20
Criterion 2: The COP describes value chain implementation	Supply Chain Management	70 - 73
Robust Human Rights Management Policies & Procedures		
Criterion 3: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of human rights	Human Rights	43 - 44
Criterion 4: The COP describes effective management systems to integrate the human rights principles	Human Rights Human Capital Management	37 - 44
Criterion 5: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms of human rights integration	Human Rights Human Capital Management Stakeholder Engagement	15 - 17 37 - 44
Robust Labour Management Policies & Procedures		
Criterion 6: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of labour	Human Rights Human Capital Management	37 - 44
Criterion 7: The COP describes effective management systems to integrate the labour principles	Human Rights Human Capital Management	37 - 44
Criterion 8: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms of labour principles integration	Human Rights Human Capital Management	37 - 44
Robust Environmental Management Policies & Procedures		
Criterion 9: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of environmental stewardship	Environmental Management Climate Change Management	62 - 67
Criterion 10: The COP describes effective management systems to integrate the environmental principles	Environmental Management Climate Change Management	62 - 67
Criterion 11: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms for environmental stewardship	Environmental Management Climate Change Management	62 - 67
Robust Anti-Corruption Management Policies & Procedures		
Criterion 12: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of anti-corruption	Business Ethics and Anti-Corruption	21 - 24
Criterion 13: The COP describes effective management systems to integrate the anti-corruption principle	Business Ethics and Anti-Corruption	21 - 24
Criterion 14: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms for the integration of anti-corruption	Business Ethics and Anti-Corruption	21 - 24
Taking Action in Support of Broader UN Goals and Issues		
Criterion 15: The COP describes core business contributions to UN goals and issues	UN SDGs	88
Criterion 16: The COP describes strategic social investments and philanthropy	Corporate Citizenship and Philanthropy and Social Impacts	55 - 60
Criterion 17: The COP describes advocacy and public policy engagement	UN SDGs	88
Criterion 18: The COP describes partnerships and collective action	Human Rights	43 - 44
Corporate Sustainability Governance and Leadership		
Criterion 19: The COP describes CEO commitment and leadership	Message from Chairman and Presidents(Co)	6 - 9
Criterion 20: The COP describes Board adoption and oversight	Corporate Governance	19 - 20
Criterion 21: The COP describes stakeholder engagement	Stakeholder Engagement	15 - 17

รายงานผลการดำเนินการ

Performance Summary

GRI Standard	Required Data Thai	Required Data	Unit	2014	2015	2016	2017
Economic							
201-1	การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยตรง	Direct Economic Value Generated					
	สินทรัพย์รวม	Total assets	Million Baht	234,103	282,844	448,960	465,311
	รายได้จากการดำเนินงานทั้งหมด	Total revenue	Million Baht	109,216	118,781	124,719	141,290
	การกระจายมูลค่าทางเศรษฐกิจ	Economic Value Distributed					
	ค่าตอบแทนและสวัสดิการพนักงาน	Salary, wages and employees' benefits	Million Baht	11,968	11,968	12,898	13,417
	ต้นทุนในการดำเนินงาน	Operating expenses	Million Baht	106,294	114,173	125,211	135,402
	การจ่ายสำหรับผลการดำเนินงาน	Payment to Provider of Capital					
	การจ่ายเงินปันผล	Dividend payments	Million Baht	-	-	1,641	1,034
	การจ่ายดอกเบี้ย	Interest payments	Million Baht	5,101	2,897	4,672	5,917
	งบกำไรขาดทุน	Consolidated Income Statement					
	กำไรสุทธิ	Net profit	Million Baht	1,294	4,412	(2,814)	2,316
	กำไรก่อนดอกเบี้ยภาษีค่าเสื่อมและค่าตัดจำหน่าย	EBITDA	Million Baht	20,050	22,109	25,071	39,912
Enviroment							
302-1	ปริมาณการใช้พลังงาน	Energy consumption					
	ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้า (ซื้อ)	Electricity consumption (purchased)	GJ	1,528,286.40	1,838,757.60	2,636,521.20	1,989,629.24
303-1	ปริมาณการใช้พลังงานเชื้อเพลิง	Energy consumption from non-renewable fuels (mobile combustion)	GJ	208,512.00	263,905.20	284,324.40	264,348.45
	ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน	Energy consumption from renewable fuels (mobile combustion)	GJ				
	ปริมาณการใช้พลังงานทั้งหมด	Total energy consumption	GJ	1,736,787.60	2,102,662.80	2,920,845.60	2,253,977.69
	ปริมาณการใช้น้ำ	Water consumption					
	ปริมาณการใช้น้ำ (ซื้อ)	Water consumption (purchased municipal water)	Cubic meter	144,425.14	186,476.88	226,565.92	171,935.61
306-2	ปริมาณของเสีย	waste					
	ปริมาณของเสียทั่วไป	General Waste	Metric tons	2,753.0	2,896.0	3,109.0	2,520.0
	ปริมาณของเสียอันตราย	Hazardous waste	Metric tons	-	-	-	0.2
	ปริมาณของเสียที่นำไปกำจัด	Total Waste Disposed	Metric tons	2,753.0	2,896.0	3,109.0	2,520.2
	ปริมาณของเสียรีไซเคิลหรือนิกส์+ของเสียรีไซเคิล	E-Waste Recycled	Metric tons	71.2	240.1	202.0	71.4
305-1	ก๊าซเรือนกระจก	Greenhouse gas					
	การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากชีวภาพ	Biogenic CO2 emissions	Ton of CO2e	303	547	572	524.36
	การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากเชื้อเพลิงฟอสซิล	Fossil Fuel CO2 emissions	Ton of CO2e	15,486	18,235	20,465	19,044
	การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (GHG ขอบเขต 1)	Total direct greenhouse gas emissions (GHG Scope 1)	Ton of CO2e	15,486	18,235	20,465	19,044
305-2	การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (GHG ขอบเขต 2)	Total indirect greenhouse gas emissions (location based) (GHG Scope 2)	Ton of CO2e	247,115	297,317	426,311	321,712
Labor Practices							
102-7	จำนวนพนักงานแยกตามเพศ	Total number of employees					
102-8	แยกตามเพศ ชาย	Male	Person	9,907	10,280	10,793	11,059
103	แยกตามเพศ หญิง	Female	Person	11,268	11,998	13,130	12,862
	รวม	Total	Person	21,175	22,278	26,872	23,921
102-8	จำนวนพนักงานที่เป็นผู้พิการ	Employees with disabilities					
	แยกตามเพศ ชาย	Male	Person	N/A	N/A	92	89
	แยกตามเพศ หญิง	Female	Person	N/A	N/A	43	39
	รวม	Total	Person	33	33	135	128
	จำนวนพนักงานแยกตามระดับ	Total number of employees by level					
	คณะกรรมการบริษัท Board of Directors	Board of Directors/ Supervisory Board	Person	16	16	18	18
	- แยกตามเพศ ชาย	- Male	Person	16	16	18	17
	- แยกตามเพศ หญิง	- Female	Person	0	0	0	1
102-8	ระดับสูงกว่าผู้อำนวยการ Director up	Director Level up	Person	16	16	17	15
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person	16	16	17	15
	- พนักงาน หญิง	- Female	Person				0

GRI Standard	Required Data Thai	Required Data	Unit	2014	2015	2016	2017
Labor Practices							
102-8	ระดับผู้อำนวยการ Director level	Director Level	Person	55	61	78	82
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person	45	46	59	62
	- พนักงาน หญิง	- Female	Person	10	15	19	20
	ระดับรองผู้อำนวยการ DD	Deputy Director Level	Person	194	176	193	196
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person	134	110	117	115
	- พนักงาน หญิง	- Female	Person	60	66	76	81
	ระดับผู้ช่วยผู้อำนวยการ AD	Assistant Director Level	Person	728	685	768	754
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person	411	385	431	420
	- พนักงาน หญิง	- Female	Person	317	300	337	334
	ระดับผู้จัดการ	Manager Level	Person	2,050	2,056	2,193	2,306
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person	1,058	1,037	1,097	1,156
	- พนักงาน หญิง	- Female	Person	992	1,019	1,096	1,150
	ระดับพนักงานปฏิบัติการ	Operation Level	Person	18,132	19,284	20,674	20,565
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person	8,243	8,686	9,072	9,288
	- พนักงาน หญิง	- Female	Person	9,889	10,598	11,602	11,277
	จำนวนพนักงานแยกตามประเภทสัญญาจ้าง	Total number of employees by employment contract					
	พนักงานประจำ	Permanent employees	Person				16,524
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person				8,441
	- พนักงาน หญิง	- Female	Person				8,083
	ลูกจ้างชั่วคราว	Temporary employees	Person				7,397
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person				2,618
	- พนักงาน หญิง	- Female	Person				4,779
	จำนวนพนักงานแยกตามพื้นที่	Total number of employees by region					
	พนักงานประจำ	Permanent employees	Person				16,524
	ในกรุงเทพฯ	- Bangkok	Person				12,920
	นอกกรุงเทพฯ	- Outside Bangkok	Person				3,604
	ลูกจ้างชั่วคราว	Temporary employees	Person				7,397
	ในกรุงเทพฯ	- Bangkok	Person				5,284
	นอกกรุงเทพฯ	- Outside Bangkok	Person				2,113
	จำนวนพนักงานแยกตามประเภทการว่าจ้าง	Total number of employees by employment type					
	จ้างเต็มเวลา	Full-time	Person				23,748
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person				11,018
	- พนักงาน หญิง	- Female	Person				12,730
	จ้างไม่เต็มเวลา	Part-time	Person				173
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person				41
	- พนักงาน หญิง	- Female	Person				132
405-1	จำนวนพนักงานแบ่งตามช่วงอายุ	Total Employees by age					
	< 30 ปี	< 30 years	Person	10,471	9,471	10,147	8,216
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person	4,498	4,130	4,214	3,578
	- พนักงาน หญิง	- Female	Person	5,973	5,341	5,933	4,638
	30-50 ปี	30-50 years	Person	10,265	12,183	13,037	14,649
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person	5,115	5,750	6,103	6,848
	- พนักงาน หญิง	- Female	Person	5,150	6,433	6,934	7,801
	> 50 ปี	> 50 years	Person	444	624	739	1,056
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person	294	403	467	633
	- พนักงาน หญิง	- Female	Person	150	221	272	423
405-1	จำนวนพนักงานแบ่งตามช่วงอายุ	Percentage of Employees by age					
	< 30 ปี	< 30 years	Person	49%	43%	38%	34%
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person	21%	19%	16%	15%
	- พนักงาน หญิง	- Female	Person	28%	24%	22%	19%
	30-50 ปี	30-50 years	Person	48%	55%	49%	61%
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person	24%	26%	23%	29%
	- พนักงาน หญิง	- Female	Person	24%	29%	26%	33%
	> 50 ปี	> 50 years	Person	2%	3%	3%	4%
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person	1%	2%	2%	3%
	- พนักงาน หญิง	- Female	Person	1%	1%	1%	2%

GRI Standard	Required Data Thai	Required Data	Unit	2014	2015	2016	2017
Labor Practices							
404-1	การฝึกอบรมพนักงาน	Training & Development					
	แยกตามระดับ	By Level					
	- ผู้บริหาร	- Executive Level	Hours/Person		24.39	28.19	14.70
	- พนักงานทั่วไป	- Staff Level	Hours/Person		13.04	12.89	12.59
	จำนวนชั่วโมงโดยเฉลี่ยของการฝึกอบรมต่อปีต่อพนักงานหนึ่งคน	Average hours per FTE on training and development	Hours/Person		14.56	14.97	12.88
	- แยกตามเพศ ชาย	- Male	Hours/Person		15.13	14.90	12.52
	- แยกตามเพศ หญิง	- Female	Hours/Person		14.08	15.02	13.20
OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY							
401-1	การว่าจ้างพนักงาน	Recruitment		7,574	8,281	7,264	25,122
	ค่าใช้จ่ายในการสรรหาพนักงานโดยเฉลี่ยเทียบกับพนักงานประจำทั้งหมด	Average hiring cost / FTE					
	จำนวนและอัตราการจ้างงานใหม่	New Hire					
	จำนวนการจ้างงานใหม่	New hire	Person	8,048	7,096	8,644	7,529
	อัตราการจ้างงานใหม่	New hire rate	Percent	38.0	28.3	32.2	31.5
	แยกตามเพศ	By gender					
	ชาย	Male	Person	3,320	2,974	3,289	3,179
			Percent	33.5	25.3	26.4	28.7
	หญิง	Female	Person	4,728	4,122	5,355	4,350
			Percent	41.9	31.0	37.1	33.8
	แยกตามอายุ	By age					
	น้อยกว่า 30	< 30 years	Person			6,850	5,824
			Percent			60.4	70.9
	30 - 50 ปี	30-50 years	Person			1,777	1,662
			Percent			12.1	11.3
	มากกว่า 50 ปี	>50 years	Person			17	43
			Percent			2.1	4.1
	จำนวนและอัตราการลาออกจากงาน	Turnover (permanent)					
	'จำนวนการลาออก	Employee turnover	Person	1,444	1,369	1,194	1,815
	อัตราการพ้นสภาพของพนักงาน	Employee turnover rate	Percent	10.0	9.0	8.0	8.0
	แยกตามเพศ	By gender					
	ชาย	Male	Person				826
			Percent				7.47
	หญิง	Female	Person				989
			Percent				7.69
	แยกตามอายุ	By age					
	น้อยกว่า 30	< 30 years	Person				531
			Percent				6.5
	30 - 50 ปี	30-50 years	Person				1,231
			Percent				8.4
	มากกว่า 50 ปี	>50 years	Person				53
			Percent				5.0
	อัตราการลาออกจากงานของพนักงานโดยสมัครใจ	Voluntary employee turnover rate	Percent	9.0	8.0	7.0	6.0
102-43	การสำรวจความผูกพันของพนักงาน	Employee Engagement Survey					
102-44	TRUE Group		Percent	63	72	73	76
	ความผูกพันของพนักงาน	Employee satisfaction rate	Percent	71	71	73	76
	เป้าหมายความผูกพันของพนักงาน	Target of employee satisfaction rate	Percent	94	97	93	96
	ร้อยละของพนักงานที่เข้าร่วมการสำรวจผูกพันของพนักงาน	Employees participating in employee satisfaction survey					
404-3	การประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงาน	Individual Performance Appraisal					
	การใช้เป้าหมายที่สามารถวัดได้และที่ได้รับการตกลงร่วมกันกับผู้บังคับบัญชา/หัวหน้างาน (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)	Systematic use of agreed measurable targets by line superior (% of all employees)	Percent		100	100	100
	การประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานจากหลายมิติ (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)	Multidimensional performance appraisal (% of all employees)	Percent		28	41	68

GRI Standard	Required Data Thai	Required Data	Unit	2014	2015	2016	2017
OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY							
404-3	การเปรียบเทียบและการจัดลำดับพนักงานภายในหมวดหมู่เดียวกันอย่างเป็นระบบ (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)	Formal comparative ranking of employees within one employee category (% of all employees)	Percent	70	100	100	100
* การดำเนินงานธุรกิจของ True อยู่แค่ในประเทศไทยเท่านั้นดังนั้นบริษัทจึงไม่มีรายละเอียดของจำนวนพนักงานตามภูมิภาคหรือต่างประเทศ * True's operations are in Thailand only, therefore we do not provide any breakdown of numbers of employees by region.							
405-1	ความหลากหลายระหว่างเพศชายและหญิง	Gender Diversity					
	ตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงหญิง DD up	"Women in top leadership positions (Director to Managing Director level up)"	Person Percent	26.4 1,379	81 32.0	95 32.9	102 34.5
	ตำแหน่งผู้จัดการส่วน หญิง AD up	"Women in management positions (Manager level up to Managing Director level up)"	Person Percent	45.3 992	1,400 46.8	1,528 47.0	1,586 47.3
	ตำแหน่งผู้จัดการแผนก หญิง Mgr up	"Women in junior management positions (Manager level) "	Person Percent	48.4 9,889	1,019 49.6	1,096 50.0	1,150 49.9
	ตำแหน่งพนักงานระดับปฏิบัติการหญิง Operations	Women in workforce	Person Percent	54.5	10,598 55.0	11,602 56.1	11,277 54.8
401-3	การใช้สิทธิ์ลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร	Parental Leave					
	จำนวนพนักงานที่ได้รับสิทธิ์ลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร	Number of employees entitled to parental leave	Person				13,594
	จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิ์ลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร	Number of employees taking parental leave	Person				368
	จำนวนพนักงานที่กลับมาปฏิบัติงานหลังจากใช้สิทธิ์ลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร	"Number of employees returning to work after parental leave who are still employed for the next 12 months10"	Person				368
	จำนวนพนักงานที่กลับมาปฏิบัติงานหลังจากใช้สิทธิ์ลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตรและยังทำงานต่อหลังจากนั้นอีก 1 ปี	Number of employees returning to work after parental leave who are still employed for the next 12 months	Person				
	อัตราพนักงานกลับมาทำงานหลังใช้สิทธิ์ลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร	Employees returned to work after parental leave (retention rate)	Percent				100
	นโยบายและการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย	Health and Safety Framework and Training					
	ความครอบคลุมของกรอบการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย	Coverage of health and safety management framework	Person	13	86	12	107
	ความครอบคลุมในการฝึกอบรมด้านความเสี่ยง ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย และการป้องกัน	Coverage of OHS health risks/ prevention training	Person	3,317	7,640	4,135	2,580
	ความครอบคลุมในการฝึกอบรมหรือมาตรการต่างๆ ที่ส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ของพนักงาน	Coverage of special training and/or measures to foster employees' health and well-being	Person	73,735.0	78,687.0	101,895	139,086
403-2	อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน	Occupational disease rate					
	จำนวนพนักงานที่เจ็บป่วยจากการทำงาน	No. of employees with work-related illnesses		0	0	16	12
	- ชาย	- Male	Person			12	10
	- หญิง	- Female	Person			4	2
	อัตราพนักงานที่เจ็บป่วยจากการทำงาน	Occupational disease rate		0	0	595	501.7
	- ชาย	- Male		0	0	1,112	904.2
	- หญิง	- Female		0	0	305	155.5
	อัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน (พนักงาน)	Injury rate Employees					
	จำนวนรายบาดเจ็บ (ไม่หยุดงาน)	Injured employees (no workday lost)		2	1	7	1
	- ชาย	- Male	Person	2	1	5	1
	- หญิง	- Female	Person	0	0	2	0
	จำนวนรายบาดเจ็บ (หยุดงาน)	Injured employees (with workday lost)		11	6	9	11
	- ชาย	- Male	Person	10	6	7	9
	- หญิง	- Female	Person	1	0	2	2
	ทุพพลภาพ	Employees Severe injuries resulting in disabilities		0	0	0	0
	- ชาย	- Male	Person	0	0	0	0
	- หญิง	- Female	Person	0	0	0	0

GRI Standard	Required Data Thai	Required Data	Unit	2014	2015	2016	2017
OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY							
403-2	อัตราการบาดเจ็บ	Injury rate Employees	Number per million man-hours	0.30	0.15	0.29	0.241
	- ชาย	- Male		0.58	0.33	0.53	0.435
	- หญิง	- Female		0.04	0.00	0.15	0.075
	อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน	Lost time injury frequency rate employees		0.25	0.13	0.16	0.22
	- ชาย	- Male		0.49	0.28	0.31	0.39
	- หญิง	- Female		0.04	0.00	0.07	0.07
	การเสียชีวิต	Fatalities					
	พนักงานที่เสียชีวิตเนื่องจากอุบัติเหตุ(ในงาน)	Employee					
	- ชาย	- Male	Person	0	0	0	0
	- หญิง	- Female	Person	0	0	0	0
	ผู้รับเหมาที่เสียชีวิตเนื่องจากอุบัติเหตุ(ในงาน)	Contractor					
	- ชาย	- Male	Person	0	2	1	2
	- หญิง	- Female	Person	0	0	0	0
	จำนวนรายที่เสียชีวิตโรคจากการทำงาน	Death from work-related illnesses					
	- ชาย	- Male	Person	0	0	0	0
	- หญิง	- Female	Person	0	0	0	0
	จำนวนรายที่เสียชีวิตเนื่องจากอุบัติเหตุ (ในงาน)	Death from work-related accidents					
	- ชาย	- Male	Person				0
	- หญิง	- Female	Person				0
	จำนวนรายที่เสียชีวิตเนื่องจากอุบัติเหตุรถยนต์ (ในงาน)	Death from work-related automobile accidents		0	0	0	0
	- ชาย	- Male	Person	0	0	0	0
	- หญิง	- Female	Person				
	การขาดงาน	Injury Severity rate					
403-2	จำนวนวันที่ขาดงาน	Total lost days	Days	56	137	120	116
	- ชาย	Male	Days			113	85
	- หญิง	Female	Days			7	31
	อัตราความรุนแรงจากอุบัติเหตุการทำงาน	Injuries Severity Rate (ISR) base 1,000,000 Hrs	-	1.271	2.957	2.147	2.331
	การลาป่วย	Sick Leave					
	จำนวนวันลาป่วยโดยเฉลี่ยของพนักงาน	Average sick days per employee	Days			2.0	2.1
	True Group	True Group	Days			59,118.4	49,924.5
		Total number of sick days	Days				
	การขาดงาน	Absentee Rate					
	อัตราการลา	Absentee Rate		0.0010%	0.0024%	0.8479%	0.80%
	- ชาย	- Male		0.0000%	0.0000%	1.0574%	0.87%
	- หญิง	- Female		0.0000%	0.0000%	0.8661%	0.75%
		General working info					
201-1	จำนวนพนักงานทั้งหมด	Total Employees	Man	21,175	22,278	26,872	23,921
	- ชาย	- Male	Man				
	- หญิง	- Female	Man	9,907	10,280	10,793	11,059
	จำนวนชั่วโมงทำงานทั้งหมด	Total Employee Work Hours	Man-Hours	11,268	11,998	13,130	12,862
	- ชาย	- Male	Man-Hours	44,044,000	46,338,240	55,893,760	49,755,680
	- หญิง	- Female	Man-Hours	20,606,560	21,382,400	22,449,440	23,002,720
	จำนวนชั่วโมงทำงานทั้งหมด	Total Work Hours	Man-Hours	23,437,440	24,955,840	27,310,400	26,752,960
	ISR= Number of lost working day x 1,000,000hrs/(5 working day x 8hrs x 52weeks x Total Employee) *Target 2017 = 2.450						
	IFR= Number of Injuries case x1,000,000hrs/(5 working day x 8hrs x 52weeks x Total Employee)						
	Corporate Social Responsibility						
	รวมเงินสมทบ	Total Contribution		2014	2015	2016	2017
	การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม	Funding for activities benefiting society	Million Baht	115.79	137.67	262.27	275.89
	การอาสาของพนักงานในกิจกรรมทางสังคม	Volunteering by employees in social activities	Hours	7,632	8,072	15,584.00	20,376.00

Remarks: Include trend explanation, restatement (if applicable), and other remark.

Not Available – ไม่มีข้อมูล

NA

Not Relevant – ไม่เกี่ยวข้อง

NR

รายงานกิจการเพื่อสังคม CSR Report

รายละเอียดกิจกรรมต่างๆ

กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม	ผลการดำเนินงานประจำปี 2560	คุณค่าต่อสังคม
ด้านกีฬา / กิจกรรม			
1. True Young Producer Awards	การประกวดภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสังคม เปิดโอกาสให้นิสิต/นักศึกษาส่งผลงานภาพยนตร์โฆษณาเข้าประกวด เพื่อพัฒนาทักษะความรู้ การผลิตภาพยนตร์โฆษณา มุ่งเน้นคุณธรรมและจริยธรรมในวิชาชีพ ยังเป็นการสร้างเครือข่ายนักโฆษณารุ่นใหม่ให้เป็นที่รู้จักในวงการโฆษณา มากขึ้น และสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัท กับพันธมิตรที่ร่วมโครงการ	1. นิสิต/นักศึกษาเข้าร่วม 703 ทีม รวม 2,109 คน 2. อาจารย์ที่ปรึกษาเข้าร่วม 45 คน	1. กระตุ้นการโฆษณาให้ความสำคัญของการผลิตสื่อสร้างสรรค์สังคม 2. ผลิตรายการโฆษณารุ่นใหม่ที่มีคุณภาพ และมีจริยธรรมเข้าสู่ตลาด 3. เปิดโอกาสให้นิสิตนักศึกษาที่ผ่านเข้าโครงการได้มีโอกาสเข้าร่วมงานกับบริษัทโฆษณาชั้นนำระดับประเทศและระดับโลก
2. True Future Journalist Award	จัดการประกวดแข่งขันทักษะด้านสื่อสารมวลชนระดับ นิสิต/นักศึกษาเน้นการพัฒนาทักษะการสื่อสารมวลชนที่มีคุณภาพ คุณธรรมจริยธรรมในวิชาชีพและสร้างเครือข่ายนักข่าว แห่งอนาคต	1. นศ. เข้าร่วม Road Show จำนวน 1,000 คน 2. อาจารย์ที่ปรึกษา จำนวน 50 คน	1. ได้ผู้สื่อข่าวคุณภาพ ที่มีคุณธรรม และจริยธรรมในการนำเสนอข่าว ได้อย่างถูกต้อง และเป็นธรรม 2. พัฒนาวงการข่าวในประเทศไทย เพื่อยกระดับเทียบเท่ามาตรฐานโลก
3. TrueVisions Junior Golf Tour	การแข่งขันกอล์ฟเยาวชน อายุ 8 - 20 ปี จัดต่อเนื่องเป็นปีที่ 18 และส่งนักกอล์ฟเข้าร่วม การแข่งขันในรายการ ต่างประเทศ	นักกอล์ฟเยาวชน 930 คน	1. สร้างการรับรู้ให้แก่เยาวชน และ บุคคลทั่วไป 2. สร้างนักกีฬาฟุตบอลเลยทีมชาติไทย เข้าแข่งขันระดับซีเกมส์ และระดับโลก 3. ร่วมพัฒนางานการกีฬาอาชีพไทย
4. TrueVisions International Junior Golf Championships	การแข่งขันกอล์ฟเยาวชน อายุ 8 - 20 ปี ซึ่งจัดอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลา 17 ปี	นักกอล์ฟ เยาวชนเข้าร่วม 150 คน 18 ประเทศ เข้าร่วมการแข่งขัน	1. สร้างการรับรู้ให้แก่เยาวชน และบุคคลทั่วไป 2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย 3. สร้างนักกอล์ฟอาชีพ 4. ร่วมพัฒนางานการกีฬาอาชีพไทย
5. TrueVisions Thailand Junior Bowling Championships	ส่งเสริมให้เยาวชนได้พัฒนาทักษะความชำนาญและ สร้างประสบการณ์ในกีฬาโบว์ลิ่ง ทั้งในระดับเยาวชน และระดับโลก	นักกีฬาเยาวชน ผู้ปกครอง และผู้ควบคุมทีม 200 คน	1. สร้างการรับรู้ให้แก่เยาวชน และบุคคลทั่วไป 2. สร้างนักกีฬาโบว์ลิ่งทีมชาติไทย เข้าแข่งขันระดับซีเกมส์ เอเชียเกมส์ และระดับโลก 3. ร่วมพัฒนางานการกีฬาโบว์ลิ่งไทย
6. TrueVisions-Yamaha Footvolley Thailand Championships	จัดการแข่งขันฟุตวอลเลย์ชิงแชมป์ประเทศไทย แบ่งเป็น 3 ระดับ 1. ระดับมัธยมศึกษา 2. ระดับอุดมศึกษา 3. ระดับประชาชนทั่วไป	60 ทีม	1. สร้างการรับรู้ให้แก่เยาวชน และบุคคลทั่วไป 2. พัฒนาสร้างเสริมประสบการณ์ให้แก่ นักกีฬา ฟุตวอลเลย์ไทย 3. สร้างนักกีฬาฟุตวอลเลย์ทีมชาติ เพื่อส่งเข้าแข่งขันในระดับนานาชาติ ซีเกมส์ และเอเชียนเกมส์ 4. ร่วมพัฒนางานการฟุตวอลเลย์ไทย
ด้านวิทยาศาสตร์			
1. True Young Scientist	จัดประกวดโครงงานวิทยาศาสตร์ระดับประถมศึกษา เพื่อพัฒนาทักษะกระบวนการด้านวิทยาศาสตร์ ให้แก่เยาวชนไทย	นักเรียนระดับประถมศึกษา ตอนปลาย 260 ทีม (780 คน) จากทั่วประเทศ	พัฒนาทักษะกระบวนการด้านวิทยาศาสตร์ ให้เยาวชนของชาติ ให้สนใจใฝ่รู้ มุ่งมั่น อดทน รอบคอบ มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ ประหยัด เปิดให้ร่วมแสดงความคิดเห็น ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น และมีความมีเหตุมีผล
2. Young Thai Science	จัดการประกวดคัดเลือกนิสิตนักศึกษาที่มีความรู้และความสามารถในการสื่อสารทางวิทยาศาสตร์		กระตุ้นความสนใจการเรียนรู้ ด้านวิทยาศาสตร์ให้แก่เยาวชน
3. จรวดขวดน้ำ	นักเรียนระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนต้น ทำการแข่งขันจรวดขวดน้ำซึ่งประกอบด้วย การแข่งขัน ระยะไกล แม่นยำและคะแนนรวม	นศ.เข้าร่วมอย่างน้อย 1,300 ทีม (6,500 คน) อาจารย์ที่ปรึกษา 1,300 คน	
4. FameLab	ส่งเสริมให้เยาวชนได้รับการพัฒนาทักษะความรู้ และการสื่อสารด้านวิทยาศาสตร์	200 คน	ส่งเสริมการและกระตุ้นความสนใจ ด้านวิทยาศาสตร์ให้แก่เยาวชน
ด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม			
1. ค่ายเยาวชน...รักษ์พงไพร เฉลิมพระเกียรติ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ครบ 60 พรรษา	นำแอปพลิเคชัน We Grow ร่วมเป็น 1 หลักสูตรค่ายฯ ด้วยการเรียนรู้ธรรมชาติผ่านเทคโนโลยี ส่งเสริมการขยาย พื้นที่สีเขียวผ่านกิจกรรมปลูกต้นไม้โดยบันทึกการปลูก และการเจริญเติบโตของต้นไม้ผ่านแอปพลิเคชัน และกิจกรรมต่างๆ	เยาวชนทั่วประเทศใน 31 ศูนย์เรียนรู้ 8000 คน/ปี	เยาวชนได้รับความรู้ความเข้าใจด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เกิดความรู้ ความเข้าใจและตระหนักในความสำคัญของธรรมชาติ / สัตว์ป่า และเกิดแนวร่วม ในการปกป้องธรรมชาติไม่ให้ถูกทำลาย และร่วมกันอนุรักษ์ ให้เกิดความยั่งยืน

กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม	ผลการดำเนินงานประจำปี 2560	คุณค่าต่อสังคม
ด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม			
2. โครงการปลูกจิตสำนึกอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การประกวดภาพถ่าย "สัตว์มีค่าปามีคุณ"	ปลูกจิตสำนึกอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมผ่านภาพถ่าย	2,000 ภาพ	ประชาชนเกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เกิดจิตสำนึกและช่วยกันในการอนุรักษ์ธรรมชาติให้คงอยู่ต่อไป
3. โครงการปลูกจิตสำนึกอนุรักษ์คุณค่าพันธุ์ไม้ผ่าน We Grow QR Code ในสวนสาธารณะ	ให้ข้อมูลพันธุ์ไม้ต่างๆ ตามสวนสาธารณะของ กทม. เพื่อศึกษาคุณค่าของทรัพยากรป่าไม้ผ่านป้าย QR Code ภายใต We Grow Platform	ติดตั้งป้าย QR Code ในสวนสาธารณะ 4 แห่ง และยอดดาวน์โหลดเพิ่มขึ้น 10%	ปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ให้คนในเมืองใหญ่
4. โครงการความร่วมมือกับมูลนิธิสืบ นาคะเสถียร ด้านอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	ร่วมกับ True Money Wallet จัดทำระบบบริจาคผ่านแอปพลิเคชัน และประชาสัมพันธ์การระดมทุนเพื่อการอนุรักษ์พันธุ์ไม้ป่าตะวันตก	800,000 บาท	สนับสนุนการขยายพื้นที่ป่าของมูลนิธิฯ ในผืนป่าตะวันตกให้บรรลุเป้าหมาย สร้างเครือข่ายแนวร่วมการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
ด้านอื่นๆ			
1. โครงการสื่อสารพหุเพื่อการเรียนรู้ทรูปลูกปัญญาส่งเสริมมาตรฐานการศึกษาให้กับเยาวชนไร้สัญชาติตามศูนย์การเรียนรู้ชายแดน ร่วมกับ UNESCO Microsoft และ สพฐ การศึกษา (Mobile Literacy for Out-of-School Children)	นำชุดสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ทรูปลูกปัญญาส่งเสริมมาตรฐานการศึกษาให้กับเยาวชนไร้สัญชาติตามศูนย์การเรียนรู้ชายแดน ร่วมกับ UNESCO Microsoft และ สพฐ การศึกษา	เยาวชนและครู 1,721 คน	เยาวชนตามตะเข็บชายแดนได้รับการศึกษาที่มีมาตรฐานและเท่าเทียม พร้อมพัฒนาคุณภาพชีวิตและโภชนาการ
2. IP IT Law	สร้างความตระหนักด้านกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา	นศ.เข้าร่วมอย่างน้อย 70 ทีม (140 คน)	นศ.ด้านกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาได้รับความรู้และนำไปปฏิบัติได้จริง
3. Smile Voice	เชิญชวนพนักงานเข้าร่วมอ่านหนังสือเสียงให้คนตาบอด และจัดทำSIM ในราคาพิเศษเพื่อให้อ่านตาบอดได้เข้าถึงความรู้	1,500 คน	ช่วยเพิ่มจำนวนสาระความรู้สำหรับผู้พิการทางสายตา และเปิดโอกาสให้เข้าถึงบริการและสาระความรู้ในการพัฒนาชีวิตผู้พิการ
4. TMH เพื่อสาธารณสุขชุมชน (3G)	ส่งมอบ aircard พร้อม Sim และ airtime ให้ รพ.สต. เพื่อให้บริการแพทย์ทางไกลกับชุมชน	3,000 คน	ชุมชนได้รับการดูแลและบริการทางการแพทย์อย่างทั่วถึง แม้อยู่ในถิ่นทุรกันดาร เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานบริการให้กับเจ้าหน้าที่
5. โครงการเติมฝันปั้นอนาคตของเยาวชนในโครงการเพชรน้ำหนึ่ง	ส่งมอบชุดอุปกรณ์ TVS และช่องรายการสารคดีพร้อมสื่อ ดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้	6,000 คน	ส่งเสริมให้เยาวชนที่มีศักยภาพได้รับโอกาสต่อยอดทางการศึกษาและอาชีพ
6. ทรูอาสาปลูกปัญญา	นำพนักงานในพื้นที่ (จ.อุดรธานี และหนองคาย) เข้าร่วมกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงานกับคณะครู นักเรียนและประชาชนในพื้นที่ อาทิ 1. พัฒนาห้องสมุด'ทรูอาสา...ปลูกปัญญา' พร้อมมอบสื่อการเรียนการสอนดิจิทัล และช่องรายการความรู้ชั้นนำจากทรู วิชั่นส์ 2. ติดตั้งและอบรมการใช้โปรแกรมสื่อการเรียนการสอน 8 กลุ่มสาระ ให้คณะครู และนักเรียน 3. พัฒนาศูนย์คอมพิวเตอร์ภายในโรงเรียน เช่นอาคารเรียน สนามกีฬา และสนามเด็กเล่น ให้มีสภาพพร้อมใช้ มีความสวยงามและมีสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมในการเรียนการสอน 4. ติดตั้งโรงเพาะเห็ดจำนวน 2 โรง พร้อมเห็ดนางฟ้าภูฐานจำนวน 850 ก้อน เพื่อสร้างแหล่งอาหารกลางวันสำหรับนักเรียน และแหล่งรายได้ให้โรงเรียน 5. จัดพิธีส่งมอบ โดยมีฯพณฯรองนายกรัฐมนตรี พล.อ.ประจิน จั่นตอง เป็นประธานในพิธีส่งมอบ	จำนวน 1 โรงเรียนต่อปี โดยร่วมกับสำนักงานรองนายกรัฐมนตรี (พล.อ.ประจิน จั่นตอง) ในโครงการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของนักเรียนในโรงเรียนที่ด้อยโอกาส	1. สร้างแหล่งค้นคว้า เรียนรู้ให้กับนักเรียนและชุมชน ด้วยชุดสื่อการเรียนการสอนดิจิทัล 'ทรู...ปลูกปัญญา' พร้อมด้วยโปรแกรมสื่อการเรียนการสอน 8 กลุ่มสาระลดความเหลื่อมล้ำด้านการศึกษา 2. สร้างแหล่งอาหารกลางวัน และรายได้ให้กับโรงเรียน และเรียนรู้ทักษะด้านการเกษตร ผ่านโรงเพาะเห็ด จำนวน 2 โรง 3. สร้างสุขภาพและโภชนาการที่ดีให้กับนักเรียน 4. เป็นกิจกรรมที่สร้างความยั่งยืนด้านการและสามารถเรียนรู้ให้กับโรงเรียนและชุมชนเป็นต้นแบบให้กับโรงเรียนและชุมชนอื่นๆ ได้ 5. สร้างการรับรู้ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนทั่วไปโดยเฉพาะชุมชนรอบๆ โรงเรียน 6. สร้างความสัมพันธ์อันดีกับภาพรัฐ และตอบสนองการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมตามคำริของรองนายกรัฐมนตรี
7. โครงการพัฒนาศักยภาพและคุณภาพชีวิตของบุคคลออทิสติก	1. สนับสนุนงบประมาณการจัดงาน และพัฒนาทักษะอาชีพของบุคคลออทิสติก 2. อบรมการใช้ Autistic Application ให้เด็กออทิสติกและผู้ปกครอง 3. สนับสนุนช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของเด็กออทิสติก	1. บุคคลออทิสติกได้รับการฝึกอาชีพและมีงานทำ 151 คน 2. สินค้าของบุคคลออทิสติกจำหน่ายตามช่องทางต่างๆ มูลค่า 2,000,000 บาท	อบรมแอปพลิเคชัน True Autistic เพื่อพัฒนาศักยภาพให้ผู้ปกครองและบุคคลออทิสติก ใน 4 ภูมิภาค จำนวน 2,000 คน สร้างรายได้ให้แก่ครอบครัวออทิสติกกว่า 50 ครอบครัว เป็นเงินกว่า 250,000 บาท



true
together

เลขที่ 18 อาคารกรูทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก
แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310