

เปลี่ยนโลกใบเดิม สู่การเรียนรู้อย่างยั่งยืน



SAM
Sustainability Award
Gold Class 2019

MEMBER OF
**Dow Jones
Sustainability Indices**
In Collaboration with RobecoSAM

เปิดประสบการณ์ใหม่สู่โลกดิจิทัล พบคุณภาพชีวิตที่ก้าวล้ำก่อนใคร

พบที่สุดแห่งเทคโนโลยีระดับโลก
ที่จะช่วยให้คุณใช้ชีวิตง่ายและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น
บนเครือข่ายสมบูรณ์แบบที่ครอบคลุมมากที่สุดในประเทศไทย



สารบัญ

เกี่ยวกับทฤษฎี

ผลงานโดดเด่นด้านความยั่งยืน ปี 2561

02

สารจากประธานคณะกรรมการบริหาร

04

สารจากกรรมการผู้จัดการใหญ่ (ร่วม)

06

รู้จักทฤษฎี

08

กลยุทธ์ทางธุรกิจ

09

รางวัลและความสำเร็จด้านความยั่งยืน

10

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

12

ทฤษฎีเกี่ยวกับความยั่งยืน

เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2563

16

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

17

การสร้างความปลอดภัยให้กับผู้มีส่วนได้เสีย

20

HEART

การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต

24

การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

28

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์

32

ผลประโยชน์และการ
ความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ

35

ความพร้อมใช้งานของเครือข่าย

39

การรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคล
ความปลอดภัยของข้อมูลออนไลน์

43

การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน

48

HEALTH

54

การบริหารจัดการงานวิศวกรรม

60

การเป็นพลเมืองที่ดี
และการสร้างผลกระทบต่อสังคม

65

การกระจายโอกาสในการใช้ประโยชน์
จากเทคโนโลยีดิจิทัล

70

การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

75

สุขภาพ สุขภาวะ และความปลอดภัย

HOME

82

การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

85

การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

88

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

ภาคผนวก

92

การแสดงผลตามดัชนีชี้วัดของ GRI และ UN SDGs

97

การปฏิบัติตามเกณฑ์ขั้นสูงสุดของข้อตกลงโลก
แห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact)

98

การรับรองโดยหน่วยงานภายนอก

102

รายงานผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

109

แบบสำรวจความคิดเห็นต่อรายงานความยั่งยืน
ปี 2561

ผลงานโดดเด่นด้านความยั่งยืน ปี 2561

กลุ่มทรู ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสมัยใหม่รวมถึงวิถีชีวิตและความต้องการที่เปลี่ยนไปของสังคมไทย ซึ่งสร้างความท้าทายต่อการดำเนินธุรกิจในรูปแบบเดิม ดังนั้น เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรงและรวดเร็ว **บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)** จึงทุ่มเทการพัฒนาธุรกิจไปสู่ความยั่งยืนสอดคล้องตามหลักการความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่ยึดมั่นในปรัชญา 3 ประโยชน์ ด้วยการสร้างสรรค์ประโยชน์แก่ประเทศชาติ สังคม และองค์กร ภายใต้การดำเนินงานอย่างสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนปี 2563 (True Sustainability Goals 2020) ภายใต้กรอบ “3H’s” คือ “HEART HEALTH HOME” ยกระดับการบริการสร้างโครงสร้างพื้นฐานระบบดิจิทัลให้มีคุณภาพได้มาตรฐานและครอบคลุมทุกพื้นที่บริการ ก้าวขึ้นสู่สังคมดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบเพื่อให้ทุกคนเข้าถึงแหล่งข้อมูลความรู้ต่างๆ อย่างเท่าเทียม บนพื้นฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี การปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนานวัตกรรมสินค้าและบริการ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน และการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม





HEART

มุ่งมั่นทำธุรกิจด้วยใจ
ที่ยั่งยืน ทำธุรกิจ
ด้วยความรับผิดชอบต่อ
บนพื้นฐาน
การกำกับกิจการที่ดี
โปร่งใส และเป็นธรรม
เคารพสิทธิมนุษยชน



ระดับคะแนน 5

การกำกับกิจการ
ระดับคะแนน 5 “ดีเลิศ”
ผลการประเมินการกำกับ
ดูแลกิจการที่ดี



100%

การสร้างความผูกพัน
กับผู้มีส่วนได้เสีย
มีกระบวนการสร้างความผูกพัน
กับผู้มีส่วนได้เสีย



100%

สิทธิมนุษยชน
มีการประเมินความเสี่ยง
ด้านสิทธิมนุษยชน
ตลอดห่วงโซ่อุปทาน



100%

การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล
พนักงานผ่านการอบรมความรู้
และการเข้าร่วมกิจกรรม
ด้านความยั่งยืน



HEALTH

มุ่งมั่นสร้างสังคมที่ยั่งยืน
นำเสนอคุณค่า
และสร้างสรรค์สิ่งดีๆ
สู่การพัฒนาสุขภาพ
และความเป็นอยู่ที่ดี
ของคนในสังคม



6,000 คน

คุณค่าทางสังคม
ประชาชนในกลุ่มเปราะบาง
ได้รับการพัฒนาคุณภาพชีวิต



3.02 ล้านคน

ด้านการศึกษา/
การเข้าถึงแหล่งเรียนรู้พัฒนา
ให้คนไทยเข้าถึงแหล่งความรู้
และข้อมูลสารสนเทศ
(เป้าหมาย 4 ล้านคน)



43.8% หรือ 5,428.70 ล้านบาท

การบริหารจัดการนวัตกรรม
เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการใหม่เชิงนวัตกรรม
(เป้าหมาย 50%)



HOME

มุ่งมั่นเพื่อสิ่งแวดล้อม
ที่ยั่งยืน
สร้างจิตสำนึกรับผิดชอบต่อ
เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
สร้างสังคมให้น่าอยู่



4.29 ล้านบาท

การปกป้องระบบนิเวศ
และความหลากหลายทางชีวภาพ
ส่งเสริมการปลูกและแชร์ข้อมูลต้นไม้
ผ่านแอปพลิเคชัน We Grow
(เป้าหมาย 6 ล้านบาท)



39%

การบริหารจัดการน้ำ
ลดการใช้น้ำต่อรายได้
(เทียบกับปี 2558)



100%

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
อย่างมีความรับผิดชอบต่อ
จัดการวัตถุดิบ
อย่างมีความรับผิดชอบต่อ



24.64%

(3.18 ตันคาร์บอนไดออกไซด์
เทียบเท่าต่อรายได้ 1 ล้านบาท)
การบริหารจัดการ
การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
ลดความเข้มข้นของการ
ปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก
(เทียบกับปี 2558)

สารจากประธานคณะกรรมการบริหาร

(GRI 102-14)

การดำเนินธุรกิจให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ต้องอาศัยการมองให้รอบด้าน การเตรียมพร้อมสำหรับโอกาสและความเสี่ยงในทุกรูปแบบ ในปี 2561 ที่ผ่านมา บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) สามารถพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ จนมีผลประกอบการที่แข็งแกร่ง และผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่เด่นชัด เป็นรูปธรรม



บริษัทฯ ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิก DJSI หรือ กลุ่มดัชนีความยั่งยืนของดาวโจนส์ Dow Jones Sustainability Indices ซึ่งเป็นดัชนีชี้วัดความยั่งยืนระดับโลก เป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน อีกทั้งยังได้ตำแหน่ง Industry Leader จากผลการดำเนินงานที่โดดเด่น พร้อมกันนี้ยังได้รับการคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืน FTSE4Good Emerging Index สะท้อนผลสำเร็จด้านความยั่งยืนที่เป็นรูปธรรม พร้อมกับยังได้รับการประเมินในระดับดีเลิศ จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย สะท้อนการทำธุรกิจโดยคำนึงถึงหลักธรรมาภิบาล ยึดมั่นจรรยาบรรณในการทำธุรกิจ

เกียรติยศอันน่าภาคภูมิใจนี้ เกิดจากความร่วมมือร่วมใจของพนักงานและผู้บริหารทุกคน ที่ได้ตั้งใจ มุ่งพัฒนาบริษัทฯ บนพื้นฐานของความยั่งยืน ความโปร่งใส ภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดีและมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

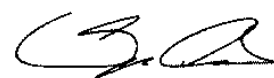
กลุ่มทรู เชื่อว่าการรับฟังผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสำเร็จทางธุรกิจ ควบคู่ไปกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยบริษัทฯ ได้รับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 11 กลุ่ม ผ่านช่องทางและกิจกรรมต่างๆ มาอย่างต่อเนื่อง เพื่อได้เราได้ทราบถึงความคาดหวังที่ผู้มีส่วนได้เสียมีต่อกลุ่มทรู และนำข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ข้อติชม จากผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ มาพัฒนา ปรับปรุง องค์กร ให้พร้อมก้าวทันไปกับพลวัตของโลก

ประเด็นสำคัญที่จะมาเสริมสร้างความยั่งยืนของธุรกิจ คือการพัฒนาคน ทั้งบุคลากรขององค์กรเอง และผู้มีส่วนได้เสียรอบด้าน ให้พร้อมตอบสนองต่อโอกาสและความท้าทายใหม่ๆ จากวิวัฒนาการทางสังคมและเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขับเคลื่อนบริษัทฯ ให้เป็นองค์กรดิจิทัล (Digital Organization) โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการทำงาน และการสร้างสรรค์บริการใหม่ๆ ให้ตอบโจทย์ความต้องการของสังคม ในขณะเดียวกัน บุคลากรและกระบวนการทำงานของเราต้องพร้อมรองรับความท้าทายด้านความมั่นคงปลอดภัยออนไลน์ (Cyber Security) และการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล (Data Privacy) ที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในยุคดิจิทัล ให้สามารถเติบโตได้อย่างมั่นคง สร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคและสังคมโดยรวม

กลุ่มทรูยังคงร่วมขับเคลื่อนการปฏิรูปการศึกษา ขึ้นพื้นฐานของประเทศ โดยร่วมมือกับภาคีเครือข่ายโรงเรียนประชารัฐ CONNEXT ED นำกระบวนการกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายที่ชัดเจน โปร่งใส ตรวจสอบได้ และตรงต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งนักเรียน ครู ผู้ปกครอง และชุมชน มาติดตามวัดผลการพัฒนาสถานศึกษาและบุคลากรทางการศึกษา ครอบคลุม 4,719 โรงเรียนทั่วประเทศ มุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาให้ตรงจุด โครงการนี้ได้สร้างบทเรียนให้เรานำไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินโครงการอื่นๆ รวมถึงธุรกิจหลักของบริษัทฯ ที่ต้องมีการประเมินผลกระทบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งช่วยให้เราสามารถสร้างและแบ่งปันคุณค่าแก่สังคมได้อย่างเป็นรูปธรรมและวัดผลได้

นอกจากนี้ การที่บริษัทฯ ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์การข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติหรือ UN Global Compact โดยผมในฐานะประธานคณะกรรมการเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย (Global Compact Network Thailand: GCNT) ซึ่งมีส่วนส่งเสริมการมีส่วนร่วมของการพัฒนาอย่างยั่งยืนในเวทีโลก บริษัทฯ ได้นำแนวทาง UN Global Compact นี้มาขับเคลื่อนให้เกิดขึ้นในองค์กรอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากการประกาศนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องแล้ว เรายังได้ปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในบริษัทฯ เพื่อยกระดับการกำกับดูแลและการปฏิบัติงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสิทธิมนุษยชน ด้านแรงงาน ด้านสิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการคอร์รัปชัน ให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ผมเชื่อมั่นว่าการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความยั่งยืนจะนำไปสู่การขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้แก่ประเทศไทยได้อย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้งยังช่วยสร้างรากฐานที่สำคัญและมั่นคงสำหรับการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง ผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการดำเนินงานสู่ความยั่งยืนของบริษัทฯ จะช่วยสร้างคุณค่าระยะยาวให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม และขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้การสนับสนุนตลอดเส้นทางการดำเนินธุรกิจตามวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความยั่งยืนอย่างแท้จริง



นายสุกฤษฎี เอี่ยมวนู
ประธานคณะกรรมการบริหาร

สารจากกรรมการผู้จัดการใหญ่ (ร่วม)

(GRI 102-14)



การดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความยั่งยืนโดยแท้จริง มิใช่เพียงการมีนโยบาย หน่วยงานหรือคณะทำงานที่ดูแลงานด้านความยั่งยืนเท่านั้น แต่องค์กรต้องนำความตั้งใจที่จะสร้างคุณค่าแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนผนวกอยู่ในทุกๆ กระบวนการของการดำเนินธุรกิจจนเป็นเนื้อเดียวกันกับการปฏิบัติงานในหน้าที่ประจำของพนักงานทุกคน

กลุ่มทรูมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจบนเส้นทางแห่งความยั่งยืนจนได้รับการยอมรับในระดับสากล และรางวัลจากเวทีระดับโลกอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลจากความทุ่มเทขององค์กรในการนำนวัตกรรมสื่อสารและเทคโนโลยีดิจิทัลมาสร้างสรรค์สินค้าและบริการแก่ผู้บริโภค สร้างคุณค่าแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ตอบแทนต่อสังคม และช่วยยกระดับคุณภาพสิ่งแวดล้อม ในกระบวนการการทำงานขององค์กรทุกขั้นตอน

บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าดำเนินโครงการและมาตรการต่างๆ มุ่งสู่เป้าหมายความยั่งยืน 2563 (True Sustainability Goals 2020) 12 ประการ โดยสามารถบรรลุเป้าหมายในหลายด้านก่อนกำหนดเวลา ปัจจุบัน กลุ่มทรู กำลังอยู่ระหว่างการพัฒนาเป้าหมายระยะยาวสำหรับปี 2568 (True Sustainability Goals 2025) ที่มีความท้าทายและสอดคล้องกับความต้องการของสังคมและผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงบริบทระดับโลกของอุตสาหกรรมโทรคมนาคมมากขึ้น

เช่นเดียวกับทุกปีที่ผ่านมา กลุ่มทรูได้ประเมินประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยในปี 2561 บริษัทฯ ได้พิจารณาผลกระทบของประเด็นต่างๆ ที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ รวมถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งมีประเด็นที่สอดคล้องกับบริบทของบริษัทฯ และอุตสาหกรรมโทรคมนาคมรวม

14 ประเด็น โดยผลการประเมินได้ระบุประเด็นที่เป็นสาระสำคัญระดับสูง 3 หัวข้อ ได้แก่

1. การรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลความปลอดภัยของข้อมูลออนไลน์
2. การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ
3. ความพร้อมใช้งานของเครือข่าย

ซึ่งบริษัทฯ ได้นำผลการประเมินนี้ไปวางแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน กำหนดเป้าหมาย และแนวทางในการรายงานผลการดำเนินงานในแต่ละหัวข้อให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติสากลในรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ โดยในประเด็นสำคัญ 3 หัวข้อดังกล่าว บริษัทฯ มีผลการดำเนินงานที่โดดเด่นในปี 2561 ดังนี้

การรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคล ความปลอดภัยของข้อมูลออนไลน์ บริษัทฯ ได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงตรวจสอบและปรับปรุงกระบวนการควบคุมการเข้าถึงระบบฐานข้อมูล ในระบบหลักของบริษัท รวมถึงฝึกอบรมและสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลให้แก่พนักงานที่สามารถเข้าถึงระบบที่มีข้อมูลส่วนบุคคลทำให้บริษัทฯ สามารถป้องกันไม่ให้เกิดการรั่วไหลของข้อมูล และการนำข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าไปใช้งานในทางมิชอบ นอกจากนี้ ยังมีการประเมินความพร้อมในการตอบสนองต่อภัยออนไลน์ร่วมกับที่ปรึกษาภายนอกและผู้เชี่ยวชาญภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง

การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ แสดงความตั้งใจและมุ่งมั่นรักษามาตรฐานการกำกับดูแลกิจการ ส่งเสริมจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และการต่อต้านคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่องทั้งในเชิงป้องกันและเชิง

แก้ไขโดยในปีที่ผ่านมา บริษัทคงสถานะการรับรองความเป็นสมาชิกของ “แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต” และได้รับผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดีระดับ “ดีเลิศ (Excellent)” จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย ปี 2561 โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย สะท้อนถึงการเป็นองค์กรที่ยึดมั่นการกำกับดูแลกิจการที่ดีในการดำเนินธุรกิจเสมอมา

ความพร้อมใช้งานของเครือข่าย บริษัทฯ ถือว่าการพัฒนาบริการและคุณภาพเครือข่ายเป็นหัวใจสำคัญของการให้บริการ บริษัทฯ จึงเดินหน้าพัฒนาคุณภาพของเครือข่ายให้มีความเร็ว ความเสถียร และครอบคลุมมากขึ้น รวมถึงเตรียมพร้อมก้าวไปสู่การสื่อสารยุค 5G ด้วยการทดสอบและพัฒนาเทคโนโลยี 5G ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ ในขณะเดียวกันบริษัทฯ ยังคงเพิ่มประสิทธิภาพความพร้อมใช้งานของเครือข่าย ด้วยระบบเฝ้าระวังติดตามเหตุขัดข้องและการดูแลบำรุงรักษาเครือข่ายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยในปีที่ผ่านมา ทรูมูฟ เอช ได้รับรางวัล “เครือข่าย 4G ที่ดีที่สุดในประเทศไทย” 3 ปีซ้อนจาก nPerf ผู้ให้บริการทดสอบความเร็วของเครือข่ายแบบรอบด้านระดับโลก

นอกจากประเด็นที่มีความสำคัญระดับสูงสุด 3 หัวข้อนี้แล้ว ในประเด็นความยั่งยืนด้านอื่นๆ บริษัทฯ ก็เดินหน้าพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน เช่น

การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและการจ้างงาน บริษัทฯ เสริมสร้างความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กร และดำเนินการพัฒนาศักยภาพพนักงานให้พร้อมรับมือกับโอกาสและความท้าทายของธุรกิจ และความก้าวหน้าในอาชีพ ผลจากความมุ่งมั่นนี้ ทำให้กลุ่มทรูได้รับการยอมรับในฐานะผู้นำด้านการจ้างงานและการพัฒนาศักยภาพของพนักงานที่ยอดเยี่ยมได้มาตรฐานสากล ได้รับรางวัลระดับโลก “นายจ้างดีเด่นประจำปีประเทศไทย - Top Employer Thailand 2019” จาก Top Employers Institute ประเทศเนเธอร์แลนด์ โดยเป็นบริษัทไทยเพียงรายเดียวที่ได้คะแนนระดับประเทศสูงสุดสามอันดับแรก อีกทั้งยังเป็นองค์กรด้านสื่อสารโทรคมนาคมเพียงหนึ่งเดียวที่ได้รับรางวัลดังกล่าว

การดำเนินงานด้านการบริหารห่วงโซ่อุปทาน บริษัทฯ ดำเนินการประเมินความเสี่ยงของห่วงโซ่อุปทานครอบคลุมครบทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการ ขยายขอบเขตการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนครอบคลุมจำนวนและกลุ่มลูกค้ามากขึ้น โดยส่งมอบคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้าครบทุกราย พร้อมทั้งจัดทำระบบประเมินตนเองของคู่ค้าด้านความยั่งยืนผ่านระบบออนไลน์และพัฒนาเกณฑ์ตรวจประเมินคู่ค้าร่วมกับผู้เชี่ยวชาญภายนอก

การพัฒนานวัตกรรม กลุ่มทรู ได้สร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรมที่ตอบโจทย์สังคมและสิ่งแวดล้อม จนเป็นที่ยอมรับในระดับสากล เช่น รางวัลเหรียญทองจากการประกวด “International Invention & Innovation in Canada 2018” (ICAN 2018) ณ เมืองโทรอนโต ประเทศแคนาดาสำหรับแอปพลิเคชัน “ช่วยปลูก” ที่ช่วยให้เกษตรกรสามารถบริหารจัดการการเพาะปลูกได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ กลุ่มทรูยังได้รางวัลเหรียญเงิน 2 รางวัล จากผลงาน “ระบบเฝ้าระวังช้างป่าด้วยระบบเตือนภัยล่วงหน้า (Elephant Smart Early Warning System)” ซึ่งเป็นระบบเตือนจากกล้องอัจฉริยะที่จับความเคลื่อนไหวของช้างป่าตามแนวตะเข็บป่าเพื่อลดความขัดแย้งระหว่างคนและสัตว์ป่า และแพลตฟอร์มแนะแนวอาชีพ “Future Job” ที่วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกถึงความต้องการของตลาดแรงงานและอัตราการว่างงานสำหรับอาชีพนั้นๆ

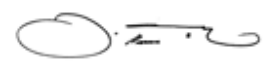
โครงการส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการศึกษา ร่วมกับภาคีเครือข่ายโครงการพระราชดำริสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร ครู และนักเรียนในโรงเรียนทั่วประเทศ 4,719 โรงเรียน ผ่านโครงการ CONNEXT ED โดยในส่วนของกลุ่มทรู มีผู้นำรุ่นใหม่และผู้บริหารมากกว่า 540 คน อาสาสมัครเป็นที่ปรึกษาให้กับโรงเรียน 1,000 แห่งทั่วประเทศ

ยกระดับระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management System : EMS) ตามมาตรฐาน ISO14001:2015 ให้ครอบคลุมสำนักงานใหญ่ อาคารทรู ทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก อาคารทรู ทาวเวอร์ 2 ถนนพัฒนาการ และสำนักงานภูมิภาคจังหวัดขอนแก่น เพื่อพัฒนากระบวนการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปตามมาตรฐานสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน

ในฐานะกรรมการผู้จัดการใหญ่กลุ่มบริษัท (รวม) พวกเราขอขอบคุณเพื่อนพนักงานทุกท่าน ลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ที่เป็นกำลังสำคัญ ช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาบริษัทฯ ให้สามารถเติบโตอย่างมั่นคง สร้างผลตอบแทนทางธุรกิจควบคู่ไปกับการรักษาสิ่งแวดล้อมและตอบสนองความต้องการและพัฒนาลังคม นำพาให้องค์กรพัฒนาสู่ความยั่งยืนร่วมกัน



ศิริพงษ์ คุลการพันธุ์
กรรมการผู้จัดการใหญ่
กลุ่มบริษัท (รวม)



ดร.กิตติพงษ์ กิ๊ควรรณ
กรรมการผู้จัดการใหญ่
กลุ่มบริษัท (รวม)

รู้จักกรู

(GRI 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-14, 102-16, 102-45, 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-53)

บริษัท **ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)** ดำเนินธุรกิจมากกว่า 28 ปี ก่อตั้งเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2533 ในชื่อ บริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด เปลี่ยนสถานะเป็นบริษัทมหาชน โดยจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อเดือนธันวาคม 2536 ภายใต้ชื่อ บริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “TA” และในเดือนเมษายน 2547 ได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “TRUE” มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร

กลุ่มทรู เป็นผู้ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคม และเทคโนโลยีดิจิทัลครบวงจรรายแรกในประเทศไทย และเป็นผู้นำในการพัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่หลากหลาย มีเป้าหมายเพื่อผลักดันให้คนไทยเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารสาระความบันเทิงที่เป็นประโยชน์ และเชื่อมโยงทุกการสื่อสารให้เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลา ด้วยการมอบสินค้าและ

บริการคุณภาพสูง และนำเสนอสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อการใช้ชีวิตที่แตกต่าง กลุ่มทรูพร้อมสนับสนุนให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศที่กำลังเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมดิจิทัล และเตรียมรับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคต

ธุรกิจหลักของกลุ่มทรู แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มประกอบด้วย **ทรูมูฟ เอช** ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่อันดับ 2 ของประเทศไทย ที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศ **ทรูออนไลน์** ผู้นำด้านบริการบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ต และ WiFi ด้วยโครงข่ายไฟเบอร์คุณภาพสูง **ทรูวิชั่นส์** ผู้นำการให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก และบริการในระบบ HD ทั่วประเทศ และ**ทรูดิจิทัลกรุป** ผู้นำด้านดิจิทัลแพลตฟอร์ม ที่เน้นการพัฒนานวัตกรรมและการนำเสนอโซลูชันผ่านเทคโนโลยีล้ำสมัย

คุณค่าความเป็นกรู



วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำด้านโครงสร้างพื้นฐานระบบเทคโนโลยีดิจิทัล ที่เชื่อมโยงผู้คน องค์กร เศรษฐกิจ สังคมเข้าด้วยกัน และร่วมกันสร้างคุณค่าที่แท้จริงของชีวิต



พันธกิจ

สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เชื่อมโยงครอบคลุม ธุรกิจ และทุกคนในสังคม เพื่อร่วมแบ่งปันและมอบคุณค่าที่ดี มุ่งมั่นสู่การสร้างคุณค่าที่แท้จริงของชีวิตร่วมกัน มุ่งมั่นแสวงหาโอกาสใหม่ๆ พร้อมสร้างประโยชน์แก่สังคมไทย และสังคมโลก ด้วยความมุ่งมั่นสร้างธุรกิจคุณค่าให้แก่ผู้ถือหุ้น ลูกค้า องค์กร และพนักงาน

กลุ่มทรู ดำเนินธุรกิจที่เตรียมพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และมุ่งแสวงหาโอกาสทางธุรกิจด้วยการพัฒนานวัตกรรมต่างๆ เพื่อเป็นพื้นฐานให้เกิดการพัฒนาสิ่งใหม่ๆ ขึ้นในสังคมไทยทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบในอนาคต

ห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มทรู



กลยุทธ์ทางธุรกิจ

(GRI 102-14)



กลุ่มทรู เป็นผู้ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมครบวงจร และเป็นผู้นำในการให้บริการคอนเวอร์เจนซ์ในประเทศไทย ซึ่งนำเสนอบริการและโซลูชันด้านการสื่อสารโทรคมนาคมด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมถึงดิจิทัลมีเดียและคอนเทนต์คุณภาพสูงที่หลากหลาย สอดคล้องตามวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ โดยมุ่งมั่นในการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมของประเทศไทยสู่ระดับแนวหน้าของนานาชาติ พร้อมเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันประเทศไทยให้บรรลุเป้าหมายในการเป็นดิจิทัลเกตเวย์ในระดับภูมิภาคอาเซียน เพิ่มโอกาสและช่องทางให้ประชาชนทั่วประเทศสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสาระบันเทิงได้อย่างทั่วถึง ซึ่งช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางเทคโนโลยีและสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ให้แก่ประเทศ

กลุ่มทรู กำหนดกลยุทธ์หลักทางธุรกิจเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ ในการส่งมอบสินค้าและบริการคุณภาพสูงแก่ผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นการให้บริการผ่านเครือข่ายประสิทธิภาพสูงสุด การให้บริการที่เป็นเลิศ นวัตกรรมและบริการด้านดิจิทัล และการผสานบริการที่หลากหลาย ภายใต้กลุ่มทรูในรูปแบบคอนเวอร์เจนซ์ให้แก่ลูกค้าได้อย่างลงตัว ซึ่งสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยสามารถตอบสนองความต้องการและไลฟ์สไตล์ที่หลากหลายของผู้บริโภค รวมถึงเพิ่มความผูกพันของลูกค้าต่อสินค้าและบริการภายใต้กลุ่มทรู สิ่งเหล่านี้ ส่งผลให้กลุ่มทรูมีความพร้อมในการเติบโตอย่างแข็งแกร่ง ควบคู่ไปกับการใช้บริการสื่อสารโทรคมนาคมและบริการด้านดิจิทัลที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภค

กลยุทธ์หลักทางธุรกิจของกลุ่มทรู ปี 2561



รางวัลและความสำเร็จด้านความยั่งยืน



MEMBER OF
Dow Jones
Sustainability Indices
In Collaboration with RobecoSAM

สมาชิกกลุ่มดัชนีความยั่งยืนระดับโลก Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) ประเภท Emerging Markets ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 โดยได้รับคะแนนสูงสุดเป็นที่ 1 ของโลก (Industry Leader) ในหมวดธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคม

อันเป็นผลจากการพัฒนาองค์กรขึ้นอย่างโดดเด่นครอบคลุมทั้ง 3 มิติอย่างต่อเนื่องทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตามยุทธศาสตร์ภายใต้กรอบ 3 H's: HEART HEALTH HOME ของกลุ่มทรูที่มุ่งสร้างคุณค่าระยะยาวให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม



สมาชิกกลุ่มดัชนีความยั่งยืนระดับโลก FTSE4Good ประเภท Emerging Index และ ASEAN 5 Index ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2

สะท้อนความเป็นองค์กรธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมรวมถึงมีบรรษัทภิบาลที่แข็งแกร่ง (Environmental, Social and Governance (ESG) Performance) ด้วยคะแนนประเมินที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมและภาคธุรกิจอื่นๆ ของประเทศไทย

รางวัลระดับภูมิภาคเอเชีย The Asset Corporate Awards ประจำปี 2561
กลุ่มทรู รับ 3 รางวัลความสำเร็จ ได้แก่



1. รางวัลด้านความยั่งยืน
The Asset Corporate
Gold Awards for ESG



2. รางวัล Best Initiatives in
Innovation จากหุ่นยนต์บริการ COFY



3. รางวัล Best Initiatives in Social
Responsibility จากโครงการพัฒนาศักยภาพ
บุคคลออทิสติก True Autistic Thai Center





รางวัล Thailand Sustainability Investment ประจำปี 2561 จากพิธีมอบรางวัลด้านความยั่งยืน SET Sustainability Awards 2018

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มอบรางวัล Thailand Sustainability Investment (THSI) ประจำปี 2561 ให้แก่ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในพิธีมอบรางวัลด้านความยั่งยืน SET Sustainability Awards 2018 โดยกลุ่มทรูได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืน ประเภทบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดสูงกว่า 100,000 ล้านบาท



รางวัลรายงานความยั่งยืนระดับยอดเยี่ยม ประจำปี 2561 จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ในฐานะที่บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนทั้งในส่วนเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการกำกับดูแลกิจการ

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

(GRI 102-3, 102-45, 102-46, 102-47, 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-53, 102-54, 103-1)

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จัดทำรายงานความยั่งยืน เป็นประจำทุกปี เพื่อแสดงความมุ่งมั่นและสื่อสารผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ตามหลักธรรมาภิบาล โดยรายงานประจำปี 2561 ฉบับนี้มีขอบเขตของข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคมถึง 31 ธันวาคม 2561 ซึ่งได้รายงานตามแนวทางของ Global Reporting Initiative (GRI) Standards ในระดับตัวชี้วัดหลัก (“Core” Option) อันเป็นที่ยอมรับในระดับสากล สารสำคัญประกอบการเปิดเผยข้อมูลมาตรฐาน (Standard Disclosure) พร้อมทั้งเชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลก (SDGs) โดยครอบคลุมประเด็นที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ

ขอบข่ายของการรายงานฉบับนี้ครอบคลุมถึงบริษัทในกลุ่มทรู ที่บริษัทฯ ถือครองหุ้นมากกว่าร้อยละ 50 และบริษัทฯ มีอำนาจในการบริหารงาน (Operational Control) ประกอบด้วย ธุรกิจทรูมูฟ เอช (9 บริษัท) ธุรกิจทรูออนไลน์ (24 บริษัท) ธุรกิจทรูวิชั่นส์ (12 บริษัท) และธุรกิจบริการดิจิทัล ซึ่งเป็นขอบเขตเดียวกับการรายงานผลประกอบการด้านการเงินประจำปี 2561 ของบริษัทฯ ทั้งนี้สามารถอ้างอิงข้อมูลได้จากรายงานประจำปีและจากเว็บไซต์ (<http://investor-th.truecorp.co.th/home.html>)

เนื้อหาของรายงานฉบับนี้มุ่งเน้นในประเด็นที่สำคัญต่อมิติความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม โดยแสดงถึงประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียและตัวชี้วัดในแต่ละประเด็น โดยปีนี้บริษัทฯ มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรเมื่อวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2562 เปลี่ยนแปลงไปจากรายงานปีที่แล้ว

ทั้งนี้บริษัทฯ มีความตั้งใจที่จะสื่อสารการดำเนินงานที่มีความโปร่งใสและผลงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบ พร้อมทั้งยินยอรับฟังข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อนำข้อคิดเห็นมาบูรณาการเข้ากับกระบวนการดำเนินงานและส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนร่วมกันกับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน



สามารถดาวน์โหลดรายงานฉบับนี้ : <http://www3.truecorp.co.th/new/sustain>
 สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ : Strategy & Sustainable Development

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่
 18 อาคารทรู ทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก ห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
 อีเมล: CSR-SD@truecorp.co.th



กรูกับคามยั่งยืน

(GRI 102-19, 102-20, 102-29)

ในฐานะผู้นำในการให้บริการคอนเวอร์เจนซ์ในประเทศไทย กลุ่มทรู มีบทบาทหน้าที่นำเสนอบริการและโซลูชันด้านการสื่อสารโทรคมนาคมด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยเคียงคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบดิจิทัลให้ครอบคลุมทุกพื้นที่และทุกกลุ่มประชากร รองรับการใช้งานสู่สังคมดิจิทัล เพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลความรู้ รวมถึงโอกาสทางเศรษฐกิจจากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจยุค 4.0 อย่างมั่นคง

ด้วยบทบาทหน้าที่และบริบทดังกล่าว บริษัทฯ จึงได้สำรวจและประเมินประเด็นด้านความยั่งยืน จัดลำดับความสำคัญร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร และพิจารณาถึงผลกระทบในแต่ละด้านต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และนำผลการประเมินมากำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

การขับเคลื่อนความยั่งยืนขององค์กร

กลุ่มทรู เชื่อมั่นว่าการขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวไปสู่ความยั่งยืนที่แท้จริงได้ ผู้นำองค์กรทุกระดับ ตั้งแต่คณะกรรมการบริษัท ผู้บริหารระดับสูง จนถึงผู้บริหารระดับกลางและพนักงานปฏิบัติการ จะต้องมีความเข้าใจในประเด็นความยั่งยืน และมีความตั้งใจที่จะบริหารจัดการประเด็นความยั่งยืนเหล่านี้อย่างรอบด้าน ซึ่งบริษัทฯ ได้จัดโครงสร้างการบริหารด้านความยั่งยืน และบทบาทหน้าที่ของบุคลากรแต่ละกลุ่ม ดังนี้

ระดับคณะกรรมการบริษัท บริษัทฯ กำหนดให้คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งประกอบด้วย กรรมการบริหารและกรรมการอิสระ ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและกรอบด้านการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน โดยมีการประชุมรายไตรมาสเพื่อทบทวนตรวจสอบติดตามผลการดำเนินการด้านความยั่งยืนขององค์กร รวมทั้งพิจารณาและอนุมัติกรอบด้านการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน หากมีการปรับปรุงและแก้ไขเพิ่มเติม โดยหัวหน้าคณะผู้บริหารด้านนวัตกรรมและความยั่งยืน (Chief Innovation & Sustainability Officer) และบุคลากรของหน่วยงานความยั่งยืนองค์กร มีหน้าที่นำนโยบายและแนวคิดด้านความยั่งยืนของคณะกรรมการบริษัทไปขับเคลื่อนให้เกิดการปฏิบัติในองค์กร ตลอดจนนำเสนอข้อมูลผลการปฏิบัติงานต่อคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ระดับผู้บริหารระดับสูง บริษัทฯ แต่งตั้งคณะกรรมการนวัตกรรมและความยั่งยืน ทำหน้าที่ควบคุมดูแลการบริหารจัดการและการปฏิบัติงานด้านความยั่งยืนทั่วทั้งองค์กร โดยการนำของประธานคณะกรรมการบริหาร พร้อมทั้งกรรมการผู้จัดการใหญ่ กลุ่มบริษัท (ร่วม) และผู้บริหารที่รับผิดชอบในหน่วยธุรกิจต่างๆ ขององค์กร ทำหน้าที่พิจารณาการดำเนินงานทั้งหมดของบริษัท ทบทวนและติดตามผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนเป็นรายไตรมาส โดยมีหัวหน้าคณะผู้บริหารด้านนวัตกรรมและความยั่งยืน เป็นเลขานุการคณะกรรมการชุดนี้ นอกจากนี้ ผู้บริหารระดับสูงยังรับเป้าหมายด้านความยั่งยืน เป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเองและหน่วยงานภายใต้การดูแลรับผิดชอบอีกด้วย



โครงสร้างการบริหารงานด้านความยั่งยืน บทบาทหน้าที่ และการมีส่วนร่วม



ระดับผู้บริหารระดับกลางและพนักงาน บริษัทฯ แต่งตั้งคณะทำงานด้านความยั่งยืน 5 กลุ่ม แบ่งตามประเด็นการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ได้แก่ ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้านสิทธิมนุษยชน ด้านการสร้างคุณค่าทางสังคม ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม และด้านการอนุรักษ์พลังงาน โดยสมาชิกของคณะทำงานด้านความยั่งยืนคณะต่างๆ มาจากหน่วยธุรกิจต่างๆ จาก 4 กลุ่มธุรกิจหลักของกลุ่มทรู (ทรูมูฟ เอช ทรูออนไลน์ ทรูวิชั่นส์ และ ทรูดิจิทัลกรุ๊ป) มีการทบทวนและปรับปรุงแผนการดำเนินงานด้านความยั่งยืน โดยมีหน่วยงานความยั่งยืนองค์กรภายใต้การบริหารงานของหัวหน้าคณะผู้บริหารด้านนวัตกรรมและความยั่งยืน เป็นหน่วยงานกลางที่ทำหน้าประสานงาน ขับเคลื่อนนโยบายและแผนกลยุทธ์ และติดตามข้อมูลผลการดำเนินงาน เพื่อให้บริษัทฯ สามารถบรรลุเป้าหมายความยั่งยืนตามที่ได้กำหนดไว้



การพัฒนาสู่ความยั่งยืน

บริษัทฯ ยังร่วมเป็นหนึ่งในตัวแทนของภาคเอกชนที่ร่วมดำเนินการเพื่อผลักดันเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับโลก Sustainable Development Goals: SDGs ขององค์การสหประชาชาติ โดยการจัดตั้งเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย หรือ Global Compact Network Thailand (GCNT) ซึ่งเป็นเครือข่ายระดับประเทศ มีสมาชิกผู้ก่อตั้งจากองค์กรชั้นนำของประเทศรวม 15 องค์กร เพื่อช่วยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนภายใต้หลักสากล 10 ประการของสหประชาชาติ ครอบคลุม 4 ด้านหลัก ได้แก่ สิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการทุจริต โดยเชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนระดับโลก 17 ประการ

สำหรับในระดับองค์กร บริษัทฯ มุ่งเน้นการขับเคลื่อนตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs 3 ประการ ที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยตรง รวมถึงเกี่ยวข้องประเด็นสำคัญและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2563 ดังนี้

- กำหนดทิศทางและนโยบาย
- ติดตามผลการดำเนินงาน

- นำกลยุทธ์ความยั่งยืนไปปฏิบัติ
- พัฒนาระบบการเพื่อส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ

- กำหนดกลยุทธ์และเป้าหมาย
- ประเมินผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนและรายงานผลไปยังกรรมการบริษัท

บทบาทหน้าที่

- สํารวจข้อมูล ข้อคิดเห็นต่อประเด็นความยั่งยืนต่างๆ ในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในองค์กร
- ริเริ่มโครงการหรือมาตรการเพื่อยกระดับการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

- การให้ความรู้ด้านความยั่งยืนผ่านหลักสูตรฝึกอบรมและช่องทางต่างๆ
- รับเป้าหมายความยั่งยืนในด้านที่เกี่ยวข้องกับส่วนงานของตนเอง เป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลงาน

การมีส่วนร่วม

กลุ่มกลุ่มเป้าหมายในการขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน SDGs 3 ประการ

เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน SDGs		กลุ่มกร	
		ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง	เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2563
	ส่งเสริมการได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างเท่าเทียมและทั่วถึงและส่งเสริมโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิตแก่ทุกคน	- การสร้างสังคมที่มีความเท่าเทียมและการสร้างการเข้าถึงดิจิทัลแก่ผู้ด้อยโอกาส - การเป็นพลเมืองที่ดีและการสร้างผลกระทบเชิงบวกสู่สังคม	ประชากรไทย 4 ล้านคนเข้าถึงแหล่งข้อมูลและความรู้
	พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมการปรับตัวให้เป็นอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืนและทั่วถึงและสนับสนุนนวัตกรรม	การบริหารจัดการนวัตกรรม	รายได้จากนวัตกรรมของทรูเติบโตขึ้น ร้อยละ 50 จากปีฐาน (ปี 2558)
	ดำเนินการอย่างเร่งด่วนเพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่เกิดขึ้น	- การจัดการประเด็นด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ - การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	ลดความเข้มข้นของการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปี 2558

เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2563

(GRI 103-2)

บริษัทฯ พัฒนารอบการดำเนินงานด้านการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนสอดคล้องกับหลักการความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่ยึดมั่นในปรัชญา 3 ประโยชน์ ด้วยการสร้างสรรค์ประโยชน์แก่ประเทศชาติ สังคม และองค์กร ภายใต้การดำเนินงานอย่างสมดุลทั้งเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม ขับเคลื่อนการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนปี 2563 (True Sustainability Goals 2020) ภายใต้กรอบ “3H’s” คือ “HEART HEALTH HOME” ครอบคลุมประเด็นสำคัญของการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน และตอบสนองผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเป็นธรรมชาติ

โดยในปี 2561 บริษัทฯ อยู่ระหว่างการดำเนินงานในการจัดทำเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนปี 2568 เป็นเป้าหมายระยะยาวขององค์กรด้านความยั่งยืน โดยพิจารณาจากบริบทขององค์กรให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมและความต้องการของสังคมและผู้มีส่วนได้เสีย การปรับปรุงเป้าหมายในครั้งนี้ ยังสะท้อนถึงความต้องการขององค์กรที่จะแสวงหาความท้าทายใหม่ๆ เพื่อรักษาความเป็นผู้นำและยกระดับความยั่งยืนของกลุ่มทรู โดยจะนำเป้าหมายดังกล่าวมาใช้ขับเคลื่อนการดำเนินงานในปี 2562

เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2563

HEART	HEALTH	HOME
มุ่งมั่นทำธุรกิจด้วยใจที่ยั่งยืน ทำธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อพื้นฐานการกำกับกิจการที่ดี โปร่งใส และเป็นธรรม เคารพสิทธิมนุษยชน  5 การกำกับกิจการระดับคะแนน 5 (ดีเลิศ) ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดี  สิทธิมนุษยชน 100% มีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่มูลค่า  การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล 100% พนักงานผ่านการอบรมความรู้และการเข้าร่วมกิจกรรมด้านความยั่งยืน  การสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย 100% มีกระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย	มุ่งมั่นสร้างสังคมที่ยั่งยืน นำเสนอคุณค่าและสร้างสรรค์สิ่งดีๆสู่การพัฒนาสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคม  คุณค่าทางสังคม 10,000 คน ประชาชนในกลุ่มประชากรได้รับการพัฒนาคุณภาพชีวิต  การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ 10% พัฒนาสินค้าและบริการที่ให้ความสำคัญต่อสุขภาพและชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี  ด้านการศึกษา/การเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ 4,000,000 คน พัฒนาให้คนไทยเข้าถึงแหล่งความรู้และข้อมูลสารสนเทศ  การบริหารจัดการนวัตกรรม 50% รายได้จากการพัฒนานวัตกรรมเติบโตขึ้น	มุ่งมั่นเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน สร้างจิตสำนึกรักษ์ธรรมชาติ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สร้างสังคมให้น่าอยู่  การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 10% ลดความเข้มข้นของสารปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก (เมื่อเทียบกับปี 2558)  การบริหารจัดการน้ำ 10% ลดการใช้น้ำต่อรายได้ (เมื่อเทียบกับปี 2558)  การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ 6 ล้านต้น ส่งเสริมการปลูกต้นไม้และแชร์ผ่าน We Grow Application  การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบต่อ 100% จัดทรวัดคู่อย่างมีความรับผิดชอบต่อ

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

(GRI 102-21, 102-29, 102-46, 102-49, 102-52, 102-56)

บริษัทฯ ประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปีเพื่อระบุและจัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืนต่างๆ โดยคำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในมิติด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม ตามความสนใจของผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนขยายผลเพื่อ

สื่อสารผลการดำเนินงานในประเด็นสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกโดยกลุ่มทูล ประยุกต์ใช้หลักการประเมินประเด็นสำคัญต่อความยั่งยืน (Materiality Assessment) ของ GRI Standard ใน 4 ประการ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 	ขั้นตอนที่ 2 	ขั้นตอนที่ 3 	ขั้นตอนที่ 4 
การระบุประเด็นที่เกี่ยวข้อง - พิจารณาความท้าทาย - ประเมินความเสี่ยง - ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การจัดลำดับประเด็นสำคัญ - แบบสอบถามออนไลน์ - พิจารณาผลกระทบ - ความสนใจของผู้มีส่วนได้เสีย - สัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้เสียภายนอก	การทวนสอบประเด็นสำคัญ - คณะกรรมการบริหาร ทวนสอบประเด็นสำคัญ - ทวนสอบเทียบกับเป้าหมายความยั่งยืนของบริษัทฯ	การตรวจสอบความถูกต้องและพัฒนารายงานอย่างต่อเนื่อง - พัฒนาในทุกกระบวนการของการรายงานผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน - พิจารณาข้อเสนอแนะที่ได้รับจากผู้มีส่วนได้เสียในทุกช่องทาง - ทบทวนโดยผู้ตรวจสอบอิสระ

ทบทวนโดยผู้ตรวจสอบอิสระ

1. การระบุประเด็นที่เกี่ยวข้อง

บริษัทฯ เริ่มจากพิจารณาเปรียบเทียบประเด็นสาระสำคัญกับมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนในระดับสากล และเปรียบเทียบกับผู้นำธุรกิจอุตสาหกรรมเดียวกันระดับโลก รวมทั้งนำประเด็นด้านความยั่งยืนในปี 2560 มาทวนสอบร่วมกับผู้บริหารระดับกลางและผู้บริหารระดับสูงเพื่อประเมินความเสี่ยงและโอกาสจากปัจจัยภายในและภายนอก และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย นอกจากนี้ ยังนำประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้เสียภายนอกมาพิจารณาร่วมเป็นประเด็นสำคัญของบริษัทฯ ซึ่งในปี 2561 มีประเด็นที่มีนัยสำคัญทั้งสิ้น 14 ประเด็น

2. การจัดลำดับประเด็นสำคัญ

บริษัทฯ พิจารณาและลำดับความสำคัญใน 14 ประเด็นที่มีนัยสำคัญจากขั้นตอนที่ 1 ใน 2 มิติ ได้แก่ ผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ และมุมมองอิทธิพลต่อการประเมินและตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสียด้วยวิธีการประเมินระดับความสำคัญ/สนใจ (5 ระดับคะแนน) ผ่านการทำแบบสอบถามการจัดลำดับประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality

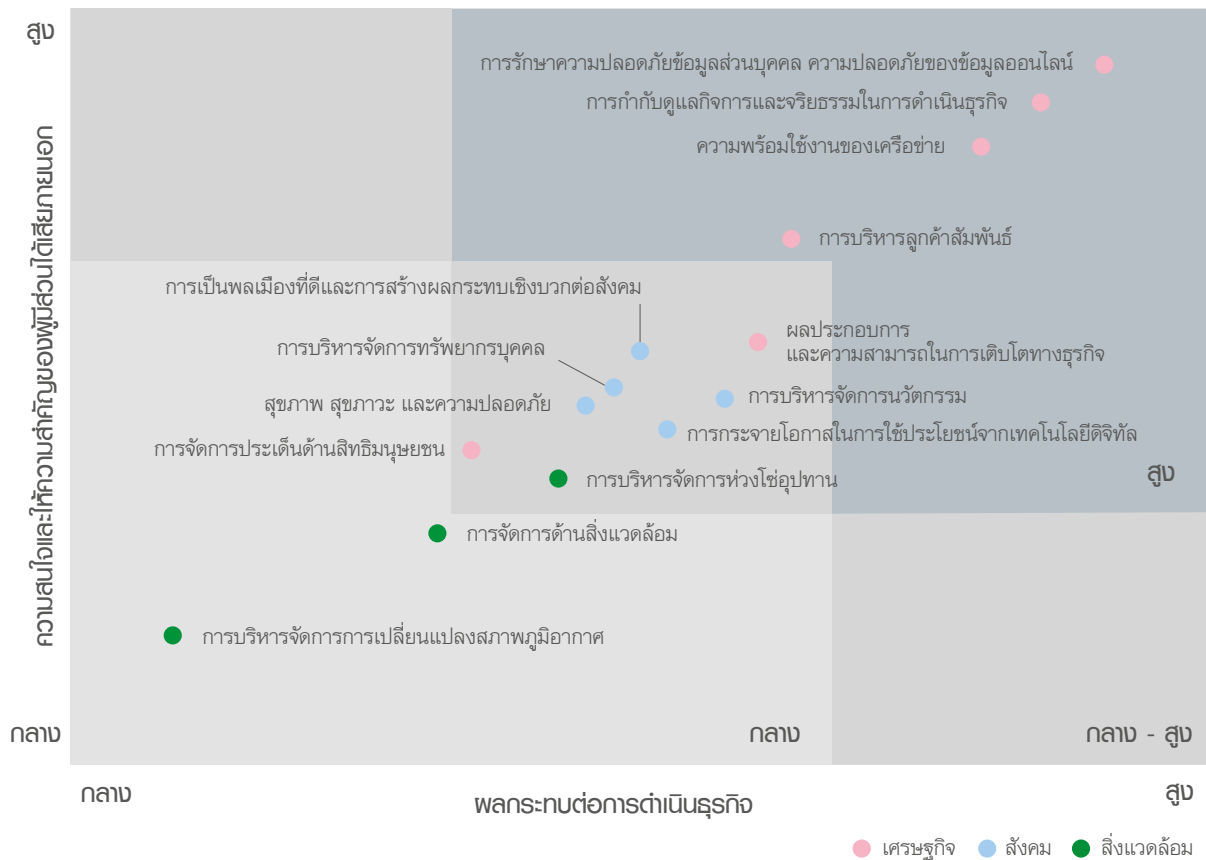
Prioritization Survey) บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อกำหนดประเด็นลงใน Materiality Matrix

ผลที่ได้จากการทำแบบสอบถามของผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดถูกนำมาประมวลผลและจัดลำดับความสำคัญของ 14 ประเด็นที่มีนัยสำคัญ โดยเนื้อหาของรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ครอบคลุมและเน้นประเด็นที่มีระดับความสำคัญปานกลางถึงสูง

3. การทวนสอบประเด็นสำคัญ

Material Matrix ที่มีการจัดลำดับทั้ง 14 ประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน ถูกนำไปทบทวนประเด็นที่เกี่ยวข้องและลำดับความสำคัญของประเด็นที่มีนัยสำคัญอีกครั้ง ผ่านการประชุมคณะกรรมการบริหาร (Executive Committee Meeting) พร้อมกับการนำเป้าหมายความยั่งยืนของบริษัทฯ มาทบทวนร่วมด้วย

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของกลุ่มทรู ประจำปี 2561



4. การตรวจสอบความถูกต้องและพัฒนารายงานความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง

รายงานความยั่งยืนถูกทบทวนและตรวจสอบจากผู้ตรวจอิสระจากภายนอกที่ได้รับการรับรอง เพื่อพิจารณาหาโอกาสในการปรับปรุงแก้ไขรวมถึงทบทวนนโยบายวัตถุประสงค์และเป้าหมายความยั่งยืนของบริษัทฯ และพัฒนาระบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียเพื่อให้รายงานสะท้อนถึงประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสนใจ โดยบริษัทฯ มีการรับข้อเสนอแนะในการพัฒนารายงานความยั่งยืนในหลากหลายช่องทาง อาทิ การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย แบบสำรวจความคิดเห็นของผู้อ่านท้ายเล่มรายงานความยั่งยืน เป็นต้น



ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและขอบเขตผลกระทบ

(GRI 102-21, 102-29, 102-45, 102-46, 102-47, 102-53, 103-1)

ส่วนของ รายงาน	ประเด็นสำคัญ	หัวข้อของ GRI ที่เกี่ยวข้อง	ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องและขอบเขตของผลกระทบ	
			ภายใน	ภายนอก
HEART 	Risk & Crisis Management การบริหารจัดการความเสี่ยง และสภาวะวิกฤต	GRI 102-18, 102-29, 103-1, 103-2, 103-3	พนักงาน	- หน่วยงานของรัฐ - ผู้ถือหุ้น นักลงทุน - พันธมิตรทางธุรกิจ - ลูกค้า
	Corporate Governance & Business Ethics and Code of Conduct การกำกับดูแลกิจการ และจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ	GRI 102-17, 102-18, 102-19, 102-20, 102-24, 103-1, 103-2, 103-3 205-2, 205-3, 206-1	พนักงาน	- หน่วยงานของรัฐ - ผู้ถือหุ้น นักลงทุน - พันธมิตรทางธุรกิจ - ลูกค้า - คู่ค้า
	Customer Relationship Management การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	GRI 102-43, 102-44, 103-1, 103-2, 103-3	พนักงาน	- ลูกค้า
	Business Performance & Growth Capability ผลประกอบการและความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ	GRI 103-1, 103-2, 103-3 PA 1, PA 4, PA 5	พนักงาน	- ผู้ถือหุ้น นักลงทุน - พันธมิตรทางธุรกิจ - ลูกค้า
	Network Availability ความพร้อมใช้งานของเครือข่าย	GRI 103-1, 103-2, 103-3 PA 5	พนักงาน	- ลูกค้า - ชุมชนและสังคม
	Data Privacy & Cyber Security การรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคล ความปลอดภัยของข้อมูลออนไลน์	GRI 103-1, 103-2, 103-3, 418-1	พนักงาน	- ลูกค้า - คู่ค้า - ชุมชนและสังคม
	Human Rights Management การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน	GRI 102-12, 102-13, 103-1, 103-2, 103-3, 406-1, 407-1, 408-1, 409-1, 411-1, 412-1	พนักงาน	- หน่วยงานของรัฐ - ผู้ถือหุ้น นักลงทุน - พันธมิตรทางธุรกิจ - ลูกค้า - คู่ค้า - เอ็นจีโอ และภาคประชาสังคม - สื่อมวลชน
HEALTH 	Innovation Management การบริหารจัดการนวัตกรรม	GRI 103-1, 103-2, 103-3 PA 11	พนักงาน	- ผู้ถือหุ้น นักลงทุน - ลูกค้า - คู่ค้า - ชุมชนและสังคม
	Corporate Citizenship & Social Impact การเป็นพลเมืองที่ดี และการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม	GRI 103-1, 103-2, 103-3, 201-1, 413-1	พนักงาน	- ลูกค้า - คู่ค้า - ชุมชนและสังคม - เอ็นจีโอ และภาคประชาสังคม - สื่อมวลชน
	Digital & Social Inclusion การกระจายโอกาสในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล	GRI 103-1, 103-2, 103-3 PA 2	พนักงาน	- ลูกค้า - ชุมชนและสังคม - เอ็นจีโอ และภาคประชาสังคม - สื่อมวลชน
	Talent Attraction & Human Capital Development การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล	GRI 102-8, 102-35, 102-41, 102-43, 102-44, 103-1, 103-2, 103-3, 201-1, 401-1, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1, 407-1	พนักงาน	- ลูกค้า - คู่ค้า
	Health, Safety & Wellness สุขภาพ สุขภาวะ และความปลอดภัย	GRI 103-1, 103-2, 103-3, 403-1, 403-2 IO 3	พนักงาน	- ลูกค้า - คู่ค้า
HOME 	Environmental Performance การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	GRI 102-11, 103-1, 103-2, 103-3, 302-1, 302-2, 303-1, 305-1, 305-2, 306-2, 307-1	พนักงาน	- ลูกค้า - คู่ค้า - ชุมชนและสังคม
	Climate Management การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	GRI 103-1, 103-2, 103-3	พนักงาน	- ลูกค้า - คู่ค้า - ชุมชนและสังคม
	Supply Chain Management การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน	GRI 102-9, 102-10, 103-1, 103-2, 103-3, 308-1, 308-2, 408-1, 409-1, 414-1, 414-2	พนักงาน	- ลูกค้า - คู่ค้า - ชุมชนและสังคม

การสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

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

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเคารพสิทธิและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นธรรม รับฟังความคิดเห็น สร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่น เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างยั่งยืน และรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มผ่านการดำเนินนโยบายการสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement Policy) โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อเป็นแนวทางและช่องทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย

รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ

2. เพื่อรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และทัศนคติของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม และตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสม

3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาหรือปรับปรุงกระบวนการทำงานต่างๆ ของบริษัท

บริษัทฯ กำหนดแนวปฏิบัติในการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย ตามแนวทางสากล AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000SES) ภายใต้หลักสำคัญ 3 ประการ ได้แก่

แนวปฏิบัติในการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย



1

การประเมิน
ประเด็นสำคัญ
(Materiality)



2

การมีส่วนร่วมของ
ผู้มีส่วนได้เสีย
(Inclusivity)



3

การตอบสนองต่อ
ความคาดหวังของ
ผู้มีส่วนได้เสีย
(Responsiveness)

“พนักงาน อสมท ที่ปฏิบัติงานอยู่ส่วนภูมิภาค ต้องมีการรายงาน และส่งข่าวผ่านระบบ 4G เพื่อส่งภาพข่าวมายังส่วนกลาง บอกสัญญาณของเหตุฉุกเฉิน เช่น ตอนช่วยเหลือหมูป่าคาเคมี่ อสมท ได้ไปร่วมรายงานข่าวที่นั่น ทางทรมีรถโมบายมาสนับสนุน ทำให้การส่งภาพข่าวได้เร็วและชัดเจนดีมาก เมื่อภารกิจเสร็จสิ้นพนักงานก็พอใจและชื่นชมการให้บริการของทรม”

คุณวิชัย กิตติศิริพัฒน์
เจ้าหน้าที่สนับสนุนงานบริการอาวุโส
บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)



“ขอแสดงความชื่นชมทรมในการดำเนินงานด้านความยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติสังคมที่ทรมดำเนินโครงการเกี่ยวกับกิจกรรม CSR เช่น โครงการปลูกกล้วยไม้ที่ประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง นอกจากนี้ยังสามารถนำความสามารถทางธุรกิจและศักยภาพขององค์กรสร้างสรรค์เป็นโครงการ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ”

คุณจารุจิต นวพันธุ์
ผู้อำนวยการฝ่ายอำนวยการ
บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)



“ชุมชนดีใจที่ทรมเห็นความสำคัญของชุมชน มาร่วมรักษาสืบสานวัฒนธรรมกับชุมชนเราก็ปลื้มปิติ หากขาดเหลือสิ่งใด ชุมชนก็ยินดีที่จะช่วยเหลือร่วมกัน”

คุณสาวตรี ช้างเจริญ
เลขาชุมชนชายทะเลบางขุนเทียน



“การร่วมงานระหว่างกันเป็นไปด้วยดี ในอดีตที่ผ่านมาหากมีข้อขัดแย้งตรงกระบวนการใด เราจะใช้วิธีการหารือและแก้ไขร่วมกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาทั้ง 2 ฝ่าย และเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ อันเป็นพื้นฐานในการทำงานร่วมกันตามประเด็นด้านความยั่งยืนของทรมต่อไป เราต่างอยู่ในธุรกิจ ICT เหมือนกัน สามารถนำเทคโนโลยีมาสร้างประโยชน์ให้กับสังคมได้”

คุณปวิธ เหล่าอยู่คง
Vice President
บริษัท อิริคสัน (ประเทศไทย) จำกัด



“ทรมได้สนับสนุนด้านเทคโนโลยี มีนวัตกรรมเข้ามาร่วมพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อพัฒนาศักยภาพของเด็กพิเศษ เช่น ช่วยฝึกการสื่อสาร การใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งสามารถลดความเครียดของผู้ปกครองแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายของผู้ปกครอง ผ่านสนับสนุนการจัดสร้างอาคาร True Autistic Thai Center เป็นสถานที่ฝึกอบรบอาชีพ เช่น สอนการฝึกชงกาแฟและรับเข้าทำงานในร้าน True Coffee ซึ่งเป็นการพัฒนาที่มีทางสังคมที่จับต้องได้”

นอกจากนี้ ทรมยังได้สนับสนุนให้เกิดกลุ่ม Art Story ที่ร่วมกันสร้างผลงานศิลปะสู่ผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบ ซึ่งมีเป้าหมายที่จะพัฒนาเป็นวิสาหกิจเพื่อชุมชนหรือ Social Enterprise ในอนาคต”

คุณชูศักดิ์ จันทยานนท์
ประธานมูลนิธิออทิสติกไทย

นอกจากนี้ ยังได้กำหนดแนวทางการแบ่งปันกับผู้มีส่วนได้เสีย การจัดลำดับความสำคัญ การจัดทำแผนการมีส่วนร่วมการพัฒนาศักยภาพของผู้มีส่วนได้เสีย การติดตามและรายงานผล เพื่อนำไปปฏิบัติอย่างสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันทั้งองค์กร ทั้งนี้ บริษัทตอบสนองความคาดหวัง และเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางต่างๆ และนำข้อคิดเห็นและประเด็นสำคัญมาพิจารณาปรับปรุงการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย ดังตารางต่อไปนี้

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองของบริษัทฯ	ช่องทางการมีส่วนร่วม
พนักงาน 	- สวัสดิการและค่าตอบแทนที่ดี - ความมั่นคงและความก้าวหน้า - การพัฒนาความรู้ ความสามารถ - การมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น	- ผลตอบแทนที่ดีและสวัสดิการที่เหมาะสมให้โอกาสก้าวหน้าในอาชีพ - ประเมินผลงานอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม - จัดหลักสูตรอบรมตรงตามความต้องการทันต่อความเปลี่ยนแปลง - นำความเห็นข้อเสนอแนะมาปรับปรุง	- การประชุมประกาศวิสัยทัศน์ประจำปี - สื่อสารผ่านออนไลน์/อีเมล - รายงานประจำปี/รายงานความยั่งยืน (เว็บไซต์) - ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน - การสำรวจความพึงพอใจ และความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (ปีละ 1 ครั้ง)
ลูกค้า 	- สินค้าและบริการที่ดี ราคาที่เหมาะสม - ส่งมอบตรงตามเวลาที่กำหนด - บริการหลังการขายที่มีคุณภาพ - ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว - ข้อมูลสินค้าถูกต้องชัดเจน	- บริการที่ดี และมีความรับผิดชอบ - ส่งมอบสินค้าคุณภาพ และตรงเวลา - รักษาข้อมูลความลับของลูกค้า - มอบประสบการณ์ที่ดี และบริการที่เท่าเทียม - รับผิดชอบต่อสินค้า และบริการ	- ศูนย์บริการลูกค้า - การติดต่อกับลูกค้าโดยตรง - สื่อสารผ่านออนไลน์/อีเมล - การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ารายปี - ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน
พันธมิตรทางธุรกิจ 	- ความเสมอภาคในการทำธุรกิจ - ทำธุรกิจด้วยความโปร่งใส - พัฒนาและเติบโตไปด้วยกัน - ชำระเงินตรงตามเวลาและครบถ้วน	- สัญญาซื้อขายที่โปร่งใส และเป็นธรรม - จัดหลักสูตรอบรมเพิ่มศักยภาพ - การแข่งขันที่เป็นธรรม และโปร่งใส - เก็บรักษาข้อมูลคู่ค้า - ชำระเงินตรงตามเวลา และมูลค่าตามที่กำหนด	- ประชุมประจำปี - จัดอบรมความรู้แก่คู่ค้า และกิจกรรมอื่นๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบริษัท และพันธมิตรธุรกิจ - สื่อสารผ่านออนไลน์/อีเมล - ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน - รายงานประจำปี/รายงานความยั่งยืน (เว็บไซต์)
ชุมชนและสังคม 	- ให้ความสำคัญต่อเสียงสะท้อนของชุมชน - ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย - ข้อร้องเรียนได้รับการดูแลอย่างเป็นธรรม - ส่งเสริมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน	- เรียนรู้ เข้าใจ พึ่งเสียงสะท้อนตอบสนองตรงใจ - ประสานความร่วมมือ ตอบสนองความต้องการอย่างมีระบบ - สร้างการยอมรับ เป็นหนึ่งเดียวกับชุมชน - สนับสนุนให้เกิดการสร้างงาน และรายได้ในชุมชน	- รายงานความยั่งยืน (เว็บไซต์) - สื่อสารผ่านออนไลน์/อีเมล - ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน - หมายเลขติดต่อกรณีฉุกเฉินที่สถานีฐาน - จัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน
คู่แข่งผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมเกี่ยวข้อง 	- การแข่งขันที่เป็นธรรมและเท่าเทียม - ปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่กำหนด	- ดำเนินธุรกิจตามกรอบการแข่งขันที่เป็นธรรมและสุจริต - ปฏิบัติตามกรอบกฎหมาย และจรรยาบรรณของการทำธุรกิจ - ประสานความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค	- รายงานประจำปี/รายงานความยั่งยืน (เว็บไซต์) - ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน
คู่ค้า 	- ความเสมอภาคในการทำธุรกิจ - ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส - ชำระเงินตรงตามเวลาและครบถ้วน	- สัญญาซื้อขายที่โปร่งใส และเป็นธรรม - จัดหลักสูตรอบรมเพิ่มศักยภาพพัฒนาคู่ค้าให้เติบโตไปด้วยกัน - การแข่งขันที่เป็นธรรมและโปร่งใส - การเก็บรักษาข้อมูล - ชำระเงินตรงตามเวลาและมูลค่าที่กำหนด	- ประชุมประจำปี - จัดอบรมให้ความรู้ - สื่อสารผ่านออนไลน์/อีเมล - ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน - รายงานความยั่งยืน (เว็บไซต์)
ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน 	- กิจการเติบโต มั่นคง มีผลกำไร - การกำกับดูแลกิจการที่ดี - บริหารจัดการด้วยความโปร่งใส - กลยุทธ์การบริหารที่ดี - สร้างโอกาสในความท้าทาย - การบริหารจัดการความเสี่ยง	- ทำธุรกิจโปร่งใส ยึดมั่นธรรมาภิบาล - การกำกับดูแลกิจการที่ดี - บริหารจัดการที่ดี สร้างความเชื่อมั่น มอบผลตอบแทนสูงสุด - เปิดเผยข้อมูลด้วยความโปร่งใส ต่อเนื่องและครบถ้วน	- ประชุมชี้แจงนักลงทุนประจำปีไตรมาส - รายงานประจำปี/รายงานความยั่งยืน (เว็บไซต์) - สื่อสารผ่านออนไลน์/อีเมล
เจ้าหน้าที่ 	- ข้อมูลการเงินที่ถูกต้อง - ชำระเงินตรงตามเวลาและครบถ้วน	- ทำตามเงื่อนไขสัญญาภายใต้หลักเกณฑ์และกฎหมาย - ให้ข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้องครบถ้วน - ชำระหนี้ตรงเวลา และดูแลคุณภาพของหลักทรัพย์ค้ำประกัน	- รายงานความยั่งยืน (เว็บไซต์) - สื่อสารผ่านออนไลน์/อีเมล - ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน
หน่วยงานของรัฐ 	- การปฏิบัติตามกฎหมายมีธรรมาภิบาล - การแข่งขันที่เป็นธรรมและเท่าเทียม - ให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ - จัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ	- ทำธุรกิจอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และไม่ขัดต่อกฎหมาย - เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส - กำกับดูแลกิจการตามกฎหมาย - บริหารจัดการด้วยคุณภาพ สร้างให้เกิดความเชื่อมั่น - ให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ	- รับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นสม่ำเสมอ - จัดกิจกรรมร่วมภาครัฐ - สื่อสารผ่านออนไลน์/อีเมล - รายงานประจำปี/รายงานความยั่งยืน (เว็บไซต์)
สื่อมวลชน 	การได้รับข้อมูลครบถ้วนและรวดเร็ว	- เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส - สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน - ให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ	- การแถลงข่าว - การส่งข่าวประชาสัมพันธ์ - สื่อสารผ่านออนไลน์/อีเมล - รายงานประจำปี/รายงานความยั่งยืน (เว็บไซต์)
เอ็นจีโอและภาคประชาสังคม 	- การทำธุรกิจด้วยความโปร่งใส - ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด - ทำธุรกิจโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้บริโภค	- เปิดเผยข้อมูลด้วยความโปร่งใส ต่อเนื่องและครบถ้วน - ดำเนินมาตรการป้องกัน และปราบปรามทุจริตทั่วทั้งองค์กร - ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	- รายงานประจำปี/รายงานความยั่งยืน (เว็บไซต์) - สื่อสารผ่านออนไลน์/อีเมล - การจัดกิจกรรมร่วม - ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน

HEART

ความมุ่งมั่นจากหัวใจ

“มุ่งมั่นทำธุรกิจด้วยใจที่ยั่งยืน ทำธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อ
บนพื้นฐานการกำกับกิจการที่ดี โปร่งใส และเป็นธรรม
เคารพสิทธิมนุษยชน”



กลยุทธ์ในด้านสินค้าและบริการที่ยั่งยืน



1. เสาะหา

ค้นคว้าวิจัยเพื่อหาความต้องการ
ของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย



2. พัฒนา

สร้างสินค้า/บริการที่มีคุณภาพ
ตอบโจทย์สังคม ส่งเสริมความยั่งยืน



3. เสริมสร้างคุณค่า

มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่ม



กลยุทธ์บริหารความสัมพันธ์ต่อลูกค้า
และคู่ค้าที่ยั่งยืน



1. ลูกค้าบุคคล

- ประเมินความต้องการ เข้าใจลูกค้า
- ส่งมอบบริการและประสบการณ์ที่ดี
- รับฟังความคิดเห็น
และให้บริการหลังการขาย



2. ลูกค้าองค์กร

- แชรกลยุทธ์เดียวกัน
- ส่งมอบบริการที่ได้มาตรฐานตรงใจ
- เป็นพันธมิตรกัน



3. คู่ค้า

- ประเมินความต้องการ
- พัฒนาคู่ค้าสู่ความยั่งยืน
- สร้างความสัมพันธ์ที่ดี





การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต

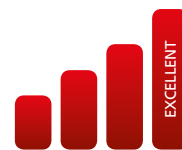
(GRI 102-18, 102-29, 103-1, 103-2, 103-3)

- ทุกหน่วยงานของกลุ่มธุรกิจ (ร้อยละ 100) มีส่วนร่วมในการประเมินและบริหารจัดการความเสี่ยง



เป้าหมาย

- สามารถขับเคลื่อนให้เกิดวัฒนธรรมการบริหารจัดการความเสี่ยงให้บุคลากรทุกคนมีความรับผิดชอบร่วมกันโดยทุกหน่วยงาน (ร้อยละ 100) มีส่วนร่วมในการประเมินความเสี่ยง รวมถึงมาตรการรับมือ และรวบรวมไวยักษ์หน่วยงานเจ้าของความเสี่ยงนั้นๆ



ผลการดำเนินงาน



คุณทวประภาญ์ ลักษณะกุลบุตร
Head of Group Internal Audit

“

ถ้าพูดถึงสิ่งที่มนุษย์เราต้องการในชีวิต ก็คงจะมีเรื่องการมีชีวิตที่มั่นคง การมีสุขภาพที่ดีอย่างแน่นอน

ในภาพขององค์กรก็เช่นกัน การบริหารความเสี่ยงเป็นหนึ่งในกระบวนการควบคุมภายในและการกำกับดูแลกิจการที่ดี เนื่องจากการบริหารความเสี่ยงเป็นพื้นฐานของการกำหนดยุทธศาสตร์ (Strategy Setting) วัตถุประสงค์ของธุรกิจ (Business Objective) และการพัฒนาแผนธุรกิจ (Business Plan Development) กล่าวคือถ้าเรามีการบริหารความเสี่ยง เราจะมั่นใจได้ว่าองค์กรจะสามารถลดความเสี่ยง (Risk Mitigation) นั้นๆ ที่มีผลกระทบกับธุรกิจอย่างไร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจอย่างยั่งยืน สุดท้ายองค์กรจะมีความยั่งยืนได้ ก็ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากทุกๆ ท่าน เพื่อเป็นเสาหลักค้ำยันองค์กรที่รักของเราเพื่อความยั่งยืนตลอดไป

”

การบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร (Enterprise Risk Management: ERM) เป็นส่วนสำคัญในการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกผัน (Disruption) ที่อาจเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ จากผลิตภัณฑ์และการให้บริการในรูปแบบใหม่ๆ ดังนั้น การบริหารจัดการความเสี่ยงจึงเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนพัฒนาธุรกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคตของบริษัทฯ ด้วยเหตุนี้

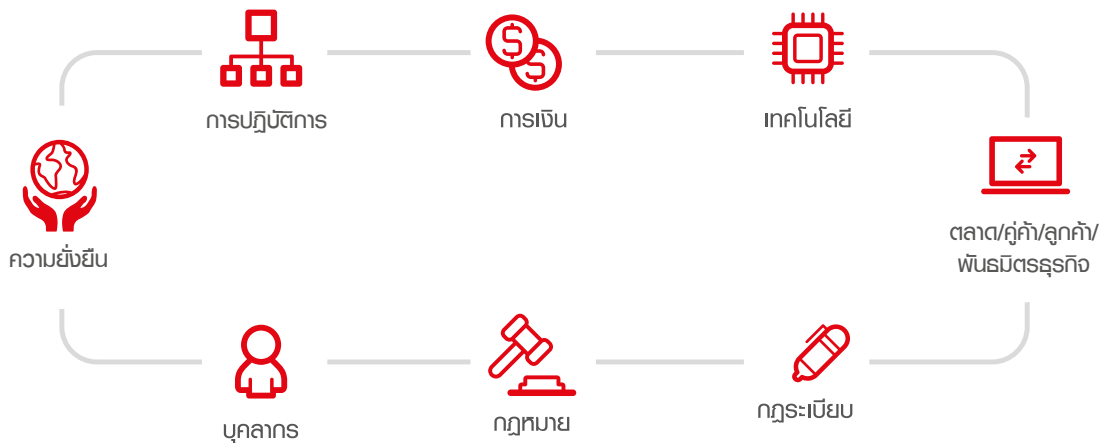
การสร้างวัฒนธรรมการบริหารจัดการความเสี่ยงในองค์กร จึงถือเป็นความรับผิดชอบของบุคลากรทั่วทั้งองค์กร เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมั่นคงและยั่งยืน

โดยบริษัทฯ กำหนดนโยบายและกรอบการบริหารจัดการ ความเสี่ยงองค์กร (Enterprise Risk Management Policy & Framework) เพื่อใช้บริหารจัดการความเสี่ยง นำไปสู่การ บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ของการดำเนิน ธุรกิจที่บริษัทฯ ได้กำหนดไว้

การประเมินความเสี่ยงองค์กรเริ่มจากการระบุประเด็นความเสี่ยงระดับหน่วยงานเจ้าของความเสี่ยง (Functional Risk Owner) จนถึงระดับบริหาร โดยกำหนดกลุ่มประเด็นความเสี่ยงครอบคลุม 8 ด้าน ได้แก่ การปฏิบัติการ การเงิน เทคโนโลยี ตลาด/ลูกค้า/ลูกค้า/พันธมิตรธุรกิจ

กฎระเบียบ กฎหมาย บุคลากร และความยั่งยืน ผลจากการประเมินความเสี่ยงองค์กรในแต่ละปีจะถูกนำไปผนวกเข้ากับแผนเชิงรุกของการดำเนินธุรกิจด้านต่างๆ ให้มีความสมบูรณ์และชัดเจนมากขึ้น ขับเคลื่อนการดำเนินงานภายในองค์กรให้บรรลุเป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

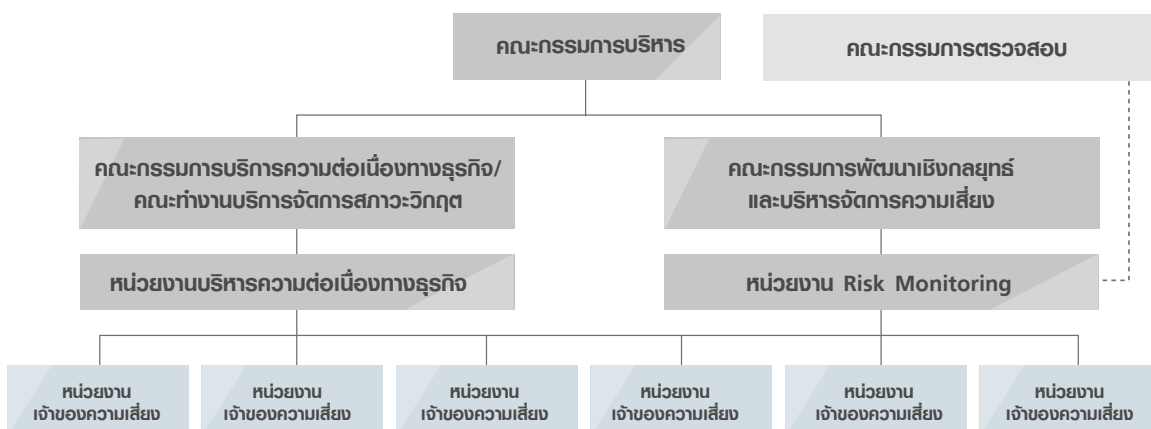
การจัดกลุ่มประเด็นความเสี่ยง



บริษัทฯ ดำเนินการบริหารจัดการความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร สอดคล้องตามมาตรฐานสากล The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) โดยมีการประเมินความเสี่ยงเป็นประจำทุกปี และตรวจทานประเด็นความเสี่ยงในเดือนมิถุนายนและตุลาคมของทุกปีโดยพิจารณาจากประเด็นความเสี่ยงปัจจุบัน ประเด็นความเสี่ยงเดิมที่ส่งผลกระทบต่อมาจนถึงปัจจุบัน และประเด็นความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในระยะยาว โดยมีการวิเคราะห์และพิจารณาปัจจัยความเสี่ยงใน 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินธุรกิจและการลงทุนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านโครงสร้างด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้วางแผนเชิงรุกสำหรับสภาวะวิกฤตอันอาจเกิดขึ้นได้และป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการหยุดชะงักทางธุรกิจ ผ่านการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management: BCM) ซึ่งสอดคล้องต่อนโยบายความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Policy) รวมถึงนโยบายการลงทุน (Corporate Investment Policy) ขององค์กรที่ได้กำหนดไว้ โดยใช้กระบวนการวิเคราะห์ความเสี่ยง (Risk Analysis) ระบุปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจก่อให้เกิดการหยุดชะงักในการปฏิบัติงานทางธุรกิจที่สำคัญหรือรับมือต่อสภาวะวิกฤตโดยการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจของบริษัทฯ เป็นไปตามมาตรฐานสากล ISO 22301 Business Continuity Management

โครงสร้างการบริหารจัดการความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจ



กรอบการบริหาร จัดการความเสี่ยงขององค์กร



กลยุทธ์และกรอบการบริหาร ความต่อเนื่องของธุรกิจ



1. การบริหารโครงการความต่อเนื่องของธุรกิจ
2. การวิเคราะห์ผลกระทบจากธุรกิจและความเสี่ยง
3. กลยุทธ์ด้านความต่อเนื่องของธุรกิจ
4. การพัฒนาแผนงานและการดูแลรักษา
5. การทบทวนด้วยการทดสอบ/ปฏิบัติ และการพัฒนา
6. การส่งเสริมเรื่องความต่อเนื่องของธุรกิจ
เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร

กระบวนการวิเคราะห์ความเสี่ยงครอบคลุมผลกระทบ (Impact) 5 ด้าน ได้แก่ การเงิน ลูกค้า บุคลากร กฎหมาย/การดำเนินคดี และภาพลักษณ์/ชื่อเสียงขององค์กร โดยประเมินความเสี่ยงทั้งระดับของโอกาสเกิด และระดับของผลกระทบ ทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ซึ่งจะแสดงผลการประเมินระดับความเสี่ยงบน Risk Matrix เพื่อให้ทราบถึงความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และสามารถกำหนดมาตรการบรรเทาผลกระทบจากความเสี่ยงนั้นๆ (Mitigation Plan) และแผนรองรับต่อเหตุการณ์ในสภาวะวิกฤตที่เหมาะสมต่อไป และที่สำคัญบริษัทฯ ได้ระบุความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ไว้ 2 ประเด็น ได้แก่ ความเปลี่ยนแปลง

อย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีและนวัตกรรม และความปลอดภัยและประสิทธิภาพของระบบรักษาข้อมูลส่วนบุคคล (สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่รายงานประจำปี 2561 www3.truecorp.co.th/new/sustain)

บริษัทฯ สร้างความตระหนักรู้และวัฒนธรรมองค์กรด้านความเสี่ยงด้วยการฝึกอบรมด้านบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี ในปี 2561 สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงสู่ภายนอก โดยฝึกอบรมให้แก่ กลุ่ม ASCEND กลุ่มการค้าระหว่างประเทศ และกลุ่มธุรกิจพืชครบวงจร (ข้าวโพด) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีจำนวนผู้ผ่านการอบรมทั้งสิ้น 382 ราย (เพิ่มขึ้นจากปี 2560 ร้อยละ 6.4)

หน่วยงาน/องค์กรที่ได้รับการฝึกอบรม		จำนวนพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรม (ราย)	
		ปี 2560	ปี 2561
ภายในองค์กร	ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มทรู	206	168
	หน่วยงานจัดซื้อ	110	-
ภายนอกองค์กร	บริษัท ทรู อินเทอร์เน็ต ดาต้า เซ็นเตอร์ จำกัด (TIDC)	43	-
	กลุ่ม ASCEND	-	14
	กลุ่มการค้าระหว่างประเทศ และกลุ่มธุรกิจพืชครบวงจร (ข้าวโพด) เครือเจริญโภคภัณฑ์	-	200
รวมทั้งสิ้น		359	382

การฝึกซ้อมแผนตอบสนองต่อกรณีภัยคุกคามด้านไซเบอร์ Cyber Security War Game

บริษัทฯ จัดให้มีการฝึกซ้อมแผนตอบสนองต่อภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้นทางด้านไซเบอร์ ของหน่วยงานเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) และหน่วยงานสนับสนุน จำนวนทั้งสิ้น 21 ราย ในวันที่ 10 ตุลาคม 2561 โดยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกเป็นวิทยากรและผู้ฝึกซ้อมต่อเหตุการณ์สมมติดังกล่าว จำลองเหตุการณ์สมมติจากกรณีผู้โจมตีระบบการเก็บข้อมูลที่สำคัญของบริษัทฯ ยังผลให้ข้อมูลสำคัญของลูกค้ารั่วไหลออกสู่ภายนอก โดยหน่วยงาน IT ได้แก้ไขสถานการณ์ตาม

แผนการที่ได้จัดเตรียมรับมือไว้เป็นลำดับ ร่วมกับหน่วยงานสนับสนุนจากกลุ่มทรูเข้าร่วมฝึกแก้ไขสถานการณ์ตามหน้าที่ ซึ่งการฝึกซ้อมผ่านไปได้อย่างสัมฤทธิ์ผล โดยผลจากการฝึกซ้อมทำให้หน่วยงาน IT และหน่วยงานสนับสนุนทั้งหมดทราบและสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาต่อภัยคุกคามด้านไซเบอร์ตามบทบาทและหน้าที่ของตนเองอย่างเหมาะสมและเป็นไปตามแผนที่วางไว้ เป็นการสร้างความตระหนักรู้ต่อเหตุการณ์ฉุกเฉินหรือเหตุการณ์ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนภายในองค์กร



การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

(GRI 102-17, 102-18, 102-19, 102-20, 102-24, 103-1, 103-2, 103-3, 205-2, 205-3, 206-1)



คุณอุทัยรัตน์ โสวัตินสุ
Vice Chairman of
the Executive Committee

“

การได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตครั้งนี้เป็นกำลังใจที่สำคัญ ทำให้พวกเราทุกคนในกลุ่มบริษัท ทูริ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ต้องมุ่งมั่นที่จะรักษาแนวทางในการปฏิบัติเหล่านี้ เราเชื่อว่าการปฏิบัติตามแนวทางเหล่านี้จะก่อประโยชน์และปราศจากการดำเนินการที่ไม่ถูกต้อง และมีความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาลที่ดีของกลุ่มทูริ ตามนโยบายของเรา

”

- ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดีในการกำกับดูแลกิจการระดับดีเลิศ (Excellent)
- 100% พนักงานรับทราบและทำแบบทดสอบความรู้ “ประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Code of Conduct)”



เป้าหมาย

- การกำกับดูแลกิจการที่ดีอยู่ในระดับ “ดีเลิศ (Excellent)” จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย จัดทำโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย 2 ปีซ้อน (ปี 2560 – ปี 2561)
- 100% พนักงานรับทราบและผ่านการทำแบบทดสอบความรู้ “ประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Code of Conduct)”



ผลการดำเนินงาน

การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจถือเป็นประเด็นหนึ่งที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจและให้ความสำคัญ รวมถึงภาครัฐ ภาคประชาสังคม ตลอดจนนักลงทุนทั้งในประเทศและระดับสากล ซึ่งต่างคาดหวังให้การบริหารจัดการขององค์กรต้องเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี และสอดคล้องตามหลักมาตรฐานสากลซึ่งกำหนดให้การบริหารองค์กรต้องมีความโปร่งใส เป็นธรรม สามารถตรวจสอบได้ และเปิดเผยต่อสาธารณะ

นอกจากนี้ ปัญหาการทุจริตคอร์รัปชันในองค์กร อาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนทางการเงิน ต้นทุนทางทรัพยากรบุคคล และการให้บริการต่อลูกค้า รวมทั้งยังอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรในระยะยาวได้ ดังนั้น บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ และดำเนินการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันเชิงรุกอย่างเป็นระบบตั้งแต่การป้องกันในระดับนโยบาย และการสร้างความตระหนักรู้ ความรู้และความเข้าใจผ่านการจัดฝึกอบรมให้แก่พนักงานทั่วประเทศ

การกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี จึงได้กำหนดให้มี “นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี” และทบทวนเพื่อปรับปรุงนโยบายดังกล่าวเป็นระยะๆ อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2545 เป็นต้นมา ภายใต้การบริหารงานของคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์กร ตลอดจนสอดคล้องกับกฎหมายระเบียบ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนฯ ซึ่งมุ่งเน้นให้องค์กรมีการกำกับดูแลให้กิจการมีผลประกอบการที่ดีในระยะยาว นำเชื่อถือสำหรับผู้ถือหุ้นและสังคมโดยรวม เพื่อประโยชน์ในการสร้างคุณค่าให้กิจการอย่างยั่งยืน

คณะกรรมการบริษัทมีบทบาทและหน้าที่ตัดสินใจอย่างอิสระในประเด็นที่เกี่ยวกับธรรมาภิบาล การลงทุน

การวางแผนองค์กร บัญชีการเงิน รวมถึงควบคุมและแนะนำประเด็นสำคัญเชิงกลยุทธ์และการบริหารจัดการตามวิสัยทัศน์ ภารกิจ และค่านิยมหลักขององค์กร ผ่านนโยบายต่างๆ อาทิ นโยบายการแข่งขันอย่างเป็นธรรม ซึ่งบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยส่งเสริมให้มีการแข่งขันอย่างเสรีและคำนึงถึงการแข่งขันอย่างเป็นธรรม นโยบายการดูแลเรื่องการใช้ข้อมูลภายในและการควบคุมภายใน เป็นต้น เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ โดยสอดคล้องกับกฎหมายข้อบังคับต่างๆ ของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง และเป็นไปตามมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น สามารถศึกษาโครงสร้างการบริหารจัดการบริษัทฯ ได้จากรายงานประจำปี 2561 ของบริษัทฯ และบนเว็บไซต์ (www.truecorp.co.th)

กลุ่มทรู ได้รับผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดีระดับ “ดีเลิศ (Excellent)”



จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย ปี 2561 จัดทำโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ซึ่งได้รับรางวัลต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ตอกย้ำถึงการเป็นองค์กรที่ยึดมั่นการกำกับดูแลกิจการที่ดีในการดำเนินธุรกิจอย่างเต็มที่เสมอมา

จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ ยึดถือ “ประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน” (Code of Conduct) เป็นแนวทางให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนยึดถือและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดต่อเนื่องอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร และเผยแพร่บนเว็บไซต์บริษัทฯ เพื่อใช้เป็นกรอบในการดำเนินธุรกิจขององค์กรและคู่ค้า สอดคล้องกับค่านิยมองค์กรของกลุ่มทรู คือ C-Credible เชื่อถือได้ พร้อมทั้งยังให้การสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของภาครัฐและภาคประชาสังคมด้วยดีเสมอมา

เพื่อให้พนักงานทุกคนตระหนักและยึดมั่นในการปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน บริษัทฯ จัดให้มีการอบรมและทำแบบทดสอบความรู้ผ่านระบบออนไลน์ มีเป้าหมายให้พนักงานทุกคน (ร้อยละ 100) ผ่านการประเมินโดยต้อง

ตอบแบบทดสอบความรู้ให้ถูกทุกข้อ ซึ่งแบบทดสอบถูกจัดทำขึ้นใหม่เพื่อเป็นการทบทวนความรู้ความเข้าใจของพนักงานเป็นประจำทุกปี ในปี 2561 พนักงานทำแบบทดสอบความรู้ที่บริษัทฯ ได้จัดทำขึ้นและผ่านร้อยละ 100 จากกลยุทธ์การนำดิจิทัลแพลตฟอร์มมาใช้ เพื่อเข้าถึงพนักงานของทั้งกลุ่มทรูและกิจการร่วมค้า (Joint Venture) สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของบริษัทฯ ที่ต้องบูรณาการด้านความสะดวกรวดเร็ว ทันสมัย และสามารถติดตามตรวจสอบได้ ทั้งสิ้น 3 ประการ ดังนี้

1. จัดทำระบบสัญญาจ้างงาน iContract ให้พนักงานใหม่รับทราบและถือปฏิบัติตาม “ประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน” ในรูปแบบดิจิทัล
2. จัดทำแบบทดสอบความรู้ ความเข้าใจประจำปีให้

เหมาะสมกับพนักงานทุกช่วงอายุ ผ่านหลายช่องทาง โดยพนักงานสามารถเข้าผ่านอินเทอร์เน็ต QR Code และเข้าผ่านแอปพลิเคชันทรู เอชอาร์ (True HR Application) ด้วยโทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์พกพาหรือเครื่องคอมพิวเตอร์ ส่งผลให้พนักงานสามารถทำแบบทดสอบได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และหัวหน้างานสามารถติดตามได้ เพื่อช่วยลดระยะเวลาในการเข้าถึงช่องทางการทำแบบทดสอบ

3. จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการในสำนักงานที่ตั้งอยู่นอกอาคาร ทรู ทาวเวอร์ ร่วมกับการฝึกอบรมและทดสอบแบบ e-Learning ทั่วประเทศให้แก่พนักงานชาย พนักงานดูแลลูกค้าที่ทรูช็อป พนักงานดูแลลูกค้าที่ Call Center พนักงานดูแลเครือข่าย และพนักงานที่ปฏิบัติงานประจำสำนักงานภูมิภาค

อย่างไรก็ตาม เพื่อยกระดับหลักจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้จัดให้มีการตรวจประเมินจริยธรรมและการปฏิบัติงานให้เป็นไปตาม “ประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน” กับหน่วยงานภายในทุกหน่วยงาน (ร้อยละ 100) โดยสำนักบริหารความยั่งยืน ธรรมาภิบาล และสื่อสารองค์กร เครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นผู้ตรวจประเมินภายนอก

สามารถศึกษา “ประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติ
ในการทำงาน (Code of Conduct)” ได้ที่
<http://investor.truecorp.co.th/leadership.html>

การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

กลุ่มทรูให้ความสำคัญกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง โดยได้ประกาศเจตนารมณ์ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และได้รับการรับรองในการเป็นสมาชิกของ “แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต” รวมถึงมีความมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติตามกฎหมายของประเทศไทยในการต่อต้านการคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด จึงได้จัดทำมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน (Anti-Corruption Policy and Measure) ขึ้น พร้อมกำหนดให้คณะกรรมการผู้บริหาร และพนักงานทุกคนมีหน้าที่ปฏิบัติตาม และต้องสนับสนุนการต่อต้านการคอร์รัปชันทุกรูปแบบทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ ยังได้จัดอบรมให้ความรู้ ความเข้าใจพนักงานในองค์กรทุกคน ในการปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าวได้อย่างถูกต้อง

ตลอดปี 2561 บริษัทฯ มีการพัฒนาการดำเนินงานด้านการต่อต้านคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง ทั้งเชิงป้องกัน (Preventive) และเชิงแก้ไข (Corrective) ในทุกรูปแบบทั้งภายในและภายนอกองค์กร อาทิ หน่วยงานความมั่นคงทาง

ธุรกิจ (Fraud Cyber Crime) จัดอบรมเรื่องการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน และการบริหารจัดการหนี้ และการบริหารด้านการเงิน จำนวน 81 ครั้ง จำนวนผู้เข้าอบรม 1,750 ราย โดยให้ความรู้แก่ทีมงานช่าง หัวหน้างานช่าง พนักงานขาย ผู้บริหารงานขายในกรุงเทพฯ และทุกภูมิภาค และผู้บริหารร้านทรูช็อป ทรูสเฟียร์ และทรูเบรนดิงช็อป ทั้งในกรุงเทพฯ และสำนักงานภูมิภาค โดยมุ่งเน้นที่พนักงานเข้าใหม่ ทั้งพนักงานของกลุ่มทรูและพนักงานของพันธมิตรและคู่ค้าทางธุรกิจเพื่อป้องกันปัญหาการทุจริตเชิงรุก และคอยดูแลให้คำปรึกษาช่วยเหลือแก้ไข รวมถึงร่วมกับเครือเจริญโภคภัณฑ์ ประกาศนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการให้-รับของขวัญหรือผลประโยชน์อื่นใด นอกจากนี้ ในด้านความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก บริษัทฯ ได้จัดโครงการประกวดมิวสิกวิดีโอ “ข้อเสียด้านทุจริต” โดยร่วมมือกับมูลนิธิต่อต้านการทุจริต และภาคีสมาชิก เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้กำหนดนโยบายการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด และการคุ้มครองผู้ร้องเรียน/ผู้แจ้งเบาะแสการกระทำผิดสำหรับพนักงาน (Whistle-Blowing Policy) ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร โดยกำหนดช่องทางการรับแจ้งข้อมูลหรือข้อร้องเรียน กระบวนการจัดการเกี่ยวกับข้อมูลหรือข้อร้องเรียน มาตรการคุ้มครองสิทธิของผู้ให้ข้อมูล การรักษาข้อมูลของผู้ร้องเรียนไว้เป็นความลับ ให้จำกัดเฉพาะผู้ที่รับผิดชอบที่มีหน้าที่ตรวจสอบประเด็นที่ร้องเรียนเท่านั้นที่จะเข้าถึงข้อมูลได้ และคณะกรรมการตรวจสอบจะเป็นผู้พิจารณาสั่งการและรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท และบริษัทฯ กำหนดมาตรการที่เป็นธรรมแก่ผู้มีส่วนได้เสียในกรณีที่มีผู้มีส่วนได้เสียได้รับความเสียหายจากการถูกละเมิดสิทธิตามกฎหมาย

บริษัทฯ จัดให้มีช่องทางติดต่อสื่อสารหลากหลายช่องทางสำหรับผู้มีส่วนได้เสียและบุคคลทั่วไปที่ต้องการสอบถาม ให้ข้อเสนอแนะ ร้องเรียน หรือแจ้งเบาะแส

จากผลการตรวจสอบอย่างเข้มงวดในปี 2561 บริษัทฯ พบพนักงานปฏิบัติผิดข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานและเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบคิดเป็นร้อยละ 0.48 ของพนักงานทั้งหมด โดยที่กว่าครึ่งเป็นเรื่องทุจริต ฉ้อโกง และยกยอกเงิน/ทรัพย์สินของบริษัท และร้องลงมาเป็นความผิดจากการปลอมแปลงเอกสารเพื่อประโยชน์ส่วนตน ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการตรวจสอบอย่างละเอียดและรอบคอบ เพื่อความเป็นธรรมและโปร่งใส เป็นไปตามมาตรการลงโทษที่เหมาะสม และหากมีความผิดตามกฎหมาย บริษัทฯ จะดำเนินคดีตามกฎหมายต่อไป



“ขอบคุณในน้ำใจ ขอรับไว้เพียงไม่ตรี”

กลุ่มทรู ร่วมกับเครือเจริญโภคภัณฑ์ ประกาศนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการให้-รับของขวัญหรือผลประโยชน์อื่นใด เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานใช้ดุลพินิจอย่างระมัดระวังและใช้เป็นแนวปฏิบัติในการให้-รับของขวัญหรือผลประโยชน์อื่นใดเป็นการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า คู่ค้าธุรกิจ และผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งความโปร่งใส



ช่องทางการส่งข้อร้องเรียน

- ส่งจดหมาย : ถึงคณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหาร กรรมการผู้จัดการใหญ่ (ร่วม) หรือหัวหน้าคณะผู้บริหารด้านทรัพยากรบุคคล ตามที่อยู่บริษัทฯ
- อีเมล : auditcommittee@truecorp.co.th หรือ CodeofConduct@truecorp.co.th
- โทรศัพท์ : 02-858-2023 หรือ โทรสาร 02-858-4906 ถึงฝ่ายทรัพยากรบุคคล

TRUE
Highlight

การร่วมสนับสนุนการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันกับภาครัฐ และภาคประชาสังคม

กลุ่มทรูร่วมกับมูลนิธิต่อต้านการทุจริตและภาคีสมาชิก จัดโครงการประกวดมิวสิควิดีโอ “ข้อสะอวดด้านทุจริต” ประจำปี 2561 เพื่อรณรงค์ปลูกจิตสำนึกต่อต้านการทุจริต ผ่านบทเพลงที่สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ โดยการเชิญชวนนักเรียน นิสิต นักศึกษา และประชาชนทั่วไป แสดงความคิดเห็นสร้างสรรค์ ประชันความคิดด้านโกง ผลิตรีมมิดวีดีโอต่อต้านการทุจริต

ในปีนี้มีผู้สนใจส่งมิวสิควิดีโอเข้าประกวดจากทั่วประเทศจำนวน 132 ผลงาน แบ่งเป็นประเภทประชาชนทั่วไปจำนวน 26 ผลงาน และประเภทนักเรียนนิสิตนักศึกษาจำนวน 106 ผลงาน โดยผลงานที่เข้ารอบชิงชนะเลิศทั้ง 10 ผลงาน ได้นำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ของมูลนิธิต่อต้านการทุจริตเครือเจริญโภคภัณฑ์ และกลุ่มทรู อาทิ ทรูวิชั่นส์ ทรูโฟร์ยู TNN24 ทางสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ ข้อสะอวดด้านทุจริต และเว็บไซต์ทรูปลูกปัญญา (www.truelookpanya.com)



สแกน QR Code เพื่อฟังเพลงรณรงค์ต่อต้านทุจริต ประเภทนักเรียน นิสิต นักศึกษา
ชื่อเพลง “เด็กไทยโตไปไม่โกง”
โดย เด็กชายปณตพล ตริมาศ

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์

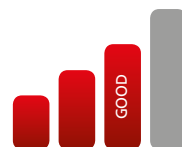
(GRI 102-43, 102-44, 103-1, 103-2, 103-3)

- ภายในปี 2563 พลสำรวจความพึงพอใจต่อการบริการของพนักงานจากลูกค้าผ่านระบบ Topbox iCSAT ได้รับการประเมินในระดับสูงสุด ร้อยละ 90



เป้าหมาย

- ความพึงพอใจสูงสุดต่อการบริการของพนักงานจากลูกค้าผ่านระบบ Topbox iCSAT เท่ากับร้อยละ 85.63



ผลการดำเนินงาน



คุณอรนุช คุณวาสี
Chief Customer Service Officer

“

บริษัทฯ มุ่งมั่นส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดด้านบริการให้ลูกค้าผ่านนวัตกรรมบริการอัตโนมัติ ในรูปแบบดิจิทัลภายในปี 2563

”

การตอบสนองความต้องการและการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ถือเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยบริษัทฯ กำหนดให้การบริหารลูกค้าสัมพันธ์เป็นหนึ่งในกลยุทธ์หลักของกลุ่มทรู ภายใต้การพัฒนาสู่เครือข่ายและประสบการณ์ของลูกค้าที่ดีที่สุด (Best Network and Customer Experience) ดังนั้น บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นรักษา ปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการในฐานะผู้ให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศและคอนเวอร์เจนซ์แพลตฟอร์มครบวงจร มีนโยบายการให้บริการในระดับมาตรฐานสากลโดยผสมผสานการจัดการด้านนวัตกรรมร่วมกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรโดยใช้ลูกค้าเป็นศูนย์กลางเพื่อสร้างคุณค่าและส่งมอบบริการที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้า

บริษัทฯ มุ่งมั่นให้บริการด้วยมาตรฐานสากลและแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดของอุตสาหกรรมโทรคมนาคมครอบคลุมทุกสินค้าและบริการของบริษัทฯ เพื่อสร้างการจดจำและความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าโดยปฏิบัติตามมาตรฐานการให้บริการระดับโลก (Customer Operation Performance Center for Customer Service Provider: COPC CSP) อีกทั้งยังมีการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาให้บริการกับลูกค้าแบบรายเดือน (Post-Paid) และได้มีการพัฒนารวมถึงทดลองใช้ระบบ Robotic Process Automation (RPA) กระบวนการทำงานอัตโนมัติแบบหุ่นยนต์ เพื่อนำมาใช้งานจริงอย่างเต็มรูปแบบในปี 2562

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยกระจายการให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่ เพิ่มช่องทางเข้าถึงการให้บริการ และช่องทางการขายต่างๆ เช่น ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ศูนย์ธุรกิจค้าส่ง Makro เป็นต้น รวมถึงการขยายช่องทางผ่านพันธมิตร True Agent Plus โดยจัดโครงสร้างการบริหารแบบจุลภาค (Micro Organization) มีผู้รับผิดชอบประจำพื้นที่ (Area Owner) ซึ่งมีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบทั้งการขายและการให้บริการหลังการขาย (Sales and After Sales Services) ต่อลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ ยังมีการสร้างนวัตกรรมการให้บริการในรูปแบบ Video Call Service เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้บริการด้วยตนเอง (Self Service) ณ ศูนย์บริการลูกค้าทรูซอปกกว่า 50 สาขา มีระบบยืนยันตัวตนแสดงความเป็นเจ้าของหมายเลขจากใบหน้า (Facial Recognition) โดยการเทียบกับการอ่านบัตรประชาชนแบบสมาร์ทการ์ด เพื่อรักษามาตรฐานความปลอดภัยในข้อมูลของลูกค้า อีกทั้งยังลดเวลาในการรอรับบริการจากเจ้าหน้าที่ในช่วงเวลาที่มีลูกค้าเข้ารับบริการอย่างหนาแน่น เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีและเกิดความพึงพอใจสูงสุด



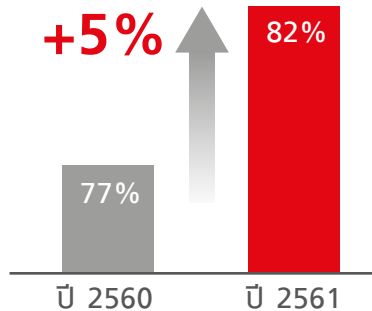
ในปี 2562 บริษัทฯ วางแผนขยายการใช้งานระบบ e-Signature ไปสู่เพื่อนคู่ค้า (Dealer) เพื่ออำนวยความสะดวกในการเปิดใช้ซิมมือถือหรือการเปิดการให้บริการต่างๆ ของลูกค้ากับบริษัทฯ ซึ่งจะช่วยลดระยะเวลาการให้บริการและลดปริมาณกระดาษที่ต้องใช้ในการลงทะเบียนหรือเปิดใช้บริการ

บริษัทฯ ได้ปรับปรุงแบบของศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์โดยใช้หมายเลขเดียวคือ 1242 ซึ่งมีพนักงานที่มีความรู้ความชำนาญรอบด้าน (Universal Agent) สามารถตอบคำถามและข้อสงสัยด้านการใช้บริการ หรือให้ความช่วยเหลือจากปัญหาที่เกิดจากการรับบริการครบทุกสินค้าและบริการของบริษัทฯ รวมทั้งให้ข้อมูลสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น True Black Card, True Red Card, True Wallet, True ID, True You และ True Point เป็นต้น ซึ่งเป็นการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จในเบอร์เดียว (One Stop Services One Number Call Center) ลดภาระในการโอนสายและระยะเวลาในการให้บริการลูกค้า

จากการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในหลากหลายช่องทางดังกล่าวในช่วงต้น บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการรักษา ปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ ได้ทำการสำรวจประสิทธิภาพการให้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้าต่อการรับบริการของบริษัทฯ โดยผลการสำรวจในปี 2561 พบว่า การดูแลลูกค้าจบในสายแรก (First Call Resolution) คิดเป็นร้อยละ 82 สูงขึ้นจากปี 2560 ถึงร้อยละ 5 และคะแนนความพึงพอใจสูงสุดต่อการบริการของพนักงาน (Topbox iCSAT) คิดเป็นร้อยละ 86 สูงขึ้นจากปี 2560 ร้อยละ 5 ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่พึงพอใจในการให้บริการของพนักงาน การให้คำแนะนำ และความเต็มใจในการให้บริการ (Service Mind) และข้อเสนอแนะของลูกค้าในการให้บริการคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ การติดตามงานและแจ้งความคืบหน้า อย่างไรก็ตาม กลุ่มทรู ยังมีความท้าทายที่ต้องดำเนินงานให้ถึงเป้าหมายด้านคะแนนความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานร้อยละ 90 ในปี 2563 ตามที่ได้กำหนดไว้

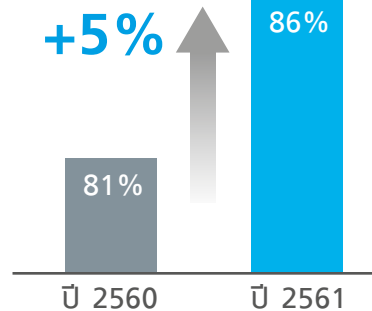
First Call Resolution

ดูแลลูกค้าในสายแรก



%Topbox iCSAT

ความพึงพอใจสูงสุดต่อการบริการของพนักงาน



ผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ

ผลสำรวจความพึงพอใจ ลูกค้า	Topbox iCSAT		
	ช่องทางบริการ	% ผลคะแนน ปี 2561	% เป้าหมาย ปี 2561
ศูนย์บริการลูกค้าโทรศัพท์		85.23	90.00
ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์		86.04	90.00
เฉลี่ย		85.63	90.00

TRUE Highlight

แพลตฟอร์มการให้บริการใหม่

1242 Universal Agent One Stop Service

ในปี 2561 กลุ่มทรูได้พัฒนาแพลตฟอร์มการให้บริการใหม่ 1242 Universal Agent One Stop Service ของ True Call Center โดยปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการของเจ้าหน้าที่ให้เป็นรูปแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) จากเดิมบริษัทจะมี Call Center แยกให้บริการตามกลุ่มธุรกิจคือ ทรูมูฟ เอช หมายเลข 1331 ทรูออนไลน์ หมายเลข 1686 และทรูวิชั่นส์ หมายเลข 02-725-2525 ปรับเปลี่ยนเป็นเลขหมายโทรศัพท์เดียวคือ 1242 เบอร์เดียวจบครบทุกบริการ (One Number All Service) ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบและเป็นผู้ให้บริการรายเดียวที่สามารถให้บริการในรูปแบบนี้สำเร็จ โดยบริษัทพัฒนาทรัพยากรบุคคลเพิ่มขีดความสามารถของเจ้าหน้าที่ Call Center เพื่อให้สามารถให้บริการลูกค้าในทุกผลิตภัณฑ์ (ทรูมูฟ เอช ทรูออนไลน์ ทรูวิชั่นส์ และคอนเวอร์เจนซ์) ซึ่งเจ้าหน้าที่ Call Center สามารถ

ตอบคำถามข้อมูลทั่วไป ข้อมูลด้านเทคนิค และการบริการหลังการขาย โดยปี 2561 มีเจ้าหน้าที่ที่สามารถให้ข้อมูลลูกค้าในทุกผลิตภัณฑ์ (3 บริการขึ้นไป) สูงถึงร้อยละ 96 ของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการทั้งหมด ส่งผลให้สามารถลดปริมาณการโอนสายไปมา (Transfer Call) จากการสอบถามข้อมูลหลายบริการหรือหลายผลิตภัณฑ์จากร้อยละ 10 ในปี 2560 ลดลงเหลือร้อยละ 3



ผลประกอบการและความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ

(GRI 103-1, 103-2, 103-3 & PA 1, PA 4, PA 5)

- รายได้จากการให้บริการในปี 2561 เติบโตในอัตราช่วงกลางถึงปลาย เลขหลักเดียวเมื่อเทียบกับปีก่อน (Mid-to-High Single Digit Growth)
- มีกำไรจากการดำเนินงาน (ไม่รวมกำไรจากการขายสินทรัพย์เข้ากองทุน DIF และรายการที่ไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานปกติ) ในปี 2561



เป้าหมาย

- รายได้จากการให้บริการหลักในปี 2561 เติบโตขึ้นร้อยละ 4.9 เท่ากับ 101,788 ล้านบาท
- กำไรจากการดำเนินงาน (ไม่รวมกำไรจากการขายสินทรัพย์เข้ากองทุน DIF และรายการที่ไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานปกติ) ในปี 2561 เท่ากับ 36,036 ล้านบาท



ผลการดำเนินงาน



คุณวิลเลียม แอริส
Co-Group Chief Financial Officer

“

กลุ่มทรูพร้อมเดินทางสู่ยุคใหม่ของอุตสาหกรรมโทรคมนาคมไทย ตอกย้ำความเป็นผู้ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมครบวงจร เพื่อยกระดับดิจิทัลไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคชาวไทย เราจะเดินทางเสริมความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจหลัก โดยเฉพาะธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องในอัตราที่ดีกว่าค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม และธุรกิจบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ตที่มีการขยายตัวทั้งในด้านรายได้และฐานลูกค้า อีกทั้งจะมุ่งพัฒนาสินค้าและบริการด้านดิจิทัลรวมถึงคอนเทนต์ให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น ทำให้เรามั่นใจว่าบริษัทฯ จะสามารถรายงานผลกำไรที่เพิ่มขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง

”

บริษัทฯ มุ่งดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างผลกำไรและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าผ่านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ช่วยให้เกิดการขยายตัวทางธุรกิจ และมีกระบวนการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพของการผลิตและการให้บริการต่างๆ รวมทั้งการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อให้ได้รับการอนุญาตในการดำเนินธุรกิจอันจะยังประโยชน์ต่อสังคม ชุมชน และประเทศผ่านการส่งมอบคุณค่าทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการรักษาคุณภาพและความน่าเชื่อถือของบริการซึ่งนำไปสู่ผลกระทบต่อภาพ

ลักษณ์ของสินค้าและบริการ ซึ่งอาจกระทบต่อมูลค่าหุ้นและรายได้ขององค์กร

ในปี 2561 กลุ่มทรู มีการเติบโตอย่างแข็งแกร่งและเป็นผู้นำบริการ 4.5G/4G ไฟเบอร์บรอดแบนด์ เพย์ทีวี ด้วยเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ผ่านการนำเสนอแคมเปญคอนเวอร์เจนซ์ที่คุ้มค่าและแตกต่าง และบริการด้านดิจิทัลที่เชื่อมโยงบริการของกลุ่มทรูบนแพลตฟอร์มที่หลากหลาย เช่น โมบายแอปพลิเคชัน เว็บไซต์และบริการ Over-The-Top (OTT) เพื่อตอบสนองทุกไลฟ์สไตล์ของลูกค้าอย่างครบครัน

รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) ร่วมกับความมุ่งมั่นในการพัฒนาสินค้าบริการและโซลูชันโดยเฉพาะอย่างยิ่ง โซลูชันด้านดิจิทัลผ่านเทคโนโลยีล้ำสมัย ตลอดจนการเพิ่มประสิทธิภาพภายในองค์กรในทุกด้าน ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ส่งเสริมให้กลุ่มทรูเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน พร้อมสนับสนุนการขับเคลื่อนประเทศสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 อย่างเต็มตัว

ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท)	2558	2559	2560 (ปรับปรุง)	2561
รายได้จากการให้บริการหลักและบริการอื่นๆ	74,803	88,058	117,624	119,138
รายได้รวม	118,781	124,719	141,290	162,773
กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย (EBITDA)	22,109	25,071	39,912	56,001
กำไรจากการดำเนินงาน	4,608	(492)	6,440	22,408
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ สำหรับส่วนที่เป็นของบริษัท	4,412	(2,814)	551	7,035

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการส่งมอบสินค้าและบริการคุณภาพสูงให้แก่ผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นการให้บริการผ่านเครือข่ายประสิทธิภาพสูงสุด การให้บริการที่เป็นเลิศ นวัตกรรมและบริการด้านดิจิทัล ตลอดจนการผสมผสานบริการที่หลากหลายภายใต้กลุ่มทรูในรูปแบบคอนเวอร์เจนซ์ให้แก่ลูกค้าอย่างลงตัว โดยมีธุรกิจหลักคือ ทรูมูฟ เอช ทรูออนไลน์ ทรูวิชั่นส์ และทรูดิจิทัลกรุป



true move Hมีฐานลูกค้ารวม
29.2 ล้านราย

ทรูมูฟ เอช ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่อันดับ 2 ของประเทศไทยได้แบรนด์ ทรูมูฟ เอช ที่มีเครือข่ายประสิทธิภาพสูงครบทุกมิติ และครอบคลุมทั่วประเทศ ผ่านทุกคลื่นย่านความถี่ ทั้งนี้ ทรูมูฟ เอช มุ่งมั่นในการพัฒนาเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งมอบประสบการณ์การใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ดีที่สุดและสื่อสารได้ครบถ้วนในทุกแพลตฟอร์ม ซึ่งสัญญาเครือข่ายครอบคลุมร้อยละ 98 ของประชากรไทยทั่วประเทศ ด้วยผลงานจุดแข็งของคลื่นย่านความถี่สูงและต่ำ รวมถึงการใช้เทคโนโลยี 3CA หรือการรวมคลื่น 900/1800/2100 MHz เข้าด้วยกัน การพัฒนาเครือข่ายให้รองรับการส่งสัญญาณแบบ 4x4 MIMO ให้ครอบคลุมทุกจังหวัด และการนำเทคโนโลยีคุณภาพมาตรฐานโลกอื่นๆ อาทิ เทคโนโลยี FDD Massive MIMO 32T32R เข้ามาใช้ ส่งผลให้ทรูมูฟ เอช มีการเติบโตทั้งด้านรายได้และฐานลูกค้าสูงกว่าค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยสิ้นปี 2561 บริษัทฯ มีฐานลูกค้ารวมทั้งสิ้น 29.2 ล้านราย

นอกจากนี้ ทรูมูฟ เอชได้ประกาศความสำเร็จเปิดทดสอบความเร็ว 5G ในสภาพแวดล้อมจริง พร้อมจัดงานสาธิตการใช้งานเทคโนโลยี 5G ความเร็วสูงสุดถึง 18 Gbps ซึ่งเร็วกว่า 4G ถึง 20 เท่า ณ ทรูแบรนด์ดิ้งฮอลล์ ไอคอนสยามเป็นครั้งแรกในไทยในงาน “TrueMove H 5G Digital Thailand, The 1st Showcase”

true onlineมีฐานลูกค้ารวม
3.5 ล้านราย

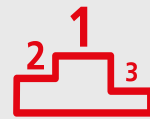
ทรูออนไลน์ ผู้ให้บริการบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ต บริการเครือข่ายข้อมูล บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย (WiFi) ดาต้าเกตเวย์ และบริการเสริมต่างๆ ผ่านเครือข่ายไฟเบอร์คุณภาพสูง ด้วยความมุ่งมั่นขยายเครือข่ายบรอดแบนด์อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เครือข่ายครอบคลุมมากกว่า 13 ล้านครัวเรือนทั่วประเทศ รวมทั้งส่งเสริมต่อการบริการหลังการขายสอดคล้องต่อความหลากหลายกลุ่มลูกค้า ผ่านแคมเปญไฟเบอร์บรอดแบนด์สำหรับลูกค้าทั่วไป ลูกค้าองค์กรกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ และกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่งผลให้บริษัทฯ เติบโตสูงทั้งด้านรายได้และฐานลูกค้าโดยสิ้นปี 2561 มีฐานผู้ใช้บริการบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ตรวมทั้งสิ้น 3.5 ล้านราย

true visionsมีฐานลูกค้ารวม
4.1 ล้านราย

ทรูวิชั่นส์ ผู้นำในการให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกและบริการในระบบ HD ซึ่งให้บริการทั่วประเทศ ผ่านดาวเทียมในระบบดิจิทัลตรงสู่บ้านสมาชิก และผ่านเครือข่ายผสมระหว่างเคเบิลใยแก้วนำแสงและสายโคแอกเชียลที่มีประสิทธิภาพสูงพร้อมได้รับใบอนุญาตประกอบช่องรายการทีวีดิจิทัล ได้แก่ ช่องรายการวไรตี้ “True4U” และช่องรายการข่าว “TNN24” ทรูวิชั่นส์ยังคงเดินหน้าเพิ่มประสบการณ์การรับชมให้แก่สมาชิกด้วยรายการคุณภาพระดับโลก และมุ่งผลิตคอนเทนต์คุณภาพสำหรับหลายแพลตฟอร์ม ทั้งภายในกลุ่มทรู และพันธมิตร อีกทั้งเพิ่มช่องทางให้ลูกค้าสามารถรับชมรายการต่างๆ ของทรูวิชั่นส์ได้ทุกที่ ทุกเวลาบนแพลตฟอร์มที่หลากหลาย อาทิ แอปพลิเคชัน ทรูวิชั่นส์เอนิแวร์ และทรูโอดี ตลอดจนขยายเครือข่ายไฟเบอร์บรอดแบนด์ เพิ่มโอกาสในการรับชมทรูวิชั่นส์ ผ่านกล่องทรูทีวีด้วยอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ทั้งนี้ ณ สิ้นปี 2561 ทรูวิชั่นส์ มีฐานลูกค้ารวมทั้งสิ้น 4.1 ล้านราย



ผู้นำด้านดิจิทัลไลฟ์สไตล์ สำหรับผู้บริโภคชาวไทย



ปัจจุบันทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยต่างเผชิญกับการปฏิวัติด้านดิจิทัล ซึ่งผู้บริโภคต้องการบริการดิจิทัลเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์มากขึ้น อาทิ การใช้มือถือชำระค่าสินค้า ใช้บริการเรียกแท็กซี่ สั่งอาหาร ช้อปปิ้งออนไลน์ เป็นต้น ผู้ขายก็ต้องปรับตัวให้ทันกับการชำระสินค้าด้วยระบบดิจิทัล เช่นเดียวกับบริษัทต่างๆ ก็ต้องปรับองค์กรให้พร้อมรับสถานการณ์ด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวไกล การให้บริการดิจิทัล การให้บริการดิจิทัล โดยตั้งเป้าหมายสู่การผู้นำด้านดิจิทัลไลฟ์สไตล์สำหรับผู้บริโภคชาวไทย ผ่านการนำเสนอโซลูชัน และบริการด้านดิจิทัลผ่านเทคโนโลยีล้ำสมัย อาทิ Internet of Things (IoT) และปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และทรูโอที ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันหนึ่งเดียวที่รวบรวมคอนเทนต์คุณภาพ หลากหลายไลฟ์สไตล์ และสิทธิประโยชน์ให้แก่ผู้บริโภคที่สอดรับการพัฒนาธุรกิจในยุคไทยแลนด์ 4.0 เพื่อผลักดันประเทศไทยให้บรรลุเป้าหมายการเป็นดิจิทัลเกตเวย์ในระดับภูมิภาคเอเชีย และสร้างโอกาสในการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง

โครงสร้างรายได้ตามกลุ่มธุรกิจ

ผลประกอบการ (หน่วย : ล้านบาท)	2559		2560		2561	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ทรูมูฟ เอช	91,985	73.8	105,975	75.0	111,628	68.6
ทรูออนไลน์	23,036	18.4	25,782	18.2	40,655	25.0
ทรูวิชั่นส์	9,698	7.8	9,533	6.8	10,490	6.4
รวมรายได้	124,719	100.0	141,290	100.0	162,773	100.0



กลุ่มทรูเปิดประสบการณ์ 5G ให้คนไทยสัมผัสได้แบบครั้งแรกในไทย

ในงาน “TRUEMOVE H 5G DIGITAL THAILAND, THE 1ST SHOWCASE”
ระหว่างวันที่ 14 ธันวาคม 2561 – 31 มกราคม 2562
ณ กรุง แบงค็อก ซิตี้ ฮอลล์ กรุงเทพมหานคร



ด.ญ. วรณรญา วรณพงษ์ (น้องมิลค์)
แชมป์โดรนเรซซิ่ง ร่วมทดลองการใช้ 5G

ทรูมูฟ เอช ร่วมมือกับพันธมิตรชั้นนำระดับโลก ทั้งผู้ผลิตอุปกรณ์โทรคมนาคมรายต่างๆ พัฒนาและทดสอบเทคโนโลยี 5G มาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปลายปี 2559 และเมื่อได้รับอนุญาตจาก กสทช. ให้สาธิตการทำงานของเทคโนโลยี 5G บนคลื่นความถี่สำหรับ 5G โดยเฉพาะ (คลื่นความถี่ในย่าน 28 GHz) เพื่อเป็นก้าวแรกให้คนไทยสามารถเชื่อมต่อสู่โลกดิจิทัลและนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมไปถึงปฏิรูปการทำงานในอุตสาหกรรมต่างๆ ได้อย่างเต็มรูปแบบ โดยเปิดให้ทดลองใช้งานในสภาพแวดล้อมจริงในงาน “True 5G Digital Thailand, The 1st Showcase powered by TrueMove H” ซึ่งบริษัทฯ ตั้งใจให้งานนี้เป็น Bestation คือ จุดหมายที่ดีที่สุดสำหรับทุกคนที่จะเข้ามาเรียนรู้และสัมผัสนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความสนใจ อาทิ ระบบเมืองและการขนส่งอัจฉริยะด้วยโดรนเทคโนโลยี 3D AR เชื่อมการทำงานแบบเรียลไทม์จากระยะไกลและหุ่นยนต์อัจฉริยะเพื่อการทำงานในภาคอุตสาหกรรมและการแพทย์

ความพร้อมใช้งานของเครือข่าย

(GRI 103-1, 103-2, 103-3 & PA 5)

- ร้อยละ 99.60 ผลสำรวจความพร้อมใช้งานของเครือข่าย
- ตัวบ่งชี้ระยะเวลาหยุดชะงักเฉลี่ยของเครือข่าย 1.5 ชั่วโมง/ปี/ผู้ใช้บริการ (มาตรฐานสากล)
- ตัวบ่งชี้ความถี่เฉลี่ยของเครือข่ายหยุดชะงัก 1.10 ครั้ง/ปี/ผู้ใช้บริการ (มาตรฐานสากล)



เป้าหมาย

- ผลการสำรวจความพร้อมใช้งานของเครือข่ายในประเด็นการขาดหายของสัญญาณอย่างต่อเนื่องเท่ากับร้อยละ 99.88
- ตัวบ่งชี้ระยะเวลาหยุดชะงักเฉลี่ยของเครือข่ายเท่ากับ 0.38 ชั่วโมง/ปี/ผู้ใช้บริการ (22.54 นาที/ปี/ผู้ใช้บริการ)
- ตัวบ่งชี้ความถี่เฉลี่ยของเครือข่ายหยุดชะงักเท่ากับ 0.18 ครั้ง/ปี/ผู้ใช้บริการ



ผลการดำเนินงาน



คุณอุทัยศักดิ์ ประสงค์ทรัพย์
Special Project Director,
Executive Chairman Office

“

เรามุ่งมั่นที่จะทำให้ ทรูมูฟ เอช เป็นเครือข่ายที่ดีที่สุดและได้มาตรฐานสากลอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ ทุกเพศ และทุกวัย ในการติดต่อสื่อสารเข้าถึงข้อมูลการใช้งานแอปพลิเคชันต่างๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว สอดรับกับการเปลี่ยนแปลงที่ก้าวกระโดดตอบสนองชีวิตในยุค 4.0

ทรูมูฟ เอช มีทีมวิศวกรผู้เชี่ยวชาญคอยดูแลคุณภาพเครือข่ายให้พร้อมใช้งานตลอด 24 ชั่วโมง สามารถแก้ไขเหตุขัดข้องที่เกิดกับเครือข่ายได้อย่างทันท่วงทีในทุกกรณี และมีการเตรียมการป้องกันในเชิงรุกไม่ให้เกิดปัญหา อีกทั้งยังมีทีมวิศวกรเฝ้าติดตามสถานการณ์ต่างๆ เพื่อเพิ่มและขยายสัญญาณรองรับกิจกรรมที่มีคนหนาแน่นและมีการใช้งานจากคนจำนวนมาก พร้อมตั้ง War Room ในการตรวจสอบและติดตามสถานการณ์แบบ Real Time เพื่อการให้บริการที่ต่อเนื่องด้วยคุณภาพสัญญาณที่ดี

ด้วยความรับผิดชอบและตระหนักในหน้าที่ที่จะให้ลูกค้าได้รับการบริการ ทรูมูฟ เอช อย่างมีความสุข พวกเราทุกคนทุ่มเทและเสียสละ รักษาคุณภาพเครือข่ายและการให้บริการอย่างดีที่สุด เพื่อคงความเป็น The Best Network

”

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับความพร้อมใช้งานของเครือข่าย ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้งานเครือข่ายได้อย่างราบรื่น รองรับการใช้งานครอบคลุมทุกพื้นที่ ด้วยคุณภาพสัญญาณที่ดี แม้ในสภาพแวดล้อมที่ไม่เอื้ออำนวย เช่น สภาพอากาศที่แปรปรวน ภัยธรรมชาติ หรือกรณีเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน ความพร้อมใช้งานของเครือข่าย (Network Availability) เป็นหนึ่งตัวชี้วัดที่สำคัญขององค์กรที่แสดงถึงประสิทธิภาพการให้บริการด้านเครือข่าย และตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเพื่อให้บรรลุต่อกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจในการเป็นผู้นำในธุรกิจอุตสาหกรรมโทรคมนาคมของประเทศไทย โดยมีการบริหารจัดการเครือข่ายที่ดีที่สุด (Best Network) รวมถึงส่งเสริมให้คนไทยเข้าถึงแหล่งเรียนรู้และข้อมูล

สารสนเทศจากการดำเนินธุรกิจขององค์กร สอดคล้องต่อเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนในปี 2563 ดังนั้น บริษัทฯ จึงเตรียมความพร้อมในการให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมและเทคโนโลยีดิจิทัลครบวงจรครอบคลุมทุกการให้บริการหลักของบริษัทฯ คือ การให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริการบรอดแบนด์ บริการโทรทัศน์แบบบอกรับเป็นสมาชิก และธุรกิจดิจิทัลแพลตฟอร์มและบริการด้านดิจิทัล โดยนำเสนอโซลูชันผ่านเทคโนโลยี Internet of Things (IoT) ภายใต้แบรนด์ ทรูมูฟเอช ทรูออนไลน์ ทรูวิชั่นส์ และทรูดิจิทัล ตามลำดับ โดยการพัฒนาเชิงรุกด้านศักยภาพความพร้อมใช้งานของเครือข่าย อาทิ การขยายเครือข่ายสัญญาณ การบำรุงรักษาเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับการบริการให้มีประสิทธิภาพและครอบคลุมการบริการทั่วพื้นที่ประเทศไทย

การพัฒนาศักยภาพความพร้อมใช้งานของเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง

การให้บริการที่ครอบคลุมและต่อเนื่องเชิงรุกด้วยคุณภาพของเครือข่ายที่มีเสถียรภาพและการจัดการความหนาแน่นของเครือข่าย เป็นอีกหนึ่งความท้าทายเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า บริษัทฯ มีหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการเครือข่าย คือ Network Engineering & Operations (NEO) โดยมีศูนย์เฝ้าติดตามตรวจสอบปัญหาที่เกิดขึ้นกับเครือข่ายตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อหลีกเลี่ยงการชะงักของบริการ (Service Interruption) แก้ปัญหาเครือข่ายด้วยการควบคุมระยะไกล (Remote Reboot) และการปรับเส้นทางเดินของเครือข่าย (Reroute) ในการบริหารจัดการเครือข่ายให้มีความเสถียร มีคุณภาพสัญญาณคงที่อยู่ในระดับที่ดีได้อย่างต่อเนื่อง



ในปี 2561 กลุ่มทรู ได้นำนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่มาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการเครือข่าย พัฒนาเครือข่าย และเพิ่มประสิทธิภาพความพร้อมใช้งานของเครือข่ายครอบคลุมทุกบริการหลักของบริษัทฯ ที่สำคัญ ดังนี้ **พัฒนาเครือข่าย** บริษัทฯ ได้จัดทำระบบเส้นทางสำรอง (Redundancy System) เพื่อเชื่อมเส้นทางสายใยแก้วนำแสง (Fiber Optics) มากกว่า 2 เส้นทางไปยังเครือข่ายหลัก (Core Network) ทั้งยังมีแผนติดตั้งระบบเครือข่ายสายใยแก้วนำแสงที่สามารถจัดการเส้นทางเดินข้อมูลได้โดยอัตโนมัติ ซึ่งจะสลับเลือกใช้งานเส้นทางเดินข้อมูลบน

สายใยแก้วนำแสงได้อย่างเหมาะสม ซึ่งเป็นการลดความเสี่ยงที่จะสร้างผลกระทบให้กับลูกค้าในการใช้บริการเครือข่าย

ทรูมูฟ เอช ดำเนินการทดลองนำเทคโนโลยี Massive Multiple-Input and Multiple-Output (MIMO) มาใช้ในการให้บริการ 5G เป็นการพัฒนาด้านสัญญาณ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารให้สามารถส่งข้อมูลจำนวนมากได้ อัตราการส่งข้อมูลที่สูงขึ้นภายใต้ช่องความถี่เดิมถึง 5 เท่า เพิ่มความคมชัดและความเร็วในระดับกิกะบิต (Gb) ครอบคลุมการให้บริการลูกค้าได้มากขึ้น

ทรูออนไลน์ พัฒนาเครือข่ายโดยการเพิ่มจุดกระจายสัญญาณ (Access Node) และวางจุดกระจายสัญญาณย่อย (Sub-Access Node) เพิ่มเติมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล สำหรับการให้บริการบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ตและเตรียมขยายให้ครอบคลุมบริการไปยังพื้นที่ต่างจังหวัดภายในปี 2562 รองรับการใช้งานของลูกค้า และนำเทคโนโลยีบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 1 กิกะบิตมาใช้ในการให้บริการส่งตรงถึงบ้านลูกค้า (1Gb to Home)

ทรูวิชั่นส์ ปัจจุบันเทคโนโลยีการรับชมโทรทัศน์มีพัฒนาการที่ก้าวล้ำไปอย่างมาก ทรูวิชั่นส์จึงไม่หยุดนิ่ง

ที่จะพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ พร้อมยกระดับคุณภาพการออกอากาศอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ ด้วยการเปิดตัวกล่องรับสัญญาณ “TrueVisions 4K ULTRA HD” มิติใหม่ของการรับชมโทรทัศน์ ให้ประสบการณ์ความคมชัดระดับ 4K ULTRA HD ครั้งแรกในไทยและภูมิภาคอาเซียน ลูกค้าสามารถรับชมรายการคุณภาพ ที่มีความคมชัดสูงสุด มากกว่าระบบเฮชดีถึง 4 เท่า และชัดมากกว่าระบบมาตรฐานเดิมถึง 20 เท่า เพื่อเป็นตัวเลือกสำหรับลูกค้าสมาชิกแพคเกจพรีเมียมและโกลด์แพคเกจ



มิถุนายน สนับสนุนทีมค้นหาผู้ประสบเหตุบริเวณพื้นที่ถ้ำหลวงขุนน้ำนางนอน จ.เชียงราย



ธันวาคม เตรียมพร้อมเครือข่ายสื่อสารรองรับกิจกรรม “โบค อุ่นไอรัก” ทั่วประเทศ

นอกจากนี้ บริษัทฯ มุ่งมั่นตอบสนองการให้บริการที่มีคุณภาพดีอย่างต่อเนื่องต่อกรณีที่มีการใช้สัญญาณอย่างหนาแน่นในเฉพาะบางช่วงเวลาหรือบางพื้นที่ เช่น ติดตั้งเสาส่งสัญญาณอุปกรณ์กระจายสัญญาณเพิ่มขึ้น รวมถึงบริการรถโมบายขยายสัญญาณตลอดเส้นทางปั่น และจุดจอดจักรยานในกิจกรรม “โบค อุ่นไอรัก” ทั่วประเทศ และการติดตั้งเสาส่งสัญญาณเฉพาะกิจเพื่ออำนวยความสะดวกให้เจ้าหน้าที่ค้นหาและสื่อมวลชนในการช่วยเหลือ 13 ผู้ประสบเหตุ บริเวณพื้นที่ถ้ำหลวงขุนน้ำนางนอน จ.เชียงราย เป็นต้น โดยในการช่วยเหลือ 13 ผู้ประสบเหตุบริเวณพื้นที่ถ้ำหลวงขุนน้ำนางนอนนั้น ทีมงานของบริษัทฯ ได้ดำเนินงานหลักที่สำคัญ ดังนี้

- ติดตั้งเสาส่งสัญญาณโทรศัพท์ 3G/4G ในบริเวณ 4 จุดหลัก คือ ปากถ้ำหลวงขุนน้ำนางนอน บ้านดอยผาหม่นสามแยกทางเข้าถ้ำ และบริเวณจุดแถลงข่าว และติดตั้ง

TrueWiFi จำนวน 6 จุด ให้บริการลูกค้าทราฟฟิก และให้บริการฟรีกับเจ้าหน้าที่ทหาร และสื่อมวลชน จำนวน 200 ผู้ใช้งาน เพื่อใช้สื่อสารกับกองอำนวยการ และอำนวยความสะดวกตลอดระยะเวลาปฏิบัติงานของทีมช่วยเหลือ

- ติดตั้งรถเสาส่งสัญญาณเคลื่อนที่บริเวณบ้านดอยผาหม่นยิงสัญญาณเข้าไปบริเวณหลังดอยนางนอนให้ทีมค้นหาภายนอกถ้ำได้ใช้งานติดต่อสื่อสารในป่า และสนับสนุนเครื่องโทรศัพท์ True 4G Smart Adventure ในการปฏิบัติงานของทีมกู้ภัย

- จัดตั้ง War Room เป็นศูนย์ประสานงานมีเจ้าหน้าที่และวิศวกรประจำเพื่อดูแลคุณภาพสัญญาณและขยายสัญญาณครอบคลุมพื้นที่ปฏิบัติงานของหน่วยกู้ภัยตลอด 24 ชั่วโมง ระยะเวลาที่สนับสนุนภารกิจประมาณ 1 เดือน ใช้ทีมงานทั้งหมดมากกว่า 50 คน

การบำรุงรักษาและการแก้ไขเหตุขัดข้องเครือข่าย

การดูแลบำรุงรักษาเครือข่ายอย่างต่อเนื่องเพื่อป้องกันการหยุดชะงักของเครือข่าย และลดระยะเวลาที่เครือข่ายเกิดการขัดข้อง (Downtime) สร้างความมั่นใจต่อระดับความพร้อมใช้งานเครือข่าย และความสามารถในการแก้ไขการเกิดเหตุขัดข้องของเครือข่าย โดยบริษัทฯ แบ่งระดับความรุนแรงของการเกิดเหตุที่กระทบกับการให้บริการ (Service Affect) และความรุนแรงของการเกิดเหตุที่ไม่กระทบต่อการให้บริการ (Non-Service Affect) ไว้ 5 ระดับ เพื่อใช้เป็นมาตรฐานของระยะเวลาในการแก้ไขเหตุที่เกิดขึ้นตามระดับความรุนแรงต่างๆ (Service Level Agreement Time) และให้เครือข่ายกลับมาพร้อมใช้งานได้เร็วที่สุด ซึ่งพบว่า สาเหตุจากการเกิดเหตุขัดข้องทั้งที่กระทบและไม่กระทบต่อการให้บริการมากที่สุด ได้แก่ กำลังไฟฟ้า และอุปกรณ์ส่วนควบ (Power & Accompaniment)

ในกรณีลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง พบปัญหาการใช้งานเครือข่าย หรือต้องการแจ้งเหตุขัดข้อง บริษัทฯ มีช่องทางรับเรื่องการแจ้งเหตุ โดยสามารถติดต่อผ่านทั้ง Call Center 1242 และทรูช็อปทุกสาขาทั่วประเทศ

เพื่อประเมินคุณภาพและความพร้อมใช้งานเครือข่ายจากการดำเนินงานขององค์กรที่มุ่งสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า บริษัทฯ จัดให้มีการสำรวจความพึงพอใจและข้อเสนอแนะของลูกค้าในประเด็นการขาดหายของสัญญาณอย่างต่อเนื่อง โดยมีการกำหนดเป้าหมายความพร้อมของเครือข่ายที่ร้อยละ 99.60 ตามเกณฑ์คณะกรรมการ US Federal Communication Commission (US FCC Rules) เพื่อสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

ผลการสำรวจความพร้อมใช้งานของเครือข่าย (ร้อยละ)

ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561	เป้าหมาย ปี 2561
99.87	99.82	99.88	99.60

TRUE
Highlight



รางวัลด้านคุณภาพการให้บริการและความพร้อมใช้งานของเครือข่าย

ตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านคุณภาพการให้บริการและความพร้อมใช้งานของเครือข่าย และความมุ่งมั่นตั้งใจของบริษัทฯ ในการดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาคุณภาพของเครือข่าย เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า ด้วยรางวัลระดับนานาชาติ ดังต่อไปนี้

รางวัลเบอร์ 1 ทรูมูฟ เอช เครือข่าย 4G ที่ดีที่สุดในประเทศไทย ด้านความแรง ความเสถียร และครอบคลุมที่สุด จัดอันดับโดย nPerf (แอปพลิเคชันวัดความแรงเน็ตที่ทั่วโลกให้การยอมรับ) 3 ปีซ้อน (ปี 2559 – 2561)

รางวัลผู้ให้บริการโทรคมนาคมแห่งปี 2561 (2018 Frost & Sullivan Asia Pacific Telecom Service Provider of the Year) และรางวัลผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือแห่งปี 2561 (2018 Frost & Sullivan Asia Pacific Mobile Service Provider of the Year) ประจำปีภาคเอเชียแปซิฟิก ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 จากงาน 2018 Asia Pacific ICT Awards ที่ประเทศสิงคโปร์

รางวัลสุดยอดแบรนด์แห่งปี 2561 ทรูออนไลน์ ในฐานะผู้ให้บริการบรอดแบนด์หนึ่งเดียวของไทย (2 ปีซ้อน) จาก World Branding Forum ในการมอบรางวัล World Branding Forum Awards ประเทศอังกฤษ

การรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคล ความปลอดภัยของข้อมูลออนไลน์ (GRI 103-1, 103-2, 103-3, 418-1)



พล.ต.อ. อุทธรณ์ สมบูรณ์ทรัพย์
Chairman of the Privacy
Protection Committee

“

กลุ่มทรู ตระหนักถึงความสำคัญของข้อมูลส่วนบุคคลเป็นอย่างมาก โดยได้ดำเนินมาตรการทั้งเชิงรุกและเชิงป้องกัน เพื่อให้ผู้ใช้บริการของเราได้ประโยชน์และความสะดวก ในขณะเดียวกันก็ได้รับการปกป้องคุ้มครองอย่างดี ผมและคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ร่วมกันกำกับดูแลและอำนวยความสะดวกเพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าข้อมูลส่วนบุคคลเป็นสิ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญและคุ้มครองป้องกันอย่างดีที่สุด

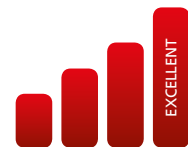
”

- ป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล 100%
- ป้องกันการนำข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าไปแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบ 100%



เป้าหมาย

- ดำเนินการประเมินความเสี่ยง ตรวจสอบและปรับปรุงกระบวนการควบคุมการเข้าถึงระบบฐานข้อมูล ในระบบหลักของบริษัท สามารถป้องกันไม่ให้เกิดการรั่วไหลของข้อมูล และการนำข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าไปใช้งานในทางมิชอบได้ 100%



ผลการดำเนินงาน

ในฐานะที่กลุ่มทรู เป็นผู้ให้บริการการสื่อสารโทรคมนาคม ซึ่งถือเป็นระบบสาธารณูปโภคสารสนเทศที่มีความสำคัญยิ่งต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ (Critical Information Infrastructure) ความมั่นคงปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทฯ ส่งผลกระทบโดยตรงต่อผู้ใช้บริการและสังคมในวงกว้าง ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และระบบข้อมูลของบริษัทฯ จึงนับเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากข้อมูลและระบบดังกล่าวเป็นพื้นฐานของการให้บริการลูกค้า อีกทั้งยังมีการเชื่อมต่อออนไลน์กับระบบต่างๆ ซึ่งมีทั้งการรับส่งและจัดเก็บข้อมูลที่เป็นข้อมูลสำหรับการให้บริการทั่วไป และการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล หากมีเหตุรั่วไหลของข้อมูลหรือมีการนำข้อมูลไปใช้ในทางที่ผิดย่อมจะกระทบต่อความสามารถในการให้บริการและความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ เกิดความสูญเสีย

ทางธุรกิจ และอาจได้รับผลทางกฎหมายตามมาได้ ในขณะเดียวกัน ความเสี่ยงที่จะเกิดเหตุข้อมูลรั่วไหล การนำข้อมูลไปใช้ในทางที่ผิด หรือการโจมตีระบบจากผู้ไม่ประสงค์ดีก็มีแนวโน้มสูงขึ้น โดยพบว่าสาเหตุของการโจมตีระบบมักมีแรงจูงใจทางอาชญากรรม เศรษฐกิจ หรือการเมือง อีกทั้งความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้เกิดเครื่องมือทางเทคนิคจำนวนมาก จึงเป็นการง่ายสำหรับผู้ไม่ประสงค์ดีที่จะทำการโจมตีระบบ

เพื่อให้การรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลและระบบสารสนเทศสอดคล้องกับสภาพการณ์ขององค์กร บริบททางธุรกิจกฎหมายเทคโนโลยี และความเสี่ยงในปัจจุบัน บริษัทฯ จึงจำเป็นต้องดำเนินการเสริมสร้างความมั่นคงปลอดภัยของระบบที่มีข้อมูลส่วนบุคคลให้ปลอดภัยจากภัยคุกคามจากการกระทำของบุคคลต่างๆ ไม่ว่าโดยเจตนาหรือไม่ก็ตาม

การจัดการด้านข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลออนไลน์

บริษัทฯ มีแนวทางการจัดการด้านความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลและความมั่นคงของข้อมูลออนไลน์ ที่ครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พนักงาน ลูกค้า พันธมิตรธุรกิจ และหน่วยงานภาครัฐ โดยยึดแนวปฏิบัติที่ดีในระดับสากล เช่น กรอบการดำเนินงานของสถาบันมาตรฐานและเทคโนโลยีแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา (National Institute of Standards and Technology: NIST) และมีการดำเนินงาน ดังนี้

1. การพัฒนาความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนัก และแนวทางปฏิบัติงานเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลออนไลน์ให้กับพนักงานในกลุ่มทรู ขยายผลถึงพันธมิตรธุรกิจ มุ่งสู่แนวทางปฏิบัติที่ดีในระดับสากล เทียบเท่ามาตรฐานของสถาบันการเงินของประเทศ
2. การจัดทำมาตรการ และมาตรฐานเชิงเทคนิค ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และการรักษาความปลอดภัยข้อมูลออนไลน์
3. การเตรียมความพร้อมให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงพนักงานทุกคน ในการปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ และนโยบายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์
4. ประเมินสถานะความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล และความมั่นคงของข้อมูลออนไลน์ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และรายงานผลการประเมินต่อคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล



ที่มา: สถาบันมาตรฐานและเทคโนโลยีแห่งชาติ ประเทศสหรัฐอเมริกา

5. กำหนดโครงสร้างหน่วยงานความมั่นคงออนไลน์และศูนย์ประสานงาน (Security Operation Center) ซึ่งมีบุคลากรกระบวนกรทำงาน และเทคโนโลยีที่จำเป็นต่อการเฝ้าระวังแจ้งเตือน และบริหารจัดการภัยคุกคามออนไลน์ตามกรอบการดำเนินงานด้านความมั่นคงปลอดภัยออนไลน์ของ NIST ที่ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน
6. ดำเนินการสืบสวนกรณีมีเหตุการณ์ที่กระทบต่อความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล
7. ตรวจสอบและทบทวนบันทึกการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคล และบันทึกการเฝ้าระวังจากหน่วยงานต่างๆ
8. พิจารณานุมัติ กำหนดสิทธิการเข้าถึงข้อมูลชั้นต่างๆ ตามความจำเป็นในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร พร้อมทั้งทบทวนความจำเป็นในการเข้าถึงข้อมูลของแต่ละบุคลากรเป็นประจำ อาทิ การโยกย้ายหน่วยงานของบุคลากรนั้นๆ เป็นต้น

ปัจจัยสำคัญต่อการรักษาความมั่นคงของข้อมูลออนไลน์ และข้อมูลส่วนบุคคล



People:
บุคลากร

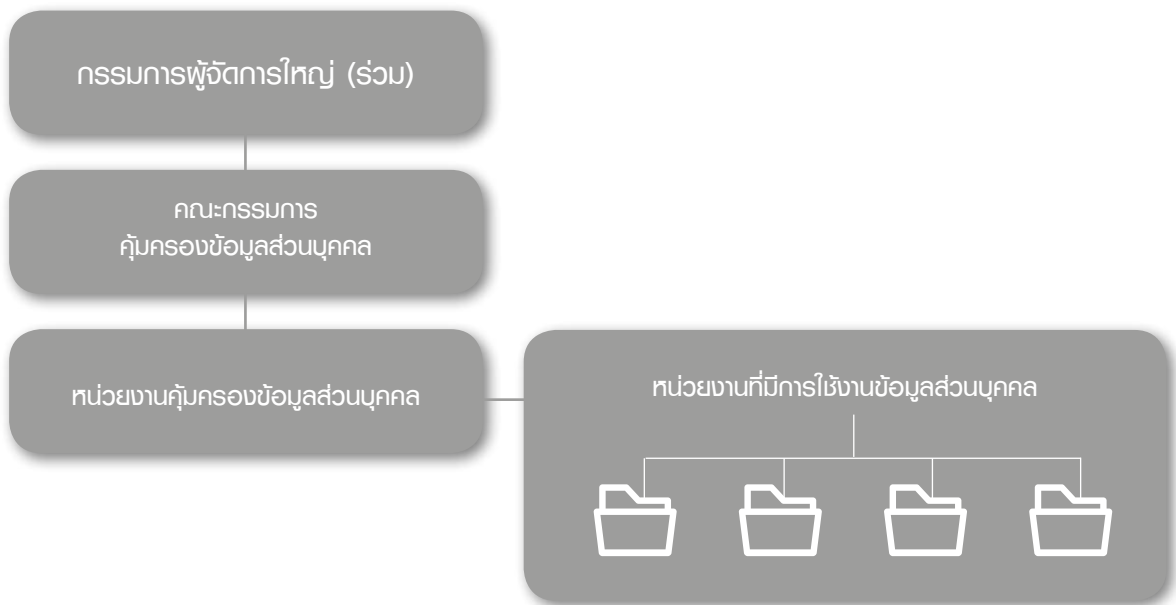


Process:
กระบวนการทำงาน



Technology:
เทคโนโลยี

โครงสร้างองค์กรด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล



การรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้า

ในปี 2561 บริษัทฯ ได้รับข้อร้องเรียนในเรื่องเกี่ยวข้องกับความเป็นส่วนตัวของลูกค้า ได้แก่ การรับข้อความ SMS ที่ไม่พึงประสงค์ จำนวน 34 ราย ซึ่งบริษัทฯ ได้มีมาตรการแก้ไขข้อร้องเรียนดังกล่าวทั้งหมดในลักษณะต่างๆ ดังนี้

- ฝ่ายบริการลูกค้า ติดต่อชี้แจงขั้นตอนการสมัครบริการ Content ค่าบริการ และตรวจสอบข้อมูลย้อนหลัง พร้อมปรับลดค่าบริการในกรณีที่มีปัญหา
- จัดทำช่องทางให้ลูกค้าแจ้งยกเลิกได้ด้วยตนเอง โดย กด *137 และโทรออก
- ระบุรับ SMS Content ดังกล่าวในระบบ
- รายงานจำนวนกรณีร้องเรียนไปยังผู้ให้บริการ (Content Provider) หากพบการปฏิบัติผิดเงื่อนไขการให้บริการ บริษัทฯ จะพิจารณายกเลิกผู้ให้บริการรายนั้นๆ ทั้งนี้ลูกค้าจะยังได้รับข้อความ SMS ที่สำคัญ เช่น ข้อความแจ้งเตือนเรื่องความปลอดภัย การแจ้งเตือนภัยพิบัติ รวมถึงข้อความ OTP เมื่อทำธุรกรรมผ่านมือถือ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงยึดถือนโยบายความเป็นส่วนตัว (Privacy Policy) ที่ระบุถึงวัตถุประสงค์ ขั้นตอน และขอบเขตของการจัดเก็บ การรักษาความปลอดภัย และการนำข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าไปใช้งาน รวมถึงสิทธิของลูกค้าในการตรวจสอบ แก้ไข และขอให้ลบข้อมูลส่วนบุคคลที่บริษัทฯ จัดเก็บไว้

การร้องขอข้อมูลการใช้งานของลูกค้าจากหน่วยงานภาครัฐ

ในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจโทรคมนาคม บริษัทฯ ได้รับคำร้องขอข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานของลูกค้าจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งบริษัทฯ มีกระบวนการตรวจสอบคำร้องขอว่าเป็นไปตามกฎหมาย มีความจำเป็นต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน หรือความมั่นคงของประเทศจากนั้นจึงจะดำเนินการนำส่งข้อมูลที่จำเป็นในแต่ละกรณีให้กับหน่วยงานภาครัฐ

ในปี 2561 สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ซึ่งเป็นหน่วยงานกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคม ได้พิจารณาถ้อยแถลงกรณีร้องขอข้อมูลการใช้งานของลูกค้า และส่งเรื่องมายังบริษัทฯ จำนวน 37,400 กรณี ซึ่งเป็นกรณีที่สอดคล้องกับข้อกำหนดและแนวปฏิบัติ บริษัทฯ จึงได้ส่งมอบข้อมูลตามคำร้องทั้งสิ้น 37,400 กรณี

ภายหลังจากการประกาศใช้นโยบายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2560 บริษัทฯ ได้ดำเนินการพัฒนาศักยภาพในการดูแลความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล และความมั่นคงของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2561 หน่วยงานคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Protection Division) และหน่วยงานความมั่นคงปลอดภัยออนไลน์ (Cyber Security Division) มีตัวอย่างการดำเนินการที่สำคัญ ดังนี้

การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	ความมั่นคงออนไลน์
- ประเมิน ตรวจสอบ และควบคุมระบบที่มีข้อมูลส่วนบุคคล 14 ระบบหลักของบริษัทฯ - พัฒนาระบบปิดบังข้อมูลส่วนบุคคลก่อนนำไปใช้งาน เพื่อพัฒนาและทดสอบระบบ (Data Anonymization & Pseudonymization) - ฝึกอบรมและสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลให้แก่พนักงานที่สามารถเข้าถึงระบบที่มีข้อมูลส่วนบุคคล เช่น หน่วยงานไอที หน่วยงานบริการลูกค้า Call Center ร้านซูเปอร์ และตัวแทนจำหน่าย ซึ่งสามารถลดการใช้งานระบบผิดประเภท ได้อย่างมีประสิทธิภาพ - สร้างกระบวนการตรวจสอบสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานที่มีการโยกย้ายหน่วยงานแบบอัตโนมัติ	- ประเมินความพร้อมในการตอบสนองต่อภัยออนไลน์ร่วมกับที่ปรึกษาภายนอกและผู้เชี่ยวชาญภายในองค์กร - ทดสอบความมั่นคงปลอดภัย (Penetration Test และ Vulnerability Scan Test) ระบบต่างๆ ในกลุ่มทรู - พัฒนาระบบตรวจสอบและวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งานที่ผิดปกติของระบบออนไลน์ เพื่อให้สามารถตรวจจับความผิดปกติได้อย่างรวดเร็ว - ร่วมศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งองค์กร Thailand Telecommunication CERT (TTC-CERT) ภายใต้สมาคมโทรคมนาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ (สทค.) เพื่อเป็นศูนย์ประสานงาน แลกเปลี่ยนข้อมูลแจ้งเตือนภัยคุกคามระหว่างผู้ประกอบการในธุรกิจโทรคมนาคม



สำหรับกรณีบุคคลภายนอกเข้าถึงข้อมูลสำเนาบัตรประชาชนของลูกค้าทรูมูฟ เอช ในเดือนมีนาคม 2561 ผ่านช่องทาง iTruemart โดยมีบุคคลภายนอกที่ไม่ได้รับอนุญาตเข้าถึงข้อมูลสำเนาบัตรประชาชนของลูกค้าทรูมูฟ เอชจำนวน 11,400 รายที่เปิดบริการหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่พร้อมซื้อเครื่องโทรศัพท์มือถือ ผ่าน iTruemart ซึ่งเป็นหนึ่งในช่องทางจัดจำหน่ายออนไลน์ของทรูมูฟ เอชสืบเนื่องจากเหตุการณ์ดังกล่าว คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้มีหนังสือให้ทรูมูฟ เอช ปฏิบัติตามประกาศ

คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่องมาตรการคุ้มครองสิทธิของผู้ใช้บริการโทรคมนาคมเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิในความเป็นส่วนตัว และเสรีภาพในการสื่อสารถึงกันโดยทางโทรคมนาคม

บริษัทฯ ยืนยันว่าได้ปฏิบัติตามประกาศข้างต้นอย่างเคร่งครัดมาโดยตลอด เพราะความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลลูกค้าเป็นสิ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญเป็นอย่างสูง บริษัทฯ ได้แถลงการณ์ขอภัยที่ทำให้ลูกค้ามีความกังวลในเรื่องความปลอดภัยของข้อมูล และไม่ได้นิ่งนอนใจกับเหตุดังกล่าว โดยได้ขอความร่วมมือไปยัง iTruemart ซึ่งได้ดำเนินการปิดกั้นการเข้าถึงข้อมูลของลูกค้าทั้งหมด พร้อมทั้งส่ง SMS แจ้งลูกค้าที่อาจได้รับผลกระทบและเปิดให้สอบถามผ่าน Call Center โดยไม่มีค่าใช้จ่ายที่หมายเลข 1242 ตลอด 24 ชั่วโมง รวมทั้งทรูมูฟ เอช ยินดีที่จะดูแลและเยียวยาความเสียหายร่วมกับ iTruemart ให้แก่ลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

ทั้งนี้ เหตุการณ์ดังกล่าวไม่ได้มีผลกระทบต่อลูกค้า ทรูมูฟ เอช โดยรวม เนื่องจากข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ทรูมูฟ เอช ทั้งหมดมีการจัดเก็บโดยใช้ระบบที่ตั้งอยู่ในศูนย์คอมพิวเตอร์ภายในของบริษัทฯ เอง ซึ่งเป็นระบบที่มีมาตรการป้องกันและรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลอย่างแน่นหนา และมีการจัดการภายในองค์กรที่เป็นไปตามประกาศมาตรการคุ้มครองสิทธิ อีกทั้งมีมาตรการที่ใช้บังคับภายในด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งมีการตรวจสอบระบบเป็นประจำ เพื่อเป็นหลักประกันว่าข้อมูลส่วนบุคคล

ที่อยู่ภายใต้การควบคุมภายในของบริษัทฯ จะมีความมั่นคงและปลอดภัยจากภัยคุกคามต่างๆ

นอกจากนี้ ทรูมูฟ เอช จะมีการดำเนินการร่วมกับ iTrueMart ซึ่งเป็นหนึ่งในช่องทางในการจัดจำหน่ายของบริษัทฯ รวมถึงเพื่อนคู่ค้ารายอื่นๆ เพื่อร่วมกันพัฒนามาตรการป้องกันและยกระดับการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ให้เหมาะสมกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับการพัฒนาทางเทคโนโลยี

TRUE
Highlight

การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล

กลุ่มทรู โดยหน่วยงานคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ได้จัดให้มีการฝึกอบรมหัวข้อการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลมาตั้งแต่ปี 2560 เพื่อสร้างองค์ความรู้และความตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลให้แก่ผู้บริหารและพนักงานที่สามารถเข้าถึงระบบที่มีข้อมูลส่วนบุคคล เช่น หน่วยงานไอทีหน่วยงาน บริการลูกค้า Call Center ร้านทรูซ้อป

ในปี 2560-2561 มีการจัดการฝึกอบรมไปทั้งสิ้น 14 ครั้ง ครอบคลุมรวม 31 หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ 19 ขององค์กร ซึ่งส่งผลดีต่อการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงาน สามารถลดความเสี่ยงต่อการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยมิชอบได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยหน่วยงานคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจะดำเนินการฝึกอบรมในหัวข้อดังกล่าว พร้อมกับการฝึกอบรมในหัวข้อความปลอดภัยของข้อมูลออนไลน์ (Cyber Security) อย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายครอบคลุมเพิ่มเติมอีก 134 หน่วยงาน

นอกจากนี้ หน่วยงานคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ยังได้จัดสัมมนาในหัวข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของข้อมูลออนไลน์และเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่บุคลากร

ภายในกลุ่มทรู และบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ถึงประเด็นข้อกฎหมาย ความเสี่ยง และแนวทางการปฏิบัติที่สอดคล้องกับกฎหมายและข้อบังคับต่างๆ



การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน

(GRI 102-12, 102-13, 103-1, 103-2, 103-3, 406-1, 407-1, 408-1, 409-1, 411-1, 412-1)



กุกกีชัย เจียรอนน์
Chairman of the Executive Committee

“

กลุ่มทรู เป็นหนึ่งในสมาชิกผู้ก่อตั้งสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย ที่มีเป้าหมายหลัก คือ การทำธุรกิจที่เคารพสิทธิมนุษยชน สมาคมมุ่งหวังสร้างความตระหนักรู้ การแบ่งปันประสบการณ์ ยกระดับให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องรวมทั้งคู่ค้าและธุรกิจในช่วงโซ่อุปทาน สามารถรับมือกับปัญหาที่เกิดขึ้นในธุรกิจตน เพื่อแก้ไข พัฒนาตนเอง ขับเคลื่อนวาระแห่งชาติ เรื่องสิทธิมนุษยชน ไปพร้อมกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม

”

- ทบทวนกระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านครอบคลุมร้อยละ 100 ของการดำเนินธุรกิจในกลุ่มทรูและกิจการร่วมค้า
- คู่ค้าหลักร้อยละ 100 ได้รับการสื่อสารเรื่องแนวทางปฏิบัติ เรื่องสิทธิมนุษยชน สำหรับกิจการร่วมค้า และผ่านการประเมินความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน



เป้าหมาย

- หน่วยงานภายในกลุ่มทรู รวมไปถึงกลุ่มกิจการร่วมค้า ร้อยละ 100 เข้าร่วมกระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน
- คู่ค้าหลักร้อยละ 100 ได้รับการส่งมอบและรับทราบแนวทางปฏิบัติ เรื่องสิทธิมนุษยชนสำหรับกิจการร่วมค้า จากคู่มือคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า และทั้งหมดผ่านการประเมินความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน



ผลการดำเนินงาน

กลุ่มทรู ในฐานะผู้ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมและเป็นผู้นำด้านธุรกิจคอนเวอร์เจนซ์ ทุ่มเทสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่เปี่ยมคุณภาพ เต็มเต็มชีวิตของทุกคนให้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิงอย่างเท่าเทียมกัน บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมและคุณธรรม ด้วยตระหนักถึงคุณค่าและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ที่เสมอภาคกันและให้ความสำคัญในการส่งเสริม ปกป้อง และคุ้มครองสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มด้วยการบริหาร

ความหลากหลายในองค์กร ทั้งด้านเพศ อายุ การศึกษา สัญชาติ เชื้อชาติ สีผิว ศาสนา สิทธิความเป็นพลเมือง วิถีทางเพศและกลุ่มเปราะบาง เพื่อให้มั่นใจได้ว่าวิธีการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และวิธีการปฏิบัติงานของพนักงานอยู่บนหลักของการเคารพสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ได้จัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการภายในสถานประกอบการ โดยมีคณะกรรมการฯ จำนวน 8 คน อันประกอบด้วยผู้แทนจากลูกจ้าง 5 คน ซึ่งได้รับเลือกจาก



พนักงานที่เป็นตัวแทนครอบคลุมทุกสินค้าและบริการหลักของบริษัทฯ และผู้แทนนายจ้าง 3 คน เพื่อดูแลสวัสดิการและสร้างเสริมการอยู่ดีมีสุขของพนักงาน พร้อมทั้งจัดประชุมทุกไตรมาส รวมทั้งจัดให้มีช่องทางรับข้อร้องเรียนต่างๆ ด้วย

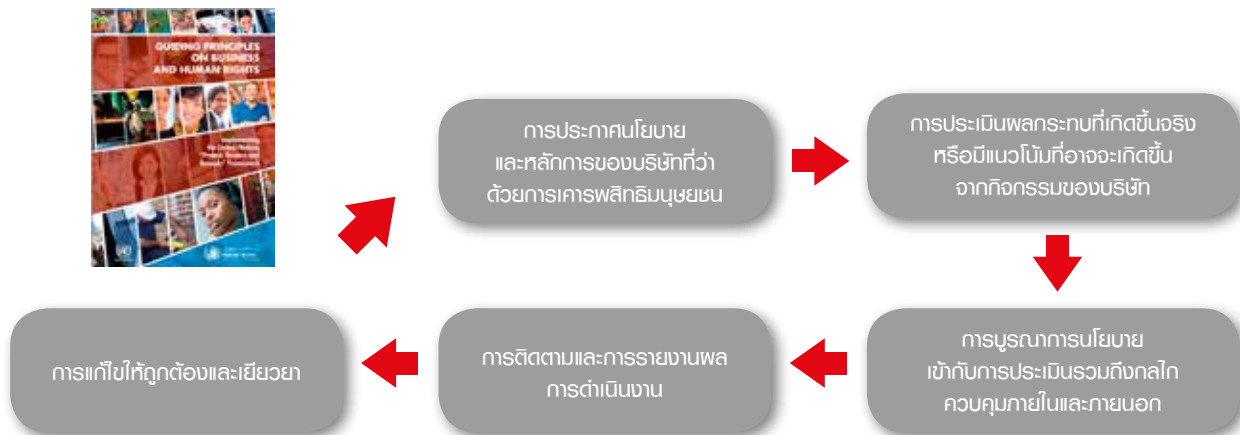
นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็นสมาชิกเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย (Global Compact Network Thailand: GCNT) โดยยึดมั่นดำเนินงานตามกฎหมายและแนวปฏิบัติสากลที่สำคัญ ได้แก่ ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (The Universal Declaration of Human Rights: UDHR) หลักการชี้แนะของสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (the United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs) หลักการด้านมนุษยธรรมและสิทธิขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization: ILO) และข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (The United Nations Global Compact: UNGC) ซึ่งบริษัทฯ ได้นำมากำหนดเป็นกรอบการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนไว้ใน

ประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Code of Conduct) นโยบายการสร้างความปลอดภัยกับผู้มีส่วนได้เสีย นโยบายการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน และนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งมุ่งมั่นนำมาปฏิบัติใช้ในการดำเนินงานขององค์กรเพื่อควบคุมและลดความเสี่ยงในการละเมิดสิทธิมนุษยชนในทุกมิติ และส่งเสริมผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานให้เคารพต่อสิทธิมนุษยชน ครอบคลุมการดำเนินธุรกิจของกลุ่มทรู

ในปี 2561 กลุ่มทรู ทบทวนกระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence Process) ต่อเนื่องเป็นครั้งที่ 2 โดยจัดให้มีขึ้นทุก 2 ปี เพื่อให้การดำเนินการสอดคล้องเป็นไปตามแนวทางของ UN Guiding Principles on Business and Human Rights เพื่อระบุประเด็นความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภายในและทุกฝ่าย อาทิ กลุ่มกิจการร่วมค้า คู่ค้า และผู้รับเหมา คิดเป็นความครอบคลุมการดำเนินงานของกลุ่มทรูร้อยละ 100 จากทุกฝ่ายภายในองค์กร รวมไปถึงกลุ่มกิจการร่วมค้า คู่ค้า และผู้รับเหมา พร้อมทั้งตรวจสอบกระบวนการทำงานที่อาจเชื่อมโยงกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนตามแต่ละประเด็นความเสี่ยง และผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ที่ได้รับรู้ไว้ รวมทั้งหาแนวทางในการลดความเสี่ยง ตลอดจนวิธีการป้องกัน เฝ้าระวัง ตรวจสอบ แก้ไข และเยียวยา หากมีการเกิดการละเมิดเกิดขึ้น เพื่อร่วมกันวิเคราะห์ประเมิน ระบุและจัดลำดับประเด็นความเสี่ยง (Human Rights Risks Identification and Prioritization) ตามแนวทางของ UN Guiding Principles on Business and Human Rights



กระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน ตามแนวทางของ UN Guiding Principles on Business and Human Rights



บริษัทฯ ได้คำนึงถึงสิทธิมนุษยชนในทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียอย่างเสมอมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มคู่ค้า โดยองค์กรจัดให้มีการประเมินความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Risk Assessment) โดยหน่วยงานภายในของกลุ่มทรูครอบคลุมไปถึงตัวแทนของกลุ่มกิจการรวมค้าเป็นประจำทุก 2 ปี ซึ่งประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนเป็นประเด็นหนึ่งที่ถูกพิจารณา และผลจากการประเมินพบว่าประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนรวมถึงประเด็นเรื่องกลุ่มชาติพันธุ์

ไม่เป็นความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ นอกจากนี้ คู่ค้าของบริษัทฯ ทั้งคู่ค้าปัจจุบันและคู่ค้าใหม่ยังต้องผ่านการประเมินตนเองบนระบบออนไลน์ (Online Supplier Self-Assessment) ในประเด็นด้านความยั่งยืน ซึ่งรวมถึงหัวข้อที่เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน อันได้แก่ แรงงานสัมพันธ์ สวัสดิภาพในการทำงานของแรงงาน การใช้แรงงานภาคบังคับ และแรงงานเด็ก เป็นต้น

TRUE Highlight

การทบทวนกระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence Process) ประจำปี 2561

ดร.ธีระพล ถนอมศักดิ์ยุทธ หัวหน้าคณะผู้บริหาร ด้านนวัตกรรมและความยั่งยืนองค์กร พร้อมด้วย พล.ต.อ. นพดล สมบูรณ์ทรัพย์ ผู้ช่วยบริหารงานประธาน คณะกรรมการบริหาร และผู้อำนวยการสำนักงานความมั่นคงนำทีมผู้บริหารและพนักงานกว่า 40 คนจากหน่วยงานต่างๆ เช่น ทรัพยากรบุคคล จัดซื้อ บริหารความเสี่ยง ลูกค้าสัมพันธ์ บริหารเครือข่าย อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน จัดประชุมเชิงปฏิบัติการด้านความยั่งยืน และการประเมินเรื่องสิทธิมนุษยชน (True Sustainability and Human Rights Assessment Workshop) เมื่อวันที่

6 พฤศจิกายน 2561 ณ ห้องประชุมอดิโตเรีย ชั้น 21 อาคารทรูทาวเวอร์ โดยมีเป้าหมายพัฒนาการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และพิจารณาประเมินและติดตามประเด็นสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน ตามนโยบายกรอบมาตรฐานสากล UN Guiding Principles on Business and Human Rights (UNGPR) และเกณฑ์ประเมินความยั่งยืนองค์กรของดัชนี Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) จากการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านความยั่งยืนและการประเมินเรื่องสิทธิมนุษยชน พบว่า **ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนของกลุ่มทรูที่สำคัญ** โดยแบ่งตามกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้



1. สุขภาพและความปลอดภัยการขับขี่ยานพาหนะของพนักงาน โดยดำเนินการอบรมพนักงานในหลักสูตรการขับรถเชิงป้องกันอุบัติเหตุ เพื่อลดความเสี่ยงด้านความปลอดภัยอันเกิดจากการขับขี่ของพนักงาน (บทสุขภาพ สุขภาวะ และความปลอดภัยของพนักงาน)

2. ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ หลังจากการประกาศใช้นโยบายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2560 บริษัทฯ ได้ดำเนินการพัฒนาศักยภาพในการดูแลความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล และความมั่นคงของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยดำเนินโครงการต่างๆ อย่างต่อเนื่องตลอดปี 2561 (บทผลการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2561, การรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคล ความปลอดภัยของข้อมูลออนไลน์)

3. การนำเสนอเนื้อหาออกสื่อสาธารณะ กลุ่มทรูดำเนินการตามนโยบายการแข่งขันอย่างเป็นธรรม กำหนดให้พนักงานสื่อสารเงื่อนไขการบริการต่างๆ ด้วยความชัดเจน ตรงไปตรงมาและไม่หลอกลวงหรือชักจูงให้เข้าใจผิด โฆษณา และสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นต้องมีข้อมูลที่ถูกต้องตรวจสอบได้ (https://www3.truecorp.co.th/new/public/assets/truecorp/pdf/th/00_Fair_Marketing_Policy_TH_Web_2017.pdf)

4. ความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า บริษัทฯ มีแนวทางการจัดการด้านความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลและความมั่นคงของข้อมูลออนไลน์ ตามกรอบการดำเนินงานด้านความมั่นคงปลอดภัยออนไลน์ของ NIST 5 ขั้นตอน (บทการจัดการด้านข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลออนไลน์, การรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลความปลอดภัยของข้อมูลออนไลน์)

5. สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานในบริษัท

คู่ค้า บริษัทฯ มีระบบบริหารจัดการความปลอดภัยคู่ค้า (ผู้รับเหมา) (Safety Contractor Management) โดยแยกตามลักษณะงานของคู่ค้า (ผู้รับเหมา) และกำหนดให้ผู้รับเหมาทั้งรายปัจจุบันและรายใหม่เข้าร่วมอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวกับข้อปฏิบัติในการทำงานและความปลอดภัย และต้องผ่านการประเมินตนเองของคู่ค้าบนระบบออนไลน์ (Online Suppliers' Self-Assessment) ตามเกณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ของหน่วยงานจัดซื้อจัดจ้าง (บทสุขภาพ สุขภาวะ และความปลอดภัยของคู่ค้า ผู้รับเหมา และผู้รับเหมาช่วง)

6. ความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้าหากดำเนินการโดยบริษัทคู่ค้า บริษัทฯ มีแนวทางการจัดการด้านความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลและความมั่นคงของข้อมูลออนไลน์ ที่ครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้องตามกรอบการดำเนินงานด้านความมั่นคงปลอดภัยออนไลน์ของ NIST5 ขั้นตอน (บทการจัดการด้านข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลออนไลน์, การรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลความปลอดภัยของข้อมูลออนไลน์)

กลุ่มทรู ตระหนักถึงความสำคัญของประเด็นต่างๆ ดังกล่าวและได้ดำเนินการทบทวนเพื่อป้องกันและเฝ้าระวังความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนซึ่งเกิดจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และรวมไปถึงบริษัทคู่ค้า อันอาจเกิดขึ้นได้ นอกจากนี้ หน่วยงานคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ยังได้จัดสัมมนาในหัวข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของข้อมูลออนไลน์และเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่บุคลากรภายในกลุ่มทรู และบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ถึงประเด็นข้อกฎหมาย ความเสี่ยง และแนวทางการปฏิบัติที่สอดคล้องกับกฎหมายและข้อบังคับต่างๆ

HEALTH

มุ่งมั่นสร้างสังคมที่ยั่งยืน

“นำเสนอและสร้างสรรค์คุณค่าดีๆ
เพื่อพัฒนาสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคม”



กลยุทธ์ในการพัฒนาสุขภาพและความปลอดภัย



1. มีผู้นำ

ในเรื่องการพัฒนาสุขภาพและความปลอดภัยที่ชัดเจน
โดยผู้บริหารทุกระดับต้องให้ความสำคัญ



2. สร้างการมีส่วนร่วม

ของพนักงานผ่านการบูรณาการ
ด้านสุขภาพและความปลอดภัย
เข้ากับทุกกิจกรรมการดำเนินงาน



3. ขับเคลื่อน

กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของบุคคล
ในองค์กร ผ่านการวัดผล
และแลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติที่ดี



4. ส่งผ่านวัฒนธรรม

ความปลอดภัยสู่คู่ค้าธุรกิจและลูกค้า



กลยุทธ์ด้านการดูแลสังคมและชุมชน



รู้
HEAR

รับฟังและเข้าใจปัญหาในพื้นที่



คิด
HEAD

ใช้ปัญญาหาจุดแข็ง



ร่วม
HANDS

ร่วมสร้างเครือข่ายพนักำสลัง



ใจ
HEART

ทำด้วยใจเดียวกันสร้างคุณค่า
วัดผลได้และได้ใจผู้อื่น



การบริหารจัดการนวัตกรรม

(GRI 103-1, 103-2, 103-3 & PA 11)

- มูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์และบริการใหม่
เชิงนวัตกรรมสูงขึ้นร้อยละ 50 ในปี 2563
(เทียบกับมูลค่าในปีฐาน 2558)
- ผลงานเข้าร่วมประกวด
Innovation Award
จำนวน 170 ผลงาน ในปี 2561



เป้าหมาย

- สามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์กระบวนการและ
บริการใหม่เชิงนวัตกรรมคิดเป็น
ร้อยละ 43.8 (เทียบกับมูลค่าปีฐาน 2558)
- นวัตกรรมส่งผลงานเข้าร่วมประกวด
Innovation Award
จำนวน 235 ผลงาน
(ร้อยละ 138 เทียบกับเป้าหมาย)



ผลการดำเนินงาน



ดร. ธีระพล กอนภักดิ์ยุทธ
Chief Innovation &
Sustainability Officer

“

นวัตกรรม ไม่ใช่แค่การคิดสิ่งใหม่ แต่รวมถึงการต่อยอด แล้วนำมา
สร้างคุณค่าได้จริงอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ความเร็วเป็นเรื่องสำคัญ
ทำให้เราต้องเปิดใจทำนวัตกรรมแบบเปิด สร้างความร่วมมือ
จากทุกภาคส่วนให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่าย บางอย่างไม่ต้องทำเอง
เช่น สนับสนุนสตาร์ทอัพ ก็ถือเป็นกระบวนการสร้างนวัตกรรมที่สำคัญ

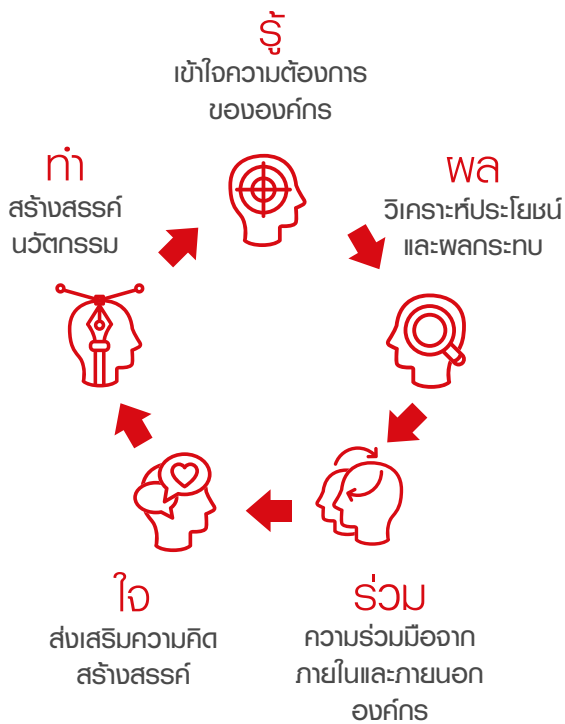
”

ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัลและ
นวัตกรรมเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อรูป
แบบการดำเนินชีวิตของคนในสังคมและพฤติกรรมของ
ผู้บริโภคที่ปรับตัวเข้าสู่สังคมดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้จะ
ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนแล้วยังอาจสร้าง
โอกาสให้เกิดธุรกิจรูปแบบใหม่ๆ ดังนั้น กลุ่มทรู ในฐานะ
บริษัทสื่อสารโทรคมนาคมไทย เล็งเห็นถึงความสำคัญของการ
พัฒนาเพื่อเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงยุคดิจิทัล (Digital
Transformation) ที่จะเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมด้วยการนำ
ความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมาสร้างสรรค์สิ่งใหม่

ลดต้นทุนการดำเนินงาน เพิ่มรายได้ ขยาย และต่อยอด
โอกาสทางธุรกิจ โดยมีเป้าหมายเพื่อตอบสนองต่อเศรษฐกิจ
สังคม และสิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์หลักที่สำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรม คือ
การจัดการนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) โดยมี
คณะกรรมการนวัตกรรม (Innovation Committee) ทำหน้าที่
กำหนดนโยบายและกรอบการดำเนินงานให้เป็นไปอย่างมี
ประสิทธิภาพ ตลอดจนสามารถจัดการกับความเสี่ยงด้าน
นวัตกรรมได้ สอดคล้องตามกลยุทธ์และเป้าหมายของ
บริษัทฯ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

หลักการ รู้ พล ร่วม ใจ ทำ



ศูนย์นวัตกรรม (True Innovation Center)

ถูกออกแบบให้เป็นพื้นที่อิสระ เป็นแหล่งรวบรวมความคิดเชิงสร้างสรรค์ รวมถึงการลงมือปฏิบัติจริงผ่านโครงการต่างๆ นอกจากนี้ ยังเปิดรับองค์ความรู้และความคิดแปลกใหม่จากบุคคลภายนอก เพื่อประยุกต์ใช้ในการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กร รวมถึงอาจต่อยอดเป็นธุรกิจใหม่ที่สร้างรายได้และประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติได้ ภายใต้การดำเนินงานของศูนย์นวัตกรรม มีการดำเนินงานในหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ ทรูแล็บ (True Lab) ทรู อินคิวบ์ (True Incube) ทรู โรโบติกส์ (True Robotics) และโครงการต่างๆ ร่วมกับหน่วยงานอื่น อาทิ ทรู อินโนเวชั่น อวอร์ดส์ (True Innovation Awards) และ Strategic Project and Leadership Development (SPLD) เป็นต้น

ทรูแล็บ (True Lab)

ทรูแล็บ (True Lab) ถูกตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 2556 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนงานวิจัยพัฒนานวัตกรรม สร้างสรรค์ทดลองสิ่งใหม่และเป็นสื่อกลางความร่วมมือด้านการวิจัย และการพัฒนานวัตกรรมร่วมกับสถาบันการศึกษาในประเทศโดยมุ่งพัฒนานวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) มีความร่วมมือ 3 ด้าน ได้แก่ การวิจัยพัฒนานวัตกรรม การสร้างชุมชนนวัตกรรมระหว่างบุคลากรของทรูและนักศึกษา และการบ่มเพาะผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพผ่านโครงการและกิจกรรมต่างๆ

ปัจจุบัน ทรูแล็บร่วมมือกับสถาบันการศึกษาชั้นนำทั้งสิ้น 13 สถาบัน และสร้างพื้นที่ทรูแล็บ (True Lab Space) ขึ้นภายในพื้นที่ของสถาบันการศึกษาแล้วทั้งสิ้น 8 แห่ง ในปี 2561 ทรูแล็บได้สนับสนุนทุนวิจัยให้กับสถาบันการศึกษาจำนวนเงินทั้งสิ้น 8.7 ล้านบาท รวมถึงจัดโปรแกรมฝึกอบรมให้แก่อาจารย์ นิสิต นักศึกษา จำนวน 18 โปรแกรม มีผู้เข้าร่วมฝึกอบรมมากกว่า 1,800 คน และมีโครงการเตรียมความพร้อมเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ จำนวน 20 โครงการ โดยมีหลายผลงานที่สามารถนำมาต่อยอดทางธุรกิจได้ อาทิ ผลงานการใช้อากาศยานไร้คนขับช่วยกระจายสัญญาณโทรศัพท์มือถือ (COW on Fly) ซึ่งเป็นการวิจัยร่วมกับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเทคโนโลยีทางเลือกของการกระจายสัญญาณมือถือในพื้นที่ที่เข้าถึงได้ยาก โดยมีความรวดเร็ว ประสิทธิภาพสูงและต้นทุนต่ำ เมื่อเทียบกับรถเสาสัญญาณ (Mini COW) ที่มีใช้ในปัจจุบัน (หมายเหตุ: COW หรือ Cell on Wheels คือ จุดกระจายสัญญาณเครือข่ายชั่วคราวเคลื่อนที่ได้)



TRUE Highlight

โครงการอากาศยานไร้คนขับ ช่วยกระจายสัญญาณโทรศัพท์มือถือ COW on Fly

ทรูแล็บร่วมมือกับอาจารย์จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พัฒนาโดรนสำรวจขนาดใหญ่ ทำหน้าที่กระจายสัญญาณมือถือให้ครอบคลุมในพื้นที่ประสบภัยให้มากขึ้นกว่าเดิม (ระยะทาง 4-5 กิโลเมตร) โดย COW on Fly เคยถูกนำไปทดลองใช้งานกระจายสัญญาณโทรศัพท์มือถือในพื้นที่จังหวัดเชียงราย ในเหตุการณ์ช่วยเหลือ 13 ผู้ประสบภัย ที่ติดอยู่ในถ้ำหลวงขุนน้ำนางนอนที่เป็นข่าวใหญ่ได้รับความสนใจจากทั่วโลก โดย COW on Fly ได้รับรางวัลทางด้านนวัตกรรมและสิ่งประดิษฐ์จากงาน Hong Kong International Invention & Design Competition (IIDC) 2018 เขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน และได้รับรางวัล INNOPA Innovation Award จาก Indonesian Invention and Innovation Promotion Association ประเทศอินโดนีเซีย ในเดือนธันวาคม 2561



COW on Fly



INNOPA
Innovation Award



Hong Kong International Invention &
Design Competition (IIDC) 2018

ทรู อินคิวบ์ (True Incube)

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการให้บริการแบบครบวงจรแก่สตาร์ทอัพในภูมิภาคอาเซียน โดยการบ่มเพาะให้สตาร์ทอัพไทยและต่างประเทศได้เติบโตอย่างก้าวกระโดด จึงจัดตั้ง ทรู อินคิวบ์ (True Incube) ขึ้นเพื่อให้เป็นระบบนิเวศที่สนับสนุนสตาร์ทอัพในการสร้างธุรกิจนวัตกรรมในระดับภูมิภาค และเอื้ออำนวยต่อการสร้างธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง ผ่านการทำงานอย่างใกล้ชิดร่วมกับทีมงานของกลุ่มทรู

ปัจจุบัน ทรู อินคิวบ์ จัดโครงการ “True Incube Incubation & ScaleUp Program Batch 5 – Startup Grand Prix” ซึ่งเป็นโครงการสำหรับสตาร์ทอัพที่จดทะเบียนบริษัทเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งมีสินค้าต้นแบบสามารถใช้งานได้จริง (Functioning Prototype) หรือสินค้าและบริการที่กำลังให้บริการอยู่ในตลาดในปัจจุบันและกำลังมองหาโอกาสในการขยายธุรกิจ โดยมีสตาร์ทอัพให้ความสนใจสมัครเข้าร่วมโครงการจำนวนมาก แต่มีเพียง 5 ทีมที่ผ่านเข้ารอบ แต่ละ

ทีมได้รับเงินลงทุนเป็นจำนวน 2-4.5 ล้านบาท รวมถึงเงินทุนสนับสนุนทางด้านสื่อโทรทัศน์ทางช่อง TNN และการสนับสนุนปัจจัยพื้นฐานด้านเทคโนโลยีเช่น Cloud Service นอกจากนี้ สตาร์ทอัพยังจะได้มีโอกาสพบกับนักลงทุนระดับโลก ผ่านเครือข่ายของกลุ่มทรูในวัน Synergy Day และรับสิทธิ์ใช้ ทรู ดิจิทัลพาร์ค เป็นสถานที่ทำงานโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเป็นเวลา 1 ปีอีกด้วย

ทรู โรโบติกส์ (True Robotics)

การสร้างประสบการณ์ และเติมเต็มการใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่ด้วยการพัฒนาหุ่นยนต์ที่สามารถตอบสนองต่อรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปของคนรุ่นใหม่ จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจขององค์กรได้ บริษัทฯ จึงได้จัดตั้งหน่วยงาน ทรู โรโบติกส์ (True Robotics) เพื่อทำการวิจัยและพัฒนาหุ่นยนต์ทั้งส่วนฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์ให้สามารถนำมาใช้กับธุรกิจต่างๆ ของกลุ่มทรู โดยในปี 2561 มีโครงการ

วิจัยและพัฒนาทั้งสิ้น 15 โครงการ อาทิ ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และการประมวลผลภาพของหุ่นยนต์ (Robot Vision) เป็นต้น นอกจากนี้ ยังร่วมกับ Savioke บริษัทผู้ผลิตและพัฒนาหุ่นยนต์ชั้นนำระดับโลก นำเข้าหุ่นยนต์ Relay มาเพื่อให้บริการเชิงพาณิชย์เป็นรายแรกและรายเดียวในประเทศไทย ส่วนของการพัฒนา

หุ่นยนต์ ทีมทรูโรโบติกส์ได้ทำการพัฒนาหุ่นยนต์ส่งของอัตโนมัติ COFY ยกระดับการให้บริการด้วยประสบการณ์ใหม่ที่จะสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และผู้ใช้บริการด้วยเทคโนโลยีการเสิร์ฟกาแฟที่สะดวก รวดเร็ว แม่นยำ และปลอดภัยในการส่งของ ให้แก่ลูกค้าที่ร้านทรูคอฟฟี่

TRUE
Highlight

ผลสะท้อนจากความมุ่งมั่นพัฒนานวัตกรรมหุ่นยนต์ของทรู โรโบติกส์ ทำให้ได้รับรางวัลเวทีประกวดในระดับประเทศและระดับโลกมากมาย โดยหุ่นยนต์ COFY ได้รับรางวัลชนะเลิศ การประกวดสิ่งประดิษฐ์คนรุ่นใหม่ ชับเคลื่อนไทยสู่ยุค 4.0 ในงาน Digital Thailand Big Bang 2018 นอกจากนี้ ยังได้รับรางวัลถ้วยเกียรติยศ และเหรียญทอง ทางด้านนวัตกรรมและสิ่งประดิษฐ์จากงาน Hong Kong International Invention & Design Competition (IIDC) 2018 ซึ่งจัดโดย

Chinese Innovation and Invention Society (CIIS) ร่วมกับ Hong Kong Trade Development Council (HKTDC) และรางวัล Best Initiatives in Innovation จากงาน The Asset Corporate Award ซึ่งเป็นรางวัลระดับภูมิภาคเอเชียที่นิตยสารทางการเงินชั้นนำของเอเชีย คือ The Asset จัดขึ้นมาอย่างต่อเนื่องถึง 19 ปี ณ เขตบริหารพิเศษฮ่องกง แห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน



ทรู อินโนเวชัน อวอร์ด (True Innovation Awards)

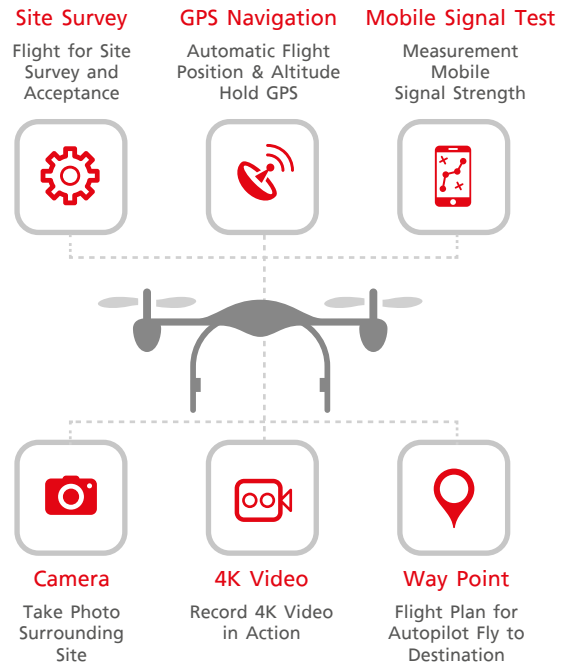
กลุ่มทรู มีเป้าหมายในการนำนวัตกรรมมาช่วยเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงานเริ่มตั้งแต่พนักงานด้วยการผสานนวัตกรรมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร โดยจัดให้มีโครงการ ทรู อินโนเวชัน อวอร์ด (True Innovation Awards) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้พนักงานสร้างสรรค์ผลงานและส่งเข้าประกวด ซึ่งจัดอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 9 โดยในปี 2561 กลุ่มทรูจัดประกวดผลงาน 2 ประเภท ได้แก่ ประเภท Inno Tree สูดยอดนวัตกรรมที่นำมาใช้ได้จริง และประเภท Idea Seed (เมล็ดพันธุ์ความคิด) แนวคิดที่ได้มี

การศึกษาความเป็นไปได้ โดยประเภท Inno Tree มีผลงานเข้าร่วมประกวด 235 ผลงาน และประเภท Idea Seed มีผลงานเข้าร่วมประกวด 660 ผลงานจากจำนวนนวัตกรรมทั้งสิ้น 658 ท่าน สร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ ถึง 5,428 ล้านบาท โดยเป็นปีแรกที่ริเริ่มนำระบบ iScore มาเป็นเครื่องมือวัดผลและใช้ตัดสินความเป็นนวัตกรรมใน 10 องค์ประกอบ เช่น ทำให้เกิดธุรกิจใหม่ เพิ่มความปลอดภัย ลดเวลา ผ่อนแรง และอำนวยความสะดวก เป็นต้น

**TRUE
Highlight**

**ผลงานส่วนหนึ่งจากโครงการ ทู อินโนเวชัน อวอร์ด
(True Innovation Awards)
ประเภท Best Network โครงการ UAV for RF Survey**

ที่ผ่านมาการทำงานของทีม Radio Frequency Engineering ในการตรวจสอบคุณภาพสัญญาณโทรศัพท์ในบางพื้นที่นั้น ประสบอุปสรรคในการทำงานจากสภาพภูมิประเทศที่สลับซับซ้อน ทำให้ไม่สามารถตรวจสอบคุณภาพสัญญาณโทรศัพท์ในพื้นที่ห่างไกลและทุรกันดารได้ดีเท่าที่ควร คุณสาธิต ปิลันธน์โสภณ จากทีม Radio Frequency Engineering จึงมีความคิดที่จะนำเทคโนโลยี Drone มาประยุกต์ใช้บรรจอุปกรณ์ทดสอบสัญญาณ และมีอุปกรณ์รับ-ส่งข้อมูลทดสอบค่าสัญญาณจากเครื่อง (Signal Telemetry) กลับมายังวิศวกรหน้างานแบบเรียลไทม์ ทำให้สามารถหาจุดติดตั้งสายอากาศของอุปกรณ์ทวนสัญญาณ (Repeater) ได้แม่นยำขึ้น เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและลดค่าใช้จ่ายในระยะยาว ผลที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการนี้คาดว่าจะช่วยลดต้นทุนการปฏิบัติงานร้อยละ 60 ลดเวลาในการปฏิบัติงานร้อยละ 80 มีเครือข่ายสัญญาณดีขึ้นร้อยละ 55 และในอนาคตคาดว่าจะสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ได้



นอกจากนี้ ในปี 2561 กลุ่มทรูได้นำนวัตกรรมที่หลากหลายรูปแบบ เช่น การพัฒนาแอปพลิเคชัน การสร้างแพลตฟอร์ม เป็นต้น เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และความยั่งยืนเพื่อสังคมไทยอย่างต่อเนื่องทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

กลุ่มทรู ยังได้รับ 4 รางวัลการพัฒนาแอปพลิเคชันจากเวทีการประกวด “International Invention & Innovation in Canada 2018” (iCAN 2018) ณ เมืองโตรอนโต ประเทศแคนาดา โดยสมาคม Toronto International Society of Innovation & Advanced Skills (TISIAS) ในรางวัลระดับองค์กร Special Innovator รางวัลเหรียญทองจากแอปพลิเคชัน “ช่วยปลูก” และรางวัลเหรียญเงินจาก “Elephant Smart Early Warning” และ “Future Job”



ด้านเศรษฐกิจ	Future Job 	แพลตฟอร์มแนะนำอาชีพ ช่วยให้นักเรียนค้นหาอาชีพในอนาคตที่เหมาะสมกับตนเอง ตลอดจนช่วยวางแผนการเรียนต่อเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับอาชีพในฝัน
	แอปพลิเคชันช่วยปลูก 	แอปพลิเคชันที่ช่วยให้เกษตรกรบริหารจัดการเพาะปลูกได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เช่น การรายงานสภาพดินฟ้าอากาศแบบเรียลไทม์ โรคระบาด ศัตรูพืช การแนะนำการเพาะปลูก ตลอดจนการประเมินบัญชีการเพาะปลูก ทั้งรายรับ รายจ่าย และรายได้คงเหลือ เป็นต้น เพื่อช่วยให้เกษตรกรพัฒนาสู่การเป็น Smart Farmer ได้อย่างเต็มตัว
ด้านสังคม	แอปพลิเคชัน ThaiMissing 	กลุ่มทรูร่วมมือกับมูลนิธิกระจกเงาพัฒนาระบบแอปพลิเคชัน ThaiMissing รับแจ้งคนหาย รวบรวมข้อมูลบุคคลสูญหาย การค้นหา ติดตาม การส่งต่อข้อมูล สร้างเครือข่ายจิตอาสา และในปี 2561 ต่อยอดโดยการใช้เทคโนโลยี RFID (Radio Frequency Identification) ในสายรัดข้อมือ (Wristband) ให้ผู้สูงอายุสวมใส่ช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายของมูลนิธิกระจกเงาได้ 10% ต่อปี
ด้านสิ่งแวดล้อม	Elephant Smart Early Warning ระบบเฟิร์สวัยช้างป่า 	ระบบเตือนจากกล้องอัจฉริยะที่จับความเคลื่อนไหวของช้างป่าตามแนวตะเข็บป่า โดยพื้นที่ที่ช้างรุกล้ำพื้นที่ของชาวไร่ Elephant Smart Early Warning จะส่งข้อมูลไปยังเจ้าหน้าที่แบบเรียลไทม์เพื่อให้เข้าถึงพื้นที่และผลักดันช้างป่ากลับคืนป่าอย่างทันท่วงที ลดปัญหาขัดแย้งและทำร้ายกันระหว่างช้างป่าและชาวไร่

จากความมุ่งมั่นที่กลุ่มทรูให้ความสำคัญกับการคิดค้นเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ทำให้ในปี 2561 ผลงานนวัตกรรมของกลุ่มทรู ได้รับการจดทะเบียนสิทธิบัตรถึง

32 ลิขสิทธิ์ ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และบริการใหม่เชิงนวัตกรรมได้มากถึง 5,428 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 43.8 จากเป้าหมายร้อยละ 50 ภายในปี 2563

การเป็นพลเมืองที่ดีและการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 201-1, 413-1)

- ร้อยละ 75 ของผู้เข้าร่วมโครงการกิจกรรมเพื่อสังคมของกลุ่มทรู มีความพอใจ

- 6,000 คน ในกลุ่มเปราะบาง ได้รับการพัฒนาคุณภาพชีวิต



เป้าหมาย

- ร้อยละ 75.1 ของผู้เข้าร่วมโครงการ มีความพอใจต่อกิจกรรมเพื่อสังคมของกลุ่มทรู

- 6,253 คน ในกลุ่มเปราะบาง ได้รับการพัฒนาคุณภาพชีวิต



ผลการดำเนินงาน



ดร. กันทิมา กุญชร ณ อยุธยา
Executive Assistant to Chairman
of The Executive Committee

“

กลุ่มทรู มีความมุ่งมั่นและตั้งใจนำนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี การสื่อสารมาร่วมสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนไทย โดยเฉพาะเด็ก เยาวชน และกลุ่มคนเปราะบางอย่างต่อเนื่อง โดย มุ่งเน้นซึ่งการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน ในมิติต่างๆ ผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินโครงการเพื่อสังคมของกลุ่มทรู ได้สะท้อนถึงวิสัยทัศน์ และค่านิยมขององค์กร ที่ผู้บริหารและพนักงาน ต่างยึดมั่นและพร้อมใจสนับสนุนซึ่งกันและกันอย่างเต็มกำลังความสามารถ เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงและส่งต่อคุณค่าสู่สังคมอย่างแท้จริง

”

การเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนไม่สามารถขับเคลื่อน ด้วยมิติทางด้านเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียวได้ ต้องดำเนินการควบคู่ไปกับการส่งมอบคุณค่าที่ดีให้แก่สังคมด้วย กลุ่มทรู จึงสร้างสรรค์กลยุทธ์ด้านการดูแลสังคมและชุมชน ด้วยแนวคิด “รู้คิดร่วมใจ” โดยนำศักยภาพทางเทคโนโลยี สื่อสารและนวัตกรรมที่โดดเด่นขององค์กรสนับสนุน กิจกรรมเพื่อสังคมให้ครอบคลุมทุกมิติ ได้แก่ ด้านการพัฒนา คุณภาพชีวิตกลุ่มเปราะบาง ด้านการพัฒนาศักยภาพการ

เรียนรู้ และทักษะชีวิตเยาวชน ด้านการส่งเสริมอนุรักษ์ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและ เข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยรวม

ในปี 2561 มีผู้รับการสนับสนุนจากกิจกรรมเพื่อสังคม ของกลุ่มทรูถึง 28,453 คน แบ่งเป็นด้านการพัฒนา ศักยภาพการเรียนรู้และทักษะชีวิตเยาวชน 12,000 คน ด้าน การพัฒนาคุณภาพกลุ่มเปราะบาง 6,253 คน และด้านการ ส่งเสริมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 10,200 คน

ด้านการส่งเสริมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

กลุ่มทูลุ ตระหนักถึงปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นในปัจจุบัน อันมีสาเหตุมาจากการทำลายธรรมชาติ และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างเกินพอดี จึงได้มีส่วนร่วมสนับสนุนการทำกิจกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สร้างความตระหนักรู้พร้อมกับร่วมกันฟื้นฟูสภาพแวดล้อมทั้งในระดับชุมชนและระดับประเทศ โดยในปี 2561 มีผู้ได้รับการสนับสนุนในกิจกรรมและโครงการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจากกลุ่มทูลุกว่า 10,200 คน

การประกวดภาพถ่าย “สัตว์มีค่า ป่ามีคุณ” กลุ่มทูลุ และกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช จัดโครงการประกวดภาพถ่าย “สัตว์มีค่า ป่ามีคุณ” ครั้งที่ 24 ประจำปี 2561 เพื่อร่วมรณรงค์ให้คนไทยช่วยกันอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมผ่านภาพถ่าย ซึ่งด้วยพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และด้วยพระทานสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ โดยในปี 2561 มีผลงานเข้าประกวด 2,200 ผลงาน จากผู้เข้าประกวด 400 คน และสามารถชมผลงานทั้งหมดผ่านทางเว็บไซต์ทูลุปลูกปัญญา (www.truelookpanya.com) และเฟซบุ๊กแฟนเพจ “สัตว์มีค่า ป่ามีคุณ”

โครงการค่ายเยาวชน...รักษ์พงไพร กลุ่มทูลุ ร่วมมือกับเครือข่ายภาคเอกชน มูลนิธิสวนสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช กรมป่าไม้ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ กรมพัฒนาที่ดิน กรมส่งเสริมการเกษตร กรุงเทพมหานคร องค์การสวนสัตว์ กรมหม่อนไหม และกรมส่งเสริมสหกรณ์จัดโครงการ “ค่ายเยาวชน...รักษ์พงไพร” เพื่อปลูกจิตสำนึกของเยาวชนให้ช่วยกันฟื้นฟูและรักษาทรัพยากรป่าไม้ รวมถึงการจัดอบรมการใช้แอปพลิเคชัน We Grow ให้แก่ครู จำนวน 1,628 คน และมีเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการกว่า 8,000 คน

การอนุรักษ์นกผ่านแอปพลิเคชันดูนก (Doo Nok) กลุ่มทูลุ ร่วมกับกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช องค์การสวนสัตว์ กรมชลประทาน และจังหวัดบุรีรัมย์ สร้างแอปพลิเคชันดูนก (Doo Nok) เพื่อเป็นการส่งเสริมให้นักดูนกและนักท่องเที่ยวไปชมนกกระเรียน และนกชนิดอื่นกว่า 100 ชนิด นอกจากนี้ เกษตรกรและเยาวชนยังสามารถรายงานการพบนกผ่านแอปพลิเคชันดูนกได้ โดยในปี 2561 มีจำนวนเยาวชนได้รับการอบรมแอปพลิเคชันดูนกจำนวนกว่า 1,500 คน

ด้านการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้และทักษะชีวิตเยาวชน

การวางรากฐานที่แข็งแรงให้แก่เยาวชน รวมถึงการช่วยส่งเสริมศักยภาพของคนรุ่นใหม่ทั้งการเรียนรู้ และคุณธรรมควบคู่กันไป จะสร้างความเจริญทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ กลุ่มทูลุ จึงสร้างสรรค์กิจกรรมที่มุ่งเน้นให้เยาวชนนำความรู้และความสามารถมาใช้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ในปี 2561 มีเยาวชนที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ และทักษะชีวิตเยาวชนรวม 12,000 คน

โครงการสามเณรปลูกปัญญาธรรม นานาชาติ โครงการบรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อน ถวายทอดสวด ทางสถานีโทรทัศน์ เว็บไซต์ทูลุปลูกปัญญา และเฟซบุ๊กแฟนเพจ “สามเณรปลูกปัญญาธรรม” ซึ่งมีผู้ชมทั่วโลก มากกว่า 190 ประเทศ เป็นห้องเรียนธรรมะถวายทอดสวดภาคภาษาอังกฤษครั้งแรกของโลก มีผู้ติดตามชมรายการเข้าร่วมกิจกรรมตักบาตรทำบุญ ปฏิบัติธรรม และร่วมอนุโมทนาบุญกับเหล่าสามเณร (รายละเอียดเพิ่มเติมในบท “การกระจายโอกาสในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล”)

โครงการประกวดภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสังคม (True Young Producer Award) กลุ่มทูลุ จัดประกวดภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสังคมในระดับนิสิต นักศึกษา เป็นประจำทุกปี โดยในปี 2561 จัดประกวดในหัวข้อ “Stop Cyberbullying หยุดทำร้ายกันบนโลกออนไลน์” ซึ่งด้วยพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี มีนิสิตนักศึกษาเข้าร่วมประกวดจำนวน 2,900 คน จาก 56 สถาบัน การศึกษาทั่วประเทศ โดยคณะกรรมการฯ ได้นำผลงานรอบชิงชนะเลิศไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ในเครือฯ และกลุ่มทูลุ อาทิ ทูวี่ซันส์ จำนวน 26 ช่องรายการ ช่องรายการวาร์ดี “True4U” ช่องรายการ TNN24 ทางสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งเฟซบุ๊กแฟนเพจของโครงการ ทางยูทูบ (ทูลุปลูก เอช แชนแนล) และเว็บไซต์ทูลุปลูกปัญญา (www.truelookpanya.com)

โครงการประกวดมิวสิควิดีโอ “ข้อสะอวดด้านทุจริต” มูลนิธิต่อต้านการทุจริตและกลุ่มทูลุ จัดโครงการประกวดมิวสิควิดีโอ “ข้อสะอวดด้านทุจริต” เพื่อเปิดโอกาสให้นักเรียน นิสิต นักศึกษา และประชาชนทั่วไปผลิตผลงานมิวสิควิดีโอ ซึ่งด้วยเกียรติยศจาก พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี มีผู้สนใจส่งผลงานเข้าร่วมประกวดจำนวน 132 ผลงาน (450 คน) จาก 54 จังหวัด โดยคณะกรรมการฯ ได้นำผลงานรอบชิงชนะเลิศไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ของกลุ่มทูลุและภาคีเครือข่าย

โครงการ True Future Journalist Award กลุ่มทรู ด้วยการสนับสนุนของ BBC World News สถานีข่าวโทรทัศน์ TNN24 คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA) สถาบันสอนภาษาอังกฤษ British Council และสภาสถาบันนักวิชาการสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (สสมท.) จัดโครงการ True Future Journalist Award 2018 “นักข่าวแห่งอนาคต ทรู” เป็นปีที่ 16 เพื่อคัดเลือกนิสิต นักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์จากมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนทั่วประเทศเข้ารับการอบรมเป็นนักข่าวแห่งอนาคต ทรู จำนวน 30 คน มีนิสิตนักศึกษาเข้าร่วมประกวดจำนวน 1,700 คน จาก 23 สถาบันการศึกษาทั่วประเทศ

ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตกลุ่มเปราะบาง

กลุ่มทรูเชื่อมั่นในศักยภาพของมนุษย์ทุกคนว่าสามารถพัฒนาได้หากได้รับการส่งเสริมที่เหมาะสม ภายใต้แนวคิด Creating a Better Life for Vulnerable Groups เพื่อให้พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะการช่วยเหลือผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาสทางการศึกษา หรือกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มทรูพร้อมที่จะนำเทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวกเข้ามาช่วยเหลือพัฒนาขีดความสามารถและสร้างโอกาส สร้างอาชีพให้บุคคลกลุ่มดังกล่าว ซึ่งในปี 2561 กลุ่มทรูได้พัฒนาคุณภาพชีวิตครอบครัวกลุ่มเปราะบางกว่า 6,253 คน

การแข่งขันกีฬาบุคคลออทิสติกแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 1 (Thailand 1st Autistic Sports Game) ในปี 2561 เพื่อส่งเสริมศักยภาพและพัฒนาทักษะด้านกีฬาและเชื่อมความสัมพันธ์อันดีในกลุ่มเยาวชนบุคคลออทิสติก จาก 4 ภูมิภาคของประเทศไทย มีบุคคลออทิสติกและครอบครัวจากทั่วประเทศกว่า 700 คน เข้าร่วมกิจกรรม

โครงการทนาย (ไม่) ห่วง กลุ่มทรู และเครือข่ายมูลนิธิกระจกเงา บริษัท Energetic Electrical Engineering จำกัด และ บริษัท MEID จำกัด พัฒนานวัตกรรมช่วยนำผู้สูญหายกลับคืนสู่ครอบครัว โดยใช้ศักยภาพของเทคโนโลยีสื่อสารผ่านทางสายรัดข้อมือ (Wristband) จำนวน 1,000 เส้น ใช้งานร่วมกับแอปพลิเคชัน ThaiMissing ที่ช่วยให้จิตอาสาหรือประชาชนทั่วไปสามารถรายงานการพบเห็นผู้พลัดหลงมายังมูลนิธิกระจกเงา

โครงการส่งเสริมการรู้หนังสือผ่านสื่อพกพาสำหรับเด็กนอกระบบการศึกษา (Mobile Literacy for Out-of-School Children) กลุ่มทรู ร่วมกับองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ยกระดับคุณภาพการศึกษาเยาวชนไร้สัญชาติ ชายแดนไทย-พม่า ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 โดยในปี 2561 มีครู 104 คน ได้เรียนรู้และพัฒนาทักษะการใช้สื่อพกพา และเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ประกอบด้วยอุปกรณ์และสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้กว่า 1,000 รายการ และนักเรียน 1,553 คน เข้าถึงสื่อการเรียนรู้และอินเทอร์เน็ต ผู้ปกครองกว่า 600 คน ได้รับการอบรมการใช้แท็บเล็ต ซึ่งผลการเรียนของเยาวชนดีขึ้นร้อยละ 40 และมีผลการเรียนยอดเยี่ยม 5 อันดับแรกของระบบการศึกษานอกโรงเรียนของรัฐจะเหรียญติดต่อกัน 2 ปี และเข้าศึกษาต่อในระดับมัธยม (Non-Formal Middle Education) ได้ถึง 22 คน



โครงการเสียงสร้างสุข (Smile Voice) อ่านหนังสือเสียงเพื่อคนตาบอด กลุ่มทรู ร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย มูลนิธิคนตาบอดไทย เครือเจริญโภคภัณฑ์ และภาคเอกชน จัดโครงการ “Smile Voice เสียงสร้างสุข” ส่งเสริมคนพิการทางสายตาทั่วประเทศให้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความรู้ผ่านหนังสือเสียง โดยกลุ่มทรูสนับสนุนโทรศัพท์มือถือและชั่วโมงอินเทอร์เน็ต พร้อมแอปพลิเคชัน Read for the Blind รวมทั้งมีพนักงานสมัครเป็นจิตอาสากว่า 135 คน

นอกเหนือจากการสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมโดยตรง กลุ่มทรู ยังช่วยสนับสนุนงบประมาณแก่หน่วยงานที่ดำเนินโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เช่น สนับสนุนด้านพัฒนาการศึกษา การส่งเสริมพัฒนาสุขภาพ รวมทั้งหน่วยงานสาธารณะอื่นๆ

(สามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากรายงานกิจกรรมเพื่อสังคม (True CSR Summary) ได้ที่ <http://www3.truecorp.co.th/new/public/assets/truecorp/pdf/th/TrueCSRSummary2018.pdf> หรือสแกน QR Code



โครงการและองค์กรสาธารณะกับบริษัทฯ ให้การสนับสนุน 5 อันดับแรก	จำนวนเงิน (ล้านบาท)
1. โครงการ ICT Talant	27.81
2. โครงการก้าวคนละก้าว	19.85
3. โครงการ CONNEXT ED	10.33
4. โครงการประชารัฐ	9.51
5. วิทยาลัยอาชีวศึกษา	5.00

ประเภทของการสนับสนุนสังคม	
การบริจาคเงินสด	181.02 ล้านบาท
สิ่งของและบริการ	175.64 ล้านบาท
จำนวนชั่วโมงการทำงานจิตอาสา	25,536 ชั่วโมง

หมายเหตุ: งบบริจาคทั้งในรูปแบบเงินและสิ่งของ แยกเป็น

- 1) การบริจาค ร้อยละ 28
- 2) การลงทุนสนับสนุนชุมชน ร้อยละ 24
- 3) การสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด ร้อยละ 48

TRUE
Highlight

ระบบเฝ้าระวังช้างป่า “Elephant Smart Early Warning System”

จากปัญหาช้างป่าในอำเภอกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ บุกทำลายพืชไร่เกษตรกรเสียหาย สร้างความสูญเสียและความขัดแย้งรุนแรงระหว่างคนกับช้าง เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และ WWF ประเทศไทย ร่วมกับกลุ่มทรู ดำเนินโครงการเฝ้าระวังช้างป่าด้วยระบบเตือนภัยล่วงหน้า หรือ Elephant Smart Early Warning System ที่ใช้ศักยภาพของเทคโนโลยีเครือข่ายสื่อสารไร้สายความเร็วสูง ทรูมูฟ เอช มาช่วยเสริมประสิทธิภาพการเฝ้าระวังและผลักดันช้างป่าที่ออกมาหากินนอกพื้นที่ เพื่อลดผลกระทบความเสียหายต่อทั้งชีวิตและทรัพย์สินของชุมชน

ระบบเฝ้าระวังช้างป่า เป็นการติดตั้งกล้อง Camera Trap พร้อม SIM และ SD Card บริเวณด้านข้างออก

ทั้งสิ้น 25 ด่าน โดยกล้องสามารถบันทึกภาพและส่งสัญญาณไปยังระบบ Cloud ศูนย์เฝ้าระวังช้างป่าได้ในทันทีที่มีช้างป่าเดินผ่านกล้องที่ติดตั้งไว้ตามจุดต่างๆ จากนั้น เมื่อเจ้าหน้าที่ศูนย์ฯ รับทราบ เจ้าหน้าที่จะส่งสัญญาณแจ้งเตือนและพิกัดที่ช้างอยู่ไปยังเจ้าหน้าที่ลาดตระเวนเพื่อเข้าไปดำเนินการผลักดันช้างกลับเข้าป่าก่อนที่จะเข้าถึงพื้นที่ของชุมชน โดยมีเกษตรกรที่ได้รับประโยชน์จากโครงการนี้กว่า 300 คน

ทั้งนี้ ระบบเฝ้าระวังช้างป่าได้รับโล่เกียรติคุณจากพลเอกสุรศักดิ์ กาญจนรัตน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในงานวันคุ้มครองสัตว์ป่าแห่งชาติ ประจำปี 2561



TRUE Highlight

โครงการพัฒนาศักยภาพและคุณภาพชีวิตบุคคลออทิสติก

กลุ่มทรู มุ่งมั่นที่จะส่งเสริมศักยภาพและพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของบุคคลออทิสติกที่มีมากกว่า 1 ล้านคนในประเทศไทย ผ่านนวัตกรรมและเทคโนโลยีการสื่อสาร ภายใต้แนวคิด “Creating a Better Life for the Vulnerable Groups” โดยร่วมกับมูลนิธิออทิสติกไทย จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมเพื่อการทำงาน เพื่อพัฒนาศักยภาพ และเป็นสถานที่จัดอบรมวิชาชีพ โดยมอบทุนสมาร์ตแท็บเล็ตจำนวน 2,000 เครื่อง พร้อมติดตั้งแอปพลิเคชัน True Autistic ซึ่งเป็นผลงานนวัตกรรมของกลุ่มทรูและจัดอบรมการใช้งานแอปพลิเคชันให้กับเด็กออทิสติกกว่า 1,000 คน ร่วมกับกลุ่มผู้ปกครอง ครู และผู้ดูแล 2,000 คน ปัจจุบันมีบุคคลออทิสติกจำนวน 39 คน ได้รับการบรรจุเป็นพนักงานทรู และ 151 คนได้รับการอบรมทักษะอาชีพ นอกจากนี้ กลุ่มทรูยังช่วยนำสินค้าผลงาน

ของเด็กออทิสติกจำหน่ายตามช่องทางทางการขายที่หลากหลาย มูลค่ารวมกว่า 4.97 ล้านบาท และสามารถสร้างรายได้ให้ครอบครัวบุคคลออทิสติกกว่า 50 ครอบครัว คิดเป็นมูลค่าทางการเงินกว่า 250,000 บาท

ศูนย์ฝึกอบรมเพื่อการทำงานได้จัดให้มีการส่งเสริมโครงการฝึกอบรมวิชาชีพด้านคอมพิวเตอร์การพิมพ์ เปิดอบรมการทำธุรกิจร้านกาแฟ ศักยภาพด้านงานพิมพ์ และงานสำนักงานสำหรับบุคคลออทิสติก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บุคคลออทิสติกมีอาชีพ สามารถสร้างรายได้เลี้ยงตัวเองและครอบครัว นอกจากนี้ ศูนย์ฝึกอบรมฯ ยังร่วมก่อตั้งธุรกิจเพื่อสังคมภายใต้แบรนด์ ArtStory by Autistic Thai ผลิตสินค้าประเภทต่างๆ เช่น พิมพ์นามบัตร สมุดโน้ต งานสกรีน และของที่ระลึก เพื่อวางจำหน่ายตามช่องทางต่างๆ



ในปี 2561 น้องๆ กลุ่ม ArtStory by Autistic Thai ได้เป็นส่วนหนึ่งที่สร้างความภาคภูมิใจให้กับประเทศไทย โดยได้รับความไว้วางใจจาก Miss Thailand World 2018 ที่ให้โอกาสน้องๆ ศิลปินออทิสติกร่วมวาดภาพบนชุดราตรี “Love for All Dress” จนสามารถคว้ารางวัลพิเศษ Top 5 Miss World Designer Dress Award บนเวที Miss World 2018 ณ เมืองซานย่า สาธารณรัฐประชาชนจีน

การกระจายโอกาสในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล

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

- ยกกระดับมาตรฐานการศึกษาพื้นฐานในโรงเรียนประชารัฐ ร้อยละ 15 จากโรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ทั่วประเทศ
- 3,000,000 คน เข้าถึงแหล่งเรียนรู้ และข้อมูลสารสนเทศ ปี 2561



เป้าหมาย

- สามารถยกระดับมาตรฐานการศึกษาพื้นฐานในโรงเรียนประชารัฐ จำนวน 4,719 โรงเรียน หรือ ร้อยละ 15.7 จากโรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ทั่วประเทศ กว่า 30,000 โรงเรียน
- 3,021,670 คน เข้าถึงแหล่งเรียนรู้ และข้อมูลสารสนเทศ



ผลการดำเนินงาน



ดร. นตพรนภ วัชระศิลป์
Director of Education &
Academic Affairs

“

ในฐานะองค์กรของคนไทย กลุ่มทรู บูรณาการเทคโนโลยีและศักยภาพทุกรูปแบบ เพื่อยกระดับมาตรฐานให้เด็กไทยเป็นเด็กดีและเด็กเก่ง โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาเป็นเครื่องมือในการเพิ่มขีดความสามารถในการเรียนรู้และเข้าถึงแหล่งความรู้ อย่างทัดเทียม สำคัญที่สุดที่เราพยายามมุ่งเน้นคือกระบวนการเรียนรู้ ทำอย่างไรให้บรรลุผล เช่น การดึงพ่อแม่ผู้ปกครองและชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วม เพื่อทำให้เด็กเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้อย่างเป็นรูปธรรมและเห็นผลสัมฤทธิ์ อีกทั้งยังส่งเสริมด้านคุณธรรมและจริยธรรม เพื่อให้เป็นเด็กเก่งที่รู้จักการให้ การเสียสละ และมอบโอกาสดีๆ คืนสู่สังคมไทยในอนาคต

”

เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตในปัจจุบันเพิ่มขึ้น ทั้งการใช้เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ ความบันเทิง และการศึกษา แต่ขณะเดียวกันก็มีบุคคลบางกลุ่มที่ยังขาดโอกาสในการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การขาดแคลนอุปกรณ์ รวมถึงการขาดความรู้ในการใช้เทคโนโลยี เป็นต้น กลุ่มทรู ในฐานะผู้ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคม จึงมุ่งมั่นที่จะยกระดับการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลของสังคมไทยโดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนให้ครอบคลุม

ทั้งประเทศ พร้อมทั้งได้นำความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีร่วมสนับสนุนการศึกษาไทยในศตวรรษที่ 21 โดยมีเป้าหมายสร้างความเสมอภาค และลดปัญหาความเหลื่อมล้ำภายในสังคม ด้วยการเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร และการเรียนรู้ที่ครอบคลุมทุกความต้องการ และสร้างโอกาสในการพัฒนาศักยภาพทางการศึกษา พัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมอย่างยั่งยืน

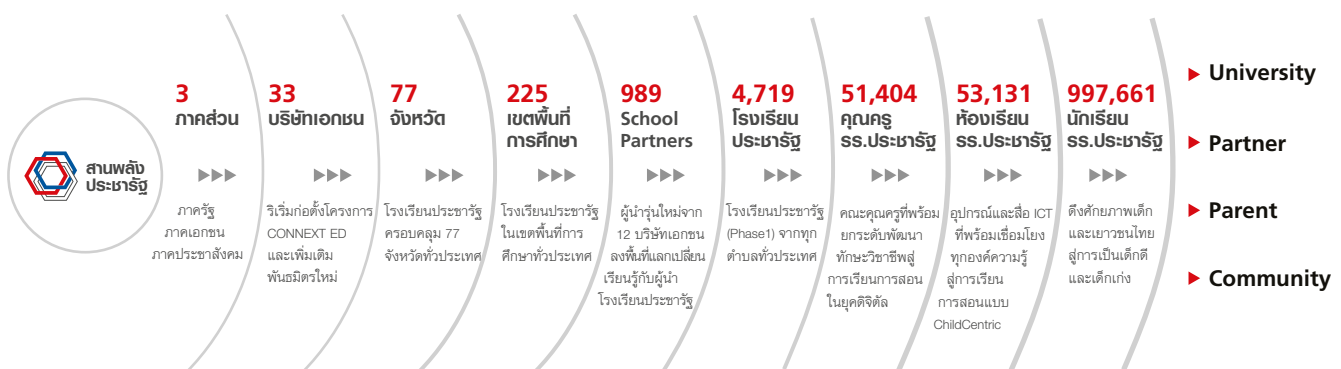
กลุ่มทรู ตระหนักว่าการสื่อสารเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนทางสังคม ดังนั้น ในฐานะองค์กรที่มีความโดดเด่นด้านเทคโนโลยีสื่อสาร จึงพร้อมที่จะนำความเชี่ยวชาญเข้ามาร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาสังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืน ด้วยการร่วมกับองค์กรภาคเอกชนอีก 12 แห่ง ก่อตั้ง “โครงการสานพลังประชารัฐ CONNEXT ED ด้านการศึกษาพื้นฐานและการพัฒนาผู้นำ” เพื่อร่วมขับเคลื่อนการยกระดับมาตรฐานการศึกษาพื้นฐานของเยาวชนไทย และเพื่อให้การส่งเสริมด้านการศึกษาเป็นไปอย่างครบวงจร กลุ่มทรู ยังได้ก่อตั้ง โครงการ “ทรูปลูกปัญญา” ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อนำศักยภาพทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมการสื่อสารทุกรูปแบบของบริษัทเข้าร่วมสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งปัจจุบันทรูปลูกปัญญาได้เติบโตขึ้น และมีการพัฒนากิจกรรม รวมถึงช่องทางการกระจายความรู้อย่างต่อเนื่อง ภายใต้โครงการทรูปลูกปัญญาอย่างมากมาย อาทิ สามเณรปลูกปัญญาธรรม ทำก่อนฝัน TCAS School Tour และ TCAS Up Skill

โครงการสานพลังประชารัฐ CONNEXT ED

“โครงการสานพลังประชารัฐ CONNEXT ED ด้านการศึกษาพื้นฐานและการพัฒนาผู้นำ (E5)” ได้สานต่อความสำเร็จจากปีที่ผ่านมา ด้วยจำนวนพันธมิตรเพิ่มขึ้นเป็น 33 องค์กร เอกชนชั้นนำ เพื่อสร้างโอกาสให้นักเรียนเข้าถึงอุปกรณ์ไอซีที และสื่อมัลติมีเดียที่เชื่อมโยงองค์ความรู้จากทั่วทุกมุมโลก ด้วยการสนับสนุนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง พร้อมสื่อการเรียนการสอนดิจิทัลให้แก่เด็กนักเรียนในโรงเรียน ประชารัฐ เพื่อส่งเสริมให้เด็กนักเรียนเป็นศูนย์กลาง (Child Centric) ของการศึกษาอย่างแท้จริง

องค์กรภาคเอกชนร่วมมือกันสร้างโอกาสทางการศึกษาอย่างต่อเนื่อง ผ่าน “โครงการผู้นำเพื่อการพัฒนาการศึกษาที่ยั่งยืน” เพื่อสร้างหลักสูตรการพัฒนา

ผู้นำรุ่นใหม่ (Leadership Development Program) จากการคัดเลือกพนักงานที่มีจิตอาสา และมีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนดเข้ามาทำหน้าที่ School Partner โดยในปี 2561 มีจำนวน School Partner จำนวน 989 คน เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนยกระดับมาตรฐานการศึกษา โรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ทั่วประเทศกว่า 30,000 โรงเรียน ให้ได้ร้อยละ 15 หรือประมาณ 4,600 โรงเรียน ปัจจุบันสามารถทำได้ถึงร้อยละ 15.7 หรือ 4,719 โรงเรียน นอกจากนี้ยังเป็นปีแรกที่เริ่มพัฒนาระบบการเปิดเผยข้อมูลสถานศึกษาสู่สาธารณะ เพื่อให้ทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกเพื่อประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาโรงเรียนที่เหมาะสมต่อไป



กลุ่มทรู ริเริ่มก่อตั้ง โครงการผู้นำด้านเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา (ICT Talent) เพื่อคัดเลือก “ผู้นำรุ่นใหม่” ที่จบการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือบุคคลที่มีความสนใจด้าน ICT มาปฏิบัติงานประจำในโรงเรียนประชารัฐ เพื่อส่งเสริมและผลักดันให้เกิดการใช้เทคโนโลยี สนับสนุนและต่อยอดการเรียนรู้แก่โรงเรียนและชุมชน ซึ่งในปี 2561 มีจำนวน ICT Talent 758 คน ทำหน้าที่ในโรงเรียนประชารัฐ

ทั้ง 1,758 โรงเรียน ส่งเสริมศักยภาพให้เด็กนักเรียน 657,535 คน ครอบคลุม 77 จังหวัดทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังก่อตั้งศูนย์การเรียนรู้ชุมชน (Learning Center) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทางด้านวิชาการ และวิชาชีพ เพื่อพัฒนาโรงเรียนและชุมชนอย่างยั่งยืน ปัจจุบันมีการจัดตั้งแล้ว 9 แห่ง ใน 5 ภูมิภาค จำนวน 7 จังหวัด

การประกาศความร่วมมือ

“การสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมด้านการศึกษา”

ภายใต้โครงการ พู้นาเพื่อการพัฒนาการศึกษาที่ยั่งยืน (CONNEXT ED)

พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ให้เกียรติเป็นประธานเปิดงานประกาศความร่วมมือ “การสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมด้านการศึกษา” ภายใต้โครงการ พู้นาเพื่อการพัฒนาการศึกษาที่ยั่งยืน พร้อมด้วยนายแพทย์ธีระเกียรติ เจริญเศรษฐศิลป์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ (หัวหน้าคณะทำงานภาครัฐ) ภาคประชาสังคม และนายศุภชัย เจียรวนนท์ ประธานคณะกรรมการบริหาร บมจ.ทรู คอร์ปอเรชั่น

(หัวหน้าคณะทำงานภาคเอกชน) รวมถึงผู้บริหารระดับสูงจาก 12 องค์กร ผู้ร่วมก่อตั้งโครงการฯ พร้อมเปิดตัว 21 องค์กร เอกชนชั้นนำที่เข้าร่วมเป็นพันธมิตรใหม่ เพื่อยืนยันเจตนารมณ์เดินทางขับเคลื่อนการศึกษาสู่ Thailand 4.0 เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2561 ณ ห้องเพลนารี ฮอลล์ 3 ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์



โครงการทรูปลูกปัญญา

กลุ่มทรู มุ่งมั่นที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมไทย โดยนำศักยภาพของเทคโนโลยี สื่อสารและนวัตกรรมทุกรูปแบบขององค์กรมาสนับสนุนกิจกรรมพัฒนาสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการศึกษาเพื่อให้เข้าถึงแหล่งความรู้ได้อย่างทัดเทียมแม้ในพื้นที่ห่างไกล จึงก่อตั้งโครงการ ทรูปลูกปัญญา เป็นโครงการหลัก เพื่อร่วมสร้างสังคมไทยเป็นสังคมที่ดีผ่านการมอบ “ความรู้คู่คุณธรรม”

เชื่อมโยงทุกมิติการเรียนรู้โดยดำเนินงานอย่างหลากหลายทั้งในรูปแบบของโครงการ กิจกรรม และสื่อต่างๆ

สำหรับผลการดำเนินงานในปี 2561 ผ่านโครงการทรูปลูกปัญญา เพื่อสนับสนุนให้ผู้มีส่วนได้เสีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ด้อยโอกาสในสังคม ได้มีโอกาสเข้าถึงการศึกษาและการส่งเสริมคุณภาพชีวิต มีดังนี้

+40.9
ล้านคน

สถานีโทรทัศน์ทรูปลูกปัญญา ช่องรายการด้านการศึกษาคุณธรรม ผ่านเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียม

+30,000
เล่ม

นิตยสาร Plook ฟรีแมกกาซีนเพื่อการแนะแนวอาชีพและการศึกษาต่อระดับในมหาวิทยาลัย

+50.8
ล้านเพจวิว

เว็บไซต์ทรูปลูกปัญญาดอทคอม คลังความรู้ที่มีเนื้อหาทางการศึกษาและความรู้รอบตัว

4
จังหวัด

สถานีวิทยุปลูกปัญญาธรรม พุทธเรดิโอ เผยแพร่สาระธรรม โดยกระจายเสียงผ่านสถานีวิทยุ

+1.5
แสนดาวน์โหลด

แอปพลิเคชัน TruePlookpanya ฟรีแอปพลิเคชันที่เข้าถึงคลังความรู้จากเว็บไซต์ทรูปลูกปัญญา

+90,000
คน

กิจกรรมและเครือข่ายฯ กิจกรรมที่เน้นการเข้าถึงและสร้างเครือข่ายเพื่อให้ความรู้สร้างแรงบันดาลใจและส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกัน

กลุ่มทรู ยังส่งเสริมคุณธรรมในรูปแบบของการจัดกิจกรรม “โครงการสามเณรปลูกปัญญาธรรม” กับเป้าหมายทางการเรียนรู้ และการน้อมนำหลักธรรมมาปฏิบัติ เพื่อพัฒนาตนเองจากกิจกรรมรูปแบบต่างๆ ของคณะพระอาจารย์ คณะวิทยากร โดยปี 2561 เป็นปีแรกที่เริ่ม “โครงการสามเณรปลูกปัญญาธรรม นานาชาติ” มุ่งเผยแพร่ความรู้ คุณธรรม และจริยธรรมตามแนวทางพระพุทธศาสนา เพื่อให้คนรุ่นใหม่เรียนรู้ น้อมนำหลักธรรมไปปฏิบัติเพื่อพัฒนาตนเอง โดยมีรูปแบบรายการถ่ายทอดสดชีวิตของสามเณรน้อยตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ และเว็บไซต์ทรูปลูกปัญญา (www.truelookpanya.com) และเฟซบุ๊กแฟนเพจ “สามเณรปลูกปัญญาธรรม” ซึ่งมีผู้ชมทั่วโลกมากกว่า 190 ประเทศ

True Click Life

หน่วยงาน True Click Life ผู้ผลิตหลักสูตรและนวัตกรรมสื่อการเรียนการสอน เข้าร่วมสนับสนุนสื่อการสอนเพื่อพัฒนาเด็กและเยาวชนให้เติบโตอย่างมีคุณภาพ

- 82** โรงเรียนในโครงการ
- 56,976** นักเรียนในโครงการ
- +800** สื่อ Multimedia (MV, Clip และ Audio)
- +450** สื่อ เกมฝึกทักษะต่างๆ
- +200** หนังสือเรียน แบบฝึกหัด
สื่อประกอบการสอนอื่นๆ
เช่น Flashcard, Report Card, Magnet

โครงการสามเณรปลูกปัญญาธรรม

true visions : อันดับที่ 19
จากทั้งหมด 228 ช่อง



PSI : อันดับที่ 30
จากทั้งหมด 212 ช่อง

เว็บไซต์



+3 แส่นพวงว
(ดูถ่ายทอดสด)

+8 แส่นคลิก
(การกดดูเนื้อหารายการ)

เฟซบุ๊ก



+8 แส่นคน
คนติดตาม (Follower)

+34 ล้านคน
การเข้าถึงเนื้อหารายการ
(Reach)

ยูทูบ



+190 ประเทศ
ที่รับชม

+12 ล้านนาที
เวลารวมที่รับชมทั้งหมด

TRUE Highlight

โครงการสามเณรปลูกปัญญาธรรม นานาชาติ

โครงการสามเณรปลูกปัญญาธรรม นานาชาติ เป็นช่องสารคดีเรียลลิตี้ธรรมะรูปแบบภาษาอังกฤษครั้งแรกซึ่งมีเด็กชายหลากหลายสัญชาติจากผู้สมัครทั่วโลก อาทิ นิวซีแลนด์ เนปาล ออสเตรเลีย เคนยา จีน อังกฤษ ฝรั่งเศส และประเทศไทย อายุระหว่าง 8 - 12 ปี จำนวน 12 คน เพื่อเป็นตัวแทนบรรพชาสามเณร เรียนรู้ ปฏิบัติธรรม เป็นระยะเวลา 1 เดือน ณ วัดป่าไทโรงาม จังหวัดอุบลราชธานี โดยคว่ำรางวัลรายการเด็กยอดเยี่ยมที่สุดของไทย เวที Asian Academy Creative Awards ประจำปี 2561 ณ ประเทศสิงคโปร์



ASIAN ACADEMY CREATIVE AWARDS
Best Children's Programme / 2018

โครงการ ผู้นำเพื่อการพัฒนาการศึกษาที่ยั่งยืน (CONNEXT ED)



การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

(GRI 102-8, 102-35, 102-41, 102-43, 102-44, 103-1, 103-2, 103-3, 201-1, 401-1, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1, 407-1)

- ร้อยละ 70 ผลการสำรวจความผูกพันองค์กรพนักงาน
- ร้อยละ 100 ของพนักงาน ผ่านการประเมินผลงานแบบรอบด้าน
- จำนวนชั่วโมงการอบรมของพนักงานต่อคนเฉลี่ย 20 ชม.ต่อปี



เป้าหมาย

- พนักงานร้อยละ 97 เข้าร่วมทำแบบสำรวจความผูกพันองค์กรและความพึงพอใจของพนักงาน โดยเฉลี่ยค่าความผูกพันองค์กรอยู่ที่ร้อยละ 71
- พนักงานระดับผู้จัดการขึ้นไปทุกคน พนักงานในโครงการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มทรู และพนักงานบริการลูกค้า ได้รับการประเมินการปฏิบัติงานหรือการพัฒนาความก้าวหน้าในหน้าที่การงานผ่านวิธีประเมินผลงานแบบรอบด้าน คิดเป็น ร้อยละ 88 ของพนักงานทั้งหมด
- พนักงานเข้าฝึกอบรมเสริมสร้างความรู้ทางด้านการดำเนินธุรกิจต่อคนเฉลี่ย 17.8 ชม.ต่อปี



ผลการดำเนินงาน



คุณศรีนทรา วงศ์กุลลักษณ์
Chief Human Resources Officer

“

การพัฒนาผู้นำคือองค์ประกอบสำคัญในการบริหารทรัพยากรบุคคล “คุณ-เห็น-บวก-สร้าง-คน-รู้-ธรรม” คือ คุณค่า 8 ประการ ซึ่งหมายถึง 1. คุณธรรม 2. เห็นการณ์ไกล 3. คิดบวก 4. สร้างคุณค่า 5. เห็นคนอื่นเก่งกว่าเรา 6. เรียนรู้อย่างต่อเนื่อง 7. เป็นธรรมชาติ คือมีเหตุมีผลและรวมกัน จะนำสู่... 8. สร้างคนรุ่นต่อไป กลุ่มทรูได้ยึดคุณค่า 8 ประการนี้ในการพัฒนาผู้นำจากฐานสู่รุ่น และสร้างสมรรถนะในพนักงานทุกคนที่จะผลักดันให้กลุ่มทรูเดินหน้าสู่นาคตเป็นที่หนึ่งไปด้วยกัน

”

การแข่งขันด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในโลกปัจจุบัน กลุ่มทรู มุ่งพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลให้พร้อมรับทุกสถานการณ์ เพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน โดยใช้นวัตกรรมเข้ามาช่วยให้ระบบ

บริหารจัดการทรัพยากรบุคคลมีประสิทธิภาพอย่างรอบด้านและเป็นประโยชน์สูงสุดต่อทั้งพนักงานและองค์กร เพราะตระหนักดีว่า พนักงานคือทรัพยากรที่สำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ

กลุ่มทรู ให้ความสำคัญกับระบบการบริหารและพัฒนาบุคลากรตั้งแต่กระบวนการสรรหา พัฒนาศักยภาพบุคลากร และการดูแลรักษาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถที่มีความหลากหลาย พร้อมทั้งวางกลยุทธ์การดำเนินงานตาม Employee Journey หรือหลัก HR 6 CYCLE เพื่อให้สามารถดูแลพนักงานเป็นขั้นตอนตั้งแต่วันแรกที่เข้าร่วมงานสอดคล้องตามเป้าหมายและเติบโตไปพร้อมบริษัทฯ

ปี 2561 หน่วยงานบริหารทรัพยากรบุคคลมีเป้าหมายมุ่งสู่การเป็นองค์กรบริหารทรัพยากรบุคคลแบบดิจิทัล (HR Digitization) เพื่อรับมือต่อแนวโน้มของโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อาทิ การนำแพลตฟอร์มดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการงาน เช่น iContract ในการเซ็นสัญญาจ้างพนักงานแบบอิเล็กทรอนิกส์ แบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ (Digitized HR Form) บนเว็บไซต์บริษัทฯ และแอปพลิเคชันทรู เอชอาร์ (True HR Application) ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่รวบรวมนำเอาการบริหารด้านทรัพยากรบุคคลเพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้พนักงาน ไม่ว่าจะเป็นการดูข้อมูล

กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ การขออนุมัติวันลา การดูข้อมูลประกันสุขภาพ การขอสลิปเงินเดือน/หนังสือรับรอง และสิทธิประโยชน์ต่างๆสำหรับพนักงาน รวมทั้งการประเมินผลการทำงานประจำปีของพนักงานบนแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อให้ประหยัดเวลา ลดขั้นตอนการทำงาน และลดต้นทุนการดำเนินการขององค์กร นอกจากนี้ ยังประยุกต์ใช้นวัตกรรมด้านปัญญาประดิษฐ์ “หนูจีจ้า” (HR Chatbot) เมินูใหม่บนแอปพลิเคชันทรู เอชอาร์ ในการโต้ตอบ คลายข้อสงสัยที่พนักงานต้องการทราบ ช่วยให้พนักงานได้รับความสะดวกในทุกวันรวมถึงวันหยุด และประหยัดเวลาจากเดิมที่ต้องติดต่อผ่านหน่วยงานทรัพยากรบุคคล

เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงสู่ความเป็นดิจิทัลไลฟ์สไตล์ (Digital lifestyle) และสนับสนุนการสร้างสังคมไร้เงินสดทางบริษัทฯ นำเอา True Point มาใช้เพื่อเป็นรางวัลและค่าตอบแทนภายในองค์กร และพนักงานก็สามารถเลือกที่จะโอนเงินเดือนของตนเองเข้าแอปพลิเคชัน ทรูมันนี่ (TrueMoney Wallet) ได้อีกด้วย

กรอบการดำเนินงาน ด้านบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลตาม Employee Journey: HR 6 CYCLE



การประยุกต์ใช้นวัตกรรม ด้านปัญญาประดิษฐ์ “หนูจีจ้า” (HR CHATBOT)



การสรรหาเชิงรุกและการดูแลรักษาพนักงาน

บริษัทฯ มีกระบวนการสรรหาพนักงานผ่านระบบสรรหาบุคลากรแบบดิจิทัลเพื่ออำนวยความสะดวกต่อหน่วยงานที่ต้องการพนักงานมาเติมเต็มในตำแหน่งว่าง สำหรับการคัดเลือกพนักงานเข้าร่วมงานนั้น บริษัทฯ จะประเมินคุณสมบัติผู้สมัครงานร่วมกับรายงานจากแบบทดสอบการประเมินคุณลักษณะรายบุคคล (Psytech Personal Insights Report) เพื่อคัดเลือกสรรหาพนักงานที่เป็น “คนเก่งและคนดี” ที่มีศักยภาพและตรงกับค่านิยมองค์กรและจะเป็นกำลังสำคัญในการรองรับกลยุทธ์การขยายตัวและการเติบโตทางธุรกิจขององค์กรโครงการต่างๆ ที่บริษัทฯ จัดทำขึ้น อาทิ True Academy ที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาชั้นปีที่ 2-3 จำนวน 41 ราย จากหลากหลายมหาวิทยาลัยได้เข้ามาฝึกงานผ่านการทำ Business Camp และนำเสนอผลงานกับผู้บริหารและโครงการ True Next Gen ที่จัดทำขึ้นเพื่อสรรหาบุคลากรรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพก้าวขึ้นเป็นผู้นำองค์กรในอนาคต ผ่านการปฏิบัติจริงภายใต้การสอนและคำแนะนำจากผู้บริหารอย่างใกล้ชิด โดยในปี 2561 มีผู้ผ่านเข้าร่วมโครงการจำนวน 94 ราย จากจำนวนคนสมัครทั้งสิ้นกว่า 3,500 ราย

นอกจากนี้ สำหรับปี 2561 ได้มีการดำเนินโครงการเพื่อสรรหาและพัฒนาผู้มีศักยภาพทางด้านไอที โดยมีผู้ผ่านการคัดเลือก จำนวน 74 คน เพื่อมาเป็นตัวแทนการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีของโรงเรียนภายใต้โครงการ CONNEXT ED กว่า 70 แห่งทั่วประเทศ

สำหรับการดูแลรักษาพนักงาน บริษัทฯ มุ่งมั่นในการพัฒนาศักยภาพพนักงานผ่านการฝึกอบรมในด้านต่างๆ ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องสำคัญในการสร้างความแข็งแกร่งให้ทรัพยากรบุคคลเพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตโดยเฉพาะในธุรกิจใหม่ๆ ตามยุทธศาสตร์ของบริษัทฯ ร่วมกับการปลูกฝังให้พนักงานยึดมั่นและปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กร 4Cs อันได้แก่ เอาใจใส่ (Caring) เชื่อถือได้ (Credible) สร้างสรรค์ (Creative) และกล้าคิดกล้าทำ (Courageous)

ส่งเสริมพนักงานให้มีการแบ่งปันคุณค่าแก่เพื่อนร่วมงานและสังคม ทำงานด้วยความซื่อสัตย์ มีความคิดสร้างสรรค์ และมีส่วนร่วมพัฒนานวัตกรรม ร่วมกับการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน ในปี 2561 บริษัทฯ ได้จัดสรรงบประมาณเพื่อจัดฝึกอบรมให้แก่พนักงานเฉลี่ยคนละ 6,000 บาท มีการพัฒนาความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการและเสริมสร้างความรู้ทางด้านเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ย 17.81 ชั่วโมงต่อคน

กลุ่มทรู จัดสรรค่าตอบแทน สวัสดิการและสิทธิประโยชน์แก่พนักงาน ผ่านการบริหารจัดการของคณะกรรมการดูแลสวัสดิการในสถานประกอบการซึ่งเป็นตัวแทนพนักงานของกลุ่มทรู โดยมีบทบาทหน้าที่ในการเสนอข้อคิดเห็นหรือให้คำปรึกษาต่อแนวทางในการจัดการสวัสดิการที่เป็นประโยชน์สำหรับพนักงานอย่างเหมาะสมและเทียบเคียงได้ในอุตสาหกรรมเดียวกันต่อผู้บริหารของบริษัทฯ เช่น การประกันชีวิตและประกันสุขภาพ รวมทั้งการคุ้มครองในกรณีพิพาทและสุขภาพอันเกิดจากการทำงานทั้งพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราว การลาเพื่อเลี้ยงดูบุตรโดยได้รับค่าจ้างตามวันทีลาจริง ซึ่งในปีนี้เพิ่มระยะเวลาเป็น 4 เดือน กองทุนสำรองเลี้ยงชีพและเงินบำนาญ สวัสดิการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินด้วยอัตราดอกเบี้ยพิเศษ และได้รับสิทธิพิเศษจากการใช้สินค้าและบริการของบริษัทฯ เป็นต้น

บริษัทฯ ได้ดำเนินการสำรวจความผูกพันองค์กรและความพึงพอใจของพนักงานเป็นประจำอย่างต่อเนื่องทุกปี เพื่อสะท้อนมาตรการในการเอาใจใส่พนักงานขององค์กร โดยการสำรวจนั้นเป็นไปด้วยความโปร่งใส มีความเป็นอิสระและเก็บรักษาการแสดงความคิดเห็นของพนักงานเป็นความลับ ผลที่ได้จากการสำรวจความผูกพันองค์กรของพนักงานคิดเป็นร้อยละ 71 และความพึงพอใจคิดเป็นร้อยละ 64

ผลการสำรวจความผูกพันองค์กรและความพึงพอใจของพนักงาน ประจำปี 2561

ปี	คะแนนความผูกพัน (ร้อยละ)		คะแนนความพึงพอใจ (ร้อยละ)	
	คะแนน	เป้าหมาย	คะแนน	เป้าหมาย
2558	72	71	70	71
2559	73	73	72	73
2560	65	80	76	76
2561	71	70	64	78



การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล

ด้วยกลุ่มทรู เป็นองค์กรขนาดใหญ่และมีความหลากหลายของบุคลากรในการปฏิบัติงานอยู่ร่วมกันเป็นจำนวนมาก บริษัทฯ มุ่งหวังให้ทุกคนมีการพัฒนาศักยภาพ และก้าวหน้าในตำแหน่งงานที่ตนเองรับผิดชอบอยู่ บริษัทฯ จึงได้พัฒนาระบบแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan :IDP) บนแอปพลิเคชันทรูคอนเน็ค เพื่อให้พนักงานได้กำหนดแผนพัฒนาของตนเองตั้งแต่ต้นปีตามความรับผิดชอบของตำแหน่งงาน โดยมีผู้บังคับบัญชาให้คำปรึกษาและคำแนะนำเป็นระยะอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อให้ผลการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นไปตามแผนการพัฒนาดตนเองและเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้โดยผลการปฏิบัติงานในปีนั้น จะถูกนำไปพิจารณาผลตอบแทนและการปรับระดับตำแหน่ง นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ทำการประเมินเทียบเคียงผลการปฏิบัติงาน (Performance Calibration) ซึ่งเป็นการประเมินเทียบเคียงกับพนักงานในระดับเดียวกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความแม่นยำในการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานและการให้ค่าตอบแทนที่อยู่บนบรรทัดฐานเดียวกัน

สำหรับในปีนี้ ทางหน่วยงานได้มีการเปิดสอนหลักสูตร “Designing Your Life and Career” ขึ้นเป็นปีแรก เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจเรื่องการพัฒนาความก้าวหน้าในหน้าที่การงานให้แก่พนักงาน โดยเนื้อหาประกอบไปด้วยการสอนเรื่องวิธีการวางแผนชีวิตและการงานให้มีความสมดุล และการทำความเข้าใจถึงเป้าหมายในการงานของตนเอง ซึ่งอาจแตกต่างกันไปสำหรับแต่ละบุคคล พร้อมทั้งยังส่งเสริมให้พนักงานได้มีสิทธิในการวางแผนการเติบโตใน

หน้าที่การงานของตนเอง โดยหลักสูตรนี้เปิดกว้างสำหรับพนักงานทุกตำแหน่งงาน และมีผู้เข้าเรียนทั้งสิ้น 1,243 ราย นอกจากนี้ พนักงานระดับผู้จัดการขึ้นไปที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาศักยภาพต่างๆ และพนักงานบริการลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 88 จะได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบรอบทิศทาง (Multi-Dimensional Approach) ทำให้พนักงานที่ถูกประเมินทราบถึงจุดที่ควรพัฒนาเพิ่มขึ้น และค้นพบจุดเด่นด้านที่ตนเองถนัด โดยหน่วยงานบริหารทรัพยากรบุคคล จะศึกษาผลที่ได้จากการประเมินผลการปฏิบัติงานแต่ละบุคคล เพื่อส่งเสริมและพัฒนาความก้าวหน้าตามสายอาชีพ (Career Path) ตามจุดเด่น และความถนัดของบุคคลนั้นๆ ควบคู่ไปกับผลที่ได้จากแบบทดสอบการประเมินคุณลักษณะรายบุคคล (Psytech Personal Insights Report) ตามการประเมินทางจิตวิทยา (Psychometric Test)

งาน “True Career Day 2018” ถูกจัดขึ้นเพื่อให้พนักงานได้เข้าใจหลักการในการวางแผนพัฒนาอาชีพ และค้นหาศักยภาพของตนเอง พร้อมรับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญจากแต่ละหน่วยงานที่ตัวเองสนใจ รวมทั้งเปิดโอกาสให้แจ้งความจำนงค์ในการโอนย้ายหน่วยงานภายในองค์กรเพิ่มโอกาสในการเติบโตทางงานให้แก่พนักงานที่เข้าร่วมงาน

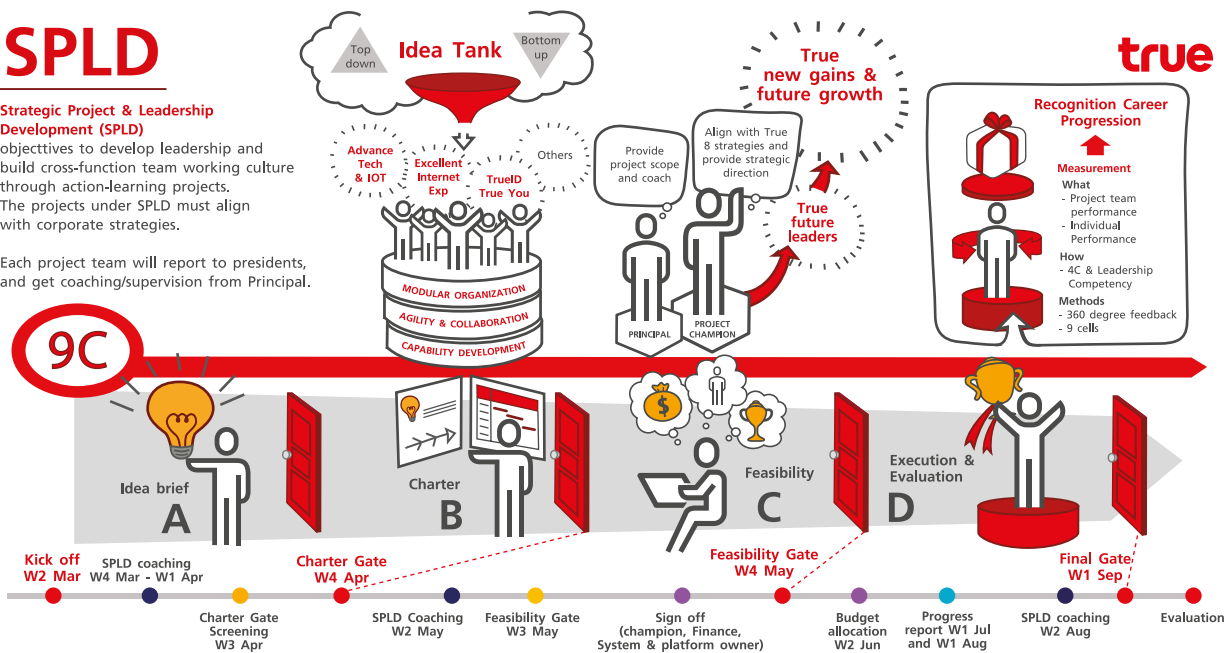
ในปีนี้ บริษัทฯ ได้ผลักดันการพัฒนาผู้นำภายใต้โครงการ Strategic Project & Leadership Development (SPLD) อย่างเป็นทางการมากขึ้น ซึ่งดำเนินงานติดต่อกันเป็นปีที่ 2 โดยมีผู้เข้าร่วมโครงการในปี 2561 ทั้งหมดกว่า 1,399 ราย ใน 13 โปรแกรม

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.



โปรแกรมที่โดดเด่นมากที่สุด 2 โปรแกรม ได้แก่ 1) การพัฒนาผู้นำด้านกลยุทธ์องค์กร (SPLD-Corporate Strategy) ซึ่งคัดเลือกผู้แทนจากสายงานต่างๆ มากกว่า 170 ราย มาทำงานร่วมกันภายใต้โครงการที่สอดคล้องกับกลยุทธ์หลักทางธุรกิจของกลุ่มทรู ทั้ง 8 ด้าน และ 2) การพัฒนาผู้นำด้านยุทธศาสตร์ (SPLD-Imperatives) ที่มุ่งเน้นการนำ 4 Key Strategic Focus ของบริษัทฯ ในแต่ละปีมาพัฒนา

เป็นโครงการกว่า 20 โครงการ และมีผู้ได้รับการคัดเลือกมาเข้าร่วมกว่า 130 คน โดย Strategic Focus ทั้ง 4 ด้าน ในปี 2561 ประกอบไปด้วย

1. True ID/TrueYou
2. Excellent Internet Experience
3. Advanced Technology & IoT
4. Brand Experience

TRUE Highlight

กลุ่มทรู ได้รับรางวัลระดับโลก Top Employer Thailand 2019

กลุ่มทรู โดย ดร.กิตติพันธุ์ ทิยะวรรณ กรรมการผู้จัดการใหญ่ (ร่วม) พร้อมด้วย คุณศรินทร์รา วงศ์สุลักษณ์ หัวหน้าคณะผู้บริหารด้านทรัพยากรบุคคล รับรางวัลระดับโลก นายจ้างดีเด่นประจำปีประเทศไทย Top Employer Thailand 2019 จาก Mr.Adrian Seligman, Chief Commercial Officer Top Employers Institute เนเธอร์แลนด์ ซึ่งเป็นสถาบันที่ให้การรับรองด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลขององค์กรระดับนานาชาติ ในงาน Top Employers APAC Certification Dinner ณ ประเทศสิงคโปร์ โดยบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทไทยเพียงรายเดียวที่ได้คะแนนระดับประเทศสูงสุดสามอันดับแรก อีกทั้งยังเป็นองค์กรด้านสื่อสารโทรคมนาคมเพียงหนึ่งเดียวในไทยที่ได้รับรางวัลดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงความผูกพันของพนักงาน ประสิทธิภาพของผู้นำ ภาพลักษณ์องค์กร และวัฒนธรรมในองค์กร เพื่อขับเคลื่อนผลการดำเนินงานให้สูงขึ้น เป็นรางวัลที่เกิดจากการสำรวจความผูกพันของนายจ้างกับ

พนักงานจากหลากหลายอุตสาหกรรม ผ่านปัจจัยและเกณฑ์ที่ใช้ประเมินในระดับสากล นอกจากนี้ ยังเป็นเส้นทางแห่งการเรียนรู้ขององค์กรที่จะยกระดับกลยุทธ์และแนวทางการปฏิบัติในการบริหารบุคลากร อันจะนำความสำเร็จก้าวหน้ามาสู่องค์กรและพนักงานอย่างยั่งยืน



สุขภาพ สุขภาวะ และความปลอดภัย

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 403-1, 403-2 & IO 3)

- 9,000 ชั่วโมง ในการอบรม ด้านความปลอดภัยแก่พนักงาน
- 2,700 ชั่วโมง ในการอบรม ดับเพลิงเบื้องต้นแก่พนักงาน
- ZERO Accident



เป้าหมาย

- อบรมด้านความปลอดภัย 9,129 ชั่วโมง แก่พนักงานและคู่ค้า 6 ชั่วโมง
- อบรมดับเพลิงเบื้องต้น แก่พนักงาน 2,682 ชั่วโมง
- พนักงานที่เสียชีวิตจากการปฏิบัติงาน จำนวน 2 ราย จากพนักงานทั้งหมด 23,366 ราย



ผลการดำเนินงาน



คุณวิฑเเวณน์ รักพงษ์ไพโรจน์
Vice Chairman of
the Executive Committee

“

ขอให้ตระหนักถึงความปลอดภัยอยู่เสมอ อย่าละเลยในขณะปฏิบัติหน้าที่ ไม่ใช่เฉพาะเราที่เป็นพนักงาน แต่ต้องรวมถึงความปลอดภัยของคู่ค้าที่มาทำงานร่วมกับกลุ่มทรูด้วย

”

ที่มา: งาน Kick Off Safety
สายงาน Network Engineering and Operations

ทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จอย่างยั่งยืน บริษัทฯ จึงได้จัดกิจกรรมส่งเสริม ความปลอดภัย ความมั่นคง สุขภาวะที่ดีทั้งกายและใจ ให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอครอบคลุมเหมาะสมกับพนักงานทุกเพศทุกวัย พร้อมทั้งกระจายจัดกิจกรรมอย่างทั่วถึงในทุกสำนักงานที่มีพนักงานปฏิบัติงาน

บริษัทฯ ยึดมั่นแนวปฏิบัติตามมาตรฐานของเครือเจริญโภคภัณฑ์ “SHE Management Standards Guideline” ดำเนินการจัดการด้านความปลอดภัย สุขอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยผู้บริหารทุกคนต้องยึดถือการจัดการดูแลความปลอดภัยและสุขอนามัยของพนักงานเป็นพื้นฐานสำคัญในการดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งนำไปปฏิบัติจนเกิดเป็นวัฒนธรรมขององค์กร ในการดูแลและส่งเสริมการทำงานด้วยความปลอดภัย ดูแลสุขภาพ

และสร้างความสมดุลระหว่างงานกับครอบครัว และต้องนำหลักการดังกล่าวขยายผลไปยังผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มอื่น อาทิ คู่ค้า พันธมิตรธุรกิจ เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ พร้อมทั้งจัดหาอุปกรณ์การทำงาน อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลให้ได้มาตรฐานและปฏิบัติตามข้อกำหนดในสัญญาว่าจ้าง ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้พนักงาน ผู้รับเหมา และเพื่อนคู่ค้ามีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีขึ้นร่วมกัน

สุขภาพ สุขภาวะ และความปลอดภัยของพนักงาน

เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ที่ต้องการปรับกระบวนการทำงานขององค์กรเข้าสู่ระบบดิจิทัล (Digitization) และการสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานร่วมกันของพนักงาน บริษัทฯ ดำเนินการส่งเสริมสุขภาพและสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่ดีผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ อาทิ ส่งเสริมให้พนักงานมีการรายงานสภาพการณ์ที่ไม่ปลอดภัยและการเกิดอุบัติเหตุ ผ่านแอปพลิเคชันทรู คอนเน็ค (True Connect Application) ทำให้พนักงานทุกระดับทราบข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นและปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้องทันต่อเหตุการณ์ และพัฒนาแอปพลิเคชันทรู เอชอาร์ (True HR Application) ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้พนักงานติดต่อสื่อสารกับบริษัทฯ และหัวหน้าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล ในฟังก์ชัน HR Services ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ วันลา ประกันสุขภาพ เงินเดือนและหนังสือรับรอง สิทธิประโยชน์ โครงการปลูกผัก และการเบิกค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสุขภาพ ทำให้พนักงานสามารถสืบค้นข้อมูลส่วนบุคคล และรับบริการผ่านระบบออนไลน์ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

ด้านสุขภาพของพนักงาน บริษัทฯ ดำเนินการเชิงรุกโดยร่วมมือกับโรงพยาบาลจัดหาวัคซีนป้องกันโรค และตรวจคัดกรองโรคต่างๆ บริการให้กับพนักงานและครอบครัวทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดในราคาพิเศษที่ย่อมเยากว่าการเข้ารับบริการที่โรงพยาบาล ได้แก่ วัคซีนป้องกันโรคไขหวัดใหญ่สายพันธุ์เอ วัคซีนป้องกันโรคไวรัสตับอักเสบบี วัคซีนป้องกันโรคเมะเร็งปากมดลูก 4 สายพันธุ์ และการตรวจคัดกรองมะเร็งทรวงอก พร้อมกันกับการอบรมยามาเชื้อไวรัสไขหวัดใหญ่ในพื้นที่อาคารสำนักงาน ในกรณีที่พนักงานในอาคารสำนักงานนั้นๆ ป่วยเป็นโรคไขหวัดใหญ่ โดยได้ดำเนินการไปกว่า 90 ครั้ง ในปี 2561 เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคในสถานที่ปฏิบัติงาน ในด้าน

การป้องกันและส่งเสริมสุขภาพ บริษัทฯ จัดให้มีศูนย์ออกกำลังกายให้กับพนักงานทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ปรับแผนการตรวจสุขภาพประจำปีให้เหมาะสมและตรงกับช่วงอายุ และตรวจสุขภาพเพิ่มเติมให้กับพนักงานในกลุ่มงานพิเศษที่มีความเสี่ยงจากการทำงาน รวมถึงบริษัทฯ ยังห่วงใยสุขภาพของพนักงานที่เกษียณอายุ โดยสามารถแสดงความประสงค์ที่จะตรวจสุขภาพร่วมกับบริษัทฯ ได้ต่อโดยมีค่าตรวจสุขภาพเท่ากับราคาพนักงานปกติ

ด้านสุขภาวะและสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำงานที่ดีของพนักงาน บริษัทฯ จัดให้มี “โครงการปลูกผัก” มุ่งมั่นตอบสนองความต้องการของพนักงานที่หลากหลาย และความสุขของพนักงาน เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการสร้างสุข (Happy Workplace) อย่างแท้จริง และรณรงค์ “กิจกรรมปลูกผัก” ใน 4 ด้าน คือ ปลูกผักสุขภาพ ปลูกผักปลูกธรรม ปลูกความผูกพัน และปลูกความมั่งคั่ง

● **ปลูกผักสุขภาพ** บริษัทฯ ให้ความสำคัญด้านสุขภาพของพนักงานทั้งสุขภาพกายและสุขภาพใจและการทำงานอย่างมีความสุข ผ่านการบรรยาย การจัดกิจกรรม และการเยี่ยมเยียนพื้นที่ ดังนี้

เชิญผู้เชี่ยวชาญมาบรรยายและจัดกิจกรรมให้แก่พนักงานในหัวข้อที่สอดคล้องกับการเฝ้าระวังโรค การบริโภค และการออกกำลังกายอย่างถูกวิธี เช่น รู้ทันโรคช่องท้อง เคล็ด (ไม่) ลับ อาหารชะลอวัย (You are what you eat) และ ฟิตเข้าตี หนีข้อเสื่อม เป็นต้น โดยมีพนักงาน 423 คน เข้าร่วมกิจกรรม

- ผู้บริหารลงพื้นที่เยี่ยมและให้กำลังใจพนักงาน 187 ครั้ง ทีมปลูกผักเยี่ยมและให้กำลังใจพนักงาน 40 ครั้ง และกิจกรรมทำบุญตักบาตร 12 ครั้ง

- ปลูกผักสปรานวดเพื่อสุขภาพ เพื่อให้พนักงานผ่อนคลายจากความตึงเครียดในการทำงาน พนักงานสามารถจองผ่านระบบออนไลน์ โดยจัดให้มีบริการตั้งแต่ปี 2556 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6

- โยคะเพื่อกายบำบัด มุ่งส่งเสริมให้พนักงานมีสุขภาพดี จัดให้มีขึ้นสัปดาห์ละ 3 วัน ตั้งแต่ปี 2556 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 ในปี 2561 มีพนักงานเข้าร่วมกิจกรรมกว่า 8,400 คน

- JUZZ Dance โปรแกรมสุขภาพแนวเต้นสไตล์ Zumba สร้างความแข็งแรงให้แก่ร่างกาย และส่งเสริมให้พนักงานมีสุขภาพดีในระยะยาว จัดสัปดาห์ละ 2 ครั้ง มีพนักงานลงทะเบียนร่วมกิจกรรม ตลอดปี 2561 จำนวนกว่า 6,000 คน

● **ปลูกรักปลูกธรรม** เป็นกิจกรรมพัฒนาจิตใจเพื่อให้พนักงานมีหลักยึดในการปฏิบัติงานและการดำเนินชีวิต ในปี 2561 มีการจัดกิจกรรมปลูกรักปลูกธรรมหลายส่วน ดังนี้

- กิจกรรมที่จัดเป็นประจำทุกเดือน อาทิ การตักบาตร และถวายภัตตาหารพระสงฆ์

- กิจกรรม Forum ปลูกรักปลูกธรรมมีกิจกรรม "ธรรมจาริกจากด้านใน" และ "ศิลปะแห่งความสุข" โดยเชิญวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิมาให้ความรู้แก่พนักงาน มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่า 294 คน

- พนักงานสามารถใช้สิทธิ์ลาไปปฏิบัติธรรมได้ 5 วันต่อปี โดยมีจำนวนพนักงานใช้สิทธิ์ลาในปี 2561 จำนวน 43 คน

● **ปลูกความผูกพัน** เป็นกิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์และการทำงานเป็นทีมของพนักงาน เน้นให้พนักงานทุกระดับที่ทำงานอยู่ในที่ทำงานเดียวกัน ได้เรียนรู้วิธีการสื่อสาร สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน ลดความขัดแย้งและการทำงานเป็นทีมเพื่อบรรลุเป้าหมายไปด้วยกัน ในปี 2561 ทีมงานปลูกรักได้ร่วมกับพนักงานทรูช็อป จัดกิจกรรมปลูกความผูกพันสัญจรให้กับพนักงานกว่า 890 คน ในการจัดกิจกรรม 31 ครั้ง

● **ปลูกความมั่งคั่ง** เพื่อมุ่งส่งเสริมสุขภาพทางการเงินตลอดจนช่วยแก้ปัญหาทางการเงินให้แก่พนักงานและแนะนำอาชีพภายหลังเกษียณ แบ่งกิจกรรมออกเป็น 3 ส่วน คือ

- ปลูกความมั่งคั่ง จัดกิจกรรม 4 ครั้ง จำนวนพนักงานเข้าร่วมกิจกรรม 441 คน

- ปลูกความมั่งคั่งสัญจร จัดกิจกรรม 31 ครั้ง ใน 31 พื้นที่ มีพนักงานเข้าร่วมกิจกรรม 1,636 คน

- ปลูกรัก Happy Retirement จัดกิจกรรม 6 ครั้ง จำนวนพนักงานเข้าร่วมกิจกรรม 110 คน

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังจัดให้มีการตรวจคุณภาพอากาศเสียงและความสว่าง เพื่อให้สภาพแวดล้อมในสถานที่ปฏิบัติงานเอื้อต่อการทำงานของพนักงานอย่างเหมาะสม ปีละ 1 ครั้ง รวมทั้งสิ้น 26 พื้นที่สำนักงาน รวมถึงจัดให้มีการตรวจคุณภาพอาหารที่จำหน่ายในโรงอาหารของบริษัทฯ เป็นประจำทุกปี และกำหนดให้ผู้ประกอบอาหารในร้านค้าทุกคนต้องตรวจโรคทางผิวหนัง และโรคระบบทางเดินหายใจ

ด้านความปลอดภัย บริษัทฯ ดำเนินกิจกรรมด้านความปลอดภัยผ่านการฝึกอบรมให้กับพนักงานในหลักสูตรทั่วไป และหลักสูตรเฉพาะสำหรับการทำงานต่างๆ โดยมีจำนวนพนักงานเข้าร่วมการฝึกอบรมในหลักสูตรที่จัดขึ้นรวมกว่า 3,500 คน เพื่อลดจำนวนการเกิดอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานและเตรียมพร้อมต่อเหตุการณ์ไม่คาดคิดที่อาจเกิดขึ้นได้

ตารางกิจกรรมด้านความปลอดภัย ปี 2561

ลำดับ	กิจกรรม	จำนวนครั้ง	จำนวนคน
1	หลักสูตรความปลอดภัยพื้นฐาน (Fundamental Safety Training) - อบรมการดับเพลิงเบื้องต้น การปฐมพยาบาลเบื้องต้น และการปฐมพยาบาลการช่วยชีวิตขั้นพื้นฐาน (CPR) - คณะกรรมการความปลอดภัย - เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับบริหาร (จป.บริหาร) - เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับเทคนิค (จป.เทคนิค) - เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับหัวหน้างาน (จป.หัวหน้างาน) - ความปลอดภัยในการทำงานของผู้รับเหมา - หลักสูตรความปลอดภัยอื่นๆ	16 1 1 1 1 3 21	704 45 19 12 58 83 630
2	หลักสูตรการขับรถเชิงป้องกันอุบัติเหตุ (Defensive Driving Training)	53	2,421
3	การซ้อมอพยพหนีไฟ (Emergency Fire Drill)	11 พื้นที่	4,519
4	การตรวจประเมินด้านความปลอดภัยในพื้นที่ปฏิบัติงาน (Safety Site Visit/Audit)	30 สถานี่ฐาน	—

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้บริษัทฯ จะดำเนินการเชิงรุกใน ด้านของความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง ในปี 2561 ผลสรุป สถิติด้านความปลอดภัยของพนักงานในกลุ่มทรู พบว่ามี จำนวนอุบัติเหตุทั้งสิ้น 25 ครั้ง มีผู้บาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน จำนวน 20 ราย คิดเป็นจำนวนวันทำงานที่สูญเสีย (Loss Working Day) 672 วัน และมีจำนวนผู้เสียชีวิต ทั้งสิ้นจำนวน 2 ราย อันเนื่องมาจากอุบัติเหตุจากการขับรถยนต์ไปปฏิบัติ งานและไฟฟ้าลัดวงจรขณะปฏิบัติงาน โดยมีคณะกรรมการ ด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมใน การทำงาน (Occupational Health Safety and Working Environment Committee) ทำหน้าที่สอบสวนวิเคราะห์หา สาเหตุของอุบัติเหตุ เพื่อหาแนวทางการป้องกัน (Risk Alert) และป้องกันการเกิดซ้ำโดยเสนอและชี้แจงต่อคณะกรรมการ ความปลอดภัยในแต่ละสายงานเพื่อเตือนต่อพนักงานที่อยู่ใน ความรับผิดชอบและกำชับให้ปฏิบัติตามมาตรการด้าน ความปลอดภัยของบริษัทฯ ดังต่อไปนี้

1. จัดส่ง Risk Alert เพื่อให้หัวหน้างานทำการประชาสัมพันธ์ให้พนักงานได้รับทราบถึงอันตรายและแนวทางในการป้องกันมิให้เกิดอุบัติเหตุขึ้นอีก

2. แจ้งให้ทุกพื้นที่ได้ทำการสำรวจหาบริเวณพื้นที่ที่ปฏิบัติ
งานที่มีความเสี่ยงในลักษณะเดียวกันเพื่อทำการประเมิน

ปรับปรุง แก้ไขและแจ้งให้พนักงานได้รับทราบถึงอันตราย
ในแต่ละพื้นที่

3. หน่วยงานเร่งตรวจสอบอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (PPE) รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือที่ชำรุด ประจํารถและประจําตัวช่าง โดยให้หัวหน้างานและผู้ปฏิบัติงานเร่งจัดหาและตรวจสอบ PPE ว่าอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์พร้อมใช้งานรวมถึงมีการบังคับให้พนักงานใช้งานตามความเสี่ยงอย่างถูกต้องเหมาะสม

4. หัวหน้างานต้องตรวจสอบใบอนุญาตในการปฏิบัติงาน
ของผู้ปฏิบัติงานและบทพจนการฝึกอบรมในระยะเวลา
ที่กำหนด

5. ผู้ปฏิบัติงานและหรือทีมงานต้องทำการวางแผนและประเมินอันตรายก่อนการปฏิบัติงานทุกครั้ง และจะต้องปฏิบัติงานตามขั้นตอนการทำงานและยึดกฎระเบียบความปลอดภัยเสมอ

6. หน่วยงานที่ตรวจรับงาน จะต้องตรวจสอบงานติดตั้งให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด หากพบว่างานติดตั้งดังกล่าวไม่เป็นไปตามกำหนด จะต้องปฏิเสธ และสั่งให้ผู้รับเหมาทำการแก้ไขให้แล้วเสร็จ

7. เพิ่มความถี่ในการตรวจการปฏิบัติงานที่หน้างาน
โดยหัวหน้างาน



สุขภาพ สุขภาวะ และความปลอดภัยของค้ค้า พรีไบโอติก และพรีไบโอติกช่วง

บริษัท มีระบบบริหารจัดการความปลอดภัยคู่ค้าและผู้รับเหมา (Safety Contractor Management) โดยแยกตามลักษณะงานของคู่ค้าและผู้รับเหมาโดยกำหนดให้คู่ค้าและผู้รับเหมาทั้งรายปัจจุบันและรายใหม่เข้าร่วมอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวกับข้อปฏิบัติในการทำงานและความปลอดภัย และต้องผ่านการประเมินตนเองของคู่ค้าบนระบบออนไลน์ (Online Suppliers' Self-Assessment) ตามเกณฑ์ด้าน

สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) รวมถึงด้านความปลอดภัย ของหน่วยงานจัดซื้อจัดจ้างเพื่อประเมินระบบจัดการด้านความปลอดภัยของผู้รับเหมาทุกรายก่อนออกไปสั่งซื้อหรือเอกสารจัดจ้าง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดหลักสูตรอบรมวิธีปฏิบัติที่ปลอดภัยในการทำงานสำหรับผู้รับเหมา (Safe Working Practices for Contractor) โดยมีตัวแทนบริษัทผู้รับเหมาเข้าร่วมฝึกอบรมจำนวน 35 บริษัท

สำหรับสถิติด้านความปลอดภัยของคู่ค้า/ผู้รับเหมา ตลอดปี 2561 พบว่า มีจำนวนอุบัติเหตุทั้งสิ้น 5 ครั้ง มีผู้บาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจำนวน 5 ราย และมีจำนวนผู้เสียชีวิต จำนวน 1 ราย คิดเป็นจำนวนวันทำงานที่สูญเสีย (Lost Working Day) 6,501 วัน โดยอุบัติเหตุที่ถึงแก่ชีวิต 1 กรณี มีสาเหตุจากไฟฟ้ารั่วลงโครงเสา ส่งผลทำให้ผู้ปฏิบัติงานได้รับอันตรายจากไฟฟ้า โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการเพื่อลดโอกาสของการเกิดอุบัติเหตุและป้องกันการเกิดเหตุซ้ำขึ้นอีก ดังนี้

1. แจ้งการไฟฟ้าให้ตรวจสอบและแก้ไขระบบจ่ายไฟไม่ให้มีกระแสไฟจากขั้ว Neutral
2. ตรวจสอบกระแสไฟทุกครั้งก่อนปฏิบัติงาน ต้องมั่นใจว่าไม่มีกระแสไฟรั่วในพื้นที่ก่อนปฏิบัติงาน

- ในการปฏิบัติงานซ่อมบำรุงใดๆ ให้เพิ่มการตรวจเช็คกระแสไฟที่ขั้ว Neutral และขั้วสายดิน (Ground) ว่ามีกระแสไฟหรือไม่

- วัดไฟ หรือ ตรวจเช็คกระแสไฟทุกครั้งก่อนสัมผัสส่วนที่เป็นโลหะ และตัวนำไฟฟ้าต่างๆ

3. สวมใส่อุปกรณ์ PPE ขณะปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด

4. มีคู่ผู้ร่วมงาน (Buddy) ขณะปฏิบัติงาน เพื่อช่วยเหลือกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน

5. อบรมพนักงานเพื่อให้มีความรู้ถึงมาตรฐานการปฏิบัติงาน และปฏิบัติตามคู่มือการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด

6. จัดส่ง Risk Alert เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ให้กับพนักงานและผู้รับเหมารายอื่นได้รับทราบถึงอันตรายและแนวทางในการป้องกันมิให้เกิดอุบัติเหตุขึ้นอีก

TRUE
Highlight

งาน Kick Off Safety

สำหรับสายงาน Network Engineering and Operation

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมพนักงานที่ปฏิบัติงานภาคสนาม โดยเน้นสร้างจิตสำนึกการทำงานด้วยความปลอดภัยและไม่ประมาท มีความรับผิดชอบ โดยจัดงาน Kick Off Safety ให้กับสายงาน Network Engineering and Operation จำนวน 155 คน ซึ่งเป็นตัวแทนพนักงานที่ปฏิบัติงานภาคสนามทุกพื้นที่ทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดทั่วประเทศ ส่งต่อแนวทางการแก้ไขและป้องกันเพื่อลดอุบัติเหตุและความสูญเสียให้พนักงานในแต่ละพื้นที่ ไม่ให้เกิดเหตุร้ายขณะปฏิบัติหน้าที่ สร้างความปลอดภัย ลดความสูญเสีย โดยนำตัวอย่างอุบัติเหตุต่างๆ ที่มีลักษณะงานใกล้เคียงกับกิจกรรมการดำเนินงานของกลุ่มทรูมาเป็นกรณีศึกษาเพื่อให้พนักงานรับรู้และตระหนัก

เปลี่ยนอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (Personal Protection Equipment : PPE) จาก Safety Belt เป็น Safety Harness แบบ Full Body Harness เพื่อความปลอดภัยของพนักงาน จำนวน 736 ชุด เป็นเงินจำนวน 2,303,680 บาท พร้อมอบรมการใช้งานเพื่อเพิ่มทักษะให้สามารถนำไปใช้งานได้ถูกต้อง และเกิดความปลอดภัยในการทำงานบนที่สูง



อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล Full Body Harness
อบรมการใช้งานอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล
(Personal Protection Equipment : PPE)

HOME

มุ่งมั่นเพื่อสิ่งแวดล้อมยั่งยืน

“สร้างจิตสำนึกรักธรรมชาติ
เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สร้างสังคมให้น่าอยู่”



กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม



พลังงาน

ยึดหลัก
การใช้พลังงาน
อย่างประหยัด
และรู้คุณค่า



น้ำ

ยึดหลัก 3Rs
1. R-REDUCE
2. R-REUSE
3. R-RECYCLE



ของเสียรวม

ของเสียอิเล็กทรอนิกส์

ยึดหลัก 4Rs
1. R-REDUCE
2. R-REUSE
3. R-RECYCLE
4. R-RESPONSIBLE



กลยุทธ์ในด้านวัตถุดิบและจัดซื้อ

1. วัตถุดิบ

สรรหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
มาจากแหล่งที่รับผิดชอบต่อตรวจสอบย้อนกลับได้



2. กระบวนการพัฒนา

กระบวนการที่ใช้วัตถุดิบ
อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

3. นำกลับมาใช้ใหม่

มุ่งเน้นการนำวัตถุดิบ/ผลิตภัณฑ์
กลับมาใช้ใหม่



การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

(GRI 102-11, 103-1, 103-2, 103-3, 302-1, 302-2, 303-1, 305-1, 305-2, 306-2, 307-1)

- ลดการใช้น้ำต่อรายได้ลงร้อยละ 10 ภายในปี 2563 เทียบกับปี 2558
- ลดการใช้ไฟฟ้าต่อรายได้ลงร้อยละ 10 ภายในปี 2563 เทียบกับปี 2558
- ส่งเสริมการปลูกต้นไม้ และแอปพลิเคชัน We Grow จำนวน 6 ล้านต้น



เป้าหมาย

- ลดการใช้น้ำต่อรายได้ลงร้อยละ 39 เทียบกับปี 2558
- ลดการใช้ไฟฟ้าต่อรายได้ลงร้อยละ 23 เทียบกับปี 2558
- จำนวนผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน We Grow 22,313 ครั้ง รวมจำนวนต้นไม้ที่ปลูก 4.29 ล้านต้น



ผลการดำเนินงาน



คุณกฤษ ศิระประภาศิริ
Assistant Director
Innovation & Sustainability

“

การดำเนินธุรกิจทุกประเภทย่อมมีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม จึงเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของธุรกิจนั้นๆ ที่จะศึกษา ทำความเข้าใจผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจและมีมาตรการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ กลุ่มทรู มุ่งมั่นพัฒนาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม และมาตรการต่างๆ เพื่อลดผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจสร้างความมั่นใจต่อผู้มีส่วนได้เสียว่าเราดำเนินกิจการด้วยความใส่ใจคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมในทุกขั้นตอน

”

กลุ่มทรู ตระหนักและให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพสูงสุด จึงได้กำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเน้นเรื่องการจัดกรพลังงาน น้ำ และของเสีย ภายใต้กรอบการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนของทรู มีนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อดูแลและบริหารจัดการผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจต่อสิ่งแวดล้อมตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน ผ่านมาตรการ โครงการ

และกิจกรรมต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งส่งเสริมการอนุรักษ์และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การกำกับดูแลของคณะทำงานด้านการอนุรักษ์พลังงาน (Energy Management Committee) และคณะทำงานด้านระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (EMS Steering Committee) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการกำหนดเป้าหมายและดัชนีชี้วัดผลการดำเนินงานขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง โดยได้รับความร่วมมือภายในองค์กรตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงที่ผลักดันนโยบายตลอดจนกระจายไปสู่การปฏิบัติการของพนักงาน โดยมีการกำหนดผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจนผ่านระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล ISO 14001:2015 ซึ่งบริษัทฯ นำมากำหนดเป็นกรอบแนวทางในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมภายในองค์กรผ่านโครงการต่างๆ อาทิ การลดการใช้พลังงาน ทรัพยากรน้ำ และการจัดการของเสียอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยมุ่งเน้นใน 3 เรื่อง ได้แก่

1. การบริหารจัดการการใช้พลังงาน สร้างจิตสำนึกการใช้พลังงานอย่างประหยัดและรู้คุณค่า ปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมและสนับสนุนการใช้พลังงานหมุนเวียน อาทิ ติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ ณ สถานที่ฐานในเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ ลดการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับเครื่องกำเนิดไฟฟ้า ปรับปรุงและปรับเปลี่ยนระบบปรับอากาศให้มีประสิทธิภาพการใช้พลังงานที่สูงขึ้น และเปลี่ยนหลอดไฟเป็นหลอด LED ซึ่งสามารถให้แสงสว่างและประหยัดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้มากขึ้น เป็นต้น

2. การบริหารจัดการการใช้น้ำ ยึดหลัก 3Rs ได้แก่ R-Reduce ลดการใช้น้ำที่ไม่จำเป็น R-Reuse ใช้น้ำให้คุ้มค่าที่สุด โดยการนำกลับมาใช้ซ้ำ และ R-Recycle นำน้ำกลับมาใช้ใหม่ บริษัทฯ ร่วมมือกับผู้ดูแลอาคาร หรือสถานที่ดำเนินงานต่างๆ ในการปรับปรุงอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการใช้น้ำให้เป็นระบบอัตโนมัติมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ น้ำเสียที่เกิดขึ้นจากอาคารสำนักงาน บริษัทฯ กำกับดูแลร่วมกับผู้ดูแลอาคารให้มีการบำบัดน้ำเสียให้เป็นไปตามมาตรฐานน้ำทิ้งประเภทต่างๆ ตามขนาดของอาคารที่หน่วยงานรัฐได้กำหนดไว้

3. การบริหารจัดการของเสีย ทั้งของเสียทั่วไป ของเสียอันตรายและของเสียอิเล็กทรอนิกส์ โดยยึดหลัก 4Rs ได้แก่

- 1) R-Reduce ลดปริมาณของเสียจากแหล่งกำเนิด
- 2) R-Reuse นำกลับมาใช้ซ้ำ
- 3) R-Recycle นำกลับมาใช้ใหม่
- 4) R-Responsible กำจัดของเสียและของเสียอิเล็กทรอนิกส์อย่างรับผิดชอบ

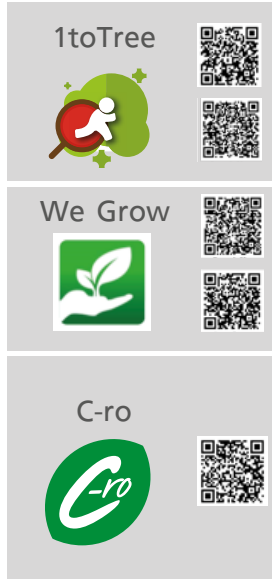
นอกจากนี้ ในปี 2561 บริษัทฯ ดำเนินการส่งเสริมและสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง จึงดำเนินการจัดฝึกอบรมพัฒนาความรู้ด้านการดูแลธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมลงในหลักสูตรการพัฒนาอย่างยั่งยืนแบบออนไลน์ โดยบริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานทุกคนเข้ารับการฝึกอบรมและผ่านการทำแบบทดสอบ เพื่อประเมินความรู้ความเข้าใจของพนักงาน รวมถึงการขยายการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมไปยังผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ ได้แก่ การลดการใช้ถุงและบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้ง ลดการใช้กระดาษภายในและภายนอกองค์กร (Paperless) ผ่านการขยายขอบเขตระบบใบแจ้งหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Billing) ในช่องทางบริการออนไลน์ เช่น อีเมล และแอปพลิเคชัน เป็นต้น เพื่อลดปริมาณการใช้กระดาษ โดยสามารถลดการใช้กระดาษมากกว่า 1.7 ล้านแผ่น เทียบเท่าการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกประมาณ 8.33* ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ตั้งแต่ปี 2559 เป็นต้น อีกทั้ง การเข้าร่วมโครงการ Shred2Share by INFOZAFE โดยการนำเอกสารสำคัญไปทำลายอย่างถูกวิธีเป็นจำนวน 26.16 ตัน ซึ่งสามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ถึง 6.80 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า เมื่อผ่านกระบวนการย่อยทำลายแล้วกระดาษเหล่านี้จะเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลต่อไป

 ผลการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	ลดการใช้ไฟฟ้าจากการดำเนินโครงการต่างๆ เช่น ปรับปรุงระบบทำความเย็น เปลี่ยนหลอดไฟฟ้าเป็นแบบ LED และปรับปรุงอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ได้มากกว่า 258,402 kWh
	ลดการใช้ไฟฟ้าจากพลังงานทางเลือก โดยการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ณ สถานีฐานและชุมสายได้มากกว่า 41.6 MWh ต่อปี
	E-BILLING ลดการใช้กระดาษมากกว่า 1.7 ล้านแผ่น เทียบเท่าการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกประมาณ 8.33 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

*emission factor = 955.6535 kg CO2e, ต่อกระดาษ 1 ตัน

ที่มา: United Kingdom: UK Government, Greenhouse Gas Reporting: Conversion Factors 2018

กลุ่มทรู มิได้เป็นเพียงผู้ให้บริการโทรคมนาคมบนเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพเท่านั้น แต่ยังเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมที่หลากหลาย เอื้อประโยชน์ทั้งเชิงพาณิชย์ สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งบริษัทฯ พัฒนาผลงานนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ อาทิ แอปพลิเคชัน “1toTree” แอปพลิเคชัน “C-ro” และแอปพลิเคชัน “We Grow” เป็นต้น



เป็นหนึ่งในนวัตกรรมที่นำกระบวนการเรียนรู้แบบ Play & Learn เข้ามาประยุกต์ใช้ เพื่อกระตุ้นความสนใจของเด็กๆ ในการติดตามเรื่องราวและข้อมูลต้นไม้ชนิดต่างๆ ผ่านคำทายปริศนา และการสะสมคะแนน ตามจำนวนพันธุ์ไม้ที่กำหนดไว้ ซึ่งเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะช่วยสอดแทรกการปลูกจิตสำนึกอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้กับเยาวชน ทำให้เยาวชนได้เรียนรู้คุณค่าของพันธุ์ไม้ชนิดต่างๆ อย่างเข้าใจ ด้วยการค้นคว้าด้วยตัวเอง หรือการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง

เป็นกลไกสนับสนุนการปลูกต้นไม้ในสังคมยุคดิจิทัล โดยสามารถแชร์ข้อมูลผ่านแอปพลิเคชัน ติดตามอัปเดตการเจริญเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง แลกเปลี่ยนข้อมูลเชื่อมโยงเครือข่ายสังคมผู้ปลูกต้นไม้ครั้งแรกของโลก รวมทั้งเป็นคลังข้อมูลความรู้เรื่องต้นไม้ที่ใหญ่ที่สุด ประกาศเชิญชวนคนไทย ร่วมสร้างพื้นที่สีเขียวภายในบ้าน และภายในชุมชนแบบครบวงจร

กลุ่มทรู ได้ร่วมกับองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) และเครือเจริญโภคภัณฑ์ สร้างสรรค์ขึ้น เพื่อรณรงค์ให้ประชาชนทั่วไปร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยคำนวณปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน พร้อมให้ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (UN Sustainable Development Goals : UN SDGs) ในด้านการสร้างเมืองและถิ่นฐานมนุษย์ที่ปลอดภัยและยั่งยืน (Sustainable Cities & Communities) และการรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change)

ในปี 2561 บริษัทฯ ดำเนินการสอดคล้องกับกฎหมาย และข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมและไม่พบกรณีที่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ จัดให้มีกระบวนการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มี

ส่วนได้เสียถึงการบริหารจัดการประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม โดยผู้มีส่วนได้เสียสามารถแสดงข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะผ่านช่องทาง True Call Center 1242 โดยบริษัทฯ พร้อมพิจารณาข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอในทุกประเด็น และพร้อมนำไปปรับปรุงการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมต่อไป

TRUE Highlight

ยกระดับระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล ISO 14001:2015



กลุ่มทรู ประกาศนโยบายการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management System: EMS) และได้รับการรับรองมาตรฐานสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2015 พื้นที่สำนักงานใหญ่ อาคาร ทรู ทาวเวอร์ในเดือนพฤษภาคม และขยายผลขอบเขตการรับรองอย่างต่อเนื่องไปยังสำนักงานทรูทาวเวอร์ 2 และสำนักงานสาขา จ.ขอนแก่น ในเดือนธันวาคม ปี 2561 สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มทรู มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจโดยตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งมาตรฐาน ISO 14001: 2015 นี้ เป็นมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ช่วยให้องค์กรที่นำระบบการจัดการดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ สามารถปฏิบัติ ติดตามผล และปรับปรุงการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นไปตามกฎหมาย อันนำไปสู่การสร้าง

น่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้า ตลอดจนสร้างความเข้าใจที่ชัดเจนในหน้าที่ความรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อมแก่บุคลากร และเพื่อยกระดับความสามารถในการจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยความสำเร็จครั้งนี้ได้รับความร่วมมือจากเพื่อนพนักงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเป็นอย่างดี ทำให้เกิดการปฏิบัติงานด้านการจัดการผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันในสถานประกอบการหลักของบริษัทฯ ทั้งในด้านการบริหารจัดการพลังงาน การบริหารจัดการน้ำ และการบริหารจัดการของเสีย



สามารถอ่านนโยบายสิ่งแวดล้อมฉบับเต็มเพิ่มเติม
โดยสแกน QR Code



การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

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

- ลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก
ต่อรายได้จากการบริการลงร้อยละ 10
ภายในปี 2563 เทียบกับปีฐาน 2558
- การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกไม่เกิด
3.97 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
ต่อรายได้จากการบริการ 1 ล้านบาท



เป้าหมาย

- ลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก
ต่อรายได้จากการบริการลงร้อยละ 25
เทียบกับปีฐาน 2558
- ปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่
ความเข้มข้น 3.18 ตันคาร์บอนไดออกไซด์
เทียบเท่าต่อรายได้จากการบริการ
1 ล้านบาท (Scope 1 & Scope 2)



ผลการดำเนินงาน



คุณสุนันท์ กาญจนพิบูลย์
Deputy Director
Regional Network &
Service Operations (BMA)

“

การใช้พลังงานในการดำเนินงานเครือข่ายเพื่อให้บริการนั้น อาจส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมรวมทั้งการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก (Climate Change) เราจึงมุ่งมั่นที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการลดผลกระทบดังกล่าว โดยการส่งเสริมและผลักดันให้มีการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ตั้งแต่กระบวนการสรรหาออกแบบเครือข่าย และตลอดจนการบำรุงรักษาให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้พลังงานอย่างสูงสุด รวมทั้งการสรรหานวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาด (Clean Energy) สะท้อนถึงความตระหนักในการรับผิดชอบต่อส่วนรวมของประเทศและภูมิภาคอย่างยั่งยืนตลอดไป

”

บริษัทฯ มุ่งมั่นและสนับสนุนสังคมในการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก ด้วยการกำหนดกลยุทธ์ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยคำนึงถึงความเสี่ยงและโอกาสที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตที่จะส่งผลกระทบต่อการทำงานทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวของกลุ่มทรู ซึ่งสอดคล้องต่อการดำเนินงานของประเทศไทยภายใต้แนวคิด Catalyst for Change รวมถึงแผนการลดก๊าซ

เรือนกระจกของประเทศ ปี 2564-2573 จากการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศโลก ครั้งที่ 24 หรือ COP 24 ซึ่งประเทศภาคีสมาชิกมีจุดมุ่งหมายชัดเจนตามข้อตกลงปารีส โดยเฉพาะการจัดทำและจัดส่งข้อมูลเรื่องการปรับตัวต่อผลกระทบการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อลดการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิให้ต่ำกว่า 2 องศาเซลเซียส หรือไม่ให้เกิน 1.5 องศาเซลเซียส

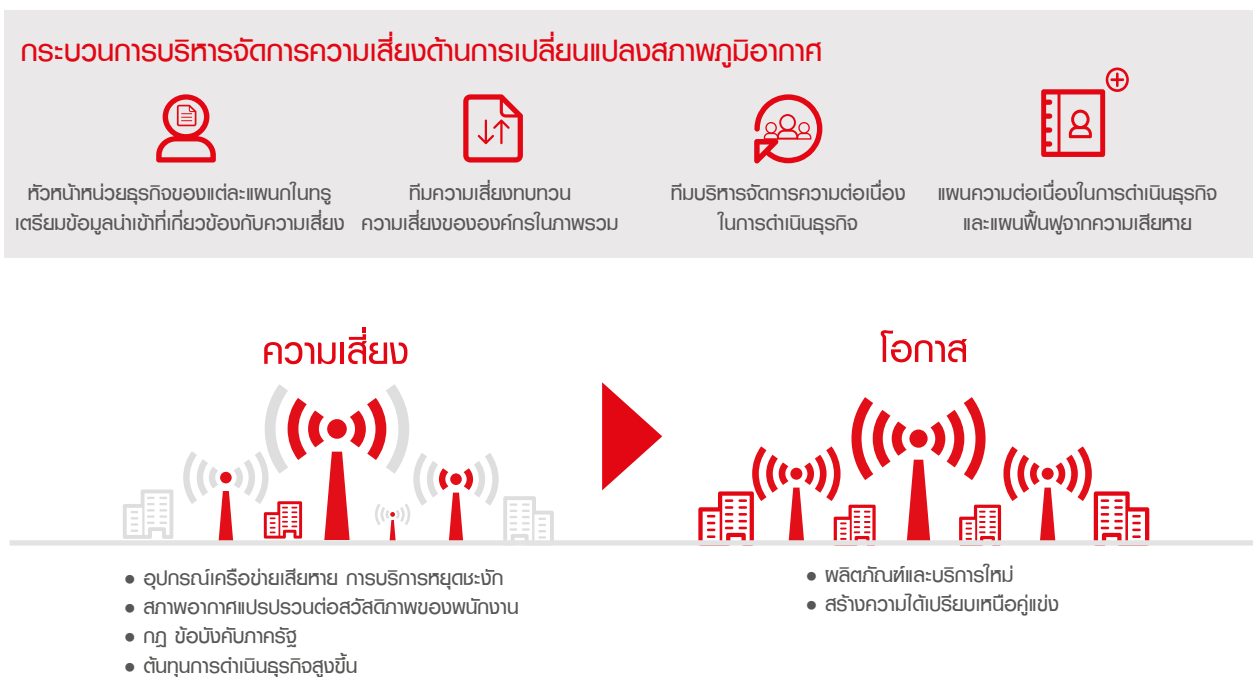
การดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของบริษัท ดำเนินผ่านคณะกรรมการบริหารจัดการการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกของกลุ่มทรู (True Group Working Committee for GHG Emission Management) โดยมีบทบาทและความรับผิดชอบที่สำคัญคือ

1. ขับเคลื่อนการดำเนินโครงการประหยัดพลังงานและโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
2. สนับสนุนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก (GHG Inventory)
3. ทบทวนและนำเสนอโครงการด้านพลังงานและโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อพิจารณาอนุมัติงบประมาณ
4. สนับสนุนการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการประหยัดพลังงานหรือการลดการปล่อยก๊าซเรือน

กระจก รวมถึงพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานดังกล่าว

5. ตรวจสอบติดตามและรายงานผลการดำเนินงานแก่คณะกรรมการด้านประสิทธิภาพในการดำเนินงานและอนุรักษ์พลังงาน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคมของเครือเจริญโภคภัณฑ์

บริษัท มีการประเมินประเด็นความเสี่ยงและโอกาสด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศซึ่งถูกผนวกในกระบวนการประเมินความเสี่ยงขององค์กร (Enterprise Risk Management) เป็นประจำทุกปี ตั้งแต่ที่บริษัท เคยได้รับผลกระทบจากเหตุอุทกภัยเมื่อปี 2554 เป็นต้นมาเพื่อหามาตรการป้องกันเหตุที่อาจจะเกิดขึ้นเชิงรุกร่วมกับหน่วยงานบริหารจัดการความต่อเนื่องของธุรกิจอย่างเหมาะสม และนำผลที่ได้จากการประเมินไปผนวกกับกลยุทธ์และแผนทางธุรกิจ



ในปี 2561 บริษัทฯ ดำเนินกลยุทธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรงซึ่งเกิดจากกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรโดยตรง (Scope 1) และทางอ้อมจากการใช้พลังงานไฟฟ้า (Scope 2) โดยมีการดำเนินการใน 3 แนวทางหลักได้แก่

1. การใช้พลังงานทดแทนในการจ่ายระบบเครือข่ายจากการพัฒนาและขยายการใช้เซลล์แสงอาทิตย์ (Solar Cell) ที่สถานีฐานและเสาสัญญาณ
2. มาตรการและเทคโนโลยีในการประหยัดพลังงานที่สำนักงานใหญ่ สำนักงานสาขา ศูนย์บริการลูกค้า ทูรช็อป และสถานีฐาน เป็นต้น โดยดำเนินการร่วมกับฝ่ายบริหารจัดการสำนักงาน รวมถึงเจ้าของพื้นที่ในการวางมาตรการ

การประหยัดพลังงานอย่างใกล้ชิด และนำเทคโนโลยีทันสมัยมาปรับใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในพื้นที่สำนักงานทั่วประเทศ รวมถึงการนำเทคโนโลยีทันสมัยที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการใช้พลังงานของการดำเนินงานด้านเครือข่ายมาปรับใช้ อาทิ การติดตั้งเครื่องปรับอากาศแบบ Inverter ที่ชุมสาย และสถานีฐาน เป็นต้น

3. ส่งเสริมการลดพลังงานสิ้นเปลืองจากการเดินทางโดยนำเทคโนโลยีดิจิทัล เข้ามาพัฒนากระบวนการทำงานหรืองานบริการลูกค้า เป็นต้น โดยบริษัทฯ จัดให้มีประชุมทางโทรศัพท์ (Conference Call) เพื่อเชื่อมต่อการสื่อสารให้สะดวกโดยไม่ต้องเดินทาง ผ่านการแชทกับเจ้าหน้าที่ “ทรูแคร์” ในแอปพลิเคชันทรูโอเอสอาร์วีเอส “TrueService” ก่อนการเดินทางไปให้บริการต่อลูกค้า

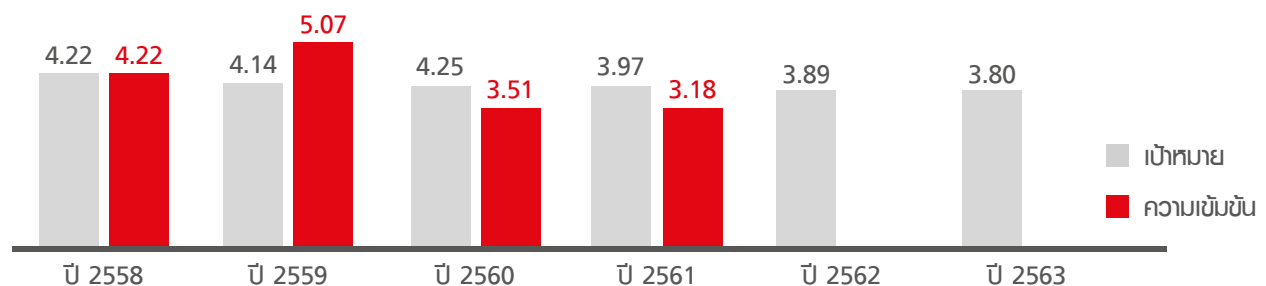
ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ สามารถลดการใช้พลังงานจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงได้อย่างมีนัยสำคัญ ทำให้การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1) ลดลงร้อยละ 15 จาก 19,044 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าในปี 2560 เป็น 16,158 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าในปี 2561 อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ดำเนินการขยายเครือข่ายด้วยการเพิ่มจำนวนอุปกรณ์กระจายสัญญาณโทรศัพท์มือถือ จาก 60,922 ชุด ณ สิ้นปี 2560 เป็น 72,937 ชุด ณ สิ้นปี 2561 หรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 20 ส่งผลให้การใช้ไฟฟ้าในเครือข่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 และเมื่อคำนวณเป็นปริมาณ

ก๊าซเรือนกระจกพบว่าทำให้การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Scope 2) เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 13 จาก 321,712 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าในปี 2560 เป็น 362,952 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าในปี 2561 ส่งผลให้ค่าความเข้มข้นการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อรายได้จากการบริการ เท่ากับ 3.18 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ซึ่งยังไม่เกินเป้าหมายที่กำหนดไว้สำหรับปี 2561 ที่ 3.97 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อรายได้ 1 ล้านบาท

การใช้พลังงานและการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561
ปริมาณการใช้พลังงานทั้งหมด (MWH)	584,073	811,346	626,105	685,198
ปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (SCOPE 1) (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)	18,235	20,465	19,044	16,158
ปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (SCOPE 2) (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)	297,317	426,311	321,712	362,952
ปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม (SCOPE 1 & SCOPE 2) (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)	315,552	446,776	340,756	379,110

ความเข้มข้นการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก (SCOPE 1 & SCOPE 2)

(ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อรายได้จากการบริการ 1 ล้านบาท)



TRUE Highlight

การประเมิน CDP

บริษัทฯ เปิดเผยแพร่ผลการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการสภาพภูมิอากาศผ่านการประเมิน CDP อย่างต่อเนื่องโดยคำนึงถึงความโปร่งใสในการดำเนินงานภายในองค์กรด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และพร้อมนำผลการประเมินร่วมกับแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) มาปรับใช้การดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ สอดรับกับเป้าหมายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก

ประเทศ และบริษัทฯ ตามปรัชญา 3 ประโยชน์ โดยผลการประเมินในปี 2561 บริษัทฯ ถูกจัดอยู่ในระดับ “B” หรือเทียบเท่า “การบริหารจัดการ (Management)” สูงขึ้นจากปี 2560 อยู่ในระดับ “C” หรือเทียบเท่า “ความตระหนักรู้ (Awareness)”



การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

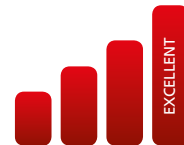
(GRI 102-9, 102-10, 103-1, 103-2, 103-3, 308-1, 308-2, 408-1, 409-1, 414-1, 414-2)

- 100% คู่ค้าหลักผ่านการประเมินด้านความยั่งยืน
- 100% คู่ค้าผ่านการประเมินความเสี่ยงห่วงโซ่อุปทาน
- 100% ส่งมอบและรับทราบ “คู่มือคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า” ต่อคู่ค้าทางตรง (Tier 1 Supplier)



เป้าหมาย

- 100% คู่ค้าหลักผ่านการประเมินด้านความยั่งยืน (ESG) ด้วยระบบประเมินตนเองของคู่ค้าแบบออนไลน์ (Online Supplier Self-Assessment System)
- 100% คู่ค้าผ่านการประเมินความเสี่ยงห่วงโซ่อุปทานด้วยหน่วยงานจัดซื้อ
- 100% คู่ค้าทางตรง (Tier 1 Supplier) ได้รับการส่งมอบและรับทราบ “คู่มือคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า”



ผลการดำเนินงาน



ดร. เจน ศรีวัฒนะสรนา
Group Director – Procurement

“

การจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการแบบเดิมนั้นเน้นที่ความคุ้มค่าทางคุณภาพและการเงิน แต่ความท้าทายของการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน คือ เน้นที่คิดแบบองค์รวม โดยนำปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เข้ามาพิจารณาพร้อมกับกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง โดยมีเป้าหมายในการลดผลกระทบเชิงลบต่อเศรษฐกิจ สังคม สุขอนามัย และสิ่งแวดล้อม ดังนั้น จึงช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในภาพรวมให้แก่องค์กร รูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืนนี้ ถือเป็นกลไกส่วนหนึ่งที่สำคัญของรัฐบาลและองค์กรต่างๆ ของประเทศที่เป็นสมาชิกขององค์การสหประชาชาติ มุ่งหมายที่จะผลักดันและพัฒนาประชาคมโลกให้อยู่กันอย่างสันติสุข

ปัจจุบันเราบริหารการจัดซื้อจัดจ้างครอบคลุมทั้งห่วงโซ่อุปทาน คือ คำนึงตั้งแต่วัตถุดิบที่ได้นำมาจากแหล่งที่มาที่ถูกกฎหมาย สำหรับกระบวนการผลิตต้องดำเนินการด้วยการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และใช้แรงงานที่ถูกกฎหมาย วิธีการจัดซื้อจัดจ้างต้องโปร่งใส สุจริตและเที่ยงธรรม ซึ่งเราและคู่ค้าต้องร่วมมือกันปฏิบัติตามข้อพึงปฏิบัติและจรรยาบรรณของการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement Code of Conduct) อย่างเคร่งครัด สอดคล้องกับกติกาสากล UN Global Compact และหลักการของดัชนีชี้วัดด้านความยั่งยืนระดับสากล เช่น DJSI เป็นต้น พร้อมกับปลูกฝังให้พนักงานและคู่ค้าตระหนักในความสำคัญของจรรยาบรรณนี้ เคารพและปฏิบัติตาม

”

ความสามารถในการแข่งขันและการตอบสนองต่อความต้องการที่รวดเร็วทันตามความเปลี่ยนแปลงของลูกค้าในปัจจุบันจะช่วยขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจให้เกิดความแข็งแกร่ง ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มลูกค้าเป็นสำคัญ ในการยกระดับและผลักดันจนเกิดเป็นความร่วมมือของการพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพในการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ในฐานะที่เป็นผู้ให้บริการธุรกิจโทรคมนาคม กลุ่มทรู ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่าควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพขององค์กรตลอดจนลูกค้า และสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้บริโภคตามกฎหมาย เพื่อบรรลุเป้าหมายด้านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ได้กำหนดไว้ และสอดคล้องต่อคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับฝ่ายจัดซื้อ (Procurement Code of Conduct) รวมถึงคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับลูกค้า (Supplier Code of

Conduct) เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นเลิศ ทัดเทียมกับมาตรฐานหรือแนวปฏิบัติสากล โปร่งใส มีความเป็นธรรมโดยการปฏิบัติอย่างเสมอภาคต่อลูกค้า รวมถึงการมีส่วนร่วมและรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (สามารถติดตามรายละเอียดคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับฝ่ายจัดซื้อ และคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับลูกค้า ได้ที่ <http://www3.truecorp.co.th/new/sustain>)

กลุ่มทรู บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานผ่านกรอบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ (True Supply Chain Management Framework) ใน 5 กระบวนการ ผ่านคณะทำงานห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน (Sustainable Supply Chain Working Team) โดยมีฝ่ายจัดซื้อ (Procurement) เป็นแกนหลักร่วมกับหลายๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ร่วมมือกันปรับปรุงและพัฒนากระบวนการต่างๆ เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบและยั่งยืน

กรอบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ



การลงทะเบียน
ผู้ค้าใหม่



การระบุกลุ่ม
ผู้ค้าหลัก



การประเมินความเสี่ยง
ห่วงโซ่อุปทาน



การตรวจ
ประเมินผู้ค้า



การพัฒนา
เพื่อเพิ่มศักยภาพผู้ค้า

การลงทะเบียนผู้ค้าใหม่ (New Vendor Verification)

ผู้ค้าใหม่ทุกรายต้องผ่านการประเมินเบื้องต้น (Pre-Vendor Verification) ซึ่งเป็นการประเมินเพื่อคัดเลือกผู้ค้าใหม่ตามเกณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ผ่านการประเมินตนเองของผู้ค้าบนระบบออนไลน์ (Online Suppliers' Self-Assessment) ซึ่งผู้ค้าใหม่จะต้องผ่านการประเมินนี้เพื่อขึ้นทะเบียนเป็นผู้ค้าของบริษัทฯ (Approved Vendor List) เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทฯ ร่วมงานกับผู้ค้าที่มีประสิทธิภาพ สามารถส่งมอบสินค้า/บริการได้ตรงกับความต้องการขององค์กร

การระบุกลุ่มผู้ค้าหลัก (Critical Supplier Identification)

ในปี 2561 กลุ่มทรู มีจำนวนผู้ค้า (Active Suppliers) รวม 2,204 ราย โดยแบ่งกลุ่มผู้ค้าออกเป็น 98 กลุ่มประเภทครอบครัวสินค้าและบริการ (Product Categories) ของบริษัทฯ ซึ่งปัจจุบันผู้ค้าทั้งหมด (ร้อยละ 100) ได้รับทราบ “คู่มือคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับผู้ค้า” ที่บริษัทฯ ได้จัดทำขึ้น

นอกจากนี้ ยังมีการระบุผู้ค้าหลักทั้งทางตรงและทางอ้อม (Critical Tier 1 and Critical Non-Tier 1 Suppliers) เพื่อบริหาร

ความเสี่ยงและศึกษาถึงโอกาสของการจัดซื้อจัดหาสินค้าและบริการ ตลอดจนเพื่อความสะดวกในการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของผู้ค้าโดยพิจารณาจากเกณฑ์ 3 ประการ คือ

1. ผู้ค้าส่งมอบสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าสูงผ่านการวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย (Spending Analysis)
2. ผู้ค้าส่งมอบสินค้าหรือบริการหลักให้แก่บริษัทฯ
3. ผู้ค้าส่งมอบสินค้าหรือบริการที่มีผู้ค้าน้อยรายให้แก่บริษัทฯ

จากการพิจารณาและการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มทรู มีผู้ค้าหลักทางตรง (Critical Tier 1 Suppliers) 81 ราย ครอบคลุม 26 กลุ่มประเภทสินค้าและบริการ คิดเป็นมูลค่าการใช้จ่ายในการจัดซื้อของกลุ่มผู้ค้าหลักร้อยละ 80.07 จากยอดรวมการจัดซื้อทั้งหมด โดยผู้ค้าหลักทางตรงทั้งหมด (ร้อยละ 100) ผ่านการประเมินตนเองของผู้ค้าบนระบบออนไลน์

บริษัทฯ มุ่งมั่นขยายผลการประเมินตนเองของผู้ค้าบนระบบออนไลน์ไปยังผู้ค้าทั้งหมดจำนวน 1,844 ราย ซึ่งเข้าข่ายที่ต้องผ่านการประเมินตนเองฯ โดยปัจจุบันมีผู้ค้าทางตรงจำนวน 943 ราย (ร้อยละ 51.14) ซึ่งรวมถึงผู้ค้าหลักทางตรง ทั้ง 81 ราย ผ่านการประเมินตนเองฯ แล้ว ซึ่ง

สอดคล้องต่อ “คุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า” และมาตรฐานสากลต่างๆ นำไปสู่การจัดทหายั่งยืนบนห่วงโซ่อุปทานขององค์กร

การประเมินความเสี่ยงห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Risk Assessment) บริษัทฯ จัดให้มีการประเมินความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี (ESG) ในห่วงโซ่อุปทานทุก 2 ปี รวมทั้งสิ้น 40 ประเด็น และมีการทบทวนความเสี่ยงอย่างน้อยเป็นประจำทุกปี หรือเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญที่อาจจะกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มทรู โดยปีนี้ บริษัทฯ ได้ทบทวนความเสี่ยงที่เป็นผลจากการประเมินความเสี่ยงเมื่อปี 2560 พบว่า ประเด็นที่มีความเสี่ยงสูงเป็นเช่นเดิมทั้ง 3 ประเด็น ได้แก่

1. การจัดซื้อจัดจ้างจากคู่ค้าน้อยราย ของคู่ค้ากลุ่มอุปกรณ์ที่ใช้กับลูกค้า (Customer Premises Equipment)
2. ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ของคู่ค้ากลุ่มปฏิบัติการและบำรุงรักษา (Operation & Maintenance) ที่มีกิจกรรมนอกสำนักงานทั้งหมดหรืองานบริการนอกสถานที่ชั่วคราว
3. การเตรียมความพร้อมในกรณีฉุกเฉิน ของคู่ค้ากลุ่มปฏิบัติการและบำรุงรักษา ที่มีกิจกรรมนอกสำนักงานทั้งหมดหรืองานบริการนอกสถานที่ชั่วคราว

โดยคู่ค้ากลุ่มที่มีความเสี่ยงนี้ บริษัทฯ จะเฝ้าติดตามและดำเนินการตรวจประเมินคู่ค้าที่สถานที่ปฏิบัติงาน (Onsite Audit) เป็นระยะ พร้อมให้คำแนะนำการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมความเป็นพันธมิตรซึ่งกันและกัน

การตรวจประเมินคู่ค้า (Supplier Audit) บริษัทฯ มีแนวทางในการตรวจประเมินคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงจาก 3 กลุ่มประเภทที่เกิดขึ้นจากกระบวนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ดังนี้



การตรวจประเมินคู่ค้า

- กลุ่มคู่ค้าหลักที่ไม่ผ่านการประเมินตนเองของคู่ค้าแบบออนไลน์
- กลุ่มคู่ค้าที่ต้องตรวจประเมินตามข้อกำหนดมาตรฐานที่ได้รับจากองค์กรอิสระภายนอก
- กลุ่มคู่ค้าที่มีประเด็นเสี่ยงสูงจากการประเมินความเสี่ยงห่วงโซ่อุปทาน

โดยในปีนี้ กลุ่มทรูได้ดำเนินการจัดทำรายการคำถามการตรวจประเมิน (Supplier Audit Checklist) ซึ่งจัดทำให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม

สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมถึง “คุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า” ของกลุ่มทรู เพื่อใช้ในการตรวจประเมินในสถานที่ปฏิบัติงานของคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงใน 3 กลุ่มดังกล่าวข้างต้น โดยบริษัทฯ ร่วมมือกับบริษัทที่ปรึกษาซึ่งมีความเป็นอิสระในการตรวจประเมินนี้ โดยคาดว่าจะเริ่มตรวจประเมินและเสร็จสิ้นในโครงการระยะแรก (Phase 1) จำนวน 30 รายภายในไตรมาสแรกของปี 2562 ผลจากการตรวจประเมินคู่ค้าจะถูกนำไปปรับปรุงกระบวนการตรวจประเมินคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงในโครงการระยะอื่นๆ รวมถึงสามารถนำผลจากการตรวจประเมินมาประยุกต์เป็นแผนพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของคู่ค้าของบริษัทฯ เพื่อยกระดับความเป็นพันธมิตรที่ดีซึ่งกันและกันอย่างยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มทรู ต่อไป

การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพคู่ค้า (Developing and Strengthening Supplier Capability) กลุ่มทรู มุ่งหวังให้คู่ค้าและผู้รับเหมาทุกรายดำเนินการสอดคล้องกับคู่มือ “คุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า” สำหรับการดำเนินงานภายใต้แนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ อย่างเคร่งครัด รวมถึงการแนบเงื่อนไขการปฏิบัติงานคู่ค้าและผู้รับเหมาท้ายสัญญาอีกด้วย ทั้งนี้ บริษัทฯ เชื่อมมั่นว่าการฝึกอบรมและการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพของคู่ค้าผ่านกิจกรรมต่างๆ ตลอดปี 2561 จะช่วยส่งเสริมการทำงานและสร้างความสัมพันธ์อันดีร่วมกันได้อย่างยั่งยืน อาทิ โครงการปลูกใจรักสิ่งแวดล้อม ณ ป่าชายเลนบางขุนเทียน เป็นต้น

โครงการปลูกใจรักสิ่งแวดล้อม ณ ป่าชายเลนบางขุนเทียน



การตรวจประเมินคู่ค้า โครงการระยะที่ 1

กลุ่มทรู ร่วมกับบริษัทที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญด้านการตรวจประเมินจากภายนอกจัดการฝึกอบรมเตรียมความพร้อมหน่วยงานภายในกลุ่มทรู โดยเริ่มดำเนินการโครงการตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ปี 2561 ในการตรวจประเมินคู่ค้าด้านความยั่งยืนเพื่อทำความเข้าใจในหลักการการตรวจประเมินและวัดผลคู่ค้าทั้งสิ้น 17 หมวดประเด็น ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป สินค้าและบริการ บุคลากร แรงงานเด็ก แรงงานบังคับ การเลือกปฏิบัติ ค่าตอบแทนชั่วโมงการทำงาน ความอิสระในการเข้าร่วมสมาคม การจัดการทางวินัย อาชีวอนามัยและความปลอดภัย หอพัก การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม การปฏิบัติ

ตามกฎหมายและข้อบังคับ การบริหารจัดการความเสี่ยง การปฏิบัติด้านจริยธรรม และผู้มีส่วนได้เสียภายนอก โดยมีผู้เข้าร่วมฝึกอบรมทั้งสิ้น 33 ราย ซึ่งทั้งหมดจะร่วมเรียนรู้การตรวจประเมินในบริษัทคู่ค้าที่มีความเสี่ยงในโครงการระยะที่ 1 ทั้งสิ้น 30 ราย ร่วมกับบริษัทที่ปรึกษาในต้นปี 2562 ต่อไป

กลุ่มทรู มุ่งมั่นที่จะพัฒนาศักยภาพคู่ค้าให้สามารถดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อด้านความยั่งยืน ซึ่งเป็นแรงผลักดันส่งเสริมการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพร่วมกันกับกลุ่มทรู ยกระดับความเป็นพันธมิตรที่ดีซึ่งกันและกันอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน



การแสดงผลตามดัชนีชี้วัดของ GRI และ UN SDGs

GRI Standard	GRI Disclosure	Chapter	Omission	Pages
GENERAL DISCLOSURES				
102 General Disclosures	102-1 Name of the organization	About True		8
	102-2 Activities, brands, products, and services	About True		8
	102-3 Location of headquarters	About True		8
	102-4 Location of operations	About True		8
	102-5 Ownership and legal form	About True		8
	102-6 Markets served	About True		8
	True website for Personaland Business (Personal: http://www3.truecorp.co.th/new/?ln=en#)			
	102-7 Scale of the organization	Sustainability Performance Data		102 - 108
	102-8 Information on employees and other workers	Sustainability Performance Data	b) is omitted since True's operations is only in Thailand	102 - 108
	102-9 Supply chain	Supply Chain Management		88 - 91
	102-10 Significant changes to the organization and its supply chain	Supply Chain Management	There are no significant changes	88 - 91
	102-11 Precautionary Principle or approach	Environmental Management		82 - 84
	102-12 External initiatives	Human Rights Management		48 - 51
	102-13 Membership of associations	Human Rights Management		48 - 51
	102-14 Statement from senior decision-maker	Message from Chairman of the Executive Committee		4 - 5
		Message from the Group Presidents (Co)		6 - 7
	102-16 Values, principles, standards, and norms of behavior	About True		8
	102-17 Mechanisms for advice and concerns about ethics	Corporate Governance & Business Ethics and Code of Conduct		28 - 31
	102-18 Governance structure	Corporate Governance & Business Ethics and Code of Conduct		28 - 31
		Risk & Crisis Management		24 - 27
	102-19 Delegating authority	Sustainability at True		13 - 15
	102-20 Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics	Sustainability at True		13 - 15
	102-21 Consulting stakeholders on economic, environmental, and social topics	Materiality Analysis and Stakeholder Engagement		17 - 21
	102-23 Chair of the highest governance body	Annual Report (P.130 http:// true.listedcompany.co Approach m/misc/ AR/20190329- true-ar2018- th.pdf)		
	102-24 Nominating and selecting the highest governance body	Website (http://www3.truecorp.co.th/103_Managementnew/public/assets/truecorp/pdf/en/20170313-true-cg_policy-en.pdf)		
	102-29 Identifying and managing economic, environmental, and social impacts	Sustainability at True		13 - 16
		Risk & Crisis Management		24 - 27
	102-30 Effectiveness of risk management processes	Risk & Crisis Management		24 - 27
	102-32 Highest governance body's role in sustainability reporting	Message from Chairman of the Executive Committee		4 - 5
		Message from the Group Presidents (Co)		6 - 7
	102-35 Remuneration policies	Talent Attraction and Human Capital Development		70 - 74
	102-40 List of stakeholder groups	Stakeholder Engagement		20 - 21
	102-41 Collective bargaining agreements	Talent Attraction and Human Capital Development		70 - 74
	102-42 Identifying and selecting stakeholders	Stakeholder Engagement		17 - 21

GRI Standard	GRI Disclosure	Chapter	Omission	Pages
	102-43 Approach to stakeholder engagement	Materiality Analysis and Stakeholder Engagement		32 - 34
		Customer Relationship Management		32 - 34
		Talent Attraction and Human Capital Development		70 - 74
		Supply Chain Management		88 - 91
		Sustainability Performance Data		102 - 108
	102-44 Key topics and concerns raised	Materiality Analysis and Stakeholder Engagement		17 - 21
		Customer Relationship Management		32 - 34
		Talent Attraction and Human Capital Development		70 - 74
	102-45 Entities included in the consolidated financial statements	About this Report		8
	102-46 Defining report content and topic Boundaries	Materiality Analysis		17 - 18
	102-47 List of material topics	Materiality Analysis		17 - 18
	102-48 Restatements of information	About this Report	No restatements	8
	102-49 Changes in reporting	About this Report		8
		Materiality Analysis and Stakeholder Engagement	No changes in reporting on material topics and topic boundaries	17 - 21
	102-50 Reporting period	About this Report		8
	102-51 Date of most recent report	About this Report		8
	102-52 Reporting cycle	About this Report		8
	102-53 Contact point for questions regarding the report	About this Report		8
	102-54 Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	About this Report		8
		Materiality Analysis and Stakeholder Engagement		17 - 21
	102-55 GRI content index	GRI Content Index		92 - 96
	102-56 External assurance	Assurance Statement		98 - 101
HEART				
RISK & CRISIS MANAGEMENT				
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	Risk & Crisis Management		24 - 27
	103-2 The management approach and its components	Risk & Crisis Management		24 - 27
	103-3 Evaluation of the management approach	Risk & Crisis Management		24 - 27
CORPORATE GOVERNANCE & BUSINESS ETHICS AND CODE OF CONDUCT				
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	Corporate Governance & Business Ethics and Code of Conduct		28 - 31
	103-2 The management approach and its components	Corporate Governance & Business Ethics and Code of Conduct		28 - 31
	103-3 Evaluation of the management approach	Corporate Governance & Business Ethics and Code of Conduct		28 - 31
205 Anti-corruption	205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures	Corporate Governance & Business Ethics and Code of Conduct		30 - 31
	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	Corporate Governance & Business Ethics and Code of Conduct		30 - 31
206 Anti-competitive Behavior	206-1 Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices	Corporate Governance & Business Ethics and Code of Conduct		28 - 31

GRI Standard	GRI Disclosure	Chapter	Omission	Pages
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT				 
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	Customer Relationship Management		32 - 34
	103-2 The management approach and its components	Customer Relationship Management		32 - 34
	103-3 Evaluation of the management approach	Customer Relationship Management		32 - 34
BUSINESS PERFORMANCE & GROWTH CAPABILITY				 
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	Business Performance & Growth Capability		35 - 38
	103-2 The management approach and its components	Business Performance & Growth Capability		35 - 38
	103-3 Evaluation of the management approach	Business Performance & Growth Capability		35 - 38
GRI Telecommunications Sector Supplement : Providing Access	PA 1 Policies and practices to enable the deployment of telecommunications infrastructure and access to telecommunications products and services in remote and low population density areas	Business Performance & Growth Capability		36 - 37
GRI Telecommunications Sector Supplement	PA 4 Quantify the level of availability of telecommunications products and services in areas where the organisation operates	Business Performance & Growth Capability		36 - 37
GRI Telecommunications Sector Supplement	PA 5 Number and types of telecommunication products and services provided to and used by low and no income sectors of the population. Provide definitions selected	Business Performance & Growth Capability		36 - 37
NETWORK AVAILABILITY				 
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	Network Quality		39 - 42
	103-2 The management approach and its components	Network Quality		39 - 42
	103-3 Evaluation of the management approach	Network Quality		39 - 42
GRI Telecommunications Sector Supplement : Providing Access	PA 5 Number and types of telecommunication products and services provided to and used by low and no income sectors of the population. Provide definitions selected	Network Quality		39 - 42
DATA PRIVACY AND CYBER SECURITY				 
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	Data Privacy and Cyber Security		43 - 47
	103-2 The management approach and its components	Data Privacy and Cyber Security		43 - 47
	103-3 Evaluation of the management approach	Data Privacy and Cyber Security		43 - 47
418 Customer Privacy	418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	Data Privacy and Cyber Security		46
HUMAN RIGHTS MANAGEMENT				    
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	Human Rights Management		48 - 51
	103-2 The management approach and its components	Human Rights Management		48 - 51
	103-3 Evaluation of the management approach	Human Rights Management		48 - 51
406 Non-discrimination	406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken	Human Rights Management		50 - 51
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 Rights Management		50
408 Child Labor	408-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	Human Rights Management		50
409 Forced or Compulsory Labor	409-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	Human Rights Management		50
411 Rights of Indigenous Peoples	411-1 Incidents of violations involving rights of indigenous peoples	Human Rights Management		48 - 51

GRI Standard	GRI Disclosure	Chapter	Omission	Pages
412 Human Rights Assessment	412-1 Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments	Human Rights Management		48 - 51
HEALTH				
INNOVATION MANAGEMENT				
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	Innovation Management		54 - 59
	103-2 The management approach and its components	Innovation Management		54 - 59
	103-3 Evaluation of the management approach	Innovation Management		54 - 59
GRI Telecommunications Sector Supplement : Providing Access	PA 11 Initiatives to inform customers about product features and applications that will promote responsible, efficient, cost effective, and environmentally preferable use.	Innovation Management		54 - 59
CORPORATE CITIZENSHIP AND SOCIAL IMPACT				
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	Corporate Citizenship and Social Impact		60 - 64
	103-2 The management approach and its components	Corporate Citizenship and Social Impact		60 - 64
	103-3 Evaluation of the management approach	Corporate Citizenship and Social Impact		60 - 64
201 Economic Performance	201-1 Direct economic value generated and distributed	Corporate Citizenship and Social Impact		60 - 64
		Sustainability Performance Data		102
413 Local Communities	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	Corporate Citizenship and Social Impact		60 - 64
DIGITAL & SOCIAL INCLUSION				
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	Digital & Social Inclusion		65 - 68
	103-2 The management approach and its components	Digital & Social Inclusion		65 - 68
	103-3 Evaluation of the management approach	Digital & Social Inclusion		65 - 68
GRI Telecommunications Sector Supplement : Providing Access	PA 2 Policies and practices to overcome barriers for access and use of telecommunication products and services including: language, culture, illiteracy, and lack of education, income, disabilities, and age. Include an explanation of business models applied	Digital & Social Inclusion		65 - 68
TALENT ATTRACTION AND HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT				
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	Talent Attraction and Human Capital Development		70 - 74
	103-2 The management approach and its components	Talent Attraction and Human Capital Development		70 - 74
	103-3 Evaluation of the management approach	Talent Attraction and Human Capital Development		70 - 74
201 Economic Performance	201-1 Direct economic value generated and distributed	Talent Attraction and Human Capital Development		70 - 74
		Sustainability Performance Data		102
401 Employment	401-1 New employee hires and employee turnover	Sustainability Performance Data		103 - 105
	401-3 Parental leave	Sustainability Performance Data		108
404 Training and Education	404-1 Average hours of training per year per employee	Sustainability Performance Data		104
	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	Talent Attraction and Human Capital Development		73 - 74
	404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	Sustainability Performance Data		106
405 Diversity and Equal Opportunity	405-1 Diversity of governance bodies and employees	Sustainability Performance Data		103
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	Talent Attraction and Human Capital Development		70 - 74

GRI Standard	GRI Disclosure	Chapter	Omission	Pages
HEALTH, SAFETY AND WELLNESS				 
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	Health, Safety and Wellness		75 - 79
	103-2 The management approach and its components	Health, Safety and Wellness		75 - 79
	103-3 Evaluation of the management approach	Health, Safety and Wellness		75 - 79
403 (2016) Occupational Health and Safety	403-1 2016 Workers representation in formal joint management-worker health and safety committees	Health, Safety and Wellness		75 - 79
403 (2016) Occupational Health and Safety	403-2 2016 Types of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities	Health, Safety and Wellness		75 - 79
GRI Telecommunications Sector Supplement : Internal Operations	IO 03 Practices to ensure health and safety of field personnel involved in the installation, operation and maintenance of masts, base stations, laying cables and other outside plant. Related health and safety issues include working at heights, electric shock, exposure to EMF and radio frequency fields, and exposure to hazardous chemicals.	Health, Safety and Wellness		75 - 79
HOME				
ENVIRONMENTAL PERFORMANCE				 
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	Environmental Performance		82 - 84
	103-2 The management approach and its components	Environmental Performance		82 - 84
	103-3 Evaluation of the management approach	Environmental Performance		82 - 84
302 Energy	302-1 Energy consumption within the organization	Sustainability Performance Data		102 - 108
303 (2016) Water	303-1 2016 Water withdrawal by source	Sustainability Performance Data		102 - 108
306 Effluents and Waste	306-2 Waste by type and disposal method	Sustainability Performance Data		102 - 108
307 Environmental Compliance	307-1 Non-compliance with environmental laws and regulations	Environmental Performance		82 - 84
CLIMATE MANAGEMENT				 
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	Climate Management		85 - 87
	103-2 The management approach and its components	Climate Management		85 - 87
	103-3 Evaluation of the management approach	Climate Management		85 - 87
305 Emissions	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	Climate Management Sustainability Performance Data		102 - 108
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	Climate Management Sustainability Performance Data		102 - 108
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT				 
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	Supply Chain Management		88 - 91
	103-2 The management approach and its components	Supply Chain Management		88 - 91
	103-3 Evaluation of the management approach	Supply Chain Management		88 - 91
	308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria	Supply Chain Management		88 - 91
	308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	Supply Chain Management		88 - 91
408 Child Labor	408-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	Supply Chain Management		88 - 91
409 Forced or Compulsory Labor	409-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	Supply Chain Management		88 - 91
414 Supplier Social Assessment	414-1 New suppliers that were screened using social criteria	Supply Chain Management		88 - 91
	414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken	Supply Chain Management		88 - 91

การปฏิบัติตามเกณฑ์ขั้นสูงสุดของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact)

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 & Business Ethics and Code of Conduct	28 - 31
Criterion 2: The COP describes value chain implementation	Supply Chain Management	88 - 91
Robust Human Rights Management Policies & Procedures		
Criterion 3: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of human rights	Human Rights Management	48 - 51
Criterion 4: The COP describes effective management systems to integrate the human rights principles	Human Rights Management	48 - 51
	Talent Attraction & Human Capital Development	75 - 79
Criterion 5: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms of human rights integration	Human Rights Management	48 - 51
	Talent Attraction & Human Capital Development	75 - 79
	Materiality Analysis and Stakeholder Engagement	17 - 21
Robust Labour Management Policies & Procedures		
Criterion 6: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of labour	Human Rights Management	48 - 51
Criterion 7: The COP describes effective management systems to integrate the labour principles	Talent Attraction & Human Capital Development	75 - 79
	Human Rights Management	48 - 51
Criterion 8: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms of labour principles integration	Human Rights Management	48 - 51
	Talent Attraction & Human Capital Development	75 - 79
Robust Environmental Management Policies & Procedures		
Criterion 9: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of environmental stewardship	Environmental Performance	82 - 84
	Climate Management	85 - 87
Criterion 10: The COP describes effective management systems to integrate the environmental principles	Environmental Performance	82 - 84
	Climate Management	85 - 87
Criterion 11: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms for environmental stewardship	Environmental Performance	82 - 84
	Climate Management	85 - 87
Robust Anti-Corruption Management Policies & Procedures		
Criterion 12: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of anti-corruption	Corporate Governance & Business Ethics and Code of Conduct	28 - 31
Criterion 13: The COP describes effective management systems to integrate the anti-corruption principle	Corporate Governance & Business Ethics and Code of Conduct	28 - 31
Criterion 14: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms for the integration of anti-corruption	Corporate Governance & Business Ethics and Code of Conduct	28 - 31
Taking Action in Support of Broader UN Goals and Issues		
Criterion 15: The COP describes core business contributions to UN goals and issues	Sustainability at True	13 - 15
	UN SDGs Content Index	92 - 94
Criterion 16: The COP describes strategic social investments and philanthropy	Corporate Citizenship & Social Impact	60 - 64
Criterion 17: The COP describes advocacy and public policy engagement	Corporate Governance & Business Ethics and Code of Conduct	28 - 31
	UN SDGs Content Index	92 - 94
Criterion 18: The COP describes partnerships and collective action	Human Rights Management	48 - 51
Corporate Sustainability Governance and Leadership		
Criterion 19: The COP describes CEO commitment and leadership	Message from Chairman of the Executive Committee	4 - 5
	Message from the Group Co-Presidents	6 - 7
Criterion 20: The COP describes Board adoption and oversight	Corporate Governance & Business Ethics and Code of Conduct	28 - 31
Criterion 21: The COP describes stakeholder engagement	Materiality Analysis and Stakeholder Engagement	17 - 21

การรับรองโดยหน่วยงานภายนอก



Independent Assurance Statement

Introduction and Engagement

True Corporation Public Company Limited (hereafter 'TRUE') engaged TÜV NORD (Thailand) Ltd. for Sustainability Assurance Engagement. "TUV India Private Limited" in consortium with "TÜV NORD (Thailand) Ltd." (hereafter 'TUV') conducted the independent assurance of TRUE's sustainability report (hereinafter 'the Report'), which includes "limited assurance" of TRUE's sustainability information for the applied reporting period. This assurance engagement was conducted against the Global Reporting Initiative Standards and AA1000AS (2008) Protocol (Type 1, Moderate Level). The onsite verification was conducted in January 2019 at TRUE's corporate office (Bangkok, Thailand). In addition desk review was carried out for other sites which are parts of report boundary. TRUE opted for external assurance for the calendar year 2018. The Report covers TRUE's sustainability information for the period 1st January to 31st December 2018.

Scope, Boundary and Limitations of Assurance

The scope of the assurance includes the economic, environmental and social indicators in the report as per the Core disclosures required by GRI Standards. In particular, the assurance engagement includes the following:

- Verification of the application of the Report content, principles as mentioned in the GRI Standards, and the quality of information presented in the Report over the reporting period;
- Review of the policies, initiatives, practices and performance described in the Report;
- Review of the disclosures made in the Report against the requirements of the GRI Standards and AA1000AS (2008), with a Type 1, moderate level of assurance;
- Verification of the reliability of the GRI Standards Disclosure on economic, environmental and social (disclosures are tabulated below)
- Specified information was selected based on the materiality determination and needs to be meaningful to the intended users;
- Confirmation of the fulfilment of the GRI Standards; 'in accordance' with the Core criteria, as declared by the management of TRUE.

The reporting boundary is based on the internal and external materiality assessment. The reporting aspect boundaries are set out in the Report covering the sustainability performance of 3 main businesses (brands) of True Corporation Plc (in line with Company's Annual Report 2018), comprising

TrueMove H (9 companies), TrueOnline (24 companies), TrueVisions (12 companies)

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

Verification Methodology

This assurance engagement was planned and carried out in accordance with the GRI Standards and AA1000AS (2008). The Report was evaluated against the following criteria:

- Adherence to the principles of Stakeholder inclusiveness, Materiality, Responsiveness, Completeness, Neutrality, Relevance, Sustainability context, Accuracy, Reliability, Comparability, Clarity and Timeliness; as prescribed in the GRI Standards and AA1000AS (2008);
- Application of the principles and requirements of the GRI Standards for its "in accordance Core" criteria.



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

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

Opportunities for Improvement

The following is an extract from the observations and opportunities for improvement reported to the management of TRUE and are considered in drawing our conclusions on the Report; however, they are generally consistent with the Management's objectives.

Opportunities are as follows:

- Organization can opt for third party verification of important material issues like GHG emissions, service quality, customer relationship management, network reliability, Occupational health and safety, environmental targets, environmental compliance, Management of customer complaints, Community investments, Sustainability in the supplier chain
- TRUE can consider the Sustainability Material issues while assessing Enterprise Risk Management

Conclusions

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

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

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

Material Issues	GRI Disclosure
Energy consumption within the organization	GRI 302 - 1
Energy direct greenhouse gas (GHG) emission scope 1	GRI 305 - 1
Energy indirect greenhouse gas (GHG) emission scope 2	GRI 305 - 2
Average hours of training per year per employee	GRI 404 - 1
Percentage of employees receiving regular performance and career development review	GRI 404 - 3

On the basis of the procedures we have performed, nothing has come to our attention that causes us to believe that the information subject to the Type 1 moderate level assurance engagement was not



prepared, in all material aspects, in accordance with the GRI Standards “Core option” sustainability reporting guidelines, or that the sustainability information is not reliable in all material respects, with regards to the reporting criteria.

TUV did not perform any assurance of procedures on the prospective information, such as targets, expectations and ambitions, disclosed in the sustainability information. Consequently, TUV draws no conclusion on the prospective information. This assurance statement has been prepared in accordance with the terms of our engagement. Type 1 moderate level assurance engagement with respect to sustainability related data involves performing procedures to obtain evidence about the sustainability information. The procedures performed depend on the practitioner’s judgment, but their nature is different from, and their extent is less than, a Type 2 moderate level assurance engagement. It does not include detailed testing of source data or the operating effectiveness of processes, internal controls and consequently they do not enable us to obtain the assurance necessary to become aware of all significant matters that might be identified in a Type 1 moderate level assurance engagement.

TUV has evaluated the Report’s adherence to the following principles with respect to the requirements of the GRI Standards.

Stakeholder Inclusiveness: Stakeholder identification and engagement is carried out by TRUE on a periodic basis to bring out key stakeholder concerns as material aspects of significant stakeholders. In our view, the Report meets the requirements.

Materiality: The materiality assessment process has been carried out, based on the requirements of the GRI Standards, considering aspects that are internal and external to the Company’s range of businesses. The Report fairly brings out the aspects and topics and its respective boundaries of the diverse operations of TRUE. In our view, the Report meets the requirements.

Responsiveness: TUV believes that the responses to the material aspects are fairly articulated in the report, i.e. disclosures on TRUE’s policies and management systems including governance. In our view, the Report meets the requirements.

Impact: TRUE has adequately captured the impact of its business on the community and environment and has taken several measures to reduce the impact.

Completeness: The Report has fairly disclosed the General and Specific Standard Disclosures, including the Disclosure on Management Approach, covering the sustainability strategy, management approach, monitoring systems and sustainability performance indicators against the GRI Standards, ‘in accordance with the Core option. In our view, the Report meets the requirements.

Reliability: The majority of the data and information was verified by TUV’s assurance team at TRUE’s office on the factory’s premises and found to be fairly accurate. Further desk review of web-based data was carried out for all other sites mentioned above. Some inaccuracies in the data identified during the verification process were found to be attributable to transcription, interpretation and aggregation errors and these errors have been corrected. Therefore, in accordance with the GRI Standards and AA1000AS (2008) for a Type 1, moderate level assurance engagement, TUV concludes that the sustainability data and information presented in the Report is fairly reliable and acceptable. In our view, the Report meets the requirements.

Neutrality: The disclosures related to sustainability issues and performances are reported in a neutral tone, in terms of content and presentation. In our view, the Report meets the requirements.

TUV expressly disclaims any liability or co-responsibility for any decision a person or entity would make based on this Assurance Statement. The intended users of this assurance statement are the management of TRUE. The management of the Company is responsible for the information provided in the Report as well as the process of collecting, analyzing and reporting the information presented in web-based and printed Reports, including website maintenance and its integrity. TUV’s responsibility regarding this verification is in accordance with the agreed scope of work which includes non-financial quantitative and qualitative information (Sustainability Performance – environmental and social indicators) disclosed by TRUE in the Report. This assurance engagement is based on the assumption that the data and the information provided to TUV by TRUE are complete and reliable.

TUV’s Competence and Independence

TUV is an independent, neutral, third-party providing sustainability services, with qualified environmental and social assurance specialists. TUV states its independence and impartiality with regard to this assurance engagement. In the reporting year, TUV did not work with TRUE on any engagement that



could compromise the independence or impartiality of our findings, conclusions and recommendations. TUV was not involved in the preparation of any content or data included in the Report, with the exception of this Assurance Statement. TUV maintains complete impartiality toward any people interviewed during the assurance engagement.

For and on behalf of TUV India Private Limited

Mr. Manojkumar Borekar
Project Manager and Reviewer
Head – Sustainability Assurance Service
TUV India Private Limited

Mr. Nattapon Vasasmitth
Verifier
TUV NORD (Thailand) Ltd.
Bangkok 10260 Thailand



AA1000
Licensed Assurance Provider
000-138

Date: 21/02/2019
Place: Mumbai, India
Project Reference No: 8116537202
www.tuv-nord.com/in

Sustainability Assurance Service

รายงานผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

GRI Standard	Data Description		Unit	2015	2016	2017	2018
ECONOMIC							
201-1	การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยตรง	Direct Economic Value Generated					
	สินทรัพย์รวม	Total assets	Million Baht	282,844	448,960	459,182	495,569
	รายได้จากการดำเนินงานทั้งหมด	Total revenue		118,781	124,719	141,290	162,773
	การกระจายมูลค่าทางเศรษฐกิจ	Economic Value Distributed					
	ค่าตอบแทนและสวัสดิการพนักงาน	Salary, wages and employees' benefits	Million Baht	11,968	12,898	13,417	13,806
	ต้นทุนในการดำเนินงาน	Operating expenses		114,173	125,211	84,058	85,335
	การจ่ายสำหรับผลการดำเนินงาน	Payment to Provider of Capital					
	การจ่ายเงินปันผล (True's BOD approved a dividend payment for 2018 approx Baht 3 billion (Baht 0.09 per share), subject to approval by shareholders at the AGM)	Dividend payments	Million Baht	0	1,641	1,034	3,003
	ดอกเบี้ยจ่าย	Interest expense		2,897	4,672	5,917	5,325
	งบกำไรขาดทุน	Consolidated Income Statement					
	กำไรสุทธิ สำหรับส่วนที่เป็นของบริษัท	Net profit (loss) to equity shareholders of the Company	Million Baht	4,412	(2,814)	551	7,035
	กำไรก่อนดอกเบี้ยภาษีค่าเสื่อมและค่าตัดจำหน่าย	EBITDA		22,109	25,071	39,912	56,001
ENVIRONMENT							
302-1	ปริมาณการใช้พลังงาน	Energy consumption					
	ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้า (ซื้อ)	Electricity consumption (purchased)	GJ	1,838,757.60	2,636,521.20	1,989,629.24	2,244,680.23
	ปริมาณการใช้พลังงานเชื้อเพลิง	Energy consumption from non-renewable fuels (mobile combustion)		263,905.20	284,324.40	256,782.91	216,823.75
	ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน	Energy consumption from renewable fuels (mobile combustion)		NA	NA	7,565.54	5,208.84
	ปริมาณการใช้พลังงานทั้งหมด	Total energy consumption		2,102,662.80	2,920,845.60	2,253,977.69	2,466,712.82
303-1 Y2016	ปริมาณการใช้น้ำ	Water consumption					
	ปริมาณการใช้น้ำ (ซื้อ)	Water consumption (purchased municipal water)	Cubic meter	186,476.88	226,565.92	171,935.61	179,699.16
306-2	ปริมาณของเสีย	Waste					
	ปริมาณน้ำที่ปล่อยออกสู่ภายนอก	Water effluent	Metric tons	149,182	183,518	137,549	143,735
	ปริมาณของเสียทั่วไป	General waste (sent to landfill)		2,896.0	3,109.0	2,520.0	2,223.0
	ปริมาณของเสียอันตราย	Hazardous waste		NA	NA	0.2	0.2
	ปริมาณของเสียที่นำไปกำจัด	Total waste disposed		2,896.0	3,109.0	2,520.2	2,223.2
	ปริมาณของเสียอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับการรีไซเคิล	Hazardous E-waste recycled		240.1	202.0	71.4	82.2
	ปริมาณรวมของเสียอันตรายและของเสียอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับการรีไซเคิล	Total Hazardous Waste and Hazardous E-waste recycled		240.1	202.0	71.6	82.4
305-1	ก๊าซเรือนกระจก	Greenhouse gas					
	การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากชีวภาพ (Emissions include CO2, CH4 and N2O. GWP is from IPCC AR4. Emission factors from IPCC 2006. Consolidation approach is operational control.)	Biogenic CO2 emissions	Ton of CO2e	547	572	524	361
	การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากเชื้อเพลิงฟอสซิล	Fossil Fuel CO2 emissions		18,235	20,465	19,044	16,158
	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (GHG ขอบเขต 1)	Total direct greenhouse gas emissions (GHG Scope 1)		18,235	20,465	19,044	16,158

GRI Standard	Data Description		Unit	2015	2016	2017	2018
305-2	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (GHG ขอบเขต 2) (Emissions include CO2. GWP is from IPCC AR4. Emission factors from TGO (Thai Grid Emission Factor). Consolidation approach is operational control.)	Total indirect greenhouse gas emissions (location based) (GHG Scope 2)	Ton of CO2e	297,317	426,311	321,712	362,952
LABOR PRACTICES							
102-7 102-8 103	จำนวนพนักงานแยกตามเพศ	Total number of employees					
	- พนักงาน ชาย	Male	Person	10,280	10,793	11,059	10,967
	- พนักงาน หญิง	Female		11,998	13,130	12,862	12,399
	รวม	Total		22,278	26,872	23,921	23,366
	จำนวนพนักงานแยกตามเพศ	Percentage of Employees by Gender					
	- พนักงาน ชาย	Male	Percent	46	40	46	47
	- พนักงาน หญิง	Female		54	49	54	53
	จำนวนพนักงานที่เป็นผู้พิการ	Employees with disabilities					
	- พนักงาน ชาย	Male	Person	NA	92	89	91
	- พนักงาน หญิง	Female		NA	43	39	70
	รวม	Total number		33	135	128	161
	สัดส่วนพนักงานผู้พิการต่อพนักงานทั้งหมด	Total percentage to total employees	Percent	0.1	0.5	0.5	0.7
405-1	คณะกรรมการบริษัท Board of Directors	Board of Directors/Supervisory Board		16	18	18	18
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person	16	18	17	17
	- พนักงาน หญิง	- Female		0	0	1	1
102-8	จำนวนพนักงานแยกตามระดับ	Total number of employees by level					
	ระดับผู้อำนวยการ และสูงกว่าผู้อำนวยการ	Director and Director up Level	Person	77	95	97	101
	- พนักงาน ชาย	- Male		62	76	77	80
	- พนักงาน หญิง	- Female		15	19	20	21
	ระดับผู้ช่วยผู้อำนวยการ และ รองผู้อำนวยการ	Assistant Director and Deputy Director Level		861	961	950	922
	- พนักงาน ชาย	- Male		495	548	535	524
	- พนักงาน หญิง	- Female		366	413	415	398
	ระดับผู้จัดการ	Manager Level		2,056	2,193	2,306	2,405
	- พนักงาน ชาย	- Male		1,037	1,097	1,156	1,248
	- พนักงาน หญิง	- Female		1,019	1,096	1,150	1,157
	ระดับพนักงานปฏิบัติการ	Operation Level		19,284	20,674	20,565	19,938
	- พนักงาน ชาย	- Male		8,686	9,072	9,288	9,115
	- พนักงาน หญิง	- Female		10,598	11,602	11,277	10,823
	จำนวนพนักงานแยกตามประเภทสัญญาจ้าง	Total number of employees by employment contract					
	พนักงานประจำ	Permanent employees	Person	NA	NA	16,524	16,255
	- พนักงาน ชาย	- Male		NA	NA	8,441	8,349
	- พนักงาน หญิง	- Female		NA	NA	8,083	7,906
	ลูกจ้างชั่วคราว	Temporary employees		NA	NA	7,397	7,111
	- พนักงาน ชาย	- Male		NA	NA	2,618	2,618
	- พนักงาน หญิง	- Female		NA	NA	4,779	4,493
	จำนวนพนักงานแยกตามพื้นที่	Total number of employees by region					
	พนักงานประจำ	Permanent employees	Person	NA	NA	16,524	16,255
	- ในกรุงเทพฯ	- Bangkok		NA	NA	12,920	11,498
	- นอกกรุงเทพฯ	- Outside Bangkok		NA	NA	3,604	4,757
	ลูกจ้างชั่วคราว	Temporary employees		NA	NA	7,397	7,111

GRI Standard	Data Description		Unit	2015	2016	2017	2018
	- ในกรุงเทพฯ	- Bangkok	Person	NA	NA	5,284	5,785
	- นอกกรุงเทพฯ	- Outside Bangkok		NA	NA	2,113	1,326
	จำนวนพนักงานแยกตามประเภทการว่าจ้าง	Total number of employees by employment type					
	จ้างเต็มเวลา	Full-time	Person	NA	NA	23,748	23,177
	- พนักงาน ชาย	- Male		NA	NA	11,018	10,909
	- พนักงาน หญิง	- Female		NA	NA	12,730	12,268
	จ้างไม่เต็มเวลา	Part-time		NA	NA	173	189
	- พนักงาน ชาย	- Male		NA	NA	41	58
	- พนักงาน หญิง	- Female		NA	NA	132	131
405-1	จำนวนพนักงานแบ่งตามช่วงอายุ	Total Employees by age					
	< 30 ปี	< 30 years	Person	9,471	10,147	8,216	8,407
	- พนักงาน ชาย	- Male		4,130	4,214	3,578	3,724
	- พนักงาน หญิง	- Female		5,341	5,933	4,638	4,683
	30-50 ปี	30-50 years		12,183	13,037	14,649	13,785
	- พนักงาน ชาย	- Male		5,750	6,103	6,848	6,573
	- พนักงาน หญิง	- Female		6,433	6,934	7,801	7,212
	> 50 ปี	> 50 years		624	739	1,056	1,174
	- พนักงาน ชาย	- Male		403	467	633	670
	- พนักงาน หญิง	- Female		221	272	423	504
405-1	ความหลากหลายระหว่างเพศชายและหญิง	Gender Diversity					
	ผู้หญิง ในตำแหน่งผู้อำนวยการและสูงกว่าผู้อำนวยการ	Women in top management positions (Director and Director up levels)	Person	15	19	20	21
			Percent	19.5	20.0	20.6	20.8
	ผู้หญิง ในตำแหน่งผู้ช่วยผู้อำนวยการและรองผู้อำนวยการ	Women in middle management positions (Assistant Director and Deputy Director levels)	Person	366	413	415	398
			Percent	42.5	43.0	43.7	43.2
	ผู้หญิง ในตำแหน่งผู้จัดการ	Women in junior management positions (Manager level)	Person	1,019	1,096	1,150	1,157
			Percent	49.6	50.0	49.9	48.1
	ผู้หญิง ในตำแหน่งพนักงานปฏิบัติการ	Women in workforce (Operation)	Person	10,598	11,602	11,277	10,823
404-1			Percent	55.0	56.1	54.8	54.3
	การฝึกอบรมพนักงาน	Training & Development					
	จำนวนชั่วโมงโดยเฉลี่ยของการฝึกอบรมต่อปีต่อพนักงานหนึ่งคน	Average hours per FTE on training and development	Hours/ Person	14.56	14.97	12.88	17.81
	แยกตามระดับ	By Level					
	- ผู้บริหาร	- Executive Level		24.39	28.19	14.70	25.36
	- พนักงานทั่วไป	- Staff Level		13.04	12.89	12.59	16.51
	แยกตามเพศ	By Gender					
	- พนักงาน ชาย	- Male		15.13	14.90	12.52	19.16
	- พนักงาน หญิง	- Female		14.08	15.02	13.20	16.63
	แยกตามกลุ่มอายุ	By Group Age					
	< 30 ปี	< 30 years		NA	NA	NA	17.97
	30-50 ปี	30-50 years		NA	NA	NA	17.63
	> 50 ปี	> 50 years		NA	NA	NA	19.18
	ร้อยละของพนักงานที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลากร	Percentage of full time employees that participated in this program	Percent	NA	NA	1.8	5.9

GRI Standard	Data Description		Unit	2015	2016	2017	2018
401-1	การว่าจ้างพนักงาน	Recruitment					
	ค่าใช้จ่ายในการสรรหาพนักงานโดยเฉลี่ยเทียบกับพนักงานประจำทั้งหมด	Average hiring cost / FTE	Baht	8,281	7,264	25,122	27,243
	จำนวนและอัตราการจ้างงานใหม่	New Hire					
	จำนวนการจ้างงานใหม่	New hire	Person	7,096	8,644	7,529	7,597
	อัตราการจ้างงานใหม่	New hire rate	Percent	28.3	32.2	31.5	32.5
	แยกตามเพศ	By gender					
	- พนักงาน ชาย	Male	Person	2,974	3,289	3,179	3,435
			Percent	25.3	26.4	28.7	31.3
	- พนักงาน หญิง	- Female	Person	4,122	5,355	4,350	4,162
			Percent	31.0	37.1	33.8	33.6
	แยกตามอายุ	By age					
	น้อยกว่า 30	< 30 years	Person	NA	6,850	5,824	5,509
			Percent	NA	60.4	70.9	65.5
	30 - 50 ปี	30-50 years	Person	NA	1,777	1,662	2,088
			Percent	NA	12.1	11.3	15.1
	มากกว่า 50 ปี	>50 years	Person	NA	17	43	0
			Percent	NA	2.1	4.1	0.0
	จำนวนและอัตราการลาออกจากงาน (พนักงานประจำ)	Turnover (permanent)					
	จำนวนการลาออก	Employee turnover	Person	1,369	1,194	1,815	1,886
	อัตราการพ้นสภาพของพนักงาน	Employee turnover rate	Percent	8.90	7.50	7.59	8.07
	แยกตามเพศ	By gender					
	- พนักงานชาย	- Male	Person	NA	NA	826	891
			Percent	NA	NA	7.47	8.12
	- พนักงานหญิง	- Female	Person	NA	NA	989	995
			Percent	NA	NA	7.69	8.02
	แยกตามอายุ	By age					
	น้อยกว่า 30	< 30 years	Person	NA	NA	531	703
			Percent	NA	NA	6.5	8.4
	30 - 50 ปี	30-50 years	Person	NA	NA	1,231	1,065
			Percent	NA	NA	8.4	7.7
	มากกว่า 50 ปี	>50 years	Person	NA	NA	53	118
			Percent	NA	NA	5.0	10.1
	อัตราการลาออกจากงานของพนักงานโดยสมัครใจ	Voluntary employee turnover rate	Percent	8.10	6.9	6.4	6.8
	การเลิกจ้างพนักงาน	Lay-offs					
	จำนวนพนักงานที่ถูกเลิกจ้าง	Employees laid off	Person	0	0	0	0
	กรณีที่มีการเจรจากับพนักงานเมื่อมีการปรับโครงสร้างองค์กร	Number of consultations/ negotiations with employees over organizational changes	Number	6	0	17	27
102-43 102-44	การสำรวจความผูกพันของพนักงาน	Employee Engagement Survey					
	ความผูกพันของพนักงาน	Employee engagement rate	Percent	72	73	65	71
	เป้าหมายความผูกพันของพนักงาน	Target of employee engagement rate		71	73	80	70
	ร้อยละของพนักงานที่เข้าร่วมการสำรวจผูกพันของพนักงาน	Employees participating in employee engagement survey		97	93	96	97
	ความพึงพอใจของพนักงาน	Employee satisfaction rate		70	72	76	64
	เป้าหมายความพึงพอใจของพนักงาน	Target of employee satisfaction rate		71	73	76	78
	ร้อยละของพนักงานที่เข้าร่วมการสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน	Employees participating in employee satisfaction survey		97	93	96	97

GRI Standard	Data Description		Unit	2015	2016	2017	2018
404-3	การประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงาน	Individual Performance Appraisal					
	การใช้เป้าหมายที่สามารถวัดได้ และที่ได้รับการตกลงร่วมกันกับผู้บังคับบัญชา/หัวหน้างาน (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)	Systematic use of agreed measurable targets by line superior (% of all employees)		100	100	100	100
	การประเมินผลการปฏิบัติงานจากหลายมิติ (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)	Multidimensional performance appraisal (% of all employees)	Percent	28	41	68	88
	การเปรียบเทียบและการจัดลำดับพนักงานภายในหมวดหมู่เดียวกัน อย่างเป็นระบบ (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)	Formal comparative ranking of employees within one employee category (% of all employees)		100	100	100	100
OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY							
403-1 Y2016	นโยบายและการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยและ อาชีวอนามัย	Health and Safety Framework and Training					
	ความครอบคลุมของกรอบการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย	Coverage of health and safety management framework		86	12	107	134
	ความครอบคลุมในการฝึกอบรมด้านความเสี่ยง ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และการป้องกัน	Coverage of OHS health risks/ prevention training	Person	7,640	4,135	2,580	3,841
	ความครอบคลุมในการฝึกอบรมหรือมาตรการต่างๆ ที่ส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ของพนักงาน	Coverage of special training and/or measures to foster employees' health and well-being		78,687.0	101,895	139,086	101,200
	อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงานของพนักงาน	Occupational disease rate					
	จำนวนพนักงานที่เจ็บป่วยจากการทำงาน	No. of employees with work-related illnesses					
	- ชาย	- Male		0	0	0	0
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
	อัตราพนักงานที่เจ็บป่วยจากการทำงานของพนักงาน	Occupational disease rate					
	- ชาย	- Male		0	0	0	0
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
403-2 Y2016	อัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน (พนักงาน)	Injury rate Employees					
	จำนวนรายบาดเจ็บ (ไม่หยุดงาน)	Injured employees (no workday lost)		1	7	1	3
	- ชาย	- Male		1	5	1	3
	- หญิง	- Female		0	2	0	0
	จำนวนรายบาดเจ็บ (หยุดงาน)	Injured employees (with workday lost)		6	9	11	20
	- ชาย	- Male		6	7	9	16
	- หญิง	- Female		0	2	2	4
	ทุพพลภาพ	Employees Severe injuries resulting in disabilities		0	0	0	0
	- ชาย	- Male		0	0	0	0
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
	อัตราการบาดเจ็บ	Injury rate Employees		0.15	0.29	0.24	0.51
	- ชาย	- Male		0.33	0.53	0.43	0.92
	- หญิง	- Female		0.00	0.15	0.07	0.16
	อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน	Lost time injury frequency rate employees	Number per million man-hours	0.13	0.16	0.22	0.45
	- ชาย	- Male		0.28	0.31	0.39	0.79
	- หญิง	- Female		0.00	0.07	0.07	0.16
403-2 Y2016	อัตราการบาดเจ็บผู้รับเหมา	Injury rate Contractors					
	จำนวนรายบาดเจ็บ (ไม่หยุดงาน)	Injured contractors (no workday lost)		0	0	0	0
	- ชาย	- Male		0	0	0	0
	- หญิง	- Female		0	0	0	0

GRI Standard	Data Description		Unit	2015	2016	2017	2018
	จำนวนรายบาดเจ็บ (หยุดงาน)	Injured contractors (with workday lost)	Person	0	0	0	4
	- ชาย	- Male		0	0	0	4
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
	ทุพพลภาพ	Contractors - Severe injuries resulting in disabilities		0	0	0	0
	- ชาย	- Male		0	0	0	0
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
	อัตราการบาดเจ็บ	Injury rate Contractors	Number per million man-hours	0	0	0	0
	- ชาย	- Male		0	0	0	0
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
	อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน	Lost time injury frequency rate contractors		0	0	0	0
	- ชาย	- Male		0	0	0	0
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
403-2 Y2016	อัตราการเสียชีวิตของพนักงาน	Fatalities					
	พนักงานที่เสียชีวิตเนื่องจากอุบัติเหตุ (ในงาน)	Employee	Person	0	0	0	2
	- ชาย	- Male		0	0	0	2
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
	จำนวนรายที่เสียชีวิตโรคจากการทำงาน	Death from work-related illnesses		0	0	0	0
	- ชาย	- Male		0	0	0	0
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
	จำนวนรายที่เสียชีวิตเนื่องจากอุบัติเหตุ (ในงาน)	Death from work-related accidents		0	0	0	1
	- ชาย	- Male		0	0	0	1
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
	จำนวนรายที่เสียชีวิตเนื่องจากอุบัติเหตุรถยนต์ (ในงาน)	Death from work-related automobile accidents		0	0	0	1
	- ชาย	- Male		0	0	0	1
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
403-2 Y2016	อัตราการเสียชีวิตของผู้รับเหมา	Fatalities					
	ผู้รับเหมาที่เสียชีวิตเนื่องจากอุบัติเหตุ (ในงาน)	Contractor	Person	2	1	2	1
	- ชาย	- Male		2	1	2	1
403-2 Y2016	- หญิง	- Female		0	0	0	0
	การขาดงาน	Injury Severity rate					
	จำนวนวันที่ขาดงาน	Total lost days	Day	137	120	116	672
	- ชาย	Male		NA	113	85	545
	- หญิง	Female		NA	7	31	127
403-2 Y2016	อัตราความรุนแรงจากอุบัติเหตุการทำงาน	Injuries Severity Rate(ISR) per 1,000,000 Hrs		3.0	2.1	2.3	260.7
	การลาป่วย	Sick Leave					
	จำนวนวันลาป่วยโดยเฉลี่ยของพนักงาน	Average sick days per employee	Day	NA	2.0	2.1	2.3
	True Online	True Online		NA	2.2	2.1	2.2
	True Move H	True Move H		NA	1.6	1.9	1.7
	True Vision	True Vision		NA	3.0	2.9	2.7
	จำนวนวันลาป่วยของพนักงาน	Total number of sick days		NA	59,118.4	49,924.5	53,791.0
403-2 Y2016	การขาดงาน	Absentee Rate					
	การขาดงาน	Absentee Rate	Percent	0.0024	0.85	0.80	1.00

GRI Standard	Data Description		Unit	2015	2016	2017	2018
	- ชาย	- Male	Percent	NA	1.06	0.87	1.00
	- หญิง	- Female		NA	0.87	0.75	0.84
	ข้อมูลการปฏิบัติงาน	General working info					
	จำนวนพนักงานทั้งหมด	Total Employees	Man	22,278	26,872	23,921	23,366
	- ชาย	- Male		10,280	10,793	11,059	10,967
	- หญิง	- Female		11,998	13,130	12,862	12,399
	จำนวนชั่วโมงทำงานทั้งหมด	Total Employee Work Hours	Man-Hours	46,338,240	55,893,760	49,755,680	48,601,280
	- ชาย	- Male		21,382,400	22,449,440	23,002,720	22,811,360
	- หญิง	- Female		24,955,840	27,310,400	26,752,960	25,789,920

Remarks ISR= Number of lost working day x 1,000,000hrs/(5 working day x 8hrs x 52weeks x Total Employee), 2018 Target: 2.33
 IFR= Number of Injuries case x1,000,000hrs/(5 working day x 8hrs x 52weeks x Total Employee)
 Two employee fatalities: car accident and short circuit at work
 One contractor fatalities: short circuit at work

401-3	การใช้สิทธิลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร	Parental Leave					
	จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร	Number of employees taking parental leave	Person	NA	NA	368	492
	จำนวนพนักงานที่กลับมาปฏิบัติงานหลังจากใช้สิทธิลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร	Number of employees returning to work after parental leave who are still employed for the next 12 months 10		NA	NA	368	444
	จำนวนพนักงานที่กลับมาปฏิบัติงานหลังจากใช้สิทธิลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร และยังทำงานต่อหลังจากนั้นอีก 1 ปี	Number of employees returning to work after parental leave who are still employed for the next 12 months		NA	NA	368	444
	อัตราพนักงานกลับมาทำงานหลังใช้สิทธิลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร	Employees returned to work after parental leave (retention rate)	Percent	NA	NA	100	90

Remarks Maternity leave: total 100% female (both permanent & temporary) employees are entitled for maternity leave
 Paternity leave: total 100% permanent male employee are entitled for paternity leave

102-17	การร้องเรียนผ่านช่องทาง Whistle Blower	Grievance					
	อีเมล	E-mail: auditcommittee@truecorp.co.th	Number	NA	NA	0	0
	จดหมาย	Letter		NA	NA	5	2
	การเข้าร่วมสหภาพโดยสมัครใจ	Freedom of Association					
	พนักงานที่เข้าร่วมสหภาพแรงงาน	Employees represented by an independent trade union or covered by collective bargaining agreements	Person	0	0	0	0
	กรณีที่มีการปรึกษาหารือ/การเจรจา กับสหภาพแรงงานเรื่องการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร	Number of consultations/ negotiations with trade unions over organizational changes	Number	NA	NA	0	0

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

201-1	รวมเงินสมทบ	Total Contribution					
	การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม	Funding for activities benefiting society	Million Baht	137.67	262.27	275.89	356.66
	การอาสาของพนักงานในกิจกรรมทางสังคม	Volunteering by employees in social activities	Hours	8,072	15,584.00	20,376.00	25,536

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

NA: Not Available – ไม่มีข้อมูล
 NR: Not Relevant – ไม่เกี่ยวข้อง

แบบสำรวจความคิดเห็นต่อรายงานความยั่งยืน ปี 2561

ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสำรวจความคิดเห็นนี้ จะถูกนำมาปรับปรุงเนื้อหาในรายงานความยั่งยืนในปีต่อไป ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความร่วมมือของท่าน

กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่อง ☐ หรือแสดงความคิดเห็นของท่านเพิ่มเติมลงในช่องว่าง

1. กรุณาระบุสถานะของท่านที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

- ☐ ผู้ถือหุ้น นักลงทุน ☐ คู่ค้า ☐ นักเรียน นักศึกษา ☐ รัฐบาล/หน่วยงานภาครัฐ ☐ ลูกค้า
☐ เอ็นจีโอและภาคประชาสังคม ☐ พนักงาน ☐ พันธมิตรธุรกิจ ☐ เจ้าหนี้
☐ สื่อมวลชน ☐ คู่แข่งผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

2. ท่านได้รับทราบรายงานความยั่งยืนฉบับนี้จากช่องทางใด

- ☐ ได้รับแจกวันประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี ☐ ดาวน์โหลดจากเว็บไซต์บริษัทฯ
☐ อื่นๆ ระบุ.....

3. วัตถุประสงค์ในการอ่านรายงานความยั่งยืนฉบับนี้

- ☐ เพื่อหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุน ☐ เพื่อการศึกษาวิจัย ☐ เพื่อรู้จักบริษัทฯ
☐ เพื่อเป็นตัวอย่างการจัดทำรายงานความยั่งยืนของบริษัทที่ท่านทำงานอยู่ ☐ อื่นๆ ระบุ.....

4. กรุณาแสดงความคิดเห็นต่อรายงานความยั่งยืนปี 2561

ความคิดเห็นต่อรายงาน ความยั่งยืน ปี 2561	ระดับคะแนน				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ภาพรวมรายงานความยั่งยืนฉบับนี้มีความสมบูรณ์ตรงกับสิ่งที่ท่านต้องการทราบ	☐	☐	☐	☐	☐
มีการนำเสนอเนื้อหาที่เข้าใจง่าย และน่าสนใจ	☐	☐	☐	☐	☐
เนื้อหาในรายงานความยั่งยืนมีความน่าเชื่อถือ	☐	☐	☐	☐	☐
รายงานความยั่งยืนมีขนาด และรูปเล่มที่เหมาะสม	☐	☐	☐	☐	☐
ความพึงพอใจต่อรายงานความยั่งยืนโดยรวม	☐	☐	☐	☐	☐

5. ท่านคิดว่าประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ ถูกรายงานอย่างครบถ้วนในรายงานความยั่งยืนหรือไม่

- ☐ ครบถ้วน ☐ ไม่ครบถ้วน โปรดระบุประเด็นที่ท่านเห็นว่าควรเพิ่มเติม.....

6. ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

ท่านสามารถร่วมแสดงความคิดเห็น
ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยการสแกน QR Code



true | SUSTAINABILITY

มีกันและกัน สร้างสรรค์ชีวิตที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน



บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
18 อาคารทรู ทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก ห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
โทรศัพท์ +66 (0) 2859-1111 โทรสาร +66 (0) 2859-9134
www.truecorp.co.th