

อัจฉริยะภาพสู่โลกใหม่ที่ยั่งยืน

เพื่อคุณภาพแห่งชีวิตที่สมบูรณ์แบบไปด้วยกัน



เพื่อคุณภาพชีวิต ที่ก้าวหน้า พบที่สุดแห่ง

เทคโนโลยี
ระดับโลกที่จะช่วยให้
ทุกชีวิตง่ายและ
สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น
บนโครงข่ายสมบูรณ์แบบ
ที่ครอบคลุมมากที่สุด
ในประเทศไทย



สารบัญ

เกี่ยวกับทรู

04

สารจากประธานคณะกรรมการบริหาร

06

สารจากกรรมการผู้จัดการใหญ่ (ร่วม)

08

ผลการดำเนินงานที่โดดเด่นประจำปี 2562

10

รางวัลและความสำเร็จประจำปี 2562

12

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

13

รู้จักทรู

14

การกำกับดูแลและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน

18

การสร้างภาพพจน์กับผู้มีส่วนได้เสีย

20

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

HEART มุ่งมั่นทำธุรกิจจากหัวใจ

26

ผลประโยชน์และความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ

28

การกำกับดูแลกิจการ การกำกับการปฏิบัติตาม
ตามประมวลกฎหมายและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน

32

การบริหารจัดการความเสี่ยงและสภาวะวิกฤต

34

การบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคล

40

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์

44

ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์
และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

50

การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน

HEALTH มุ่งมั่นสร้างสังคมยั่งยืน

56

ความพร้อมใช้งานและความครอบคลุม
ของเครือข่าย

60

การบริหารจัดการนวัตกรรม

64

ความรับผิดชอบต่อสังคม

HOME มุ่งมั่นเพื่อสิ่งแวดล้อมยั่งยืน

72

การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและ
ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

78

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

ภาคผนวก

82

การแสดงผลข้อมูลตามตัวชี้วัด GRI และ SDGs

87

การปฏิบัติตามเกณฑ์ขั้นสูงสุดของข้อตกลงโลก
แห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact)

88

การรับรองโดยหน่วยงานภายนอก

92

รายงานผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

99

แบบสำรวจความคิดเห็นต่อรายงานความยั่งยืน
ปี 2562

สารจากประธานคณะกรรมการบริหาร

(GRI 102-14)



กลุ่มทรู พร้อมก้าวขึ้นเป็นผู้นำ 5G ในประเทศไทยที่มีคลื่นความถี่มากที่สุด ในอุตสาหกรรม นำโซลูชั่นและเทคโนโลยีอัจฉริยะ เช่น เอไอ ศูนย์บ่มเพาะการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก และไอโอที มาใช้เพื่อยกระดับประเทศไทย และเสริมศักยภาพการแข่งขันของคนไทย ในระบบเศรษฐกิจยุคใหม่เพื่อตอบสนอง และเติมเต็มอนาคตที่ยั่งยืนไปด้วยกัน

กลุ่มธุรกิจมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติและดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) ทั้ง 17 ประการ และสนับสนุนหลักสากล 10 ประการของ UN Global Compact ที่ครอบคลุมมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล โดยในปีที่ผ่านมา แม้ว่าเศรษฐกิจจะเติบโตไม่มากนัก แต่ผลประกอบการของบริษัทฯ ก็มีผลกำไรอย่างต่อเนื่องจากการให้บริการบรอดแบนด์โทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมถึงดิจิทัล คอนเทนต์ และดิจิทัล แพลตฟอร์มของกลุ่มธุรกิจ คือ ทรูไอดี พร้อมทั้งยังผลักดันการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 2563 ในขณะเดียวกัน บริษัทฯ ก็ได้เตรียมความพร้อมในการตั้งเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนปี 2568 และปี 2573 ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเมกะเทรนด์ต่างๆ ที่ทวีความท้าทายยิ่งขึ้น ด้วยกลยุทธ์การพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ การรักษาความมั่นคงทางไซเบอร์และความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล เพิ่มการกระจายโอกาสในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นต้น เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถเติบโตไปด้วยกันกับสังคมไทยอย่างมั่นคง

อีกหนึ่งพันธกิจที่สำคัญของกลุ่มธุรกิจ คือ การนำคนไทยก้าวสู่ยุค 5G นำอัจฉริยภาพของเทคโนโลยี 5G เติมเต็มการใช้ชีวิตในทุกมิติ เพื่อก้าวสู่โลกใหม่ที่ยั่งยืนไปกับประชาคมโลก โดยกลุ่มธุรกิจพร้อมก้าวขึ้นเป็นผู้นำ 5G ในประเทศไทยที่มีคลื่นความถี่มากที่สุด ในอุตสาหกรรม นำโซลูชันและเทคโนโลยีอัจฉริยะ เช่น เอไอ หุ่นยนต์ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก และไอโอที มาใช้เพื่อยกระดับประเทศไทยและเสริมศักยภาพการแข่งขันของคนไทยในระบบเศรษฐกิจยุคใหม่ เพื่อตอบสนองและเติมเต็มอนาคตที่ยั่งยืนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 6 กลุ่มของบริษัทฯ นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจยังตั้งเป้าที่จะก้าวขึ้นเป็นผู้ให้บริการด้านดิจิทัลแพลตฟอร์มในภาคพื้นอาเซียน และเอเชียภายในระยะเวลา 3-5 ปี โดยมีความพร้อมในการแข่งขันเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ สะท้อนจากรางวัลระดับโลกที่กลุ่มธุรกิจได้รับ อาทิ รางวัล “นายจ้างดีเด่นประจำปีประเทศไทย” (Top Employer Thailand 2020) ต่อเนื่อง 2 ปีซ้อน

โดยกลุ่มธุรกิจเป็นองค์กรด้านสื่อสารโทรคมนาคมเพียงหนึ่งเดียวของไทย ที่ได้รับรางวัลในครั้งนี้ จาก Top Employers Institute เนเธอร์แลนด์ รวมถึงรางวัล “สุดยอดแบรนด์ของโลกแห่งปี 2019” ต่อเนื่อง 3 ปีซ้อน ที่ทรูออนไลน์ได้รับในฐานะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์เพียงหนึ่งเดียวจากประเทศไทย อีกทั้ง ยังเป็นโอเปอเรเตอร์ไทยเพียงรายเดียวที่ได้รับ “รางวัลผู้ให้บริการโทรคมนาคมแห่งปี 2019 ประจำภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ขณะที่ ทรูมูฟ เอช ได้รับ “รางวัลผู้ให้บริการโมบายล์ดาต้า แห่งปี 2019 ประจำภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก” ต่อเนื่อง 3 ปีซ้อน และในปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจยังได้เปิดตัว ทรู ดิจิทัล พาร์ค ซึ่งเป็นศูนย์กลางนวัตกรรมดิจิทัลที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเป็นระบบนิเวศครบวงจรสำหรับสตาร์ทอัพ เพื่อสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถของประเทศไทย ด้วยนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยี อันจะช่วยสร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ในปี 2562 กลุ่มธุรกิจมีการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่เด่นชัดและเป็นรูปธรรม ทำให้กลุ่มธุรกิจยังคงสถานะความเป็นผู้นำกลุ่มอุตสาหกรรม (Industry Leader) ในหมวดบริการโทรคมนาคม ของดัชนีความยั่งยืนระดับโลก Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) 2 ปีซ้อน โดยได้รับเลือกเป็นสมาชิก DJSI ประเภท Emerging Markets ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 (2560 – 2562) และได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกกลุ่มดัชนีความยั่งยืนระดับโลก FTSE4Good Emerging Index ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 (2560 – 2562) ตอกย้ำความเป็นองค์กรธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมรวมถึงมีการกำกับดูแลกิจการที่แข็งแกร่ง และมีการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนอย่างโปร่งใส อันสร้างความภาคภูมิใจให้แก่พนักงานและผู้บริหารทุกคนที่มุ่งมั่น ร่วมกันพัฒนาธุรกิจบนพื้นฐานของความยั่งยืนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

ผมขอขอบคุณทุกภาคส่วนที่ให้การสนับสนุนร่วมกัน ผลักดันกลุ่มธุรกิจสู่ความยั่งยืนอย่างแท้จริงและร่วมเติมเต็มอนาคตที่ยั่งยืนไปด้วยกัน



นายสุกชัย เจียรวัฒนุ์
ประธานคณะกรรมการบริหาร

สารจากกรรมการผู้จัดการใหญ่ (ร่วม)

(GRI 102-14)



นายอาทิตย์ เมมไพบูลย์วัฒนา
กรรมการผู้จัดการใหญ่กลุ่มบริษัท (ร่วม)

บริหารจัดการระดับภูมิภาคทั่วประเทศ
ธุรกิจพาณิชย์ทั้งหมตรวมถึงธุรกิจมีเดีย
บริหารกลุ่มลูกค้าองค์กร
หน่วยงานสนับสนุนองค์กร

นายสฤต จินสิทธิ์
กรรมการผู้จัดการใหญ่กลุ่มบริษัท (ร่วม)

บริหารงานด้านปฏิบัติการ และระบบงานปฏิบัติการเครือข่าย
ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
งานบริการลูกค้า
หน่วยงานสนับสนุนองค์กร

ภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของธุรกิจและเทคโนโลยีในปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคมของไทยที่ก้าวสู่สังคมดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบในช่วงเปลี่ยนผ่านจากยุค 4G สู่ยุค 5G การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ต้องปรับเปลี่ยนเพื่อตอบสนองการทำผลกำไรและผลประโยชน์ที่ดี และสร้างสมดุลด้านความยั่งยืนไปพร้อมกัน บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนปี 2563 ของกลุ่มทรู (True Sustainability Goals 2020) ภายใต้กรอบ “3H’s” คือ “HEART, HEALTH, HOME” : มุ่งมั่นทำธุรกิจด้วยใจที่ยั่งยืน (Heart) สร้างสังคมที่ยั่งยืน (Health) และเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน (Home) ตามหลักปฏิบัติของบริษัทฯ ที่ยึดถือมาอย่างต่อเนื่อง ตอบสนองความต้องการผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ด้วยดีเสมอมา

ทั้งนี้ในปี 2562 กลุ่มทรู ได้ประเมินและจัดลำดับประเด็นที่มีนัยสำคัญร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อตอบสนองต่อประเด็นความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจของอุตสาหกรรมสื่อสารโทรคมนาคมดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยได้กำหนดแนวทางในการบริหารจัดการของประเด็นที่มีนัยสำคัญอย่างชัดเจน สะท้อนผ่านผลการดำเนินงานที่โดดเด่นของปี 2562 ดังนี้

การดำเนินการด้าน Heart: บริษัทฯ พัฒนาเตรียมความพร้อมใช้งานของเครือข่ายการให้บริการ 5G นำนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้พัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง เช่น นำเทคโนโลยีเอไอ (Artificial Intelligence) มาใช้ในการให้บริการ และพัฒนาช่องทางการให้บริการออนไลน์ทั้งเว็บไซต์และแอปพลิเคชันเพื่อสร้างความสะดวกสบายและความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า พร้อมทั้งยกระดับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และระบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ที่สอดคล้องมาตรฐานสากล ทำให้สามารถป้องกันไม่ให้เกิดการรั่วไหลของข้อมูลได้ร้อยละ 100 และกรณีการนำข้อมูลของลูกค้าไปใช้ในทางมิชอบเป็นศูนย์ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่องผ่านโครงการพัฒนาผู้นำ Strategic Project Leadership Development (SPLD) ซึ่งเน้นการทำงานแบบยืดหยุ่น ข้ามสายงาน และให้อำนาจพนักงานในการตัดสินใจได้ทันที ทำให้เกิดการเรียนรู้และต่อยอดระหว่างสายงาน โดยในปีที่ผ่านมา มีพนักงานเข้าร่วมโครงการ 1,254 คนเพื่อขับเคลื่อน 176 โครงการ และพนักงานร้อยละ 100 ผ่านการอบรมด้านความยั่งยืน



นายอานนท์ เบบัวบุญวัฒน์
กรรมการผู้จัดการใหญ่กลุ่มบริษัท (ร่วม)

การดำเนินงานด้าน Health: บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการนำความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมมาใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจ กระจายโอกาสให้สังคม และดูแลสิ่งแวดล้อม ด้วยยุทธศาสตร์การจัดการนวัตกรรมแบบเปิดที่ผลานองค์ความรู้จากภายในและภายนอก โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ สามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการด้วยนวัตกรรมเพิ่มขึ้น 47% เทียบกับปี 2558 และมีผลงานนวัตกรรมที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรทั้งหมด 44 รายการ สำหรับการกระจายโอกาสให้สังคมนั้น บริษัทฯ ส่งเสริมเยาวชนและประชาชนทั่วประเทศกว่า 4,360,000 คน สามารถเข้าถึงแหล่งเรียนรู้และข้อมูลสารสนเทศผ่านโครงการด้านการศึกษาต่างๆ อาทิ โครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED โครงการทรูปลูกปัญญา โครงการสามเณรปลูกปัญญาธรรม และยังมีส่วนร่วมในการพัฒนาขีดความสามารถ สร้างโอกาส สร้างอาชีพให้กับกลุ่มเปราะบางกว่า 22,289 คน

การดำเนินงานด้าน Home: บริษัทฯ ผลักดันการลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโดยเน้นการลดการใช้พลังงาน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนากระบวนการทำงาน และการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานผ่านโครงการต่างๆ พร้อมทั้งได้ขยายการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์ที่สถานีฐานเพิ่มขึ้น 428 สถานี โดยการดำเนินงานแบบรอบด้านทำให้สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อรายได้ลงร้อยละ 9.6 เทียบกับปี 2559 นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบเพื่อขยายผลกระทบเชิงบวกให้กว้างกว่าขอบเขตการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยมีมาตรการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เข้มข้นต่อเนื่อง ในขณะเดียวกัน ก็เน้นการเพิ่มศักยภาพคู่ค้าให้มีการปรับปรุงกระบวนการในมิติด้านความยั่งยืนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อยกระดับขีดความสามารถและเติบโตไปด้วยกันในระยะยาว

การขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวไปสู่ความยั่งยืนต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากภายใน จากผู้มีส่วนได้เสีย ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน และได้รับการสนับสนุนจากภายนอกในการขับเคลื่อนให้บรรลุตามเป้าหมายด้านความยั่งยืนนี้ กลุ่มทรู ขอขอบคุณผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มและเพื่อนพนักงานทุกคน ที่เป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนให้บริษัทฯ เติบโตอย่างมั่นคงพร้อมไปกับการร่วมกันพัฒนาชีวิตที่ดีกว่าให้ลูกค้าและคนไทยทุกคนอย่างยั่งยืน



นายสฤกษ์ จิรสิทธ์
กรรมการผู้จัดการใหญ่กลุ่มบริษัท (ร่วม)

ผลการดำเนินงานที่โดดเด่นประจำปี 2562

(GRI 103-3)

เศรษฐกิจ



รายได้จากการให้บริการหลักและบริการอื่น
120,926 ล้านบาท

รายได้รวม
140,943 ล้านบาท

กำไร (ขาดทุน) สุทธิ
สำหรับส่วนที่เป็นของบริษัท
5,637 ล้านบาท

ผลประโยชน์ต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (ล้านบาท)



2,172

ภาษีที่จ่ายให้รัฐบาล



3,000

เงินปันผลแก่
ผู้ถือหุ้น



427

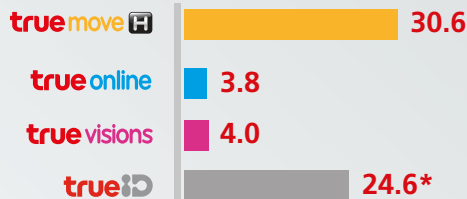
การสนับสนุน
ชุมชนและสังคม



15,012

ค่าตอบแทนและสวัสดิการ
พนักงาน

ฐานลูกค้า (ล้านบาท)



* จำนวนผู้ใช้บริการรายเดือน (Monthly Active Users)



HEART: มุ่งมั่นทำธุรกิจด้วยใจที่ยั่งยืน

Dow Jones Sustainability Indices (DJSI)

MEMBER OF

**Dow Jones
Sustainability Indices**



In collaboration with

2 ปีซ้อน

ผู้นำกลุ่มบริการ
โทรคมนาคม



ระดับดีเลิศ (Excellent)

ผลการประเมินการกำกับกิจการที่ดี
โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย



86.70%

คะแนนความพึงพอใจ (Top Box ICSAT)
ของลูกค้าต่อการให้บริการ



100%

พนักงานผ่านการอบรม
ด้านความยั่งยืน

จัดจ้างพนักงาน (ราย)



54%
12,143



46%
10,554

อัตราการบาดเจ็บของพนักงานถึงขั้นหยุดงาน
(รายต่อ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน)



0.04



0.41

อัตราการเสียชีวิตของพนักงานจากการทำงาน (ราย)



0

ไม่มีพนักงานเสียชีวิต
จากการทำงาน



HEALTH: มุ่งมั่นสร้างสังคมที่ยั่งยืน



11.4 นาที/คน/ปี

ดัชนีระยะเวลาการหยุดชะงัก
ของเครือข่าย

*มาตรฐานสากล 90 นาที/คน/ปี



99.92%

คะแนนความพึงพอใจต่อ
ความพร้อมใช้งานของเครือข่าย



4,360,000 ราย

คนไทยทั่วประเทศเข้าถึงแหล่ง
เรียนรู้และข้อมูลสารสนเทศ



47%

เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ กระบวนการ
และบริการใหม่เชิงนวัตกรรม
(เทียบกับมูลค่าปีฐาน 2558)



22,289 ราย

พัฒนาคุณภาพชีวิตกลุ่มเปราะบาง
ผ่านการพัฒนาขีดความสามารถ
สร้างโอกาส และสร้างอาชีพ



1,551 ราย

จำนวนนวัตกรรม



19,680 ชั่วโมง

จิตอาสาทำกิจกรรมเพื่อสังคม



44 ผลงาน

จำนวนทรัพย์สินทางปัญญา



HOME: มุ่งมั่นเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน



9.6%

ลดปริมาณการปล่อย
ก๊าซเรือนกระจกต่อรายได้
(เทียบกับมูลค่าปีฐาน 2559)



428 สถานีฐาน

มีการติดตั้ง Solar Cell
ผลิตไฟฟ้า เพื่อเพิ่มสัดส่วน
การใช้พลังงานหมุนเวียน



7.9%

ลดปริมาณน้ำใช้ต่อรายได้
(เทียบกับมูลค่าปีฐาน 2559)



4,312,044 ต้น

จำนวนต้นไม้ที่ปลูกและแชร
ผ่านแอปพลิเคชัน We Grow



100%

คู่ค้ายอมรับการปฏิบัติตามคุณธรรม
และข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า
(Supplier Code of Conduct)



100%

คู่ค้าผ่านการประเมินตนเอง
บนระบบออนไลน์
(Online Suppliers' Self-Assessment)



77.1%

คู่ค้าหลัก (Critical Supplier Tier 1)
ต้องผ่านการประเมินที่สถานที่ปฏิบัติงาน (Onsite Audit)

รางวัลและความสำเร็จประจำปี 2562

(ครอบคลุม 3 มิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ภายใต้กรอบ Heart-Health-Home)



2 รางวัลเกียรติยศระดับเอเชีย-แปซิฟิก ได้แก่ รางวัลผู้ให้บริการโทรคมนาคมระดับเอเชีย-แปซิฟิกแห่งปี 2562 (2 ปีซ้อน) และผู้ให้บริการโมบายล์ดาต้าแห่งปี 2562 (3 ปีซ้อน)

กลุ่มทรู ได้รับ 2 รางวัลเกียรติยศ จากงาน Asia-Pacific Best Practices Awards จัดโดย Frost & Sullivan โดย “ทรู คอร์ปอเรชั่น” เป็นโอเปอเรเตอร์ไทยเพียงรายเดียวที่ได้รับรางวัลผู้ให้บริการโทรคมนาคมแห่งปี 2019 ประจำปีภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก โดยได้รับต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ขณะที่ “ทรูมูฟ เอช” ได้รับรางวัลผู้ให้บริการโมบายล์ดาต้าแห่งปี 2019 ประจำปีภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ซึ่งนับเป็นรางวัลต่อเนื่อง 3 ปีซ้อน สะท้อนภาพความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขีดความสามารถในการแข่งขันระดับภูมิภาค และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล



รางวัลคุณภาพแห่งชาติ ประจำปี 2562

กลุ่มทรู ได้รับรางวัลคุณภาพแห่งชาติ ประจำปี 2562 (Thailand Quality Award 2019) จัดโดยสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ สถาบันเครือข่ายของกระทรวงอุตสาหกรรม ในฐานะสำนักงานรางวัลคุณภาพแห่งชาติ โดยนับเป็นครั้งแรกในรอบ 8 ปี ที่มี 2 องค์กรไทยสามารถผ่านเกณฑ์การตัดสินอย่างเข้มข้น จนได้รับรางวัลอันทรงเกียรติซึ่งเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง เป็นเครื่องหมายอันแสดงถึงความเป็นเลิศในการบริหารจัดการองค์กรที่ทัดเทียมมาตรฐานโลก



รางวัลนายจ้างดีเด่น ประจำปีประเทศไทย (Top Employer Thailand 2020 Award) 2 ปีซ้อน (2561-2562) จาก สถาบัน Top Employers Institute ประเทศเนเธอร์แลนด์

กลุ่มทรู ได้รับรางวัลนายจ้างดีเด่น ประจำปีประเทศไทย (Top Employer Thailand 2020 Award) จากงาน Top Employers APAC 2020 เป็นปีที่ 2 ในฐานะที่เป็นองค์กรซึ่งมีความโดดเด่นในด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลและการดูแลพนักงานได้ครอบคลุมทุกด้าน โดยมีทั้งนโยบาย กลยุทธ์ กระบวนทัศน์ ระเบียบปฏิบัติ การวัดผลและพัฒนา และเทคโนโลยี ที่มีประสิทธิภาพต่อองค์กรรองรับต่อความต้องการอันหลากหลายของพนักงาน



กลุ่มทรู ได้รับคะแนนสูงสุดเป็นที่ 1 ของโลก (Industry Leader) ในหมวดธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคม 2 ปีซ้อน และเป็นสมาชิกกลุ่มดัชนีความยั่งยืนระดับโลก Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) ประเภท Emerging Markets ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 (2560 - 2562)

สะท้อนความมุ่งมั่นดำเนินงานขับเคลื่อนด้านความยั่งยืนของบริษัทอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม สร้างนวัตกรรมที่แตกต่างครอบคลุมทั้ง 3 มิติอย่างต่อเนื่องทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตามยุทธศาสตร์ภายใต้กรอบ 3 H's: Heart Health Home เพื่อสร้างคุณค่าระยะยาวและยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม



FTSE4Good



กลุ่มทรู ได้เป็นสมาชิกกลุ่มดัชนีความยั่งยืนระดับโลก FTSE4Good Index Series ประเภท Emerging Markets ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 (2560 – 2562)

ตอกย้ำความเป็นองค์กรธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมถึงมีการกำกับดูแลกิจการที่แข็งแกร่ง (Environmental, Social and Governance (ESG) Performance) และได้รับการรับรองจากองค์กรระดับโลกอย่างต่อเนื่อง



รางวัลด้านความยั่งยืน ระดับเอเชีย Asia Corporate Excellence & Sustainability Awards (ACES) ประเภท บริษัทที่มีการส่งเสริมการดูแลชุมชนยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย ประจำปี 2562

อีกหนึ่งบทพิสูจน์ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจที่รับผิดชอบต่อชุมชนผู้มีส่วนได้เสียและสังคม เพื่อให้เติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน โดยการนำศักยภาพนวัตกรรมเทคโนโลยีสื่อสารทางดิจิทัล สร้างนวัตกรรมที่แตกต่าง เป็นที่ยอมรับในระดับสากล



รางวัล Thailand Sustainability Investment ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 (2561 – 2562)

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มอบรางวัล Thailand Sustainability Investment (TSHI) ประจำปี 2562 ให้แก่ บมจ. ทรู คอร์ปอเรชั่น ที่ได้รับการคัดเลือกอยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืนบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดสูงกว่า 100,000 ล้านบาท ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2



รางวัลเกียรติคุณ ด้านการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน (Sustainability Disclosure Award) ประจำปี 2562

สถาบันไทยพัฒน์ มอบรางวัลเกียรติคุณสูงสุดให้แก่บริษัทฯ ซึ่งเป็นองค์กรที่มีการดำเนินงานการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน และพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืนในระยะยาว รวมทั้งร่วมตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDG อย่างดีเยี่ยม



รางวัลด้านนวัตกรรม



● โครงการเฝ้าระวังช้างป่าด้วยระบบเตือนภัยล่วงหน้า (Elephant Smart Early Warning) ได้รับเหรียญทอง จาก Silicon Valley International Invention Festival จัดโดย International Federation of Inventors' Associations (IFIA) และ Geneva's Exhibition and Congress Center (PALEXPO) ประเทศสหรัฐอเมริกา



● ทรู สมาร์ท ฟาร์มเมอร์ แพลตฟอร์ม ได้รางวัลเหรียญเงิน ในกลุ่มการเกษตร พืชสวน การทำสวน (Agriculture, Horticulture, Gardening) จากเวที "The 47th International Exhibition of Inventions Geneva" งานแสดงสิ่งประดิษฐ์และผลงานนวัตกรรมระดับโลก จัดโดย รัฐบาลสมาพันธรัฐสวิส และองค์กรทรัพย์สินทางปัญญาแห่งโลก (WIPO)



● ทรู โรโบติกส์ แพลตฟอร์ม ได้รางวัลเหรียญทองแดง ในกลุ่มเครื่องกล เครื่องยนต์ เครื่องจักร (Mechanics, Engines, Machines) จากเวที "The 47th International Exhibition of Inventions Geneva"



● แอปพลิเคชันกู้ตอยล์ ได้รางวัลเหรียญทองแดง ในกลุ่มความปลอดภัย การช่วยเหลือ การเตือนภัย (Security, Rescue, Alarm) จากเวที "The 47th International Exhibition of Inventions Geneva" และ รางวัล The Best Invention Award จาก The 1st Institute Inventors and Researchers ประเทศอิหร่าน



● แอปพลิเคชัน ดูนก (Doo Nok) ได้รับ 2 รางวัลดีเด่นด้านนวัตกรรม ในงาน iENA 2019 (International Trade Fair Ideas Invention New Products) ณ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี อันได้แก่ รางวัลเหรียญเงิน และรางวัลพิเศษของสมาคมการประดิษฐ์และนวัตกรรมประเทศอินโดนีเซีย

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

(GRI 102-45, 102-46, 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-53, 102-54)

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จัดทำรายงานความยั่งยืน เป็นประจำทุกปี เพื่อแสดงความมุ่งมั่นและสื่อสารผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ตามหลักธรรมาภิบาล โดยรายงานประจำปี 2562 ฉบับนี้ มีขอบเขตของข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคมถึง 31 ธันวาคม 2562 ซึ่งได้รายงานตามแนวทางของ Global Reporting Initiative (GRI) Standards ในระดับตัวชี้วัดหลัก (“Core” option) อันเป็นที่ยอมรับในระดับสากลสาระสำคัญประกอบด้วย การเปิดเผยข้อมูลมาตรฐาน (standard disclosure) พร้อมทั้งเชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลก (Sustainable Development Goals-SDGs) โดยครอบคลุมประเด็นที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ

ขอบข่ายของการรายงานฉบับนี้จะครอบคลุมถึงบริษัทในกลุ่มทรู ที่บริษัทฯ ถือครองหุ้นมากกว่าร้อยละ 50 และบริษัทฯ มีอำนาจในการบริหารงาน (Operational Control) ประกอบด้วย ธุรกิจทรูมูฟ เอช ธุรกิจทรูออนไลน์ ธุรกิจทรู ทีวี และธุรกิจทรู ดิจิทัล กรุ๊ป ซึ่งเป็นขอบเขตเดียวกับการรายงานผลประกอบการด้านการเงินประจำปี 2562 ของบริษัทฯ ทั้งนี้ สามารถอ้างอิงข้อมูลได้จากรายงานประจำปีและจากเว็บไซต์ <http://investor-th.truecorp.co.th/home.html>

เนื้อหาของรายงานฉบับนี้มุ่งเน้นในประเด็นที่สำคัญต่อมิติความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม โดยแสดงถึงประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียและตัวชี้วัดในแต่ละประเด็น โดยปีนี้นับว่าไม่มีการปรับเปลี่ยนข้อมูลจากการรายงานจากปีที่แล้ว

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีความตั้งใจที่จะสื่อสารการดำเนินงานที่มีความโปร่งใสและผลงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบ พร้อมทั้งยินดีรับฟังข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อนำข้อคิดเห็นมาบูรณาการ เข้ากับกระบวนการดำเนินงานและส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนร่วมกันกับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน



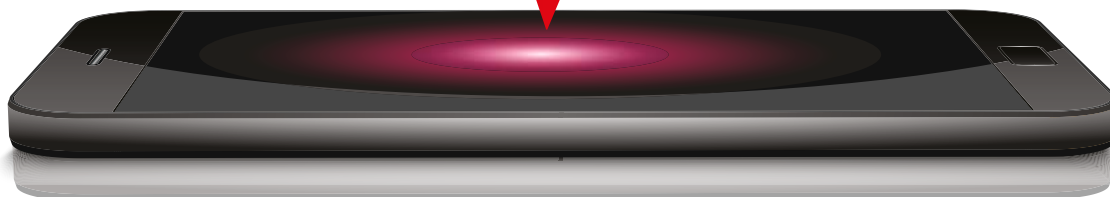
สามารถดาวน์โหลดรายงานฉบับนี้ : <http://www3.truecorp.co.th/new/sustain>

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ : Strategy & Sustainable Development

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 18 อาคารทรูทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

อีเมล : CSR-SD@truecorp.co.th



รู้จักทรู

(GRI 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-16, 102-45)

กลุ่มทรู เป็นผู้นำดิจิทัล โลฟส์สไตล์ ที่ให้บริการนวัตกรรมเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคมครบวงจรรายเดียวในประเทศไทย ทั้งโทรศัพท์เคลื่อนที่ บรอดแบนด์อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ คอนเทนต์ รวมถึงบริการด้านดิจิทัลอื่นๆ ที่มีเป้าหมายเพื่อผลักดันให้คนไทยเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร สาระความบันเทิงที่เป็นประโยชน์ และเชื่อมโยงทุกการสื่อสารให้เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลา ด้วยการมอบสินค้าคุณภาพสูง และนำเสนอบริการที่ตอบสนองกับการใช้ชีวิตที่แตกต่าง โดยกลุ่มทรู พร้อมสนับสนุนให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยที่กำลังเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมดิจิทัล และเตรียมรับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคต

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2533 ในชื่อ บริษัท เทเลคอม เอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (Telecom Asia Corporation) เปลี่ยนสถานะเป็นบริษัทมหาชน โดยจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อเดือนธันวาคม 2536 ภายใต้ชื่อ

บริษัท เทเลคอม เอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “TA” และในเดือนเมษายน 2547 ได้มีการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กรครั้งใหญ่ ภายใต้แบรนด์ทรู และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “TRUE” ดำเนินธุรกิจมากกว่า 29 ปี มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร

กลุ่มทรู แบ่งธุรกิจหลักออกเป็น 4 กลุ่มประกอบด้วย **ทรูมูฟ เอช** ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่อันดับ 2 ของประเทศ ที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศผ่านคลื่นความถี่ครบถ้วน **ทรูออนไลน์** ผู้นำด้านบริการบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ต และ WiFi ด้วยโครงข่ายไฟเบอร์คุณภาพสูง **ทรูวิชั่นส์** ผู้นำการให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกและบริการในระบบ HD ทั่วประเทศ และ **ทรู ดิจิทัล กรุ๊ป** ผู้นำด้านดิจิทัลแพลตฟอร์ม ที่เน้นการพัฒนานวัตกรรมและการนำเสนอโซลูชันผ่านเทคโนโลยีล้ำสมัย

วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำด้านโครงสร้างพื้นฐานระบบเทคโนโลยีดิจิทัล ที่เชื่อมโยงผู้คน องค์กร เศรษฐกิจ สังคมเข้าด้วยกัน และร่วมกันสร้างคุณค่าที่แท้จริงของชีวิต

พันธกิจ

- สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เชื่อมโยงครอบคลุมธุรกิจ และทุกคนในสังคม เพื่อร่วมแบ่งปันและมอบคุณค่าที่ดี มุ่งมั่นสู่การสร้างคุณค่าที่แท้จริงของชีวิตร่วมกัน
- มุ่งมั่นแสวงหาโอกาสใหม่ๆ พร้อมสร้างประโยชน์แก่สังคมไทย และสังคมโลก ด้วยความมุ่งมั่นสร้างสรรค์คุณค่าให้แก่ผู้ถือหุ้น ลูกค้า องค์กร และพนักงาน

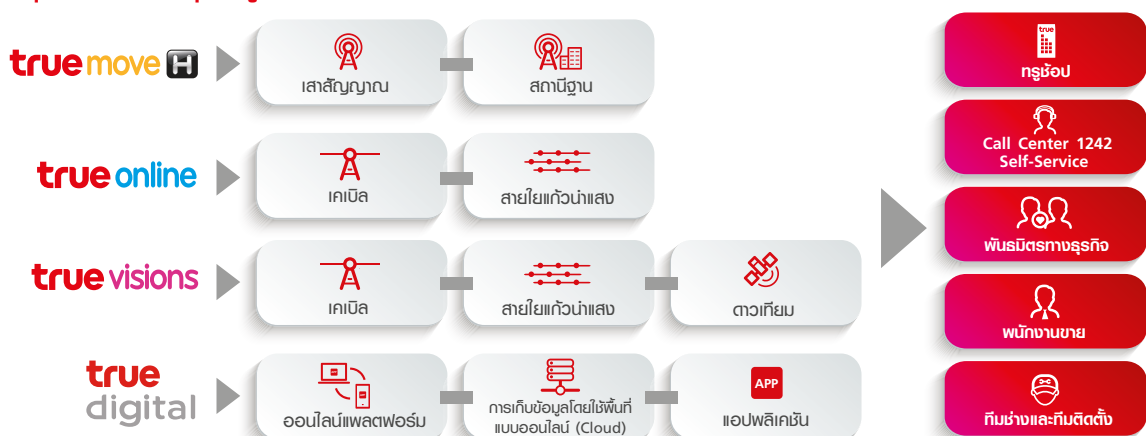
คุณค่าความเป็นทรู



กลุ่มทรู ดำเนินธุรกิจที่เตรียมพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และมุ่งแสวงหาโอกาสทางธุรกิจด้วยการพัฒนานวัตกรรม

ต่างๆ เพื่อเป็นพื้นฐานให้เกิดการพัฒนาสิ่งใหม่ๆ ขึ้นในสังคมไทยทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบในอนาคต

ห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มทรู



การกำกับดูแลและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน

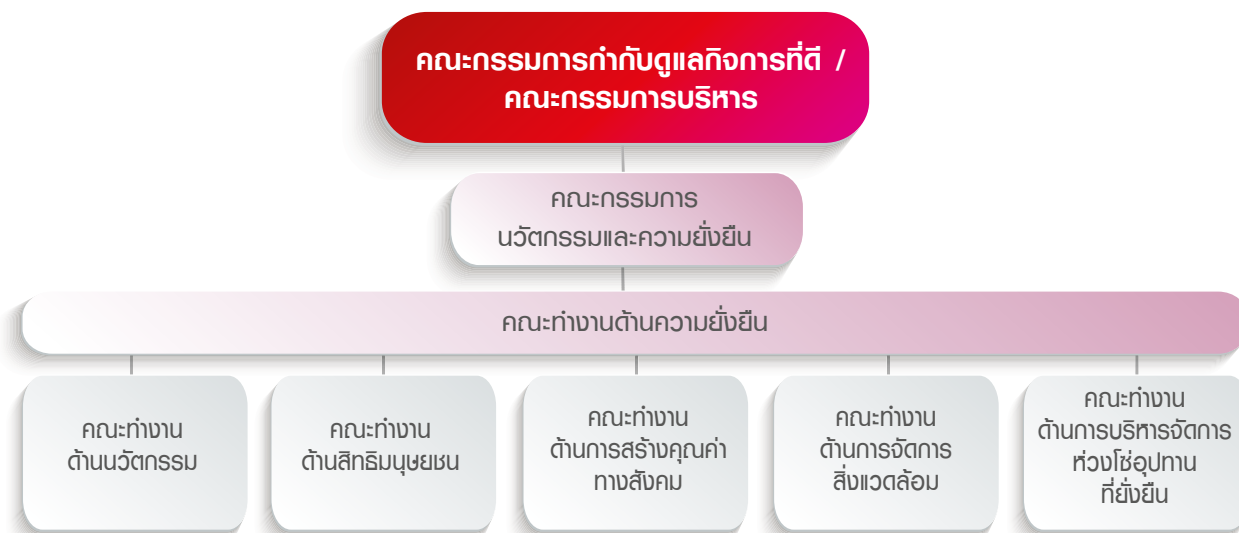
(GRI 102-19, 102-20, 102-29, 103-2)

ในฐานะผู้นำธุรกิจโทรคมนาคมและสื่อดิจิทัลของประเทศไทย นอกจากบทบาทในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบดิจิทัล ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่และทุกกลุ่มประชากร เพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลความรู้ รวมถึงโอกาสทางเศรษฐกิจจากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม และส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจยุค 4.0 อย่างมั่นคงแล้ว บริษัทฯ ยังตระหนักถึงหน้าที่และความรับผิดชอบในการดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

ด้วยบทบาทหน้าที่และบริบทดังกล่าว บริษัทฯ จึงได้จัดทำยุทธศาสตร์และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร ปี 2563 จากการสำรวจและประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จัดลำดับความสำคัญร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงพิจารณาถึงผลกระทบในแต่ละด้านต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และมีการขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กรตามโครงสร้างการบริหารงานด้านความยั่งยืน



โครงสร้างการบริหารงานด้านความยั่งยืน บทบาท หน้าที่ และการมีส่วนร่วม



คณะกรรมการนวัตกรรมและความยั่งยืน ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านนวัตกรรมและการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ทบทวน ตรวจสอบ ติดตามผลการดำเนินงาน หาแนวทางแก้ไข และรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและคณะกรรมการบริหาร โดยมีหัวหน้าคณะผู้บริหารด้านนวัตกรรมและความยั่งยืนเป็นเลขานุการ ทำงานร่วมกับคณะทำงานด้านความยั่งยืนชุดต่างๆ

คณะทำงานด้านความยั่งยืน แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ คณะทำงานด้านนวัตกรรม คณะทำงานด้านสิทธิมนุษยชน คณะทำงานด้านการสร้างคุณค่าทางสังคม คณะทำงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม และคณะทำงานห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน โดยมีตัวแทนจากทั้ง 4 กลุ่มธุรกิจหลักของบริษัทฯ ร่วมกำหนดเป้าหมาย พัฒนาและขับเคลื่อนโครงการริเริ่มด้านนวัตกรรมและความยั่งยืนสอดคล้องกับเป้าหมาย ติดตามผลการดำเนินงาน และรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการนวัตกรรมและความยั่งยืน

คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี:



ดร.โกศล เพ็ชรสุวรรณ
ประธาน
คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี



ดร.อารว์ เตตานนท์
กรรมการ
ในคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี



ศ.ดร.วรภัทร โทณะเกษม
กรรมการ
ในคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี



เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2563

(GRI 103-2)

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

โดยในปี 2562 บริษัทฯ อยู่ระหว่างการดำเนินงานในการจัดทำเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนปี 2568 และปี 2573 (True Sustainability Goals 2025 & 2030) เป็นเป้าหมายระยะยาวขององค์กรด้านความยั่งยืน โดยพิจารณาจากบริบทขององค์กรให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมและความต้องการของสังคมและผู้มีส่วนได้เสีย การปรับปรุงเป้าหมายในครั้งนี้ ยังสะท้อนถึงความต้องการขององค์กรที่จะแสวงหาความท้าทายใหม่ๆ เพื่อรักษาความเป็นผู้นำและยกระดับความยั่งยืนของกลุ่มทรู โดยจะนำเป้าหมายดังกล่าวมาใช้ขับเคลื่อนการดำเนินงานในปี 2563

true SUSTAINABILITY GOALS 2020

หลักการ 3 ประโยชน์สู่ความยั่งยืน
ประเทศ | ประชาชน | บริษัท

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

10 UNGC PRINCIPLES
(17 SDGs)

ซีพี สุจริตเป็นเลิศ

กฎระเบียบข้อบังคับและมาตรฐาน

HEART

HEALTH

HOME



การกำกับกิจการ
ระดับคะแนน 5 (ดีเลิศ)
ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดี



คุณค่าทางสังคม
10,000 คน
ประชาชนในกลุ่มเป้าหมาย
ได้รับการพัฒนาคุณภาพชีวิต



การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
10%
ลดความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
ต่อรายได้ (เมื่อเทียบกับปี 2559*)



สิทธิมนุษยชน
(+ข้อมูลความเป็นส่วนตัว และ ภัยคุกคามทางไซเบอร์)
100%
มีการประเมินความเสี่ยง
ด้านสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทาน



ความพร้อมใช้งานของเครือข่าย
น้อยกว่า 1.5 ชั่วโมง/ปี
ดัชนีระยะเวลาหยุดชะงักเฉลี่ยของเครือข่าย



การบริหารจัดการน้ำ
10%
ลดการใช้น้ำต่อรายได้
(เมื่อเทียบกับปี 2559*)



การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล
100%
พนักงานผ่านการอบรมความรู้และ
การเข้าร่วมกิจกรรมด้านความยั่งยืน



ด้านการศึกษา/การเข้าถึงแหล่งเรียนรู้
4,000,000 คน
พัฒนาคนไทยเข้าถึงแหล่งความรู้
และข้อมูลสารสนเทศ



การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ
6 ล้านต้น
ส่งเสริมการปลูกต้นไม้และ
แชร์ผ่าน We Grow Application



ความผูกพันและความพึงพอใจของลูกค้า
90%
คะแนนความพึงพอใจสูงสุด
ของลูกค้า (iCSAT)



การบริหารจัดการนวัตกรรม
50%
มูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์ บริการ
และกระบวนการที่เกิดจากนวัตกรรม



การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
อย่างมีความรับผิดชอบ
100%
คู่ค้าหลัก ได้รับการตรวจสอบประเมิน

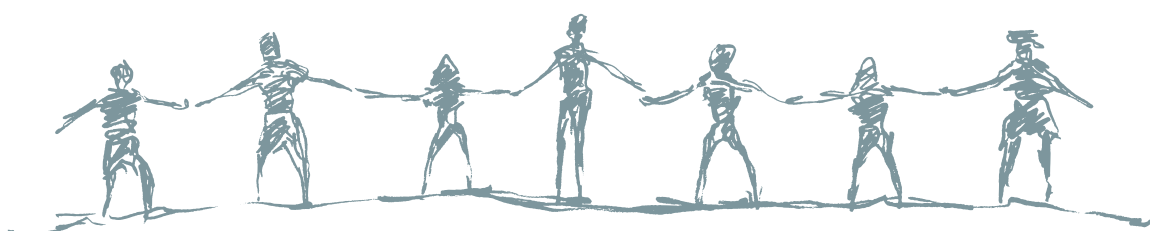
* ฐานปีฐานจากปี 2558 เป็นปี 2559 เนื่องจากมีการปรับปรุงระบบเก็บข้อมูลในปี 2559 ส่งผลกระทบต่อเกณฑ์การคำนวณเปลี่ยนแปลงจากปี 2558

บริษัทฯ ยังร่วมเป็นหนึ่งในตัวแทนของภาคเอกชนที่ร่วมดำเนินการเพื่อผลักดันเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับโลก Sustainable Development Goals: SDGs ขององค์การสหประชาชาติ โดยการจัดตั้งเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย หรือ Global Compact Network Thailand (GCNT) ซึ่งเป็นเครือข่ายระดับประเทศ มีสมาชิกผู้ก่อตั้งมาจากองค์กรชั้นนำของประเทศรวม 15 องค์กร เพื่อช่วยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนภายใต้

หลักสากล 10 ประการของสหประชาชาติ ครอบคลุม 4 ด้านหลัก ได้แก่ สิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการทุจริต โดยเชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนระดับโลก SDGs 17 ประการ ในระดับองค์กร บริษัทฯ มุ่งเน้นการขับเคลื่อนตามเป้าหมาย 4 ประการ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยตรง และมีความเกี่ยวข้องกับประเด็นสำคัญและเป้าหมายความยั่งยืนของกลุ่มทรู ปี 2563 ดังนี้

เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน SDGs ที่กลุ่มทรู มุ่งเน้นการขับเคลื่อน

เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน SDGs	กลุ่มทรู		
	ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง	เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2563	
 4 QUALITY EDUCATION	การศึกษาที่เท่าเทียม หรือ ได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพ	- การสร้างสังคมที่มีความเท่าเทียม และการสร้างการเข้าถึงดิจิทัลแก่ผู้ด้อยโอกาส - การเป็นพลเมืองที่ดี และการสร้างผลกระทบเชิงบวกสู่สังคม	ประชากรไทย 4 ล้านคน เข้าถึงแหล่งข้อมูลและความรู้
 9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE	การส่งเสริมอุตสาหกรรม นวัตกรรม และโครงสร้างพื้นฐาน	การบริหารจัดการนวัตกรรม	รายได้จากนวัตกรรมของทรู เติบโตขึ้น ร้อยละ 50 จากปีฐาน (ปี 2558)
 13 CLIMATE ACTION	การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	- การจัดการประเด็นด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ - การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	ลดความเข้มข้นของการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง ร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปี 2559
 17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS	การมีส่วนร่วมของประชาชน ในเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน	กลุ่มทรู ยังร่วมเสริมสร้างภาคีความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรม กับหลากหลายองค์กรระดับประเทศ และระดับโลก อาทิ สมาชิกรเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย สภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กระทรวงศึกษาธิการ มูลนิธิธ่อทิสต์ไทย มูลนิธิต่อต้านการทุจริต กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช กองทุนสัตว์ป่าโลกสากล (WWF) องค์การเพื่อการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) และองค์การทุนเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ (UNICEF)	



การสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

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

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน พันธมิตรทางธุรกิจและคู่ค้า ผู้ถือหุ้นและเจ้าหน้าที่หน่วยงานของรัฐ ชุมชนและสังคม โดยเคารพสิทธิและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นธรรม รับฟังความคิดเห็น สร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่น เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างยั่งยืน และรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม สอดคล้องกับนโยบายการสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement Policy) มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อเป็นแนวทางและช่องทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และทัศนคติของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม และตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสม

3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาหรือปรับปรุงกระบวนการทำงานต่างๆ ของบริษัท โดยกำหนดแนวปฏิบัติในการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย ตามมาตรฐานกระบวนการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000SES) ได้แก่ แนวทางการบ่งชี้ผู้มีส่วนได้เสีย การระบุประเด็น การจัดลำดับความสำคัญ การจัดทำแผนการมีส่วนร่วม การพัฒนาศักยภาพของผู้มีส่วนได้เสีย การนำแผนไปปฏิบัติ และการติดตามและรายงานผล เพื่อนำไปปฏิบัติอย่างสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันทั้งองค์กร

ส่วนหนึ่งของความคาดหวังจากผู้มีส่วนได้เสีย



อนุโรจน์ ปิณฑุพัฒน์กุล
Managing Director
บริษัท พีวส์ วัชรินส์ จำกัด

“กลุ่มทรู จะยั่งยืนได้ต้องมีภาคีความโดดเด่นในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่เป็นรูปธรรมตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ และต้องส่งต่อให้ Vendor และ Supplier ดำเนินการด้วย จะทำให้เป็นการทำธุรกิจที่ยั่งยืนร่วมกัน ต้องการให้ทรูรักษามาตรฐานนี้ ดำเนินการไปอย่างต่อเนื่อง”



ธีรพงศ์ เทมมานนท์
หัวหน้า อ.บ.กรณียธิ จ.นครปฐม
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ NKT 2102

“อาศัยอยู่ใกล้เสาสัญญาณ มีความกังวลในเรื่องสุขภาพที่จะได้รับผลกระทบทางบริษัท ให้ความรู้และข้อเท็จจริง ทำให้คลายความกังวล กิจกรรมทำความสะอาด ดูแลความเรียบร้อย และตรวจเช็คระบบที่เสาสัญญาณที่มาทำ เป็นกิจกรรมที่ดี ทำให้เกิดความมั่นใจในการใช้งาน และพื้นที่รอบๆ สะอาดเรียบร้อยดี รู้สึกปลอดภัย อยากให้มาทำบ่อยๆ ดูแลให้เรียบร้อยอย่างนี้ตลอดไป”



ปรีชา ศิริธรรมบัณฑิต
Head of Customer Team
บริษัท ทีเคที (ประเทศไทย) จำกัด



ณัฐพงษ์ อนันตธีรพร
Managing Director
บริษัท อินเตอร์ลิงก์ เนชั่นคอม จำกัด (มหาชน)

“การที่ทรูจะยั่งยืนได้ จะต้องยั่งยืนร่วมกับ Vendor Supplier และ Sub-Contractor ด้วยการมีนโยบายในการจัดซื้อจัดจ้างอย่างเป็นธรรม มีรูปแบบในการดูแลเพื่อนคู่ค้าด้วยความโปร่งใสและปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน พร้อมเคารพในสัญญาที่ทราบดีร่วมกัน”

จากการแบ่งผู้มีส่วนได้เสียออกเป็น 6 กลุ่ม บริษัทฯ ตอบสนองความคาดหวัง และเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางต่างๆ และนำข้อคิดเห็นและประเด็นสำคัญมาพิจารณา ปรับปรุงการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย ดังตารางต่อไปนี้

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองของบริษัทฯ	ช่องทางการมีส่วนร่วม
ลูกค้า 	- สินค้าและบริการที่ดี ราคาที่เหมาะสม - ส่งมอบตรงตามเวลาที่กำหนด - บริการหลังการขายที่มีคุณภาพ - ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว - ข้อมูลสินค้าถูกต้องชัดเจน	- บริการที่ดีและมีความรับผิดชอบ - ส่งมอบสินค้าคุณภาพและตรงเวลา - พัฒนาระบบจัดเก็บและรักษาข้อมูลความลับของลูกค้าในระดับมาตรฐานสากล - มอบประสบการณ์ที่ดี และบริการที่เท่าเทียม - รับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ	- ศูนย์บริการลูกค้า - การติดต่อกับลูกค้าโดยตรง - สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล - การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ารายปี - ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน
พนักงาน 	- สวัสดิการและค่าตอบแทนที่ดี - ความมั่นคงและความก้าวหน้า - การพัฒนาความรู้ความสามารถ - การมีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็น	- ผลตอบแทนที่ดีและสวัสดิการที่เหมาะสม - ให้ออกาสเลื่อนขั้น โอนย้าย - ประเมินผลงานเป็นธรรมและเท่าเทียม - จัดหลักสูตรอบรมตรงตามความต้องการ - การต่อการเปลี่ยนแปลง - นำความเห็นข้อเสนอนะมาปรับปรุง	- การประชุมประจำปี - สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล - รายงานประจำปี / รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (เว็บไซต์) - ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน - การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (ปีละ 1 ครั้ง)
พันธมิตรธุรกิจและคู่ค้า 	- ความเสมอภาคในการทำธุรกิจ - ทำธุรกิจด้วยความโปร่งใส - พัฒนาและเติบโตไปด้วยกัน - ชำระเงินตรงตามเวลาและครบถ้วน	- การแข่งขันที่เป็นธรรมและโปร่งใส - สัญญาซื้อขายที่โปร่งใสและเป็นธรรม - จัดหลักสูตรอบรมเพิ่มศักยภาพ - ชำระเงินตรงตามเวลาและมูลค่าตามที่กำหนด - เก็บรักษาข้อมูลคู่ค้า	- ประชุมประจำปี - จัดอบรมความรู้แก่คู่ค้า และกิจกรรมอื่นๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบริษัท และพันธมิตรธุรกิจ - สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล - ข้อเสนอแนะ หรือ ข้อร้องเรียน - รายงานประจำปี - รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (เว็บไซต์)
ผู้ถือหุ้นและเจ้าหน้าที่ 	- กิจการเติบโต มีผลกำไร - การกำกับดูแลกิจการที่ดี - บริหารจัดการด้วยความโปร่งใส - กลยุทธ์การบริหารที่ดี สร้างโอกาสในความท้าทาย - การบริหารจัดการความเสี่ยง - ข้อมูลการเงินที่ถูกต้อง - ชำระเงินตรงตามเวลาและครบถ้วน	- ทำธุรกิจโปร่งใส ยึดมั่นธรรมาภิบาล - การกำกับดูแลกิจการที่ดี - บริหารจัดการที่ดีสร้างความเชื่อมั่น - มอบผลตอบแทนสูงสุด - เปิดเผยข้อมูลด้วยความโปร่งใสต่อเนื่องและครบถ้วน - ทำตามเงื่อนไขสัญญา ภายใต้หลักเกณฑ์และกฎหมาย - ให้ข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้องครบถ้วน - ชำระหนี้ตรงเวลาและดูแลคุณภาพของหลักทรัพย์ที่ประกัน	- ประชุมชี้แจงนักลงทุนประจำปีตามวาระ - รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (เว็บไซต์) - สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล - ข้อเสนอแนะ หรือ ข้อร้องเรียน
หน่วยงานของรัฐ 	- การปฏิบัติตามกฎหมายมีธรรมาภิบาล - การแข่งขันที่เป็นธรรมและเท่าเทียม - ให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ - จัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ	- ทำธุรกิจอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และไม่ขัดต่อกฎหมาย - เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส - กำกับดูแลกิจการตามกฎหมาย - บริหารจัดการด้วยคุณภาพสร้างให้เกิดความเชื่อมั่น - ให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ	- รับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นสม่ำเสมอ - จัดกิจกรรมร่วมกับภาครัฐ - สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล
ชุมชนและสังคม 	- ให้ความสำคัญต่อเสียงสะท้อนของชุมชน - ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย - ข้อร้องเรียนได้รับการดูแลอย่างเป็นธรรม - ส่งเสริมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน	- เรียนรู้ เข้าใจ ฟังเสียงสะท้อนตอบสนองตรงใจ - ประสานความร่วมมือ ตอบสนองความต้องการอย่างมีระบบ - สร้างการยอมรับ เป็นหนึ่งเดียวกับชุมชน - สนับสนุนให้เกิดการสร้างงานและรายได้ในชุมชน	- รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (เว็บไซต์) - สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล - ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน - จัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

(GRI 102-54, GRI 103-1)

บริษัทฯ ประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี เพื่อระบุและจัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืนต่างๆ โดยคำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในอนาคต เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม ตามความสนใจของผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนขยายผล

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



ขั้นตอนที่

1



ขั้นตอนที่

2



ขั้นตอนที่

3



ขั้นตอนที่

4

การระบุประเด็นที่เกี่ยวข้อง

- พิจารณามาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนในระดับสากล
- เปรียบเทียบกับธุรกิจ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน
- พิจารณาความท้าทายในปัจจุบันและอนาคต
- พิจารณายุทธศาสตร์องค์กร
- ประเมินความเสี่ยง
- ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

การจัดลำดับประเด็นสำคัญ

- แบบสอบถามออนไลน์
- พิจารณาผลกระทบ
- ความสนใจของผู้มีส่วนได้เสีย
- สัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้เสียภายนอก

การทวนสอบประเด็นสำคัญ

- คณะกรรมการบริหาร ทวนสอบประเด็นสำคัญ
- ทวนสอบ เทียบกับเป้าหมายความยั่งยืนของบริษัทฯ

การตรวจสอบความถูกต้องและพัฒนา รายงานอย่างต่อเนื่อง

- พัฒนาในทุกกระบวนการของการรายงานผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน
- พิจารณาข้อเสนอแนะที่ได้รับจากผู้มีส่วนได้เสียในทุกช่องทาง
- ทบทวนโดยผู้ตรวจสอบอิสระ

1. การระบุประเด็นที่เกี่ยวข้อง

บริษัทฯ เริ่มจากพิจารณาเปรียบเทียบประเด็นสาระสำคัญกับมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนในระดับสากล และเปรียบเทียบกับผู้นำธุรกิจ ในอุตสาหกรรมเดียวกันในระดับโลก ความท้าทาย และยุทธศาสตร์องค์กร รวมทั้งนำประเด็นด้านความยั่งยืนในปี 2561 มาสอบทวนร่วมกับผู้บริหารระดับกลางและผู้บริหารระดับสูง เพื่อประเมินความเสี่ยงและโอกาสจากปัจจัยภายในและภายนอก และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย นอกจากนี้ยังนำประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้เสียภายนอกมาพิจารณาร่วมเป็นประเด็นสำคัญของบริษัทฯ (สามารถอ่านสรุปความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียได้ในบทการสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย) ซึ่งในปี 2562 มีประเด็นที่มีนัยสำคัญทั้งสิ้น 17 ประเด็น

2. การจัดลำดับประเด็นสำคัญ

บริษัทฯ พิจารณาและจัดลำดับความสำคัญใน 17 ประเด็นที่มีนัยสำคัญจากขั้นตอนที่ 1 ใน 2 มิติ ได้แก่ ผลกระทบต่อองค์กรทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และมุมมองอิทธิพลต่อการประเมินและตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสีย ด้วยวิธีการประเมินระดับความ

สำคัญ/สนใจ (5 ระดับคะแนน) ผ่านการทำแบบสอบถามการจัดลำดับประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Prioritization Survey) บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อกำหนดประเด็นลงใน Materiality Matrix ผลที่ได้จากการทำแบบสอบถามของผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดถูกนำมาประมวลผลและจัดลำดับความสำคัญของ 17 ประเด็นที่มีนัยสำคัญ โดยเนื้อหาของรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ครอบคลุมและเน้นประเด็นที่มีระดับความสำคัญสูงและปานกลาง สำหรับประเด็นที่สำคัญสูงสุดในปี 2562 ได้แก่ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ความพร้อมใช้งานและความครอบคลุมของเครือข่าย และผลประกอบการและความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ

3. การทวนสอบประเด็นสำคัญ

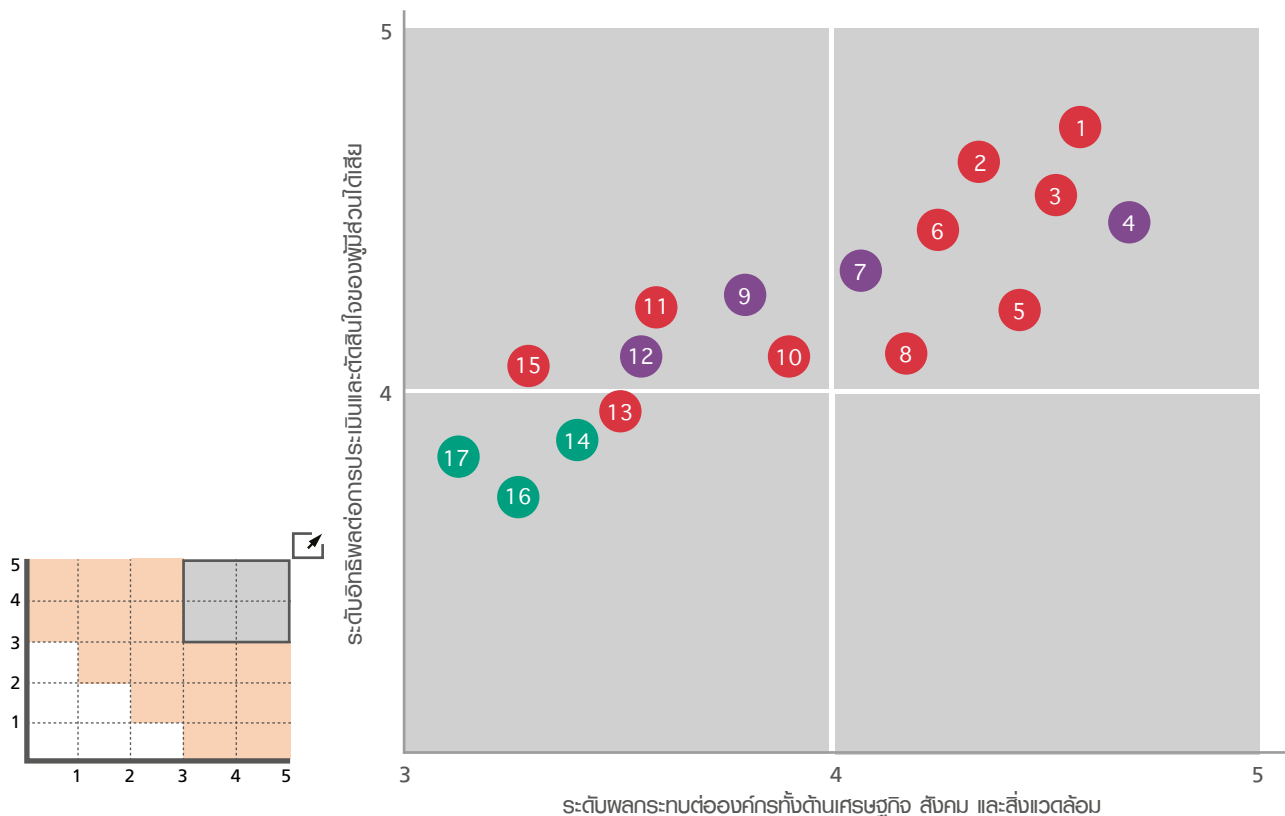
Material Matrix ที่มีการจัดลำดับทั้ง 17 ประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน ถูกนำไปทบทวนประเด็นที่เกี่ยวข้องและลำดับความสำคัญของประเด็นที่มีนัยสำคัญอีกครั้ง ผ่านการประชุมคณะกรรมการบริหาร (Executive Committee Meeting) พร้อมกับการนำเป้าหมายความยั่งยืนของบริษัทฯ มาทบทวนร่วมด้วย

4. การตรวจสอบความถูกต้องและพัฒนารายงานอย่างต่อเนื่อง

รายงานความยั่งยืนถูกทบทวนและตรวจสอบ เพื่อพิจารณาหาโอกาสในการปรับปรุงแก้ไข รวมถึงทบทวนนโยบาย วัตถุประสงค์และเป้าหมายความยั่งยืนของบริษัทฯ และพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียเพื่อให้รายงานสะท้อนถึงประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสนใจ

โดยบริษัทฯ มีการรับข้อเสนอแนะในการพัฒนารายงานความยั่งยืนในหลากหลายช่องทาง อาทิ การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย แบบสำรวจความคิดเห็นของผู้อ่านท้ายเล่ม รายงานความยั่งยืนเป็นต้น รวมทั้งมีการทบทวนประเด็นและกระบวนการได้มาซึ่งประเด็นที่สำคัญโดยผู้ตรวจสอบอิสระ

ผลการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



HEART

- การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์
- การบริหารลูกค้าสัมพันธ์
- ผลกระทบต่อชุมชนและสังคม
- ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ
- การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต
- การดึงดูดคนเก่งและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
- ความปลอดภัย สุขภาพและ สุขภาวะของพนักงาน
- การปฏิบัติงานด้านแรงงาน
- การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน



HEALTH

- ความพร้อมใช้งานและความครอบคลุมของเครือข่าย
- การบริหารจัดการนวัตกรรม
- การกระจายโอกาสในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล
- การเป็นพลเมืองที่ดีและการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม



HOME

- การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ
- การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- การบริหารจัดการน้ำและของเสีย

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและขอบเขตผลกระทบ

(GRI 102-15, 102-45, 102-46, 102-47, 103-1)

ส่วนของรายงาน	ประเด็นสำคัญ	หัวข้อของ GRI ที่เกี่ยวข้อง
HEART 	ผลประโยชน์และความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ	GRI 103-1, 103-2, 103-3
	การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ	GRI 103-1, 103-2, 103-3, 205-2, 205-3, 206-1
	การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	GRI 102-15, 102-18, 102-20, 102-29, 103-1, 103-2, 103-2
	การสรรหาและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	GRI 103-1, 103-2, 103-3, 401-1, 401-2, 403-1, 403-2, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1
	ความปลอดภัย สุขภาพ และสุขภาวะของพนักงาน	GRI 103-1, 103-2, 103-3, 401-1, 401-2, 403-1, 403-2, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1
	การปฏิบัติด้านแรงงาน (Labor Practice)	GRI 103-1, 103-2, 103-3, 401-1, 401-2, 403-1, 403-2, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1
	การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน	GRI 103-1, 103-2, 103-3, 409-1, 411-1, 412-1
	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	GRI 102-43, 102-44, 103-1, 103-2, 103-3, PA5
	ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์	GRI 103-1, 103-2, 103-3, 418-1
	การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	GRI 103-1, 103-2, 103-3, 418-1
HEALTH 	ความพร้อมใช้งานและความครอบคลุมของเครือข่าย	GRI 103-1, 103-2, 103-3, PA1, PA4, PA5
	การบริหารจัดการนวัตกรรม	GRI 103-1, 103-2, 103-3, PA11
	การกระจายโอกาสในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล	GRI 103-1, 103-2, 103-3, 201-1, 413-1, PA2
	การเป็นพลเมืองที่ดีและการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม	GRI 103-1, 103-2, 103-3, 201-1, 413-1, PA2
HOME 	การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	GRI 103-1, 103-2, 103-3, 302-1, 302-2, 305-1, 305-2
	การบริหารจัดการของเสียและน้ำ	GRI 103-1, 103-2, 103-3, 303-1, 306-2, 307-1
	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	GRI 103-1, 103-2, 103-3, 414-1, 414-2

	ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องและขอบเขตของผลกระทบ					
	ภายใน	ภายนอก				
	พนักงาน	ลูกค้า	พันธมิตรธุรกิจ และคู่ค้า	ผู้ถือหุ้น และเจ้าหนี้	หน่วยงานของรัฐ	ชุมชนและสังคม
✓	✓	✓	✓	✓	NA	NA
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
✓	✓	✓	✓	✓	✓	NA
✓	✓	✓	✓	NA	NA	NA
✓	✓	✓	✓	NA	NA	NA
✓	✓	✓	✓	NA	NA	NA
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
✓	✓	✓	✓	NA	✓	NA
✓	✓	✓	✓	NA	✓	✓
✓	✓	✓	✓	NA	✓	✓
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
✓	✓	✓	✓	NA	✓	✓
✓	✓	✓	✓	NA	NA	✓
✓	✓	✓	✓	NA	NA	✓
✓	✓	✓	✓	NA	NA	✓
✓	✓	✓	✓	NA	NA	✓
✓	✓	✓	✓	NA	NA	✓

HEART

ความมั่นใจจากหัวใจ

“มุ่งมั่นทำธุรกิจด้วยใจที่ยั่งยืน
ทำธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อ
บนพื้นฐานการกำกับกิจการที่ดี โปร่งใส
และเป็นธรรมาภิบาลพลีทริมนุชยชน”





พลประกอบการและความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ

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



คุณอนัติ เมฆไพบูลย์วัฒน์
Group Co-Presidents

“

บริษัทฯ มุ่งเน้นขับเคลื่อนสังคมเข้าสู่โลกยุคดิจิทัล ด้วยการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีอัจฉริยะ เติบโตหลากหลายไลฟ์สไตล์คนไทย ให้ใช้ชีวิตแบบไร้ขีดจำกัด สามารถเข้าถึงพรีเมียมคอนเทนต์และบริการคุณภาพ รวมถึงอุปกรณ์ต่างๆ ที่เชื่อมโยงทุกสิ่งเข้าด้วยกันผ่านอินเทอร์เน็ต หรือ IoT ได้มากยิ่งขึ้น พร้อมปรับองค์กรให้ก้าวสู่การเป็นองค์กรดิจิทัลเต็มรูปแบบ ทำให้มั่นใจว่าบริษัทฯ จะเติบโตได้อย่างแข็งแกร่งในยุคที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว รวมทั้งสามารถสร้างผลกำไรอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

”

เป้าหมายปี 2562

- รายได้จากการให้บริการเติบโตในอัตราเลขหนึ่งหลักช่วงกลางถึงปลาย (mid to high single-digit growth) เมื่อเทียบกับปีก่อน



ผลการดำเนินงานปี 2562

- รายได้จากการให้บริการปี 2562 เติบโตขึ้น ร้อยละ 3.9 เป็นเงิน 105,807 ล้านบาท



แนวทางการบริหารจัดการ

กลุ่มทรู ในฐานะผู้นำโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล เดินหน้าสู่ยุคใหม่ของวงการโทรคมนาคม เพื่อร่วมผลักดันการเติบโตของอุตสาหกรรมยุค 4.0 ของประเทศ มุ่งมั่นในการส่งมอบสินค้าและบริการคุณภาพสูงให้แก่ผู้บริโภค โดยดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างผลกำไรและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าให้ตรงจุดมากขึ้น และสร้างความผูกพันกับลูกค้าผ่านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย ช่วยให้เกิดการขายตัวทางธุรกิจ มีกระบวนการลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพ

ให้กับช่องทางการขายและบริการต่างๆ มีการผสมผสานบริการหลากหลายของกลุ่มทรู นำเสนอบริการด้านดิจิทัลและโซลูชันส์แบบครบวงจร โดยมีคณะกรรมการการจัดการ (Management Committee) ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและทิศทางในการดำเนินงาน อนุมัติการดำเนินโครงการ ให้ข้อเสนอแนะต่างๆ และอนุมัติงบประมาณค่าใช้จ่าย ตลอดจนพิจารณาและให้แนวทางการดำเนินงานแก่คณะกรรมการชุดต่างๆ เพื่อความเหมาะสมในการบริหาร และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

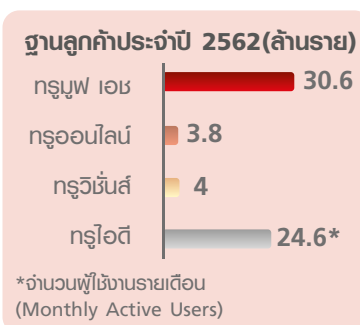
กรอบการบริหารและกลยุทธ์ธุรกิจ



ในปี 2562 บริษัทฯ มุ่งเน้น

- การขยายช่องทางการขายและจัดจำหน่ายผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรที่แข็งแกร่ง
- ส่งมอบบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของแต่ละกลุ่มลูกค้าให้ตรงจุดมากขึ้นด้วยกลยุทธ์การตลาดแบบจุลภาค
- เสริมความแข็งแกร่งให้กับความเป็นผู้นำบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ต โดยมุ่งเน้นการเพิ่มคุณภาพและ ประสิทธิภาพการใช้บริการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้นด้วยอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในระดับกิกะบิต
- มีแคมเปญร่วมกับกล่อง TrueID TV ที่นำเสนอคอนเทนต์คุณภาพชั้นนำและเอ็กซ์คลูซีฟหลากหลาย โดยเฉพาะพร้อมกับการบริการแบบอินเทอร์แอคทีฟที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์หลากหลายของผู้บริโภคได้ตรงใจ

พลประกอบการ



พลประกอบการ (ล้านบาท)	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562
รายได้จากการให้บริการไม่รวมรายได้ค่าเช่าโครงข่าย	88,058	97,025	101,788	105,807
รายได้จากการให้บริการหลักและบริการอื่น	107,892	117,624	119,138	120,926
รายได้รวม	124,719	141,290	161,820	140,943
กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	25,071	39,912	56,001	33,850
กำไรจากการดำเนินงาน	4,608	6,440	22,408	7,104
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ สำหรับส่วนที่เป็นของบริษัทฯ	(2,814)	551	7,035	5,637

การเติบโตทางธุรกิจในปี 2563

กลุ่มทรู จะเดินหน้าเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งาน และตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าด้วยเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย และระบบนิเวศดิจิทัลที่ครบครัน กลุ่มทรูเป็นผู้ให้บริการเพียงรายเดียวที่จะมีคลื่นครบถึง 7 ย่านความถี่ ซึ่งจะตอบโจทย์ความต้องการใช้งานดาต้าที่เพิ่มขึ้นทั้งในกลุ่มผู้บริโภคและภาคธุรกิจ ผสานกับความแข็งแกร่งของพันธมิตรที่สำคัญอย่างโซนี่ โมบายล์ ซึ่งมีฐานลูกค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่สูงสุด และมีลูกค้าใช้บริการ 5G คลื่น 2600 MHz มากที่สุดในโลก พร้อมสนับสนุนทั้งในด้านองค์ความรู้ การออกแบบโครงข่าย ตลอดจนการจัดซื้ออุปกรณ์และเครื่องมือต่างๆ ขณะที่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในระดับกิกะบิต ผ่านนวัตกรรมดีไวซ์และการมีโครงข่ายไฟเบอร์ FTTx ที่ครอบคลุม จะเสริมความแข็งแกร่งให้กับความเป็นผู้นำบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ตของทรูออนไลน์

นอกจากนี้ ธุรกิจด้านดิจิทัลมีการเติบโตอย่างสูง และจะเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างการเติบโตเพิ่มขึ้นในปี 2563 ต่อยอดจากฐานผู้ใช้บริการต่อเดือนกว่า 25 ล้านรายบนแพลตฟอร์มทรูโอที พร้อมสร้างรายได้จากการสมัครรับชมคอนเทนต์และการโฆษณาผ่านช่องทางดิจิทัล สิ่งเหล่านี้ ร่วมกับระบบนิเวศทางดิจิทัลของกลุ่มทรูที่ครอบคลุม กลยุทธ์ทางการตลาดแบบจุลภาคเจาะจงแต่ละพื้นที่และกลุ่มลูกค้า การวิเคราะห์ข้อมูลทั้งภายในและภายนอกองค์กร และช่องทางการจัดจำหน่ายที่แข็งแกร่ง จะช่วยส่งเสริมการเติบโต ตลอดจนตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้ตรงจุด ในขณะเดียวกัน มาตรการบริหารต้นทุนและเพิ่มผลผลิตภาพในหลายโครงการ จะเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่จะเพิ่มความสามารถในการทำกำไรให้กับกลุ่มทรูในปี 2563

การกำกับดูแลกิจการ การกำกับการปฏิบัติตามประมวลคุณธรรม และข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน และการบริหารจัดการความเสี่ยง

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 205-2, 205-3, 206-1)



คุณสุทนต์ จิตศิริ
Group Co-Presidents

“

การดำเนินธุรกิจให้ยั่งยืน มีหลักสำคัญประการหนึ่ง ก็คือ คุณธรรม หรือ ธรรมาภิบาล ในการดำเนินงาน ซึ่งกลุ่มทรูยึดถือเป็นหลัก ปฏิบัติมาโดยตลอด สอดรับกับค่านิยมองค์กร C-Credible เชื่อถือได้ ซื่อสัตย์ มีวินัย เป็นที่ไว้วางใจ ที่ชาวทรูทุกคนเรานำมาใช้ ในการปฏิบัติหน้าที่ ด้วยความซื่อสัตย์ และรับผิดชอบต่อสังคม และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

”

เป้าหมายปี 2562

- ผลการประเมินด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ระดับดีเลิศ (Excellence)
- 100% พนักงานรับทราบและทำแบบทดสอบความรู้ “ประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Code of Conduct)”



ผลการดำเนินงาน ปี 2562

- การกำกับดูแลกิจการที่ดีอยู่ในระดับ “ดีเลิศ (Excellent)” จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย จัดทำโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- 100% พนักงานรับทราบและผ่านการทำแบบทดสอบความรู้ “ประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Code of Conduct)”



การกำกับดูแลกิจการ การกำกับการปฏิบัติตามประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน

แนวทางการบริหารจัดการ

การกำกับดูแลกิจการและ การปฏิบัติตามประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน ถือเป็นประเด็นหนึ่งที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจและให้ความสำคัญ ภาครัฐ ภาคประชาสังคม ตลอดจนนักลงทุนทั้งในประเทศและระดับสากล ต่างคาดหวังให้การบริหารจัดการขององค์กร

ต้องเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี และสอดคล้องตามหลักมาตรฐานสากลซึ่งกำหนดให้การบริหารองค์กรต้องมีความโปร่งใส เป็นธรรม สามารถตรวจสอบได้ และเปิดเผยต่อสาธารณะ

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี จึงได้กำหนดให้มี **“นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี”** และทบทวนเพื่อปรับปรุงนโยบายดังกล่าวเป็นระยะๆ อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2545 เป็นต้นมา และมีการแต่งตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี ที่มีบทบาทและหน้าที่ตัดสินใจอย่างอิสระในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับธรรมาภิบาล การลงทุน การวางแผนองค์กร บัญชีการเงิน รวมถึงควบคุมและแนะนำประเด็นสำคัญเชิงกลยุทธ์และการบริหารจัดการตามวิสัยทัศน์ ภารกิจ และค่านิยมหลักขององค์กร ผ่านนโยบาย

ต่างๆ อาทิ นโยบายการแข่งขันอย่างเป็นธรรม นโยบายการดูแลเรื่องการใช้ข้อมูลภายในและการควบคุมภายใน เป็นต้น เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ โดย สอดคล้องกับกฎหมายข้อบังคับต่างๆ ของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง และเป็นไปตามมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น ทั้งนี้ สามารถศึกษาโครงสร้างการบริหารจัดการบริษัทฯ ได้จากรายงานประจำปี 2562 ของบริษัทฯ และบนเว็บไซต์ (www.truecorp.co.th)

การขับเคลื่อนการกำกับกับการปฏิบัติตามประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน

บริษัทฯ ยึดถือ **“ประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน”** (Code of Conduct) เป็นแนวทางให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนยึดถือและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดต่อเนื่องอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร และเผยแพร่บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ เพื่อใช้เป็นกรอบในการดำเนินธุรกิจขององค์กร กิจการร่วมค้า และคู่ค้า โดยในปี 2562 พนักงานของกลุ่มทรูรวมทั้งพนักงานในกิจการร่วมค้า รับทราบและผ่านการประเมินความรู้ที่บริษัทฯ ได้จัดทำขึ้นร้อยละ 100

การต่อต้านการคอร์รัปชัน

กลุ่มทรู ได้ประกาศเจตนารมณ์ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และได้รับการรับรองในการเป็นสมาชิกของ “แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต” ตั้งแต่ ปี 2560 รวมถึงมีความมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติตามกฎหมายของประเทศไทยในการต่อต้านการคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด โดยได้จัดทำมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน (Anti-Corruption Policy and Measure) ขึ้น พร้อมกำหนดให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนมีหน้าที่ปฏิบัติตาม และต้องสนับสนุนการต่อต้านการคอร์รัปชันทุกรูปแบบทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ ยังได้จัดอบรมให้ความรู้ ความเข้าใจพนักงานในองค์กรทุกคนในการปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าวได้อย่างถูกต้อง

ข้อกำหนดใน Code of Conduct



- ข้อพึงปฏิบัติส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมในการทำงาน
- การปกป้องทรัพย์สินของบริษัท
- ความสัมพันธ์กับลูกค้า
- ข้อตกลงที่เป็นธรรมกับบุคคลอื่น
- การทำงานร่วมกับหน่วยงานของรัฐ
- การต่อต้านการคอร์รัปชัน
- การป้องกันการฟอกเงิน

แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจออนไลน์:

ประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน มีการพัฒนาความสนุกสนานและลูกเล่นแบบเกม (Gamification) ที่เหมาะกับพนักงานทุกช่วงอายุ อีกทั้งสามารถเข้าถึงได้ง่าย



ตารางสรุปการดำเนินงานเรื่อง Code of Conduct และการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันขององค์กร

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ส่งมอบและรับทราบ*	ผ่านการอบรม	ผ่านการทดสอบ
พนักงานใหม่	✓	✓	
พนักงานปัจจุบัน	✓	✓	✓
กิจการร่วมค้า	✓	✓	✓
พันธมิตรธุรกิจ	✓	✓	

*Code of Conduct และมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน

ช่องทางการรับข้อร้องเรียนของบริษัทฯ

กลุ่มทรูได้กำหนดนโยบายการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด และการคุ้มครองผู้ร้องเรียน/ผู้แจ้งเบาะแสดการกระทำผิดสำหรับพนักงาน (Whistle-Blowing Policy) ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร โดยกำหนดช่องทางการรับแจ้งข้อมูลหรือข้อร้องเรียน กระบวนการจัดการเกี่ยวกับข้อมูลหรือข้อร้องเรียน มาตรการคุ้มครองสิทธิของผู้ให้ข้อมูล การรักษาข้อมูลของผู้ร้องเรียนไว้เป็นความลับ ให้จำกัดเฉพาะผู้ที่รับผิดชอบที่มีหน้าที่ตรวจสอบประเด็นที่ร้องเรียนเท่านั้นที่จะเข้าถึงข้อมูลได้ และคณะกรรมการตรวจสอบจะเป็นผู้พิจารณาสั่งการและรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท และบริษัทฯ กำหนดมาตรการที่เป็นธรรมแก่ผู้มีส่วนได้เสียใน

กรณีที่มีผู้มีส่วนได้เสียได้รับความเสียหายจากการถูกละเมิดสิทธิตามกฎหมาย โดยมีช่องทางการรับข้อร้องเรียนที่หลากหลายดังนี้

• auditcommittee@truecorp.co.th
หรือ CodeofConduct@truecorp.co.th

• โทรศัพท์ 02-858-2023
• โทรสาร 02-858-4906
ถึงฝ่ายทรัพยากรบุคคล

• อดทนยถึงคณะ
บริการตามที่อยู่
บริษัทฯ



• <http://www3.truecorp.co.th/new/sustain-operation>

• โซเชียลมีเดียต่างๆ

การจัดการเรื่องที่ได้รับการร้องเรียนและรายงานการกระทำผิด

ในปี 2562 บริษัทฯ ได้รับรายงานการร้องเรียนกรณีกระทำความผิดข้อบังคับและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานของพนักงาน ผ่านช่องทางต่างๆ จำนวน 439 เรื่อง โดยมีรายละเอียดและมาตรการจัดการต่างๆ ดังแสดงใน

ตารางข้างล่าง และในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ไม่ได้มีการฟ้องร้องจากหน่วยงานของรัฐฯ ในประเด็นทุจริต คอร์รัปชัน ติดสินบน การผูกขาดหรือมีการกีดกันทางการค้า

ประเภทความผิด	จำนวนเรื่อง	มาตรการในการจัดการ			
		ตักเตือนด้วยวาจา	ตักเตือนเป็นลายลักษณ์อักษร	พักงาน	การเลิกจ้าง
1. วินัยร้ายแรง	114	0	0	0	114
2. วินัยทั่วไป	325	13	308	4	0
3. คอร์รัปชันและสินบน	0	0	0	0	0

การร่วมเป็นสมาชิกและสนับสนุนองค์กรต่างๆ

บริษัทฯ เป็นสมาชิกและร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาคเอกชนและองค์กรอิสระอย่างต่อเนื่อง เพื่อก้าวทันกระแสสังคมและความท้าทายของโลก เป็นพลังสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดี มีส่วนร่วมในการจัดการประเด็นทาง

สังคมและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ รวมถึงสนับสนุนการพัฒนาสังคมสู่ความยั่งยืน โดยในปี 2562 มีการสนับสนุนดังนี้

เงินสนับสนุน 4 ปีย้อนหลัง (ล้านบาท)	2559	2560	2561	2562
เงินสนับสนุนหน่วยงานต่างๆ	6.38	4.63	4.09	4.64
1. สภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย THE DIGITAL COUNCIL OF THAILAND (DCT)	0	0	0	0.29
2. สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย GLOBAL COMPACT NETWORK ASSOCIATION OF THAILAND	0	0	0.49	0.47
3. หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย THE THAI CHAMBER OF COMMERCE	5.04	0.12	0	0.88
4. องค์กรอื่น ๆ	1.34	4.51	3.60	3.00
เงินสนับสนุนพรรคการเมือง	0	0	0	0

TRUE
HIGHLIGHT

สภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย

กลุ่มทรู เป็นหนึ่งในสมาชิกสภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย (สภาดิจิทัลฯ) ที่จัดตั้งขึ้นภายใต้พระราชบัญญัติสภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2562 โดยมีการประกาศในราชกิจจานุเบกษาของรัฐบาล เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2562 เพื่อเป็นตัวแทนของภาคเอกชนในอุตสาหกรรมดิจิทัลในการร่วมขับเคลื่อนประเทศ

ปัจจุบันสภาดิจิทัลฯ มีสมาชิกที่เป็นสมาคมด้านอุตสาหกรรมดิจิทัล 22 สมาคม ประกอบด้วยบุคคลและนิติบุคคลกว่า 4,000 ราย ครอบคลุมธุรกิจหรืออุตสาหกรรมดิจิทัล ทั้งด้านฮาร์ดแวร์ อิเล็กทรอนิกส์และส่วนประกอบ ด้านซอฟต์แวร์ ด้านบริการดิจิทัล ด้านดิจิทัลคอนเทนต์ และด้านบริการโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการสื่อสารในระบบดิจิทัล

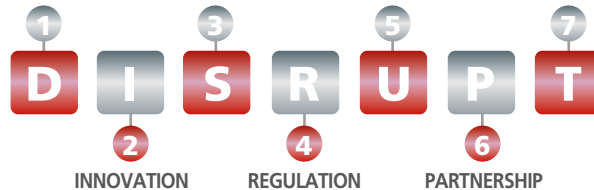
วิสัยทัศน์

ยกระดับธุรกิจหรืออุตสาหกรรมดิจิทัลไทยก้าวไกลสู่ระดับโลก เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตของคนไทยให้ดียิ่งขึ้น

DCT

คำนิยาม

DIGITIZATION STANDARDIZATION UNITY TRANSFORMATION



บทบาทและหน้าที่



ตัวอย่างกิจกรรมที่สำคัญปี 2562:



7 ตุลาคม 2562 – สภาดิจิทัลฯ ได้จัดการเลือกตั้งคณะกรรมการสภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย ชุดที่ 1 โดยมีผู้ได้รับเลือกเป็นคณะกรรมการจำนวน 36 คน จาก 6 กลุ่มธุรกิจของอุตสาหกรรมดิจิทัล ได้แก่ ด้านฮาร์ดแวร์ อิเล็กทรอนิกส์และส่วนประกอบ ด้านอุปกรณ์อัจฉริยะ ด้านซอฟต์แวร์ ด้านดิจิทัลคอนเทนต์ ด้านบริการดิจิทัล และด้านบริการโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการสื่อสารในระบบดิจิทัล



15 ตุลาคม 2562 - นายศุภชัย เจียรวนนท์ ประธานสภาดิจิทัลฯ คนแรกของประเทศไทย นำคณะกรรมการสภาดิจิทัลฯ หรือร่วมกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย นำโดยนายสุพันธุ์ มงคลสุธี ร่วมแบ่งปันแผนยุทธศาสตร์เพื่อยกระดับภาคเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสู่ระบบดิจิทัลเพื่อขับเคลื่อนไทยสู่การเป็นผู้นำดิจิทัลระดับโลก



28 ตุลาคม 2562 - นายศุภชัย เจียรวนนท์ ประธานสภาดิจิทัลฯ ได้รับเกียรติเป็นวิทยากรในงาน Digital Thailand Big Bang 2019: ASEAN Connectivity ภายใต้หัวข้อ “Bring Digital Future to Everyone: Making Changes to Remap Thailand in the Digital World” ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค กรุงเทพฯ



11 พฤศจิกายน 2562 - นายศุภชัย เจียรวนนท์ ประธานสภาดิจิทัลฯ นำคณะกรรมการสภาดิจิทัลฯ หรือร่วมกับสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย นำโดยนายกลินท์ สารสิน เพื่อร่วมริเริ่มโครงการและขับเคลื่อนความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไทย สู่การเป็นศูนย์กลางนวัตกรรมในระดับภูมิภาค อาทิ พัฒนาศูนย์ E-learning ในแต่ละจังหวัด พัฒนาศูนย์ข้อมูลระบบ Cloud ระดับภูมิภาค และสนับสนุนแผนการลงทุนของรัฐบาล

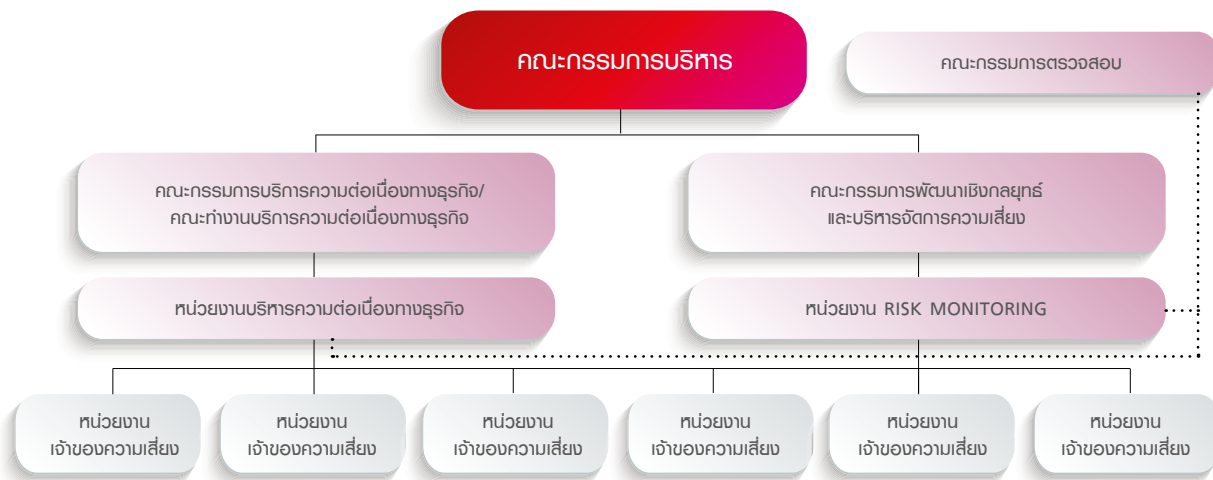
การบริหารจัดการความเสี่ยง และสถานะวิกฤต

(GRI 102-15, 102-18, 102-20, 102-29, 103-1, 103-2)

แนวทางการบริหารจัดการ

กระบวนการบริหารความเสี่ยงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยจัดการและวางแผนต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน เป็นส่วนสำคัญต่อการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกผัน (Disruption) ที่อาจจะเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทั้งเชิงโอกาสและเชิงตั้งรับต่อการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ มีคณะกรรมการพัฒนาเชิงกลยุทธ์และบริหารความเสี่ยง และมีคณะกรรมการ

บริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ทำหน้าที่ในการกำหนดกลยุทธ์และ กำหนดกรอบการบริหารความเสี่ยงและแผนการจัดการความเสี่ยง รวมทั้งทบทวนความเสี่ยง และติดตามการบริหารความเสี่ยง รวมถึงวางแผนเชิงรุกสำหรับสถานะวิกฤตอันอาจเกิดขึ้นได้และป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการหยุดชะงักทางธุรกิจ



กรอบการบริหารความเสี่ยงและบริหารความต่อเนื่องในสถานะวิกฤต

บริษัทฯ มีการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กร จากการระบุประเด็นความเสี่ยงและผลกระทบที่สอดคล้องกับกลยุทธ์และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ มีการกำหนดกลุ่มประเด็นความเสี่ยงครอบคลุม 8 ด้าน (ซึ่งสอดคล้องตามมาตรฐานสากล The Committee of Sponsoring Organizations of The Treadway Commission (COSO) ERM – Integrated Framework 2017) ได้แก่

- การปฏิบัติการ
- กฎระเบียบ
- การเงิน
- กฎหมาย
- เทคโนโลยี
- บุคลากร
- ตลาด/ผลิตภัณฑ์/ลูกค้า/ผู้ค้า/ลูกค้า/พันธมิตรทางธุรกิจ
- ความยั่งยืนที่ผนวกการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

มีการรวบรวมประเด็นความเสี่ยงจากหน่วยงานเจ้าของความเสี่ยง (Functional Risk Owner) และจากผู้บริหารจัดทำมาตรการจัดการบรรเทาและควบคุมความเสี่ยง รายงานและเฝ้าติดตามผลการบริหารความเสี่ยงจากทุกหน่วยงาน และสื่อสารถึงกระบวนการในทุกขั้นตอนแก่ผู้บริหารและพนักงานรับทราบเป็นประจำทุกปี และทบทวนความเสี่ยงปีละ 2 ครั้ง รวมถึงมีการอบรมเพื่อสร้างวัฒนธรรมในการบริหารความเสี่ยงองค์กรให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง



นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้วางแผนเชิงรุกสำหรับสถานะวิกฤตอันอาจเกิดขึ้นได้ และป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการหยุดชะงักทางธุรกิจ ผ่านการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management: BCM) ซึ่งสอดคล้องต่อนโยบายความต่อเนื่องทางธุรกิจ รวมถึงนโยบายการลงทุนขององค์กรที่ได้กำหนดไว้ โดยใช้กระบวนการวิเคราะห์ความเสี่ยง ระบุปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจก่อให้เกิดการหยุดชะงักในการปฏิบัติงานทางธุรกิจที่สำคัญหรือรับมือต่อสถานะวิกฤต สอดคล้องกับมาตรฐาน ISO 22301 Business Continuity Management

ประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญและประเด็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

ตัวอย่างประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญกับบริษัทฯ ในปี 2562-2563 อาทิ ความเสี่ยงเฉพาะกรณีอื่นเป็นผลจากการได้มาซึ่งใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคม ย่าน 1800 MHz 900 MHz และ 700 MHz ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันทางการตลาด ความเสี่ยงเฉพาะธุรกิจของกลุ่มทรูวิชั่นส์ รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถดูจากรายงานประจำปี 2562 ของบริษัทฯ บนเว็บไซต์ (www.truecorp.co.th)

นอกจากนี้ ประเด็นด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศยังคงเป็นประเด็น สำคัญตั้งแต่ปีที่บริษัทฯ เคยได้

รับผลกระทบจากเหตุอุทกภัยเมื่อปี 2554 เป็นต้นมา โดยมีความเสี่ยงเรื่องอุปกรณ์เครือข่ายเสียหาย สภาพอากาศแปรปรวนต่อสวัสดิภาพของพนักงาน กฎ ข้อบังคับภาครัฐ ต้นทุนการดำเนินธุรกิจที่สูงขึ้น และโอกาส เรื่องผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ และการสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง โดยบริษัทฯ มีมาตรการป้องกันเหตุที่อาจเกิดขึ้นเชิงรุก และนำผลที่ได้จากการประเมินไปผนวกกับกลยุทธ์และแผนทางธุรกิจเพื่อลดผลกระทบเชิงลบที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ ต่อไป

ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่	ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจ	แนวทางบริหารจัดการความเสี่ยง
1. ความเสี่ยงด้านความเข้าใจที่ไม่เพียงพอ ด้านภัยคุกคามไซเบอร์ และข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า และผู้ใช้บริการ (End-User Awareness on Cyber Security and Data Privacy)	มีโอกาสดังกล่าวความเสี่ยงจากการรั่วไหลของข้อมูล ผู้ใช้อาจจะเพิ่มสิ่งไปที่ความบกพร่องของระบบรักษาความปลอดภัยของผู้ให้บริการ ทำให้สูญเสียความไว้วางใจของลูกค้า ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน และกระทบต่อผลประโยชน์	- สร้างความเข้าใจและตระหนักถึงภัยคุกคามไซเบอร์ และข้อมูลส่วนบุคคล (Data Privacy) ให้กับผู้ใช้และบุคลากรภายในองค์กร - ติดตามและเฝ้าระวังภัยคุกคามอย่างใกล้ชิด โดยมีการทดสอบและประเมินระบบทุกปี - ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงผู้ให้บริการรายอื่น (Partnership) ในการป้องกันและให้ความรู้แก่ผู้ใช้
2. ความเสี่ยงด้านต้นทุนพลังงานที่สูงขึ้น จากการให้บริการ 5G (Higher Energy Cost from 5G Services)	ค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน โดยเฉพาะด้านไฟฟ้าที่จะเพิ่มขึ้นมากถึง 3 เท่า คิดเป็นเงินประมาณ 90 ล้านบาท เนื่องจากการใช้พลังงานที่เพิ่มขึ้นในการส่งสัญญาณ 5G เนื่องจากแผนพัฒนากำลังผลิตไฟฟ้าของประเทศไทย คาดว่าสัดส่วนของพลังงานทดแทน ซึ่งมีต้นทุนสูงกว่าพลังงานเชื้อเพลิงฟอสซิล จะมีสัดส่วนมากขึ้น	- ติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ พลิทไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อลดต้นทุนและความเสี่ยงของราคาไฟฟ้าที่ผันผวนในระยะยาว - ออกแบบระบบสายประสิทธิ์ภาพสูง เพื่อลดการใช้พลังงานให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
3. ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ (Regulation) ของเทคโนโลยี 5G	กฎระเบียบใหม่ที่ไม่สะท้อน และเหมาะสมต่อสถานการณ์ในประเทศไทย ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัทและรายได้	- ติดตามและศึกษาแนวโน้มของกฎระเบียบต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องและใกล้ชิด - ประสานงานให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับบริการใหม่ที่เกิดขึ้นกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นข้อเท็จจริงให้หน่วยงานเหล่านั้นใช้ในการพิจารณากำกับดูแลได้อย่างเหมาะสม
4. ความเสี่ยงด้านผลตอบแทนทางการเงิน (Profit & Loss) จากการปรับค่าบริการที่สูงขึ้นของเทคโนโลยี 5G	ลูกค้าผู้ใช้บริการไม่พร้อมที่จะชำระค่าบริการส่วนเพิ่มขึ้น ทั้งค่าบริการ 5G มีคุณภาพที่สูงขึ้น ทำให้รายได้ในการให้บริการ 5G ไม่เป็นไปตามเป้าหมายทางการเงิน ทำให้มีความเสี่ยงทางด้านสภาพคล่องทางการเงิน ประมาณ 9 พันล้านบาท	- จัดทำสื่อ เพื่อให้ความรู้ ประโยชน์ และให้เห็นถึงความคุ้มค่าของเทคโนโลยี 5G ให้กับบุคคลทั่วไป - ส่งเสริมการตลาดของเทคโนโลยี 5G เพื่อให้ผู้ใช้ได้ทดลองใช้และเห็นถึงประโยชน์

การสร้างวัฒนธรรมด้านความเสี่ยงภายในองค์กร

บริษัทฯ ยังคงสร้างวัฒนธรรมด้านความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง ผ่านการฝึกอบรมด้านบริหารจัดการความเสี่ยงเป็นประจำ โดยในปี 2562 บริษัทฯ สามารถฝึกอบรมให้กับหน่วยงานต่างๆภายในองค์กรครอบคลุมร้อยละ 84 นอกจากนี้ ผู้บริหาร

ระดับสูง ตลอดจนพนักงานในสังกัดยังมีตัวชี้วัดด้านความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานของตน เพื่อป้องกันและควบคุมความเสี่ยงที่อาจเกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และใช้เป็นการวัดผลของการประเมินผลการดำเนินงานประจำปีด้วย

การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 401-1, 401-2, 403-1, 403-2, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1)



ครินตรา วงศ์กุลักษณ์
Group Chief Human Resources Officer

“

บริษัทฯ นำเอารูปแบบการบริหารจัดการที่ทันสมัย มาประยุกต์ใช้มากขึ้น เช่น โครงการ SPLD ซึ่งคัดเลือกผู้แทนจากสายงานต่างๆ มาทำงานด้วยกันภายใต้โครงการที่สอดคล้องกับกลยุทธ์หลักของบริษัทฯ ขณะเดียวกัน ก็มีการจัดตั้ง Career Counseling ให้กับพนักงานทุกท่าน รวมถึงการใช้แบบทดสอบการประเมินคุณลักษณะรายบุคคล (Psytech Personal Insights Report) ที่ช่วยให้พนักงานค้นพบจุดเด่นด้านที่ตนเองถนัด และทราบถึงจุดที่ควรพัฒนาเพิ่มขึ้น เพื่อให้พนักงานสามารถวางแผนความก้าวหน้าตามสายอาชีพ (Career Path) ได้อย่างเหมาะสม ขณะเดียวกันก็มีโครงการของปลูกรัก ที่ช่วยเรื่องการดูแลสุขภาพจิต และสุขภาพใจ ของพนักงาน เช่น เรื่องของปลูกรักสุขภาพ ปลูกรักปลูกธรรม แล้วก็ปลูกรักออมมั่งคั่ง ก็จะเป็นการช่วยสนับสนุนพนักงานให้ทำงานได้อย่างมีความสุข และมีความผูกพันกับองค์กรมากขึ้น

”

เป้าหมายปี 2562

- พนักงาน มีความผูกพันต่อองค์กร และมีความพึงพอใจโดยรวม ในระดับคะแนนร้อยละ 70
- จำนวนเร็วโหมงการอบรมของพนักงาน ต่อคนเฉลี่ย 20 ชม.ต่อปี
- 80% พนักงานผ่านการอบรม ด้านความยั่งยืน

ผลการดำเนินงาน ปี 2562

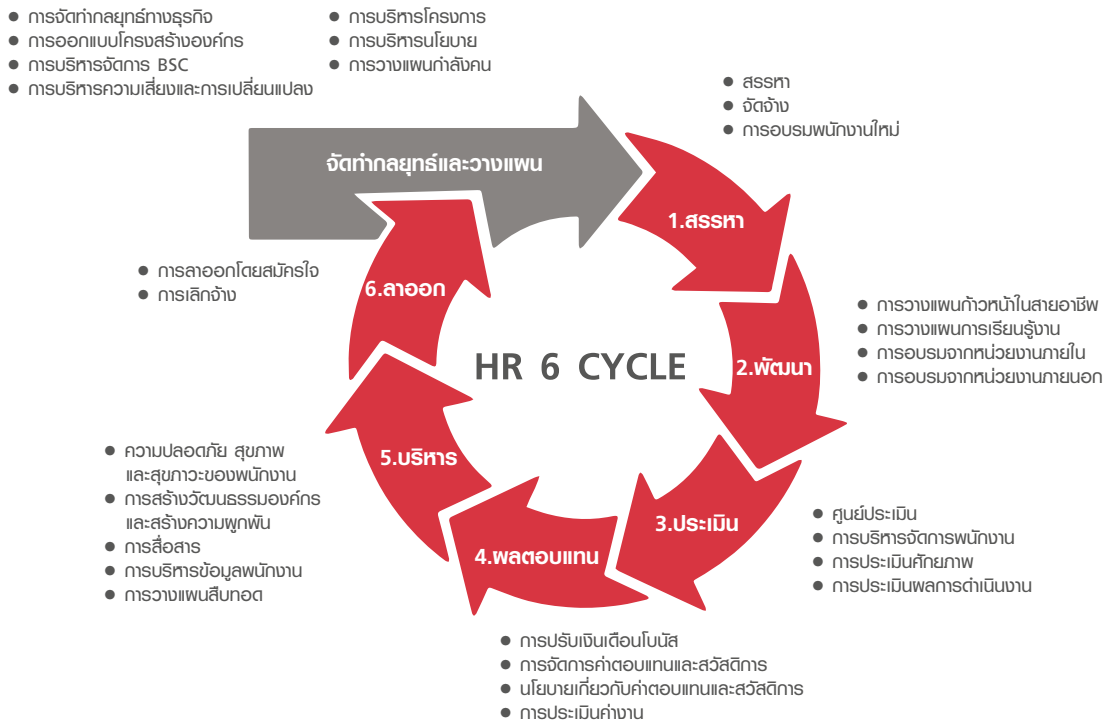
- พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร และมีความพึงพอใจโดยรวม ในระดับคะแนนร้อยละ 71
- พนักงานเข้าฝึกอบรมเสริมสร้างความรู้ทางด้านการดำเนินธุรกิจ ต่อคนเฉลี่ย 20.70 ชม.ต่อปี
- 100% พนักงานผ่านการอบรม ด้านความยั่งยืน

แนวทางการบริหารจัดการ

กลุ่มทรูกำลังก้าวเข้าสู่องค์กรดิจิทัลตามการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล เพื่อเตรียมความพร้อมของพนักงานให้มีความรู้ความสามารถในการแข่งขันจึงมีความสำคัญเป็นอย่างสูง ทั้งต่อองค์กร และพนักงาน กลุ่มทรู จึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการด้านทรัพยากรบุคคล (People Committee) โดยมีบทบาทหน้าที่บริหารอัตรากำลังและผลผลิตภาพขององค์กร (Workforce Planning & Productivity) และการพิจารณา

เลื่อนตำแหน่ง การปรับเงินเดือนของพนักงาน (Promotion & Upgrading) ซึ่งคณะกรรมการดังกล่าว กำหนดกรอบการดำเนินงานด้านบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลตาม Employee Journey หรือหลัก HR 6 CYCLE ที่มุ่งเน้นยกระดับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานทุกคนด้วยการนำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาสร้างประสบการณ์การทำงาน ช่วยสร้างผลลัพธ์เชิงบวกต่อการดำเนินธุรกิจ และเพิ่มความพึงพอใจ รวมถึงความผูกพันของพนักงาน

กรอบการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล



สรุปผลการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลปี 2562

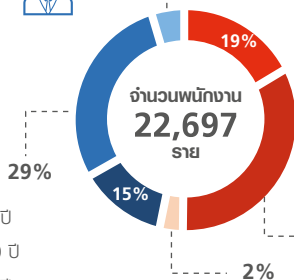
พนักงานชาย 46%
10,554 ราย
เข้าใหม่ +2,910 ราย
ลาออก -879 ราย



2%

29%

- ชายอายุ < 30 ปี
- ชายอายุ 30-50 ปี
- ชายอายุ > 50 ปี

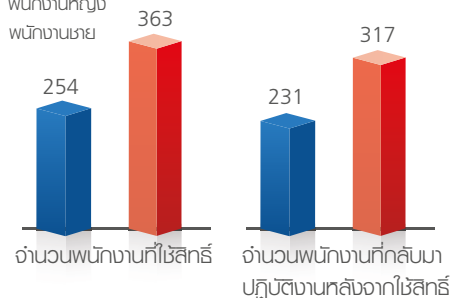


พนักงานหญิง 54%
12,143 ราย
เข้าใหม่ +4,795 ราย
ลาออก -993 ราย

- หญิงอายุ < 30 ปี
- หญิงอายุ 30-50 ปี
- หญิงอายุ > 50 ปี

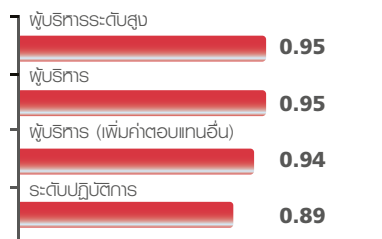
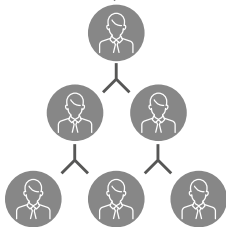
การใช้สิทธิ์ลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร(ราย)

■ พนักงานหญิง
■ พนักงานชาย



สัดส่วนค่าตอบแทนระหว่างเพศหญิงต่อเพศชาย

(สัดส่วนเป็นเดือน)



อัตราการบาดเจ็บของพนักงานถึงขั้นหยุดงาน

(รายต่อ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน)



0.41



0.04

อัตราการเสียชีวิตของพนักงานจากการทำงาน



0 ราย

ไม่มีพนักงานเสียชีวิตจากการทำงาน

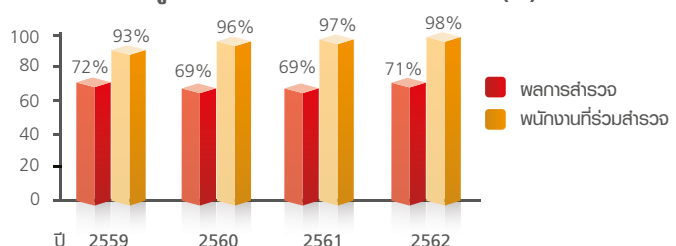


20.70
ชั่วโมงการฝึกอบรมของพนักงานต่อปี 2562



100%
พนักงานผ่านการอบรมด้านความยั่งยืนในปี 2562

การสำรวจความผูกพันองค์กรและความพึงพอใจโดยรวม (%)



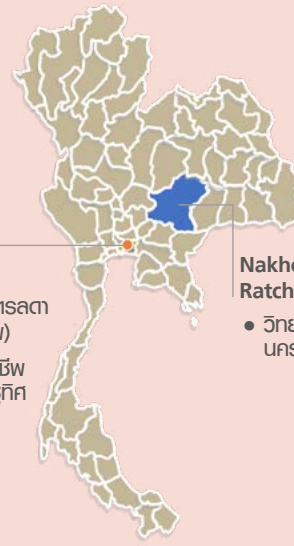
การสรรหาทรัพยากรบุคคลเชิงรุก

กลุ่มทรู มีแนวทางการสรรหาทรัพยากรบุคคลเพื่อดึงดูดคนรุ่นใหม่ที่มีความสามารถเข้าร่วมงาน โดยเน้นการสนับสนุนนักเรียนและนักศึกษา ทั้งในระดับอาชีวศึกษาและระดับมหาวิทยาลัย โดยปี 2562

● **ศูนย์พัฒนาศักยภาพทางวิชาชีพ (True Capability Center)** บริษัทฯ ร่วมมือกับสถาบันอาชีวศึกษาชั้นนำเพื่อร่วมออกแบบหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจในปัจจุบันและอนาคต นักเรียนสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพทันทีที่สำเร็จการศึกษา นอกจากนี้ที่วิทยาลัยเทคนิคนครราชสีมา มีการสร้างห้องเรียนจำลองกระบวนการทำงานของธุรกิจโทรคมนาคม ธุรกิจดิจิทัลและการบริการ สนับสนุนอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในการเรียนทั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง WiFi ทรูวิชชั่นส์ และอุปกรณ์ IoT เพื่อสร้างโอกาสให้นักเรียนได้ฝึกปฏิบัติจากอุปกรณ์และในสถานประกอบการจริง

● **โครงการ True Academy (Summer Internship Program)** เปิดโอกาสให้นักศึกษามหาวิทยาลัยชั้นปีที่ 2-4 จำนวน 65 คนฝึกงานและทำโครงการพิเศษร่วมกับหน่วยงานของบริษัทฯ ผ่านประสบการณ์การทำงานจริงในช่วงปิดเทอม หากผลคะแนนรวมตลอดการฝึกอบรมสูง จะได้รับการพิจารณาเข้าเป็นพนักงานของบริษัทฯ ในโครงการ True Next Gen

True Capability Centers



Bangkok

- โรงเรียนนิคธรรมา (สายวิชาชีพ)
- วิทยาลัยอาชีวศึกษา นวมินทร์

Nakhon Ratchasima

- วิทยาลัยเทคนิค นครราชสีมา

True Academy (Summer Internship Program)



การสรรหาบุคลากรในยุคดิจิทัล

บริษัทฯ ปรับรูปแบบการคัดสรรบุคลากรให้เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ เช่น พัฒนาช่องทางสื่อสารสังคมออนไลน์ Facebook Fan Page และ LinkedIn รวมถึงยังมีการนำแพลตฟอร์มดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการงาน เช่น iContract ในการเซ็นสัญญาจ้างพนักงานแบบอิเล็กทรอนิกส์ พัฒนาแบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ (Digitized HR Form) บนเว็บไซต์บริษัทฯ และแอปพลิเคชันทรู คอนเน็ค (True Connect Application) ซึ่งรวบรวมบริการด้านทรัพยากรบุคคลทั้งหมด เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้พนักงาน

การปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเท่าเทียม

บริษัทฯ ส่งเสริมให้เกิดความเท่าเทียมกันของพนักงานในทุกระดับเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น โดยกำหนดไว้อย่างชัดเจนในนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่เปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนมีโอกาสเท่าเทียมกันในการเติบโตในสายอาชีพ และสามารถเข้าถึงตำแหน่งระดับสูงได้หากพนักงานได้รับการประเมินผลที่ดีและมีความสามารถที่เกี่ยวข้องกับลักษณะงานเป็นไปตามกระบวนการภายในที่ชัดเจนและโปร่งใส บริษัทฯ ยังได้ประกาศนโยบายการบริหารความหลากหลาย และยอมรับความแตกต่าง (เผยแพร่บนเว็บไซต์ www.truecorp.co.th) เพื่อป้องกันและคุ้มครองพนักงานทุกระดับไม่ให้เกิดการเลือกปฏิบัติ อันมีสาเหตุมาจากเรื่องเชื้อชาติ สัญชาติ เผ่าพันธุ์ สีผิว ต้นตระกูล ศาสนา สถานะทางสังคม เพศ อายุ ความพิการหรือทุพพลภาพ แนวคิดทางการเมือง ตลอดจนสถานภาพเกี่ยวกับการสมรส มีแนวทางป้องกันไม่ให้เกิดการละเมิดและถูกคุกคามในรูปแบบต่างๆ และยังกำหนดการจ่ายเงินเดือนให้มีความเสมอภาค

นอกจากนี้ กลุ่มทรู มีการจัดตั้งคณะกรรมการดูแลสวัสดิการ (Welfare Committee) โดยมีจำนวนคณะกรรมการ ประกอบด้วยผู้แทนจากพนักงาน 5 คน ที่ได้รับเลือกจากพนักงานที่เป็นตัวแทนครอบคลุมทุกสินค้าและบริการหลักของบริษัทฯ โดยมีบทบาทหน้าที่เสนอข้อคิดเห็น หรือ ให้คำปรึกษา เพื่อจัดสวัสดิการที่เป็นประโยชน์สำหรับพนักงานอย่างเหมาะสม และเทียบเคียงได้ในอุตสาหกรรมเดียวกันต่อผู้บริหารของบริษัทฯ เช่น การประกันชีวิตและประกันสุขภาพ รวมทั้งการคุ้มครองในกรณีพิพาทและทุพพลภาพอันเกิดจากการทำงานทั้งพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราว การลาเพื่อเลี้ยงดูบุตรโดยได้รับค่าจ้างตามวันที่ลาจริงเป็นระยะเวลา 4 เดือน ซึ่งมากกว่าที่กฎหมายกำหนด กองทุนสำรองเลี้ยงชีพและเงินบำนาญ และได้รับสิทธิพิเศษจากการใช้สินค้าและบริการของบริษัทฯ เป็นต้น

การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล

การวางแผนทางก้าวหน้าในสายอาชีพ:

มีการทำแบบทดสอบการประเมินคุณลักษณะรายบุคคล (Psytech Personal Insights Report) ตามการประเมินทางจิตวิทยา (Psychometric Test) ผลจากการประเมินทั้ง 2 รูปแบบ ทำให้พนักงานค้นพบจุดเด่นด้านที่ตนเองถนัด และทราบถึงจุดที่ควรพัฒนาเพิ่มขึ้น เพื่อให้พนักงานสามารถวางแผนการพัฒนาความก้าวหน้าตามสายอาชีพ (Career Path) ได้อย่างเหมาะสม

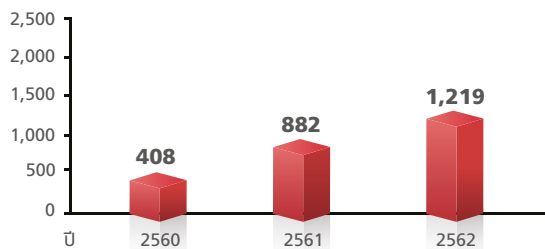
การวางแผนการเรียนรู้ฐาน:

โครงการ True Next Gen จัดทำขึ้นเพื่อพัฒนาและสรรหาบุคลากรรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพก้าวขึ้นเป็นผู้นำองค์กรในอนาคต ผ่านการปฏิบัติจริงเพื่อสร้างและพัฒนาผู้รุ่นใหม่ภายใต้การดูแลและให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิดจากผู้บริหารระดับสูงเป็นเวลา 18 เดือน โดยในปี 2562 มีผู้ผ่านเข้าร่วมโครงการจำนวน 100 คน จาก 3,500 คน

การพัฒนาผู้นำแบบ Modular & Cross-functional Team:

โครงการ Strategic Project & Leadership Development (SPLD): คือการพัฒนาศักยภาพความเป็นผู้นำ (Leadership Development) โดยการดำเนินโครงการแบบ Action-based Learning อย่างเข้มข้น มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้การทำงานเป็นทีม มีการกำหนดโครงการย่อยที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อให้ทุกคนลงมือทำจริง วัดผลผ่านตัวชี้วัด และเรียนรู้ในขอบเขตที่นอกเหนือจากงานประจำ มีการประเมินความเป็นผู้นำแบบ 360 องศาจากทีมงาน และรับการโค้ชจากผู้บริหาร มีการดำเนินงานมา 3 ปี จนถึงปี 2562 มีพนักงานร่วมโครงการกว่า 3,140 คน สามารถลดต้นทุนในการดำเนินงานและเพิ่มรายได้รวมถึง 2,509 ล้านบาท

ผลประโยชน์จากโครงการ SPLD รายปี (ล้านบาท)

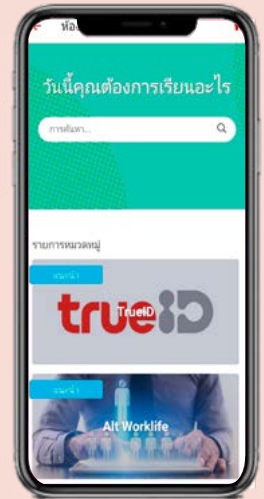


การอบรมพัฒนาศักยภาพจากหน่วยงานภายในและภายนอก:

บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาศักยภาพพนักงานอย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนาความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการ การพัฒนาผู้นำ การสื่อสาร ด้านดิจิทัลและการวิเคราะห์ และเสริมสร้างความรู้ทางด้านเทคนิคต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ รวมถึงมีอบรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (ร้อยละ 100 ของพนักงานผ่านการอบรมด้านความยั่งยืน) โดยในปี 2562 มีจำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพเฉลี่ย 20.70 ชั่วโมงต่อคน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 4,097 บาทต่อคน

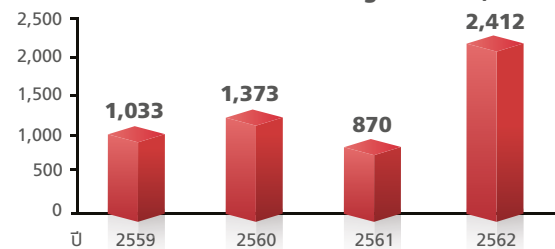
การพัฒนาระบบนิเวศการเรียนรู้ในองค์กรให้กับพนักงาน:

บริษัทฯ จัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมแบบออนไลน์ในรูปแบบมัลติมีเดียที่เข้าถึงทุกคนได้โดยตรง ช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย รวมถึงการเพิ่มแหล่งความรู้ที่สำคัญและจำเป็นในการทำงาน ด้วยการพัฒนา Library On Mobile หรือห้องสมุดเคลื่อนที่ ทำให้พนักงานสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น บทความ หรือความรู้ทั่วไปที่น่าสนใจ เป็นต้น ผ่านแอปพลิเคชันทรู คอนเน็ค



โครงการพัฒนาบุคลากร Black Belt และ Green Belt มีวัตถุประสงค์เพื่อ พัฒนาศักยภาพของบุคลากรในการวิเคราะห์ปัญหา และปรับปรุงการทำงานในด้านต่างๆ และส่งผลในการลดต้นทุน (Cost Saving) การปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน (Productivity Improvement) การเพิ่มรายได้ (Revenue Increasing) และการเพิ่มความพึงพอใจต่อลูกค้า (Customer Satisfaction) ด้วยเครื่องมือ Lean Six Sigma มีการดำเนินงานมา 6 ปี จนถึงปี 2562 สามารถผลิตบุคลากร Black Belt และ Green Belt กว่า 670 คน มีผลประหยัดจากการดำเนินงานรวมถึง 6,508 ล้านบาท จากความร่วมมือกว่า 20 หน่วยงานในบริษัทฯ

ผลประหยัดจากโครงการ Lean Six Sigma รายปี (ล้านบาท)



การประเมินผลการดำเนินงาน:

ปี 2562 มีประเมินผลการดำเนินงานประจำปี PMS (Performance Management System) กับพนักงานทุกคน และมีการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบรอบทิศ 360 องศา และการประเมินผ่านระบบออนไลน์ใน 4 ด้าน สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กร 4Cs ได้แก่ เอาใจใส่ (Caring) เชื่อถือได้ (Credible) สร้างสรรค์ (Creative) และกล้าคิดกล้าทำ (Courageous) ผลการประเมินจะส่งถึงพนักงานโดยตรงผ่านแอปพลิเคชันทรู คอนเน็ค

ความปลอดภัย สุขภาพ และสุขภาวะของพนักงาน

บริษัทฯ มีคณะกรรมการด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Occupational Health Safety and Working Environment Committee) ทำหน้าที่สอบสวนวิเคราะห์สาเหตุเรื่องความปลอดภัยและอุบัติเหตุต่างๆ เพื่อหาแนวทางการประเมินความเสี่ยง (Risk Alert) และป้องกันการเกิดซ้ำ และกำกับดูแลการปฏิบัติตามมาตรการด้านความปลอดภัยของบริษัทฯ โดยในปี 2562 มีการดำเนินการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยให้กับพนักงาน 3,256 คน เพื่อลดจำนวนการเกิดอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงาน และเตรียมความพร้อมต่อเหตุไม่คาดคิดที่อาจเกิดขึ้นได้ นอกจากนี้ ยังมี การแลกเปลี่ยนแนวทางการแก้ไข และการป้องกันเพื่อลด

อุบัติเหตุและความสูญเสียให้พนักงานในแต่ละพื้นที่ โดยนำตัวอย่างอุบัติเหตุต่างๆ ที่มีลักษณะงานใกล้เคียงกัน มาเป็นกรณีศึกษาเพื่อให้พนักงานรับรู้และตระหนัก รวมถึงการจัดเตรียม และอบรมการใช้งานเพื่อเพิ่มทักษะการใช้งานอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (Personal Protection Equipment: PPE) เพื่อความปลอดภัยของพนักงานโดยเฉพาะในการทำงานบนที่สูง ดังนั้น ผลสรุปสถิติด้านความปลอดภัยของพนักงานในกลุ่มทรูในปีที่ผ่านมา พบว่ามีจำนวนอุบัติเหตุทั้งสิ้น 12 ครั้ง มีผู้บาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจำนวน 10 ราย คิดเป็นจำนวนวันทำงานที่สูญเสีย (Loss Working Day) 236 วัน แต่ไม่มีพนักงานเสียชีวิตจากการปฏิบัติงานเลย

ตัวอย่างโครงการด้านสุขภาพของพนักงาน

- ร่วมมือกับโรงพยาบาลจัดหน่วยฉีดป้องกันโรค และตรวจคัดกรองโรคต่างๆ บริการให้กับพนักงานและครอบครัวในราคาพิเศษ
- มีการรอบพ่นยาฆ่าเชื้อไวรัสไข้หวัดใหญ่ในพื้นที่อาคารสำนักงาน ในกรณีที่พนักงานป่วยเป็นโรคไข้หวัดใหญ่ เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคในสถานที่ปฏิบัติงาน
- จัดให้มีการแจกหน้ากากอนามัย N95 จำนวน 18,000 ชิ้น ป้องกันฝุ่นละอองขนาดเล็ก PM 2.5 ให้พนักงานทุกคน

- จัดให้มีศูนย์ออกกำลังกายให้กับพนักงานทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด
- ปรับแผนการตรวจสุขภาพประจำปีให้เหมาะสมและตรงกับช่วงอายุ (Generation) และตรวจสุขภาพเพิ่มเติมให้กับพนักงานในกลุ่มงานพิเศษที่มีความเสี่ยงจากการทำงาน
- พนักงานที่เกษียณอายุแล้ว สามารถแสดงความประสงค์ที่จะตรวจสุขภาพร่วมกับบริษัทฯ ได้ต่อ โดยมีค่าตรวจสุขภาพอยู่ในราคาพนักงาน

ตัวอย่างโครงการด้านสุขภาวะที่ดีของพนักงาน

ปลูกความผูกพัน

- กิจกรรม Give for True เพื่อพนักงานช่วยเหลือสังคม มียอดเงินรวม 406,454 บาท

ปลูกความมั่นคง

- ส่งเสริมสุขภาพทางการเงิน ช่วยแก้ปัญหาทางการเงินให้แก่พนักงาน ทำให้มีการปรับโครงสร้างหนี้รวมประมาณ 15,000,000 บาท

ปลูกรักสุขภาพ

- ปลูกรักสุขภาพ วาดเพื่อสุขภาพ เพื่อนคลายจากความตึงเครียดในการทำงาน มีพนักงานเข้าร่วม 4,000 คน
- โยคะ เพื่อกายบำบัด มีพนักงานเข้าร่วม กิจกรรมกว่า 1,536 คน
- Jazz Dance มีพนักงานเข้าร่วมกว่า 7,600 คน

ปลูกรักปลูกธรรม

- กิจกรรมการฝึกบวชและถวายภัตตาหารพระสงฆ์เป็นประจำทุกเดือน
- กิจกรรมปฏิบัติธรรมประจำปีและพนักงานสามารถใช้สิทธิ์ลาไปปฏิบัติธรรมได้ 5 วันต่อปี โดยไม่นับเป็นวันลา

ช่องทางการสื่อสารระหว่างบริษัทฯ และพนักงาน

กลุ่มทรู เพิ่มช่องทางการสื่อสารระหว่างบริษัทฯ และพนักงาน ผ่านแอปพลิเคชัน ทรู คอนเน็ค (True Connect) และระบบ HR Care Center หมายเลข 1516 หรือ 02-858-1516 เพื่อเป็นศูนย์รับฟังความคิดเห็น รับเรื่องร้องเรียน รวบรวมข้อมูล และข้อเสนอแนะจากพนักงานทุกคนใน

ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรบุคคล นอกจากนี้ บริษัทฯ แจ้งสภาพการณ์ที่ไม่ปลอดภัย และมีความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุ ผ่านแอปพลิเคชัน ทรู คอนเน็ค และส่ง SMS ถึงพนักงานทุกคน ทำให้รับทราบข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นอย่างทันท่วงที และเตรียมพร้อมในการปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้อง

TRUE
HIGHLIGHT

ทรู ดิจิทัล อคาเดมี (TRUE DIGITAL ACADEMY)

กลุ่มทรู ได้จัดตั้ง “ทรู ดิจิทัล อคาเดมี” (True Digital Academy) ขึ้น โดยร่วมมือกับพันธมิตรระดับโลก General Assembly ซึ่งเป็น Digital Academy ที่เน้นการลดช่องว่างในเรื่องเทคโนโลยีดิจิทัลให้กับองค์กรขนาดใหญ่ทั่วโลก ตลอดจนสนับสนุนมหาวิทยาลัย ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านดิจิทัลให้แก่ผู้บริหารระดับสูงและบุคลากรของบริษัทต่างๆ เตรียมความพร้อมให้คนในองค์กรมีความเข้าใจและพร้อมปรับตัวในการเปลี่ยนผ่านองค์กรไปสู่ยุคดิจิทัล ทั้งยังสามารถใช้ข้อมูลอันมหาศาลได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างประโยชน์ทั้งต่อองค์กร ลูกค้า และอุตสาหกรรมอื่นๆ เพื่อร่วมกันขับเคลื่อน

การเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจและสังคมโดยรวมของประเทศ True Digital Academy จะเป็นสถาบันการศึกษาที่จะช่วยยกระดับความสามารถให้กับคนทำงานในยุคปัจจุบัน ให้มีทักษะที่ทันยุคสมัย ใช้ได้จริงในงานที่ทำ และสอดคล้องกับทักษะที่องค์กรต้องการ ซึ่งจะช่วยลดช่องว่างการที่คนทำงานมีทักษะไม่สอดคล้องกับงานและความต้องการขององค์กร ด้วยการเพิ่มศักยภาพและทักษะด้านดิจิทัล ทั้งเทคโนโลยี ดาต้า การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ การตลาด นวัตกรรม และความมั่นคงความปลอดภัยทางไซเบอร์ สอดรับกับความต้องการบุคลากรด้านดิจิทัลขององค์กรธุรกิจในยุค 4.0 ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม



ผลการดำเนินงานปี 2562:

600 ราย

พนักงานและผู้บริหาร
ผ่านการอบรมใน 20 ชั้นเรียน

66 %

ผลการสำรวจ
ความผูกพันผู้ร่วมอบรม

89 %

ความพึงพอใจ
ต่อระยะเวลาที่อบรม

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์

(GRI 102-43, 102-44, 103-1, 103-2, 103-3, PA5)



คุณอรุณ คุณวาสี
Chief Customer Service Officer

“

บริษัทฯ มุ่งเน้นความเป็นเลิศด้านบริการ ซึ่งเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักของกลุ่มทรู ด้วยการสร้างสรรค์นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อส่งมอบการบริการผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มในทุกช่องทางบริการ ให้ถูกต้อง รวดเร็วและแตกต่างเหนืออุตสาหกรรม

”

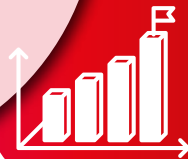
เป้าหมายปี 2562

- พลสำรวจความพึงพอใจต่อการบริการจากลูกค้าผ่านระบบ iCSAT ได้รับการประเมิน Top Box ในระดับสูงสุด ร้อยละ 86



ผลการดำเนินงาน ปี 2562

- ความพึงพอใจสูงสุดต่อการให้บริการจากลูกค้าผ่านระบบ iCSAT Top Box เท่ากับร้อยละ 86.70



แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการตอบสนองและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ตามกรอบการบริหารจัดการรางวัลคุณภาพแห่งชาติ (Thailand Quality Award : TQA) และมาตรฐานการให้บริการระดับโลก (Customer Operation Performance Center for Customer Service Provider : COPC CSP) พร้อมการติดตามและตอบสนองการแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วในการประชุม Customer Centric Quick Assessment (CCQA)

ของผู้บริหารระดับสูงร่วมกับส่วนงานที่เกี่ยวข้องเป็นประจำทุกวัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและมาตรฐานในการให้บริการ พร้อมเพิ่มช่องทางการสื่อสารกับลูกค้าใหม่ ๆ เช่น ช่องทางดิจิทัล ตามแนวโน้มของการบริการที่เปลี่ยนแปลง และอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถใช้บริการ Self Service ได้มากขึ้นเพื่อการรับบริการที่รวดเร็วและต่อเนื่อง และหลากหลายครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย

กรอบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์แบบยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric)



การพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ทรูช็อป: เน้นเพิ่มเทคโนโลยีและขยายสาขาเพื่อ
การบริการที่สะดวกและรวดเร็ว

- พัฒนาระบบการให้บริการลูกค้า (Customer Relationship Management Software) ให้สามารถใช้งานแท็บเล็ตและสมาร์ทโฟน สามารถลดขั้นตอนในการให้บริการได้ถึงร้อยละ 70 ทำให้ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็วขึ้น ณ จุดรับบริการ
- มีการเพิ่มจำนวนการรับบริการด้วยตัวเอง (Self Service) ในรูปแบบระบบการให้บริการแบบวิดีโอ (Video Call Service) จาก 50 สาขา ในปี 2561 เป็น 376 สาขา ในปี 2562
- พัฒนาการให้บริการ Video Call Service ต่อเนื่อง สามารถให้บริการได้หลากหลายภาษา (Multilingual) คือ ไทย อังกฤษ ญี่ปุ่น จีน และรัสเซีย รองรับลูกค้าได้ร้อยละ 10 ของจำนวนผู้ใช้บริการทั้งหมดที่ ทรูช็อป เติบโตขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 2 โดยมีเป้าหมายที่จะเพิ่มเป็นร้อยละ 20 ภายในปี 2563
- เพิ่มจำนวนสาขาร่วมกับพันธมิตร และร้านทรูช็อปขนาดเล็กในศูนย์ธุรกิจค้าส่ง (Makro) และร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven แบบ Shop in Shop 636 สาขา รวมถึงให้บริการขายซิมการ์ดผ่านเครื่องขายซิมการ์ดอัตโนมัติ (SIM Dispenser Machine) เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่ม
- ขยายการให้บริการหลังการขายในการเปลี่ยนซิมการ์ด (Swap SIM) ผ่านตู้ให้บริการอัตโนมัติ (Kiosk Machine) จำนวน 11 สาขา
- พัฒนาศักยภาพของพนักงานให้สามารถให้บริการที่หลากหลาย (Multi-Skills) เบ็ดเสร็จในพนักงานคนเดียวเพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่สะดวกและรวดเร็วขึ้น ณ จุดรับบริการ ด้วยบริการ CRM Lite Weight
- มีบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้าน

ตัวอย่างการพัฒนาทรูช็อป



ใช้แท็บเล็ตและสมาร์ทโฟนบริการลูกค้า



เครื่องขายซิมการ์ดอัตโนมัติ



ร้านทรูช็อปขนาดเล็กในศูนย์ธุรกิจค้าส่ง

ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์: เบอร์เดียวจบครบทุกบริการ

- ใช้หมายเลขเดียวคือ 1242 (One Number All Services) พร้อมพัฒนาขีดความสามารถของเจ้าหน้าที่ให้สามารถบริการลูกค้าได้ในทุกผลิตภัณฑ์ ตอบคำถามข้อมูลทั่วไป ข้อมูลด้านเทคนิค และการให้บริการหลังการขาย ในปี 2562 มีเจ้าหน้าที่ที่สามารถดูแลลูกค้าในทุกผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 40 ของเจ้าหน้าที่ให้บริการทั้งหมด
- นำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ Robotic Process Automation (RPA) มาใช้งานอย่างเต็มรูปแบบเพื่อสนับสนุนการทำงานอย่างเป็นระบบ และพัฒนาเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI) ที่สามารถให้บริการได้ทั้งรูปแบบเสียงและการบริการ Chat พูดคุยผ่านสื่อสังคมออนไลน์
- เพิ่มการให้บริการผ่านศูนย์บริการโทรศัพท์หมายเลข 1239 สำหรับลูกค้าองค์กร
- จัดให้มี Call Center ในหลากหลายภาษา คือ ไทย อังกฤษ พม่า จีน และญี่ปุ่น

การขายและให้บริการผ่านระบบออนไลน์: บริการตัวเองผ่านช่องทางดิจิทัล

- มีการพัฒนาเว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน เช่น True iService, TrueMoney Wallet เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าทั้งการซื้อสินค้า รับบริการ และชำระเงิน ส่งผลให้ปี 2562 บริษัทฯ มีการใช้บริการผ่านช่องทางดิจิทัลคิดเป็นร้อยละ 52.5 ของรายการการรับชำระทั้งหมด มีจำนวนเงินคิดเป็นร้อยละ 35.6 ของยอดเงินชำระทั้งหมด และการให้บริการหลังการขายผ่านช่องทางดิจิทัล คิดเป็นร้อยละ 64 ของรายการบริการหลังการขายจากทุกช่องทาง

การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

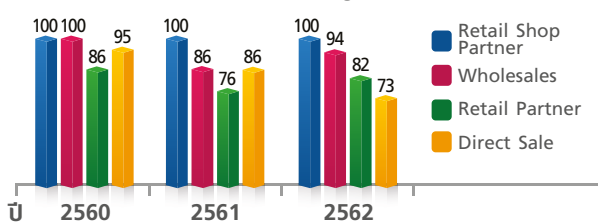
ช่องทางการให้บริการ	ผลคะแนน ICSAT TOP BOX ประจำปี			
	2559	2560	2561	2562
ศูนย์บริการลูกค้าทุขข้อ	82.3	85.5	86.0	87.1
ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์	77.3	85.1	85.2	86.3
ค่าเฉลี่ย	79.8	85.3	85.6	86.7

ลูกค้าส่วนใหญ่พึงพอใจในเรื่องพนักงานให้บริการ มีความเอาใจใส่ติดตามดูแลปัญหาของลูกค้าอย่างใกล้ชิด และมีข้อเสนอแนะเรื่อง การพัฒนาทักษะของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ การเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการ (ลดเวลารอคอยให้บริการ) และให้ข้อมูลลูกค้าอย่างถูกต้องครบถ้วน

ตัวแทนขาย: บริการลูกค้าด้วยคุณภาพเดียวกับบริษัทฯ

- เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการจากตัวแทนขายหรือพันธมิตรทางการค้า (Dealer/True Agent) เหมือนได้รับบริการโดยตรงจากบริษัทฯ กลุ่มทรูได้สร้างมาตรฐานและส่งมอบแนวทางในการปฏิบัติงาน ที่ครอบคลุมขั้นตอนการทำงาน ความรู้เรื่องสินค้าและบริการ การตกแต่งร้าน/บูธ และสื่อการขาย ตลอดจนการตรวจนับสินค้า การรับและคืนสินค้า พร้อมมีการติดตามตรวจสอบประเมินการให้บริการของตัวแทนขายทุกเดือนในทุกช่องทาง เพื่อร่วมสร้างภาพลักษณ์ของทรูในด้านงานขาย และบริการอย่างมีคุณภาพ

การติดตามตรวจสอบประเมินเพื่อนักค้า (ร้อยละ)



การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมลูกค้า ทุกกลุ่ม: เราไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง

- Deaf SIM: สำหรับผู้บกพร่องทางการได้ยิน คือ เมื่อใส่ซิมระบบจะทำการเปิดให้บริการโดยอัตโนมัติ สามารถใช้งาน 3G/4G ในราคาประหยัดไม่จำกัดจำนวนค่าตัว ทำให้ใช้วิดีโอคอลได้อย่างราบรื่น และใช้แอปพลิเคชันที่จำเป็นโดยไม่มีค่าใช้จ่าย เช่น True Care Live for Deaf ในการใช้บริการคอลเซ็นเตอร์สำหรับผู้บกพร่องทางการได้ยิน
- Blind SIM: สำหรับผู้บกพร่องทางการมองเห็น ที่สามารถใช้แอปพลิเคชัน Line, Tab to Read, Read for The Blind โดยไม่มีค่าใช้จ่าย และโทร 1414 ฟรี พร้อมสมาร์ตโฟนในราคาพิเศษ

สนใจ Deaf SIM & Blind SIM

สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่



Deaf SIM
ซิมพิเศษ สำหรับผู้บกพร่องทางการได้ยิน
สิทธิพิเศษจากทรู



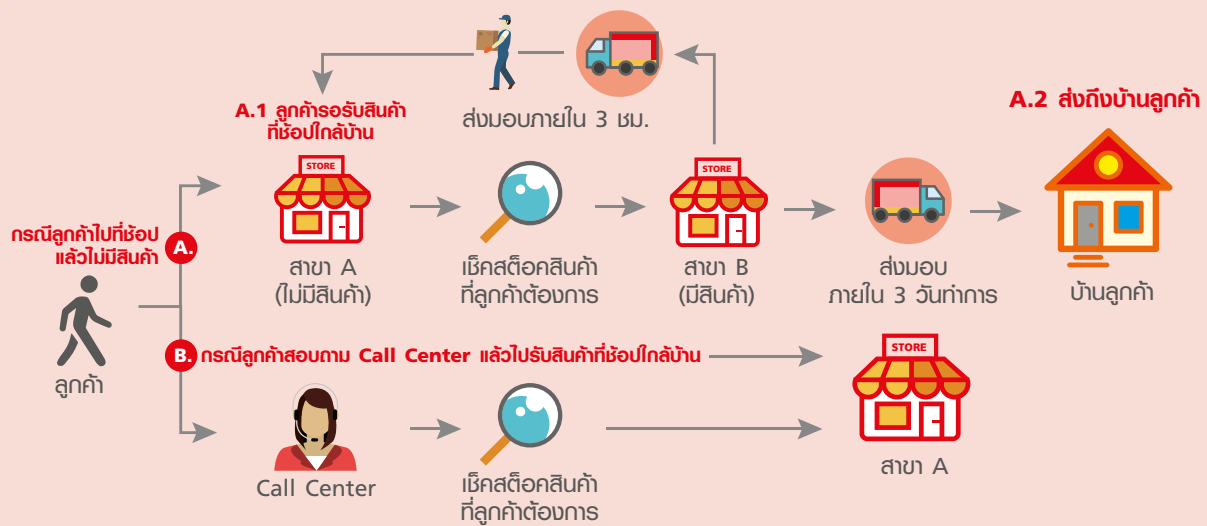
Blind SIM
ซิมพิเศษ สำหรับผู้บกพร่องทางการมองเห็น
สิทธิพิเศษจากทรู

TRUE
HIGHLIGHT

โครงการส่งมอบสินค้าทางโทรศัพท์ ทรูจัดส่งถึงบ้าน

ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2562 เป็นต้นมา ทรูช็อปเพิ่มรูปแบบการให้บริการใหม่ อำนวยความสะดวกสูงสุดให้กับลูกค้าด้วยบริการส่งมอบสินค้าที่ต้องการผ่าน Call Center 1242 และ ทรูช็อป โดยสามารถเลือกรับสินค้าที่ทรูช็อปใกล้บ้านทุกสาขาทั่วประเทศ หรือใช้บริการจัดส่งสินค้าถึงบ้านภายใน 3 วันทำการ สำหรับพื้นที่จังหวัดนครปฐมและตัวเมืองจังหวัดนครราชสีมา โดยจะจัดส่งถึงบ้านได้ทั่วประเทศภายในปี 2563 สำหรับลูกค้าที่ต้องการ

ซื้อสินค้าที่ทรูช็อป ลูกค้าสามารถตรวจสอบสต็อกสินค้าล่วงหน้าผ่าน Call Center ได้ทุกช่วงเวลา เพื่อประหยัดเวลาในการเดินทางไปที่สาขา โดยในกรณีที่สาขาที่ลูกค้าระบุไม่มีสินค้าในสต็อก ทรูช็อปจะบริหารจัดการสินค้าระหว่างสาขาอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับสินค้าที่สาขาที่สะดวกได้ภายใน 3 ชั่วโมง โดยช่องทางนี้สามารถสร้างโอกาสในการเพิ่มยอดขายที่สำคัญให้กับบริษัทฯ ในปี 2563



ทรู

พร้อมให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์
และ ดิจิทัลแพลตฟอร์ม

มั่นใจให้บริการต่อเนื่อง ทุกที่ ทุกเวลา ไม่มีสะดุด



แอปพลิเคชัน True iService

รวบรวมบริการ ทั้งทรูมูฟ เอช ทรูออนไลน์ และทรูวิชั่นส์ หรือบริการอื่นๆ ตรวจสอบรายละเอียดการใช้บริการชำระค่าบริการได้ทันที ช้อปเพิกถอนเสริมเติมเงินได้ด้วยตัวเอง



TrueMoney Wallet

แอปเดียวครบทุกการจ่ายเงิน เติมเงินชำระค่าบริการได้ทุกบิล ค่าสาธารณูปโภค ค่าบัตรเครดิต ประกันภัย เป็นต้น



“มะลิ” ฟันไลน์ทรูมูฟ เอช

พร้อมดูแล ตลอด 24 ชั่วโมง ตรวจสอบข้อมูลการใช้งานสอบถามค่าบริการแจ้งปัญหาการใช้งาน และเปลี่ยนแพ็คเกจที่ ID Line: @truemoveh



True ID

แอปเดียวครบสุด ทุกความสนุก และสิทธิพิเศษ พร้อมเชื่อมต่อการบริการทางการเงินผ่านทรูมูฟ เอช ทั้งเติมเงินและชำระค่าบริการ

makro



ซื้อสินค้าและบริการหลังการขายได้ที่ True Shop in Shop ในร้าน Makro และ 7-Eleven จำนวน 636 สาขาทั่วประเทศ

ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

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



คุณอุษิรัตน์ ศรีพิฒนาเลิศ
Data Privacy Officer

“

ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์เป็นเรื่องของทุกคนในองค์กร และมีผลต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ และยิ่งส่งผลต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในยุคดิจิทัล ที่โลกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเราต้องเผชิญกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่เพิ่มมากขึ้น กลุ่มทรูให้ความสำคัญยิ่งกับการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ตามกรอบนโยบายและมาตรฐานความปลอดภัยสากล รวมทั้งให้ความสำคัญกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและยกระดับขึ้นเป็นวาระขององค์กร ที่ทุกคนตระหนักและร่วมกันปฏิบัติหน้าที่ของตน

”

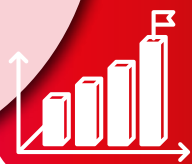
เป้าหมายปี 2562

- ป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล 100%
- ป้องกันการนำข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าไปแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบ 100%



ผลการดำเนินงาน ปี 2562

- สามารถป้องกันไม่ให้เกิดการรั่วไหลของข้อมูล 100%
- สามารถป้องกันการนำข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าไปใช้งานในทางมิชอบได้ 100%



แนวทางการบริหารจัดการ

เทคโนโลยีในปัจจุบันมีความก้าวหน้าและพัฒนาอย่างรวดเร็ว ภัยคุกคามในโลกไซเบอร์ก็มีมากขึ้นเช่นกัน ในหลากหลายรูปแบบ ส่งผลให้การจับเก็บและการเปิดเผยข้อมูลทำได้สะดวก รวดเร็ว มีโอกาสเกิดการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและส่งผลกระทบต่อผู้ให้บริการและสังคมในวงกว้าง และก่อให้เกิดความเสียหายแก่องค์กร กลุ่มทรูในฐานะผู้ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมและธุรกิจดิจิทัล และมีการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าจำนวนมาก จึงมี

นโยบายการรักษาข้อมูลลูกค้า และระบบบริหารจัดการ ให้เกิดความมั่นคงปลอดภัยจากการโจรกรรมทางระบบ ที่สามารถปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลให้ปลอดภัยจากการถูกโจรกรรม และจากเหตุข้อมูลรั่วไหลหรือมีการนำข้อมูลไปใช้ในทางที่ผิด ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการบริหาร ซึ่งรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท และมีคณะกรรมการบริหารความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลบริหารจัดการดำเนินงาน

โครงสร้างบริหารจัดการด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล



นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้เตรียมความพร้อมของทั้งระบบ กระบวนการ และความรู้ความเข้าใจของพนักงานเพื่อปฏิบัติตาม พ.ร.บ. การรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ. 2562 และ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

ที่จะมีผลบังคับใช้ในปี 2563 และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล GDPR (General Data Protection Regulation) ซึ่งเป็นกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรป

ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

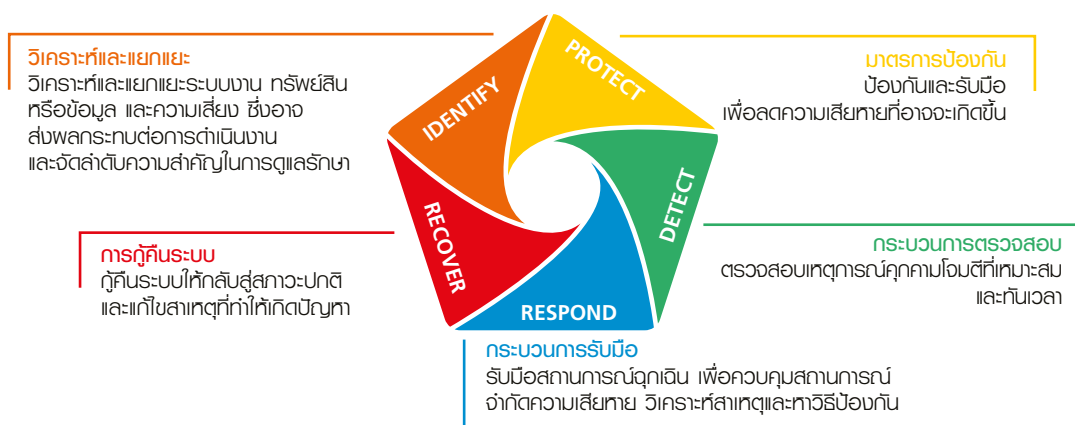
บริษัทฯ ยึดมั่นในการรักษาคุณภาพระบบการจัดการความปลอดภัยสำหรับข้อมูลส่วนบุคคลและสารสนเทศ (Information Security Management System : ISMS) โดยปฏิบัติตามมาตรฐาน ISO 27001 และตามแนวทางการรักษาความปลอดภัยและความมั่นคงของสารสนเทศ (C.I.A.) ได้แก่ การรักษาความลับของข้อมูล และสิทธิการเข้าถึงข้อมูล (Confidentiality) ความครบถ้วน ถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูล (Integrity) ความพร้อมใช้งาน หรือการเข้าถึงข้อมูลได้ตลอดเวลาจากบุคคลที่มีสิทธิ (Availability) และมีการออกนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรง กับการเข้าถึงข้อมูล ซึ่งสอดคล้องตามกรอบการดำเนินงานมาตรฐานสากล ISO 27001 อีก 7 นโยบาย



นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ใช้แนวทางตามกรอบการดำเนินงานของสถาบันมาตรฐานและเทคโนโลยีแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา (National Institute of Standards and Technology : NIST) ในการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ เพื่อให้สามารถตรวจจับและตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว และลดความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งบริษัทฯ มีการวางแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Planning –BCP) และการเตรียมความพร้อมรับมือเหตุฉุกเฉินด้านสารสนเทศ ร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ภายในองค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อจำลองสถานการณ์เหตุจากระบบขัดข้อง หรือการถูกโจมตีระบบ รวมทั้งซักซ้อมแผนการดำเนินงานเพื่อบริหารจัดการแก้ปัญหา

และกู้คืนระบบที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ (Incident Response) ผ่านการกระบวนกรของ Disaster Recovery Plan (DRP) และ Cyber Drill Exercise เป็นประจำอย่างน้อย 2 ครั้งต่อปี รวมทั้งมีการทดสอบความมั่นคงปลอดภัยของระบบต่างๆ (Vulnerability Scan Test และ Penetration Test) เป็นประจำทุกปี โดยทำการทดสอบเพื่อค้นหาช่องโหว่ของระบบ (Vulnerability Scan Test) และทดสอบระบบความปลอดภัยของแอปพลิเคชันต่างๆ (Penetration Test) รวมทั้งมีการตรวจสอบจากบุคคลภายนอก (External Audit / Verification) โดยบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือระดับแนวหน้า

กรอบการบริหารจัดการด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์



การเตรียมความพร้อมด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์

ในปี 2562 บริษัทฯ มีการดำเนินการเตรียมความพร้อมในการตอบสนองต่อภัยออนไลน์ภายในองค์กรที่สำคัญ ดังนี้

- จัดตั้งหน่วยงาน Security Operation Center ขึ้นมาเพื่อดูแลรับผิดชอบเรื่อง การเฝ้าระวังและตรวจจับภัยคุกคามไซเบอร์ ตลอดจนแก้ไขเหตุเบื้องต้น รวมทั้งแจ้งเหตุภัยคุกคามแก่หน่วยงาน Incident Response
- แต่งตั้งทีม Incident Response และกำหนดแนวทางการดำเนินงานเพื่อดูแลรับผิดชอบเรื่องการวิเคราะห์และตอบสนองภัยคุกคามไซเบอร์ รวมทั้งการกู้คืนระบบจากภัยคุกคามดังกล่าว
- มีการทดสอบ Hacker Attack Simulation (Cyber Table Top Exercise) เพื่อซักซ้อมและเตรียมความพร้อมในการตอบสนองต่อภัยคุกคามไซเบอร์ รวมทั้งการสรุปการเรียนรู้จากการทดสอบเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงขึ้น

ตอนและกระบวนการตอบสนองให้ดียิ่งขึ้น

- สร้างความตระหนักรู้ทางด้านความมั่นคงปลอดภัย (Cyber Security Awareness) ให้แก่พนักงานทุกคน โดยมีจำนวนผู้ผ่านการอบรม ร้อยละ 68.5 ทั้งในระดับปฏิบัติการ ผู้บริหารระดับกลาง และระดับสูง โดยจัดการอบรมแบบ Interactive Workshops, Seminar Workshops, และ E-Learning
- การจำลองเหตุการณ์ การคุกคามผ่านทางช่องทางอีเมล (Mail Phishing) โดยการส่งอีเมลไปถึงพนักงานจำนวน 3,000 บัญชี เพื่อสร้างความตระหนักรู้ถึงภัยคุกคามทางอีเมล ด้วยการตรวจสอบอีเมลก่อนเสมอ
- ช่องทางในการติดต่อเรื่องทั่วไป cyber-security@truecorp.co.th และช่องทางการแจ้งเหตุภัยคุกคาม cyberincidentresponse@truecorp.co.th

การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทฯ มีการประกาศใช้นโยบายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และมีแนวทางการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคลที่โปร่งใส และจัดการด้านความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลที่ครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องได้แก่ พนักงาน ลูกค้า พันธมิตรธุรกิจและหน่วยงานภาครัฐโดยยึดแนวปฏิบัติที่ดีในระดับสากล รวมทั้งมีการตรวจสอบภายในด้านการปฏิบัติตามนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ มีการดำเนินการที่สำคัญ ดังนี้

- ยกระดับความสำคัญของเรื่อง ข้อมูลส่วนบุคคล ให้เป็นวาระระดับองค์กร (Corporate agenda) และรายงานต่อคณะกรรมการบริหารความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ที่ประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูง และกรรมการบริหารบริษัท

- ประเมิน ตรวจสอบ และควบคุมระบบที่มีข้อมูลส่วนบุคคล 14 ระบบหลักของบริษัทฯ

- พัฒนาระบบเข้ารหัสและปิดบังข้อมูลส่วนบุคคล (Data encryption and Data Anonymization) ในการนำไปใช้งานทดสอบระบบ (User Acceptance Test หรือ UAT) ก่อนการนำระบบไปใช้งานจริง

- มีการปรับปรุงเนื้อหาของนโยบายความเป็นส่วนตัวเพื่อให้แก่ลูกค้าทราบถึงวัตถุประสงค์ของการเก็บรวบรวม ใช้ เปิดเผยการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงระยะเวลาการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิของลูกค้า ประเภท

ของหน่วยงานที่ข้อมูลจะถูกเปิดเผย และช่องทางการติดต่อของบริษัท

- มีการเตรียมความพร้อมเรื่องการจัดทำหนังสือ และช่องทางการแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัว และการขอความยินยอมในการเก็บ รวบรวม ใช้และเปิดเผยข้อมูลลูกค้าของบริษัท

- ออกแบบกระบวนการที่จัดให้มีช่องทางออนไลน์ และระบบ ในการตรวจติดตามจำนวนลูกค้าที่มาติดต่อขอข้อมูลตนเอง ขอแก้ไข ลบข้อมูล หรือขอโอนข้อมูลของตนที่บริษัทฯ จัดเก็บได้ และบริษัทฯ สามารถตรวจติดตาม จำนวนคำขอได้

- ฝึกอบรมและสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ให้แก่ พนักงานที่สามารถเข้าถึงระบบที่มีข้อมูลส่วนบุคคล เช่นหน่วยงานไอที หน่วยงานบริการลูกค้า Call Center ร้านทรูซ็อป และตัวแทนจำหน่าย ซึ่งสามารถลดการใช้งานระบบผิดประเภทได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- จัดตั้งศูนย์ Data Privacy Center เพื่อดูแลให้คำปรึกษา แนะนำแนวทางการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ให้เป็นไปตาม พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

- มีช่องทางการติดต่อผ่านอีเมล

dataprivacycenter@truecorp.co.th

ขั้นตอน รongรับการใชสิทธิของลูกค้า



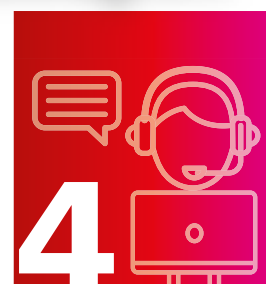
ติดต่อเรา
ที่ทรูซ็อป



กรอกแบบฟอร์ม
ยืนยันตัวตน



พนักงานทรูซ็อป
บันทึกข้อมูล
เข้าระบบ



พนักงานทรูแพลน
Data Privacy
ตรวจสอบ ดำเนินการ
และแจ้งผล
กลับไปยังลูกค้า

การใช้ข้อมูลของลูกค้า

สำหรับการใช้ข้อมูลของลูกค้า บริษัทฯ มีการแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัว โดยทำการแจ้งลูกค้าทุกรายให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงระยะเวลาในการจัดเก็บเพื่อใช้ในการให้บริการ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการนำข้อมูลของลูกค้าร้อยละ 100 ไปใช้ในโดยการส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด ผลลัพธ์การให้บริการของบริษัทฯ รวมถึงผู้โฆษณาและพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งคาดว่าลูกค้าจะสนใจ โดยที่ลูกค้าสามารถดำเนินการยกเลิกความยินยอมในการรับแจ้งข้อมูลข่าวสารได้ และบริษัทฯ จะไม่มีการส่งมอบข้อมูลดังกล่าวให้กับบุคคลหรือหน่วยงานภายนอก โดยไม่ได้รับความยินยอมจากลูกค้า ทั้งนี้ เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และในปีที่ผ่านมา ไม่มีหน่วยงานภาครัฐที่ขอตรวจสอบว่าข้อมูลถูกนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น

ช่องทางรับข้อร้องเรียนและแนวทางการจัดการ

บริษัทฯ มีช่องทางรับข้อร้องเรียน ดังนี้ ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ 1242 และทางเว็บไซต์ www.truecorp.co.th สำหรับกรณีที่มีลูกค้าร้องเรียนเรื่องการละเมิดความเป็นส่วนตัว บริษัทฯ ได้ดำเนินการตรวจสอบข้อร้องเรียนตามขั้นตอน และประสานทำความเข้าใจแก่ลูกค้า/วิเคราะห์สาเหตุและแนวทางแก้ไข มีแผนการเยียวยาตามความเหมาะสม ตลอดจนนำผลการศึกษาวิเคราะห์มาปรับปรุงกระบวนการทำงาน และป้องกันการเกิดเหตุซ้ำ

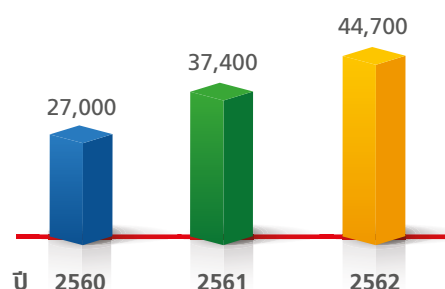
จำนวนข้อร้องเรียนที่ได้รับ

รายการ	ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562
จำนวนข้อร้องเรียนจากลูกค้า/หน่วยงานภายนอกในกรณีการละเมิดความเป็นส่วนตัว	0	0	7
จำนวนข้อร้องเรียนจากหน่วยงานของรัฐ ในกรณีการละเมิดความเป็นส่วนตัว	0	0	0
จำนวนข้อมูลรั่วไหล สูญหาย ถูกทำลาย หรือโดนขโมย	0	0	0
รายได้ที่สูญเสียจากข้อมูลรั่วไหล สูญหาย ถูกทำลาย หรือโดนขโมย (บาท)	0	0	0

การร้องขอข้อมูลการใช้งานของลูกค้าจากหน่วยงานภาครัฐ

ในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจโทรคมนาคม บริษัทฯ ได้รับคำร้องขอข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานของลูกค้าจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งบริษัทฯ มีกระบวนการตรวจสอบคำร้องขอว่าเป็นไปตามกฎหมาย มีความจำเป็นต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน หรือความมั่นคงของประเทศ จากนั้นจึงจะดำเนินการนำส่งข้อมูลที่เป็นในแต่ละกรณีให้กับหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งในปี 2562 บริษัทฯ ได้ตรวจสอบความสอดคล้องต่อกฎหมาย นโยบายบริษัทฯ และความจำเป็นของการใช้ข้อมูลนั้นๆ และได้ส่งมอบข้อมูลให้แก่ภาครัฐเพื่อตรวจสอบ เป็นสัดส่วนร้อยละ 100 ของจำนวนคำร้องทั้งหมด

จำนวนคำร้องขอข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานจากหน่วยงานภาครัฐ



TRUE
HIGHLIGHTโครงการสร้างความตระหนักรู้ทางด้านความมั่นคงไซเบอร์และ
ข้อมูลส่วนบุคคล

ความมั่นคงไซเบอร์และการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ถือเป็นประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียของกลุ่มทรูให้ความสนใจ บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นสร้างความตระหนักรู้ และสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่พนักงาน เพื่อเตรียมพร้อมเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างมั่นคงและปลอดภัย เพราะพนักงานคือด่านแรกที่สำคัญ ที่จะสามารถช่วยป้องกันภัยไซเบอร์และดูแลข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นไปตามกรอบการดำเนินงาน ช่วยปกป้องชื่อเสียงองค์กรจากความเสียหายจากข้อมูลรั่วไหล หรือถูกฟิชชิ่งจากเจ้าของข้อมูล ตลอดจนช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า และพนักงานยังเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนกลยุทธ์ Digital Transformation ขององค์กรอีกด้วย

ในปี 2562 มีการดำเนินการสร้างความตระหนักรู้ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการ การอบรมสัมมนา และ Interactive Workshops รวมถึง E-Learning ผ่านเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน True Connect สำหรับพนักงานกลุ่มทูล รวมทั้งรณรงค์สร้างการรับรู้ ผ่านกิจกรรมตอบคำถามและเกม พร้อมจัดทำสื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภายใน เพื่อให้คำแนะนำและข้อพึงปฏิบัติเกี่ยวกับความปลอดภัยบนโลกออนไลน์ให้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยมีพนักงานผ่านการอบรมร้อยละ 68.5 และมีเป้าหมายการอบรมครบร้อยละ 100 ภายในปี 2563

4 กลยุทธ์ในการปลูกฝังและสร้างความตระหนักรู้

จัดอบรม สัมมนา
อบรมเชิงปฏิบัติการ



การเรียนรู้ออนไลน์
ผ่านแอปพลิเคชัน

กิจกรรมเล่นเกม
ตอบคำถาม



จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์
ภายในองค์กร



การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 409,1, 411-1, 412-1)



นายสุกชัช เจียรถนนท์

ประธานคณะกรรมการบริหาร บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
ในฐานะประธานสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย

“

กลุ่มทรู เป็นหนึ่งในสมาชิกผู้ก่อตั้งสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย ที่มีเป้าหมายหลักคือ การทำธุรกิจที่เคารพสิทธิมนุษยชน มุ่งหวังสร้างความตระหนักรู้ การแบ่งปันประสบการณ์ ยกระดับให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องรวมทั้งคู่ค้าและธุรกิจในช่วงโซ่อุปทาน สามารถรับทราบผลกระทบที่เกิดขึ้นในธุรกิจตน เพื่อแก้ไข พัฒนาตนเอง และขับเคลื่อนวาระแห่งชาติเรื่องสิทธิมนุษยชนไปพร้อมกับ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม

”

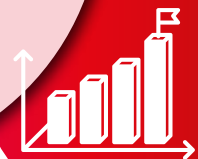
เป้าหมายปี 2562

- จัดทำการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านครอบคลุมร้อยละ 100 ของการดำเนินธุรกิจในกลุ่มทรู กิจกรรมร่วมค้า พันธมิตรทางธุรกิจและคู่ค้า



ผลการดำเนินงาน ปี 2562

- หน่วยงานภายในกลุ่มทรู กิจกรรมร่วมค้า พันธมิตรทางธุรกิจและคู่ค้า ร้อยละ 100 เข้าร่วมกระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

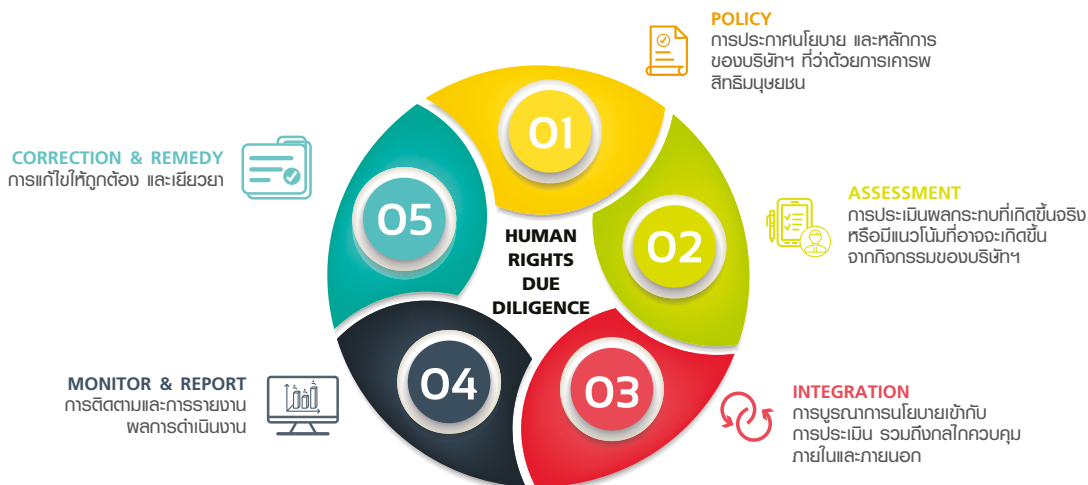


แนวทางการบริหารจัดการ

กลุ่มทรู ดำเนินการตามนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน ครอบคลุมกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลาย ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการด้านนวัตกรรมและความยั่งยืน (Innovation & Sustainability Committee) และ คณะทำงานด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Working Team) ด้วยตระหนักดีถึงคุณค่าและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ที่เสมอภาคกัน และให้ความสำคัญในการส่งเสริม ปกป้อง และคุ้มครองสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เช่น พนักงาน เด็ก สตรี คนพิการ ชุมชนท้องถิ่น กลุ่มชาติพันธุ์ และวิถีทางเพศ ซึ่งรวมถึงแรงงานของคู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และแรงงานต่างชาติ บริษัทฯ ได้ประกาศ นโยบายสิทธิมนุษยชน โดยอ้างอิงมาตรฐานสากลว่าด้วยข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ และปฏิญญา ว่าด้วยหลักการสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (The Universal Declaration of

Human Rights: UDHR) หลักการชี้แนะของสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (The United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs) หลักการด้านมนุษยธรรมและสิทธิขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization: ILO) นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็นสมาชิกเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย (Global Compact Network Thailand: GCNT) เพื่อการทำงานขับเคลื่อนด้านสิทธิมนุษยชนซึ่งครอบคลุมเรื่องที่สำคัญ 4 ประการ 1) ด้านแรงงาน 2) ด้านชุมชนที่ติด ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 3) ด้านบทบาทนักปกป้องสิทธิมนุษยชนและ 4) ด้านการลงทุนระหว่างประเทศและบรรษัทข้ามชาติเพื่อให้มั่นใจได้ว่าวิธีการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และวิถีการปฏิบัติงานอยู่บนหลักการเคารพด้านสิทธิมนุษยชน

กรอบการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน



ผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

กลุ่มทรู จัดให้มีการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence Process) ทุกๆ 2 ปี เพื่อระบุประเด็นความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภายในและทุกฝ่าย อาทิ กลุ่มกิจการร่วมค้า คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ คิดเป็นความครอบคลุมการดำเนินงานร้อยละ 100 จากทุกฝ่ายภายในองค์กร พร้อมทั้งตรวจสอบกระบวนการทำงานที่อาจเชื่อมโยงกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน ตามแต่ละประเด็น

ความเสี่ยง และผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ที่ได้รับรู้ไว้ รวมทั้งหาแนวทางในการลดความเสี่ยง ตลอดจนวิธีการป้องกัน เฝ้าระวัง ตรวจสอบ แก้ไข และเยียวยา หากมีการฉีกรละเมิดเกิดขึ้น เพื่อร่วมกันวิเคราะห์ประเมิน ระบุและจัดลำดับประเด็นความเสี่ยง (Human Rights Risks Identification and Prioritization) ในปี 2561/2562 พบประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ 6 ประเด็น

ประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญต่อบริษัทฯ	ผลกระทบ	การดำเนินการตามแนวทางป้องกันและแก้ไข	การตรวจสอบติดตามผล
1. สุขภาพและความปลอดภัยในการขับขี่ยานพาหนะของพนักงาน	บริษัทฯ	ดำเนินการอบรมพนักงาน ในหลักสูตรการขับรถเชิงป้องกันอุบัติเหตุ เพื่อลดความเสี่ยงด้านความปลอดภัย อันเกิดจากการขับขี่ของพนักงาน	1,477 พนักงานผ่านการฝึกอบรมการขับรถเชิงป้องกัน - Zero Serious Accident ไม่มีพนักงานเสียชีวิตจากการทำงาน
2. ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ของบริษัท	บริษัทฯ, กิจการร่วมค้า	- สร้างความตระหนักรู้ทางด้านความมั่นคงปลอดภัย (Cyber Security Awareness) ให้แก่พนักงานทุกคน - จัดตั้งหน่วยงาน Security Operation Center ขึ้นมาเพื่อดูแลรับฟังขอเรื่องการเพอร์วังและตรวจจับภัยคุกคามไซเบอร์ ตลอดจนแก้ไขเหตุเบื้องต้น รวมทั้ง แจ้งเหตุภัยคุกคามแก่หน่วยงาน Incident Response Team	- มีจำนวนผู้ผ่านการอบรมไม่น้อยกว่า 3,000 คน ทั้งในระดับปฏิบัติการ ผู้บริหารระดับกลาง และระดับสูง เป็นการจัดการอบรมแบบ - ไม่มีการรั่วข้อมูลรั่วไหล ในปี 2562
3. การนำเสนอเนื้อหาออกสื่อสาธารณะของบริษัท	บริษัทฯ	- กำหนดให้พนักงานสื่อสารเนื้อหาการบริการต่างๆ ด้วยความความชัดเจน ตรงไปตรงมาและไม่หลอกลวงหรือชักจูงให้เข้าใจผิด - โฆษณา และสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้น ต้องมีข้อมูลที่ถูกต้องตรวจสอบได้	0% การได้รับเรื่องร้องเรียนในเรื่องเนื้อหาการนำเสนอหรือข้อความที่ละเมิดสิทธิมนุษยชน เช่น คำพูดแสดงการดูหมิ่น เกลียดชัง หรือเลือกปฏิบัติ เป็นต้น

ประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญต่อบริษัทฯ	ผลกระทบ	การดำเนินการตามแนวทางป้องกันและแก้ไข	การตรวจสอบติดตามผล
4. ความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า	บริษัทฯ, กิจกรรมร่วมค้า	- บริษัทฯ ใช้แนวทางตามกรอบการดำเนินงานของสถาบันมาตรฐานและเทคโนโลยีแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา (National Institute of Standards and Technology: NIST) - ประเมิน ตรวจสอบ และควบคุมระบบที่มีข้อมูลส่วนบุคคล 14 ระบบหลักของบริษัทฯ - พัฒนาระบบปิดบังข้อมูลส่วนบุคคล (Data Anonymization) ในการนำไปใช้งานทดสอบระบบ (User Acceptance Test หรือ UAT) ก่อนการนำระบบไปใช้งานจริง - ฝึกอบรมและสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลให้แก่พนักงานที่สามารถเข้าถึงระบบที่มีข้อมูลส่วนบุคคล เช่นหน่วยงานไอที หน่วยงานบริการลูกค้า Call Center ร้านธุระข้อและตัวแทนจำหน่าย ซึ่งสามารถลดการใช้จากระบบผิดพลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ - สร้างกระบวนการตรวจสอบสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานที่มีการโยกย้ายหน่วยงานแบบอัตโนมัติ - จัดตั้งศูนย์ Data Privacy Clinic เพื่อดูแลให้คำปรึกษา แนะนำแนวทางการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ให้เป็นไปตาม พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	- โดยมีจำนวนผู้ผ่านการอบรมไม่น้อยกว่า 14,369 คน 100% ข้อมูลลูกค้าไม่ถูกนำไปใช้ในทางมิชอบ
5. สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานในบริษัทคู่ค้า	คู่ค้า	- บริษัทฯ มีระบบบริหารจัดการความปลอดภัยคู่ค้า (ผู้รับเหมา) (Safety Contractor Management) โดยแยกตามลักษณะงานของคู่ค้า (ผู้รับเหมา) - กำหนดให้คู่ค้าทั้งรายปัจจุบันและรายใหม่เข้าร่วมอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับข้อปฏิบัติในการทำงานและความปลอดภัย - ระบบการประเมินตนเอง (Self-Assessment) ด้านความปลอดภัยสำหรับคู่ค้าทั้งหมดที่รับงานผ่านระบบจัดซื้อจัดจ้าง	100% คู่ค้าทั้งรายปัจจุบันและรายใหม่เข้าร่วมอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับข้อปฏิบัติในการทำงานและความปลอดภัย 100% คู่ค้าหลักผ่านการประเมินความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานบนระบบออนไลน์ (Online Supplier Self-Assessment) 77.1% คู่ค้าหลักทางตรง (Critical supplier tier 1) ผ่านการประเมินที่สถานที่ปฏิบัติงาน (Onsite Audit)
6. ความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้าหากดำเนินการโดยพันธมิตรทางธุรกิจ	พันธมิตรทางธุรกิจ	- บริษัทฯ ได้ส่งมอบมาตรฐานและแนวทางในการการปฏิบัติงานที่ครอบคลุมขั้นตอนการทำงาน ความรู้เรื่องสินค้าและบริการ การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า การตกแต่งร้าน/บูธและสื่อการขยาย ตลอดจนการตรวจนับสินค้าการรับและคืนสินค้า - มีการติดตามตรวจสอบประเมินการให้บริการของเพื่อนคู่ค้าเป็นระยะ	100% ส่งมอบมาตรฐานและแนวทางในการการปฏิบัติงาน - มีการประเมินติดตามการให้บริการของเพื่อนคู่ค้าตั้งแต่แสดงใบรายงานฉบับนี้ เรื่องการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

TRUE
HIGHLIGHTการทำงานขับเคลื่อนด้านสิทธิมนุษยชนร่วมกับ
สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย

กลุ่มทรู ได้เข้าร่วมเป็นภาคีในข้อตกลงแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact: UNGC) ตั้งแต่ปี 2559 ทั้งยังเป็น 1 ใน 15 องค์กรภาคเอกชนผู้ร่วมก่อตั้งสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (สมาคมฯ) ซึ่งมีวิสัยทัศน์จะร่วมสร้างเศรษฐกิจโลกที่ยั่งยืน และเปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ให้มีความสมดุลสำหรับพันธกิจของสมาคมฯ คือ ดำเนินการเชิงยุทธศาสตร์ที่ช่วยผลักดันเป้าหมายของสังคมในวงกว้าง เช่น เป้าหมาย

สหประชาชาติว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน (UN Sustainable Development Goals) โดยมุ่งเน้นที่การสร้างภาคีความร่วมมือ และการพัฒนานวัตกรรม และ ดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อ การวางยุทธศาสตร์และการปฏิบัติการที่สอดคล้องกับหลักสากล 10 ประการ ของ UN Global Compact

ในปี 2562 กลุ่มทรู ในนามสมาชิกของสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทยได้ร่วมขับเคลื่อนการจัดกิจกรรม และเวทีแลกเปลี่ยนด้านสิทธิมนุษยชนต่างๆ อาทิ

กันยายน



13 กันยายน 2562: จัดการประชุมระดับชาติ 3rd National Dialogue on Business and Human Rights Sustainable Financing : What companies need to know? ร่วมกับกรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ และโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (United Nations Development Program) เพื่อช่วยส่งเสริมให้ภาคธุรกิจดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบและเคารพสิทธิมนุษยชน โดยนำผลกระทบที่เกิดขึ้นจากโครงการที่ให้สินเชื่อทั้งมิติสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล มาเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนการลงทุนอย่างยั่งยืน รวมทั้งให้ความสำคัญกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมากกว่าการคำนึงถึงเฉพาะประโยชน์ของบริษัทตนเอง บนหลักการ win-win ซึ่งจะเพิ่มอีกมาตรการหนึ่งที่จะช่วยเสริมสร้างศักยภาพให้กับภาคธุรกิจในการปฏิบัติตามแผนปฏิบัติการระดับชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน

พฤศจิกายน

22 พฤศจิกายน 2562: การประชุมสมัชชาสหวิชาชีพด้านเด็ก ในงานเฉลิมฉลอง 30 ปี อนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก โดยตัวแทนสมาคมฯ ร่วมบรรยายเรื่องสิทธิเด็กกับภาคธุรกิจ บทบาทของ GCNT ว่าเป็นแกนนำทางการจัดคู่มือ และสร้างความเข้าใจด้านธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน เพื่อส่งเสริมหลักการ UN Guiding Principles เคารพ คุ้มครอง เยียวยา เป็นแหล่งความรู้ด้านธุรกิจและสิทธิมนุษยชน และสร้างภาคีเครือข่าย ทั้งองค์กรเอกชน รัฐ และประชาสังคม



ธันวาคม

2 ธันวาคม 2562 : เปิดตัวเครือข่าย Thailand Responsible Business Network (TRBN) ร่วมเป็นองค์กรก่อตั้ง TRBN เพื่อสนับสนุนองค์กรจากทุกภาคส่วนที่มาร่วมประกาศตน เป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อแบบที่สอดคล้องกับบริบทของการทำธุรกิจของตน โดยคำนึงถึงประโยชน์ทั้งต่อธุรกิจและสังคมอย่างแท้จริง

16 ธันวาคม 2562 : จัดงานประกาศแผนปฏิบัติการระดับชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2562-2565) ร่วมกับกรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ และโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (United Nations Development Program - UNDP) เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วน เพื่อส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติตามแผนปฏิบัติการระดับชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน

HEALTH

มุ่งมั่นสร้างสังคมที่ยั่งยืน

“นำเสนอและสร้างสรรค์คุณค่าดีๆ
เพื่อพัฒนาสุขภาพ
และความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคม”





ความพร้อมใช้งานและความครอบคลุมของเครือข่าย

(GRI 103-1, 103-2, PA1, PA4, PA5)



คุณจิระชัย คุณนาร
Chief Network Operations Officer

“

บริษัทฯ มีเป้าหมายในการเป็นผู้นำด้าน Best Network เพื่อส่งมอบประสบการณ์ในการใช้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อการใช้บริการ โดยมีกลยุทธ์ระยะสั้น คือ เพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพสัญญาณ และเตรียมเครือข่ายเพื่อ Support IoT Product กลยุทธ์ระยะยาว คือ การศึกษาเทคโนโลยีและเตรียมพร้อม Network สำหรับการให้บริการ 5G ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์หลักของบริษัทฯ คือ Best Network

”

เป้าหมายปี 2562

- พลสำรวจความพร้อมใช้งานของเครือข่าย มากกว่าร้อยละ 96.60
- ดัชนีระยะเวลาหยุดชะงักเฉลี่ยของเครือข่ายน้อยกว่า 1.5 ชั่วโมง/คน/ปี
อ้างอิง : System Average Interruption Duration Index (SAIDI)
- ดัชนีความถี่เฉลี่ยของเครือข่ายหยุดชะงักน้อยกว่า 1.10 ครั้ง/คน/ปี
อ้างอิง : System Average Interruption Frequency Index (SAIFI)



ผลการดำเนินงาน ปี 2562

- พลสำรวจความพร้อมใช้งานของเครือข่าย เท่ากับ ร้อยละ 99.92
- ดัชนีระยะเวลาหยุดชะงักเฉลี่ยของเครือข่ายเท่ากับ 0.19 ชั่วโมง/คน/ปี (11.4 นาที/คน/ปี)
- ดัชนีความถี่เฉลี่ยของเครือข่ายหยุดชะงัก 0.10 ครั้ง/คน/ปี



แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับความพร้อมใช้งานของเครือข่ายซึ่งเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ Best Network เพื่อสร้างประสบการณ์การให้บริการของลูกค้า (Customer Experience) ในด้านความเร็ว (Speed) และความราบรื่นในการใช้งาน (Smooth) นอกเหนือจากการให้บริการที่ครอบคลุมพื้นที่ มากกว่าร้อยละ 98 ของจำนวนประชากรไทย ซึ่งมากกว่าเป้าหมายที่วางไว้ ด้วยคุณภาพสัญญาณที่ดีตลอดจนได้เพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานในทุกคลื่นความถี่ในธุรกิจโมบาย ด้วยคุณภาพของเครือข่ายที่เสถียรภาพและจัดการความหนาแน่นของเครือข่าย เพื่อสนองต่อ

ความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า โดยมีหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบบริหารจัดการเครือข่าย คือ Network Engineering & Operation (NEO) และมีการรายงานผลการดำเนินงานต่อที่ประชุม Customer Centric Quick Assessment (CCQA) ของผู้บริหารระดับสูงร่วมกับส่วนงานที่เกี่ยวข้องเป็นประจำทุกวัน เพื่อแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นกับเครือข่ายได้อย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ เพิ่มเติมจากศูนย์เฝ้าติดตามตรวจสอบปัญหาที่เกิดขึ้นกับเครือข่ายตลอด 24 ชั่วโมงที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเครือข่ายให้มีความเสถียรและมีคุณภาพสัญญาณคงที่อยู่ในระดับที่ดีอยู่เสมอ

การพัฒนาศักยภาพความพร้อมใช้งานของเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2562 กลุ่มทรูมีการขยายการติดตั้งเสาสัญญาณและสถานีฐานเพิ่มขึ้นกว่า 2,000 แห่ง และได้นำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพความพร้อมใช้งานของเครือข่ายครอบคลุมทุกบริการหลักของบริษัทที่สำคัญดังนี้

• กรูฟ เอช

- มีการนำรถโมบายชุมสายเคลื่อนที่เร็วหรือรถ COW (Cell On Wheel) รองรับสถานีฐาน 3G และ 4G ทุกคลื่นความถี่มาให้บริการ เพื่อขยายพื้นที่การให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทางไกล และให้บริการในพื้นที่ที่เกิดภัยพิบัติ โดยสามารถติดตั้งพร้อมให้บริการภายใน 1 ชั่วโมง ทำงานได้เทียบเท่าเสาสัญญาณขนาดใหญ่ และควบคุมการทำงานจากส่วนกลาง (Centralize Intelligence Control) เพื่อตรวจสอบตำแหน่ง ตรวจสอบแรงลม การทำงานของอุปกรณ์ และความสมดุลของรถขณะจอดในการบริหารจัดการการให้บริการ

- มีการติดตั้งสัญญาณการให้บริการเครือข่ายบนแท่นขุดเจาะในทะเลและบริเวณชายฝั่ง เพื่อให้บริการในพื้นที่ที่เข้าถึงยากและขาดโอกาสในการใช้งานสัญญาณโทรศัพท์ พร้อมติดตั้งสัญญาณให้บริการโทรศัพท์บนเรือเฟอร์รี่ สาย พัทยา-หัวหิน (Ferry Route Pattaya-Hua-Hin) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการสามารถติดต่อสื่อสารและใช้ข้อมูลตามได้ตลอดการเดินทางโดยไม่ขาดการติดต่อ

รถโมบายชุมสายเคลื่อนที่เร็ว



• กรูออนไลน์

- มีการพัฒนาโครงข่ายผ่านใยแก้วนำแสง ให้บริการอินเทอร์เน็ตกิกะเทก (Gigatex Fiber) ที่ความเร็ว 1Gbps. พร้อมให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน Fix Line Plus ให้คุณภาพเสียงที่คมชัดในระบบดิจิทัล โดยสามารถให้บริการ Gigatex Fiber ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และต่างจังหวัดภายในปี 2562

Gigatex Fiber Router:



• กรูวิชั่นส์และกรูดิจิทัลกรุ๊ป

- พัฒนากล่องรับสัญญาณอินโนไฮบริดพลัส (INNO HYBRID+) โดยการรวมกล่องรับสัญญาณแอนดรอยด์ทีวี เข้ากับกล่องรับสัญญาณของทรูวิชั่นส์ (เคเบิลทีวี) เป็นการรวม 2 เทคโนโลยีในการรับสัญญาณไว้ในกล่องเดียว ลูกค้าได้รับบริการที่เพิ่มขึ้น สร้างประสบการณ์ใหม่ในการรับชมให้กับลูกค้า

กล่องรับสัญญาณอินโนไฮบริด พลัส



ความพร้อมใช้งานของเครือข่ายในเหตุการณ์สำคัญ และในสภาวะประสพภัยทางธรรมชาติ

บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นตอบสนองการให้บริการที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องต่อกรณีที่มีการใช้งานสัญญาณอย่างหนาแน่นในเหตุการณ์สำคัญๆ และการให้บริการในสภาวะประสพภัยทางธรรมชาติ เช่น

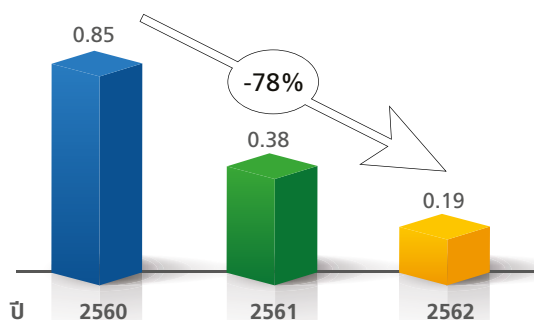
- ขยายสัญญาณไฟเบอร์อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อให้บริการ WiFi ระบบ LAN และขยายสัญญาณการใช้งานดาต้า 4G+ ให้แก่ ผู้นำสมาชิกอาเซียนและผู้นำประเทศคู่เจรจาของอาเซียน ในการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 35 ระหว่างวันที่ 2-4 พฤศจิกายน 2562

- ช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยจากพายุไต้ฝุ่นโพดุลในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี ระหว่างวันที่ 31 สิงหาคม ถึง 3 กันยายน 2562 โดยจัดทำแผนรับมือวิกฤตที่ทำให้บริการหยุดชะงักเป็นวงกว้าง (ก่อนวิกฤตจะเกิด) ดูแลเสาสัญญาณในพื้นที่ให้สามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง ให้บริการชาร์จโทรศัพท์มือถือในพื้นที่ที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคตัดไฟครอบคลุมพื้นที่น้ำท่วมทุกจังหวัด พร้อมแจกซิมให้ผู้ประสบภัยใช้ติดต่อรับการช่วยเหลือ และแจ้งข่าวให้กับญาติพี่น้องเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายขณะประสพภัย ให้กับชาวบ้าน

การป้องกันการหยุดชะงักของเครือข่าย

บริษัทฯ ได้เตรียมความพร้อมในการป้องกันการหยุดชะงักของเครือข่าย โดยจัดทำระบบเส้นทางสำรอง (Redundancy System) มากกว่า 2 เส้นทางเชื่อมต่อใยแก้วนำแสง (Fiber Optics) ไปยังเครือข่ายหลัก (Core Network) พร้อมติดตั้งระบบเครือข่ายใยแก้วนำแสงจัดการเส้นทางเดินข้อมูลอัตโนมัติ สลับเลือกใช้งานเส้นทางเดินข้อมูลได้อย่างเหมาะสมและมีเสถียรภาพ ลดความเสี่ยงในการสร้างผลกระทบในการใช้บริการเครือข่าย นอกจากนี้บริษัทฯ ยังติดตั้งระบบติดตามตรวจสอบความสามารถการใช้งานได้ของเครือข่ายแบบ 24 ชั่วโมง 365 วัน เพื่อสามารถลดการหยุดชะงักของเครือข่าย

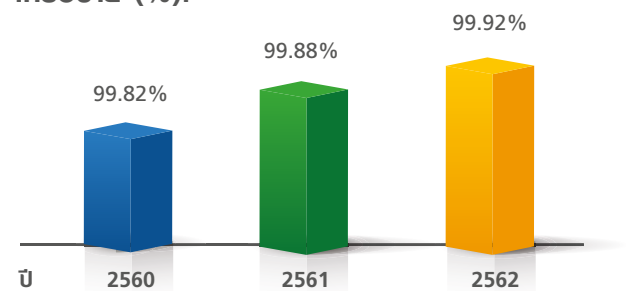
ระยะเวลาหยุดชะงักเฉลี่ยของเครือข่าย (ชั่วโมง/คน/ปี) :



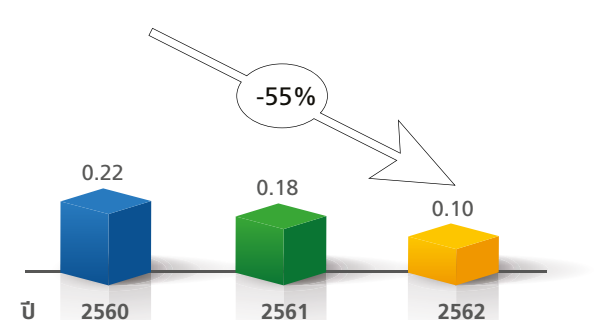
การสำรวจความพึงพอใจในความพร้อมใช้งานเครือข่าย

บริษัทฯ มีการดูแลรักษาเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง เพื่อความพร้อมใช้งานและใช้งานอย่างต่อเนื่อง และแบ่งระดับความรุนแรงของการเกิดเหตุที่กระทบต่อการให้บริการ (Service Affect) และไม่กระทบต่อการให้บริการ (Non-Service Affect) เป็น 5 ระดับ เป็นมาตรฐานของระยะเวลาในการแก้ไขเหตุที่เกิดขึ้นและให้เครือข่ายกลับมาพร้อมใช้งานได้เร็วที่สุด นอกจากนี้มีการสำรวจความพึงพอใจและข้อเสนอแนะของลูกค้าในประเด็นการขาดหายของสัญญาณ โดยกำหนดเป้าหมายตามเกณฑ์ US Federal Communication Commission (US FCC Rules) คือมากกว่าร้อยละ 96.60 และผลการสำรวจประจำปี 2562 บริษัทฯ ได้รับความพึงพอใจในความพร้อมใช้งานของเครือข่ายสูงถึงร้อยละ 99.92

ผลการสำรวจความพึงพอใจความพร้อมใช้งานเครือข่าย (%) :



ความถี่เฉลี่ยของเครือข่ายหยุดชะงัก (ครั้ง/คน/ปี) :



TRUE
HIGHLIGHT

โครงการเตรียมความพร้อมในการให้บริการ 5G

ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา

กลุ่มทรูเตรียมพร้อมนำคนไทยก้าวสู่โลกของเทคโนโลยี 5G อย่างเต็มรูปแบบ มุ่งมั่นเติมเต็มทุกประสบการณ์ดิจิทัลให้กับสังคมไทย และสร้างประโยชน์กับหลากหลายอุตสาหกรรมทั้งภาคเกษตร สาธารณสุข อุตสาหกรรม การขนส่ง รวมไปถึงความปลอดภัยในสังคม

ในปี 2562 กลุ่มทรูมีการสนับสนุนความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างๆของรัฐในการศึกษาวิจัยและพัฒนา Used Case ที่สามารถต่อยอดใช้งานเทคโนโลยี 5G ได้จริงในอนาคต ร่วมสร้างประโยชน์ให้กับภาคธุรกิจและประชาชน มีการพัฒนาเศรษฐกิจและยกระดับคุณภาพชีวิตขับเคลื่อนประเทศไทยเข้าสู่เศรษฐกิจยุคดิจิทัลอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน ตัวอย่างโครงการความร่วมมือ อาทิ

โครงการ ระบบการจัดการเตียงโรงพยาบาล
เพื่อป้องกันผู้ป่วยตกเตียง
(Cloud Managed Hospital Bed)



โครงการ รถขนส่งสินค้า ที่สั่งการควบคุม
ความเร็ว เบรก และพวงมาลัย
ด้วยสัญญาณทางไฟฟ้า

โครงการ วิจัยและพัฒนาระบบความปลอดภัย
ระบบสาธารณสุขทางไกล ระบบสนับสนุน
ทางการแพทย์ ระบบอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง
ระบบขนส่งและจราจรอัจฉริยะ สิ่งแวดล้อม
พลังงาน และเกษตรกรรม เป็นต้น



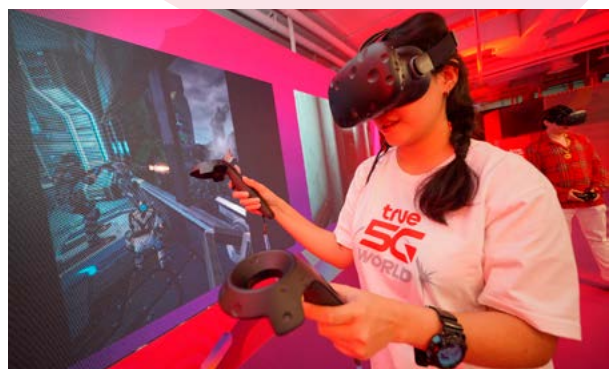
โครงการ TrueLab 5G &
Innovative Solution Center
เพื่อพัฒนางานวิจัยและนวัตกรรม

ความร่วมมือกับลูกค้าและพันธมิตรธุรกิจ

บริษัทฯ กำหนดกลยุทธ์และแผนงานการร่วมมือกับเพื่อนคู่ค้าในทุกกระดับ (Partner Vendor and Supplier) เตรียมการให้บริการ 5G โดยทดสอบการใช้งาน 5G Video Call บนสมาร์ตโฟน 5G ครั้งแรกในประเทศไทย ประสบความสำเร็จอย่างดีระดับสูงสุดชัดเจนทั้งสัญญาณเสียงและภาพแบบ HD-4K ในการใช้งานโทรศัพท์แบบเห็นหน้าบนมือถือ (Video Call on Mobile) และการโทรศัพท์ทางไกลแบบเห็นหน้าระหว่างประเทศ (International Video Call) ได้สำเร็จเป็นรายแรก และทดสอบการรบกวนการใช้งาน 5G บนคลื่น 3.5 GHz (3500 MHz) กับสัญญาณดาวเทียม ณ พื้นที่ศูนย์ทดสอบทรู 5G อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี ตามที่ได้รับอนุญาตจาก สำนักงาน กสทช.ให้ดำเนินการ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดกิจกรรมทั่วประเทศเพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสประสบการณ์ชีวิต 5G ผ่านนวัตกรรมต่างๆ อาทิ

- 5G Hologram 3 มิติ ที่สามารถถ่ายทอดภาพ 3 มิติเสมือนจริงและเรียลไทม์
- 5G Smart Drone สาธิตการใช้โดรนส่งผ่านข้อมูลเพื่อทำงานร่วมกับเทคโนโลยี AI ในการวิเคราะห์ และบริหารจัดการเพื่อช่วยลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร
- 5G VR Game ที่จะให้ทุกคนหลุดเข้าไปพบกับประสบการณ์ในโลกของเกมได้อย่างเสมือนจริง



การบริหารจัดการนวัตกรรม

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, PA11)



ดร. ธีระพล ขนอมศักดิ์ยุทธ
หัวหน้าคณะผู้บริหารด้านนวัตกรรม และความยั่งยืน
Chief Innovation & Sustainability Officer

“

นวัตกรรมที่กลุ่มทรูสร้างสรรค์
ไม่ใช่เพียงเพื่อหวังผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว
แต่ต้องมีส่วนช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย
กลุ่มทรู จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่องมากกว่า 10 ปี
รวมทั้งยังได้เข้าร่วมแข่งขันในเวทีระดับโลก
เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และเรียนรู้จากประเทศต่างๆ
เพื่อสร้างความภาคภูมิใจและนำชื่อเสียงมาสู่ประเทศไทย

”

เป้าหมายปี 2562

- มูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์และบริการใหม่
เชิงนวัตกรรมสูงขึ้นร้อยละ 40 ในปี 2562
(เทียบกับมูลค่าปีฐาน 2558)



ผลการดำเนินงาน ปี 2562

- สามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์
กระบวนการและบริการใหม่เชิง
นวัตกรรมคิดเป็นร้อยละ 47
(เทียบกับมูลค่าปีฐาน 2558)



แนวทางการบริหารจัดการ

กลุ่มทรู มุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมด้วยการนำความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมาสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงยุคดิจิทัล (Digital Transformation) กลุ่มทรู จึงมีการวิจัย และพัฒนานวัตกรรมมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อขับเคลื่อนทางด้านเศรษฐกิจ ลดต้นทุนการดำเนินงาน เพิ่มรายได้ ขยายและต่อยอดโอกาสใหม่ทางธุรกิจ ยังรวมถึงการพัฒนานวัตกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนานวัตกรรมคือ การจัดการนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) ด้วยการเปิดรับองค์ความรู้และความคิดแปลกใหม่เชิงสร้างสรรค์จากบุคคลภายนอก และเปิดรับความคิดเห็นจากพนักงานภายใน พร้อมส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมในองค์กร เพื่อพัฒนาองค์ความรู้จากภายนอกและจากภายใน กลุ่มทรู จึงได้จัดตั้ง ศูนย์นวัตกรรมทรู (True Innovation Center) สำหรับเป็นพื้นที่อิสระที่รวบรวมความคิดสร้างสรรค์ และส่งเสริมให้ลงมือ

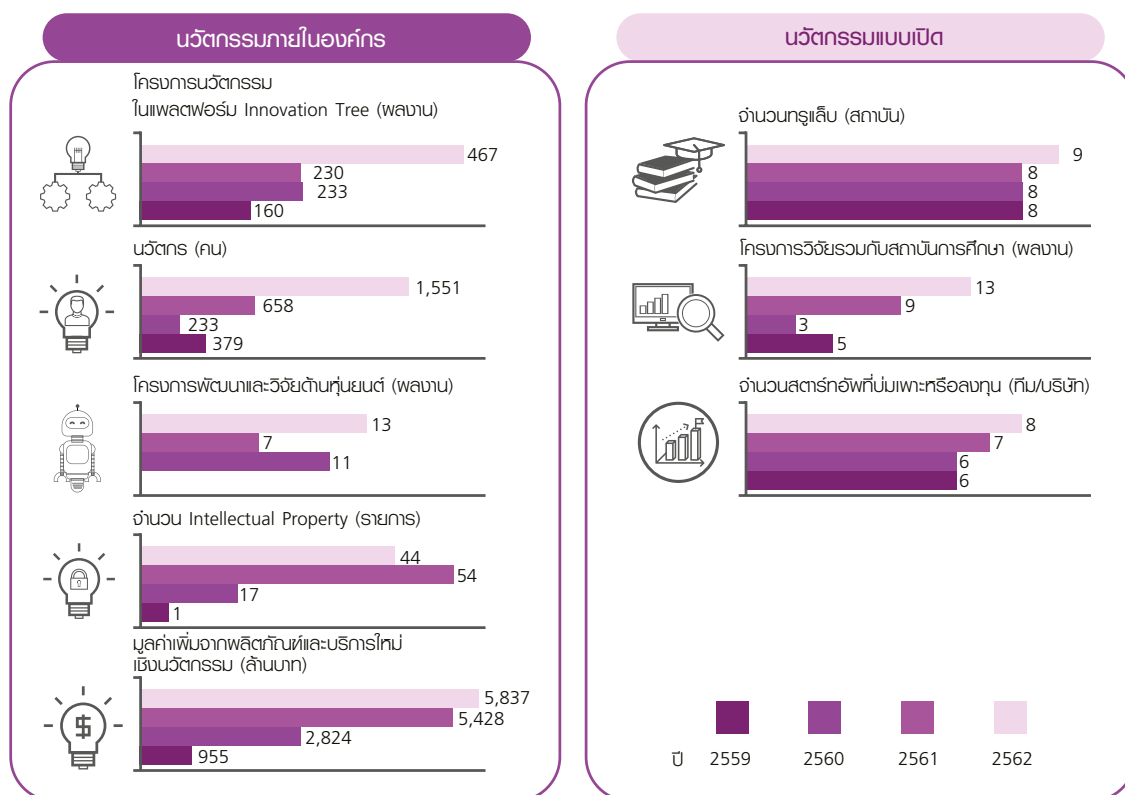
ปฏิบัติจริงผ่านโครงการต่างๆ ทำให้ กลุ่มทรู สามารถสร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กร และสามารถต่อยอดเป็นธุรกิจใหม่ที่สร้างรายได้ให้แก่องค์กรควบคู่ไปกับการสร้างประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติได้ โดยมีคณะกรรมการด้านนวัตกรรม และความยั่งยืน

(Innovation & Sustainability Committee) ทำหน้าที่กำหนดนโยบายทิศทางและกรอบการดำเนินงานด้านนวัตกรรมให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพตลอดจนสามารถจัดการกับความเสี่ยงด้านนวัตกรรมได้ สอดคล้องตามกลยุทธ์และเป้าหมายของบริษัทฯ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

กรอบการบริหารจัดการนวัตกรรม



ความคืบหน้าการบริหารจัดการนวัตกรรม



ศูนย์นวัตกรรมทรู

หน่วยงานขับเคลื่อนด้านนวัตกรรมองค์กร ร่วมกับหน่วยงานอื่นๆภายในบริษัทฯ เช่น Network Engineering & Operations, Commercial, Regional, Corporate Solution and Cooperation, Customer Serviceและทรูดิจิทัล เป็นต้น

ทรู โซลิติก

ทีมทำการวิจัยและพัฒนาหุ่นยนต์ ทั้งส่วนฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ โดยในปี 2562 เน้นโครงการวิจัยและพัฒนาด้านปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และการประมวลผลภาพของหุ่นยนต์

ทรู แล็บ

มีวัตถุประสงค์เพื่อ สนับสนุนงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรมร่วมกับสถาบันการศึกษาชั้นนำ ปัจจุบัน มีการสร้างพื้นที่ทรูแล็บในมหาวิทยาลัย 9 แห่ง อาจารย์ร่วมโครงการ 158 คน มีนิสิตนักศึกษาที่เป็นสมาชิกและใช้บริการทรูแล็บกว่า 7,200 คน

ทรู อินคิวบ์

เป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้น เพื่อสร้างระบบนิเวศที่สนับสนุนสตาร์ทอัพในการสร้างธุรกิจนวัตกรรมในระดับอาเซียน โดยที่ผ่านมา มีการลงทุนในสตาร์ทอัพที่จดทะเบียนบริษัทเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และบ่มเพาะสตาร์ทอัพรุ่นใหม่

ผลงานนวัตกรรมที่โดดเด่น

นวัตกรรมเชิงธุรกิจ



Gigatex Fiber Router: เทคโนโลยีล่าสุด ที่ให้ความเร็วอินเทอร์เน็ตบ้านระดับ 1Gigabit ที่ทำให้ช่องสัญญาณของทั้งบ้านมีขนาดที่กว้างขึ้น สามารถใช้งานกับอุปกรณ์สื่อสารมากขึ้น หรือการรับชมคอนเทนต์ที่มีความละเอียดระดับ 4K หรือการสตรีมมิ่งได้ดี

ผลลัพธ์: ลูกค้าใหม่และลูกค้าเดิมเพิ่ม/เปลี่ยน package มากกว่า 50,000 ราย/เดือน สร้างรายได้เพิ่มขึ้น ส่งผลให้จำนวนลูกค้ายกเลิกการใช้บริการ (Churn Rate) ลดลง 10%



TrueID TV: กล่องรับสัญญาณในระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ ที่จะเปลี่ยนทีวีธรรมดาให้เป็นสมาร์ททีวี เพียงเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูง สามารถแคสต์หนังจากมือถือไปบนจอทีวี มีระบบการส่งงานด้วยเสียง สามารถดาวน์โหลดเกมส์ เพลง และแอปพลิเคชันจาก Google Play สามารถสลับจากทีวีมาดูตอนบนมือถือ ด้วยแอปพลิเคชัน ทรู ไอดี

ผลลัพธ์: True ID มีจำนวนผู้ใช้บริการต่อเดือนในทุกช่องทางกว่า 24 ล้านราย

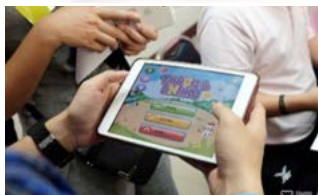


TRUE Digital Vending Machine: สามารถอำนวยความสะดวกได้อย่างครบวงจรด้วย True Ecosystem รองรับชำระได้ทั้งเงินสด และ True Money Wallet มีหน้าจอระบบสัมผัส (Digital Touch Screen) เพื่อเลือกสินค้า เติมน้ำ และชำระเงิน รวมถึงยังใช้แสดงสื่อทั้งภาพนิ่งและวิดีโอได้

ผลลัพธ์: ปัจจุบัน มี TRUE Digital Vending Machine กระจายอยู่ทั่วประเทศแล้วมากกว่า 1,000 ตู้

นวัตกรรมเพื่อสังคม

สายรัดข้อมือ (Wristband)



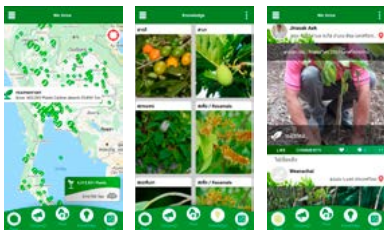
สายรัดข้อมือ (Wristband): โครงการหาย (ไม่) ห่วง กลุ่มทรู ร่วมกับภาครัฐ และเอกชน โดยใช้ศักยภาพของเทคโนโลยีสื่อสารผ่านทางสายรัดข้อมือ (Wristband) ซึ่งจะมี QR Code เลขรหัส และข้อมูลผู้สวมใส่ เพื่อช่วยติดตามคนหายในกลุ่มผู้ป่วยโรคสมองเสื่อม โรคจิตเวช พัฒนาการทางสมองช้า ส่วนใหญ่มักเป็นผู้สูงอายุ ที่มีความเสี่ยงในการพลัดหลงหาย และไม่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวเองได้ ใช้งานร่วมกับแอปพลิเคชัน ThaiMissing ที่ช่วยให้จิตอาสาหรือประชาชนทั่วไป สามารถรายงานการพบเห็นผู้พลัดหลงมายังมูลนิธิกระจกเงาได้

ผลลัพธ์: ในปี 2562 แจกสายรัดข้อมือแก่ผู้ป่วยสมองเสื่อมได้ 806 คน

Autistic Application: ประกอบด้วย Daily Tasks สอนกิจวัตรประจำวัน อาทิ การแปรงฟัน เพื่อส่งเสริมให้เกิดทักษะความสนใจ ทักษะกล้ามเนื้อมัดเล็ก และทักษะการเลียนแบบ Trace & Share สอนทักษะการลากเส้น ส่งเสริมให้รู้จักการรอคอยและการแบ่งปัน ซึ่งช่วยเสริมทักษะด้านวิชาการ ทักษะทางสังคม และทักษะการเลียนแบบ Communications สอนหลักการสื่อสารขั้นพื้นฐาน เพื่อช่วยเสริมทักษะและเพิ่มสมรรถภาพทั้งร่างกาย สติปัญญา และจิตใจให้แก่เด็กออทิสติก

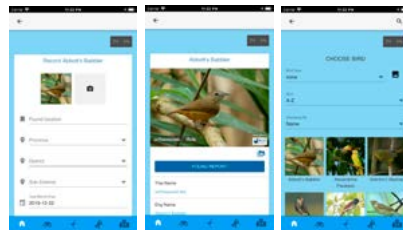
ผลลัพธ์: มีจำนวนผู้ดาวน์โหลดทั้งสิ้น 75,833 ครั้ง

นวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม



We Grow Application: เพื่อสนับสนุนให้ปลูกต้นไม้และเป็นคลังข้อมูลเรื่องต้นไม้ที่ใหญ่ที่สุด มีการแนะนำวิธีดูแลรักษา ตลอดจนแบ่งปันข้อมูลเพื่อสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์ระหว่างสังคมผู้ปลูกต้นไม้ สามารถติดตามการเติบโตของต้นไม้ได้ มีการคำนวณปริมาณการดูดซับ CO₂ ที่เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยลดโลกร้อน

ผลลัพธ์: ในปี 2562 มีจำนวนต้นไม้ที่ปลูกและแชร์ผ่านแอปพลิเคชันแล้ว 4,312,044 ต้น



Doo Nok Application: พัฒนาแอปพลิเคชันดูนก ซึ่งไม่เพียงรวบรวมข้อมูลนกกว่า 900 ชนิดในประเทศไทย แต่ยังเพิ่มฟังก์ชันการรายงานการพบนกกระเรียนพันธุ์ไทย เพื่อช่วยในการติดตามและศึกษาการอนุรักษ์นกกระเรียนพันธุ์ไทยอีกด้วย

ผลลัพธ์: มีจำนวนผู้ดาวน์โหลดทั้งสิ้น 6,000 ครั้ง



ระบบเฝ้าระวังช้างป่าด้วยระบบเตือนภัยล่วงหน้า: เป็นการติดตั้ง Camera Trap พร้อม SIM และ SD Card บริเวณด้านข้างออก 25 ด้าน การทำงานของระบบคือพื้นที่ที่ช้างป่าเดินผ่านกล้องที่ติดตั้งไว้ จะส่งสัญญาณไปยังระบบ Cloud ของศูนย์เฝ้าระวังช้างป่า และเจ้าหน้าที่ศูนย์ฯ จะส่งสัญญาณแจ้งเตือนและพิกัดของช้างป่าให้เจ้าหน้าที่ลาดตระเวน เพื่อนำช้างเข้าป่า ก่อนที่จะเข้าพื้นที่ชุมชน ลดกรณีการทำร้ายช้าง

ผลลัพธ์: มีพื้นที่เกษตรกรรมได้รับประโยชน์จากโครงการกว่า 300 แปลง

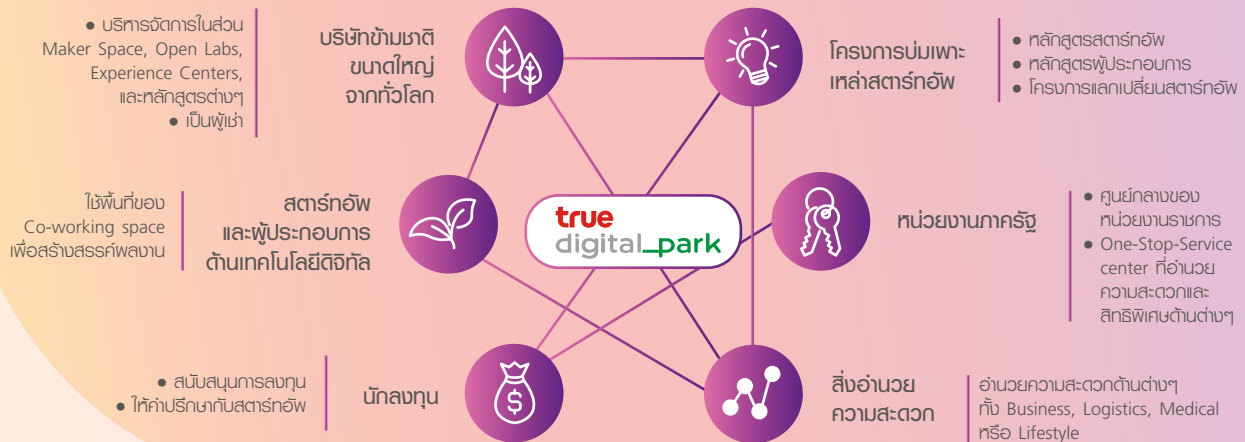
TRUE
HIGHLIGHT

ทรู ดิจิทัล พาร์ค

ทรู ดิจิทัล พาร์ค ศูนย์กลางด้านดิจิทัลแห่งแรกของประเทศไทย และใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ บนพื้นที่ 77,000 ตารางเมตร เน้นการสร้าง Startup Ecosystem ที่สมบูรณ์แบบ และครบวงจรเทียบเท่าระดับสากล รวมถึงเป็น

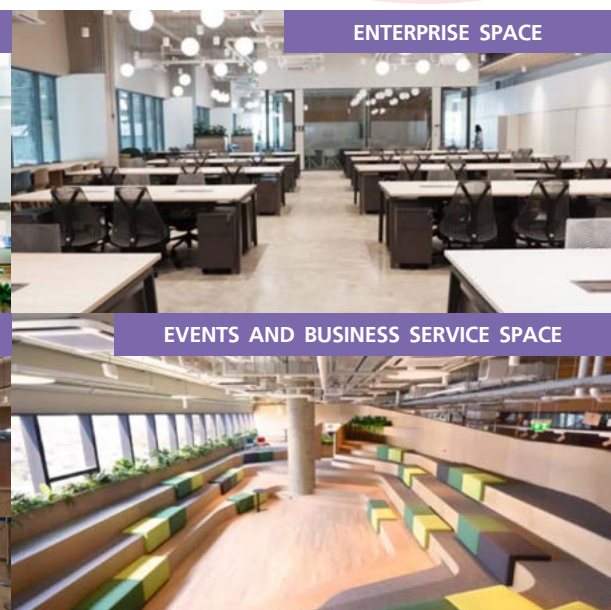
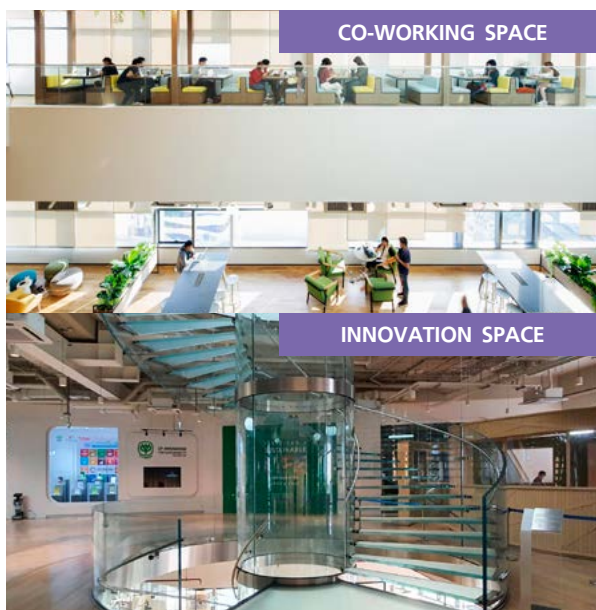
แหล่งรวมผู้ประกอบการข้ามชาติขนาดใหญ่ ผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีดิจิทัล นักลงทุนทั้งไทย และต่างชาติ เพื่อเอื้อต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมดิจิทัล ต่อยอดธุรกิจของเหล่าสตาร์ทอัพให้เติบโตได้ในอนาคต

Startup Ecosystem ที่ ทรู ดิจิทัล พาร์ค



มีการจัดสรรพื้นที่อย่างลงตัวทำให้การทำงาน การเรียนรู้ รวมถึงการใช้ชีวิตผสมผสานกันอย่างลงตัวกับพื้นที่หลักทั้ง 4 ภายในโครงการ ได้แก่ 1. Co-Working Space สำหรับทำงาน เรียนรู้ และสร้างสรรค์นวัตกรรม สัดส่วน 35% จุดนี้ได้ 500 ที่นั่ง 2. Enterprise Space สำนักงานบริษัทข้ามชาติยักษ์ใหญ่จากทั่วโลกกว่า 100 บริษัท และเหล่าสตาร์ทอัพ สัดส่วน 40% พื้นที่ให้เช่าถาวร 3. Innovation Space สัดส่วน 15% เป็นศูนย์นวัตกรรม

และเทคโนโลยีชั้นนำ Makerspace, Open Labs และ Experience Centers 4. Events and Business Service Space สัดส่วน 10% มีห้องประชุม สัมมนา เพื่อจัดกิจกรรมและอีเวนต์ รวมถึงศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จที่ให้คำปรึกษา และสนับสนุนการทำธุรกิจ เพิ่มเติมไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตประจำวัน ปัจจุบันมีบุคคลด้านดิจิทัลกว่า 4,000 คน และเป็นเอกชนรายแรกที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนในประเภทกิจการอุตสาหกรรม Software Park



ความรับผิดชอบต่อสังคม

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 201-1, 413-1, PA2)



ดร. เนตรชนก วิภาตะศิลปิน
ผู้อำนวยการด้านการศึกษาและวิชาการ บมจ. ทรู คอร์ปอเรชั่น /
หัวหน้าทีมเลขากรรมการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED

“

หนึ่งในเป้าหมายสำคัญของกลุ่มทรู ที่จะสร้างคุณประโยชน์กลับคืนสู่สังคม คือการยกระดับคุณภาพการศึกษาของไทย ผ่านการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยี การสื่อสาร และองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่เราเชี่ยวชาญ เพื่อส่งเสริม และสนับสนุนให้คนไทยได้รับโอกาสเข้าถึงแหล่งความรู้ที่มีคุณภาพ อย่างทัดเทียมกันทุกพื้นที่ ด้วยความเชื่อมั่นว่าการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญ ของการพัฒนาประเทศไปสู่ความยั่งยืน

”

เป้าหมายปี 2562

- 3,200,000 คน เข้าถึงแหล่งเรียนรู้ และข้อมูลสารสนเทศ (จำนวนสะสม)
- 8,000 คน กลุ่มเปราะบางได้รับการ พัฒนาคุณภาพชีวิต



ผลการดำเนินงาน ปี 2562

- 4,360,000 คน เข้าถึงแหล่งเรียนรู้ และข้อมูลสารสนเทศ (จำนวนสะสม)
- 22,289 คน กลุ่มเปราะบางได้รับการ พัฒนาคุณภาพชีวิต

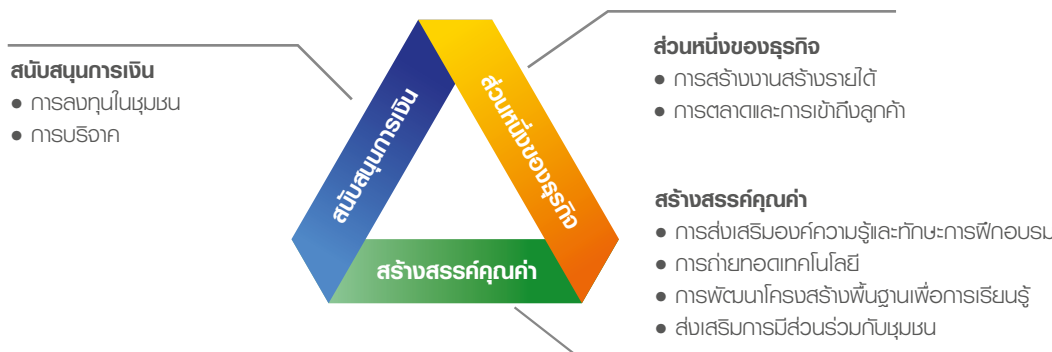


แนวทางการบริหารจัดการ

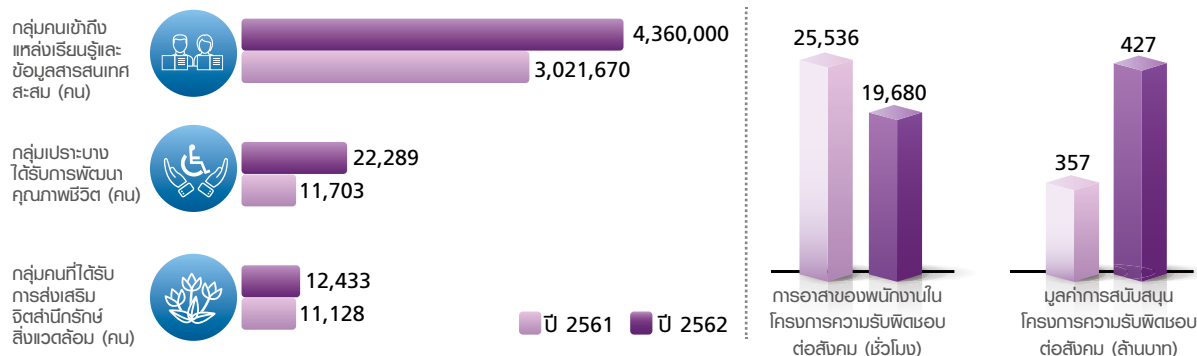
กลุ่มทรู มุ่งมั่นที่จะนำความเชี่ยวชาญด้าน เทคโนโลยีดิจิทัล มาพัฒนานวัตกรรมเพื่อช่วยขับเคลื่อนสังคม และสิ่งแวดล้อมของประเทศไทยให้ เป็นไปอย่างยั่งยืน โดยการจัดตั้งคณะกรรมการด้าน นวัตกรรม และความยั่งยืน (Innovation and Sustainability Committee) และ คณะกรรมการโครงการสานอนาคตการ

ศึกษา CONNEXT ED (CONNEXT ED Steering Committee) ทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมทางสังคม และสิ่งแวดล้อม มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการกระจายโอกาสในการใช้ ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล และเพื่อสร้างผลกระทบเชิง บวกต่อสังคมรวมถึงการเป็นพลเมืองที่ดี

กลยุทธ์การดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม



สรุปผลการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม



การกระจายโอกาสในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล

โครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED

กลุ่มทรู เป็นหนึ่งในองค์กรภาคเอกชน 12 แห่ง จัดตั้งโครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED ในปี 2559 เพื่อยกระดับการศึกษาอย่างยั่งยืนภายใต้โครงการสานพลังประชารัฐด้านการศึกษาพื้นฐานและการพัฒนาผู้นำ โดยผสานความร่วมมือจาก 3 ภาคส่วน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคประชาสังคม และภาคเอกชน เพื่อตอบโจทย์ยุทธศาสตร์ลดความเหลื่อมล้ำ พัฒนาศักยภาพคน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ร่วมกันสร้างรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้นำเพื่อการศึกษาที่ยั่งยืน (Leadership Program for Sustainable Education) โดยโครงการมีการดำเนินการคัดเลือกพนักงานที่มีจิตอาสา และมีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนดจากองค์กรเอกชนที่เข้าร่วมเข้ามาทำหน้าที่ “School Partner” เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการยกระดับมาตรฐานการศึกษาโรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.)

ในปี 2562 บริษัทฯ มี School Partner จำนวน 328 คน สนับสนุนโรงเรียนในสังกัด สพฐ. จำนวน 1,000 โรงเรียน นอกจากนี้ ยังได้มีการริเริ่มโครงการผู้นำด้านเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา (ICT Talent) โดยคัดเลือกบุคลากรที่จบการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือมีความสนใจด้าน ICT มาปฏิบัติงานประจำในโรงเรียน จำนวน 212 คน เพื่อส่งเสริมและผลักดันให้เกิดการใช้เทคโนโลยี สนับสนุนและต่อยอดการเรียนรู้แก่โรงเรียนและชุมชน รวมถึงก่อตั้งและจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ชุมชน (Learning Center) เพื่อเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทางด้านวิชาการและวิชาชีพ และพัฒนาโรงเรียนและชุมชนอย่างยั่งยืนแล้ว 9 แห่ง ใน 5 ภูมิภาค ตั้งแต่เริ่มโครงการถึงปัจจุบัน บริษัทฯ มีการติดตั้งสื่อและอุปกรณ์ ICT เพื่อการศึกษารวม 3,351 โรงเรียน มีนักเรียน คุณครู และครอบครัวเข้าถึงสื่อการเรียนรู้และข้อมูลสารสนเทศกว่า 3,780,000 คน



โครงการทรูปลูกปัญญา

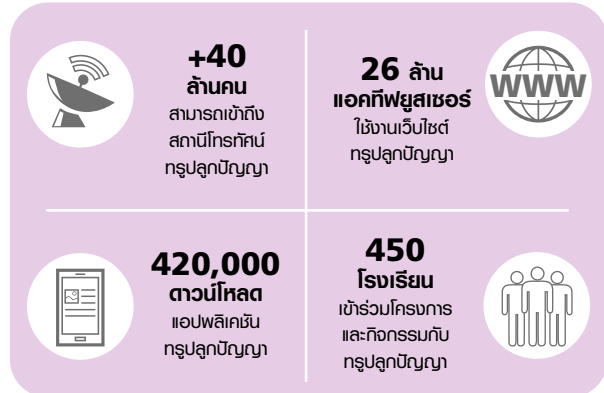
บริษัทฯ พัฒนาค้นคว้าความรู้ที่รวบรวมข้อมูลด้านการศึกษา เพื่อให้เยาวชนสามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ได้อย่างเท่าเทียมกันแม้อยู่ในพื้นที่ห่างไกล เชื่อมโยงทุกมิติการเรียนรู้ ผ่านการดำเนินงานหลากหลายรูปแบบ ได้แก่

สถานีโทรทัศน์ทรูปลูกปัญญา: ช่องความรู้คู่สนุก ผ่านเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียมที่เปิดเป็นฟรี ทีวี เอชดีให้ทั่วประเทศสามารถรับชมรายการได้

เว็บไซต์ทรูปลูกปัญญาดอทคอม: คลังความรู้ออนไลน์เปี่ยมด้วยเนื้อหาทางการศึกษาและความรู้รอบตัว

แอปพลิเคชันปลูกปัญญา: ฟรีแอปพลิเคชันที่เข้าถึงทุกคลังความรู้จากทรูปลูกปัญญา

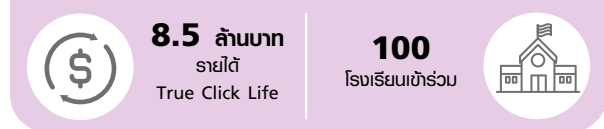
กิจกรรมและเครือข่าย: กิจกรรมที่เน้นการเข้าถึงและสร้างเครือข่ายเพื่อให้ความรู้ สร้างแรงบันดาลใจ และส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกัน



True Click Life

True Click Life เป็นหน่วยงานที่สร้างสรรค์หลักสูตร และนวัตกรรมเพื่อการศึกษาอย่างครบวงจร และจำหน่ายให้โรงเรียนเอกชน มีวัตถุประสงค์เพื่อรองรับการศึกษาไทยในยุค Thailand 4.0 ซึ่งเป็นการจัดการเรียนการสอนที่ให้ผู้เรียนสามารถนำองค์ความรู้ที่มีอยู่ทุกหนทุกแห่งบนโลกนี้มาบูรณาการเชิงสร้างสรรค์ มีกระบวนการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกิจกรรมการเรียนการสอนผ่านสื่อที่หลากหลาย (Multimedia) อย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือ สื่อภาพ เพลงสร้างสรรค์ การ์ตูนอนิเมชัน โดยบูรณาการความรู้รอบด้านรวมทั้งสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมและ

ผลการดำเนินงานปี 2562

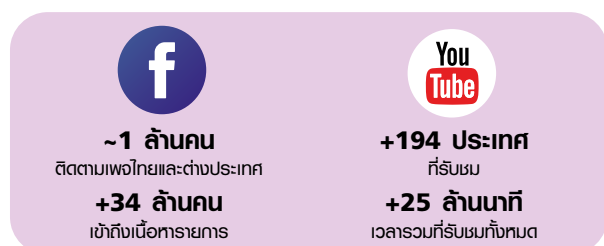


ทักษะการใช้ชีวิตอย่างสมดุล เหมาะสมกับผู้เรียนในแต่ละช่วงวัย เพื่อกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง นอกจากนี้ยังนำหลักสูตรการเรียนการสอนมอบให้แก่โรงเรียนในสังกัด สพฐ. โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษาไทยทั้งระบบ

โครงการสามเณรปลูกปัญญาธรรม

เป็นรายการเรียลลิตีธรรมะคู่สนทน สำหรับทุกคนในครอบครัว ซึ่งนำเสนอเรื่องราวชีวิตของ 12 ยุวชน ตัวแทนบรรพชาเป็นสามเณร ตลอด 31 วัน เพื่อเรียนรู้ตามหลักพุทธศาสนา จากคณะพระอาจารย์ คณะวิทยากร ผ่านการถ่ายทอดสดในหลากหลายช่องทาง ทั้งทางช่องโทรทัศน์และทางออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ www.truelittlemonk.com แอปพลิเคชันทรูโอที ยูทูบและเฟซบุ๊กแฟนเพจ “สามเณรปลูกปัญญาธรรม” กับความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง ของคุณภาพเนื้อหารายการที่ได้รับการยอมรับในระดับประเทศและนานาชาติ ในปี 2562 เป็นโครงการสามเณร ปลูกปัญญาธรรม ปี 8 ภายใต้แนวคิด “ความรักจักรวาล” มีการนำเยาวชนชาย อายุ 7-10 ปี จำนวน 30 คน ที่ผ่านการคัดเลือกรอบแรกจากผู้สมัครทั้งหมดกว่า 5,200 คนทั่วประเทศ พร้อมผู้ปกครอง เข้าร่วมปฏิบัติธรรม เรียนรู้วิถีวัด ผ่านกิจกรรมปลูกจิตสำนึกด้านคุณธรรมจริยธรรมต่างๆ

อาทิ สวดมนต์ทำวัตรเช้า ร่วมอุปัฏฐากรับใช้พระอาจารย์ ระหว่างการบิณฑบาต บำเพ็ญประโยชน์แก่สังคม



การสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม

กลุ่มทรู ส่งมอบคุณค่าที่ดีให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยนำศักยภาพทางเทคโนโลยีสื่อสารและนวัตกรรมที่โดดเด่นสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมให้ครอบคลุมทุกมิติ โดยในปี 2562 มีผู้รับการสนับสนุนจากกิจกรรมเพื่อสังคมของกลุ่มทรูถึง

47,122 คน แบ่งเป็นด้านการพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้และทักษะชีวิตเยาวชนและกลุ่มเปราะบาง 22,289 คน ด้านการส่งเสริมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 23,833 คน และ ด้านการสร้างความรู้ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียกว่า 1,000 คน

โครงการด้านการพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้และทักษะชีวิตเยาวชนและกลุ่มเปราะบาง

ทักษะเยาวชน



โครงการนักวิทยุ น้อยทรูแลป: จัดประกวดโครงงานวิทยาศาสตร์ระดับประถมศึกษา เพื่อพัฒนาทักษะกระบวนการด้านวิทยาศาสตร์ให้แก่เยาวชนไทย

ผลลัพธ์: ผู้ร่วมโครงการ 750 คน



โครงการ True Young Producer Award: จัดประกวดภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสังคมหัวข้อ “หยุดแสวงหาประโยชน์ทางเพศบนออนไลน์ (Stop Sexual Exploitation)” ในระดับนิสิต-นักศึกษา ซึ่งด้วยพระราชทานฯ

ผลลัพธ์: ผู้ร่วมโครงการ 1,545 คน



โครงการ True Future Journalist Award: นักข่าวแห่งอนาคตทรู เพื่อคัดเลือกนิสิต-นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ เข้ารับการอบรมเป็นนักข่าวแห่งอนาคต

ผลลัพธ์: ผู้ร่วมโครงการ 1,278 คน

ทักษะเยาวชน



โครงการ True Junior Golf Tour: มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาทักษะในด้านกีฬากอล์ฟให้แก่เด็กและเยาวชนไทย

ผลลัพธ์: ผู้ร่วมโครงการ 800 คน



โครงการค่ายเยาวชนช่อสะอาดด้านทุจริต: เพื่อเปิดโอกาสให้นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและอาชีวศึกษาระดับ ปวช. ทั่วประเทศ ส่งโครงการรณรงค์ต่อต้านการทุจริตเข้าประกวดในหัวข้อ ‘โรงเรียนโปร่งใส ชุมชนร่วมใจต้านภัยทุจริต’

ผลลัพธ์: ผู้ร่วมโครงการ 260 คน



โครงการ ทರುವันเด็กแห่งชาติ: ร่วมสนับสนุนจัดกิจกรรม “ทรูปลูกปัญญา วันเด็กแห่งชาติ ประจำปี 2562” ที่จัดอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 17 ณ ทำเนียบรัฐบาล โดยในปีนี้มีเยาวชนจาก True Autistic Thai Center ได้เข้าร่วมกิจกรรม

ผลลัพธ์: ผู้ร่วมโครงการ 9,617 คน

คุณภาพชีวิตกลุ่มเปราะบาง



โครงการพัฒนาศักยภาพและคุณภาพชีวิตผู้พิการ: เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้พิการและเยาวชนสถานสงเคราะห์ทั้งด้านกายภาพและสติปัญญา ตลอดจนฝึกทักษะอาชีพ

ผลลัพธ์: ผู้ร่วมโครงการ 5,162 คน



โครงการหยา(ไม่)ห่วง: มีการพัฒนานวัตกรรม เพื่อช่วยนำผู้สูญหายกลับคืนสู่ครอบครัว โดยใช้ศักยภาพของเทคโนโลยีสื่อสาร ผ่านทางสายรัดข้อมือ (Wristband) ใช้งานร่วมกับแอปพลิเคชัน ThaiMissing ที่ช่วยให้จิตอาสาหรือประชาชนทั่วไป สามารถรายงานการพบเห็นผู้พลัดหลงมายังมูลนิธิกระจกเงา

ผลลัพธ์: ผู้ร่วมโครงการ 806 คน



โครงการส่งเสริมทักษะการเรียนรู้สำหรับเยาวชนสถาบันปอเนาะด้วยสื่อดิจิทัล

ทรู ร่วมกับ องค์การยูเนสโก และ กศน. นำสื่อไอซีทีพัฒนาการเรียนการสอนของครูและในนักเรียนในสถาบันปอเนาะ 5 จังหวัดภาคใต้ เพิ่มทักษะวิชาการ โดยเฉพาะภาษาไทย เพื่อช่วยลดความเหลื่อมล้ำเปิดโอกาสให้เยาวชนปอเนาะได้พัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างเท่าเทียม

ผลลัพธ์: 92% ของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมด 518 คนมีผลการเรียนดีขึ้น

โครงการด้านการส่งเสริมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม



โครงการค่ายเยาวชน...รักษ์พงไพร: และอบรมการใช้แอปพลิเคชัน We Grow ร่วมมือกับองค์การพันธมิตรร่วมกันจัดกิจกรรมเพื่อปลูกจิตสำนึกของเยาวชนให้ช่วยกันฟื้นฟูและรักษาทรัพยากรป่าไม้ รวมถึงการจัดอบรมการใช้แอปพลิเคชัน We Grow ให้แก่อาจารย์ และนักเรียน

ผลลัพธ์: ผู้ร่วมโครงการ 10,917 คน

การอนุรักษ์นกผ่านแอปพลิเคชันดูนก (Doo Nok Application): เพื่อเป็นการส่งเสริมให้นักดูนก นักท่องเที่ยว เยาวชน และบุคคลทั่วไป ไปชมมากกว่า 100 ชนิด และสามารถรายงานการพบนกผ่านแอปพลิเคชันดูนกได้

ผลลัพธ์: ผู้ร่วมโครงการ 11,400 คน

ระบบเฝ้าระวังช้างป่า “Elephant Smart Early Warning System”: ใช้ศักยภาพของเทคโนโลยีเครือข่ายสื่อสารไร้สายความเร็วสูง ทรูมูฟ เอช มาช่วยเสริมประสิทธิภาพการเฝ้าระวังและผลักดันช้างป่าที่ออกมาหากินนอกพื้นที่ เพื่อลดผลกระทบความเสียหายต่อทั้งชีวิตและทรัพย์สินของชุมชน

ผลลัพธ์: ผู้ร่วมโครงการ 120 คน

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม



การประกวดภาพถ่าย “สัตว์มีค่า ป่ามีคุณ”: เพื่อร่วมรณรงค์ให้คนไทยช่วยกันอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมผ่านภาพถ่าย ซึ่งด้วยพระราชทานฯ

ผลลัพธ์: ผู้ร่วมโครงการ 796 คน

เปิดศูนย์อนุรักษ์นกกระเรียน: เพื่อสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์นกกระเรียนพันธุ์ไทยและพื้นที่ชุ่มน้ำ และเปิดโอกาสให้เยาวชน ชุมชนท้องถิ่นและประชาชนได้มีแหล่งเรียนรู้และศึกษาดูงาน

ผลลัพธ์: ผู้ร่วมโครงการ 600 คน

โครงการ Care The Whale ขยะล่องหน: ปฏิบัติการร่วมลดภาวะโลกร้อน สร้างสิ่งแวดล้อมที่สมดุล ส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

ผลลัพธ์: องค์การธุรกิจ อาคารสำนักงาน ศูนย์การค้า และที่พักอาศัยบนถนนรัชดาภิเษก

โครงการด้านการสร้างความผูกพันกับภูมิสังคม (ชุมชน)

ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ตอบสนองความต้องการผู้มีส่วนได้เสียครอบคลุมในทุกพื้นที่ โดยมีพนักงานในพื้นที่ ชุมชน โรงเรียน และส่วนราชการ ตลอดจนเพื่อนคู่ค้าของกลุ่มทรูร่วมกิจกรรมกว่า 1,000 คน อาทิ

- การให้ความรู้เรื่องคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าในชุมชนใกล้เคียงสัญญาณ
- ให้ความรู้ในการใช้ประโยชน์จากการใช้โทรศัพท์มือถือด้านการศึกษา การประกอบอาชีพ และการเกษตรกรรม เป็นต้น
- ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจและเพื่อนคู่ค้าดูแลทำความสะอาดบริเวณรอบเสาสัญญาณ และตรวจสอบให้เสาสัญญาณให้ลูกค้าใช้งานอย่างราบรื่น



การเป็นพลเมืองที่ดีและการสนับสนุนโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม

บริษัทฯ ได้ร่วมบริจาคเพื่อการกุศลหลากหลายรายการ รวมทั้งช่วยเหลืออำนวยความสะดวกผู้ประสบภัยพิบัติต่างๆ เช่น การดูแลด้านสัญญาณเครือข่ายให้ใช้ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมทุกพื้นที่ภัยพิบัติ การมอบโทรศัพท์พร้อมซิมการ์ดให้กับเจ้าหน้าที่เพื่อปฏิบัติงาน และจัดศูนย์บริการให้โทรฟรี ทั้งภายในและต่างประเทศ ตลอด 24 ชม. หรือ ให้ซิมการ์ดโรมมิ่งแบบไม่จำกัด (Unlimited) เป็นต้น

การสนับสนุนโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม	เงิน (ล้านบาท)	มูลค่าสิ่งของ (ล้านบาท)	%เงิน:สิ่งของ
1. การลงทุนสนับสนุนชุมชน	36.36	126.02	38.00
2. การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อการตลาด/สร้างแบรนด์	38.63	127.76	38.94
3. การบริจาค	98.50	0.05	23.06
รวม	173.49	253.83	100.00

TRUE
HIGHLIGHT

โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตบุคคลออทิสติก

กว่า 8 ปี ที่กลุ่มทรูได้ร่วมมือและให้การสนับสนุนมูลนิธิออทิสติกไทย ในการพัฒนาศักยภาพกลุ่มคนพิเศษในด้านต่างๆ เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตร่วมกับคนปกติและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และยังสามารถสร้างคุณค่าให้สังคมไทย ซึ่งการสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพชีวิตของกลุ่มบุคคลผู้เปราะบางทางสังคม สอดคล้องตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ ที่บริษัทฯ ยึดเป็นหนึ่งในเป้าหมายการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ที่อยู่บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสังคม

การดำเนินงาน

บริษัทฯ มีความเชื่อมั่นในศักยภาพและพลังสร้างสรรค์อันโดดเด่นของบุคคลออทิสติก จึงมีเป้าหมายที่จะส่งเสริมคุณภาพชีวิตของพวกเขาให้ดีขึ้นเพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตอิสระในสังคมได้อย่างมีคุณค่า และศักดิ์ศรี พึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน โดยสนับสนุนในด้านต่างๆอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วย

ด้านสร้างสรรคนวัตกรรม เพื่อบุคคลออทิสติก	ด้านการสร้างอาชีพและ รายได้บุคคลออทิสติก	สร้างการตระหนักรู้และ ความเข้าใจของคนในสังคม
- ได้พัฒนา Autistic Application เพื่อช่วยพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ - พัฒนาเว็บไซต์ Thaispecialcare.com เพื่อเป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนความรู้สำหรับผู้ปกครอง และผู้เชี่ยวชาญ - จัดตั้ง Learning Center สถานท่วิจัย และพัฒนานวัตกรรม เพื่อบุคคลออทิสติก - มอบแท็บเล็ตกว่า 2,000 ชุด พร้อมติดตั้ง Autistic Application ตามศูนย์บริการ 40 แห่ง ทั่วประเทศ	- สนับสนุนเปิดศูนย์ฝึกอบรมทักษะ และอาชีพต่างๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพ ให้สามารถมีอาชีพและสร้างรายได้ และอยู่ในสังคมได้อย่างเท่าเทียม พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน - ส่งเสริมการบริหารจัดการด้านการเงิน ผ่านการจัดตั้งกลุ่มสัจจะออมทรัพย์ หรือ ธนาคารชุมชนของกลุ่มผู้ปกครอง - จ้างงานบุคคลออทิสติก เพื่อบรรจเป็นพนักงานประจำในธุรกิจต่างๆ ตามความถนัด และเหมาะสม	การผลิตสื่อในรูปแบบต่างๆ และการประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ให้สังคมได้รับรู้ สร้างการยอมรับและเปิดโอกาสให้บุคคลออทิสติกได้แสดงความสามารถยืนอยู่ในสังคมได้อย่างเท่าเทียม

โครงการจัดสร้างศูนย์ฝึกอบรมเพื่อการทำงานบุคคลออทิสติก

เครือเจริญโภคภัณฑ์ และ กลุ่มทรูได้ร่วมกับมูลนิธิออทิสติกไทย จัดสร้างอาคารศูนย์ฝึกอบรมเพื่อการทำงานบุคคลออทิสติก (CP-TRUE-Autistic Thai Vocational Training Center) ขึ้นมาเป็นแห่งแรกในประเทศไทย เพื่อต่อยอดสู่การพัฒนาทักษะอาชีพต่างๆ ที่เหมาะสมกับระดับศักยภาพของบุคคลออทิสติก และนำไปสู่การจ้างงาน ทั้งในมาตรา 33 และ 35 ในที่สุด ส่งผลให้เด็กออทิสติก มีรายได้เลี้ยงดูตนเองและครอบครัวอย่างยั่งยืน เหนือสิ่งอื่นใดคือการสร้างความภาคภูมิใจให้กับบุคคลออทิสติกและผู้ปกครอง สำหรับอาคารศูนย์ฝึกอบรมฯ

ตั้งอยู่บริเวณเดียวกับมูลนิธิออทิสติกไทย แขวงบางพรม เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีเนื้อที่รวม 800 ตารางวา มีอาคารรวม 4 หลัง ได้แก่ อาคารศูนย์ฝึกอบรมฯ ซึ่งเป็นอาคาร 3 ชั้นรวม 2 หลัง พื้นที่รวม 2,400 ตารางเมตร โดยภายในอาคาร จะแบ่งเป็นศูนย์การเรียนรู้ ห้องฝึกทักษะอาชีพ งานสำนักงาน ห้องฝึกทักษะประสาทสัมผัส ห้องคอมพิวเตอร์ และห้องประชุม ส่วนอาคารอีก 2 หลัง คืออาคารศูนย์ศิลปะ 1 หลัง พื้นที่ 200 ตารางเมตร และ อาคารวิชาชีพเพื่อสังคม 1 หลัง พื้นที่ 400 ตารางเมตร

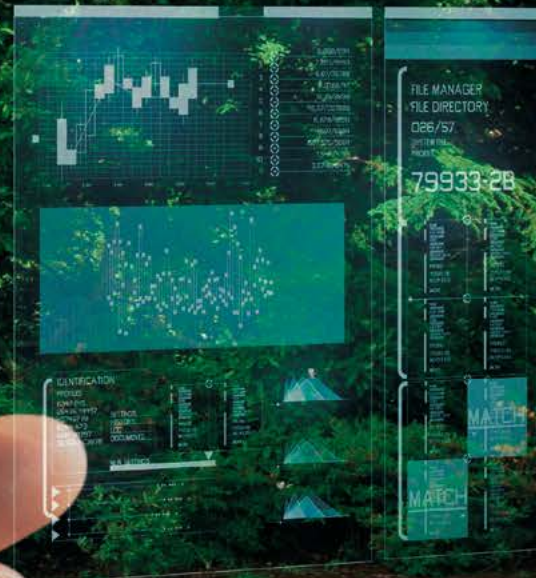


HOME

มุ่งมั่น
เพื่อสิ่งแวดล้อมยั่งยืน

“สร้างจิตสำนึกรักธรรมชาติ
เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
สร้างสังคมให้น่าอยู่”





การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

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



คุณอดิศักดิ์ ประสงค์ทรัพย์
Special Project Director,
Executive Chairman Office

“

เรามุ่งมั่นในการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือกในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มทรู โดยภายในปี 2563 เราตั้งเป้าหมายการติดตั้งระบบโซลาร์เซลล์ ที่สถานีฐาน ชุมสายและค้าปลีกเซ็นเตอร์กว่า 3,300 แห่งทั่วประเทศ รวมถึงมีแผนขยายเพื่อให้ครอบคลุมการใช้งาน ที่อาคารสำนักงานอีกด้วย

”

เป้าหมายปี 2562

- ลดการใช้ไฟฟ้าต่อรายได้*
มากกว่าร้อยละ 7.5 เทียบกับปี 2559
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope1&2 ต่อรายได้*
มากกว่าร้อยละ 7.5 เทียบกับปี 2559
- ลดการใช้น้ำต่อรายได้*
มากกว่าร้อยละ 7.5 เทียบกับปี 2559



ผลการดำเนินงาน ปี 2562

- ลดการใช้ไฟฟ้าต่อรายได้*
ร้อยละ 8.8 เทียบกับปี 2559
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope1&2 ต่อรายได้*
ร้อยละ 9.6 เทียบกับปี 2559
- ลดการใช้น้ำต่อรายได้*
ร้อยละ 7.9 เทียบกับปี 2559



แนวทางการบริหารจัดการ

กลุ่มทรู มุ่งมั่นที่จะบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและมีส่วนร่วมในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง โดยมีส่วนร่วมในการช่วยลดปัจจัยในการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านการตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อรายได้ ลดการใช้ไฟฟ้าต่อรายได้ ลดการใช้น้ำต่อรายได้ และบริหารจัดการขยะอย่างเหมาะสม เพื่อให้มีความสอดคล้องกับ Paris Agreement on Climate Change และการประชุมสุดยอดเกี่ยวกับการ

*รายได้จากการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการอื่น

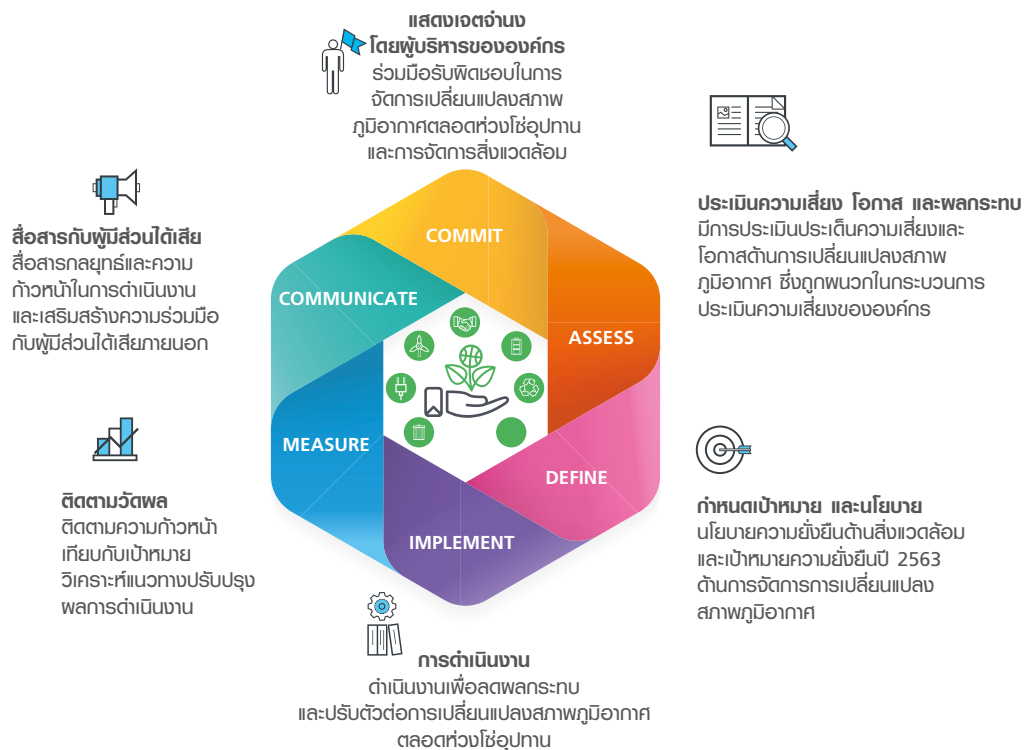
เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (The UN Climate Summit 2018) ที่มีความมุ่งมั่นในการพยายามลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมาตรการในการติดตามอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายและเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม มีการประเมินความเสี่ยงและโอกาสด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และจัดทำแผนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายจัดการความเสี่ยงและโอกาสด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และจัดทำระบบการ

จัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management System: EMS) ตามมาตรฐาน ISO14001:2015 ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการนวัตกรรมและความยั่งยืน และคณะทำงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม เพื่อให้การดำเนินงานบริหารการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการจัดการสิ่งแวดล้อมมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการสื่อสารผลการดำเนินงานด้านการจัดการ และการเยียวยาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบ ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น รายงานความยั่งยืน การรายงานความก้าวหน้าการปฏิบัติตามข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ รวมถึงผ่านโครงการเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของ CDP เป็นต้น

กรอบการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม



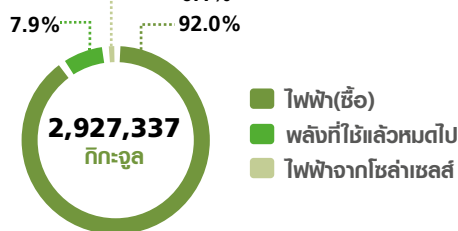
กลยุทธ์การขับเคลื่อนต้นทางการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการจัดการสิ่งแวดล้อม 5Rs



การบริหารจัดการการใช้พลังงาน

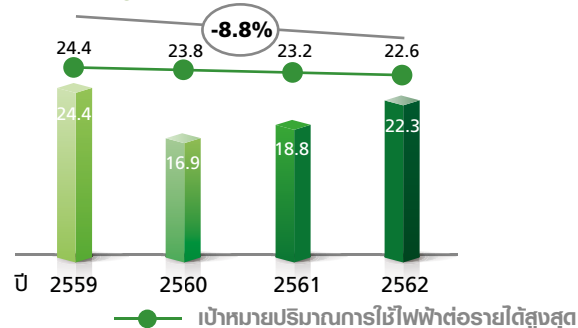
สัดส่วนการใช้พลังงานปี 2562

หน่วย : %



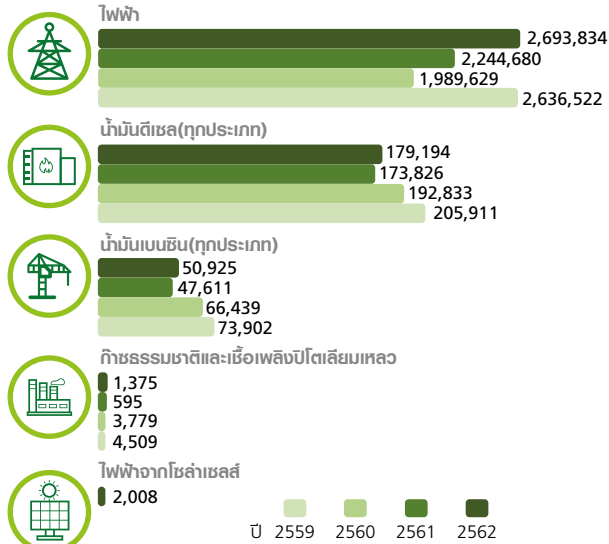
การใช้ไฟฟ้าต่อรายได้* รายปี

หน่วย : กิโลวัตต์ต่อล้านบาท



การใช้พลังงานรายปีแยกตามประเภท

หน่วย : กิโลวัตต์



ตัวอย่างโครงการเพิ่มประสิทธิภาพและลดการใช้พลังงานที่ใช้แล้วหมดไปในปี 2562



โครงการเพิ่มประสิทธิภาพอุปกรณ์ต่างๆ

ที่สถานีฐานและสถานีชุมสาย เช่นโครงการติดตั้งอินเวอร์เตอร์ (Inverter) สำหรับปั๊มน้ำเย็นและปั๊มระบายความร้อนที่สถานีชุมสายและโครงการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ และ Feature ต่างๆ เป็นต้น สามารถประหยัดการใช้พลังงานได้กว่า 2,600,000 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี (kWh/Year)



โครงการเปลี่ยนหลอด LED ที่ชุมสาย

สามารถประหยัดการใช้พลังงานได้ 570,000 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี (kWh/Year) หรือลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้มากกว่า 330 ตันคาร์บอนไดออกไซด์ต่อปี



โครงการบริหารจัดการเส้นทางการเดินทางของพนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ

โดยใช้เทคโนโลยีเพื่อบริหารจัดการเส้นทางการให้บริการลูกค้าทำให้ลดการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงได้อย่างมีประสิทธิภาพ



โครงการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์

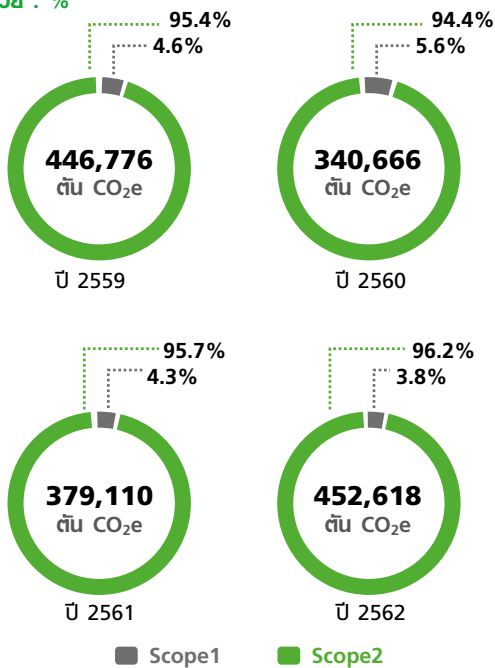
เพื่อเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทนที่สถานีฐานและ Data Center โดยในปี 2562 นี้ ขยายการติดตั้งเพิ่มเติมอีก 428 สถานีฐาน สามารถประหยัดการใช้พลังงานได้กว่า 557,000 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี (kWh/Year)

*รายได้จากการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการอื่น

การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

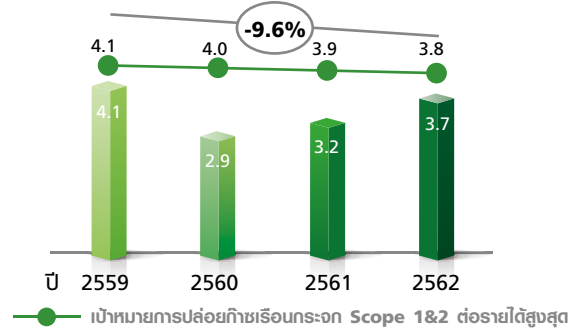
สัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

หน่วย : %



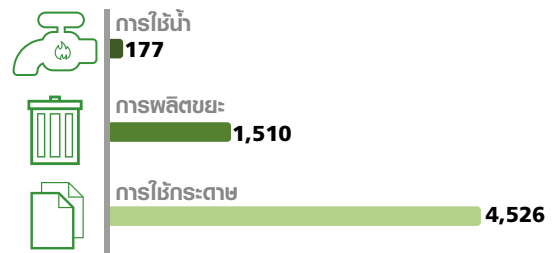
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1&2 ต่อรายได้*รายปี

หน่วย : ตัน CO₂e ต่อล้านบาท



การปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 3 ปี 2562

หน่วย : ตัน CO₂e



ตัวอย่างโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

- โครงการเพิ่มประสิทธิภาพและลดการใช้พลังงานต่างๆ สามารถลดการใช้พลังงานรวมได้กว่า 3,730,000 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี (kWh/Year) หรือลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้มากกว่า 2,100 ตันคาร์บอนไดออกไซด์ต่อปี

- โครงการลดการใช้กระดาษภายในและภายนอกองค์กร ผ่านการขยายขอบเขตระบบใบแจ้งค่าบริการอิเล็กทรอนิกส์ (True e-Billing) ไปเสร็จรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (True e-Tax Invoice) จัดตั้งตู้ทึมนี่ (Kiosk) และจัดทำ e-Register Form เพื่อลดขั้นตอนการทำงาน และเพิ่มความสะดวกให้ลูกค้า สามารถสมัครบริการได้ง่ายขึ้น และลดการใช้กระดาษได้มากกว่า 125 ล้านแผ่น หรือสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Avoided Emissions Products) ได้มากกว่า 570 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

- โครงการสนับสนุนการจัดประชุมทางโทรศัพท์ (Conference Call) เพื่อลดการใช้พลังงานเชื้อเพลิงจากการเดินทาง บริษัทฯ จึงนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาพัฒนากระบวนการทำงาน หรืองานบริการลูกค้า เพื่อเชื่อมต่อการสื่อสารให้สะดวกโดยไม่ต้องเดินทาง

- โครงการพัฒนา “ทรูแคร์” ในแอปพลิเคชัน ทรูโอเซอร์วิส “True iService” เพื่อสามารถแก้ไขปัญหาของลูกค้าเบื้องต้นผ่านการแชทกับเจ้าหน้าที่บริษัทฯ ก่อนการเดินทางไปให้บริการต่อลูกค้า รวมถึง ลูกค้าสามารถจ่ายค่าบริการ เชื้อคยอดการใช้จ่าย ได้ด้วยตัวเองง่ายๆ ผ่านแอปพลิเคชัน True iService สามารถลดการเดินทางของลูกค้ามาที่ร้าน

การเปิดเผยผลการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการสภาพภูมิอากาศ

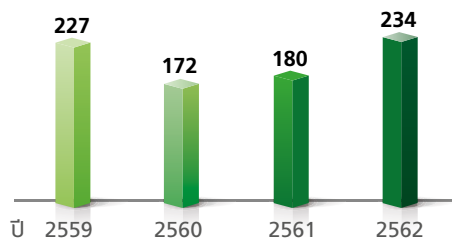
บริษัทฯ เปิดเผยแพร่ผลการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการสภาพภูมิอากาศผ่านการประเมิน CDP อย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงความโปร่งใสในการดำเนินงานภายในองค์กรด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และพร้อมนำผลการประเมินร่วมกับแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) มาปรับใช้การดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ สอดรับกับเป้าหมายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก ประเทศ และบริษัทฯ ตามหลักการ 3 ประโยชน์ ในปี 2562 เมืองต่างๆ ทั่วโลกเข้าร่วมการประเมินสิ่งแวดล้อมมากกว่า 8,000 องค์กร โดยบริษัทฯ ถูกจัดอยู่ในระดับ “B” หรือเทียบเท่า “การบริหารจัดการ (Management)” ซึ่ง CDP เป็นดัชนีที่สะท้อนความใส่ใจและการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ

*รายได้จากการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการอื่น

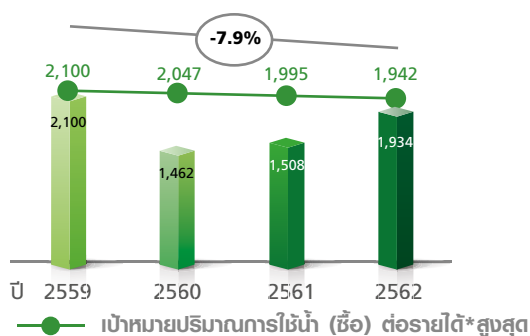
**www.cdp.net/en

การบริหารจัดการการใช้น้ำ

การใช้น้ำ (ซีโอ) รายปี
หน่วย : ล้านลิตร

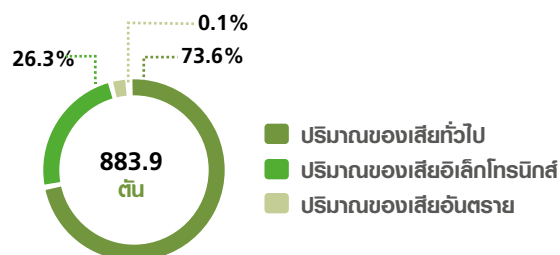


การใช้น้ำ (ซีโอ) ต่อรายได้*รายปี
หน่วย : ลิตรต่อล้านบาท

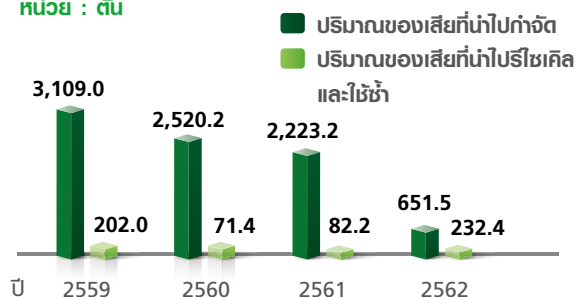


การบริหารจัดการของเสีย

ปริมาณของเสียปี 2562
หน่วย : ตัน



การจัดการของเสียรายปี
หน่วย : ตัน



ตัวอย่างโครงการลดการใช้น้ำและลดการจัดการของเสียด้วยการฟิงกลบในปี 2562



โครงการรณรงค์ลดการใช้น้ำในสำนักงาน

มีการติดตั้งอุปกรณ์สุขภัณฑ์ประหยัดน้ำและการรณรงค์ให้พนักงานใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ



โครงการรีไซเคิลของเสียอิเล็กทรอนิกส์

บริษัทฯ ร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตรเพื่อรีไซเคิลของเสียอิเล็กทรอนิกส์ เช่น สายเคเบิล จานรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ และโมเด็ม เป็นต้น เพื่อลดการจัดการขยะแบบฟิงกลบและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



โครงการรณรงค์งดการใช้อุปกรณ์พลาสติก

ที่ร้านอาหารของสำนักงานมีการรณรงค์ใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติกผ่านโครงการ “ถุงผ้าให้ยืมใช้” เพื่อช่วยสร้างความตระหนักให้กับพนักงานให้ใส่ใจถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรมในชีวิตประจำวัน



โครงการบริจาคอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์จากสำนักงาน

เช่น คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก ฯลฯ ให้กับโรงเรียนและหน่วยงานที่รับบริจาค โดยในปี 2562 บริษัทฯ ได้บริจาคอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่ยังสามารถใช้งานได้ไปแล้วกว่า 1,000 เครื่อง เพื่อลดการจัดการขยะแบบฟิงกลบ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในปี 2562 กลุ่มทรูไม่มีกรณีที่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงไม่มีกรณีการปฏิบัติที่ไม่สอดคล้องกับกฎหมายและข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ จัดให้มีกระบวนการรับฟังความคิดเห็น

*รายได้จากการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการอื่น

เห็นจากผู้มีส่วนได้เสียถึงการบริหารจัดการประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ โดยผู้มีส่วนได้เสียสามารถแสดงความคิดเห็นได้ผ่าน True Call Center 1242 หากมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมหรือประเด็นอื่นๆ

TRUE
HIGHLIGHT

โครงการผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cells)

กลุ่มทรู มีการปรับปรุงโครงข่ายของเน็ตเวิร์คเพื่อรองรับการใช้งานของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งในแง่ของความครอบคลุมและคุณภาพ ซึ่งทำให้มีการใช้พลังงานไฟฟ้าจากโรงไฟฟ้า และน้ำมันเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้าเพิ่มขึ้นทุกปี อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการอนุรักษ์พลังงานและส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน โดยบริษัทฯ มีความตั้งใจที่จะสนับสนุนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Energy) ซึ่งถือเป็นพลังงานสะอาดที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การดำเนินงานในปี 2562:

บริษัทฯ ได้เริ่มศึกษาและทดลองติดตั้ง Solar Cells ตามสถานี่ฐานที่เกาะต่างๆ และในพื้นที่ห่างไกลและระบบส่งไฟฟ้าเข้าไม่ถึงตั้งแต่ปี 2553 จำนวน 27 แห่ง มีกำลังผลิตประมาณ 281 kW และ มีการขยายการติดตั้งเพิ่มเติมในปี 2562 อีกจำนวน 428 แห่ง รวมกำลังผลิต 1,898 kW สามารถผลิตกำลังไฟฟ้าในปีนี้ได้ 557,909 กิโลวัตต์ชั่วโมง (kWh) หรือลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 325 ตันคาร์บอนไดออกไซด์

แผนการดำเนินงานในปี 2563:

ในปี 2563 บริษัทฯ มีแผนติดตั้ง Solar Cell ที่สถานี่ฐาน ชุมสายและดาดาร์ เซ็นเตอร์กว่า 3,300 แห่งทั่วประเทศ รวมถึงมีแผนขยายเพื่อให้ครอบคลุมการใช้งานที่อาคารสำนักงานอีกด้วย



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



557,909 kWh

ไฟฟ้าที่ผลิต
จาก Solar Cells ในปี 2562

455 แห่ง

สถานี่ฐาน
ที่ติดตั้ง Solar Cells

1,898 kW

กำลังผลิตไฟฟ้า
จาก Solar Cells325 ตัน CO₂e

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 414-1, 414-2)



ดร. อิน ศรีวัฒนะธรรมา
Group Director - Procurement

“

แต่เดิมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการนั้น องค์การส่วนใหญ่เน้นที่ความคุ้มค่าทางคุณภาพและการเงิน ในขณะที่การจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืนคือเน้นที่คิดแบบองค์รวม โดยนำปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมเข้ามาพิจารณาร่วมกับกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง โดยมีเป้าหมายในการส่งเสริมเศรษฐกิจ จรรโลงสังคม อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและเพิ่มคุณค่าแก่องค์กร

ปัจจุบัน กลุ่มธุรกิจ บริหารการจัดซื้อจัดจ้างแบบครบห่วงโซ่อุปทาน คือคำนึงตั้งแต่วัตถุดิบที่ได้จากผู้ขายที่นำมาจากแหล่งที่มาที่ถูกกฎหมายและได้มาตรฐาน สำหรับกระบวนการผลิตก็ต้องดำเนินการโดยใช้แรงงานที่ถูกกฎหมาย ถูกสุขลักษณะ ปลอดภัย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม วิธีการจัดซื้อจัดจ้างต้องโปร่งใส สุจริตและเที่ยงธรรม ซึ่งเราและคู่ค้าต่างต้องร่วมมือกันปฏิบัติตามข้อพึงปฏิบัติและจรรยาบรรณของการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement Code of Conduct) อย่างเคร่งครัด เพื่อสอดคล้องกับกติกาสากล โดยการปลูกฝังให้พนักงาน และคู่ค้าตระหนักในความสำคัญของจรรยาบรรณนี้และเคารพปฏิบัติตาม

”

เป้าหมายปี 2562

- 77.0% คู่ค้าหลัก (Critical Supplier Tier 1) ผ่านการประเมินที่สถานที่ปฏิบัติงาน (Onsite Audit)



ผลการดำเนินงาน ปี 2562

- 77.1% คู่ค้าหลัก (Critical Supplier Tier 1) ผ่านการประเมินที่สถานที่ปฏิบัติงาน (Onsite Audit)



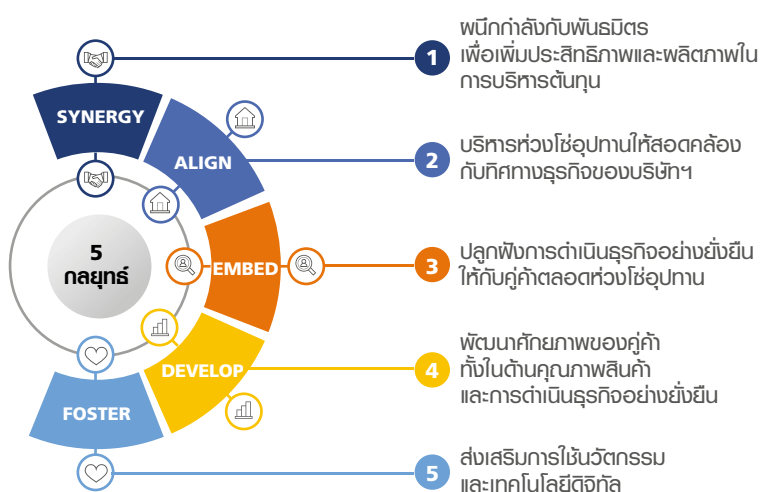
แนวทางการบริหารจัดการ

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ (Responsible Supply Chain Management) เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ช่วยสร้างความเข้มแข็งทางธุรกิจ เนื่องจากการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันต้องมีความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวนมาก เช่น ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ผู้ผลิตสินค้า เป็นต้น ส่งผลให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องร่วมมือกันเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อให้เติบโตด้วยกันในระยะยาว

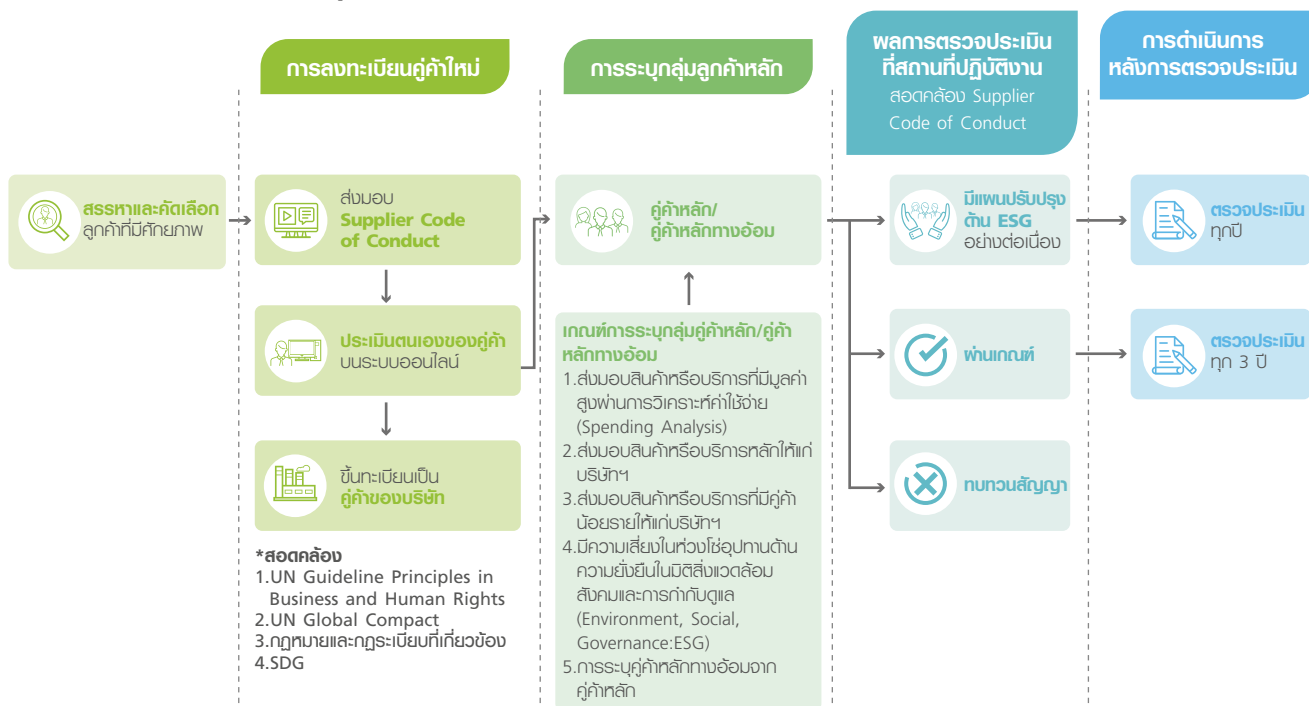
กลุ่มธุรกิจ มีการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบและยั่งยืน ผ่านคณะทำงานห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน (Sustainable Supply Chain Working Team) โดยมีฝ่ายจัดซื้อ (Procurement) เป็นหน่วยงานหลักและมีตัวแทนจากหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมกันกำหนดกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน การประเมินความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานด้านความยั่งยืน และกำหนดมาตรฐานในการดำเนินธุรกิจของคู่ค้านอกเหนือจากมิติทางเศรษฐกิจ

และยังคำนึงถึงการพัฒนาศักยภาพคู่ค้าทั้งทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการประกาศใช้ คุณธรรม และข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct)* รวมถึงการกำหนดคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับฝ่ายจัดซื้อ (Procurement Code of Conduct)** เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นเลิศ ทัดเทียมกับมาตรฐานหรือแนวปฏิบัติสากล รวมถึงการมีส่วนร่วมและรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์บริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ



กรอบการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ



ข้อกำหนดในคุณธรรม และข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct)

ข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม (Environment-E)

- การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

ข้อกำหนดด้านสังคม (Social-S)

- แรงงานเด็ก
- แรงงานบังคับและการกดขี่แรงงาน
- การเลือกปฏิบัติ
- การจ้างงาน ค่าจ้าง และผลตอบแทน
- เสรีภาพในการเข้าร่วมสมาคม และการร่วมเจรจาต่อรอง
- อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- การสื่อสารเรื่องคุณธรรม และข้อพึงปฏิบัติงานและการฝึกอบรม

ข้อกำหนดด้านการกำกับดูแล (Governance-G)

- การปฏิบัติตามกฎหมายและกฎเกณฑ์
- ความปลอดภัยและคุณภาพของสินค้า
- การตรวจสอบย้อนกลับ
- สิทธิส่วนบุคคล ความลับ และทรัพย์สินทางปัญญา
- สิทธิในที่ดิน
- การจัดหาจัดซื้ออย่างรับผิดชอบ
- ความซื่อตรงต่อธุรกิจ
- ความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- การต่อต้านสินบนและคอร์รัปชัน
- การบริหารจัดการเรื่องคุณธรรม และข้อพึงปฏิบัติงาน
- การรายงานข้อกังวล
- การยกเลิกคู่ค้าและการขึ้นบัญชีดำ

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

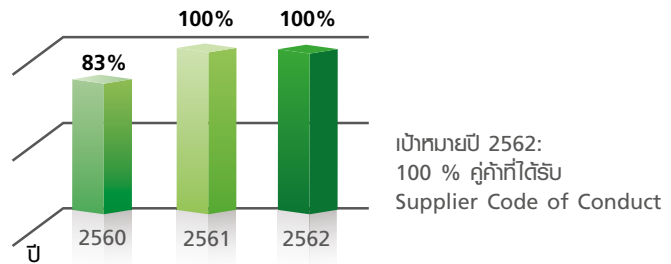
**https://www3.truecorp.co.th/new/public/assets/truecorp/pdf/th/00_Procurement_CoC_TH_Web_2017.pdf

ผลการดำเนินงานบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

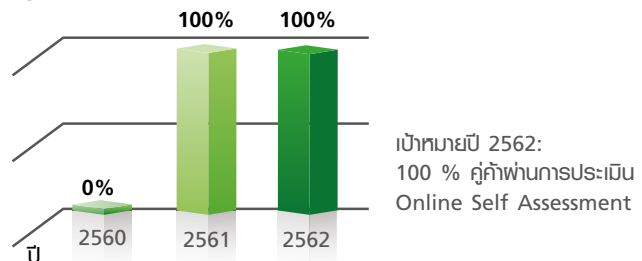
การลงทะเบียนผู้ค้าใหม่ :



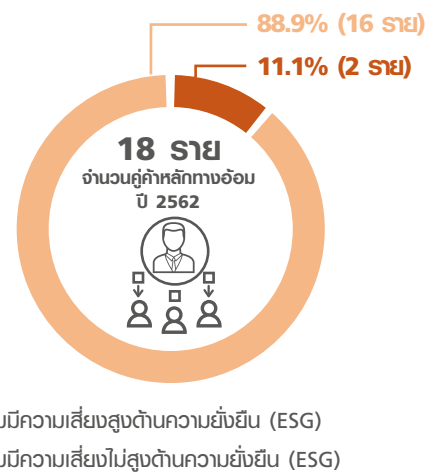
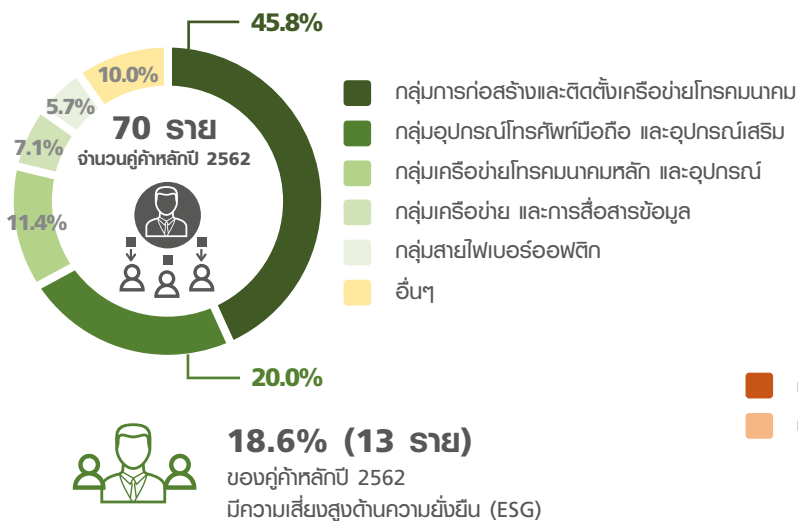
%ผู้ค้าที่ได้รับ Supplier Code of Conduct:



%ผู้ค้าที่ผ่านการประเมิน Online Self Assessment:

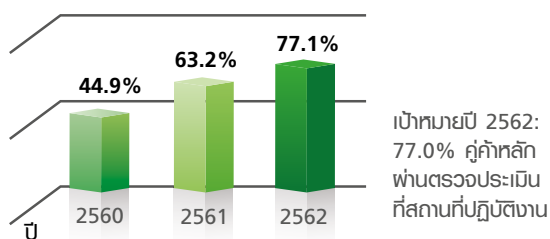


การระบุกลุ่มผู้ค้าหลัก/ผู้ค้าหลักทางอ้อม และการประเมินความเสี่ยง:



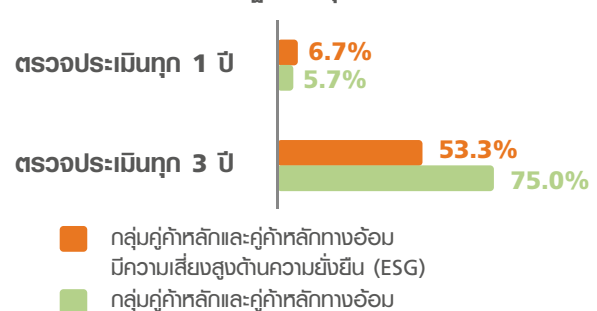
การตรวจสอบประเมินที่สถานที่ปฏิบัติงานตาม Supplier Code of Conduct:

%ผู้ค้าหลักที่ผ่านตรวจสอบประเมินที่สถานที่ปฏิบัติงาน:



%ผู้ค้าหลักและผู้ค้าหลักทางอ้อมปี 2562

ที่ผ่านตรวจสอบประเมินที่สถานที่ปฏิบัติงานทุก 1 ปี และ 3 ปี:



สุขภาพ สุขภาวะ และความปลอดภัยของคู่ค้า ผู้รับเหมา และผู้รับเหมาช่วง

บริษัทฯ มีระบบบริหารจัดการความปลอดภัย คู่ค้าและผู้รับเหมา (Safety Contractor Management) โดยแยกตามลักษณะงานของคู่ค้าและผู้รับเหมา โดยกำหนดให้คู่ค้าและผู้รับเหมาทั้งรายปัจจุบันและรายใหม่เข้าร่วมอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวกับข้อปฏิบัติในการทำงานและความปลอดภัย และได้พัฒนาระบบการประเมินตนเอง (Self-Assessment) ด้านความปลอดภัยสำหรับคู่ค้าและผู้รับเหมาทั้งหมดที่รับงานผ่านระบบจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อประเมินระบบจัดการด้านความปลอดภัยของผู้รับเหมาทุกรายก่อนออกใบสั่งซื้อหรือเอกสารจัดจ้าง

สำหรับสถิติด้านความปลอดภัยของคู่ค้า/ผู้รับเหมา ตลอดปี 2562 พบว่า มีจำนวนอุบัติเหตุทั้งสิ้น 3 ครั้ง มีผู้บาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจำนวน 1 ราย คิดเป็นจำนวนวันทำงานที่สูญเสีย (Loss Working Day) 236 วัน และมีจำนวนผู้เสียชีวิต จำนวน 2 ราย จากการปฏิบัติงาน โดยบริษัทฯ มีการจัดทำมาตรการเชิงรุก และตรวจสอบหน้างานเป็นระยะ รวมถึงพัฒนาแผนงานร่วมกับคู่ค้าเพื่อลดโอกาสของการเกิดอุบัติเหตุ และป้องกันการเกิดเหตุซ้ำขึ้นอีก

TRUE HIGHLIGHT

การพัฒนาศักยภาพคู่ค้าด้านการทำธุรกิจและบริหารงานอย่างยั่งยืน

กลุ่มทรู จัดสัมมนาคู่ค้าหลักเพื่อแบ่งปันทิศทางธุรกิจของบริษัทฯ แนะนำเป้าหมายด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนปี 2563 และแนวทางการบริหารธุรกิจอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งทำความเข้าใจรายละเอียดของคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติของคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) และการเตรียมความพร้อมรับการตรวจสอบสถานที่ปฏิบัติงานมาอย่างต่อเนื่อง 2 ปี โดยมีผู้เชี่ยวชาญทั้งภายในและภายนอกมาร่วมถ่ายทอดองค์ความรู้ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และในปี 2563 บริษัทฯ มีเป้าหมาย 100% ของคู่ค้าหลักได้รับการพัฒนาศักยภาพร่วมกับบริษัทฯ เพื่อการเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน

ผลการดำเนินงาน



77% คู่ค้าหลักเข้าร่วมการพัฒนาศักยภาพในปี 2562



95% ผู้เข้าร่วมพึงพอใจการพัฒนาศักยภาพมากถึงมากที่สุด



GRI AND UN SDGS CONTENT INDEX

GRI STANDARD	GRI DISCLOSURE	CHAPTER	OMISSION	PAGES
GENERAL DISCLOSURES				
102 General Disclosures	102-1 Name of the organization	About True		13
	102-2 Activities, brands, products, and services			
	102-3 Location of headquarters			
	102-4 Location of operations			
	102-5 Ownership and legal form			
	102-6 Markets served			
	102-7 Scale of the organization	Sustainability Performance Data		92-98
	102-8 Information on employees and other workers	Human Capital Development Sustainability Performance Data		34-49, 92-98
	102-9 Supply chain	Responsible Supply Chain Management		78-81
	102-10 Significant changes to the organization and its supply chain	-		
	102-11 Precautionary Principle or approach	Environmental and Climate Management		72-77
	102-12 External initiatives	Human Rights Management		50-53
	102-13 Membership of associations			
	102-14 Statement from senior decision-maker	Message from Chairman of the Executive Committee Message from the Group Co-Presidents About True		6-9, 13
	102-16 Values, principles, standards, and norms of behavior	About True Corporate Governance & Business Ethics, Code of Conduct and, Risk & Crisis Management		13, 28-33
	102-17 Mechanisms for advice and concerns about ethics	Corporate Governance & Business Ethics, Code of Conduct and, Risk & Crisis Management		28-33
	102-18 Governance structure			
	102-19 Delegating authority	Sustainability at True Corporate Governance & Business Ethics, Code of Conduct and, Risk & Crisis Management		14-17, 28-33
	102-20 Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics	Sustainability at True		14-17
	102-21 Consulting stakeholders on economic, environmental, and social topics	Stakeholder Engagement Materiality Analysis and Stakeholder Engagement		18-23
	102-23 Chair of the highest governance body	Annual Report		
	102-24 Nominating and selecting the highest governance body	Website Corporate Governance & Business Ethics, Code of Conduct and, Risk & Crisis Management		www.truecorp.co.th 28-33

GRI STANDARD	GRI DISCLOSURE	CHAPTER	OMISSION	PAGES
	102-29 Identifying and managing economic, environmental, and social impacts	Sustainability at True Corporate Governance & Business Ethics, Code of Conduct and, Risk & Crisis Management		14-17, 28-33
	102-30 Effectiveness of risk management processes	Corporate Governance & Business Ethics, Code of Conduct and, Risk & Crisis Management		28-33
	102-32 Highest governance body's role in sustainability reporting	Message from Chairman of the Executive Committee Message from the Group Co-Presidents		6-9
	102-40 List of stakeholder groups	Stakeholder Engagement		18-19
	102-41 Collective bargaining agreements	Human Capital Development		34-39
	102-42 Identifying and selecting stakeholders	Stakeholder Engagement		18-19
	102-43 Approach to stakeholder engagement	Materiality Analysis and Stakeholder Engagement Customer Relationship Management Human Capital Development Human Capital Development Responsible Supply Chain Management Sustainability Performance Data		18-23, 34-43, 78-86
	102-44 Key topics and concerns raised	Stakeholder Engagement Human Capital Development		18-19, 34-39
	102-45 Entities included in the consolidated financial statements	About this Report About True Materiality		12-13, 20-23
	102-46 Defining report content and topic Boundaries	About this Report Materiality		12, 20-23
	102-47 List of material topics	Materiality		
	102-48 Restatements of information	About this Report	No restatements	12
	102-49 Changes in reporting	About this Report	No changes in reporting on material topics and topic boundaries	12
	102-50 Reporting period	About this Report		12
	102-51 Date of most recent report	About this Report		12
	102-52 Reporting cycle	About this Report		12
	102-53 Contact point for questions regarding the report	About this Report		12
	102-54 Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	About this Report Materiality		12, 20-23
	102-55 GRI content index	GRI Content Index		82-86
	102-56 External assurance	Assurance Statement		88-91

HEART

BUSINESS PERFORMANCE AND GROWTH CAPABILITY

103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary			26-27
	103-2 The management approach and its components			
	103-3 Evaluation of the management approach			

CORPORATE GOVERNANCE & BUSINESS ETHICS, CODE OF CONDUCT, AND RISK & CRISIS MANAGEMENT

102 General Disclosure	102-16 Values, principles, standards, and norms of behavior			28-33
	102-17 Mechanisms for advice and concerns about ethics			
	102-18 Governance structure			
	102-20 Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics			
205 Anti-corruption	205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures			
	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken			
206 Anti-competitive Behavior	206-1 Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices			

HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT

102 General Disclosure	GRI 102-8 Information on employees and other workers			34-39
	GRI 102-41 Collective bargaining agreements			
	GRI 102-43 Approach to stakeholder engagement			
	GRI 102-44 Key topics and concerns raised			
103 Management approach	103-1 Explanation of the material topic and its boundary			
	103-2 The management approach and its components			
	103-3 Evaluation of the management approach			
401 Employment	401-1 New employee hires and employee turnover			
	401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees			
403 Occupational Health and Safety	403-1 Workers representation in formal joint management-worker health and safety committees			
	403-2 Types of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities			
404 Training and Education	404-1 Average hours of training per year per employee			
	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs			
	404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews			
405 Diversity and Equal Opportunity	405-1 Diversity of governance bodies and employees			
GRI Telecommunications Sector Supplement : Providing Access	IO 3 Practices to ensure health and safety of field personnel involved in the installation, operation and maintenance of masts, base stations, laying cables and other outside plant. Related health and safety issues include working at heights, electric shock, exposure to EMF and radio frequency fields, and exposure to hazardous chemicals.			

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

102 General	GRI 102-43 Approach to stakeholder Disclosure engagement			40-43
	GRI 102-44 Key topics and concerns raised			
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary			
	103-2 The management approach and its components			
	103-3 Evaluation of the management approach103-2 The management approach and its components			
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			

CYBER SECURITY AND DATA PRIVACY

103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary			44-49
	103-2 The management approach and its components			
	103-3 Evaluation of the management approach			
418 Customer Privacy	418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data			

HUMAN RIGHTS MANAGEMENT

103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary			50-53
	103-2 The management approach and its components			
	103-3 Evaluation of the management approach			
411 Rights of Indigenous Peoples	411-1 Incidents of violations involving rights of indigenous peoples			
412 Human Rights Assessment	412-1 Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments			

HEALTH

NETWORK AVAILABILITY/ RELIABILITY

103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary			56-59
	103-2 The management approach and its components			
	103-3 Evaluation of the management approach			
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			
GRI Telecommunications Sector Supplement	PA 4 Quantify the level of availability of telecommunications products and services in areas where the organization operates			
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			

INNOVATION MANAGEMENT

103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary			60-63
	103-2 The management approach and its components			
	103-3 Evaluation of the management approach			
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.			

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary			64-69
	103-2 The management approach and its components			
	103-3 Evaluation of the management approach			
201 Economic Performance	201-1 Direct economic value generated and distributed			
413 Local Communities	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs			
GRI Telecommunications Sector Supplement : Providing Access	PA 2 Policies and practices to overcome barriers for access and use of telecommunication products and services including: language, culture, illiteracy, and lack of education, income, disabilities, and age. Include an explanation of business models applied			

HOME

ENVIRONMENTAL AND CLIMATE MANAGEMENT

103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary			72-77
	103-2 The management approach and its components			
	103-3 Evaluation of the management approach			
302 Energy	302-1 Energy consumption within the organization			
	302-2 Energy consumption outside of the organization			
303 Water withdrawal	303-1 Water withdrawal by source			
305 Emissions	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions			
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions			
	305-4 GHG emissions intensity			
306 Effluents and Waste	306-2 Waste by type and disposal method			
307 Environmental Compliance	307-1 Non-compliance with environmental laws and regulations			

RESPONSIBLE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

102 General Disclosure	102-9 Supply chain			78-81
	102-43 Approach to stakeholder engagement			
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary			
	103-2 The management approach and its components			
	103-3 Evaluation of the management approach			
308 Supplier Environmental Assessment	308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria			
414 Supplier Social Assessment	414-1 New suppliers that were screened using social criteria			
	414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken			

CHAPTER

UN SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

PAGE NUMBER (S)

HEART

Business Performance & Growth Capability	 	26-27
Corporate Governance & Business Ethics, Code of Conduct and Risk and Crisis Management	 	28-33
Human Capital Development	    	34-39
Customer Relationship Management	 	40-43
Data Privacy & Cyber Security	 	44-49
Human Rights Management	   	50-53

HEALTH

Network Availability/ Reliability	 	56-59
Innovation Management	 	60-63
Corporate Social Responsibility	   	64-69

HOME

Environmental Management	 	72-77
Responsible Supply Chain Management	  	78-81

การปฏิบัติตามเกณฑ์ขั้นสูงสุดของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact)

UN GLOBAL COMPACT COMMUNICATION ON PROGRESS (COP) FOR THE ADVANCE LEVEL	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, Code of Conduct, and Risk & Crisis Management	28-33
Criterion 2: The COP describes value chain implementation	Responsible Supply Chain Management	78-81
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	34-53
Criterion 4: The COP describes effective management systems to integrate the human rights principles	Human Rights Management	
	Human Capital Development	
Criterion 5: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms of human rights integration	Human Rights Management	20-23
	Human Capital Development Materiality and Stakeholder Engagement	
ROBUST LABOUR MANAGEMENT POLICIES & PROCEDURES		
Criterion 6: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of labour	Human Rights Management	34-53
	Human Capital Development	
Criterion 7: The COP describes effective management systems to integrate the labour principles	Human Rights Management	
	Human Capital Development	
Criterion 8: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms of labour principles integration	Human Rights Management	
	Human Capital Development	
ROBUST ENVIRONMENTAL MANAGEMENT POLICIES & PROCEDURES		
Criterion 9: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of environmental stewardship	Environmental and Climate Change Management	72-77
Criterion 10: The COP describes effective management systems to integrate the environmental principles	Environmental and Climate Change Management	
Criterion 11: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms for environmental stewardship	Environmental and Climate Change Management	
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, Code of Conduct and, Risk & Crisis Management	28-33
Criterion 13: The COP describes effective management systems to integrate the anti-corruption principle	Corporate Governance & Business Ethics, Code of Conduct and, Risk & Crisis Management	
Criterion 14: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms for the integration of anti-corruption	Corporate Governance & Business Ethics, Code of Conduct and, Risk & Crisis Management	
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	14-17
	UN SDGs Content Index	85-86
Criterion 16: The COP describes strategic social investments and philanthropy	Corporate Social Responsibility CSR Report	64-69
Criterion 17: The COP describes advocacy and public policy engagement	Corporate Governance & Business Ethics, Code of Conduct and, Risk & Crisis Management	28-33
	UN SDGs Content Index	85-86
Criterion 18: The COP describes partnerships and collective action	Human Rights Management	50-53
CORPORATE SUSTAINABILITY GOVERNANCE AND LEADERSHIP		
Criterion 19: The COP describes CEO commitment and leadership	Message from Chairman of the Executive Committee	6-7
	Message from the Group Co-Presidents	8-9
Criterion 20: The COP describes Board adoption and oversight	Corporate Governance & Business Ethics, Code of Conduct and, Risk & Crisis Management	28-33
Criterion 21: The COP describes stakeholder engagement	Materiality and Stakeholder Engagement	18-23

การรับรองหน่วยงานภายนอก



Independent Assurance Statement

Introduction and Engagement

True Corporation Public Company Limited (hereafter 'TRUE') commissioned TÜV NORD (Thailand) Ltd. (hereafter 'TUVT') for Sustainability Assurance Engagement. TÜV NORD (Thailand) Ltd. conducted the independent assurance of TRUE's sustainability report (hereinafter 'the Report'), which includes "limited assurance" of TRUE's sustainability information for the applied reporting period. This assurance engagement was conducted against the Global Reporting Initiative Standards and AA1000AS (2008) Protocol (Type 2, Moderate Level). TUVT also performed Assurance, based on AccountAbility Principles Standard AA1000AP (2018) and AccountAbility Stakeholder Engagement Standard AA1000SES (2015) and ISO 14064 Part 3: Greenhouse Gases: Specification with guidance for the validation and verification of greenhouse gas assertions (ISO, 2006). The onsite verification was conducted in March 2019 at TRUE (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 2019. The Report covers TRUE's sustainability information for the period 1st January 2019 to 31st December 2019.

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 2, 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;
- GRI's sector guidance - TELECOMMUNICATION SECTOR SPECIFIC INDICATORS
- 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 4 main businesses (brands) of True Corporation Plc (in line with Company's Annual Report 2019), comprising

TrueMove H (7): True Move H Universal Communication Co., Ltd., True Move Co., Ltd., True Distribution and Sales Co., Ltd., True Music Co., Ltd., Telecom Asset Management Co., Ltd. True International Communication Co., Ltd., BFKT (Thailand) Limited

TrueOnline (12): True Corporation Public Company Limited, Asia Wireless Communication Co., Ltd., True Multimedia Co., Ltd., True Internet Corporation Co., Ltd., True Life Plus Co., Ltd., True Axion Interactive Ltd., Internet Knowledge Service Center Co., Ltd., True International Gateway Co., Ltd., True E-Logistics Co., Ltd., True Icontent Co., Ltd., True Digital Park Co., Ltd., True Internet Technology (Shanghai) Co., Ltd.

TrueVisions (12): True Visions Group Co., Ltd., True Visions Public Company Limited, Cineplex Co., Ltd., True Visions Cable Public Company Limited, Satellite Service Co., Ltd., Panther Entertainment Co., Ltd., AP&J Productions Co., Ltd., True Media Solutions Co., Ltd., True United Football Club Co., Ltd., SM True Co., Ltd., Thai News Network (TNN) Co., Ltd., True4U Station Co., Ltd.

True Digital (1): True Digital Group Co., Ltd.

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, TUVT 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 with Core" criteria.

During the assurance engagement, TUVT adopted a risk-based approach, concentrating on verification efforts on the issues of high material relevance to TRUE's business and its stakeholders. TUVT 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:

- TUVT reviewed the approach adopted by TRUE for the stakeholder engagement and materiality determination process. TUVT performed limited internal stakeholder engagement to verify the qualitative statements made in the Report;
- TUVT verified the sustainability-related statements and claims made in the Report and assessed the robustness of the data management system, information flow and controls;
- TUVT 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;
- TUVT conducted interviews with key representatives including data owners and decision-makers from different functions of the Company during the site visit;
- TUVT performed sample-based reviews of the mechanisms for implementing the sustainability related policies, as described in TRUE's Sustainability Report;
- TUVT 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:

- The wastewater management process could be considered the tendency monitoring.
- The waste management could be clearly recorded the waste processor disposal methods.



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:** TUVT 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:** TUVT is of the opinion that the reported specific disclosures for each material topic generally meet the GRI Standards reporting requirements for 'in accordance' - Core reporting criteria.

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

Material Issues	GRI Disclosure Number
Approach to stakeholder engagement	GRI 102-43
Energy consumption within the organization	GRI 302-1
Water withdrawal	GRI 303-1 (2016)
Direct (Scope 1) GHG emissions	GRI 305-1
Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	GRI 305-2
Waste by type and disposal method	GRI 306-2
Average hours of training per year per employee	GRI 404-1
Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	GRI 404-3
Types of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities	GRI 403-2 (2016)
Number and types of telecommunication products and services provide to and used by low and no income sectors of the population. Provide definitions selected (Telecommunications Sector Supplement: Providing Access)	GRI PA 5

On the basis of the procedures we have performed, nothing has come to our attention that causes us to believe that the information subject to the Type 2 moderate level assurance engagement was not prepared, in all material 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.

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

TUVT 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: TUVT 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 TUVT's assurance team at TRUE's office on the factory's premises and found to be accurate. Further desk review of web-based data was carried out for all other sites mentioned above. Therefore, in accordance with the GRI Standards and AA1000AS (2008) for a Type 2, moderate level assurance engagement, TUVT concludes that the sustainability data and information presented in the Report is 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.

TUVT 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. TUVT'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 TUVT by TRUE are complete and reliable.

TUV's Competence and Independence

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

Mr. Nattapon Vasasmith
Lead Verifier
TÜV NORD (Thailand) Ltd.
Bangkok 10260 Thailand



Date: 12 May 2020
Place: Bangkok, Thailand
Project Reference No: TUVN/TRUE/SA/2019

PERFORMANCE SUMMARY

GRI STANDARD	DATA DESCRIPTION		UNIT	2016	2017	2018	2019
ECONOMIC							
201-1	การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยตรง	Direct Economic Value Generated					
	สินทรัพย์รวม	Total assets	Million Baht	448,960	459,182	495,569	523,993
	รายได้จากการดำเนินงานทั้งหมด	Total revenue		124,719	141,290	161,820	140,943
	รายได้จากการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการอื่น	Revenue from telephone and other services		107,892	117,624	119,138	120,926
	การกระจายมูลค่าทางเศรษฐกิจ	Economic Value Distributed					
	ค่าตอบแทนและสวัสดิการพนักงาน	Salary, wages and employees' benefits	Million Baht	12,898	13,417	13,806	15,012
	ต้นทุนในการดำเนินงาน	Operating expenses		125,211	84,058	85,335	87,242
	การจ่ายสำหรับผลการดำเนินงาน	Payment to Provider of Capital					
	การจ่ายเงินปันผล	Dividend Payments (True's BOD approved a dividend payment for 2019 approx Baht 3 billion (Baht 0.09 per share), subject to approval by shareholders at the AGM in April)	Million Baht	1,641	1,034	3,003	3,003
	ดอกเบี้ยจ่าย	Interest expense		4,672	5,917	5,325	7,489
	งบกำไรขาดทุน	Consolidated Income Statement					
	กำไรสุทธิ สำหรับส่วนที่เป็นของบริษัท	Net profit (loss) to equity shareholders of the Company	Million Baht	(2,814)	551	7,035	5,637
กำไรก่อนดอกเบี้ยภาษีค่าเสื่อมและค่าตัดจำหน่าย	EBITDA	25,071		39,912	56,001	33,850	
ENVIRONMENT							
302-1	ปริมาณการใช้พลังงาน	Energy consumption					
	ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้า (ซื้อ)	Electricity consumption (purchased No heating, cooling and steam consumption or sold. No heating, cooling and steam consumption or sold.	GJ	2,636,521.83	1,989,629.24	2,244,680.23	2,693,833.81
	ปริมาณการใช้พลังงานเชื้อเพลิง - ใช้ค่าพลังงานและ Emission Factor จากรายงานพลังงานของประเทศไทย รายปี กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงานกระทรวงพลังงาน Ref. IPCC Vol.2 Table 2.3	Energy consumption from non-renewable fuels (mobile combustion) Ref. IPCC Vol.2 Table 2.3		284,322.49	263,050.66	222,032.59	231,494.52
	ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน (โซลาร์เซลล์)	Energy consumption from renewable energy (Solar cells)		NA	NA	NA	2,008.47
	ปริมาณการใช้พลังงานทั้งหมด	Total energy consumption		2,920,844.33	2,252,679.90	2,466,712.82	2,927,336.81
303-1 2016	ปริมาณการใช้น้ำ	Water consumption					
	ปริมาณการใช้น้ำ (ซื้อ) (Water reported according to invoices used)	Water withdrawal (purchased municipal water)	Mega liter	226.57	171.94	179.70	233.84
306-1	ปริมาณน้ำที่ปล่อยออกสู่ภายนอก	Water discharge		183.52	137.55	143.74	187.07
306-2	ของเสีย	Waste					
	ปริมาณของเสียทั่วไป	Non-hazardous waste					
	- นำไปฝังกลบ	- Landfill	Metric tons	3,109.0	2,520.0	2,223.0	651.0
	- นำไปเป็นอาหารสัตว์	- Used as animal feed		NA	NA	NA	NA
	ปริมาณของเสียอันตรายและของเสียเสียอิเล็กทรอนิกส์	Hazardous waste and E-waste					
	- นำไปฝังกลบ	- Landfill		NA	0.2	0.2	0.5
	- นำไปใช้ซ้ำและนำกลับไปใช้ใหม่	- Reused and Recycled		202.0	71.4	82.2	232.4
	ปริมาณของเสียทั้งหมดที่กำจัดได้ (ฝังกลบ)	Total waste disposed (landfill)		3,109.0	2,520.2	2,223.2	651.5

GRI STANDARD	DATA DESCRIPTION		UNIT	2016	2017	2018	2019
305-1	ก๊าซเรือนกระจก	Greenhouse gas					
	การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากชีวภาพ (Emissions include CO ₂ , CH ₄ and N ₂ O. GWP is from IPCC AR4. Emission factors from IPCC 2006. Consolidation approach is operational control)	Biogenic CO ₂ emissions	Ton of CO ₂ e	572.2	524.3	361.0	404.9
	การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากเชื้อเพลิงฟอสซิล	Fossil Fuel CO ₂ emissions		20,465	18,954	16,158	16,807
	ก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการรั่วไหล	Fugitive Emissions		NA	NA	NA	232
	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (GHG ขอบเขต 1)	Total direct greenhouse gas emissions (GHG Scope 1)		20,465	18,954	16,158	17,040
305-2	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (GHG ขอบเขต 2) (Emissions include CO ₂ . 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)		426,311	321,712	362,952	435,578
LABOR PRACTICES							
102-7	จำนวนพนักงานแยกตามเพศ	Total number of employees					
102-8	- พนักงาน ชาย	Male	Person	10,793	11,059	10,967	10,554
103	- พนักงาน หญิง	Female		13,130	12,862	12,399	12,143
	รวม	Total		26,872	23,921	23,366	22,697
	จำนวนพนักงานแยกตามเพศ	Percentage of Employees by Gender					
	- พนักงาน ชาย	Male	Percent	40	46	47	46
	- พนักงาน หญิง	Female		49	54	53	54
	ร้อยละของพนักงานที่เป็นผู้พิการ	Employees with disabilities					
	- พนักงาน ชาย	Male	Person	92	89	91	88
	- พนักงาน หญิง	Female		43	39	70	52
	รวม	Total number		135	128	161	140
405-1	คณะกรรมการบริษัท Board of Directors	Board of Directors/Supervisory Board	Person	18	18	18	16
	- พนักงาน ชาย	- Male		18	17	17	15
	- พนักงาน หญิง	- Female		0	1	1	1
102-8	จำนวนพนักงานแยกตามระดับ	Total number of employees by level					
	ผู้บริหารตำแหน่งผู้อำนวยการ และ สูงกว่าผู้อำนวยการ	Management - Director and Director up Level	Person	95	97	101	111
	- พนักงาน ชาย	- Male		76	77	80	91
	- พนักงาน หญิง	- Female		19	20	21	20
	ผู้บริหารตำแหน่งผู้ช่วยผู้อำนวยการ และ รองผู้อำนวยการ	Management - Assistant Director and Deputy Director Level		961	950	922	941
	- พนักงาน ชาย	- Male		548	535	524	527
	- พนักงาน หญิง	- Female		413	415	398	414
	ผู้บริหารตำแหน่งผู้จัดการ	Management - Manager Level		2,193	2,306	2,405	2,379
	- พนักงาน ชาย	- Male		1,097	1,156	1,248	1,219
	- พนักงาน หญิง	- Female		1,096	1,150	1,157	1,160
	ระดับปฏิบัติการ	Operation Level		20,674	20,565	19,938	19,266
	- พนักงาน ชาย	- Male		9,072	9,288	9,115	8,717
	- พนักงาน หญิง	- Female		11,602	11,277	10,823	10,549

GRI STANDARD	DATA DESCRIPTION		UNIT	2016	2017	2018	2019
405-1	จำนวนพนักงานแบ่งตามช่วงอายุ	Total Employees by age					
	< 30 ปี	< 30 years		10,147	8,216	8,407	7,829
	- พนักงาน ชาย	- Male		4,214	3,578	3,724	3,431
	- พนักงาน หญิง	- Female		5,933	4,638	4,683	4,398
	30-50 ปี	30-50 years		13,037	14,649	13,785	13,875
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person	6,103	6,848	6,573	6,585
	- พนักงาน หญิง	- Female		6,934	7,801	7,212	7,290
	> 50 ปี	> 50 years		739	1,056	1,174	993
	- พนักงาน ชาย	- Male		467	633	670	538
	- พนักงาน หญิง	- Female		272	423	504	455
405-1	ความหลากหลายระหว่างเพศชายและหญิง	Gender Diversity					
	ผู้บริหารสายงานที่เป็นเพศหญิง	Women in all management positions	Person	1,528	1,585	1,576	1,594
			Percent	47.0	47.3	46.0	46.5
	ผู้บริหารสายงานระดับสูงที่เป็นเพศหญิง	Women in top management	Person	432	435	419	434
			Percent	40.9	41.5	41.0	41.3
	ผู้บริหารสายงานระดับต้นที่เป็นเพศหญิง	Women in junior management positions	Person	1,096	1,150	1,157	1,160
			Percent	50.0	49.9	48.1	48.8
	พนักงานระดับปฏิบัติการที่เป็นเพศหญิง	Women in operation (Workforce)	Person	11,602	11,277	10,823	10,549
			Percent	56.1	54.8	54.3	54.8
405-2	ค่าตอบแทนเท่าเทียม	Equal Remuneration					
	สัดส่วนเงินเดือนมูลฐานและค่าตอบแทนเพศหญิง/ชาย	Ratio of basic salary and remuneration of women to men					
	ผู้บริหารระดับสูง (เงินเดือนมูลฐาน)	Executive level (Base salary only)	Ratio (Average female Salary divided by Average Male Salary)	0.88	0.88	0.92	0.95
	ระดับผู้บริหาร (เงินเดือนมูลฐาน)	Management level (base salary only)		0.92	0.95	0.93	0.95
	ระดับผู้บริหาร (เงินเดือนมูลฐาน และ ค่าตอบแทนอื่นๆ)	Management level (base salary + other cash incentives)		0.95	0.96	0.94	0.94
	ระดับปฏิบัติการ (เงินเดือนมูลฐาน)	Operation (Non-management) level (base salary only)		0.97	0.96	1.01	0.89
404-1	การฝึกอบรมพนักงาน	Training & Development					
	จำนวนชั่วโมงโดยเฉลี่ยของการฝึกอบรมต่อปีต่อพนักงานหนึ่งคน	Average hours per FTE on training and development	Hours/ Person	14.97	12.88	17.81	20.70
	แยกตามระดับ	By Level					
	- ผู้บริหาร	- Management Level	Hours/ Person	28.19	14.70	25.36	27.26
	- พนักงานระดับปฏิบัติการ	- Operation Level		12.89	12.59	16.51	19.52
	แยกตามเพศ	By Gender					
	- พนักงาน ชาย	- Male	Hours/ Person	14.90	12.52	19.16	20.78
	- พนักงาน หญิง	- Female		15.02	13.20	16.63	20.63
	แยกตามกลุ่มอายุ	By Age					
	< 30 ปี	< 30 years	Hours/ Person	NA	NA	17.97	14.68
	30-50 ปี	30-50 years		NA	NA	17.63	21.38
	> 50 ปี	> 50 years		NA	NA	19.18	18.53

GRI STANDARD	DATA DESCRIPTION		UNIT	2016	2017	2018	2019
401-1	การว่าจ้างพนักงาน	Recruitment					
	ค่าใช้จ่ายในการสรรหาพนักงานโดยเฉลี่ยเทียบกับพนักงานประจำทั้งหมด	Average hiring cost / FTE	Baht	7,264	25,122	27,243	2,872
	จำนวนและอัตราการจ้างงานใหม่	New Hire					
	จำนวนการจ้างงานใหม่	New hire	Person	8,644	7,529	7,597	7,705
	อัตราการจ้างงานใหม่	New hire rate	Percent	32.2	31.5	32.5	33.9
	แยกตามเพศ	By gender					
	- พนักงาน ชาย	Male	Person	3,289	3,179	3,435	2,910
			Percent	26.4	28.7	31.3	27.6
	- พนักงาน หญิง	Female	Person	5,355	4,350	4,162	4,795
			Percent	37.1	33.8	33.6	39.5
	แยกตามอายุ	By age					
	น้อยกว่า 30	< 30 years	Person	6,850	5,824	5,509	5,673
			Percent	60.4	70.9	65.5	72.5
	30 - 50 ปี	30 - 50 years	Person	1,777	1,662	2,088	1,994
			Percent	12.1	11.3	15.1	14.4
	มากกว่า 50 ปี	>50 years	Person	17	43	0	38
			Percent	2.1	4.1	0.0	3.8
	จำนวนและอัตราการลาออกจากงาน (พนักงานประจำ)	Turnover (permanent)					
	จำนวนการลาออก	Employee turnover	Person	1,194	1,815	1,886	1,812
	อัตราการพ้นสภาพของพนักงาน	Employee turnover rate	Percent	7.61	8.22	8.28	9.45
	แยกตามเพศ	By gender					
	พนักงานชาย	- Male	Person	NA	826	891	879
			Percent	NA	7.47	8.12	8.33
	พนักงานหญิง	- Female	Person	NA	989	995	933
			Percent	NA	7.69	8.02	7.68
	แยกตามอายุ	By age					
	น้อยกว่า 30	< 30 years	Person	NA	531	703	480
			Percent	NA	6.5	8.4	6.1
	30 - 50 ปี	30-50 years	Person	NA	1,231	1,065	1,206
			Percent	NA	8.4	7.7	8.7
	มากกว่า 50 ปี	>50 years	Person	NA	53	118	126
			Percent	NA	5.0	10.1	12.7
	อัตราการลาออกจากงานของพนักงานโดยสมัครใจ	Voluntary employee turnover rate	Percent	6.90	6.66	6.95	6.90
	การเลิกจ้างพนักงาน	Lay-offs					
	จำนวนพนักงานที่ถูกเลิกจ้าง	Employees laid off	Person	0	0	0	0
	กรณีที่มีการเจรจากับพนักงานเมื่อมีการปรับโครงสร้างองค์กร	Number of consultations/ negotiations with employees over organizational changes	Number		17	27	14
102-43	การสำรวจความผูกพันของพนักงาน	Employee Engagement Survey					
102-44	ความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงาน	Employee engagement and satisfaction rate	Percent	72	69	69	71
	ร้อยละของพนักงานที่เข้าร่วมการสำรวจผูกพันของพนักงาน	Employees participating in employee engagement and satisfaction survey		93	96	97	98

GRI STANDARD	DATA DESCRIPTION	UNIT	2016	2017	2018	2019
404-3	การประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงาน	Individual Performance Appraisal				
	การใช้เป้าหมายที่สามารถวัดได้ และที่ได้รับการตกลงร่วมกันกับผู้บังคับบัญชา/หัวหน้างาน (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)	Percent	100	100	100	100
	การประเมินผลการปฏิบัติงานจากหลายมิติ (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)		41	68	88	98
	การเปรียบเทียบและการจัดลำดับพนักงานภายในหมวดหมู่เดียวกัน อย่างเป็นระบบ (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)		100	100	100	100
	เสรีภาพในการสมาคม	Freedom of Association				
102-41	% ของพนักงาน ที่อยู่ในข้อตกลงการเจรจาต่อรองร่วม ผ่านคณะกรรมการสวัสดิการของทรู	Percent	63	100	100	100
OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY						
403-1 2016	นโยบายและการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยและ อาชีวอนามัย	Health and Safety Framework and Training				
	ความครอบคลุมของกรอบการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย	Coverage of health and safety management framework	12	107	134	130
	ความครอบคลุมในการฝึกอบรมด้านความเสี่ยง ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และการป้องกัน	Coverage of OHS health risks/prevention training	4,135	2,580	3,841	3,256
	ความครอบคลุมในการฝึกอบรมหรือมาตรการต่างๆ ที่ส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ของพนักงาน	Coverage of special training and/or measures to foster employees' health and well-being	101,895	139,086	101,200	140,400
403-2 2016	อัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน (พนักงาน)	Injury rate Employees				
	จำนวนรายบาดเจ็บ (ไม่หยุดงาน)	Injured employees (no workday lost)	7	1	3	2
	- ชาย	- Male	5	1	3	2
	- หญิง	- Female	2	0	0	0
	จำนวนรายบาดเจ็บ (หยุดงาน)	Injured employees (with workday lost)	9	11	22	10
	- ชาย	- Male	7	9	18	9
	- หญิง	- Female	2	2	4	1
	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	0.29	0.24	0.51	0.25
	- ชาย	- Male	0.53	0.43	0.92	0.50
	- หญิง	- Female	0.15	0.07	0.16	0.04
	อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน	Lost time injury frequency rate employees	0.16	0.22	0.45	0.21
	- ชาย	- Male	0.31	0.39	0.79	0.41
	- หญิง	- Female	0.07	0.07	0.16	0.04
403-2 2016	อัตราการบาดเจ็บผู้รับเหมา	Injury rate Contractors				
	จำนวนรายบาดเจ็บ (ไม่หยุดงาน)	Injured contractors (no workday lost)	0	0	0	2
	- ชาย	- Male	0	0	0	2
	- หญิง	- Female	0	0	0	0

GRI STANDARD	DATA DESCRIPTION		UNIT	2016	2017	2018	2019
	จำนวนรายบาดเจ็บ (หยุดงาน)	Injured contractors (with workday lost)	Person	0	0	4	1
	- ชาย	- Male		0	0	4	1
	- 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	NA	NA
	- ชาย	- Male		0	0	NA	NA
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
	อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน	Lost time injury frequency rate contractors		0	0	NA	NA
	- ชาย	- Male		0	0	NA	NA
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
403-2 2016	อัตราการเสียชีวิตของพนักงาน	Fatalities					
	พนักงานที่เสียชีวิตเนื่องจากอุบัติเหตุ (ในงาน)	Employee	Person	0	0	2	0
	- ชาย	- Male		0	0	2	0
	- 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	1	0
	- ชาย	- Male			0	1	0
	- หญิง	- Female			0	0	0
	จำนวนรายที่เสียชีวิตเนื่องจากอุบัติเหตุรถยนต์ (ในงาน)	Death from work-related automobile accidents		0	0	1	0
	- ชาย	- Male		0	0	1	0
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
403-2 2016	อัตราการเสียชีวิตของผู้รับเหมา	Fatalities					
	ผู้รับเหมาที่เสียชีวิตเนื่องจากอุบัติเหตุ (ในงาน)	Contractor	Person	1	2	1	2
	- ชาย	- Male		1	2	1	2
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
403-2 2016	การขาดงาน	Injury Severity rate					
	จำนวนวันที่ขาดงาน	Total lost days	Days	120	116	672	236
	- ชาย	Male		113	85	545	234
	- หญิง	Female		7	31	127	2
	อัตราความรุนแรงจากอุบัติเหตุการทำงาน	Injury Severity Rate (ISR) (per 1,000,000 hours)	-	2.1	2.3	13.8	5.0
403-2 2016	การลาป่วย	Sick Leave					
	จำนวนวันลาป่วยโดยเฉลี่ยของพนักงาน	Average sick days per employee	Days	2.0	2.1	2.3	0.6
	จำนวนวันลาป่วยของพนักงาน	Total number of sick days		53,744.0	49,924.5	53,791.0	14,089.0

GRI STANDARD	DATA DESCRIPTION		UNIT	2016	2017	2018	2019
403-2 2016	การขาดงาน	Absentee Rate					
	การขาดงาน	Absentee Rate	Percent	0.77	0.80	0.90	0.24
	- ชาย	- Male		0.96	0.87	1.0	0.26
	- หญิง	- Female		0.79	0.75	0.84	0.22
	ข้อมูลการทำงาน	General working info					
	จำนวนชั่วโมงทำงานทั้งหมด	Total Employee Work Hours	Man-Hours	55,893,760	49,755,680	48,601,280	47,421,920
	- ชาย	- Male		22,449,440	23,002,720	22,811,360	22,050,080
	- หญิง	- Female		27,310,400	26,752,960	25,789,920	25,371,840
Remarks:	ISR= Number of lost working day x 1,000,000hrs/(5 working day x 8hrs x 52weeks x Total Employee), 2019 Target: 10.0 IFR= Number of Injuries case x1,000,000hrs/(5 working day x 8hrs x 52weeks x Total Employee)						
401-3	การใช้สิทธิลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร	Parental Leave					
	จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร	Number of employees taking parental leave	Person	NA	368	492	617
	- ชาย	- Male		NA	163	239	254
	- หญิง	- Female		NA	205	253	363
	จำนวนพนักงานที่กลับมาปฏิบัติงานหลังจากใช้สิทธิลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร	Number of employees returning to work after parental leave		NA	368	444	548
	- ชาย	- Male		NA	163	233	231
	- หญิง	- Female		NA	205	211	317
	จำนวนพนักงานที่กลับมาปฏิบัติงานหลังจากใช้สิทธิลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร และยังคงทำงานต่อหลังจากนั้นอีก 1 ปี	Number of employees returning to work after parental leave who are still employed for the next 12 months		NA	368	444	548
	- ชาย	- Male		NA	163	233	231
	- หญิง	- Female		NA	205	211	317
	อัตราพนักงานกลับมาทำงานหลังใช้สิทธิลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร	Employees returned to work after parental leave (retention rate)	Percent	NA	100	90	89
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					
	อีเมลล์	E-mail: auditcommittee@truecorp.co.th	Number				
	จดหมาย	Letter			5	2	0
	การเข้าร่วมสหภาพโดยสมัครใจ	Freedom of Association					
	% ของพนักงาน ที่อยู่ในข้อตกลงการเจรจาต่อรองร่วม ผ่านคณะกรรมการสวัสดิการของทรู	% of employees covered by collective bargaining agreements through True Welfare Committee	Percent	63	100	100	100
	กรณีที่มีการปรึกษาหารือ/การเจรจา กับสหภาพแรงงานเรื่องการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร	Number of consultations/ negotiations with trade unions over organizational changes	Percent		0	0	0
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY							
201-1	รวมเงินสมทบ	Total Contribution					
	การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม	Funding for activities benefiting society	Million Baht	262.27	275.89	356.66	427.32
	การอาสาของพนักงานในกิจกรรมทางสังคม	Volunteering by employees in social activities	Million Baht	2.65	18.68	22.33	11.66
	ค่าตอบแทนพนักงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และด้านการส่งเสริมการศึกษา	Management overhead of CSR and Education & Academic Affairs teams	Million Baht	35.32	56.64	84.43	30.76
Remarks:	Include trend explanation, restatement (if applicable), and other remark.						
NA: Not Available ไม่มีข้อมูล NR: Not Relevant – ไม่เกี่ยวข้อง							

แบบสำรวจความคิดเห็นของรายงานความยั่งยืน ปี 2562

ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสำรวจความคิดเห็นนี้ จะนำมาปรับปรุงเนื้อหาในรายงานความยั่งยืนปีต่อไป บริษัทฯ ขอขอบคุณสำหรับทุกความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของท่านเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

กรุณาทำเครื่องหมาย **X** ลงในช่อง ☐ หรือแสดงความคิดเห็นของท่านเพิ่มเติมลงในช่องว่าง

1. กรุณาระบุสถานะของท่าน

- ☐ ลูกค้า ☐ ผู้ถือหุ้นและเจ้าหน้าที่ ☐ พนักงาน
☐ หน่วยงานของรัฐ ☐ พันธมิตรทางธุรกิจและคู่ค้า ☐ ชุมชนและสังคม

2. ท่านได้รับรายงานความยั่งยืนฉบับนี้จากไหน

- ☐ ได้รับแจกวันประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี ☐ ดาวน์โหลดจากอินเทอร์เน็ต
☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. วัตถุประสงค์ในการอ่านรายงานความยั่งยืนฉบับนี้

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

4. กรุณาแสดงความคิดเห็นต่อรายงานความยั่งยืนปี 2562

ความคิดเห็นต่อรายงานความยั่งยืนปี 2562	ระดับคะแนน				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
☐ ภาพรวมรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ มีความสมบูรณ์ ตรงกับสิ่งที่ท่านต้องการทราบ					
☐ มีการนำเสนอเนื้อหาที่เข้าใจง่าย และน่าสนใจ					
☐ เนื้อหาในรายงานความยั่งยืนมีความน่าเชื่อถือ					
☐ รายงานความยั่งยืนมีขนาด และรูปแบบที่เหมาะสม					
☐ ความพึงพอใจต่อรายงานความยั่งยืนโดยรวม					

5. ท่านคิดว่าประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ ได้รับการระบุในรายงานครบถ้วน

- ☐ ครบถ้วน ☐ ไม่ครบถ้วน

โปรดระบุประเด็นที่ท่านเห็นว่าควรเพิ่มเติม.....

หน่วยงาน Strategy & Sustainable Development

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

อีเมล : CSR-SD@truecorp.co.th Website: <http://www3.truecorp.co.th/new/>

ท่านสามารถร่วมแสดงความคิดเห็น
ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยการสแกน QR CODE



true | SUSTAINABILITY

มีกันและกัน สร้างสรรค์ชีวิตที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน



รายงานฉบับนี้ผลิตจากกระดาษรีไซเคิล
และพิมพ์ด้วยหมึกธรรมชาติจากน้ำมันถั่วเหลือง
จึงปลอดภัยต่อมนุษย์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



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