

อัจฉริยภาพเพื่ออนาคตที่ยั่งยืนกว่าไปด้วยกัน





สารบัญ

เกี่ยวกับทรู

- 04 สารจากประธานคณะกรรมการบริหาร
- 05 สารจากกรรมการผู้จัดการใหญ่ (ร่วม)
- 06 ผลการดำเนินงานที่โดดเด่นประจำปี 2563
- 08 รางวัลและความสำเร็จประจำปี 2563
- 12 เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้
- 13 รู้จักทรู
- 14 การกำกับดูแลและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน
- 18 การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย
- 20 ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

HEART

มุ่งมั่นทำธุรกิจด้วยใจที่ยั่งยืน

- 24 ผลประกอบการและความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ
- 26 การกำกับดูแลกิจการ การกำกับการปฏิบัติตามประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน
- 30 การบริหารจัดการความเสี่ยงและสภาวะวิกฤต
- 32 การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน
- 34 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล
- 40 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์
- 44 ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- 48 การกระจายโอกาสในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา

HEALTH

มุ่งมั่นสร้างสังคมยั่งยืน

- 52 ความพร้อมใช้งานและความครอบคลุมของเครือข่าย
- 56 การบริหารจัดการนวัตกรรม
- 60 การสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม

HOME

มุ่งมั่นเพื่อสิ่งแวดล้อมยั่งยืน

- 64 การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม
- 70 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

ภาคผนวก

- 74 การแสดงข้อมูลตามตัวชี้วัด GRI และ SDGs
- 79 การปฏิบัติตามเกณฑ์ขั้นสูงสุดของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact)
- 80 การรับรองโดยหน่วยงานภายนอก
- 83 รายงานผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน
- 91 แบบสำรวจความคิดเห็นต่อรายงานความยั่งยืน ปี 2563

สารจากประธานคณะกรรมการบริหาร (GRI 102-14)

กลุ่มทรู มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่สร้างการเติบโตควบคู่ไปกับความยั่งยืนที่ครอบคลุมด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมซึ่งนับเป็นความสำคัญอย่างยิ่งที่องค์กรต้องประเมินความเสี่ยงให้ครบทุกมิติ รวมถึงการหาแนวทางสร้างความสมดุลในการปฏิบัติงานโดยเฉพาะในยุคนี้ นอร์มัล โดยบริษัทฯ ได้ปรับเปลี่ยนกระบวนการทางธุรกิจให้เกิดความต่อเนื่องในการสร้างสรรค์สินค้า บริการ เทคโนโลยี และคุณภาพที่ดี ตลอดจนนวัตกรรมขององค์กรที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) ทั้ง 17 ประการ และสนับสนุนหลักสากล 10 ประการของ UN Global Compact

ในปีที่ผ่านมา ประเทศไทยต้องเผชิญกับความท้าทายทั้งด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่รุนแรง ความท้าทายทางด้านสังคม รวมถึงความท้าทายของสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งถือเป็นตัวเร่งสร้างความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่ทำให้กลุ่มทรูต้องปฏิรูปสู่ความเป็นองค์กรดิจิทัลอย่างรวดเร็วมากขึ้น ตลอดจนการทำงานแบบข้ามสายงาน (Agile Organization) ทำให้สามารถบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ปี 2563 ที่วางไว้ และเตรียมความพร้อมในการดำเนินกิจการตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ปี 2573 ได้แก่ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อม (Scope 1 และ Scope 2) สุทธิเป็นศูนย์ ตลอดจนใช้แนวคิดการสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียน ในการดำเนินธุรกิจ

ยิ่งไปกว่านั้น กลุ่มทรู ยังคงให้ความสำคัญด้านบุคลากรและพนักงาน โดยมุ่งเน้นขับเคลื่อนทรูไปสู่องค์กรดิจิทัล ได้แก่ การจัดตั้งทรู ดิจิทัล อคาเดมี ส่งเสริมสตาร์ทอัพ และผลักดัน ทรู ดิจิทัล พาร์ค ให้เป็นระบบนิเวศด้านสตาร์ทอัพในการดึงดูดคนเก่งจากทั่วโลกมาที่ประเทศไทย การปรับเปลี่ยนการทำงานผ่านระบบดิจิทัลบนสมาร์ตโฟนทาง แอปพลิเคชัน True Connect ตลอดจนใช้ข้อมูลอันมหาศาลที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดรับกับความต้องการขององค์กรธุรกิจในยุค 4.0

จากการดำเนินงานที่เด่นชัดและเป็นรูปธรรมของกลุ่มทรู ส่งผลให้ในปี 2563 บริษัทฯ ได้รับรางวัลทั้งระดับโลกและในประเทศในด้านต่างๆ อาทิ รางวัลองค์กรแห่งความเป็นเลิศด้านการดำเนินธุรกิจระดับโลก ประจำปี 2563 หรือ “Global Performance Excellence Awards 2020” (GPEA 2020) ระดับ “Best in Class” จัดโดย Asia Pacific Quality Organization Inc (APQO) ประเทศนิวซีแลนด์ และรางวัลองค์กรดีเด่นที่นำทำงานด้วยมากที่สุด ในเอเชีย ประจำปี 2563 จาก HR Asia ประเทศมาเลเซีย อีกทั้งยังได้รับรางวัลดีเด่น Thailand Corporate Excellence Awards 2020 ใน 3 สาขา ได้แก่ ความเป็นเลิศด้านผู้นำ ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรม และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และความเป็นเลิศด้านการตลาดของทรูออนไลน์ รวมถึงได้รับการจัดอันดับสูงสุดในระดับดีเลิศต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 (2560-2563) จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน หรือ Corporate Governance Report of Thai Listed Companies (CGR) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)



นายสุกษชัย เจียรอนนท์

ประธานคณะกรรมการบริหาร

“กลุ่มทรู เตรียมความพร้อมในการดำเนินกิจการตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ปี 2573 ได้แก่ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง และทางอ้อม (Scope 1 และ Scope 2) สุทธิเป็นศูนย์ ตลอดจนใช้แนวคิดการสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ”

นอกจากนี้ กลุ่มทรู ยังคงติดอันดับผู้นำกลุ่มอุตสาหกรรมในหมวดธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคม ของดัชนีความยั่งยืนระดับโลก Dow Jones Sustainability Indices ติดต่อกันเป็นปีที่ 3 โดยยังคงสถานะเป็นสมาชิก DJSI ประเภท Emerging Markets ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 (2560-2563) ตลอดจนได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกกลุ่มดัชนีความยั่งยืนระดับโลก FTSE4Good Emerging Index ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 (2560 - 2563) จาก FTSE Russell อีกด้วย

ทั้งนี้ กลุ่มทรู ดำเนินธุรกิจอย่างมีศักยภาพและความมั่นคง พร้อมเติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนจากบุคลากรของบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ผมขอขอบคุณทุกภาคส่วนที่ร่วมสนับสนุนและขับเคลื่อนบริษัทฯ ให้เป็นองค์กรระดับโลกด้านความยั่งยืนอย่างด้วยดีเสมอมา

สารจากกรรมการผู้จัดการใหญ่ (ร่วม)

(GRI 102-14)



Teeratt D.  

ดร.ธีรเดช ดำรงคัพพาสักดิ์ นายณัฏฐ์ มานะวุฒิเวช นายณัฐวุฒิ อมรวิวัฒน์
กรรมการผู้จัดการใหญ่ (ร่วม)

ด้วยปณิธานอันแน่วแน่ของผู้นำองค์กรที่มุ่งมั่นผลักดันให้ทรูเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมและการพัฒนาที่ยั่งยืน สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ให้แก่คนไทยเป็นรายแรกมาโดยตลอด ภายใต้แนวคิด First Mover and Game Changer ทำให้ทรู มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม ทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค และยังคงเดินหน้าสู่ความเป็นผู้นำดิจิทัลไลฟ์สไตล์ครบวงจรที่พร้อมเติมเต็ม ตอบโจทย์ทุกชีวิตของคนในสังคม

ปี 2563 นับว่าเป็นปีที่มีความท้าทายสูงในการดำเนินธุรกิจ ด้วยผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 นอกเหนือจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วด้านเทคโนโลยีและวิถีการดำเนินชีวิตของประชากรทั่วโลก ประกอบกับบริษัทฯ อยู่ในช่วงการปรับองค์กรสู่ความเป็นผู้นำเทคโนโลยีที่พร้อมตอบโจทย์ชีวิตยุคดิจิทัลได้อย่างเต็มรูปแบบ กลุ่มทรู จึงเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าว โดยส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานรูปแบบใหม่ที่เน้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และเปิดกว้าง สร้างระบบนิเวศองค์กรรองรับการขับเคลื่อนธุรกิจ เพื่อส่งมอบเครือข่ายคุณภาพและบริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า ตลอดจนสร้างองค์กรแห่งนวัตกรรมและการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายใต้กรอบ “3H's” คือ “HEART, HEALTH, HOME” : มุ่งมั่นทำธุรกิจด้วยใจที่ยั่งยืน (Heart) สร้างสังคมที่ยั่งยืน (Health) และเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน (Home) ตามหลักปฏิบัติของบริษัทฯ ที่ยึดถือมาอย่างต่อเนื่อง จนบรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนปี 2563 ของกลุ่มทรู ซึ่งมีผลการดำเนินงานที่โดดเด่นในปี 2563 ดังนี้

การดำเนินงานด้าน Heart : บริษัทฯ ได้นำนวัตกรรม และเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้พัฒนานวัตกรรมและบริการอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะ

เทคโนโลยีเอไอ (Artificial Intelligence) ยกระดับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและระบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ตามมาตรฐานสากล ทำให้สามารถป้องกันไม่ให้เกิดการรั่วไหลของข้อมูลได้ร้อยละ 100 และลดการนำข้อมูลของลูกค้าไปใช้ในทางมิชอบเป็นศูนย์ รวมถึงพัฒนาบุคลากรผ่านโครงการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ตลอดจนพัฒนาช่องทางการให้บริการซึ่งส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการร้อยละ 91.5

การดำเนินงานด้าน Health : บริษัทฯ มุ่งเน้นนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจ ทำให้สามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และบริการใหม่เชิงนวัตกรรม ได้ถึงร้อยละ 51 พร้อมพัฒนาคุณภาพชีวิตกลุ่มเปราะบางผ่านการพัฒนาขีดความสามารถ สร้างโอกาสและสร้างอาชีพ 31,303 ราย พัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อตอบโจทย์ชีวิตดิจิทัลบนเครือข่ายอัจฉริยะ 5G ได้แก่ TRUE VIRTUAL WORLD, TRUE HEALTH, True Digital COW และ Cloud Managed Hospital Bed เป็นต้น อีกทั้งยังนำเทคโนโลยี 5G สนับสนุนการปฏิบัติงานของบุคลากรทางการแพทย์ การเกษตร ตลอดจนสนับสนุนมูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์ อีดี (CONNEX ED) เพื่อร่วมขับเคลื่อนการศึกษาไทย และสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้

“กลุ่มทรู มุ่งเน้นการพัฒนาเครือข่าย 5G ที่มีคุณภาพ และความแข็งแกร่ง พร้อมให้บริการด้วยการขยายคลื่นความถี่ที่ครอบคลุมมากที่สุด สร้างสรรค์โซลูชันใหม่ๆ โดยยังคำนึงถึงความยั่งยืน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และสุขภาพ ตอบสนองไลฟ์สไตล์ และความต้องการของผู้บริโภคยุคดิจิทัล และผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ”

การดำเนินงานด้าน Home : บริษัทฯ ผลักดันการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนากระบวนการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน เพื่อลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและเลือกใช้พลังงานหมุนเวียน โดยการติดตั้งโซลาร์เซลล์ที่สถานีฐานและชุมสาย จำนวน 3,238 แห่ง ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อรายได้ลดลง 10.58% นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ยกระดับขีดความสามารถการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ โดยกำหนดให้คู่ค้าทุกรายรับทราบเรื่องคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติซึ่งต้องผ่านการทดสอบออนไลน์ และการตรวจประเมินสถานที่ประกอบการของคู่ค้าหลักทุกราย

บริษัทฯ มุ่งเน้นพัฒนาเครือข่าย 5G ที่มีอัจฉริยภาพและความแข็งแกร่ง พร้อมให้บริการด้วยการขยายคลื่นความถี่ให้ครอบคลุมมากที่สุด สร้างสรรค์โซลูชันใหม่ๆ โดยยังคำนึงถึงความยั่งยืน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และสุขภาพ มุ่งตอบสนองไลฟ์สไตล์และความต้องการของผู้บริโภคยุคดิจิทัล และผู้มีส่วนได้เสียของกลุ่มทรู ตลอดจนเติมเต็มทุกชีวิตของคนในสังคมเพื่ออนาคตที่ยั่งยืนกว่าไปด้วยกัน

ผลงานโดดเด่นด้านความยั่งยืน 2563

(GRI 102-7)

ECONOMIC



121,326 รายได้จากการให้บริการ
ล้านบาท โทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการอื่นๆ

138,212 รายได้รวม
ล้านบาท

10,646 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ
ล้านบาท สำหรับส่วนที่เป็นของบริษัท

ผลประโยชน์ต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (ล้านบาท)



3,003
เงินปันผลแก่ผู้ถือหุ้น

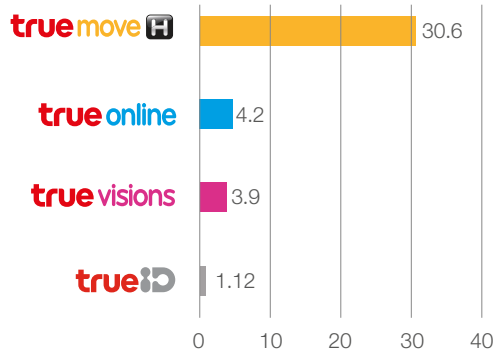


222.60
การสนับสนุนชุมชนและสังคม



12,289
ค่าตอบแทนและสวัสดิการพนักงาน

ฐานลูกค้า (ล้านราย)



HEART

Member of

**Dow Jones
Sustainability Indices**

Powered by the S&P Global CSA

3 ปีซ้อน (ปี 2561-2563)
ผู้นำระดับโลกด้านโทรคมนาคม



ระดับดีเลิศ (Excellent)

ผลการประเมินการกำกับกิจการที่ดี
โดยสมาคมส่งเสริมสถาบัน
กรรมการบริษัทไทย



91.5%

คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (ICSAT)
ต่อการให้บริการ



100%

พนักงานผ่านการอบรมด้านความยั่งยืน



TRUE VIRTUAL WORLD

แพลตฟอร์มใหม่ เพื่อร่วมสนับสนุนทั้งภาค
องค์กรธุรกิจ สถาบันการศึกษาทั่วประเทศ
และคนไทยทุกคน ให้ทำงาน เรียนที่บ้าน
ได้ทุกที่ ทุกเวลา ในช่วงสถานการณ์โควิด-19



5.6 ล้านราย

คนไทยทั่วประเทศเข้าถึงแหล่งเรียนรู้
และข้อมูลสารสนเทศ (ปี 2559-2563)



129 คน

จำนวนพนักงานผู้พิการ

อัตราการบาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน
(รายต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน)

พนักงาน
0.00



ผู้รับเหมา
0.05

HEALTH

**2.81 นาที/คน/ปี**ดัชนีระยะเวลาหยุดชะงักของเครือข่าย
(มาตรฐานสากล 90 นาที/คน/ปี)**99.78%**

ความพร้อมใช้งานของเครือข่าย

**31,303 ราย**พัฒนาคุณภาพชีวิตกลุ่มเปราะบาง
ผ่านการพัฒนาขีดความสามารถสร้าง
โอกาสและสร้างอาชีพ (ปี 2559-2563)**67,266 ชั่วโมง**

จิตอาสาทำกิจกรรมเพื่อสังคม

**51%**เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ กระบวนการและ
บริการใหม่เชิงนวัตกรรม ปี 2559-2563
(เทียบกับมูลค่าปีฐาน 2558)**4,019 ราย**

จำนวนนวัตกรรม (ปี 2559-2563)

**133 ผลงาน**จำนวนทรัพย์สินทางปัญญา
(ปี 2559-2563)

HOME

**10.58%**ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
ต่อรายได้ (เทียบกับมูลค่าปีฐาน 2559)**2,814 สถานีฐาน**

มีการติดตั้ง Solar Cells ผลิตไฟฟ้า

**6,078,495 ต้น**จำนวนต้นไม้ที่ปลูก
และแชร์ผ่านแอปพลิเคชัน We Grow
(ปี 2559-2563)**28.44%**ลดปริมาณการนำน้ำมาใช้ต่อรายได้
(เทียบกับมูลค่าปีฐาน 2559)**167 ล้านแผ่น**

ลดการใช้กระดาษ จาก True E-Bill & E-Tax

**100%**คู่ค้ายอมรับการปฏิบัติตามคุณธรรม
และข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับลูกค้า
(Supplier Code of Conduct)**100%**คู่ค้าหลัก (Critical Supplier Tier 1)
ต้องผ่านการประเมินที่สถานที่ปฏิบัติงาน
(Onsite Audit)**100%**คู่ค้าผ่านการประเมินตนเอง
บนระบบออนไลน์
(Online Supplier's Self-Assessment)



AWARDS

ผลงานประจำปี 2563



รางวัลและความสำเร็จประจำปี 2563

(GRI 102-12)

ด้านความเป็นเลิศขององค์กร



Commitment to Excellence

รางวัลองค์กรที่มีความเป็นเลิศด้านการดำเนินธุรกิจระดับโลก Global Performance Excellence Awards 2020 ประจำปี 2563

กลุ่มทรู เป็น 1 ใน 2 องค์กรไทยในรอบ 18 ปี ที่ได้รางวัลองค์กร
ความเป็นเลิศด้านการดำเนินธุรกิจระดับโลก ประจำปี 2563
“Global Performance Excellence Awards 2020” (GPEA 2020)
ระดับ “Best in Class” จัดโดย Asia Pacific Quality Organization Inc
(APQO) สะท้อนความเป็นเลิศด้านการดำเนินธุรกิจระดับโลก



3 รางวัลดีเด่น Thailand Corporate Excellence Awards 2020 ประจำปี 2563

กลุ่มทรู ได้รับ 3 รางวัลดีเด่น Thailand Corporate Excellence
Awards 2020 ตอกย้ำภาพผู้นำเทคโนโลยีดิจิทัล พร้อมตอบโจทย์
ตลาดผู้บริโภคยุค 4.0 ได้แก่ รางวัลดีเด่นด้านความเป็นเลิศด้านผู้นำ
ด้านความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมและการสร้างสรรค์สิ่งใหม่
และด้านความเป็นเลิศด้านการตลาด แก่ทรูออนไลน์

ด้านคุณภาพเครือข่าย



ทรูมูฟ เอช ได้รับการรับรองเป็นเครือข่ายยอดเยี่ยม/ที่ดีที่สุดใน ประเทศไทย จาก nPerf ประจำปี 2563

ทรูมูฟ เอช ได้รับการรับรองจากสถาบันทดสอบคุณภาพ
เครือข่ายระดับโลก nPerf จากผลการทดสอบสำรวจความเร็ว
โมบายอินเทอร์เน็ต ประจำปี 2563 เป็น “เครือข่ายยอดเยี่ยม/
ที่ดีที่สุดในประเทศไทย ปี 2563” ครองแชมป์ต่อเนื่อง 5 ปีซ้อน
ตั้งแต่ปี 2559-2563



ทรูออนไลน์ ได้รับ 2 รางวัลจากสถาบันทดสอบคุณภาพ ระดับโลก nPerf ประจำปี 2563

ทรูออนไลน์ ได้รับ 2 รางวัลจากสถาบันทดสอบคุณภาพ
ระดับโลก nPerf ได้แก่ “รางวัลอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ที่ดีที่สุดใน
ไทย” และ “รางวัลไฟเบอร์ที่ดีที่สุดในไทย” ประจำปี 2563 จากการ
ทดสอบความเร็วอินเทอร์เน็ตบ้านของประเทศไทยประจำปี 2563

ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล



รางวัล “นายจ้างดีเด่นประจำปีประเทศไทย” ประจำปี 2564 จาก Top Employers Institute ประเทศเนเธอร์แลนด์

กลุ่มทรู ได้รับรางวัล “นายจ้างดีเด่นประจำปีประเทศไทย”
ประจำปี 2564 จาก Top Employers Institute ประเทศเนเธอร์แลนด์
ต่อเนื่อง 3 ปีซ้อน (2562-2564) อันเป็นผลจากความมุ่งมั่นในการ
บริหารด้านทรัพยากรบุคคลของกลุ่มทรู ที่ตั้งใจพัฒนาศักยภาพ
พนักงานอย่างต่อเนื่อง เน้นการเป็น “People Organization”
และคำนึงถึงพนักงานเป็นอันดับแรก



รางวัล องค์กรดีเด่นที่นำทำงานด้วยมากที่สุดในเอเชีย ประจำปี 2563 จาก HR Asia

กลุ่มทรู ได้รับรางวัล “องค์กรดีเด่นที่นำทำงานด้วยมากที่สุดใน
เอเชีย ประจำปี 2563” (Best Companies to Work for in Asia
2020) จาก HR Asia ประเทศนิวซีแลนด์ จากความโดดเด่นใน
ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล มินนโยบายและแนวทางการดูแล
พนักงานอย่างรอบด้าน อันนำไปสู่การสร้างความผูกพันของ
พนักงานที่มีต่อบริษัท ส่งผลให้เป็นองค์กรที่นำทำงานด้วยมากที่
สุดในเอเชีย

ด้านความยั่งยืน

Sustainability Award
Gold Class 2021
S&P Global

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

กลุ่มทรู ได้รับตำแหน่งผู้นำอุตสาหกรรม DJSI ประจำปี 2563

กลุ่มทรู ติดอันดับสมาชิกกลุ่มดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (DJSI) ระดับโลก ประเภท ตลาดเกิดใหม่ ด้วยคะแนนสูงสุดที่ 1 (Industry Leader) ของโลก 3 ปีซ้อน (2561-2563) ของหมวดธุรกิจสื่อสาร โทรคมนาคม คงสถานะสมาชิกอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 (2560-2563)



กลุ่มทรูได้คะแนน CDP ระดับ A- ประจำปี 2563

บริษัทฯ ได้คะแนนระดับ A- หรือเทียบเท่า Leadership Level จากองค์กรประเมินความยั่งยืนที่มีมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูล และเป็นที่น่าเชื่อถือในระดับสากล Carbon Disclosure Project (CDP) ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



รางวัลหุ้นยั่งยืน THSI ประจำปี 2563

กลุ่มทรู ได้รับคัดเลือกเป็นหนึ่งในรายชื่อหุ้นยั่งยืน Thailand Sustainability Investment (THSI) ประจำปี 2563 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สะท้อนความมุ่งมั่น ดำเนินธุรกิจและพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน



FTSE4Good

กลุ่มทรู ได้เป็นสมาชิกกลุ่มดัชนีความยั่งยืน FTSE4Good ประจำปี 2563

กลุ่มทรู ติดอันดับกลุ่มสมาชิกดัชนีความยั่งยืนระดับโลก FTSE4Good Index Series ประจำปี 2563 จาก FTSE Russell ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 (2560-2563) สะท้อนภาพองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ได้รับการรับรองระดับโลก



กลุ่มทรูได้รับการจัดอันดับสูงสุด ด้านการกำกับดูแลกิจการ ประจำปี 2563

บริษัทฯ ได้รับการจัดอันดับสูงสุดในระดับ ดีเลิศ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 (2560-2563) จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการ บริษัทจดทะเบียน หรือ Corporate Governance Report of Thai Listed Companies จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย



รางวัลเกียรติคุณ Sustainability Disclosure Award ประจำปี 2563

กลุ่มทรู ได้รับรางวัลเกียรติคุณ Sustainability Disclosure Award ที่เป็นรางวัลระดับสูงสุด ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 จากสถาบันไทยพัฒน์ ในฐานะองค์กรตัวอย่างที่มีการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนที่ครบถ้วน น่าเชื่อถือ และสื่อสารต่อสาธารณะและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้านนวัตกรรม



รางวัลนวัตกรรมแห่งชาติ ด้านเศรษฐกิจ ประจำปี 2563

กลุ่มทรูคว้ารางวัลนวัตกรรมแห่งชาติ ด้านเศรษฐกิจ ประจำปี 2563 ประเภทองค์กรขนาดใหญ่ จากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม บทพิสูจน์องค์กรนวัตกรรมดิจิทัล ที่คิดค้นร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้ก้าวไกลอย่างยั่งยืน



3 รางวัลระดับโลก ARCHIMEDES-2020 ประจำปี 2563

กลุ่มทรูได้รับ 3 รางวัลระดับโลก “XXIII Moscow International Inventions and Innovative Technologies Salon” (ARCHIMEDES-2020) เหนือจาก HOMEY ROBOT หุ่นยนต์ใช้งานภายในที่อยู่อาศัย เหนือเงินจาก SERVICE ROBOT หุ่นยนต์ช่วยบริการ และเหรียญทองแดงจากแพลตฟอร์ม “ช่วยเหลือ” เพื่อการปศุสัตว์

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

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



วัตถุประสงค์ในการจัดทำรายงาน

บริษัท TRUE คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี เพื่อแสดงความมุ่งมั่นและสื่อสารผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ตามหลักธรรมาภิบาลที่มีความโปร่งใสให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบ

ขอบเขตการรายงาน

รายงานความยั่งยืนประจำปี 2563 ฉบับนี้มีขอบเขตของข้อมูลการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2563 โดยเนื้อหาของรายงานมุ่งเน้นประเด็นที่สำคัญต่อมิติความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ที่มีนัยสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียและตัวชี้วัดในแต่ละประเด็น โดยปีนี้ บริษัทฯไม่มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลจากการรายงานจากปีที่แล้ว

กรอบการรายงาน

- จัดทำตามแนวทางของ Global Reporting Initiative (GRI) Standards ในระดับตัวชี้วัดหลัก ("Core" Option) อันเป็นที่ยอมรับในระดับสากล สาระสำคัญประกอบด้วย การเปิดเผยข้อมูลมาตรฐาน (Standard Disclosure)
- สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (UN SDGs) 17 ประการ และการรายงานความก้าวหน้าตามข้อตกลง 10 ประการ และเกณฑ์ขั้นสูงสุด 21 ประการของ UN Global Compact (สามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ภาคผนวกของรายงาน)

บริษัทที่อยู่ในขอบข่ายการรายงาน

รายงานฉบับนี้ครอบคลุมการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่มทรูที่บริษัทฯ ถือครองหุ้นมากกว่าร้อยละ 50 และบริษัทฯ มีอำนาจในการบริหารงาน (Operational Control) ประกอบด้วย ธุรกิจทรูมูฟ เอช ธุรกิจทรูออนไลน์ ธุรกิจทรูวิชั่นส์ และธุรกิจทรู ดิจิทัลกรุ๊ป ซึ่งเป็นขอบเขตเดียวกับการรายงานผลการประกอบการด้านการเงินประจำปี 2563 ของบริษัทฯ ทั้งนี้ สามารถอ้างอิงข้อมูลได้จากรายงานประจำปีและจากเว็บไซต์ <http://investor-th.truecorp.co.th/home.html>

การรับรองจากหน่วยงานภายนอก

เนื้อหาของรายงานฉบับนี้ได้รับการทวนสอบตัวชี้วัดที่สำคัญ โดยผู้ตรวจสอบอิสระภายนอกที่ได้ทำการประเมินความน่าเชื่อถือของชุดข้อมูล (สามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ภาคผนวกของรายงาน)

ช่องทางการติดต่อ

บริษัทฯ ยินดีรับฟังข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อนำข้อคิดเห็นมาบูรณาการเข้ากับกระบวนการดำเนินงานและส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนร่วมกันกับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน โดยท่านสามารถติดต่อตามช่องทาง ดังนี้

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ : **Strategy & Sustainable Development**

บริษัท TRUE 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 โลฟส์โตล์ ที่ให้บริการนวัตกรรมเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคมครบวงจรรายเดียวในประเทศไทย ทั้งโทรศัพท์เคลื่อนที่ บรอดแบนด์อินเทอร์เน็ตโทรทัศน์ คอนเทนต์ รวมถึงบริการด้านดิจิทัลอื่นๆ ที่มีเป้าหมายเพื่อผลักดันให้คนไทยเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร สารความบันเทิงที่เป็นประโยชน์ และเชื่อมโยงทุกการสื่อสารให้เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลาด้วยการมอบสินค้าคุณภาพสูง และนำเสนอบริการที่ตอบสนองกับการใช้ชีวิตที่แตกต่าง โดยกลุ่มทรู พร้อมสนับสนุนให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศที่กำลังเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมดิจิทัล และเตรียมรับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคต

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2533 ในชื่อบริษัท เทเลคอม เอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (Telecom Asia Corporation) เปลี่ยนสถานะเป็นบริษัทมหาชน โดยจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อเดือน

ธันวาคม 2536 ภายใต้ชื่อบริษัท เทเลคอม เอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “TA” และในเดือนเมษายน 2547 ได้มีการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กรครั้งใหญ่ ภายใต้แบรนด์ทรูและเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “TRUE” ดำเนินธุรกิจมากกว่า 30 ปี มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร

กลุ่มทรู แบ่งธุรกิจหลักออกเป็น 4 กลุ่มประกอบด้วย ทรูมูฟเอช ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่อันดับที่ 2 ของประเทศ ที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศผ่านคลื่นความถี่ครบถ้วน ทรูออนไลน์ ผู้นำด้านบริการบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ต และ WiFi ด้วยโครงข่ายไฟเบอร์คุณภาพสูง ทรูวิชั่นส์ ผู้นำการให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกและบริการในระบบ HD ทั่วประเทศ และทรู ดิจิทัล กรุ๊ป ผู้นำด้านดิจิทัลแพลตฟอร์ม ที่เน้นการพัฒนา นวัตกรรมและการนำเสนอโซลูชันผ่านเทคโนโลยีล้ำสมัย

วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำด้านโครงสร้างพื้นฐานระบบเทคโนโลยีดิจิทัลที่เชื่อมโยงผู้คน องค์กร เศรษฐกิจ สังคมเข้าด้วยกันและร่วมกันสร้างคุณค่าที่เกื้อหนุนชีวิต

พันธกิจ

- สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เชื่อมโยงครอบครัว ธุรกิจ และทุกคนในสังคม เพื่อร่วมแบ่งปัน และมอบคุณค่าที่ดี มุ่งมั่นสู่การสร้างคุณค่าที่เกื้อหนุนของชีวิตร่วมกัน
- มุ่งมั่นแสวงหาโอกาสใหม่ๆ พร้อมสร้างประโยชน์แก่สังคมไทยและสังคมโลก ด้วยความมุ่งมั่น สร้างสรรค์คุณค่า ให้แก่ผู้ถือหุ้น ลูกค้า องค์กร และพนักงาน

คำความเป็นทรู



CARING เอาใจใส่

CREDIBLE เชื่อถือได้

CREATIVE สร้างสรรค์

COURAGEOUS กล้าคิดกล้าทำ

“กลุ่มเทอไอส์ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มของทรู เป็นการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด ช่วยสร้างและ แบ่งปันคุณค่า”

“มุ่งมั่นดำเนินงานธุรกิจภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความซื่อสัตย์ สร้างความน่าเชื่อถือ และเป็นหัวใจของสังคม”

“สร้างสรรค์การเรียนรู้ของสังคมด้วยเนื้อหาสาระในแบบดิจิทัลที่มีประโยชน์ต่อสังคม และพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เยี่ยมด้วยคุณภาพอย่างต่อเนื่อง”

“ปฏิบัติงานด้วยความถูกต้องและดีต่อดังโดยเห็นแก่ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง”

กลุ่มทรู ดำเนินธุรกิจที่เตรียมพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและมุ่ง แสวงหาโอกาสทางธุรกิจด้วยการพัฒนานวัตกรรมต่างๆ เพื่อเป็นพื้นฐานให้เกิด

การพัฒนาสิ่งใหม่ๆ ขึ้นในสังคมไทยทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบในอนาคตตลอดห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มทรู

ห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มทรู



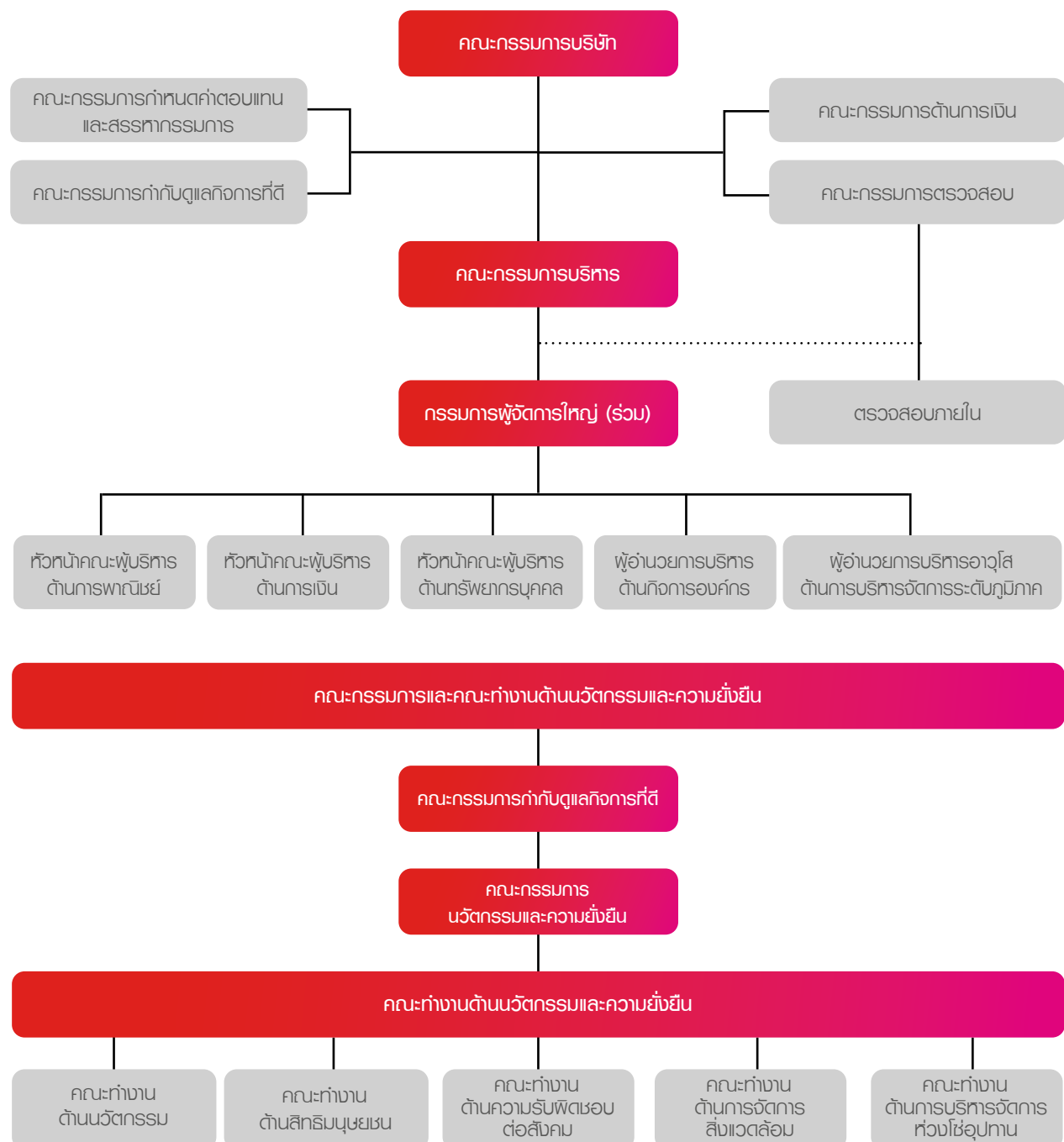
การกำกับดูแลและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน

(GRI 102-19, 102-20, 102-23, 102-29, 102-31, 102-32, 103-2)

กลุ่มทรู ในฐานะผู้นำธุรกิจโทรคมนาคมและสื่อดิจิทัลของประเทศ นอกจากบทบาทในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบดิจิทัลให้ครอบคลุมทุกพื้นที่และทุกกลุ่มประชากร เพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลความรู้ รวมถึงโอกาสทางเศรษฐกิจจาก

เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม และส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจยุค 4.0 อย่างมั่นคงแล้ว บริษัทฯ ยังตระหนักถึงบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบในการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

โครงสร้างการบริหารจัดการด้านความยั่งยืน



ยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ พัฒนารอบการดำเนินงานด้านการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนสอดคล้องกับหลักการความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่ยึดมั่นในปรัชญา 3 ประโยชน์ ด้วยการสร้างสรรค์ประโยชน์แก่ประเทศชาติ สังคม และองค์กร รวมถึงยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง หลักการสากล 10 ประการแห่งสหประชาชาติ หลักการซีพีสู่ความเป็นเลิศ ตลอดจนกฎระเบียบข้อบังคับ และ

มาตรฐานสากลภายใต้การดำเนินงานอย่างสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2563 (True Sustainability Goals 2020) ภายใต้กรอบ“3H's” คือ “HEART, HEALTH, HOME” ซึ่งครอบคลุมประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน และตอบสนองผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเป็นธรรม

true SUSTAINABILITY GOALS 2020

หลักการ 3 ประโยชน์สู่ความยั่งยืน
ประเทศ | ประชาชน | บริษัท

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

10 UNGC PRINCIPLES
(17 SDGs)

ซีพี สู่ความเป็นเลิศ

กฎระเบียบข้อบังคับและมาตรฐาน

HEART



การกำกับกิจการ
ระดับคะแนน 5 (ดีเลิศ)
ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดี



สิทธิมนุษยชน
(+ข้อมูลความเป็นส่วนตัว และ ภัยคุกคามทางไซเบอร์)
100%
มีการประเมินความเสี่ยง
ด้านสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทาน



การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล
100%
พนักงานผ่านการอบรมความรู้และ
การเข้าร่วมกิจกรรมด้านความยั่งยืน



ความผูกพันและความพึงพอใจของลูกค้า
90%
คะแนนความพึงพอใจสูงสุด
ของลูกค้า (iCSAT)

HEALTH



คุณค่าทางสังคม
10,000 คน
ประมาณในกลุ่มประชากร
ได้รับการพัฒนาคุณภาพชีวิต



ความพร้อมใช้งานของเครือข่าย
น้อยกว่า 1.5 ชั่วโมง/ปี
ดัชนีระยะเวลาหยุดชะงักเฉลี่ยของเครือข่าย



ด้านการศึกษา/การเข้าถึงแหล่งเรียนรู้
4,000,000 คน
พัฒนาให้คนไทยเข้าถึงแหล่งความรู้
และข้อมูลสารสนเทศ



การบริหารจัดการนวัตกรรม
50%
มูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์ บริการ
และกระบวนการที่เกิดจากนวัตกรรม

HOME



การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
10%
ลดความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
ต่อรายได้ (เมื่อเทียบกับปี 2559*)



การบริหารจัดการน้ำ
10%
ลดการใช้น้ำต่อรายได้
(เมื่อเทียบกับปี 2559*)



การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ
6 ล้านต้น
ส่งเสริมการปลูกต้นไม้และ
แพร่ผ่าน We Grow Application



การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
อย่างมีความรับผิดชอบ
100%
คู่ค้าหลัก ได้รับการตรวจสอบประเมิน

* ปรับปีฐานจากปี 2558 เป็นปี 2559 เนื่องจากมีการปรับปรุงระบบเก็บข้อมูลในปี 2559 ส่งผลให้ขอบเขตการคำนวณเปลี่ยนแปลงจากปี 2558

การดำเนินงานเพื่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (GRI 102-12)

บริษัทฯ ได้เข้าร่วมเป็นหนึ่งในตัวแทนของภาคเอกชนที่ร่วมดำเนินการเพื่อผลักดันเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับโลก Sustainable Development Goals: SDGs ขององค์การสหประชาชาติ ที่สอดคล้องกับแนวทางข้อตกลงแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact: UN Global Compact) ในฐานะสมาชิก โดยการจัดตั้งเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย หรือ Global Compact Network Thailand (GCNT) ซึ่งเป็นเครือข่ายระดับประเทศ มีสมาชิกผู้ก่อตั้งมาจากองค์กรชั้นนำของประเทศรวม 15 องค์กร เพื่อช่วยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนภายใต้หลักสากล 10 ประการของสหประชาชาติ ครอบคลุม 4 ด้านหลักได้แก่ สิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการทุจริต เชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนระดับโลก SDGs 17 ประการ

บริษัทฯ ให้การสนับสนุนการดำเนินงานทั้ง 17 เป้าหมาย โดยมุ่งเน้นการขับเคลื่อนตามเป้าหมายหลัก 6 ประการ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยตรงและมีความเกี่ยวข้อง กับประเด็นสำคัญและเป้าหมายด้านความยั่งยืนของกลุ่มทรู



Since 2015 True Corporation Public Company Limited has been committed to the UN Global Compact corporate responsibility initiative and its principles in the areas of human rights, labour, the environment and anti-corruption.

เป้าหมายการพัฒนา SDGs กับบริษัทฯ มุ่งเน้น		ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง	เป้าหมายความยั่งยืนของกลุ่มทรู ปี 2573
3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING	การรับรองการมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคนในทุกช่วงอายุ	การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเช่น True 5G และ True Robotics เข้าไปสนับสนุนด้านการแพทย์และสุขภาพของประชาชน	25% ของยอดขายทั้งหมดมาจากผลิตภัณฑ์และบริการที่มุ่งเน้นการส่งเสริมสุขภาพและสภาวะที่ดี
4 QUALITY EDUCATION	การส่งเสริมการได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง และการส่งเสริมโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิตแก่ทุกคน	- การสร้างสังคมที่มีความเท่าเทียมและการสร้างการเข้าถึงดิจิทัลแก่ผู้ด้อยโอกาส - การเป็นพลเมืองที่ดี และการสร้างผลกระทบเชิงบวกสู่สังคม	ประชากรไทย 36 ล้านคนเข้าถึงแหล่งข้อมูลและความรู้อย่างเท่าเทียมและทั่วถึง
9 INDUSTRY INNOVATION AND INFRASTRUCTURE	การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมการปรับตัวให้เป็นอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืนและทั่วถึง รวมทั้งการสนับสนุนด้านนวัตกรรม	การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศจากเทคโนโลยีดิจิทัล	การขึ้นทะเบียนสิทธิบัตรผลงานด้านนวัตกรรม จำนวน 200 ผลงาน
10 REDUCED INEQUALITIES	การลดความเหลื่อมล้ำจากความไม่เท่าเทียมกันด้านรายได้	การส่งเสริม และพัฒนาศักยภาพและคุณภาพชีวิตกลุ่มเปราะบาง	จำนวนเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มเปราะบาง 5 แสนคนได้รับการส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้
13 CLIMATE ACTION	การดำเนินการอย่างเร่งด่วนเพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และผลกระทบที่เกิดขึ้น	- การจัดการประเด็นด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ - การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์
17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS	ความร่วมมือกับองค์กรเครือข่ายทั้งระดับประเทศและระดับโลก	กลุ่มทรู ร่วมเสริมสร้างภาคีความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรมกับหลากหลายองค์กร เพื่อสนับสนุนแผนงานระดับเครือข่ายและระดับประเทศ ให้สามารถบรรลุเป้าหมายด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนที่เปิดกว้างและเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม - เครือข่ายระดับประเทศ อาทิ สมาชิกเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย สมาคมดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กระทรวงศึกษาธิการ มูลนิธิธอสติกไทย มูลนิธิหยาไม่ห่วย มูลนิธิต่อต้านการทุจริต กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช - เครือข่ายระดับโลก อาทิ กองทุนสัตว์ป่าโลกสากล (WWF) องค์การเพื่อการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) และองค์การทุนเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ (UNICEF)	

เป้าหมายความยั่งยืนของกลุ่มทรู สปี 2573

(GRI 103-2)

ในปี 2563 บริษัทฯ ได้ดำเนินการวางแผนยุทธศาสตร์ และกำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน สปี 2573 (True Sustainability Goals 2030) เพื่อเป็นเป้าหมายด้านความยั่งยืนระยะยาวขององค์กร โดยพิจารณาจาก

- บริบทขององค์กรที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม
 - ความต้องการของสังคมและผู้มีส่วนได้เสีย
 - ความต้องการขององค์กรที่จะแสวงหาความท้าทายใหม่ๆ เพื่อรักษาความเป็นผู้นำและยกระดับความยั่งยืนของกลุ่มทรู
- ทั้งนี้ บริษัทฯ มีกระบวนการกำหนดยุทธศาสตร์ เป้าหมาย และตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนระหว่างผู้บริหารจากแต่ละหน่วยงาน เพื่อมุ่งมั่นดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนร่วมกัน

กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์และกำหนดเป้าหมายความยั่งยืน



ทบทวนยุทธศาสตร์ความยั่งยืน
สปี 2563 และวางแผนสปี 2573



วิเคราะห์แนวโน้มของโลกด้านความยั่งยืน



ศึกษาแนวทางการดำรงความเป็นผู้นำด้านความยั่งยืน



กำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนร่วมกัน



ผนึกกำลังสร้างคุณค่าด้านความยั่งยืน สปี 2573

true SUSTAINABILITY GOALS 2030

หลักการ 3 ประโยชน์สู่ความยั่งยืน ประเทศ | ประชาชน | บริษัท

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

10 UNGC PRINCIPLES
(17 SDGs)

ซีพี สู่ความเป็นเลิศ

กฎระเบียบข้อบังคับและมาตรฐาน

HEART : Living Right



การกำกับดูแลกิจการที่ดี
100%
มีการประเมินผลการกำกับ
ดูแลกิจการ



สิทธิมนุษยชน
และการปฏิบัติด้านแรงงาน
100%
มีการประเมินด้านสิทธิมนุษยชน
ขององค์กรและคู่ค้าโดยตรง
และที่มีความเสี่ยงสูงเป็นประจำ



การศึกษา
และการลดความเหลื่อมล้ำ
36 ล้านคน
สนับสนุนการศึกษาที่เท่าเทียม
และทั่วถึง ส่งเสริมการเรียนรู้
ตลอดชีวิต และส่งเสริมทักษะใหม่



การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล
100%
พนักงานทุกคนได้รับการอบรม
และมีส่วนร่วมในโครงการ
ด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี



ความปลอดภัยทางไซเบอร์
และการปกป้องข้อมูล ***NEW**
100%
ได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล
ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์
และการปกป้องข้อมูล

HEALTH : Living Well



สุขภาพและสุขภาวะที่ดี
25%
ยอดขายทั้งหมดมาจากผลิตภัณฑ์
และการบริการที่มุ่งเน้นส่งเสริม
สุขภาพและสุขภาวะที่ดี



คุณค่าทางสังคม
500,000 คน
สร้างงานและส่งเสริมรายได้ให้แก่
เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย
และกลุ่มเปราะบางตลอดห่วงโซ่อุปทาน



นวัตกรรม
200 สิทธิบัตร
เพิ่มจำนวนการยื่นทะเบียนสิทธิบัตร



การสร้างความผูกพัน
กับผู้มีส่วนได้เสีย
80%
มีการปรับปรุงผลสำรวจความผูกพัน
ของผู้มีส่วนได้เสียหลัก เทียบกับ
ปีก่อนหน้าอย่างต่อเนื่อง



ความพร้อมใช้งานของเครือข่าย
น้อยกว่า **0.10 ชั่วโมง/ปี**
ต้นปีระยะเวลาหยุดชะงักเฉลี่ย
ของเครือข่าย

HOME : Living Together



การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง
สภาพภูมิอากาศ
Net Zero
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก
ทางตรงและทางอ้อม (Scope 1
และ Scope 2) สุทธิเป็นศูนย์



ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน ***NEW**
100%
ปริมาณ E-WASTE ที่นำไปฝังกลบ
เป็นศูนย์ และบรรลุเกินครึ่งที่สามารถ
นำกลับมาใช้ใหม่หรือย่อยสลายได้



การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ
20%
ลดปริมาณการใช้น้ำมาใช้
ต่อหน่วยรายได้
เทียบกับปีฐาน 2563



การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
อย่างรับผิดชอบ
100%
การตรวจประเมินคู่ค้า
ที่มีความเสี่ยงสูง

การสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

(GRI 102-21, 102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 413-1)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย 6 กลุ่ม ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน พันธมิตรทางธุรกิจและคู่ค้า ผู้ถือหุ้นและเจ้าหนี้ หน่วยงานของรัฐ ชุมชนและสังคม โดยเคารพสิทธิและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นธรรม รับฟังความคิดเห็นสร้างความเข้าใจ และความเชื่อมั่น เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างยั่งยืน และรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มผ่านการดำเนินนโยบายการสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement Policy) มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อเป็นแนวทางและช่องทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และทัศนคติของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม และตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสม

ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท



ลูกค้า

คุณสุภา พัฒนศักดิ์

ชาวบ้าน หมู่ 7 ตำบล หมู่สี่
อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

“ชุมชนมีเสาหลักอยู่ตรงกลางในพื้นที่ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับชุมชนทั้งด้านสัญญาณที่มีคุณภาพและความปลอดภัย ควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการให้ความรู้เรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตใช้งานด้านแอปพลิเคชัน นำเทคโนโลยีมาใช้ในชีวิตประจำวันให้เหมาะสม”



ชุมชนและสังคม

คุณรายา ปัญจมานนท์

ผู้อำนวยการโรงเรียนเนินจำปา
จังหวัดจันทบุรี

“กลุ่มทรู มีการพัฒนาและปรับปรุงระบบสัญญาณเป็นผู้นำ 5G มีสินค้าและบริการที่มีความหลากหลาย จากสถานการณ์โควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษา หากบริษัทฯ นำเทคโนโลยี เช่น VROOM, VLEARN ไปขยายผลทั่วประเทศ จะสร้างความสัมพันธ์และความเชื่อมั่นให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน”



พนักงาน

คุณธนชัย อยู่สมบุญ

Senior Marketing Executive
Brand Communication & Media Management
บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

“อยากให้บริษัทเลือกสรรเทคโนโลยีที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงชุมชน จัดกิจกรรมแนะนำการใช้งานแอปพลิเคชันต่างๆ ให้กับลูกค้าและชุมชน ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน”



ผู้ถือหุ้น

คุณนันทมนัส เปี่ยมทิพย์มโน

Chief Investment Officer
บริษัทหลักทรัพย์ไทยพาณิชย์ SCBAM

“ในฐานะผู้จัดการกองทุนฯ สิ่งสำคัญที่สุดคือการสร้างผลตอบแทนที่ดีแก่ผู้ถือหุ้นรายละในระยะเวลา ซึ่งกลุ่มทรูมีแนวคิดการทำธุรกิจอย่างรับผิดชอบและมุ่งเน้นการเติบโตไปพร้อมกับพันธมิตรทางธุรกิจ ชุมชน และสิ่งแวดล้อม จึงทำให้ธุรกิจมีความโดดเด่นและน่าจะสร้างผลตอบแทนการลงทุนที่ยั่งยืนได้ในระยะยาวได้”



พันธมิตรทางธุรกิจ

คุณสกว ภัทรดิลก

Director of Operation True shop
บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)

“กลุ่มทรู ต้องเป็นผู้นำในการริเริ่มสร้างสรรค์และสร้างแนวทางการดำเนินธุรกิจของตัวเอง และต้องไม่เป็นผู้ตามบริษัทอื่น ทรู ควรมีช่องทางการรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อสะท้อนความคิดเห็น และเกิดการพัฒนาทางธุรกิจร่วมกันต่อไป”



หน่วยงานรัฐ

คุณชัยรัตน์ ทองจับ

ผู้อำนวยการสำนักอนุญาตวิทยุคมนาคม
สำนักงาน กสทช.

“กลุ่มทรูจะยั่งยืนได้ จะต้องประกอบกิจการธุรกิจบนพื้นฐานของความเป็นธรรม และซื่อสัตย์ต่อลูกค้า และรวมถึงการประกอบกิจการภายใต้หลักธรรมาภิบาล”

จากการแบ่งผู้มีส่วนได้เสียออกเป็น 6 กลุ่ม บริษัทฯ ตอบสนองความคาดหวัง และเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางต่างๆ และนำข้อคิดเห็นและประเด็นสำคัญมาพิจารณาปรับปรุงการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียต่อไป

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองของบริษัทฯ	ช่องทางการมีส่วนร่วม
ลูกค้า	- สินค้าและบริการที่ดี ราคาที่เหมาะสม - ส่งมอบตรงตามเวลาที่กำหนด - บริการหลังการขายที่มีคุณภาพ - ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว - ข้อมูลสินค้าถูกต้องชัดเจน - ผลิตภัณฑ์ใส่ใจสิ่งแวดล้อม	- บริการที่ดีและมีความรับผิดชอบ - ส่งมอบสินค้าคุณภาพและตรงเวลา - พัฒนาระบบจัดเก็บและรักษาข้อมูลความลับของลูกค้าในระดับมาตรฐานสากล - มอบประสบการณ์ที่ดีและบริการที่เท่าเทียม - รับผิดชอบต่อสินค้าและบริการใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้	- ศูนย์บริการลูกค้า - การติดต่อกับลูกค้าโดยตรง - สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล - การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ารายปี - ข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน
พนักงาน	- สวัสดิการและค่าตอบแทนที่ดี - ความมั่นคงและความก้าวหน้า - การพัฒนาความรู้ความสามารถ - การมีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็น - สนับสนุนอุปกรณ์สำนักงานและเทคโนโลยีที่ทันสมัย เหมาะกับสถานการณ์ปัจจุบัน	- ผลตอบแทนที่ดีและสวัสดิการที่เหมาะสมให้โอกาสเลื่อนขั้น โบนัส - ประเมินผลงานเป็นธรรมและเท่าเทียม - จัดหลักสูตรอบรมตรงตามความต้องการต่อการเปลี่ยนแปลง - นำความเห็นข้อเสนอแนะมาปรับปรุง - สนับสนุนการทำงานแบบ Work from Anywhere	- การประชุมประกาศวิสัยทัศน์ประจำปี - สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล - รายงานประจำปี/รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (เว็บไซต์) - ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน - การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (ปีละ 1 ครั้ง)
พันธมิตรทางธุรกิจและคู่ค้า	- ความเสมอภาคในการทำธุรกิจ - ทำธุรกิจด้วยความโปร่งใส - พัฒนาและเติบโตไปด้วยกัน - ชำระเงินตรงตามเวลาและครบถ้วน - การมีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็น	- การแข่งขันที่เป็นธรรมและโปร่งใส - สัญญาซื้อขายที่โปร่งใสและเป็นธรรม - จัดหลักสูตรอบรมเพิ่มศักยภาพ - ชำระเงินตรงตามเวลาและมูลค่าตามที่กำหนด - เก็บรักษาข้อมูลคู่ค้า - นำความเห็นข้อเสนอแนะมาปรับปรุง	- ประชุมประจำปี - จัดอบรมความรู้แก่คู่ค้า และกิจกรรมอื่นๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทและพันธมิตรทางธุรกิจ - สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล - ข้อเสนอแนะ หรือ ข้อร้องเรียน - รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (เว็บไซต์)
ผู้ถือหุ้นและเจ้าหนี้	- กิจการเติบโต มั่นคง มีผลกำไร - การกำกับดูแลกิจการที่ดี - บริหารจัดการด้วยความโปร่งใส - กลยุทธ์การบริหารที่ดีสร้างโอกาสในความท้าทาย - การบริหารจัดการความเสี่ยง - ข้อมูลการเงินที่ถูกต้อง - ชำระเงินตรงตามเวลาและครบถ้วน	- ทำธุรกิจโปร่งใส ยึดมั่นธรรมาภิบาล - การกำกับดูแลกิจการที่ดี - บริหารจัดการที่ดีสร้างความเชื่อมั่นมอบผลตอบแทนสูงสุด เปิดเผยข้อมูลด้วยความโปร่งใสต่อเนื่องและครบถ้วน ทำตามเงื่อนไขสัญญาภายใต้หลักเกณฑ์และกฎหมาย - ให้ข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้องครบถ้วน - ชำระหนี้ตรงเวลาและดูแลคุณภาพของหลักทรัพย์ค้ำประกัน	- ประชุมชี้แจงนักลงทุนประจำไตรมาส - รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (เว็บไซต์) - สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล - ข้อเสนอแนะ หรือ ข้อร้องเรียน
หน่วยงานของรัฐ	- ประกอบกิจการธุรกิจบนพื้นฐานของความ เป็นธรรมและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า และรวมถึงการประกอบกิจการภายใต้หลักธรรมาภิบาล - การแข่งขันที่เป็นธรรมและเท่าเทียม - ให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ - จัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ	- ทำธุรกิจอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และไม่ขัดต่อกฎหมาย - เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส - กำกับดูแลกิจการตามกฎหมาย - บริหารจัดการด้วยคุณภาพสร้างให้เกิดความเชื่อมั่น - ให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ	- รับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นสม่ำเสมอ - จัดกิจกรรมร่วมกับภาครัฐ - สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล
ชุมชนและสังคม	- ให้ความสำคัญต่อเสียงสะท้อนของชุมชน และเจ้าของที่ดินให้เข้าติดตั้งเสาสัญญาณ และการนำเทคโนโลยีมาใช้ในชีวิตประจำวัน - ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย - ข้อร้องเรียนได้รับการดูแลอย่างเป็นธรรม - ส่งเสริมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน	- จัดกิจกรรมส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี เช่น แอปพลิเคชัน VROOM, VLEARN, True Money Wallet ไปขยายผลทั่วประเทศ - ประสานความร่วมมือตอบสนองความต้องการอย่างมีระบบ - สร้างการยอมรับ เป็นหนึ่งเดียวกับชุมชน - สนับสนุนให้เกิดการสร้างงานและรายได้ในชุมชน	- รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (เว็บไซต์) - สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล - ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน - จัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

(GRI 102-2, 102-15, 102-32, 102-46, 102-47, 102-54, 103-1)

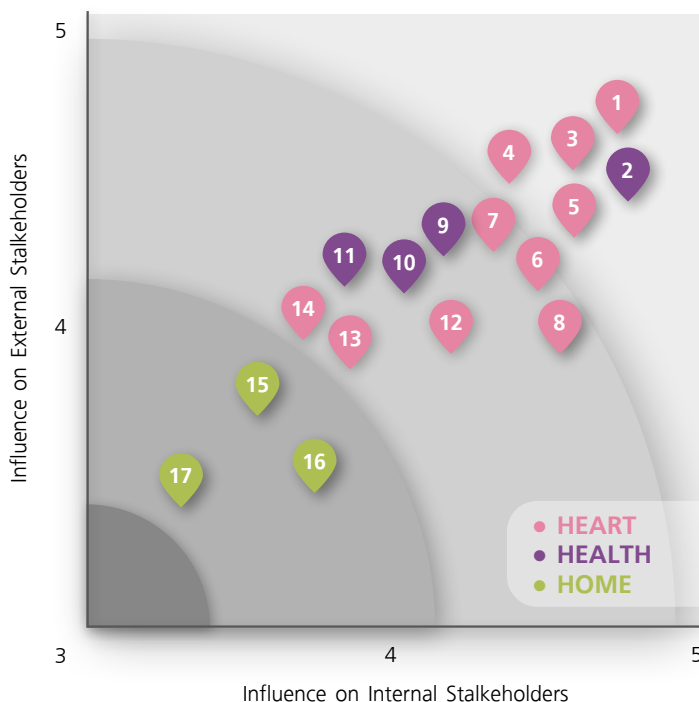
กลุ่มทรู ทำการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตามความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก เพื่อระบุและจัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืนต่างๆ

เป็นประจำทุกปี โดยคำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญ ขยายผลเพื่อสื่อสารผลการดำเนินงานในประเด็นสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 6 กลุ่มของบริษัทฯ โดยประยุกต์ใช้หลักการประเมินประเด็นสำคัญต่อความยั่งยืน (Materiality Assessment) ของ GRI Standard ใน 4 ขั้นตอน



ผลการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

TRUE Materiality 2020



1. ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์
2. คุณภาพและความครอบคลุมของเครือข่าย
3. การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
4. การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ
5. การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต
6. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์
7. ผลประกอบการและความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ
8. สุขภาพ สุขภาวะ และความปลอดภัยของพนักงาน
9. การบริหารจัดการนวัตกรรม
10. การรับผิดชอบต่อสังคม
11. การกระจายโอกาสในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการศึกษา
12. การปฏิบัติงานด้านแรงงาน
13. การสรรหาและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
14. การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน
15. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม
16. การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
17. การบริหารจัดการน้ำและของเสีย

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและขอบเขตผลกระทบ

ส่วนของ รายงาน	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องและขอบเขตผลกระทบ					
		ภายใน พนักงาน	ภายนอก				
			ลูกค้า	พันธมิตร ทางธุรกิจ	ผู้ถือหุ้น และเจ้าหนี้	หน่วยงาน ของรัฐ	ชุมชนและ สังคม
HEART มุ่งเน้นการริเริ่มจากหัวใจ	ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	การบริหารจัดการความเสี่ยงและสภาวะวิกฤต	✓	✓	✓	✓	✓	NA
	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	✓	✓	✓	NA	✓	✓
	ผลประกอบการและความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ	✓	✓	✓	✓	NA	NA
	สุขภาพ สุขภาวะ และความปลอดภัยของพนักงาน	✓	✓	✓	NA	NA	NA
	การปฏิบัติด้านแรงงาน	✓	✓	✓	NA	✓	NA
	การสรรหาและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	✓	✓	✓	NA	✓	✓
	การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน	✓	✓	✓	✓	✓	✓
HEALTH มุ่งเน้นสร้างสังคมยั่งยืน	คุณภาพและความครอบคลุมของเครือข่าย	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	การบริหารจัดการนวัตกรรม	✓	✓	✓	NA	✓	✓
	การรับฟังความคิดเห็น	✓	✓	✓	NA	✓	✓
	การกระจายโอกาสในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการศึกษา	✓	✓	✓	NA	✓	✓
HOME มุ่งเน้นเพื่อสิ่งแวดล้อมยั่งยืน	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ	✓	✓	✓	NA	NA	✓
	การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	✓	✓	✓	NA	NA	✓
	การบริหารจัดการน้ำและของเสีย	✓	✓	✓	NA	✓	✓

NA = Not Applicable



HEART

มุ่งมั่นทำธุรกิจ
ด้วยใจที่ยั่งยืน

“ทำธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อ
บนพื้นฐานการกำกับกิจการที่ดี โปร่งใส
และเป็นธรรม เคารพสิทธิมนุษยชน”



ผลประกอบการและความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ

(GRI 102-15, 103-1, 103-2, 103-3, 201-1)

แนวทางการบริหารจัดการ

กลุ่มทรู ในฐานะผู้นำโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล มุ่งเน้นการขับเคลื่อนสังคมเข้าสู่โลกยุคดิจิทัล ด้วยการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีอัจฉริยะ พร้อมมุ่งมั่นในการเพิ่ม Productivity และความครบวงจรของระบบนิเวศดิจิทัลของกลุ่มทรู ที่ไม่เพียงสร้างความผูกพันตอบโจทย์ความต้องการลูกค้าได้เป็นอย่างดีแล้ว ยังมีศักยภาพการเติบโตที่สูงมากของธุรกิจดิจิทัล หรือ New S-Curve ที่มีความพร้อมในการขายและให้บริการด้านดิจิทัลที่มากยิ่งขึ้น อันเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรให้กับกลุ่มทรู ได้อย่างยั่งยืน

บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาเครือข่ายและบริการที่มีคุณภาพสูงให้แก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องด้วยเทคโนโลยีล้ำสมัยที่เพิ่มความสะดวกและสร้างประสบการณ์ที่เหนือกว่า ซึ่งการเปิดตัวเทคโนโลยี 5G ในประเทศไทยปี 2563 นับเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสม ในการช่วยพัฒนาสังคมและนำพาประเทศเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ โดยกลุ่มทรู ยินดีเป็นอย่างยิ่งที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในแรงขับเคลื่อนนี้ พร้อมกันนี้ ยังมุ่งเพิ่มการขายและบริการไปในช่องทางอีคอมเมิร์ซและช่องทางดิจิทัลมากยิ่งขึ้น ทั้งเว็บไซต์ บริการทรูโอเอเซอร์วิส ออฟฟิเชียลโมบายแอปเคาท์ พร้อมนวัตกรรมมะลิแชทบอต เพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า รวมทั้งมีแพลตฟอร์มพันธมิตรอย่าง WeMail ทรูมันนี่ และพันธมิตรร้านค้าออนไลน์อื่นๆ มาช่วยเสริมให้กลุ่มทรู สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การดำเนินงานในปี 2563

ในปี 2563 แม้ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 และสภาพเศรษฐกิจในประเทศที่ทำให้กำลังซื้อชะลอตัว รวมทั้งรายได้ที่หายไปจากนักท่องเที่ยว บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นในการบริหารค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

- ทรูมูฟ เอช ขยายฐานลูกค้ารายเดือนอย่างต่อเนื่อง และเดินทางให้ความสำคัญกับคุณภาพโครงข่ายการบริการที่ครอบคลุมพร้อมเพิ่มมูลค่าผ่านคอนเทนต์คุณภาพที่ตรงตามความต้องการ และไลฟ์สไตล์ของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการเปิดตัวเทคโนโลยี 5G อย่างเป็นทางการ ตลอดจนแนวโน้มนการใช้งานและดีไวซ์ 5G ที่โมเด็มพรีเมียมจะออกสู่ตลาดมากขึ้น

- ทรูออนไลน์ ตอกย้ำความเป็นผู้นำตลาดบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ตอันดับ 1 ของไทย ด้วยการยกระดับประสบการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ตของลูกค้า ด้วยนวัตกรรมสินค้าและบริการคุณภาพสูงเป็นกลยุทธ์หลักที่ ทรูออนไลน์ มุ่งเน้นอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การนำเสนอ True Gigatex Fiber Router และ Mesh WiFi นวัตกรรมเทคโนโลยี Band Steering ใหม่ล่าสุดที่รวมคลื่น WiFi ทุกความถี่เป็นหนึ่งเดียว พร้อมเลือกรับสัญญาณที่ดีที่สุดให้อัตโนมัติ การเพิ่มความเร็วอินเทอร์เน็ตให้ตรงตามการใช้งานของลูกค้าและการอัปเดตบริการด้วยสิทธิประโยชน์จากทรูการ์ด

- ทรูวิชั่นส์ มุ่งเน้นด้านออนไลน์มากยิ่งขึ้น นำเสนอแพ็คเกจแบบ A-la-Carte ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มได้ตรงจุด ตลอดจนรายได้จากเครือข่าย Influencer หรือผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ที่สูงขึ้น

กรอบการบริหารและกลยุทธ์ธุรกิจ

สำหรับโครงสร้างการบริหารจัดการ มีคณะกรรมการการจัดการ (Management Committee) ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและทิศทางในการดำเนินงาน อนุมัติการดำเนินโครงการ ให้ข้อเสนอแนะต่างๆ และอนุมัติงบประมาณค่าใช้จ่าย ตลอดจนพิจารณาและให้แนวทางการดำเนินงานแก่คณะกรรมการชุดต่างๆ เพื่อความเหมาะสมในการบริหาร และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน



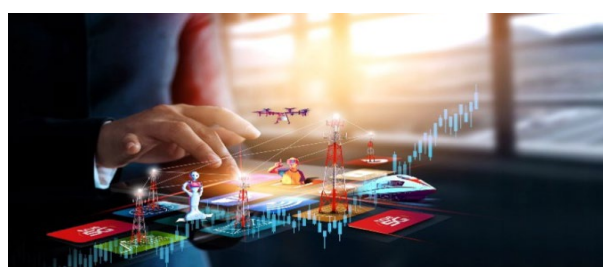
- ทรูโอดี เติบโตอย่างต่อเนื่อง มียอดจำนวนการซื้อคอนเทนต์สูงขึ้น โดยการถ่ายทอดการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ยังคงเป็นหนึ่งในคอนเทนต์หลักที่สามารถดึงดูดให้มีผู้ใช้งานทรูโอดีมากขึ้น สำหรับแพลตฟอร์มดิจิทัลบนจอโทรทัศน์อย่างกล่องทรูโอดี ทีวี ก็เติบโตต่อเนื่องเช่นกัน

- ในส่วนของลูกค้าองค์กร กลุ่มธุรกิจดิจิทัลโซลูชันมีการเพิ่มจำนวนอุปกรณ์เซ็นเซอร์ IoT ที่เชื่อมต่อและใช้บริการในกลุ่มเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตร โดยได้เปิดตัวโซลูชัน True Digital Smart Crop ที่ช่วยให้เกษตรกรสามารถบริหารจัดการและเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยเครื่องมือวิเคราะห์ที่เชื่อมต่อกันทั้งระบบ เช่น Smart drone ที่สามารถเชื่อมต่อกับระบบวิเคราะห์ภาพจากดาวเทียม ซึ่งช่วยให้เกษตรกรสามารถคาดการณ์สภาพอากาศ วางแผนรับมือเพื่อหลีกเลี่ยงความเสียหายจากภัยธรรมชาติ และได้รับข้อมูลเชิงลึกที่สามารถช่วยปรับลดค่าใช้จ่ายได้ ในขณะที่กลุ่มเทคโนโลยีการจัดการอาคาร ได้ร่วมมือกับธุรกิจบริหารจัดการอาคารพาณิชย์ชั้นนำ เพื่อทดสอบระบบ Property Integration System ที่ช่วยให้ผู้ดูแลสามารถจัดการการใช้งานพื้นที่ในบริเวณส่วนกลางทั้งในเชิงป้องกันและเชิงรุกได้ สำหรับตลาดผู้บริโภค ได้นำเสนอโซลูชัน Smart Living ต่างๆ เช่น Home Center application, Home IoT sensors และอุปกรณ์ Homecare อื่นๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถบริหารจัดการอุปกรณ์สาธารณูปโภคต่างๆ ภายในบ้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

ผลประโยชน์ (ล้านบาท)	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
รายได้จากการให้บริการโทรคมนาคมและเครือข่าย	97,025	101,788	105,807	107,240
รายได้จากการให้บริการหลักและบริการอื่น	117,624	119,138	120,926	121,326
รายได้รวม	141,290	161,820	140,943	138,212
กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย (EBITDA)	39,912	56,001	33,850	52,654
กำไรจากการดำเนินงาน	6,440	22,408	7,104	10,646
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ สำหรับส่วนที่เป็นของบริษัท	551	7,035	5,637	1,048

ฐานลูกค้า ปี 2563	ล้านราย
true move	30.6
true online	4.2
true visions	3.9
true ID	1.12



ก้าวต่อไปในปี 2564

กลุ่มทรู คาดว่าธุรกิจโทรคมนาคมหลักจะเติบโตต่อเนื่อง พร้อมกับการฟื้นตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในขณะที่ธุรกิจดิจิทัลจะเป็นแรงขับเคลื่อนการเติบโตอย่างแข็งแกร่ง ด้วยศักยภาพการเติบโตที่สูงของกลุ่มอุตสาหกรรม New S-curve หนุนโดยแพลตฟอร์มและระบบนิเวศดิจิทัลที่ครบวงจรของกลุ่มทรู

ทรูมูฟ เอช มีจุดเด่นด้าน 5G และเครือข่ายคุณภาพสูงที่ผสมผสานจุดแข็งของย่านความถี่ที่ครอบคลุมครบทั้ง 7 ย่าน ทั้งย่านความถี่สูง กลาง และต่ำ จะช่วยส่งเสริมการเติบโตของรายได้จากกลุ่มลูกค้าระดับบน ขณะที่การวิเคราะห์ข้อมูล (Analytics) จะช่วยเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงลูกค้า ตลอดจนขยายตลาดให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายภายใต้กลุ่มทรู

ทรูออนไลน์ มุ่งรักษาความเป็นผู้นำบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ต ด้วยบริการไฟเบอร์คุณภาพสูงและจะนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะนวัตกรรมทีวีและการผสมผสาน TrueID TV เพื่อตอบโจทย์ความต้องการเชื่อมต่อบรอดแบนด์ที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งในกลุ่มลูกค้าทั่วไปและลูกค้าธุรกิจ หนุนโดยไลฟ์สไตล์ตามวิถีปกติใหม่หรือนิวนอร์มอล ในขณะเดียวกัน แพลตฟอร์มผสมผสานโซลูชันคลาวด์ของกลุ่มทรู “True Virtual World” สามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนแปลงสู่การทำงานจากบ้าน เรียนออนไลน์และรับชมความบันเทิงในทุกสถานที่ได้เป็นอย่างดี

ทรูวิชั่นส์ ก็จะมีแผนพัฒนาสู่ช่องทางดิจิทัลและนำเสนอแพ็คเกจออนไลน์ตามความต้องการของลูกค้าอย่างตรงจุดเพื่อสร้างการเติบโตต่อไป

ทรู ดิจิทัล กรุ๊ป พร้อมเร่งการเติบโตในยุคดิจิทัลที่ผู้บริโภคต้องการการตอบสนองอย่างตรงจุดมากขึ้นด้วยระบบนิเวศที่แข็งแกร่งทั้งแพลตฟอร์มและโซลูชันดิจิทัล ตลอดจนจุดแข็งด้านเทคโนโลยีล้ำสมัย ทั้ง Artificial Intelligence Big Data Blockchain Cloud

Internet of Things (IoT) Robotics และ Cyber Security โดยแพลตฟอร์มดิจิทัล ทรูโอที สามารถตอบสนองไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคได้อย่างตรงจุดด้วยบริการที่ครอบคลุม ทั้งคอนเทนต์ดิจิทัลคุณภาพ การติดต่อสื่อสาร สังคมออนไลน์และการพาณิชย์ ตลอดจนแพลตฟอร์มสิทธิประโยชน์ที่ตอบโจทย์รายบุคคล ธุรกิจออนไลน์ สเตชัน ผู้นำเครือข่ายออนไลน์เกมมิ่งและแพลตฟอร์มดิจิทัลบันเทิง จะช่วยต่อยอดการเติบโตในอุตสาหกรรมเกมในประเทศไทย พร้อมเดินทางขยายความร่วมมือกับพาร์ทเนอร์เพื่อสร้างศักยภาพการเติบโตให้กับกลุ่มธุรกิจการวิเคราะห์ข้อมูล โซลูชันดิจิทัลและ IoT ในหลากหลายอุตสาหกรรม

สิ่งเหล่านี้ ร่วมกับการเพิ่มมูลค่าผ่านสิทธิประโยชน์ ความร่วมมือกับพาร์ทเนอร์ด้านช่องทางการขายและจัดจำหน่ายซึ่งมีเครือข่ายอยู่ทั่วประเทศ การปรับสู่ช่องทางการทำตลาดรูปแบบใหม่ทั้งดิจิทัล ออนไลน์และ self-service ทั้งทรูโอที ทรูเอเซอร์วิส บริการมะลิ ร้านค้าออนไลน์ True Store และ Wemall จะช่วยเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า ตลอดจนส่งเสริมให้กลุ่มทรูสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อันจะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสร้างการเติบโตอย่างแข็งแกร่งให้กับกลุ่มทรูในปีนี้ได้

พร้อมกันนี้ กลุ่มทรูยังมุ่งเพิ่มความสามารถในการทำกำไรอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการเพิ่ม Productivity และปรับปรุงโครงสร้างต้นทุนอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นการเติบโตของกลุ่มลูกค้าคุณภาพ การทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์และดิจิทัล การเพิ่ม Productivity พนักงาน การมุ่งสร้างผลตอบแทนของการลงทุนด้านโครงข่ายและคอนเทนต์อย่างมีประสิทธิภาพ และการเดินทางเป็นองค์กรดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ พัฒนาระบบการดิจิทัลและลดการใช้กระดาษมากยิ่งขึ้น เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการให้บริการของลูกค้าต่อไป

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

(GRI 102-12, 102-13, 102-16, 102-17, 102-18, 102-19, 103-1, 103-2, 103-3, 205-2, 205-3)

เป้าหมายปี 2563

- ผลการดำเนินการด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ระดับดีเลิศ
- **100%** พนักงานรับทราบและทำแบบทดสอบความรู้ ประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน ผ่านทุกข้อ



ผลการดำเนินงานปี 2563

- ผลการดำเนินการด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ระดับดีเลิศ
- **100%** พนักงานรับทราบและทำแบบทดสอบความรู้ ประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน ผ่านทุกข้อ



แนวทางการบริหารจัดการ

การกำกับดูแลกิจการที่ดี การกำกับการปฏิบัติตามประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน รวมถึงการต่อต้านการคอร์รัปชัน ถือเป็นประเด็นหนึ่งที่ผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ให้ความสำคัญ และเป็นประเด็นที่ทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคประชาสังคม และนักลงทุนต่างคาดหวังให้มีการบริหาร

จัดการตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ซึ่งมีความโปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ และมีการเปิดเผยต่อสาธารณะซึ่งบริษัทฯ ก็ตระหนักและให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทั้ง 3 ประเด็น ดังนี้

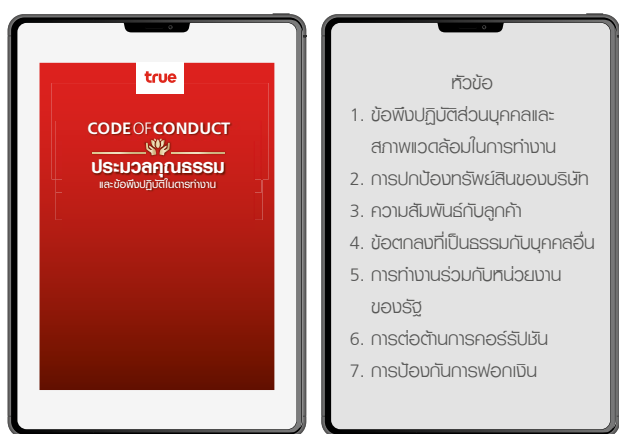
การกำกับดูแลกิจการที่ดี	การกำกับการปฏิบัติตามประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน	การต่อต้านการคอร์รัปชัน
• กลุ่มกรู กำหนดให้ปี “นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี” และทบทวนเพื่อปรับปรุงนโยบายดังกล่าวเป็นระยะๆ อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2545 เป็นต้นมา	• บริษัทฯ ยึดถือ “ประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน” (Code of Conduct) เป็นแนวทางให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนยึดถือและปฏิบัติอย่างเคร่งครัด และใช้เป็นกรอบในการดำเนินธุรกิจขององค์กรกิจการร่วมค้า และคู่ค้า	• บริษัทฯ จัดทำ “มาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน” พร้อมกำหนดให้คณะกรรมการ พูบริหาร และพนักงานทุกคนมีหน้าที่ปฏิบัติตาม และต้องสนับสนุนการต่อต้านการคอร์รัปชันทุกรูปแบบทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างเคร่งครัด
 นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี	 ประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน	 มาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน
• มีการแต่งตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี ที่มีบทบาทและหน้าที่ชัดเจนอย่างอิสระในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับธรรมาภิบาล การลงทุน การวางแผนองค์กร บัญชีการเงิน รวมถึงควบคุมและแนะนำประเด็นสำคัญเชิงกลยุทธ์ และการบริหารจัดการตามวิสัยทัศน์ภารกิจ และค่านิยมหลักขององค์กร	• จัดทำแบบทดสอบประมวลคุณธรรมและจริยธรรมในการทำงานประจำปีออนไลน์ที่เข้าถึงง่ายและดูใจ ซึ่งพนักงานทุกคนต้องผ่านการทดสอบด้วยคะแนนเต็ม 100	• ประกาศเจตนาธรรมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และได้รับการรับรองในการเป็นสมาชิกของ “แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต” ตั้งแต่ ปี 2560 โดยมุ่งเน้นที่จะปฏิบัติตามกฎหมายของประเทศไทยในการต่อต้านการคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด

การดำเนินงานด้านการปฏิบัติตามประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน

- จัดการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ และ e-Learning ทั่วประเทศ ให้แก่พนักงานขาย พนักงานดูแลลูกค้าที่ทรูซ้อป พนักงานดูแลโครงข่าย จำนวนกว่า 652 คน
- ประมุขให้ความรู้แก่พนักงานใหม่ ตลอดทั้งปี จำนวนกว่า 941 คน
- จัดทำหนังสือสารภายในให้ความรู้ และสร้างความตระหนักรู้ ให้แก่พนักงานในหัวข้อ “เรียนรู้ Code of Conduct From Home” เพื่อปฏิบัติตามประมวลคุณธรรมและจริยธรรมในการทำงาน และมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน โดยปรับเนื้อหาให้เข้ากับสถานการณ์ที่พนักงานต้องปฏิบัติงานที่บ้านช่วงสถานการณ์

โควิด-19 ตลอดปี 2563 ผ่านสื่อออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ตและแอปพลิเคชัน และการเล่นเกมตอบคำถามชิงรางวัล

- จัดทำคู่มือการปฏิบัติสำหรับพนักงาน Frontline เพื่อป้องกันการติดเชื้อโควิด-19 ในการปฏิบัติงานและการบริการ “ด้วยรักและห่วงใยจากใจทรู”
- บริษัทฯ มีแผนงานในการปรับปรุงเนื้อหาและแบบทดสอบ Code of Conduct และข้อบังคับการทำงานให้แก่หน่วยงาน Retail Operation สำหรับ E-Learning และการทดสอบพนักงานอย่างต่อเนื่อง



การดำเนินงานเรื่อง Code of Conduct และการต่อต้านการคอร์รัปชัน			
กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ส่งมอบและรับทราบ*	ผ่านการอบรม	ผ่านการทดสอบ
พนักงานใหม่	✓	✓	✓
พนักงานปัจจุบัน	✓	✓	✓
กิจการร่วมค้า	✓	✓	✓
ลูกค้า/พันธมิตรธุรกิจ	✓	✓	✓

* CODE OF CONDUCT และมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน

การสนับสนุนการต่อต้านการคอร์รัปชันร่วมกับหน่วยงานภายนอก

กลุ่มทรู ร่วมแสดงพลังในกิจกรรม “วันต่อต้านคอร์รัปชัน 2563” ที่องค์กรต่อต้านคอร์รัปชัน (ประเทศไทย) จัดขึ้นผ่านระบบออนไลน์ รับผิดชอบต่อสังคม ด้วยแนวคิด จับโก้ง โคตรง่าย แคปลายนี้ “Power of Data” เพื่อยืนยันเจตนารมณ์ในการปฏิบัติตามกฎหมายของประเทศไทยด้านการต่อต้านการคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัดตามหลักธรรมาภิบาลที่องค์กรยึดถือ โดยได้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2560

บริษัทฯ ยังร่วมสนับสนุน โครงการประกวด “การต่อต้านการทุจริตผ่านศิลปะการแสดงพื้นบ้าน” ประจำปี 2563 ของมูลนิธิต่อต้านการทุจริต เพื่อปลูกฝังและสร้างจิตสำนึกต่อต้านการทุจริตผ่านศิลปะการแสดงให้กับพี่น้องประชาชนในแต่ละภูมิภาคผ่านภาษา วัฒนธรรม และประเพณี ของท้องถิ่นนั้นๆ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ร่วมสนับสนุนโครงการช่อสะอาดด้านทุจริต ร่วมกับมูลนิธิต่อต้านการทุจริต เป็นเวลา 4 ปีต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2560



ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายการแจ้งเบาะแสการกระทำผิดและการคุ้มครองผู้ร้องเรียน ผู้แจ้งเบาะแสการกระทำผิดสำหรับพนักงาน (Whistle-Blowing Policy) ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร โดยกำหนดช่องทางการรับแจ้งข้อมูลหรือข้อร้องเรียน กระบวนการจัดการเกี่ยวกับข้อมูลหรือข้อร้องเรียน มาตรการคุ้มครองสิทธิของผู้ให้ข้อมูล การรักษาข้อมูลของผู้ร้องเรียนไว้เป็นความลับให้จำกัดเฉพาะผู้ที่รับผิดชอบที่มีหน้าที่ตรวจสอบประเด็นที่ร้องเรียน

เท่านั้นที่จะเข้าถึงข้อมูลได้ และคณะกรรมการตรวจสอบจะเป็นผู้พิจารณาสั่งการและรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท และบริษัทฯ กำหนดมาตรการที่เป็นธรรมแก่ผู้มีส่วนได้เสียในกรณีที่ผู้มีส่วนได้เสียได้รับความเสียหายจากการถูกละเมิดสิทธิตามกฎหมาย โดยมีช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนการกระทำผิดต่างๆ ของพนักงาน รวมถึงการแก้ไข/เยียวยา ดังนี้

 จดหมายถึง ผู้บริหาร ตามที่อยู่บริษัทฯ	 auditcommittee@truecorp.co.th, CodeofConduct@truecorp.co.th	 โทรศัพท์ 02-858-2023 โทรสาร 02-858-4906	 เว็บไซต์ของบริษัทฯ http://www3.truecorp.co.th/ new/sustain-operation	 ช่องทางโซเชียลมีเดีย
--	--	--	---	---

การจัดการเรื่องที่ได้รับการร้องเรียนและการรายงานการกระทำผิด

ฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ เมื่อรับข้อร้องเรียนแล้ว จะดำเนินการรวบรวมข้อเท็จจริง ประมวลผล กลั่นกรองข้อมูล กำหนดมาตรการระงับการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน โดยการพิจารณา มาตรการเพื่อดำเนินการให้เป็นไปตามข้อบังคับการทำงานของบริษัทฯ ตั้งแต่ถูกตักเตือน ไปจนถึงการเลิกจ้าง ในปี 2563 บริษัทฯ

ได้รับรายงานกรณีผ่านช่องทางต่างๆ จำนวน 624 เรื่อง มูลค่าความเสียหายต่อบริษัทฯ ทั้งสิ้น 5.4 ล้านบาท ซึ่งความเสียหายลดลงจากปี 2562 จำนวน 11.71% รายละเอียดดังแสดงในตารางข้างล่าง และบริษัทฯ ไม่ได้ถูกฟ้องร้องจากหน่วยงานของรัฐฯ ในประเด็นทุจริตคอร์รัปชัน ติดสินบน การผูกขาดหรือมีการกีดกันทางการค้า (0 เคส)

จำนวนเรื่องที่ได้รับการร้องเรียน การกระทำผิดของพนักงาน ในปี 2563 แยกตามประเภทความผิดและมาตรการในการจัดการ

ข้อร้องเรียนและการกระทำผิด ข้อพึงปฏิบัติในการทำงานของพนักงาน	จำนวน	มาตรการในการจัดการ			
		ตักเตือนด้วยวาจา	ตักเตือนเป็นลายลักษณ์อักษร	พักงาน	เลิกจ้าง
1. ข้อพึงปฏิบัติส่วนบุคคล และสภาพแวดล้อมในการทำงาน -การเสียกปฏิบัติและการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	237	60	131	0	46
	0	0	0	0	0
2. การปกป้องทรัพย์สินของบริษัท	136	4	6	0	126
3. การบริการความสัมพันธ์กับลูกค้า	251	40	210	1	1
4. ข้อตกลงที่เป็นธรรมกับบุคคลอื่น	0	0	0	0	0
5. การทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ	0	0	0	0	0
6. การต่อต้านคอร์รัปชัน	0	0	0	0	0
7. การป้องกันการฟอกเงิน	0	0	0	0	0

หมายเหตุ: ไม่มีข้อร้องเรียนที่อยู่ระหว่างการพิจารณา

มาตรการในการป้องปรามการกระทำผิด

บริษัทฯ มีมาตรการในการป้องปรามการกระทำผิดข้อบังคับและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานและการทุจริตคอร์รัปชัน โดยการทวนสอบ (Audit) หน่วยงานที่พบพนักงานกระทำความผิด สรุปผล ประเมินและวิเคราะห์สาเหตุและกระบวนการที่มีช่องโหว่ เพื่อหา มาตรการในการบริหารจัดการให้รัดกุมยิ่งขึ้น รวมถึงมีการสื่อสาร บทลงโทษให้พนักงานรับทราบอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนทำให้ หัวหน้างานมีส่วนในการรับผิดชอบต่อการกระทำผิดของพนักงาน



นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการใช้หลักเกณฑ์ในงดรับของกำนัล NO Gift Policy เพื่อดึงดูดการรับและมอบของขวัญของที่ระลึกในงานเทศกาลปีใหม่และในทุกโอกาสเพื่อให้เป็นข้อบังคับและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานและแนวทางการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันของบริษัทฯ

ความร่วมมือกับองค์กรพันธมิตร

บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาคเอกชนและองค์กรอิสระอย่างต่อเนื่อง เพื่อก้าวทันกระแสสังคมและความท้าทายของโลก เป็นพลังสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดี มีส่วนร่วม

ในการจัดการประเด็นทางสังคม และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และพัฒนาสังคมสู่ความอย่างยั่งยืน โดยสนับสนุนความช่วยเหลือต่างๆ รวมทั้งความช่วยเหลือทางการเงิน ดังนี้

เงินสนับสนุน 4 ปี ย้อนหลัง (ล้านบาท)	ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563
1. การลอบบี้ และจ่ายค่าผลประโยชน์ต่างๆ	0	0	0	0
2. โครงการด้านการเมืองระดับชุมชน ท้องถิ่น และระดับประเทศ	0	0	0	0
3. การสนับสนุนสมาคมการค้าหรือหน่วยงานอื่นที่ได้สิทธิยกเว้นภาษี	4.63	4.09	4.64	6.77
4. การสนับสนุนหน่วยงานอื่นๆ	0	0	0	0
ยอดรวม	4.63	4.09	4.64	6.77

องค์กรที่บริษัทฯ ให้การสนับสนุนในปี 2563	จำนวนเงิน (ล้านบาท)
1. สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	2.50
2. สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย	1.07
3. สภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย	0.20
4. องค์กรอื่นๆ	3.00

ความร่วมมือกับสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย

กลุ่มทรู ได้เข้าร่วมจัดตั้งสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นเครือข่ายท้องถิ่นในประเทศไทยร่วมกับสมาชิกผู้ก่อตั้ง 15 บริษัทเมื่อปลายปี 2559 โดยนายศุภชัย เจียรวนนท์ ประธานคณะกรรมการบริหารของกลุ่มทรู ได้รับคัดเลือกให้ดำรงตำแหน่งนายกสมาคมฯ เพื่อสนับสนุนการดำเนินการเชิงยุทธศาสตร์ที่จะช่วยผลักดันเป้าหมายว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ปัจจุบันสมาคมมีสมาชิกเกือบ 60 องค์กร ซึ่งเป็นองค์กรหลากหลายขนาดและมีมูลค่าของบริษัทฯ รวมกันสูงถึง 4.2 ล้านล้านบาท

ในปี 2563 ผู้นำองค์กรสมาชิกกว่า 20 องค์กรได้ร่วมกันประกาศเจตนารมณ์ที่จะผนึกกำลังดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนภายใต้วิสัยทัศน์ใหม่ ด้วยการดำเนินธุรกิจและลงทุนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน รวม 1,088 โครงการ มูลค่ารวมมากกว่า 1.3 ล้านล้านบาท ภายในปี 2573 เพื่อร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยให้ฟื้นตัวดีขึ้นกว่าเดิม และเติบโตอย่างแข็งแกร่ง

ความร่วมมือกับสภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย

บริษัทฯ เป็นหนึ่งในสมาชิกสภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย (สภาดิจิทัลฯ) ที่จัดตั้งขึ้นเมื่อปลายเดือนสิงหาคม 2562 เพื่อเป็นตัวแทนภาคเอกชนในการยกระดับอุตสาหกรรมดิจิทัลในไทยสู่สากล เพื่อร่วมขับเคลื่อนประเทศ เศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตของคนไทยให้ดียิ่งขึ้น ปัจจุบันมีสมาชิกที่เป็นสมาคมด้านอุตสาหกรรมดิจิทัล 22 สมาคม ประกอบด้วยบุคคลและนิติบุคคลกว่า 4,000 ราย ครอบคลุมธุรกิจหรืออุตสาหกรรมดิจิทัลในทุกมิติ

ทั้งนี้ นายศุภชัย เจียรวนนท์ ประธานคณะกรรมการบริหารของกลุ่มทรูและประธานสภาดิจิทัลฯ ได้ร่วมกับคณะกรรมการของสภาดิจิทัลฯ เข้าไปมีบทบาทสำคัญเพื่อร่วมกำหนดแนวทางแก้ปัญหาเศรษฐกิจจากโควิด-19 และแนวทางการพัฒนาทักษะดิจิทัลสร้างคนรุ่นใหม่ช่วยขับเคลื่อน E-government ร่วมมือกับพันธมิตรด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล ตลอดจนร่วมสัมมนาในหัวข้อที่เกี่ยวข้อง อาทิ สิทธิบัตร และธุรกิจบริการคลาวด์ เป็นต้น

การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต

(GRI 102-11, 102-15, 102-20, 102-29, 102-30, 103-1, 103-2)

แนวทางการบริหารจัดการ

การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤตเป็นประเด็นสำคัญที่บริษัทฯ และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียให้ความสนใจ เพราะเป็นสิ่งที่ช่วยจัดการ วางแผน และรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันได้อย่างรวดเร็ว ทั้งภัยจากการเปลี่ยนแปลงธุรกิจอย่างพลิกผัน (Disruption) ต่ออุตสาหกรรมโทรคมนาคม ภัยจากโรคอุบัติใหม่ ตลอดจนความเสี่ยงอื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นใหม่ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อการดำเนินธุรกิจโดยรวม

บริษัทฯ มีคณะกรรมการพัฒนาเชิงกลยุทธ์และบริหารความเสี่ยงและมีคณะกรรมการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจทำหน้าที่ในการกำหนดกลยุทธ์และกำหนดกรอบการบริหารความเสี่ยงและแผนการจัดการความเสี่ยง ทบทวนและติดตามความเสี่ยง ตลอดจนวางแผนเชิงรุกเพื่อป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการหยุดชะงักของธุรกิจ

บริษัทฯ กำหนดนโยบายและกรอบการบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กร (Enterprise Risk Management Policy & Framework) โดยเริ่มจากกำหนดกลยุทธ์เพื่อบรรลุเป้าหมายบริษัท ระบุประเด็นความเสี่ยงที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจระดับหน่วยงานเจ้าของความเสี่ยง (Functional Risk Owner) จนถึงระดับบริหารจัดการทำมาตรการจัดการบรรเทาและควบคุมความเสี่ยง รายงานและเฝ้าติดตามผลการบริหารความเสี่ยงจากทุกหน่วยงาน และสื่อสารถึงกระบวนการในทุกขั้นตอนแก่ผู้บริหารและพนักงาน

กรอบการบริหารความเสี่ยงและบริหารความต่อเนื่องในภาวะวิกฤต



บริษัทฯ กำหนดกลุ่มประเด็นความเสี่ยงครอบคลุม 8 ด้าน ได้แก่

1. การปฏิบัติการ
2. การเงิน
3. เทคโนโลยี
4. ตลาด/ คู่ค้า/ ลูกค้า/ พันธมิตรทางธุรกิจ
5. กฎระเบียบ
6. กฎหมาย
7. บุคลากร
8. ความยั่งยืนที่ผนวกประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศไว้ด้วย

ซึ่งสอดคล้องต่อตามมาตรฐานสากล The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) ERM – Integrated Framework 2017 เป็นประจำทุกปี และทบทวนความเสี่ยงปีละ 2 ครั้ง

การบริหารความต่อเนื่องในภาวะวิกฤต

บริษัทฯ วางแผนเชิงรุกสำหรับภาวะวิกฤตอันอาจเกิดขึ้นได้ และป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการหยุดชะงักทางธุรกิจ ผ่านการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management: BCM) ซึ่งสอดคล้องต่อนโยบายความต่อเนื่องทางธุรกิจ รวมถึงนโยบายการลงทุน ขององค์กร โดยใช้กระบวนการวิเคราะห์ความเสี่ยง ระบุปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจก่อให้เกิดการหยุดชะงักในการปฏิบัติงานทางธุรกิจที่สำคัญและการรับมือต่อภาวะวิกฤต ตามมาตรฐานสากล ISO 22301 BCM รวมถึงทำการทดสอบแผนและพัฒนาปรับปรุงแผนสำหรับกิจกรรมที่มีความสำคัญเป็นประจำทุกปี

เพื่อรับมือกับจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ขยายวงกว้างไปทั่วโลก บริษัทฯ มีการแต่งตั้งคณะทำงาน COVID-19 War Room รายงานตรงต่อกรรมการผู้จัดการใหญ่ (รวม) ของบริษัทฯ เพื่อกำหนดมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดที่อาจเกิดขึ้นกับพนักงาน ลูกค้า ผู้มาติดต่อ และผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ พร้อมสั่งการและอำนวยความสะดวกสนับสนุนการบริการลูกค้าให้เป็นไปได้อย่างต่อเนื่อง และมีการประเมินความเสี่ยงรอบด้านตามมาตรฐาน COSO2017 และ ISO 22301 มีการระบุประเด็นความเสี่ยงที่สามารถเกิดจากเหตุการณ์การแพร่ระบาดในครั้งนี้ ทั้งความเสี่ยงด้านบุคคล ด้านการดำเนินงาน ด้านเทคโนโลยี ด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ ด้านการเงิน และได้วางมาตรการบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อลดโอกาสและผลกระทบจากความเสี่ยงนั้นๆ อย่างเป็นระบบตามความเหมาะสมกับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ

การสร้างวัฒนธรรมด้านความเสี่ยงภายในองค์กร

84%

ผู้บริหารและพนักงานผ่านการอบรมด้านความเสี่ยง โดยจัดอบรมในรูปแบบสัมมนาเชิงปฏิบัติการและการอบรมออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการทำงานจริง รวมทั้งมีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เรื่องความเสี่ยงให้พนักงานรับทราบอย่างต่อเนื่อง

100%

ผู้บริหารและพนักงานรับทราบ และปฏิบัติตามมาตรการป้องกันและเฝ้าระวังการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยมีการจัดตั้ง HR Care Center เพื่อเป็นศูนย์กลางในการตอบคำถาม ให้ความรู้ที่ถูกต้องจากส่วนกลาง เพื่อลดความกังวล สงสัย เพื่อช่วยให้พนักงานรพ่นผ่านช่วงเวลาวิกฤติโควิด-19 ไปด้วยกัน

100%

ผู้บริหารและพนักงานมีการกำหนดตัวชี้วัดด้านความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานของตนเพื่อป้องกันและควบคุมความเสี่ยงที่อาจเกิดผลกระทบต่อ การดำเนินงานของบริษัทฯ และใช้ในการวัดผลของการดำเนินงานประจำปี

ประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญและความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk)

ประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญของบริษัทฯ ในปี 2563 ได้แก่ ภัยคุกคามจากการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยทางเศรษฐกิจของประเทศไทยที่ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการก้าวสู่ยุค 5G และการบังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 จะเป็นปัจจัยเสี่ยงสำคัญและส่งผลกระทบกับการดำเนินงานของบริษัทฯ ในแง่มุมต่างๆ

บริษัทฯ ยังคงนำประเด็นด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศไว้ในกระบวนการประเมินความเสี่ยงขององค์กรเป็นประจำทุกปี ตั้งแต่ปีที่ผ่านมา เคยได้รับผลกระทบจากเหตุอุทกภัยเมื่อปี 2554 เป็นต้นมา เพื่อหามาตรการเชิงรุก ป้องกันเหตุที่จะเกิดขึ้น

ร่วมกับหน่วยงานบริหารจัดการความต่อเนื่องของธุรกิจอย่างเหมาะสม และนำผลที่ได้จากการประเมินไปผนวกกับกลยุทธ์และแผนทางธุรกิจตามกระบวนการ นอกจากนี้ ยังได้นำประเด็นการระบาดของโรคโควิด-19 เข้ามาไว้ในกระบวนการประเมินความเสี่ยงขององค์กรสำหรับปี 2563 อีกด้วย

สำหรับประเด็นความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ใน 3-5 ปีข้างหน้า บริษัทฯ ได้ทำการวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงพร้อมผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อบริษัทฯ มีการติดตามการควบคุมความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นอย่างใกล้ชิดมากขึ้น รวมถึงการพัฒนาเครื่องมือในการบริหารจัดการความเสี่ยงให้มีความน่าเชื่อถือและทันต่อการใช้งาน ดังนี้

ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่	ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจ	แนวทางบริหารจัดการความเสี่ยง
1. ความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้องเนื่องจากการให้บริการ 5G ที่มีบทบาทในการดำรงชีวิต จากผลกระทบของการระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19 และสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันเป็นตัวเร่งให้มีการพัฒนาการใช้เทคโนโลยี 5G ในทุกมิติ เพื่อตอบสนองการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น การใช้ 5G สนับสนุนทางการแพทย์ การใช้ 5G ในการควบคุมยานพาหนะ เป็นต้น เพราะเทคโนโลยี 5G ที่ให้บริการแก่ลูกค้า มีประสิทธิภาพและคุณสมบัติที่เห็นเด่นชัด คือเรื่องของคุณภาพการรับ-ส่งข้อมูลที่มีความเสถียรคมชัดและรวดเร็วเทียบเท่ากับการใช้งานผ่านโครงข่ายใยแก้วนำแสง (Fiber Optic) หรือการที่สามารถทำงานและเข้าถึงข้อมูลทุกอย่างที่อยู่บนคลาวด์ (Cloud) ได้แบบทันทีที่ต้องการ	หากลูกค้าได้รับความเสียหายซึ่งมีผลมาจากการให้บริการ 5G ผู้ให้บริการอาจจะถูกฟ้องร้อง เพื่อให้ร่วมรับผิดชอบต่อความเสียหายที่จะเกิดขึ้น ซึ่งกลุ่มทรู ประเมินมูลค่าความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นสำหรับกรณีนี้ ไม่น้อยกว่า 5 ล้านบาทต่อกรณี	• แต่งตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลด้านการพัฒนา 5G เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบจากการให้บริการ 5G ในทุกมิติ และพิจารณาจัดทำแผนดำเนินงานอย่างเหมาะสม • โครงข่ายโทรคมนาคมได้รับการออกแบบให้ทำงานทดแทนกันได้ กรณีที่มีเหตุเสียเพื่อป้องกันและลดโอกาสการไม่สามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง • ลดช่วงเวลาของเหตุเสียโดยเพิ่มประสิทธิภาพทีมงานในการเข้าซ่อมบำรุงในแต่ละพื้นที่ รวมถึงปรับปรุง ดูแล และซ่อมบำรุงอย่างสม่ำเสมอ
2. ความเสี่ยงจากการถูกกีดกันทางการค้าจากกลุ่มประเทศทางตะวันตก เนื่องจากบริษัทฯ พัฒนาเทคโนโลยี 5G ร่วมกับผู้ประกอบการในเอเชีย บริษัทโทรคมนาคมดังกล่าว ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในทุกด้าน ให้เร่งรัดพัฒนาและผนวกรวมเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ เข้ากับเทคโนโลยี 5G ในทุกอุตสาหกรรม และด้วยการพัฒนาที่ประสบความสำเร็จในต้นทุนที่แข่งขันได้ในอุตสาหกรรมเดียวกัน จึงมีบทบาทในการวางรูปแบบการสื่อสารไปทั่วโลก ประเทศทางตะวันตกมีความกังวลว่าฮาร์ดแวร์เครือข่าย 5G ของบริษัทโทรคมนาคมในเอเชียเป็นภัยคุกคามด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ อาจสามารถสอดแนมบนเครือข่ายการสื่อสารทั่วโลกได้จึงออกกฎระเบียบกีดกันทางการค้า	บริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบจากการกีดกันทางการค้าเนื่องจากภูมิศาสตร์การเมืองโลก (Geopolitics) เนื่องจากบริษัทฯ ใช้เทคโนโลยี 5G ของบริษัทโทรคมนาคมในเอเชีย ต่อลูกค้าของบริษัทฯ อย่างน้อย 10 ล้านราย	• ติดตามและศึกษาเทคโนโลยีที่จะใช้ให้เหมาะสม โดยไม่พึ่งพิงกับเทคโนโลยีของค่ายใดค่ายหนึ่ง เพื่อกระจายระบบโครงข่ายโทรคมนาคม และ อุปกรณ์ และสามารถปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีได้หากมีความจำเป็น • พิจารณาเทคโนโลยี 5G จากทุกค่ายในการร่วมพัฒนา วางระบบ ติดตั้ง โครงข่ายอุปกรณ์ 5G ของบริษัทฯ เพื่อให้มั่นใจได้ว่า จะสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างเต็มประสิทธิภาพตลอดอายุสัญญาของอุปกรณ์ที่ตกลงกับบริษัทฯ • ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมระบบปฏิบัติการต่างๆ ภายในกลุ่มทรู เพื่อลดผลกระทบหากประสบกับเหตุการณ์ที่คาดไม่ถึง รวมทั้งการถูกกีดกันทางการค้าและมีแผนในการร่วมลงทุนกับผู้พัฒนาระบบเพื่อลดความเสี่ยง • ติดตามและศึกษาแนวโน้มของกฎระเบียบต่างๆ ของประเทศตะวันตกอย่างต่อเนื่อง และใกล้ชิด เพื่อให้แน่ใจว่าจะไม่มีผลกระทบต่อการกิจการของบริษัทฯ

การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 406-1, 408-1, 409-1, 411-1, 412-1)

เป้าหมายปี 2563

- 100% การดำเนินธุรกิจของกลุ่มธุรกิจการร่วมค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และคู่ค้าได้รับการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน



ผลการดำเนินงานปี 2563

- 100% หน่วยงานภายในของกลุ่มธุรกิจการร่วมค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และคู่ค้าเข้าร่วมการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน



แนวทางบริหารจัดการ

กลุ่มธุรกิจให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับหลักการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนอย่างครอบคลุมตามกฎหมายของประเทศ และหลักการสากลโดยได้ประกาศในนโยบายสิทธิมนุษยชนที่อ้างอิงกับมาตรฐานสากลว่าด้วยข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UNGC) และปฏิญญาว่าด้วยหลักการสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (the Universal Declaration of Human Rights: UDHR) หลักการชี้แนะของสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (the United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs) หลักการด้านมนุษยธรรมและสิทธิขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization: ILO) นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็นสมาชิกเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย (Global Compact Network Thailand: GCNT) เพื่อการทำงานขับเคลื่อนด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าวิธีการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และวิถีการปฏิบัติงานอยู่บนหลักการเคารพด้านสิทธิมนุษยชน ไม่มีการเลือกปฏิบัติ นอกจากนี้

ยังได้กำหนดนโยบายต่างๆ เพื่อควบคุมและลดความเสี่ยงในการละเมิดสิทธิมนุษยชนในทุกมิติครอบคลุมตลอดห่วงโซ่อุปทานให้เคารพต่อสิทธิมนุษยชน ได้แก่ คู่ค้า การร่วมค้า พันธมิตรทางธุรกิจ ตลอดจนกลุ่มเปราะบางต่างๆ เช่น เด็ก สตรี คนพิการ ชุมชนท้องถิ่น กลุ่มชาติพันธุ์ และกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ รวมถึงแรงงานของคู่ค้า การร่วมค้า พันธมิตรทางธุรกิจและแรงงานต่างชาติ ป้องกันไม่ให้เกิดการใช้แรงงานเด็ก การใช้แรงงานบังคับ การกดขี่แรงงาน รวมถึงการใช้แรงงานจากชนเผ่าแรงงานพื้นเมือง และแรงงานข้ามชาติ เป็นต้น



นโยบายสิทธิมนุษยชน
ของกลุ่มธุรกิจ



แนวทางปฏิบัติเรื่องสิทธิมนุษยชน
สำหรับกิจการร่วมค้า

ห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มธุรกิจ

การจัดหาวัตถุดิบ ที่มีประสิทธิภาพ	คู่ค้า	true	กิจการร่วมค้า/ พันธมิตรทางธุรกิจ	ลูกค้า/ชุมชน
กำหนดให้คู่ค้าต้องรับรองและยืนยันว่าปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแร่ที่อยู่ภายใต้ข้อขัดแย้ง (Conflict Minerals) และไม่ได้นำมาจากพื้นที่ขัดแย้งหรือฝ่าฝืนสิทธิมนุษยชน (Conflict Free)	คุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า	- นโยบายสิทธิมนุษยชน - คุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติสำหรับฝ่ายจัดซื้อ - นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี - นโยบายและมาตรการปฏิบัติเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชัน - นโยบายการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม - นโยบายการแข่งขันอย่างเป็นธรรม	- แนวทางปฏิบัติเรื่องสิทธิมนุษยชนสำหรับกิจการร่วมค้า - แนวทางปฏิบัติเรื่องประมวลคุณธรรม และข้อพึงปฏิบัติในการทำงานสำหรับกิจการร่วมค้า	- นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล - นโยบายความปลอดภัยของข้อมูล

การตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence Process)

กลุ่มทรูจัดให้มีการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence Process) ทุกๆ 2 ปี มีกำหนดครบวาระการประเมินในปี 2563 โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภายใน และภายนอก อาทิ กลุ่มกิจการร่วมค้า คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ ระบุดูและจัดลำดับประเด็นความเสี่ยง (Human Rights Risks Identification and Prioritization) ให้มั่นใจได้

ว่าวิธีการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และวิถีการปฏิบัติงาน อยู่บนหลักการเคารพด้านสิทธิมนุษยชน โดยที่ผ่านมามีบริษัทฯ ไม่ได้รับการร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน

100% ผ่านการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านครอบคลุมทั้งห่วงโซ่มูลค่า

กระบวนการตรวจสอบประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน



ที่มา: UN Guiding Principles

1 POLICY การประกาศนโยบาย และหลักการของบริษัทฯ ว่าด้วยการเคารพสิทธิมนุษยชน

2 ASSESSMENT การประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นจริง หรือมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นจากกิจกรรมของบริษัทฯ

3 INTEGRATION การบูรณาการนโยบายเข้ากับการประเมิน รวมถึงกลไกควบคุมภายในและภายนอก

4 MONITOR & REPORT การติดตามและการรายงานผลการดำเนินงาน

5 CORRECTION & REMEDY การแก้ไขให้ถูกต้อง และการเยียวยา

ผลการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

ปี 2563 ทรูกำหนดการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence Process) กลุ่มทรูจัดประชุมเชิงปฏิบัติการด้านความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (True Human Rights Risk Assessment Workshop) เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2563 ณ ห้องประชุมชั้น 31 อาคาร AIA เพื่อระบุดูและจัดลำดับ

ความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมทั้งหาแนวทางในการลดความเสี่ยง ตลอดจนวิธีการป้องกัน เฝ้าระวัง ตรวจสอบ แก้ไข และเยียวยา หากมีการละเมิดเกิดขึ้น พบประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ 2 ประเด็น

ประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญของบริษัทฯ	ผลกระทบ	การดำเนินการตามแนวทางป้องกันและแก้ไข	การตรวจสอบติดตามผล
สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน เช่น อุบัติเหตุจากการเดินทางของพนักงานรวมถึงโรคติดต่อโรคระบาดร้ายแรงกับพนักงานที่ให้บริการลูกค้า	พนักงาน/ลูกค้า	- อบรมพนักงานในหลักสูตรการขับรถเชิงป้องกันอุบัติเหตุ - กำหนดมาตรการป้องกันโควิด-19 สำหรับพนักงานที่สัมผัสกับลูกค้าโดยตรง เช่น ตรวจสอบอุณหภูมิร่างกายในแต่ละวันสวมใส่หน้ากากอนามัยเมื่ออยู่ภายในบ้านลูกค้า การทำความสะอาดอุปกรณ์ทุกชิ้นด้วยแอลกอฮอล์ เป็นต้น	1,802 คน พนักงานที่ผ่านการอบรมหลักสูตรการขับรถเชิงป้องกันอุบัติเหตุ 2 คน พนักงานเสียชีวิตจากการทำางซึ่งบริษัทมีมาตรการป้องกันและแก้ไขรองรับ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่หน้า 37 - ไม่มีข้อร้องเรียนจากลูกค้าในเรื่องความสะอาดของพนักงาน
สุขภาพและความปลอดภัยของคู่ค้า เช่น ความพร้อมของอุปกรณ์ความปลอดภัยของคู่ค้า	คู่ค้า/พันธมิตรทางธุรกิจและลูกค้า	- บริษัทฯ มีระบบบริหารจัดการความปลอดภัยของคู่ค้า (ผู้รับเหมา) โดยแยกตามลักษณะงานของคู่ค้า (ผู้รับเหมา) - จัดทำ Checklist ตรวจสอบอุปกรณ์ความปลอดภัยของคู่ค้าที่ลักษณะงานมีความเสี่ยง - คู่ค้าปัจจุบัน และรายใหม่เข้าร่วมอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและความปลอดภัย - คู่ค้าทั้งหมดต้องทำระบบการประเมินตนเองด้านความปลอดภัย	100% คู่ค้า (ผู้รับเหมา) ได้รับการมาตรฐานการทำงานที่ปลอดภัย และคู่มือความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน 100% คู่ค้า (ผู้รับเหมา) ผ่านการอบรมหลักสูตรความปลอดภัย - ไม่มีคู่ค้าเสียชีวิตจากการทำาง 100% คู่ค้าผ่านการประเมินความเสี่ยงในห่วงโซ่มูลค่าบนระบบออนไลน์ 100% คู่ค้าศึกษาทางตรง ผ่านการประเมินสถานที่ปฏิบัติงาน

การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

(GRI 102-41, 102-43, 102-44, 103-1, 103-2, 103-3, 401-1, 401-2, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-9, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1)

เป้าหมายปี 2563

- 71.0% พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร และมีความพึงพอใจโดยรวม
- 20 จำนวนชั่วโมงการอบรมพนักงานต่อคนต่อปี



ผลการดำเนินงานปี 2563

- 71.1% พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร และมีความพึงพอใจโดยรวม
- 24.65 จำนวนชั่วโมงการอบรมพนักงานต่อคนต่อปี



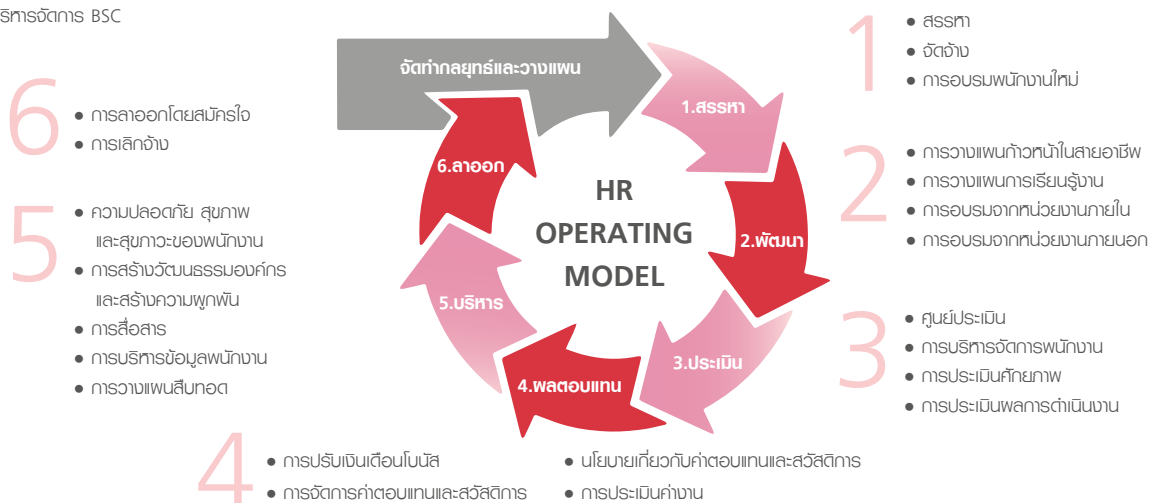
แนวทางการบริหารจัดการ

กลุ่มทรีมีคณะกรรมการด้านทรัพยากรบุคคล (People Committee) มีหน้าที่ดูแลอัตราค่าจ้าง และผลผลิตภาพขององค์กร (Workforce Planning & Productivity) รวมถึงการพิจารณาเลื่อนตำแหน่ง การปรับเงินเดือนของพนักงาน (Promoting & Upgrading) รวมถึง การกำหนดกรอบการดำเนินงานด้านบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล ตาม Employee Journey หรือหลัก HR 6 CYCLE เพื่อยกระดับ ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานทุกคนด้วยการนำเอา

เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาสร้างประสบการณ์ การทำงาน เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัย ภายในและภายนอกต่างๆ เช่น สถานการณ์การแพร่ระบาดของ โรคโควิด-19 กลุ่มทรี อนุมัติให้พนักงานทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) สามารถวางแผนและติดตามงานอย่างต่อเนื่อง ด้วยแอปพลิเคชัน True Connect สร้างความสะดวกในการทำงาน ของพนักงาน ช่วยให้องค์กรยังทำงานได้อย่างต่อเนื่อง

กรอบการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

- การจัดทำกลยุทธ์ทางธุรกิจ
- การบริการความเสี่ยงและการเปลี่ยนแปลง
- การบริการนโยบาย
- การออกแบบโครงสร้างองค์กร
- การบริการโครงการ
- การวางแผนกำลังคน
- การบริหารจัดการ BSC



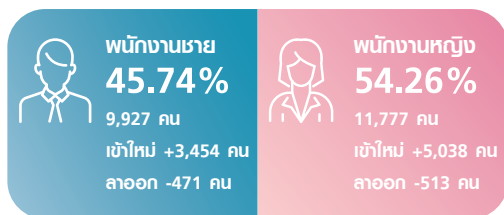
การสรรหาบุคลากร

กลุ่มทรี มีแนวทางการสรรหาทรัพยากรบุคคลเพื่อดึงดูด คนรุ่นใหม่ที่มีความสามารถเข้าร่วมงาน โดยเน้นการสนับสนุน นักเรียนและนักศึกษา ทั้งในระดับอาชีวศึกษาและระดับมหาวิทยาลัย ผ่านศูนย์พัฒนาศักยภาพทางวิชาชีพ (True Capability Center) ออกแบบหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจ ไตรคมนามคม ธุรกิจดิจิทัล ในสถาบันอาชีวศึกษาทั้ง 3 แห่ง ทั่วประเทศ และโครงการ True Academy (Summer Internship Program)

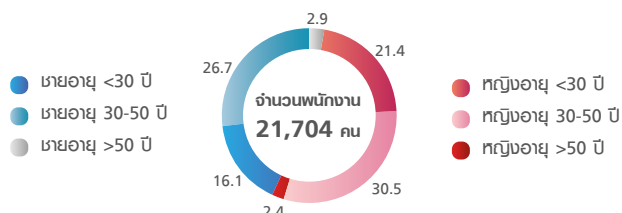
รับนักศึกษาเข้าร่วมฝึกงานและทำโครงการพิเศษ หากผลการ ประเมินสูงจะได้รับการพิจารณาเข้าเป็นพนักงานของบริษัทฯ ในโครงการ True Next Gen ต่อไป บริษัทฯ ปรับรูปแบบการคัดสรร บุคลากรให้เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ เช่น พัฒนาช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ Facebook Fan Page และ LinkedIn และในช่วงของการระบาด ของไวรัสโควิด-19 กลุ่มทรี จึงได้ปรับรูปแบบการสัมภาษณ์งาน เป็นแบบ New Normal ด้วยการ VDO Conference ผ่าน VROOM

สรุปผลการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลปี 2563

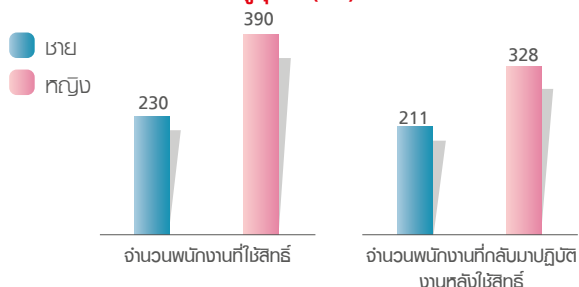
จำนวนพนักงาน



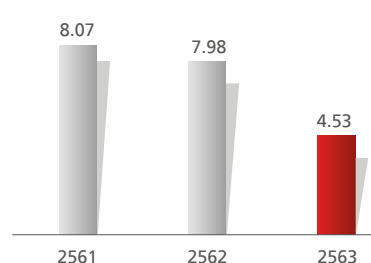
สัดส่วนพนักงานจำแนกตามช่วงอายุ



การใช้สิทธิ์ลาคลอด/เลี้ยงดูบุตร (คน)



อัตราการลาออกจากงานของพนักงานประจำ (ร้อยละ)



การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล

การวางแผนทางก้าวหน้าในสายอาชีพ

กลุ่มทรู มีแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan: IDP) บนแอปพลิเคชันทรู คอนเน็ค เพื่อให้พนักงานได้กำหนดแผนพัฒนาของตนเองตั้งแต่ต้นปีตามความรับผิดชอบของตำแหน่งงาน โดยมีผู้บังคับบัญชาเป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง รวมถึงยังมีการทำแบบทดสอบการประเมินคุณลักษณะรายบุคคล (Psytech Personal Insights Report) ตามการประเมินทางจิตวิทยา (Psychometric Test) ผลจากการประเมินทำให้พนักงานค้นพบจุดเด่นด้านที่ตนเองถนัด และทราบถึงจุดที่ควรพัฒนาเพิ่มขึ้น เพื่อให้พนักงานสามารถวางแผนการพัฒนาความก้าวหน้าตามสายอาชีพได้อย่างเหมาะสม

บริษัทฯ จัดทำโครงการ True Next Gen เพื่อพัฒนาและสรรหาบุคลากรรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพก้าวขึ้นเป็นผู้นำองค์กรในอนาคต ผ่านการปฏิบัติงานจริงภายใต้การดูแลและให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิดจากผู้บริหารระดับสูงเป็นเวลา 18 เดือน โดยในปี 2563 มีผู้เข้าร่วมโครงการจำนวน 124 คน

นอกจากนี้ ยังจัดงาน True Career Day 2020 เป็นประจำทุกปี เพื่อให้พนักงานวางแผนพัฒนาอาชีพ ค้นหาศักยภาพของตนเอง และเปิดโอกาสให้แจ้งความจำนงค์ในการโอนย้ายหน่วยงานภายในองค์กรเพิ่มโอกาสในการเติบโตให้พนักงานที่เข้าร่วม

การพัฒนาผู้นำแบบ Modular & Cross Functional Team

โครงการ Strategic Project & Leadership Development (SPLD) คือการพัฒนาศักยภาพความเป็นผู้นำ (Leadership Development) โดยดำเนินโครงการแบบ Action-Based Learning อย่างเข้มข้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างการทำงานเป็นทีม มีการกำหนดโครงการย่อยที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อให้ทุกคนลงมือทำจริง วัดผลผ่านตัวชี้วัด เรียนรู้การทำงานนอกเหนือจากงานประจำ โดยในปี 2563 สามารถลดต้นทุนการดำเนินงานและเพิ่มรายได้รวมถึง 1,911 ล้านบาท

โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากร Black Belt และ Green Belt มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในการวิเคราะห์ปัญหา ปรับปรุงการทำงานและส่งผลในการลดต้นทุน การปรับปรุง

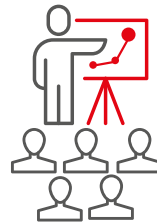
ประสิทธิภาพการทำงาน การเพิ่มรายได้ และ การเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ด้วยเครื่องมือ Lean Six Sigma โดยในปี 2563 สามารถลดต้นทุนจากการดำเนินงานถึง 832 ล้านบาท

นอกจากนี้ กลุ่มทรู ยังริเริ่มโครงการพัฒนาผู้นำรูปแบบใหม่ เช่น โครงการ Customer LifeStyle Management (CLM) ทำให้สามารถวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าโดยใช้ลูกค้าเป็นศูนย์กลางและนำเสนอสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการได้อย่างเหมาะสม และโครงการ Functional Training (Onboarding Program) การพัฒนาศักยภาพของพนักงานโดยการเรียนรู้จากการทำงานจริง โดยสามารถเพิ่มรายได้รวม 66 ล้านบาท

การอบรมพัฒนาศักยภาพจากหน่วยงานภายในและภายนอก

กลุ่มทรู มุ่งมั่นพัฒนาศักยภาพของพนักงานในด้านต่างๆ เช่น การบริหารจัดการ ความเป็นผู้นำ ความรู้ด้านดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการฝึกอบรมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ทำให้ในปี 2563 มีจำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ย 24.65 ชั่วโมงต่อคน มีค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมเฉลี่ย 2,043 บาท/คน และพนักงานทั้งหมด (ร้อยละ 100) ผ่านการอบรมด้านความยั่งยืน

นอกจากนี้ ยังจัดตั้งสถาบันทรู ดิจิทัล อคาเดมี่ (True Digital Academy) เสริมสร้างองค์ความรู้ให้พนักงาน รวมถึงองค์กรต่างๆ และบุคคลทั่วไปให้มีทักษะที่ทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการบุคลากรด้านดิจิทัลขององค์กรธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรม โดยในปี 2563 มีจำนวนผู้ผ่านการอบรม 1,657 ราย ผลการสำรวจดัชนีชี้วัดความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมการอบรมถึงร้อยละ 70.3%



24.65 ชั่วโมงการฝึกอบรม
ของพนักงานต่อปี 2563

100% พนักงานผ่านการอบรม
ด้านความยั่งยืนในปี 2563

2,043
บาท
ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม
เฉลี่ย/คน

1,657 ราย

พนักงานและผู้บริหารผ่าน
การอบรม ทรู ดิจิทัล อคาเดมี่

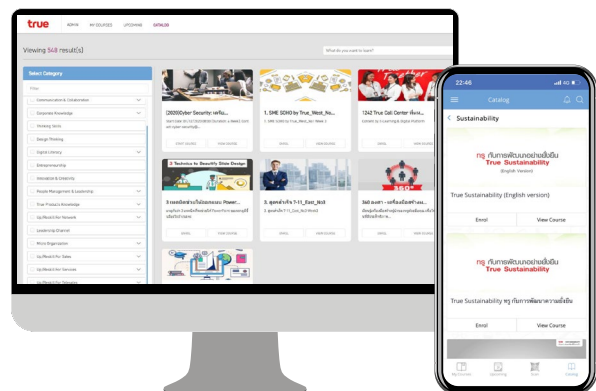
70.3 %

ดัชนีชี้วัดความพึงพอใจ
ของผู้เข้าร่วมอบรม



การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ให้กับพนักงาน

จากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้บริษัทฯ มีแนวคิดที่จะพัฒนารูปแบบการฝึกอบรมพนักงานในรูปแบบ Microlearning เป็นคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาการเรียนรู้ที่หลากหลาย เข้าใจง่าย และพนักงานสามารถฝึกอบรมได้จากทุกอุปกรณ์ และสนองต่อแนวคิด Work from Anywhere ตอบโจทย์การเรียนรู้รูปแบบใหม่ โดยในปี 2563 มีเนื้อหาการเรียนรู้ทั้งสิ้น 604 หลักสูตร และมีจำนวนผู้ชมกว่า 205,910 ครั้ง



การประเมินผลการปฏิบัติงานแบบรอบทิศทาง 360 องศา

พนักงานทุกคน (ร้อยละ 100) ต้องได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีในระบบ PMS (Performance Management System) โดยที่พนักงานทุกคนต้องกำหนดเป้าหมายที่วัดได้ตามที่ตกลงร่วมกันระหว่างผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างาน และพนักงานทุกคน (ร้อยละ 100) จะต้องได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบรอบทิศทาง 360 องศา (Multidimensional Performance

Appraisal) ซึ่งผลการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคนจะถูกนำมาประเมินเทียบเคียงผลการปฏิบัติงานกับพนักงานในระดับเดียวกัน (Performance Calibration) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และความแม่นยำในการประเมินผลบนบรรทัดฐานเดียวกัน โดยผลการประเมินจะถูกนำไปพิจารณาผลตอบแทน และการปรับตำแหน่ง และผลการประเมินจะส่งถึงพนักงานโดยตรงผ่านแอปพลิเคชัน True Connect

ความปลอดภัยและสุขภาพของพนักงาน

บริษัทฯ มีคณะกรรมการด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Occupational Health Safety and Working Environment Committee) ทำหน้าที่สอบสวน วิเคราะห์หาสาเหตุเรื่องความปลอดภัยและอุบัติเหตุต่างๆ เพื่อหา แนวทางการแก้ไข และป้องกันการเกิดซ้ำ (Risk Alert) และกำกับ ดูแลการปฏิบัติตามมาตรการด้านความปลอดภัยของบริษัทฯ ตามที่ กฎหมายกำหนด

ปี 2563 ฝึกอบรมด้านความปลอดภัยให้พนักงาน จำนวน 1,802 คน เพื่อลดความเสี่ยง และจำนวนการเกิดอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้น ระหว่างการปฏิบัติงาน และเตรียมความพร้อมต่อเหตุที่ไม่คาดคิด อย่างไรก็ดี แม้บริษัทฯ จะดำเนินการเชิงรุกในด้านความปลอดภัย อย่างต่อเนื่อง แต่พบว่ามีความเสี่ยงจากการปฏิบัติงาน ทั้งหมด 12 ราย คิดเป็นจำนวนวันทำงานที่สูญเสีย (Loss Working Day) จำนวน 236 วัน มีจำนวนผู้เสียชีวิต 2 ราย (อัตราการเสียชีวิต จากอุบัติเหตุจากการปฏิบัติงาน 0.05) อันเนื่องมาจากอุบัติเหตุจากการ ขับรถยนต์ไปปฏิบัติงาน และไฟฟ้าลัดวงจรขณะปฏิบัติงาน โดยมีแนวทางการแก้ไข และป้องกันการเกิดซ้ำ ดังนี้

1. จัดส่ง Risk Alert ให้หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ให้พนักงาน ได้รับทราบถึงอันตรายและแนวทางในการป้องกันมิให้เกิด อุบัติเหตุขึ้นอีก
2. แจ้งทุกพื้นที่ที่สำรวจหาบริเวณพื้นที่ปฏิบัติงานที่มีความเสี่ยง ในลักษณะเดียวกันเพื่อการประเมิน ปรับปรุง แก้ไขและแจ้งให้ พนักงานได้รับทราบถึงอันตรายในแต่ละพื้นที่
3. หน่วยงานเร่งตรวจสอบอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (Personal Protection Equipment: PPE) อุปกรณ์ป้องกันกระแสไฟฟ้าดูด

รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือที่ชำรุด ประจํารถ และประจําตัวช่าง ให้อยู่ ในสภาพที่สมบูรณ์พร้อมใช้งาน

4. จัดให้มีการฝึกอบรมก่อนการปฏิบัติงาน เช่น การทำงาน บนที่สูง และความปลอดภัยในการทำงานเกี่ยวกับไฟฟ้า เป็นต้น
5. หัวหน้างานต้องตรวจสอบใบอนุญาตทำงานในการปฏิบัติ งานของผู้ปฏิบัติงาน เช่น ใบอนุญาตขับขี่ ใบประกอบวิชาชีพ เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงาน (จป.) เป็นต้น
6. ผู้ปฏิบัติงานและหรือทีมงานต้องวางแผนและประเมิน อันตรายนก่อนการปฏิบัติงานทุกครั้ง และจะต้องปฏิบัติงานตามขั้นตอนการทำงานและยึดกฎระเบียบความปลอดภัยเสมอ
7. หน่วยงานที่ตรวจรับงาน ต้องตรวจสอบว่าเป็นไปตาม มาตรฐานที่กำหนด หากพบว่างานติดตั้งดังกล่าวไม่เป็นไปตามกำหนด จะต้องปฏิเสธ และสั่งให้ผู้รับเหมาทำการแก้ไขให้แล้วเสร็จ
8. หัวหน้างานเพิ่มความถี่ในการตรวจการปฏิบัติงานที่หน้างาน

12 ราย

จำนวนผู้บาดเจ็บจาก การทำงานทั้งหมด

0.30

อัตราผู้บาดเจ็บจาก การทำงานทั้งหมด

0 ราย

จำนวนบาดเจ็บรุนแรง จากการทำงาน

0.00

อัตราบาดเจ็บรุนแรง จากการทำงาน

40 ล้านชั่วโมง

จำนวนการทำงานทั้งหมด

โครงการด้านสุขภาพของพนักงาน

ปลูกรักสุขภาพดี

100%

พนักงานได้รับการตรวจสุขภาพประจำปี (ข้อมูลสุขภาพจะถูกเก็บเป็นความลับ)

1,298 คน

Plook Rak Forum ถ่ายทอดสด กิจกรรมเพื่อสุขภาพผ่านทาง แอปพลิเคชัน VROOM เช่น การสอน โยคะ การเต้น Jazz Dance Fit From Home เป็นต้น

ปลูกรักปลูกธรรม

152 วัน(สะสม)

พนักงานลาปฏิบัติธรรม ซึ่งเป็นสวัสดิการ ที่สนับสนุนให้พนักงานได้พัฒนาสุขภาพใจ

เฉลี่ย 3 วัน/คน

722 คน

ถ่ายทอดสดกิจกรรมการบรรยายธรรม ผ่านทางแอปพลิเคชัน VROOM เช่น การทำบุญให้ทานบุญ

ปลูกรักความมั่นคง

53 ล้านบาท

Financial Clinic เปิดให้พนักงาน เข้ารับการปรึกษาการเงินแบบ One on One ช่วยแก้ไขปัญหาด้านการเงิน และปรับโครงสร้างหนี้ให้พนักงาน

1,012 คน

Plook Rak Forum ถ่ายทอดสด กิจกรรมให้ความรู้เรื่องการเงินผ่าน แอปพลิเคชัน VROOM เช่นการ ลงทุนหุ้นมือใหม่

ปลูกความผูกพัน

ยอดเงินรวม
632,542 บาท

กิจกรรม Give for True เพื่อระดมทุน มอบให้แก่พนักงานที่ป่วยกุหลาบ

84%

พนักงานกรู๋ร่วมโพสการ์ด 2 นิ้ว เป็นสัญลักษณ์ให้กำลังใจพนักงาน ทรู และบุคลากรทางการแพทย์ ที่ต้อง ปฏิบัติหน้าที่ในสถานการณ์โควิด-19

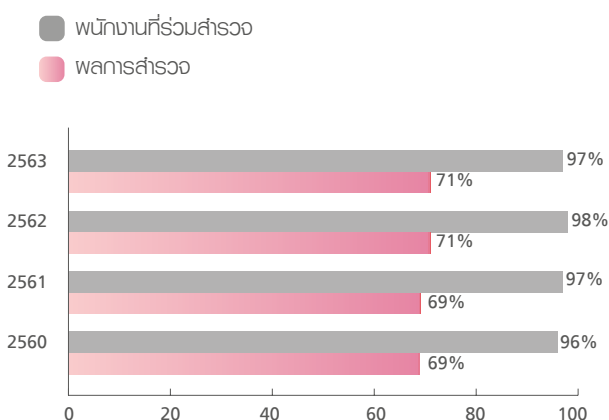
การปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเท่าเทียม

บริษัทส่งเสริมให้เกิดความเท่าเทียมกันของพนักงานในทุกระดับ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น โดยกำหนดไว้ อย่างชัดเจนในนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่เปิดโอกาสให้ พนักงานทุกคนมีโอกาสเท่าเทียมกันในการเติบโตในสายอาชีพและ สามารถเข้าถึงตำแหน่งระดับสูงได้ หากพนักงานได้รับการประเมินผล ที่ดีและมีความสามารถที่เกี่ยวข้องกับลักษณะงานเป็นไปตาม กระบวนการภายในที่ชัดเจนและโปร่งใส บริษัทฯ ยังได้ประกาศ นโยบายการบริหารความหลากหลายและยอมรับความแตกต่าง (เผยแพร่บนเว็บไซต์ www.truecorp.co.th) เพื่อป้องกัน และคุ้มครอง พนักงานทุกระดับไม่ให้ถูกเลือกปฏิบัติ อันมีสาเหตุมาจากเรื่อง เชื้อชาติ สัญชาติ เผ่าพันธุ์ สีผิว ต้นตระกูล ศาสนา สถานะทางสังคม เพศ อายุ ความพิการหรือทุพพลภาพ แนวคิดทางการเมือง ตลอดจนสถานภาพเกี่ยวกับการสมรส มีแนวทางป้องกันไม่ให้ ถูกละเมิดและถูกคุกคามในรูปแบบต่างๆ และยังกำหนดการจ่ายเงิน เดือนให้มีความเสมอภาค

สัดส่วนคำตอบแบบระหว่างเพศหญิงต่อเพศชาย



การสำรวจความผูกพันองค์กรและ ความพึงพอใจโดยรวม (%)



นอกจากนี้ กลุ่มทรู มีการจัดตั้งคณะกรรมการดูแลสวัสดิการ (Welfare Committee) โดยคณะกรรมการประกอบด้วยผู้แทนจาก พนักงาน 5 คน ที่ได้รับเลือกจากพนักงานที่เป็นตัวแทนครอบคลุม ทุกสินค้าและบริการหลักของบริษัทฯ โดยมีบทบาทหน้าที่เสนอ ข้อคิดเห็น หรือ ให้คำปรึกษา เพื่อจัดสวัสดิการที่เป็นประโยชน์ สำหรับพนักงานอย่างเหมาะสม และเทียบเคียงได้ในอุตสาหกรรม เดียวกันต่อผู้บริหารของบริษัทฯ เช่น การประกันชีวิต และประกัน สุขภาพ รวมทั้งการคุ้มครองในกรณีพิพาทและทุพพลภาพอันเกิด จากการทำงานทั้งพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราว การลา เพื่อเลี้ยงดูบุตรโดยได้รับค่าจ้างตามวันที่ลาจริงเป็นระยะเวลา 4 เดือนซึ่งมากกว่าที่กฎหมายกำหนด กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และเงินบำนาญ และได้รับสิทธิพิเศษจากการใช้สินค้าและบริการ ของบริษัทฯ เป็นต้น

129 คน จำนวนพนักงานผู้พิการ



ช่องทางการสื่อสารระหว่างบริษัทฯ และพนักงาน

กลุ่มทรู มีช่องทางการสื่อสารระหว่างบริษัทฯ และพนักงาน เพื่อเป็นศูนย์รับฟังความคิดเห็น รับเรื่องร้องเรียน รวบรวมข้อมูล และข้อเสนอแนะจากพนักงานทุกคนในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ทรัพยากรบุคคล รวมถึงการแจ้งสภาพการณ์ที่ไม่ปลอดภัย และมีความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุ ผ่านแอปพลิเคชัน True Connect และ ส่ง SMS ถึงพนักงานทุกคน



True Connect :

People > ค้นหา HR Care Center > เลือก Chat หรือ เลือกเมนู More > Discover > กดติดตาม HR Care Center



E-mail :

HRcarecenter@truecorp.co.th



HR Web > Mail to HR Care > แจ้งรายละเอียด และเบอร์ติดต่อกลับ

การดูแลพนักงานในช่วงสถานการณ์โควิด-19

จากสถานการณ์โควิด-19 เปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิตในทุกด้าน กลุ่มทรู ได้นำเทคโนโลยีและดิจิทัลแพลตฟอร์มเข้ามาอำนวยความสะดวกให้กับพนักงานสามารถปฏิบัติงานจากที่ไหนก็ได้ (Work from Anywhere) รองรับชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ผ่านแอปพลิเคชัน True Connect และได้มีการสื่อสารให้หัวหน้าฝ่ายงานจัดสรรวางแผนพนักงานให้ปฏิบัติงานจากที่ไหนก็ได้ โดยกำหนดจำนวนพนักงานที่เข้ามาทำงานที่สำนักงานไม่เกิน 25% ของจำนวนพนักงานในฝ่ายงาน

นอกจากนี้ กลุ่มทรู ยังได้พัฒนาห้องประชุมเสมือนจริง True VROOM แพลตฟอร์มการประชุมออนไลน์ สามารถจัดการประชุมได้ทั้งจากคอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์มือถือสามารถใช้ได้ทั้ง iOS และ Android ซึ่งมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีคุณภาพ ป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล และเปิดให้ใช้บริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

การใช้งานแอปพลิเคชัน True VROOM



คุณสมบัติของแอปพลิเคชัน True Connect

ประชุมออนไลน์
ผ่านเสียง (Voice Call)
หรือวิดีโอ (Video Call)

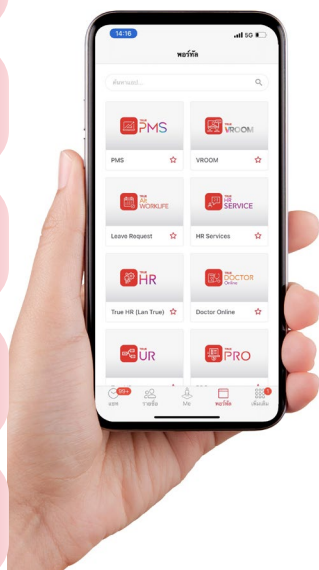
แจ้งข่าวสารสำคัญขององค์กร

สร้างแบบฟอร์มออนไลน์
เช่น คำขออนุมัติ ใบสั่งงาน

มอบหมาย
และติดตามความคืบหน้าของงาน

จัดเก็บข้อมูลระบบคลาวด์

จัดทำคู่มือปฏิบัติงาน
สำหรับพนักงาน Frontline
ป้องกันการติดเชื้อโควิด-19



มาตรการดูแลพนักงานช่วงสถานการณ์โควิด-19



บริษัทฯ ได้ประกาศนโยบายไม่เลิกจ้างพนักงาน
อันเนื่องมาจากผลกระทบวิกฤตโควิด-19



ทำประกันสุขภาพให้พนักงานทุกคน
คุ้มครองการติดเชื้อโควิด-19



รับพินิจชอบค่ารักษาพยาบาล
พนักงานที่ติดเชื้อโควิด-19



โครงการ COVID-19 Employee Assistant
ให้พนักงานลงทะเบียนรับความช่วยเหลือ



แอดมินให้พนักงาน
ใช้อินเทอร์เน็ตไม่จำกัด



จัดเตรียมอาหารมื้อกลางวัน
ให้พนักงานทุกคน
ทุกวัน จันทร์ - ศุกร์



การบริหารลูกค้าสัมพันธ์

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

เป้าหมายปี 2563

- ผลสำรวจความพึงพอใจต่อการบริการจากลูกค้า ผ่านระบบ iCSAT คะแนนความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่น้อยกว่าร้อยละ 90



ผลการดำเนินงานปี 2563

- ความพึงพอใจต่อการให้บริการจากลูกค้าผ่านระบบ iCSAT คะแนนความพึงพอใจในการให้บริการเท่ากับร้อยละ 91.5

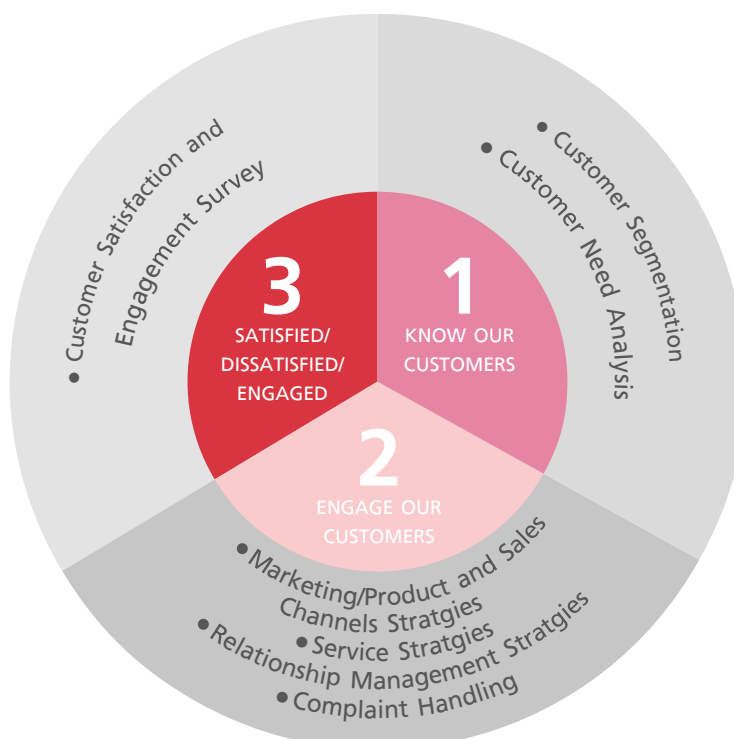


แนวทางบริหารจัดการ

บริษัทฯ มุ่งเน้นความเป็นเลิศด้านบริการ ซึ่งเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักของกลุ่มธุรกิจ โดยยังคงให้ความสำคัญในการตอบสนองและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ตามแนวทางการบริหารจัดการรางวัลคุณภาพแห่งชาติ (Thailand Quality Award : TQA) และ True Quality Excellence Framework (TQEF) ที่พัฒนามาใช้ในองค์กร ตลอดจนการนำข้อกำหนดของ Customer Operation Performance Center for Customer Service Provider (COPC CSP) มาประยุกต์ใช้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งมีการติดตามและตอบสนองการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วให้แก่ลูกค้าของผู้บริหารระดับสูงร่วมกับส่วนงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และมาตรฐานในการให้บริการที่รวดเร็วตอบสนองความต้องการครอบคลุมลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยมีกรอบการบริหารลูกค้า

สัมพันธ์แบบยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) จัดสรรการให้บริการตามกลุ่มลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงการให้บริการที่ครอบคลุม ตลอดจนแบ่งการบริหารจัดการแบบพื้นที่ย่อย (Micro Organization) ทำให้เข้าถึงและใกล้ชิดกับลูกค้าสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น และกำหนดตัวชี้วัด (KPI) ในการให้บริการในระดับ Supervisor พร้อมช่องทางในการให้บริการลูกค้าที่หลากหลาย เช่น โทรซ้อป ตัวแทนขาย ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ การขาย และให้บริการผ่านระบบออนไลน์ และการบริการตัวเองผ่านช่องทางดิจิทัล เป็นต้น โดยการทำกับดูแลของ Chief Customer Service Officer ภายใต้หน่วยงาน Customer Service

กรอบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์แบบยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric)



การพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์

พัฒนารูปแบบการให้บริการเพื่อความสะดวกและรวดเร็วให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการที่ทรูซอ็อป ดังนี้

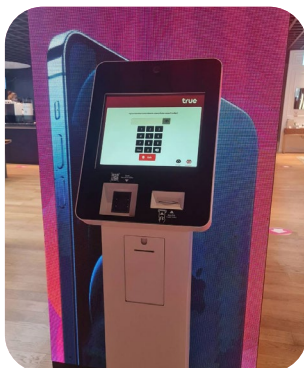
- พัฒนาและติดตั้งระบบ Smart Quality Management System (SQMS) ที่เชื่อมต่อ Video Call Service ระบบคิว และอุปกรณ์อื่นๆ ภายในทรูซอ็อป โดยการควบคุมจากส่วนกลาง (Centralize Queue) จำนวน 250 สาขา
- พัฒนาการแจ้งจำนวนทรูพ้อยคงเหลือบนตู้คิว (Q Display True Card & True Point) และบัตรคิว เพื่อให้ลูกค้าทราบถึงสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ลูกค้าได้รับจากทรูพ้อย
- ระบบจองคิวออนไลน์ (Online Appointment) ผ่าน TrueMove H Web, QueQ Application ทำให้ลูกค้าสามารถนัดหมายคิวล่วงหน้า โดยเลือกสาขา ระบุวันที่-เวลา แล้วนำ E-Ticket (QR Code) มาใช้บริการที่ทรูซอ็อป

- พัฒนาและติดตั้ง Video Call Service ให้บริการ ครอบคลุม 7 ภาษา ได้แก่ ไทย จีน อังกฤษ รัสเซีย ญี่ปุ่น เขมร และพม่า ด้วย Streaming Video คุณภาพการรับส่งสัญญาณที่คมชัด ใน 394 สาขา และมีแผนขยายการให้บริการผ่านทรูพาร์ทเนอร์และเพื่อนคู่ค้า ในอนาคต

- พัฒนาตู้ให้บริการอัตโนมัติ (Kiosk Machine) ให้บริการงานขายและบริการหลังการขายอัตโนมัติ เช่น ขอรับซิมใหม่ (Swap SIM) เปลี่ยนแปลงโปรโมชั่น เปลี่ยนรูปแบบบริการ ชำระค่าบริการ และย้ายค่าย (MNP) ใช้บริการโดยไม่ต้องรอคิว

- พัฒนาเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ (Vending Machine) อำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าให้แก่ลูกค้า ใน 3 สาขา ได้แก่ Central World, CPF ปากช่อง และ ICON SIAM ช่วยลดการสัมผัสเงิน ตอบสนองชีวิตวิถีใหม่ (New Normal)

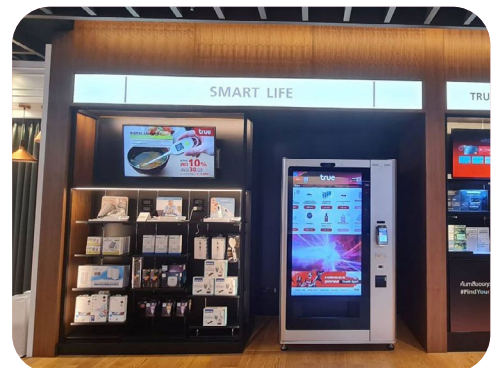
ตัวอย่างการพัฒนาทรูซอ็อป



Smart Quality Management System (SQMS)



ตู้ให้บริการอัตโนมัติ (Kiosk Machine)



เครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ (Vending Machine)

ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์

บริษัทฯ ยังคงให้บริการหมายเลขเดียวสอบถามทุกบริการ 1242 (One Number All Services) โดยพัฒนาการกล่าวต้อนรับ กล่าวชื่อลูกค้าในการรับสาย (Welcome Customer Name) และประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ให้ลูกค้าทราบ โดยตั้งเป้าหมายดำเนินการครบร้อยละ 100 ในปี 2564 พร้อมพัฒนาขีดความสามารถของเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง ในปี 2563 มีเจ้าหน้าที่ที่สามารถดูแลลูกค้าในทุกผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 52 ของเจ้าหน้าที่ให้บริการทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ร้อยละ 25 และมีเป้าหมายที่ร้อยละ 65 ในปี 2565

- พัฒนาระบบตรวจสอบการใช้งานอินเทอร์เน็ตเชื่อมต่อกับระบบ IVR แจ้งลูกค้ากรณีตรวจพบค่าสัญญาณไม่ดีให้ออกใบนัดหมายช่างผ่านระบบ IVR โดยไม่ต้องติดต่อเจ้าหน้าที่

- พัฒนา MARI AI ใช้งานบนคอลล์เซ็นเตอร์ ครอบคลุมการให้บริการ 8 เรื่องหลัก และ MARI Chat ที่ครอบคลุม 26 เรื่องที่ลูกค้าสอบถามข้อมูลมากที่สุด

- พัฒนาระบบการแจ้งปัญหาการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่าน SMS ให้ลูกค้าที่อยู่ในเครือข่ายที่จะได้รับผลกระทบทราบ พร้อมแจ้งกำหนดระยะเวลาที่จะแก้ไขแล้วเสร็จ

- บริการแก้ไขปัญหาทางเทคนิคผ่านทางโทรศัพท์โดยผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำในการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น ลูกค้าไม่ต้องรอช่างไปแก้ไขหน้างาน

- จัดให้มีบริการสนทนาทางวิดีโอ (VDO Chat) สำหรับผู้มีปัญหาทางการได้ยิน และจัดสรรพนักงานให้บริการทางโทรศัพท์ด้วยภาษามือให้บริการแก่ผู้บกพร่องทางการได้ยิน

- พัฒนาระบบรองรับการ Work From Home เพื่อความปลอดภัยของพนักงานในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ให้สามารถบริการลูกค้าจากที่บ้านได้โดยยังคงประสิทธิภาพการให้บริการ และสามารถรักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง

การปรับปรุงคุณภาพบริการที่ลูกค้าร้องขอ (Case Management)

เพื่อเพิ่มคุณภาพการให้บริการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า บริษัทฯ ได้พัฒนาการให้บริการก่อนและหลังการขาย จากการติดต่อขอใช้บริการของลูกค้าในทุกช่องทาง ซึ่งเป็นบริการที่ไม่สามารถให้บริการได้ในทันทีต้องมีขั้นตอนในการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ร้องขอ โดยปรับลดขั้นตอนในการทำงาน นำระบบมาช่วยจัดการแทนพนักงาน และเพิ่มอำนาจการตัดสินใจให้กับพนักงานให้บริการเพื่อลดระยะเวลาในการให้บริการ พร้อมกำหนดวิธีการควบคุมและตรวจสอบย้อนกลับในทุกขั้นตอนปฏิบัติงานตามกรอบมาตรฐานการดำเนินงานของบริษัทฯ และมีการจัด Case Management Daily Town Hall ทุกวัน เพื่อสรุปและปรับปรุงกำหนดเป็นแนวทางในการนำเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า ตลอดจนมีการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการผ่านระบบ iCSAT โดยส่งลิงก์ผ่าน SMS นำผลที่ได้มาปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

จากการพัฒนาบริษัทฯ สามารถส่งมอบบริการที่ลูกค้าร้องขอ (SR-Service Request) ภายใน 24 ชั่วโมง ได้ถึง ร้อยละ 85 และส่งมอบบริการภายใน 72 ชั่วโมง ได้ถึง ร้อยละ 96 ของจำนวนคำร้องขอ โดยตั้งเป้าหมายในการส่งมอบบริการที่ลูกค้าร้องขอ ร้อยละ 90 ภายใน 24 ชั่วโมง นับจากที่ได้รับการร้องขอ และร้อยละ 100 ของการร้องขอภายใน 72 ชั่วโมง ในปี 2564

การออกแบบผลิตภัณฑ์พิเศษในสถานการณ์โควิด-19

นอกจาก Deaf SIM สำหรับผู้บกพร่องทางการได้ยิน และ Blind SIM สำหรับผู้บกพร่องทางการมองเห็น ที่เป็นผลิตภัณฑ์ในสถานการณ์ปกติ กลุ่มทรูได้ออกผลิตภัณฑ์เพื่อสนับสนุนและตอบสนองการใช้งานในสถานการณ์โควิด-19 คือ

- ซิมกักตัวไม่กลัวเหงา มอบฟรีแก่ผู้ป่วยที่เข้าเกณฑ์สอบสวนโรคเฝ้าระวังที่ต้องกักตัวอยู่บ้าน และมอบสิทธิ์พิเศษให้กับลูกค้าปัจจุบันแบบรายเดือนและแบบเติมเงิน ที่เป็นผู้ป่วยเข้าเกณฑ์สอบสวนโรคเฝ้าระวังใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มเติมจากแพ็คเกจที่ใช้งานปัจจุบัน
- ซิมสามัญประจำบ้าน มอบฟรีเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารและโทรฟรีหมายเลขฉุกเฉิน เรียนหรือทำงานผ่านแอปพลิเคชัน VROOM ที่พัฒนาโดยกลุ่มทรู เข้าเว็บไซต์สถาบันการศึกษามากกว่า 4,500 แห่ง ทั่วประเทศ โดยไม่เสียค่าเน็ต

พร้อมจัดหามือถือเป็นทางเลือกที่เหมาะสม เช่น สมาร์ทโฟนที่รองรับการใช้งานได้ทั้ง 3G และ 4G ราคา 1,000-3,000 บาท พร้อมแพ็คเกจการใช้งานที่เหมาะสมให้กับลูกค้า เพื่อเพิ่มอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องเทคโนโลยีดิจิทัลในทุกภูมิภาค

การให้บริการในช่วงสถานการณ์โควิด-19

จากสถานการณ์โควิด-19 ที่กำลังขยายวงกว้างอย่างรวดเร็วส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของประชาชนเป็นอย่างมาก กลุ่มทรูมีความห่วงใยและตระหนักถึงความปลอดภัยและสุขภาพอนามัยของลูกค้าเป็นสำคัญ จึงได้กำหนด มาตรการรับมือ โดยจัดทำเป็น

คู่มือให้พนักงานบริการลูกค้า ศึกษาคู่มือปฏิบัติ ผ่านแอปพลิเคชัน True Connect เพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการที่ทรูช็อป และการรับบริการจากทีมช่างทั่วประเทศ มีความมั่นใจและได้รับการบริการอย่างต่อเนื่อง

มาตรการให้บริการที่ทรูช็อป ในสถานการณ์โควิด-19

 • ตรวจสอบคัดกรองลูกค้าที่มาใช้บริการ • วัดอุณหภูมิ • Scan QR Code ไทยชนะ • จัดเตรียมเจลล้างมือแอลกอฮอล์ให้ลูกค้า	 • จัดที่นั่งรอรับบริการให้มีระยะห่างกว่า 1 เมตร	 • ติดตั้งที่กันละอองสเปรย์หน้าเคาน์เตอร์	 • ทำความสะอาดจุดสัมผัสสาธารณะด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อทุก 1 ชั่วโมง	 • สวมหน้ากากอนามัย อุปกรณ์ป้องกันใบหน้า (Face Shield) และถุงมือขณะปฏิบัติงาน
--	---	--	--	--

พนักงานที่เดินทางกลับจากประเทศเสี่ยงหรือมีประวัติสัมผัสกับผู้ติดเชื้อจะต้องหยุดพักและแยกตัวเอง (Self Quarantine) เพื่อเฝ้าระวัง เป็นระยะเวลา 14 วัน พร้อมนำใบรับรองแพทย์ มาแสดงในวันกลับปฏิบัติงาน

มาตรการการให้บริการของช่างทู่ ในสถานการณ์โควิด-19

เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้าที่เรียกใช้บริการในกรณีอุปกรณ์มีปัญหา หรือมีการปรับเปลี่ยนติดตั้งอุปกรณ์ที่บ้านลูกค้า ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 บริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการในการปฏิบัติงาน

ของช่างที่ให้บริการที่บ้านลูกค้าไว้อย่างรัดกุมเพื่อป้องกันผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับลูกค้าและช่างที่ปฏิบัติงาน



- ตรวจสอบอุณหภูมิและบันทึกผลในแต่ละวันแบบติดกับบัตรพนักงาน



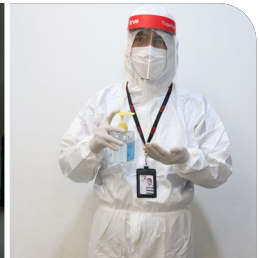
- แสดงบัตรพนักงานพร้อมบัตรตรวจสอบอุณหภูมิ
- สวมหน้ากากอนามัยพร้อมอุปกรณ์ป้องกันในหน้ากากหรือแว่นครอบตา



- เว้นระยะห่างจากลูกค้าไม่ต่ำกว่า 1.5-2 เมตรขณะปฏิบัติงาน



- ทำความสะอาดอุปกรณ์ด้วยแอลกอฮอล์ทุกครั้งก่อนและหลังติดตั้ง



- ลูกค้าอยู่ในกลุ่มเสี่ยงอยู่ในช่วงพักรักษาตัว
- จัดทำอุปกรณ์ให้ลูกค้าพร้อมให้คำแนะนำทางโทรศัพท์
- สวมอุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัยส่วนบุคคล (PPE) ในกรณีต้องให้บริการที่บ้านลูกค้า

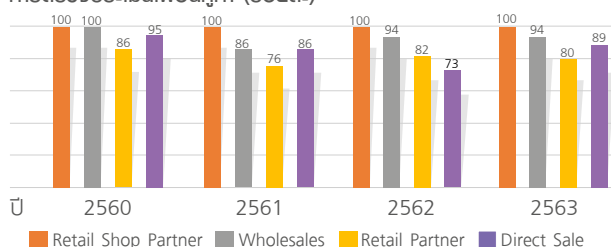
การขายและให้บริการผ่านระบบออนไลน์

ในปี 2563 ซึ่งเป็นปีที่มีสถานการณ์โควิด-19 ลูกค้าทรู สามารถใช้บริการผ่านระบบออนไลน์ โดยได้รับการเหมือนใช้บริการที่ทรูซ็อป ด้วยความปลอดภัยโดยไม่ต้องจับเงินสดไม่ต้องพบปะผู้คน และสามารถเข้าถึงความบันเทิงออนไลน์โดยไม่ต้องออกจากบ้านผ่านแอปพลิเคชัน True iService True Money และ True ID ในปี 2563 บริษัทฯ มีการให้บริการผ่านช่องทางดิจิทัล คิดเป็นร้อยละ 56.52 ของรายการการรับชำระทั้งหมด เพิ่มขึ้นจาก ปี 2562 ร้อยละ 48.88 มีจำนวนเงินคิดเป็นร้อยละ 48.96 ของยอดเงินชำระทั้งหมด และการให้บริการหลังการขายผ่านช่องทางดิจิทัล คิดเป็นร้อยละ 66.26 ของรายการบริการหลังการขายทุกช่องทาง

มาตรฐานการให้บริการผ่านช่องทางทางการให้บริการของบริษัทฯ

เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกันเหมือนได้รับบริการที่ทรูซ็อป บริษัทฯ ได้ทำการตรวจประเมินช่องทางการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมทุกช่องทางของบริษัทฯ รวมถึงการตรวจประเมินพันธมิตรทางธุรกิจด้านความยั่งยืนโดยผู้ตรวจประเมินภายนอก ตามกรอบมาตรฐาน ISO 9001:2015 ISO 14001:2015 และ ISO 45001:2018 เพื่อร่วมกันสร้างภาพลักษณ์สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าในการให้บริการที่ดีที่สุด

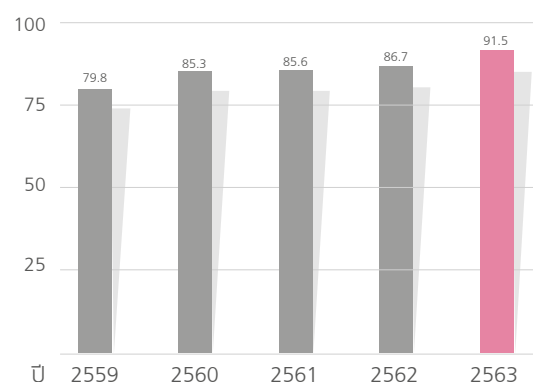
การตรวจประเมินเพื่อนลูกค้า (ร้อยละ)



การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทฯ ได้ทำการสำรวจความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าผ่านระบบ iCSAT จากผลการสำรวจลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการสูง ถึงร้อยละ 91.5 โดยลูกค้าส่วนใหญ่พึงพอใจการให้บริการที่ทรูซ็อป 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1) การให้บริการของพนักงาน 2) ระยะเวลาในการให้บริการที่เคาน์เตอร์ที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และ 3) ระยะเวลาที่รอรับบริการที่รวดเร็ว และสิ่งที่ต้องปรับปรุงคือ 1) การให้ข้อมูลโปรโมชั่น 2) การให้ข้อมูลเครือข่ายการให้บริการและรายละเอียด 3) การให้บริการของลูกค้าที่ทำให้ระยะเวลาในการให้บริการที่เคาน์เตอร์นานกว่าปกติ บริษัทฯ ได้นำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงกระบวนการให้บริการโดยมีการประชุมทุกวันในการติดตามแก้ไขปัญา รวมทั้งปรับปรุงระบบคิวให้เหมาะสมและกำหนดตัวชี้วัดในการให้บริการพร้อมติดตามผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ผลการสำรวจความพึงพอใจลูกค้า (iCSAT) ร้อยละ



ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

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

เป้าหมายปี 2563

- 100% ป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล



ผลการดำเนินงานปี 2563

- 100% สามารถป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล

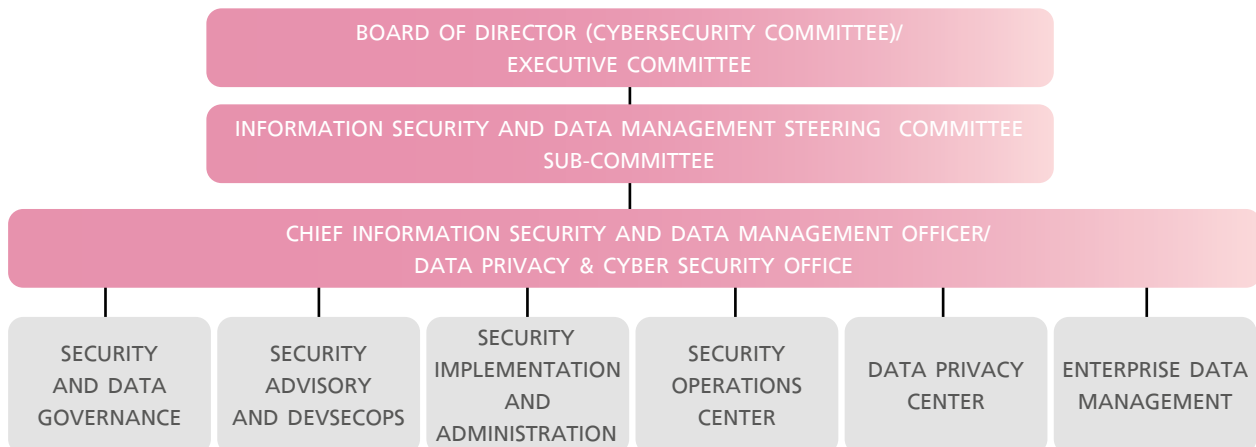


แนวทางการบริหารจัดการ

กลุ่มทรู ให้ความสำคัญและมีแนวทางการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ตลอดจนการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างรอบด้านอย่างต่อเนื่อง และได้ยกระดับความสำคัญของเรื่องนี้ขึ้นปีนวาระระดับองค์กร บริษัทฯ ในฐานะผู้ให้บริการด้านสื่อสารโทรคมนาคมและธุรกิจดิจิทัลมีการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าจำนวนมาก ขณะที่ปัจจุบันทั่วโลกต่างเผชิญกับสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลให้มีการใช้ข้อมูลออนไลน์มากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และสิ่งที่เกิดขึ้นติดตามมา ก็คือ ภัยคุกคามทางไซเบอร์รวมถึงการละเมิดข้อมูลความเป็นส่วนตัวที่เพิ่มมากขึ้น บริษัทฯ

จึงมีแนวทางการบริหารจัดการ ผ่านโครงสร้างการบริหารจัดการซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการบริษัทชุดย่อย คือ คณะกรรมการความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ซึ่งทำหน้าที่กำกับดูแลงานด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ ยังมีคณะกรรมการบริหารความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล รับผิดชอบด้านการบริหารจัดการดำเนินงาน โดยมีมาตรการที่หลากหลายในการบริหารจัดการ



มาตรการบริหารจัดการด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

✓	นโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศของกลุ่มทรู ซึ่งประกอบด้วย True Information Security Policy, True Enterprise Data Policy และ Personal Data Protection Policy มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ วันที่ 1 สิงหาคม 2563	✓	กรอบการดำเนินงานของสถาบันมาตรฐานและเทคโนโลยีแห่งชาติ ประเทศสหรัฐอเมริกา NIST
✓	นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมที่ https://www3.truecorp.co.th/new/privacy-policy?ln=th)	✓	คุณภาพระบบการจัดการความปลอดภัยสำหรับข้อมูลส่วนบุคคล และสารสนเทศ ISMS
✓	พ.ร.บ. การรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ พ.ร.บ. 2562 และ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ร.บ. 2562	✓	มาตรฐานการจัดการความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศสากล ISO 27001
✓	แนวทางการรักษาความมั่นคงปลอดภัยและความมั่นคงของสารสนเทศ C.I.A. ใต้เก๋ การรักษาความลับของข้อมูล ความสมบูรณ์ของข้อมูล และการเข้าถึงข้อมูลได้ตลอดเวลา	✓	ระเบียบการคุ้มครองข้อมูลทั่วไปของสหภาพยุโรป GDPR

การบริหารจัดการให้เกิดความมั่นคงปลอดภัยจากการถูกโจมตีทางระบบ

บริษัทฯ มีการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยจากการถูกโจมตีทางระบบ โดยยึดกรอบการดำเนินงาน NIST

กรอบการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ NIST*



การดำเนินงานด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

- จัดทำ Disaster Recovery Plan (DRP) 2 ครั้ง/ปี สำหรับระบบที่มี High availability แบบ Active-Active เชื่อมต่อกัน 2 sites โดยไม่มีผลกระทบต่อระบบที่ต้องให้บริการ 7 วันตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อป้องกันการเกิด Down time
- จัดทำการจัดลำดับชั้นความสำคัญของข้อมูลทั้งหมดของบริษัท (Data Classification) และจัดทำกระบวนการกำกับดูแลข้อมูล ตลอดจนกระบวนการขอใช้เปิดเผยข้อมูลชั้นความลับและข้อมูลส่วนบุคคล (Data Sharing)
- ทำการประเมินบัญชีผู้ใช้งาน (User Access Review) ระดับ local user ที่เข้าถึงระบบที่มีข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 282 servers เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ใช้งานมีบัญชีและสิทธิการเข้าถึงข้อมูลอย่างถูกต้องและเหมาะสม
- ประเมินความเสี่ยงระบบที่มีข้อมูลส่วนบุคคลจากภัยคุกคามไซเบอร์และไอที ตลอดจนแนวทางการแก้ไขเพื่อลดความเสี่ยง
- ทดสอบช่องโหว่ของระบบแอปพลิเคชันที่ถูกพัฒนาขึ้นใหม่และแอปพลิเคชันที่มีข้อมูลส่วนบุคคลรวมถึงการแก้ไขปิดช่องโหว่ ก่อนประกาศให้ใช้งานได้
- ปรับปรุงการทำ Vulnerability Scan Test ใหม่ เพื่อให้สามารถรู้ผลช่องโหว่ได้ทันทีและทุกขณะ (Real time) สำหรับระบบที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลทั้งหมด จำนวนมากกว่า 700 servers
- พัฒนาและติดตั้งระบบการป้องกันข้อมูลรั่วไหล (Data Loss Prevention หรือ DLP) สำหรับอุปกรณ์การใช้งานของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับระบบที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ประมาณ 800-1,000 เครื่อง ซึ่งคาดว่าจะเสร็จสิ้นสมบูรณ์ภายในเดือนพฤษภาคม 2564
- มีการจัดทำ External Audit & Verification อย่างสม่ำเสมอทุกปี จากบริษัทที่ปรึกษาชั้นนำของโลก 2 บริษัท ; Pricewaterhouse Coopers (PwC) และ TUV NORD โดยได้รับรองการตรวจสอบและผ่านมาตรฐาน ISO 27001

การสนับสนุนการทำงานที่บ้านช่วงสถานการณ์โควิด-19

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับเรื่องความปลอดภัยของพนักงานและสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในช่วงที่เกิดสถานการณ์โควิด-19 พนักงานที่ไม่มีการติดต่อโดยตรงกับลูกค้า และไม่ได้ทำงานที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าสามารถทำงานจากที่บ้านหรือที่พักอาศัยอื่น การเข้าถึงข้อมูลออนไลน์ต้องผ่านระบบรักษาความปลอดภัยเครือข่ายส่วนตัวเสมือน (VPN) ซึ่งทำหน้าที่เสมือนอุโมงค์ที่ปลอดภัยระหว่างอุปกรณ์ของพนักงานในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เพื่อป้องกันการสอดแนม แทรกแซง และการเซ็นเซอร์ จึงมีความปลอดภัยสูง

กลุ่มทรู ยังส่งเสริมการประชุมโทรศัพท์ผ่าน TRUE VROOM อย่างปลอดภัย ตลอดจนจัดตั้ง Cyber Security Clinic เพื่อให้คำปรึกษา แนะนำแนวทางแก่พนักงาน อีกด้วย



การดำเนินงานเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติตามพร.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยกำกับดูแลข้อมูลของบริษัทและข้อมูลของลูกค้าอย่างต่อเนื่องตามแนวทาง C.I.A. ทั้งในเชิงนโยบาย เชิงเทคนิคและเชิงการปฏิบัติเพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทสามารถปกป้องความมั่นคงความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้าและพนักงาน ดังนี้

- ปรับปรุงนโยบายความเป็นส่วนตัว (Privacy Notice) เพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดเพิ่มเติมของกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- ปรับปรุงระบบบันทึก ตรวจสอบ และรายงานการให้/ถอนความยินยอม (Consent) ของลูกค้าแบบอัตโนมัติรวมทั้งระบบที่เกี่ยวข้องให้เสร็จสมบูรณ์ภายใน 25 พฤษภาคม 2564
- กำหนดแนวทางการปฏิบัติต่อข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานในบริษัทเครือข่าย ให้สอดคล้องกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงการเข้าถึงหรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานระหว่างบริษัทในเครือฯ
- ประเมินปัจจัยความเสี่ยงที่ยังอาจขาดนโยบายและ/หรือกระบวนการรองรับหรือแก้ไขเยียวยา เพื่อกำหนดแนวทางปฏิบัติในการหลีกเลี่ยงหรือลดผลกระทบต่อลูกค้า บริษัทฯ พนักงาน และคู่ค้า
- มีการประเมินและตรวจสอบกระบวนการและแนวทางการปฏิบัติงานการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของหน่วยงานภายในและภายนอกเป็นประจำทุกปี
- อยู่ระหว่างดำเนินการร่วมกับฝ่ายกฎหมายจัดทำ Data Processing Agreement ระหว่างบริษัทในเครือฯ และ/หรือคู่ค้าที่เกี่ยวข้องกัน จำนวนมากกว่า 3,000 ฉบับ

การใช้ แก๊บ ลบ หรือโอนข้อมูลส่วนบุคคล ของลูกค้า

ลูกค้าในฐานะเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลมีสิทธิเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 โดยบริษัทฯ เตรียมความพร้อมในรองรับการใช้สิทธิ ต่าง ๆ ก่อนที่กฎหมายจะมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 มิถุนายน 2564 ลูกค้าสามารถใช้สิทธิได้ที่ทรูซัพพอร์ตสาขา และช่องทางออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน True iService



ทั้งนี้ ในปี 2563 มีลูกค้ายื่นความประสงค์ขอใช้ แก๊บ ลบ หรือ โอนข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 479,579 คำขอ แยกเป็นการขอแก๊บ ข้อมูล 77,885 คำขอ และขอโอนย้ายข้อมูล 401,699 คำขอ

บริษัทฯ มีการนำข้อมูลลูกค้าร้อยละ 100 ไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ตามที่ระบุในนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งลูกค้าให้ความยินยอม และในปีที่ผ่านมา ไม่มีหน่วยงานภาครัฐที่ขอตรวจสอบว่าข้อมูลถูกนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น

การร้องขอข้อมูลการใช้งานของลูกค้า จากหน่วยงานภาครัฐ

บริษัทฯ ได้รับคำร้องขอข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานของลูกค้าจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งบริษัทฯ มีกระบวนการตรวจสอบคำร้องขอว่าเป็นไปตามกฎหมาย มีความจำเป็นต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน หรือความมั่นคงของประเทศ ในปี 2563 บริษัทฯ ได้รับคำร้องขอดังกล่าว 47,562 ครั้ง ซึ่งบริษัทฯ ได้ตรวจสอบความสอดคล้องต่อกฎหมาย นโยบายบริษัทฯ และความจำเป็นของการใช้ข้อมูลนั้นๆ และได้ส่งมอบข้อมูลให้แก่ภาครัฐเพื่อตรวจสอบเป็นสัดส่วนร้อยละ 100 ของจำนวนคำร้องทั้งหมด

ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน

อีเมล : cyberincidentresponse@truecorp.co.th

รายการ	ปี 2563
1. จำนวนข้อร้องเรียนจากลูกค้า/หน่วยงานภายนอกกรณีละเมิดความเป็นส่วนตัวเพื่อการตลาด ซึ่งบริษัทฯ ได้ตรวจสอบแล้วไม่เข้าข่ายการละเมิดความเป็นส่วนตัว	3
2. จำนวนข้อร้องเรียนจากลูกค้า/หน่วยงานภายนอกที่เข้าข่ายการละเมิดความเป็นส่วนตัว (SUBSTANTIATED CASE)	0
3. จำนวนข้อร้องเรียนจากหน่วยงานของรัฐ กรณีละเมิดความเป็นส่วนตัว	0
4. จำนวนข้อร้องเรียนจากสื่อมวลชน ถูกทำลาย หรือโดนลบ	0
5. รายได้สูญเสียจากข้อร้องเรียน ถูกทำลาย ถูกทำลาย หรือโดนลบ (บาท)	0

การอบรมสร้างความตระหนักรู้ด้านดิจิทัล และทักษะที่จำเป็นให้แก่พนักงาน และการสื่อสารภายใน

กลุ่มทรูให้ความสำคัญกับข้อมูลซึ่งถือเป็นทรัพย์สินขององค์กร โดยพนักงานถือเป็นด่านแรกที่สำคัญ ที่จะสามารถช่วยดูแลปกป้องข้อมูลความปลอดภัยจากภัยคุกคามที่มาในรูปแบบหลากหลาย เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียของกลุ่มทรู ซึ่งให้ความสนใจแก่ประเด็นความมั่นคงทางไซเบอร์และการบริหารข้อมูลส่วนบุคคล บริษัทฯ จึงได้ดำเนินการสร้างความตระหนักรู้ปลูกฝังความรู้ความเข้าใจด้านดิจิทัลและทักษะที่จำเป็น ผ่าน

- การจัดอบรมสัมมนา อบรมเชิงปฏิบัติการ
- การเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน
- กิจกรรมเล่นเกมตอบคำถาม และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

กิจกรรมและโครงการเด่นๆ ในปี 2563

5,550
คน

ได้รับการอบรม Cybersecurity Awareness E-Learning 2020 Platform สำหรับพนักงานของบริษัทฯ เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม 2563 ถึงเดือนธันวาคม 2563

3,000
คน

ผ่านการอบรมหลักสูตรอบรมออนไลน์ Digital Literacy Series เพื่อเตรียมความพร้อมพนักงานสู่โลกแห่งอนาคต ประกอบด้วย 9 หัวข้อสำคัญ ซึ่งนำเสนอโดยผู้ทรงคุณวุฒิในแต่ละหัวข้อ ได้แก่ Cyber Security, Big Data & Data Analytic, Digital Marketing เป็นต้น

145
คน

ผ่านการสัมมนาเชิงปฏิบัติการออนไลน์ "Data Classification", "Data Sharing" และ "Data Loss Prevention" สำหรับผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับข้อมูลในแต่ละหน่วยงานโดยตรง

115
คน

เข้าอบรมในชั้นเรียนและทดสอบความชำนาญทางห้องปฏิบัติการสำหรับผู้พัฒนา หรือผู้ดูแลระบบทางเทคนิค "Security for System Administrators" และ "Security for Software Developer" โดยผู้เชี่ยวชาญด้านความมั่นคงปลอดภัย อาทิ CISSP, CCLP, CISM, CCNA

57
ครั้ง

มีการจัดทำ Cybersecurity Awareness Infographic ทาง e-mail เพื่อสื่อสารและให้ความรู้แก่พนักงานทั่วทั้งบริษัทฯ

ร่วมมือกับ สำนักงาน กสทช. และซีพี ออลล์ พัฒนาระบบ Mobile ID หรือ “แทนบัตร” ระบบยืนยันตัวตนแทนบัตรประชาชน นำร่องทดลองใช้บริการที่สาขาซีพีออลล์ ในไตรมาสที่ 1 ปี 2564



กลุ่มทรู โดย บริษัททรู มูฟ เอชยูนิเวอร์แซล คอมมิวนิเคชั่น จำกัด ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และบริษัท ซีพี ออลล์ ร่วมมือกันนำระบบ “แทนบัตร” หรือ Mobile ID ไปพัฒนาต่อและประยุกต์ใช้ภายใต้ภารกิจต่างๆ ของแต่ละหน่วยงานโดยมีวัตถุประสงค์หลัก 2 ข้อ

1. เพื่อสนับสนุนการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนให้มีความสะดวก ปลอดภัย และเป็นการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
2. เพื่อส่งเสริมนโยบายรัฐบาลในการสนับสนุนให้ใช้ดิจิทัลไอดีในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัลของประเทศ

ร่วมจัดตั้งศูนย์ประสานงานรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางคอมพิวเตอร์ด้านโทรคมนาคม (TTC-CERT)

14 ธันวาคม 2563 กลุ่มทรู ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) สมาคมโทรคมนาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ และผู้ประกอบการโทรคมนาคมชั้นนำ จัดตั้งศูนย์ประสานงานรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางคอมพิวเตอร์ด้านโทรคมนาคม (TTC-CERT) โดยศูนย์ TTC-CERT นี้ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนวิจัยและพัฒนาการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) โดยพันธกิจของศูนย์ TTC-CERT ได้แก่

1. ส่งเสริมและสร้างความตระหนักรู้เรื่องการดูแลรักษาความมั่นคงปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ ให้ก้าวทันเทคโนโลยียุคดิจิทัลที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว
2. มีระบบแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่สามารถเชื่อมต่อกับฐานข้อมูลอัจฉริยะ (Threat intelligence feed) ที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล
3. เผยแพร่ความรู้เพื่อสาธารณประโยชน์พร้อมจัดหลักสูตรอบรมเพิ่มความรู้และทักษะบุคลากรในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมทุกภาคส่วน



การกระจายโอกาสในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา

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

เป้าหมายปี 2563

- 4,000,000 คน เข้าถึงแหล่งเรียนรู้และข้อมูลสารสนเทศ (จำนวนสะสม)



ผลการดำเนินงานปี 2563

- 5,639,371 คน เข้าถึงแหล่งเรียนรู้และข้อมูลสารสนเทศ (จำนวนสะสม)



แนวทางการบริหารจัดการ

กลุ่มทรู นำความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีดิจิทัล มาพัฒนานวัตกรรมเพื่อช่วยขับเคลื่อนสังคม และสิ่งแวดล้อมของประเทศไทยให้เป็นไปอย่างยั่งยืนผ่าน หน่วยงานด้านการศึกษาและวิชาการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขับเคลื่อน และยกระดับการศึกษาของคนไทยด้วยการกระจายโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเรียนรู้สารสนเทศในรูปแบบต่างๆ

ผลการดำเนินงาน

มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี

5,639,371 คน

นักเรียน ครู และครอบครัวเข้าถึง
สื่อการเรียนรู้ และข้อมูลสารสนเทศ

333 คน

School Partner

5,567 โรงเรียน

สนับสนุนโรงเรียนในสังกัด สพฐ

42 องค์กร

สมาชิกองค์กรภาคเอกชน

3,351 โรงเรียน

ติดตั้งสื่อและอุปกรณ์ ICT

9 แห่ง 5 ภูมิภาค

ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน (Learning Center)

กลยุทธ์การขับเคลื่อนและยกระดับการศึกษาไทย

5

ยุทธศาสตร์หลัก

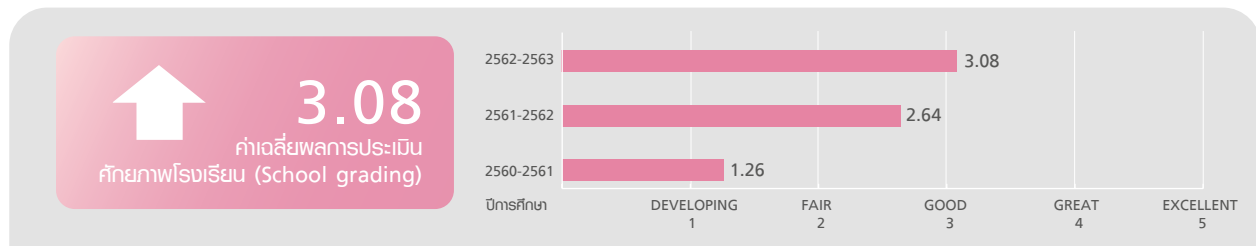
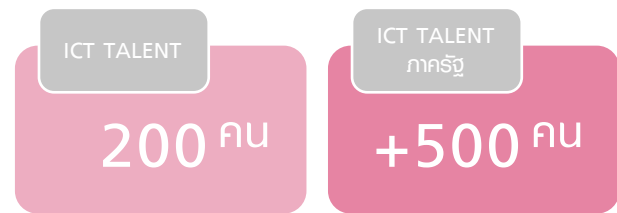
ในการขับเคลื่อนและยกระดับ
การจัดการศึกษาไทย

	TRANSPARENCY การเปิดเผยข้อมูลสถานศึกษาสู่สาธารณะ
	MARKET MERCHANISMS กลไกตลาดและวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม
	HIGH QUALITY PRINCIPALS & TEACHERS กลไกตลาดและวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม
	CHILD CENTRIC & CURRICULUM เด็กเป็นศูนย์กลาง เสริมสร้างคุณธรรม และความภูมิใจ
	DIGITAL INFRASTRUCTURES การเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลของสถานศึกษา

กลุ่มทรู เป็นหนึ่งในองค์กรภาคเอกชน 12 แห่ง ผู้ร่วมก่อตั้ง จัดตั้งโครงการสานพลังประชารัฐด้านการศึกษาพื้นฐาน และการพัฒนาผู้นำ (E5) ในปี 2559 และมีพัฒนาการต่อเนื่องจนปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารงานสู่การจดทะเบียนจัดตั้ง มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี (CONNEXT ED Foundation) ในปี 2563 เพื่อสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนทางการศึกษา เพื่อยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาสู่มาตรฐานสากล และเชื่อมโยงกลไก บูรณาการการศึกษาให้ทั่วถึง และทัดเทียม โดยสร้างรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้นำเพื่อการศึกษายั่งยืน (Leadership Program for Sustainable Education) คัดเลือกจากพนักงานที่มีจิตอาสา และมีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนดทำหน้าที่ “School Partner” พัฒนามาตรฐานการศึกษาในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.)



นอกจากนี้ ยังได้ทำโครงการผู้นำด้านเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา (ICT Talent) โดยคัดเลือกบุคลากรที่จบการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือมีความสนใจด้าน ICT มาปฏิบัติงานประจำในโรงเรียน เพื่อให้โรงเรียนและชุมชนสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้ และประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน และต่อยอดสู่ ICT Talent ภาครัฐ คัดเลือกข้าราชการครูกว่า 500 คน เข้าอบรมหลักสูตร ICT Talent



โครงการทรูปลูกปัญญา

กลุ่มทรู นำศักยภาพของเทคโนโลยีสื่อสารและนวัตกรรมทุกรูปแบบขององค์กรมาสนับสนุนกิจกรรมพัฒนาสังคมในด้านต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการศึกษาและการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้ด้อยโอกาสในสังคม ด้วยแนวคิด ปลูกความรู้ ปลูกความดี ปลูกใจรักสิ่งแวดล้อม ภายใต้โครงการทรูปลูกปัญญา เพื่อเปิดโอกาสให้โรงเรียนในพื้นที่ห่างไกลได้เข้าถึงแหล่งสาระความรู้ ด้วยชุดอุปกรณ์และสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ทรูปลูกปัญญา

ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมให้เยาวชน และบุคคลทั่วไปเข้าถึงข้อมูลความรู้ และภูมิปัญญาได้อย่างเท่าเทียม จึงได้พัฒนาเว็บไซต์ทรูปลูกปัญญา ดอทคอม (www.truelookpanya.com) ที่รวบรวมเนื้อหาสาระความรู้



ทุกวิชาทุกระดับชั้น ในรูปแบบมัลติมีเดียมากกว่า 1 ล้านคอนเทนต์ เป็นคลังความรู้ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ รวมถึง การพัฒนาแอปพลิเคชัน ทรูปลูกปัญญาทำให้สามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา

โครงการทรู Click Life

บริษัทฯ พัฒนาระบบการเรียนการสอนที่เน้นให้เด็กเป็นศูนย์กลาง (Child-Centered Learning) ด้วยการผลิตหลักสูตร และนวัตกรรมสื่อการเรียนการสอนตั้งแต่ระดับอนุบาลจนถึงมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 5 หลักสูตร พัฒนาสาระการเรียนรู้ โดยนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญ และจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการศึกษา ช่วยเสริมสร้างศักยภาพการเรียนรู้ของเด็ก และช่วยลดภาระของคุณครู



แพลตฟอร์มบริจาคเพื่อการศึกษา Crowdfunding

ในปี 2563 มูลนิธิสถานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดีพัฒนาแพลตฟอร์มการระดมทุนเพื่อการศึกษา โดยผู้บริจาคมีสิทธิ์ที่จะเลือกได้ว่า จะบริจาคเพื่อพัฒนาการศึกษาในด้านไหน ซึ่งแต่ละโรงเรียนที่ขาดแคลนจะเป็นผู้นำเสนอโครงการที่จะพัฒนาโรงเรียนเข้ามา จะผ่านการกลั่นกรองจากคณะกรรมการคัดกรองโครงการแล้วว่าเป็นโครงการที่จะตอบโจทย์และช่วยแก้ไขปัญหาตามบริบทของโรงเรียนในพื้นที่นั้นๆ ได้ เช่น อุปกรณ์การเรียนการสอน การพัฒนาครูผู้สอน การส่งเสริมอาชีพ การซ่อมแซมและปรับปรุงโรงเรียน หรือโครงสร้างพื้นฐาน ในปีที่ผ่านมา มีโครงการที่ผ่านการคัดเลือกกว่า 31 โครงการ

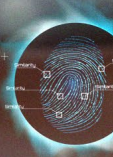
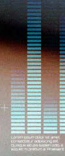


true
HEALTH

Doctor Online



AND ELE



HEALTH

มุ่งมั่นสร้างสังคมยั่งยืน

“นำเสนอและสร้างสรรค์คุณค่าดีๆ
เพื่อพัฒนาสุขภาพ
และความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคม”



ความพร้อมใช้งานและความครอบคลุมเครือข่าย

(GRI 103-1, 103-2, PA1, PA2, PA4, PA5)

เป้าหมายปี 2563

- ผลสำรวจความพร้อมใช้งานของเครือข่าย มากกว่าร้อยละ **96.60**
- ดัชนีระยะเวลาหยุดชะงักเฉลี่ยของเครือข่าย น้อยกว่า **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)



ผลการดำเนินงานปี 2563

- ผลสำรวจความพร้อมใช้งานของเครือข่าย เท่ากับ ร้อยละ **99.78**
- ดัชนีระยะเวลาหยุดชะงักเฉลี่ยของเครือข่าย เท่ากับ **0.05 ชั่วโมง/คน/ปี** (2.81 นาที/คน/ปี)
- ดัชนีความถี่เฉลี่ยของเครือข่ายหยุดชะงัก **0.02 ครั้ง/คน/ปี**



แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัท มุ่งมั่นดำเนินการ เพื่อให้สามารถมีเครือข่ายการสื่อสาร ที่ทันสมัย ได้มาตรฐาน มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสร้างความประทับใจ ให้ลูกค้า ภายใต้การบริหารต้นทุนที่เหมาะสม โดยให้ความสำคัญ เรื่องความพร้อมใช้งานเครือข่ายซึ่งถือเป็นยุทธศาสตร์หลักของกลุ่มทรู เพื่อส่งมอบประสบการณ์การใช้บริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า ในด้านความเร็ว (Speed) และความราบรื่นในการใช้งาน (Smooth) ครอบคลุมพื้นที่มากกว่าร้อยละ 98 ของจำนวนประชากรไทย ภายใต้การบริหารจัดการของหน่วยงาน Network Engineering

and Operation กำกับดูแลโดย Chief Network Officer มีกลยุทธ์การดำเนินงานระยะสั้น คือการเป็นผู้นำให้บริการติดตั้ง เพิ่มประสิทธิภาพ และปรับปรุงคุณภาพสัญญาณ เป็นผู้นำให้บริการ 5G คลื่นความถี่ต่ำ 700 MHz และคลื่นความถี่สูง 2600 MHz รายแรกของประเทศ ส่วนกลยุทธ์การดำเนินงานระยะยาว คือ พัฒนานวัตกรรมเพื่อเตรียมความพร้อมเครือข่ายในการให้บริการ New Vertical Business ที่จะเกิดในอนาคต โดยพัฒนาคลื่นความถี่ 26 GHz ควบคู่ไปกับ New Transformation Network เพื่อสร้าง End-to-End Network 5G ที่แท้จริงรายแรกของประเทศ

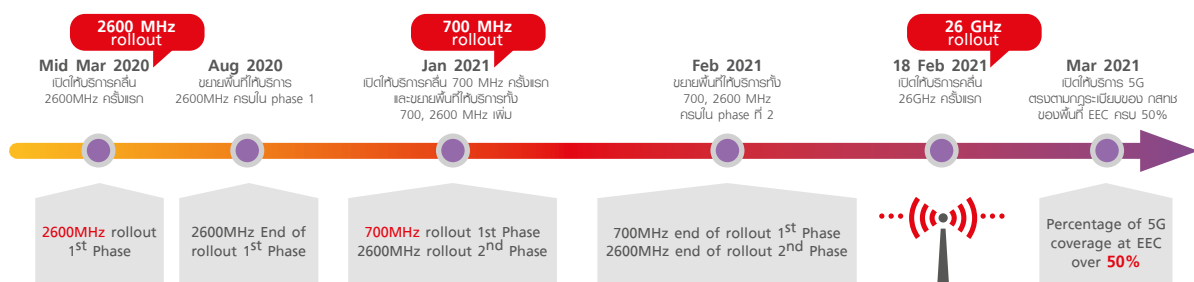
การพัฒนาศักยภาพความพร้อมใช้งานของเครือข่าย

การพัฒนาเครือข่าย 5G

กลุ่มทรู มีการลงทุนด้านเครือข่ายอย่างมีกลยุทธ์ เพื่อขับเคลื่อน ให้ประเทศไทยเป็นสมาร์ททชิตี โดยได้ทดสอบบริการทรู 5G มาตั้งแต่ปี 2559 ซึ่งมีโซนา โมบายล์พันธมิตรชั้นนำระดับโลก ได้ทำงานร่วมกันมาอย่างต่อเนื่อง และจากการประมูลคลื่น 2600MHz และ 26GHz ที่ได้เพิ่มเติมมาล่าสุด ทำให้กลุ่มทรูเป็นผู้ให้บริการที่

ให้บริการด้วยคลื่นถึง 7 ย่านความถี่ มีคลื่นความถี่ทั้ง Mid Band และ Low Band โดยมีความถี่ 2600MHz เป็นความถี่หลัก ในการให้บริการ 5G ครอบคลุม 77 จังหวัดทั่วประเทศไทย ด้วยเทคโนโลยี Massive MIMO ทำให้สามารถรองรับความจุได้มากกว่าเดิมหลายเท่า ซึ่งกลุ่มทรูได้นำเข้ามาทดสอบการใช้งานจริงตั้งแต่ปี 2560

5G Network Rollout Milestone



กลุ่มทรู เป็นผู้ให้บริการรายแรกในประเทศไทยที่ขยายคลื่นสัญญาณ 5G ความถี่ต่ำ 700 MHz ทำให้บริษัทฯ มีคลื่นสัญญาณที่หลากหลายและมากที่สุด สามารถให้บริการ 5G ครอบคลุมพื้นที่ที่ไกลขึ้นและมีอำนาจในการทะลุทะลวงสูง และเสริมประสิทธิภาพเครือข่าย 5G ด้วยเทคโนโลยี Dynamic Spectrum Sharing สามารถให้บริการเทคโนโลยี 4G และ 5G ในสถานเดียวกันทำให้คุณภาพการให้บริการ 4G ดีขึ้นด้วย พร้อมพัฒนาเครือข่ายเป็น 5G SA (Stand Alone) เพื่อให้เข้าถึงความสามารถของ 5G ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ในปี 2563 บริษัทฯ ได้ขยายเครือข่ายและมีการติดตั้งเสาสัญญาณและสถานีฐานเพิ่มขึ้นกว่า 6,000 แห่งและพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพความพร้อมใช้งานของเครือข่ายอย่างต่อเนื่องครอบคลุมทุกบริการหลักของบริษัทฯ

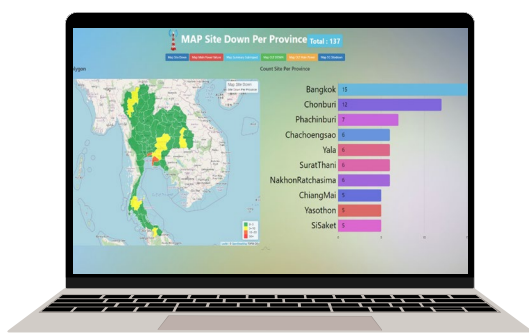
การป้องกันการหยุดชะงักของเครือข่าย

บริษัทฯ ได้เตรียมความพร้อมในการป้องกันการหยุดชะงักของเครือข่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่มีการ Work from Home สูงขึ้นนอกจากการจัดทำระบบเส้นทางสำรอง (Redundancy System) และระบบเครือข่ายใยแก้วนำแสงจัดการเส้นทางเดินข้อมูลอัตโนมัติสลับเลือกใช้งานเส้นทางเดินข้อมูลที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่องแล้ว บริษัทฯ ยังพัฒนาระบบติดตามตรวจสอบต่างๆ มาใช้งาน เพื่อลดความเสี่ยงในการสร้างผลกระทบต่อการใช้บริการเครือข่ายได้อย่างเหมาะสมและมีเสถียรภาพแบบ 24 ชั่วโมง 365 วัน ทำให้การหยุดชะงักของเครือข่าย System Average Interruption Duration Index (SAIDI) อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

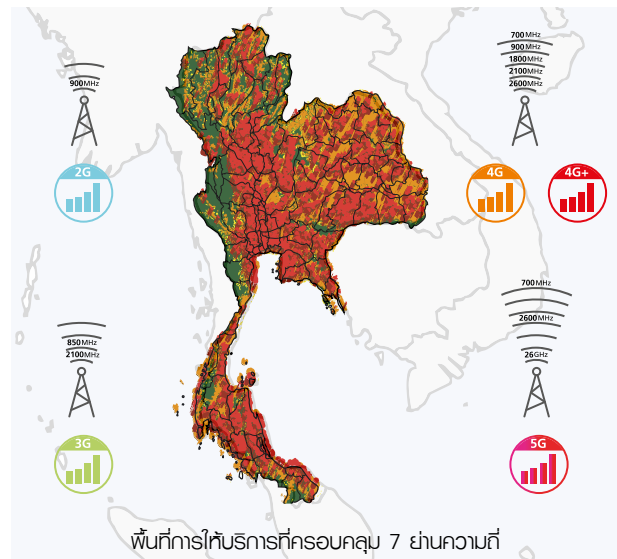
การพัฒนาระบบ Dashboard และ Auto BOT

พัฒนา Dashboard ให้สามารถมองเห็นภาพรวมของเครือข่ายเมื่อมีเหตุขัดข้องระบบจะแสดงให้เห็นถึงเส้นทางที่ได้รับผลกระทบทำให้สามารถทำการป้องกันก่อนเกิดความเสียหายได้อย่างรวดเร็ว โดยมีรูปแบบการแสดงผล ดังนี้

- เลือกให้แสดงผลเป็นภูมิภาคต่างๆ
- แสดงรายละเอียดพารามิเตอร์ของแต่ละเส้นทาง
- แสดงจุดที่เกิดเหตุขัดข้อง (Alarm) เป็นสีตามสถานะ คือ สีเขียว สีเหลือง สีส้ม และ สีแดง
- แสดงผลผ่านแอปพลิเคชัน ที่สามารถถามตอบปัญหาที่เกิดขึ้นกับ Bot ในรูปแบบ Chat Bot



จอแสดงผลระบบ Dashboard และ Auto BOT



การพัฒนาระบบ Alarm Monitoring & Auto Dispatch Ticket

บริษัทฯ ได้นำปัญญาประดิษฐ์มาช่วยในการตรวจสอบเหตุขัดข้องที่เกิดขึ้นบนเครือข่าย ทำให้สามารถตรวจสอบเหตุขัดข้องได้ทุกอุปกรณ์พร้อมกันและออกไปงานอัตโนมัติ (Auto Dispatch Ticket) แสดงผลบน Dashboard พร้อมแจ้งให้ผู้เกี่ยวข้องทราบตั้งแต่เดือนตุลาคม 2563 ระบบสามารถแจ้งเหตุขัดข้องอัตโนมัติ (Alarm Automation) ได้ร้อยละ 95.15 รวมกับการแจ้งเหตุขัดข้องโดยเจ้าหน้าที่ร้อยละ 4.85 ในการออกไปงานแก้ไขให้เครือข่ายสามารถกลับมาใช้งานได้ตามปกติโดยมีเป้าหมายการแจ้งเหตุขัดข้องอัตโนมัติร้อยละ 100 เพื่อการใช้งานเครือข่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และต่อเนื่อง

ขั้นตอนการทำงานของระบบ Alarm Monitoring & Auto Dispatch Ticket



Filtering

คัดเลือก Alarm มีความสำคัญน้อยออกไป เพื่อได้เฉพาะ Alarm ที่มีผลกระทบหรือความเสี่ยงกับลูกค้าเท่านั้น



Flapping

คัดเลือก Alarm ที่เกิดขึ้นและ Clear ภายในเวลาสั้นๆ ซึ่งส่วนมากเป็นปัญหาไฟดับและทำให้อุปกรณ์ใช้งานกับ Battery



Correlation

ประมวลผล Alarm ที่มีความสัมพันธ์ รวมเข้าด้วยกัน เพื่อลดปริมาณ Alarm ที่ใช้ใน Monitoring และทำให้ Alarm มีความสำคัญมากยิ่งขึ้น



Diagnose

ตรวจสอบและแก้ไขปัญหาจาก Alarm ที่เกิดขึ้นโดยป้อนข้อมูลหน่วยงาน Monitoring เป็นผู้ตรวจสอบและแก้ไขก่อนในอนาคที่จะเป็นระบบอัตโนมัติ



Dispatch

ส่ง Ticket ให้กับหน่วยงานที่ดูแลอุปกรณ์ เช่น Network Operation หรือ Platform Operation ในการแก้ไขปัญหาทางเทคนิคหรือปัญหาเชิงลึก

● การจัดทำแผนรับมือวิกฤติ พายุ น้ำท่วม

บริษัทฯ ได้เตรียมความพร้อมในการแก้ไขเหตุขัดข้องของเครือข่ายที่จะเกิดขึ้นจากวิกฤติ พายุ น้ำท่วม โดยแบ่งระดับความสำคัญในการแก้ไขเหตุขัดข้องตามลำดับความสำคัญของพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ เช่น โรงพยาบาล โรงเรียน และสถานที่ราชการ เป็นต้น พร้อมกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติในการรับมือกับวิกฤติที่ทำให้การให้บริการหยุดชะงักเป็นวงกว้าง เป็น 3 ขั้นตอน เพื่อเป็นแนวทางการรับมือภาวะวิกฤติ พายุ น้ำท่วม ที่จะเกิดขึ้น

ขั้นตอนที่ 1	● ก่อนจะเกิดวิกฤติ จัดตั้ง War Room ในพื้นที่พะระวังและเตรียมความพร้อม
ขั้นตอนที่ 2	● ในเมื่อวิกฤติ จัดตั้งทีมแก้ไข TX Node & Node B/e Node B ที่ Down ทา Solution ในกรณี Site ที่ Down กลับมาให้บริการได้เร็วที่สุด ติดตั้ง COW กรณีสาสัญญาณล้ม
ขั้นตอนที่ 3	● จัดตั้งทีม Commissioning ดำเนินการให้สามารถให้บริการได้เร็วที่สุด จัดตั้งศูนย์กลางการบริการ Store และจัดการเก็บเศษซาก ทำการสรุปอุปกรณ์ที่เสียหายจากภัยพิบัติ

ความพร้อมใช้งานของเครือข่ายในสถานการณ์ต่างๆ

บริษัทฯ ได้จัดเตรียมรถโมบายชุมสายเคลื่อนที่เร็ว (Cell on Wheel : COW) หลากหลายรูปแบบตามความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่และสถานการณ์ สามารถติดตั้งให้บริการได้ภายใน 1 ชั่วโมง กระจายตัวพร้อมให้บริการอยู่ทั่วประเทศ จำนวน 108 คัน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในความพร้อมของเครือข่ายที่สามารถใช้งานได้ในทุกสถานการณ์

● สถานการณ์ประสบภัยพิบัติทางธรรมชาติ

จากสถานการณ์การเกิดอุทกภัยในพื้นที่ อำเภอบางช่อง จังหวัดนครราชสีมา ในช่วงวันที่ 12-23 ตุลาคม 2563 บริษัทฯ ได้จัดตั้งวอร์รูมเพื่อติดตามสถานการณ์น้ำท่วมอย่างใกล้ชิด และส่งทีมวิศวกรเข้าประจำสถานีชุมสาย เสริมกำลังระบบไฟฟ้า โดยส่งน้ำมันสำรองไปยังสถานีฐานในพื้นที่น้ำท่วม รวมทั้งส่งรถโมบายชุมสายเคลื่อนที่เร็ว (COW) ไปประจำในพื้นที่ที่สถานีฐานล้มและไฟฟ้าดับ เพื่อให้ประชาชนยังสามารถใช้บริการและติดต่อสื่อสารกันได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมเตรียมรหัสโทรฟรี ใช้อินเทอร์เน็ตฟรี ให้แก่ลูกค้าทรูมูฟ เอช รวมถึงเจ้าหน้าที่จิตอาสาที่ปฏิบัติงานช่วยเหลือชาวบ้านในพื้นที่ จำนวน 300 ชุด



● สถานการณ์โควิด-19

บริษัทฯ มุ่งพัฒนาเทคโนโลยีเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถติดต่อสื่อสารบนเครือข่ายที่ดีที่สุด สนับสนุนการทำงานจากที่บ้านในสถานการณ์โควิด-19 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยได้เตรียมความพร้อมของเครือข่ายเพื่อรองรับการสื่อสารทุกรูปแบบ ทั้งแบบการใช้งานอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ (Mobile Broadband) และการใช้งานอินเทอร์เน็ตประจำที่ (Fixed Broadband) ที่เพิ่มสูงขึ้น เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อสื่อสารได้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา และมั่นใจได้เต็มที่กับสัญญาณคุณภาพ ได้แก่

1. เพิ่มอุปกรณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานเครือข่ายในโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน จำนวน 20 แห่ง
2. ติดตั้งรถโมบายชุมสายเคลื่อนที่เร็ว ทรูมูฟ เอช (COW) ที่โรงพยาบาลสนาม ในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 3 แห่ง และพร้อมติดตั้งให้บริการในโรงพยาบาลสนามที่จะเกิดขึ้นใหม่ทุกแห่ง
3. ขยาย Bandwidth เพิ่มขึ้น 3 เท่า ทั้ง Bandwidth ภายในประเทศที่เชื่อมต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เกิดเวทย์ภายในประเทศ และ Bandwidth ไปต่างประเทศ รองรับการใช้งานเชื่อมต่อคอนเทนต์บันเทิง ติดตามข่าวสาร และการประชุมผ่านวิดีโอคอนเฟอเรนซ์



ความครอบคลุมของเครือข่าย

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการตอบสนองการให้บริการที่มีคุณภาพดีที่สุดอย่างต่อเนื่องและเข้าถึงพื้นที่ให้มากที่สุดเพื่อลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงการใช้งานอินเทอร์เน็ต ด้วยการให้บริการที่ครอบคลุมพื้นที่พร้อมคุณภาพสัญญาณที่รวดเร็วและราบรื่น

● True The First Mover and Best User Experience at Hot Spots : โครงการผู้นำรายแรกที่จะขยายเสาสัญญาณจากทรูไปในพื้นที่ที่ไม่เคยมีสัญญาณโทรศัพท์มาก่อน เป็นการขยายสัญญาณเครือข่าย 4G 5G จากทรูมูฟเอช และสัญญาณอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์จากทรูออนไลน์ ในพื้นที่ทุรกันดาร เช่น พื้นที่กลางหุบเขาสูง หรือ เกาะกลางทะเลที่ไม่สามารถเดินสายไฟเบอร์ โดยติดตั้งเสาสัญญาณแล้วถ่ายทอดสัญญาณด้วยไมโครเวฟไปยังพื้นที่เชิงเขา ชายแดน และพื้นที่ห่างไกลที่มีชุมชน โรงพยาบาลศูนย์ตำบล (รพสต.) โรงเรียน และแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่ไม่มีสัญญาณโทรศัพท์มือถือ เช่น ทะเล หมู่เกาะต่างๆ

ภูเขา ถ้ำ น้ำตก และป่าลึก ทำให้พื้นที่ที่เคยปิดสามารถเปิดรับการสื่อสารกับโลกภายนอกได้เท่าเทียมกับพื้นที่อื่นๆ

- @TH Wi-Fi by TRUE : กลุ่มทรู ได้ติดตั้งเครือข่าย @TH Wi-Fi by TRUE ใช้งานง่ายด้วยระบบ Smart Sign On ในโครงการเพิ่มประสิทธิภาพบริการอินเทอร์เน็ตไร้สายเพื่อประโยชน์สาธารณะ (Free Wi-Fi) ระยะที่ 2 ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สดช.) และ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) ให้ประชาชนทั่วไปสามารถใช้ฟรี Wi-Fi จาก เครือข่าย @ TH Wi-Fi by TRUE ของทรูที่มีจุดให้บริการทั่วประเทศด้วยความเร็วสูงสุด 2Mbps/512Kbps จำนวน 30,000 บัญชีผู้ใช้งานต่อเดือน เป็นการขยายพื้นที่และโอกาสในการเข้าถึงการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

- โครงการจัดให้มีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในพื้นที่ห่างไกล (Zone C) : เป็นโครงการขยายการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในพื้นที่ห่างไกล ของสำนักงาน กสทช. ครอบคลุม 15,732 หมู่บ้าน ทั่วประเทศ ตามนโยบายของรัฐบาลเพื่อส่งเสริมให้ประชาชนได้มีโอกาสเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม โดยบริษัทฯ ให้บริการ 2 โครงการย่อยในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน และภาคกลางฝั่งตะวันออก ในการจัดหาอุปกรณ์และดำเนินการติดตั้งจุดให้บริการกว่า 5,000 แห่ง พร้อมบริหารจัดการและบำรุงรักษาต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 5 ปี โดยเริ่มทยอยเปิดให้บริการตั้งแต่ เดือนมกราคม 2563 เพิ่มเติมจากโครงการจัดให้มีสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ และบริการ

อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในพื้นที่ชายขอบ หมู่บ้านในพื้นที่ชายขอบ (Zone C+) เพื่อให้ประชาชนที่อาศัยในเขตพื้นที่ชายขอบมีโอกาสเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับหมู่บ้าน ที่บริษัทฯ บริหารจัดการ จำนวน 3 โครงการย่อย ที่ดำเนินการต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2562



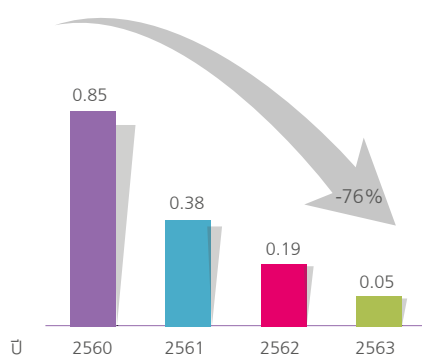
ศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในพื้นที่ห่างไกล

การสำรวจความพร้อมใช้งานเครือข่าย

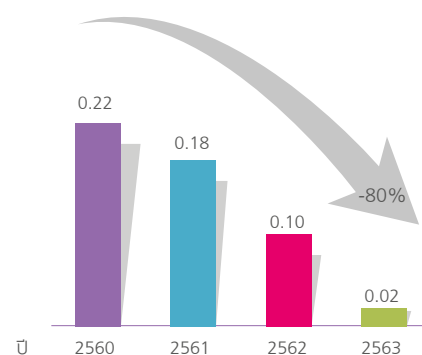
บริษัทฯ ยังคงแบ่งระดับความรุนแรงของการเกิดเหตุที่กระทบต่อการให้บริการ (Service Affect) เป็น 4 ระดับ และไม่กระทบต่อการให้บริการ (Non-Service Affect) เป็น 4 ระดับ และกำหนดระยะเวลาในการแก้ไขเหตุขัดข้องที่เกิดขึ้นเพื่อให้เครือข่ายกลับมาพร้อมใช้งานได้เร็วที่สุด และมีการติดตามและตอบสนองการแก้ไขปัญหาให้แกลูกค้าอย่างรวดเร็วในการประชุมของผู้บริหารระดับสูงร่วมกับส่วนงานที่เกี่ยวข้องเป็นประจำวันเพิ่มเติมจาก

การดูแลรักษาเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง เพื่อคุณภาพสัญญาณและความพร้อมใช้งานเครือข่าย ตลอดจนมีการสำรวจความพร้อมใช้งานเครือข่ายในประเด็นการขาดหายของสัญญาณ โดยผลการสำรวจประจำปี 2563 เครือข่ายของทรูมีความพร้อมใช้งานสูงถึงร้อยละ 99.78 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน US Federal Communication Commission (US FCC Rules) คือมากกว่าร้อยละ 96.60

ระยะเวลาหยุดชะงักเฉลี่ยของเครือข่าย (ชั่วโมง/คน/ปี)



ความถี่เฉลี่ยของเครือข่ายหยุดชะงัก (ครั้ง/คน/ปี)



การบริหารจัดการนวัตกรรม

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

เป้าหมายปี 2563

- มูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์และบริการใหม่เชิงนวัตกรรมสูงขึ้นร้อยละ 50 ในปี 2563 (เทียบกับมูลค่าปีฐาน 2558)
- จำนวนสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร 15 ผลงาน



ผลการดำเนินงานปี 2563

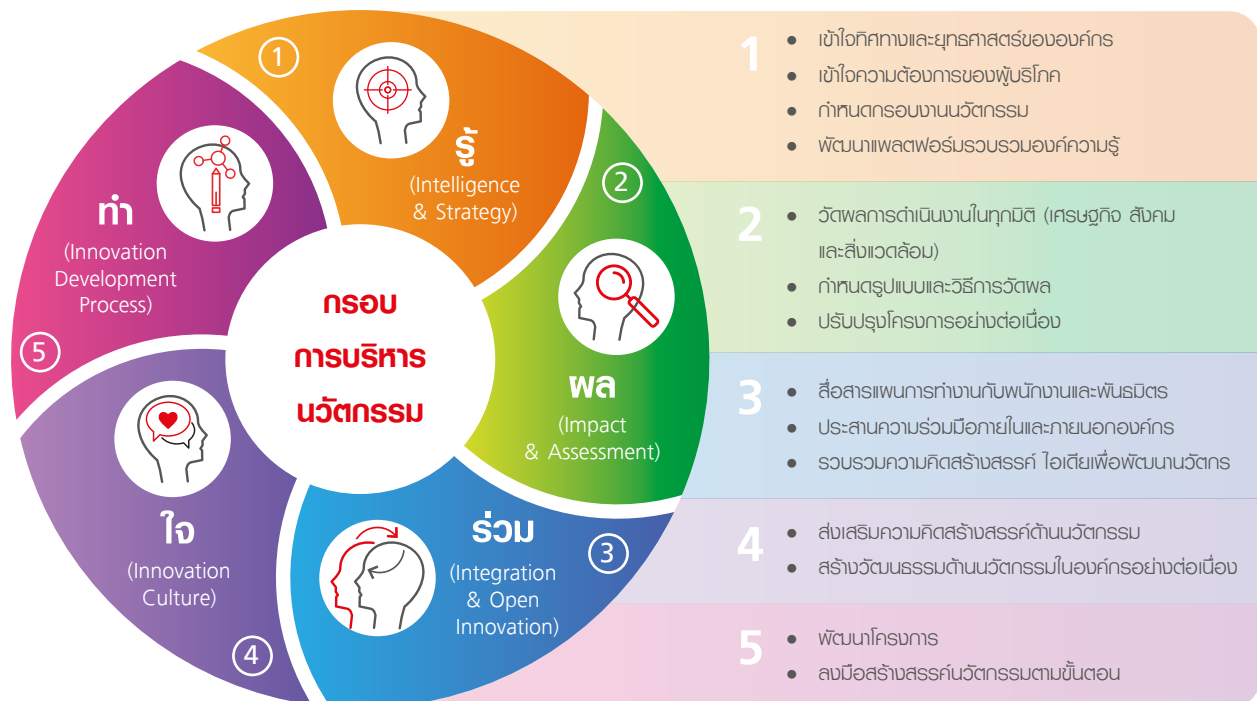
- มูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์และบริการใหม่เชิงนวัตกรรมสูงขึ้นร้อยละ 51 ในปี 2563 (เทียบกับมูลค่าปีฐาน 2558)
- จำนวนสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร 17 ผลงาน



แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม ใช้ยุทธศาสตร์การจัดการนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) ในการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ โดยมุ่งสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ตลอดจนให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการลดต้นทุนและการสร้างรายได้ตลอดจนการรับมือกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น โดยการร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมทั้งสถาบันต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน อาทิ สถาบันการศึกษา บริษัทในเครือฯ

บริษัทคู่ค้า โดยมีศูนย์นวัตกรรมเป็นหน่วยงานหลักที่สำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ ยึดกระบวนการ New Product Development (NPD) ตามกรอบการบริหารจัดการนวัตกรรม “รู้ ผล ร่วม ใจ ทำ” โดยมีคณะกรรมการด้านนวัตกรรมและความยั่งยืน (Innovation & Sustainability Committee) มีหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย กรอบการดำเนินงาน ให้การดำเนินงานด้านนวัตกรรมบรรลุเป้าหมายสอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัทฯ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว



กลุ่มทรู อยู่ในช่วงการปรับเปลี่ยนจาก Connectivity ผู้การเป็น Technology Provider เพื่อเป็นองค์กรดิจิทัลอย่างสมบูรณ์ ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของเทรนด์โลก จึงเป็นที่มาของการพัฒนานวัตกรรม และเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ๆ ภายใต้

แนวคิดการสร้างนวัตกรรมเพื่อสังคมที่ยั่งยืน ด้วยกระบวนการสร้างนวัตกรรมของบริษัทฯ ในการสร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการ และสามารถต่อยอดเป็นธุรกิจใหม่ที่สร้างรายได้ให้แก่องค์กร

กระบวนการสร้างนวัตกรรม



การบริหารจัดการนวัตกรรมอย่างมีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยหนุนสำคัญที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อการก้าวเป็นผู้นำทางธุรกิจ บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นพัฒนานวัตกรรมในหลากหลายรูปแบบ เช่น นวัตกรรมเชิงธุรกิจ นวัตกรรมเพื่อสังคม และนวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนากระบวนการทำงานของบริษัทฯ รวมทั้งตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามยุทธศาสตร์

คอนเวอร์เจนซ์ของบริษัทฯ ที่ยึดหลักการผสมผสานผลิตภัณฑ์ บริการและเครือข่ายเพื่อมอบคุณค่าและประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภค โดยสนับสนุนการสร้างผลงานนวัตกรรมในหน่วยงานสู่องค์กร มีเวทีสำหรับการนำเสนอและเชิดชูภายในองค์กร ผ่านโครงการ True Innovation Award และ โครงการพอใจวันเดียว สำหรับเชิดชูรายบุคคลที่ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง

ความคืบหน้าการบริหารจัดการนวัตกรรม

• นวัตกรรมภายในองค์กร

ในปี 2563 บริษัทฯ มีผลงานด้านนวัตกรรม โดย ศูนย์นวัตกรรมทรู จัดให้พนักงานส่งผลงานด้านนวัตกรรมเข้าประกวดเป็นประจำทุกปี ในโครงการทรู อินโนเวชั่น อวอร์ด ซึ่งดำเนินการต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 11 มีผลงานด้านนวัตกรรมของพนักงานจากหน่วยงานต่างๆ จำนวน 405 ผลงาน จากนวัตกรรมภายในบริษัทฯ จำนวน 1,198 คน สร้างมูลค่าเพิ่มจากกระบวนการและผลิตภัณฑ์ใหม่เชิงนวัตกรรม และลดต้นทุนในการดำเนินงาน มูลค่า 3,397 ล้านบาท

• นวัตกรรมแบบเปิด

บริษัทฯ สนับสนุนการวิจัยและการพัฒนานวัตกรรมร่วมกับสถาบันการศึกษาในประเทศมุ่งพัฒนานวัตกรรมแบบเปิด โดย ทรูแล็บ ใน 9 สถาบันการศึกษา มีโครงการวิจัยร่วมกับสถาบันการศึกษา จำนวน 18 ผลงาน และสนับสนุนสตาร์ทอัพ โดย บริษัท ทรูอินคิวบ์ ในการสร้างธุรกิจนวัตกรรม ลงทุนในสตาร์ทอัพที่จดทะเบียน บริษัท จำนวน 15 บริษัท และมีทีม ทรูโรโบติก ทำการวิจัยและพัฒนาหุ่นยนต์ โดยเน้นโครงการวิจัยและพัฒนาด้านปัญญาประดิษฐ์ ที่นำมาใช้ในเชิงพาณิชย์ จำนวน 7 ผลงาน

ผลงานด้านนวัตกรรม ปี 2559-2563

ศูนย์นวัตกรรมทรู • 4,019 นวัตกรรม • 1,495 ผลงานนวัตกรรม • 133 ทรัพย์สินทางปัญญา • 7,650 ล้านบาท มูลค่าผลิตภัณฑ์	ทรูแล็บ trueLAB • 9 สถาบันการศึกษา • 48 โครงการวิจัย	ทรูอินคิว trueINCUBE • ลงทุนใน 42 สตาร์ทอัพ	ทรูโรโบติก true ROBOTICS • Temi Robot Bootcamp ใน 20 มหาวิทยาลัย • 38 โครงการวิจัยและพัฒนาหุ่นยนต์
--	---	---	---

ผลงานนวัตกรรมที่โดดเด่น

นวัตกรรมเชิงธุรกิจ



• **TRUE HEALTH** : แพลตฟอร์มเพื่อชีวิตดิจิทัลในสังคมที่กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและลดปัญหาความแออัดในโรงพยาบาล โดยแพลตฟอร์ม TRUE HEALTH พัฒนาเป็นการให้การรักษาหรือคำปรึกษาผ่านช่องทางออนไลน์หรือ Teleclinic ให้กับโรงพยาบาลต่างๆ ซึ่งไม่ได้ใช้งานเพียงช่วงสถานการณ์โควิด-19 เท่านั้น แต่ต่อยอดไปถึงการคัดกรองตรวจรักษาอาการเบื้องต้นที่ไม่จำเป็นต้องมาโรงพยาบาลรวมถึงการนัดกับแพทย์หากประเมินแล้วจำเป็นต้องได้รับการรักษาในโรงพยาบาลและการติดตามอาการต่าง ๆ ของผู้ป่วย



กลุ่มทรู ได้พัฒนาแพลตฟอร์มใหม่ที่มีชื่อว่า “**ทรู เวอร์ช่วล เวิลด์ (TRUE VIRTUAL WORLD)**” แพลตฟอร์มให้บริการสำหรับบริหารจัดการงาน สื่อสารระหว่างกันภายในองค์กร ผ่านระบบออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานของรัฐ บริษัทเอกชน หรือสถานศึกษา สามารถทำงานได้จากทุกที่ทุกเวลา ถือเป็นแพลตฟอร์มสำหรับทำงานที่บ้าน ที่ตอบสนองการดำเนินชีวิตในสถานการณ์โควิด-19



TRUE VIRTUAL LEARN หรือ VLEARN ที่สนับสนุน องค์กร สถาบันการศึกษา ให้สามารถบริหารจัดการสถาบัน และสามารถเข้าเรียนออนไลน์ได้จากที่บ้านและทุกที่ทุกเวลา รวมทั้งยังเข้าถึงข้อมูลความรู้ตามหลักสูตรการศึกษาของภาครัฐ ตลอดจนวัดและประเมินผลการเรียนการสอน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



TRUE VIRTUAL WORKPLACE หรือ VWORK ที่สนับสนุน องค์กรธุรกิจทุกระดับให้ทำงานที่บ้านได้เสมือนอยู่ที่ทำงานจริง รองรับการทำงานทุกที่ทุกเวลา สามารถเชื่อมต่อ ระบบงานในบริษัท ส่งงาน ส่งรับไฟล์งาน อนุมัติงานสื่อสารภายในตั้งกลุ่มแชท รวมถึงจัดการประชุมแบบออนไลน์ได้สูงสุด 1,500 คน

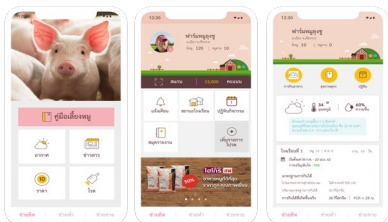


TRUE VIRTUAL LIVE หรือ VLIVE ที่ให้ทุกคนได้ใช้ชีวิตที่บ้านและทุกที่ได้อย่างมีคุณภาพ และไร้ขีดจำกัด ทั้งด้านสุขภาพ ความบันเทิง อีคอมเมิร์ซ ตลอดจนสิทธิประโยชน์ต่างๆ



● **SERVICE ROBOT** : หุ่นยนต์ช่วยบริการ พัฒนาแพลตฟอร์มหุ่นยนต์เคลื่อนที่ (Mobile Robot Platform) ใช้ในธุรกิจด้านการบริการ เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ งานโฆษณา ในโรงพยาบาล ภายใต้แนวคิด “Service Robot Plug & Play” โดยสามารถปรับเปลี่ยนความสามารถได้ตามอุปกรณ์เสริมที่ติดตั้งบนตัวหุ่นยนต์ เช่น เสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม รับรายการอาหาร ตะกร้าสำหรับใส่สินค้า และเดินตามลูกค้า เป็นต้น

● **HOMEY ROBOT** หุ่นยนต์เสมือนเพื่อนสำหรับใช้งานภายในที่อยู่อาศัย : หุ่นยนต์สำหรับใช้งานภายในที่อยู่อาศัย (Home Robot) ใช้ในการควบคุมอุปกรณ์ไฟฟ้าภายในบ้าน และสามารถปรับเปลี่ยนลักษณะพฤติกรรมของหุ่นยนต์ได้ เช่น หน้าตา การเคลื่อนไหว เสียงของหุ่นยนต์ อนาคตจะพัฒนาให้สามารถดูแลผู้สูงอายุในการตรวจจัดการหกล้ม และมีปุ่มฉุกเฉินสำหรับเรียกรถพยาบาล



● **“ช่วยเลี้ยง” แพลตฟอร์มเพื่อการปศุสัตว์** : แอปพลิเคชันที่เก็บข้อมูลการเลี้ยง การให้อาหาร การรักษาโรค นำมาวิเคราะห์ ต้นทุน ราคาขาย และแนวโน้มกำไรได้ล่วงหน้าช่วยแก้ปัญหาการเลี้ยงสุกรที่ไม่ได้มาตรฐาน ส่งเสริมให้การทำปศุสัตว์มีประสิทธิภาพและผลักดันให้เกษตรกรเป็นเกษตรกรสมัยใหม่หรือ Smart Farmer ช่วยเกษตรกรในการเข้าถึงเทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพฟาร์ม

ทรู ดิจิทัล คาว (True Digital Cow) : แท็กติดหัววัวอัจฉริยะที่เชื่อมต่อกับแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ตและคอมพิวเตอร์ แจ้งอาการผิดปกติที่แม่นยำเพื่อผสมพันธุ์ได้ตรงเวลา เพิ่มโอกาสในการรีดนมช่วยเพิ่มผลผลิตและการแจ้งเตือนเมื่อวัวป่วยพร้อมติดตามผลการรักษา ลดการสูญเสียที่เกิดจากการล้มป่วย และตาย ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการฟาร์มโคนมขนาดใหญ่ เพิ่มรายได้และลดค่าใช้จ่ายให้กับเกษตรกรโคไทย



● **Online Interactive Concert Showcase trueID & VROOM Platform** : ผสมผสานจุดเด่นวีดีโอคอนเฟอเรนซ์ของ VROOM กับดิจิทัลแพลตฟอร์มของทรูไอดีในด้านคอนเทนต์และคอมมูนิตี้นำเสนอในรูปแบบ Virtual Concert Solution คอนเสิร์ตเสมือนจริงให้สามารถสื่อสารแบบ Interactive ระหว่างศิลปินกับผู้ชม ในการมีส่วนร่วมในการแสดงคอนเสิร์ตร่วมเล่นเกมและตอบคำถาม ตลอดจนนำเทคโนโลยี Extended Reality (XR) มาสร้างความเสมือนจริงร่วมกับเทคโนโลยี Motion Capture ทำให้ศิลปินเป็น Real-Time Virtual Avatar ได้ก้าวล้ำกว่าคอนเสิร์ตในรูปแบบเดิมๆ

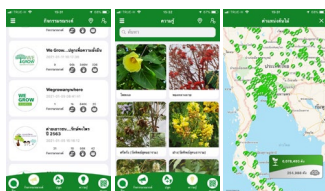


● **SA Blind Social** : โซเชียลแอปพลิเคชันสำหรับผู้พิการทางสายตา โดยการรวมเอาระบบช่วยสั่งการด้วยการเขย่าแทนการมองเห็น (Vibration Assistant) และระบบผู้ช่วยเสียงภาษาไทย (Voice Assistant) มาผนวกกับเนื้อหา (Contents) ช่วยให้ผู้พิการทางสายตาเข้าถึงสื่อที่ช่วยพัฒนาความคิดและจินตนาการโดยควบคุมหรือสั่งการผ่านการเขย่าตามเสียงระบบผู้ช่วยเสียงภาษาไทย



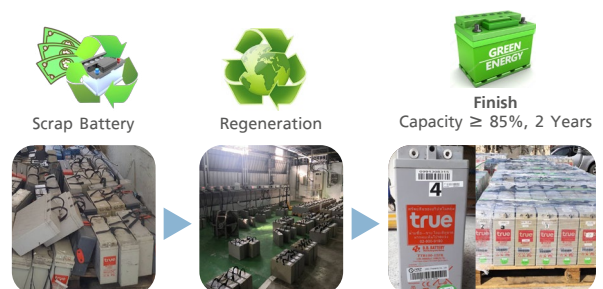
นวัตกรรมเชิงสิ่งแวดล้อม

● **Sensor for All** : บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับคณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จัดทำระบบตรวจวัดสภาพอากาศและมลภาวะที่คิดค้นโดยคนไทย (Sensor for All) เพื่อจัดการปัญหาฝุ่น PM2.5 อย่างยั่งยืน โดยนำ NB-IoT ชิปเซ็ตของทรูไปผลิตอุปกรณ์เซ็นเซอร์ตรวจวัดฝุ่น PM2.5 PM10 อุณหภูมิและความชื้น พร้อมทั้งคำนวณค่า AQI แสดงผลบน Dashboard แบบเรียลไทม์ โดยติดตั้งเซ็นเซอร์ตรวจวัดฝุ่น PM2.5 ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ พร้อมพัฒนาระบบวิเคราะห์และพยากรณ์สถานการณ์ฝุ่นล่วงหน้า



● **We Grow Application**: บริษัทฯ ยังคงให้การสนับสนุนการปลูกต้นไม้ เพื่อเป็นคลังข้อมูลเรื่องต้นไม้ที่ใหญ่ที่สุด ผ่านการรณรงค์โครงการปลูกต้นไม้ต่างๆ กว่า 30 โครงการในแอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2559 เกิดสังคมออนไลน์ระหว่างผู้ปลูกต้นไม้ในการแบ่งปันและติดตามการเติบโตของต้นไม้ มีจำนวนต้นไม้ที่ปลูกและแชร์ผ่านแอปพลิเคชันแล้ว 6,078,495 ต้น บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ 6 ล้านต้นภายในปี 2563

● **Battery Regeneration** : นำแบตเตอรี่ที่ใช้ร่วมกับเสาสัญญาณที่หมดอายุการใช้งานแต่สภาพภายนอกยังสมบูรณ์และมีคุณสมบัติไฟฟ้าอยู่ในเกณฑ์มาผ่านกระบวนการ Battery Regeneration ด้วยเทคโนโลยี TDLS-3RE พื้นที่ให้สามารถนำกลับมาใช้ได้ใกล้เคียงแบตเตอรี่ใหม่จากการนำแบตเตอรี่จำนวน 3,738 ก้อน มาดำเนินการทำให้สามารถนำกลับมาใช้ได้จำนวน 2,936 ก้อน คิดเป็น ร้อยละ 78 และมีแผนในการนำกลับมาใช้ใหม่ในปีต่อไป



การสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม

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

เป้าหมายปี 2563

- 10,000 คน กลุ่มเปราะบางได้รับการพัฒนาคุณภาพชีวิต



ผลการดำเนินงานปี 2563

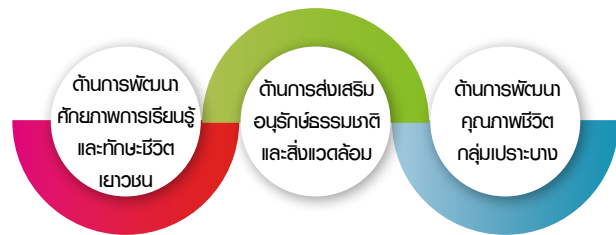
- 31,303 คน กลุ่มเปราะบางได้รับการพัฒนาคุณภาพชีวิต (ปี 2559 - 2563)



แนวทางการบริหารจัดการ

กลุ่มทรู ส่งมอบคุณค่าที่ดีให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยนำความเชี่ยวชาญสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมให้ครอบคลุมทุกมิติ โดยในปี 2563 มีการแต่งตั้งคณะทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR Working Team) โดยมีกลยุทธ์การขับเคลื่อนเพื่อสร้างผลกระทบทางบวกต่อสังคม 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้และทักษะชีวิตเยาวชน ด้านการส่งเสริมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตกลุ่มเปราะบาง รวมถึงการจัดทำโครงการอาสา ที่ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ จำนวน 1,192 คน

กลยุทธ์การขับเคลื่อนการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม



ผลการดำเนินงานการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม



16,520 คน

กลุ่มคนที่ได้รับการพัฒนา
ศักยภาพการเรียนรู้ และ
ทักษะชีวิตเยาวชน



11,946 คน

กลุ่มคนที่ได้รับการส่งเสริม
อนุรักษ์ธรรมชาติและ
สิ่งแวดล้อม



11,457 คน

กลุ่มเปราะบางได้รับการ
พัฒนาคุณภาพชีวิต



1,192 คน

พนักงานเข้าร่วมกิจกรรม
โครงการอาสา

ด้านการพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้และทักษะชีวิตเยาวชน

กลุ่มทรู วางรากฐานที่แข็งแกร่งให้แก่เยาวชน จึงสร้างสรรค์กิจกรรมที่มุ่งเน้นให้เยาวชนนำความรู้และความสามารถมาใช้ได้

อย่างเต็มประสิทธิภาพ ในปี 2563 มีเยาวชนที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ และทักษะชีวิตเยาวชนรวม 16,520 คน

โครงการ True Yong Producer Award

จัดประกวดภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสังคมปลูกใจ (รักษ์) โลก ในหัวข้อ “ใช้พลาสติกอย่างรู้คิดเพื่อทุกชีวิตและสิ่งแวดล้อม” ในระดับนิสิต-นักศึกษา ซึ่งถ้วยพระราชทานฯ สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้ากรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี พร้อมทุนการศึกษา



2,500 คน เข้าร่วมโครงการ

โครงการ True Junior Golf Tour

จัดการแข่งขันกอล์ฟให้แก่เด็กและเยาวชนไทยพัฒนาความสามารถและมอบทุนส่งไปแข่งขันในระดับนานาชาติ พร้อมส่งเสริมให้นักกอล์ฟได้รับทุนการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาจากมหาวิทยาลัยชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ



900 คน เข้าร่วมโครงการ

โครงการประกวด “การต่อต้านการทุจริตผ่านศิลปะการแสดงพื้นบ้าน”

เปิดโอกาสให้นักเรียน-นักศึกษาทั่วประเทศ ส่งผลงานคลิปวิดีโอ การรณรงค์ต่อต้านการทุจริต ผ่านศิลปะการแสดงพื้นบ้าน เพื่อชิงถ้วยพระราชทานสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้ากรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี



3,120 คน เข้าร่วมโครงการ

โครงการ ทรูวันเด็กแห่งชาติ

ร่วมกับสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรีจัดต่อเนื่องเป็นปีที่ 18 ณ ทำเนียบรัฐบาล โดยจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับแนวคิดปลูกความรู้ ปลูกความดี ปลูกใจรักสิ่งแวดล้อม พร้อมนำเทคโนโลยีการสื่อสารของกลุ่มทรูมาให้เยาวชนได้สัมผัสเพื่อเปิดโลกทัศน์การเรียนรู้ให้กับเด็ก และเยาวชนไทย



10,000 คน เข้าร่วมโครงการ

ด้านการส่งเสริมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

กลุ่มทรีมีส่วนร่วมสนับสนุนการทำกิจกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สร้างความตระหนักรู้พร้อมกับร่วมกันฟื้นฟูสภาพแวดล้อมทั้งในระดับชุมชนและระดับประเทศ โดยในปี 2563 มีผู้ได้รับการสนับสนุนในกิจกรรมและโครงการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจาก กลุ่มทรี กว่า 11,946 คน

ELEPHANT SMART EARLY WARNING



6 จังหวัด 294 หมู่บ้าน
ครอบคลุมพื้นที่
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง
จันทบุรี และสระแก้ว

120,336 คน
ประชาชนได้พลประโยชน์

เป็นระบบเตือนจากกล้องอัจฉริยะที่จับความเคลื่อนไหวของช้างป่าตามแนวตะเข็บป่าพื้นที่ที่ช้างรุกไล่พื้นที่ของชาวไร่ ระบบจะส่งข้อมูลและพิกัดไปยังเจ้าหน้าที่แบบเรียลไทม์เพื่อผลักดันช้างป่ากลับคืนป่าอย่างทันท่วงที โดยในปี 2563 ขยายผลจากพื้นที่อุทยานแห่งชาติกุยบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์ สู่ภาคตะวันออก ภายใต้ “โครงการพัชรสุธาคชานุรักษ์” เพื่อลดปัญหาความขัดแย้งระหว่างคนกับช้างป่า และปัญหาช้างป่าสร้างความเดือดร้อนให้กับชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนกว่า 120,336 คน ในพื้นที่ 5 จังหวัดภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และสระแก้ว โดยมีสมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าพัชรกิติยาภา นเรนทิราเทพยวดี กรมหลวงราชสาริณีสิริพัชร มหาวัชรราชธิดาทรงเป็นองค์ประธานกรรมการ และดำเนินงานด้วยการแก้ไขปัญหาที่สาเหตุตามหลักการทรงงานของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร นำไปสู่การอยู่ร่วมกันอย่างสมดุลระหว่างคน และทรัพยากรธรรมชาติ อย่างยั่งยืน

การพัฒนาคุณภาพชีวิตกลุ่มเปราะบาง

กลุ่มทรีเชื่อมั่นในศักยภาพของมนุษย์ทุกคนว่าสามารถพัฒนาได้หากได้รับการส่งเสริมที่เหมาะสม ภายใต้แนวคิด Creating a Better Life for Vulnerable Groups เพื่อให้พี่น้องตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะการช่วยเหลือผู้พิการผู้ด้อยโอกาส

จัดตั้งธนาคารชุมชนอภิสติ
เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนในการประกอบอาชีพ
เพื่อให้อาสาสมัครสามารถกู้ยืมเงิน
ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ มุ่งเน้นการพัฒนา
ลดการพึ่งพาแหล่งเงินกู้ภายนอก

2,271,920 บาท
แหล่งเงินทุนธนาคารชุมชนอภิสติ



16,201,000 บาท
รายได้กลุ่มอภิสติผ่านการจ้างงาน
ส่งเสริมการตลาดกลุ่ม Art Story

3,146 คน
โครงการพัฒนาศักยภาพและคุณภาพ
ชีวิตนุคค่ออภิสติ

อบรมการใช้แอปพลิเคชัน We Grow และ Doo Nok

ฝึกอบรมเยาวชนใช้แอปพลิเคชัน We Grow ช่วยส่งเสริมให้คนไทยได้มีส่วนร่วมกับการปลูกต้นไม้เพื่อสร้างพื้นที่สีเขียวในแต่ละพื้นที่ทั่วประเทศ และแอปพลิเคชันดูนก (Doo Nok) ส่งเสริมให้นักดูนก นักท่องเที่ยว เยาวชน และบุคคลทั่วไปทราบข้อมูลนกกว่า 900 ชนิดและยังสามารถรายงานการพบนกได้ ในปี 2563 มีผู้ผ่านการอบรม 9,946 คน



12.15 ล้านบาท

การอาสาของพนักงาน
ใน โครงการควบ
รับพิชิตยอดสังคม

70.9 ล้านบาท

ค่าตอบแทนพนักงานด้าน
ความรับผิดชอบต่อสังคม
และการส่งเสริมการศึกษา

การประกวดภาพถ่ายสัตว์มีค่า ป่ามีคุณ

เพื่อร่วมรณรงค์ให้คนไทย
ช่วยกันอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่ง
แวดล้อมผ่านภาพถ่ายซึ่งด้วย
พระราชทานฯ มีผู้เข้าร่วม
โครงการกว่า 2,000 คน



การเป็นพลเมืองที่ดีและการสนับสนุนโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม

การสนับสนุนเพื่อสังคม	เงิน (ล้านบาท)	มูลค่าสิ่งของ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. การลงทุนสนับสนุนชุมชน	44.82	34.01	35
2. การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อ การตลาด/สร้างแบรนด์	10.20	72.11	37
3. การบริจาค	60.91	0.54	28
รวม	115.93	106.67	100

ทางการศึกษา หรือกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มทรี พร้อมที่จะนำเทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวกเข้ามาช่วยเหลือพัฒนาขีดความสามารถและสร้างโอกาส สร้างอาชีพให้บุคคลกลุ่มดังกล่าวโดยในปี 2563 กลุ่มทรีได้พัฒนาคุณภาพชีวิตกลุ่มเปราะบางกว่า 11,457 คน

1,300 คน
ผู้ป่วยสมองเสื่อม
ได้รับ Wrisband
โครงการทนาย(ไม่)ห่วย

9 คน
พลัดหลงกลับบ้านได้

518 คน
เด็กนักเรียนปอเนาะและครู
ได้รับการพัฒนาฐาน ICT

5,553 คน
นักเรียนและครูศูนย์การเรียนรู้แม่สอด
ได้รับการพัฒนาความรู้ด้าน ICT

494 คน
เยาวชนสถานรองรับ
ได้รับการพัฒนาคุณภาพชีวิต

280 คน
เยาวชนรายได้น้อยจากการจำหน่ายข้าวอินทรีย์
ผ่านระบบ Online True Smart Merchant

166 คน
เด็กปากแหว่ง
ได้รับการผ่าตัด



pH



NPK



HOME

มุ่งมั่นเพื่อสิ่งแวดล้อมยั่งยืน

“สร้างจิตสำนึกอนุรักษ์ธรรมชาติ
เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
สร้างสังคมให้น่าอยู่”



การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 302-1, 302-3, 303-1, 303-3, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 306-2, 307-1)

เป้าหมายปี 2563

- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 & 2 ต่อรายได้ ร้อยละ **10** เทียบกับปี 2559
- ลดการใช้น้ำต่อรายได้ ร้อยละ **10** เทียบกับปี 2559



ผลการดำเนินงานปี 2563

- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 & 2 ต่อรายได้ ร้อยละ **10.58** เทียบกับปี 2559
- ลดการใช้น้ำต่อรายได้ ร้อยละ **28.44** เทียบกับปี 2559

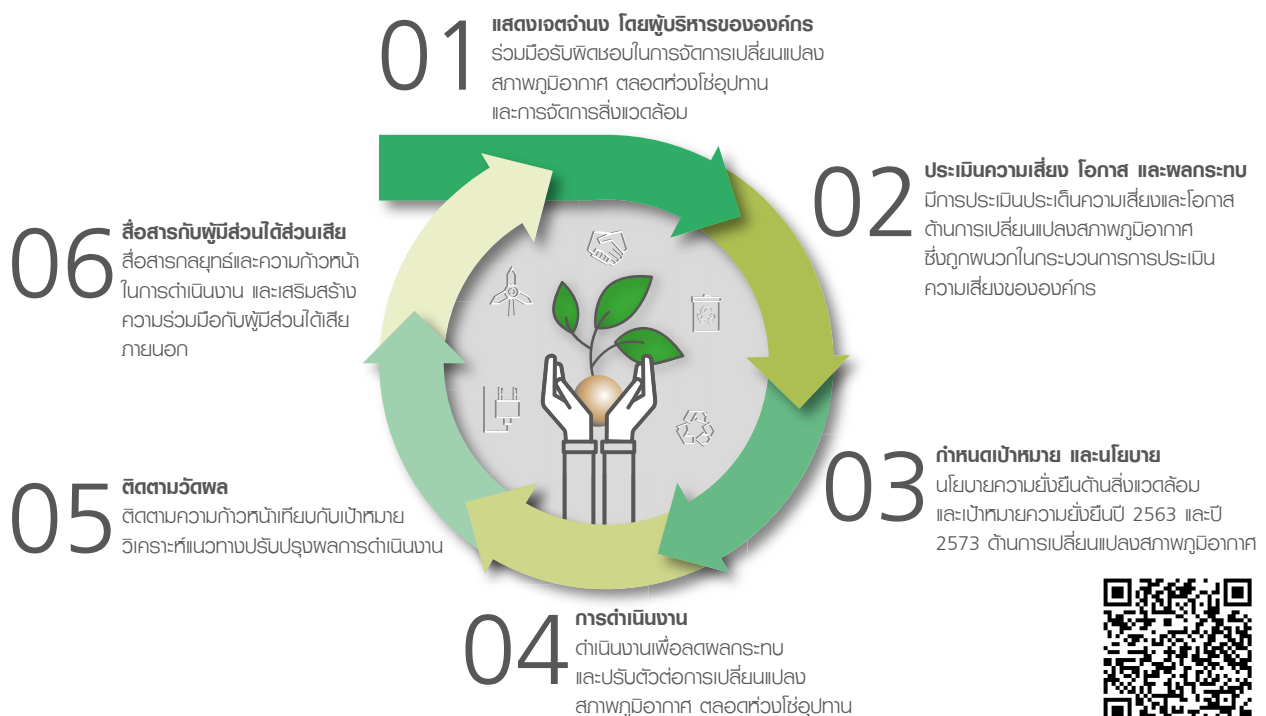


แนวทางการบริหารจัดการ

กลุ่มธุรกิจได้ตระหนักและมีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจและเติบโตอย่างสมดุล ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิด “เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)” ใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดให้คุ้มค่า ลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและการสูญเสียให้น้อยที่สุดผ่านกลยุทธ์ 5 Rs และดำเนินงานตามกรอบการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการกำหนดนโยบายและเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม

ทั้งด้านการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การนำน้ำมาใช้ และการบริหารจัดการของเสีย ซึ่งมีแผนการดำเนินงาน กลยุทธ์ต่างๆ รวมถึงการขยายผลระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management System: EMS) ตามมาตรฐาน ISO 14001:2015 โดยการติดตามผลการดำเนินงานภายใต้การกำกับของคณะกรรมการนวัตกรรมและความยั่งยืน และคณะทำงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด และการเติบโตอย่างยั่งยืน

กรอบการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม



นโยบายสิ่งแวดล้อม

การบริหารจัดการพลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การใช้พลังงานที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เป็นประเด็นท้าทายและทั่วโลกให้ความสำคัญ กลุ่มทรูตระหนักและเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่การกำหนดเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทั้งเป้าหมายในปี 2563 และ เป้าหมายระยะยาวในปี 2573 มุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ หรือ Carbon Neutral เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไขปัญหาและบรรเทาผลกระทบด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) สอดคล้องกับข้อตกลงปารีส (Paris Agreement) และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs)

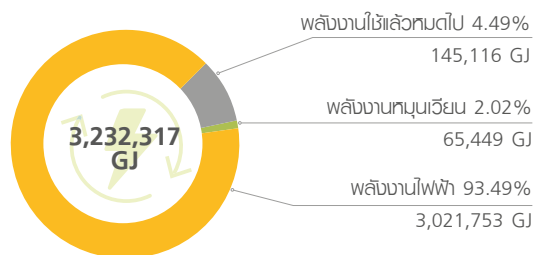
โดยบริษัทฯ ได้ประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อนำไปบริหารจัดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านการดำเนินโครงการต่างๆ

นอกจากนี้ในปี 2563 บริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูลด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และได้รับการประเมินจาก Carbon Disclosure Project (CDP) อยู่ในระดับ A- จัดอยู่ในบริษัทกลุ่มผู้นำ (Leadership Level) จากองค์กรทั่วโลกที่เข้าร่วมการประเมินมากกว่า 9,000 องค์กร สะท้อนความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูลและความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างต่อเนื่อง

สรุปผลการดำเนินงานด้านพลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

สัดส่วนการใช้พลังงานปี 2563

หน่วย : กิกะจูล (GJ)



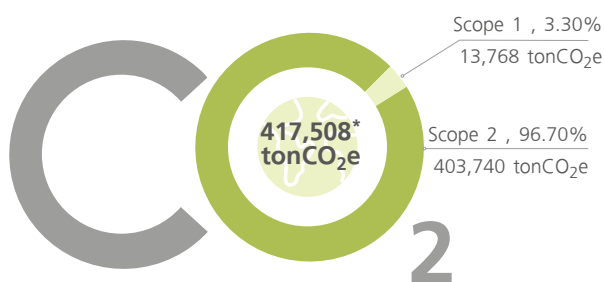
การใช้พลังงานต่อรายได้

หน่วย : กิกะจูลต่อล้านบาท



สัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ปี 2563

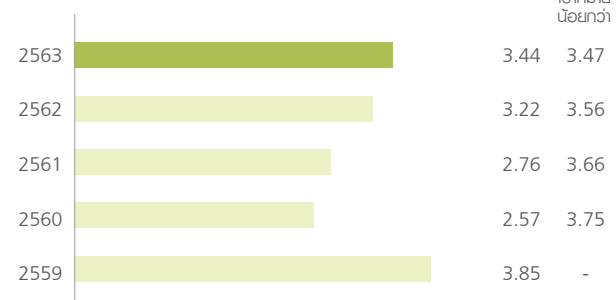
หน่วย : ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tonCO₂e)



*การปล่อยก๊าซเรือนกระจก ปี 2563 ยังไม่ได้หักลบการซื้อคาร์บอนเครดิตมาชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยซื้อเครดิตจากโครงการ Thailand Voluntary Emission Reduction Program (T-VER) ประเภทโรงไฟฟ้าพลังน้ำของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ปริมาณ 28,661 tonCO₂e

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อรายได้

หน่วย : ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท



เป้าหมาย
น้อยกว่า

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 3

หน่วย : ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tonCO₂e)

การซื้อสินค้าและบริการ (การใช้บ้านและกระดาษ)



314 tonCO₂e (2563)
4,703 tonCO₂e (2562)

การจัดการของเสียขององค์กร



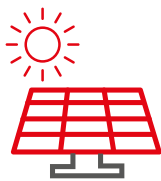
266 tonCO₂e (2563)
1,510 tonCO₂e (2562)

การดำเนินงานบริหารจัดการพลังงานและก๊าซเรือนกระจก



ฉลากคาร์บอน

- กลุ่มทรู ได้จัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization) เพื่อประเมินแหล่งการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่มีนัยสำคัญ และนำไปวางแผนบริหารจัดการลดก๊าซเรือนกระจก
- ในปี 2563 ได้รับการรับรองปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของข้อมูลปี 2562 จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) รวมทั้ง 3 Scope 458,831 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tonCO₂e)



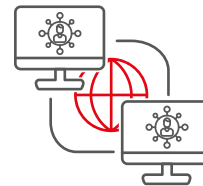
การผลิตพลังงานไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์

- บริษัทฯ ได้ผลิตและใช้ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ทดแทนการใช้ไฟฟ้าจากระบบสายส่ง ซึ่งเป็นพลังงานสะอาด ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- ในปี 2563 มีการติดตั้งแผง Solar Cell ที่สถานีฐานส่งสัญญาณและ Major Exchange โดยมีกำลังการผลิตติดตั้งเพิ่มเติม จำนวน 2,814 แห่ง ประหยัดพลังงานมากกว่า 15,127 MWh/Year สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 7,276 tonCO₂e/Year
- ตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการมีการติดตั้งรวมทั้งสิ้น 3,238 แห่ง กำลังการผลิต 18,180 MWh/Year ลดก๊าซเรือนกระจกได้ 8,745 tonCO₂e/Year



การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

- บริษัทฯ มีการติดตั้งอุปกรณ์แบบประหยัดพลังงาน หรือปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เช่น การปรับปรุงระบบปรับอากาศแบบประหยัดพลังงาน Inverter Air-Conditioning ที่ชุมสายย่อย และการเปลี่ยนระบบระบายความร้อน สามารถประหยัดไฟฟ้าลงได้ 6,157 MWh/Year ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 2,962 tonCO₂e/Year
- นอกจากนี้ที่อาคารสำนักงานทรูทาวเวอร์ มีการปรับเปลี่ยนระบบปรับอากาศเป็นแบบ VRV (Variable Refrigerant Volume) หรือ ระบบ VRF (Variable Refrigerant Flow) และปรับปรุงลิฟต์เป็นแบบ Regenerative Drive สามารถประหยัดไฟฟ้าได้ 5,015 MWh/Year ลดก๊าซเรือนกระจกลง 2,412 tonCO₂e/Year



การนำนวัตกรรมมาสนับสนุนลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

- การนำระบบใบแจ้งค่าบริการและใบเสร็จรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (True e-billing and True e-Tax Invoice) แทนการใช้กระดาษ สามารถลดการใช้กระดาษได้มากกว่า 167 ล้านแผ่น คิดเป็นปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดลงได้ 1,762 tonCO₂e
- สนับสนุนการใช้แพลตฟอร์ม True Virtual World หรือ True VWORLD เป็นการประชุมทางโทรศัพท์ (Conference Call) เพื่อประชุมร่วมกับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถลดการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงจากการเดินทางได้
- การใช้ True iService ในการให้บริการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าผ่านระบบออนไลน์ รวมถึงการใช้บริการอื่นๆ เช่น ตรวจสอบค่าใช้จ่าย แทนการเดินทางไปยังร้าน ลดการใช้น้ำมันในการเดินทาง



Internal Carbon Pricing (ICP)

บริษัทฯ ตระหนักว่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกก่อให้เกิดผลกระทบต่อการขยายธุรกิจขององค์กรจึงได้กำหนดราคาคาร์บอนภายในองค์กร (Internal Carbon Pricing : ICP) เพื่อนำไปประกอบการพิจารณาตัดสินใจในการดำเนินโครงการ และการลงทุน โดยเฉพาะในโครงการที่อาจมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจำนวนมาก

การบริหารจัดการน้ำ

แม้ว่าลักษณะธุรกิจของกลุ่มธุรกิจโทรคมนาคมไม่ได้มีการใช้น้ำในการดำเนินธุรกิจเป็นหลัก แต่บริษัทฯ ได้คำนึงความต้องการใช้น้ำของโลกที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลกระทบต่อปัญหาการขาดแคลนน้ำมากขึ้น

บริษัทฯ ได้ตระหนักและร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไขปัญหาการขาดแคลนน้ำ จึงประเมินความเสี่ยงจากปัจจัยต่างๆ ทั้งในเชิงปริมาณและค่าความเครียดน้ำ (Water Stress) ด้วยเครื่องมือ Aqueduct ของ World Resource Institute (WRI)

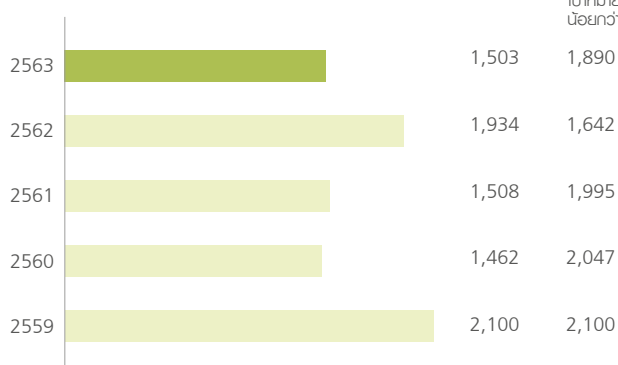
ในปี 2563 ปริมาณการนำน้ำมาใช้เป็นแหล่งน้ำประปาทั้งหมดปริมาณ 182.31 ล้านลิตร พบว่ามีหน่วยงานตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความ

ความเสี่ยงระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 8.39 และสูงมาก ร้อยละ 0.59 ของปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมด อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีแผนบริหารจัดการน้ำ โดยกำหนดเป้าหมายการใช้น้ำเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำจากการดำเนินโครงการต่างๆ จัดกิจกรรมลดการใช้น้ำผ่านการจัดการสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO 14001:2015 เช่น การติดตั้งอุปกรณ์ประหยัดน้ำ การรณรงค์ประชาสัมพันธ์การประหยัดน้ำ เป็นต้น รวมถึงติดตามปริมาณการใช้น้ำอย่างต่อเนื่องผ่านคณะทำงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ในส่วนของน้ำทั้งจากอาคารสำนักงาน บริษัทฯ ได้กำกับดูแลร่วมกับผู้ดูแลอาคารให้มีการบำบัดน้ำเสียเป็นไปตามมาตรฐานน้ำทิ้งที่กฎหมายกำหนดไว้

สรุปผลการดำเนินงานการบริหารจัดการน้ำ

การนำน้ำมาใช้ต่อรายได้

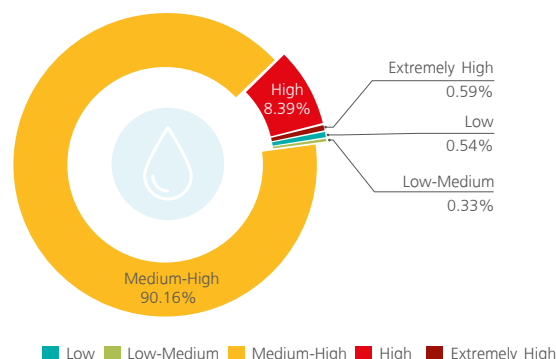
หน่วย: ลิตรต่อล้านบาท



เป้าหมาย
น้อยกว่า

ค่าความเครียดน้ำ (Water Stress)

สัดส่วนพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านความเครียดน้ำ



แผนการจัดการน้ำ



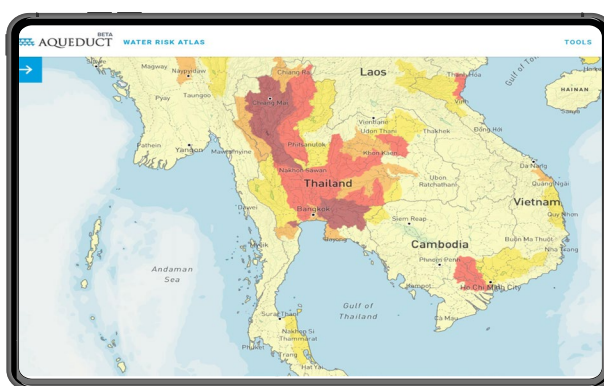
กำหนดเป้าหมายการใช้น้ำ
และวางแผนบริหารจัดการน้ำ



ติดตามปริมาณการนำน้ำ
มาใช้อย่างต่อเนื่อง



เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ



เครื่องมือ Aqueduct ของ WRI ที่ใช้ประเมิน Water Stress

การดำเนินงานบริหารจัดการน้ำ



โครงการ VRV

บริษัทฯ ได้มีการปรับเปลี่ยนระบบปรับอากาศเป็นแบบ VRV (Variable Refrigerant Volume) หรือ ระบบ VRF (Variable Refrigerant Flow) ที่อาคารทรู ทาวเวอร์ ซึ่งระบายความร้อนจากระบบลมแทนการใช้น้ำใน Cooling Tower โดยดำเนินโครงการตั้งแต่ปี 2559 ทำให้สามารถประหยัดน้ำลงได้ 8,262 ลูกบาศก์เมตร

การจัดการของเสีย

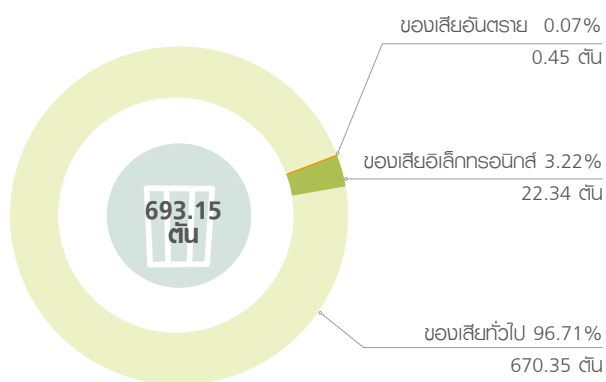
ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต้องการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ดิจิทัลให้ทันสมัยก่อนหมดสภาพการใช้งาน หรือสินค้าที่ตกทุน กลายเป็นของเสียอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Waste หรือ E-Waste) ตกค้างจำนวนมาก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง หากนำไปกำจัดไม่ถูกวิธีจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม

กลุ่มทรู ร่วมรับผิดชอบ แก้ไขปัญหา และบริหารจัดการของเสียที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะของเสียอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสินค้าหลักของธุรกิจโทรคมนาคม โดยประยุกต์ใช้หลักการของเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และหลัก 5Rs รวมถึงมีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะให้ถูกวิธี ผ่านการจัดทำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO 14001:2015

สรุปผลการดำเนินงานจัดการของเสีย

ปริมาณของเสียแยกตามประเภท ปี 2563

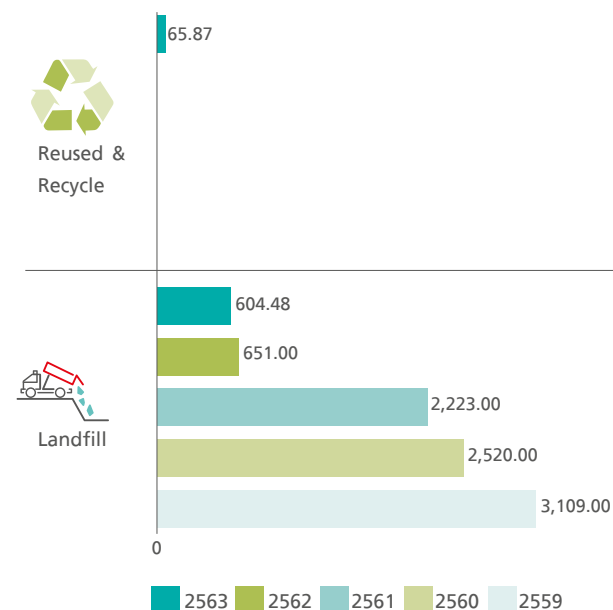
หน่วย : ตัน



ปริมาณของเสียแยกตามวิธีการกำจัด

หน่วย : ตัน

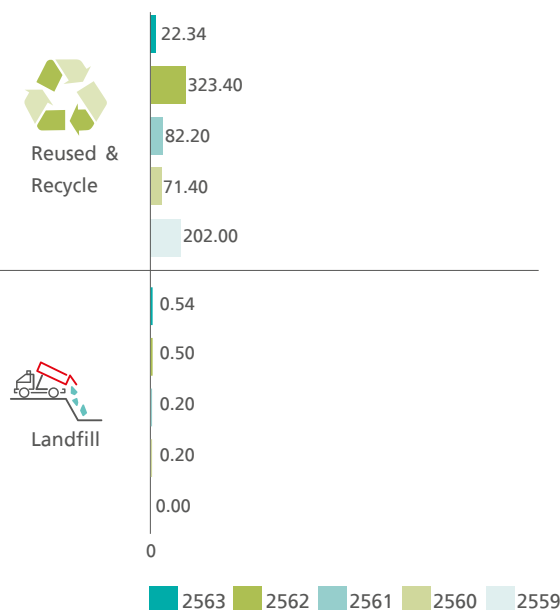
ของเสียทั่วไป



5Rs เศรษฐกิจหมุนเวียน



ของเสียอันตรายและของเสียอิเล็กทรอนิกส์



การดำเนินงานบริหารจัดการของเสีย



โครงการ Easy Swap

บริษัทฯ มีโครงการให้นำมือถือเครื่องเก่าแลกเครื่องใหม่ได้ จากที่บ้าน หรือเดินทางไปที่ทรูช็อป โดยประเมินมูลค่าของ มือถือเก่าแลกเป็นคูปองใช้เป็นส่วนลดการซื้อสินค้าต่างๆ ที่ ทรูช็อป เพื่อนำของเสียอิเล็กทรอนิกส์ (E-Waste) ไปใช้ประโยชน์ โดยในปี 2563 ได้รวบรวมของเสียอิเล็กทรอนิกส์ได้รวมทั้งสิ้น 912 เครื่อง อย่างไรก็ตาม ในปี 2564 บริษัทฯ ได้มีโครงการขยายผล ในการรับ E-Waste เพื่อนำไปใช้ประโยชน์หรือกำจัดอย่างถูกวิธี อย่างต่อเนื่อง



โครงการ True e-Bill and True e-Tax

การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ โดยออกใบเสร็จรับเงิน/ ใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านเอสเอ็มเอส หรือ อีเมล แทนการใช้กระดาษ ซึ่งลดปริมาณ กระดาษจำนวนกว่า 167 ล้านแผ่น คิดเป็นน้ำหนัก 838 ตัน



การใช้ถุงกระดาษแทนถุงพลาสติก

การนำถุงกระดาษรีไซเคิลมาให้บริการลูกค้าที่ ทรูช็อป แทนการใช้ ถุงพลาสติก ซึ่งเป็นการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อม และช่วยให้เกิดการปรับเปลี่ยนทัศนคติต่อการ เป็นผู้บริโภครักษ์โลก ในปี 2563 สามารถลดการใช้ถุงพลาสติก ได้ถึง 1.8 ล้านใบ

ความสอดคล้องกับข้อกำหนดกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม

จากการจัดทำระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ซึ่งได้พิจารณา ถึงข้อกำหนดและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องพบว่า การดำเนินงาน ต่างๆ ของบริษัทฯ มีความสอดคล้องกับข้อกำหนดกฎหมายด้าน สิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ กลุ่มทรู มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสีย



บุญนิฟอร์มดิจิทัลรักษ์โลก

การผลิตชุดยูนิฟอร์มดิจิทัลรักษ์โลกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ภายใต้แนวคิด “From Waste to Wear” โดยการนำพลาสติกรีไซเคิล (PET) สัดส่วน 20% ผสมเส้นใยผ้าธรรมชาติผลิตเป็นชุดพนักงาน ที่ให้บริการลูกค้าในทรูช็อป สะท้อนความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม



โครงการ True Bag-vertising

บริษัทฯ ได้นำผ้าใบไวโนลโฆษณาปลดระวางที่ไม่ใช้แล้วกลับมา ใช้ซ้ำ เป็น Reuse Fashion Item ตามแนวคิด Circular Economy โดยเริ่มโครงการในปี 2563 มีการออกแบบ และสร้างสรรค์เป็น กระเป๋าในรูปแบบต่างๆ กว่า 1,000 ใบ



การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

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

เป้าหมายปี 2563

- 100% คู่ค้าหลัก (Critical Supplier Tier 1) ผ่านการตรวจประเมินที่สถานที่ปฏิบัติงาน (Onsite Audit)



ผลการดำเนินงานปี 2563

- 100% คู่ค้าหลัก (Critical Supplier Tier 1) ผ่านการตรวจประเมินที่สถานที่ปฏิบัติงาน (Onsite Audit)



แนวทางการบริหารจัดการ

กลุ่มทรู มีการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบและยั่งยืน โดยมีคณะทำงานห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน (Sustainable Supply Chain Working Team) เพื่อร่วมกันกำหนดกลยุทธ์ การประเมินความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน และกำหนดมาตรฐานในการดำเนินธุรกิจของคู่ค้า ด้วยการประกาศใช้คุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) และคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานของฝ่ายจัดซื้อ (Procurement Code of Conduct) ที่ยึดหลักการดำเนินงานครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และด้านการกำกับดูแล (Environmental, Social, Governance-ESG)



Supplier
Code of Conduct



Procurement
Code of Conduct

กลยุทธ์ที่ 1 พนักกำลังคู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจเพิ่มประสิทธิภาพ และผลิตภาพในการบริหารต้นทุน

สร้างความร่วมมือกันระหว่างคู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น เครือเจริญโภคภัณฑ์ และไชน่า โมบายล์ เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดซื้อสินค้าและบริการที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล และดำเนินงานอย่างยุติธรรมและโปร่งใส โดยในปี 2563 สามารถลดค่าใช้จ่ายได้ถึง 466.30 ล้านบาท



กลยุทธ์การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ



กลยุทธ์ที่ 2 บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้สอดคล้องกับความยั่งยืนควบคู่กับทิศทางธุรกิจของบริษัทฯ

กลุ่มทรู มุ่งมั่นในการบริหารจัดการและสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมในทุกที่ที่เราดำเนินธุรกิจอยู่ จึงนำแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่คำนึงถึงประเด็นด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และด้านการกำกับดูแล เข้ามาบูรณาการเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ซึ่งช่วยลดความเสี่ยง และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจตลอดวัฏจักรชีวิตของสินค้าและบริการ เช่น โครงการใช้แบตเตอรี่ลิเธียมบนเสาสัญญาณ 5G ทั่วประเทศ แทนการใช้แบตเตอรี่แบบตะกั่ว ทำให้มีอายุการใช้งานยาวนานขึ้น 5 เท่า เพื่อลดปริมาณขยะมลพิษจากการทิ้งซากแบตเตอรี่และการถลุงตะกั่วจากธรรมชาติ

100%

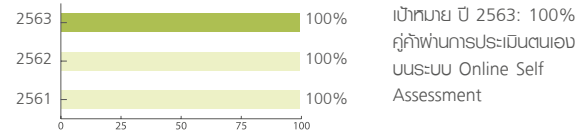
เสาสัญญาณ 5G ใช้แบตเตอรี่ลิเธียมที่มี
ความปลอดภัยต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ที่ 3 ปลุกฝังการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามแนวทาง ESG ให้กับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน

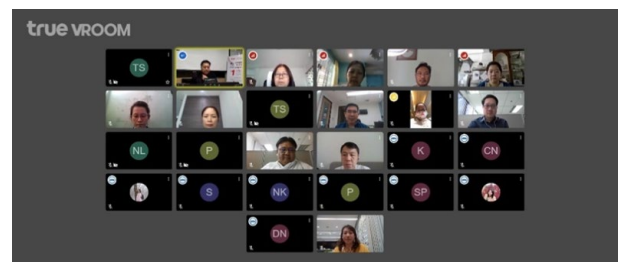
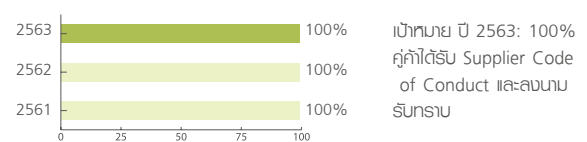
บริษัทฯ มุ่งมั่นและพยายามปลุกฝังและส่งเสริมให้การพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานขององค์กรกับคู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทานด้วยการส่งมอบคุณธรรม และข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ให้กับคู่ค้าทุกราย และให้คู่ค้าที่กำหนดทุกรายต้องผ่านการประเมินตนเองด้านความยั่งยืนบนระบบออนไลน์ (Supplier Sustainability Self-Assessment) หากไม่ผ่านการประเมินจะไม่สามารถทำธุรกรรมได้ จนกว่าจะผ่านเกณฑ์ที่กำหนด

นอกจากนี้ ยังจัดการประชุมคู่ค้า True Supplier Day 2020: Sustainability Together ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี โดยปี 2020 เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 จึงเป็นปีแรกที่กลุ่มทรู นำนวัตกรรมห้องประชุมเสมือนจริง TRUE VROOM มาใช้ในการจัดประชุมคู่ค้า เพื่อแสดงวิสัยทัศน์ของกลุ่มทรู ที่มุ่งเน้นการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ รวมถึงการให้ความรู้แก่คู่ค้าเรื่องการตรวจประเมินคู่ค้าในสถานที่ปฏิบัติงาน (Onsite Audit) และเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนรับการตรวจประเมิน เพื่อช่วยสร้างความแข็งแกร่งให้แก่คู่ค้าที่เติบโตไปด้วยกันอย่างมั่นคงและยั่งยืน

คู่ค้าผ่านการประเมินตนเองบนระบบ Online Self Assessment



คู่ค้าได้รับ Supplier Code of Conduct และลงนามรับทราบ



การประชุมคู่ค้า True Supplier Day 2020: Sustainability Together

62%

คู่ค้าหลักทางตรงเข้าร่วม
ให้ความรู้เรื่องมาตรฐาน
ประเมินสถานที่ปฏิบัติงาน
ด้าน ESG

90%

พึงพอใจในกิจกรรม
การพัฒนาศักยภาพคู่ค้า

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพคู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจดำเนินธุรกิจคำนึงถึงความยั่งยืน และผลิตสินค้าคุณภาพ

กลุ่มทรู เพิ่มศักยภาพคู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจให้มีการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อลูกค้า ต้องตามกฎหมายและกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด และสอดคล้องตามมาตรฐานสากล เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูง ปลอดภัย สามารถตรวจสอบ

ย้อนกลับได้ พร้อมทั้งดำเนินการตรวจประเมินด้านความยั่งยืนของคู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อที่จะร่วมช่วยคู่ค้าปรับปรุงหรือพัฒนาการดำเนินงานของคู่ค้าให้สามารถดำเนินธุรกิจตามแนวทางความยั่งยืนของกลุ่มทรู ที่สอดคล้องตามหลักการสากล

แนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ



การตรวจประเมินในสถานที่ปฏิบัติงาน ปี 2563

บริษัทฯ มีกระบวนการตรวจสอบและประเมินผู้ค้าในสถานที่ปฏิบัติงาน (Onsite Audit) เพื่อประเมินความเสี่ยงและสร้างความมั่นใจว่าผู้ค้าได้ดำเนินงานตามแผนงานที่กำหนด โดยหากเกิดความเสี่ยงที่สำคัญด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จะดำเนินการตรวจสอบกับผู้ค้าเพื่อหาสาเหตุและกำหนดแนวทางแก้ไข และทำการประเมินหลังการแก้ไขร่วมกัน ให้เป็นไปตามข้อกำหนดขั้นต่ำตามกฎหมายแรงงาน กฎหมายสิ่งแวดล้อม และมาตรฐานการจัดการต่างๆ เช่น มาตรฐาน ISO 14001 และ SA8000 เป็นต้น

การลงทะเบียนผู้ค้าใหม่ ปี 2563

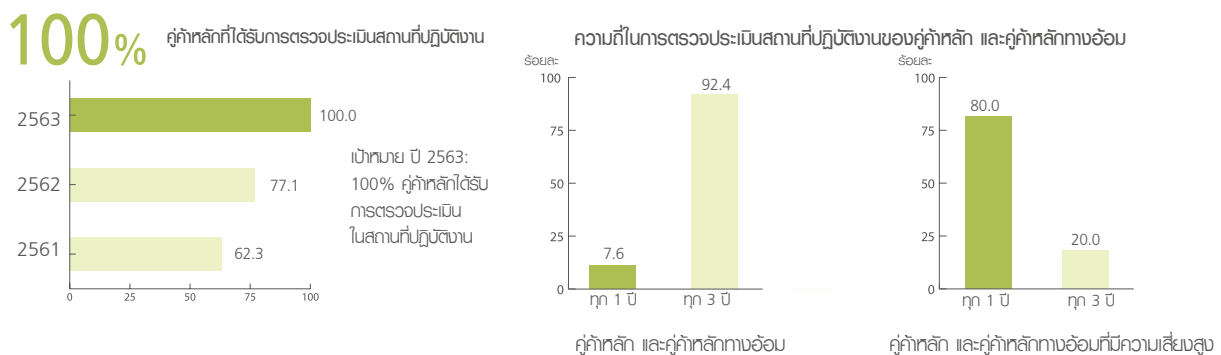


344 ราย
ผู้ค้าผ่านการคัดเลือก
ลงทะเบียนผู้ค้าใหม่

การระบุกลุ่มผู้ค้าหลัก/ผู้ค้าหลักทางอ้อม และการประเมินความเสี่ยง



ผลการตรวจประเมินในสถานที่ปฏิบัติงาน ปี 2563



การประเมินผู้ค้า	การประเมินผลกระทบด้านเศรษฐกิจ	การประเมินผลกระทบด้านสังคม	การประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม
ผู้ค้าหลักที่ต้องทำการประเมินผู้ค้าในสถานที่ปฏิบัติงาน (Onsite Audit)	74 ราย	74 ราย	74 ราย
ผู้ค้าหลักที่มีต้องมีแนวทางแก้ไขเพื่อลดผลกระทบเชิงลบ	0 ราย	4 ราย	0 ราย
ผู้ค้าหลักจัดทำแนวทางแก้ไขเพื่อลดผลกระทบเชิงลบ	0 ราย	4 ราย	0 ราย
ผู้ค้าที่ถูกพิจารณาถอนสัญญา	0 ราย	0 ราย	0 ราย

การพัฒนาและวิจัยสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมร่วมกับลูกค้า

กลุ่มทรู ร่วมกับคู่ค้าผู้ผลิตสินค้าในประเทศจีน ทำการวิจัยและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยการระบุคุณลักษณะ (สเปค) ของผลิตภัณฑ์และการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการกำหนดมาตรฐาน หลักเกณฑ์ หรือระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อให้คู่ค้าปฏิบัติตาม เช่น การเลือกใช้แบตเตอรี่สำหรับโทรศัพท์มือถือยี่ห้อ True ที่ต้องได้รับการรับรองมาตรฐาน Restriction of Hazardous Substances หรือ ROHS กับโทรศัพท์ทุกรุ่น

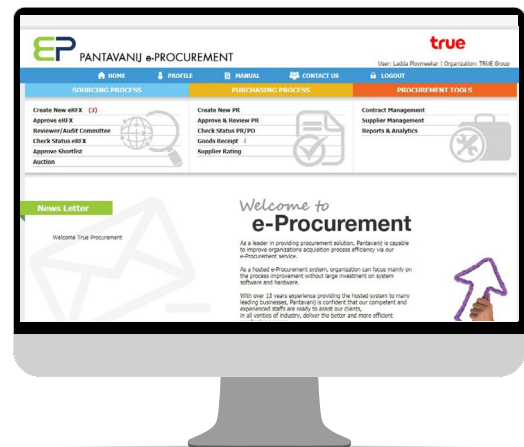


โทรศัพท์มือถือยี่ห้อ True Super รุ่น Hero 4G ใช้แบตเตอรี่ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ROHS

กลยุทธ์ที่ 5 ส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการดำเนินงาน

บริษัทฯ มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างอย่างมีประสิทธิภาพ สะดวกรวดเร็วโดยใช้ระบบจัดซื้อจัดจ้างออนไลน์ หรือ E-Procurement ที่ช่วยให้การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นไปอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม ลดขั้นตอนการทำงาน และการใช้กระดาษ และได้ปรับปรุงระบบคัดเลือกคู่ค้า โดยสรรหาและทำการเปรียบเทียบราคาสินค้าและทำการอนุมัติออนไลน์ (eRFx) แทนการขอใบเสนอราคาและอนุมัติราคาในรูปแบบเดิม (E-mail, โทรศัพท์) โดยในปี 2020 ได้มีการเปรียบเทียบใบเสนอราคาผ่านระบบ eRFx เพิ่มขึ้นจากปี 2019 เท่ากับ 4,103 รายการ คิดเป็น 183.60%

นอกจากนี้ ยังส่งเสริมคู่ค้าใช้แอปพลิเคชัน TRUE VROOM นวัตกรรมที่กลุ่มทรูพัฒนาขึ้น สำหรับเป็นห้องประชุมเสมือนจริงร่วมกับคู่ค้า เพื่อลดการสัมผัส และลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง รวมถึงจัดทำ True Procurement Website เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารด้านความยั่งยืนไปยังคู่ค้า และคู่ค้าสามารถสอบถามหรือแนะนำเกี่ยวกับงานจัดซื้อ



เว็บไซต์ระบบจัดซื้อจัดจ้างออนไลน์ eRFx

สุขภาพ สุขภาวะ และความปลอดภัยของคู่ค้า ผู้รับเหมา และผู้รับเหมาช่วง

กลุ่มทรู กำหนดข้อปฏิบัติในระบบการจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับคู่ค้า ผู้รับเหมา และผู้รับเหมาช่วง เข้าร่วมอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องข้อปฏิบัติในการทำงานและความปลอดภัยทุกครั้งที่เข้ามารับงานกับบริษัทฯ อาทิ ข้อปฏิบัติเรื่องการจัดหาอุปกรณ์การทำงาน และอุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัยส่วนบุคคล การกรอกแบบฟอร์มด้านความปลอดภัย เป็นต้น โดยในปี 2563 จัดอบรมให้ผู้รับเหมาเข้าร่วมฝึกอบรมเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและปฏิบัติตามระบบการจัดการด้านความปลอดภัยของบริษัทฯ รวมทั้งมีการตรวจประเมินผู้รับเหมาให้เป็นไปตามระเบียบข้อบังคับด้านความปลอดภัย ซึ่งจะช่วยลดอุบัติเหตุและเป็นการเสริมการจัดการดูแลผู้รับเหมาอย่างเต็มรูปแบบ

100%

เข้าร่วมการฝึกอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับข้อปฏิบัติในการทำงานและความปลอดภัย

3ราย

จำนวนผู้บาดเจ็บจากการทำงานทั้งหมด

2ราย

จำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน

0.08

อัตราผู้บาดเจ็บจากการทำงานทั้งหมด

0.05

อัตราผู้บาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน

36
ล้านชั่วโมง

จำนวนชั่วโมงทำงานทั้งหมด

0ราย

จำนวนผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจากการทำงาน

0.00

อัตราผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจากการทำงาน

การแสดงผลตามตัวชี้วัด GRI และ SDGs

(GRI 102-55)

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		6
	102-8 Information on employees and other workers	Human Capital Development, Sustainability Performance Data	b) is omitted since True's operations is only in Thailand	35, 85-90
	102-9 Supply chain	Responsible Supply Chain Management		70-73
	102-10 Significant changes to the organization and its supply chain	-	There are no significant changes	
	102-11 Precautionary Principle or approach	Risk & Crisis Management, Environmental & Climate Management		30, 64
	102-12 External initiatives	Awards & Recognition, Sustainability at True, Corporate Governance & Business Ethics and Code of Conduct, Human Rights Management		10-11, 16, 29, 32
	102-13 Membership of associations	Corporate Governance & Business Ethics and Code of Conduct		25, 29
	102-14 Statement from senior decision-maker	Message from Chairman of the Executive Committee, Message from the Group Co-Presidents		4-5
	102-15 Key impacts, risks, and opportunities	Materiality, Business Performance and Growth Capability, Risk and Crisis Management		20, 24-25, 30-31
	102-16 Values, principles, standards, and norms of behavior	About True, Corporate Governance & Business Ethics and Code of Conduct		12, 26-29
	102-17 Mechanisms for advice and concerns about ethics	Corporate Governance & Business Ethics and Code of Conduct		26, http://investor-th.truecorp.co.th/leadership.html
	102-18 Governance structure			
	102-19 Delegating authority	Sustainability at True, Corporate Governance & Business Ethics and Code of Conduct		14, 26
	102-20 Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics	Sustainability at True, Risk & Crisis Management		14,
	102-21 Consulting stakeholders on economic, environmental, and social topics	Stakeholder Engagement,		18
	102-23 Chair of the highest governance body	Sustainability at True		14
	102-24 Nominating and selecting the highest governance body	Annual Report		

GRI STANDARD	GRI DISCLOSURE	CHAPTER	OMISSION	PAGES
	102-29 Identifying and managing economic, environmental, and social impacts	Sustainability at True, Corporate Governance & Business Ethics and Code of Conduct, Risk & Crisis Management		14-17, 26-29, 30-31
	102-30 Effectiveness of risk management processes	Risk & Crisis Management		30
	102-31 Review of economic, environmental, and social topics	Sustainability at True		14
	102-32 Highest governance body's role in sustainability reporting	Sustainability at True, Materiality		14, 20
	102-40 List of stakeholder groups	Stakeholder Engagement		18-19
	102-41 Collective bargaining agreements	Human Capital Development, Sustainability Performance Data		38, 91
	102-42 Identifying and selecting stakeholders	Stakeholder Engagement		18-19
	102-43 Approach to stakeholder engagement	Stakeholder Engagement, Human Capital Development, Customer Relationship Management, Responsible Supply Chain Management, Sustainability Performance Data		18-19, 34-39, 40-43, 70-73, 87
	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		12-13
	102-46 Defining report content and topic Boundaries	About this Report, Materiality		12, 20
	102-47 List of material topics	Materiality		20
	102-48 Restatements of information	About this Report	No restatements	
	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
	102-55 GRI content index	GRI Content Index		74-78
	102-56 External assurance	Assurance Statement		80-82

GRI STANDARD	GRI DISCLOSURE	PAGES
MATERIAL DISCLOSURES		
HEART		
BUSINESS PERFORMANCE AND GROWTH CAPABILITY		
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	24-25
	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	24, 82, 83
CORPORATE GOVERNANCE & BUSINESS ETHICS AND CODE OF CONDUCT		
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	26
	103-2 The management approach and its components	26
	103-3 Evaluation of the management approach	26
205 Anti-corruption	205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures	26-27
	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	28
206 Anti-competitive Behavior	206-1 Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices	28
RISK & CRISIS MANAGEMENT		
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	28
	103-2 The management approach and its components	28
	103-3 Evaluation of the management approach	28
HUMAN RIGHTS MANAGEMENT		
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	32-33, https://www3.truecorp.co.th/new/public/assets/truecorp/pdf/en/01_Human_Rights_EN_Web.pdf
	406 Non-discrimination	
	408 Child Labor	
406 Non-discrimination	406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken	
408 Child Labor	408-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	
409 Forced or Compulsory Labor	409-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	
411 Rights of Indigenous Peoples	411-1 Incidents of violations involving rights of indigenous peoples	
412 Human Rights Assessment	412-1 Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments	
HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT		
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	34
	103-2 The management approach and its components	34
	103-3 Evaluation of the management approach	34
401 Employment	401-1 New employee hires and employee turnover	35, 86, 87
	401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	38, 39
403 Occupational Health and Safety 2018	403-1 Occupational health and safety management system	37-39
	403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	
	403-3 Occupational health services	
	403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	
	403-5 Worker training on occupational health and safety	
	403-6 Promotion of worker health	
	403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	
	403-9 Work-related injuries	
	403-10 Work-related ill health	
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.	37-39
404 Training and Education	404-1 Average hours of training per year per employee	35-36
	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	35-36
	404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	36

GRI STANDARD	GRI DISCLOSURE	PAGES
405 Diversity and Equal Opportunity	405-1 Diversity of governance bodies and employees	35
	405_2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men	86
407 Freedom of Association and Collective Bargaining	407-1 Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk	38, https://www3.truecorp.co.th/new/public/assets/truecorp/pdf/en/01_Human_Rights_EN_Web.pdf
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT		
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	38
	103-2 The management approach and its components	38
	103-3 Evaluation of the management approach	38
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	42
CYBER SECURITY AND DATA PRIVACY		
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	44
	103-2 The management approach and its components	44
	103-3 Evaluation of the management approach	44
418 Customer Privacy	418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	46
DIGITAL INCLUSION FOR EDUCATION		
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	48
	103-2 The management approach and its components	48
	103-3 Evaluation of the management approach	48
201 Economic Performance	201-1 Direct economic value generated and distributed	48
413 Local Communities	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	48
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	48-49
HEALTH		
NETWORK AVAILABILITY/ RELIABILITY		
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	52
	103-2 The management approach and its components	52
	103-3 Evaluation of the management approach	52
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	54
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	54-55
GRI Telecommunications Sector Supplement	PA 4 Quantify the level of availability of telecommunications products and services in areas where the organization operates	54-55
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	54-55
INNOVATION MANAGEMENT		
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	56
	103-2 The management approach and its components	56
	103-3 Evaluation of the management approach	56
201 Economic Performance	PA 11 Initiatives to inform customers about product features and applications that will promote responsible, efficient, cost effective, and environmentally preferable use.	58-59
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY		
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	60
	103-2 The management approach and its components	60
	103-3 Evaluation of the management approach	60
201 Economic Performance	201-1 Direct economic value generated and distributed	61, 90
413 Local Communities	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	60

GRI STANDARD	GRI DISCLOSURE	PAGES
HOME		
ENVIRONMENTAL AND CLIMATE MANAGEMENT		
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	64
	103-2 The management approach and its components	64
	103-3 Evaluation of the management approach	64
302 Energy	302-1 Energy consumption within the organization	65, 83
	302-3 Energy Intensity	65, 83
303 Water and Effluents 2018	303-1 Interactions with water as a shared resource	67
	303-3 Water withdrawal	67, 84
305 Emissions	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	65, 83
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	65, 83
	305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions	65, 83
	305-4 GHG emissions intensity	65, 83
306 Effluents and Waste	306-2 Waste by type and disposal method	68, 84
307 Environmental Compliance	307-1 Non-compliance with environmental laws and regulations	69
RESPONSIBLE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT		
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	70
	103-2 The management approach and its components	70
	103-3 Evaluation of the management approach	70
308 Supplier Environmental Assessment	308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria	71
	308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	
414 Supplier Social Assessment	414-1 New suppliers that were screened using social criteria	71
	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	  	24-25
Corporate Governance, Business Ethics and Code of Conduct, Risk and Crisis Management	  	26-29
Human Rights Management	      	32-33
Human Capital Development	   	34-39
Customer Relationship Management	  	40-43
Data Privacy & Cyber Security	   	44-47
Digital Inclusion for Education	   	48-49
HEALTH		
Network Availability/ Reliability	  	52-55
Innovation Management	 	56-59
Corporate Social Responsibility	         	60-61
HOME		
Environmental Management	    	64-69
Responsible Supply Chain Management	 	70-73

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	Sustainability at True	12-15
	Corporate Governance & Business Ethics and Code of Conduct	24-27
Criterion 2: The COP describes value chain implementation	About True	13
	Responsible Supply Chain Management	70-73
ROBUST HUMAN RIGHTS MANAGEMENT POLICIES & PROCEDURES		
Criterion 3: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of human rights	Human Rights Management	32-33
Criterion 4: The COP describes effective management systems to integrate the human rights principles	Human Rights Management	32-33
	Human Capital Development	34-39
Criterion 5: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms of human rights integration	Human Rights Management	32-33
	Human Capital Development	34-39
	Stakeholder Engagement	16-17
	Materiality	18-19
ROBUST LABOUR MANAGEMENT POLICIES & PROCEDURES		
Criterion 6: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of labour	Human Rights Management	32-33
	Human Capital Development	34-39
Criterion 7: The COP describes effective management systems to integrate the labour principles	Human Rights Management	32-33
	Human Capital Development	34-39
Criterion 8: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms of labour principles integration	Human Rights Management	32-33
	Human Capital Development	34-39
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	64-69
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	26-29
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	74-79
Criterion 16: The COP describes strategic social investments and philanthropy	Corporate Social Responsibility	60-61
Criterion 17: The COP describes advocacy and public policy engagement	Corporate Governance & Business Ethics, Code of Conduct	26-29
	UN SDGs Content Index	74-79
Criterion 18: The COP describes partnerships and collective action	Human Rights Management	32-33
CORPORATE SUSTAINABILITY GOVERNANCE AND LEADERSHIP		
Criterion 19: The COP describes CEO commitment and leadership	Message from Chairman of the Executive Committee	4
	Message from the Group Co-Presidents	5
Criterion 20: The COP describes Board adoption and oversight	Sustainability at True	14-17
	Corporate Governance & Business Ethics and Code of Conduct	26-29
Criterion 21: The COP describes stakeholder engagement	Stakeholder Engagement	18-23
	Materiality	20-21



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 for the calendar year 2020. This assurance engagement was conducted against the Global Reporting Initiative Standards and AA1000 AS Version 3 Protocol (Type 2, Moderate Level). The Report covers TRUE's sustainability information for the period 1st January 2020 to 31st December 2020. The remote verification was conducted in Feb 2021. In addition, desk review was carried out for other sites which are parts of report boundary.

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 Report content, principles as mentioned in the GRI Standards,
- Review of the policies, initiatives, practices and performance described in the Report;
- Review of the disclosures made in the Report against the requirements of the GRI Standards
- Verification of the reliability of the GRI Standards Disclosure on economic, environmental and social and GRI's sector guidance - TELECOMMUNICATION SECTOR SPECIFIC INDICATORS (disclosures are tabulated below)
- Specified information was based on the materiality determination and needs to be meaningful to the intended users;
- Confirmation of the fulfilment of the GRI Standards; '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 2020), comprising

True Move 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

True Online (12): True Corporation Plc, Asia Wireless Communication Co., Ltd., True Multimedia Co., Ltd., True Internet Corporation Co., Ltd., True Life Plus Co., Ltd., KSC Commercial Internet Co., 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.

True Visions (12): True Visions Group Co., Ltd., True Visions Plc, Cineplex Co., Ltd., True Visions Cable Plc, 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 AA1000 AS Version 3. The Report was evaluated against the following criteria:

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

There is only one Opportunity as follows:

- Emission Factor, should refer to IPCC fifth Assessment Report; AR5 according to Greenhouse Gas Protocol as GWP recommend

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 303-3 (2018)
Direct (Scope 1) GHG emissions	GRI 305-1
Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	GRI 305-2
Energy indirect (Scope 3) GHG emissions • Purchased Goods and Service • Waste Generate from Operation	GRI 305-3
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
Work-related injuries	GRI 403-9 (2018)
Number and types of telecommunication products and services provide to and used by low and no income sectors of the population. Provide definitions selected (Telecommunications Sector Supplement: Providing Access)	GRI PA 5

On the basis of the procedures we have performed, nothing has come to our attention that causes us to believe that the information subject to the Type 2 moderate level assurance engagement was not prepared, in all material 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. 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 identification and engagement is carried out by TRUE on a periodic basis to bring out key stakeholder concerns as material aspects of significant stakeholders. The materiality assessment process considering 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. The Report has fairly disclosed the General and Specific Standard Disclosures, and adequately captured the impact of its business on the community and environment and has taken several measures to reduce the impact including the Disclosure on Management Approach, covering the sustainability strategy, management approach, monitoring systems and sustainability performance indicators against the GRI Standards. It was reported in a neutral tone, in terms of content and presentation. The majority of the data and information was verified by TUVT's assurance team by remote technic. In our view, the Report could be adherence to Inclusivity, Materiality, Responsiveness, Impacts, Completeness, Neutrality, Relevance, Sustainability context, Accuracy, Reliability, Comparability, Clarity and Time frame.

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.

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



AA1000
Licensed Assurance Provider
000-286

Date: 15 March 2021
Place: Bangkok, Thailand
Project Reference No: TUVN/TRUE/SA/2020

PERFORMANCE SUMMARY

GRI STANDARD	DATA DESCRIPTION	UNIT	2017	2018	2019	2020
ECONOMIC						
201-1	การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยตรง	Direct Economic Value Generated				
	สินทรัพย์รวม	Total assets	459,182	495,569	523,993	617,548
	รายได้จากการดำเนินงานทั้งหมด	Total revenue	141,290	162,773	140,943	138,212
	รายได้จากการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการอื่น	Revenue from telephone and other services	117,624	119,138	120,926	121,326
	การกระจายมูลค่าทางเศรษฐกิจ	Economic Value Distributed				
	ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการพนักงาน	Staff Costs	13,417	13,806	15,012	12,289
	ต้นทุนการให้บริการรวม	Total cost of providing services	84,058	85,335	87,242	81,984
	การจ่ายสำหรับผลการดำเนินงาน	Payment to Provider of Capital				
	การจ่ายเงินปันผล	Dividend payments	1,641	1,034	3,003	3,003
	ดอกเบี้ยจ่าย	Interest expense	5,917	5,325	7,489	9,227
	งบกำไรขาดทุน	Consolidated Income Statement				
	กำไรสุทธิ สำหรับส่วนที่เป็นของบริษัท	Net profit (loss) to equity shareholders of the Company	551	7,035	5,637	1,048
	กำไรก่อนดอกเบี้ยภาษีค่าเสื่อมและค่าตัดจำหน่าย	EBITDA	39,912	56,001	33,850	52,654

Remarks:

- Information of foreign entities for year 2020:

Unit (Million Baht)	Total consolidation	Domestic	Foreign entities	% of Foreign entities
Total revenue	138,212	138,124	88	0.1%
Profit (Loss) before tax	944	1,107	-163	-17.2%
Income tax accrued	162	154	8	4.8%
Income tax paid	673	673	-	0.0%

- No. of employee (as of 31 DEC 2020): 91 persons

ENVIRONMENT

302-1	ปริมาณพลังงานทั้งหมดที่ใช้	Energy consumption	GJ	2,252,679.90	2,466,712.82	2,927,336.81	3,232,317.05
	ปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป	Energy consumption from non-renewable fuels	GJ	263,050.66	222,032.59	231,494.52	145,115.81
	- น้ำมันดีเซล (ทุกประเภท)	- Diesel		192,832.77	173,825.71	179,194.16	137,901.55
	- น้ำมันเบนซิน (ทุกประเภท)	- Gasoline		66,438.94	47,611.46	50,925.19	7,214.26
	- แก๊สธรรมชาติ	- CNG		3,778.95	595.42	0.00	0.00
	- เชื้อเพลิงปิโตรเลียมเหลว	- LPG		0.00	0.00	1,375.17	0.00
	ปริมาณพลังงานหมุนเวียน (โซลาร์เซลล์)	Energy consumption from renewable energy (Solar cells)		NA	NA	2,008.47	65,448.59
	ปริมาณพลังงานไฟฟ้า (ซื้อ)	Electricity consumption (purchased)		1,989,629.24	2,244,680.23	2,693,833.81	3,021,752.64
302-3	การใช้พลังงานต่อรายได้	Energy Intensity	GJ per Million Bath	19.15	20.70	24.21	26.64

GRI STANDARD	DATA DESCRIPTION		UNIT	2017	2018	2019	2020
305-1	การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขตที่ 1 และ 2)	Greenhouse Gas Emissions (Scope 1 and 2)	Ton of CO ₂ e	301,923.48	328,542.61	388,938.30	417,508.17
	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (GHG ขอบเขตที่ 1)	Total Direct GHG emissions (GHG Scope 1)	Ton of CO ₂ e	18,953.98	16,157.94	17,039.57	13,768.45
	- การเผาไหม้เชื้อเพลิง	- Fuel combustion		18,953.98	16,157.94	16,807.28	10,306.80
	- การรั่วไหลของสารทำความเย็น	- Fugitive Emissions		NA	NA	232.29	3,461.65
	การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากเชื้อเพลิงชีวภาพ	Biogenic CO ₂ emissions		524.30	361.00	404.90	623.42
	305-2	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (GHG ขอบเขตที่ 2)		Total Indirect GHG emissions (location based) (GHG Scope 2)	282,969.49	312,384.67	371,898.72
305-3	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (GHG ขอบเขตที่ 3)	Total Indirect GHG emissions (GHG Scope 3)	Ton of CO ₂ e	NA	NA	NA	580.01
	- การซื้อสินค้าและบริการ	- Purchased goods and services		NA	NA	4,703.00	313.71
	- การจัดการของเสียที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ	- Waste generated in operations		NA	NA	1,510.00	266.30
305-4	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อรายได้	GHG Intensity	tonCO ₂ e per Million Baht	2.57	2.76	3.22	3.44
303-3 (2018)	ปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมด	Water withdrawal	Mega liter	171.94	179.70	233.84	182.31
	น้ำประปา (น้ำจืด: Total Dissolved Solids ≤ 1,000 mg/L)	Municipal water supply (Freshwater: Total Dissolved Solids ≤ 1,000 mg/L)	Mega liter	171.94	179.70	233.84	182.31
	ปริมาณการนำน้ำจากพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำมาใช้	Total Water Withdrawal from Water Stress Areas	Mega liter	NA	NA	NA	16.37
306-2	ปริมาณของเสียทั้งหมด	Total Waste	Metric tons	2,591.60	2,305.40	883.90	693.15
	ปริมาณของเสียไม่อันตราย	Non-Hazardous Waste	Metric tons	2,520.00	2,223.00	651.00	670.35
	- นำไปฝังกลบ	- Landfill	Metric tons	2,520.00	2,223.00	651.00	604.48
	- ทำปุ๋ย	- Composting		NA	NA	NA	0.00
	- นำไปเป็นอาหารสัตว์	- Used as animal feed		NA	NA	NA	0.00
	- นำกลับมาใช้ใหม่	- Recycling		NA	NA	NA	65.87
	ปริมาณของเสียอันตรายและของเสียอิเล็กทรอนิกส์	Hazardous Waste and Electronic Waste	Metric tons	71.60	82.40	232.90	22.79
	- นำไปฝังกลบ	- Landfill	Metric tons	0.20	0.20	0.50	0.45
	- นำไปใช้ซ้ำและนำกลับมาใช้ใหม่	- Reused and recycled		71.40	82.20	232.40	22.34

GRI STANDARD	DATA DESCRIPTION	UNIT	2017	2018	2019	2020
Remarks: NA หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ - ปริมาณพลังงาน (หน่วยกิโลวัตต์) คำนวณจากปริมาณเชื้อเพลิงคูณค่าความร้อนของเชื้อเพลิงแต่ละประเภท อ้างอิง กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน - ปริมาณพลังงานทั้งหมดที่ใช้ เท่ากับปริมาณพลังงานเชื้อเพลิงและปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ใช้ทั้งหมด - การใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้ ครอบคลุมปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป ปริมาณพลังงานหมุนเวียน และปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก ต่อหน่วยรายได้จากการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการอื่นๆ (ล้านบาท) - ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า) คำนวณจากข้อมูลกิจกรรมคูณค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก อ้างอิง Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) และสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน - เนื่องจากบริษัทฯ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้ไฟฟ้าในแต่ละปี โดยอ้างอิงจากสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน จึงปรับการคำนวณย้อนหลังตั้งแต่ปี 2016 (ปีฐาน) ถึงปี 2020 โดยในปี 2016 ค่า Grid EF = 0.539 kgCO ₂ e/kWh ดังนั้น ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปี 2016 ทั้งหมด (Scope 1 และ 2) = 415,211.38 tonCO ₂ e - ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1) ครอบคลุมปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงและการรั่วไหล - ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Scope 2) ครอบคลุมปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้ไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอกเท่านั้น - ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Scope 3) ครอบคลุมปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอื่นๆ ที่องค์กรไม่ได้ควบคุมการดำเนินงาน - การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ ครอบคลุมปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ขอบเขตที่ 1) และทางอ้อมจากการใช้ไฟฟ้า (ขอบเขตที่ 2) ต่อหน่วยรายได้จากการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการอื่นๆ (ล้านบาท) - ปริมาณการนำน้ำมาใช้เป็นน้ำประปาทั้งหมด โดยประเมินปริมาณการนำน้ำจากพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำมาใช้ ด้วยเครื่องมือ Aqueduct Water Risk Atlas ของ World Resources Institute (WRI)						

LABOR PRACTICES

102-8	จำนวนพนักงาน	Total employees	Person	23,921	23,366	22,697	21,704
	- พนักงาน ชาย	Male	Person	11,059	10,967	10,554	9,927
			Percent	46.23	46.94	46.50	45.74
	- พนักงาน หญิง	Female	Person	12,862	12,399	12,143	11,777
			Percent	53.77	53.06	53.50	54.26
	คณะกรรมการบริษัท Board of Directors	Board of Directors/Supervisory Board	Person	18	18	16	16
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person	17	17	15	15
	- พนักงาน หญิง	- Female		1	1	1	1

GRI STANDARD	DATA DESCRIPTION		UNIT	2017	2018	2019	2020
405-1	ความหลากหลายของพนักงาน	Employee Diversity					
	จำแนกตามระดับ	By Level					
	ผู้บริหาร ตำแหน่งผู้อำนวยการ และสูงกว่าผู้อำนวยการ รวม	Total Management - Director and Director up Level	Person	97	101	111	100
	- พนักงาน ชาย	- Male		77	80	91	81
	- พนักงาน หญิง	- Female		20	21	20	19
	ผู้บริหาร ตำแหน่งผู้ช่วยผู้อำนวยการ และรองผู้อำนวยการ รวม	Total Management - Assistant Director and Deputy Director Level		950	922	941	748
	- พนักงาน ชาย	- Male		535	524	527	418
	- พนักงาน หญิง	- Female		415	398	414	330
	ผู้บริหารระดับต้น ตำแหน่งผู้จัดการ	Junior Management - Manager Level		2,306	2,405	2,379	2,111
	- พนักงาน ชาย	- Male		1,156	1,248	1,219	1,080
	- พนักงาน หญิง	- Female		1,150	1,157	1,160	1,031
	ระดับพนักงานปฏิบัติการ	Operation Level		20,565	19,938	19,266	18,745
	- พนักงาน ชาย	- Male		9,288	9,115	8,717	8,348
	- พนักงาน หญิง	- Female		11,277	10,823	10,549	10,397
	จำแนกตามเพศ	By Gender					
	ผู้บริหารสายงานที่เป็นเพศหญิง	Women in all management positions	Person	1,585	1,576	1,594	1,380
			Percent	47.27	45.97	46.46	46.64
	ผู้บริหารสายงานระดับสูงที่เป็นเพศหญิง	Women in top management positions	Person	435	419	434	349
			Percent	41.55	40.96	41.25	41.16
	ผู้บริหารสายงานระดับต้นที่เป็นเพศหญิง	Women in junior management positions	Person	1,150	1,157	1,160	1,031
			Percent	49.87	48.11	48.76	48.84
	ตำแหน่งพนักงานระดับปฏิบัติที่เป็นเพศหญิง	Women in workforce (Operation)	Person	11,277	10,823	10,549	10,397
			Percent	54.84	54.28	54.75	55.47
	จำแนกตามเชื้อชาติ	By Ethnicity					
	- ไทย	- Thai	Percent	NA	NA	NA	98.22
	- เอเชีย	- Asian		NA	NA	NA	0.79
	- ชาวต่างชาติ	- Foreigner		NA	NA	NA	0.99
405-1	จำแนกตามช่วงอายุ	By Age					
	< 30 ปี	< 30 years	Person	8,216	8,407	7,829	8,137
	- พนักงาน ชาย	- Male		3,578	3,724	3,431	3,492
	- พนักงาน หญิง	- Female		4,638	4,683	4,398	4,645
	30-50 ปี	30-50 years		14,649	13,785	13,875	12,408
	- พนักงาน ชาย	- Male		6,848	6,573	6,585	5,799
	- พนักงาน หญิง	- Female		7,801	7,212	7,290	6,609
	> 50 ปี	> 50 years		1,056	1,174	993	1,159
	- พนักงาน ชาย	- Male		633	670	538	636
	- พนักงาน หญิง	- Female		423	504	455	523
	ความหลากหลายอื่นๆ (จำนวนพนักงานที่เป็นผู้พิการ)	Other Diversity (Employees with disabilities)	Person	128	161	140	129
	- พนักงาน ชาย	Male	Person	89	91	88	83
	- พนักงาน หญิง	Female		39	70	52	46

GRI STANDARD	DATA DESCRIPTION		UNIT	2017	2018	2019	2020
405-2	ค่าตอบแทนเท่าเทียม	Equal Remuneration					
	สัดส่วนเงินเดือนมูลฐานและค่าตอบแทนเพศหญิง/ชาย	Ratio of basic salary and remuneration of women to men					
	- ผู้บริหารระดับสูง (เงินเดือนมูลฐาน)	- Executive level (Base salary only)		0.88	0.92	0.95	0.93
	- ผู้บริหารระดับสูง (เงินเดือนมูลฐาน และ ค่าตอบแทนอื่นๆ)	- Executive level (Base salary + other cash incentives)	Ratio (Average female Salary divided by Average Male Salary)	NA	NA	NA	0.95
	- ระดับผู้บริหาร (เงินเดือนมูลฐาน)	- Management level (base salary only)		0.95	0.93	0.95	0.97
	- ระดับผู้บริหาร (เงินเดือนมูลฐาน และ ค่าตอบแทนอื่นๆ)	- Management level (base salary + other cash incentives)		0.96	0.94	0.94	0.97
	- ไม่ใช่ระดับผู้บริหาร (เงินเดือนมูลฐาน)	- Non-management level (base salary only)		0.96	1.01	0.89	0.92
401-1	การว่าจ้างพนักงาน	Recruitment					
	ค่าใช้จ่ายในการสรรหาพนักงาน โดยเฉลี่ยเทียบกับพนักงานประจำทั้งหมด	Average hiring cost / FTE	Baht	25,122	27,243	48,544	34,327
	การจ้างงานใหม่	New Hires	Person	7,529	7,597	7,705	8,492
			Percent	31.47	32.51	33.95	39.13
	การโอนย้ายตำแหน่งภายใน	Open positions filled by internal candidates;	Person	540	274	502	439
			Percent	46.35	37.03	60.92	47.98
	จำแนกตามเพศ	By gender					
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person	3,179	3,435	2,910	3,454
			Percent	28.75	31.32	27.57	34.79
	- พนักงาน หญิง	- Female	Person	4,350	4,162	4,795	5,038
			Percent	33.82	33.57	39.49	42.78
	จำแนกตามอายุ	By age					
	- น้อยกว่า 30	< 30 years	Person	5,824	5,509	5,673	6,111
			Percent	70.89	65.53	72.46	75.10
	- 30 - 50 ปี	30-50 years	Person	1,662	2,088	1,994	2,346
			Percent	11.35	15.15	14.37	18.91
	- มากกว่า 50 ปี	>50 years	Person	43	0	38	35
			Percent	4.07	0.00	3.83	3.02
	การลาออกจากงาน (พนักงานประจำ)	Turnover (permanent)					
	จำนวนการลาออก	Employee turnover	Person	1,815	1,886	1,812	984
			Percent	7.59	8.07	7.98	4.53
401-1	จำแนกตามเพศ	By gender					
	พนักงานชาย	- Male	Person	826	891	879	471
			Percent	7.47	8.12	8.33	4.74
	พนักงานหญิง	- Female	Person	989	995	933	513
			Percent	7.69	8.02	7.68	4.36
	จำแนกตามอายุ	By age					
	น้อยกว่า 30	< 30 years	Person	531	703	480	305
			Percent	6.46	8.36	6.13	3.75
	30 - 50 ปี	30-50 years	Person	1,231	1,065	1,206	582
			Percent	8.40	7.73	8.69	4.69
	มากกว่า 50 ปี	>50 years	Person	53	118	126	97
			Percent	5.02	10.05	12.69	8.37
	อัตราการลาออกจากงานของพนักงานโดยสมัครใจ	Voluntary employee turnover rate	Percent	6.66	6.95	6.9	3.72

102-43	การสำรวจความผูกพันของพนักงาน	Employee Engagement Survey					
	ความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานทั้งหมด	Total Employee engagement and satisfaction rate	Percent	69.0	69.3	70.9	71.1
	- พนักงานชาย	- Male		64.7	69.1	72.4	71.8
	- พนักงานหญิง	- Female		62.2	72.0	69.5	71.4
	จำแนกตามกลุ่มอายุ	By Group age					
	<25 ปี	<25 years	Percent	NA	NA	NA	70.0
	25-34 ปี	25-34 years		NA	NA	NA	70.0
	35-44 ปี	35-44 years		NA	NA	NA	71.0
	45-54 ปี	45-54 years		NA	NA	NA	73.0
	>55 ปี	>55 years		NA	NA	NA	80.0
	ร้อยละของพนักงานที่เข้าร่วมการสำรวจผูกพันของพนักงาน	Employees participating in employee engagement and satisfaction survey		96	97	98	97
404-3	การประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงาน	Individual Performance Appraisal					
	การใช้เป้าหมายที่สามารถวัดได้และที่ได้รับการตกลงร่วมกันกับผู้บังคับบัญชา/ หัวหน้างาน (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)	Systematic use of agreed measurable targets by line superior (% of all employees)	Percent	100	100	100	100
	การประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานจากหลายมิติ (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)	Multidimensional performance appraisal (% of all employees)		68	88	98	100
	การเปรียบเทียบและการจัดลำดับพนักงานภายในหมวดหมู่เดียวกันอย่างเป็นระบบ (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)	Formal comparative ranking of employees within one employee category (% of all employees)		100	100	100	100
102-41	เสรีภาพในการสมาคม/ ข้อตกลงการเจรจาต่อรอง	Freedom of Association / Collective Bargaining Agreements					
	% ของพนักงาน ที่อยู่ในข้อตกลงการเจรจาต่อรองร่วมผ่านคณะกรรมการสวัสดิการของทรู	% of employees covered by collective bargaining agreements through True Welfare Committee	Percent	100	100	100	100
404-1	การฝึกอบรมพนักงาน	Training & Development					
	จำนวนชั่วโมงโดยเฉลี่ยของการฝึกอบรมต่อปีต่อพนักงานหนึ่งคน	Average hours per FTE on training and development	Hours/ Person	12.88	17.81	20.7	24.65
	จำแนกตามระดับ	By Level					
	- ผู้บริหาร	- Executive Level	Hours/ Person	14.7	25.36	27.26	41.45
	- พนักงานทั่วไป	- Staff Level		12.59	16.51	19.52	20.92

GRI STANDARD	DATA DESCRIPTION		UNIT	2017	2018	2019	2020
404-1	จำนวนตามเพศ	By Gender					
	- พนักงาน ชาย	- Male	Hours/ Person	12.52	19.16	20.78	26.82
	- พนักงาน หญิง	- Female		13.2	16.63	20.63	19.88
	จำนวนตามกลุ่มอายุ	By Group Age					
	< 30 ปี	< 30 years	Hours/ Person	NA	17.97	14.68	17.45
	30-50 ปี	30-50 years		NA	17.63	21.38	25.08
	> 50 ปี	> 50 years		NA	19.18	18.53	29.67
404-2	จำนวนพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรม เพิ่มทักษะและความก้าวหน้าของ พนักงานในสายอาชีพ	Number of employees attended programs for upgrading employee skills and transition assistance programs (Career Development)	Person	248	1,638	1,254	2,247
	พนักงานหญิงในตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับ Science Technology Engineering and Mathematics (STEM)	Woman in STEM-related positions	Target	NA	NA	NA	35
			Percent	NA	NA	NA	36
	พนักงานหญิงในระดับผู้บริหารที่อยู่ใน หน่วยงานสร้างรายได้	Woman in management positions in revenue-generating functions	Target	NA	NA	NA	50
			Percent	NA	NA	NA	56
404-3	การใช้สิทธิ์ลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร	Parental Leave					
	จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิ์ลาคลอด/ ลาเลี้ยงดูบุตร	Number of employees taking parental leave	Person	368	492	617	620
	- ชาย	- Male	Person	163	239	254	230
	- หญิง	- Female		205	253	363	390
	จำนวนพนักงานที่กลับมาปฏิบัติงาน หลังจากใช้สิทธิ์ลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร	Number of employees returning to work after parental leave	Person	368	444	548	539
	- ชาย	- Male	Person	163	233	231	211
	- หญิง	- Female		205	211	317	328
	จำนวนพนักงานที่กลับมาปฏิบัติงาน หลังจากใช้สิทธิ์ลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร และยังทำงานต่อหลังจากนั้นอีก 1 ปี	Number of employees returning to work after parental leave who are still employed for the next 12 months	Person	368	444	548	539
	- ชาย	- Male	Person	163	233	231	211
	- หญิง	- Female		205	211	317	328
	อัตราพนักงานกลับมาทำงานหลังใช้สิทธิ์ ลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร	Employees returned to work after parental leave (retention rate)	Percent	100	90	100	100

Remarks:

- NA หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้
- ปี 2017-2019 บริษัทมีการปรับการคำนวณอัตราการลาออกของพนักงาน

OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY

403-9 2018 (a)	พนักงาน	Employees					
	จำนวนพนักงานที่เสียชีวิตเนื่องจาก อุบัติเหตุ (ในงาน)	The number of fatalities from work-related injury	Person	0	2	0	2
	- ชาย	- Male		0	2	0	2
	- หญิง	- Female		0	0	0	0

GRI STANDARD	DATA DESCRIPTION		UNIT	2017	2018	2019	2020
403-9 2018 (a)	อัตราการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุจากการทำงาน	Rate of fatalities from work-related injury	No. per million man-hour	0.00	0.04	0.00	0.05
	- ชาย	- Male	No. per million man-hour	0.000	0.088	0.000	0.098
	- หญิง	- Female		0.000	0.000	0.000	0.000
	จำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน	The number of high-consequence work-related injury	Person	NA	NA	NA	0
	- ชาย	- Male	Person	NA	NA	NA	0
	- หญิง	- Female		NA	NA	NA	0
	อัตราการบาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน	Rate of high-consequence work-related injury	No. per million man-hour	NA	NA	NA	0
	- ชาย	- Male	No. per million man-hour	NA	NA	NA	0
	- หญิง	- Female		NA	NA	NA	0
	จำนวนผู้บาดเจ็บจากการทำงานทั้งหมด	The number of recordable work-related injury	Person	NA	NA	NA	12
	- ชาย	- Male	Person	NA	NA	NA	12
	- หญิง	- Female		NA	NA	NA	0
	อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานทั้งหมด	Rate of recordable work-related injury	No. per million man-hour	NA	NA	NA	0.30
	- ชาย	- Male	No. per million man-hour	NA	NA	NA	0.59
	- หญิง	- Female		NA	NA	NA	0.00
	จำนวนชั่วโมงทำงานทั้งหมด	Total Employee Work Hours	Hours	49,755,680	48,601,280	47,209,760	40,543,215
	- ชาย	- Male	Hours	23,002,720	22,811,360	21,952,320	20,471,480
	- หญิง	- Female		26,752,960	25,789,920	25,257,440	20,071,735
403-10 2018 (a)	จำนวนผู้เสียชีวิตจากโรคที่เกิดจากการทำงาน	The number of fatalities as a result of work-related ill health	Person	0	0	0	0
	- ชาย	- Male	Person	0	0	0	0
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
	จำนวนผู้ป่วยจากการทำงาน	The number of cases of recordable work-related ill health	Person	0	0	0	0
	- ชาย	- Male	Person	0	0	0	0
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
403-2 2016	อัตราความรุนแรงจากอุบัติเหตุการทำงาน	Injuries Severity Rate(ISR) base 1,000,000 Hrs	Days per million man-hours	2.30	13.80	5.00	3.97
	อัตราการขาดงาน	Absentee Rate	Percent	0.80	0.90	0.24	0.66
	- ชาย	- Male	Percent	0.87	1.00	0.26	0.53
	- หญิง	- Female		0.75	0.84	0.22	0.79
	ผู้รับเหมา	Contractors					
	จำนวนผู้รับเหมาที่เสียชีวิตเนื่องจากอุบัติเหตุ (ในงาน)	The number of fatalities from work-related injury	Days	2	1	2	0
	- ชาย	- Male	Days	2	1	2	0
	- หญิง	- Female		0	0	0	0

แบบสำรวจความคิดเห็นของรายงานความยั่งยืน ปี 2563

ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสำรวจความคิดเห็นนี้ จะนำมาปรับปรุงเนื้อหาในรายงานความยั่งยืนปีต่อไป บริษัทฯ ขอขอบคุณสำหรับทุกความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของท่านเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

กรุณาทำเครื่องหมาย **X** ลงในช่อง ☐ หรือแสดงความคิดเห็นของท่านเพิ่มเติมลงในช่องว่าง

1. กรุณาระบุสถานะของท่าน

- ☐ ลูกจ้าง ☐ ผู้ถือหุ้นและเจ้าหน้าที่ ☐ พนักงาน
☐ หน่วยงานของรัฐ ☐ พันธมิตรทางธุรกิจและคู่ค้า ☐ ชุมชนและสังคม

2. ท่านได้รับรายงานความยั่งยืนฉบับนี้จากไหน

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

3. วัตถุประสงค์ในการอ่านรายงานความยั่งยืนฉบับนี้

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

4. กรุณาแสดงความคิดเห็นต่อรายงานความยั่งยืนปี 2563

ความคิดเห็นต่อรายงานความยั่งยืนปี 2563	ระดับคะแนน				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
☐ ภาพรวมรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ มีความสมบูรณ์ ตรงกับสิ่งที่ท่านต้องการทราบ					
☐ มีการนำเสนอเนื้อหาที่เข้าใจง่าย และน่าสนใจ					
☐ เนื้อหาในรายงานความยั่งยืนมีความน่าเชื่อถือ					
☐ รายงานความยั่งยืนมีขนาด และรูปเล่มที่เหมาะสม					
☐ ความพึงพอใจต่อรายงานความยั่งยืนโดยรวม					

5. ท่านคิดว่าประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ ได้รับการระบุในรายงานครบถ้วน

- ☐ ครบถ้วน ☐ ไม่ครบถ้วน

โปรดระบุประเด็นที่เห็นว่าควรเพิ่มเติม.....

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