

นวัตกรรมเพื่อชีวิตยุคใหม่ ที่ยั่งยืนไปด้วยกัน



ทรู ที่ 1

ผู้นำความยั่งยืนระดับโลก
แบรนด์โทรคมนาคมรายเดียวที่ได้
คะแนน DJSI สูงสุดในทุกมิติ*
เพื่อพาคนไทยก้าวไกลสู่เวทีโลก



*คะแนนรวมเฉลี่ยจากทุกมิติสูงที่สุดในโลก กลุ่มสื่อสารโทรคมนาคม

สารบัญ

ABOUT TRUE เกี่ยวกับทรู

4	สารจากประธานคณะกรรมการบริหาร
5	สารจากกรรมการผู้จัดการใหญ่ (ร่วม)
6	ผลงานโดดเด่นด้านความยั่งยืน ปี 2564
8	รางวัลและความสำเร็จด้านความยั่งยืน
12	รู้จักทรู
14	พลประกอบการและความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ
16	การกำกับดูแลและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน
20	การกำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารจัดการความเสี่ยงและสถานะวิกฤต
24	การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย
28	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

HEART มุ่งมั่นทำธุรกิจจากหัวใจ

32	การกระจายโอกาสในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา
34	ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
38	การบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคล
44	การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน

HEALTH มุ่งมั่นสร้างสังคมที่ยั่งยืน

48	การสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม
52	ความพร้อมใช้งานและความครอบคลุมของเครือข่าย
56	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์
60	การบริหารจัดการนวัตกรรม

HOME มุ่งมั่นเพื่อสิ่งแวดล้อมยั่งยืน

66	การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
74	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

APPENDIX ภาคผนวก

78	การแสดงผลตาม GRI, UN SDGs, COP21 และ TCFD
85	การรับรองโดยหน่วยงานภายนอก
88	รายงานผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน
96	เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้
97	แบบสำรวจความคิดเห็นต่อรายงานความยั่งยืน ปี 2564

สารจากประธานคณะกรรมการบริหาร

(GRI 102-14)

“ถึงแม้ว่าโควิด-19 จะเป็นปัญหาใหญ่
แต่ปัญหาของโลกที่สำคัญไม่แพ้กัน
คือ ภาวะโลกร้อนซึ่งถือเป็นวาระสำคัญระดับโลก
ดังนั้นความท้าทายขององค์กร
นอกจากต้องปรับตัวสู่ความเป็นดิจิทัล
และต่อยอดสู่การเป็นบริษัทเทคโนโลยี (TECH COMPANY)
เพื่อการเติบโตทางธุรกิจแล้ว องค์กรยังต้องกำหนดทิศทาง
และเป้าหมายด้านความยั่งยืน
เพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรคาร์บอนนิวทรัล
และผู้นำด้านความยั่งยืน”

นายสุภชัย เชื้อชวนนท์
ประธานคณะกรรมการบริหาร



ความท้าทายระดับโลกที่สำคัญมี 3 ประการ คือ 1. การเข้าถึงแหล่งทุนเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ 2. การปรับตัวสู่ดิจิทัล และ 3. ความยั่งยืนและการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ โดยทั้งหมดเกี่ยวข้องเป็นลูกโซ่ ทำให้ทุกองค์กรต้องปรับตัวให้สามารถดำเนินธุรกิจได้ในยุคนิวนอร์มัล กลุ่มธุรกิจจึงปฏิรูปองค์กรเพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี ด้วยการส่งมอบ โครงสร้างพื้นฐานบริการ และระบบนิเวศด้านดิจิทัลที่ดีที่สุดแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย ทุกกลุ่ม ลงทุนในสตาร์ทอัพให้เทคโนโลยีไทยเติบโต รวมทั้งพัฒนาศักยภาพและผลักดันคนรุ่นใหม่ผ่านโครงการพัฒนาผู้นำ SPLD (STRATEGIC PROJECT FOR LEADERSHIP DEVELOPMENT) เพื่อเปลี่ยนกรอบแนวความคิดให้มีมิติด้านเทคโนโลยีควบคู่ไปกับความยั่งยืนและเข้าใจธุรกิจมากยิ่งขึ้น เป็นการสร้างผู้ประกอบการขึ้นในองค์กร นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นเป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนการทรานส์ฟอร์มประเทศไทยให้เป็นฮับเทคโนโลยีของภูมิภาคและของโลกอีกด้วย

ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจตามกรอบการพัฒนายั่งยืนที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS: SDGS) ทั้ง 17 ประการ และสนับสนุนหลักสากล 10 ประการของ UN GLOBAL COMPACT เพื่อสร้างการเติบโตของธุรกิจควบคู่กับความยั่งยืนที่ครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ประเมินความเสี่ยงขององค์กรอย่างรอบด้านและมีการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ และสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนในสังคมเกิดความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ด้วยการเชื่อมโยงเครือข่ายการให้บริการโทรศัพท์มือถือ สัญญาณอินเทอร์เน็ต ไอโอที ตลอดจนโซลูชัน และแพลตฟอร์มการให้บริการต่างๆ ให้เยาวชนเข้าถึงการศึกษา ประชาชนสามารถเข้าถึงวัคซีนและการรักษา รวมทั้งการให้บริการทางการแพทย์สามารถดำเนินการได้อย่างปกติ

ถึงแม้ว่าโควิด-19 จะเป็นปัญหาใหญ่แต่ปัญหาของโลกที่สำคัญไม่แพ้กันคือ ภาวะโลกร้อน ซึ่งถือเป็นวาระสำคัญระดับโลก ดังนั้นความท้าทายขององค์กรนอกจากต้องปรับตัวสู่ความเป็นดิจิทัลและต่อยอดสู่การเป็นบริษัทเทคโนโลยี (TECH COMPANY) เพื่อการเติบโตทางธุรกิจแล้ว องค์กรยังต้องกำหนดทิศทาง และเป้าหมายด้านความยั่งยืนเพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรคาร์บอนนิวทรัลและผู้นำด้านความยั่งยืน โดยบริษัทฯ ได้ปรับกระบวนการใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น เร่งการใช้พลังงานสะอาดและพลังงานทดแทน รวมถึงจัดทำแผนงานโครงการลดก๊าซเรือนกระจกจากการใช้พลังงาน พร้อมยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ ด้านการกำจัดขยะและของเสียโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (CIRCULAR ECONOMY) ซึ่งไม่เพียงแต่จะสามารถแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมแต่จะทำให้เศรษฐกิจมีความยั่งยืน ประเทศชาติและประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ด้วยการบริหารจัดการที่ทบทวนมาตรฐานสากล ส่งผลให้ทรูมูฟ เอช ได้รับการรับรองเป็นเครือข่ายยอดเยี่ยมที่สุดในประเทศไทย จาก nPerf ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 และรางวัลผู้นำ 5G ระดับโลก ด้านการใช้งานและประสบการณ์การเล่นผ่านเครือข่าย 5G ปี 2564 จาก OPENSIGNAL ทรูออนไลน์ ได้รับรางวัลอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์และอินเทอร์เน็ตไฟเบอร์ดีที่สุดในไทย จาก nPerf ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 บริษัทฯ ยังได้รับรางวัลองค์กรดีเด่นที่น่าทำงานด้วยมากที่สุดในเอเชีย จาก HR ASIA ประเทศนิวซีแลนด์ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 และรางวัลเกียรติคุณองค์กรนวัตกรรมประเภทองค์กรขนาดใหญ่ ปี 2564 จากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ตลอดจนได้รับเลือกให้เป็นสมาชิก DJSI ด้วยคะแนนสูงสุดเป็นอันดับ 1 ของโลกในหมวดธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคมติดต่อกันเป็นปีที่ 4 ซึ่งถือเป็นบริษัทโทรคมนาคมรายแรกของโลกที่ครองแชมป์อย่างต่อเนื่องและยาวนานที่สุดในรอบ 15 ปี อันเป็นสิ่งที่ทุกคนในบริษัทฯ ภูมิใจเป็นอย่างยิ่ง ที่ได้แสดงศักยภาพบนเวทีความยั่งยืนระดับโลก

ในโอกาสนี้ ผมขอเป็นตัวแทนพนักงานทุกคนในบริษัทฯ ขอบขอบคุณผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มที่ให้การสนับสนุนและเชื่อมั่นในการดำเนินงานของบริษัทฯ และเราพร้อมขับเคลื่อนความยั่งยืนเพื่อโลกใบนี้ที่ดีกว่า ไปด้วยกัน

สารจากกรรมการผู้จัดการใหญ่ (ร่วม)

(GRI 102-14)

ปี 2564 เป็นปีที่กลุ่มทรู ต้องเผชิญความท้าทายที่สำคัญอีกครั้ง ท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ระลอกใหม่ จนเกิดการเปลี่ยนแปลง การทำงาน และการดำรงชีวิตในรูปแบบใหม่ (NEW NORMAL) อย่างเต็มรูปแบบจากการเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล (DIGITAL TRANSFORMATION) อันนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภค ภายใต้แนวคิด FIRST MOVER AND GAME CHANGER ด้วยความมุ่งมั่นเป็น “องค์กรดิจิทัลแห่งความเป็นเลิศ” บริษัทฯ ได้นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาสร้างสรรค์โซลูชันในการเพิ่มคุณค่าสินค้าและบริการตอบสนองดิจิทัลไลฟ์สไตล์ของลูกค้า โดยดำเนินงานควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังที่เคยปฏิบัติมาอย่างต่อเนื่อง กำหนดเป้าหมายด้านความยั่งยืน TRUE SUSTAINABILITY GOALS 2030 เป็นพันธกิจ ภายใต้ยุทธศาสตร์ 3H's คือ HEART - HEALTH - HOME และปีที่ผ่านมาได้ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

“ด้วยความมุ่งมั่นเป็น
องค์กรดิจิทัลแห่งความเป็นเลิศ
บริษัทฯ ได้นำเทคโนโลยีและนวัตกรรม
มาสร้างสรรค์โซลูชันในการ
เพิ่มคุณค่าสินค้าและบริการ
ตอบสนองดิจิทัลไลฟ์สไตล์ของลูกค้า
โดยดำเนินงานควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อ
ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
ดังที่เคยปฏิบัติมาอย่างต่อเนื่อง”

HEART มุ่งมั่นทำธุรกิจด้วยใจที่ยั่งยืน: ได้รับการประเมินด้านการกำกับกิจการที่ดีในระดับดีเลิศโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย มีการประเมินด้านสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ สามารถป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลได้ 100% ส่งเสริมให้คนไทยทั่วประเทศเข้าถึงแหล่งเรียนรู้และข้อมูลสารสนเทศลดความเหลื่อมล้ำด้านการศึกษา จำนวน 5.7 ล้านคน

HEALTH สร้างสังคมที่ยั่งยืน: พัฒนาเครือข่ายอัจฉริยะทรู 5G ด้วยสัญญาณคุณภาพที่ดี มีดัชนีการหยุดชะงักของเครือข่าย 2.68 นาที/คน/ปี พัฒนาคุณภาพชีวิตกลุ่มเปราะบางผ่านการพัฒนาขีดความสามารถ สร้างโอกาสและสร้างอาชีพ จำนวน 122,860 ราย รวมถึงจัดกิจกรรมส่งเสริมความผูกพันกับชุมชนกว่า 3,600 คนทั่วประเทศ และตลอดช่วงสถานการณ์โควิด-19 กลุ่มทรู เคียงข้างคนไทยและประเทศไทยร่วมฝ่าวิกฤต โดยนำเทคโนโลยีที่บริษัทฯ พัฒนาเข้าช่วยเหลือสังคมและผู้ได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่อง อาทิ เสริมศักยภาพด้านการสื่อสารแก่ โรงพยาบาล โรงพยาบาลสนาม และ HOSPITEL กว่า 217 แห่ง รวมถึงจัดบริการฉีดวัคซีนนอกโรงพยาบาล 934 แห่งทั่วประเทศ พร้อมทั้งวิศวกรดูแลเครือข่ายแบบเรียลไทม์ตลอด 24 ชั่วโมง ขยายแบนด์วิธเพิ่มเป็น 3 เท่า เพื่อให้สามารถทำงานและเรียนที่บ้านได้อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนเพิ่มปริมาณอินเทอร์เน็ตขยายวงเงินและยืดระยะเวลาการชำระเงินให้กับลูกค้า



M. Amur *Mr. V* *Teeraput D.*
นายณัฐวุฒิ อมรวิวัฒน์ นายณัฏฐ์ มานะวุฒิเวช ดร.ธีรุต ต่างกมลพิลาสิทธิ์
กรรมการผู้จัดการใหญ่ (ร่วม)

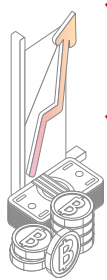
HOME มุ่งมั่นเพื่อสิ่งแวดล้อมยั่งยืน: บริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศสู่ CARBON NEUTRAL หรือลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ทั้งทางตรงและทางอ้อม (SCOPE 1 & 2) สุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2573 โดยติดตั้ง SOLAR CELLS ผลิตไฟฟ้าที่สถานีสถานและสถานีชุมสาย 3,481 แห่ง เพิ่มประสิทธิภาพพลังงานดำเนินโครงการ ทรู รวมใจปลูกต้นไม้ลดโลกร้อน และนำกลไกราคาคาร์บอนภายในองค์กร (INTERNAL CARBON PRICING) มาเป็นเครื่องมือช่วยตัดสินใจในการลงทุนเพื่อสนับสนุนโครงการคาร์บอนต่ำ โดยปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อรายได้ลดลง 19% เมื่อเทียบกับปี 2563 รวมทั้งมีการจัดการน้ำ และของเสีย ตลอดจนบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะนำพางค์กรและคนไทย ก้าวสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบในอนาคต ด้วยศักยภาพเทคโนโลยีเครือข่ายและนวัตกรรมดิจิทัลโซลูชัน โดยยังคงยืนหยัดในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน พร้อมสร้างคุณค่าระยะยาวก้าวสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรมของสังคมไทยและสังคมโลกไปด้วยกัน

ผลงานโดดเด่นด้านความยั่งยืน 2564

(GRI 102-7)

ECONOMIC



120,370 รายได้จากการให้บริการ
ล้านบาท

143,655 รายได้รวม
ล้านบาท

57,761 EBIDA
ล้านบาท

ผลประโยชน์ต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (ล้านบาท)



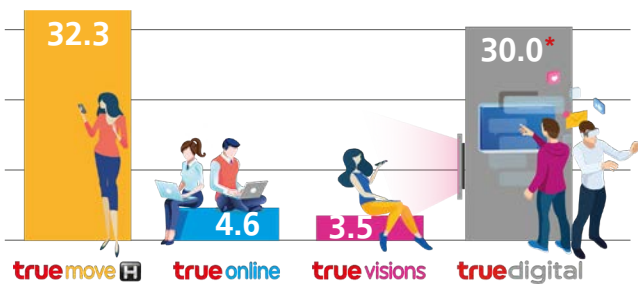
2,334
เงินปันผลแก่ผู้ถือหุ้น



196
การสนับสนุนชุมชนและสังคม



11,484
ค่าตอบแทนและสวัสดิการพนักงาน



ฐานลูกค้า (ล้านราย)

* จำนวนผู้ใช้บริการรายเดือน

HEART



ระดับดีเลิศ (Excellent)

ผลการประเมินการกำกับกิจการที่ดี
โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย



100%

สามารถป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล



100%

มีการประเมินด้านสิทธิมนุษยชน
ตลอดห่วงโซ่อุปทาน



32 ล้านราย

คนไทยทั่วประเทศเข้าถึงแหล่งเรียนรู้
และข้อมูลสารสนเทศ (ปี 2559-2564)



125 คน

จำนวนพนักงานผู้พิการ



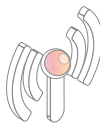
0 คน

ไม่มีพนักงานเสียชีวิตจากการทำงาน
และไม่ได้รับการบาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน

HEALTH

**122,860** ราย

สร้างงานและส่งเสริมรายได้แก่เกษตรกร
ผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มเปราะบาง
ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

**2.68** บาท/คน/ปี

ดัชนีระยะเวลาหยุดชะงักของเครือข่าย
(*มาตรฐานสากล 90 บาท/คน/ปี)

**58** ผลงาน

จำนวนทรัพย์สินทางปัญญา
ปี 2561-2564

**3,890** ราย

จำนวนนวัตกรรม
ปี 2561-2564

**253.7** ล้านบาท

สนับสนุนโครงการ R&D

**99.81%**

คะแนนความพึงพอใจต่อ
ความพร้อมใช้งานของเครือข่าย

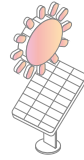
**91.87%**

คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า
(ICSAT) ต่อการให้บริการ

**51.7%**

เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ กระบวนการ
และบริการใหม่เชิงนวัตกรรม
(เทียบกับมูลค่าปีฐาน 2558)

HOME

**3,481** แผง

มีการติดตั้ง SOLAR CELL
ผลิตไฟฟ้าที่สถานีฐานและสถานีชุมสาย

**19%**

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
ต่อรายได้ (เทียบกับปีฐาน 2563)

**36%**

ลดปริมาณการใช้น้ำมาใช้ต่อรายได้
(เทียบกับปีฐาน 2563)

**90%**

เลือกใช้นวัตกรรมที่นำกลับมาใช้ใหม่
หรือย่อยสลายได้ (เทียบกับปีฐาน 2563)

**213** ล้านแผ่น

ลดการใช้กระดาษจาก TRUE E-BILL
AND TRUE E-TAX

**100%**

ผ่านการประเมินตนเองบนระบบออนไลน์
(ONLINE SUPPLIER'S SELF-ASSESSMENT)

**100%**

คู่ค้ายอมรับการปฏิบัติตามคุณธรรม
และข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับลูกค้า

**100%**

คู่ค้าหลัก (CRITICAL TIER 1 SUPPLIERS)
ผ่านการประเมินด้านความยั่งยืน

ผลงานประจำปี 2564





รางวัลและความสำเร็จประจำปี 2564

(GRI 102-12)



รางวัลนายจ้างดีเด่นประจำปี 2565

จาก TOP EMPLOYERS INSTITUTE
ประเทศไทยแลนด์ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4



รางวัล THE EUROPEAN AWARD FOR BEST PRACTICES 2020

ประเภท GOLD CLASS ที่ EUROPEAN SOCIETY QUALITY RESEARCH (ESQR)
ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ จัดขึ้นเพื่อเชิดชู
องค์กรต้นแบบทั่วโลกที่มีการดำเนินธุรกิจที่ดี



สมาชิกดัชนีความยั่งยืนระดับโลก
FTSE4GOOD 2021 จาก FTSE RUSSELL
ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 ด้วยคะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ย
ในกลุ่มอุตสาหกรรมโทรคมนาคม



รางวัล สุดยอดแบรนด์ระดับโลก แห่งปี 2020-2021

จาก WORLD BRANDING AWARDS
ประเทศอังกฤษ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4

JAN

MAR

JUL

SEP



รางวัลผู้นำ 5G ระดับโลก ด้านการใช้งาน 5G
(5G GLOBAL LEADERS IN 5G AVAILABILITY)
และ รางวัลผู้นำประสบการณ์การเล่นเกมผ่านเครือข่าย 5G
(5G GLOBAL LEADERS IN 5G GAMES EXPERIENCE)

จากการสำรวจข้อมูลการใช้งาน 5G ทั่วโลก ของ
OPENSIGNAL ผู้ดำเนินการวิเคราะห์ระบบมือถือ
และกำหนดมาตรฐานระดับโลก



รางวัลยอดเยี่ยม องค์กรธุรกิจ คาร์บอนต่ำและยั่งยืน (LCSi) ประจำปี 2564

จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก
(องค์การมหาชน)



รางวัลเกียรติคุณนวัตกรรมแห่งชาติ ด้านองค์กรนวัตกรรม

ประเภทองค์กรขนาดใหญ่ ประจำปี 2564
จากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ
(องค์การมหาชน)



การจัดอันดับด้านการกำกับดูแลกิจการ ระดับดีเลิศประจำปี 2564

จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการ
บริษัทจดทะเบียน หรือ CORPORATE GOVERNANCE
REPORT OF THAI LISTED COMPANIES
โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5

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



การจัดอันดับด้านความยั่งยืนระดับ DJSI
คะแนนสูงสุดที่ 1 ของโลกต่อเนื่องเป็นปีที่ 4
ประจำปี 2564 จาก S&P GLOBAL และ
คณะกรรมการอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 5

รางวัล SET SUSTAINABILITY AWARDS 2021 ประจำปี 2564

ประเภทรางวัลดาวรุ่งด้านความยั่งยืน
จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ร่วมกับวารสารการเงินธนาคาร



หุ้นยั่งยืน THSI ประจำปี 2564

ได้รับคัดเลือกเป็นหนึ่งในรายชื่อหุ้นยั่งยืน
THAILAND SUSTAINABILITY INVESTMENT
(THSI) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4



รางวัล องค์กรดีเด่นที่ทำงานด้วย มากที่สุดในเอเชีย

(BEST COMPANIES TO WORK FOR IN ASIA)
ประจำปี 2564 จาก HR ASIA
ประเทศนิวซีแลนด์ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2

OCT

NOV

DEC



ทรูฟ เอช ได้รับรองเป็น
เครือข่ายยอดเยี่ยมที่ดีที่สุด
ในประเทศไทย จาก NPERF
ประจำปี 2564 จากผลการ
ทดสอบสำรวจความเร็ว
โมบายอินเทอร์เน็ตครอง
แชมป์ต่อเนื่อง เป็นปีที่ 6



ทรูออนไลน์ ได้รับ 2 รางวัล
อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์
ดีที่สุดในไทย และ อินเทอร์เน็ต
ไฟเบอร์ดีที่สุด จาก NPERF
ประจำปี 2564 จากการทดสอบ
ความเร็วอินเทอร์เน็ตบ้าน
ของประเทศไทยต่อเนื่องเป็นปีที่ 2



**การเปิดเผยข้อมูล
CARBON DISCLOSURE PROJECT
(CDP) ด้านการเปลี่ยนแปลง
สภาพภูมิอากาศ ประจำปี 2564**
จากองค์กร CDP



รางวัลเกียรติคุณ SUSTAINABILITY DISCLOSURE AWARD ประจำปี 2564

เป็นรางวัลระดับสูงสุด
ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3
จากสถาบันไทยพัฒน์

รู้จักทรู

(GRI 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-7, 102-9, 102-16, 102-45, 102-46)

กลุ่มทรู เป็นผู้นำดิจิทัลไลฟ์สไตล์ของไทย ที่ให้บริการนวัตกรรมเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคมครบวงจร ทั้งโทรศัพท์เคลื่อนที่ บรอดแบนด์อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ คอนเทนต์ รวมถึงบริการด้านดิจิทัลและโซลูชันต่างๆ ที่มีเป้าหมายให้คนไทยเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารสาระความบันเทิงที่เป็นประโยชน์ และเชื่อมโยงทุกการสื่อสารให้เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลา ด้วยการมอบสินค้าคุณภาพสูงและนำเสนอบริการที่ตอบสนองการใช้ชีวิตที่แตกต่าง พร้อมขับเคลื่อนองค์กรจากบริษัทสื่อสารสู่การเป็นบริษัทเทคโนโลยี (TECH COMPANY) เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสู่อนาคต ตามยุทธศาสตร์ของประเทศ ที่จะก้าวสู่เศรษฐกิจ 4.0 และเป็นฮับของเทคโนโลยีในระดับภูมิภาค

บริษัทฯ ก่อตั้งเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2533 ในชื่อบริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด เปลี่ยนสถานะเป็นบริษัทมหาชน โดยจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อเดือนธันวาคม 2536 ภายใต้ชื่อบริษัท เทเลคอม เอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า "TA" ในเดือนเมษายน 2547 ได้มีการเปลี่ยนแปลง

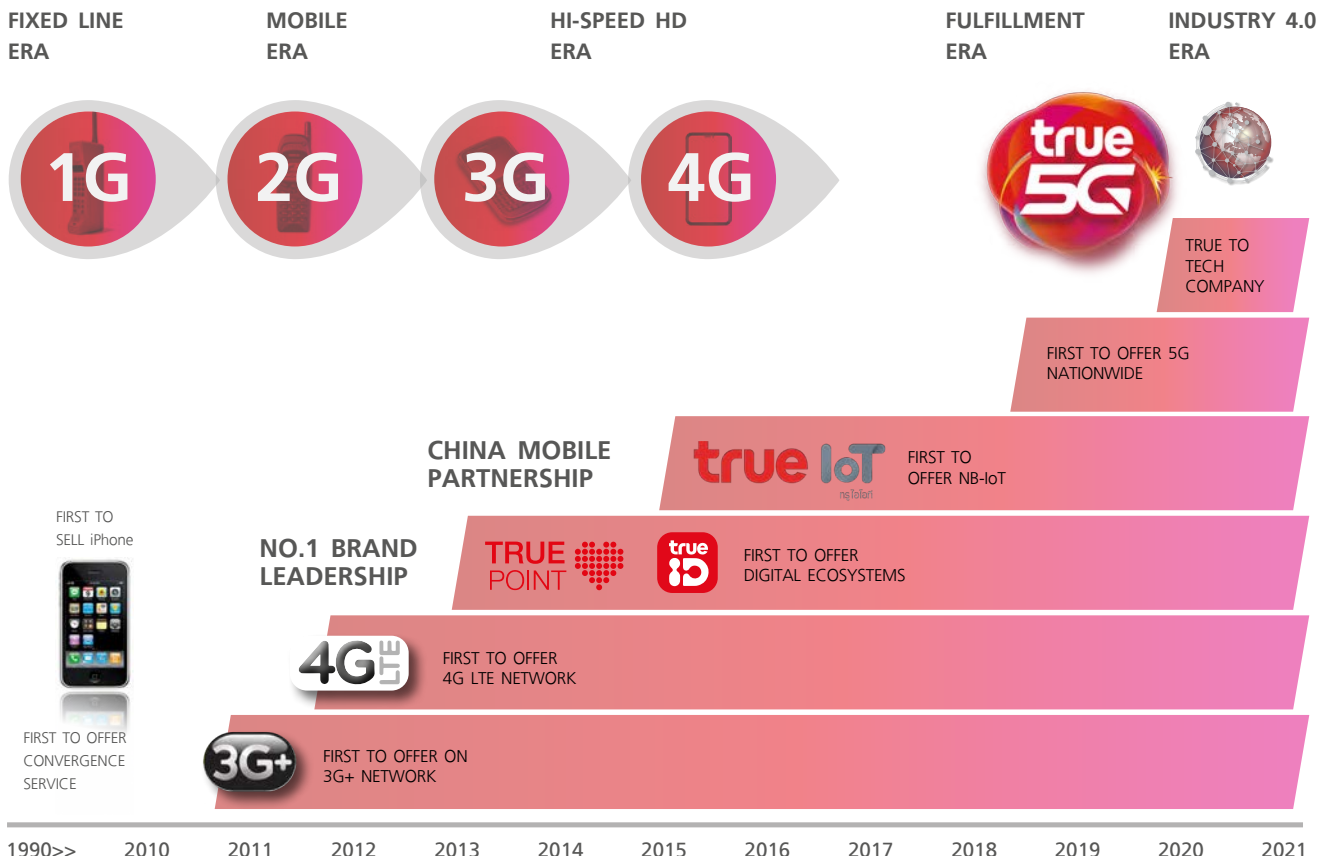
ภาพลักษณ์องค์กรครั้งใหญ่ ภายใต้แบรนด์ "ทรู" และเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า "TRUE" ดำเนินธุรกิจมากกว่า 31 ปี มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร

กลุ่มทรู แบ่งธุรกิจหลักออกเป็น 4 กลุ่มประกอบด้วย

- ทรูมูฟ เอช - ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่อันดับที่ 2 ของประเทศ ที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศผ่านคลื่นความถี่ครบถ้วน
- ทรูออนไลน์ - ผู้นำด้านบริการบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ต และ WiFi ด้วยโครงข่ายไฟเบอร์คุณภาพสูง
- ทรูวิชั่นส์ - ผู้นำการให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกและบริการในระบบ HD ทั่วประเทศ และ
- ทรู ดิจิทัล กรุ๊ป - ผู้นำด้านดิจิทัลแพลตฟอร์ม ที่เน้นการพัฒนานวัตกรรมและการนำเสนอโซลูชันผ่านเทคโนโลยีล้ำสมัย

ก้าวที่สำคัญของบริษัทฯ

TRUE "THE FIRST MOVER"



วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำด้านโครงสร้างพื้นฐาน
ระบบเทคโนโลยีดิจิทัลที่เชื่อมโยงผู้คน
องค์กร เศรษฐกิจ สังคมเข้าด้วยกัน
และร่วมกันสร้างคุณค่าที่แท้จริงของชีวิต

พันธกิจ

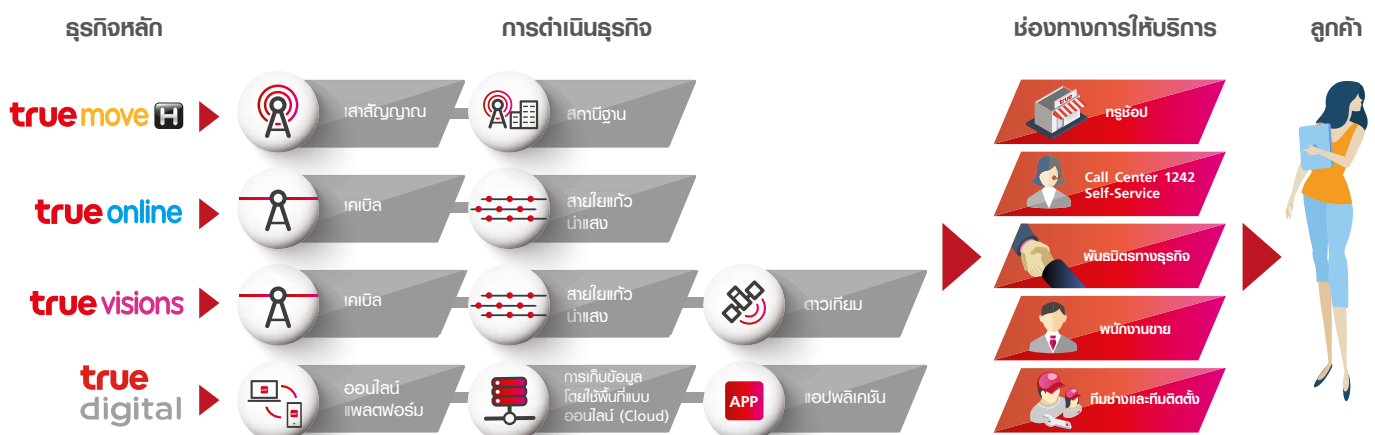
- สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เชื่อมโยงครบวงจร สุจริต
และทุกคนในสังคมเพื่อร่วมแบ่งปันและมอบคุณค่าที่ดี มุ่งเน้น
สู่การสร้างคุณค่าที่แท้จริงของชีวิตร่วมกัน
- มุ่งมั่นแสวงหาโอกาสใหม่ๆ พร้อมสร้างประโยชน์แก่ สังคมไทย
และสังคมโลก ด้วยความมุ่งมั่นสร้างสรรคคุณค่าให้แก่ ผู้ถือหุ้น
ลูกค้า องค์กร และ พนักงาน



ห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มทรู

กลุ่มทรู ดำเนินธุรกิจที่เตรียมพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลง
เทคโนโลยีดิจิทัลที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและมุ่งแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ
ด้วยการพัฒนานวัตกรรมต่างๆ เพื่อเป็นพื้นฐานให้เกิดการพัฒนา

สิ่งใหม่ๆ ขึ้น ในสังคมไทยทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม
ดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบในอนาคตตลอดห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มทรู



ผลกระทบและความสามารถ ในการเติบโตทางธุรกิจ

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



แนวทางการบริหารจัดการ

กลุ่มทรู ในฐานะผู้นำชีวิตดิจิทัลไลฟ์สไตล์ของไทย ได้ผสมผสานโครงสร้างพื้นฐานการสื่อสารโทรคมนาคมดิจิทัลและโซลูชันต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อให้บริการอย่างครบวงจรเหนือกว่าด้วยเครือข่ายอัจฉริยะ 5G NB-IoT และ ไฟเบอร์ FTTx ประสิทธิภาพสูงทั่วประเทศ มุ่งเน้นการนำศักยภาพการเติบโตแบบก้าวกระโดดของทรู ดิจิทัล กรุ๊ป จากธุรกิจ NEW S CURVE คอนเทนต์และมีเดียแพลตฟอร์มที่ครอบคลุมระดับเวิร์ลคลาส และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้าแบบ END-TO-END

โครงสร้างการบริหารจัดการ มีคณะกรรมการการจัดการ ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและทิศทางในการดำเนินงาน อนุมัติการดำเนินโครงการให้ข้อเสนอแนะต่างๆ และอนุมัติงบประมาณค่าใช้จ่าย ตลอดจนพิจารณาและให้แนวทางการดำเนินงานแก่คณะกรรมการชุดต่างๆ เพื่อความเหมาะสมในการบริหารและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

กลยุทธ์ธุรกิจ 5 ด้านหลัก

NETWORK
ยกระดับคุณภาพชีวิตด้วยเครือข่ายที่เร็วครอบคลุมและดีที่สุดในไทย




DIGITAL TECHNOLOGY
ยกระดับการให้บริการสร้างความแตกต่างอย่างต่อเนื่อง
เติมเต็ม ECOSYSTEM ของคนยุคดิจิทัล

PARTNER
ร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงและสร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจ




EMPLOYEE
พัฒนาความสามารถของพนักงานสู่องค์กรแห่งดิจิทัล

SUSTAINABILITY
เริ่มต้นจากนวัตกรรมสร้างสรรค์คุณค่าสู่สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อโลกที่ยั่งยืนกว่า



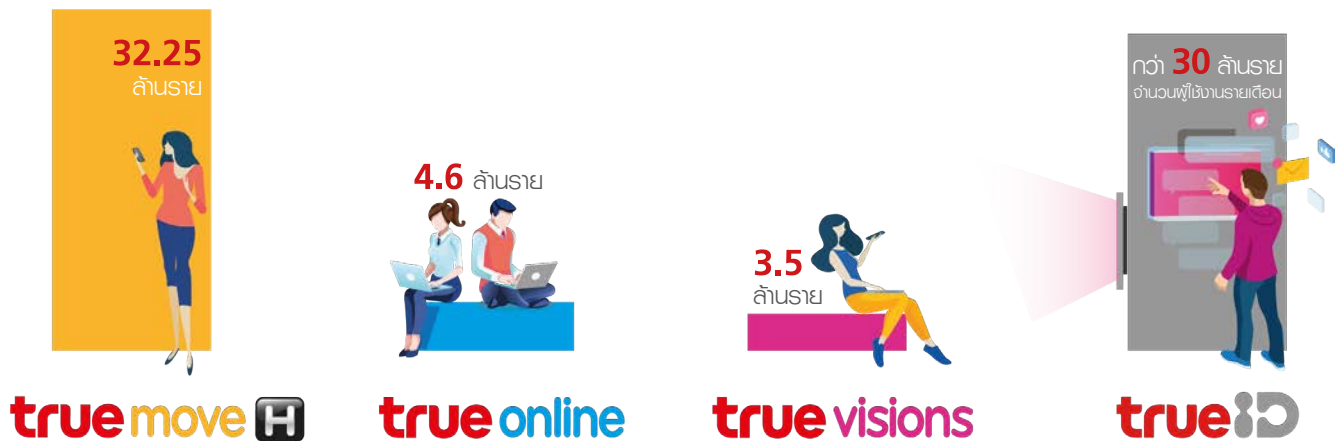
จุดเด่น

- EBITDA และ MARGIN เติบโตต่อเนื่อง มุ่งสร้างผลกำไรอย่างยั่งยืน
- ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่สร้างการเติบโตด้วยฐานลูกค้า 5G ที่เพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่อง
- ธุรกิจบรอดแบนด์คงความเป็นผู้นำตลาดทั้งด้านรายได้และฐานลูกค้า มุ่งเพิ่มมูลค่าผ่านนวัตกรรมทีวี
- ดิจิทัลมีเดียแพลตฟอร์มและดิจิทัลโซลูชัน เติบโตก้าวกระโดด ขยายระบบนิเวศได้อย่างต่อเนื่อง
- คอนเทนต์คุณภาพสูงจากทั้งนอกและในประเทศ พสานจุดแข็งด้วย ออนไลน์ OTT และทีวี แพลตฟอร์ม

ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ปี 2562 - 2564

ผลประกอบการ (ล้านบาท)	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
รายได้จากการให้บริการไม่รวมรายได้ค่าเช่าโครงข่าย	105,807	107,240	106,256
รายได้จากการให้บริการหลักและบริการอื่น	120,926	121,326	120,370
รายได้รวม	140,943	138,212	143,655
กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย (EBITDA)	33,850	52,654	57,761
กำไรจากการดำเนินงาน	7,104	10,646	12,413
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ สำหรับส่วนที่เป็นของบริษัท	5,637	1,048	(1,428)

ฐานลูกค้า ณ สิ้นปี 2564 (CUSTOMER BASE)



ก้าวต่อไปในปี 2565

กลุ่มทรู เตรียมความพร้อมก้าวสู่การเป็นบริษัทเทคโนโลยี ที่นำดิจิทัลและนวัตกรรมมาใช้ในทุกภาคส่วน ผลักดันด้วยเทคโนโลยี AI และวิทยาศาสตร์ข้อมูล ช่วยปรับปรุงกระบวนการให้ตอบรับกับความต้องการของทั้งผู้บริโภคและภาคธุรกิจ รวมถึงสภาวะตลาดและการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ ทำให้สามารถนำเสนอสินค้า บริการ และสิทธิประโยชน์ พร้อมการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารค่าใช้จ่ายและด้านกระบวนการ ให้เป็นแบบ END TO END

กลุ่มทรู เดินหน้าพัฒนาบริการด้านดิจิทัล IoT และ โซลูชันทันสมัยแบบครบวงจร สำหรับหลากหลายอุตสาหกรรม ผสานความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจที่แข็งแกร่งและมีเครือข่ายอยู่ทั่วประเทศ และมุ่งสร้างความสะดวกและเข้าถึงลูกค้าได้ดียิ่งขึ้นผ่านช่องทางดิจิทัล

E-COMMERCE อย่างต่อเนื่อง สิ่งเหล่านี้ควบคู่ไปกับการเดินทางปรับโครงสร้างต้นทุนให้เหมาะสมยิ่งขึ้น จะเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างผลกำไรให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน

การปรับโครงสร้างองค์กรมีวัตถุประสงค์เพื่อเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจจากการเป็นผู้ประกอบการโทรคมนาคมสู่ความเป็นบริษัทเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของประเทศ ที่จะก้าวสู่เศรษฐกิจ 4.0 และเป็นศูนย์กลางทางเทคโนโลยีในระดับภูมิภาคและมุ่งพัฒนาปัญญาประดิษฐ์ ระบบคลาวด์เทคโนโลยี IoT อุปกรณ์อัจฉริยะ เมืองอัจฉริยะ ดิจิทัลมีเดีย โซลูชัน และมีโครงสร้างที่สนับสนุนการลงทุนในบริษัทเทคโนโลยี (TECH COMPANY) และ STARTUP ประเทศไทยรวมถึงจะศึกษาโอกาสด้านเทคโนโลยีอวกาศ (SPACE TECHNOLOGY) ซึ่งถือว่าการเปิดกว้างกรอบความคิดในการทำนวัตกรรม

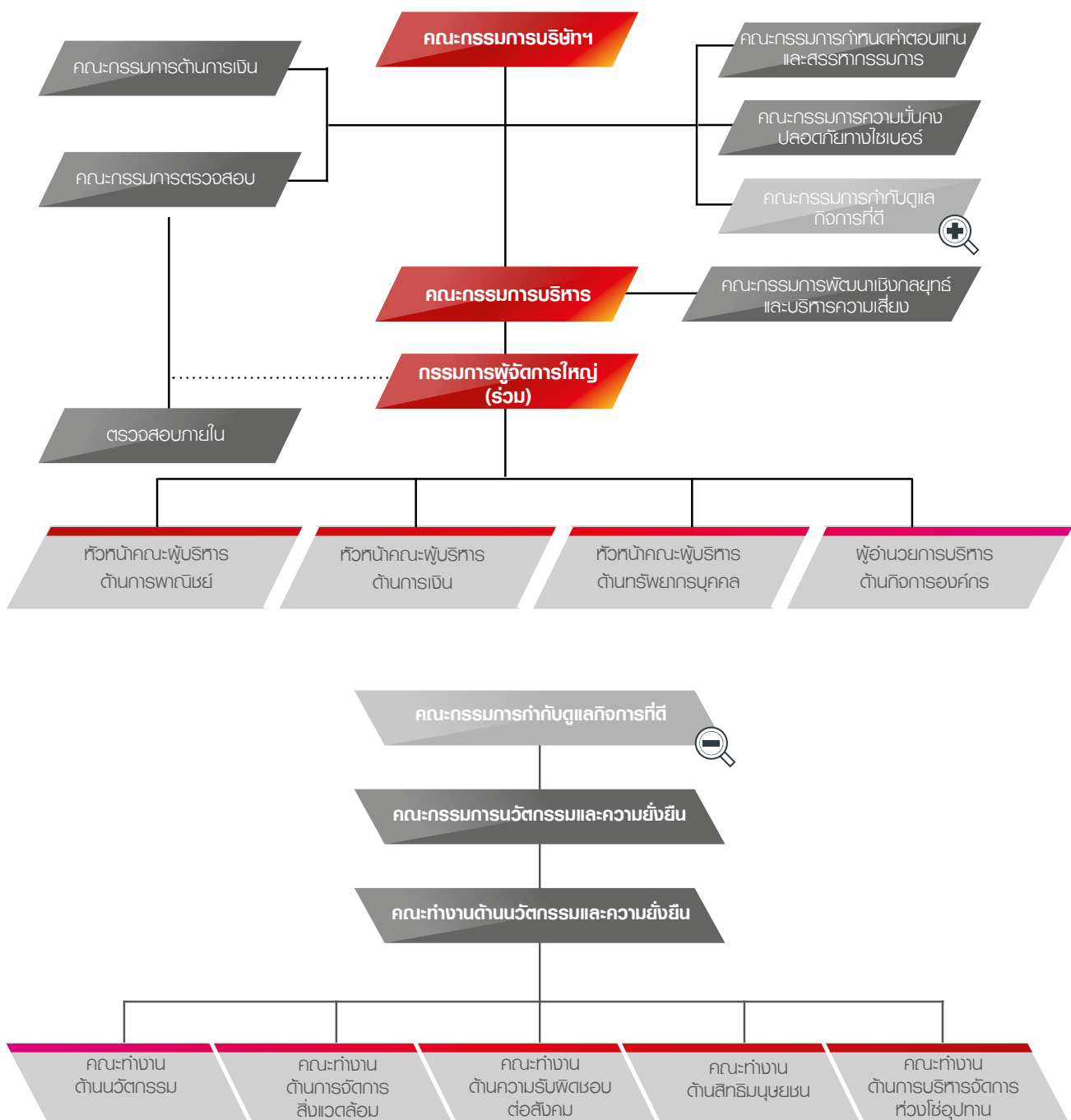
การกำกับดูแลและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน

(GRI 102-12, 102-18, 102-19, 102-20, 102-23, 102-29, 102-31, 102-32, 103-2)

กลุ่มทรู ในฐานะผู้นำดิจิทัลครบวงจรที่เชื่อมโยงทุกชีวิตของคนในสังคม ตอบสนองไลฟ์สไตล์และความต้องการของผู้บริโภคยุคดิจิทัล และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ให้สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลความรู้รวมถึงโอกาสทางเศรษฐกิจจากเทคโนโลยีดิจิทัล อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม

เพิ่มคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดียิ่งขึ้น และส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจยุค 4.0 อย่างมั่นคงแล้ว บริษัทฯ ยังตระหนักถึงบทบาทในการสร้างสรรค์คุณค่าเพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างยั่งยืน ด้วยการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

โครงสร้างการบริหารด้านความยั่งยืน



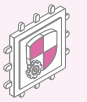
ยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน สู่ปี 2573 ของกลุ่มทรู สอดคล้องตามยุทธศาสตร์และเป้าหมายความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่ครอบคลุม 3 มิติ คือ มุ่งเน้นการเติบโตทางเศรษฐกิจ ดูแลสังคม และใส่ใจสิ่งแวดล้อม สนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อหลักสากล 10 ประการของสหประชาชาติ ใน 4 ด้าน ได้แก่ สิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการทุจริตอันเชื่อมโยงกับเป้าหมาย

การพัฒนาที่ยั่งยืนระดับโลก SDGs 17 ประการ บริษัทฯ ได้กำหนดให้เป้าหมายความยั่งยืนเป็นตัวชี้วัดหนึ่งขององค์กร (CORPORATE KPI) ของผู้บริหารและพนักงานทุกคน ให้ทุกหน่วยงานมีส่วนร่วมรับผิดชอบในเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการดำเนินการและร่วมกันผลักดันให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ตลอดจนมีระบบติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

TRUE SUSTAINABILITY GOALS 2030

หลักการ 3 ประโยชน์สู่ความยั่งยืน
ประเทศ - ประชาชน - บริษัท

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	10 UNGC PRINCIPLE (17 SDGs)	ซีพี สุจริตเป็นเลิศ	กฎระเบียบ ข้อบังคับและมาตรฐาน
HEART : LIVING RIGHT	HEALTH : LIVING WELL	HOME : LIVING TOGETHER	
 การกำกับกิจการที่ดี 100% มีการประเมินผลการกำกับดูแลกิจการ	 สุขภาพและสุขภาวะที่ดี 25% ขยายเข้าถึงคนจากผลิตภัณฑ์และการบริการที่มุ่งเน้นส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี	 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ CARBON NEUTRAL การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ทางตรงและทางอ้อม (SCOPE 1 และ SCOPE 2) สุทธิเป็นศูนย์	
 สิทธิมนุษยชนและปฏิบัติด้านแรงงาน 100% มีการประเมินด้านสิทธิมนุษยชนขององค์กรและคู่ค้าทางตรงและที่มีความเสี่ยงสูงเป็นประจำ	 คุณค่าทางสังคม 500,000 คน สร้างงานและส่งเสริมรายได้แก่เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มเปราะบางตลอดห่วงโซ่อุปทาน	 ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน 100% ปริมาณ E-WASTE ที่นำไปรีไซเคิลเป็นศูนย์ และบรรลุเกณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือย่อยสลายได้	
 การศึกษาและลดความเหลื่อมล้ำ 36 ล้านคน สนับสนุนการศึกษาที่เท่าเทียมและทั่วถึง ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต และส่งเสริมทักษะใหม่	 นวัตกรรม 200 สิทธิบัตร เพิ่มจำนวนการยื่นขอเขียนสิทธิบัตร	 การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ 20% ลดปริมาณการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้เทียบกับปีฐาน 2020	
 การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล 100% พนักงานทุกคนได้รับการอบรมและมีส่วนร่วมด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี	 การสร้างความปลอดภัยให้กับผู้มีส่วนได้เสีย 80% มีการปรับปรุงผลสำรวจความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียหลัก เกี่ยวกับปีก่อนหน้าอย่างต่อเนื่อง	 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ 100% การตรวจประเมินคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง	
 ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล 100% ได้รับการรับรองมาตรฐานสากลด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูล	 ความพร้อมใช้งานของเครือข่าย น้อยกว่า 0.10 ชั่วโมง/คน/ปี ดัชนีระยะเวลาการหยุดชะงักเฉลี่ยของเครือข่าย		

การดำเนินงานเพื่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินงานตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนระดับโลก SDGs 17 ประการ โดยมุ่งเน้นการขับเคลื่อนตามเป้าหมายหลัก 8 ประการ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยตรง และมีความเกี่ยวข้องกับประเด็นสำคัญและเป้าหมายด้านความยั่งยืนของกลุ่มทรู

บริษัทฯ เป็นหนึ่งตัวแทนเอกชนในการจัดตั้ง เครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย หรือ GLOBAL COMPACT NETWORK THAILAND (GCNT) ซึ่งเป็นเครือข่ายระดับประเทศ ปัจจุบันมีสมาชิกมากกว่า 80 องค์กร ช่วยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนภายใต้หลักสากล 10 ประการของสหประชาชาติครอบคลุม 4 ด้านหลัก ได้แก่ สิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการทุจริต ร่วมดำเนินการเพื่อผลักดันเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับโลก SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS: SDGs ขององค์การสหประชาชาติที่สอดคล้องกับแนวทางข้อตกลงแห่งสหประชาชาติ (UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT: UN GLOBAL COMPACT)

ทั้งนี้ กลุ่มทรู ได้ประกาศเจตนารมณ์ร่วมกับสมาชิกสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กฯ ว่าด้วย “การป้องกันและแก้ไขปัญหาอันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ” ในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ และช่วยบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ ตั้งเป้าหมาย NET ZERO ภายในปี 2593 หรืออย่างช้าที่สุดไม่เกินปี 2613 ในงาน GCNT FORUM 2021: THAILAND'S CLIMATE LEADERSHIP SUMMIT 2021 ภายใต้แนวคิด A NEW ERA OF ACCELERATED ACTIONS ที่จัดโดยสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (GCNT - GLOBAL COMPACT NETWORK THAILAND) ร่วมกับ สหประชาชาติ (UNITED NATIONS IN THAILAND) โดยกลุ่มทรูตั้งเป้าหมายด้านความยั่งยืนในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ CARBON NEUTRAL การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ทางตรงและทางอ้อม (SCOPE 1 และ SCOPE 2) สุทธิเป็นศูนย์ในปี 2573



WE SUPPORT

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.

คุณมนัส มานะวุฒิเวช กรรมการผู้จัดการใหญ่ (ร่วม)

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ร่วมประกาศเจตนารมณ์กับสมาชิกสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กฯ ในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ CARBON NEUTRAL การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ทางตรงและทางอ้อม (SCOPE 1 และ SCOPE 2) สุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2573

เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs GOAL) ที่บริษัทฯ มุ่งเน้น	ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง	เป้าหมายความยั่งยืนของกลุ่มทรู	
	การรับรองการมีสุขภาพและความปลอดภัยของทุกคนในทุกช่วงอายุ	การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่น TRUE 5G และ TRUE ROBOTICS เข้าไปสนับสนุนด้านการแพทย์และสุขภาพของประชาชน	25% ของยอดขายทั้งหมดมาจากผลิตภัณฑ์และบริการที่มุ่งเน้นการส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี
	การส่งเสริมการได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง และการส่งเสริมโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิตแก่ทุกคน	- การสร้างสังคมที่มีความเท่าเทียม และการสร้างการเข้าถึงดิจิทัลแก่ผู้ด้อยโอกาส - การเป็นพลเมืองที่ดีและการสร้างผลกระทบเชิงบวกสู่สังคม	ประชากรไทย 36 ล้านคน เข้าถึงแหล่งข้อมูลและความรู้ อย่างเท่าเทียมและทั่วถึง
	ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่ และมีผลิตภาพ และการมีงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน	ใช้เทคโนโลยีขององค์กรสนับสนุนการสร้างงาน ส่งเสริมการเกิดและการเติบโตของผู้ประกอบการรายย่อย	สร้างงานและส่งเสริมรายได้แก่เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มเปราะบางตลอดห่วงโซ่อุปทาน 5 แสนคน
	การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมการปรับตัวให้เป็นอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืนและทั่วถึง รวมทั้งการสนับสนุนด้านนวัตกรรม	การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศจากเทคโนโลยีดิจิทัล	ขึ้นทะเบียนสิทธิบัตรผลงานด้านนวัตกรรม 200 ผลงาน
	ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ	สร้างโอกาสที่เท่าเทียมและลดความไม่เสมอภาค	การประเมินด้านสิทธิมนุษยชนขององค์กรและคู่ค้าโดยตรงที่มีความเสี่ยงสูง 100%
	สร้างหลักประกันให้มีแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน	- ลดปริมาณการใช้ทรัพยากรโดยใช้ซ้ำและนำกลับมาใช้ใหม่ - การจัดการของเสียทุกชนิดด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม - การบริหารจัดการน้ำ	- การใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่หรือย่อยสลายได้ 100% - การนำขยะอิเล็กทรอนิกส์ทิ้งกลับเป็นศูนย์ - การลดปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้ถึง 20%
	การดำเนินการอย่างเร่งด่วนเพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่เกิดขึ้น	- การจัดการประเด็นด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ - การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยตรงและทางอ้อม (SCOPE 1 และ SCOPE 2) สุทธิเป็นศูนย์
	ความร่วมมือกับองค์กรเครือข่ายระดับประเทศและระดับโลก	กลุ่มทรู ร่วมเสริมสร้างภาคีความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรมกับหลากหลายองค์กร เพื่อสนับสนุนแผนงานระดับประเทศและระดับโลก ให้สามารถบรรลุเป้าหมายด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนที่เปิดกว้างและเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม - เครือข่ายระดับประเทศ อาทิ สมาชิกรเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย สภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กระทรวงศึกษาธิการ มูลนิธิธอสไทย มูลนิธิกระจกเงา มูลนิธิต่อต้านการทุจริต กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช สมาชิกรเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย - เครือข่ายระดับโลก อาทิ กองทุนสัตว์ป่าโลกสากล (WWF) องค์การเพื่อการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) และองค์การยูนิเซฟเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ (UNICEF) โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP)	

การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหาร ความเสี่ยงและภาวะวิกฤติ

(GRI 102-11, 102-12, 102-13, 102-15, 102-16, 102-17, 102-18, 102-19, 102-20, 102-26, 102-27, 102-28, 102-29, 102-30, 103-1, 103-2, 103-3, 205-2, 205-3, 206-1, 415-1)



เป้าหมาย
ปี 2021



100%

พนักงานรับทราบและทำแบบทดสอบ
ความรู้ “ประมวลคุณธรรมและ
ข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน” ผ่านทุกข้อ

ผลการดำเนินงาน
ปี 2021



100%

พนักงานรับทราบและทำแบบทดสอบ
ความรู้ “ประมวลคุณธรรมและ
ข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน” ผ่านทุกข้อ

แนวทางการบริหารจัดการ

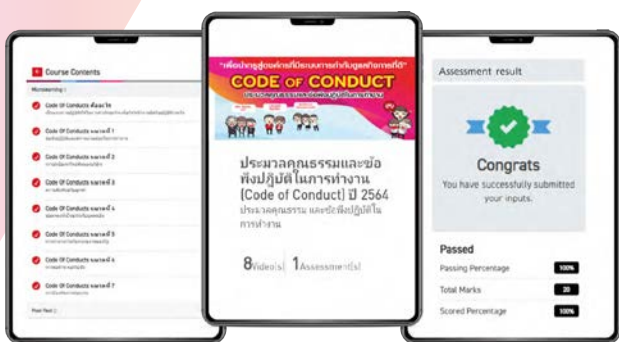
การกำกับดูแลกิจการที่ดี การปฏิบัติตามประมวลคุณธรรมและข้อ
พึงปฏิบัติในการทำงาน รวมถึงการต่อต้านการคอร์รัปชันถือเป็น
ประเด็นหนึ่งที่มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ให้ความสำคัญและเป็น
ประเด็นที่ทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคประชาสังคม และนักลงทุน
ต่างคาดหวัง

บริษัทฯ ยึดถือนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี ประมวลคุณธรรม
และข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน มาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน
ซึ่งเปิดเผยบนเว็บไซต์ และ กฎหมาย/กฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล

คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีทำหน้าที่กำกับดูแล และมีคณะ
ทำงานด้านนวัตกรรมและความยั่งยืน บริหารติดตามและ
รายงานต่อคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นประจำทุกไตรมาส
(ดูโครงสร้างการบริหารด้านความยั่งยืนที่หน้า 16)

บริษัทฯ บรรลุเรื่องนี้เป็นส่วนหนึ่งของตัวชี้วัด (KPI) ผลการดำเนินงาน
ของพนักงาน

ผลการดำเนินงานด้านการปฏิบัติตามประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน



บริษัทฯ จัดอบรมและสื่อสารให้ความรู้ รวมถึงสร้างความตระหนักรู้
ให้แก่พนักงานของกลุ่มทรู กิจกรรมร่วมค้า และพันธมิตรมาจากรูทกิจ
เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง และกำหนดให้พนักงานทุกคนของกลุ่มทรู
กิจกรรมร่วมค้า และพันธมิตรทางธุรกิจต้องได้รับการอบรมและผ่านการ
ทดสอบประจำปี ด้วยคะแนนเต็ม 100% รวมทั้งยังได้ปรับปรุงเนื้อหาและ
แบบทดสอบ COFDE OF CONDUCT ที่กำหนดให้พนักงานศึกษา
หาความรู้แบบ MICRO LEARNING เสริมความรู้และทำแบบทดสอบแบบ
MULTIPLE CHOICE

ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนและกระบวนการดำเนินงาน

บริษัทฯ กำหนดช่องทางแจ้งข้อมูลหรือข้อร้องเรียนไว้หลาย
รูปแบบดังแสดงในแผนภาพ และได้กำหนดนโยบายการแจ้งเบาะแสร
การกระทำผิด และการคุ้มครองผู้ร้องเรียน/ผู้แจ้งเบาะแสรการกระทำผิด
สำหรับพนักงาน (WHISTLE BLOWING POLICY) ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร
โดยกระบวนการจัดการเกี่ยวกับข้อมูลหรือข้อร้องเรียน ซึ่งบริษัทฯ
กำหนดให้เฉพาะผู้ที่ตรวจสอบประเด็นที่ร้องเรียนเท่านั้นที่จะเข้าถึง
ข้อมูลได้ และคณะกรรมการตรวจสอบจะเป็นผู้พิจารณาสั่งการและ
รายงานต่อคณะกรรมการบริษัท โดยมีมาตรการที่เป็นธรรมแก่ผู้มีส่วน
ได้เสีย รวมถึงมีการเยียวยาตามความเหมาะสม



จดหมาย
ถึงผู้บริหาร



02 858 2023



เว็บไซต์
บริษัทฯ



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



ช่องทาง
โซเชียลมีเดีย

0
เคส

ปี 2564 บริษัทฯ ไม่ได้ถูกฟ้องร้องจากหน่วยงานของรัฐฯ
ในประเด็นทุจริตคอร์รัปชัน การติดสินบน การผูกขาด
การกีดกันทางการค้า หรือการกระทำความผิดตามกฎหมายด้านแรงงาน

การจัดการเรื่องที่ได้รับการร้องเรียน และการรายงานการกระทำผิดคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานของพนักงาน

ฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ เมื่อรับข้อร้องเรียนแล้ว จะรวบรวมข้อเท็จจริง ประมวลผล กลั่นกรองข้อมูล และพิจารณาด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม ตามประมวลคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน รวมถึงข้อบังคับการทำงานของบริษัทฯ

ในปี 2564 บริษัทฯ ได้รับรายงานข้อร้องเรียนผ่านช่องทางต่างๆ จำนวน 27 เรื่อง มูลค่าความเสียหายต่อบริษัทฯ ทั้งสิ้น 411,843 บาท ดังแสดงในตารางข้างล่าง ทั้งนี้ ข้อร้องเรียนทั้งหมดได้รับการพิจารณาแล้วเสร็จทั้งหมด โดยไม่มีเรื่องค้าง

จำนวนข้อร้องเรียน ของพนักงานกลุ่มกรู ปี 2564	มาตรการในการลงโทษ			
	ตักเตือนด้วยวาจา	ตักเตือนเป็นลายลักษณ์อักษร	พักงาน	เลิกจ้าง
1 ข้อพึงปฏิบัติส่วนบุคคล และสภาพแวดล้อมในการทำงาน	-	1	-	-
การเลือกปฏิบัติ และการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	-	-	-	-
2 การปกป้องทรัพย์สินของบริษัท	-	-	-	1
3 การบริการความสัมพันธ์กับลูกค้า	5	17	-	1
4 ข้อตกลงที่เป็นธรรมกับบุคคลอื่น	-	2	-	-
5 การทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ	-	-	-	-
6 การต่อต้านคอร์รัปชัน	-	-	-	-
7 การฟอกเงิน	-	-	-	-

มาตรการในการป้องปรามการกระทำผิด

บริษัทฯ มีมาตรการในการป้องปรามการกระทำผิดคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานและการทุจริตคอร์รัปชัน โดยการทวนสอบ (AUDIT) หน่วยงานที่พบพนักงานกระทำความผิด สรุปผลประเมินและวิเคราะห์สาเหตุและกระบวนการที่มีช่องโหว่ เพื่อหามาตรการในการบริหารจัดการให้รัดกุมยิ่งขึ้น รวมถึงมีการสื่อสารบทลงโทษให้

พนักงานรับทราบอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนให้หัวหน้างานมีส่วนในการรับผิดชอบต่อการกระทำผิดของพนักงาน

บริษัทฯ ยังมีการใช้หลักเกณฑ์ในการงดรับของกำนัล NO GIFT POLICY เพื่อดึงดูดการรับและมอบของขวัญ ของที่ระลึกในทุกโอกาส

ความร่วมมือกับองค์กรพันธมิตร

บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาคเอกชนและองค์กรอิสระอย่างต่อเนื่อง เพื่อกำหนดกระแสสังคม และความท้าทายของโลก เป็นพลังสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดี มีส่วนร่วมในการจัดการประเด็นทางสังคมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศและพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน โดยสนับสนุนทางการเงินและการทำกิจกรรมร่วมกับภาคประชาสังคม

กลุ่มทรู ร่วมประกาศเจตนารมณ์และได้รับการรับรองเข้าร่วมเป็นสมาชิกของ “แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต” หรือ CAC โดยความสมัครใจในรูปแบบแนวร่วมตั้งแต่ปี 2560 เพื่อมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ สนับสนุนมูลนิธิต่อต้านการทุจริตมาอย่างต่อเนื่อง ตลอด 5 ปี เพื่อร่วมรณรงค์การปลูกฝังจิตสำนึกให้กับเยาวชนคนรุ่นใหม่ที่จะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ในอนาคต และให้ประชาชนทั่วประเทศได้ตื่นรู้ถึงการมีส่วนร่วมเพื่อให้สังคมไทยปราศจากการทุจริตและคอร์รัปชัน โดยในปี 2564 ร่วมจัด โครงการประกวดต่อต้านการทุจริตผ่านดีท็อกเชียนเยาวชนถ่ายทอดวิถีชีวิตต่อต้านคอร์รัปชัน

ในปี 2564 บริษัทฯ ไม่มีการจ่ายเงินหรือสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับทางการเมือง องค์กรหรือบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องทางการเมือง

เงินสนับสนุน 4 ปี ย้อนหลัง (ล้านบาท)	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
1 การลื้อบปี และจ่ายค่าผลประโยชน์ต่างๆ	0	0	0	0
2 โครงการด้านการเมืองระดับชุมชนท้องถิ่น และระดับประเทศ	0	0	0	0
3 การสนับสนุนสมาคมการค้าหรือหน่วยงานอื่นที่ใกล้ชิดกับภาครัฐ	4.09	4.64	6.77	1.23
4 การสนับสนุนหน่วยงานอื่นๆ	0	0	0	0
5 ยอดรวม	4.09	4.64	6.77	1.23

องค์กรที่บริษัทฯ สนับสนุน ปี 2564	ล้านบาท
1 สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย เครือข่ายท้องถิ่นในประเทศ ตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนภาคเอกชนดำเนินการกับโครงการทางธุรกิจที่สอดคล้องกับหลักสิทธิมนุษยชนและเป้าหมาย UN SDGs	0.95
2 สภาธุรกิจเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย องค์กรที่ทำงานร่วมกับภาคเอกชน รัฐบาล และภาคประชาชน เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมดิจิทัลไทยสู่สากล	0.22
3 สมาคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย องค์กรไม่แสวงหากำไร ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้ประกอบการ อุตสาหกรรม ภาคเอกชน ในการประสานนโยบายและดำเนินการระหว่างภาคเอกชนและภาครัฐบาล	0.06

การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต

แนวทางบริหารจัดการด้านความเสี่ยง

การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤตเป็นประเด็นสำคัญที่บริษัทฯ และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียให้ความสนใจอย่างมาก อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือและแนวทางช่วยจัดการ วางแผน และรับมือต่อการเปลี่ยนแปลง สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันได้อย่างทัน่วงที่ ทั้งภัยจากการเปลี่ยนแปลงธุรกิจอย่างพลิกผัน (DISRUPTION) ต่ออุตสาหกรรมโทรคมนาคม ความต้องการการเชื่อมต่อมากขึ้นของผู้บริโภค ความปลอดภัยทางไซเบอร์ ความตึงเครียดทางการค้า และการเมือง ความล่าช้าในวงจรห่วงโซ่อุปทาน การสูญเสียลูกค้าอัน

เนื่องจากโรคอุบัติใหม่ ตลอดจนความเสี่ยงอื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นใหม่ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อการดำเนินธุรกิจโดยรวมขององค์กร โดยใช้กรอบการบริหารความเสี่ยง ดังนี้

1. กำกับดูแลและสร้างวัฒนธรรมด้านความเสี่ยง
2. ระบุความเสี่ยง กำหนดกลยุทธ์และวัตถุประสงค์
3. ปฏิบัติการ บริหารจัดการความเสี่ยง
4. รวบรวมข้อมูล สื่อสารและรายงานผล และ
5. ติดตามผลการดำเนินงานและพัฒนาต่อเนื่อง

โครงสร้างการบริหารความเสี่ยง



กระบวนการประเมินความเสี่ยงองค์กร

กลุ่มทรู ดำเนินการประเมินและทบทวนความเสี่ยงองค์กรเป็นประจำ 2 ครั้ง/ปี โดยใช้หลักการตามมาตรฐานสากล COSO ERM 2017 INTEGRATING WITH STRATEGY AND PERFORMANCE ซึ่งกำหนดกลุ่มประเด็นความเสี่ยงครอบคลุมด้านต่างๆ อาทิ การปฏิบัติการ, การเงิน, เทคโนโลยี อุปกรณ์ เครื่องมือ, การตลาด, ลูกค้า, คู่ค้า, พันธมิตรทางธุรกิจ, กฎระเบียบ, กฎหมาย, บุคลากร, ความยั่งยืน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และประเด็นทางสังคม

กระบวนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ

บริษัทฯ วางแผนเชิงรุกสำหรับภาวะวิกฤตที่อาจเกิดขึ้นได้ และป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการหยุดชะงักทางธุรกิจ ผ่านการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BUSINESS CONTINUITY MANAGEMENT: BCM) และการจัดการในภาวะวิกฤต (CRISIS MANAGEMENT: CM) ที่สอดคล้องกับมาตรฐาน ISO:22301 รวมทั้งนำแนวความคิด 6Rs (REDUCE, RESPOND, RECOVER, RESUME, RESTORE, RETURN) มาใช้เป็นกรอบในการบริหารจัดการตั้งแต่ก่อน ระหว่าง และหลังภาวะวิกฤต

กระบวนการสร้างวัฒนธรรมด้านความเสี่ยงภายในองค์กร (RISK CULTURE)

บริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานมีความตระหนัก และมีความรู้ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง กระบวนการการควบคุมภายในที่ดี การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ และการจัดการในภาวะวิกฤต โดยจัดหลักสูตรฝึกอบรมให้กับพนักงานทุกระดับ ประชาสัมพันธ์ความรู้ผ่านสื่อภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง มีการจัดตั้งเครือข่าย RISK & BCM

HUB และมีช่องทางการแจ้งเตือนและสื่อสารประเด็นที่เป็นความเสี่ยงทั้งนี้ ผู้บริหารและพนักงานทุกคนมีการกำหนดตัวชี้วัดด้านความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานของตน เพื่อป้องกันและควบคุมความเสี่ยงที่อาจเกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และใช้ในการวัดผลของการประเมินผลการดำเนินงานประจำปี



E-LEARNING

ผู้บริหารและพนักงานผ่านการอบรมด้านความเสี่ยง บริษัทฯ จัดอบรมในรูปแบบสัมมนาเชิงปฏิบัติการและออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการทำงานจริง รวมทั้งมีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เรื่องความเสี่ยงให้พนักงานรับทราบต่อเนื่อง



RISK & BCM HUB

เครือข่ายด้านความเสี่ยงสำหรับผู้บริหารและพนักงานทุกระดับที่สนใจด้านการบริหารความเสี่ยง บนแพลตฟอร์ม TRUE CONNECT ที่ใช้งานได้ง่ายมือถือ และคอมพิวเตอร์ เพื่อสื่อสารความรู้และแลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติ



HEALTH & SAFETY RISK ALERT

ช่องทางการรายงานและสื่อสารความเสี่ยงด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติงานของทีมงานด้านความปลอดภัย จัดตั้ง CHAT GROUPS สำหรับพนักงานด้านปฏิบัติการทั่วประเทศ NETWORK, REGIONAL OFFICES, SAFETY บนแพลตฟอร์ม TRUE CONNECT

ประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญและความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

ประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญของบริษัทฯ ในปี 2564 ได้แก่ ภัยคุกคามจากการระบาดของเชื้อโควิด-19 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยทางเศรษฐกิจของประเทศไทยที่ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง ภัยคุกคามจากการถูกโจรกรรมทางไซเบอร์ การดูแลปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล และการบังคับใช้ พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ในกลางปี 2564 ล้วนแต่เป็นปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญ และอาจส่งผลกระทบกับการดำเนินงานของบริษัทฯ

ในปี 2564 บริษัทฯ วิเคราะห์ประเมินผลกระทบความเสี่ยงและโอกาสตามกรอบการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ TCFD โดยบรรจุประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศบรรจไว้ในกระบวนการประเมินความเสี่ยงขององค์กรที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี โดยพิจารณาทั้งความเสี่ยง โอกาส และผลกระทบจากอุทกภัย ภัยแล้ง อุณหภูมิที่สูงขึ้น และอ้างอิงข้อมูลจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีต เพื่อหามาตรการเชิงรุกป้องกันเหตุที่อาจเกิดขึ้น และจัดทำแผนการรับมือความต่อเนื่องของธุรกิจอย่างเหมาะสม โดยผลที่ได้จากการประเมินไปจะถูกนำไปผนวกกับกลยุทธ์และแผนทางธุรกิจต่อไป

ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (EMERGING RISK)

1. ความเสี่ยงจากผลกระทบทางกายภาพด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่ออุปกรณ์และที่ตั้งเครือข่าย

ประเภทความเสี่ยง :

ด้านสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยที่ทำให้เกิดความเสี่ยง :

ปัจจัยทางธรรมชาติ

เนื่องจากสภาวะโลกรวนมีแนวโน้มสูงที่อุณหภูมิโลกจะเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ประเทศไทยจึงต้องเผชิญกับอุณหภูมิพายุโลกที่สูงขึ้นและประสบภัยพิบัติด้านสภาพภูมิอากาศ เช่น น้ำท่วม พายุที่อาจเกิดขึ้นและรุนแรงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ความเสี่ยงนี้จะส่งผลกระทบต่อทุกองค์กร รวมทั้งอุตสาหกรรมโทรคมนาคม และชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน บริษัทฯ ประเมินว่าผลกระทบนี้จะส่งผลกระทบต่อในระยะยาว อีกประมาณ 3-5 ปีข้างหน้า

ผลกระทบ

- เครือข่ายของบริษัทฯ ที่มีอยู่ทั่วประเทศอาจขัดข้อง จากการที่สถานีฐานและอุปกรณ์เครือข่ายประสบภัยพิบัติจากน้ำท่วม ดังเช่นเหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่ที่เกิดขึ้นกับบริษัทฯ เมื่อปี 2559
- ค่าไฟฟ้าสูงขึ้นจากการนำระบบระบายอากาศมาใช้เพื่อรักษาระดับอุณหภูมิอุปกรณ์และสถานที่ตั้งเครือข่ายซึ่งได้รับผลกระทบจากความร้อนภายนอก
- ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เพราะต้องสำรองแบตเตอรี่ หรือต้องเปลี่ยนแบตเตอรี่และอุปกรณ์บางส่วนเร็วขึ้นเพราะอายุการใช้งานสั้นลงจากอุณหภูมิที่สูงขึ้น
- ค่าประกันภัยก็อาจสูงขึ้น รวมทั้งผลกระทบอื่นๆ หากไม่มีมาตรการรองรับที่เหมาะสม บริษัทฯ ประเมินว่าค่าเสียหายจากบริการเครือข่ายที่หยุดชะงัก และค่าใช้จ่ายที่จะเพิ่มขึ้นจากผลกระทบดังกล่าวจะอยู่ที่ประมาณ 1,300 ล้านบาท

มาตรการป้องกันแก้ไข

- ปรับปรุงการก่อสร้างสถานีฐานและชุมสายเครือข่าย โดยยกพื้นสูงขึ้นอย่างน้อย 1.5 – 3 เมตร เพื่อลดผลกระทบจากน้ำท่วม ซึ่งบริษัทฯ ได้เรียนรู้จากเหตุการณ์ในอดีต
- บริหารสภาวะวิกฤติ โดยดำเนินการตามแผนบริหารความต่อเนื่อง ร่วมกับหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้อง เช่น ทีม NETWORK ENGINEERING OPERATIONS กำหนดให้มีการตรวจสอบผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิต่อความพร้อมใช้งานของเครือข่าย และอายุการใช้งานของอุปกรณ์ รวมทั้งประเมินความจำเป็นในการมีมาตรการจัดการที่เหมาะสม และการคัดเลือกอุปกรณ์ที่ช่วยระบายอากาศ
- พัฒนาแผนรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อรองรับความเสี่ยงภัยที่อาจเกิดขึ้นต่ออุปกรณ์และการดำเนินการ และเตรียมมาตรการรองรับกับปัจจัยเสี่ยงเฉพาะพื้นที่หรือส่วนงาน

2. ความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงานที่จะสนับสนุนการปรับเปลี่ยนสู่องค์กรดิจิทัล

ประเภทความเสี่ยง :

ด้านเศรษฐกิจ

ปัจจัยที่ทำให้เกิดความเสี่ยง :

ปัจจัยจากเศรษฐกิจมหภาค

ประเทศไทยตั้งเป้าหมายเป็นดิจิทัลฮับของอาเซียนใน 10 ปี โดยนำเสนอโมเดลธุรกิจ 4.0 ที่จะขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม และการนำเทคโนโลยีดิจิทัล ระบบควบคุมอัตโนมัติ ศูนย์นวัตกรรม มาใช้ในกลุ่ม SME บริษัทฯ พยายามผลิตและธุรกิจบริการ ในขณะที่แรงงานกลุ่มนี้ยังมีไม่เพียงพอ ดังนั้นจึงเป็นความเสี่ยงของกลุ่มธุรกิจ ที่มุ่งเน้นการให้บริการด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย ฟันฝ่าสู่ระดับดิจิทัลต่างๆ บริษัทฯ ประเมินว่าผลกระทบที่สำคัญจากความเสี่ยงนี้จะเกิดขึ้นในระยะยาวประมาณ 5 ปีขึ้นไป เพราะอุตสาหกรรมอื่นๆ จะทยอยปรับตัวสู่ดิจิทัล และต้องรับสมัครบุคลากรด้านนี้มากขึ้นเรื่อยๆ

ผลกระทบ

- ส่งผลกระทบต่อธุรกิจและการให้บริการของกลุ่มธุรกิจ ซึ่งต้องอาศัยพนักงานที่มีทักษะด้านดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ดิจิทัลกรุป ที่ตั้งเป้าหมายจะเป็น “DIGITAL TRANSFORMATION MOBILIZER” ในอาเซียน และจะขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการส่งมอบเทคโนโลยีดิจิทัลในทุกกระบวนการทำงานและระบบบริการไปยังลูกค้า ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีความต้องการแรงงานฝีมือด้านดิจิทัลและผู้เชี่ยวชาญการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมาก มาสนับสนุนองค์กร
- ส่งผลกระทบต่อรายได้และกำไรของบริษัทฯ อันเนื่องมาจาก ประสิทธิภาพการทำงานที่ลดลง ค่าใช้จ่ายในการสรรหาบุคลากรเพิ่มขึ้น ระยะเวลาในการฝึกอบรมพนักงานใหม่ และยอดขายที่หายไป
- ส่งผลกระทบต่อรายได้ของกลุ่มทรูออนไลน์ ที่คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 20 ของรายได้รวมของบริษัทฯ หากไม่มีมาตรการรับมืออย่างเหมาะสม ในการรักษานักงานปัจจุบัน รวมทั้งจะกระทบต่อค่าใช้จ่ายต่อหัวพนักงานในการจ้างงานและฝึกอบรมซึ่งคิดเป็นเงินประมาณ 25.38 ล้านบาท/ปี

มาตรการป้องกันแก้ไข

- จัดตั้งสถาบัน TRUE DIGITAL ACADEMY (TDA) เพื่อฝึกอบรมให้ความรู้ RESKILLING และ UPSKILLING แก่พนักงานปัจจุบัน เสริมสร้างทักษะด้านดิจิทัลที่จำเป็นเพื่อสนับสนุนการทำงานที่ปรับเปลี่ยนสู่ดิจิทัล
- กำหนดแผนงานและกรอบการพัฒนาทรัพยากรด้านดิจิทัลอย่างเป็นรูปธรรมให้แก่นักงานปัจจุบัน โดยให้แผนงานดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์องค์กร
- จัดอบรมหลักสูตรต่างๆ ด้านทักษะดิจิทัล เช่น DATA CHAMPION และ DIGITAL FOUNDATION ประยุกต์ใช้เครื่องมือและโมเดลวิเคราะห์สถิติ เพื่อวิเคราะห์ผลสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน ทาสารผลการสำรวจ แล้วนำมาปรับปรุงอย่างเหมาะสม
- ปรับปรุงและเพิ่มเติมสวัสดิการพำนักรถและกิจกรรมต่างๆ เพื่อดูแล รักษาและดูแลพนักงานไว้กับองค์กร อาทิ เชื้อเพลิงรถจักรยานยนต์ ประกันสุขภาพที่เลือกได้ตามไลฟ์สไตล์ และการสนับสนุนความเท่าเทียมกันที่ทำงาน

การสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

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



บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย 6 กลุ่ม ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน พันธมิตรทางธุรกิจและคู่ค้า ผู้ถือหุ้นและเจ้าหนี้ หน่วยงานของรัฐ ชุมชนและสังคม โดยเคารพสิทธิและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นธรรมรับฟังความคิดเห็นสร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่น เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างยั่งยืน และรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มผ่านการดำเนินนโยบายการสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย (STAKEHOLDER ENGAGEMENT POLICY) มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อเป็นแนวทางและช่องทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียรวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อรับฟังความคิดเห็น ข้อห่วงกังวลและทัศนคติของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม และตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสม
3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาหรือปรับปรุงกระบวนการ ทำงานต่างๆ ของบริษัทโดยกำหนดแนวปฏิบัติในการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย ตามมาตรฐานกระบวนการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย

AA1000 STAKEHOLDER ENGAGEMENT STANDARD (AA1000SES) ภายใต้หลักสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1. การประเมินประเด็นสำคัญ (MATERIALITY) 2. การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (INCLUSIVITY) 3. การตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย (RESPONSIVENESS) และ มาตรฐานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ISO 26000 ภายใต้หลักการ 7 ประการ ได้แก่

1. การกำกับดูแลองค์กร (ORGANIZATIONAL GOVERNANCE)
2. สิทธิมนุษยชน (HUMAN RIGHTS)
3. การปฏิบัติด้านแรงงาน (LABOR PRACTICES)
4. สิ่งแวดล้อม (ENVIRONMENT)
5. การปฏิบัติดำเนินงานอย่างเป็นธรรม (FAIR OPERATING PRACTICES)
6. ประเด็นด้านผู้บริโภค (CONSUMER ISSUES)
7. การมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน (COMMUNITY INVOLVEMENT AND DEVELOPMENT)

กระบวนการสร้างความผูกพันกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท



1

วางแผน

นำข้อมูลข้อห่วงกังวลกับกลความคาดหวัง ข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย มาวิเคราะห์เพื่อตอบสนองความต้องการในแต่ละพื้นที่



2

เตรียมการ

กำหนดพื้นที่และกิจกรรม ให้เหมาะสมกับความต้องการของ ผู้มีส่วนได้เสีย



3

ดำเนินการ

ลงพื้นที่พบกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียตามวิธีการที่กำหนดไว้ และประชาสัมพันธ์กิจกรรม



4

ทบทวนและปรับปรุง

ติดตาม ประเมินผล และปรับปรุง เพื่อผลลัพธ์ที่ดีขึ้น

จากการแบ่งผู้มีส่วนได้เสียออกเป็น 6 กลุ่ม บริษัทฯ ตอบสนองความคาดหวัง และเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางต่างๆ และนำข้อคิดเห็นและประเด็นสำคัญมาพิจารณา ปรับปรุงการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย ดังตารางต่อไปนี้

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองของบริษัทฯ	ช่องทางการสื่อสารและการมีส่วนร่วม
 ลูกค้า	- สินค้าและบริการที่ดี ราคาที่เหมาะสม - ส่งมอบตรงตามเวลาที่กำหนด - บริการหลังการขายที่มีคุณภาพ - ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว - ข้อมูลสินค้าถูกต้องชัดเจน - ผลิตภัณฑ์ใส่ใจสิ่งแวดล้อม	- บริการที่ดีและมีความรับผิดชอบ - ส่งมอบสินค้าคุณภาพและตรงเวลา - พัฒนาระบบจัดเก็บและรักษาข้อมูล - ความลับของลูกค้าในระดับมาตรฐานสากล - มอบประสบการณ์ที่ดีและบริการที่เท่าเทียม - รับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ - ใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้	- ศูนย์บริการลูกค้า - การติดต่อกับลูกค้าโดยตรง - สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล - การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ารายปี - ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน
 พนักงาน	- สวัสดิการและค่าตอบแทนที่ดี - ความมั่นคงและความก้าวหน้า - การพัฒนาความรู้ความสามารถ - การมีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็น - สนับสนุนอุปกรณ์สำนักงานและเทคโนโลยีที่ทันสมัยเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน	- ผลตอบแทนที่ดีและสวัสดิการที่เหมาะสม - ให้โอกาสเลื่อนขั้น โอนย้าย - ประเมินผลงานเป็นธรรมและเท่าเทียม - จัดหลักสูตรอบรมตรงตามความต้องการ - ทันต่อการเปลี่ยนแปลง - นำความเห็นข้อเสนอแนะมาปรับปรุง - จัดหาแล็ปท็อปให้กับพนักงานและเปิดโอกาสให้พนักงาน WORK FROM ANYWHERE	- การประชุมประกาศวิสัยทัศน์ประจำปี - สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล - รายงานประจำปี/รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (เว็บไซต์) - ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน - การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (ปีละ 1 ครั้ง)
 พันธมิตรธุรกิจและผู้ค้า	- ความเสมอภาคในการทำธุรกิจ - ทำธุรกิจด้วยความโปร่งใส - พัฒนาและเติบโตไปด้วยกัน - ชำระเงินตรงตามเวลาและครบถ้วน - การมีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็น	- การแข่งขันที่เป็นธรรมและโปร่งใส - สัญญาซื้อขายที่โปร่งใสและเป็นธรรม - จัดหลักสูตรอบรมเพิ่มศักยภาพ - ชำระเงินตรงตามเวลาและมูลค่าตามที่กำหนด - เก็บรักษาข้อมูลลูกค้า - นำความเห็นข้อเสนอแนะมาปรับปรุง	- ประชุมประจำปี - จัดอบรมความรู้แก่ลูกค้าและกิจกรรมอื่นๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทและพันธมิตรธุรกิจ - สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล - ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน - รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (เว็บไซต์)
 ผู้ถือหุ้นและเจ้าหน้าที่	- กิจการเติบโต มีผลกำไร - การกำกับดูแลกิจการที่ดี - บริหารจัดการด้วยความโปร่งใส - กลยุทธ์การบริการที่ดี - สร้างโอกาสในความก้าวหน้า - การบริหารจัดการความเสี่ยง - ข้อมูลการเงินที่ถูกต้อง - ชำระเงินตรงตามเวลาและครบถ้วน	- ทำธุรกิจโปร่งใส ยึดมั่นธรรมาภิบาล - การกำกับดูแลกิจการที่ดี - บริหารจัดการที่ดีสร้างความเชื่อมั่น - มอบผลตอบแทนสูงสุด เปิดเผยข้อมูลด้วยความโปร่งใสต่อเนื่องและครบถ้วน - ทำตามเงื่อนไขสัญญาภายใต้หลักเกณฑ์และกฎหมาย - ใช้ข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้องครบถ้วน - ชำระเงินตรงตามเวลาและดูแลคุณภาพของหลักทรัพย์กำกับประกัน	- ประชุมชี้แจงนักลงทุนประจำปีไตรมาส - รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (เว็บไซต์) - สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล - ข้อเสนอแนะ หรือ ข้อร้องเรียน
 หน่วยงานของรัฐ	- ประกอบกิจการธุรกิจบนพื้นฐานของความเป็นธรรมและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า และรวมถึงการประกอบกิจการภายใต้หลักธรรมาภิบาล - การแข่งขันที่เป็นธรรมและเท่าเทียม - ให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ - จัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ	- ทำธุรกิจอย่างโปร่งใสเป็นธรรม และไม่ขัดต่อกฎหมาย - เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส - กำกับดูแลกิจการตามกฎหมาย - บริหารจัดการด้วยคุณภาพสร้างให้เกิดความเชื่อมั่น - ให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ	- รับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นสม่ำเสมอ - จัดกิจกรรมร่วมกับภาครัฐ - สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล
 ชุมชนและสังคม	- ให้ความสำคัญต่อเสียงสะท้อนของชุมชน เช่นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในชีวิตประจำวัน - ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย - ข้อร้องเรียนได้รับการดูแลอย่างเป็นธรรม - ส่งเสริมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน	- จัดกิจกรรมส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี เช่น แอปพลิเคชัน VROOM, VLEARN, TRUE MONEY WALLET ไปขยายผลทั่วประเทศ - ประสานความร่วมมือตอบสนองความต้องการอย่างมีระบบ - สร้างการยอมรับ เป็นหนึ่งเดียวกับชุมชน - สนับสนุนให้เกิดการสร้างงานและรายได้ในชุมชน	- รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (เว็บไซต์) - สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล - ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน - จัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน

ความคาดหวังกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย



คุณณิชาพร กริทธิกาญารุ

ผู้อำนวยการ

สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย

ชุมชนและสังคม

“กลุ่มทรู เป็นผู้นำลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ส่งเสริมพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม รวมถึงการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมและผลิตภัณฑ์สินค้าใหม่ๆ ที่ปล่อยคาร์บอนต่ำหรือเป็นศูนย์ สอดคล้องตามนโยบายพัฒนาประเทศ แต่ทั้งนี้ ก็ยังไม่เพียงพอต่อการรับมือกับวิกฤตการณ์ เรายังต้องการพลังจากภาคธุรกิจอีกมากในการพิชิตเป้าหมายระดับโลกร่วมกัน

สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย พร้อมสนับสนุนให้ภาคเอกชนไทยได้ใช้ศักยภาพและจุดแข็งร่วมแก้ไขปัญหาระดับโลก สนับสนุนต่อการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) และยืนอยู่แถวหน้า ในฐานะผู้นำความยั่งยืนที่สร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับโลกใบนี้ ที่เป็นบ้านของเราทุกคน”

พันธมิตรทางธุรกิจและลูกค้า

“อยากให้กลุ่มทรูได้ใช้ฐานลูกค้าที่มี ผนวกเข้ากับความสามารถในการพัฒนา หรือใช้ประโยชน์จาก PLATFORM ที่มีอยู่แล้ว เชื่อมโยงลูกค้า คู่ค้า และ สังคม ผู้การมีส่วนร่วมในการลดโลกร้อนที่จับต้องได้ เช่น การเพิ่มพื้นที่ป่าด้วย DIGITAL COIN, DIGITAL POINT, DIGITAL DONATION หรือการเข้าสู่สังคม CO₂ Zero ด้วยการสร้าง PLATFORM PERSONAL CARBON CREDIT ขึ้นมาเพื่อสร้างการตระหนักรู้และการมีส่วนร่วมกับปัญหาโลกร้อนที่ยั่งยืน

ขอชื่นชมกลุ่มทรูที่ได้ดำเนินนโยบายและกิจกรรมหลายอย่างทางด้านความยั่งยืน ขอให้กลุ่มทรูเป็นผู้นำ TELECOM & TECH COMPANY หรือ องค์กรที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านโทรคมนาคมและเทคโนโลยี เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับภาคเอกชน ในการมีส่วนร่วมและลงมือทำเพื่อการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดียิ่งๆ ขึ้นไป”



คุณเจษฎ์สุภย์ เชาวลิตกวีล

ผู้จัดการ

กำกับส่วนจำกัด วงษ์พาณิชย์ ล่าลูกา



คุณวรเศรษฐ์ วัตรอำไพวงศ์

หน่วยงานทรัพยากรบุคคล

บริษัท กรุง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

พนักงาน

“ผมชื่นชมที่บริษัทฯ ส่งเสริมเรื่องสิทธิมนุษยชนสำหรับกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศอย่าง LGBTQI+ ผลักดันสร้างความเข้าใจความหลากหลายทางเพศ มีห้องน้ำเฉพาะสำหรับกลุ่มหลากหลายทางเพศ มีเวทีแสดงความคิดเห็นส่งเสริมและสนับสนุนความก้าวหน้าในการทำงาน และอยากให้มีการสนับสนุนสวัสดิการให้แก่กลุ่ม LGBTQI+ มากขึ้น”



คุณอโนทัย สังข์ทอง

ผู้อำนวยการ

สำนักส่งเสริมตลาดคาร์บอนและนวัตกรรม

องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

หน่วยงานรัฐ

“การที่ประเทศไทยจะบรรลุเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกตามความตกลงปารีสได้ ทุกภาคส่วนต้องร่วมมือกัน กลุ่ม TRUE เป็นอีกกลไกสำคัญหนึ่งที่จะช่วยสนับสนุนให้เกิดการดำเนินธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน โดยการส่งเสริมให้จัดซื้อจัดจ้างที่มีผลให้เกิดการลดก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงสร้างแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียให้เกิดการลดก๊าซเรือนกระจก ซึ่งนับเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศ ตลอดจนเป็นการส่งต่อแรงบันดาลใจพร้อมตัวอย่างที่ดีต่อธุรกิจอื่นๆ ในการร่วมกันลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของประเทศอย่างเป็นรูปธรรมต่อไป”



คุณวรสว เต็มศรีทอง

SENIOR ASSOCIATES,

INVESTMENT RESEARCH DEPARTMENT

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนไทยพาณิชย์ จำกัด

ผู้ถือหุ้น

“ทางบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนไทยพาณิชย์ จำกัด (SCBAM) มองเห็นถึงโอกาสและศักยภาพของกลุ่มทรู ในการส่งเสริมด้านความยั่งยืนไปสู่สังคม รวมไปถึงการผลักดันประเทศสู่เศรษฐกิจดิจิทัลทั้งในแง่การนำเสนอนวัตกรรมเทคโนโลยีที่จะช่วยเสริมศักยภาพด้านการแข่งขันของกิจการในประเทศไทย และด้านการส่งเสริมสังคมเพื่อการเรียนรู้ อย่างยั่งยืน อันจะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเติบโตของกิจการอย่างยั่งยืนต่อไป”



คุณสุกฤษฎิ์วรรณ ฤกษ์

ผู้อำนวยการ

โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเมืองพาน

ลูกค้า

“ในสถานการณ์ปัจจุบันการเข้าถึงเทคโนโลยีเป็นเรื่องที่สำคัญ ชุมชนคาดหวัง สัญญาณที่ดีมีคุณภาพทั้งสัญญาณโทรศัพท์และสัญญาณอินเทอร์เน็ต คาดหวังให้กลุ่มทรูเป็นองค์กรที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านโทรคมนาคมและเทคโนโลยี ส่งเสริมและให้ความรู้แนะนำวิธีการใช้งานแอปพลิเคชันต่างๆ ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตทั้งด้านสุขภาพ การทำงาน การเรียนและการใช้จ่ายผ่านออนไลน์ อาทิ

1. MORDEE (TRUE HEALTH) แพลตฟอร์มดูแลสุขภาพอัจฉริยะ
2. TRUE VROOM ห้องประชุมเสมือนจริง และ
3. TRUE MONEY WALLET กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ การจ่ายบิลค่าโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ตหรือค่าบริการบัตรเครดิต ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าสินค้า ค่าประกันภัย ฯลฯ และจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความเชื่อมั่นให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน”

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

(GRI 102-15, 102-32, 102-40, 102-46, 102-47, 102-54, 103-1)

แนวทางการบริหารจัดการ

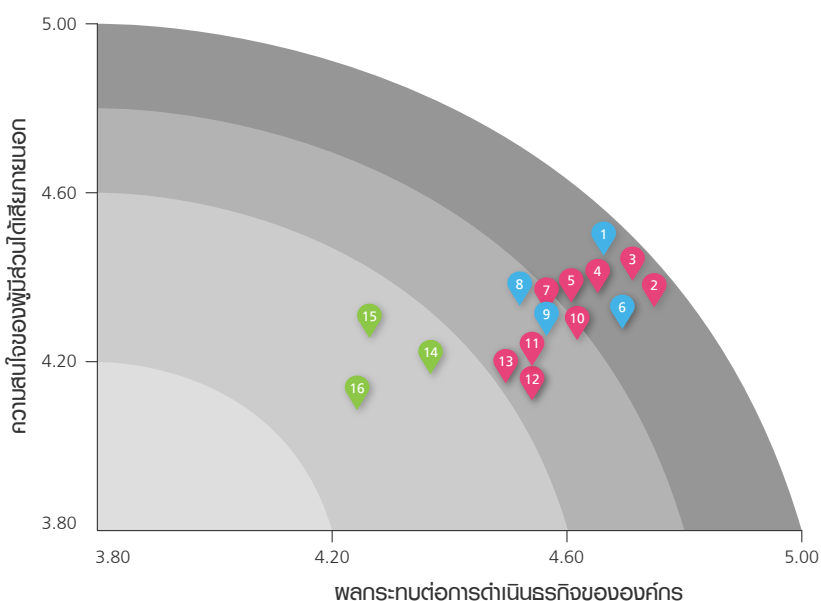
กลุ่มทรู จัดทำการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร ทั้ง 3 มิติ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกปี ตามความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก เพื่อระบุและจัดลำดับความสำคัญของประเด็นความยั่งยืนต่างๆ เพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินงาน ขยายผลและสื่อสารผลการดำเนินงานในเรื่องนั้นๆ ต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ตลอดจนทบทวน

ยุทธศาสตร์ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ประยุกต์ใช้หลักการประเมินประเด็นที่มีความสำคัญต่อความยั่งยืนของมาตรฐานการจัดทำรายงานสากล GRI STANDARDS ที่ประกอบด้วย บริบทความยั่งยืน (SUSTAINABILITY CONTEXT) ประเด็นที่มีนัยสำคัญ (MATERIALITY) ความครบถ้วนสมบูรณ์ (COMPLETENESS) และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (STAKEHOLDER INCLUSIVENESS)

กระบวนการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญ

วิเคราะห์/ระบุประเด็นที่เกี่ยวข้อง	จัดลำดับประเด็นสำคัญ	ตรวจสอบ/อนุมัติประเด็นสำคัญ	พัฒนาปรับปรุงและสื่อสาร
- ดัชนี/ มาตรฐานความยั่งยืน DJSI, SASB, UN SDG, GRI และ THSI - ธุรกิจ/อุตสาหกรรมเดียวกัน - ยุทธศาสตร์และเป้าหมายองค์กร - ความท้าทายในปัจจุบันและอนาคต - ความเสี่ยงและโอกาสจากปัจจัยภายนอกและภายใน - ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	- ส่งแบบสอบถามออนไลน์ ผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร - สัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย - วิเคราะห์และประเมินผลการจัดลำดับประเด็นสำคัญ - สรุปผลการประเมินจัดทำตารางแมทริกซ์	- อนุมัติโดยคณะกรรมการบริหาร - ทวนสอบโดยผู้ตรวจสอบอิสระ	- รวบรวมประเด็นนำไปพัฒนากลยุทธ์และการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง - สื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้เสียและต่อสาธารณะ

TRUE MATERIALITY MATRIX 2021



- 1 ความรับผิดชอบต่อสังคม
- 2 การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล
- 3 การปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเท่าเทียมและการดูแลสุขภาพ สุภาพะและความปลอดภัยของพนักงาน
- 4 ความปลอดภัยทางไซเบอร์
- 5 การกำกับดูแลกิจการที่ดี
- 6 คุณภาพและความครอบคลุมของเครือข่าย
- 7 การส่งเสริมการศึกษาผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล
- 8 การบริหารจัดการด้านนวัตกรรม
- 9 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์
- 10 การบริหารจัดการความเสี่ยงและสภาวะวิกฤต
- 11 ผลประกอบการและความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจ
- 12 การสรรหาและการพัฒนาทรัพยากรบุคคล
- 13 การบริหารประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน
- 14 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ
- 15 การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม : พลังงาน ของเสีย และน้ำ
- 16 การบริหารจัดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและขอบเขตผลกระทบและโอกาส		ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องและขอบเขตผลกระทบและโอกาส						
ประเด็นที่มีนัยสำคัญ	การเปิดเผยในรายงาน	ภายใน		ภายนอก				
		พนักงาน	ลูกค้า	คู่ค้า/ พันธมิตร ธุรกิจ	ผู้ถือหุ้น และ เจ้าหนี้	หน่วยงาน ของรัฐ	ชุมชน และ สังคม	
ระดับความสำคัญสูงมาก								
1	ความรับผิดชอบต่อสังคม	ความรับผิดชอบต่อสังคม	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล	ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	การปฏิบัติตามแรงงานอย่าง เท่าเทียม และการดูแลสุขภาพ สุภาพะ และความปลอดภัย ของ พนักงาน	การบริหารจัดการด้าน ทรัพยากรบุคคล	✓	✓	✓	n/a	✓	✓
4	ความปลอดภัยทางไซเบอร์	ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5	การกำกับดูแลกิจการที่ดี	การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการ บริหารความเสี่ยงและสภาวะวิกฤต	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6	คุณภาพและความครอบคลุม ของเครือข่าย	ความพร้อมใช้งานและ ความครอบคลุมของเครือข่าย	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ระดับความสำคัญสูง								
7	การส่งเสริมการศึกษา ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล	การกระจายโอกาสในการใช้ เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา	✓	✓	✓	n/a	✓	✓
8	การบริหารจัดการด้านวัฒนธรรม	การบริหารจัดการวัฒนธรรม	✓	✓	✓	✓	✓	✓
9	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	✓	✓	✓	✓	✓	✓
10	การบริหารจัดการความเสี่ยง และสภาวะวิกฤต	การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการ บริหารความเสี่ยงและสภาวะวิกฤต	✓	✓	✓	✓	✓	n/a
11	ผลประกอบการและความสามารถ ในการเติบโตทางธุรกิจ	ผลประกอบการและความสามารถ ในการเติบโตทางธุรกิจ	✓	✓	✓	✓	n/a	n/a
12	การสรรหาและการพัฒนา ทรัพยากรบุคคล	การบริหารจัดการด้าน ทรัพยากรบุคคล	✓	✓	✓	n/a	✓	✓
13	การบริหารประเด็นด้าน สิทธิมนุษยชน	การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ระดับความสำคัญปานกลาง								
14	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุป ทานอย่างรับผิดชอบ	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน อย่างรับผิดชอบ	✓	✓	✓	n/a	✓	✓
15	การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม: พลังงาน ของเสีย และน้ำ	การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
16	การบริหารจัดการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ		✓	✓	✓	n/a	✓	✓

HEART

มุ่งมั่นทำธุรกิจ
จากหัวใจ

มุ่งมั่นทำธุรกิจด้วยใจที่ยั่งยืน
ทำธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ
บนพื้นฐานการกำกับกิจการที่ดี โปร่งใส
และเป็นธรรม เคารพสิทธิมนุษยชน

- การกระจายโอกาสในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา
- ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์
และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- การบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคล
- การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน





การกระจายโอกาสในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา

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



เป้าหมาย
ปี 2021



27,000,000 คน

เข้าถึงแหล่งเรียนรู้
และข้อมูลสารสนเทศ
(จำนวนสะสม)

ผลการดำเนินงาน
ปี 2021



32,000,000 คน

เข้าถึงแหล่งเรียนรู้
และข้อมูลสารสนเทศ
(จำนวนสะสม)

แนวทางการบริหารจัดการ

กลุ่มทรู นำความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยยกระดับการศึกษาของคนไทยให้เข้าถึงแหล่งเรียนรู้สารสนเทศได้อย่างทั่วถึง ด้วยการพัฒนานวัตกรรมที่สามารถปรับปรุงประสิทธิภาพของการศึกษาตั้งแต่การส่งเสริมคุณภาพของบุคลากร ความพร้อมของอุปกรณ์การเรียนการสอน และกระบวนการวิเคราะห์ผลทางการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์การขับเคลื่อนและยกระดับการศึกษาไทย



TRANSPARENCY

การเปิดเผยข้อมูลสถานศึกษาสู่สาธารณะ



MARKET MECHANISMS

กลไกตลาดและวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม



HIGH QUALITY PRINCIPALS & TEACHERS

การพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน



CHILD CENTRIC & CURRICULUM

เด็กเป็นศูนย์กลาง เสริมสร้างคุณธรรมและความมั่นใจ



DIGITAL INFRASTRUCTURES

การเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลของสถานศึกษา

ผลการดำเนินงาน

มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี (CONNEXT ED FOUNDATION)

5,717,666 คน

นักเรียน ครู
และครอบครัว
เข้าถึงสื่อการเรียนรู้
และข้อมูลสารสนเทศ

5,567 โรงเรียน

สนับสนุนโรงเรียน
ในสังกัด สพฐ.

3,351 โรงเรียน

ติดตั้งสื่อ
และอุปกรณ์ ICT



กลุ่มทรู จัดทำระบบบุคลากรทางการศึกษาเพื่อสร้างความเข้าใจต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

กลุ่มทรู เป็นหนึ่งในองค์กรผู้ร่วมก่อตั้งโครงการสานพลังประชารัฐด้านการศึกษาพื้นฐานและการพัฒนาผู้นำ (E5) ตั้งแต่ปี 2559 และพัฒนาเป็นมูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี (CONNEXT ED FOUNDATION) ในปี 2563 เพื่อสร้างระบบนิเวศเพื่อการศึกษาที่ยั่งยืน โดยเริ่มจากการมอบอุปกรณ์และสื่อ ICT ให้โรงเรียนคอนเน็กซ์อีดี รวมทั้งคัดเลือกพนักงานที่มีจิตอาสา ร่วมเป็น SCHOOL PARTNER กว่า 400 คน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ จัดทำแผนพัฒนาโรงเรียน พร้อมสนับสนุนงบประมาณ และอบรมบุคลากรทางการศึกษา ทั้งนี้ยังริเริ่มโครงการ ICT TALENT คัดเลือกผู้นำรุ่นใหม่ด้านเทคโนโลยี ลงปฏิบัติหน้าที่เต็มเวลาในโรงเรียนกว่า 1,000 แห่ง เผยแพร่องค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีให้กับโรงเรียนและชุมชน ผลักดันครูและนักเรียนให้สามารถใช้สื่อและอุปกรณ์ ICT นำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น



3.15

ค่าเฉลี่ยผลการประเมิน
ศักยภาพโรงเรียน (SCHOOL GRADING)

โครงการพัฒนาต้นเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา (ICT TALENT)

คัดเลือกบุคลากรมีความสนใจด้าน ICT มาปฏิบัติงานประจำในโรงเรียน
เพื่อสอนโรงเรียนและชุมชนสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้และประยุกต์
ใช้ในชีวิตประจำวัน

ICT TALENT

200 คน

ICT TALENT ภาครัฐ

+500 คน

โครงการทรูปลูกปัญญา

คลังความรู้ที่รวบรวมข้อมูลด้านการศึกษา เพื่อให้เยาวชนสามารถ
เข้าถึงแหล่งความรู้ได้อย่างเท่าเทียมกันแม้อยู่ในพื้นที่ห่างไกล
เชื่อมโยงทุกมิติการเรียนรู้ ผ่านการดำเนินงานหลากหลายรูปแบบ

+60 ล้านคน

สามารถเข้าถึงสถานีโทรทัศน์ทรูปลูกปัญญา



โครงการทรู คลิกไลฟ์

บริษัทฯ พัฒนานวัตกรรมหลักสูตรและสื่อการเรียนการสอนตั้งแต่
ระดับอนุบาลจนถึงมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับโรงเรียนเอกชนโดยเน้น
รูปแบบการเรียนรู้ที่มีเด็กเป็นศูนย์กลาง ประกอบไปด้วยสื่อการเรียนรู้
ในรูปแบบสื่อจับต้องได้รวมถึงสื่อมัลติมีเดียที่หลากหลาย สร้างแบบเรียน
ที่เข้าใจง่าย กระตุ้นจินตนาการและสร้างแรงบันดาลใจในการเรียนรู้
ปี 2564 มีรายได้ 13.1 ล้านบาท

32 ล้านแอดกัฟฟิวสเซอร์
ใช้งานเว็บไซต์ทรูปลูกปัญญา



1,627 โรงเรียน

เข้าร่วมโครงการและกิจกรรมกับทรูปลูกปัญญา



โครงการ CONNEXT ED CROWDFUNDING

กลุ่มทรู พัฒนาแพลตฟอร์มรับบริจาคออนไลน์ CONNEXTED.ORG
ของมูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี เพื่อระดมทุนเงินบริจาค
นำไปพัฒนาตามบริบทของโรงเรียน และในปี 2564 ได้ริเริ่ม
โครงการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเพื่อการศึกษา ปัจจุบันมีเงินบริจาคผ่าน
แพลตฟอร์มแล้วกว่า 15 ล้านบาท 237 โรงเรียน



TRUE TALKS

“การเป็น TRUE SCHOOL PARTNER ทำให้ได้เรียนรู้ และพัฒนาศักยภาพของตัวเอง
นอกเหนือจากการทำงานในบทบาทหลัก รู้สึกอินทุกครั้งที่ได้เป็นผู้ให้ ได้ช่วยเหลือเด็ก ๆ
ในโรงเรียนที่ต่างจังหวัด ต้องขอบคุณมูลนิธิ และท่านประธานคุณสุภาชัย เจียรวนนท์
ที่ทำให้โอกาสพนักงานในบริษัทได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาการศึกษาไทย รู้สึกประทับใจมากค่ะ”



เดือนดารา สิททอง
TRUE SCHOOL PARTNER

ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

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



เป้าหมาย
ปี 2021



100%

มีการป้องกันการรั่วไหล
ของข้อมูล

ผลการดำเนินงาน
ปี 2021



100%

สามารถป้องกัน
การรั่วไหลของข้อมูล

แนวทางการบริหารจัดการ

กลุ่มทรู ให้ความสำคัญและมีแนวทางการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ตลอดจนการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างรอบด้านมาอย่างต่อเนื่อง และได้ยกระดับความสำคัญของเรื่องนี้ขึ้นเป็นวาระระดับองค์กร บริษัทฯ ในฐานะผู้ให้บริการด้านสื่อสารโทรคมนาคมและธุรกิจดิจิทัล มีการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าจำนวนมาก ขณะที่ปัจจุบันทั่วโลกต่างเผชิญกับสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลให้มีการใช้ข้อมูลออนไลน์มากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และสิ่งที่เกิดขึ้นติดตามากก็คือ ภัยคุกคามทางไซเบอร์ รวมถึงการละเมิดข้อมูลความเป็นส่วนตัวที่เพิ่มมากขึ้น

บริษัทฯ บริหารจัดการทั้ง 2 เรื่องตามกรอบ พระราชบัญญัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ของประเทศไทย และสอดคล้องกับแนวทางและมาตรฐานสากล อาทิ

1. แนวทางการรักษาความมั่นคงปลอดภัยและความมั่นคงของสารสนเทศ C.I.A.
2. คู่มือการระบบการจัดการความมั่นคงปลอดภัยสำหรับข้อมูลส่วนบุคคลและสารสนเทศ ISMS
3. กรอบการดำเนินงานของสถาบันมาตรฐานและเทคโนโลยีแห่งชาติประเทศสหรัฐอเมริกา NIST
4. มาตรฐานการจัดการความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศ ISO 27001
5. ระเบียบการคุ้มครองข้อมูลทั่วไปของสหภาพยุโรป GDPR

โครงสร้างการบริหารจัดการ

บริษัทฯ มีแนวทางการบริหารจัดการผ่านโครงสร้างการบริหารจัดการซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ คณะกรรมการความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ซึ่งสมาชิกเป็นคณะกรรมการบริษัท ทำหน้าที่กำกับดูแลด้านการกำหนดกลยุทธ์และนโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมี

คณะกรรมการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและการจัดการบริหารข้อมูล รับผิดชอบด้านการบริหารดำเนินงาน บริษัทฯ ยังได้กำหนดตัวชี้วัดด้านการบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศและความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์เป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่เกี่ยวข้องอีกด้วย



กระบวนการดำเนินงานด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์



ผลการดำเนินงานด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

DATA CLASSIFICATION & USER ACCESS REVIEW

DATA LOSS PREVENTION (DLP)

ANNUALLY

>600 SERVERS

บัญชีผู้ใช้งาน ระดับ LOCAL USER ที่เข้าถึงระบบ ได้รับการตรวจสอบประเมิน มากกว่า 600 SERVERS



จัดลำดับชั้นความสำคัญ ของข้อมูลทั้งหมด ของบริษัทฯ และกำหนดผลการขอใช้ และการเปิดเผยข้อมูล เป็นประจำทุกปี

บัญชีผู้ใช้ ระดับ APPLICATION USER ระบบ SIEBEL CRM และ ระบบให้บริการของ ทูรฮอป ได้รับการตรวจสอบ ประเมินสิทธิการเข้าถึงข้อมูล

100%



100%

พัฒนาและติดตั้งระบบการป้องกัน ข้อมูลรั่วไหล ได้ 100% ตามแผนงานประจำปี 2564

PENETRATION & VULNERABLE SCAN TEST

RISK ASSESSMENT / EXTERNAL AUDIT & VERIFICATION

DISASTER RECOVERY PLAN (DRP)

>1,000 SERVERS

ทดสอบช่องโหว่ระบบเพื่อให้อุปกรณ์รู้ผลได้ทันที และทุกขณะ (REAL TIME) สำหรับระบบงาน ที่เกี่ยวข้องข้อมูลส่วนบุคคลทั้งหมด โดยมีการทดสอบเป็นประจำทุกปี

ทดสอบแอปพลิเคชันที่ถูกพัฒนาขึ้นใหม่ และแอปพลิเคชันที่มีข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงการแก้ไขปิดช่องโหว่ ก่อนประกาศให้ใช้งานได้

ANNUALLY

ประเมินความเสี่ยงระบบ ที่มีข้อมูลส่วนบุคคล จากภัยคุกคามไซเบอร์ และโอกาส ตลอดจนแนวทางการแก้ไขเพื่อปิดความเสี่ยง เป็นประจำทุกปี

ANNUALLY

มีการตรวจสอบประเมิน และได้รับรองมาตรฐาน ISO 27001 เป็นประจำทุกปี โดยบริษัทที่ปรึกษาชั้นนำของโลก PRICEWATERHOUSE COOPERS (PWC) และ TUV NORD

SEMI-ANNUALLY

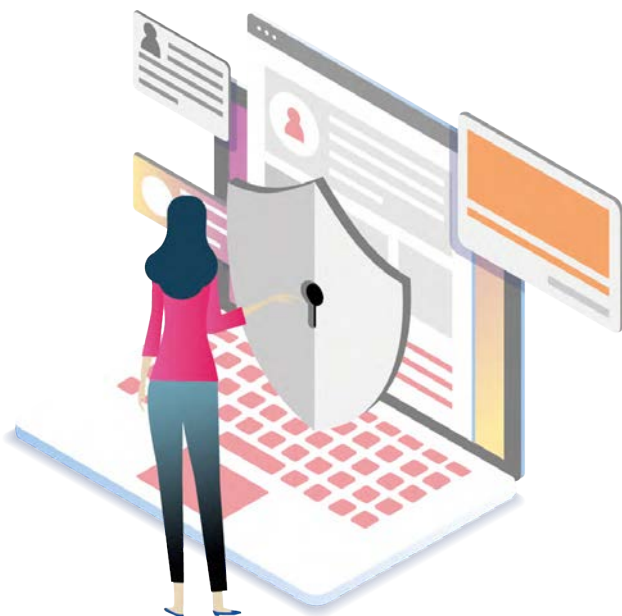
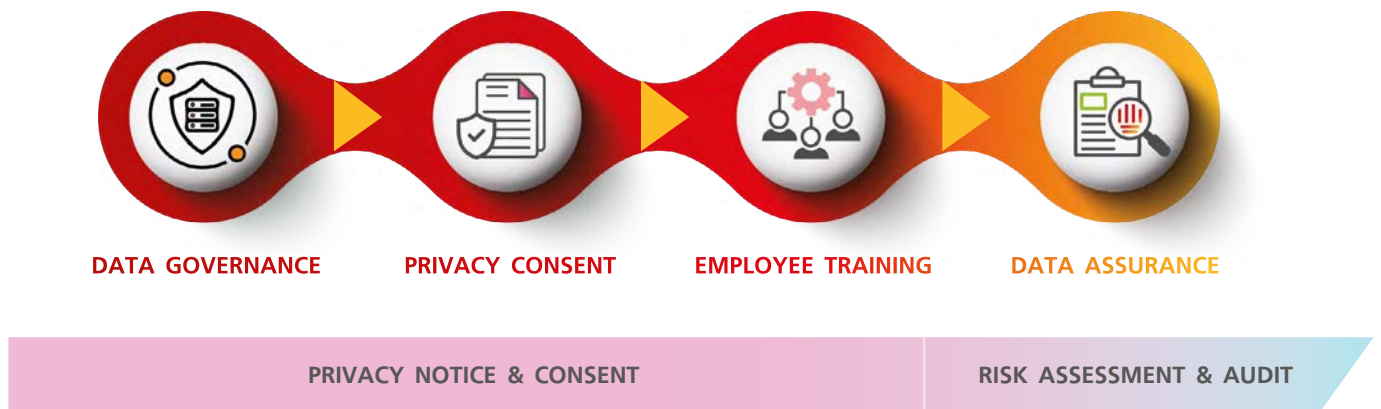
จัดทำแผน DRP/ INCIDENT RESPONSE โดยทบทวนเวียนสำหรับระบบที่มี HIGH AVAILABILITY ทุกครึ่งปี

บริษัทฯ ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการ กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และกรมกิจการ เด็กและเยาวชน จัดกิจกรรมเรียนรู้โลกออนไลน์ เพื่อผ่านแพลตฟอร์มห้องเรียนดิจิทัล VLEARN วันที่ 1-10 พฤศจิกายน 2564 ฟรีให้แก่เยาวชนอายุ 11-18 ปี จำนวนกว่า 5,000 คน เพื่อช่วยสร้างความ ตระหนักรู้ถึงภัยคุกคามในโลกออนไลน์และ การป้องกัน อาทิ การตั้งพาสเวิร์ดให้ปลอดภัย รู้สีก่อนคิดจะโพสต์ CYBER BULLYING CYBER SECURITY การป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล และความผิดตาม พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์



ความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก โครงการ รู้ทันโลกออนไลน์ E-LEARNING

กระบวนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล



การใช้ แก๊ซ ลบ หรือ โอน ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

ลูกค้าในฐานะเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลมีสิทธิเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ตาม พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 โดยใช้สิทธิได้ที่โทรขอไปทุกสาขา หรือติดต่อคอลเซ็นเตอร์ 1242

ในปี 2564 มีลูกค้ายื่นความประสงค์ขอใช้ แก๊ซ ลบ หรือ โอนย้าย ข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 180,056 คำขอ ทั้งนี้บริษัทฯ มีการนำข้อมูลลูกค้า ร้อยละ 100 ไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ตามที่ระบุในนโยบายคุ้มครองข้อมูล ส่วนบุคคลซึ่งลูกค้าให้ความยินยอม

การร้องขอข้อมูลลูกค้าจากหน่วยงานภาครัฐ

บริษัทฯ ได้รับคำร้องขอข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานของลูกค้าจาก หน่วยงานของรัฐ ที่มีอำนาจตามกฎหมาย จำนวน 44,244 ครั้ง ในปีที่ผ่านมา ซึ่งบริษัทฯ มีกระบวนการตรวจสอบคำร้องขอว่าเป็นไปตาม กฎหมาย จำเป็นต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน หรือความมั่นคงของประเทศ สอดคล้องกับนโยบายบริษัทฯ และความ จำเป็นของการใช้ข้อมูลนั้นๆ จึงได้ส่งมอบข้อมูลให้แก่ภาครัฐเพื่อ ตรวจสอบร้อยละ 100 ของจำนวนคำร้องทั้งหมด

กระบวนการรับเรื่องร้องเรียนและการบริหารจัดการ การเยียวยา และบทลงโทษ

บริษัทฯ เปิดรับข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะจากลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียเกี่ยวกับประเด็นความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล ผ่านอีเมล คอลเซ็นเตอร์ และทรูช็อป หรือตามที่ได้ประกาศในนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัทฯ เมื่อได้รับคำถามหรือข้อกังวลจากผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทฯ จะดำเนินการพิจารณาและติดต่อบุคคลดังกล่าวภายในเวลาอันสมควร หากพบการละเมิดข้อมูลความเป็นส่วนตัว บริษัทฯ มีมาตรการเยียวยา

ทางกฎหมายที่มีประสิทธิภาพ ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่สอดคล้องกับ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล กรณีพบการกระทำผิดซึ่งขัดต่อนโยบายโดยเกิดจากบุคคลใดก็ตามบุคคลใดที่กระทำผิดต่อนโยบายฉบับนี้จะต้องได้รับการพิจารณาโทษทางกฎหมาย หากพนักงานกระทำผิดขัดต่อนโยบาย จะได้รับการลงโทษทางวินัยตาม CODE OF CONDUCT และอาจได้รับโทษตามที่กฎหมายกำหนด

รายการข้อร้องเรียน/ข้อมูลรั่วไหลและรายได้ที่สูญเสีย ปี 2564	จำนวน
1 จำนวนข้อร้องเรียนจากลูกค้า/หน่วยงานภายนอก กรณีละเมิดความเป็นส่วนตัวเพื่อการตลาด ซึ่งบริษัทฯ ได้ตรวจสอบแล้วไม่เข้าข่ายการละเมิดความเป็นส่วนตัว	8
2 จำนวนข้อร้องเรียนจากลูกค้า/หน่วยงานภายนอก ที่เข้าข่ายการละเมิดความเป็นส่วนตัว (SUBSTANTIATED CASE)	0
3 จำนวนข้อร้องเรียนจากหน่วยงานของรัฐ กรณีละเมิดความเป็นส่วนตัว	0
4 จำนวนข้อมูลรั่วไหล สูญหาย ถูกทำลาย หรือโดนขโมย	0
5 รายได้ที่สูญเสียจากข้อมูลรั่วไหล สูญหาย ถูกทำลาย หรือโดนขโมย (บาท)	0

CYBERSECURITY CLINIC

116 โครงการ

ในปี 2564 หน่วยงาน DATA AND SECURITY GOVERNANCE & DATA PRIVACY CENTER ได้ให้คำปรึกษาพนักงานด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของระบบงานสารสนเทศของบริษัทฯ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง



E-LEARNING

11,913 คน

พนักงานกลุ่มทรูผ่านการฝึกอบรม 2021 CYBER SECURITY: NEW NORMAL ให้ปลอดภัยใช้ชีวิตบนโลกในยุคดิจิทัล ปี 2564 เพื่อต่อยอดและทบทวนการใช้งานระบบสารสนเทศ และข้อมูลอย่างปลอดภัย



CYBERSECURITY GUARDIAN

28 คน

CYBERSECURITY GUARDIAN คือ พนักงานที่แจ้งอีเมลนำส่งสลับมาให้กับทางทีม CYBER SECURITY ช่วยเป็นเกราะป้องกันภัยทางไซเบอร์ที่เชิงแรกๆ ให้กับบริษัทฯ และได้รับการยกย่องขึ้นชมให้เป็น CYBERSECURITY GUARDIAN 28 คน ในปี 2564



CYBER SECURITY HUB

3,169 คน

พนักงาน 3,169 คน เข้าร่วมเครือข่าย CYBER SECURITY HUB แพลตฟอร์มสำหรับพนักงานทรูโดยเฉพาะ เพื่อใช้สื่อสารแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเรื่องความปลอดภัยทางไซเบอร์และข้อมูลส่วนบุคคล



TRUE TALKS

“ผมดูแลรับผิดชอบด้านการตรวจสอบ ติดตาม และประเมินกิจกรรมการประมวลผลของหน่วยงานต่างๆ ในองค์กรที่สอดคล้องกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อปรับปรุงและปิดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น และส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ โดยหน่วยงาน DATA PRIVACY CENTER สนับสนุนให้มีการพัฒนาระบบ IT ที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนและผลักดันให้บริษัทมีการดำเนินการที่สอดคล้องกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ผมยินดีที่ได้มีส่วนช่วยให้คำปรึกษากับเพื่อนพนักงานเพื่อหากรูพร้อมปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ที่จะมีผลบังคับใช้ วันที่ 1 มิถุนายน 2565”



ประทีป โรจน์ศิริกุลทิธ
IT SPECIALIST
DATA PRIVACY CENTER

การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

(GRI 102-8, 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)



เป้าหมาย
ปี 2021



29

จำนวนชั่วโมง
การอบรมพนักงาน
ต่อคนต่อปี

100%

พนักงานผ่านการอบรม
ด้านความยั่งยืน

ผลการดำเนินงาน
ปี 2021



37.7

จำนวนชั่วโมง
การอบรมพนักงาน
ต่อคนต่อปี

100%

พนักงานผ่านการอบรม
ด้านความยั่งยืน



แนวทางในการบริหารจัดการ

กลุ่มทรู มีคณะกรรมการด้านทรัพยากรบุคคล มีหน้าที่ดูแลอัตรากำลัง และผลิตภาพขององค์กร รวมถึงการพิจารณาเลื่อนตำแหน่ง การปรับเงินเดือนของพนักงาน รวมถึงการกำหนดกรอบการดำเนินงาน ด้านบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลตาม EMPLOYEE JOURNEY

หรือหลัก HR6 CYCLE เพื่อสร้าง CENTER OF GROWTH AND CARE เพื่อขับเคลื่อนงานด้านทรัพยากรบุคคลเข้าสู่ยุคของ HR DIGITIZATION เตรียมความพร้อมของพนักงานรับมือกับ DIGITAL DISRUPTION ในทุกมิติ

กระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล



ผลการดำเนินงานการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

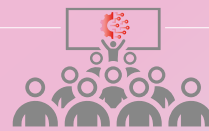
1. การสรรหา



304 คน

นักศึกษาเข้าร่วมโครงการฝึกงาน
TRUE ACADEMY
(SUMMER INTERNSHIP PROGRAM)

2. การพัฒนา

3,649 ล้านบาท
รายได้เพิ่มขึ้นจากโครงการ SPLD1,791 ล้านบาท
ลดต้นทุนการดำเนินงาน
โครงการพัฒนาบุคลากร
LEAN SIX SIGMA15,000 คน
ได้รับการฝึกอบรมหลักสูตร
TRUE DIGITAL ACADEMY

3. การประเมินผลการปฏิบัติงาน



100%

ผ่านการประเมินผลปฏิบัติงาน
แบบรอบทิศทาง 360 องศา

4. ผลตอบแทน

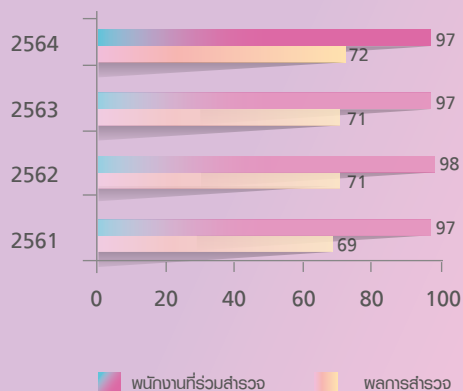


14,231 คน

ได้รับการดูแลและสนับสนุนจาก
โครงการปลูกรักสุขภาพดี
ปลูกรักปลูกความแข็งแกร่ง
ปลูกรักปลูกธรรม
และปลูกรักปลูกความผูกพัน

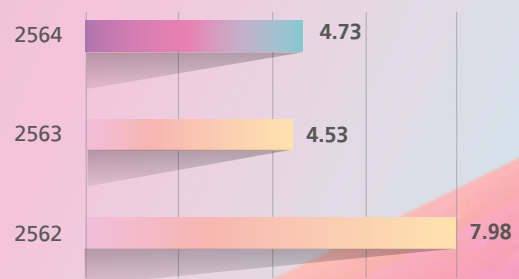
5. การบริหาร

การสำรวจความผูกพันองค์กรและความพึงพอใจโดยรวม (%)



6. การลาออก

อัตราการลาออกจากงานของพนักงานประจำ (ร้อยละ)



1 การสรรหาบุคลากร

กลุ่มทรูให้ความสำคัญกับการสรรหาทรัพยากรบุคคลเพื่อดึงดูดคนรุ่นใหม่ที่มีความสามารถเข้าร่วมงาน โดยจัดตั้งศูนย์พัฒนาศักยภาพทางวิชาชีพ (TRUE CAPABILITY CENTER) ในสถาบันอาชีวศึกษาทั้ง 3 แห่งทั่วประเทศ และรับนักศึกษาฝึกงานในโครงการ TRUE ACADEMY (SUMMER INTERNSHIP PROGRAM) เพื่อเตรียมความพร้อมใน

การทำงานจริงกว่า 304 คน หากผลการประเมินสูงจะได้รับการพิจารณาเข้าเป็นพนักงานของบริษัทฯ ในโครงการ TRUE NEXT GEN นอกจากนี้ยังมีนโยบายการจ้างงานชุมชนในพื้นที่ สนับสนุนคนด้อยโอกาส คนพิการ กว่า 125 คน

2. การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล

การวางแผนทางก้าวหน้าในสายอาชีพ

กลุ่มทรู พัฒนาระบบแผนพัฒนารายบุคคล (INDIVIDUAL DEVELOPMENT PLAN: IDP) เพื่อให้พนักงานได้กำหนดแผนพัฒนาของตนเองโดยมีผู้บังคับบัญชาเป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง รวมถึงยังมีการทำแบบทดสอบการประเมินคุณลักษณะรายบุคคล (PSYTECH PERSONAL INSIGHTS REPORT) ตามการประเมินทางจิตวิทยา (PSYCHOMETRIC TEST) ผลจากการประเมินทำให้พนักงานค้นพบจุดเด่นด้านที่ตนเองถนัด และทราบถึงจุดที่ควรพัฒนาเพิ่มขึ้น เพื่อให้พนักงานสามารถวางแผนการพัฒนาความก้าวหน้าตามสายอาชีพ (CAREER PATH) ได้อย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ ยังจัดงาน TRUE CAREER DAY 2021 เป็นประจำทุกปี เพื่อให้พนักงานวางแผนพัฒนาอาชีพ ค้นหาศักยภาพของตนเอง และเปิดโอกาสให้แจ้งความจำนงค์ในการโอนย้ายหน่วยงานภายในองค์กร เพิ่มโอกาสในการเติบโตกับพนักงาน

PEOPLE ANALYTICS

กลุ่มทรู พัฒนาระบบเพื่อวิเคราะห์เพศ อายุ ความต้องการ และรูปแบบการใช้ชีวิตของพนักงาน ช่วยให้สามารถจัดกลุ่มพนักงานตามพฤติกรรม และความสนใจ พร้อมนำข้อมูลที่ได้มากำหนดเส้นทางเติบโตในการทำงาน (CAREER PATH) เพื่อให้มีความสุขในการทำงาน บริษัทฯ ก็จะสามารถพัฒนาพนักงานไปในทิศทางที่ต้องการควบคู่กับการพัฒนาทักษะในอนาคต (FUTURE SKILL) โดยกลุ่มทรูทำการประเมินพนักงานทั้งหมด 100% มีจำนวนการฝึกอบรมกว่า 1,669 หลักสูตร

โครงการ TRUE NEXT GEN

โครงการ TRUE NEXT GEN จัดตั้งขึ้นเพื่อพัฒนาคณะใหม่ที่มีศักยภาพก้าวขึ้นเป็นผู้นำองค์กรในอนาคต ผ่านการปฏิบัติงานจริงภายใต้การดูแลและให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิดจากผู้บริหารระดับสูง โดยในปี 2564 มีผู้เข้าร่วมโครงการ 88 คน



การพัฒนาผู้นำแบบ MODULAR & CROSS FUNCTIONAL TEAM

โครงการ STRATEGIC PROJECT & LEADERSHIP DEVELOPMENT (SPLD) คือการพัฒนาศักยภาพความเป็นผู้นำ โดยดำเนินโครงการแบบ ACTION-BASED LEARNING อย่างเข้มข้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างการทำงานเป็นทีมมีการกำหนดโครงการย่อยที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อให้ทุกคนลงมือทำจริง วัดผลผ่านตัวชี้วัด เรียนรู้การทำงานนอกเหนือจากงานประจำ โดยในปี 2564 มีพนักงานเข้าร่วมโครงการกว่า 1,134 คน สามารถลดต้นทุนการดำเนินงานเพิ่มรายได้ 3,649 ล้านบาท

โครงการพัฒนาบุคลากร LEAN SIX SIGMA มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในการวิเคราะห์ปัญหา ปรับปรุงการทำงาน และส่งผลในการลดต้นทุน การปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน การเพิ่มรายได้ และการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า โดยในปี 2564 มีพนักงานเข้าร่วมโครงการ 172 คน สามารถลดต้นทุนจากการดำเนินงาน 1,791 ล้านบาท

การอบรมพัฒนาศักยภาพจากหน่วยงานภายในและภายนอก

TRUE DIGITAL ACADEMY มุ่งหวังที่จะเป็นสถาบันชั้นนำในภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ยกระดับความสามารถให้กับคนทำงานให้มีทักษะด้านดิจิทัล ปัจจุบันมีหลักสูตรด้านดิจิทัลที่หลากหลาย เช่น DIGITAL FOUNDATIONS, DATA ANALYTICS, PRODUCT MANAGEMENT, SOFTWARE ENGINEER, DIGITAL MARKETING, UX & DESIGN, DIGITAL ENTREPRENEURSHIP เป็นต้น ส่งผลให้ภาพรวมของ TRUE DIGITAL ACADEMY เติบโตขึ้น 5 เท่า เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2563 และขยายไปยังกลุ่มลูกค้าองค์กรและพันธมิตรภายนอกมากกว่า 30 องค์กร จัดการเรียนการสอนและกิจกรรมให้แก่บุคลากรของประเทศไทยไปแล้วมากกว่า 15,000 คน กว่า 70,000 ชั่วโมงของการเรียนรู้

การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ MICROLEARNING

จากสถานการณ์โควิด-19 บริษัทฯ พัฒนารูปแบบการฝึกอบรมพนักงานแบบ MICROLEARNING โดยทำคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาการเรียนรู้ที่หลากหลาย เข้าใจง่าย และพนักงานสามารถฝึกอบรมได้จากทุกอุปกรณ์ และสนองต่อแนวคิด WORK FROM ANYWHERE โดยในปี 2564 มีเนื้อหาการเรียนรู้ทั้งสิ้น 957 หลักสูตร และมีจำนวนผู้ชมกว่า 368,775 ครั้ง

3. การประเมินศักยภาพทรัพยากรบุคคล

การประเมินผลการปฏิบัติงานแบบรอบทิศทาง 360 องศา

พนักงานทุกคน (100%) ต้องได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีในระบบ PMS โดยต้องกำหนดเป้าหมายที่วัดได้ตามที่ตกลงร่วมกันระหว่างผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างาน กับพนักงาน รวมทั้งต้องได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบรอบทิศทาง 360 องศา (MULTIDIMENSIONAL PERFORMANCE APPRAISAL) จากหัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน และผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งผลการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคนจะถูกนำมาประเมินเทียบเคียงกับพนักงานในระดับเดียวกัน (PERFORMANCE CALIBRATION) เพื่อความแม่นยำ โดยผลการประเมินจะส่งถึงพนักงานโดยตรงผ่านแอปพลิเคชัน TRUE CONNECT สำหรับนำไปพิจารณาผลตอบแทน และการปรับตำแหน่ง

โครงการ TRUE DIGITAL ACADEMY



100%

พนักงานผ่านการอบรมด้านความยั่งยืน

91%

พนักงานผ่านการอบรมด้านดิจิทัล

1,500 บาท

ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมเฉลี่ย/คน

4. พลตอบแทน

การดูแลบุคลากร

กลุ่มทรู ได้จัดตั้งโครงการปลูกรักขึ้นมา ครอบคลุมทั้ง 4 ด้าน คือ ปลูกรักสุขภาพดี ปลูกรักปลุกธรรม ปลูกรักปลุกความมั่งคั่ง และปลูกรักปลุกความผูกพัน

ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ได้แต่งตั้งคณะทำงาน COVID-19 WARROOM ซึ่งรายงานตรงต่อกรรมการผู้จัดการใหญ่ (ร่วม) จัดโครงการ COVID-19 EMPLOYEE ASSISTANT เพื่อให้พนักงานลงทะเบียนรับความช่วยเหลือจากบริษัทฯ เช่น มอบ E-COUPON ซื้ออาหารและเครื่องดื่ม เปิดให้พนักงานกู้ยืมค่าเล่าเรียนบุตรโดยไม่คิดดอกเบี้ย ให้พนักงานยืมคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเพื่อทำงานที่บ้าน กรณีพนักงานที่ยังต้องทำงานบริการ จะมีการจัดหาอุปกรณ์ป้องกัน หน้ากากอนามัย เจลล้างมือ บริการส่งอาหารให้รับประทานฟรี

ปลูกรักสุขภาพดี

100%

พนักงานได้รับการตรวจสุขภาพประจำปี (ข้อมูลสุขภาพจะถูกเก็บเป็นความลับ)

1,500 คน

PLOOK RAK FORUM ถ่ายทอดสดกิจกรรมเพื่อสุขภาพผ่านทางแอปพลิเคชัน VROOM เช่น การสอนโยคะ การเต้น JUZZ DANCE FIT FROM HOME เป็นต้น

ปลูกรักความมั่งคั่ง

614 คน

พื้นที่ "WE CAN ออม" สร้างวินัยการออมเงินแบบดิจิทัลผ่าน TRUE MONEY WALLET

50 คน

HAPPY RETIREMENT เติบโตอย่างแข็งแกร่ง ให้ความสำคัญทางการเงิน/การลงทุน กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และแผนบำนาญ

ปลูกรักปลุกธรรม

158 วันลา

ที่พนักงานลาปฏิบัติธรรม ซึ่งเป็นสวัสดิการที่สนับสนุนให้พนักงานได้พัฒนาสุขภาพใจ

724 คน

ถ่ายทอดสดกิจกรรมการบรรยายธรรมผ่านทางแอปพลิเคชัน VROOM

ปลูกรักความผูกพัน

26,717 ชุด

แจกหน้ากากอนามัย และหน้ากากผ้าให้พนักงาน

17,289 ชุด

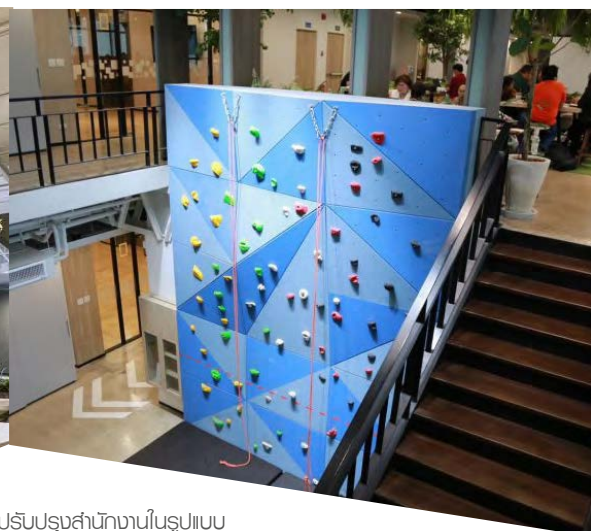
แจกกล่องข้าวให้พนักงาน FRONT OFFICE

120,000 บาท

จัดกิจกรรมระดมทุนเพื่อช่วยเหลือเพื่อนพนักงานที่เจ็บป่วย ภาวะสุขภาพจากการทำงาน



CO-WORKING SPACE



ปรับปรุงสำนักงานในรูปแบบ
CO-WORKING SPACE ที่เน้นความสุข
สุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน เพื่อสร้าง
สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม
เพื่อให้เป็น CREATECH LIVING SPACE มีร่วมกันสมัย

การดูแลพนักงานในช่วงสถานการณ์โควิด-19

- เพิ่มการคุ้มครองค่ารักษาพยาบาลและอาการข้างเคียง
จากการฉีดวัคซีน โควิด-19 ในทุกแผนประกันสุขภาพ
ของพนักงาน
- เปิดสายด่วนให้คำปรึกษาโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ
- ฉีดวัคซีนให้พนักงานครบ 100%



5. การบริหารพนักงาน

การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ HR DIGITIZATION โดยการนำแพลตฟอร์มดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการงานในทุกๆ ส่วน ตั้งแต่การเซ็นสัญญา i-CONTRACT แพลตฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ DIGITIZED HR FORM

ตลอดจนฟังก์ชันในแอปพลิเคชัน CHATBOT หนูจ๊ะจ๋า ที่ตอบข้อสงสัย
ตัวช่วยเพิ่มความสะดวกให้กับพนักงาน ลดการใช้กระดาษตามนโยบาย
ของบริษัทฯ

การปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ

ส่งเสริมให้เกิดความเท่าเทียมกันของพนักงานในทุกระดับเพื่อ
เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น โดยกำหนดไว้อย่างชัดเจน
ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่เปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนมี
โอกาสเท่าเทียมกันในการเติบโตในสายอาชีพและสามารถเข้าถึง
ตำแหน่งระดับสูงได้ หากพนักงานได้รับการประเมินผลที่ดีและมีความ
สามารถที่เกี่ยวข้องกับลักษณะงานเป็นไปตามกระบวนการภายในที่
ชัดเจนและโปร่งใส เพื่อป้องกันและคุ้มครองพนักงานทุกระดับไม่ให้
ถูกเลือกปฏิบัติ อันมีสาเหตุมาจากเรื่องเชื้อชาติ สัญชาติ เผ่าพันธุ์ สีผิว
ต้นตระกูล ศาสนา สถานะทางสังคม เพศ อายุ ความพิการหรือทุพพลภาพ
แนวคิดทางการเมือง ตลอดจนสถานภาพเกี่ยวกับการสมรส มีแนวทาง
ป้องกันไม่ให้เกิดการละเมิดและถูกคุกคามในรูปแบบต่างๆ และยังกำหนดการ
จ่ายเงินเดือนให้มีความเสมอภาค ปี 2564 ไม่มีการร้องเรียนด้านความ
เท่าเทียมและการไม่เลือกปฏิบัติ

ในปี 2564 ผลการสำรวจความผูกพันองค์กรและความพึงพอใจ
โดยรวมของพนักงานเท่ากับร้อยละ 72.3 เกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ร้อยละ
71 โดยกลุ่มทูล วางแผนเชิงรุกเพื่อสร้างเสริมให้พนักงานมีความผูกพัน

กับองค์กร ผ่านการวิเคราะห์ผลคะแนนความผูกพันและความพึงพอใจ
โดยรวมของพนักงาน การจัดโครงการปลูกรัก ตลอดจนการติดตาม
วัดผลอย่างใกล้ชิดจากระดับบริหาร เป็นต้น

มีคณะกรรมการดูแลสวัสดิการ (WELFARE COMMITTEE)
ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากพนักงาน 5 คน ที่ได้รับเลือกจากพนักงาน
ที่เป็นตัวแทนครอบคลุมทุกสินค้าและบริการหลักของบริษัทฯ
โดยมีบทบาทหน้าที่เสนอข้อคิดเห็น หรือให้คำปรึกษา เพื่อจัดสวัสดิการ
ที่เป็นประโยชน์สำหรับพนักงานอย่างเหมาะสม และเทียบเคียงได้ใน
อุตสาหกรรมเดียวกันต่อผู้บริหารของบริษัทฯ เช่น การประกันชีวิต
และการประกันสุขภาพ รวมถึงการคุ้มครองกรณีพิการและทุพพลภาพ
อันเกิดจากการทำงานทั้งพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราว การลา
เพื่อเลี้ยงดูบุตรโดยได้รับค่าจ้างตามวันที่ลาจริงเป็นระยะเวลา 4
เดือนซึ่งมากกว่าที่กฎหมายกำหนด กองทุนสำรองเลี้ยงชีพการจ่าย
ค่าครองชีพ (LIVING WAGE) สิทธิพิเศษจากสินค้าหรือบริการ
ของบริษัทฯ การไม่ทำงานเกินเวลาที่กฎหมายกำหนด ตลอดจน
การจัดทำห้องน้ำ LGBTQ+ ห้องละหมาด เป็นต้น



การจัดทำห้องน้ำที่ทุกเพศสามารถใช้ได้ (ALL GENDER RESTROOMS)

ส่งเสริมการบริการ DIVERSITY EQUITY AND INCLUSION (DE&I) ยอมรับความแตกต่าง
ของพนักงานในองค์กร เช่น
การส่งเสริมความเท่าเทียม LGBTQI+

ความปลอดภัยและสุขภาพของพนักงาน

มีคณะกรรมการด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (OCCUPATIONAL HEALTH SAFETY AND WORKING ENVIRONMENT COMMITTEE) ทำหน้าที่สอบสวนวิเคราะห์หาสาเหตุเรื่องความปลอดภัยและอุบัติเหตุต่างๆ เพื่อหาแนวทางการแก้ไข และป้องกันการเกิดซ้ำ (RISK ALERT) และกำกับดูแลการปฏิบัติตามมาตรการด้านความปลอดภัยของบริษัทฯ

ปี 2564 ฝึกอบรมเกี่ยวกับข้อปฏิบัติในการทำงาน และความปลอดภัย ให้พนักงาน จำนวน 12,982 คน จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมรวม 23,296 ชั่วโมง เพื่อลดความเสี่ยง และจำนวนการเกิดอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงาน ทำให้ไม่พบพนักงานเสียชีวิตจากการทำงาน ไม่พบผู้บาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน มีเพียงการบาดเจ็บทั่วไปจากการทำงาน 9 ราย คิดเป็นชั่วโมงทำงานทั้งหมด 45 ล้านชั่วโมง จำนวนวันทำงานที่สูญเสีย (LOSS WORKING DAY) 460 วัน อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ จะดำเนินการเชิงรุกในด้านความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง โดยมีแนวทางการแก้ไข และป้องกันการเกิดซ้ำ ดังนี้

1. จัดส่ง RISK ALERT ให้หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ให้พนักงานได้รับทราบถึงอันตรายและแนวทางในการป้องกันมิให้เกิดอุบัติเหตุซ้ำขึ้นอีก

2. แจ้งทุกพื้นที่ที่สำรวจหาบริเวณพื้นที่ปฏิบัติงานที่มีความเสี่ยงในลักษณะเดียวกันเพื่อการประเมิน ปรับปรุง แก้ไขและแจ้งให้พนักงานได้รับทราบถึงอันตรายในแต่ละพื้นที่

3. หน่วยงานเร่งตรวจสอบอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (PERSONAL PROTECTION EQUIPMENT: PPE) อุปกรณ์ป้องกันกระแสไฟฟ้าดูด รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือที่ชำรุด ประจํารถ และประจําตัวช่างให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์พร้อมใช้งาน

4. หัวหน้างานต้องตรวจสอบใบอนุญาตในการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานและทบทวนการฝึกอบรมในระยะเวลาที่กำหนด

5. ผู้ปฏิบัติงานและทีมงานต้องวางแผนและประเมินอันตรายก่อนการปฏิบัติงานทุกครั้ง และจะต้องปฏิบัติตามขั้นตอนการทำงานและยึดกฎระเบียบความปลอดภัยเสมอ

6. หน่วยงานที่ตรวจรับงานต้องตรวจสอบว่าเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด หากพบว่างานติดตั้งดังกล่าวไม่เป็นไปตามกำหนด จะต้องปฏิเสธและสั่งให้ผู้รับเหมาทำการแก้ไขให้แล้วเสร็จ

7. หัวหน้างานเพิ่มความถี่ในการตรวจการปฏิบัติงานที่หน้างาน

ช่องทางการสื่อสารระหว่างบริษัทฯ และพนักงาน

มีช่องทางการสื่อสารระหว่างบริษัทฯ และพนักงาน เพื่อรับฟังความคิดเห็น รับเรื่องร้องเรียน รวบรวมข้อมูล และข้อเสนอแนะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรบุคคล รวมถึงการแจ้งสถานการณ์ที่ไม่ปลอดภัย และมีความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุ ผ่านแอปพลิเคชัน TRUE CONNECT และส่ง SMS



True Connect :

People > ค้นหา HR Care Center > เลือก Chat
หรือเลือกเมนู More > Discover > กดติดตาม HR Care Center



E-mail :

HRcarecenter@truecorp.co.th



HR Web :

Mail to HR Care > แจ้งรายละเอียดและเบอร์ติดต่อกลับ

TRUE TALKS

“หลังจากวิกฤต COVID-19 เกิดเป็นวิถีการทำงานแบบใหม่ ทรูเป็นองค์กรที่ปรับตัวเร็ว และ จัดเตรียมเครื่องมือ และแอปพลิเคชันต่างๆ ให้กับพนักงาน สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำงานได้ถูกที่ ทุกเวลา รวมถึงสร้างเสริมให้เกิด CONNECTION COMMUNICATION และ COLLABORATION ในการทำงานที่สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยจากโรคระบาด”



เมธิชา บัวรอด
TRUE NEXT GEN

การจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 409-1, 411-1, 412-1, PA 7)



เป้าหมาย
ปี 2021



100%

การดำเนินธุรกิจของกลุ่มธุรกิจ
การร่วมค้า พันธมิตรทางธุรกิจ
และคู่ค้าได้รับการตรวจสอบด้าน
สิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

ผลการดำเนินงาน
ปี 2021



100%

หน่วยงานภายในของกลุ่มธุรกิจ
การร่วมค้า พันธมิตรทางธุรกิจ
และคู่ค้าเข้ารับการตรวจสอบด้าน
สิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

แนวทางการบริหารจัดการ

กลุ่มธุรกิจ บริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันและหลีกเลี่ยงการละเมิดสิทธิมนุษยชน รวมถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนกำหนดมาตรการเยียวยาและลดผลกระทบดังกล่าว โดยกำหนดแนวทางการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนที่สอดคล้องตามกฎหมายของประเทศ และหลักการสากล ตามที่ได้ประกาศนโยบายสิทธิมนุษยชน ที่สอดคล้องกับหลักการสากล 10 ประการของ UN GLOBAL COMPACT ปฏิญญาสากลว่าด้วยหลักการสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (THE UNIVERSAL DECLARATION OF HUMAN RIGHTS: UDHR) หลักการชี้แนะของสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (THE UNITED NATIONS GUIDING PRINCIPLES ON BUSINESS AND HUMAN RIGHTS:

UNGPS) หลักการด้านมนุษยธรรมและสิทธิขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION: ILO) รวมถึง ยังเป็นผู้ก่อตั้งสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย

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

กระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (HUMAN RIGHTS DUE DILIGENCE PROCESS)

กลุ่มธุรกิจ กำหนดให้มีการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (HUMAN RIGHTS DUE DILIGENCE PROCESS) ทุก 2 ปี โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภายใน และภายนอก อาทิ กลุ่มกิจการร่วมค้า คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ โดยครอบคลุมประเด็นต่างๆ เช่น อาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และเสรีภาพในการสมาคม และความปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อระบุ

และจัดลำดับประเด็นความเสี่ยง (HUMAN RIGHTS RISKS IDENTIFICATION AND PRIORITIZATION) เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งอยู่บนหลักการเคารพด้านสิทธิมนุษยชน ส่งผลให้ปี 2564 บริษัทฯ ไม่เคยได้รับการร้องเรียนประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนทั้งจากหน่วยงานภายใน และภายนอก



100%

มีการตรวจสอบด้าน
สิทธิมนุษยชน
อย่างรอบด้านครอบคลุม
ถึงห่วงโซ่อุปทาน

ผลการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

ผลการตรวจประเมินด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน พบประเด็นสิทธิมนุษยชนที่มีความเสี่ยงระดับสูง (SALIENT ISSUES) 2 ประเด็น คือ สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน เช่น อุบัติเหตุจากการเดินทางของพนักงาน รวมถึงโรคติดต่อโรคระบาดร้ายแรงกับพนักงานที่ให้บริการลูกค้า และ สุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า เช่น ความพร้อมของอุปกรณ์ความปลอดภัยของลูกค้า/พันธมิตรทางธุรกิจและลูกค้า

บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางในการลดความเสี่ยง ตลอดจนวิธีป้องกัน เฝ้าระวัง ตรวจสอบ แก้ไข และเยียวยา หากมีการละเมิดเกิดขึ้น โดยมี คณะทำงานด้านสิทธิมนุษยชน และคณะทำงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานทำหน้าที่ตรวจสอบให้เป็นไปตามมาตรการป้องกันและแก้ไข และติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นสิทธิมนุษยชนที่มีความเสี่ยงระดับสูง (SALIENT ISSUES)	มาตรการป้องกันและแก้ไข	ผลการดำเนินงาน
1. สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน เช่น อุบัติเหตุจากการเดินทางของพนักงาน รวมถึงโรคติดต่อโรคระบาดร้ายแรงกับพนักงานที่ให้บริการลูกค้า เกี่ยวข้องกับ: พนักงาน/ลูกค้า	- อบรมพนักงานในหลักสูตรการขับรถเชิงป้องกันอุบัติเหตุ เพื่อลดความเสี่ยงอันเกิดจากการขับขี่ของพนักงาน - กำหนดมาตรการป้องกันโควิด-19 สำหรับพนักงานที่สัมผัสกับลูกค้าโดยตรง เช่น ตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายในแต่ละวัน สวมใส่หน้ากากอนามัยเมื่ออยู่ภายในลูกค้า การทำความสะอาดอุปกรณ์ทุกชิ้นด้วยแอลกอฮอล์ เป็นต้น - จัดให้มีการฉีดวัคซีนโควิด-19 - จัดบุคลากรทางการแพทย์ดำเนินการตรวจ ATK สำหรับพนักงาน	4,064 จำนวนพนักงานที่ผ่านการอบรมหลักสูตรการขับรถเชิงป้องกันอุบัติเหตุ - ไม่มีพนักงานเสียชีวิตจากการทำงาน (สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมที่หน้า 43) 100% พนักงานได้รับการฉีดวัคซีนป้องกันโควิด-19 ครบทั้ง 2 เข็ม 100% พนักงานได้รับการตรวจ ATK ก่อนเริ่มทำงาน
2. สุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า เช่น ความพร้อมของอุปกรณ์ความปลอดภัยของลูกค้า/พันธมิตรทางธุรกิจและลูกค้า เกี่ยวข้องกับ: พันธมิตรทางธุรกิจและลูกค้า	- บริษัทฯ มีระบบบริหารจัดการความปลอดภัยลูกค้า (ผู้รับเหมา) โดยแยกตามลักษณะงานของลูกค้า (ผู้รับเหมา) - จัดทำ CHECKLIST ตรวจสอบอุปกรณ์ความปลอดภัยของลูกค้าที่ลักษณะงานมีความเสี่ยง - ลูกค้าปัจจุบัน และรายใหม่เข้าร่วมอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและความปลอดภัย - ลูกค้าทั้งหมดต้องทำระบบการประเมินตนเองด้านความปลอดภัย	100% ลูกค้า (ผู้รับเหมา) ได้รับการมาตรฐานการทำงานที่ปลอดภัย และคู่มือความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน 100% ลูกค้า (ผู้รับเหมา) ผ่านการอบรมหลักสูตรความปลอดภัย - ไม่มีลูกค้าเสียชีวิตจากการทำงาน 100% ลูกค้า (ผู้รับเหมา) ผ่านการประเมินความเสี่ยงในหัวข้ออุปกรณ์บนระบบออนไลน์ 100% ลูกค้าหลักทางตรงผ่านการประเมินสถานที่ปฏิบัติงาน

TRUE TALKS

“พฤติกรรมความปลอดภัยสร้างได้ เพื่อให้พนักงาน ผู้รับเหมา เพื่อนลูกค้า ตระหนักและปฏิบัติงานด้วยความปลอดภัย มีสุขอนามัยที่ดี องค์กรจึงมุ่งเน้นส่งเสริมภาวะผู้นำด้านความปลอดภัย เสริมสร้างจิตสำนึกและทัศนคติรวมไปถึงการลดพฤติกรรมเสี่ยง เพื่อสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยที่ยั่งยืนในองค์กร”



สุพรรณรัตน์ นิพนธ์
SPECIALIST
SAFETY, HEALTH & ENVIRONMENT



HEALTH

มุ่งมั่นสร้างสังคม
ที่ยั่งยืน

**นำเสนอและสร้างสรรค์คุณค่าดีๆ
เพื่อพัฒนาสุขภาพ
และความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคม**

- การสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม
- ความพร้อมใช้งานและความครอบคลุมของเครือข่าย
- การบริหารลูกค้าสัมพันธ์
- การบริหารจัดการนวัตกรรม





การสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม

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



เป้าหมาย
ปี 2021



70,000 คน

สร้างงานและส่งเสริมรายได้แก่
เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย
และกลุ่มเปราะบางตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ผลการดำเนินงาน
ปี 2021



122,860 คน

สร้างงานและส่งเสริมรายได้แก่
เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย
และกลุ่มเปราะบางตลอดห่วงโซ่อุปทาน

แนวทางการบริหารจัดการ

กลุ่มทรูให้ความสำคัญกับการตอบแทนสังคม และใส่ใจในสิ่งแวดล้อม (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITIES: CSR) โดยมีการกำหนดนโยบายสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกันให้ครอบคลุมทุกมิติ ซึ่งมีการแต่งตั้งคณะทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR WORKING

TEAM) โดยมีกลยุทธ์การขับเคลื่อนเพื่อสร้างผลกระทบทางบวกต่อสังคม 3 ด้าน ได้แก่ ปลูกความรู้ ปลูกความดี และปลูกใจรักสิ่งแวดล้อม รวมถึงการจัดทำโครงการทรูอาสา ที่ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ จำนวน 1,015 คน

ผลการดำเนินงานการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม



การเป็นพลเมืองที่ดี และการสนับสนุนโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ปี 2564

การสนับสนุนเพื่อสังคม	เงิน (ล้านบาท)	มูลค่าสิ่งของ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
การลงทุนสนับสนุนชุมชน	62.20	10.37	37
การสนับสนุนกิจกรรม เพื่อการตลาด/สร้างแบรนด์	11.03	64.40	38
การบริจาค	48.04	0.89	25
รวม	121.27	74.86	100

11.91
ล้านบาท

การอาสาของพนักงาน
ในโครงการความ
รับผิดชอบต่อสังคม

75.2
ล้านบาท

ค่าตอบแทนพนักงาน
ด้านความรับผิดชอบต่อ
สังคมและ
การส่งเสริมการศึกษา

โครงการปลูกความรู้

โครงการประกวดภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสังคม TRUE YOUNG PRODUCER AWARD

จัดประกวดภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสังคม ครั้งที่ 17 ในหัวข้อ
ความดีที่ไม่มีใครรู้ แร่ให้รู้ว่ามี ในระดับนิสิต-นักศึกษา
ชิงถ้วยพระราชทานฯ สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า
กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี
พร้อมทุนการศึกษา เพื่อออกอากาศทางทรูวิชั่นส์
และสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ
มีเยาวชนเข้าร่วม 250 ทีม กว่า 750 คน



โครงการปลูกความดี

โครงการพัฒนาศักยภาพและคุณภาพชีวิตกลุ่มเปราะบาง

จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมเพื่อการทำงานบุคคลออทิสติก
(CP-TRUE-AUTISTIC THAI VOCATIONAL TRAINING CENTER)
เป็นสถานที่พัฒนาทักษะอาชีพต่างๆ ที่เหมาะสมกับศักยภาพจำนวน
1,920 คน นำไปสู่การจ้างงานตามมาตรา 33 และ 35 จำนวน
125 คน นอกจากนี้ยังจัดฝึกอบรมแอปพลิเคชัน AUTISTIC
เพื่อใช้เป็นเครื่องมือฝึกฝนทักษะพื้นฐานที่จำเป็น
ทั้งด้านสติปัญญา กายภาพและเคลื่อนไหว 815 คน

นอกจากนี้ ยังร่วมกับมูลนิธิกระจกเงาพัฒนาสายรัดข้อมือ
เพื่อแจกให้กับผู้ที่มีโอกาสพลัดหลงรวมกว่า 781 เส้น
ลดงบประมาณในการติดตามผู้สูญหายกว่า
40,000 บาท/เดือน/คน



กลุ่มทรู พัฒนาแพลตฟอร์ม TRUE SMART MERCHANT

กลุ่มทรู พัฒนาแพลตฟอร์ม TRUE SMART MERCHANT
สำหรับเป็นช่องทางการขายให้กับร้านค้าทุกประเภท
ทั้งที่มีหน้าร้าน หรือขายออนไลน์ อาทิ สินค้าอุปโภคบริโภค
สิ่งของเครื่องใช้ เสื้อผ้า เป็นต้น โดยไม่มีค่าใช้จ่าย
และไม่เก็บค่าธรรมเนียม (GP) โดยในปี 2564
มีเงินหมุนเวียนกว่า 2,000 ล้านบาท
ช่วยเหลือผู้ประกอบการรายย่อย
และร้านโชวห่วยกว่า 120,000 ร้านค้า



โครงการปลูกใจรักสิ่งแวดล้อม

โครงการพัชรสุรานุรักษ์

กลุ่มทรู ร่วมกับคณะวิทยาการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ร่วมพัฒนาเทคโนโลยี AI (ARTIFICIAL INTELLIGENCE) โดยระบบจะทำการคัดกรองเฉพาะภาพช้างป่า พร้อมพิกัด และส่งเข้า CLOUD และแจ้งเตือนต่อไปยังแอปพลิเคชัน ชนาอนุรักษ์ ของเจ้าหน้าที่หรือตัวแทนชุมชนที่ได้รับพิชิตในพื้นที่ตามพิกัดนั้น ๆ โดยอัตโนมัติ เพื่อเสริมระบบเฝ้าระวังและเตือนภัยล่วงหน้า ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถคัดกรองเฉพาะภาพช้างป่าได้แม่นยำถึง 90%



โครงการอนุรักษ์นกกระเรียนพันธุ์ไทย และแอปพลิเคชัน ดูนก

พัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อรายงานการพบเห็นนกกระเรียนเพื่ออนุรักษ์ โดยในปี 2564 จัดให้มีการปล่อยนกกระเรียนสู่ธรรมชาติ 12 ตัว พบนกเกิดขึ้นในธรรมชาติ 8 ตัว โดยมุ่งหวังให้จำนวนนกกระเรียนในธรรมชาติเพิ่มขึ้นทุกปี ปัจจุบันมีนกกระเรียนในธรรมชาติกว่า 120 ตัว พร้อมทั้งสนับสนุนเกษตรกรกว่า 80 ครัวเรือน ทำเกษตรอินทรีย์เพื่อขยายพื้นที่แหล่งอาหารให้นกกระเรียน นอกจากนี้ ยังสนับสนุนศูนย์อนุรักษ์พื้นที่ชุ่มน้ำและนกกระเรียนพันธุ์ไทย จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อส่งเสริมระบบนิเวศแหล่งน้ำให้เป็นที่อยู่และแหล่งอาหารของนกกระเรียน

กลุ่มทรู ร่วมกับ องค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์ (อสส.) และพันธมิตร ในปี 2562 ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ เพื่อเตรียมจัดกิจกรรมเปิดตัวศูนย์อนุรักษ์พื้นที่ชุ่มน้ำและนกกระเรียนพันธุ์ไทย จังหวัดบุรีรัมย์และปล่อยนกกระเรียนพันธุ์ไทยคืนสู่ธรรมชาติ ซึ่งจะเป็นพื้นที่เรียนรู้และอนุรักษ์นกกระเรียนพันธุ์ไทย รวมทั้ง เพื่อส่งเสริมความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศในจังหวัด



โครงการครัวปันอิ่ม

กลุ่มทรู ร่วมกับพันธมิตรกว่า 100 องค์กร
ส่งมอบอาหารและเครื่องดื่ม 2 ล้านกล่อง
ใน 40 จุดทั่วกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
รวมถึงหน้ากากอนามัยซีพี ให้แก่
ประชาชนในชุมชน กลุ่มจิตอาสา กลุ่มแพทย์พยาบาล
และกลุ่มเปราะบาง เช่น บุคคลออทิสติก
ผู้ป่วยติดเตียง ผู้แยกกักตัวที่บ้าน
เกิดการจ้างงานผู้ประกอบการรายย่อย
กว่า 3 ล้านบาท



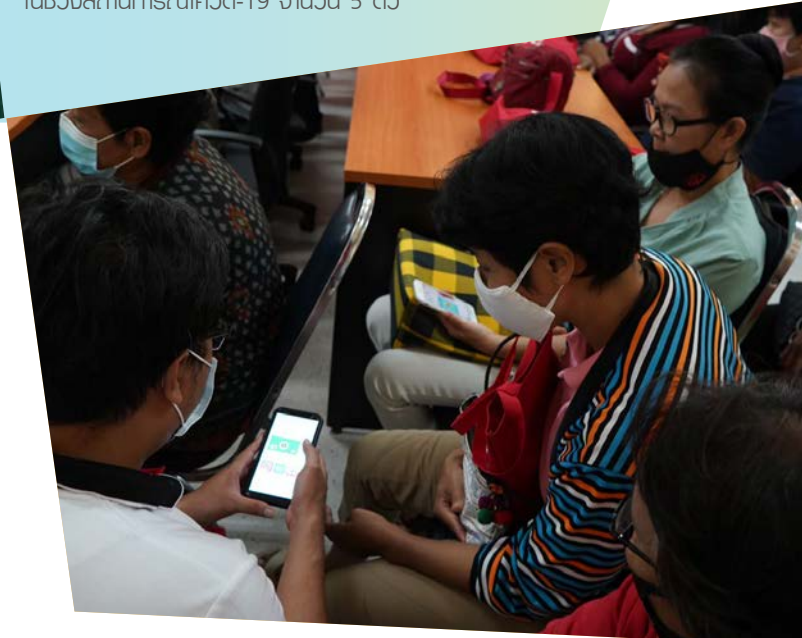
โครงการสู้ภัยโควิด-19

กลุ่มทรู สนับสนุนทุนย่นต่ออัจฉริยะ ทรู 5G เทป
ช่วยเหลือผู้ป่วยในโรงพยาบาล เพื่อช่วยลดความเสี่ยง
ในการปฏิบัติงานของบุคลากรทางการแพทย์
ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 จำนวน 5 ตัว



โครงการทรูอาสา และกิจกรรมการมีส่วนร่วมของชุมชน

บริษัทฯ มีโครงการทรูอาสา เชิญชวนพนักงานทรู
ให้ร่วมกันทำความดีผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น ปลุกต้นไม้
อาสาแจกอาหารครัวปันอิ่ม กว่า 1,015 คน
และได้จัดกิจกรรมสร้างความผูกพัน
ร่วมกับชุมชนทั่วประเทศ (COMMUNITY ENGAGEMENT)
ตอบสนองความต้องการของชุมชน เช่น การสอนใช้งานโซเชียลมีเดีย
ที่จำเป็นกับชีวิตประจำวันในสถานการณ์โควิด-19
และแนะนำวิธีการใช้งานแอปพลิเคชันต่างๆ มีผู้เข้าร่วมกว่า 3,600 คน



TRUE TALKS

“กลุ่มทรู นำความเชี่ยวชาญด้านดิจิทัลช่วยพัฒนาแอปพลิเคชัน AUTISTIC ที่ช่วยน้องๆ ออทิสติก
เพิ่มสมรรถภาพทั้งร่างกาย สติปัญญา และจิตใจ ช่วยลดความเหลื่อมล้ำ และยกระดับคุณภาพชีวิต
ของกลุ่มเปราะบางให้ได้รับโอกาสในการพัฒนาศักยภาพตามความเหมาะสม สามารถยืนหยัดอยู่ในสังคม
ได้อย่างมีศักดิ์ศรีและยั่งยืน”



สมภพ แสนอัฐย์

SENIOR MARKETING EXECUTIVE
EDUCATION AND ACADEMIC AFFAIRS

ความพร้อมใช้งาน

และความครอบคลุมเครือข่าย

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



เป้าหมาย
ปี 2021



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

ผลการดำเนินงาน
ปี 2021



- **99.81%** ผลสำรวจการใช้งานของเครือข่าย
- **0.045 ชั่วโมง/คน/ปี** ดัชนีระยะเวลาหยุดชะงักของเครือข่าย
- **0.02 ครั้ง/คน/ปี** ดัชนีความถี่เฉลี่ยของเครือข่ายหยุดชะงัก

* อ้างอิง: SYSTEM AVERAGE INTERRUPTION DURATION INDEX (SAIDI)

** อ้างอิง: SYSTEM AVERAGE INTERRUPTION FREQUENCY INDEX (SAIFI)

แนวทางการบริการจัดการ

บริษัทฯ เป็นผู้นำในการให้บริการสื่อสารโทรคมนาคม และเทคโนโลยีดิจิทัลครบวงจรที่มุ่งมั่นดำเนินการเพื่อให้มีเครือข่ายการสื่อสารที่ทันสมัย ได้มาตรฐาน มีประสิทธิภาพ ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ทั้งนี้ ยุทธศาสตร์ที่ใช้ในการบริหารจัดการเครือข่าย คือ “FIRST MOVER AND GAME CHANGER” โดยมีกลยุทธ์ในการพัฒนาเครือข่ายให้มีประสิทธิภาพสูงอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ 1. การพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีร่วมกับพันธมิตรที่มีความแข็งแกร่งอย่างต่อเนื่อง 2. ติดตามเทรนด์เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาเครือข่ายในการรองรับ 3. รับฟังปัญหาของลูกค้าเพื่อแก้ไขปัญหาได้ทันที 4. ติดตามและตรวจสอบเครือข่ายสม่ำเสมอให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพอยู่ตลอดเวลา 5. มีความพร้อมให้บริการในทุกสถานการณ์ โดยมีมาตรฐานขั้นตอนในการออกแบบเครือข่ายที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กระบวนการการออกแบบเครือข่าย

NETWORK DESIGN PROCESS



การพัฒนาเครือข่าย 5G

กลุ่มทรู ได้มีการเตรียมความพร้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อดำเนินการสู่การเป็น TECH COMPANY เต็มรูปแบบ พร้อมเสริมศักยภาพโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น โดยเชื่อมโยงความเป็นระบบนิเวศดิจิทัลครบวงจร 5G พร้อมโซลูชันที่ทันสมัยเข้าไว้ด้วยกัน



ความครอบคลุมของเครือข่าย

ทรูเป็นผู้ให้บริการเครือข่าย 5G รายเดียวที่มีคลื่นที่ครบ 7 ย่าน ความถี่มากที่สุดและครอบคลุมที่สุดในประเทศ ในปี 2564 บริษัทฯ ได้ขยายเครือข่ายและติดตั้งเสาสัญญาณและสถานีฐานเพิ่มกว่า 10,000 แห่ง และพัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพความพร้อมใช้งานของเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง ใน 7 พื้นที่ยุทธศาสตร์ของบริษัทฯ อันได้แก่ โรงพยาบาล สถานศึกษา ห้างสรรพสินค้า โรงงาน ชนสงเคราะห์

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ และในทรูซ้อปทุกสาขา ครอบคลุมพื้นที่ทั้ง 77 จังหวัด ครอบคลุมจำนวนประชากร 98% ของทั้งประเทศ และ 100% ในพื้นที่โครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี) ตามข้อกำหนดของสำนักงาน กสทช. ที่ต้องการให้ 5G เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อน DIGITAL TRANSFORMATION ให้ไทยมีศักยภาพพร้อมแข่งขันได้กับประเทศอื่นเสริมกับเครือข่าย 4G ที่มีอยู่

บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับพื้นที่ทั่วโลกที่ไม่เคยมีสัญญาณโทรศัพท์มาก่อน เช่น ภูเขาสูง เกาะกลางทะเล และพื้นที่ชายแดนที่ห่างไกลชุมชน ในการขยายเครือข่ายโทรศัพท์ และสัญญาณอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์เพื่อให้สามารถสื่อสาร และใช้เทคโนโลยีได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกับพื้นที่อื่นๆ ตลอดจนเพิ่มประสิทธิภาพของสัญญาณในพื้นที่ที่มีการใช้งานหนาแน่น ในพื้นที่ยุทธศาสตร์ (STRATEGIC LOCATION) เช่น แหล่งชุมชน โรงพยาบาล สถานศึกษา และสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ เพื่อให้สามารถรองรับการใช้งานเครือข่ายได้อย่างราบรื่นไม่มีสะดุด



การป้องกันการหยุดชะงักของเครือข่าย

บริษัทฯ มีการพัฒนาระบบในการตรวจสอบและป้องกันการหยุดชะงักในการให้บริการของเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง โดยได้พัฒนาระบบ INTELLIGENCE OPERATION CENTER (IOC) 4.0 ซึ่งเป็นระบบการมองรอบด้านถึงการใช้งานของลูกค้า COMPLAINT และ MOBILE APPLICATION เพิ่มเติมจาก DASHBOARD และ AUTO BOT และระบบ ALARM MONITORING & AUTO DISPATCH TICKET ที่แจ้งเหตุขัดข้องอัตโนมัติ (ALARM AUTOMATIC) ได้ 100% อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ความมั่นใจกับลูกค้าว่าสามารถใช้งานเครือข่ายได้อย่างราบรื่นและต่อเนื่องตามมาตรฐานสากลและเป้าหมายการให้บริการเครือข่ายของกลุ่มทรู

ในปี 2564 ซึ่งอยู่ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 มีการใช้ข้อมูลมากขึ้นจากการ WORK FROM HOME ด้วยสมรรถนะของระบบติดตามตรวจสอบความสามารถการใช้งานได้ของเครือข่ายแบบ 24 ชั่วโมง 365 วัน ของกลุ่มทรู ทำให้สามารถลดการหยุดชะงักของเครือข่ายอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีดัชนีระยะเวลาหยุดชะงักเฉลี่ยของเครือข่ายเท่ากับ 0.045 ชั่วโมง/คน/ปี หรือ 2.68 นาที/คน/ปี และดัชนีความถี่เฉลี่ยของเครือข่ายหยุดชะงักเท่ากับ 0.02 ครั้ง/คน/ปี ซึ่งมีประสิทธิภาพของเครือข่ายสูงกว่ามาตรฐานสากล



ตารางแสดงความพร้อมใช้งานเครือข่ายของกลุ่มทรู

ผลการดำเนินงาน	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
ระยะหยุดชะงักเฉลี่ยของเครือข่าย (ชั่วโมง/คน/ปี)	0.38	0.19	0.05	0.05
ความถี่เฉลี่ยของเครือข่ายหยุดชะงัก (ครั้ง/คน/ปี)	0.18	0.10	0.02	0.02

การให้บริการเครือข่ายอย่างต่อเนื่องในสถานการณ์ไม่ปกติ

ระบบติดตามตรวจสอบ ความสามารถการใช้งานของเครือข่าย

บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบป้องกันการหยุดชะงัก
ของเครือข่ายเพื่อให้สามารถให้บริการ
ได้อย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงเกิดเหตุการณ์ไม่ปกติ
อยู่เนื่องการคาดการณ์และควบคุมเหตุที่เกิดขึ้น
เช่น ภัยธรรมชาติ ทีมงานก็เตรียมพร้อม
ตลอด 24 ชั่วโมง เข้าไปในพื้นที่เพื่อดูแล
ให้เครือข่ายสามารถให้บริการลูกค้า
ได้ตามปกติในทุกสถานการณ์ฉุกเฉิน



กรณีน้ำป่าไหลหลาก จากพายุเตี้ยนหมู่ ช่วงเดือนกันยายน ในพื้นที่
อำเภอดู่ฝาง จังหวัดตาก มีผลทำให้ระบบสื่อสารสัญญาณใต้น้ำท่วม
FIBER OPTIC ขาดหลายจุด หลังจากน้ำลดทีมงานที่รับผิดชอบในพื้นที่
ได้นำรถเครือข่ายเคลื่อนที่เข้าไปให้บริการแทนเสาสัญญาณและเปลี่ยน
ระบบสื่อสารสัญญาณเป็นระบบไมโครเวฟ ตามแนวทางการแก้ไขเหตุ
ขัดข้องของบริษัทฯ ทำให้เครือข่ายสามารถกลับมาให้บริการได้อย่าง
รวดเร็วตาม SLA ที่กำหนดไว้ และเหตุน้ำท่วมในพื้นที่ อ. บางบาล
จ. พระนครศรีอยุธยา ทีมวิศวกรและทีมช่างของทรูได้ขับเจ็ทสกีและ
เรือเร็วลุยน้ำลงพื้นที่เข้าดูแลซ่อมแซมโมเด็มเราเตอร์และอุปกรณ์
สื่อสารช่วยเหลือลูกค้าที่ประสบภัยน้ำท่วมให้สามารถใช้งานได้อย่าง

ต่อเนื่อง ในช่วงโควิด-19 ที่ผ่านมามีกลุ่มทรูร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการนำ
สรรพกำลัง เทคโนโลยีและเครือข่ายเข้าสนับสนุนภารกิจเคียงคู่สู้โควิด
ซึ่งเป็น 1 ในภารกิจหลักในการร่วมฝ่าวิกฤติโควิด-19 เพื่ออำนวยความสะดวก
ในการติดต่อสื่อสารให้กับบุคลากรทางการแพทย์ ผู้ป่วย
และประชาชนผู้มารับบริการฉีดวัคซีนโดยติดตั้งและขยายเครือข่าย 5G
4G และ WIFI ภายในโรงพยาบาล โรงพยาบาลสนาม จำนวน 217 แห่ง
และศูนย์ฉีดวัคซีนนอกโรงพยาบาล จำนวน 934 แห่งทั่วประเทศ พร้อม
สนับสนุนรถเครือข่ายเคลื่อนที่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งาน
เครือข่ายคุณภาพของทรู

การพัฒนากรเครือข่ายเคลื่อนที่ (CELL ON WHEEL)



จากการพัฒนากรเครือข่ายเคลื่อนที่ (CELL ON WHEEL)
มาอย่างต่อเนื่อง ทำให้กลุ่มธุรกิจเครือข่าย
เคลื่อนที่ที่มีความหลากหลาย เช่น รถ 4 ล้อ 6 ล้อ
รถลากจูง (CELL ON TRAILER) และ
รถกระบะขับเคลื่อน 4 ล้อ (4WD) ตลอดจนการ
พัฒนาเสาส่งสัญญาณโทรศัพท์
ประเภทประกอบหน้างาน สามารถให้บริการ
ในพื้นที่ที่หลากหลายได้ตามความเหมาะสม
ตามสถานการณ์ ทำให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่า
ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนในสถานการณ์ใดก็สามารถใช้
บริการเครือข่ายของทรูได้อย่างรวดเร็ว
และราบรื่นตลอดเวลา ปัจจุบันกลุ่มธุรกิจเครือข่าย
เคลื่อนที่รวม 108 คัน และเสาส่งสัญญาณ
ประกอบหน้างานพร้อมให้บริการ
กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค

การสำรวจความพร้อมใช้งานเครือข่าย

บริษัทฯ มีการดูแลรักษาและติดตามการทำงานของเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เครือข่ายมีความพร้อมใช้งานและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง โดยยังคงแบ่งระดับความรุนแรงของการเกิดเหตุที่กระทบต่อการให้บริการ (SERVICE AFFECT) และไม่กระทบต่อการให้บริการ (NON-SERVICE AFFECT) เป็น 5 ระดับ เป็นมาตรฐานของระยะเวลาในการแก้ไขเหตุที่เกิดขึ้นและให้เครือข่ายกลับมาพร้อมใช้งานได้เร็วที่สุด พร้อมกับการสำรวจความพึงพอใจและข้อเสนอแนะของลูกค้าในประเด็นการขาดหายของสัญญาณเพื่อนำมาพัฒนาการให้บริการของเครือข่าย โดยกำหนดเป้าหมายตามเกณฑ์ US FEDERAL COMMUNICATION COMMISSION (US FCC RULES) คือมากกว่าร้อยละ 96.60 และผลการสำรวจประจำปี 2564 บริษัทฯ ได้รับความพึงพอใจในความพร้อมใช้งานของเครือข่ายสูงถึงร้อยละ 99.81



ผลการสำรวจความพึงพอใจ ในความพร้อมใช้งานเครือข่ายของทรู

ผลการดำเนินงาน	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
ความพึงพอใจ (ร้อยละ)	99.88	99.92	99.78	99.81

การให้ความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐที่กำกับดูแล และการปฏิบัติตามข้อกำหนด

ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 กลุ่มทรู ร่วมกับ กสทช. และกระทรวงสาธารณสุข สนับสนุนส่งเสริมให้ประชาชนสามารถเข้าถึงการฉีดวัคซีนป้องกันโควิด-19 ได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ลงทะเบียนและบริหารจัดการนัดหมายล่วงหน้าด้วยระบบ USSD, WEBSITE: VACCINE.TRUEID.NET และ QR CODE ผ่านเครือข่ายทรูพร้อมติดตั้งเครือข่ายสื่อสารอัจฉริยะ ทรู 5G/4G และ WIFI เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานของบุคคลากรทางการแพทย์ ตลอดจนอำนวยความสะดวกให้กับประชาชน ณ ศูนย์ฉีดวัคซีนกลางบางซื่อ กรุงเทพฯ



บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการปฏิบัติตามข้อกำหนดขั้นตอนการติดตั้งเครือข่ายตลอดจนคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดกับชุมชนรอบเสาสัญญาณโดยการให้ความรู้เรื่องสนามแม่เหล็กไฟฟ้ากับชุมชนก่อนการติดตั้งเครือข่ายทุกครั้ง แม้ว่าในปัจจุบันยังไม่มีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ว่าคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าจากเสาส่งสัญญาณมือถือมีผลกระทบต่อสุขภาพมนุษย์ บริษัทฯ ก็ให้ความสำคัญกับประเด็นดังกล่าวโดยปฏิบัติตามข้อกำหนดของ กสทช. และองค์การ

กิจการโทรคมนาคมและประกาศข้อบังคับของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม (สำนักงาน กสทช.) อย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ ยังมีการควบคุมมาตรฐานการปล่อยคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าที่ต้องอยู่ในอัตราน้อยกว่า 0.1% ซึ่งเป็นปริมาณคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าที่อยู่ในระดับความปลอดภัยตามที่ กสทช. และองค์การ

TRUE TALKS

“ความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน เพื่อให้เครือข่ายมีความทันสมัย ตามมาตรฐาน มีประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า เราจึงนำ TECHNOLOGY ต่างๆ เช่น DATA-ANALYTIC AND AI MACHINE LEARNING เข้ามาดูแลเครือข่ายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เป็นการป้องกันเครือข่ายแบบ PROACTIVE คือ รู้เร็ว ช้อนเร็ว และป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบ ทำให้เราารู้ก่อนและแก้ไขก่อนที่จะเกิดผลกระทบต่อลูกค้า เป็นการดูแลตั้งแต่การติดตั้งและสร้างประสบการณ์ที่ดีตลอดการใช้งานของลูกค้า”



วรรณฤติ เตชะสุวรรณ
ASSOCIATE DIRECTOR
INTELLIGENT OPERATION CENTER

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์

(GRI 102-43, 102-44, 103-1, 103-2, 103-3, PA 2, PA 5)



เป้าหมาย
ปี 2021



90.00% คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า
ต่อการให้บริการ ผ่านระบบ iCSAT

ผลการดำเนินงาน
ปี 2021



91.87% คะแนนความพึงพอใจของ
ลูกค้าต่อการให้บริการ ผ่านระบบ iCSAT



แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญในการตอบสนองและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ตามแนวทางการบริหารจัดการรางวัลคุณภาพแห่งชาติ (THAILAND QUALITY AWARDS :TQA) และ TRUE QUALITY EXCELLENCE FRAMEWORK (TQEF) รวมถึงหลักการบริหารตามข้อกำหนดสากล CUSTOMER OPERATION PERFORMANCE CENTER FOR CUSTOMER SERVICE PROVIDER (COPC FOR CSP) ตอบสนองการบริหารลูกค้าสัมพันธ์แบบยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (CUSTOMER CENTRIC) บริหารประสบการณ์ลูกค้าตลอดแผนผังการเดินทางลูกค้า (CUSTOMER JOURNEY) พร้อมช่องทางการให้บริการคุณภาพ

นอกจากนี้ ได้นำปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีดิจิทัลมาให้บริการลูกค้าผ่านระบบอัตโนมัติและระบบออนไลน์ ออกแบบการให้บริการแบบ CUSTOMER CHAMPION แบ่งเป็นพื้นที่ย่อย 116 พื้นที่ มีเจ้าหน้าที่

ดูแลลูกค้าในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้มั่นใจว่าจะได้รับบริการตรงตามความต้องการในระยะเวลาที่กำหนด ตลอดจนให้บริการที่สอดคล้องกับข้อกำหนดของกฎหมายในส่วน พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล PDPA ผ่านช่องทาง VDO CALL โดยเจ้าหน้าที่ดูแลลูกค้าจะได้รับการอบรมและปลูกฝังค่านิยมการดูแลลูกค้าตามแนวปฏิบัติ SERVICE BLUEPRINT

บริษัทฯ ได้กำหนดตัวชี้วัดการให้บริการ (KPI) ในระดับหัวหน้างาน กำหนดจุดควบคุมความเสี่ยง (CONTROL POINT) การประกันคุณภาพ (QUALITY ASSURANCE) รวมถึงการตรวจติดตามคุณภาพ (INTERNAL AUDIT) เพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าได้รับบริการที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน ตลอดจนมีการทบทวนผลการปฏิบัติงานและประสบการณ์ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอโดยผู้บริหาร นำมาวิเคราะห์และพัฒนาการบริหารงาน เพื่อตอบสนองความต้องการ สร้างประสบการณ์ที่ดีและสร้างความพึงพอใจสูงสุด

กระบวนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์แบบยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (CUSTOMER CENTRIC)



- CUSTOMER SATISFACTION & ENGAGEMENT SURVEY
- MARKETING/PRODUCT & SALES CHANNELS STRATEGIES
- SERVICE STRATEGIES
- RELATIONSHIP MANAGEMENT STRATEGIES
- COMPLAINT HANDLING
- CUSTOMER SEGMENTATION
- CUSTOMER NEED ANALYSIS

การพัฒนาการให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ ได้นำเทคโนโลยีมาพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการของลูกค้า ตลอดจนสร้างความพึงพอใจในความสะดวกรวดเร็ว ได้แก่ การพัฒนา ระบบวีดีโอคอล ที่บูรณาการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการคอลเซ็นเตอร์ เทเลเซลส์ การให้บริการผ่านระบบอัตโนมัติ และการให้บริการออนไลน์



การพัฒนาระบบ VIDEO CALL ที่รู้ข้อ

- VIDEO CALL CONSENT (PDPA): VIDEO CALL SERVICE ที่มีฟังก์ชัน CONSENT ขอบันทึกภาพ เสียงและการยืนยันตัวตน ด้วยบัตรประชาชนทุกครั้งที่ใช้บริการ
- VIDEO CALL - AFS WITH VROOM: การให้บริการงานขาย (SALES) และบริการหลังการขาย (AFTER SALES) ผ่านแพลตฟอร์ม VROOM ที่พัฒนาโดยบริษัทฯ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าที่มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น สามารถลดข้อผิดพลาดในการให้บริการลงได้มากกว่า 50%
- VIDEO CALL INTEGRATE WITH iSERVICE AND MARI: ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการ MARI CHAT แทนการรอการให้บริการ VIDEO CALL ผ่าน iSERVICE ทำให้ลูกค้าได้รับบริการหลังการขายที่สะดวกและรวดเร็วขึ้น

การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการคอลเซ็นเตอร์

- INTELLIGENCE FAULT SYSTEM: ระบบช่วยวิเคราะห์ปัญหาและแก้ไขปัญหาให้กับพนักงานให้บริการอย่างถูกต้องและแม่นยำ ลดระยะเวลาในการวิเคราะห์ปัญหา ทำให้สามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้ตรงความต้องการ และรวดเร็วขึ้น โดยยังคงให้บริการ 24 ชั่วโมงที่หมายเลข 1242 รองรับภาษาไทย อังกฤษ จีน พม่า และญี่ปุ่น
- SERVICE TRACKING: ลูกค้าสามารถติดตามสถานะของการแจ้งเหตุเสียด้วยตนเองผ่านแอปพลิเคชัน TRUE iSERVICE โดยสามารถระบุวันเวลาให้ช่างเข้าให้บริการแก่เหตุเสียได้ตามที่ต้องการ
- MICRO ORGANIZATION CALL CENTER: จัดตั้ง CALL CENTER ในแต่ละพื้นที่สอดคล้องกับทีมงานขายที่ดูแลพื้นที่ ให้บริการใกล้ชิดและทั่วถึง สนับสนุนการขายทำให้เข้าถึง เข้าใจ และแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว

การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการช่องทางเทเลเซลส์

- CHAT & SHOP: การขายผ่าน DIGITAL PLATFORM ให้ลูกค้าคุยกับพนักงานและซื้อสินค้าผ่าน LINE@ เพิ่มประสบการณ์การใช้บริการที่ง่าย สะดวกรวดเร็วขึ้น และมีแผนขยายช่องทางการขายผ่าน SOCIAL COMMERCE ในอนาคต
- เชื่อมต่อระบบ VOICE ANALYTIC กับ VOICE RECORDING: ประมวลผลสนทนาระหว่างลูกค้าและเจ้าหน้าที่ให้บริการเพื่อวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า และพัฒนาเป็น SCRIPT การขายและการบริการหลังการขาย
- SALES OUTBOUND CENTER: จัดตั้งศูนย์เทเลเซลส์ส่วนภูมิภาคในจังหวัดอุบลราชธานี เชียงใหม่ สุราษฎร์ธานี พิษณุโลก และอยุธยา สามารถให้บริการที่เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น ตลอดจนสำรวจพื้นที่การให้บริการ ONLINE ที่แม่นยำและเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งสินค้าได้รวดเร็วขึ้น

การให้บริการผ่านระบบอัตโนมัติ

AFTER SALE SMART SERVICE KIOSK: พัฒนาให้สามารถเปลี่ยนการใช้บริการแบบเดิมเป็นการใช้บริการแบบรายเดือนเพิ่มเติมจากการให้บริการที่มีอยู่เดิม มีแผนเพิ่มจำนวนเป็น 51 ตู้ ในต้นปี 2565 พร้อมพัฒนาซอฟต์แวร์ให้สามารถประเมินความพึงพอใจในการให้บริการ การซื้อชม การซื้อแพคเกจเติมเงินและจองเบอร์สวย (NICE NUMBER)





การให้บริการออนไลน์

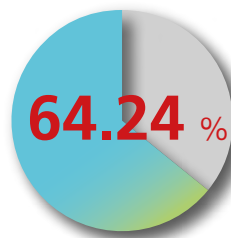
TrueID: แอปพลิเคชันที่รวมแอปพลิเคชันต่างๆ ของบริษัทฯ ให้ลูกค้าสามารถดำเนินการทุกอย่างได้ในแอปพลิเคชันเดียว พร้อมการดูแลลูกค้าเชิงรุกอย่างต่อเนื่องด้วยทีมช่างคุณภาพตลอด 24 ชั่วโมง โดยนำ AI มาวิเคราะห์ข้อร้องเรียนของลูกค้าเพื่อส่งช่างไปตรวจสอบก่อนเกิดปัญหาและสามารถเรียกสถานะผ่านแอปพลิเคชัน เพิ่มความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าในการใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง



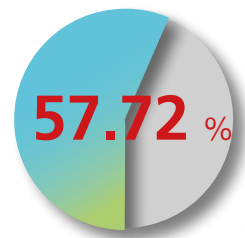
มะลิ (MARI)

ผู้ช่วยเหลือส่วนตัวอีอีอีที่คอยดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ในรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายครอบคลุมทุกสินค้าและบริการของกลุ่มธุรกิจ ด้วยการพัฒนากิจกรรมของมะลิให้มีความหลากหลายขึ้น และเรียนรู้คำศัพท์ใหม่ๆ สามารถรับรู้และแยกแยะความต้องการได้ถึงร้อยละ 89 เพิ่มความสะดวก รวดเร็ว และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในการใช้บริการ

การให้บริการผ่านช่องทางดิจิทัล ในปี 2564



สัดส่วนช่องทางการให้บริการ



สัดส่วนรายได้จากช่องทางการให้บริการ

■ ช่องทางดิจิทัล ■ ช่องทางอื่นๆ

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (CUSTOMER ENGAGEMENT)

- การดูแลลูกค้าในกรณีเกิดภัยพิบัติ: นอกจากการดูแลช่วยเหลือให้พร้อมใช้งานตลอด 24 ชั่วโมงแล้ว บริษัทฯ ยังได้ส่ง SMS เตือนภัยให้กับลูกค้าในกรณีเกิดภัยพิบัติ เพื่อให้ลูกค้าของเตรียมความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ภัยพิบัติที่จะเกิดขึ้นและบรรเทาความเดือดร้อนของลูกค้าช่วงประสบอุทกภัยโดยไม่ตัดสัญญาณขยายเวลาชำระค่าบริการแก่ลูกค้ารายเดือน ตลอดจนขยายวันใช้งานให้ 30 วัน สำหรับลูกค้าแบบเติมเงินในพื้นที่ประสบภัย
- การปิดกั้น SMS ที่มีข้อความไม่เหมาะสม: บริษัทฯ ตระหนักและให้ความสำคัญต่อปัญหาข้อความลามก อนาจาร หลอกลวง และการพนันออนไลน์โดยปิดกั้น SMS ในลักษณะดังกล่าวมาโดยตลอด ตามแนวทางของ กสทช. และได้เปิดศูนย์เฉพาะกิจรับแจ้งปัญหา SMS ผ่านหมายเลขพิเศษ โทร 02-700-8085
- การดูแลลูกค้าที่ต้องการการบริการพิเศษ: บริษัทฯ มุ่งมั่นในการเข้าไปมีบทบาทที่สำคัญในการช่วยยกระดับ คุณภาพชีวิตของกลุ่มเปราะบางโดยการออกแบบแพ็คเกจที่มีความเหมาะสมต่อการใช้งาน เช่น BLIND SIM สำหรับผู้บกพร่องทางการมองเห็น พร้อมบริการเสริมโทรฟรีในเครือข่าย ใช้ APPLICATION LINE ฟรี, TAB TO READ, READ FOR THE BLIND DEAF เป็นต้น และ SIM สำหรับผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในระบบเติมเงินราคาพิเศษ พร้อมบริการเสริมอื่นๆ สนับสนุนผู้พิการทางการได้ยินในการสื่อสารกับคนอื่นๆ ในสังคม โดยสามารถติดต่อศูนย์บริการ TRUE CARE LIVE FOR DEAF ด้วยระบบวิดีโอคอล (VIDEO CHAT) โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

การให้บริการในช่วงสถานการณ์ โควิด-19

บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดทำแพ็คเกจพิเศษอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการเรียนและทำงานที่บ้านในช่วงสถานการณ์โควิด-19 รวมถึงเปิด TRUE POP-UP SHOP ขยายช่องทางให้บริการใกล้แหล่งชุมชนเพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการอย่างสะดวกและต่อเนื่อง

แพ็คเกจพิเศษสำหรับผู้มีรายได้น้อย และผู้ที่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ

แพ็คเกจสำหรับลูกค้า ได้แก่ ซิมเรียนที่บ้าน ให้สามารถเรียนฟรีโดยไม่คิดค่าบริการอินเทอร์เน็ต และแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตในราคาพิเศษสำหรับทำงานที่บ้าน กลุ่ม TRUE ID พร้อมความรู้และความบันเทิง นิิตบุ๊ค เกมและอุปกรณ์เชื่อมต่อสัญญาณไร้สายราคาพิเศษ พร้อมบริการจัดส่งให้ลูกค้าถึงบ้าน



TRUE POP-UP SHOP และ MOBI SHOP

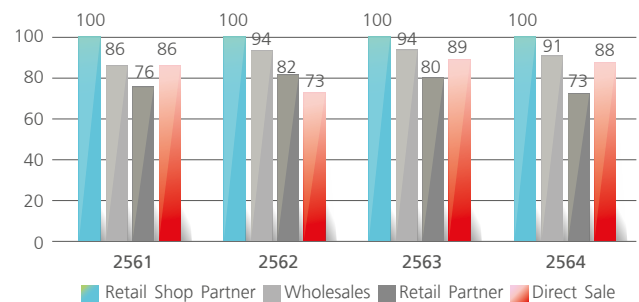
เปิด TRUE POP-UP SHOP 30 สาขา ขยายช่องทางให้บริการใกล้แหล่งชุมชนเพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการอย่างสะดวกและต่อเนื่อง ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัด และรถ MOBI SHOP “ร้านรถติดล้อ” วิ่งให้บริการ รับชำระค่าบริการ เปลี่ยนแปลงข้อมูล ย้ายค่าย เปลี่ยนซิมใหม่เบอร์เดิม สมัครแพ็คเกจเสริม เลือกซื้อสินค้า และสอบถามข้อมูลได้เช่นเดียว กับที่ TRUE POP-UP SHOP



มาตรฐานการให้บริการ

เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกันในทุกช่องทางการให้บริการจากตัวแทนขายหรือพันธมิตรทางการค้า (DEALER/TRUE AGENT) เหมือนได้รับบริการโดยตรงจากบริษัทฯ กลุ่มทรูได้กำหนดมาตรฐานการให้บริการและแนวทางในการปฏิบัติงาน โดยฝึกอบรมพนักงานก่อนปฏิบัติงาน พร้อมมีการตรวจสอบ (AUDIT) ในทุกขั้นตอนโดยผู้ตรวจประเมินทั้งภายในและภายนอกองค์กร ตามกรอบมาตรฐาน ISO 9001:2015 ISO 14001:2015 และ ISO 45001:2018

การตรวจประเมินช่องทางการให้บริการ (ร้อยละ)



การประเมินความพึงพอใจลูกค้า

บริษัทฯ ได้สำรวจความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอผ่านระบบการประเมินความพึงพอใจออนไลน์ (iCSAT) ผลการสำรวจ ปี 2564 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการสูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ 90% โดยลูกค้าส่วนใหญ่พึงพอใจในประเด็น 1. การให้บริการของพนักงานที่ซื่อ 2. ระยะเวลาการให้บริการที่เคาน์เตอร์ 3. ระยะเวลาที่รอรับบริการที่รวดเร็ว และสิ่งที่ลูกค้าต้องให้ปรับปรุง คือ 1. ระยะเวลารอสายในการใช้บริการคอลเซ็นเตอร์ 2. การติดตามงานและแจ้งความคืบหน้า 3. ลดขั้นตอนการให้บริการหลังการขาย ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้นำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงกระบวนการให้บริการ ตลอดจนกำหนดตัวชี้วัดในการให้บริการ พร้อมติดตามผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดเป้าหมายความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการไว้ที่ 90% ตั้งแต่ปี 2563 จนถึงปี 2573

ผลสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (iCSAT)

ผลการดำเนินงาน	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
ความพึงพอใจของลูกค้า (ร้อยละ)	85.6	86.7	91.5	91.8

TRUE TALKS

“การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น INTELLIGENCE FAULT SYSTEM หรือการใช้ MARI AI มาบริการลูกค้าของ CALL CENTER สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าและวิเคราะห์ปัญหาได้อย่างแม่นยำ MARI AI สามารถให้ข้อมูลและตอบลูกค้าได้ทันที ทำให้การให้บริการทำได้รวดเร็วขึ้น ช่วยลดระยะเวลาการรอคอย รวมไปถึงการใช้ระบบปฏิบัติการ CRM ที่เป็นระบบปฏิบัติการหลักเข้ามาช่วยเพิ่มศักยภาพในการให้บริการ ทำให้สามารถนำเสนอบริการที่เหมาะสมกับลูกค้ารายต่อรายแบบ PERSONALIZE OFFERING ทำให้ผลการสำรวจความพึงพอใจของการให้บริการลูกค้าที่เป็นตัวชี้วัดการให้บริการอยู่ที่ระดับ 90% อย่างต่อเนื่อง”



อุษาสันต์ อุดมรัตน์
ASSOCIATE DIRECTOR
GROUP REGIONAL
CUSTOMER MANAGEMENT

การบริหารจัดการนวัตกรรม

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



เป้าหมาย
ปี 2021



- **50.0%** มูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์และบริการใหม่เชิงนวัตกรรมสูงขึ้น*
- **15 ผลงาน** สิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตร

ผลการดำเนินงาน
ปี 2021



- **51.7%** มูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์และบริการใหม่เชิงนวัตกรรมสูงขึ้น*
- **15 ผลงาน** สิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตร

*เทียบกับปีฐาน 2558



แนวทางการบริหารจัดการ

กลุ่มทรู มุ่งสู่การเป็น TECH COMPANY ในการปรับตัวให้ทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก บริษัทฯ ใช้รูปแบบการจัดการนวัตกรรมแบบเปิด (OPEN INNOVATION) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกไลฟ์สไตล์ได้อย่างทันท่วงที พร้อมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันมุ่งเน้นสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าโดยการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ และกำหนดเป้าหมายด้านนวัตกรรมเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ (STRATEGIC ALIGNMENT) ของบริษัทฯ มุ่งสร้างสรรค่นวัตกรรมตอบสนองการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อม เพื่อร่วมขับเคลื่อนสังคมไทยให้ก้าวสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ

บริษัทฯ ได้สร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ (INNOVATIVE CULTURE) โดยออกแบบสถานที่ทำงานให้ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ด้วยรูปแบบ CO-WORKING SPACE ตลอดจนส่งเสริมพนักงานให้แสดงศักยภาพ ผ่านเวทีประกวดนวัตกรรมในองค์กรได้ตลอดทั้งปี ในโครงการ TRUE INNOVATION AWARDS โดยการสะสมคะแนนเป็นนวัตกรรม

ระดับต่างๆ โครงการพอใจวันเดียว ตอกย้ำการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมร่วมผลักดันการเปลี่ยนแปลงเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ

บริษัทฯ ใช้กรอบการบริหารนวัตกรรม “รู้ ผล ร่วม ใจ ทำ” เป็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาสินค้าและบริการ เน้นความรวดเร็วในการพัฒนานวัตกรรมในรูปแบบของวงรอบการพัฒนา (SPRINT CONCEPT) เน้นการลดต้นทุนสร้างรายได้ ตลอดจนการรับมือกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและให้ความสำคัญกับทรัพย์สินทางปัญญา สนับสนุนนวัตกรรมในทุกระดับด้วย INNOVATIVE LEADER โดยประธานคณะกรรมการบริหาร กลุ่มทรู ได้ให้ความสำคัญกับนวัตกรรมและเป็นผู้ผลักดันยุทธศาสตร์ที่สำคัญอย่างต่อเนื่อง ในการก่อตั้งหน่วยงานด้านต่างๆ เช่น TRUE ROBOTICS, TRUE IOT, TRUE ANALYTICS, E-COMMERCE รวมถึงเทคโนโลยี TRUE 5G ทำให้เรามีโอกาสในการทดลองและริเริ่มในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ขององค์กร

กระบวนการการบริหารนวัตกรรม



กลุ่มทรู อยู่ในระหว่างการปรับเปลี่ยนจาก CONNECTIVITY สู่การเป็น TECH COMPANY เพื่อเป็นองค์กรดิจิทัลอย่างสมบูรณ์ ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของเทรนด์โลก จึงเป็นที่มาของการพัฒนานวัตกรรม และเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ๆ ภายใต้แนวคิดการสร้างนวัตกรรมเพื่อสังคมที่ยั่งยืน ด้วยกระบวนการสร้างนวัตกรรมของบริษัทฯ ในการสร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการ และสามารถต่อยอดเป็นธุรกิจใหม่ที่สร้างรายได้ให้แก่องค์กร การนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ

ได้นั้น บริษัทฯ ได้ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงสถาบันต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน อาทิ สถาบันการศึกษา บริษัทในเครือฯ คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ โดยมี ศูนย์นวัตกรรมเป็นหน่วยงานหลักที่สำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ โดยยึดกระบวนการ NEW PRODUCT DEVELOPMENT (NPD) ตามกรอบขั้นตอนการบริหารจัดการนวัตกรรม

ระบบนิเวศนวัตกรรมภายในและภายนอกองค์กร



ผลงานด้านนวัตกรรม ปี 2561 - 2564

	trueLAB	trueINCUBE 
ศูนย์นวัตกรรม ทรู	ทรูแลป	ทรูอินคิว
3,890 นวัตกรรม 1,268 ผลงานนวัตกรรม 58 สิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร 4,617 ล้านบาทมูลค่าผลิตภัณฑ์	9 สถาบันการศึกษา 48 โครงการวิจัย	14 สตาร์ทอัพ 511 ล้านบาทจำนวนเงินลงทุน

มูลค่าในการวิจัยและพัฒนา ปี 2564



true ROBOTICS

หน่วยงานที่ทำการวิจัยและพัฒนาหุ่นยนต์ ทั้งส่วนของ HARDWARE และ SOFTWARE ก่อตั้งมาเป็นเวลากว่า 3 ปี เป็นพื้นที่เปิดโอกาสให้ผู้ที่สนใจขึ้นรอบหุ่นยนต์มาร่วมโครงการ ในปี 2564 จัดโครงการ TEMI ROBOT BOOTCAMP ใน 20 มหาวิทยาลัย มีโครงการวิจัยและพัฒนา ด้านหุ่นยนต์ 25 โครงการ รวมทั้งนำหุ่นยนต์ไปช่วยเหลือผู้ป่วยในโรงพยาบาลสนับสนุนการปฏิบัติงาน บุคลากรทางการแพทย์ในสถานการณ์โควิด-19

ผลงานนวัตกรรมที่โดดเด่น

เพื่อการก้าวเป็นผู้นำด้านนวัตกรรม บริษัทฯ จึงดำเนินโครงการ TRUE INNOVATION AWARD และ โครงการพอใจวันเดียว มาอย่างต่อเนื่อง สม่่าเสมอเป็นประจำทุกปี สนับสนุนในการพัฒนานวัตกรรมและผลักดัน

สร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรมที่หลากหลายรูปแบบ เช่น นวัตกรรมเชิงธุรกิจ นวัตกรรมเพื่อสังคม และนวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น



นวัตกรรมเชิงธุรกิจ

แพลตฟอร์ม หมอดี

แพลตฟอร์มที่ช่วยให้คนไทยเข้าถึงการบริการสุขภาพได้ง่าย ประหยัดเวลาในการเดินทางและการรอคิวที่คลินิกหรือโรงพยาบาล ลดความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ พร้อมปรึกษาปัญหาสุขภาพ กับทีมแพทย์และผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพที่ครอบคลุมกว่า 20 สาขา ทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิต เช่น เด็ก อายุรกรรม ศัลยกรรม กระดูกและข้อ ก้นตกรวมผิวหนัง-ชะลอวัย ออฟฟิศซินโดรม แพทย์แผนจีน เกษตรกรรม และโภชนาการ ด้วยการให้บริการที่ง่ายเพียงไม่กี่ขั้นตอน

TRUE ID TV BOX NEW VERSION

กล่องรับสัญญาณที่ทำให้เครื่องรับทีวีธรรมดากลายเป็น ทีวีอัจฉริยะเชื่อมต่อความบันเทิงระดับโลก ด้วยการปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์ภายนอก พัฒนาการเชื่อมต่อ รองรับเทคโนโลยีในอนาคต ได้แก่ ระบบความคมชัดระดับ 4K พอร์ต USB3.0 HDMI ช่องเสียบ LAN และพอร์ทัลเสียง OPTICAL SPDIF ตลอดจนสามารถติดตั้ง แอปพลิเคชันเพิ่มจาก GOOGLE PLAY STORE บนระบบปฏิบัติการ ANDROID 10 ด้วยการเชื่อมต่อ อินเทอร์เน็ตบ้านหรือแชร์ HOTSPOT จากมือถือ ใช้ได้กับทีวีให้บริการอินเทอร์เน็ตทุกราย



VIRTUAL REALITY MALL

ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าที่ชื่นชอบในโลกเสมือนจริง (METAVERSE) เฟลิตาเวิลเสมือนเลือกซื้อสินค้าบนแคปซูลเตอร์ ในร้านค้าหรือห้างสรรพสินค้า พร้อมสอบถามรายละเอียดสินค้าจากพนักงานประจำร้าน พบเจอกับเพื่อนใหม่ในโลกใหม่และคนคุ้นเคยจากโลกใบเดิม โดยสื่อสารผ่านตัว AVATAR และมีแผนในการพัฒนาให้สามารถจ่ายเงินด้วย DIGITAL NON-FUNGIBLE TOKEN (NFT) TRUEMONEY และ TRUEPOINT รองรับสังคมดิจิทัลได้อย่างเต็มรูปแบบในอนาคต

นวัตกรรมเชิงสังคม

SCREENING TOOLS FOR SPECIAL NEEDS (STS)

แพลตฟอร์มคัดกรองเด็กพิเศษ ที่กลุ่มทรู พัฒนาร่วมกับมูลนิธิธอสไทย เพื่อช่วยคัดกรองเบื้องต้นในการประกอบการตัดสินใจในการเข้ารับการรักษา และลงทะเบียนเข้าสู่ระบบสวัสดิการของภาครัฐทำให้สามารถจัดสรรสวัสดิการได้อย่างถูกต้องตรงตามความต้องการ ตลอดจนรวบรวมข้อมูลพื้นฐาน จำนวน และตำแหน่งที่อยู่ของบุคคลออทิสติกทั่วประเทศ เพื่อต่อยอดส่งเสริมอาชีพ ได้ตรงตามความสามารถและทักษะ พัฒนาศูนย์กลางนวัตกรรมที่ดียิ่งขึ้นอย่างเท่าเทียม



นวัตกรรมเชิงสิ่งแวดล้อม

โครงการ ทรู ดิจิทัล พาร์ค

โครงการที่ผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีและนวัตกรรมสิ่งแวดล้อม เป็นศูนย์กลางนวัตกรรมดิจิทัลที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่โดดเด่นด้วยระบบนิเวศครบวงจรเพื่อสตาร์ทอัพพร้อมนวัตกรรมในการจัดการสิ่งแวดล้อม เช่น ระบบจัดการการพลังงานโดยใช้ AI วิเคราะห์ HEAT MAP เปิดปิดไฟฟ้าและเครื่องปรับอากาศ หอฟอกอากาศอัตโนมัติแบบไฮบริดทำงานร่วมกับแผงโซลาร์เซลล์ ระบบสร้างพลังงานจากการเดินเท้า ระบบจัดการของเสีย และนวัตกรรมเครื่องย่อยสลายเศษอาหารเป็นปุ๋ย เป็นต้น



ศูนย์กลางนวัตกรรมทรู 5G

ทรูได้สร้างมิติใหม่แห่งนวัตกรรม 5G โดย TRUE 5G WORLDTECH X ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม พนักพันธมิตรชั้นนำทุกภาคส่วนทั้งในไทยและระดับโลกครั้งแรกในประเทศ สร้างสรรค์ศูนย์กลางนวัตกรรมทรู 5G พลิกโฉมวิถีธุรกิจอุตสาหกรรมไทยยุคดิจิทัลที่เกิดขึ้นจริงแล้ว อาทิ วงการแพทย์ และการสาธารณสุข การเกษตร การศึกษา การค้าปลีก อุตสาหกรรม และการบริหารจัดการเมืองอัจฉริยะซึ่งเต็มเต็มระบบนิเวศ 5G ที่จะเป็นรากฐานของการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถของประเทศให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน



TRUE TALKS

“ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ทีม TRUE ROBOTICS ได้มีส่วนร่วมในการนำเทคโนโลยี หุ่นยนต์ (ROBOT), FACE RECOGNITION THERMO SCAN, LOCATION BASED SERVICE ไปช่วยเหลือบุคลากรทางการแพทย์ ตัวอย่างเช่น การใช้หุ่นยนต์เพื่อส่งน้ำ อาหาร ยา สื่อสารระหว่างผู้ป่วยกับบุคลากรทางการแพทย์ นำหุ่นยนต์และเทคโนโลยีในการสแกนอุณหภูมิร่างกายและการระบุตัวตนเพื่อคัดกรองผู้ป่วยในพื้นที่ต่างๆ เพื่อช่วยลดการสัมผัสใกล้ชิด กับผู้ป่วย รวมถึงการคัดกรองเบื้องต้นซึ่งเสี่ยงต่อการติดเชื้อ เราหวังว่าเราจะเป็นส่วนหนึ่งในการนำเทคโนโลยีมาช่วยเหลือประชาชนให้สามารถผ่านพ้นวิกฤตครั้งนี้ไปได้ด้วยกัน”



เจอริกฤต รัตนารัตน์
IT SPECIALIST
INNOVATION CENTER



HOME

มุ่งมั่นเพื่อสิ่งแวดล้อม
ที่ยั่งยืน

**สร้างจิตสำนึกรักธรรมชาติ
เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
สร้างสังคมให้น่าอยู่**

- การจัดการต้นสิ่งแวดล้อม
และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ





การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 302-1, 302-3, 302-4, 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5, 307-1)



เป้าหมาย ปี 2021



- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก SCOPE 1 & 2 ต่อรายได้ **ร้อยละ 1** เทียบกับปีฐาน 2563
- ลดการนำน้ำมาใช้ต่อรายได้ **ร้อยละ 2** เทียบกับปีฐาน 2563
- ปริมาณ E-WASTE ที่นำไปฟึงกลับเป็นศูนย์ และบรรจุก้นที่ที่นำกลับมาใช้ใหม่ หรือย่อยสลายได้ **ร้อยละ 10**

ผลการดำเนินงาน ปี 2021



- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก SCOPE 1 & 2 ต่อรายได้ **ร้อยละ 19** เทียบกับปีฐาน 2563
- ลดการนำน้ำมาใช้ต่อรายได้ **ร้อยละ 36** เทียบกับปีฐาน 2563
- ปริมาณ E-WASTE ที่นำไปฟึงกลับเป็นศูนย์ และบรรจุก้นที่ที่นำกลับมาใช้ใหม่ หรือย่อยสลายได้ **ร้อยละ 90**

กรอบการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

กลุ่มทรู มีการพัฒนาให้ทันต่อยุคเทคโนโลยีดิจิทัล ควบคู่กับการดำเนินธุรกิจที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม เติบโตอย่างสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (CIRCULAR ECONOMY) ใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดให้คุ้มค่า ลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและการสูญเสียให้น้อยที่สุด ผ่านกลยุทธ์ 5Rs (RE-EDUCATION, REDUCE, RECYCLE, REPLACE และ REINVENT) และดำเนินงานตามกรอบการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการกำหนดนโยบายและเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งด้านการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การนำน้ำมาใช้ และการบริหารจัดการของเสีย ซึ่งมีแผนการดำเนินงาน กลยุทธ์ต่างๆ รวมถึงการขยายผลระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม (ENVIRONMENTAL MANAGEMENT SYSTEM: EMS) ตามมาตรฐาน ISO 14001:2015 โดยการติดตามผลการดำเนินงานภายใต้การกำกับของคณะกรรมการนวัตกรรมและความยั่งยืน และคณะทำงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด และการเติบโตอย่างยั่งยืน รวมถึง การนำเป้าหมายที่กำหนดเป็นตัวชี้วัดของผู้บริหารและพนักงาน เพื่อผลักดันการดำเนินงานให้บรรลุผลสำเร็จ

กรอบการบริหารจัดการ



แสดงเจตจำนง
โดยผู้บริหารขององค์กร
ร่วมมือรับทราบ
ในการจัดการเปลี่ยนแปลง
สภาพภูมิอากาศ
ตลอดห่วงโซ่อุปทาน
และการจัดการสิ่งแวดล้อม

ประเมินความเสี่ยง
โอกาส และผลกระทบ
มีการประเมินประเมิน
ความเสี่ยงและโอกาส
ด้านการเปลี่ยนแปลง
สภาพภูมิอากาศ
ตามกรอบ TCFD
ซึ่งถูกผนวกใน
กระบวนการประเมิน
ความเสี่ยงขององค์กร

กำหนดเป้าหมาย
และนโยบาย
นโยบายความยั่งยืน
ด้านสิ่งแวดล้อม
และเป้าหมายความยั่งยืน
ปี 2573

การดำเนินงาน
ดำเนินงานเพื่อลด
ผลกระทบและปรับตัว
ต่อการเปลี่ยนแปลง
สภาพภูมิอากาศ
ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ติดตามความก้าวหน้า
เทียบกับเป้าหมาย
วิเคราะห์แนวทาง
ปรับปรุงผล
การดำเนินงาน

สื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
สื่อสารกลยุทธ์และความก้าวหน้า
ในการดำเนินงาน และเสริมสร้าง
ความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย
ภายนอก



นโยบายสิ่งแวดล้อม

การบริหารจัดการพลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

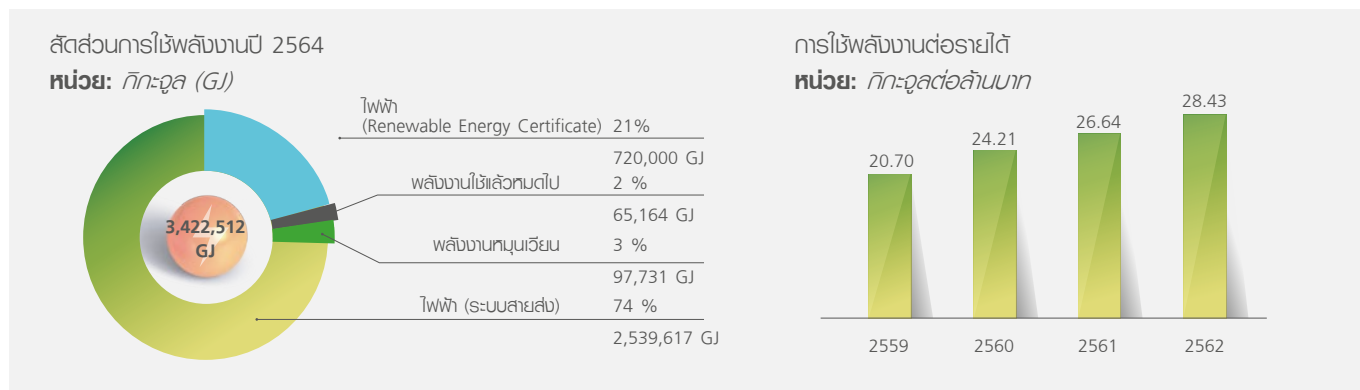
ปัจจุบันโลกเรากำลังก้าวเข้าสู่ยุคที่ชีวิตขับเคลื่อนด้วยไฟฟ้า (AGE OF ELECTRO LIFE) มีการใช้เครือข่ายเทคโนโลยี 5G การเชื่อมโยงกับระบบต่างๆ ที่ทุกอย่างขับเคลื่อนด้วยไฟฟ้า เช่น ระบบ AI, IOT เป็นต้น ทำให้การใช้ไฟฟ้ามีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากขึ้นด้วย ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมีความเสี่ยงและโอกาสที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เช่น อุทกภัยทำให้ทรัพย์สินเสียหาย ตลาดมีการเปลี่ยนแปลงมุ่งสู่สินค้าคาร์บอนต่ำ เป็นต้น ซึ่งเป็นประเด็นที่ท้าทายและทั่วโลกให้ความสำคัญ

กลุ่มทรู จึงร่วมสนับสนุนและขึ้นทะเบียนการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ (TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES: TCFD) และได้นำกรอบ TCFD มาประเมินผลกระทบความเสี่ยงและโอกาส เพื่อเตรียมความพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญตั้งแต่กำหนดเป้าหมายที่ท้าทาย มุ่งสู่การเป็นองค์กรที่ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ทั้งทางตรงและทางอ้อม (SCOPE 1 & 2) สุทธิเป็นศูนย์ในปี 2573 และได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย เพื่อร่วมสนับสนุนเป้าหมายของประเทศ และได้ประกาศเจตนารมณ์ร่วมกับสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย

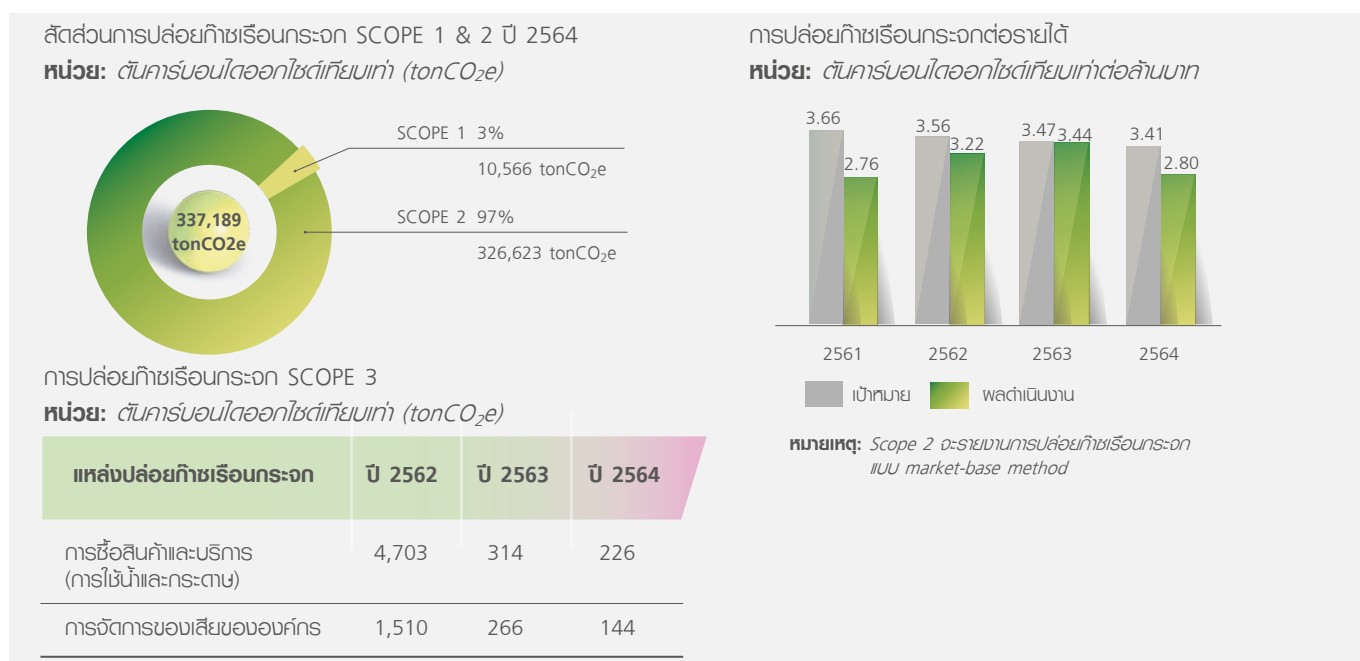
เรื่องวิกฤติโลกร้อน ตั้งเป้าหมายร่วมกันในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (NET ZERO) ภายในปี 2593 หรืออย่างช้าสุดไม่เกินปี 2613 รวมถึง เข้าร่วมเป็นองค์กรนำร่อง โดยมีองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เป็นผู้สนับสนุนให้ศึกษาภายใต้โครงการส่งเสริมภาคธุรกิจลดก๊าซเรือนกระจก โดยกำหนดเป้าหมายทางวิทยาศาสตร์ (SCIENCE-BASED TARGET) เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมุ่งรักษาคู่สัญญาที่มีเฉลี่ยทั่วโลกให้ต่ำกว่า 2 องศาเซลเซียส และพยายามจำกัดให้อุณหภูมิเฉลี่ยพื้นผิวโลกให้ต่ำกว่า 1.5 องศาเซลเซียส เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการบรรเทาผลกระทบด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอันสอดคล้องกับข้อตกลงปารีส และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติข้อ 13 คือ การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

นอกจากนี้ ในปี 2564 บริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูลด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และได้รับการประเมินจาก CARBON DISCLOSURE PROJECT (CDP) อยู่ในระดับ B จากองค์กรทั่วโลกที่เข้าร่วมการประเมินมากกว่า 13,000 องค์กร สะท้อนความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูลและความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างต่อเนื่อง

ผลการดำเนินงานด้านพลังงาน



ผลการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



การดำเนินงานบริหารจัดการพลังงานและก๊าซเรือนกระจก



การผลิตพลังงานไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์

ขยายการผลิตและใช้ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์
ทดแทนการใช้ไฟฟ้าจากระบบสายส่ง ซึ่งเป็นพลังงานสะอาด
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง โดยติดตั้ง
ที่สถานีฐาน (BASE STATION) และศูนย์สวิตช์ภาคเคลื่อนที่
(MOBILE SWITCHING CENTER: MSC)
ในปี 2564 ขยายผลการติดตั้งแผง SOLAR CELL
เพิ่มเติม 667 แผง สามารถผลิตไฟฟ้าได้ 8,968 MWh/Year
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 4,152 tonCO₂e/Year
ตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการมีการติดตั้งรวมทั้งสิ้น 3,481 แผง
ผลิตไฟฟ้า 27,148 MWh/Year ลดก๊าซเรือนกระจกได้
12,570 tonCO₂e/Year



การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

สถานีฐานและชุมสาย เพิ่มประสิทธิภาพพลังงาน
และบริหารจัดการการใช้ไฟฟ้าของอุปกรณ์การให้บริการเครือข่าย
เช่น เปลี่ยนอุปกรณ์สื่อสารสัญญาณเป็นแบบประหยัดไฟฟ้า
ปิดเครื่องที่ไม่จำเป็นโดยไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ให้บริการ
ท่าอากาศยานด้วยสารชนิดฉนวนกันความร้อนที่สถานีชุมสาย
เพื่อลดการทำงานของเครื่องปรับอากาศ
และขยายผลเปลี่ยนระบบปรับอากาศเป็นแบบประหยัดพลังงาน
INVERTER AIR-CONDITIONING ที่ชุมสายย่อย เป็นต้น
สามารถประหยัดไฟฟ้าได้ 11,635 MWh
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 5,387 tonCO₂e
อาคารสำนักงาน ขยายผลการปรับเปลี่ยนระบบปรับอากาศ
เป็นแบบ VRV หรือ ระบบ VRF (VARIABLE REFRIGERANT FLOW)
สามารถประหยัดไฟฟ้าได้กว่า 350 MWh
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 162 tonCO₂e



การนำนวัตกรรมสนับสนุนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

นำดิจิทัลแพลตฟอร์มมาใช้อย่างต่อเนื่อง ทั้งภายในและภายนอกองค์กร
โดยลดการใช้กระดาษด้วยการอนุมัติงานต่างๆ ภายในองค์กรผ่าน TRUE
CONNECT ในส่วนของลูกค้าได้ผ่านระบบใบแจ้งค่าบริการ
และใบเสร็จรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (TRUE E-BILLING และ TRUE E-TAX INVOICE)
แทนการใช้กระดาษ สามารถลดการใช้กระดาษได้มากกว่า 213 ล้านแผ่น
หลีกเลี่ยงการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 2,242 tonCO₂e
การใช้ TRUE iSERVICE ในการให้บริการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า
ผ่านระบบออนไลน์ รวมถึงการใช้บริการอื่นๆ
เช่น ตรวจสอบค่าใช้จ่าย แทนการเดินทางไปยังร้าน
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากใช้น้ำมันในการเดินทาง
สนับสนุนการใช้แพลตฟอร์ม TRUE VIRTUAL WORLD
หรือ TRUE VWORLD เป็นการประชุมทางโทรศัพท์
เพื่อประชุมร่วมกับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร
ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถลดการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงจากการเดินทางได้

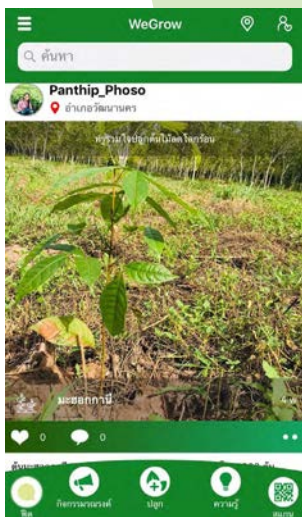


RENEWABLE ENERGY CERTIFICATE (REC)

สนับสนุนการใช้พลังงานหมุนเวียนอย่างจริงจัง
นอกจากการดำเนินการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
จากการดำเนินโครงการต่างๆ ของบริษัทแล้ว ในปี 2564
บริษัทฯ ได้ซื้อใบรับรองพลังงานหมุนเวียน
(RENEWABLE ENERGY CERTIFICATE :REC)
จากโครงการพลังงานน้ำของกรมไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย
ตามมาตรฐาน INTERNATIONAL RENEWABLE
ENERGY CERTIFICATE (I-REC)
มาชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
จากการใช้ไฟฟ้าในระบบสายส่ง 200,000 MWh

โครงการ SAY NO TO PLASTIC BOTTLES

รณรงค์ให้พนักงานลดการใช้ขวดพลาสติก
ครั้งเดียวแล้วทิ้ง โดยในปี 2564
ได้จัดเตรียมระบบน้ำดื่มที่ได้มาตรฐานระดับโลก
ให้กับพนักงานที่ตึกกรุ ทาวเวอร์ คาดว่าจะ
สามารถลดขวดพลาสติกได้กว่า 400,000 ขวด/ปี
สามารถเลี่ยงการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ราว
54 tonCO₂e



โครงการการรุกรวมใจปลูกต้นไม้ลดโลกร้อน

สร้างสังคมดีวิถีไทยและรณรงค์การปลูกต้นไม้ร่วมกัน
อย่างต่อเนื่อง ฟันแอปพลิเคชัน WE GROW
สามารถติดตามการเติบโตของต้นไม้
และปริมาณการดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์
โดยในปี 2564 จัดทำกลไกไม้เศรษฐกิจให้พนักงานที่สนใจ
เข้าร่วมโครงการการรุกรวมใจปลูกต้นไม้ลดโลกร้อน
นำไปปลูกในพื้นที่ของตนเอง เพื่อเพิ่มพื้นที่
สีเขียวและช่วยดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์
โดยมีพื้นที่ในการปลูกจำนวน 165 ไร่
คาดว่าจะสามารถดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ราว
2,400 ตันคาร์บอนไดออกไซด์ ในปี 2573

INTERNAL CARBON PRICING (ICP)

บริษัทฯ กำหนดราคาคาร์บอนภายในองค์กร (INTERNAL CARBON PRICING : ICP) แบบ SHADOW PRICE อยู่ที่ 600 บาทต่อตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า เพื่อกระตุ้นทุนคาร์บอนเข้าไปอยู่ในโครงการต่างๆ นำมาพิจารณาคัดเลือก ตัดสินใจ

โครงการที่จะลงทุนตั้งแต่ต้นทาง สนับสนุนโครงการคาร์บอนต่ำ
นอกจากนี้ ได้จัดอบรมให้ความรู้และสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้พนักงานทุกคน
มีความรู้ ความเข้าใจและมีความตระหนักเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว



การบริหารจัดการน้ำ

บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรน้ำ แม้ว่าลักษณะธุรกิจของกลุ่มธุรกิจโทรคมนาคม ไม่มีการใช้น้ำในการดำเนินธุรกิจเป็นหลัก แต่บริษัทฯ ได้คำนึงถึงปัญหาการขาดแคลนน้ำ ซึ่งเป็นปัญหาระดับโลก และร่วมเป็นส่วนหนึ่งที่จะขับเคลื่อนตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ ข้อ 6 การจัดการน้ำและสุขาภิบาล

จึงมีการประเมินความเสี่ยงจากปัจจัยเชิงปริมาณและค่าความเครียดน้ำด้วยเครื่องมือ AQUEDUCT ของ WORLD RESOURCE INSTITUTE (WRI) ในปี 2564 นำน้ำมาใช้จากแหล่งน้ำประปาทั้งหมดปริมาณ 116.47 ล้านลิตร มีหน่วยงานตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงระดับสูงร้อยละ 8.13 และระดับสูงมากร้อยละ 0.78 ของปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมด

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีแผนบริหารจัดการน้ำ โดยกำหนดเป้าหมายการใช้น้ำ เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำจากการดำเนินโครงการต่างๆ มีการรณรงค์ ประชาสัมพันธ์การประหยัดน้ำ ผ่านการจัดทำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO 14001:2015 รวมถึงติดตามปริมาณการใช้น้ำอย่างต่อเนื่องผ่านคณะทำงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ส่วนของน้ำทิ้งจากอาคารสำนักงาน บริษัทฯ ได้กำกับดูแลร่วมกับผู้ดูแลอาคารให้มีการบำบัดน้ำเสียเป็นไปตามมาตรฐานน้ำทิ้งที่กฎหมายกำหนดไว้

แผนการจัดการน้ำ



ใช้เป็น WATER STRESS ด้วยเครื่องมือ AQUEDUCT ของ WRI



กำหนดเป้าหมายการใช้น้ำและวางแผนบริหารจัดการน้ำ



ติดตามปริมาณการนำน้ำมาใช้อย่างต่อเนื่อง

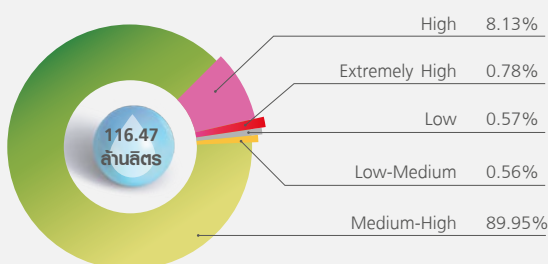


เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ

สรุปผลการดำเนินงานการบริหารจัดการน้ำ

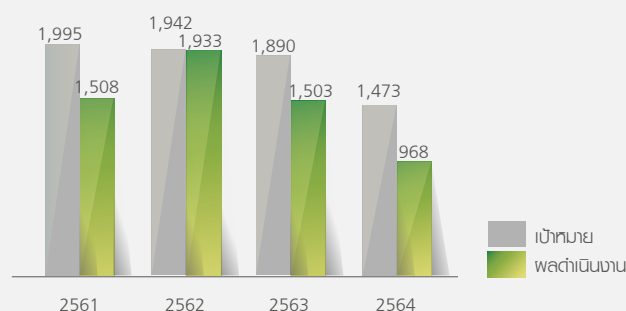
ค่าความเครียดน้ำ (WATER STRESS)

สัดส่วนพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านความเครียดน้ำ



การนำน้ำมาใช้ต่อรายได้

หน่วย: ลิตรต่อล้านบาท



การดำเนินงานบริหารจัดการน้ำ

โครงการปรับเปลี่ยนระบบปรับอากาศ

ขยายการติดตั้งระบบปรับอากาศในอาคารเป็นแบบ VRV (VARIABLE REFRIGERANT VOLUME) หรือ ระบบ VRF (VARIABLE REFRIGERANT FLOW) และเปิดระบบปรับอากาศแบบ WATER COOL ตามพื้นที่งานจริงที่อาคารทรู ทาวเวอร์ สามารถประหยัดน้ำได้กว่า 8,000 ลูกบาศก์เมตร

โครงการผลิตน้ำดื่มคุณภาพสูง

ติดตั้งระบบน้ำดื่มด้วยกระบวนการกรองน้ำคุณภาพสูง (RO WATER PLANT) ตามมาตรฐานระดับโลก NSF HACCP ที่อาคารทรู ทาวเวอร์ เพื่อให้พนักงานเข้าถึงน้ำดื่มที่สะอาด ถูกสุขอนามัย สามารถสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี

การจัดการของเสีย

เมื่อโลกเข้าสู่ยุคดิจิทัล เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้บริโภคปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ดิจิทัลให้ทันสมัย ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ทำให้เป็นของเสียอิเล็กทรอนิกส์ (ELECTRONIC WASTE หรือ E-WASTE) ตกค้างจำนวนมาก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง หากนำไปกำจัดไม่ถูกวิธี จะส่งผลกระทบต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม

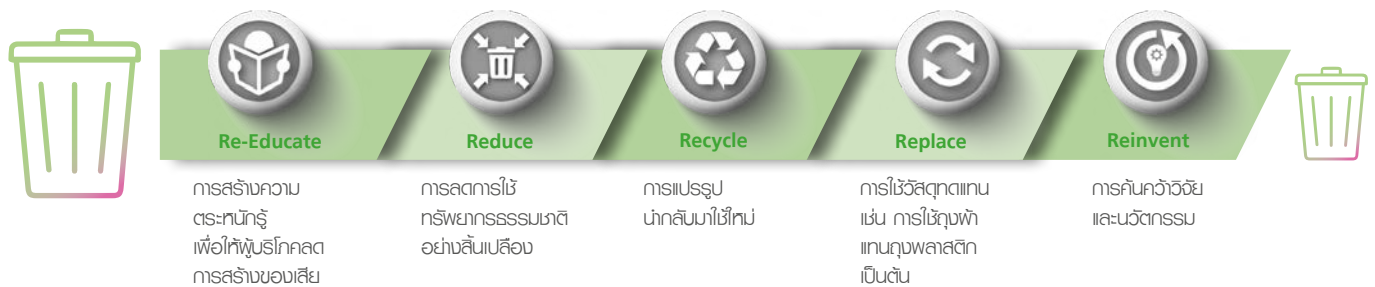
บริษัทฯ จึงกำหนดเป้าหมาย E-WASTE จากการดำเนินงานที่นำไปฝังกลบเป็นศูนย์และใช้บรรจุภัณฑ์ที่แปรูปนำกลับมาใช้ใหม่หรือย่อยสลายได้ร้อยละ 100 ภายในปี 2573 และร่วมเป็นส่วนหนึ่งสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ ข้อ 12 แผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน

ในฐานะผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยี มีการพัฒนาปรับปรุงและขยายโครงข่ายอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ร่วมรับผิดชอบแก้ไข

ปัญหา และบริหารจัดการของเสียที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะ E-WASTE ที่เป็นของเสียจากการดำเนินธุรกิจ เช่น อุปกรณ์โครงข่าย คอมพิวเตอร์ แบตเตอรี่ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีของเสียสำนักงาน ซึ่งมีทั้งของเสียทั่วไป เช่น ขวดพลาสติก เศษกระดาษ เศษอาหาร เป็นต้น และของเสียอันตราย เช่น ตะกั่วหมึก ปากกาเคมี เป็นต้น โดยในการบริหารจัดการของเสียได้ประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจหมุนเวียน และแนวคิด 5Rs เพื่อลดปริมาณการเกิดของเสียที่ต้องนำไปกำจัด และใช้ทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยคัดแยกและนำไปใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด ส่วนที่ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ จะส่งไปกำจัดอย่างถูกวิธี

นอกจากนี้ มีการรณรงค์ ประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะให้ถูกวิธี ผ่านการจัดทำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO 14001:2015 เพื่อมุ่งสู่การนำของเสียจากการดำเนินงานไปฝังกลบเป็นศูนย์ตามเป้าหมายที่กำหนด

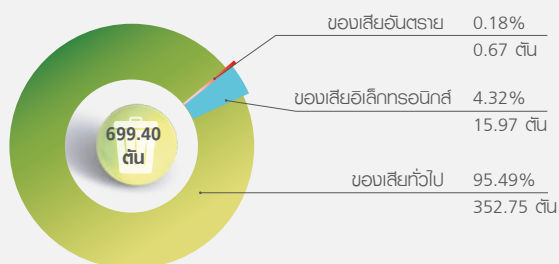
5Rs สู่เศรษฐกิจหมุนเวียน



ผลการดำเนินงานจัดการของเสีย

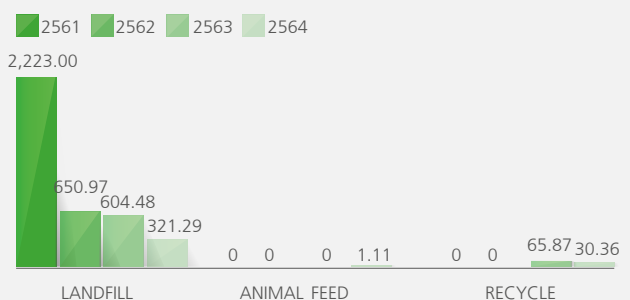
ปริมาณของเสียแยกตามประเภท ปี 2564

หน่วย: ตัน



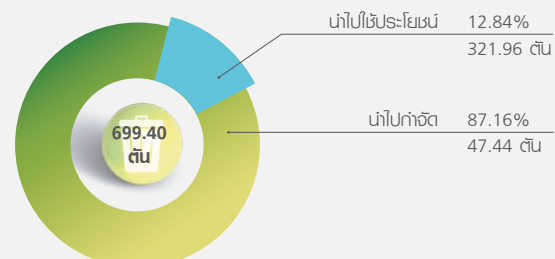
การกำจัดของเสียทั่วไป

หน่วย: ตัน



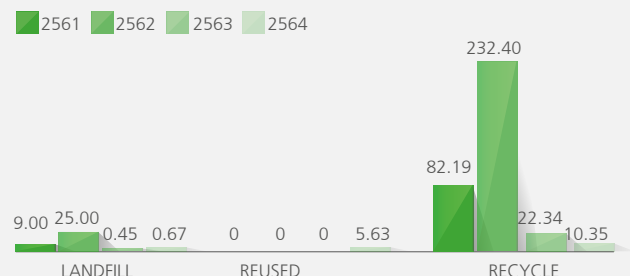
ปริมาณของเสียแยกตามการกำจัด ปี 2564

หน่วย: ตัน



การกำจัดของเสียอันตรายและของเสียอิเล็กทรอนิกส์

หน่วย: ตัน



หมายเหตุ: การกำจัดของเสียทั้งหมดจะเป็นการกำจัดภายนอกองค์กร (OFFSITE)

การดำเนินงานบริหารจัดการของเสีย



โครงการ WASTE TO WONDERS ชยะ สร้าง โลก

สร้างการรับรู้และใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะขยะอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีการจัดทำ CONTENT SERIES 4 ตอน ภายใต้โครงการ WASTE TO WONDERS ชยะ สร้าง โลก สื่อสารประชาสัมพันธ์ให้กับพนักงาน ภายในองค์กรและประชาชนทั่วไป ได้ตระหนัก และเห็นผลกระทบจากขยะ E-WASTE รวมถึงเข้าใจการทิ้งอย่างถูกต้อง เพื่อเข้าสู่กระบวนการนำรีไซเคิล หรือการนำไปกำจัดอย่างถูกวิธี

การจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์จากการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ พัฒนาปรับปรุงและขยายโครงข่าย ควบคุมกำกับการดำเนินงานผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จากของเสียในการดำเนินธุรกิจ เช่น อุปกรณ์โครงข่าย คอมพิวเตอร์ แบตเตอรี่ เป็นต้น เมื่ออุปกรณ์หมดอายุการใช้งาน จะมีการตรวจสอบสภาพ และคัดแยกอุปกรณ์ที่นำกลับมาใช้ประโยชน์ได้อีกครั้ง สำหรับอุปกรณ์ที่ไม่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ (REUSE) ได้ จะเข้าสู่กระบวนการส่งผู้ค้าที่ได้รับอนุญาต นำไปรีไซเคิล (RECYCLE) หรือนำไปกำจัดอย่างถูกวิธี นอกจากนี้ มีการเปลี่ยนเป็นแบตเตอรี่ลิเทียมไอออน อย่างต่อเนื่อง ซึ่งแบตเตอรี่ลิเทียมไอออน สามารถใช้แทนแบตเตอรี่แบบเดิมได้ 4 เท่า ประสิทธิภาพดีกว่า และรับประกันอายุการใช้งานนานกว่าแบบเดิม ในปี 2564 สามารถลดของเสีย จากการเปลี่ยนแบตเตอรี่ได้ประมาณ 2,000 ตัน



การใช้ถุงกระดาษแทนถุงพลาสติก

สนับสนุนการนำถุงกระดาษรีไซเคิล มาใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทรูช็อปอย่างต่อเนื่อง เป็นการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แทนการใช้ถุงพลาสติก และช่วยให้เกิด การปรับเปลี่ยนทัศนคติต่อการเป็นผู้บริโภค ที่มีใจรักสิ่งแวดล้อม ในปี 2564 สามารถลดการใช้ถุงพลาสติกได้ 50,000 ใบ

โครงการ EASY SWAP

บริษัทฯ มีโครงการให้นำมือถือเครื่องเก่า แลกเครื่องใหม่ได้จากทั้งที่บ้านหรือเดินทางไป TRUE SHOP โดยประเมินมูลค่าของ มือถือเก่าแลกเป็นคูปองใช้เป็นส่วนลดการซื้อสินค้าต่างๆ เพื่อนำ ชยะ E-WASTE ไปใช้ประโยชน์ โดยในปี 2564 ได้รวบรวม ชยะ E-WASTE เพิ่มขึ้น 2,486 เครื่อง อย่างมีระบบ ในปี 2565 บริษัทฯ ได้มีโครงการขยายผลในการรับชยะ E-WASTE เพื่อนำไปใช้ประโยชน์หรือกำจัดอย่างถูกวิธีอย่างต่อเนื่อง



SAY NO TO PLASTIC BOTTLES

รณรงค์ให้พนักงานลดการใช้ขวดพลาสติก ในปี 2564 ได้ติดตั้งตู้ REFUN MACHINE ที่อาคารทรู ทาวเวอร์ เพื่อรวบรวมขวดพลาสติก นำไปรีไซเคิลต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เตรียมระบบน้ำดื่มที่ได้มาตรฐานระดับโลกให้กับพนักงาน คาดว่าจะสามารถลดการใช้ขวดพลาสติกได้จริงแล้วถึงกว่า 400,000 ขวด/ปี หรือคิดเป็น 8,950 กิโลกรัม/ปี



ชุดยูนิฟอร์มดิจิทัลรักษ์โลก

ส่งเสริมการคัดแยกขยะพลาสติก และนำนวัตกรรมรีไซเคิลพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุดยูนิฟอร์มดิจิทัลรักษ์โลก ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ภายใต้แนวคิด FROM WASTE TO WEAR โดยนำพลาสติกรีไซเคิล (PET) พรมเส้นใยพ่ายธรรมชาติ ผลิตเป็นชุดพนักงานที่ให้บริการลูกค้าในทรูฮอับ สะท้อนความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม สามารถลดขวดพลาสติกได้ 820 กิโลกรัม

โครงการใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้

ส่งเสริมลดบรรจุภัณฑ์พลาสติก หรือใช้บรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่ หรือย่อยสลายได้ ซึ่งในปี 2564 มีบรรจุภัณฑ์ใส่ซิมการ์ดมือถือใช้พลาสติกที่นำมาใช้ใหม่หรือย่อยสลายได้ คิดเป็นร้อยละ 90 ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

การนำนวัตกรรมสนับสนุนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ โดยออกใบเสร็จรับเงิน/ใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ (TRUE E-TAX INVOICE/E-RECEIPT) ฟานเอสเอ็มเอส หรือ อีเมล แทนการใช้กระดาษ ซึ่งลดปริมาณกระดาษกว่า 213 ล้านแผ่น คิดเป็นน้ำหนักราว 1,066,000 กิโลกรัม

ความสอดคล้องกับกำหนดตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม

จากการจัดทำระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม พบว่าบริษัทฯ ดำเนินงานสอดคล้องกับกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องด้านสิ่งแวดล้อมและมีการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียเป็นประจำทุกปี รวมถึงด้านสิ่งแวดล้อม ในปี 2564 ไม่พบว่ามีข้อกังวลด้าน

สิ่งแวดล้อม และไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงไม่พบข้อฟ้องร้องหรือร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีช่องทางในการสื่อสาร หรือแสดงความคิดเห็นผ่านทาง TRUE CALL CENTER 1242

TRUE TALKS

“การกับบริษัทฯ ก้าวเข้าสู่ TECHNOLOGY COMPANY เราต้องพัฒนาเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ในการดำเนินโครงการต่างๆ เราจึงหาแนวทางดำเนินงานและร่วมกับพันธมิตรจัดหาพลังงานสะอาด เพิ่มประสิทธิภาพพลังงานอยู่เสมอ สำหรับของเสียที่เกิดขึ้น ได้มีกระบวนการจัดการจัดการนำไปใช้ประโยชน์หรือนำไปกำจัดให้ถูกต้อง ซึ่งในการดำเนินงานต่างๆ ได้มีคณะทำงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ในการกำกับติดตามผล ผลักดันและสนับสนุนให้บรรลุผลสำเร็จต่อไป”



ธีรศักดิ์ อุดมณิรณกิจ
ENGINEERING EXPERT
NETWORK ENGINEERING
& QUALITY ASSURANCE

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

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



เป้าหมาย
ปี 2021



100% คู่หลัก (CRITICAL TIER 1 SUPPLIERS)
ผ่านการตรวจสอบประเมินที่สถานที่ปฏิบัติงาน
(ONSITE AUDIT)

ผลการดำเนินงาน
ปี 2021



100% คู่หลัก (CRITICAL TIER 1 SUPPLIERS)
ผ่านการตรวจสอบประเมินที่สถานที่ปฏิบัติงาน
(ONSITE AUDIT)

แนวทางการบริหารจัดการ

กลุ่มทรู ตระหนักว่าการดำเนินธุรกิจต้องอาศัยอุปกรณ์ วัตถุดิบ และการบริการจากคู่ค้า จึงให้ความสำคัญกับการดูแลคู่ค้าให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากคู่ค้า ทำให้สามารถดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและเติบโตร่วมกันในระยะยาว โดยมีนโยบายและแนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน โดยมีคณะทำงานห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนเพื่อร่วมกันกำหนดกลยุทธ์ การประเมินความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน และกำหนดมาตรฐานในการดำเนินธุรกิจของคู่ค้า ด้วยการประกาศใช้คุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า และคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานของฝ่ายจัดซื้อ

กลยุทธ์ที่ 1

พนักงานคู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจเพิ่มประสิทธิภาพ และผลิตภาพในการบริหารต้นทุน

สร้างพันธมิตรทางยุทธศาสตร์กับโซนาโมบายล์ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหญ่ที่สุดของโลก เพื่อยกระดับมาตรฐานทางธุรกิจให้เทียบเท่ามาตรฐานโลก โดยในปี 2564 สามารถลดค่าใช้จ่ายได้ถึง 429 ล้านบาท

กลยุทธ์ที่ 2

บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้สอดคล้องกับความยั่งยืนควบคู่กับทิศทางธุรกิจของบริษัทฯ

กลุ่มทรู ตั้งเป้าหมายความยั่งยืน 2573 เพื่อลดปริมาณขยะอิเล็กทรอนิกส์ (E-WASTE) ที่นำไปฝังกลบเป็นศูนย์ โดยในปี 2564 ร่วมกับคู่ค้าถ่ายทอดองค์ความรู้ และร่วมกันปรับปรุงคุณภาพของสาย FIBER OPTIC ให้มีคุณสมบัติป้องกันการติดไฟ และไฟไหม้ รวมถึงยังคงทนต่อสภาพแวดล้อม ลดการเรียกคืนสาย FIBER OPTIC ที่ไม่ได้มาตรฐาน และลดปริมาณสาย FIBER OPTIC ที่ต้องกำจัดลง 5.6 ล้านต้น ลดค่าใช้จ่ายได้ 152-174 ล้านบาท

กลยุทธ์การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ



พัฒนาร่วมกับคู่ค้าประเทศจีนปรับปรุงประสิทธิภาพสาย FIBER OPTIC

กลยุทธ์ที่ 3

ปลูกฝังการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามแนวทาง ESG ให้กับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ส่งเสริมให้การพัฒนายั่งยืนเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานขององค์กรกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน ด้วยการส่งมอบคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า ให้กับคู่ค้าทุกราย (100%) และกำหนดให้คู่ค้าทุกรายต้องผ่านการประเมินตนเองด้านความยั่งยืนบนระบบออนไลน์ SUPPLIER SUSTAINABILITY SELF-ASSESSMENT (100%) หากไม่ผ่านการประเมินจะไม่สามารถทำธุรกรรมได้

กลยุทธ์ที่ 4

พัฒนาศักยภาพคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจดำเนินธุรกิจคำนึงถึงความยั่งยืน และผลิตสินค้าคุณภาพ

พัฒนาศักยภาพของคู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจให้ดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบ เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมาย และมาตรฐานสากล ตลอดจนแนวทางการพัฒนายั่งยืนเพื่อส่งมอบสินค้า และบริการที่มีคุณภาพสูง ปลอดภัย และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

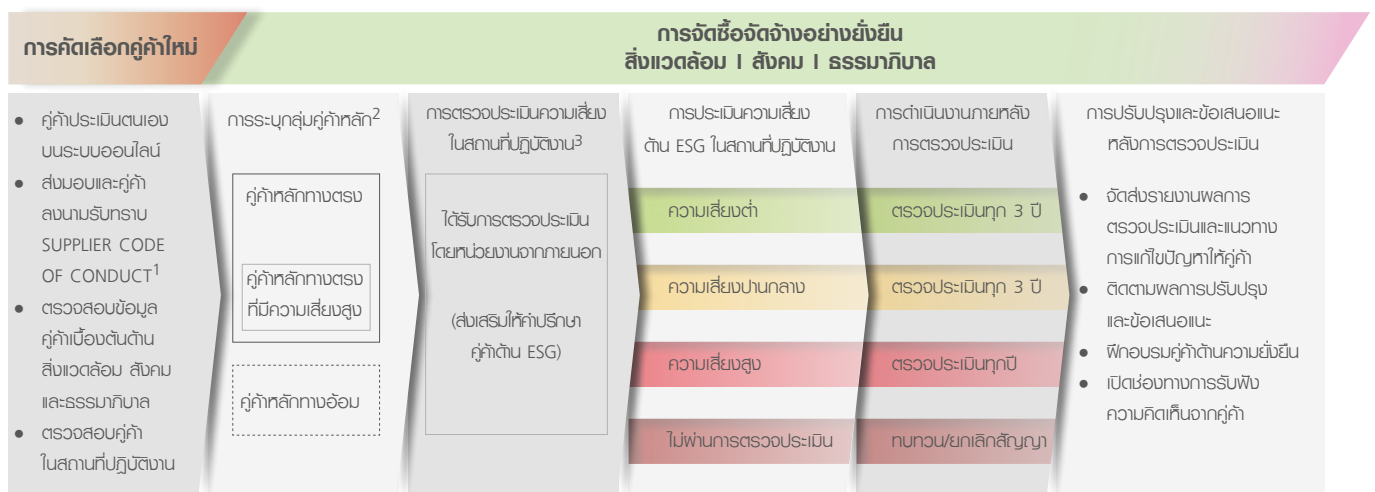
บริษัทฯ มีกระบวนการตรวจสอบและประเมินผู้ค้าในสถานที่ปฏิบัติงานโดยหน่วยงานจากภายนอก เพื่อประเมินความเสี่ยงที่สำคัญด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้เป็นไปตามข้อกำหนด ตามกฎหมายแรงงาน กฎหมายสิ่งแวดล้อม และมาตรฐานการจัดการต่างๆ เช่น



มาตรฐาน ISO 14001:2015 และ SA8000 เพื่อให้ได้ผลการตรวจประเมินที่น่าเชื่อถือ ตลอดจนติดตามผลการแก้ไขให้เป็นไปตามข้อกำหนด

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

แนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบต่อ



1. สอดคล้องกับ

- UN Guideline Principles in Business and Human Rights
- UN Global Compact
- กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
- UNSDG

2. เกณฑ์การระบุกลุ่มคู่ค้าหลัก/คู่ค้าหลักทางอ้อม

- ส่งมอบสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าสูงผ่านการวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย (Spending Analysis)
- ส่งมอบสินค้าและบริการหลักให้กับบริษัท
- ส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคู่ค้าน้อยรายที่ให้บริการ
- มีความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) และด้านสิทธิมนุษยชน
- การระบุคู่ค้าหลักทางอ้อมจากคู่ค้าหลัก

3. ตรวจสอบประเมินตามคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติงานสำหรับคู่ค้า

การระบุกลุ่มผู้ค้าหลัก/ผู้ค้าหลักทางอ้อม การประเมินความเสี่ยง

กลุ่มผู้ค้าหลักทางตรง



ผลการตรวจสอบประเมินผู้ค้าในสถานประกอบการ

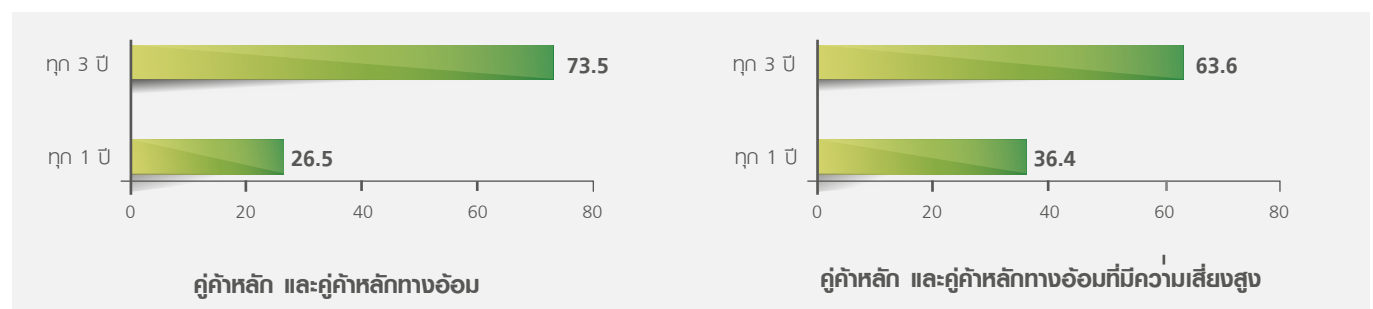
ผลจากการประเมินผู้ค้าหลักทางตรง และทางอ้อมในสถานที่ปฏิบัติงาน ส่วนใหญ่พบประเด็นทางด้านสังคม คือ อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของผู้ค้า เช่น ขาดหลักฐานการฝึกซ้อมอพยพหนีไฟ การตรวจสอบสุขภาพประจำปี กลุ่มทอ จึงกำหนดให้ผู้ค้าจัดทำมาตรการ

ป้องกันและแก้ไขเพื่อลดผลกระทบ โดยให้ผู้ค้าจัดซ้อมอพยพหนีไฟ ฝึกอบรมพนักงานด้านความปลอดภัยและวางแผนประเมินอันตรายก่อนการปฏิบัติงาน เป็นต้น กลุ่มทอ พร้อมให้คำปรึกษาและมีมาตรการติดตามตรวจสอบผู้ค้าอย่างต่อเนื่อง



การตรวจสอบประเมินผู้ค้าด้าน ESG ในสถานประกอบการโดยหน่วยงานจากภายนอก

ความถี่การตรวจสอบประเมินผู้ค้าด้าน ESG ในสถานประกอบการ



ผลการประเมินผู้กำกับในสถานที่ปฏิบัติงาน (ONSITE AUDIT) จำนวน 43 ราย	การประเมินผลกระทบ ด้านเศรษฐกิจ	การประเมินผลกระทบ ด้านสังคม	การประเมินผลกระทบ ด้านสิ่งแวดล้อม
ผู้กำกับที่ต้องมีแนวทางแก้ไขเพื่อลดผลกระทบเชิงลบ	1 ราย	13 ราย	7 ราย
ผู้กำกับจัดทำแนวทางแก้ไขเพื่อลดผลกระทบเชิงลบ	1 ราย	13 ราย	7 ราย
ผู้กำกับถูกพิจารณาทบทวนสัญญา	-	-	-

ข้อมูลด้านสุขภาพ สุขภาวะ และความปลอดภัยของผู้รับเหมา และผู้รับเหมาช่วง



กลยุทธ์ที่ 5

ส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการดำเนินงาน



โครงการวิจัยและพัฒนา ระบบสื่อสารและบริการ 5G สำหรับอุตสาหกรรมการผลิตไฟฟ้า

ร่วมกับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟผ.) พัฒนาโครงข่าย และอุปกรณ์ที่รองรับระบบ 5G มาทดสอบใช้งานที่ กฟผ. แม่เมาะ จ.ลำปาง มุ่งสู่การเป็นโรงไฟฟ้าดิจิทัลที่ควบคุมและสั่งการด้วยระบบ AI เพื่อเป็นศูนย์กลางในการควบคุมโรงไฟฟ้าอย่างเต็มรูปแบบ เช่น ระบบกักเก็บพลังงาน (ENERGY STORAGE) สร้างความมั่นคงด้านพลังงานของประเทศ รองรับการเป็นศูนย์กลางซื้อขายไฟฟ้าของภูมิภาคอาเซียน การพัฒนาระบบพยากรณ์การผลิตไฟฟ้าจากโรงไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียน (RENEWABLE ENERGY FORECAST) การใช้ TRUE 5G INSPECTECH DRONE โดรนตรวจสอบลานถ่านหินสามารถถ่ายภาพด้วยกล้องความละเอียดสูงตรวจจับความร้อน (THERMAL CAMERA) ควบคุมและส่งภาพวิดีโอแบบเรียลไทม์ เพื่อวิเคราะห์ลานถ่านหินที่มีความร้อนสูง เสี่ยงต่อการเกิดเพลิงไหม้และเข้าถึงได้ในบริเวณที่เข้าถึงได้ยาก หรือมีความเสี่ยงอันตรายสูง

TRUE TALKS

“หน่วยงานอัตชื้อได้นำเอาแนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนมาใช้ในการดำเนินงานตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เริ่มจากกระบวนการคัดเลือกผู้กำกับที่คำนึงถึงด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ สิ่งแวดล้อม สังคม สิทธิมนุษยชน และการกำกับดูแลกิจการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงไปตรวจสอบประเมินในสถานที่ปฏิบัติงาน ผู้กำกับหลัก และผู้กำกับที่มีความเสี่ยงสูงจนครบ 100% เพื่อช่วยพัฒนาศักยภาพของผู้กำกับให้สอดคล้องกับทิศทางความยั่งยืนของกลุ่มธุรกิจ”



ชลธิชา ตานนท์
SPECIALIST
SUSTAINABILITY
INTERNAL AUDITOR

การนำเสนอข้อมูลตามตัวชี้วัด GRI STANDARDS และ UN SDGs

(GRI 102-55)

GRI DISCLOSURE	CHAPTER	OMISSION	PAGES
GRI 102 GENERAL DISCLOSURES			
102-1 Name of the organization	About True		12
102-2 Activities, brands, products, and services			12
102-3 Location of headquarters			12
102-4 Location of operations			12
102-5 Ownership and legal form			12
102-6 Markets served			13
102-7 Scale of the organization	Performance Highlight, About True		6, 12-13, 90
102-8 Information on employees and other workers	Human Capital Development, Sustainability Performance Data		41, 90
102-9 Supply chain	Responsible Supply Chain Management		74-77
102-10 Significant changes to the organization and its supply chain	-	No significant changes	
102-11 Precautionary Principle or approach	Corporate Governance and Risk & Crisis Management, Environmental & Climate Management		20, 22, 66
102-12 External initiatives	Awards & Recognition, Sustainability at True, Corporate Governance and Risk & Crisis Management		10-11, 18-19, 21, 29
102-13 Membership of associations	Corporate Governance and Risk & Crisis Management		18, 21, 67
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	Business Performance and Growth Capability, Corporate Governance and Risk & Crisis Management, Sustainability Material Issue		14-15, 22-23, 28-29
102-16 Values, principles, standards, and norms of behavior	About True, Corporate Governance and Risk & Crisis Management		13, 20-21
102-17 Mechanisms for advice and concerns about ethics	Sustainability at True, Corporate Governance and Risk & Crisis Management		20, website
102-18 Governance structure			16, 22, website
102-19 Delegating authority	Sustainability at True		16
102-20 Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics	Sustainability at True, Corporate Governance and Risk & Crisis Management		16, 22
102-21 Consulting stakeholders on economic, environmental, and social topics	Stakeholder Engagement,		24-27
102-22 Composition of the highest governance body and its committees	Corporate Governance and Risk & Crisis Management		16
102-23 Chair of the highest governance body	Sustainability at True		16
102-24 Nominating and selecting the highest governance body	Annual Report		-

GRI DISCLOSURE	CHAPTER	OMISSION	PAGES
102-26 Role of highest governance body in setting purpose, values, and strategy	Corporate Governance and Risk & Crisis Management		20
102-27 Collective knowledge of highest governance body	Corporate Governance and Risk & Crisis Management		20-21
102-28 Evaluating the highest governance body's performance	Corporate Governance and Risk & Crisis Management		20-21
102-29 Identifying and managing economic, environmental, and social impacts	Sustainability at True, Corporate Governance and Risk & Crisis Management		19, 22-23
102-30 Effectiveness of risk management processes	Corporate Governance and Risk & Crisis Management		22
102-31 Review of economic, environmental, and social topics	Sustainability at True		16-19
102-32 Highest governance body's role in sustainability reporting	Sustainability at True, Sustainability Material Issues		28
102-40 List of stakeholder groups	Stakeholder Engagement		24-25
102-41 Collective bargaining agreements	Human Capital Development, Sustainability Performance Data		42, 92
102-42 Identifying and selecting stakeholder	Stakeholder Engagement		24-25
102-43 Approach to stakeholder engagement	Stakeholder Engagement, Human Capital Development, Customer Relationship Management, Responsible Supply Chain Management, Sustainability Performance Data		24-25, 38, 56, 74, 88-95
102-44 Key topics and concerns raised	Stakeholder Engagement, Human Capital Development, Customer Relationship Management,		24-25, 38, 58
102-45 Entities included in the consolidated financial statements	About True, About this Report		12, 96
102-46 Defining report content and topic Boundaries	Sustainability Material Issues, About this Report,		28-29, 96
102-47 List of material topics	Sustainability Material Issue		28-29
102-48 Restatements of information	About this Report	No restatements	96
102-49 Changes in reporting	About this Report	No changes in reporting on material topics and topic boundaries	96
102-50 Reporting period	About this Report		96
102-51 Date of most recent report	About this Report		96
102-52 Reporting cycle	About this Report		96
102-53 Contact point for questions regarding the report	About this Report		96
102-54 Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	Sustainability Material Issue, About this Report		28-29, 96
102-55 GRI content index	GRI Content Index		78-81
102-56 External assurance	Assurance Statement		85-87

GRI MATERIAL DISCLOSURE

PAGES

MATERIAL DISCLOSURES BY CHAPTER

ABOUT TRUE

BUSINESS PERFORMANCE AND GROWTH CAPABILITY

103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	14, 29
	103-2 The management approach and its components	14-15
	103-3 Evaluation of the management approach	14-15
201 Economic Performance	201-1 Direct economic value generated and distributed	88

STRATEGY AT TRUE

103 Management Approach	103-2 The management approach and its components	16-18
-------------------------	--	-------

CORPORATE GOVERNANC AND RISK & CRISIS MANAGEMENT

103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	20-21, 29
	103-2 The management approach and its components	20-21
	103-3 Evaluation of the management approach	20-21
205 Anti-corruption	205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures	20
	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	21
206 Anti-competitive Behavior	206-1 Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices	20
415 Public Policy 2016	415-1 Political Contribution	21

MATERIALITY

103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	16, 28-29
-------------------------	--	-----------

HEART

DIGITAL INCLUSION FOR EDUCATION

103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	29, 32
	103-2 The management approach and its components	32
	103-3 Evaluation of the management approach	32
201 Economic Performance	201-1 Direct economic value generated and distributed	32-33
413 Local Communities	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	32-33
GRI Telecommunications Sector Supplement : Providing Access	PA2 Policies and practices to overcome barriers for access and use of telecommunication products and services including: language, culture, illiteracy, and lack of education, income, disabilities, and age. Include an explanation of business models applied	32-33

CYBER SECURITY AND DATA PRIVACY

103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	29, 34
	103-2 The management approach and its components	34, 36
	103-3 Evaluation of the management approach	35-37
418 Customer Privacy	418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	37

HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT

103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	29, 38
	103-2 The management approach and its components	38
	103-3 Evaluation of the management approach	39
401 Employment	401-1 New employee hires and employee turnover	90-95
	401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	38, 41-42
403 Occupational Health and Safety 2018	403-1 Occupational health and safety management system	29, 43
	403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	43
	403-3 Occupational health services	42-43

GRI MATERIAL DISCLOSURE		PAGES
403 Occupational Health and Safety 2018	403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	42-43
	403-5 Worker training on occupational health and safety	43
	403-6 Promotion of worker health	42-43
	403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	42-43
	403-9 Work-related injuries	94
	403-10 Work-related ill health	94
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.	43
404 Training and Education	404-1 Average hours of training per year per employee	92-93
	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	40-41
	404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	41
405 Diversity and Equal Opportunity	405-1 Diversity of governance bodies and employees	42-43, 90
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	44
HUMAN RIGHTS MANAGEMENT		
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	29, 44
	103-2 The management approach and its components	44
	103-3 Evaluation of the management approach	44
406 Non-discrimination	406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken	45
408 Child Labor	408-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	44-45
409 Forced or Compulsory Labor	409-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	44-45
411 Rights of Indigenous Peoples	411-1 Incidents of violations involving rights of indigenous peoples	44
412 Human Rights Assessment	412-1 Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments	44-45
GRI Telecommunications Sector Supplement : Providing Access	PA 7 Policies and practices to manage human rights issues relating to access and use of telecommunications products and services.	44
HEALTH		
SOCIAL IMPACT MANAGEMENT		
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	29, 48
	103-2 The management approach and its components	48
	103-3 Evaluation of the management approach	49
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	49-51
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	49
NETWORK AVAILABILITY & RELIABILITY		
103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	29, 52
	103-2 The management approach and its components	52
	103-3 Evaluation of the management approach	53, 55
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	53
	PA 3 Availability and reliability of telecommunications products and services	52
	PA 4 Quantify the level of availability of telecommunications products and services in areas where the organization operates	53-54
	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	58

GRI MATERIAL DISCLOSURE

PAGES

MATERIAL DISCLOSURES BY CHAPTER

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	29, 56
	103-2 The management approach and its components	56
	103-3 Evaluation of the management approach	59
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	57-58
	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	57-58

INNOVATION MANAGEMENT

103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	29, 60
	103-2 The management approach and its components	60-61
	103-3 Evaluation of the management approach	60
GRI Telecommunications Sector Supplement : Providing Access	PA 11 Initiatives to inform customers about product features and applications that will promote responsible, efficient, cost effective, and environmentally preferable use.	62-63

HOME

ENVIRONMENTAL AND CLIMATE MANAGEMENT

103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	29, 66
	103-2 The management approach and its components	66-67
	103-3 Evaluation of the management approach	66
302 Energy	302-1 Energy consumption within the organization	67, 88
	302-3 Energy intensity	67, 88
	302-4 Reduction of energy consumption	68
303 Water and Effluents 2018	303-1 Interactions with water as a shared resource	70
	303-2 Management of water discharge-related impacts	70
	303-3 Water withdrawal	70, 89
	303-4 Water discharge	70
305 Emissions	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	67, 88
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	67, 89
	305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions	67, 89
	305-4 GHG emissions intensity	67, 89
	305-5 Reduction of GHG emissions	68-69
306 Effluents and Waste 2020	306-1 Waste generation and significant waste-related impacts	71
	306-2 Management of significant waste-related impacts	71
	306-4 Waste diverted from disposal	71, 89
	306-5 Waste directed to disposal	71, 89
307 Environmental Compliance	307-1 Non-compliance with environmental laws and regulations	73

RESPONSIBLE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

103 Management Approach	103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	29, 74
	103-2 The management approach and its components	74
	103-3 Evaluation of the management approach	74-76
308 Supplier Environmental Assessment	308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria	74-77
	308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	74-77
414 Supplier Social Assessment	414-1 New suppliers that were screened using social criteria	74-75
	414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken	74-75

การปฏิบัติตามเกณฑ์ขั้นสูงสุดของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN GLOBAL COMPACT)



This is our **Communication on Progress** in implementing the Ten Principles of the **United Nations Global Compact** and supporting broader UN goals.
We welcome feedback on its contents.

UNGC COMMUNICATION ON PROGRESS (COP)	CHAPTER	PAGES
IMPLEMENTING THE TEN PRINCIPLES INTO STRATEGIES & OPERATIONS		
Criterion 1: The COP describes mainstreaming into corporate functions and business units	Corporate Governance and Risk & Crisis Management	20-23
Criterion 2: The COP describes value chain implementation	Responsible Supply Chain Management	74-77
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	44-45
Criterion 4: The COP describes effective management systems to integrate the human rights principles	Stakeholder Engagement, Materiality, Human Capital Development, Human Rights Management	24-29, 38-45
Criterion 5: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms of human rights integration	Stakeholder Engagement, Materiality, Human Capital Development, Human Rights Management	24-29, 38-45
ROBUST LABOR MANAGEMENT POLICIES & PROCEDURES		
Criterion 6: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of labor	Human Capital Development, Human Rights Management	38-45
Criterion 7: The COP describes effective management systems to integrate the labor principles	Human Capital Development, Human Rights Management	38-45
Criterion 8: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms of labor principles integration	Human Capital Development, Human Rights Management	38-45
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	66-73
Criterion 10: The COP describes effective management systems to integrate the environmental principles	Environmental and Climate Change Management	66-73
Criterion 11: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms for environmental stewardship	Environmental and Climate Change Management	66-73
ROBUST ANTI-CORRUPTION MANAGEMENT POLICIES & PROCEDURES		
Criterion 12: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of anti-corruption	Corporate Governance and Risk & Crisis Management	20-23
Criterion 13: The COP describes effective management systems to integrate the anti-corruption principle	Corporate Governance and Risk & Crisis Management	20-23
Criterion 14: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms for the integration of anti-corruption	Corporate Governance and Risk & Crisis Management	20-23
TAKING ACTION IN SUPPORT OF BROADER UN GOALS AND ISSUES		
Criterion 15: The COP describes core business contributions to UN goals and issues	Sustainability at True, UN SDGs Content Index	20-23, 78-83
Criterion 16: The COP describes strategic social investments and philanthropy	Social Impact Management	48-51
Criterion 17: The COP describes advocacy and public policy engagement	Corporate Governance and Risk & Crisis Management	20-23
Criterion 18: The COP describes partnerships and collective action	Human Rights Management	44-45
CORPORATE SUSTAINABILITY GOVERNANCE AND LEADERSHIP		
Criterion 19: The COP describes CEO commitment and leadership	Message from Chairman of the Executive Committee, Message from the Co-Presidents	4, 5
Criterion 20: The COP describes Board adoption and oversight	Corporate Governance and Risk & Crisis Management	20-23
Criterion 21: The COP describes stakeholder engagement	Stakeholder Engagement, Materiality	24-29

UN SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

UN SDG	CHAPTERS/ PAGES	UN SDG	CHAPTERS/ PAGES	UN SDG	CHAPTERS/ PAGES
	Social Impact Management (P.48-51)		Business Performance & Growth Capability (P.14-15), Cyber Security & Data Privacy (P.34-37), Human Capital Development (P.38 - 43), Human Rights (P.44-45), Social Impact Management (P.48-51)		Human Rights (P.44-45), Environmental & Climate Change Management (P.66-73)
	Social Impact Management (P.48-51)				Environmental & Climate Change Management (P.66-73)
	Human Capital Development (P.38-43), Social Impact Management (P.48-51)		Business Performance & Growth Capability (P.14-15), Digital Inclusion for Education (P.32-33), Cyber Security & Data Privacy (P.34-37), Network Management (P.52-54, Innovation (P.60-63)		Social Impact Management (P.50, website)
	Digital Inclusion for Education (P.32-33), Social Impact Management (P.48-51)				Social Impact Management (P.50)
	Corporate Governance (P.20-21), Human Capital Development (P.38-43), Human Rights (P.44-45)		Corporate Governance (P.20-21), Digital Inclusion for Education (P.32-33), Human Capital Development (P.38 - 43), Human Rights (P.44-45), Social Impact Management (P.48-51)		Corporate Governance (P.20 - 23), Stakeholder Engagement (P.24-27), Human Rights (P.44-45)
	Environmental and Climate Change Management (P.70)				
	Environmental and Climate Change Management (P.66-73)				

THE TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES (TCFD)

TCFD RECOMMENDATION		PAGES
1. GOVERNANCE		
Disclose the organization's governance around climate-related risks and opportunities.	a) Describe the board's oversight of climate related risks and opportunities.	16, 22
	b) Describe management's role in assessing and managing climate-related risks and opportunities.	16, 22
2. STRATEGY		
Disclose the actual and potential impacts of climate-related risks and opportunities on the organisation's businesses, strategy, and financial planning where such information is material.	a) Describe the climate-related risks and opportunities the organization has identified over the short, medium, and long term.	23
	b) Describe the impact of climate-related risks and opportunities on the organization's businesses, strategy, and financial planning.	23
	c) Describe the resilience of the organization's strategy, taking into consideration different climate-related scenarios, including a 2°C or lower scenario.	66-67
3. RISK MANAGEMENT		
Disclose how the organization identifies, assesses, and manages climate-related risks.	a) Describe the organization's processes for identifying and assessing climate-related risks.	22-23
	b) Describe the organisation's processes for managing climate-related risks.	22-23
	c) Describe how processes for identifying, assessing, and managing climate related risks are integrated into the organization's overall risk management.	22-23
4. METRICS & TARGETS		
Disclose the metrics and targets used to assess and manage relevant climate-related risks and opportunities where such information is material.	a) Disclose the metrics used by the organization to assess climate-related risks and opportunities in line with its strategy and risk management process.	17, 19, 69
	b) Disclose Scope 1, Scope 2, and if appropriate Scope 3 greenhouse gas (GHG) emissions, and the related risks.	67, 88
	c) Describe the targets used by the organization to manage climate-related risks and opportunities and performance against targets.	17, 66



Independent Assurance Statement

Introduction and Engagement

True Corporation Public Company Limited (hereafter "TRUE") commissioned TÜV NORD (Thailand) Ltd. (hereafter "TUVN") for Sustainability Assurance Engagement. TÜV NORD (Thailand) Ltd. conducted the independent assurance of TRUE's sustainability report (hereinafter "the Report"), which includes "limited assurance" of TRUE's sustainability information for the applied reporting period for the calendar year 2021. 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 2021 to 31st December 2021. The desk review and remote verification were conducted in Feb 2021.

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 and group investment structure in line with True Corporation Plc (Company)'s Annual Report 2021

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

Verification Methodology

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

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

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

- TUVN reviewed the approach adopted by TRUE for the stakeholder engagement and materiality determination process. TUVN performed limited internal stakeholder engagement to verify the qualitative statements made in the Report;
- TUVN verified the sustainability-related statements and claims made in the Report and assessed the robustness of the data management system, information flow and controls;
- TUVN examined and reviewed the documents, data and other information made available by TRUE for the reported disclosures including the Disclosure on Management Approach and performance indicators;

- TUVN conducted interviews with key representatives including data owners and decision-makers from different functions of the Company during the verification;
- TUVN performed sample-based reviews of the mechanisms for implementing the sustainability related policies, as described in TRUE's Sustainability Report;
- TUVN verified sample-based checks of the processes for generating, gathering and managing the quantitative data and qualitative information included in the Report for the reporting period.

Opportunities for Improvement

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

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

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

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

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

TUVN did perform any assurance of procedures on the prospective information, such as targets, expectations and ambitions, disclosed in the sustainability information. Consequently, TUVN draws conclusion on the prospective information. This assurance statement has been prepared in accordance with the terms of our engagement. It does include detailed testing of source data or the operating effectiveness of processes, internal controls and consequently



they do enable us to obtain the assurance necessary to become aware of all significant matters that might be identified in a Type 2 moderate level assurance engagement.

TUVN has evaluated the Report's adherence to the following principles with respect to the requirements of the GRI Standards. Stakeholder identification and engagement is carried out by TRUE on a periodic basis to bring out key stakeholder concerns as material aspects of significant stakeholders. The materiality assessment process considering 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 TUVN'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.

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

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

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

TUV's Competence and Independence

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

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



AA1000
Licensed Report
000-286/V3-JTVZI

Date: 15 March 2022
Place: Bangkok, Thailand
Project Reference No: TUVN/TRUE/SA/2022

PERFORMANCE SUMMARY

GRI Standard	Data Description	Unit	2018	2019	2020	2021
ECONOMIC						
201-1	การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยตรง	Direct Economic Value Generated				
	สินทรัพย์รวม	Total assets	495,569	523,993	617,548	624,915
	รายได้จากการดำเนินงานทั้งหมด	Total revenue	162,773	140,943	138,212	143,655
	รายได้จากการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการอื่น	Revenue from telephone and other services	119,138	120,926	121,326	120,370
	การกระจายมูลค่าทางเศรษฐกิจ	Economic Value Distributed				
	ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน	Staff cost	13,806	15,012	12,289	11,484
	ต้นทุนในการให้บริการรวม	Total cost of providing services	85,335	87,242	81,984	81,634
	การจ่ายสำหรับผลการดำเนินงาน	Payment to Provider of Capital				
	การจ่ายเงินปันผล	Dividend payments	1,034	3,003	3,003	2,334
	ดอกเบี้ยจ่าย	Interest expense	(5,325)	(7,489)	(9,227)	(10,060)
	งบกำไรขาดทุน	Consolidated Income Statement				
	กำไรสุทธิ สำหรับส่วนที่เป็นของบริษัท	Net profit (loss) to equity shareholders of the Company	7,035	5,637	1,048	(1,428)
	กำไรก่อนดอกเบี้ยภาษีค่าเสื่อมและค่าตัดจำหน่าย	EBITDA	56,001	33,850	52,654	57,761

GRI Standard	Data Description	Unit	2018	2019	2020	2021	
ENVIRONMENT							
302-1	ปริมาณพลังงานทั้งหมดที่ใช้	Energy consumption	GJ	2,466,712.82	2,927,336.81	3,232,317.05	3,422,512.34
	ปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป	Energy consumption from non-renewable fuels		222,032.59	231,494.52	145,115.81	65,164.29
	- น้ำมันดีเซล (ทุกประเภท)	- Diesel		173,825.71	179,194.16	137,901.55	61,129.49
	- น้ำมันเบนซิน (ทุกประเภท)	- Gasoline		47,611.46	50,925.19	7,214.26	4,034.80
	- ก๊าซธรรมชาติ	- CNG		595.42	0.00	0.00	0.00
	- เชื้อเพลิงปิโตรเลียมเหลว	- LPG	GJ	0.00	1,375.17	0.00	0.00
	ปริมาณพลังงานหมุนเวียน (โซลาร์เซลล์)	Energy consumption from renewable energy (Solar cells)		NA	2,008.47	65,448.59	97,731.32
	ปริมาณพลังงานไฟฟ้า (ซื้อ)	Electricity consumption (purchased)		2,244,680.23	2,693,833.81	3,021,752.64	3,259,616.72
	- National Grid	- National Grid		2,244,680.23	2,693,833.81	3,021,752.64	2,539,616.72
	- Renewable Energy Certificate (REC)	- Renewable Energy Certificate (REC)		NA	NA	NA	720,000.00
302-3	การใช้พลังงานต่อรายได้	Energy Intensity	GJ per Million Bath	20.70	24.21	26.64	28.43
	การปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 และ 2 (Market-based)	Greenhouse Gas Emissions Scope 1 and 2 (Market-based)	Ton of CO ₂ e	328,542.61	388,938.30	417,508.17	337,188.68
305-1	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (GHG ขอบเขตที่ 1)	Total Direct GHG emissions (GHG Scope 1)		16,157.94	17,039.57	13,768.45	10,565.75
	- การเผาไหม้เชื้อเพลิง	- Fuel combustion	Ton of CO ₂ e	16,157.94	16,807.28	10,306.80	4,559.82
	- การรั่วไหลของสารทำความเย็น	- Fugitive Emissions		NA	232.29	3,461.65	6,005.94
	การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากเชื้อเพลิงชีวภาพ	Biogenic CO ₂ emissions		361.00	404.90	623.42	325.69
305-2	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (GHG ขอบเขตที่ 2)	Indirect GHG emissions (GHG Scope 2)	Ton of CO ₂ e				
	- Base on Location-based method	- Base on Location-based method		312,384.67	371,898.72	403,739.73	419,222.93
	- Base on Location-based method	- Base on Location-based method		312,384.67	371,898.72	403,739.73	326,622.93

GRI Standard	Data Description		Unit	2018	2019	2020	2021
305-3	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (GHG ขอบเขตที่ 3)	Total Indirect GHG emissions (GHG Scope 3)	Ton of CO ₂ e	NA	NA	580.01	370.18
	- การซื้อสินค้าและบริการ (การใช้ไฟฟ้าและกระดาษ)	- Purchased goods and services (Paper & Water Consumption)		NA	4,703.00	313.71	225.93
	- การจัดการของเสียที่เกิดจากการดำเนินงาน	- Waste generated in operations		NA	1,510.00	266.30	144.25
305-4	การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 และ Scope 2) ต่อรายได้	GHG (Scope 1 and Scope 2) Intensity	tonCO ₂ e per Million Baht	2.76	3.22	3.44	2.80
303-3 (2018)	ปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมด	Water withdrawal	Mega liter	179.70	233.84	182.31	116.47
	น้ำประปา (น้ำจืด: Total Dissolved Solids < 1,000 mg/L)	Municipal water supply (Freshwater: Total Dissolved Solids <1,000 mg/L)	Mega liter	179.70	233.84	182.31	116.47
	ปริมาณการนำน้ำจากพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำมาใช้	Total Water Withdrawal from Water Stress Areas	Mega liter	NA	NA	16.37	10.38
	การนำน้ำมาใช้ต่อรายได้	Water withdrawal Intensity	liter per Million Baht	1,508	1,934	1,503	968
306-3 (2020)	ปริมาณของเสียทั้งหมด	Total Waste	Metric tons	2,305.40	883.90	693.15	369.40
	ปริมาณของเสียไม่อันตราย	Non-Hazardous Waste	Metric tons	2,223.00	651.00	670.35	352.75
	- นำไปฝังกลบ (ภายนอกหน่วยงาน)	- Landfill (Offsite)		2,223.00	651.00	604.48	321.29
	- นำไปเผาด้วยเตาเผา (ภายนอกหน่วยงาน)	- Incineration without Energy Recovery (Offsite)		NA	NA	NA	0.00
	- เผาพลังงานกลับมาใช้ (ภายนอกหน่วยงาน)	- Incineration with Energy Recovery (Offsite)		NA	NA	NA	0.00
	- ทำปุ๋ย (ภายนอกหน่วยงาน)	- Composting (Offsite)		NA	NA	0.00	0.00
	- นำไปเป็นอาหารสัตว์ (ภายนอกหน่วยงาน)	- Used as animal feed (Offsite)	Metric tons	NA	NA	0.00	1.11
	- นำไปใช้ซ้ำ	- Reused		NA	NA	NA	0.00
	- ในพื้นที่หน่วยงาน	- Onsite		NA	NA	NA	0.00
	- นอกพื้นที่หน่วยงาน	- Offsite		NA	NA	NA	0.00
	- นำกลับมาใช้ใหม่ (ภายนอกหน่วยงาน)	- Recycling (Offsite)		NA	NA	65.87	30.36
	ปริมาณของเสียอันตรายและของเสียอิเล็กทรอนิกส์	Hazardous Waste and Electronic Waste	Metric tons	82.40	232.90	22.79	16.65
	- นำไปฝังกลบ (ภายนอกหน่วยงาน)	- Landfill (Offsite)		0.20	0.50	0.45	0.67
	- นำไปเผาด้วยเตาเผา (ภายนอกหน่วยงาน)	- Incineration without Energy Recovery (Offsite)		NA	NA	NA	0.00
	- เผาพลังงานกลับมาใช้ (ภายนอกหน่วยงาน)	- Incineration with Energy Recovery (Offsite)		NA	NA	NA	0.00
	- นำไปใช้ซ้ำ	- Reused	Metric tons	NA	NA	NA	5.63
	- ในพื้นที่หน่วยงาน	- Onsite		NA	NA	NA	0.00
	- นอกพื้นที่หน่วยงาน	- Offsite		NA	NA	NA	5.63
	- นำกลับมาใช้ใหม่ (ภายนอกหน่วยงาน)	- Recycling (Offsite)		82.20	232.40	22.34	10.35
	306-4 (2020)	ปริมาณของเสียทั้งหมดที่นำไปใช้ประโยชน์	Total waste diverted from disposal	Metric tons	82.20	232.40	65.87
306-5 (2020)	ปริมาณของเสียทั้งหมดที่นำไปกำจัด (ฝังกลบ)	Total waste directed to disposal (Landfill)	Metric tons	2,223.20	651.50	604.93	321.96

Remark:

- NA หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้
- ปริมาณพลังงาน (หน่วยกิโลวัตต์) คำนวณจากปริมาณเชื้อเพลิงคูณค่าความร้อนของเชื้อเพลิงแต่ละประเภท อ้างอิง กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน
- ปริมาณพลังงานทั้งหมดที่ใช้ ใช้ทั้งปริมาณพลังงานเชื้อเพลิงและปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ใช้ทั้งหมด
- การใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้ คำนวณจากปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมดต่อ ปริมาณพลังงานทุนเรือน และปริมาณพลังงานไฟฟ้า ที่ซื้อจากภายนอกหน่วยงานรายได้จากการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการอื่นๆ (ส่วนมาก)
- ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ต้นทางของไดออกไซด์ที่เทียบเท่า) คำนวณจากข้อมูลกิจกรรมคูณค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก อ้างอิง Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) และสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1) คำนวณจากปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงและการรั่วไหล
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Scope 2) คำนวณจากปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้ไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Scope 3) คำนวณจากปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอื่นๆ ที่องค์กรไม่ได้ควบคุมการดำเนินงาน
- การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ คำนวณจากปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ขอบเขตที่ 1) และทางอ้อมจากการใช้ไฟฟ้า (ขอบเขตที่ 2) ต่อหน่วยรายได้จากการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการอื่นๆ (ส่วนมาก)
- ปริมาณการนำน้ำมาใช้เป็นน้ำประปาทั้งหมด โดยประเมินปริมาณการนำน้ำจากพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำมาใช้ ด้วยเครื่องมือ Aqueduct Water Risk Atlas ของ World Resources Institute (WRI)

GRI Standard	Data Description		Unit	2018	2019	2020	2021	
LABOR PRACTICES								
102-8	จำนวนพนักงาน	Total employees	Person	23,366	22,697	21,704	20,618	
	- พนักงาน ชาย	Male	Person	10,967	10,554	9,927	8,160	
			Percent	46.94	46.50	45.74	39.58	
	- พนักงาน หญิง	Female	Person	12,399	12,143	11,777	12,458	
			Percent	53.06	53.50	54.26	60.42	
	คณะกรรมการบริษัท Board of Directors	Board of Directors/Supervisory Board	Person	18	16	16	15	
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person	17	15	15	14	
	- พนักงาน หญิง	- Female		1	1	1	1	
405-1	ความหลากหลายของพนักงาน	Employee Diversity						
	จำแนกตามระดับ	By Level						
	ผู้บริหาร ตำแหน่งผู้อำนวยการ และสูงกว่าผู้อำนวยการ	Total Management - Director and Director up Level	Person	101	111	100	108	
	- พนักงาน ชาย	- Male		80	91	81	89	
	- พนักงาน หญิง	- Female		21	20	19	19	
	ผู้บริหาร ตำแหน่งผู้ช่วยผู้อำนวยการ และ รองผู้อำนวยการ	Total Management - Assistant Director and Deputy Director Level		922	941	748	893	
	- พนักงาน ชาย	- Male		524	527	418	505	
	- พนักงาน หญิง	- Female		398	414	330	388	
	ผู้บริหารระดับต้น ตำแหน่งผู้จัดการ	Junior Management - Manager Level		2,405	2,379	2,111	2,327	
	- พนักงาน ชาย	- Male		1,248	1,219	1,080	1,177	
	- พนักงาน หญิง	- Female		1,157	1,160	1,031	1,150	
	ระดับพนักงานปฏิบัติการ	Operation Level		19,938	19,266	18,745	17,290	
	- พนักงาน ชาย	- Male		9,115	8,717	8,348	6,389	
	- พนักงาน หญิง	- Female		10,823	10,549	10,397	10,901	
	จำแนกตามเพศ	By Gender						
	- ผู้บริหารสายงานที่เป็นเพศหญิง	Women in all management positions		Person	1,576	1,594	1,380	1,557
				Percent	45.97	46.46	46.64	46.78
	- ผู้บริหารสายงานระดับสูงที่เป็นเพศหญิง	Women in top management positions		Person	419	434	349	407
				Percent	40.96	41.25	41.16	40.66
	- ผู้บริหารสายงานระดับต้นที่เป็นเพศหญิง	Women in junior management positions		Person	1,157	1,160	1,031	1,150
				Percent	48.11	48.76	48.84	49.42
	- ตำแหน่งพนักงานระดับปฏิบัติการ หญิง	Women in workforce (Operation)		Person	10,823	10,549	10,397	10,901
				Percent	54.28	54.75	55.47	63.05
	จำแนกตามเชื้อชาติ	By Ethnicity						
	- ไทย	- Thai		Percent	NA	NA	98.22	99.83
	- เอเชีย	- Asian			NA	NA	0.79	0.05
	- ชาวต่างชาติ	- Foreigner			NA	NA	0.99	0.12
Remarks: Share in all management positions, including junior, middle and senior management (as % of total management workforce) Thai = 96.18% Asian = 2.35% Other Foreigner = 1.47%								
405-1	จำแนกตามช่วงอายุ	By Age						
	< 30 ปี	< 30 years	Person	8,407	7,829	8,137	8,235	
	- พนักงาน ชาย	- Male		3,724	3,431	3,492	2,844	
	- พนักงาน หญิง	- Female		4,683	4,398	4,645	5,391	

GRI Standard	Data Description		Unit	2018	2019	2020	2021
405-1	30-50 ปี	30-50 years	Person	13,785	13,875	12,408	11,238
	- พนักงาน ชาย	- Male		6,573	6,585	5,799	4,748
	- พนักงาน หญิง	- Female		7,212	7,290	6,609	6,490
	> 50 ปี	> 50 years		1,174	993	1,159	1,145
	- พนักงาน ชาย	- Male		670	538	636	568
	- พนักงาน หญิง	- Female		504	455	523	577
	ความหลากหลายอื่นๆ (จำนวนพนักงานที่เป็นผู้พิการ)	Other Diversity (Employees with disabilities)	Person	161	140	129	126
	- พนักงาน ชาย	Male	Person	91	88	83	92
	- พนักงาน หญิง	Female		70	52	46	34
405-2	ค่าตอบแทนเท่าเทียม	Equal Remuneration					
	สัดส่วนเงินเดือนมาตรฐานและค่าตอบแทนเพศหญิง/ชาย	Ratio of basic salary and remuneration of women to men	Ratio (Average female Salary divided by Average Male Salary)				
	- ผู้บริหารระดับสูง (เงินเดือนมาตรฐาน)	- Executive level (Base salary only)		0.92	0.95	0.93	0.93
	- ผู้บริหารระดับสูง (เงินเดือนมาตรฐาน และ ค่าตอบแทนอื่นๆ)	- Executive level (Base salary only + other cash incentives)		NA	NA	0.95	1.00
	- ระดับผู้บริหาร (เงินเดือนมาตรฐาน)	- Management level (base salary only)		0.93	0.95	0.97	0.94
	- ระดับผู้บริหาร (เงินเดือนมาตรฐาน และ ค่าตอบแทนอื่นๆ)	- Management level (base salary + other cash incentives)		0.94	0.94	0.97	0.95
- ไม่ใช่ระดับผู้บริหาร (เงินเดือนมาตรฐาน)	- Non-management level (base salary only)		1.01	0.89	0.92	0.83	
401-1	การว่าจ้างพนักงาน	Recruitment					
	ค่าใช้จ่ายในการสรรหาพนักงานโดยเฉลี่ยเทียบกับพนักงานประจำทั้งหมด	Average hiring cost / FTE	Baht	27,243	48,544	34,327	36,691
	การจ้างงานใหม่	New Hires	Person	7,597	7,705	8,492	14,257
			Percent	32.51	33.95	39.13	69.15
	การโอนย้ายเข้าหน่วยงานภายใน	Open positions filled by internal candidates	Person	274	502	439	622
			Percent	37.03	60.92	47.98	32.65
	จำแนกตามเพศ	By gender					
	- พนักงาน ชาย	- Male	Person	3,435	2,910	3,454	4,788
			Percent	31.32	27.57	34.79	58.68
	- พนักงาน หญิง	- Female	Person	4,162	4,795	5,038	9,469
			Percent	33.57	39.49	42.78	76.01
	จำแนกตามอายุ	By age					
	- น้อยกว่า 30	< 30 years	Person	5,509	5,673	6,111	10,117
			Percent	65.53	72.46	75.10	122.85
	- 30 - 50 ปี	30-50 years	Person	2,088	1,994	2,346	4,059
			Percent	15.15	14.37	18.91	36.12
	- มากกว่า 50 ปี	>50 years	Person	0	38	35	81
			Percent	0.00	3.83	3.02	7.07
	การลาออกจากงาน (พนักงานประจำ)	Turnover (permanent)					
	จำนวนการลาออก	Employee turnover	Person	1,886	1,812	984	976
			Percent	8.07	7.98	4.53	4.73

GRI Standard	Data Description		Unit	2018	2019	2020	2021
401-1	จำแนกตามเพศ	By gender					
	พนักงานชาย	- Male	Person	891	879	471	442
			Percent	8.12	8.33	4.74	5.42
	พนักงานหญิง	- Female	Person	995	933	513	534
			Percent	8.02	7.68	4.36	4.29
	จำแนกตามอายุ	By age					
	น้อยกว่า 30	< 30 years	Person	703	480	305	563
			Percent	8.36	6.13	3.75	6.84
	30 - 50 ปี	30-50 years	Person	1,065	1,206	582	396
			Percent	7.73	8.69	4.69	3.52
	มากกว่า 50 ปี	>50 years	Person	118	126	97	14
			Percent	10.05	12.69	8.37	1.22
	อัตราการลาออกจากการจ้างงานโดยสมัครใจ	Voluntary employee turnover rate	Percent	6.95	6.9	3.72	4.67
102-43	การสำรวจความผูกพันของพนักงาน	Employee Engagement Survey					
	ความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานทั้งหมด	Total Employee engagement and satisfaction rate		69.3	70.9	71.1	72.3
	- พนักงานชาย	- Male	Percent	69.1	72.4	71.8	72.5
	- พนักงานหญิง	- Female		72.0	69.5	71.4	72.2
	จำแนกตามกลุ่มอายุ						
	< 25 ปี	< 25 years		NA	NA	70.0	70.3
	25-34 ปี	25-34 years		NA	NA	70.0	70.4
	35-44 ปี	35-44 years		NA	NA	71.0	73.0
	45-54 ปี	45-54 years	Percent	NA	NA	73.0	76.0
	> 55 ปี	> 50 years		NA	NA	80.0	78.5
404-3	ร้อยละของพนักงานที่เข้าร่วมการสำรวจความผูกพันของพนักงาน	Employees participating in employee engagement and satisfaction survey		97	98	97	97.2
	การประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงาน	Individual Performance Appraisal					
	การใช้เป้าหมายที่สามารถวัดได้ และที่ได้รับการตกลงร่วมกันกับพนักงาน/ หัวหน้างาน (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)	Systematic use of agreed measurable targets by line superior (% of all employees)		100	100	100	100
	การประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานจากหลายมิติ (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)	Multidimensional performance appraisal (% of all employees)	Percent	88	98	100	100
102-41	การเปรียบเทียบและการจัดลำดับพนักงานภายในหมวดหมู่เดียวกัน อย่างเป็นระบบ (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)	Formal comparative ranking of employees within one employee category (% of all employees)		100	100	100	100
	เสรีภาพในการสมาคม/ข้อตกลงการเจรจาต่อรอง	Freedom of Association / Collective Bargaining Agreements					
404-1	% ของพนักงานที่อยู่ในข้อตกลงการเจรจาต่อรองร่วมผ่านคณะกรรมการสวัสดิการของทรู	% of employees covered by collective bargaining agreements through True Welfare Committee	Percent	100	100	100	100
	การฝึกอบรมพนักงาน	Training & Development					
	จำนวนชั่วโมงโดยเฉลี่ยของการฝึกอบรมต่อปีต่อพนักงานหนึ่งคน	Average hours per FTE on training and development	Hours/ Person	17.81	20.7	24.65	37.74

GRI Standard	Data Description		Unit	2018	2019	2020	2021
404-1	จำแนกตามระดับ	By Level					
	- ผู้บริหาร	- Executive Level	Hours/ Person	25.36	27.26	41.45	63.44
	- พนักงานทั่วไป	- Staff Level		16.51	19.52	20.92	37.55
	จำแนกตามเพศ	By Gender					
	- พนักงาน ชาย	- Male	Hours/ Person	19.16	20.78	26.82	41.55
	- พนักงาน หญิง	- Female		16.63	20.63	19.88	33.97
	จำแนกตามกลุ่มอายุ	By Group Age					
	< 30 ปี	< 30 years	Hours/ Person	17.97	14.68	17.45	31.15
	30-50 ปี	30-50 years		17.63	21.38	25.08	40.24
	> 50 ปี	> 50 years		19.18	18.53	29.67	54.31
	จำแนกตามเชื้อชาติ	By Ethnicity					
	- ไทย	- Thai	Hours/ Person	NA	NA	98.22	99.83
	- เอเชีย	- Asian		NA	NA	0.79	0.05
	- ชาวต่างชาติ	- Foreigner		NA	NA	0.99	0.12
	ความหลากหลายอื่นๆ (จำนวนพนักงานที่เป็นผู้พิการ)	Other Diversity (Employees with disabilities)					
	- พนักงาน ชาย	Male	Hours/ Person	91	88	83	9.1
	- พนักงาน หญิง	Female		70	52	46	6.17
	พนักงานเข้าร่วมอบรมหลักสู่ความยั่งยืน						
	%พนักงานเข้าร่วมอบรมหลักสู่ความยั่งยืน		Target	100	100	100	100
			Percent	100	100	100	100
404-2	จำนวนพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรมเพิ่มทักษะและความก้าวหน้าของพนักงานในสายอาชีพ	Number of employees attended programs for upgrading employee skills and transition assistance programs (Career Development)	Person	1,638	1,254	2,247	1,509
	พนักงานหญิงในตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับ Science Technology Engineering and Mathematics (STEM)	Woman in STEM-related positions	Target	NA	NA	35	35
			Percent	NA	NA	36	38
	พนักงานหญิงในระดับผู้บริหารที่อยู่ในหน่วยงานสร้างรายได้	Woman in management positions in revenue-generating functions	Target	NA	NA	50	50
			Percent	NA	NA	56	57
401-3	การใช้สิทธิลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร	Parental Leave					
	จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร	Number of employees taking parental leave	Person	492	617	620	490
	- ชาย	- Male	Person	239	254	230	0
	- หญิง	- Female		253	363	390	490
	จำนวนพนักงานที่กลับมาปฏิบัติงานหลังจากใช้สิทธิลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร	Number of employees returning to work after parental leave		444	548	539	407
	- ชาย	- Male	Person	233	231	211	0
	- หญิง	- Female		211	317	328	407
	จำนวนพนักงานที่กลับมาปฏิบัติงานหลังจากใช้สิทธิลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร และยังคงทำงานต่อหลังจากนั้นอีก 1 ปี	Number of employees returning to work after parental leave who are still employed for the next 12 months		444	548	539	407
	- ชาย	- Male	Person	233	231	211	0
	- หญิง	- Female		211	317	328	407
	อัตราพนักงานกลับมามีงานทำหลังจากใช้สิทธิลาคลอด/ลาเลี้ยงดูบุตร	Employees returned to work after parental leave (retention rate)	Percent	90	100	100	83

Remark: - NA หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้

GRI Standard	Data Description		Unit	2018	2019	2020	2021
OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY							
พนักงาน		Employees					
403-9 2018 (a)	จำนวนพนักงานที่เสียชีวิตเนื่องจากอุบัติเหตุ (ในชนวน)	The number of fatalities from work-related injury	Person	2	0	2	0
	- ชาย	- Male		2	0	2	0
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
	อัตราการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุจากการทำงาน	Rate of fatalities from work-related injury	No. per million man-hours	0.04	0.00	0.05	0.00
	- ชาย	- Male		0.088	0.000	0.098	0.000
	- หญิง	- Female		0.000	22.000	0.000	0.000
	จำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน	The number of high-consequence work-related injury	Person	NA	NA	0	0
	- ชาย	- Male		NA	NA	0	0
	- หญิง	- Female		NA	NA	0	0
	อัตราการบาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน	Rate of high-consequence work-related injury	No. per million man-hours	NA	NA	0	0
	- ชาย	- Male		NA	NA	0	0
	- หญิง	- Female		NA	NA	0	0
	จำนวนผู้บาดเจ็บจากการทำงานทั้งหมด	The number of recordable work-related injury	Person	NA	NA	12	9
	- ชาย	- Male		NA	NA	12	9
	- หญิง	- Female		NA	NA	0	0
	อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานทั้งหมด	Rate of recordable work-related injury	No. per million man-hours	NA	NA	0.30	0.20
	- ชาย	- Male		NA	NA	0.59	0.47
	- หญิง	- Female		NA	NA	0.00	0.00
	จำนวนชั่วโมงทำงานทั้งหมด	Total Employee Work Hours	Hours	48,601,280	47,209,760	40,543,215	45,799,292
	- ชาย	- Male	Hours	22,811,360	21,952,320	20,471,480	19,316,349
- หญิง	- Female	25,789,920		25,257,440	20,071,735	26,482,943	
403-10 2018 (a)	จำนวนผู้เสียชีวิตจากโรคที่เกิดจากการทำงาน	The number of fatalities as a result of work-related ill health	Person	0	0	0	0
	- ชาย	- Male	Person	0	0	0	0
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
	จำนวนผู้เจ็บป่วยจากการทำงาน	The number of cases of recordable work-related ill health	Person	0	0	0	0
	- ชาย	- Male	Person	0	0	0	0
	- หญิง	- Female		0	0	0	0
403-2	อัตราความรุนแรงจากอุบัติเหตุการทำงาน	Injuries Severity Rate(ISR) base 1,000,000 Hrs	Days per million man-hours	13.80	5.00	3.97	10.04
	อัตราการขาดงาน	Absentee Rate	Percent	0.90	0.24	3.97	0.50
	- ชาย	- Male	Percent	1.00	0.26	0.66	0.45
	- หญิง	- Female		0.84	0.22	0.53	0.54
ผู้รับเหมา		Contractors					
	จำนวนผู้รับเหมาที่เสียชีวิตเนื่องจากอุบัติเหตุ (ในชนวน)	The number of fatalities from work-related injury	Person	1	2	0	1
	- ชาย	- Male		1	2	0	1
	- หญิง	- Female		0	0	0	0

GRI Standard	Data Description	Unit	2018	2019	2020	2021
403-9 2018 (b)	อัตราการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุจากการทำงาน	Rate of fatalities as a result of work-related injury	NA	NA	0.00	0.19
	- ชาย	- Male	NA	NA	0.00	0.22
	- หญิง	- Female	NA	NA	0.00	0.00
	จำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน	The number of high-consequence work-related injury	NA	NA	2	0
	- ชาย	- Male	NA	NA	2	0
	- หญิง	- Female	NA	NA	0	0
	อัตราการบาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน	Rate of high-consequence work-related injury	NA	NA	0.05	0.00
	- ชาย	- Male	NA	NA	0.06	0.00
	- หญิง	- Female	NA	NA	0.00	0.00
	จำนวนผู้บาดเจ็บจากการทำงานทั้งหมด (การบาดเจ็บจากการทำงานที่ส่งผลให้เกิดการเสียชีวิต, การบาดเจ็บ, การย้ายงาน, การรักษาพยาบาลที่มากกว่าการบาดเจ็บเล็กน้อย, หรือการขาดสติสัมปชัญญะ (รวมการเสียชีวิต))	The number of recordable work-related injury	NA	NA	3	9
	- ชาย	- Male	NA	NA	3	9
	- หญิง	- Female	NA	NA	0	0
	อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานทั้งหมด	Rate of recordable work-related injury	NA	NA	0.08	1.70
	- ชาย	- Male	NA	NA	0.08	1.96
	- หญิง	- Female	NA	NA	0.00	0.00
403-1 2016	จำนวนชั่วโมงการทำงานทั้งหมด	Total Employee Work Hours	NA	NA	36,416,952	5,291,096
	- ชาย	- Male	NA	NA	36,092,992	4,593,056
	- หญิง	- Female	NA	NA	323,960	698,040
	นโยบายและการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย	Health and Safety Framework and Training				
	ความครอบคลุมของกรอบการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย	Coverage of health and safety management framework	134	130	82	92
	ความครอบคลุมในการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย	Coverage of OHS health risks/prevention training	3,841	3,256	1,720	12,890
102-17	ความครอบคลุมในการฝึกอบรมหรือมาตรการต่างๆ ที่ส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ของพนักงาน	Coverage of special training and/or measures to foster employees' health and well-being	101,200	140,400	82,776	127,000
	การร้องเรียนผ่านช่องทาง Whistle Blower	Grievance				
	อีเมล	E-mail: auditcommittee@truecorp.co.th	0	0	0	0
	จดหมาย	Letter	2	0	2	0
	การเข้าร่วมสหภาพโดยสมัครใจ	Freedom of Association				
	% ของพนักงานที่อยู่ในข้อตกลงการเจรจาต่อรองร่วมผ่านคณะกรรมการสวัสดิการของทรู	% of employees covered by collective bargaining agreements through True Welfare Committee	100	100	100	100
102-17	กรณีที่มีการปรึกษาหารือ/การเจรจา กับสหภาพแรงงานเรื่องการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร	Number of consultations/negotiations with trade unions over organizational changes	0	0	0	0

Remark:

- NA หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้
- อัตราการบาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน (ไม่รวมเสียชีวิต) = จำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน ส่งผลให้เกิดการบาดเจ็บ ไม่สามารถฟื้นตัวเต็มที่ที่สุดก่อนการบาดเจ็บภายใน 6 เดือน ในช่วงเวลาที่รายงานผล X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวมในช่วงเวลาที่รายงานผล
- อัตราการบาดเจ็บทั้งหมด = จำนวนผู้บาดเจ็บจากการทำงานที่ส่งผลให้เกิดการเสียชีวิต, การบาดเจ็บ, การย้ายงาน, การรักษาพยาบาลที่มากกว่าการบาดเจ็บเล็กน้อย, หรือการขาดสติสัมปชัญญะ (รวมการเสียชีวิต) ในช่วงที่รายงานผล (นับรวมตั้งแต่ ไม่หยุดงาน, ได้รับการรักษาพยาบาลมากกว่า 3 วัน, หรือการขาดสติสัมปชัญญะ) X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวมในช่วงที่รายงานผล
- ISR= Number of lost working day x 1,000,000hrs/(5 working day x 8hrs x 52weeks x Total Employee), 2021 target: 10.00

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

201-1	รวมเงินสมทบ	Total Contribution				
	การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม	Funding for activities benefiting society	Million Baht	356.66	427.32	222.6
	การอาสาของพนักงานในกิจกรรมทางสังคม	Volunteering by employees in social activities		11.66	12.15	11.91

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

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



วัตถุประสงค์ในการจัดทำรายงาน

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี เพื่อแสดงความมุ่งมั่นและสื่อสารผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ตามหลักธรรมาภิบาลที่มีความโปร่งใส ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบ

ขอบเขตการรายงาน

รายงานความยั่งยืนประจำปี 2564 ฉบับนี้ มีขอบเขตของข้อมูลการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2564 โดยเนื้อหาของรายงานมุ่งเน้นประเด็นที่สำคัญต่อมิติความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ที่มีนัยสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียและตัวชี้วัดในแต่ละประเด็น โดยปีนี้ บริษัทฯ ไม่มีการปรับเปลี่ยนข้อมูลจากการรายงานจากปีที่แล้ว

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 ประการ ของ UN Global Compact (สามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หน้า 83-84)

บริษัทที่อยู่ในขอบข่ายการรายงาน

รายงานฉบับนี้ครอบคลุมการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่มทรู ที่บริษัทฯ ถือครองหุ้นมากกว่าร้อยละ 50 และบริษัทฯ มีอำนาจในการบริหารงาน (Operational Control) ประกอบด้วย ธุรกิจทรูมูฟ เอช ธุรกิจทรูออนไลน์ ธุรกิจทรูวิชั่นส์ และธุรกิจ ทรู ดิจิทัล กรุ๊ป ซึ่งเป็นขอบเขตเดียวกับการรายงานผลประกอบการด้านการเงินประจำปี 2564 ของบริษัทฯ ทั้งนี้ สามารถอ้างอิงข้อมูลได้จากรายงานประจำปีและจากเว็บไซต์ของบริษัทฯ

การรับรองจากหน่วยงานภายนอก

เนื้อหาของรายงานฉบับนี้ ได้รับการทวนสอบตัวชี้วัดที่สำคัญโดยผู้ตรวจสอบอิสระภายนอก ที่การประเมินความน่าเชื่อถือของชุดข้อมูล (สามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หน้า 85-87)

ช่องทางการติดต่อ

บริษัทฯ ยินดีรับฟังข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อนำข้อคิดเห็นมาบูรณาการเข้ากับกระบวนการดำเนินงานและส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน โดยท่านสามารถติดต่อตามช่องทาง ดังนี้

แผน Strategy & Sustainable Development

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 18 อาคารทรู ทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก
แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
อีเมล CSR-SD@truecorp.co.th

แบบสำรวจความคิดเห็นของรายงานความยั่งยืน ปี 2564

บริษัทฯ ขอขอบคุณสำหรับทุกความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของท่านเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้ โดยข้อมูลที่ได้รับจากแบบสำรวจความคิดเห็นนี้ จะนำมาปรับปรุงเนื้อหาในรายงานความยั่งยืนในปีต่อไป

กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่อง ☐ หรือแสดงความคิดเห็นของท่านเพิ่มเติมลงในช่องว่าง

1. กรุณาระบุสถานะของท่าน

- ☐ ลูกค้า ☐ ผู้ถือหุ้นและเจ้าหนี้ ☐ พนักงาน
☐ หน่วยงานของรัฐ ☐ พันธมิตรทางธุรกิจและคู่ค้า ☐ ชุมชนและสังคม

2. ท่านได้รับรายงานความยั่งยืนฉบับนี้จากไหน

- ☐ ได้รับแจกวันประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี ☐ ดาวน์โหลดจากอินเทอร์เน็ต
☐ อื่นๆ โปรดระบุ

3. วัตถุประสงค์ในการอ่านรายงานความยั่งยืนฉบับนี้

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

4. กรุณาแสดงความคิดเห็นต่อรายงานความยั่งยืนปี 2564

ความคิดเห็นต่อรายงานความยั่งยืนปี 2564	ระดับคะแนน				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
☐ ภาพรวมรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ มีความสมบูรณ์ ตรงกับสิ่งที่ท่านต้องการทราบ					
☐ มีการนำเสนอเนื้อหาที่เข้าใจง่าย และน่าสนใจ					
☐ เนื้อหาในรายงานความยั่งยืนมีความน่าเชื่อถือ					
☐ รายงานความยั่งยืนมีขนาด และรูปแบบที่เหมาะสม					
☐ ความพึงพอใจต่อรายงานความยั่งยืนโดยรวม					

5. ท่านคิดว่าประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ ได้รับการระบุในรายงานครบถ้วน

- ☐ ครบถ้วน ☐ ไม่ครบถ้วน

โปรดระบุประเด็นที่เห็นว่าควรเพิ่มเติม.....

ท่านสามารถร่วมแสดงความคิดเห็น
ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยการสแกน QR CODE



true | **SUSTAINABILITY**

มีกัน//ละกัน สร้างสรรค์ชีวิตที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน



บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

18 อาคารทรู ทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก หัวใจขวาง กรุงเทพฯ 10310

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

www.truecorp.co.th