

รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน 2549

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

ทุกอย่างมีขีดจำกัด





ขอต้อนรับรายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนฉบับปฐมฤกษ์

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ได้จัดพิมพ์รายงานสิ่งแวดล้อมชิ้นครั้งแรกในปี 2545 ถึงแม้ในปีที่ผ่านมา จะมีข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมอยู่ในรายงานแล้วก็ตาม ในปีนี้ ชื่อรายงานของเราได้ถูกเปลี่ยนเพื่อให้มุ่งเน้นไปที่ความยั่งยืนในปีงบประมาณ 2549 รายงานฉบับที่ 4 จึงถูกตั้งชื่อใหม่เป็น รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ซึ่งได้มีการพัฒนามากขึ้นเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ Global 2010 ของเรา

รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จะครอบคลุมกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ ซึ่งจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมทางสิ่งแวดล้อม และสังคมอย่างครบถ้วนตรงไปตรงมา

ขอบเขตของรายงาน

รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนฉบับนี้ อธิบายถึงกิจกรรมของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ในการดำเนินงานทั้ง 3 ด้านของความยั่งยืน ได้แก่ การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม การดำเนินงานด้านสังคม และการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สำหรับรายละเอียดเพิ่มเติม โปรดศึกษาจากเนื้อหาในรายงาน หรือเยี่ยมชมเว็บไซต์ของเราที่ <http://www.toyota.co.th>

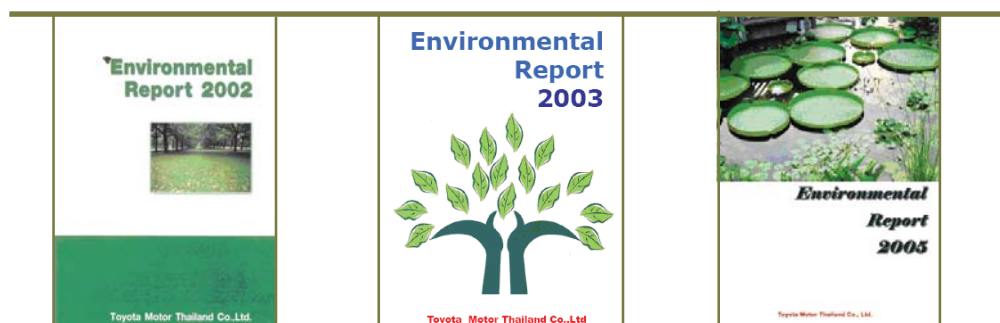
หน้าปกรายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน “ทุกอย่างมีขีดจำกัด” ได้รับรางวัล Best of B.A.D. Student Workshop 2549 โดยนางสาวชุตินา แสงผึ้ง ปี 4 คณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ภายใต้หัวข้อชื่อ “โครงการลดเมืองร้อน...ด้วยมือเรา” ซึ่งเป็นโครงการกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

ช่วงเวลาของข้อมูลที่นำเสนอ

ช่วงเวลาที่มีการจัดเก็บข้อมูลคือระหว่างเดือน เมษายน 2548 ถึงเดือนพฤษภาคม 2549 และการพัฒนาหลัก ๆ จะนับรวมถึงเดือนมิถุนายน 2549



รายงานฉบับอื่น ๆ ก่อนหน้านี้





สารบัญ

- สารบัญจากผู้บริหาร4
- ปรัชญาขององค์กร6
- ภาพรวมของบริษัท8
- การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม14
- การดำเนินงานด้านสังคม30
- การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ49
- บทความพิเศษ52
- แบบสอบถาม57

EXECUTIVE STATEMENT



หลายปีที่ผ่านมาโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ควบคู่ไปกับสังคมไทยที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน จะเห็นได้จากก่อนที่ผมจะเข้ามารับตำแหน่งในประเทศไทยเมื่อปี 2544 ยอดผลิตรถยนต์เพื่อจำหน่ายภายในประเทศและส่งออก มีจำนวน 83,000 คัน แต่ในปีที่ผ่านมา หรือ ปี 2548 โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทยผลิตรถยนต์เพื่อจำหน่ายภายในประเทศและส่งออก จำนวนทั้งสิ้น 415,000 คัน ซึ่งเพิ่มขึ้นถึง 4 เท่าตัว ภายในระยะเวลาเพียง 5 ปี ถือว่าเป็นตัวเลขของการเจริญเติบโตที่สูงมากตัวเลขหนึ่ง เท่าที่ผมเคยประสบมา

เบื้องหลังการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วนี้ โตโยต้าได้พัฒนาหลายสิ่งหลายอย่างควบคู่กันไป เช่น เรามีการขยายการลงทุนอย่างยั่งยืน เรามีการพัฒนาทรัพยากรบุคคลสำหรับพนักงานของเรา สำหรับผู้ผลิตชิ้นส่วน และสำหรับผู้แทนจำหน่ายรวมทั้งการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของตลาดยานยนต์ นอกจากนี้เรามีการให้บริการลูกค้าอย่างครบวงจรและดำเนินกิจกรรมเพื่อตอบแทนสังคมไทยอย่างต่อเนื่องตลอดมา

เนื่องจากประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและยังมีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่ได้เปรียบ ดังนั้นโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทยจึงมีความภูมิใจที่ได้รับเลือกโดยโตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น ให้เป็นฐานการลงทุนที่สำคัญแห่งหนึ่ง ดังตัวอย่างที่เห็นได้ว่า เราได้สร้างโรงงานแห่งใหม่ ซึ่งจะเริ่มดำเนินการผลิตได้ในเดือนมกราคมปี 2550 นี้ โรงงานแห่งนี้เป็นโรงงานที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากที่สุดในเอเชียแปซิฟิก เนื่องจากเราใช้พลังงานสะอาดจากธรรมชาติ เรามีการใช้เซลล์น้ำที่ใช้ในการผลิต และขยะอย่างเป็นระบบ และเราสามารถลดการปล่อย CO₂ ให้อยู่ในระดับที่ต่ำกว่ามาตรฐานหลายเท่าตัว

นอกจากการลงทุนเพื่อขยายการผลิตแล้ว โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทยยังมุ่งมั่นที่จะพัฒนาบุคลากรของเราและดูแลให้มีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง โดยเราได้จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมที่เรียกว่า AP-GPC ขึ้น ซึ่งมีแห่งเดียวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในสถาบันแห่งนี้ เรามีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้ และทักษะที่จะนำไปใช้ในการปฏิบัติงานของพนักงานและลูกค้าของเรา ที่มาจากโตโยต้าในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก นอกจากนี้เรายังได้เปิดโรงเรียนสาขาวิชาชีพตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ ให้กับนักเรียนนักศึกษาที่สนใจทั่วไปเข้ามาศึกษา อีกทั้งยังมีการมอบทุนการศึกษา และอุปกรณ์เพื่อการศึกษา อาทิ เครื่องยนต์ ให้กับสถาบันการศึกษาอีกมากมายหลายแห่ง

เรามุ่งสู่มาตรฐานอันสูงสุดไม่ว่าจะเป็นในแง่ของโรงงานที่มีมาตรฐานการผลิตสูงและทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ ทั้งนี้ก็เพื่อต้องการสร้างสรรค์สินค้าที่มีคุณค่าให้แก่ลูกค้าและสังคมไทยมากที่สุด เราได้ทุ่มเทความสามารถของเรา เพื่อพัฒนารถยนต์ที่มีคุณภาพ มีความสะดวกสบาย มีความปลอดภัยสูง และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ลูกค้าและคนในสังคมเกิดความพึงพอใจสูงสุด อีกทั้งเราได้มีการพัฒนาบริการใหม่ๆ อย่างครบวงจรให้กับลูกค้า และเราได้มีการขยายเครือข่ายศูนย์บริการและตัวแทนจำหน่ายให้ครอบคลุมพื้นที่กว้างขึ้นเพื่อให้ลูกค้ามีความสะดวกสบายและพึงพอใจมากขึ้น

สิ่งที่โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทยให้ความสำคัญอย่างยิ่งเสมอมาคือการรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเราได้กำหนดนโยบายของเราไว้ว่า เราจะป็นองค์กรที่ดีของประเทศไทย ด้วยการมุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์ และพัฒนาคุณภาพสังคมให้ดีขึ้นอย่างมั่นคงและยั่งยืน ยิ่งไปกว่านั้นเรายังได้กำหนดกิจกรรมเพื่อสังคมเป็นพันธกิจหนึ่งของเราอีกด้วย โดยในปีนี้ได้มุ่งเน้นการทำกิจกรรมเพื่อสังคมใน 2 ด้านหลักๆ คือ การรณรงค์ความปลอดภัยบนท้องถนน และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่วนในด้านอื่นๆ เช่น การส่งเสริมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม และการช่วยเหลือและสนับสนุนกิจกรรมชุมชน เรายังคงดำเนินการอยู่เช่นเดิม

จากอดีตจนถึงปัจจุบันโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทยได้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมไทยตลอดมา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้วยการจัดตั้งมูลนิธิโตโยต้ามาเป็นระยะเวลานานกว่า 10 ปี โดยมูลนิธินำเงินดอกผลมาดำเนินการภายใต้วัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการศึกษาและพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งกิจกรรมสาธารณประโยชน์ด้านอื่นๆ โดยร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ อีกมากมาย

สุดท้ายนี้ ผมเชื่อว่าการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทยนั้นจะต้องควบคู่ไปกับสังคมไทย ดังนั้นโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จึงได้มุ่งมั่นที่จะตอบแทนสังคมไทยโดยการทำกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆอย่างต่อเนื่องตลอดมาพร้อมกันกับการพัฒนาการผลิตของเราให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และพัฒนาสินค้าและบริการของเราอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้าของเรามีความพึงพอใจมากขึ้น

Mr. Ryoichi Sasaki
President





การที่โตโยต้าดำรงความเป็นผู้นำแห่งอุตสาหกรรมยานยนต์มาอย่างยาวนานรวมทั้งได้รับการยอมรับและความไว้วางใจจากผู้บริโภคนั้น เกิดจากการที่เราใส่ใจในกับทุกกระบวนการของการผลิตตั้งแต่กระบวนการขึ้นรูปกระบวนการเชื่อม กระบวนการพ่นสี กระบวนการประกอบ ซึ่งทุกกระบวนการล้วนมีความสำคัญและสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน รวมถึงการทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังและต่อเนื่องด้วย

ปัจจุบันโรงงานผลิตรถยนต์ของเราทั้ง 2 แห่ง ได้แก่ โรงงานลำโพงและโรงงานเกตเวย์ มีการติดตั้งระบบและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ทันสมัยเพื่อลดมลพิษและของเสียในด้านต่างๆ ของการผลิต อาทิ มลพิษในอากาศ เสียงดั่งน้ำเสียว เป็นต้น รวมถึงการจัดการของเสียทั้งของเหลวและของแข็งอย่างเป็นระบบซึ่งครอบคลุมในทุกกระบวนการ

ในปี 2550 นี้โตโยต้าจะดำเนินการขยายฐานการผลิตไปยังโรงงานแห่งใหม่ที่อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อรองรับความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้น โดยโรงงานแห่งนี้จะเป็นโรงงานเพื่อสิ่งแวดล้อมแห่งแรกในอาเซียน (Eco Factory) ที่สมบูรณ์แบบและเพียบพร้อมไปด้วยนวัตกรรมแห่งเทคโนโลยีด้านสิ่งแวดล้อม นี้คือบทพิสูจน์ถึงการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีแก่สังคมไทยโตโยต้าเชื่อมั่นว่าการเจริญเติบโตที่ยั่งยืนนั้นนอกเหนือจากการเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจของบริษัทฯแล้วการพัฒนาด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมีส่วนผลักดันให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนยิ่งขึ้นไปซึ่งบริษัทฯมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาและเติบโตอย่างกลมกลืนคู่กับสังคมไทยตลอดไป

Y. Mishima

Mr. Yasuhiro Mishima
Executive Vice President



ตลอดระยะเวลาในรอบปีที่ผ่านมา บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัดยังคงสานต่อเจตนารมย์ในการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างไม่หยุดยั้ง จะเห็นได้จากการดำเนินโครงการด้านสิ่งแวดล้อมต่างๆ ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระดับโลก

รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนฉบับนี้ ได้รวบรวมผลการดำเนินการด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ในรอบปีงบประมาณ 2549 (เมษายน 2548 – มีนาคม 2549) อาทิเช่น การลดการใช้พลังงาน การลดมลพิษสู่สิ่งแวดล้อม อันเนื่องมาจาก VOCs และ SoCs การวิจัยพลังงานทดแทนจากเมล็ดสับปะรด การส่งเสริมการจัดทำ ISO 14001 ให้กับทั้งผู้แทนจำหน่ายและผู้จัดจำหน่ายชิ้นส่วน โครงการลดเมืองร้อนด้วยมือเรา โครงการปลูกป่าชายเลน รวมถึงการเปิดตัวโรงงานประกอบเพื่อสิ่งแวดล้อมแห่งใหม่และแห่งแรกในอาเซียนที่ อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา และการรายงานผลด้านเศรษฐกิจ เป็นต้น ทั้งนี้รายงานฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารและเผยแพร่ ให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหลายได้รับทราบและแสดงถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อสังคมและประเทศ

ผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่า โครงการและการริเริ่มดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในรายงานฉบับนี้จะเป็นเครื่องมืออันทรงประสิทธิภาพที่สะท้อนให้เห็นถึงปณิธานอันแน่วแน่ของเราในการดำเนินการที่จะพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมรวมถึงสร้างเสริมจิตสำนึกให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง อันก่อให้เกิดความสมดุลและการพัฒนาอย่างยั่งยืนอยู่เคียงคู่กับสังคมไทยตลอดไป ทั้งนี้บริษัทฯ พร้อมรับฟังทุกความคิดเห็นของทุกท่าน เพื่อปรับปรุงและพัฒนาผลการดำเนินงานและการจัดทำรายงานฯ ต่อไป

Apichai Sidrattakul

Mr. Apichai Sidrattakul
Vice President



CORPORATE PHILOSOPHY

ปัจจุบันบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ถือเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงสุดในการเป็นผู้นำในตลาดรถยนต์
พีสูงนับได้จากภารกิจที่บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย มียอดขายหน้า
เป็นอันดับหนึ่งในประเทศสามารถครองส่วนแบ่งตลาดรวม 40%
และเป็นบริษัทรถยนต์ที่อยู่ในใจของลูกค้าตลอดมานับจากอดีตจนถึง
ปัจจุบัน แม้บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทยจะประสบความสำเร็จ
สามารถครองใจลูกค้าด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง
แต่ยังมีความท้าทายต่าง ๆ อีกมากที่บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย
ต้องเผชิญ และปรับตัว โดยจะต้องมีการวางกลยุทธ์อย่างเหมาะสม
เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้

วิสัยทัศน์ของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย

1. เป็นบริษัทแกนนำของโตโยต้าเอเชียแปซิฟิกและเครือข่ายโตโยต้าทั่วโลก
2. เป็นบริษัทที่ได้รับการยอมรับและยกย่องที่สุดในประเทศไทย

หลักการของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

1. ปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยการท้าทายและเปลี่ยนแปลง
2. เคารพและยอมรับผู้อื่น
3. ยึดหลักความพึงพอใจของลูกค้า
4. กุ้มเทเพื่อมาตรฐานสูงสุด
5. รับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม

พันธกิจของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

1. สร้างความแข็งแกร่งในการปฏิบัติงานและส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างเอเชียแปซิฟิก
2. บรรลุการเป็นผู้นำในด้านความพึงพอใจของลูกค้าและในด้านสัดส่วน การตลาด
3. กำหนดให้ความปลอดภัยเป็นกิจกรรมที่สำคัญที่สุดของกิจกรรมรากฐานของบริษัท
4. สร้างสังคมที่มีคุณภาพโดยการทำกิจกรรมที่มีคุณค่าเพื่อสังคม

โตโยต้า เทคโนโลยีเพื่อโลกสีเขียว

ห่วงใยด้วย หัวใจสีเขียว



นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

1. โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จะปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกัสิ่งแวดล้อมภายในบริษัท พร้อมทั้งมีความมุ่งมั่นที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายทางด้านสิ่งแวดล้อมที่วางไว้
2. โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทยจะทุ่มเทปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับการทำงานของระบบสิ่งแวดล้อม และการป้องกันมลพิษซึ่งบรรลุได้โดย
 - ก. มุ่งเน้นที่จะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเนื่องจากวัตถุดิบและกระบวนการผลิต โดยการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากสิ่งเหล่านั้นก่อนที่จะนำวัตถุดิบใหม่มาใช้หรือก่อนมีกระบวนการผลิตใหม่ ๆ
 - ข. หาวิธีลดปริมาณการใช้พลังงาน ลดระดับมลพิษ และปริมาณของเสียที่ออกสู่สิ่งแวดล้อม
3. โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย มีความพยายามที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อพนักงานทุกคน เพื่อให้การปฏิบัติและการบริหารงานด้านสิ่งแวดล้อมบังเกิดผลมากที่สุด
4. ตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสารกับชุมชนในท้องถิ่นและให้ความร่วมมือที่ดีในกิจกรรมการรักษาสิ่งแวดล้อมในชุมชน



ภาพรวมของบริษัท

ภาพรวมธุรกิจของโตโยต้า
โครงสร้างองค์กรด้านสิ่งแวดล้อม
รางวัลด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม

ภาพรวมธุรกิจของโตโยต้า

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด เป็นบริษัทรถยนต์รายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ก่อตั้งเมื่อวันที่ 5 ตุลาคม พ.ศ. 2505 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 7,520 ล้านบาท (ประมาณ 190 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีโรงงานประกอบรถยนต์ทั้งสิ้น 3 แห่ง คือ โรงงานประกอบรถยนต์สำโรง (รถยนต์เพื่อการพาณิชย์) โรงงานประกอบรถยนต์ นิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ (รถยนต์นั่งส่วนบุคคล) และโรงงานประกอบรถยนต์ ไทยออดิเวสต์ (รถยนต์เพื่อการพาณิชย์) โดยมีกำลังการผลิตรวมทั้งสิ้น 437,500 คันต่อปี นอกเหนือจากการประกอบรถยนต์แล้ว บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้นำเข้าและส่งออกรถยนต์สำเร็จรูปและชิ้นส่วนรถยนต์ไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกอีกกว่า 90 ประเทศ และในต้นปี 2550 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จะเปิดโรงงานใหม่เพิ่มอีกหนึ่งแห่งคือ โรงงานบ้านโพธิ์จ.ฉะเชิงเทรา เพื่อให้สามารถรองรับความต้องการของรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ทั้งในประเทศและการส่งออกที่เพิ่มขึ้นในอนาคต โดยจะมียอดการผลิตอยู่ที่ 100,000 คันในระยะที่หนึ่ง นอกจากนี้โรงงานบ้านโพธิ์จะเป็นโรงงานหลักที่สำคัญต่อการเติบโตของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด และจะเป็นโรงงานประกอบรถยนต์ที่ทันสมัยที่สุดในภูมิภาคนี้ ทั้งในแง่ของความปลอดภัย คุณภาพ ต้นทุน และการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco Plant)

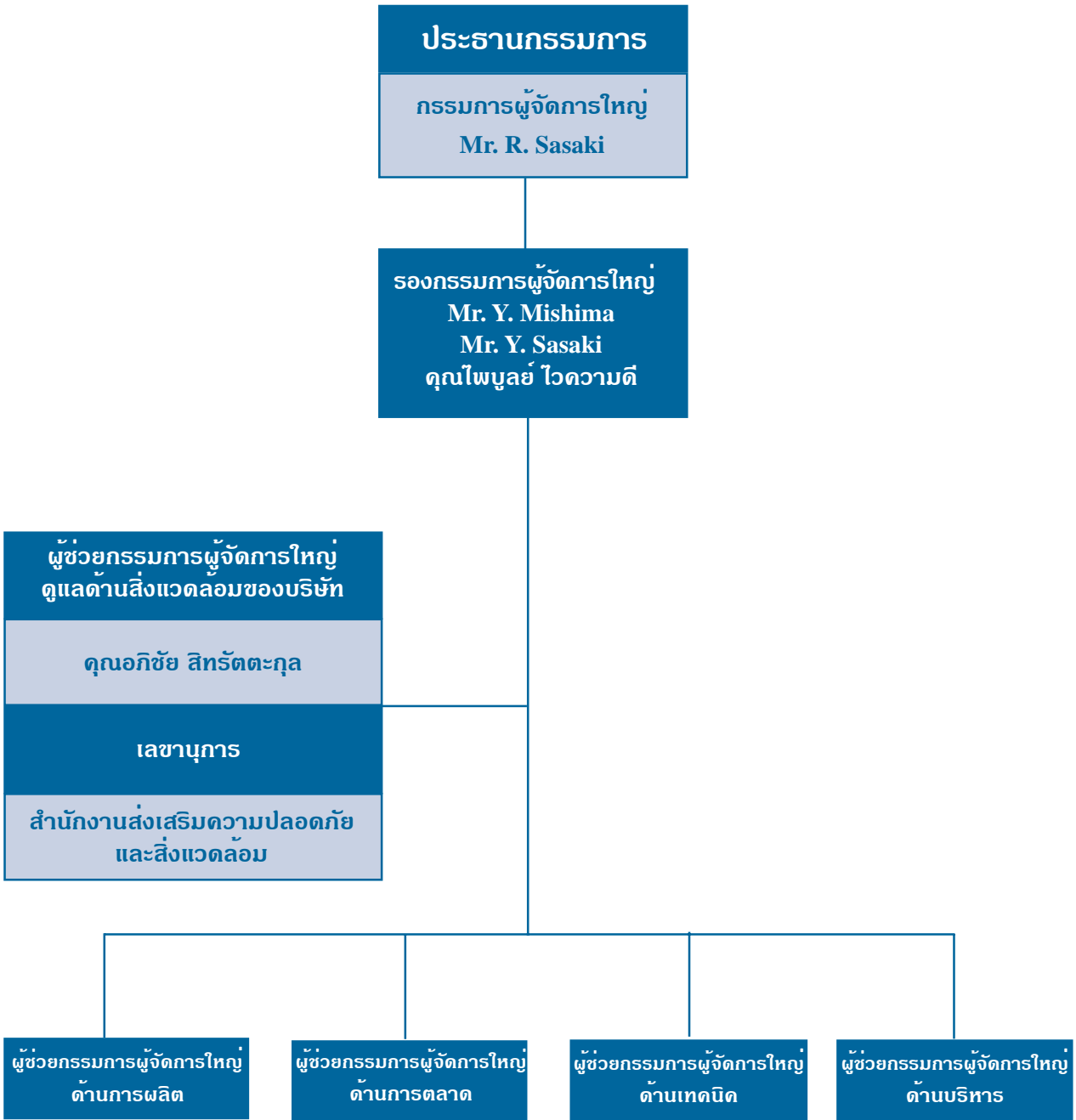
บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ ต.สำโรงใต้ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ มีพนักงานรวมทั้งสิ้น 12,632 คน (ธันวาคม 2548) โดยบริษัทได้แบ่งสายงานออกเป็น 5 สายงานหลัก ประกอบด้วย สายงานการบริหาร สายงานการตลาด สายงานการผลิต สายงานเทคนิค และสายงานสถาบันโตโยต้า นอกจากนี้ยังมีสายงานพิเศษซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลจากประธานบริษัทโดยตรงอีก 8 หน่วยงานรับผิดชอบกิจกรรมและการสื่อสารระหว่างสายงาน คือ -สำนักงานตรวจสอบภายใน -สำนักงานโครงการ -สำนักงานส่งเสริมความพึงพอใจลูกค้า -สำนักงานประชาสัมพันธ์ -สำนักงานส่งเสริมความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม -สำนักงานบริหารการส่งออก -สำนักงานวางแผนองค์การ และ -สำนักงานรัฐกิจสัมพันธ์

นอกจากนี้ยังมีบริษัทในกลุ่มโตโยต้าประเทศไทย รวมทั้งสิ้นจำนวน 11 บริษัท ประกอบไปด้วย

1. บริษัท ฮีโน่ มอเตอร์ แมนูแฟคเจอร์ส จำกัด: ผลิตรถบรรทุก
2. บริษัท สยาม โตโยต้า อุตสาหกรรม จำกัด: ผลิตและประกอบเครื่องยนต์
3. บริษัท โตโยต้า ออโต้ บอดี ประเทศไทย จำกัด: ผลิตและรับจ้างผลิตอุปกรณ์ส่วนประกอบตัวถังรถยนต์และรถบรรทุกเพื่อใช้ในการประกอบรถยนต์
4. บริษัท ไทย ออโต้ เวสต์ จำกัด: ผลิตและประกอบตัวถังรถยนต์และรถยนต์นั่ง Fortuner
5. บริษัท ไทย ออโต้ คอนเวอร์ชัน จำกัด: ผลิตอุปกรณ์ตกแต่งรถ

6. บริษัท โตโยต้า บอดี เซอร์วิส จำกัด: ศูนย์บริการซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์ที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคอาเซียนของศูนย์บริการโตโยต้า เพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการหลังการขายด้วยห้องจอดซ่อม 120 ช่องที่สามารถบริการซ่อมตัวถังและสีได้ปีละ 12,000 คัน
7. บริษัท โตโยต้า ลิสซิ่ง ประเทศไทย จำกัด: บริษัทร่วมทุนระหว่างสถาบันการเงิน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และบริษัทในเครือเพื่อช่วยแบ่งเบาภาระตัวแทนจำหน่ายในการให้บริการแก่ลูกค้าโตโยต้าที่ซื้อรถในระบบ เงินผ่อน ในรูปแบบของการเช่าซื้อแก่ตัวแทนจำหน่ายฯ ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด
8. บริษัท โตโยต้า ทรานสปอร์ต ประเทศไทย จำกัด: บริการจัดส่งรถยนต์ใหม่ โดยบรรทุกจากโรงงานประกอบรถยนต์ไปยังตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ
9. บริษัท เทคโนโลยียานยนต์โตโยต้า จำกัด: ดำเนินธุรกิจโรงเรียนเอกชน (โรงเรียนเทคโนโลยียานยนต์โตโยต้า) ระดับหลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูง (ปวส.) ประเภทช่างอุตสาหกรรม สาขาวิชาช่างยนต์
10. บริษัท โตโยต้า เทคนิคอล เซ็นเตอร์ เอเชียแปซิฟิก (ประเทศไทย) จำกัด: เพื่อให้เป็นศูนย์กลางการวิจัยและการพัฒนาระดับภูมิภาคเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก
11. บริษัท ชาวรัชมงคล จำกัด: ดำเนินธุรกิจโรงสีข้าว ในปี พ.ศ. 2546 ได้จัดตั้งบริษัท โตโยต้าเทคนิคอล เซ็นเตอร์ เอเชีย แปซิฟิก จำกัด (Toyota Technical Center Asia Pacific หรือ TTC-AP) ขึ้นในประเทศไทย เพื่อให้เป็นศูนย์กลางการวิจัยและการพัฒนาระดับภูมิภาค เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ขณะเดียวกันก็เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้ก้าวหน้ามากขึ้น ซึ่งในระยะเริ่มต้น TTC-AP จะทำการพัฒนาและปรับปรุงบางส่วนของรถยนต์ส่วนเป้าหมายในระยะยาวคือการออกแบบรถยนต์ทั้งคัน ซึ่งเป็นการทำให้ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้รับประโยชน์จากความก้าวหน้าของศูนย์เทคโนโลยีดังกล่าวเป็นอย่างมาก และในปี พ.ศ. 2547 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีความภูมิใจเป็นอย่างยิ่งที่มีส่วนสำคัญในยุทธศาสตร์ระดับโลกของโตโยต้า โดยได้เป็นผู้ริเริ่มและผลักดันโครงการไอเอ็มวี (Innovative and International Multi-purpose Vehicle - IMV) ให้ได้รับความไว้วางใจจากบริษัทแม่ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์-ปอเรชั่น(TMC) ให้เป็นผู้กำหนดบทบาทสำคัญในการเป็นศูนย์กลางการผลิตรถกระบะขนาด 1 ตัน ซึ่งถือเป็นก้าวที่สำคัญในการพัฒนาของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด และโตโยต้าทั่วโลก ซึ่งภายใต้โครงการ IMV นี้รถยนต์ที่ผลิตในประเทศไทยจะถูกส่งออกไปสู่ประเทศอื่น ๆ ในทวีปเอเชีย ยุโรป และแอฟริกา ยิ่งไปกว่านั้น บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ยังมีส่วนสนับสนุนฐานการผลิตภายใต้โครงการ IMV ให้กับประเทศอื่น ๆ อีก เช่น ประเทศอินโดนีเซีย

โครงสร้างของคณะกรรมการด้านสิ่งแวดล้อมของโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย



รางวัลด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม

ความสำเร็จและความภาคภูมิใจของโตโยต้า ในช่วงปี 2543 จนถึงปัจจุบัน

จากความพากเพียรพยายามและทุ่มเท ในการปฏิบัติงานทุกภาคส่วน เพื่อการผลิตรถยนต์มีคุณภาพ ตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า โดยคำนึงถึงความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญ ตลอดจนมีส่วนช่วยในการพัฒนาประเทศ ทั้งด้านการลงทุน การจ้างแรงงาน ในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจด้วยมูลค่าการส่งออกในปี 2548 รวมกว่า 116,531 ล้านบาท และสนับสนุนรัฐบาลในการผลักดันให้ประเทศไทยเป็น “ดีทรอยต์ แห่ง เอเชีย” ทำให้ในปีนี้ โรงงานประกอบรถยนต์ โตโยต้า สำโรง ซึ่งผลิตรถกระบะ “ไฮลักซ์ วีโก้” ซึ่งอยู่ในโครงการ “ไอเอ็มวี” (IMV: Innovative International Multi-purpose Vehicle) ทำการผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ และส่งออกกว่า 90 ประเทศทั่วโลกได้รับความไว้วางใจ และยอมรับมาตรฐานการดำเนินงานจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ให้ได้รับรางวัล “นายกรัฐมนตรีอุตสาหกรรมยอดเยี่ยม ประจำปี 2549” ซึ่งนับเป็นบริษัทรถยนต์รายแรกที่ได้รับรางวัลเกียรติยศนี้



Toyota...The 1st and only automobile company to be honoured with the prestigious

The Prime Minister's Best Industry Award 2006



Safety Management 2002 Productivity 2004 Quality Management 2005 Environmental Preservation 2003

Commitment and perseverance are two of the main factors why Toyota has been recognized as an outstanding automotive company for the past four consecutive year, culminating this year by becoming the first and only automotive company to be presented with the country's most prestigious awards as the industry leader,

The Prime Minister's Best Industry Award 2006,
an achievement everyone at Toyota is proud of.

Toyota Motor Thailand Co., Ltd. is committed to continuous development and improvement of quality so we can always keep moving forward together with Thai society.

**บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด
(โรงงานสำโรง)**

รางวัลประกาศเกียรติคุณอุตสาหกรรมชมเชย “การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม” ประจำปี 2543 จากกระทรวงอุตสาหกรรม

รางวัลอุตสาหกรรมดีเด่นประเภทการบริหารความปลอดภัย ประจำปี 2545 จากกระทรวงอุตสาหกรรม

รางวัลอุตสาหกรรมดีเด่นประเภทการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ประจำปี 2546 จากกระทรวงอุตสาหกรรม

รางวัลอุตสาหกรรมดีเด่นประเภทการเพิ่มผลผลิตประจำปี 2547 จากกระทรวงอุตสาหกรรม

รางวัลอุตสาหกรรมดีเด่นประเภทการบริหารงานด้านคุณภาพ ประจำปี 2548 จากกระทรวงอุตสาหกรรม

รางวัล “นายกรัฐมนตรี อุตสาหกรรมยอดเยี่ยม” ประจำปี 2549



**บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด
(โรงงานเกตเวย์)**

รางวัลอุตสาหกรรมดีเด่นประเภทการบริหารความปลอดภัย ประจำปี 2543 จากกระทรวงอุตสาหกรรม

รางวัลสถานที่ทำงาน น่าอยู่ ประเภทใบรับรองทองจากกรมอนามัยประจำปี 2543 จากกระทรวงสาธารณสุข

รางวัลการดำเนินการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดในสถานประกอบการประจำปี 2544 จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัดฉะเชิงเทรา

รางวัลประกาศเกียรติคุณอุตสาหกรรมชมเชย “ความมุ่งมั่นสู่มาตรฐานอุตสาหกรรมดีเด่น ประเภทการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม” ประจำปี 2544 จากกระทรวงอุตสาหกรรม

รางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานระดับประเทศ ประจำปี 2545 จากกระทรวงแรงงาน

รางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานระดับประเทศ ประจำปี 2546 จากกระทรวงแรงงาน

รางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานระดับประเทศ ประจำปี 2547 จากกระทรวงแรงงาน

รางวัลที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน



รางวัลดีเด่นด้านสวัสดิการแรงงานประจำปี 2546 – 2548 ประเภทกิจการอุตสาหกรรมการผลิตและก่อสร้างขนาดใหญ่ จัดโดย กระทรวงแรงงาน

รางวัลดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์ ประจำปี 2545 – 2548 ประเภทสถานประกอบการขนาดใหญ่ มีสหภาพแรงงาน จัดโดย กระทรวงแรงงาน

รางวัลมาตรฐานแรงงานไทยระดับพื้นฐาน จัดโดยกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน

รางวัลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าหรือผลิตภัณฑ์

รางวัลรถยนต์คุณภาพยอดเยี่ยมประจำปี 2548 จาก J.D. Power (2005 Thailand Initial Quality Study : IQS)



รถยนต์ขนาดกลางยอดเยี่ยม	โตโรลล่า อัลติส (ได้ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2)
รถกระบะ 1 ตัน แบบกระบะบรรทุกยอดเยี่ยม	ไฮลักซ์ วีโก้ แบบมาตรฐาน
รถกระบะ 1 ตัน แบบมีเตียงยอดเยี่ยม	ไฮลักซ์ วีโก้ แบบเอ็กซ์ตร้าดีบี
รถกระบะ 1 ตัน แบบสี่ประตูยอดเยี่ยม	ไฮลักซ์ วีโก้ แบบดับเบิลดีบี

รางวัลความพึงพอใจของลูกค้าในด้านสมรรถนะและรูปลักษณ์ของรถยนต์ประจำปี 2548 จาก J.D. Power



(2005 Thailand Automotive Performance, Execution And Layout Study : APEAL)

รถยนต์นั่งขนาดกลางเล็ก	โตโรลล่า อัลติส
รถกระบะ 1 ตัน แบบกระบะบรรทุกยอดเยี่ยม	ไฮลักซ์ วีโก้ แบบมาตรฐาน
รถกระบะ 1 ตัน แบบมีเตียงยอดเยี่ยม	ไฮลักซ์ วีโก้ แบบเอ็กซ์ตร้าดีบี
รถกระบะ 1 ตัน แบบสี่ประตูยอดเยี่ยม	ไฮลักซ์ วีโก้ แบบดับเบิลดีบี

รางวัลธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยมประจำปี 2548

(2005 Thailand Automotive Quality Award : TAQA)

ด้านผลิตภัณฑ์ ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็ก	ไซรูนาวีออส
ด้านผลิตภัณฑ์ ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดใหญ่	คัมรี่
ด้านผลิตภัณฑ์ ประเภทรถอเนกประสงค์	ฟอร์จูนเนอร์
ด้านผลิตภัณฑ์ ประเภทรถเพื่อการพาณิชย์ขนาด 1 ตัน แบบ 2 ประตู ขับเคลื่อน 4 ล้อ	ไฮลักซ์ วีโก้
ด้านผลิตภัณฑ์ ประเภทรถเพื่อการพาณิชย์ขนาด 1 ตัน แบบ 4 ประตู	ไฮลักซ์ วีโก้

หมายเหตุ : ดำเนินการสำรวจโดยสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ร่วมกับ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ บริษัท ดัสตอม เอเชีย จำกัด และบริษัท สื่อสากล จำกัด

รางวัลรถยนต์ยอดเยี่ยมแห่งปี 2548 หรือ Car of The Year 2005

หมวดรถยนต์อเนกประสงค์ (Best SUV)

รถยนต์อเนกประสงค์ เครื่องยนต์ดีเซล	ฟอร์จูนเนอร์ 3.0 V
------------------------------------	--------------------

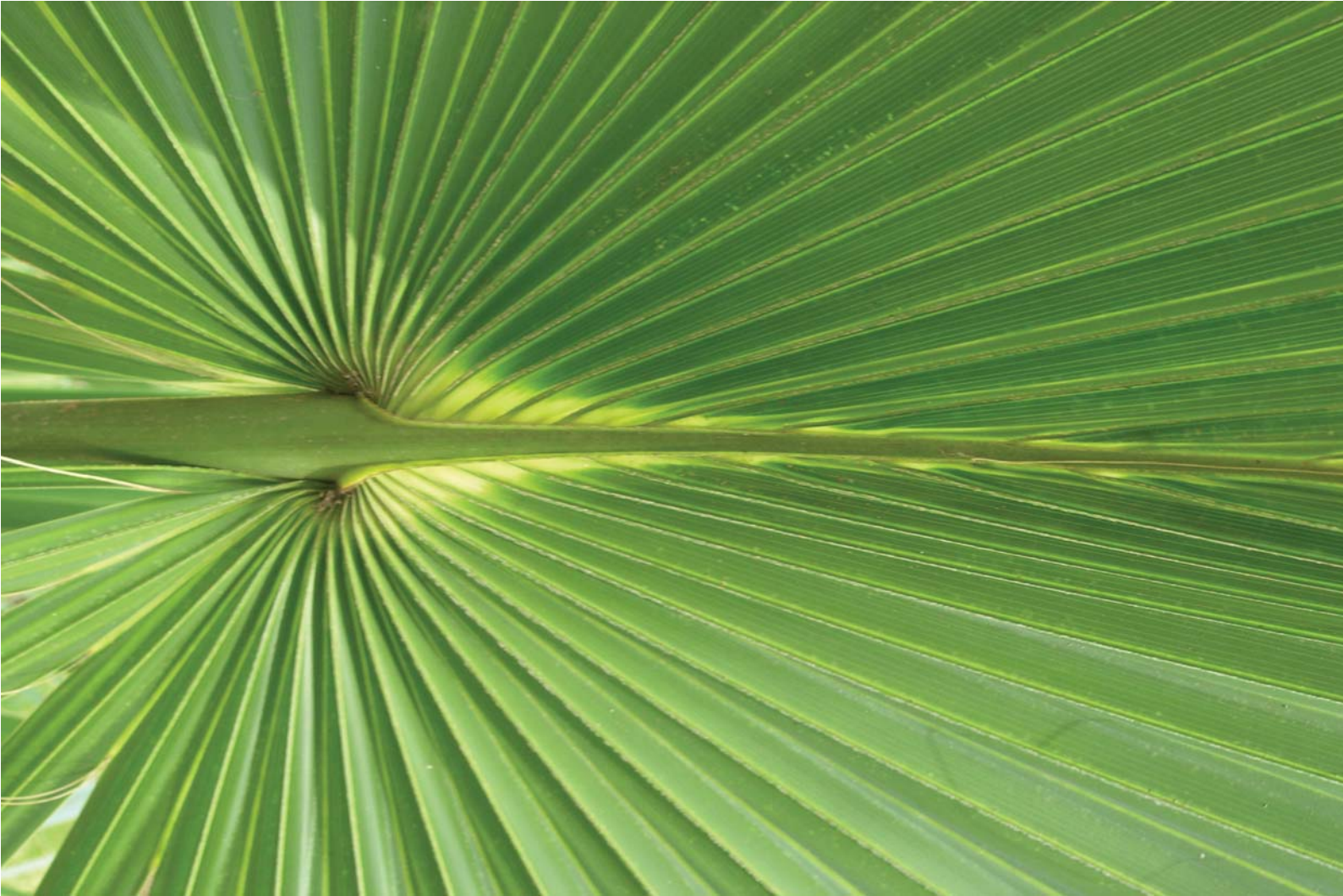
หมวดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ (Best Pick-Up)

รถปิกอัพรุ่นขับเคลื่อน 4 ล้อ แบบเอ็กซ์ตร้าดีบี	ไฮลักซ์ วีโก้ เอ็กซ์ตร้าดีบี 3.0 G
รถปิกอัพรุ่นขับเคลื่อน 4 ล้อ แบบดับเบิลดีบี	ไฮลักซ์ วีโก้ ดับเบิลดีบี 3.0 G
ยอดรถปิกอัพเทคโนโลยีแห่งความประหยัดและไร้มลภาวะ	ไฮลักซ์ วีโก้ 3.0

หมายเหตุ : ดำเนินการสำรวจโดยสมาคมวิศวกรรมยานยนต์ไทย สมาคมผู้สื่อข่าวรถยนต์และรถจักรยานยนต์ไทย ราชยานยนต์สมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ และบริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

รางวัลระดับนานาชาติจากบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น

รางวัล Distributor of The Year 2005 จากงานประชุมผู้จัดการจำหน่ายโตโยต้าทั่วโลกประจำปี 2548 (2005 CS Kaizen Marathon Conference) ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย
รางวัล Best Owner Contact Report จากการสำรวจงานการป้องกันการเกิดปัญหาลูกค้าร้องเรียนซ้ำ



การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

- สารสนเทศผู้บริหาร
- แนวคิดพื้นฐานด้านสิ่งแวดล้อม
- การบัญชีเพื่อสิ่งแวดล้อม
- แผนจัดการด้านสิ่งแวดล้อม
- การลดสารอันตรายต้องห้าม
- การอนุรักษ์การใช้พลังงาน
- การลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (การขนส่ง)
- การอนุรักษ์การใช้น้ำ
- การลดปริมาณของเสีย
- การลดปริมาณสารอินทรีย์ระเหยง่าย
- ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม
- เป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมและผลการดำเนินงาน


ในการออกแบบและพัฒนาทางด้านยานยนต์ไม่เพียงแต่จะต้องออกแบบและพัฒนาในรูปแบบและประโยชน์ใช้สอยให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคเท่านั้น ปัจจุบันนี้ต้องให้ความสำคัญในเรื่องของเทคโนโลยีเพื่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มเติมด้วย อาทิเช่น การปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้เชื้อเพลิง ลดไอเสีย และสุดท้ายการ “Recycle” ของชิ้นส่วนต่างๆ จนกระทั่งรถยนต์ทั้งคัน

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ภูมิใจที่ได้สืบสานนโยบายหลักจากบริษัทแม่ คือบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น ในด้านการออกแบบและพัฒนา ยานยนต์และชิ้นส่วน ให้ได้ตามหลักการที่ได้กล่าวไว้ในเบื้องต้น


ในส่วนของการใช้เชื้อเพลิงทางเลือก อันกำลังเป็นที่สนใจและได้กลายเป็นวาระแห่งชาติไปแล้วนั้น นับว่าเป็นความร่วมมืออันดีระหว่างโตโยต้ากับภาครัฐซึ่งเป็นสิ่งที่สมควรอย่างยิ่ง เช่น การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ (E10) ซึ่งรถทุกรุ่นของโตโยต้าได้รับการพัฒนาเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล โดยระบบหัวฉีดซึ่งได้รับการพัฒนาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 (โดยประมาณ) เป็นต้นมา สามารถใช้แก๊สโซฮอล์ E10 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งนอกจากจะช่วยประหยัดเงินตราต่างประเทศ ลดการนำเข้าสาร MTBE และน้ำมันกว่า 3,000 ล้านบาทต่อปี ยังช่วยสนับสนุนและเพิ่มมูลค่าทางการเกษตร อาทิ อ้อย กล้วยน้ำว้าตาล มันสำปะหลัง เป็นต้น และที่สำคัญคือ ราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ถูกกว่า น้ำมันเบนซิน 95 ถึงลิตรละ 1.5 บาทและยังช่วยลดปริมาณไอเสียได้ต่ำกว่า โดยเฉพาะ ไฮโดรคาร์บอน และคาร์บอนมอนนอกไซด์ ทำให้ลดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพของประชาชนในประเทศอีกด้วย

เรายังคงมุ่งมั่นต่อไปที่จะศึกษาเรื่องของพลังงานทดแทน ทั้งแก๊สโซฮอล์และไบโอดีเซล โดยเฉพาะจาก “น้ำมันสบู่ดำ” จุดประสงค์เพื่อทดแทนการนำเข้าน้ำมันดีเซลจากต่างประเทศ และการพัฒนาเครื่องยนต์ให้ใช้ได้กับ CNG หรือ ก๊าซธรรมชาติ อันหาได้จากแหล่งทรัพยากรของไทยเอง




Suparat Sirisuwannangkura
Vice President




Surapong Tinnangwatana
Vice President

ด้วยพันธกิจ Happiness Workplace by achieving all KPI ความมุ่งมั่นให้บริษัท โตโยต้าเป็นสถานที่ทำงานที่น่าอยู่ มีความปลอดภัย และมีสภาพแวดล้อมที่ดี ตลอดจนสืบสานความสอดคล้องกับนโยบายหลักจากบริษัทแม่ 2549-2553 (โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น) คือมุ่งสู่ความเป็นหนึ่งในระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในระดับประเทศ สำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ด้วยกัน โดยวางวิสัยทัศน์เป็นแนวทางในการกำหนดกิจกรรม เพื่อความเป็นหนึ่งด้านสิ่งแวดล้อมดังนี้

1. มุ่งเน้นที่ลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมให้เหลือน้อยที่สุด (Zero Emission, Zero Landfill) ด้วยเทคโนโลยีการนำ Robot, RTO มาใช้ช่วยลดการเกิด VOC ซึ่งเกิดจากความสูญเสียในระบบการพ่นสี การนำถุงมือชกกลับมาใช้ใหม่ การจัด Forklift Zone เพื่อลดปริมาณ CO ที่เกิดขึ้น
2. การมุ่งเน้นลดการใช้พลังงานไฟฟ้า LPG น้ำมันเตา และน้ำ ด้วยโครงการ Survival Project ผนึกความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน Cost Control, Utility และ Environment
3. ผนึกความร่วมมือที่ทำงานที่น่าอยู่ มีความสะอาด เน้นเรื่อง 5 ส. พื้นฐานหลักเพื่อเตรียมรองรับการเป็นเสาหลักที่ 2 ของความยั่งยืน

ด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อสังคม ร่วมสนับสนุนโครงการลดเมืองร้อนด้วยมือเรา (Stop Global Warming Project) โดยร่วมกับสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย โรงเรียนในเขตพื้นที่จะเชิงเขาและลูกหลานพนักงานจัดทำเป็น “ค่ายการศึกษาป่าชายเลน” วัตถุประสงค์หลักคือ มุ่งเน้นให้ความรู้ความเข้าใจถึงสภาวะโลกร้อน และให้มีความตระหนักถึงการรักษาทรัพยากรธรรมชาติป่าชายเลนอย่างยั่งยืน

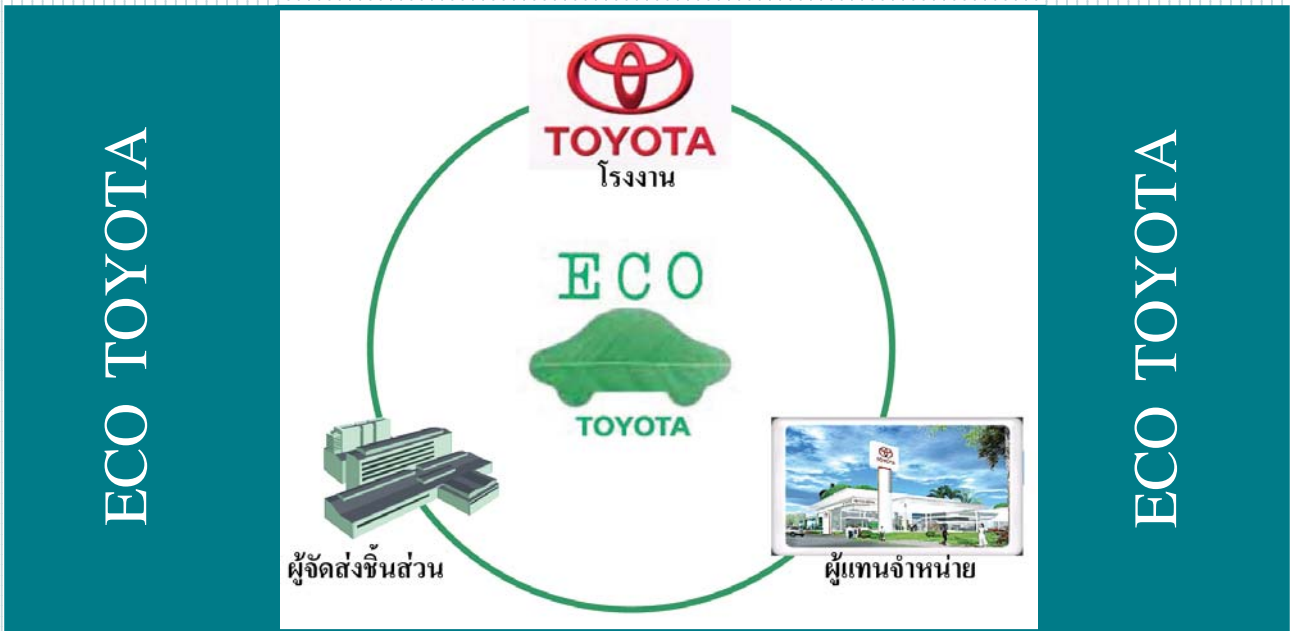
ทุกกิจกรรมที่กล่าวมาข้างต้น บริษัทโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้ทุ่มเทอย่างจริงจัง ทั้งร่างกาย แรงใจ เทคโนโลยี ทรัพยากรบุคคล รวมถึงเงินทุนเพื่อให้สัมฤทธิ์ผลตรงตามวัตถุประสงค์อย่างแท้จริง ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารทุกท่านทุกหน่วยงานเป็นอย่างดี รวมทั้งทางช่วยกันผลักดันให้การดำเนินโครงการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลสูงสุด และเป็นต้นฉบับแบบแผนที่ถูกต้องในการปรับปรุง

เรายังคงมุ่งมั่นมั่นคิดว่า ศึกษาหาวิธีที่จะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

แนวคิดพื้นฐานด้านสิ่งแวดล้อม

ในวงการอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ของประเทศไทย บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ถือเป็นอันดับหนึ่งของบริษัทที่มียอดการผลิตรถยนต์สูงสุดในประเทศ ในปี 2548 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น ได้เลือกให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตและส่งออกรถกระบะไปยังทั่วโลกและในปี 2550 บริษัทจะขยายกำลังการผลิตโดยเปิดโรงงานแห่งใหม่คือ โตโยต้า บ้านโพธิ์ นั้นหมายถึงยอดการผลิตและจำหน่ายรถยนต์ของบริษัทที่จะมีมากถึงว่า 400,000 ถึง 700,000 คัน/ปี จะเกิดขึ้นในช่วงเวลาอันใกล้

ไม่ว่าการเติบโตของบริษัทจะเพิ่มขึ้นขนาดไหนสิ่งหนึ่งที่บริษัทตระหนักคือ การเติบโตคู่กับสังคมไทยอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ดังนั้นการพัฒนากระบวนการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมคือสิ่งหนึ่งที่บริษัทได้ทำอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการขยายระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมไปสู่หุ้นส่วนทางธุรกิจ (Business Partners) ทั้งผู้ผลิตชิ้นส่วนและผู้แทนจำหน่าย



ปัจจุบันบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้ดำเนินการอย่างเคร่งครัดเพื่อควบคุมและป้องกัน การปล่อยมลพิษออกสู่สิ่งแวดล้อมภายนอกตั้งจะเห็นได้จาก ผลที่ได้จากการตรวจวัดคุณภาพอากาศ คุณภาพน้ำ และคุณภาพเสียง เป็นไปตามหรือดีกว่าค่ามาตรฐานที่กฎหมายกำหนดอย่างเห็นได้ชัด นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้ดำเนินการ ควบคุมและป้องกันไม่ให้เกิดความเดือดร้อนต่อชุมชนข้างเคียง เช่น มีระบบบำบัดกลิ่นโดยใช้ Wet scrubber ระบบ Cyclone และเตาเผาอากาศที่โรงพ่นสี มีกิจกรรมลด VOCs (Volatile Organic Compounds) มีโรงบำบัดน้ำเสียและนำน้ำกลับมาใช้ซ้ำภายในโรงงาน มีการควบคุมสารเคมีเพื่อป้องกันไม่ให้รั่วไหลปนเปื้อนลงสู่ น้ำและดิน มีการควบคุมปริมาณขยะโดยเน้นกิจกรรม 5 Rs (Refine, Reduce, Reuse, Recycle และ Retrieve) และไม่กำจัดขยะโดยวิธีการฝังกลบ (Zero Landfill) รวมทั้งการป้องกันเสียงดังจากกระบวนการผลิตที่เป็นแหล่งกำเนิดเสียง

การบัญชีเพื่อสิ่งแวดล้อมของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

ต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อม

รายการ	รายละเอียด	ต้นทุน (เม.ย. 47 - มี.ค. 48) (บาท)			ต้นทุน (เม.ย. 48 - มี.ค. 49) (บาท)			ผล ปีงบประมาณ 48-49	
		สำโรง	เกตเวย์	รวม	สำโรง	เกตเวย์	รวม		
ค่าดูแลรักษา	การบำบัดขยะของเสีย	3,366,481	2,408,360	5,774,841	4,463,518	2,454,912	6,918,430	เพิ่ม 20%	
	ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับมาตรการทางสิ่งแวดล้อม								
	การบำบัดน้ำเสีย	4,905,112	4,440,730	9,345,842	5,753,085	5,037,458	10,790,543	เพิ่ม 15%	
	ค่าติดตามตรวจวัด (น้ำเสียและคุณภาพอากาศ)	2,808,665	1,266,300	4,074,965	1,073,742	1,043,504	2,117,246	ลด 48%	
	ค่าจ้างบุคลากรด้านสิ่งแวดล้อม	ค่าจ้างบุคลากร	6,900,000	3,180,000	10,080,000	—————>	—————>	8,784,000	ลด 12%
	ค่าฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม	ค่าฟื้นฟูผิวดินและน้ำใต้ดิน	218,000	-	218,000	-	-	-	-
	ค่ารณรงค์สร้างจิตสำนึก	จัดทำรายงานสิ่งแวดล้อม	—————>	—————>	303,077	—————>	—————>	340,527	เพิ่ม 12%
สื่อรณรงค์ประชาสัมพันธ์		—————>	—————>	110,000	—————>	—————>	82,000	ลด 25%	
เงินลงทุนเพื่อสิ่งแวดล้อม	การลงทุนก่อสร้างและอุปกรณ์เพื่อปรับปรุงสิ่งแวดล้อม	การป้องกันมลพิษอากาศ (RTO : 3 หน่วย)	50,600,000	-	50,600,000	0	60,000,000	60,000,000	เพิ่ม 18%
		การป้องกันมลพิษน้ำเสีย (ขยายโรงบำบัดน้ำเสีย)	86,013,000	-	86,013,000	0	5,259,000	5,259,000	ลด 93%
	ค่าใช้จ่ายทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม	บริจาคให้องค์กรด้านสิ่งแวดล้อม	—————>	—————>	1,290,000	—————>	—————>	10,387,490	เพิ่ม 705%
		การสำรวจ ศึกษา และฝึกอบรม	—————>	—————>	620,000	—————>	—————>	468,000	ลด 24%
		ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการขอรับ ISO	266,000	109,100	375,100	171,000	155,000	326,000	ลด 13%

ข้อมูลผลกระทบต่อด้านเศรษฐกิจ	ปีงบประมาณ 2547 (เม.ย. 47 - มี.ค. 48)			ปีงบประมาณ 2548 (เม.ย. 48 - มี.ค. 49)			ผล ปีงบประมาณ 48 - 49	
	ลด	ต้นทุนต่อหน่วย	ผลกระทบ	ลด	ต้นทุนต่อหน่วย	ผลกระทบ	ลด	ผลกระทบ
	(ตัน CO ₂)	(บาท/ตัน CO ₂)	(บาท)	(ตัน CO ₂)	(บาท/ตัน CO ₂)	(บาท)	%	%
การลดการใช้พลังงาน	6,933	6,440	44,648,520	14,669	4,636	68,003,192	ลด 111%	ลด 52%
ลดการบำบัดขยะ	*-971	1,965	*-1,908,015	2,707	2,282	6,177,292	ลด 379%	ลด 424%
รวม			42,740,505			74,180,484		ลด 74%

* เกิดจากการขยายการผลิตที่เพิ่มขึ้นเพื่อการรองรับ IMV Project และยกเลิกลานตากตะกอน

แผนจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของโตโยต้า ปี 2549-2553: เป้าหมายและแนวทาง พันธกิจ: เป็นผู้นำของบริษัททรกยนต์ในเรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม

ประเด็นเรื่อง	แนวทาง	เป้าหมาย	กิจกรรม
ภาวะโลกร้อนและพลังงาน	1. การจัดการการระบาย CO ₂ จาก TMT และบริษัทในเครือ: การผลิต การขนส่ง อาคาร และบริการหลังการขาย 2. ส่งเสริมการพัฒนาและการใช้เชื้อเพลิงทางเลือกและเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม: แก๊สโซฮอล์ E10/20 ไบโอดีเซลและเครื่องยนต์ hybrid 3. ส่งเสริมการทำให้จราจรลดลงด้วยเทคโนโลยีเครื่องยต่าง ๆ	ลดการปลดปล่อย CO₂	สำโรง 1. เพิ่มประสิทธิภาพเครื่องจักรอุปกรณ์ 2. นำพลังงานกลับคืนจากระบบควบและไอน้ำ 3. เปลี่ยนอุปกรณ์ไฟฟ้าและแสงสว่าง Office by CA 1. ใช้วัสดุสตัดอีเล็กทรอนิกส์ในสำนักงานที่สำโรง 2. ใช้แผ่นสะท้อนแสง และพลังงานทางเลือก เกดเวย์ 1. เปลี่ยนหม้อไอน้ำให้ใช้ LPG 2. แยกการป้อนน้ำที่ไปยัง Resin & Paint shop 3. ใช้คอนเดนเซอร์ซ้ำ 4. ตั้งพัดลมเป็นระบบอัตโนมัติ โรงงานบ้านโพธิ์ 1. ติดตั้งเซลล์แสงอาทิตย์สำหรับสำนักงาน 2. ติดตั้ง Co-generator โลจิสติกส์ 1. ขยายผล Milk Run และบริหารเส้นทางแบบ Kaizen 2. เพิ่มประสิทธิภาพการบรรทุก หลังการขาย 1. จัดทำคู่มือการประหยัดพลังงานให้ผู้แทนจำหน่าย 2. จัดอบรมผู้แทนจำหน่ายและติดตามผล 3. ตั้งเป้าหมายการลดพลังงาน ผลิตภัณฑ์ 1. ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาโดยร่วมมือกับบริษัทน้ำมันและภาครัฐ สาธารณชน 1. ศึกษาและเจรจากับ TMC & TMAP เพื่อนำ Hybrid สูตลาด 2. ศึกษาเทคโนโลยีหรือวิธีการใหม่ในการเพิ่มความคล่องตัวของจราจรในเขตเมืองใหญ่และเสนอต่อภาครัฐ 2. สนับสนุนความรู้อ่างล้างรถ และทรัพยากรอื่น ๆ ให้แก่ภาครัฐ
		การปลดปล่อย CO₂ ของโตโยต้า (S/R & G/W) <p>CO₂ ตันต่อหน่วย</p> <p>2001: 0.47, 2005: 0.34, 2010: 0.31</p> <p>2053 CO₂ Target by TMC ลด 20% จาก 2544 = 0.38 ตันต่อหน่วย ได้ตามเป้าหมายแล้วเมื่อปี 2548</p> <p>TMT FY2553: CO₂ Target : ลด 10% จาก 2548</p> <p>S/R: ลดการระบาย CO₂ จาก 0.32 เหลือ 0.29 ตันต่อหน่วย ภายในปี 2553</p> <p>G/W: ลดการระบาย CO₂ จาก 0.39 เหลือ 0.35 ตันต่อหน่วย ภายในปี 2553</p> <p>2548: 0.32, 2553: 0.29 (S/R) 2548: 0.39, 2553: 0.35 (G/W)</p>	
		การลดของเสีย 2550: การปลดปล่อย CO ₂ < 0.25 ตันต่อหน่วย 2550-2553 (คงความเป็นที่หนึ่งของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์)	
		2549: Grasp Situation (การจัดการชิ้นส่วน อะไหล่ และการส่งรถ) 2550: ตั้งเป้าหมายการลด CO ₂ 2550-2553: นำกิจกรรมการลดและ Kaizen มาใช้	
		2553: ลดการใช้พลังงาน 10% จากปี 2549 ในศูนย์ซ่อมของผู้แทนจำหน่ายทั้งหมด	
		ส่งเสริมและพัฒนาพลังงานสีเขียวแก่สาธารณชน Gasohol E20 Hybrid NGV, Bio-Fuel	
ริเริ่มการพัฒนาความคล่องตัวของจราจรร่วมกับภาครัฐ			
การหมุนเวียนทรัพยากรใช้ใหม่	1. ส่งเสริมประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรเพื่อทำให้สังคมแห่งการรีไซเคิลเป็นจริง 2. ลดการใช้น้ำ	การลดของเสีย	1. ลดของเสียสู่หลุมฝังกลบให้เป็นศูนย์ 2. ลดการเผายขยะ 3. เพิ่มกิจกรรมการลดที่แหล่งกำเนิด 4. ใช้เทคโนโลยีการนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์ 1. ลดภาคตะกอนน้ำเสียโดยเปลี่ยนสารเร่งการจับตัวตะกอน 2. ใช้วัสดุป้องกันซ้ำ 3. จัดตั้งศูนย์แลกเปลี่ยนของเสีย 1. ลดของเสียสู่หลุมฝังกลบให้เป็นศูนย์ 2. ใช้เครื่องหมักปุ๋ย 3. กิจกรรมการลดของเสียที่แหล่งกำเนิด 1. เพิ่มประสิทธิภาพของกล่อง และภาชนะต่าง ๆ 2. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ลดของเสีย 3. ใช้วัสดุทำหีบห่อที่ใช้ร่วมกันได้และรีไซเคิลได้ 1. ใช้วัสดุรีไซเคิลในสื่อส่งเสริมการขาย 1. ใช้ประโยชน์จากน้ำ brine น้ำที่ผ่านการบำบัด และน้ำฝน 2. ใช้น้ำที่ผ่านระบบการกรองและ UV จาก ASU 3. ติดตั้งระบบควบคุมอัตโนมัติ 1. ใช้น้ำประปาป้อนระบบ ASU และ Chiller แทนน้ำ RO 2. ใช้ประโยชน์จากน้ำ brine และคอนเดนเซอร์จาก ASU 1. ตั้งโรงงานรีไซเคิลน้ำ 2. ใช้ประโยชน์จากน้ำที่ผ่านการบำบัด
		2553 : 4.92 กก./หน่วย (เป็นที่หนึ่งเช่นเดียวกับโรงงานเกตเวย์) 2550: ดำเนินกิจกรรมลดของเสียสู่หลุมฝังกลบให้เป็นศูนย์	
		2549: Grasp Situation (การจัดการชิ้นส่วน อะไหล่ และการส่งรถ) 2550: ตั้งเป้าหมายการลดตัวสดบรรจุและหีบห่อ 2550: นำกิจกรรมการลดและ Kaizen มาใช้ 2553: ใช้วัสดุรีไซเคิล 100% ในสื่อส่งเสริมการขายทั้งหมดของผู้แทนจำหน่าย	
		การลดการใช้น้ำ 2553: ลดการใช้น้ำให้เหลือ 2.90 ลบ.ม./หน่วย (คงความเป็นที่หนึ่งของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์)	
		2553: ลดการใช้น้ำให้เหลือ 3.24 ลบ.ม./หน่วย	
		2550: การใช้น้ำ 2.14 ลบ.ม./หน่วย (เป็นที่หนึ่งของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์) 2551: ดำเนินกิจกรรมการลดที่แหล่งกำเนิด	
สารอันตราย	1. ส่งเสริมการจัดการและลดการใช้สารอันตราย	การเลิกใช้สารต้องห้าม (SOCs)	1. ให้ผู้จัดส่งชิ้นส่วนยกเลิกการใช้สารต้องห้าม 2. ตรวจสอบผู้จัดส่งชิ้นส่วน
		ผลิตภัณฑ์และอะไหล่ 2550: ทุกผลิตภัณฑ์ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของสารอันตราย สมรรถนะการไล่ตะกั่ว ปรอท แคดเมียม และโครเมียม 6	
คุณภาพบรรยากาศ	2. ลดมลพิษทางอากาศเพื่อยกระดับคุณภาพอากาศในพื้นที่	ยานพาหนะที่สะอาดมลพิษต่ำ	1. ส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีไอเสียต่ำ และแนะนำยานยนต์ที่มีมลพิษต่ำที่สุดตามนโยบายรัฐบาลและกระแสโลก 2. นำรถยนต์ตามมาตรฐาน Euro 4 สูตลาด
		ผลิตภัณฑ์ 2553: รถยนต์ของ Toyota ทุกคันเป็นไปตามมาตรฐาน Euro 4	

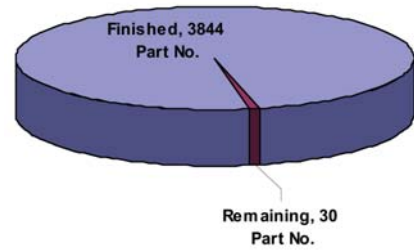
แผนจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของโตโยต้า ปี 2549-2553: เป้าหมายและแนวทาง พันธกิจ: เป็นผู้นำของบริษัทรถยนต์ในเรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม

ประเด็นเรื่อง	แนวทาง	เป้าหมาย	กิจกรรม	
บรรยากาศ	3. ลดการปลดปล่อย VOCs	ยานพาหนะที่สะอาดมลพิษต่ำ		
		ลำโพง	2553: ดำเนินกิจกรรมเพื่อลด VOC ให้เหลือ 50 กรัม/ตร.ม.	ลำโพง 1. เพิ่มความเข้มแข็งให้กับการนำกินเนอร์กลับมาใช้ประโยชน์ 2. ประหยัดการใช้สีและกินเนอร์ให้คุ้มค่า ติดตั้งเครื่องวัดอัตราการไหล
		เกตเวย์	2553: ดำเนินกิจกรรมเพื่อลด VOC ให้เหลือ 55 กรัม/ตร.ม.	เกตเวย์ 1. เพิ่มความเข้มแข็งให้กับการนำกินเนอร์กลับมาใช้ประโยชน์ 2. ใช้ High solid clear และพัฒนา Kaizen อย่างต่อเนื่อง
		บ้านไฟร์	2550: VOC ไม่เกิน 35 กรัม/ตร.ม. (เป็นที่หนึ่งของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์) 2551-2553: ดำเนินกิจกรรมเพื่อลด VOC	1. ดัดตั้งการพ่นสีแบบใช้น้ำเป็นตัวทำละลาย 2. ติดตั้งเตาเผา RTO สำหรับกระบวนการพ่นสี ED
การจัดการสิ่งแวดล้อม	1. เสริมความเข้มแข็งในการจัดการสิ่งแวดล้อม	โรงงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม		
		ลำโพง / เกตเวย์ Thai Auto Work บ้านไฟร์	2549: ดำเนินกิจกรรมด้านโรงงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (โครงการขยายผล) 2550: ดำเนินกิจกรรมด้านโรงงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (โครงการขยายผล) 2551: ดำเนินกิจกรรมด้านโรงงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (โครงการขยายผล)	1. รวมมือกับ TMC จัดทำเกณฑ์การเป็นโรงงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2. แต่งตั้งคณะทำงานตรวจสอบโรงงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
		ลำโพง / เกตเวย์	2549: การใช้ระบบ Toyota EMS (Global Audit) และการปรับปรุง 1. ใตตามข้อกำหนด ไม่มีการร้องเรียน 2. ลดความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด 3. เพิ่มผลงานด้านสิ่งแวดล้อม	1. การอบรม Toyota EMS ที่ TMC 2. การอบรม Toyota EMS (Self Assessment Audit) 3. แต่งตั้งคณะทำงานตรวจสอบประเมิน EMS (Self-Assessment) 4. ปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (S ==>D ==> C ==> A)
		บ้านไฟร์	2550: ใตเป็นทีหนึ่งตามเป้าและรักษาไว้ 2550: ได้รับการรับรอง ISO14001 / TIS / OHSAS18001 2550: ใตรับและรักษานโยบายการผลิตของ Toyota 1. ใตตามข้อกำหนด ไม่มีการร้องเรียน 2. ลดความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด 3. เพิ่มผลงานด้านสิ่งแวดล้อม	
	Thai Auto Work Toyota Body Service Service Part Center ศูนย์ฝึกอบรม	2550-2553: Toyota EMS & Global Audit Implementation & Improvement 1. ใตตามข้อกำหนด ไม่มีการร้องเรียน 2. ลดความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด 3. เพิ่มผลงานด้านสิ่งแวดล้อม		
			ความเข้มแข็งในการจัดการสิ่งแวดล้อม: การผลิต	
			ความเข้มแข็งในการจัดการสิ่งแวดล้อม: ผู้แทนจำหน่าย และผู้จัดซื้อชิ้นส่วน	
		ฝ่ายจัดซื้อ บริการหลังการขาย:	2549-2553: รักษาผู้ส่งชิ้นส่วนที่ใต ISO14001 และกิจกรรม Yokoten 2549-2553: รักษาผู้แทนจำหน่ายที่ใต ISO14001 และใตตามผู้แทนรายใหม่ 2551: ผู้แทนจำหน่ายทั้งหมดใตการรับรอง ISO14001 2553: ตรวจสอบความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมของผู้แทนจำหน่ายทั้งหมด	1. รักษาผู้แทนจำหน่ายที่ใต ISO14001 และใตตามผู้แทนรายใหม่ใตการรับรอง 2. ใตผู้ส่งชิ้นส่วนใช้กิจกรรม Yokoten และแนวปฏิบัติที่ดีที่สุด 1. อบรม ISO14001 และสนับสนุนกิจกรรมใตผู้แทนจำหน่าย 1. ใตผู้แทนจำหน่ายนำแนวปฏิบัติ 5 ข้อ มาใช้ในการรับมือเรื่องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
	2. การส่งเสริมให้คู่ค้าทางธุรกิจมีการจัดการสิ่งแวดล้อมมากขึ้น			
	3. การพัฒนาการศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม	TMTและบริษัทในเครือทั้งหมด	2549-2553: รักษาและพัฒนาการอบรมด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และอนามัยแ่พนักงานทุกคน	1. อบรมและส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และอนามัยแ่พนักงานทุกคนในทุกพื้นที่
4. การร่วมมือกับสังคม	TMTและบริษัทในเครือทั้งหมด	การช่วยเหลือเกิดสังคมแห่งการริใช้ใต		
		การสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม		
		การสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม		
5. ส่งเสริมการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและการสื่อสารสองทาง	TMTและบริษัทในเครือทั้งหมด	เพื่อให้เป็นบริษัทชั้นนำในเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อม	2549-2553 1. ขยายผลโครงการ "Stop Global Warming" ไปยัง 76 จังหวัด 2. ขยายผลโครงการ "Vegetable garden (Pesticide free) และสนามเด็กเล่น" ไปยังโรงเรียนประถม 10 แห่งในสมุทรปราการและฉะเชิงเทรา 3. ขยายผลการปลูกป่าใต 5,000 ไร่ 4. สนับสนุนการพัฒนาความรู้ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และหลักสูตรด้านสิ่งแวดล้อมที่ศูนย์การศึกษารัฐบาลตังตัง (2,000 โรงเรียน) 6. รวมกับผู้แทนจำหน่ายและผู้ส่งชิ้นส่วนทำกิจกรรมเพื่อสังคม	
6. สนับสนุนจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมแก่สังคมไทยผ่านการตลาดและประชาสัมพันธ์	TMTและบริษัทในเครือและผลิตภัณฑ์ทั้งหมด	เพื่อให้เป็นบริษัทชั้นนำในเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อม	2549-2553 1. มีการพบปะระหว่าง TMT NGOs รัฐ และชุมชน อย่างน้อยปีละครั้ง 2. อบรมด้านสิ่งแวดล้อมแก่สาธารณะอย่างน้อย 3 ครั้ง/ปี 3. เผยแพร่ข้อมูลและข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อมทางสิ่งพิมพ์และเว็บไซต์ 1. สร้างความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก ในทุก ๆ เรื่องที่เกี่ยวข้องกับ Toyota 2. เสริมภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมโดยร่วมมือกับ ผู้ใตการรับรองด้านสิ่งแวดล้อม จัดกิจกรรมต่าง ๆ 3. จัดกิจกรรมสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม แก่คนไทยทั่วไปทุกกลุ่มเป้าหมาย 4. ใช้เครื่องหมาย Green Technology ในสื่อของ Toyota เช่น แผ่นพับใบปลิว ฯลฯ (อยู่ระหว่างการศึกษาสำหรับ Lexus) 5. นำเสนอ "Green Technology " ในงานเช่น Motor show 6. ตีพิมพ์ "Green Technology" ในวารสารข่าวที่เป็นที่นิยมเพื่อส่งเสริมกิจกรรม 7. ประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงของ Environmental Care และศูนย์ซ่อม ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	

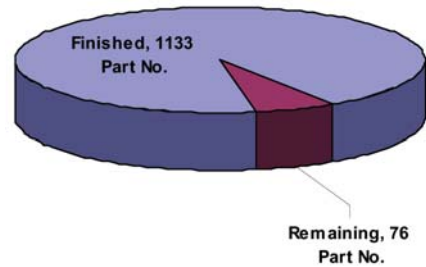
การลดสารอันตรายต้องห้าม (Substances of Environmental Concern : SoCs)

จากนโยบายการลดปริมาณสารที่เป็นอันตรายต่อสิ่งมีชีวิต/หรือสิ่งแวดล้อม (Toyota Global SoC free Policy) และสืบเนื่องจากโครงการ IMV ที่มีการส่งรถยนต์และชิ้นส่วนไปยังหลายประเทศ ซึ่งได้มีการกำหนดในเรื่องของข้อกำหนดการกำจัดสารอันตรายตามข้อกำหนดของสหภาพยุโรป ดังนั้นทางบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จึงมีการทำการลดปริมาณสารดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง โดยทำการยกเลิกการใช้โลหะหนัก 4 ชนิด อันได้แก่ ตะกั่ว (Pb) ปรอท (Hg) แคดเมียม (Cd) และโครเมียมเฮกซะวาเลนท์ (Cr⁶⁺) ออกจากชิ้นส่วนรถยนต์ทั้งหมด หรือให้มี SoCs เท่ากับศูนย์ โดยในปี 2548-2549 ที่ผ่านมาได้ทำการยกเลิกส่วนประกอบ SoCs ออกจากชิ้นส่วนรถยนต์ในโครงการ IMV และรถรุ่น YARIS ดังกราฟที่แสดง ทั้งนี้ บริษัทฯ จะยกเลิกการใช้ชิ้นส่วนที่มีสาร SoCs ในส่วนที่เหลือทั้งหมดเสร็จสิ้นภายในปี 2550

IMV ที่ปลอดสารอันตราย



Yaris ที่ปลอดสารอันตราย



โครงการไบโอดีเซลจากเมล็ดสบู่ดำ (Jatropha) สำหรับรถยนต์ดีเซล



จากแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่ทรงห่วงใยต่อพสกนิกรถึงวิกฤตการณ์น้ำมัน และทรงมีพระราชดำริสั่งการให้พลังงานทางเลือกเพื่อทดแทนการนำเข้าน้ำมันสู่ความร่วมมือของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด บริษัท โตโยต้า เทคนิเคิล เซ็นเตอร์ เอเชีย แปซิฟิค (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ปตท. จำกัด มหาชน และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในการดำเนินโครงการความร่วมมือวิจัยและพัฒนาโครงการไบโอดีเซลจากเมล็ดสบู่ดำ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิจัยพันธุ์สบู่ดำที่เหมาะสมต่อสภาพภูมิอากาศในประเทศไทยศึกษาการรบกวนจากแมลงและโรคพืชต่างๆ ศึกษากระบวนการผลิตที่เหมาะสม เพื่อให้ น้ำมันไบโอดีเซลจากเมล็ดสบู่ดำมีปริมาณและคุณภาพสูงสุด และศึกษาผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมจากการปลูกและผลิตน้ำมันจากเมล็ดสบู่ดำ ตลอดจนศึกษาและวิเคราะห์เรื่องคุณสมบัติของน้ำมัน การกักตุนต่อชิ้นส่วนต่างๆ ของเครื่องยนต์ระบบการจ่ายน้ำมัน สมรรถนะและความทนทานของเครื่องยนต์ และการปล่อยไอเสียจากรถยนต์ สนองพระราชดำริพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวด้านพลังงานทดแทน เพื่อสานต่อทิศทางพลังงานทางเลือกของประเทศ สร้างมูลค่าเพิ่ม

มุ่งประโยชน์สูงสุดต่อประเทศ โดยบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด และ บริษัท โตโยต้า เทคนิเคิล เซ็นเตอร์ เอเชีย แปซิฟิค (ประเทศไทย) จำกัด ได้ให้การร่วมมือสนับสนุนทั้งในด้านทุนในการวิจัย ชิ้นส่วนและอุปกรณ์ที่จำเป็นในการทดสอบ ตลอดจนสนับสนุนข้อมูลด้านเทคนิคแก่โครงการ

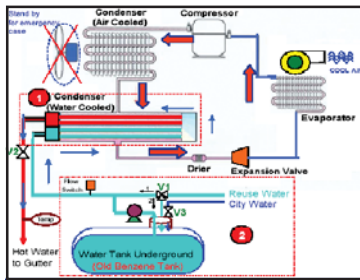
อย่างไรก็ดี การวิจัยดังกล่าวนี้มุ่งหวังถึงความเหมาะสมของพันธุ์พืชสบู่ดำและวิธีการเพาะปลูกที่เหมาะสมกับประเทศไทย เพื่อนำไปพัฒนาเป็นพืชเศรษฐกิจ และใช้ในการสร้างพลังงานทดแทน ซึ่งจะช่วยลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ และช่วยส่งเสริมและพัฒนาภาคเกษตรกรรม ตลอดจนสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปทำการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลให้ประเทศไทยสามารถใช้พลังงานภายในประเทศมากขึ้น และก่อให้เกิดผลดีต่อการสร้างงานและพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป

การอนุรักษ์การใช้พลังงาน

เพื่อให้การใช้พลังงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความมุ่งมั่นในการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ในการลดการใช้พลังงาน รวมถึงการลดผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อม ในช่วงเดือน เมษายน 2548 ถึง มีนาคม 2549 ที่ผ่านมา บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ได้ทำการ ปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลที่เกิดขึ้นพบว่า มี ปริมาณการใช้พลังงานเท่ากับ 2.76 GJ/จำนวนรถที่ผลิต เปรียบเทียบจากในช่วงเดือน เมษายน 2548 ถึง มีนาคม 2549 ที่ใช้พลังงาน 3.16 GJ/จำนวนรถที่ผลิตได้ พบว่าลดลง 0.4 GJ/จำนวนรถที่ผลิตได้ ซึ่งลดการใช้พลังงานลดลงได้กว่า 12.6 % โดยตัวอย่างกิจกรรมการลดพลังงานในช่วงเดือน เมษายน 2548 ถึง มีนาคม 2549 มีดังนี้

กิจกรรมการปรับปรุงระบบปรับอากาศในอาคารโดยการ กายความร้อนด้วยน้ำที่ใช้แล้ว

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ได้มีการนำ หลักการ Reuse & Recycle มาใช้ในการประหยัดพลังงาน โดยมีกิจกรรมการนำน้ำที่ใช้แล้วมาถ่ายเทความร้อน ที่เกิดจากเครื่องปรับอากาศ 29 ตัว ในสำนักงาน โดยการ ใช้ถังเบนซินเก่ามาดัดแปลงให้ทำหน้าที่เก็บกักน้ำที่ได้รับ การบำบัดแล้วและนำน้ำที่ได้รับการบำบัดมาใช้ในการลด อุณหภูมิโดยผ่าน Water Cooled Condenser แทนที่พัดลม ของ Air Cooled Condenser ซึ่งผลที่ได้สามารถจัดการกับ ปัญหาของความร้อนที่ถ่ายเทสู่พื้นที่การทำงานลดลงจาก เดิม 7-10°ซ และสามารถประหยัดพลังงานได้ 182,999 BTU/ปี ลดลงจากเดิมถึง 19% โดยให้ผลเท่ากับการใช้ พัดลมระบายอากาศ นอกเหนือจากนั้นยังสามารถลดภาระ ของ Compressor ได้อีกด้วย



การลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (การขนส่ง)

โปรเกรส เลน (Progress Lane)

เนื่องจาก โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย มีความต้องการส่งชิ้นส่วนเข้าสู่สายการผลิตด้วยความถี่สูงแต่ปริมาณน้อยในแต่ละครั้ง ซึ่งนั่นหมายถึงว่าผู้ผลิตชิ้นส่วนต้องส่งชิ้นส่วนให้กับ โตโยต้า ด้วยความถี่สูงและปริมาณการส่งแต่ละครั้งต้องน้อยด้วย ผลที่ตามมาคือทำให้มีค่าใช้จ่ายในการขนส่งที่สูงมากเพราะประสิทธิภาพของการบรรทุกก็จะน้อยลงด้วย และจะทำให้มีรถเข้ามาภายในโรงงาน โตโยต้า มากขึ้นและเกิดปัญหาเรื่องการจราจรติดขัดในเรื่องของจุดจอดเพื่อส่งชิ้นส่วน ดังนั้น โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จึงได้นำเอาระบบการเก็บสต็อกแบบมี Progress Lane เข้ามาใช้ โดยไปรับชิ้นส่วนจากผู้ผลิตชิ้นส่วนในปริมาณเท่าเดิมแต่แบ่งปริมาณที่ไปรับเป็นหลาย ๆ ออเดอร์ ซึ่งแต่ละออเดอร์จะระบุให้เข้าตาม Progress Lane Number ซึ่งประกอบด้วย 36 Lane จาก Progress Lane ชิ้นส่วนจะถูกส่งเข้าสู่สายการผลิตในปริมาณที่น้อยและความถี่สูงเพราะจะถูกส่งเข้าที่ละ Lane

ผลลัพธ์ของ Progress Lane

1. ง่ายต่อการมองเห็นสถานะของสายการผลิตว่าเกิดการล่าช้าหรือเร็วกว่าแผนที่กำหนดไว้หรือไม่ ซึ่งทำให้สามารถควบคุมการจัดส่งชิ้นส่วนได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. สามารถจัดส่งชิ้นส่วนด้วยความถี่สูงซึ่งมีผลทำให้ในแต่ละรอบการจัดส่งมีปริมาณชิ้นส่วนน้อยทำให้ประสิทธิภาพในการจัดส่งเพิ่มขึ้น
3. ลดปริมาณการจัดเก็บชิ้นส่วนและพื้นที่จัดเก็บชิ้นส่วนบริเวณจุดประกอบ
4. ลดจำนวนเที่ยวในการส่งชิ้นส่วนของผู้จำหน่ายชิ้นส่วน

ระบบการขนส่งชิ้นส่วน (Milk Run System)

แนวความคิด Milk Run ในการประหยัดพลังงาน การประหยัดต้นทุน และการเพิ่มบริการ

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ เริ่มใช้ ระบบ Milk Run อย่างแพร่หลายใน Toyota แคนาดา และในแถบภาคพื้นยุโรป และจากแนวคิดดังกล่าว บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ได้เริ่มนำระบบ Milk Run มาใช้ตั้งแต่วันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2544 และได้มีการปรับปรุงและพัฒนา ระบบมาจนถึงทุกวันนี้

โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ได้พัฒนาและปรับปรุงระบบการขนส่งชิ้นส่วน (Milk Run System) จากเดิมแต่ละผู้ผลิตชิ้นส่วนจะทำหน้าที่ขนส่งชิ้นส่วนมายัง โตโยต้า โดยตรงด้วยตนเองซึ่งก่อเกิดปัญหาด้านการจัดการชิ้นส่วนเนื่องจากผู้ผลิตชิ้นส่วนมีจำนวนมาก การจัดส่งชิ้นส่วนจัดส่งด้วยความถี่ต่ำ ดังนั้นการส่งชิ้นส่วนแต่ละครั้งจึงต้องส่งด้วยปริมาณมาก ส่งผลให้เกิดปัญหาการสต็อกชิ้นส่วนสูงตามไปด้วย โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จึงปรับปรุงโดยจัดกลุ่มผู้ผลิตซึ่งมีที่ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน จากนั้นจะใช้รถในการตระเวนรับชิ้นส่วนมาจากผู้ผลิตดังกล่าว

เนื่องจากผู้จำหน่ายชิ้นส่วน จะกระจายอยู่ทั่วไป โดยสามารถแบ่งเป็นโซนได้ 5 โซนอันได้แก่

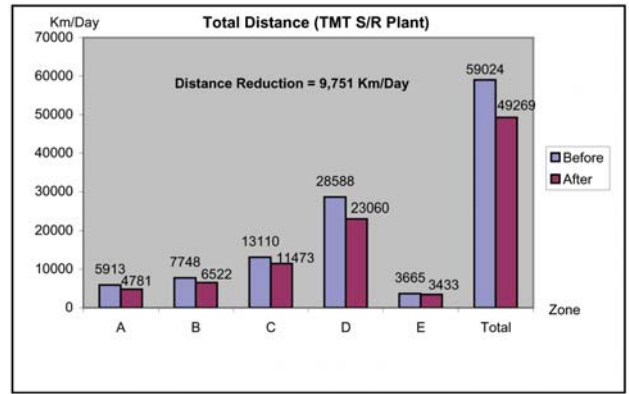
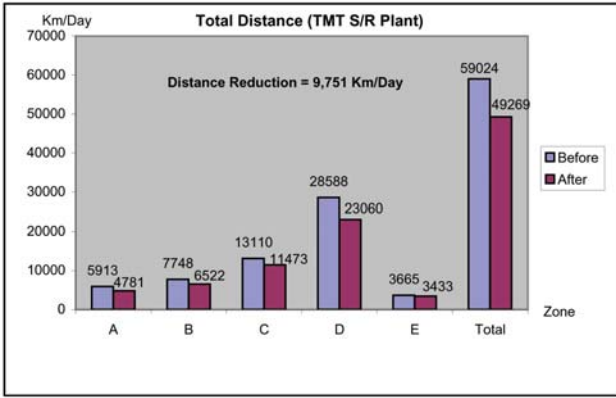
1. Zone A: อยุธยา สระบุรี ปทุมธานี
2. Zone B: กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
3. Zone C: ชลบุรี (นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร)
4. Zone D: ระยอง (นิคมอุตสาหกรรม Eastern seaboard)
5. Zone E: ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี

ผลประโยชน์ในแง่ระบบการผลิต

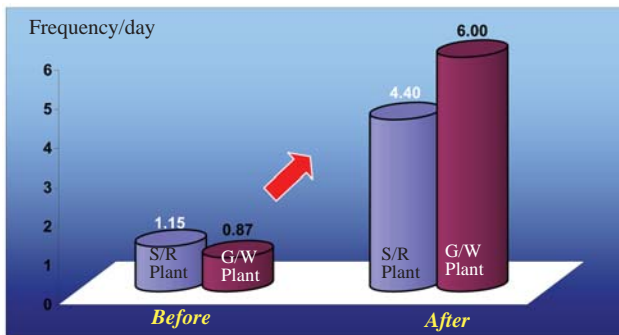
1. สามารถเพิ่มความถี่ในการจัดส่งผู้ผลิตชิ้นส่วน: ทำให้ Inventory Stock ของทั้งทางผู้ผลิตและทางโตโยต้า มีปริมาณลดลงจากเดิมที่ต้องแบกรับปริมาณสินค้าที่สูง ทำให้ใช้พื้นที่มาก การจัดการไม่เป็นระบบเปลี่ยนเป็นพื้นที่ Warehouse ลดลง การผลิตสามารถเดินตามระบบการผลิตแบบโตโยต้า (TPS: Toyota Production system)
2. เพิ่มความสามารถในการบรรทุก : จากระบบ Direct Delivery ทำให้ ผู้ผลิตชิ้นส่วนที่มีปริมาณการจัดส่งน้อยถึงปานกลางไม่สามารถทำให้ค่าการบรรทุกอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม ต้นทุนในการขายมีค่าสูงขึ้น และส่งผลกระทบต่อเนื่องมาถึงราคาในการซื้อของ โตโยต้า ดังนั้นระบบของ Milk Run สามารถแก้ปัญหาลักษณะนี้ได้ โดยมีการแบ่งพื้นที่บนรถระหว่างผู้ผลิตต่างๆ ทำให้ ต้นทุนทางด้านการจัดส่งลดลงซึ่งเป็นผลดีทั้งทางผู้ซื้อและผู้ขาย
3. รักษาสมดุลของเวลาการจัดส่งได้: เนื่องจากระบบ Milk Run นั้นได้รับการจัดการตามระบบการผลิตแบบโตโยต้า การเข้าส่งของชิ้นส่วนจึงเป็นลักษณะที่มีความสม่ำเสมอ (Heijunka: ระบบการปรับเรียบ) การเข้าของเวลาก็สามารถกำหนดได้ทำให้ทางจุดรับสินค้าสามารถแบ่งปริมาณงาน (Workload) ได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งทำให้เวลาได้สมดุลทั้งในส่วนของผู้ผลิตชิ้นส่วนและทางโตโยต้า
4. ต้นทุน: ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น การลดการทำงานที่ไม่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดการที่เป็นระบบ ทำให้ต้นทุนทั้งในด้านการจัดส่งและในด้านการผลิตลดลง สิ่งต่างๆ เหล่านี้ไม่ได้สร้างประโยชน์ให้กับทางโตโยต้า เพียงด้านเดียวแต่เป็นในลักษณะของ Win-Win

ผลประโยชน์ในแง่สิ่งแวดล้อม

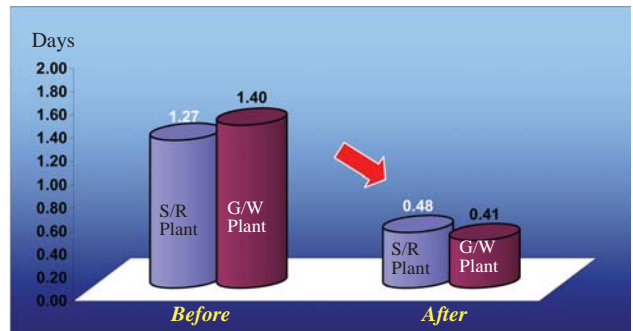
บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย นำระบบ Milk Run มาใช้ในปี พ.ศ. 2544 ส่งผลให้เกิดความสามารถในการบรรทุกเพิ่มขึ้น และระบบดังกล่าวจะช่วยลดความถี่และจำนวนของรถที่มาส่งชิ้นส่วนให้น้อยลง เป็นผลทำให้คาร์บอนไดออกไซด์ที่ปล่อยสู่บรรยากาศ ซึ่งเป็นมลพิษทางอากาศที่เกิดจากปฏิกิริยาการเผาไหม้ที่สมบูรณ์ของเชื้อเพลิง และเป็นการช่วยลดปัญหาที่ทำให้เกิดโลกร้อนลดลง



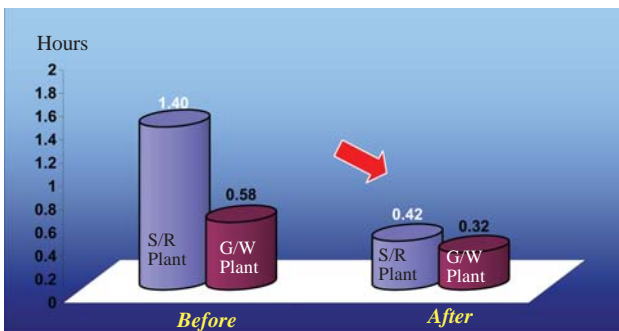
1. ความถี่ในการขนส่ง



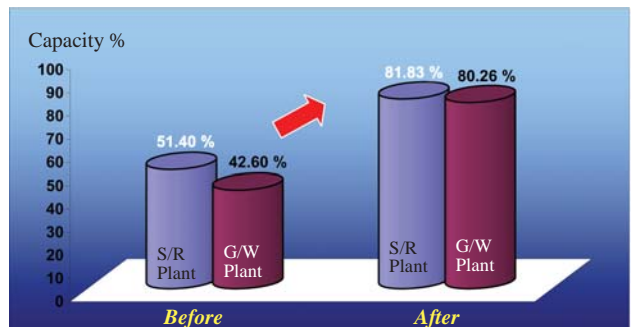
2. ระยะเวลาในการสต็อกชิ้นส่วน



3. ระยะเวลาในการขนชิ้นส่วนลง



4. ประสิทธิภาพการใช้พื้นที่รถขนส่งชิ้นส่วน



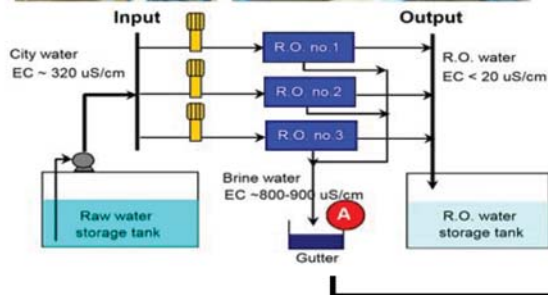
การอนุรักษ์การใช้น้ำ

น้ำเป็นอีกหนึ่งทรัพยากรที่ทางบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้ให้ความสำคัญในการใช้น้ำอย่างคุ้มค่าและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งผลที่เกิดขึ้นในช่วงเดือน เมษายน 2548 ถึงมีนาคม 2549 ที่ผ่านมานั้นมีการใช้น้ำเป็นปริมาณ 3.07 ลูกบาศก์เมตร/จำนวนรถที่ผลิตได้ เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาในช่วงเวลาเดียวกัน พบว่าลดลง 0.29 ลูกบาศก์เมตร/จำนวนรถที่ผลิตได้ หรือคิดเป็น 8.6 % ซึ่งทางบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้มีการทำกิจกรรมในการอนุรักษ์น้ำนอกเหนือจากเรื่องการนำน้ำที่ใช้แล้วมาใช้ในการถ่ายเทความร้อนของ Condenser หรือการลดปริมาณน้ำที่ผ่านวาล์วของ Boiler ดังที่กล่าวมาข้างต้น ยังมีกิจกรรมที่สำคัญอื่น ๆ ดังต่อไปนี้

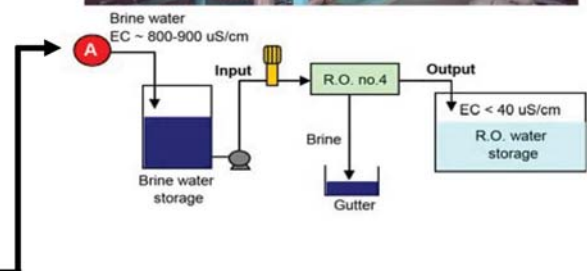
กิจกรรมการปรับปรุงน้ำ Brine ให้เป็นน้ำ R.O. (Reverse Osmosis) ใหม่

ด้วยจุดประสงค์ในการลดการใช้น้ำประปาด้วยวิธีการนำน้ำ Brine มาปรับปรุงใหม่ให้เป็นน้ำ R.O. (Reverse Osmosis) โดยการติดตั้งเครื่องผลิตน้ำ R.O. เพิ่มจากเดิมที่มี 3 เครื่อง เป็น 4 เครื่อง ซึ่งเครื่องผลิตน้ำ R.O. เครื่องที่ 4 ได้ถูกนำมาติดตั้งเพื่อจัดการน้ำ Brine ที่ออกมาจากเครื่องผลิตน้ำ R.O. เครื่องที่ 1-3 ซึ่งผลที่ได้สามารถลดปริมาณการใช้น้ำประปา ลงจากเดิมประมาณ 39,321.5 ลูกบาศก์เมตร/ปี และประหยัดไฟฟ้าได้ประมาณ 1,309 kwh/ปี

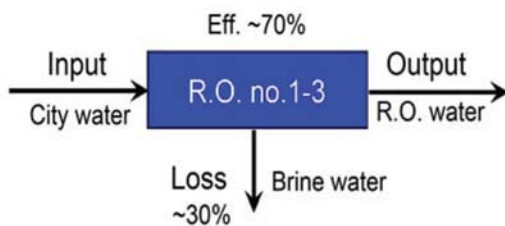
ก่อนปรับปรุง



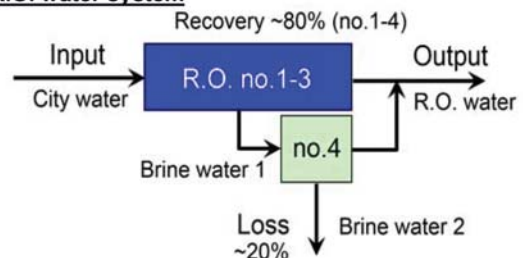
ปัจจุบัน



R.O. water system



R.O. water system



การลดปริมาณของเสีย (Waste Reduction)

นโยบายในการลดปริมาณของเสีย โดยเน้นการนำกลับมาใช้ใหม่(Recycle) ใช้ซ้ำ(Reuse) และการยกเลิกการใช้(Reject) เป็นแนวทางที่ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ยึดถือปฏิบัติเสมอมา ในช่วงเดือน เมษายน 2548 ถึง มีนาคม 2549 นั้น ได้มีการจัดทำกิจกรรมหลายอย่าง ดังต่อไปนี้

กิจกรรมการยกเลิกการฝังกลบ โดยเน้นการรีไซเคิลและเผาเป็นเชื้อเพลิงเสริมเพื่อผลิตไอน้ำ

ในปี 2548 ที่ผ่านมานั้น บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้ทำการยกเลิกการฝังกลบขยะ (Zero Landfill Waste) ซึ่งนอกจากยกเลิกการฝังกลบขยะแล้ว สิ่งที่เป็นผลสำเร็จสำคัญ คือ การรีไซเคิลขยะที่ไม่ใช้แล้วได้มากขึ้นถึง 8.27% และทำให้เกิดการเผาทำลายน้อยลงด้วย ซึ่งการเผาทำลายนั้นขยะที่ส่งไปเผาทำลายที่โรงเผาขยะซึ่งรัฐบาลให้การรับรองและเป็นเจ้าของนั้นทำให้เกิดความร้อน ซึ่งความร้อนนี้ใช้ในการผลิตไอน้ำได้อีกด้วย

กิจกรรมการลดปริมาณการกำจัดถุงมือใช้แล้ว โดยการนำกลับมาใช้ใหม่

การทำงานในการประกอบรถยนต์นั้น ถุงมือผ้าเป็นของเสียที่ออกมาเป็นจำนวนมากซึ่งในปัจจุบันการนำไปกำจัดนั้นยังคงเป็นการส่งไปเป็นพลังงานทดแทนเสริมในเตาปูนซิเมนต์ แต่บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการลดปริมาณถุงมือผ้านี้ โดยต้องไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการผลิตและการทำงานของพนักงานจึงได้มีการทดลองนำถุงมือผ้าไปซักในโรงงานที่ได้มาตรฐานและผ่านกระบวนการทำความสะอาดและนำกลับมาให้พนักงานใช้ใหม่ ซึ่งผลที่ได้ทำให้เกิดการลดการใช้ถุงมือผ้าใหม่ได้มากที่สุดถึง 36% และคิดเป็นค่าเฉลี่ยได้ 0.25 Kg/unit ซึ่งยังคงมีการทำกิจกรรมนี้อย่างต่อเนื่อง



โรงงานเผาขยะเพื่อผลิตพลังงานไอน้ำ



Boiler เพื่อผลิตไอน้ำจากความร้อนจากการเผาขยะ

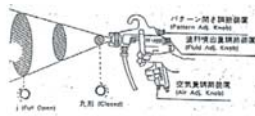
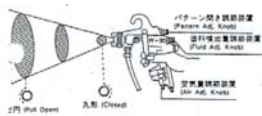


การลดปริมาณสารอินทรีย์ระเหยง่าย (VOC) สู่สิ่งแวดล้อม

การลดปริมาณสารอินทรีย์ระเหยง่าย (VOC) ที่เป็นมลพิษทางอากาศเป็นอีกเป้าหมายหนึ่งของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ในการรักษาสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระบวนการการพ่นสี ซึ่งค่าที่เกิดขึ้นในช่วงเดือนเมษายน 2548 ถึงมีนาคม 2549 ที่ผ่านมามีปริมาณ VOC 56.16 g/m² เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาในช่วงเวลาเดียวกัน พบว่าลดลง 3.27 g/m² หรือคิดเป็น 5.5 % โดยในปีที่ผ่านมาทางบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้มีการทำกิจกรรมในการลดปริมาณของ VOC ดังตัวอย่างต่อไปนี้

กิจกรรมการลดการใช้ทินเนอร์ ที่เป็นปัจจัยสำคัญในการก่อ VOC สู่บรรยากาศ

กิจกรรมลดปริมาณการใช้ทินเนอร์โดยการใช้ปืน (High Volume Low Pressure) โดยเปลี่ยนปืนทำความสะอาดหัวพ่นสีของ M/C และ Robot จากการใช้ IWATA รุ่น W-90 เป็นรุ่น W-200 (High Volume Low Pressure) และลือดปุ่ปรับปริมาณซึ่งลดปริมาณ VOC ที่เกิดขึ้นได้ 0.1 g/m²



Before

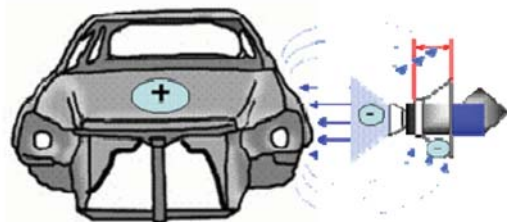
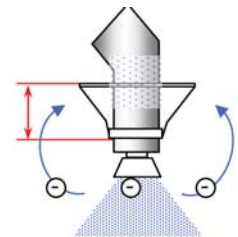


After

กิจกรรมการนำ Thinner ที่ใช้ชักชุดพ่นไปใช้ทำความสะอาดเครื่องมือและอุปกรณ์ปฏิบัติงานอื่นก่อนนำไปทิ้งเป็น Waste Thinner ซึ่งช่วยลดปริมาณ VOC ที่เกิดขึ้นได้ 0.22 g/m²



กิจกรรมการลดการใช้ทินเนอร์ทำความสะอาด Robot's Arm โดยการปรับปรุง Corona Ring ให้มีระยะเพิ่มขึ้นจาก 5 cm เป็น 8 cm เพื่อลดการ Over Spray ของสี ซึ่งลดปริมาณการใช้ทินเนอร์ลง 308.44 ลิตร/เดือน ส่งผลให้สามารถลดปริมาณ VOC ที่เกิดขึ้นได้ 0.14 g/m² นอกเหนือจากนั้นยังสามารถลดเวลาการทำความสะอาดเหลือเพียง 50 วินาที/ชุด/ครั้ง



กิจกรรมการนำทินเนอร์จากการ Flushing ครั้งที่สองมาใช้ล้างเครื่องมือและอุปกรณ์ในห้อง Mixing Room ซึ่งลดปริมาณ VOC ที่เกิดขึ้นได้ 0.12 g/m²



ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

การใช้พลังงาน

	ปีงบประมาณ 2547 (เม.ย.47 - มี.ค.48)	ปีงบประมาณ 2548 (เม.ย.48 - มี.ค.49)	ความแตกต่าง (ปีงบประมาณ 2548 - ปี 2547)
การใช้ไฟฟ้า (kWh)	141,179,370.00	185,614,290.00	44,434,920.00
เบนซิน (kl)	-	-	-
ดีเซล (kl)	-	-	-
น้ำมันเตา (kl)	38,969.80	34,660.80	- 4,309.00
น้ำมันก๊าด (kl)	-	-	-
ก๊าซธรรมชาติ(m ³)	-	-	-
ก๊าซหุงต้ม (LPG) (m ³)	8,617.80	10,968.25	2,350.45
การใช้พลังงานทั้งหมด (GJ/Unit)	3.16	2.76	- 0.40

การใช้น้ำ

	ปีงบประมาณ 2547 (เม.ย.47 - มี.ค.48)	ปีงบประมาณ 2548 (เม.ย.48 - มี.ค.49)	ความแตกต่าง (ปีงบประมาณ 2548 - ปี 2547)
การใช้น้ำ (m ³)	961,103.00	1,234,922.00	273,819.00
การใช้น้ำต่อการผลิต (m ³ /Unit)	3.36	3.07	- 0.29

คุณภาพน้ำ

	ปีงบประมาณ 2548 (เม.ย.48 - มี.ค.49)		ปีงบประมาณ 2547 (เม.ย.47 - มี.ค.48)		ความแตกต่าง (ปีงบประมาณ 2548 - ปี 2547)		
	โรงงาน ลำโพง	โรงงาน เกตเวย์	โรงงาน ลำโพง	โรงงาน เกตเวย์	โรงงาน ลำโพง	โรงงาน เกตเวย์	
น้ำที่บำบัดแล้ว (ค่าเฉลี่ย)	ค่าความเป็นกรด-ด่าง	7.05	8.12*	7.79	8.03*	- 0.74	0.09
	ของแข็งละลายทั้งหมด: มก./ล.	1,146.42	619.12*	1,279.38	716.04*	- 132.96	- 96.92
	ของแข็งแขวนลอย: มก./ล.	9.04	46.55*	10.13	66.36*	- 1.09	- 19.81
	ซีโอดี: มก./ล.	43.75	407.70*	38.78	563.77*	4.97	- 156.07
	บีโอดี: มก./ล.	5.08	183.20*	4.99	231.98*	0.09	- 48.78
	น้ำมันและไขมัน: มก./ล.	1.16	3.99*	1.42	3.79*	- 0.26	0.20

* มีการส่งไปบำบัดต่อการนิคมเกตเวย์

ของเสีย

		ปีงบประมาณ 2547 (เม.ย.47 - มี.ค.48)	ปีงบประมาณ 2548 (เม.ย.48 - มี.ค.49)	ความแตกต่าง (ปีงบประมาณ 2548 - ปี 2547)
ของเสีย	ปริมาณของเสียที่ถูกกำจัดด้วยการเผา (ตัน) <A>	2,607.53	2,630.22	22.69
	ปริมาณของเสียที่ถูกกำจัดด้วยการฝังกลบ (ตัน) 	331.29	486.61	155.32
	ปริมาณของเสียที่ถูกรีไซเคิล (ตัน) <C>	40,940.79	73,584.24	32,643.45
	ปริมาณของเสียที่เกิดขึ้น (ตัน) <D = A + B + C>	43,879.61	76,701.07	32,821.46
	สัดส่วนของเสียที่ถูกกำจัดด้วยการฝังกลบ (%) <B/D>	0.75	0.63	- 0.12
	ปริมาณของเสียที่ถูกกำจัดด้วยการเผาและฝังกลบ (กก./หน่วย)	10.29	7.75	- 2.54

สารเคมี

		ปีงบประมาณ 2548 (เม.ย.48 - มี.ค.49)		ปีงบประมาณ 2547 (เม.ย.47 - มี.ค.48)		ความแตกต่าง (ปีงบประมาณ 2548 - ปี 2547)	
		โรงงาน ลำโพง	โรงงาน เกตเวย์	โรงงาน ลำโพง	โรงงาน เกตเวย์	โรงงาน ลำโพง	โรงงาน เกตเวย์
การปลดปล่อย สารเคมีจาก น้ำทิ้ง (ค่าเฉลี่ย)	สังกะสี: มก./ล.	0.18	0.17	0.12	0.30	0.06	- 0.13
	ตะกั่ว: มก./ล.	0.04	0.04	0.023	0.15	0.02	- 0.11
	นิกเกิล: มก./ล.	0.67	0.19	0.33	0.23	0.34	- 0.04
	ปรอท: มก./ล.	0.001	0.001	0.001	0.001	0.00	0.00
	ทองแดง: มก./ล.	0.04	0.03	0.06	0.00	- 0.02	0.03
	ไซยาไนด์: มก./ล.	0.01	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00
	โครเมียม(III): มก./ล.	0.02	0.05	0.03	0.00	- 0.01	0.05
	โครเมียม(VI): มก./ล.	0.01	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00
การระบาย อากาศเสีย (ค่าเฉลี่ย)	VOCs: กรัม/ตร.ม.	56.16		59.43		- 3.27	
	ฝุ่นรวม: % ของค่ามาตรฐาน	17.05	21.8	12.17	4.54	4.88	17.26
	ตะกั่ว: % ของค่ามาตรฐาน	0.1	0.14	0.77	0.1	- 0.67	0.04
	CO: % ของค่ามาตรฐาน	0.85	12.1	9.02	5.65	- 8.17	6.45
	NO ₂ : % ของค่ามาตรฐาน	10.25	16.2	12.85	22.58	- 2.60	- 6.38
	SO ₂ : % ของค่ามาตรฐาน	0.8	5.91	19.02	20.46	-18.22	- 14.55
	ไซลีน: % ของค่ามาตรฐาน	3.45	0.0005	12.75	0.8	- 9.30	- 0.80

การใช้กระดาษ

	ปีงบประมาณ 2547 (เม.ย.47 - มี.ค.48)	ปีงบประมาณ 2548 (เม.ย.48 - มี.ค.49)	ความแตกต่าง (ปีงบประมาณ 2548 - ปี 2547)
การใช้กระดาษ (บาท)	-	6,071,814.00	-

เป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมและผลการดำเนินงานกิจกรรม

เป้าประสงค์	กิจกรรม	เป้าหมายและผล															
<p>1. ส่งเสริมมาตรการลดภาวะโลกร้อน</p> <p>1.1 พัฒนากลยุทธ์ลด CO₂ เชิงรุก เพื่อให้โตโยต้าเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมยานยนต์ในภูมิภาค</p>	<p>1. ปรับปรุงระบบปรับอากาศและระบายความร้อนด้วยน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้ว (กิจกรรมภายใน)</p> <p>2. ระบบ Progress Lanes & Milk Run</p> <p>3. จ้างที่ปรึกษาด้านพลังงาน (ESCO)/TMC Advisor ให้ปรับปรุงประสิทธิภาพเครื่องจักรอุปกรณ์</p> <p>4. นำพลังงานจากระบบเตาอบและไอน้ำกลับคืน</p> <p>5. เปลี่ยนอุปกรณ์ไฟฟ้าและแสงสว่าง</p>	<p>Total Energy (GJ/U)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2002</th> <th>2003</th> <th>2004</th> <th>2005</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Target</td> <td>3.80</td> <td>3.57</td> <td>3.26</td> <td>2.59</td> </tr> <tr> <td>Result</td> <td>3.49</td> <td>3.32</td> <td>3.16</td> <td>2.76</td> </tr> </tbody> </table>		2002	2003	2004	2005	Target	3.80	3.57	3.26	2.59	Result	3.49	3.32	3.16	2.76
	2002	2003	2004	2005													
Target	3.80	3.57	3.26	2.59													
Result	3.49	3.32	3.16	2.76													
<p>2. อนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ</p> <p>2.1 ส่งเสริมมาตรการลดการใช้น้ำ</p>	<p>1. พัฒนาระบบ RO</p> <p>2. หมุนเวียนน้ำจาก ASU โดยการกรองและแสง UV</p> <p>3. อุปกรณ์ควบคุมอัตโนมัติและระบบทำความเย็น</p>	<p>Water (m³/U)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2002</th> <th>2003</th> <th>2004</th> <th>2005</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Target</td> <td>4.00</td> <td>3.67</td> <td>3.28</td> <td>2.86</td> </tr> <tr> <td>Result</td> <td>3.66</td> <td>3.58</td> <td>3.36</td> <td>3.07</td> </tr> </tbody> </table>		2002	2003	2004	2005	Target	4.00	3.67	3.28	2.86	Result	3.66	3.58	3.36	3.07
	2002	2003	2004	2005													
Target	4.00	3.67	3.28	2.86													
Result	3.66	3.58	3.36	3.07													
<p>3. ลดปริมาณของเสียที่ต้องกำจัดและลดการใช้ทรัพยากร</p> <p>3.1 ลดการกำจัดขยะด้วยการฝังกลบให้เป็นศูนย์ได้ก่อนกำหนด และส่งเสริมการลดการระบายของเสียให้เป็นศูนย์</p>	<p>1. การนำถุงมือกลับมาใช้ซ้ำ</p> <p>2. ลดปริมาณกากตะกอนน้ำเสียโดยเปลี่ยนสารจับตัว</p> <p>3. จัดตั้งศูนย์แลกเปลี่ยนขยะ</p>	<p>Incinerated and Landfill (Kg/U)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2002</th> <th>2003</th> <th>2004</th> <th>2005</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Target</td> <td>9.50</td> <td>7.09</td> <td>6.82</td> <td>6.16</td> </tr> <tr> <td>Result</td> <td>7.81</td> <td>6.81</td> <td>10.29</td> <td>7.75</td> </tr> </tbody> </table>		2002	2003	2004	2005	Target	9.50	7.09	6.82	6.16	Result	7.81	6.81	10.29	7.75
	2002	2003	2004	2005													
Target	9.50	7.09	6.82	6.16													
Result	7.81	6.81	10.29	7.75													
<p>4. การจัดการและการลดสารอันตรายต่อสุขภาพ</p> <p>4.1 กลยุทธ์การลด VOC ให้เป็นผู้นำในการรักษาสิ่งแวดล้อม</p> <p>4.2 นโยบายเลิกใช้สารต้องห้ามของโตโยต้าทั่วโลก</p>	<p>1. ลดการใช้ทินเนอร์ด้วยปืน High Volume Low Pressure</p> <p>2. ลดการใช้ทินเนอร์ทำความสะอาด</p> <p>3. ทินเนอร์ที่ใช้ทำความสะอาดเสื้อคลุมสามารถนำมาใช้ล้างเครื่องมือได้อีก</p> <p>4. ลดการใช้ทินเนอร์ทำความสะอาด Robot's Arm โดยการปรับปรุง Corona Ring ให้มีระยะเพิ่มขึ้น</p> <p>5. นำทินเนอร์จากการ Flushing ครั้งที่สองมาใช้ล้างเครื่องมือและอุปกรณ์</p> <p>6. ลด VOC จากการพันกรอบประตูแนวตั้งของรุ่น Yaris</p> <p>7. เลิกการใช้สารต้องห้ามในรุ่น IMV & Yaris</p>	<p>VOC (g/m³)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2002</th> <th>2003</th> <th>2004</th> <th>2005</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Target</td> <td>65.00</td> <td>60.00</td> <td>58.00</td> <td>55.00</td> </tr> <tr> <td>Result</td> <td>66.15</td> <td>62.49</td> <td>59.43</td> <td>56.16</td> </tr> </tbody> </table>		2002	2003	2004	2005	Target	65.00	60.00	58.00	55.00	Result	66.15	62.49	59.43	56.16
	2002	2003	2004	2005													
Target	65.00	60.00	58.00	55.00													
Result	66.15	62.49	59.43	56.16													

* รวมของเสียจากการปรับปรุงโครงการ IMV



การดำเนินงานด้านสังคม

สาส์นจากผู้บริหาร

บทสรุปกิจกรรมด้านสังคม

กิจกรรมเพื่อสังคมในปี 2548-2549

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ลูกค้า

การบริการหลังการขาย

ผู้ผลิต/ส่งมอบชิ้นส่วน

ดัชนีความพึงพอใจของพนักงาน

การจ้างงาน

การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

ศูนย์ฝึกอบรมการผลิตเอเชีย-แปซิฟิก

การส่งเสริมความปลอดภัยในการทำงาน

โครงการลดเมืองร้อนด้วยมือเรา

โครงการปลูกป่าชายเลน

โครงการพระดาบส

มูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย

จากประวัติศาสตร์อันยาวนานของบริษัทฯ สิ่งทีโตโยต้าให้ความสำคัญมากที่สุดนั้นมีใช่เครื่องจักรอุปกรณ์ราคาแพง ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี หรือ เงินทุนมหาศาล แต่หากเป็นทรัพยากรบุคคลนั่นคือพนักงานทุกคนในบริษัทฯ นั่นเอง ซึ่งตรงกับวิถีโตโยต้า ในการยอมรับนับถือซึ่งกันและกันโดยที่พนักงานทุกคนจะต้องเติบโตและก้าวหน้าไปพร้อมกับบริษัทฯ

ดังนั้นบริษัทฯ จึงให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อความผาสุกของพนักงาน ทั้งทางร่างกายและจิตใจรวมถึงครอบครัวของพนักงานด้วย เพื่อจะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์นี้ บริษัทนำระบบการจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (TIS 18001) ระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) มาใช้ทั่วทั้งองค์กรและมีการพัฒนาระบบต่างๆ ยกกระดับขั้นสู่สากล อาทิเช่น การพัฒนาระบบว่าจ้างและค่าจ้างให้สอดคล้องกับการเจริญเติบโตของบริษัทฯ สวัสดิการด้านแรงงานต่างๆ ทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน ความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงานกับบริษัทฯ

บริษัทฯ ยังเน้นเรื่องการพัฒนาขีดความสามารถของพนักงานให้สอดคล้องกับวิถีโตโยต้า จัดการส่งเสริมด้านการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้และความสามารถของพนักงานเพื่อเพิ่มศักยภาพรองรับการจัดการธุรกิจระดับภูมิภาค เอเชียแปซิฟิก การฝึกอบรมครอบคลุมครบทุกส่วนคือ ทักษะการจัดการ ทักษะด้านการผลิต และทักษะด้านงานบริการหลังการขาย โดยจัดอบรมให้พนักงานของบริษัทและบริษัทในเครือ รวมทั้งผู้จัดส่งชิ้นส่วน และผู้แทนจำหน่าย

ขณะนี้บริษัทฯ ยังคงไม่หยุดนิ่งในการพัฒนาระบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความมั่นคงในชีวิตของพนักงานอย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรตลอดไป



Wichien

Wichien Emprasertsuk
Vice President



Nigorn Prasertsom

Nigorn Prasertsom
Vice President

โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย มีการดำเนินการ และปรับปรุงด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยมีนโยบายผลักดันให้บริษัทในเครือโตโยต้าและโรงงานผู้ผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์ที่ใช้ในกระบวนการผลิตรถยนต์กว่า 150 โรงงาน ให้ได้รับการรับรองมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) ซึ่งจะช่วยให้มั่นใจได้ว่าตลอดกระบวนการผลิตของโตโยต้า จะไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

เพื่อเป็นการป้องกันสารอันก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยไม่ตั้งใจ ทางโตโยต้าได้มีการตรวจสอบสารประกอบของวัตถุดิบและชิ้นส่วนรถยนต์ไม่ให้มีสารเคมีที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมและมนุษย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่ว่าเมื่อนำวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนต่างๆ กลับไปหมุนเวียนใช้ใหม่ (Recycle) หรือเพื่อการทำลายและย่อยสลายในอนาคตจะไม่ก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ ทางโตโยต้า ยังมีโครงการในการขยายการดำเนินงานกิจกรรมดังกล่าว ไปสู่กลุ่มผู้ทำธุรกิจขนส่งชิ้นส่วนรถยนต์ ผู้ผลิตเครื่องจักรและงานบริการเป็นลำดับต่อไป

ดังที่เป็นส่วนหนึ่งของวิสัยทัศน์ การพัฒนาที่ยั่งยืน เราได้ยึดมั่นในการที่จะปกป้องสิ่งแวดล้อมมาโดยตลอด เราได้ดูแลทั้งเรื่องของการบริการหลังการขาย การออกแบบประเมินการให้บริการของผู้แทนจำหน่ายที่มีต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวัฏจักรชีวิต และได้ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากทุกๆ กระบวนการมาเป็นเวลาหลายปีแล้ว

เริ่มต้นจากการพัฒนาการให้บริการโดยก่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ผ่านทางการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพเช่น 5 ส และกิจกรรมการประเมินความเสี่ยงของผู้แทนจำหน่าย (Dealer Environmental Risk Audit Program: DERAP) ในปี 2546 เราได้ผนวกมุมมองเรื่องสิ่งแวดล้อมเข้าไปในการจัดการทั้งหมดด้วย ISO 14001 ให้กับผู้แทนจำหน่ายของโตโยต้าซึ่งมีผู้แทนจำหน่าย จำนวน 54 ราย ที่ได้รับการรับรองในช่วงแรก ด้วยความพยายามอย่างต่อเนื่องและประสบการณ์ในการทำ KAIZEN ของผู้แทนจำหน่ายทั่วประเทศ ได้เพิ่มจำนวนผู้แทนจำหน่ายที่ได้รับการรับรอง ISO 14001 สูงขึ้นเป็น 111 ราย (96%) ในปี 2549

เรามุ่งมั่นที่จะดำเนินการให้ดีที่สุดอย่างต่อเนื่อง ร่วมกับผู้แทนจำหน่ายให้เป็น “บริษัทอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีชื่อเสียงที่สุดในการรักษาสิ่งแวดล้อมในสังคมไทย”



Pairoj Hiranruangrong
Vice President

บทสรุปกิจกรรมด้านสังคม

นโยบายพื้นฐานในการทำกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคม

ถนนแห่งมิตรภาพระหว่าง โตโยต้ากับคนไทย เป็นเส้นทางที่ยิ่งใหญ่ และเต็มไปด้วยเรื่องราวดีๆ มากมาย จากหัวใจที่พร้อมจะช่วยเหลือเพื่อนนี้และวันข้างหน้าที่ดีขึ้นของสังคมไทยตลอดไป โตโยต้ามีความภาคภูมิใจอย่างยิ่งที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมไทย และเป็นอีกหนึ่งความตั้งใจที่โตโยต้ามุ่งมั่นตอบแทนเพื่อสังคมไทย ดังปณิธานที่ว่า **“โตโยต้าภูมิใจที่ได้เติบโตร่วมกับสังคมไทย”**

โตโยต้า ได้เข้ามาดำเนินกิจการในประเทศไทยกว่า 40 ปี โตโยต้ามีความตั้งใจอย่างยิ่งที่จะเติบโตร่วมกับสังคมไทยในทุกๆ ด้านโดยมีนโยบายพื้นฐานในการทำกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคม ดังนี้ **“เราจะเป็องค์กรที่ดีของประเทศไทย ด้วยการมุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์และพัฒนาคุณภาพสังคมให้ดีขึ้นอย่างมั่นคงและยั่งยืน”**

กิจกรรมเพื่อสังคมเป็นพันธกิจที่สำคัญอย่างหนึ่งของโตโยต้าทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้ให้ความสำคัญต่อการทำกิจกรรมเพื่อสังคมเป็นอย่างสูง โดยได้กำหนดวิสัยทัศน์เป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรม เพื่อช่วยเหลือสังคมของบริษัท ไว้ดังนี้

1. ส่งเสริมและสร้างจิตสำนึกในเรื่องความปลอดภัยบนท้องถนนแก่สังคมไทย
2. สนับสนุนการอนุรักษ์ปกป้องทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
3. ยกกระดับคุณภาพชีวิต และคุณค่าของชุมชนในด้านต่างๆ อาทิ สุขภาพ การศึกษา เทคโนโลยีและ กิจกรรมเพื่อสังคมให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมและประเพณีไทย

สำหรับใน 2549 นี้ ทางบริษัทฯ จะมุ่งเน้นการทำกิจกรรมเพื่อสังคมใน 2 ด้านหลัก คือ การรณรงค์ความ

ปลอดภัยบนท้องถนน และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งกิจกรรมทางด้านความปลอดภัยบนท้องถนนนั้น ในปีนี้ได้จัดการรณรงค์ลดอุบัติเหตุจากการใช้รถใช้ถนน (Accident Reduction Campaign) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ เช่น สงกรานต์ และปีใหม่ สำหรับทางด้านสิ่งแวดล้อมในปีนี้เป็นบริษัทได้มุ่งเน้นกิจกรรมโครงการลดเมืองร้อนด้วยมือเรา (Stop Global Warming Project) โดยเน้นถึงความรู้ ความเข้าใจ ถึงสภาวะโลกร้อน และวิธีรณรงค์รักษาสภาพแวดล้อมของโลกให้ดีขึ้นรวมถึงการรักษารักษาธรรมชาติอย่างยั่งยืน โดยทั้ง 2 โครงการได้มุ่งเน้นในการปลูกฝังค่านิยมและจิตสำนึกที่ถูกต้องแก่กลุ่มเยาวชนของชาติ และบุคคลทั่วไป

นอกจาก 2 โครงการหลักที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว บริษัทฯ ยังได้ให้ความสำคัญแก่โครงการอื่นๆ ที่สร้างประโยชน์แก่สังคมในหลายๆ ด้าน อาทิเช่น ทางด้านการส่งเสริมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทางด้านการส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม ทางด้านการช่วยเหลือและสนับสนุนกิจกรรมชุมชน ทางด้านกีฬาการช่วยเหลือเหตุการณ์ฉุกเฉินต่างๆ รวมถึงโครงการของมูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย

โดยในทุกๆ กิจกรรมที่กล่าวมาข้างต้น บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้ทุ่มเททั้งทรัพยากรบุคคล เทคโนโลยี รวมถึงเงินทุนโดยให้การช่วยเหลือสังคมไทยอย่างจริงจังและจริงใจ เพื่อให้ทุกโครงการสัมฤทธิ์ผลได้ตรงตามวัตถุประสงค์อย่างแท้จริง

ค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมเพื่อสังคม (ล้านบาท)

เม.ย.46-มี.ค.47	เม.ย.47-มี.ค.48	เม.ย.48-มี.ค.49
83	178	247

กิจกรรมเพื่อสังคมในปี 2548-2549

รณรงค์ขับขี่ปลอดภัย

2548

- กิจกรรมโครงการรณรงค์การขับขี่ปลอดภัย
- มอบอุปกรณ์ และการจัดการอบรมเพื่อการขับขี่ปลอดภัย

2549

- วางระบบการจราจร และความปลอดภัยทางด้านจราจรแบบใหม่ เช่น ระบบจราจรอัจฉริยะ ระบบการตรวจสอบสภาพการจราจร
- กิจกรรมปลูกจิตสำนึกการขับขี่ปลอดภัยแก่เยาวชน
- โครงการถนนสีขาว
- สนับสนุนโครงการพื้นที่ปลอดภัยอุบัติเหตุ

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

2548

- สนับสนุนกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และกิจกรรมการนำกลับมาใช้ใหม่ รวมถึงมาตรการป้องกันการทำลายสภาพแวดล้อม
- ริเริ่มโครงการการใช้พลังงานทดแทน พลังงานทางเลือก โรงงานประหยัดพลังงาน โครงการลดภาวะโลกร้อน และการปลูกป่าทดแทน

2549

- สนับสนุนการวิจัย พัฒนา พลังงานทางเลือก และการอนุรักษ์พลังงาน
- สนับสนุนการวิจัยการผลิต และการผลิตแบบอนุรักษ์พลังงาน และรักษาสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการขยายแนวความคิดการผลิตลักษณะดังกล่าวไปยังบริษัทในเครือชายของโตโยต้า
- ระบบควบคุมคุณภาพสิ่งแวดล้อมในเครือชายของโตโยต้า
- โครงการลดภาวะโลกร้อน ซึ่งเป็นโครงการต่อเนื่อง
- แนวความคิดด้านโรงงานอนุรักษ์พลังงาน
- สนับสนุนการอนุรักษ์ป่าสงวนแห่งชาติ
- สนับสนุนการปลูกป่าในเขตพื้นที่ต่าง ๆ

ส่งเสริมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

2548

- พัฒนาทักษะในระดับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์ เช่น AHRDP, TPA University Project, B&P T-TEP
- เผยแพร่เทคโนโลยีด้านยานยนต์สู่สังคมไทย ผ่านทางโครงการหลวง เช่น โรงเรียนพระดาบส การศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม โรงเรียนวังไกลกังวล

2549

- โครงการสาธิต ถ่ายทอดทักษะ และเทคโนโลยีสู่สังคมไทย อุตสาหกรรมภาครัฐ และ ภาคการศึกษา เช่น เทคโนโลยี hybrid ผลิตภัณฑ์ที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การผลิตเชิงอนุรักษ์ น้ำมัน gasohol และน้ำมันไบโอดีเซล
- มูลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน

การยกระดับคุณภาพชีวิต

2548

- สนับสนุนโครงการพัฒนาสังคมในระดับท้องถิ่น และระดับชาติ เช่น สนับสนุนอุปกรณ์การศึกษาในวันเด็กแห่งชาติ สนับสนุนทุนการศึกษา บริจาคหนังสือ และสื่อการเรียนรู้
- ยกกระดับคุณภาพชีวิตทางด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และการศึกษาสู่ชุมชน

2549

- สนับสนุนกิจกรรมช่วยเหลือสังคม ในเครือชายมูลนิธิต่าง ๆ
- โครงการขยายการสนับสนุนช่วยเหลือ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตผ่านทางเครือชายของโตโยต้า

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

จากการยึดในหลักการดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Governance) อันเป็นปัจจัยหลักในการเสริมสร้างให้องค์กรมีระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีความสามารถในการแข่งขันรวมทั้งมีความชัดเจน โปร่งใสในการดำเนินธุรกิจทางบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้ดำเนินถึงสิทธิและความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเช่นกันอันประกอบไปด้วย

ผู้ถือหุ้น

ผู้ถือหุ้นสามารถทราบถึงผลการดำเนินงานหรือผลประกอบการ ในปีที่ผ่านมาบริษัทได้แถลงผลการดำเนินงานและมีการจ่ายเงินปันผล ตามสัดส่วนของผลการดำเนินงาน โดยได้รับอนุมัติด้วยมติเอกฉันท์จากที่ประชุมใหญ่ผู้ถือหุ้น

พนักงาน

โตโยต้าได้ปฏิบัติกับพนักงานอย่างเท่าเทียม และยุติธรรม



ผู้ส่งมอบชิ้นส่วน (Vendors / Suppliers)

โตโยต้ามีการกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานการจัดซื้อ จัดหา (Procurement) อย่างชัดเจนและโปร่งใส ทั้งในส่วนของการคัดเลือก ผู้ส่งมอบชิ้นส่วน การประเมินผลงานผู้ขาย และการกำหนดราคา

ผู้แทนจำหน่าย (Dealers)

- การกำหนดมาตรฐานการจ่ายผลตอบแทนจากการขาย (Incentive) ในอัตราที่เท่าเทียมกัน
- ระบบการประเมินผู้แทนจำหน่ายที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน



ลูกค้า (Customer)

โตโยต้าเอาใจใส่และรับผิดชอบต่อลูกค้าโดยผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐาน รักษาความลับของลูกค้า และมีหน่วยงานที่รับหน้าที่รับข้อร้องเรียนของลูกค้า เพื่อรับดำเนินการให้แก่ลูกค้าโดยเร็วที่สุดโดยมีมาตรฐานต่าง ๆ ดังนี้

- มีระบบการรับประกันคุณภาพสินค้าให้กับผู้ซื้อ
- มีระบบการตรวจสอบการซ่อม / แก้ไข ให้อัตราเร็วของผู้แทนจำหน่าย (Fix it right)

- ระบบการตรวจสอบมาตรฐานศูนย์บริการ / ผู้แทนจำหน่าย
- ระบบการตรวจสอบรถใหม่ก่อนส่งมอบลูกค้า (VDQI)
- ศูนย์วิเคราะห์ปัญหาลูกค้า (Technical Diagnosis Center) ทำการศึกษาวิเคราะห์ปัญหาเพื่อหาแนวทางแก้ไข
- การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าโดยหน่วยงานกลาง JD power สำรวจความพึงพอใจในเรื่อง คุณภาพผลิตภัณฑ์ (IQS : Initial Quality Survey) ความพอใจด้านการบริการ (CSI : Customer Satisfaction Index) ความพอใจด้านการขาย (SSI : Sale Satisfaction Index)
- หน่วยงานที่ทำหน้าที่รับข้อร้องเรียนจากลูกค้า



ชุมชน/สังคม

โตโยต้ามีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมของชุมชนและสังคม โดยการจัดทำกิจกรรมเพื่อวัตถุประสงค์ในการสนับสนุนทางด้าน การศึกษา คุณภาพชีวิต สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยี ได้แก่ โครงการมอบทุนการศึกษา โครงการถนนสีขาว เพื่อรณรงค์ความปลอดภัยในการใช้รถ ใช้ถนน โครงการต้นน้ำต้นชีวิตเพื่อรณรงค์การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น



ด้วยปณิธานหนึ่งในการทำงานของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด คือ “ยึดหลักความพึงพอใจของลูกค้า” โดยได้ยึดถือ และใส่ใจในความสัมพันธ์กับลูกค้าเสมอมา ในปี 2530 จึงได้มีการจัดตั้ง “สำนักงานลูกค้าสัมพันธ์” หรือ Customer Relations Center ขึ้นและพัฒนาขยายงานอย่างต่อเนื่อง จวบจนในปี 2548 บริษัทฯ ได้ตระหนักและเล็งเห็นว่าปัจจุบันลูกค้ามีความต้องการและความคาดหวังที่เพิ่มสูงมากยิ่งขึ้น ดังนั้นเพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้า บริษัทจึงได้ปรับองค์กร ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์เป็นหน่วยงานพิเศษ “สำนักงานส่งเสริมความพึงพอใจลูกค้า” หรือ CS Promotion Office เป็นหน่วยงานกลางในการติดต่อสื่อสาร และประสานงานระหว่างบริษัทและลูกค้า โดยมีการดำเนินการดังนี้

1. ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ (Toyota Call Center)

เพื่อรองรับกับการติดต่อและตอบสนองความต้องการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้องและมีประสิทธิภาพสูงสุด ด้วยบุคลากรในการรับสาย 14 คน ให้บริการทุกวัน ระหว่างเวลา 8.00 -17.00 น. ในปี 2549 โตโยต้ามีโครงการที่จะพัฒนาการให้บริการแก่ลูกค้าทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง โดยให้บริการร่วมกับศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ภายนอก หรือ Outsource Call Center



2. โครงการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้แทนจำหน่าย-ลูกค้า (e-CRB : Customer Relationship Building)

สมาชิกทั้งที่เป็นเจ้าของรถยนต์โตโยต้า หรือลูกค้าทั่วไปสามารถเข้าไปดูข้อมูลด้านยานยนต์ และสาระบบเท็กต่างๆ ได้ที่เว็บไซต์ e-TOYOTA CLUB (<http://e-toyotaclub.com/th/>) นอกจากนี้เจ้าของรถโตโยต้ายังสามารถตรวจสอบประวัติรถข้อมูลการจดทะเบียน ข้อมูลการประกันรถ ประวัติการซ่อมบำรุง และระบบเตือนความจำเมื่อถึงระยะเข้าตรวจเช็คระยะหรือการเปลี่ยนอุปกรณ์ รวมทั้งรับข้อความเตือนการเข้าเช็คระยะ คำแนะนำเกี่ยวกับการบำรุงรักษารถและรับทราบข่าวสารกิจกรรม ขอรับการแจ้งเตือนและข่าวสารต่างๆ ทาง SMS ได้

ระบบ i-CROP เป็นข้อมูลการบำรุงรักษารถยนต์ เพื่อให้ผู้แทนจำหน่ายนัดหมายการให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว

3. ระบบการสำรวจความพึงพอใจลูกค้า

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าโตโยต้า ทั้งทางด้านการขาย และด้านการให้บริการ โดยใช้แบบสอบถามส่งไปยังลูกค้าที่ออกรถใหม่ (ด้านขาย) และลูกค้าที่นำรถเข้าซ่อมที่ศูนย์บริการ (ด้านบริการ) ของผู้แทนจำหน่าย เมื่อลูกค้าตอบแบบสอบถามแล้วจะส่งกลับไปยังบริษัทสำรวจ เพื่อประมวลผลความพึงพอใจของลูกค้าออกมาเป็นตัวเลขเรียกว่า ค่าดัชนีความพึงพอใจของลูกค้า Customer Satisfaction Index : CSI ซึ่งผลการสำรวจจะรายงานให้แก่ผู้แทนจำหน่ายทราบเดือนละ 2 ครั้ง (Bi-Weekly) ทั้งทาง SMS E-mail และทางเอกสาร รวมทั้งส่งให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในบริษัทด้วย

โดยผลจากการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าทั้งด้านการขาย และด้านการให้บริการจะจัดส่งให้ผู้แทนจำหน่าย และฝ่ายต่างๆ ภายในบริษัท เพื่อนำไปวิเคราะห์และหาแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ และผลิตภักณ์ ตลอดจนสร้างมาตรฐานการทำงานให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

นอกจากนี้บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ยังเป็นผู้ประสานงานหลักในการสำรวจของ เจ.ดี.เพาเวอร์ เอเชีย แปซิฟิก (J.D.Power Asia Pacific) ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยและสำรวจทางการตลาดที่มีชื่อเสียงของสหรัฐอเมริกาที่ได้เริ่มเข้ามาทำการสำรวจตลาดอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 โดยดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในด้านความพึงพอใจลูกค้าด้านการขาย (Sales Satisfaction Index Study – SSI) การสำรวจความพึงพอใจลูกค้าด้านการให้บริการ (Customer Satisfaction Index Study – CSI) และการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าด้านคุณภาพรถใหม่ (Initial Quality Study – IQS) สำหรับผู้ผลิตรถยนต์ทั้งหมดในประเทศ โดยผลที่ได้จากการสำรวจของแต่ละประเภทจะถูกนำมาประกาศและเผยแพร่ทางสื่อสิ่งพิมพ์ชั้นนำของประเทศไทย นอกจากนี้บริษัทฯ จะนำผลที่ได้จากการสำรวจและการวิเคราะห์ไปดำเนินการวิเคราะห์อย่างละเอียดเพื่อดำเนินการปรับปรุงแก้ไขต่อไปและเพื่อยกระดับความพึงพอใจและความสุขสูงสุดให้กับลูกค้าเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์และใช้บริการในอนาคตต่อไป



4. การตอบสนองข้อร้องเรียนของลูกค้า

ในกรณีที่ลูกค้าประสบปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือรับบริการจากผู้แทนจำหน่ายโตโยต้า ทางบริษัท โตโยต้ามอเตอร์ ประเทศไทย จำกัดตั้งใจที่จะแก้ไขปัญหาของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุดทุกปัญหาที่เกิดขึ้น ผู้แทนจำหน่ายจะรับหน้าที่โดยตรงในการแก้ไขปัญหา ร่วมกับหน่วยงานรับเรื่องร้องเรียน (Complaint Handling Team) และหน่วยงานสนับสนุน (Support Team) จากฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องดำเนินการตรวจสอบ และแก้ไขอย่างเป็นระบบด้วยความรวดเร็ว ตลอดจนดำเนินการเราจัดประชุมเพื่อรายงานให้ทางผู้บริหาร ผู้แทนจำหน่าย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ และร่วมกันหาแนวทางป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาดังกล่าวซ้ำขึ้นอีก

นอกจากนี้เรายังมีระบบ CR-Web Dealer เพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างโตโยต้า และผู้แทนจำหน่ายเพื่อความรวดเร็วในการประสานงานแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียนระหว่างกันอีกด้วย

5. กิจกรรมป้องกันปัญหาลูกค้าร้องเรียน (Early Detection & Early Resolution: EDER)

เพื่อรองรับการร้องเรียนของลูกค้า โตโยต้า ได้จัดตั้งระบบใหม่เรียกว่า EDER หรือระบบป้องกันการเกิดกรณีปัญหาลูกค้าร้องเรียนรุนแรง ซึ่งสามารถติดตามการลงทะเบียนปัญหาได้ทุกวัน เพื่อให้ผู้แทนจำหน่ายสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วและลดระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดขึ้น



ระบบการรับข้อร้องเรียนของโตโยต้า นอกเหนือจากการดำเนินการเชิงตั้งรับโดยผู้แทนจำหน่ายและหน่วยงานรับเรื่องร้องเรียน (Complaint Handling Team) รวมทั้งหน่วยงานสนับสนุน (Support Team) ของโตโยต้าแล้ว เพื่อเป็นการป้องกันในเชิงรุก (Proactive Action) และแสดงถึงความใส่ใจในความปลอดภัยของลูกค้า เราได้มีการจัดพิมพ์คู่มือการทำงานของถุงลมนิรภัย และระบบเบรก ABS ขึ้น โดยพนักงานขายจะอธิบายให้ลูกค้าทราบถึงข้อมูลการทำงานเพื่อความเข้าใจเบื้องต้น และมอบแก่ลูกค้าทุกท่านในวันส่งมอบรถ

6. มาตรฐานการบริหารงาน และการบริการของผู้แทนจำหน่ายโตโยต้า

เพื่อให้ศูนย์บริการกว่า 300 แห่งของโตโยต้ามีมาตรฐานการให้บริการลูกค้าในระดับเดียวกันทั่วประเทศ เราจึงได้จัดทำมาตรฐานการบริหารงานและดำเนินงานของผู้แทนจำหน่ายขึ้น ได้แก่ การประเมินผลการดำเนินงานผู้แทนจำหน่าย (Dealer Evaluation Program: DEP) การประเมินผลการดำเนินงานด้านขาย (Dealer Sales Evaluation: DSE) มาตรฐานงานลูกค้าสัมพันธ์ผู้แทนจำหน่าย (Toyota Excellent Customer Relations: TECR) และมาตรฐานศูนย์บริการ (Toyota Excellent Dealer After Sales Service: TEDAS) พร้อมทั้งมีการตรวจประเมินโดยหน่วยงานเฉพาะด้านที่คอยให้คำปรึกษา และแนะนำอย่างใกล้ชิด



7. การจัดอบรม และการจัดแข่งขันทักษะการขาย และการบริการลูกค้าสำหรับพนักงานผู้แทนจำหน่าย

โตโยต้าให้ความสำคัญและใส่ใจกับการพัฒนาบุคลากรของผู้แทนจำหน่ายโดย “ศูนย์การศึกษาและฝึกอบรม โตโยต้า” ถือเป็นศูนย์กลางในการจัดอบรมหลักสูตรต่างๆ เช่น หลักสูตรพนักงานขาย พนักงานอะไหล่ พนักงานช่าง ฯลฯ

และเพื่อให้บุคลากรของผู้แทนจำหน่ายได้พัฒนาศักยภาพในระดับประเทศ และระดับนานาชาติมากยิ่งขึ้น กิจกรรม “การแข่งขันทักษะการขาย และการบริการลูกค้า” จึงจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อค้นหาตัวแทนพนักงานประเภทต่างๆ ไปเข้าร่วมการแข่งขันระดับชาติร่วมกับโตโยต้าประเทศต่างๆ ทั่วโลก

และด้วยปณิธานอันแน่วแน่ บริษัท โตโยต้ามอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จึงดำเนินธุรกิจด้วยความตั้งใจ และทุ่มเทที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน และมีคุณภาพที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า



การอบรมหลักสูตรลูกค้าสัมพันธ์

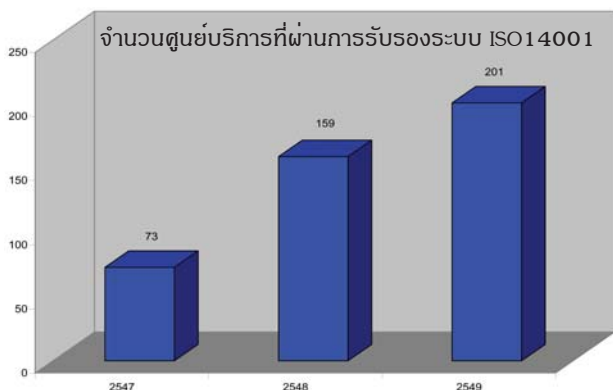
การแข่งขันทักษะการขาย และการบริการลูกค้า



การบริการหลังการขาย

สืบเนื่องจากในปี 2547 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้มีนโยบายให้ผู้จำหน่ายรถยนต์โตโยต้าทั่วประเทศดำเนินกิจกรรม ISO 14001 เพื่อแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อม และยังแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยในระยะที่ 1 (2547) มีศูนย์บริการโตโยต้าที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 73 แห่ง จาก 220 แห่ง โดยทั้งหมดได้ผ่านการรับรองในระบบ ISO 14001 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว สำหรับในปี 2548 ที่ผ่านมามีการขยายผลนโยบายการจัดกิจกรรม ISO 14001 ระยะที่ 2 โดยมีศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้าที่ผ่านการรับรองระบบ ISO 14001 ทั้งสิ้น 159 แห่งจาก 248 แห่งซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาถึง 86 แห่ง

ในปี 2549 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้ดำเนินกิจกรรม ISO 14001 ต่อเนื่องเป็นระยะที่ 3 โดยมีศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้าเข้าร่วมอีก 42 แห่ง ซึ่งหมายความว่าภายในสิ้นปี 2549 จำนวนศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้าที่ผ่านการรับรองในระบบ ISO 14001 จะมีจำนวนทั้งสิ้น 201 แห่งจาก 257 แห่ง



2549	จำนวนที่ได้รับการรับรอง	ร้อยละ
Dealer	111/115	96.52%
Workshop	201/257	78.21%

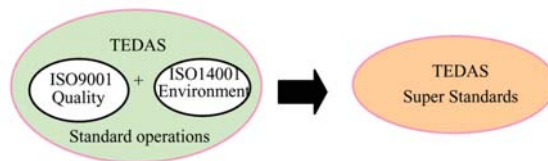


การฝึกอบรมที่ศูนย์การศึกษาและฝึกอบรมโตโยต้า สุวินทวงศ์



การสำรวจกิจกรรม ISO 14001 ที่โตโยต้า บอดี เซอร์วิส

การพัฒนาอย่างต่อเนื่องของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด นอกเหนือจากความใส่ใจในเรื่องของสิ่งแวดล้อมแล้ว เรายังมีนโยบายในการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานในการปฏิบัติงานและมาตรฐานด้านการรักษาความปลอดภัยของการปฏิบัติงานในศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้าอีกด้วย โดยในเรื่องของการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานการปฏิบัติงานได้มีการวางแผนจัดทำมาตรฐานโดยผสานระบบมาตรฐานด้านคุณภาพและด้านการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม หรือ ISO 9001 และ ISO 14001 ในชื่อของมาตรฐาน “TEDAS Super Standards” โดยตั้งเป้าหมายที่จะเริ่มต้นดำเนินการจัดทำกับทุกศูนย์บริการภายใน ปี 2550



ในส่วนของการรักษาความปลอดภัย บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้เล็งเห็นถึงหลักการที่ว่าความปลอดภัยคือประตูสู่ความสำเร็จของงานทั้งหมด จึงได้มีการนำกิจกรรม CCCF ที่ประสบความสำเร็จในสายการผลิตของโตโยต้าในปี 2548 มาใช้ โดยจัดทำกิจกรรม “CCCF Marketing Version” ที่เหมาะสมในการดำเนินการสำหรับศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า โดยมีวัตถุประสงค์ในการป้องกันอุบัติเหตุและอุบัติภัยทุกประเภท ครอบคลุมทั้งในส่วนของการขายและการบริการซ่อมบำรุง การปฏิบัติงานในสำนักงาน ความปลอดภัยของพนักงานหลังเลิกงาน รวมถึงการก่อสร้างและปรับปรุงศูนย์บริการ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวจะรับรองความปลอดภัยของพนักงานในศูนย์บริการได้ 100%



อย่างไรก็ตาม ทางบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้ให้ความสำคัญกับลูกค้ารถยนต์โตโยต้าเป็นอันดับแรก โดยได้มีการนำเสนอกิจกรรมต่างๆ เพื่อที่จะยกระดับความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าอย่างต่อเนื่องด้วยมาตรฐานการบริการระดับโรงแรม 5 ดาว อาทิ การรับรถซ่อมในชั่วโมงเร่งด่วน “Rush Hour Reception” เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า นำรถเข้าซ่อมในชั่วโมงเร่งด่วนด้วยบริการที่รวดเร็วและสุภาพเรียบร้อยของพนักงานรับรถ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมล้างรถ “Car Wash” โดยนำเสนอขั้นตอนในการทำความสะอาดรถยนต์อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดเวลาในการส่งมอบรถให้กับลูกค้า ทั้งนี้เพื่อยกระดับประสิทธิภาพและความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า

ผู้ผลิต/ส่งมอบชิ้นส่วน

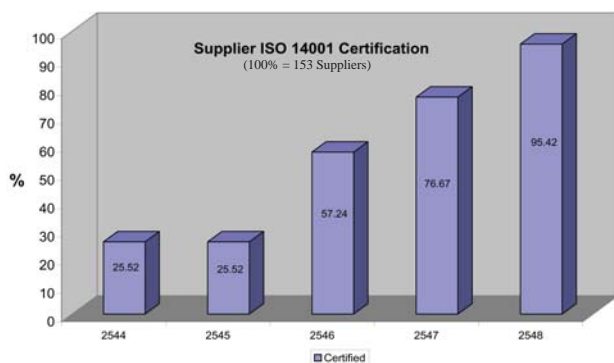
ปัจจุบันบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีผู้ผลิตชิ้นส่วนที่ติดต่อซื้อขายกันถึง 153 บริษัท บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จึงได้เล็งเห็นความสำคัญอย่างยิ่งของการมีเครือข่ายของผู้ผลิตที่เข้มแข็งสามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้ทั้งในด้านคุณภาพ (Quality) ต้นทุน (Cost) การส่งมอบ (Delivery) วิศวกรรม (Engineering) และการบริหาร (Management)

สำหรับเป้าหมายในการพัฒนาของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทยนั้นไม่ได้อยู่ที่การพัฒนาภายในองค์กรเพียงอย่างเดียว แต่บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกต่างๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการผลิตอีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งชิ้นส่วน (Part) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในระดับต้นๆ และเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้สินค้ามีคุณภาพ ซึ่งในการที่บริษัทจะได้ชิ้นส่วนที่มีคุณภาพนั้น นอกจากกระบวนการจัดหาผู้ส่งมอบชิ้นส่วน แล้วยังต้องพัฒนา ผู้ส่งมอบชิ้นส่วนเหล่านั้นให้มีคุณภาพทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งนี้เพื่อให้สินค้าของโตโยต้าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและความปลอดภัยเป็นที่ยอมรับในตลาดทั้งในประเทศและตลาดทั่วโลก ด้วยเหตุผลดังกล่าว บริษัทโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จึงมีนโยบายในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ร่วมกับผู้ส่งมอบชิ้นส่วน โดยยึดหลัก Win-Win Solution หรือประโยชน์ร่วมกันของทั้งสองฝ่าย ซึ่งได้เริ่มมาตั้งแต่ก่อตั้งบริษัท เป็นต้นมา

ในการพัฒนาผู้ผลิตชิ้นส่วนให้แข็งแกร่งนั้นบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้จัดทำโครงการประเมินผู้ผลิตชิ้นส่วน นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมเสริมอื่นๆ ที่ทำให้การติดต่อสื่อสารราบรื่นมีประสิทธิภาพ มีการเรียนรู้ และการถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อการเติบโตที่เสมอภาคไปพร้อมๆ กัน บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้จัดให้มีกิจกรรมได้แก่

1. การประชุมใหญ่ประจำปี (Supplier Annual Meeting) เพื่อชี้แจงผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาพร้อมทั้งชี้แจงเป้าหมายและนโยบายในปี
2. การประชุมผู้ผลิตชิ้นส่วนกลางปี (Mid-year Supplier Meeting) เพื่อทบทวนผลงานในครึ่งปีแรก และย้ำเตือน นโยบายในครึ่งปีหลัง
3. การประชุมผู้ผลิตชิ้นส่วนรายเดือน (Monthly Supplier Meeting) เพื่อการสื่อสารอย่างใกล้ชิด
4. กิจกรรมการส่งเสริมระบบการผลิตแบบโตโยต้า (Toyota Production System: TPS)
5. การตรวจประเมินผู้ผลิตชิ้นส่วนในด้านต่างๆ และร่วมกันแก้ไขปัญหาของผู้ผลิตชิ้นส่วน
6. การพัฒนาการสื่อสารรวมถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศระหว่างบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ถึงผู้ผลิตชิ้นส่วน
7. ชมรมความร่วมมือบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ในกิจกรรมด้านวิชาการด้านสันตนาการและด้านสังคม
8. กิจกรรมปรับปรุงคุณภาพผู้ผลิตชิ้นส่วน
9. ส่งเสริมกิจกรรมความปลอดภัย (CCCF)
10. ส่งเสริมการรับรองมาตรฐานคุณภาพสิ่งแวดล้อม ISO 14001
11. ส่งเสริมการยกเลิกสารเคมีต้องห้าม (SOC)
12. การนำวัสดุป้องกันความเสียหายของชิ้นส่วนขณะขนย้ายกลับมาใช้ใหม่ (Reuse of Part Protective Material)

กิจกรรมเหล่านี้บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ได้ให้การสนับสนุนแก่ผู้ผลิตชิ้นส่วน โดยถือเป็นส่วนหนึ่งของการปรับปรุงความสามารถของผู้ผลิตชิ้นส่วน และเพื่อให้ผู้ผลิตชิ้นส่วน ทุกรายมีการพัฒนาและเติบโตไปพร้อมๆ กันกับ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ซึ่งจากการดำเนินการร่วมกันดังกล่าว โดยเฉพาะในเรื่องของการส่งเสริมการรับรอง ISO 14001 นั้นได้ผลดังกราฟ



ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม การได้รับการรับรอง ISO 14001 ของผู้ผลิต/ส่งมอบชิ้นส่วน

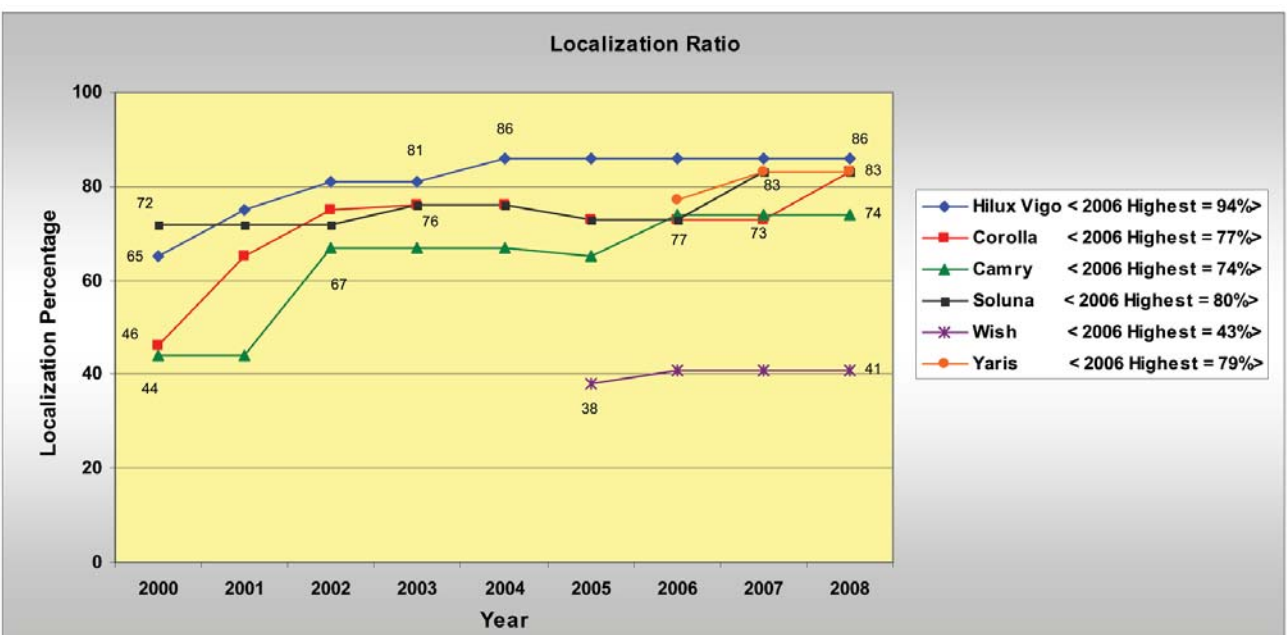
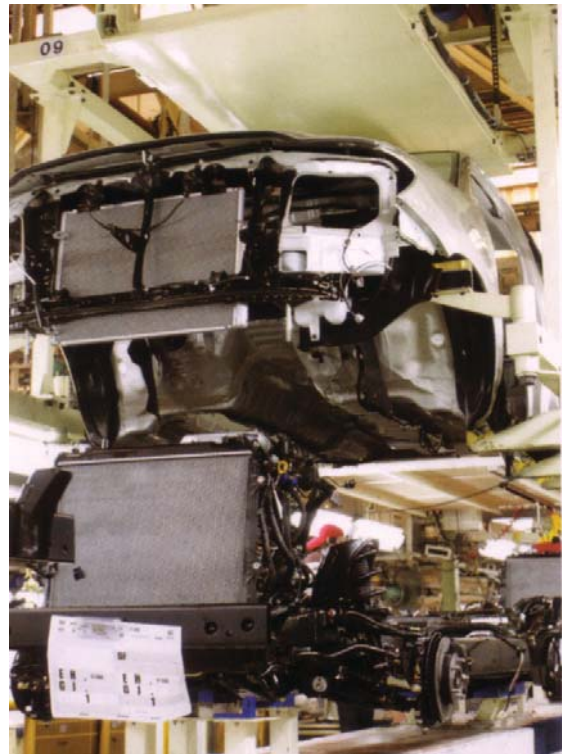
	2544	2545	2546	2547	2548
ได้รับการรับรอง	37	37	83	115	146



การใช้วัตถุดิบในประเทศ

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ถือเป็นนโยบายหลักที่จะใช้วัตถุดิบและชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศในการประกอบรถยนต์ให้มากที่สุด ทั้งนี้ก็เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมของคนไทยเพิ่มพูนการพึ่งพาตนเองทั้งในด้านการวิจัยและพัฒนาการออกแบบและกระบวนการผลิตรวมไปถึงการจ้างงานและการกระจายรายได้ให้ตกอยู่ในประเทศ และเพื่อช่วยลดต้นทุนในการผลิตอันจะเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้อีกด้วย

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ประสบความสำเร็จในการเพิ่มการใช้วัตถุดิบและชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศขึ้นทุกปี โดยเฉพาะในรถรุ่น Hilux VIGO ซึ่งมีอัตราการใช้วัตถุดิบภายในประเทศเฉลี่ยจากเดิม ร้อยละ 80 มาเป็นเฉลี่ยประมาณร้อยละ 90 ซึ่งทั้งนี้ โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ยังคงความพยายามเพื่อให้บรรลุถึงการใช่วัตถุดิบและชิ้นส่วนที่ผลิตภายในประเทศให้ได้ทั้งหมดในอนาคต



ดัชนีความพึงพอใจของพนักงาน (Employee Satisfaction Index)

1. ผลการสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน (Employee Satisfaction Survey)

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้จัดให้มีการสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน (Employee Satisfaction Survey) ขึ้นทุกปี โดยการสำรวจความพึงพอใจของพนักงานในปีที่ผ่านมาได้รวมการสำรวจความพึงพอใจของพนักงานของบริษัททั้งหมด (ทั้งพนักงานประจำ และพนักงานรับเหมาช่วง) ประกอบด้วย บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด บริษัท ไทยอโต้เว็คส จำกัด บริษัท โตโยต้า ออโต้ บอดี จำกัด และบริษัทในเครืออื่นๆ โดยมีพนักงานเข้าร่วมการสำรวจทั้งสิ้น 10,606 คน คิดเป็น 89% โดยระเบียบวิธีการสำรวจได้ว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาจากภายนอกมาทำหน้าที่สำรวจความพึงพอใจโดยใช้แบบสอบถามแบบ Likert Scale จำนวน 6 Scales ประกอบด้วย 3 หมวดหลัก คือ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2. คำถามปลายเปิด และ 3. การแสดงความคิดเห็นแบบปลายเปิด

จากกราฟเป็นผลแสดงให้เห็นค่าความพึงพอใจจากการสำรวจความคิดเห็นพนักงานประจำปี 2548 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด อยู่ในเขตโซนผู้ประกอบการที่ดี (Best Employer Zone) และสูงกว่าบริษัทข้ามชาติที่มีผลประกอบการดี (Global High Performing Companies) และผลการสำรวจอยู่ที่ 71% จากในปี 2547 ที่ 62% เกิดจาก บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้นำผลการสำรวจความพึงพอใจของพนักงานมากำหนดเป็นนโยบายการบริหารงานของบริษัท เพื่อจะได้ตอบสนองความพึงพอใจของพนักงานอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยสังเกตได้จากการกำหนดให้มีเรื่องของบุคคล (People Issue) ในทุกระดับของแผนการปฏิบัติงานตั้งแต่ระดับ Sub-Division, Department และ Section โดยผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จะร่วมกันระดมสมองในการพัฒนาองค์กรและกำหนดทิศทางขององค์กรในปีต่อๆ ไป

Employee Satisfaction					
Engage Score (%)					
Actual			Target		
2003	2004	2005	2006	2007	2008
69%	62%	71%	74%	77%	80%

2. ตัวชี้วัดความพึงพอใจหรือความไม่พอใจของพนักงาน

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจแบบที่เป็นทางการได้จากฝ่ายทรัพยากรบุคคลได้จัดทำข้อมูล HR Indicators เพื่อที่จะทำให้องค์กรได้ทราบถึงสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของพนักงานทุกระยะ เช่น จำนวนชั่วโมงการทำงานล่วงเวลา จำนวนชั่วโมงการขาด ลา มาสายของพนักงาน ส่วนแบบที่ไม่เป็นทางการนั้น บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีหลายช่องทางในการที่จะรับข้อมูลความพึงพอใจ และไม่พึงพอใจจากพนักงาน ได้แก่

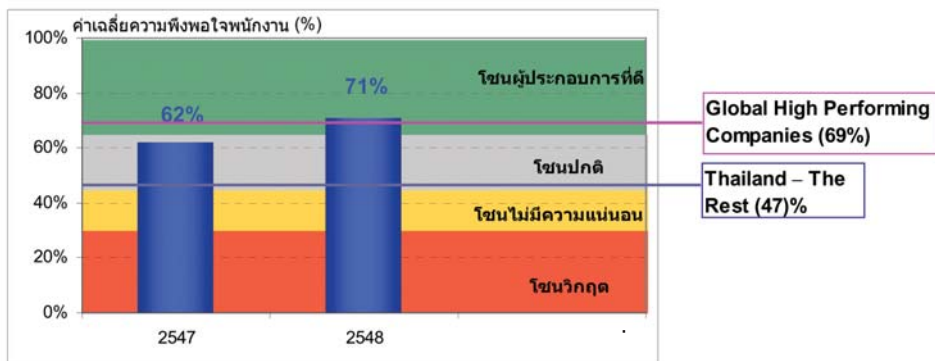
Suggestion Box หรือ กล่องรับความคิดเห็น โดยจะติดตั้ง ณ จุดประทับบัตรทุกสถานที่และสโมสร

การตรวจเยี่ยมสถานที่ทำงาน เป็นกิจกรรมที่ผู้แทนบริษัทร่วมกับคณะกรรมการสหภาพแรงงานได้เข้าไปเยี่ยมเยียนพนักงานทุกสถานที่ทำงานเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อรับทราบปัญหาและข้อเสนอแนะจากพนักงาน

การบริหารด้วยระบบคณะกรรมการบริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการขึ้นเพื่อระดมความคิดเห็นและเสนอแนะปัญหาพร้อมทั้งร่วมกันหาทางแก้ไขในสวัสดิการด้านต่าง ๆ เช่น คณะกรรมการรถรับส่งพนักงาน เป็นต้น

3. แนวโน้มความผาสุกของพนักงาน

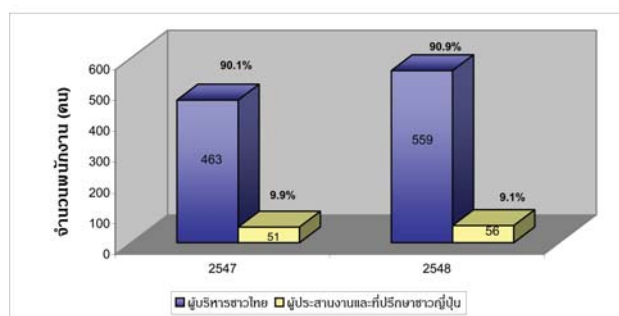
บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ให้ความสำคัญอย่างยิ่งในคุณค่าและความผาสุกของพนักงานทุกคนทั้งด้านร่างกายและจิตใจโดยได้จัดสวัสดิการเพื่อดูแลพนักงานทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน อาทิเช่น สวัสดิการที่เป็นตัวเงิน ได้แก่ เงินช่วยเหลือค่ารักษาพยาบาล ทั้งพนักงานและครอบครัว เงินทุนการศึกษาบุตร ในส่วนของสวัสดิการที่ไม่เป็นตัวเงิน ได้แก่ การชื้อรถยกยนต์และอะไหล่ในราคาพนักงาน เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทยังได้จัดกิจกรรมต่างๆ ขึ้นเพื่อสร้างความผาสุกให้กับพนักงานและรวมไปถึงครอบครัว เช่น การจัดสร้างสนามกีฬาเอนกประสงค์ (Sport Complex) จำนวนพื้นที่ 7,600 ตารางเมตรประกอบด้วยประเภทกีฬาในร่ม และประเภทกีฬากลางแจ้ง ด้วยงบประมาณทั้งสิ้น 55 ล้านบาท และยังได้อนุมัติงบประมาณอีก 20 ล้านบาทเพื่อก่อสร้างศูนย์ออกกำลังกายให้กับพนักงานเพิ่มเติมในปี



การจ้างงาน

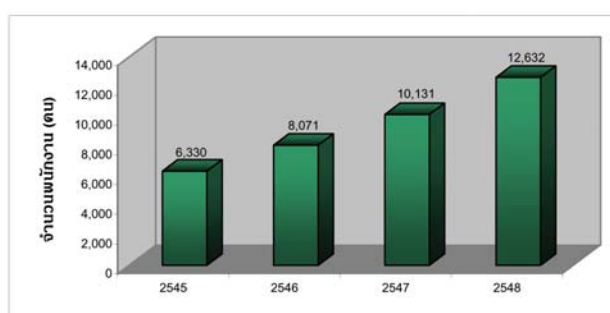
1. สัดส่วนผู้บริหารและการพัฒนาคนไทยให้เป็นผู้บริหาร

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีการพัฒนาคนไทยให้เป็นผู้บริหารอย่างต่อเนื่อง ตลอดระยะเวลา 43 ปี โดยในปัจจุบันมีผู้บริหารในระดับผู้ช่วยผู้จัดการ (Assistant Manager) ขึ้นไป จำนวนทั้งหมด 559 คน ส่วนผู้บริหารชาวญี่ปุ่น (Oversea Management Staff) ที่มาปฏิบัติงานในประเทศไทย จะทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงาน (Coordinator) และเป็นที่ปรึกษา (Advisor) ทั้งนี้ จำนวนของผู้บริหารไทย ผู้ประสานงาน และที่ปรึกษาชาวญี่ปุ่น แสดงดังกราฟ



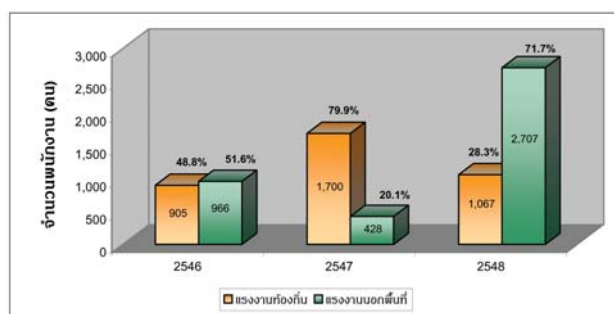
2. การจ้างงานจากการขยายกิจการและการลงทุนมากขึ้น

ในช่วงปี 2546 เป็นต้นมา บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้ขยายกำลังการผลิตเป็นจำนวนมาก เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ จากความสำเร็จของโครงการ IMV ทำให้มีการจ้างงานในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นตามการเติบโตและการลงทุนเพิ่มทั้งในส่วนของบริษัทโตโยต้ามอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด บริษัทในเครือ กลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วน และตัวแทนจำหน่าย โดยยึดมั่นในหลักการของความเสมอภาคในการจ้างงานเพื่อให้เกิดความโปร่งใสและเป็นธรรมมากที่สุด



3. การจ้างแรงงานท้องถิ่น

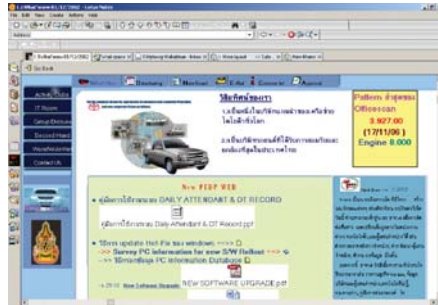
ในปี 2549 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีแผนการขยายกำลังการผลิตขึ้น โดยเตรียมเปิดโรงงานแห่งใหม่ที่ อ.บ้านโพธิ์ จ.ฉะเชิงเทรา คาดว่าการจ้างงานจะเพิ่มขึ้นอีกกว่า 1,000 ตำแหน่ง โดยโอนย้ายพนักงานจำนวนหนึ่งจากโรงงานปัจจุบันไปยัง โรงงานแห่งใหม่ เพื่อจัดเตรียมและดำเนินการผลิต อย่างไรก็ตาม บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ตระหนักถึงความสำคัญของการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน โดยได้ประกาศนโยบายอย่างชัดเจนที่จะจ้างงานจากประชากรที่อยู่ในพื้นที่เพื่อเป็นการสร้างรายได้ ลดอัตราการว่างงาน และลดอัตราการย้ายถิ่นฐานออกจากพื้นที่ ดังนั้น บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จะเปิดรับพนักงานทั้งจากผู้ที่เพิ่งจบการศึกษาและผู้ที่มิประสงค์การในท้องถิ่น เพื่อเริ่มงานตั้งแต่ เมษายน 2549 เป็นต้นไป



การพัฒนาทรัพยากรบุคคลตามแนวคิดขององค์การแห่งการเรียนรู้

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้กำหนดขีดความสามารถหลัก 12 ประการตั้งแต่ ปี 2546 เป็นต้นมา และเชื่อมโยงการเรียนรู้ขององค์การให้เป็น Competency-based HRM integration System โดยมี Training roadmap และ Working Life Plan เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการให้การศึกษาและฝึกอบรมแก่พนักงานในแต่ละตำแหน่งที่ชัดเจนและการเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีอิสระในการเรียนรู้ที่หลากหลายทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น e-Learning เพื่อการเพิ่มโอกาสและช่องทางในการเรียนรู้ด้วยตนเอง และการเรียนรู้ผ่านกิจกรรม QCC, Problem Solving Presentation เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ ตลอดจนเป็นคลังข้อมูลและแหล่งรวมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งที่เป็นระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมโยงกับเครือข่ายทางธุรกิจ และ

ระบบอินทราเน็ตภายในองค์การ เช่น Website ของโตโยต้า และสถาบันโตโยต้า e-Toyota club , T-web , Lotus notes เป็นต้น และบริษัทฯ ยังได้แสดงให้เห็นว่า ได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทรัพยากรบุคคลเป็นอย่างยิ่ง โดยได้จัดตั้งสถาบันโตโยต้า (Toyota Academy Thailand) เพื่อเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลตามวิถีแห่งโตโยต้าในประเทศไทยและตั้งศูนย์พัฒนาทักษะการผลิตภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก (Asia Pacific Global Production Training Center) เพื่อเป็นศูนย์กลางในการฝึกอบรมทักษะพื้นฐานสำหรับพนักงานปฏิบัติการในสายงานการผลิต ทั้งหมดนี้เพื่อให้พนักงานได้แสดงออกถึงความคิดที่สร้างสรรค์ในการพัฒนาตนเองและพัฒนาคุณภาพงานให้มีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น



ศูนย์ฝึกอบรมการผลิตเอเชีย-แปซิฟิก (AP-GPC)

ศูนย์ AP-GPC ได้รับการก่อตั้งในปี 2549 เพื่อเป็นสาขาในภูมิภาคนี้ของ GPC ประเทศญี่ปุ่น โดยหลักการที่เหมือนกับ GPC ด้วยวัตถุประสงค์ในการสร้างความพร้อมเกี่ยวกับทักษะพื้นฐานในการทำงานของพนักงานใหม่ และการพัฒนาทักษะด้านเทคนิคของพนักงานโตโยต้าในสายการผลิตอีกด้วย โดย APG-PC ของประเทศไทยประกอบไปด้วย



1. Safety Dojo ก่อตั้งเมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2549 ด้วยภารกิจในการส่งเสริมความตระหนักเกี่ยวกับความปลอดภัย เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายนโยบายในการลดอุบัติเหตุ ให้เท่ากับศูนย์ โดยบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้มีการใช้อุปกรณ์สมมติเหตุการณ์จำลอง (Simulation) ให้เป็นวิธีการฝึกฝนที่มีประสิทธิภาพและง่ายต่อความสามารถในการเข้าใจเกี่ยวกับความปลอดภัยได้อย่างลึกซึ้ง โดยปัจจุบัน AP-GPC กำหนดหลักสูตรอบรม Safety ไว้ 4 หลักสูตร คือ

1. หลักสูตรจิตสำนึกความปลอดภัยในการทำงานสำหรับพนักงานใหม่ (Newcomers)
2. หลักสูตรจิตสำนึกความปลอดภัยในการทำงานสำหรับพนักงานปฏิบัติการ (Operators)
3. หลักสูตรจิตสำนึกความปลอดภัยในการทำงานสำหรับหัวหน้างาน (GL / TL.)
4. หลักสูตรความรู้พื้นฐานการแก้ไขสิ่งผิดปกติของเครื่องจักร (Basic education of equipment trouble shooting)



2. โซน STOP6 อธิบายเกี่ยวกับอุบัติเหตุทั้ง 6 แบบ ผ่านการใช้อุปกรณ์สมมติเหตุการณ์จำลอง เช่น Pinch simulator, V-Belt conveyor, Electric simulator, Electrostatics simulator and Hoist



3. โซนการผลิต (Production Zone) แบ่งออกเป็น 5 สายงาน ประกอบไปด้วย Press Shop, Welding Shop, Assembly Shop, Logistic Shop and Maintenance Shop โดยแต่ละ Shop มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานอย่างปลอดภัยทั้งตัวอย่างการทำงานที่ถูกและผิด



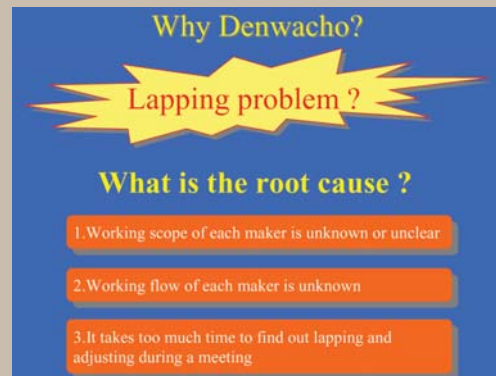
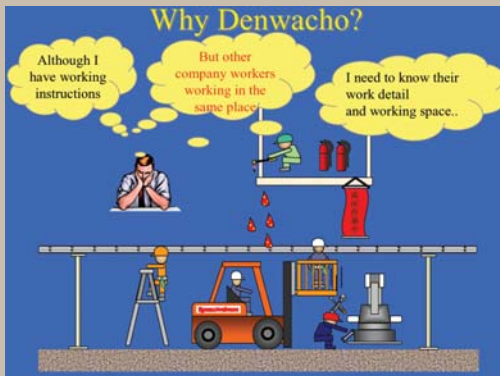
4. Ergonomics Zone อธิบายการทำงานที่ถูกต้องที่สามารถจะหลีกเลี่ยงโรคที่เกี่ยวข้องกับการทำงานได้



การส่งเสริมความปลอดภัยในการทำงาน

แผนงาน (Denwa Cho)

ด้วยวัตถุประสงค์ในการสร้างความปลอดภัยให้กับสภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงาน โดยเฉพาะช่วงของการติดตั้งเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ ทางบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จึงได้มีการนำเอาเทคนิคกิจกรรม “Denwa Cho” หรือ Safety Statement มาใช้ ด้วยหลักการที่การทำงานให้เสร็จทันตามกำหนด และไม่ก่อให้เกิดอุบัติเหตุ โดยการวางแผนการทำงานก่อนการลงมือปฏิบัติ



กิจกรรมการค้นหา และ ประเมินอันตราย

เพื่อรณรงค์ด้านความปลอดภัยให้กับพนักงานในทุกระดับ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้มีการจัดทำ **กิจกรรมการค้นหา และ ประเมินอันตราย** หรือ **CCCF** ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จัดทำขึ้นโดยเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น ค้นหาอันตราย และ ประเมินอันตรายจากงานและสถานที่ทำงานของตนเอง



การขับซึ่รถยนต์และรถจักรยานยนต์อย่างปลอดภัยขั้นพื้นฐาน

เพื่อเป็นการให้ความรู้ สนับสนุนวิธีการขับซึ่อย่างปลอดภัยและเพิ่มจิตสำนึกด้านความปลอดภัยให้กับพนักงานที่ใช้รถจักรยานยนต์ สำนักงานส่งเสริมความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม ได้จัดอบรมหลักสูตร “การขับซึ่รถยนต์และรถจักรยานยนต์อย่างปลอดภัยขั้นพื้นฐาน” ให้กับพนักงานทั่วไป



โครงการลดเมืองร้อนด้วยมือเรา (Stop Global Warming)

โครงการลดเมืองร้อนด้วยมือเรา บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้ร่วมมือกับสถาบันสิ่งแวดล้อมไทยและได้รับการสนับสนุนจากสมาคมสันนิบาตเทศบาลแห่งประเทศไทยและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ดำเนินโครงการตั้งแต่เดือน พฤษภาคม 2548 – เมษายน 2549 รวมระยะเวลา 1 ปี โดยมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินโครงการเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลกและภาวะโลกร้อน รวมถึงการปลูกจิตสำนึกของเยาวชน และประชาชนทั่วไปให้ร่วมมือกันป้องกันและแก้ไขปัญหามลภาวะโลกร้อน ซึ่งเป็นผลกระทบโดยตรงจากการนำเชื้อเพลิงฟอสซิล มาเป็นวัตถุดิบในการผลิตพลังงานต่าง ๆ อาทิเช่น พลังงานไฟฟ้า เชื้อเพลิงสำหรับการคมนาคมขนส่งภาวะโลกร้อนเป็นผลลัพธ์ของการเพิ่มขึ้นของการรั่วไหลของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และทำให้เกิดปรากฏการณ์เรือนกระจกเกิดขึ้น

สำหรับโครงการในปีแรกนั้น ได้มีเมืองและเทศบาลผ่านการคัดเลือกเข้าโครงการทั้งสิ้น 25 แห่งทั่วประเทศ และได้จัดทำผลงานโครงการ เพื่อลดภาวะโลกร้อนจำนวนทั้งสิ้น 42 โครงการหลักและสร้างสรรค์โครงการย่อยได้ถึง 83 โครงการโดย แบ่งเป็น 4 หัวข้อหลัก คือ

1. การลดเมืองร้อนด้วยการเดินทางอย่างยั่งยืน เช่น การสร้างทางจักรยาน
2. การเพิ่มพื้นที่สีเขียว เช่น การปลูกต้นไม้ที่เกาะกลางถนน
3. การลดการใช้พลังงาน เช่น การจัดงานครบครันประหยัดพลังงาน
4. การลดขยะในเมือง เช่น การทำเครื่องรีไซเคิลกระดาษ เป็นต้น

ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างดีเยี่ยม และได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายเป็นอย่างดี

ในโครงการปีที่ 2 นี้ บริษัทโตโยต้า และสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย ยังยึดมั่นที่จะดำเนินการโครงการต่อไป โดยจะขยายผลไปยังทุกภูมิภาค และเน้นความมีส่วนร่วมของประชาชน และนักเรียน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป



โครงการปลูกป่าชายเลน

ในปี พ.ศ. 2549 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้ดำเนินโครงการโตโยต้า ปลูกป่าชายเลน เฉลิมพระเกียรติ ฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ในวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2549 ซึ่งเป็นโครงการต่อเนื่อง จากโครงการโตโยต้า ปลูกป่า ปลอ่ยปู เมื่อปี 2547 โดยร่วมมือกับกรมชลประทาน ทหารบก และองค์การกองทุนสัตว์ป่าโลกสากล (WWF) โดยมีผู้บริหารและพนักงานโตโยต้าเข้าร่วมปลูกต้นไม้โกงกาง จำนวนประมาณ 600 คน ซึ่งนอกจากการปลูกป่าชายเลนเพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว และแหล่งอนุบาลสัตว์น้ำ จำนวน 18 ไร่ และสามารถปลูกต้นไม้โกงกางได้ทั้งสิ้น 12,000 ต้นแล้วนั้น โตโยต้ายังได้สนับสนุนนิทรรศการถาวรเกี่ยวกับป่าชายเลน และสะพานศึกษาธรรมชาติ หรือ Boardwalk ทำให้เยาวชนและผู้สนใจสามารถเข้าไปศึกษาธรรมชาติระบบนิเวศป่าชายเลนซึ่งมีลักษณะพิเศษแตกต่างจากป่าอื่น ๆ ได้อย่างใกล้ชิด รวมถึงการปรับปรุงทัศนียภาพ และพื้นที่เพื่อรองรับนักเรียนเยาวชนที่สนใจเข้ามาศึกษาหาความรู้ และมาเข้าค่ายเพื่อศึกษาธรรมชาติ กับ “ศูนย์ศึกษาธรรมชาติกองทัพบก (บางปู) เฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา มหาราชินี” ด้วย



ศูนย์ศึกษาธรรมชาติกองทัพบก (บางปู) เฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา มหาราชินี หรือศูนย์ศึกษาธรรมชาติบางปู เป็นความร่วมมือระหว่างกองทัพบก และองค์การกองทุนสัตว์ป่าโลกสากล ประเทศไทย ซึ่งเป็นองค์กรที่ปฏิบัติภารกิจด้านอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้เป็นที่สนใจของประชาชนและเยาวชนเมืองสำหรับเยาวชน นักเรียน เน้นการเรียนรู้แบบบูรณาการที่ประยุกต์เนื้อหาสาระให้สอดคล้องกับหลักสูตรการศึกษาที่เรียน โดยอาศัยธรรมชาติ เป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ที่เรียนรู้เกิดความสนใจ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย มีความมุ่งมั่นที่จะให้โครงการปลูกป่าชายเลน ซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมเป็น โครงการที่จะช่วยส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจให้กับประชาชนทั่วไป และเยาวชน รวมทั้งเป็นแบบอย่างในการดำเนินการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ และสมดุลตามระบบนิเวศวิทยา



โครงการพระดาบส

โครงการพระดาบสเป็นโครงการตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ตั้งขึ้นเมื่อปี 2518 มีวัตถุประสงค์ เพื่อสนับสนุนผู้ด้อยโอกาสทางการศึกษา ขาดแคลนทุนทรัพย์ ยังไม่มีอาชีพและความรู้พื้นฐานเพียงพอที่จะเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาชั้นสูง หากแต่มีความยินดีสนใจใฝ่ศึกษา และมีความเพียรอย่างจริงจัง ให้ได้รับโอกาสฝึกวิชาชีพ และฝึกอบรมคุณธรรม ศีลธรรม โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เขาเหล่านั้นออกไปประกอบสัมมาอาชีพ สร้างตนเอง ช่วยเหลือครอบครัว สังคม และประเทศชาติ

เมื่อปี พ.ศ. 2519 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ได้พระราชทานกระแสพระราชดำริให้ดำเนินการทดลองเปิดหลักสูตรวิชาช่างไฟฟ้าวิทยุ โดยได้รับพระมหากรุณาธิคุณพระราชทานพระราชทรัพย์ส่วนพระองค์ เป็นทุนเดิมในการดำเนินโครงการ และต่อมาได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานพระบรมราชานุญาตให้จดทะเบียนจัดตั้งเป็นมูลนิธิพระดาบสตามกฎหมาย เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2533



แนวคิดในการบริหาร

- ดำเนินการในรูปแบบของการศึกษานอกระบบ
- ไม่เป็นเชิงพาณิชย์ แต่เป็นการกุศลอย่างแท้จริง
- ผู้เข้ารับการอบรม ไม่เสียค่าใช้จ่ายแต่ให้ปณิบัติครู อาจารย์เป็นการตอบแทน

วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย

ผู้ที่ได้รับการศึกษาเรียนรู้ เมื่อจบหลักสูตรสามารถออกไปทำงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม ยานยนต์ หรือศึกษาต่อในชั้นสูงต่อไป

หน่วยบริการ

- โรงเรียนพระดาบส (Dabos School)
- โครงการลูกพระดาบสจังหวัดสมุทรปราการ
- สำนักงานมูลนิธิพระดาบส

ในปี 2549 ไทโยต้าได้สนับสนุนให้ทางโครงการพระดาบสได้มีการริเริ่มแผนการดำเนินการจัดทำ ISO 14001:2004 โดยมีระยะการดำเนินการ 6 เดือน ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม 2549 จนถึง ธันวาคม 2549 อันประกอบไปด้วยกิจกรรมการดำเนินการ อาทิเช่น การจัดตั้งคณะกรรมการ การสำรวจสภาพแวดล้อมและการจัดการเบื้องต้น การฝึกอบรม การดำเนินการ จนสิ้นสุดโครงการโดยการขอการรับรองในเดือน ธันวาคม 2549 ซึ่งทางไทโยต้าได้ให้การสนับสนุนในด้านการฝึกอบรม การแก้ไขปรับปรุง รวมทั้งพื้นที่และอุปกรณ์ต่างๆ ให้ถูกต้องตามข้อกำหนดการจัดทำ ISO 14001:2004 ทั้งนี้เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโครงการพระดาบสต่อไป

มูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย

มูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 เนื่องในโอกาสครบรอบ 30 ปีที่บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ดำเนินกิจการในประเทศไทย โดยมูลนิธิมีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 30 ล้านบาท และในโอกาสครบรอบ 40 ปี ใน พ.ศ. 2545 โตโยต้าจึงได้มอบทุนเพิ่มให้กับมูลนิธิฯ เป็น 400 ล้านบาท เพื่อดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของมูลนิธิฯ ดังต่อไปนี้

- ส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาในทุกระดับ
- ส่งเสริมคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม
- ร่วมมือกับองค์กรการกุศลอื่นๆ เพื่อสาธารณประโยชน์

ตลอด 10 ปี ของการก่อตั้งมูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย มูลนิธิได้สร้างสรรค์ให้เกิดโครงการต่างๆ อันเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม เพื่อส่งเสริมสังคมและพัฒนาคุณภาพชีวิตควบคู่ไปกับการรักษาสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย อันประกอบไปด้วย รางวัลมูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย (TTF Award) โครงการหนังสือมือสอง โครงการอนุรักษ์ผักสีเขียว เป็นต้น



เงินบริจาค รายรับและรายจ่ายทั้งหมด

(ล้านบาท)

	2545	2546	2547	2548	2549	รวม (ตั้งแต่ปี 2535)
เงินบริจาคโดย บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด	100	50				400
ค่าใช้จ่ายตามวัตถุประสงค์						
* สนับสนุนการศึกษา	5.11	10.30	9.40	15.75	20.00	156
* การพัฒนาคุณภาพชีวิตของเด็กด้อยโอกาสและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	2.80	4.00	6.00	6.25	5.50	43
* การร่วมมือกับองค์กรเอกชนและภาครัฐเพื่อสังคม	2.00	2.60	1.00	5.50	6.00	43
รวมทั้งสิ้น	9.91	16.90	16.40	27.50	31.50	241*

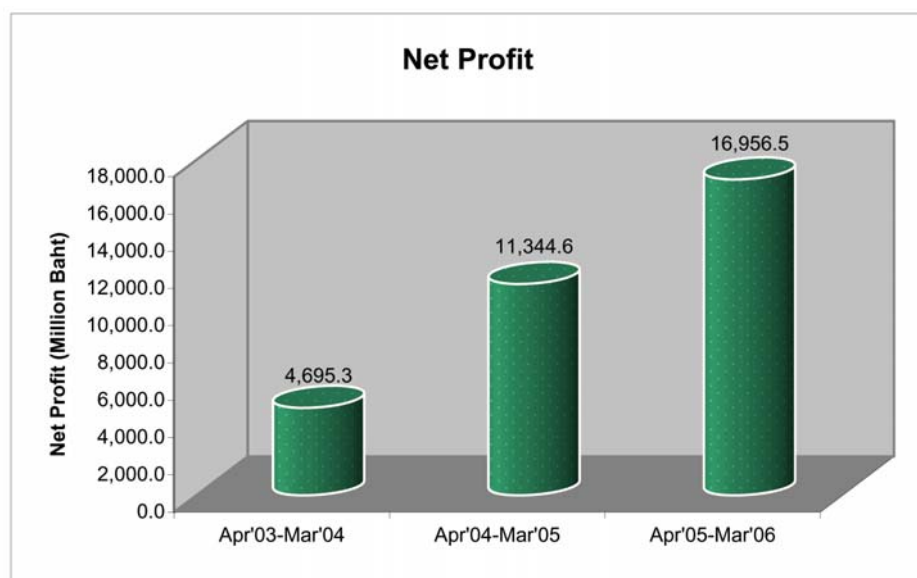
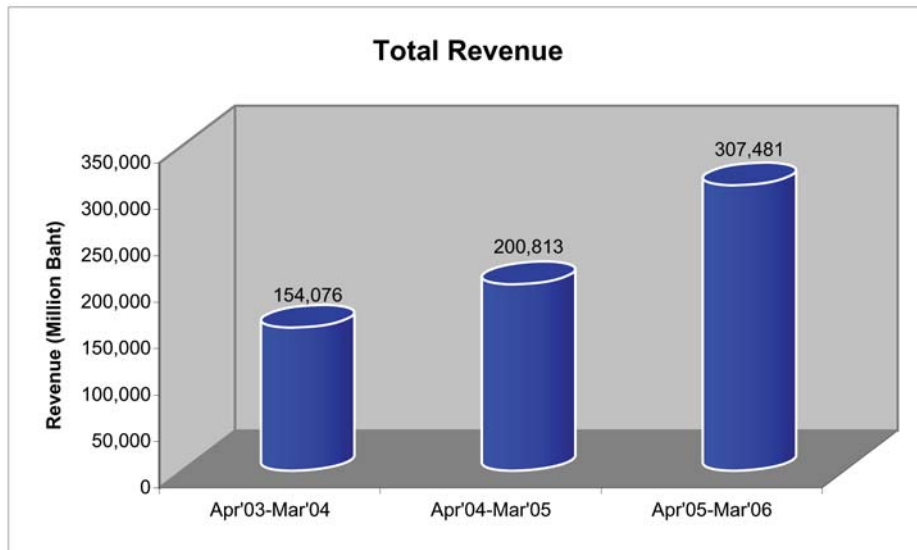
* ค่าใช้จ่ายรวมทั้งสิ้น (21 ล้านบาท) มาจากดอกเบี้ยของเงินบริจาค (มาจากเงินบริจาคของ โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย รวม 400 ล้านบาท) และมาจากเงินบริจาคพิเศษจากโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทยอีก 25 ล้านบาท



การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

จากการที่บริษัทได้เป็นฐานการผลิตกระบะรถเนกประสงค์ และชิ้นส่วนภายใต้โครงการ IMV ส่งผลให้เกิดการขยายตัวทั้งการขายภายในประเทศและการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างมากตั้งแต่ปี 2548 จนถึงปัจจุบันด้วยปริมาณขายในปี 2549 จำนวนมากกว่า 400,000 คัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนมากกว่า 150,000 คัน หรือคิดเป็นสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นกว่า 50% โดยรายรับยอดขายในปี 2549 มีจำนวนกว่า 300,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนคิดเป็นสัดส่วนกว่า 50% ตามปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้น ในส่วนของกำไรสุทธิบริษัทมีกำไรสุทธิจำนวนกว่า 16,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนคิดเป็นสัดส่วน 49.5% และในปี 2548 ที่ผ่านมานับเป็นปีแห่งความสำเร็จอีกปีหนึ่งของโตโยต้าทำให้โตโยต้าครองอันดับ 1 ในตลาดรถยนต์รวม ตลาดรถยนต์นั่ง ตลาดรถเพื่อการพาณิชย์ ซึ่งเป็นครั้งแรกในรอบ 23 ปีที่ผ่านมา รวมถึงตลาดส่งออกอีกด้วย



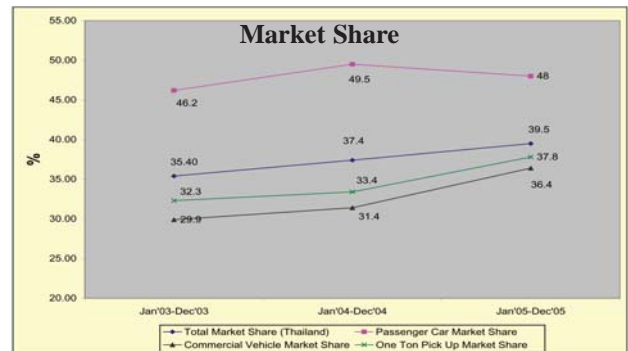
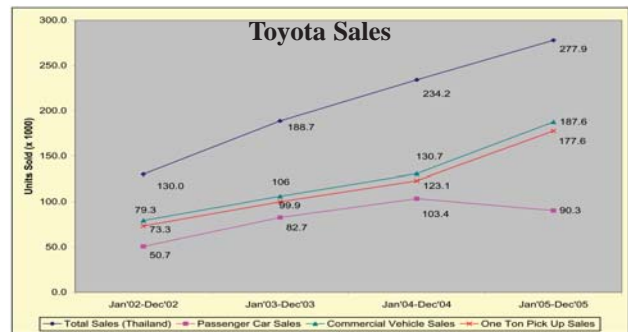
สถิติการขายรถยนต์ของกลุ่มโตโยต้า ในปี 2548

ปริมาณการขายโตโยต้า(ในประเทศไทย)	อันดับที่ 1 โตโยต้า 277,955 คัน	เติบโต 18.7% ส่วนแบ่งตลาด 39.5%
รถยนต์นั่ง	อันดับที่ 1 โตโยต้า 90,298 คัน	ลดลง 12.7% ส่วนแบ่งตลาด 48%
รถเพื่อการพาณิชย์	อันดับที่ 1 โตโยต้า 187,657 คัน	เติบโต 43.5% ส่วนแบ่งตลาด 36.4%
รถกระบะขนาด 1 ตัน **	อันดับที่ 1 โตโยต้า 177,627 คัน	เติบโต 44.2% ส่วนแบ่งตลาด 37.8%
รถยนต์โลกซ์	307 คัน	

** รวมรถกระบะดัดแปลง

ในด้านการส่งออก ของปีที่ผ่านมาโตโยต้าสามารถครองอันดับหนึ่งในการส่งออก โดยส่งออกรถยนต์จำนวนทั้งสิ้นกว่า 151,000 คัน มูลค่าการส่งออก 70,000 ล้านบาท นอกจากนี้โตโยต้าได้ส่งออกชิ้นส่วนอะไหล่ ซึ่งมีมูลค่าการส่งออก 46,000 ล้านบาท

สำหรับปี 2549 โตโยต้า ตั้งเป้าหมายการขายในประเทศไทยไว้ที่ 295,000 คัน อัตราการเจริญเติบโต 6% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา และคาดว่าจะสามารถครองส่วนแบ่งตลาดมากกว่า 40% ในส่วนของการส่งออก ได้ตั้งเป้าหมายการส่งออกรถยนต์อยู่ที่ 230,000 คัน เติบโตจากปีก่อน 51% ส่วนแบ่งตลาด 49% คิดเป็นมูลค่า 99,000 ล้านบาท และชิ้นส่วนอะไหล่มูลค่า 53,000 ล้านบาท เติบโตจากปีก่อน 15% คิดเป็นมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้นประมาณ 152,300 ล้านบาท ครองอันดับ 1 ของผู้ส่งออกรถยนต์ของประเทศไทย ซึ่งทางโตโยต้าได้ปรับกำลังการผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าทั้งภายในและต่างประเทศ โดยคาดว่าจะมีกำลังการผลิตทั้งโรงงานสำโรง และโรงงานเกตเวย์ จำนวน 510,000 คันต่อปี เพิ่มขึ้น 23% ดังนั้นในปี 2549 จะเป็นอีกปีหนึ่งที่อุตสาหกรรมยานยนต์จะสร้างสถิติใหม่ และโตโยต้าจะใช้ความพยายามในการรักษาความเป็นผู้นำในทุกตลาดรวมถึงการสร้างภาพพจน์สูงสุดให้กับลูกค้าอีกด้วย



บทความพิเศษ

สาส์นจากผู้บริหาร

โรงงานบ้านโพธิ์ - โรงงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

The Style by TOYOTA

ในโอกาสที่โรงงานบ้านโพธิ์จะเริ่มเปิดดำเนินการผลิตตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 เป็นต้นไป ด้วยความมุ่งมั่นของผู้บริหารระดับสูงในการที่จะให้โรงงานแห่งนี้ เป็นต้นแบบของโรงงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอันดับ 1 ในอาเซียน

Joyful & Community Friendly จึงเป็นคำขวัญที่พนักงานทุกคนที่โรงงานบ้านโพธิ์จงจำใส่ใจเอาไว้ตลอดเวลา ซึ่งหมายถึง ความเป็นอยู่และสภาพแวดล้อมของพนักงาน และชุมชนใกล้เคียงจะต้องอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน พนักงานทำงานอย่างเต็มใจ และตั้งใจ กระบวนการผลิตถูกออกแบบมาเพื่อไม่ให้สร้างมลพิษให้กับชุมชน โดยการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ อาทิ เช่น การใช้ น้ำเป็นตัวทำละลายสีที่ใช้พ่นรถยนต์แทนการใช้ทินเนอร์ เพื่อลดมลพิษทางอากาศที่จะออกมาสู่สิ่งแวดล้อม การติดตั้ง Co-generator ซึ่งมีที่โรงงานบ้านโพธิ์เป็นแห่งแรกของบริษัทในเครือโตโยต้า ภาคพื้นอาเซียน ที่สามารถลดการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) อันเป็นสาเหตุของภาวะโลกร้อน ได้ถึง 6,000 ตัน/ปี

เพื่อให้โรงงานของเราเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และชุมชนเสมอ พวกเราจะไม่หยุดยั้งในการปรับปรุง และพัฒนาการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องให้สมกับการเป็น ECO-Factory อย่างแท้จริง



Charnchai Suppayakorn
Vice President

โรงงานบ้านโพธิ์ - โรงงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



ปัจจุบันบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ประกอบด้วยกิจการร่วมหลายบริษัทฯ และสืบเนื่องจากการขยายตัวของโตโยต้า ในปี 2548 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จึงได้ก่อตั้งโรงงานแห่งใหม่ขึ้น ณ บ้านโพธิ์จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยโรงงานบ้านโพธิ์แห่งนี้ จัดได้ว่าเป็นโรงงานที่ทันสมัยที่สุดในภูมิภาคนี้ ทั้งในแง่ของการผลิตที่ทันสมัย การเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และในด้านคุณภาพมาตรฐานความปลอดภัย ซึ่งจะเริ่มการผลิตในปี 2550 นี้ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้เตรียมความพร้อมในการบริหารจัดการในทุกๆ ด้าน ในระยะเวลาอันใกล้นี้ ไม่ว่าจะเป็นการบริหารต้นทุน การเตรียมความพร้อมของคนโดยการจัดอบรมพนักงานใหม่ให้เกิดการพัฒนาทักษะขั้นพื้นฐานที่เกี่ยวข้องในการผลิตรถยนต์ รวมถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อให้บุคคลเหล่านี้มีทักษะความรู้ความชำนาญ ในการผลิตรถยนต์ให้ได้มาตรฐานสูงสุด เพื่อที่จะก้าวสู่ความเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย นอกจากนี้บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้สร้างโรงงาน บ้านโพธิ์แห่งนี้ให้กลายเป็นโรงงานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแห่งแรกของเมืองไทยอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการลงทุนสร้างโรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์

1. เพื่อเป็นการเพิ่มกำลังการผลิตกระบะในโครงการ IMV ที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูงหลังจากได้เปิดตัวในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2547 และเป็นฐานการส่งออกไปทั่วโลก
2. เล็งเห็นถึงศักยภาพของบุคลากร ในด้านเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย การจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อเป็นการสนับสนุนนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมศักยภาพความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ด้วยการลงทุนที่จะเป็นการเพิ่มการจ้างงานในพื้นที่และเพื่อให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตและการส่งออกรถยนต์(ดีทรอยต์แห่งเอเชีย)
4. เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของประเทศไทย ในการพัฒนาประเทศไทยในทุกๆ ด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การพัฒนาคุณภาพของชีวิตด้วยความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และชุมชน ทั่วประเทศ

5. เพื่อให้มีโอกาสในการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ประเทศไทยให้เกิดการพัฒนาทั้งด้านความคิดและทักษะความชำนาญ เพื่อการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ต้องการให้เป็นต้นแบบแก่โรงงานอุตสาหกรรมทั่วไปที่ให้ความใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม โรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์เป็นโรงงานที่ให้ความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างยิ่ง ด้วยการนำเทคโนโลยีเพื่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ ดังนี้

ด้านพลังงาน:

- นำระบบ **Co-generator** มาใช้งาน กล่าวคือการใช้ก๊าซธรรมชาติในการผลิตกระแสไฟฟ้าซึ่งสามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ออกสู่บรรยากาศได้อย่างมากและมีการนำพลังงานสะอาด เช่น ระบบพลังงานเซลล์แสงอาทิตย์มาใช้ภายในสถานที่ทำงานอีกด้วย



แบบออนไลน์ซึ่งเป็นการวัดแบบ Real Time ส่งผลวิเคราะห์โดยตรงถึงกรมโรงงานอุตสาหกรรมและรวมถึงการจัดตั้งห้องปฏิบัติการวิเคราะห์คุณภาพน้ำที่ได้รับอนุญาตอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

ด้านการจัดการมลพิษในอากาศ:

- โตโยต้าจะเป็นบริษัทรถยนต์แห่งแรกในประเทศไทยที่นำเทคโนโลยีขั้นสูงในการพ่นสีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้บนดีระบบ Water Base หรือระบบการใช้สีน้ำที่มีคุณภาพที่ดีกว่าการใช้สีผสมทินเนอร์พ่นรถยนต์ และยังมีการใช้แขนกลหุ่นยนต์ในการพ่นสีเพื่อประสิทธิภาพการพ่นสูงสุด นอกจากนี้ยัง มีการติดตั้ง RTO Incinerator เพื่อลดปริมาณสารระเหยไอไดร์คาร์บอนที่ปล่อยออกสู่บรรยากาศอีกด้วย



การพ่นสีด้วยหุ่นยนต์พ่นสี



ด้านการจัดการลดมลพิษด้านขยะ :

ด้านการจัดการมลพิษทางน้ำ :

- น้ำเสียที่ผ่านกระบวนการบำบัดแล้วจะต้องผ่านมาตรฐานภายในของโตโยต้า ซึ่งจะเข้มงวดกว่ามาตรฐานของกฎหมายถึงร้อยละ 20 รวมถึงมีการติดตั้งกระบวนการรีไซเคิลเพื่อนำน้ำที่บำบัดแล้วกลับมาใช้ในกระบวนการทำงาน นอกจากนี้โตโยต่ายังมีการควบคุมคุณภาพน้ำอย่างต่อเนื่องด้วยระบบการตรวจวัดค่า COD



- โตโยต้าได้กำหนดเป้าหมายการลดปริมาณขยะทุกชนิดอย่างต่อเนื่องทุกปี และมีการทำโครงการยกเลิกการนำขยะไปฝังกลบ หรือ Zero Landfill ซึ่งโรงงานโตโยต้าแห่งใหม่นี้จะเริ่มดำเนินโครงการ Zero Landfill ตั้งแต่เริ่มการผลิต และยังมี การนำขยะไปรีไซเคิลได้กว่าร้อยละ 80

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีความภูมิใจที่ได้สร้างโรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์ขึ้น ซึ่งเป็นโรงงานแห่งสิ่งแวดล้อม (Ecological Factory) และจะเป็นโรงงานต้นแบบให้กับโรงงานอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมเพื่อร่วมกันลดผลกระทบที่เกิดขึ้นมากมายทั่วโลก



The Style by TOYOTA



ในปี 2549 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด เปิดตัว “The Style by TOYOTA” เพื่อส่งเสริมและสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ของคนรุ่นใหม่ ที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ ความเชื่อมั่นในตนเองและสนใจแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่ง The Style by TOYOTA จะเป็นสถานที่แห่งใหม่ที่จะเพิ่มสีสันเพื่อการเรียนรู้ผ่านความบันเทิงในรูปแบบ “Edutainment” อีกแห่งหนึ่ง ซึ่งจะนำเสนอสาระทางด้านเทคโนโลยี พร้อมสอดแทรกด้วยข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวในด้านบันเทิง แฟชั่น ดนตรี กีฬา และศิลปะแขนงต่างๆ และยังเป็นสถานที่ที่เปิดโอกาสให้เยาวชนได้แสดงความสามารถ และความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างอิสระ

แนวคิดหลักในการออกแบบ The Style by TOYOTA คือการสร้างตัวอาคารที่มีเอกลักษณ์ด้วยจุดมุ่งหมายในการเป็น “High-Tech Edutainment Center” เพื่อสร้างความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และส่งเสริมให้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในสิ่งที่ตนสนใจ The Style by TOYOTA ตั้งอยู่ใจกลางจุดศูนย์กลางของวัยรุ่นไทย “สยามสแควร์” บนพื้นที่ 1,000 ตารางเมตร แบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 ชั้น



พื้นที่ชั้นที่ 3: Event / Work shop

เวทีแสดงออกซึ่งความสามารถและพรสวรรค์ในทางสร้างสรรค์ เรียนรู้จากประสบการณ์จริง เพื่อพัฒนาศักยภาพหลากหลายรูปแบบ



พื้นที่ชั้นที่ 2: DJ Booth / Design Lounge เชื่อมโยงจินตนาการกับความคิดสร้างสรรค์



พื้นที่ชั้นที่ 1: The Style Cafe / Registration / Center Display / IT terminal / Digital content / Product message / Ubiquitous window / Giant Plasma / LED เป็นสถานที่นัดพบของคนรุ่นใหม่ ที่เต็มไปด้วยเทคโนโลยีอันน่ามหัศจรรย์ แหล่งข้อมูลข่าวสารหลากหลายเพื่อการเรียนรู้



The style
by TOYOTA

แบบสอบถาม

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2549

ขอบคุณในความร่วมมือของท่านที่ตอบแบบสอบถามนี้
สำนักงานส่งเสริมความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

1. ความคิดเห็นโดยรวมต่อรายงานปีนี้

- | | | | | | |
|---------------------|--|-------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|
| 1) ปริมาณเนื้อหา | <input type="radio"/> ดีเยี่ยม | <input type="radio"/> ดี | <input type="radio"/> ปานกลาง | <input type="radio"/> ต่ำ | <input type="radio"/> ต้องปรับปรุง |
| 2) คุณภาพของเนื้อหา | <input type="radio"/> ประทับใจ | <input type="radio"/> น่าพอใจ | <input type="radio"/> พอใช้ | <input type="radio"/> พอใจเล็กน้อย | <input type="radio"/> ไม่พอใจ |
| 3) ความชัดเจน | <input type="radio"/> เข้าใจได้ง่ายมาก | <input type="radio"/> เข้าใจได้ง่าย | <input type="radio"/> ปานกลาง | <input type="radio"/> ไม่ค่อยเข้าใจ | <input type="radio"/> เข้าใจได้ยาก |
| 4) จำนวนหน้า | <input type="radio"/> มากเกินไป | <input type="radio"/> ตอนข้างมาก | <input type="radio"/> เหมาะสม | <input type="radio"/> ไม่ค่อยพอ | <input type="radio"/> น้อยเกินไป |

2. เรื่องใดที่คุณสนใจและเรื่องใดที่คุณต้องการให้ปรับปรุงในฉบับหน้า

- | | | |
|--------------------------------|----------------------------|--|
| 1) ปก | <input type="radio"/> สนใจ | <input type="radio"/> ต้องการให้ปรับปรุง (โปรดระบุ.....) |
| 2) สารบัญจากผู้บริหารระดับสูง | <input type="radio"/> สนใจ | <input type="radio"/> ต้องการให้ปรับปรุง (โปรดระบุ.....) |
| 3) ปรัชญาองค์กร | <input type="radio"/> สนใจ | <input type="radio"/> ต้องการให้ปรับปรุง (โปรดระบุ.....) |
| 4) ภาพรวมของบริษัท | <input type="radio"/> สนใจ | <input type="radio"/> ต้องการให้ปรับปรุง (โปรดระบุ.....) |
| 5) การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม | <input type="radio"/> สนใจ | <input type="radio"/> ต้องการให้ปรับปรุง (โปรดระบุ.....) |
| 6) การดำเนินงานด้านสังคม | <input type="radio"/> สนใจ | <input type="radio"/> ต้องการให้ปรับปรุง (โปรดระบุ.....) |
| 7) การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ | <input type="radio"/> สนใจ | <input type="radio"/> ต้องการให้ปรับปรุง (โปรดระบุ.....) |
| 8) บทความพิเศษ | <input type="radio"/> สนใจ | <input type="radio"/> ต้องการให้ปรับปรุง (โปรดระบุ.....) |
| 9) แบบสอบถาม | <input type="radio"/> สนใจ | <input type="radio"/> ต้องการให้ปรับปรุง (โปรดระบุ.....) |
| 10) ปกในด้านหลัง | <input type="radio"/> สนใจ | <input type="radio"/> ต้องการให้ปรับปรุง (โปรดระบุ.....) |

3. คุณทราบเกี่ยวกับรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2549 ได้อย่างไร (เลือก 1 คำตอบ)

- พนักงานโตโยต้า ผู้แทนจำหน่าย / ผู้จัดส่งชิ้นส่วน เว็บไซต์ อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

4. คุณคิดว่าเรื่องใดเหมาะที่จะเป็นสื่อสำหรับรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืน (เลือกได้หลายคำตอบ)

- กระดาษ อินเทอร์เน็ต CD-Rom อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

5. ข้อคิดเห็นอื่น ๆ

.....
.....
.....

ขอพระคุณในความร่วมมือ โปรดกรอกรายละเอียดของท่าน (ตามความสมัครใจ)

ชื่ออายุ.....

ที่อยู่.....

Email

อาชีพ/สถานที่ทำงาน

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท

สำนักงานใหญ่และโรงงานประกอบรถยนต์โตโยต้า สำโรง

186/1 หมู่ 1 ถนนทางรถไฟเก่า ต.สำโรงใต้ อ.พระประแดง
จ.สมุทรปราการ 10130
โทรศัพท์: + 66 (0) 2386-1000
โทรสาร: + 66 (0) 2386-1891

โรงงานประกอบรถยนต์โตโยต้า นิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์

74 หมู่ 9 ต.หัวสำโรง อ.แปลงยาว
จ.ฉะเชิงเทรา 24000
โทรศัพท์: + 66 (0) 2357-5100
โทรสาร: + 66 (0) 2357-5186

สำนักงานกรุงเทพฯ

ซีอาร์ซีทาวเวอร์ ออลซีซั่นสเปซ ชั้น 42-43
เลขที่ 87/2 ถนนวิภาวดี แขวงจตุจักร
เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์: + 66 (0) 2305-2000
โทรสาร: + 66 (0) 2305-2013

ศูนย์บริการจัดส่งและอะไหล่โตโยต้า

159 หมู่ 1 ต.บางเสาธง กิ่ง อ.บางเสาธง
จ.สมุทรปราการ 10540
โทรศัพท์: + 66 (0) 2313-1035
โทรสาร: + 66 (0) 2313-1393-8

ศูนย์การศึกษาและการฝึกอบรมโตโยต้า

25 หมู่ 7 ถนนสุวินทวงศ์ (ก.ม. 66)
ต.คลองนครเนื่องเขต อ.เมือง
จ.ฉะเชิงเทรา 24000
โทรศัพท์: + 66 (0) 3884-7377
โทรสาร: + 66 (0) 3884-7384



สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายงาน โปรดติดต่อ

สำนักงานส่งเสริมความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม
บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด สำโรง
186/1 หมู่ 1 ถนนทางรถไฟสายเก่า ตำบลสำโรงใต้
อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ 10130
โทร: 0-2386-1757 แฟกซ์: 0-2386-1902

อีเมลล์: sec@toyota.co.th

จัดพิมพ์เมื่อ: ธันวาคม 2549

โลกสวยงาม
และ
ปลอดภัย

ถ้าเราร่วมมือกัน สิ่งเล็กก็สร้างสรรคความยิ่งใหญ่ได้

Printed on 100% Recycle Paper with Soy Ink



Toyota Motor Thailand Co., Ltd.

Safety and Environment Promotion Office

Tel: +66 2 386 1757, 386 1740

Fax: +66 2 386 1902

Email: sec@toyota.co.th