



รายงาน  
การพัฒนาเพื่อความยั่งยืน 2551  
บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

ECO





“

เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแล้ว โตโยต้า ยังจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ  
เพื่อกระตุ้นจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่สังคม  
และชุมชนรอบข้างอย่างต่อเนื่อง

”

นับเป็นความยินดีอย่างยิ่ง ที่บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้มีโอกาสต้อนรับทุกท่านเข้าสู่ก้าวที่ 3 ของรายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน เนื้อหาหลักของรายงานยังคงครอบคลุม 3 หัวข้อหลักอันเป็นหัวใจสำคัญในการผลักดันองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน อันได้แก่ การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ ซึ่งดำเนินงานในปีงบประมาณ 2551 (ระหว่างเดือนเมษายน 2550 - มีนาคม 2551) ที่ผ่านมา

แม้จะประสบกับภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยและปัญหาราคาน้ำมันดิบที่มีความผันผวนสูง แต่การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจที่ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ ยังผลให้โตโยต้าสามารถรักษาตำแหน่งผู้นำตลาดและยอดขายรถยนต์นั่ง รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ และรถกระบะขนาด 1 ตันของประเทศอย่างต่อเนื่อง และเพื่อนำไปสู่เป้าหมายการเติบโตร่วมกับสังคมอย่างยั่งยืนตามนโยบาย วัตถุประสงค์โลกทัศน์แห่งโตโยต้า (Toyota Global Vision 2020) นอกจากการบรรลุเป้าหมายหลักในการดำเนินกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมตามแผน 5 ปีเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแล้ว โตโยต้ายังจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ เพื่อกระตุ้นจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่สังคมและชุมชนรอบข้างอย่างต่อเนื่อง อาทิ โครงการลดโลกร้อนด้วยมือเรา ปีที่ 3 โครงการปลูกป่าตามกิ่งห้อย ปีที่ 4 โครงการพัฒนาสิ่งแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้ โครงการสิ่งแวดล้อมสัญจรสู่โรงเรียน นอกเหนือจากนี้ยังจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อตอบแทนสังคม อาทิ โครงการถนนสีขาวที่ดำเนินงานมาครบรอบ 20 ปีโครงการความร่วมมือ CSR campus และการให้การสนับสนุนกิจกรรมขององค์กรสาธารณกุศลต่างๆ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคมผ่านทางมูลนิธิโตโยต้าแห่งประเทศไทย

และเพื่อเป็นการประกาศเจตนารมณ์และตอกย้ำจุดยืนอัน

แน่วแน่ในการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมร่วมกันอย่างยั่งยืน บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จึงได้ดำเนินโครงการ “ป่านิเวศในโรงงาน” Eco Forest ณ โรงงานโตโยต้า บ้านโพธิ์ โดยเป็นกิจกรรมที่อาสาสมัครจากครอบครัวพนักงานโตโยต้าและบริษัทในเครือผู้ผลิตชิ้นส่วน ผู้จัดจำหน่าย ภาครัฐและชุมชนรอบข้าง จำนวนกว่า 13,000 คน ร่วมกันปลูกต้นไม้ 1 แสนต้นบริเวณหน้าโรงงานบ้านโพธิ์ โตโยต้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่าความสำเร็จอันยิ่งใหญ่จะเป็นก้าวแรกในการกระตุ้นสังคมให้ตระหนักถึงความสำคัญของผืนป่าและร่วมกันเผยแพร่แนวคิดนี้ไปยังทุกภาคส่วนของสังคมในที่สุด และปีนี้ยังเป็นปีแห่งความสำเร็จอย่างแท้จริงเมื่อ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ได้เล็งเห็นศักยภาพการเป็นฐานการผลิตและส่งออกของประเทศไทยจึงได้ก่อตั้ง Toyota Parts Center Asia Pacific หรือ TPCAP เพื่อเป็นศูนย์กลางการจัดจำหน่ายชิ้นส่วนรถยนต์โตโยต้าของภาคพื้นเอเชีย-แปซิฟิก หลังจากเพิ่งก่อตั้ง Toyota Motor Asia-Pacific Engineering and Manufacturing ไปเมื่อปีที่ผ่านมา

และในปีนี้เป็นปีแรกที่ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด เปลี่ยนแปลงแนวทางการนำเสนอข้อมูลอย่างโปร่งใสตามมาตรฐานสากล โดยได้เริ่มจัดทำดัชนี GRI Reference (Global Reporting Initiative) ลงตีพิมพ์ในหนังสือการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน 2551 เป็นครั้งแรก โดยดัชนีนี้เป็นตัวชี้วัดการดำเนินงานขององค์กรทั้ง 3 ด้านคือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่เป้าหมายในการพัฒนา บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ให้เติบโตพร้อมกับสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างมั่นคงและยั่งยืนสืบไป





## สารบัญ

<b>สารจากกรรมการผู้จัดการใหญ่</b>	<b>4</b>
<b>■ ปรัชญาองค์กร</b>	<b>7</b>
<b>■ ภาพรวมธุรกิจของโตโยต้า</b>	<b>10</b>
• โครงสร้างคณะกรรมการด้านสิ่งแวดล้อมและนโยบาย	10
• รางวัลและความสำเร็จที่ได้รับในปี 2550-2551	13
<b>■ การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม</b>	<b>19</b>
• นโยบายและแนวทางปฏิบัติเพื่อไม่ให้เกิดมลภาวะ	20
• บัญญัติโลกทัศน์แห่งโตโยต้า	20
• รายละเอียดบัญชีด้านสิ่งแวดล้อม	22
• ผลการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม ตามแผนพัฒนา 5 ปี	24
• ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม	34
<b>■ การดำเนินงานด้านสังคม</b>	<b>36</b>
• การดำเนินงานด้านสังคม	37
• ผู้ถือผลประโยชน์ร่วม	38
• ลูกค้า	39
• การบริการหลังการขาย	40
• ผู้ผลิต / ส่งมอบชิ้นส่วน	43
• ดัชนีความพึงพอใจของพนักงาน	44
• สถาบันโตโยต้า	46
• ศูนย์การศึกษาและฝึกอบรมโตโยต้า	49
• กิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัย	50
• กิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ ของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ในปี 2550-2551	52
• โครงการปลูกป่าตามหาหิ่งห้อยปีที่ 4	54
• โครงการลดเมืองร้อนด้วยมือเราปี 3	55
• โครงการถนนสีเขียว	57
• โครงการ CSR Campus	59
• มูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย	60
<b>■ การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ</b>	<b>61</b>
<b>บทความพิเศษ</b>	<b>65</b>
• ความสำเร็จในการลดการใช้พลังงานของบริษัท ไทยออดีเว็คส จำกัด	65
• ECO Forest	66
• โตโยต้า พาร์ท เซ็นเตอร์ เอเชีย-แปซิฟิก	68
<b>GRI Reference</b>	<b>69</b>
<b>ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท</b>	<b>70</b>



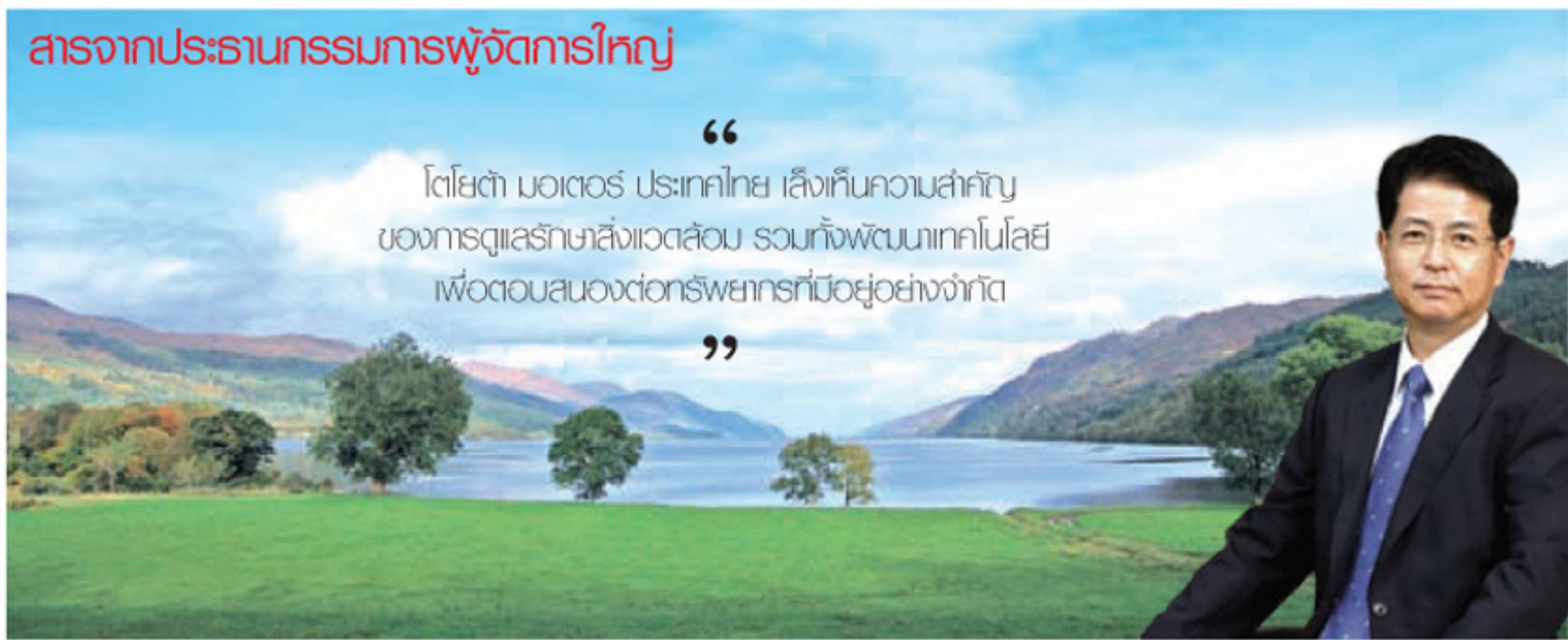


## สารจากประธานกรรมการผู้จัดการใหญ่

“

โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย เล็งเห็นความสำคัญ  
ของการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม รวมทั้งพัฒนาเทคโนโลยี  
เพื่อตอบสนองต่อทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด

”



**มีทชีโระ โชโบคะ**

**ประธานกรรมการ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด**

ผมมีความยินดีเป็นอย่างยิ่งในการกล่าวถึงกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมของโตโยต้า ผ่านทางรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ ซึ่งจัดทำอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 แล้ว หลายปีที่ผ่านมาเรามีการทำกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมต่างๆ อย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับ “บัญญัติโลกทัศน์แห่งโตโยต้า” (Toyota Global Vision 2020) ซึ่งเรายึดถือเพื่อใช้ในการดำเนินกิจกรรมของโตโยต้า โดยการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยผลานระหว่างการดูแลด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง

ในปีที่ผ่านมาเรายังคงความเป็นผู้นำในตลาดรถยนต์ประเทศไทยและหากมองในภาพรวมของอุตสาหกรรมรถยนต์ทั่วโลกนั้น นับว่ามีการขยายตัวอย่างมากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย เล็งเห็นความสำคัญของการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม รวมทั้งพัฒนาเทคโนโลยี เพื่อตอบสนองต่อทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด

โดยโตโยต้าทั่วโลก ด้วยการนำของโตโยต้า ประเทศญี่ปุ่น ได้มีการผนึกกำลังในการพัฒนาการจัดการสิ่งแวดล้อมในทุกด้านของการทำงาน รวมทั้งเผยแพร่แนวคิดการจัดการไปยังองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งไปสู่สังคมที่เติบโตอย่างยั่งยืน (Prosperous, Low Carbon Society) เพื่อความยั่งยืนใน 3 ภาคส่วนของอุตสาหกรรมรถยนต์ นั่นคือ Sustainability Mobility, Sustainability Plant Initiatives และ Contributing to the Development of a Sustainable Society

หนึ่งในนั้นคือ Sustainability Mobility โดยเรามุ่งเน้นให้มีการลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ที่เกิดจากการใช้พลังงานของรถยนต์โตโยต้า ซึ่งเรามีการพัฒนาของเราให้ใช้กับพลังงานทางเลือกได้หลายชนิด เช่น Biodiesel, E5, E10, E20 และล่าสุด Hybrid Vehicle ซึ่งขณะนี้ได้มีการพัฒนารถยนต์แบบสองระบบนี้ขึ้นในรถโตโยต้ารุ่น Camry

ซึ่งจะเริ่มเปิดตัวในปี 2009 นอกจากนี้ยังมีการผลิตรถยนต์โตโยต้า รุ่น Limo ใช้ NGV ซึ่งใช้พลังงานทดแทนเป็นเชื้อเพลิง ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี

ด้านการริเริ่มโครงการโรงงานแห่งความยั่งยืน (Sustainability Plant Initiatives) เมื่อปีที่ผ่านมา โตโยต้าบ้านโพธิ์ได้รับเลือกให้เป็นโรงงานแห่งความยั่งยืน 1 ใน 5 โรงงานโตโยต้าทั่วโลก ร่วมกับโรงงานต้นแบบอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นอเมริกาเหนือ, ยุโรปและเอเชีย ซึ่งแนวคิดโรงงานแห่งความยั่งยืนนี้ครอบคลุมกิจกรรมหลัก 3 กิจกรรมด้วยกัน คือ การลดการใช้พลังงาน (Energy Saving Process), การใช้พลังงานทดแทน (Renewable Energy Utilization) และการฟื้นฟูป่าดั้งเดิม (Afforestation Implementation) ซึ่งในอนาคตจะมีการขยายแนวความคิดนี้ไปสู่ทั่วทุกโรงงานโตโยต้าทั่วโลก

สำหรับการมุ่งไปสู่การพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน (Contributing to the Development of a Sustainable Society) นั้น โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย มีการจัดกิจกรรมด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมระดับประเทศหรือชุมชนใกล้เคียง โดยเรามุ่งเน้นในเรื่องของการลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เกิดขึ้นเป็นปัจจัยสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมในเรื่องการปลูกป่าอย่างยั่งยืน, การขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับภาวะโลกร้อนให้กับโรงเรียนชุมชนและเทศบาลทั่วประเทศผ่านทางโครงการลดโลกร้อนด้วยมือเรา ด้วยความมุ่งมั่นในการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

จากกิจกรรมที่กล่าวมาทำให้มองเห็นภาพของการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของโตโยต้าได้เด่นชัดขึ้น จะเห็นว่าเราได้ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมอย่างมากและเป็นหนึ่งในพันธกิจหลักของโตโยต้าที่จะคืนสิ่งแวดล้อมที่ดีให้กับสังคมต่อไป



## สารจากรองประธานกรรมการ

“

ทั้งนี้ก็เพราะเราเชื่อมั่นว่าการสร้างสังคมที่ยั่งยืน  
ถือเป็นงานที่โตโยต้าได้ทำไว้แก่สังคมไทยอย่างต่อเนื่อง

”



### นิพนธ์ ไชยธีรภิญโญ

### รองประธานกรรมการ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

รายงานความยั่งยืนพ.ศ. 2551 นี้ นับเป็นความภาคภูมิใจของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ที่เราจะได้นำเสนอแนวคิด วิถีปฏิบัติรวมถึงผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ในปี 2551 นี้เราได้ประสบกับสถานการณ์ที่สำคัญ 2 อย่างคือ วิกฤตการเงินโลก (Global Financial Crisis) และ ภาวะโลกร้อน (Global Warming) ที่ผลักดันให้ประเทศและองค์กรต้องพยายามแก้ปัญหาทั้งสองโดยตระหนักถึงผลกระทบจากการดำเนินงานของตัวเอง ที่มีต่อสังคม จึงหันมาใส่ใจการพัฒนาเพื่อสร้างความยั่งยืนผ่านความรับผิดชอบต่อองค์กรต่อสังคมอย่างจริงจัง

สำหรับโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย นั้น เราได้มีจุดยืนในด้านนี้ อย่างชัดเจนมากกว่า 46 ปีแล้ว ดังจะเห็นได้จากวิสัยทัศน์ของเราที่จะเป็นแกนนำของ โตโยต้า เอเชียแปซิฟิก และเครือข่ายโตโยต้าทั่วโลก และเป็นบริษัทที่ได้รับการยอมรับและยกย่องที่สุดในประเทศไทย เราจึงได้มุ่งมั่นพัฒนาการทำงานในทุกด้านโดยคำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาสังคมไทยให้ยั่งยืนเป็นสำคัญ ดังนั้นเราจึงมุ่งสร้างความยั่งยืนใน 3 ด้าน ได้แก่ รถยนต์ โรงงาน และสังคม

เราได้แสดงความรับผิดชอบต่อด้านรถยนต์ซึ่งถือเป็นสินค้าหลักของ โตโยต้า อาจกล่าวได้ว่านับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 โตโยต้าได้ผลิตรถยนต์ในประเทศไปแล้ว 3,791,244 คัน (โดยส่งออกประมาณ 960,000 คัน) 2.8 ล้านคันนั้นได้วิ่งอยู่ในถนนเมืองไทยที่มีรถยนต์รวมประมาณ 10 ล้านคัน เราจึงมีวิสัยทัศน์ที่จะลดปัญหาจราจรและสร้างความปลอดภัยบนท้องถนน จึงได้ร่วมกับภาครัฐ พัฒนาโครงการจราจรอัจฉริยะ (ITS) และยังได้ดำเนินโครงการถนนสีขาวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 เพื่อให้ความรู้แก่เยาวชนและผู้ใช้รถใช้ถนนและรณรงค์เรื่องการขับขี่ปลอดภัย สำหรับด้านยุทธศาสตร์ประหยัดพลังงานนั้นเราพร้อมแล้วที่จะแนะนำเครื่องยนต์ไฮบริดในประเทศไทยในปี 2552 และในด้านพลังงานทดแทนนั้น เรายังได้ร่วมกับปตท.วิจัยและพัฒนาน้ำมันไบโอดีเซลจากปาล์ม น้ำมันสับปะรดตามรอยพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและน้ำมันดีเซลเทคโนโลยีใหม่ Bio-Hydrogenated Diesel ซึ่งเป็นนวัตกรรมใหม่ อีกด้วย

ด้านโรงงานผลิต โรงงานทั้ง 3 แห่งของโตโยต้าได้ดำเนินการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนดังที่ท่านจะได้ศึกษาในรายงานเล่มนี้ และในปีนี้อองโรงงานบ้านโพธิ์ก็ได้รับคัดเลือกเป็น 1 ใน 5 โรงงาน โตโยต้าทั่วโลกทำกิจกรรม Eco Forest ปลูกป่า 100,000 ต้นในบริเวณ โรงงานโดยสมาชิกครอบครัวโตโยต้า 14,000 คนในเวลา 1 ชั่วโมง ซึ่งทำให้โรงงานบ้านโพธิ์เป็นต้นแบบของโรงงานแบบยั่งยืนอย่างแท้จริง และเราก็ยังมีแผนที่จะปลูกป่าให้ครบ 1 ล้านต้นในเวลา 5 ปีอีกด้วย

นอกจากนี้โรงงานสำโรงของเรายังได้เข้าร่วมโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม (CSR-DIW) เราจึงพร้อมจะเป็นต้นแบบที่จะถ่ายทอดความรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้แก่โรงงานและกลุ่มบริษัทในเครือ รวมถึงผู้บริหารและพนักงานของเราด้วย

ทั้งนี้ก็เพราะเราเชื่อมั่นว่าการสร้างสังคมที่ยั่งยืนถือเป็นงานที่โตโยต้าได้ทำให้แก่สังคมไทยอย่างต่อเนื่อง ในด้านสิ่งแวดล้อม โครงการลดเมืองร้อนด้วยมือเราได้ดำเนินมา 4 ปีและขยายไปยังชุมชนเมืองทั่วประเทศ และเรายังประสบความสำเร็จในการนำความรู้เรื่องภาวะโลกร้อนบรรจุในหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ นอกจากนี้ในปี 2551 เรายังได้ดำเนินโครงการเพื่อสังคมที่ยั่งยืนอีก 2 โครงการ คือ ศูนย์ศึกษาเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนอุทยานสิ่งแวดล้อมนานาชาติสิรินธร อ.ชะอำ จ.เพชรบุรี เพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งเรียนรู้และสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ป่าชายเลนแก่นักเรียนและชุมชนในประเทศไทยรวมทั้งนานาชาติ และ โครงการศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง พระบรมธาตุ ดอยผาฮ่อม อ.สะเมิง จ.เชียงใหม่ เพื่อช่วยให้ชุมชนเกษตรกรรมสามารถแก้ไขปัญหาความยากจน และสิ่งแวดล้อมพร้อมพัฒนาให้ชุมชนมีอาชีพเติบโตได้อย่างยั่งยืน โดยมุ่งหวังจะนำรูปแบบการพัฒนา เช่นนี้ไปใช้ในชุมชนห่างไกลอื่นๆ ต่อไป

สุดท้ายนี้ ผมขอขอบคุณคณะทีมงานผู้จัดทำรายงานเล่มนี้และที่สำคัญที่สุดคือพนักงานและครอบครัวโตโยต้าที่ได้ทุ่มเททำงานเพื่อสร้างสรรค์งานเพื่อความยั่งยืนให้แก่สังคมไทยดังปณิธานของเราที่ว่า “โตโยต้าภูมิใจที่ได้เติบโตร่วมกับสังคมไทย” ขอขอบคุณครับ



## สารจากรองประธานกรรมการผู้จัดการใหญ่

“  
จะเห็นได้ว่าโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย เล็งเห็นความสำคัญ  
ในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและจากการพัฒนา  
กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องยาวนาน  
”

**ยะสุฮิโร มิชิมะ**

**รองประธานกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด**

จากกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย เรามีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตของเรา เพื่อจุดมุ่งหมายในการลดการใช้ทรัพยากร และลดการปล่อยมลพิษสู่สิ่งแวดล้อม รวมทั้งการจัดกิจกรรมส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อกระตุ้นจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมให้กับสังคมอย่างต่อเนื่องทุกปี ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมภายในชุมชนหรือกิจกรรมที่มีผู้เข้าร่วมจากทุกภาคส่วนทั่วประเทศ

โดยการจัดการภายในโรงงานในปีที่ผ่านมา โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย เน้นเรื่องการลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ จากกิจกรรมและกระบวนการผลิตของเรา รวมทั้งครอบคลุมไปยังการขนส่งชิ้นส่วนมายังโรงงานโตโยต้า และการขนส่งรถยนต์และอะไหล่อีกด้วย ซึ่งขณะนี้การลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ยังคงเป็นเรื่องหลักในการพัฒนาระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของ โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย โดยคำนึงถึงผลกระทบจากภาวะโลกร้อนในอนาคต

นอกเหนือจากการลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์นี้ เรายังมีการนำเทคโนโลยีในการลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม มาปรับใช้กับกระบวนการขนส่งรถยนต์ของเรา คือ เทคโนโลยีการใช้น้ำเป็นตัวทำละลายสีที่ใช้พ่นตัวถังรถยนต์แทนการใช้สีที่มีทินเนอร์เป็นตัวทำละลาย เพื่อช่วยลดมลภาวะทางอากาศ เพิ่มเติมให้กับโรงงานของเราอีก 2 แห่งคือ โรงงานโตโยต้าสำโรงและโรงงานโตโยต้าเกตเวย์ นอกเหนือจากโรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์ที่ใช้ระบบนี้ตั้งแต่ก่อตั้งโรงงานเมื่อ พ.ศ. 2550 ซึ่งจากการนำเทคโนโลยีนี้มาปรับใช้ ทำให้สามารถลดปริมาณสารอินทรีย์ระเหย (VOC) ลงได้เป็นอย่างมาก

นอกเหนือจากการจัดการภายในโรงงาน โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทยยังคงดำเนินกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของเราอย่างต่อเนื่อง โดยในปีนี้ได้จัดกิจกรรมโดยอิงจากหนึ่งใน 3 แนวคิดโรงงานแห่งความยั่งยืน (Sustainability plant) นั่นคือการปลูกป่าอย่างยั่งยืน ซึ่งจะเป็ต้นแบบให้กับโรงงานอื่นๆ ของโตโยต้าต่อไป

กิจกรรมการปลูกป่าอย่างยั่งยืนนี้ (Eco Forest) ถูกจัดขึ้นในวันอาทิตย์ที่ 3 สิงหาคม พ.ศ.2551 ภายในโรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์ โดยผู้เข้าร่วมเป็นพนักงานบริษัทโตโยต้าและครอบครัว รวมทั้งชุมชน, องค์กรเอกชน, ผู้ผลิตและผู้แทนจำหน่ายของโตโยต้ากว่า 13,000 คน ในการปลูกป่าดั้งเดิมในเนื้อที่กว่า 25,000 ตารางเมตร เพื่อเป็นการกระตุ้นจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม และเรื่องของการลดโลกร้อนให้กับทุกภาคส่วน และโตโยต้ายังจัดทำศูนย์เพาะเลี้ยงกล้าไม้ขึ้นในโรงงานบ้านโพธิ์ โดยแจกจ่ายกล้าไม้ เพื่อขยายแนวความคิดโครงการปลูกป่านี้ให้กับผู้ผลิตชิ้นส่วนและตัวแทนจำหน่ายของเรา และเพื่อเป็นศูนย์กลางในการสนับสนุนและเป็นแหล่งเพาะพันธุ์กล้าไม้ให้โตโยต้าในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกต่อไป

จะเห็นได้ว่า โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย เล็งเห็นความสำคัญในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและจากการพัฒนากิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องยาวนานที่เราตั้งใจคืนประโยชน์ให้กับสังคม และยังคงไม่หยุดยั้งในการเป็นกลไกสำคัญในขยายแนวคิดนี้ไปยังภาคส่วนต่างๆ ด้วยความมุ่งมั่นที่จะเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้นำบริษัทรถยนต์ด้านการรักษาสภาพแวดล้อมของประเทศไทยต่อไป





ปรัชญาองค์กร



## ปรัชญาองค์กร

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด (TMT) ได้ทุ่มเทในการสนับสนุนและพัฒนาสังคมควบคู่กับอุตสาหกรรมด้วยความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการให้ความสำคัญกับการพัฒนาสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย ตลอดจนมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีคุณภาพเป็นเลิศอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด โดยทั้งหมดนี้ได้อาศัยหลักการแนวทางการจัดการของโตโยต้า ซึ่งแนวทางนี้ได้สะท้อนให้เห็นถึงแนวความคิดของบริษัท ที่เป็นแรงผลักดันในการเป็นบริษัทในกลุ่มโตโยต้า และผู้มีส่วนร่วมในบริษัทช่วยกันพัฒนาสังคมควบคู่ไปกับการพัฒนาบริษัทอย่างยั่งยืนตลอดไป

### แนวทางจัดการของโตโยต้า (Toyota Guiding Principle)

1. ให้ความสำคัญต่อกฎหมายของนานาชาติ โดยการปฏิบัติตามกฎหมายของทุกประเทศและดำเนินธุรกิจอย่างเปิดเผยตรงไปตรงมา และเป็นพนักงานที่ดีของหน่วยงานโดยประกอบกิจกรรมของหน่วยงานอย่างเปิดเผยและซื่อตรง
2. ให้ความเคารพวัฒนธรรมและประเพณีของทุกประเทศและสนับสนุนการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมผ่านการดำเนินงานทางธุรกิจ
3. อุทิศและเสียสละในการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่สะอาดและปลอดภัยและเพิ่มคุณภาพชีวิต ในทุกที่ผ่านทางทุกๆ กิจกรรมของเรา
4. สร้างและพัฒนาเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย พร้อมทั้งจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีเยี่ยมซึ่งเต็มเต็มความต้องการของผู้ใช้บริการทั่วโลก
5. ส่งเสริมวัฒนธรรมในองค์กรที่จะช่วยเพิ่มความสามารถในการสร้างสรรค์ของแต่ละบุคคลและคุณค่าการทำงานร่วมกันเป็นหมู่คณะ ขณะเดียวกันมีความไว้วางใจซึ่งกันและกันและมีความเคารพนับถือและให้เกียรติซึ่งกันและกัน
6. สร้างสัมพันธ์ที่ดีเพื่อเติบโตคู่สังคมและชุมชนทั่วโลกผ่านนวัตกรรมการบริหารจัดการองค์กร
7. ร่วมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจในการวิจัยและการสร้างสรรค์ เพื่อความสำเร็จที่มั่นคงการเติบโตในระยะยาวและผลประโยชน์ร่วมกัน พร้อมทั้งเปิดรับพันธมิตรใหม่ๆ ในเวลาเดียวกัน





## วิสัยทัศน์

1. เป็นหนึ่งในบริษัทแกนนำของเครือข่ายโตโยต้าทั่วโลก
2. เป็นบริษัทรถยนต์ที่ได้รับการยอมรับและยกย่องที่สุดในประเทศไทย

## พันธกิจ

1. สร้างความแข็งแกร่งในการปฏิบัติงานและส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างเอเชียแปซิฟิก
2. บรรลุการเป็นผู้นำในด้านความพึงพอใจของลูกค้าและในด้านสัดส่วนการตลาด
3. กำหนดให้ความปลอดภัยเป็นกิจกรรมที่สำคัญที่สุดของกิจกรรมรากฐานของบริษัท
4. สร้างสังคมที่มีคุณภาพโดยการทำกิจกรรมที่มีคุณค่าเพื่อสังคม

## หลักการ

1. มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยการท้าทายและเปลี่ยนแปลงสิ่งต่างๆ  
ไม่ว่าเราทำได้ดีเพียงใดแล้วก็ตาม เราจะทำให้ "ดียิ่งขึ้น" ตลอดเวลา ดังนั้นเราจะพัฒนาตัวเองอย่างต่อเนื่องโดยการท้าทายสถานการณ์ปัจจุบันและการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่างๆ
2. ยอมรับผู้คนและความต้องการของเขา  
เราจะทุ่มเทความพยายามในการเสริมสร้างความไว้วางใจกัน ความพึงพอใจ ความกลมกลืน และการทำงานเป็นทีม เราจะใส่ใจต่อผลประโยชน์ระยะยาวของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเรา
3. ยึดหลักความพึงพอใจของลูกค้า  
ด้วยความตระหนักว่าลูกค้าเป็นหัวใจของความสำเร็จ เราไม่เพียงแต่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ แต่ยังคำนึงถึงความต้องการในอนาคตของลูกค้าด้วย
4. ทุ่มเทเพื่อมาตรฐานสูงสุด  
ไม่เพียงแต่บรรลุมาตรฐานระดับสูงในปัจจุบันเท่านั้นแต่เราจะกำหนดมาตรฐานใหม่ให้กับอุตสาหกรรม ทั้งในด้านคุณภาพ เทคโนโลยี ความสามารถ และความรับผิดชอบต่อสังคม เราจะส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ทำให้ลูกค้าพอใจเหนือกว่าระดับที่คาดหวัง
5. ปลุกฝังจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม  
เรามุ่งที่จะส่งเสริมสนับสนุนต่อเศรษฐกิจและสังคมอย่างมีจริยธรรม พร้อมทั้งรักษาสิ่งแวดล้อมให้ดีที่สุด



## ภาพรวมของบริษัท

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด เป็นผู้ผลิตรถยนต์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 5 ตุลาคม พ.ศ. 2505 ทุนจดทะเบียน ณ ปัจจุบัน 7,520 ล้านบาท มีโรงงานที่ผลิตรถยนต์ 4 แห่ง ได้แก่ โรงงานลำโพง (ผลิตรถยนต์เพื่อการพาณิชย์) โรงงานไทยออดีเว็คส (ผลิตรถยนต์เพื่อการพาณิชย์) โรงงานเกดเวย์ (ผลิตรถยนต์นั่งส่วนบุคคล) และโรงงานบ้านโพธิ์ (ผลิตรถยนต์เพื่อการพาณิชย์) มีกำลังการผลิตรวม 550,000 คันต่อปี นอกจากนี้โตโยต้าจะผลิตและประกอบรถยนต์เพื่อจำหน่ายภายในประเทศแล้ว โตโยต้านำเข้าและส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนอะไหล่ไปยัง กว่า 140 ประเทศทั่วโลก ในปี พ.ศ. 2550 โตโยต้าได้สร้างโรงงานบ้านโพธิ์ ในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยส่วนแรกของโรงงานมีกำลังการผลิต 100,000 คันต่อปี เพื่อตอบสนองความต้องการ

ของตลาดที่เพิ่มมากขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศยิ่งไปกว่านั้น โรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์ ยังเป็นเครื่องหมายการเจริญเติบโตของโตโยต้า และเป็นโรงงานผลิตรถยนต์ที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดแห่งหนึ่งในภูมิภาคนี้ในด้านของ ความปลอดภัย คุณภาพ ต้นทุน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ตั้งสำนักงานใหญ่อยู่ที่ แขวงลำโพงใต้ เขตพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ มีพนักงานรวมมากกว่า 13,000 คน โดยแบ่งเป็น 6 สายงานหลัก ได้แก่ สายงานการตลาด สายงานการผลิต สายงานเทคนิค สายงานการบริหาร สายงานพิเศษ และสถาบันโตโยต้า

## บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีบริษัทในเครือ 8 แห่ง ดังนี้

- Hino Motor Manufacturing Co., Ltd.**  
ผลิตรถบรรทุก รถขนส่ง และโครงสร้างรถยนต์
- Siam Toyota Manufacturing Co., Ltd.**  
ผลิตและประกอบเครื่องยนต์
- Thai Auto Work Co., Ltd.**  
ผลิตและประกอบรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ (ดีแค็บ) และรถฟอร์จูนเนอร์
- Toyota Body Service Co., Ltd.**  
เป็นบริษัทให้บริการซ่อมแซมตัวถังและสีของรถยนต์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งมีช่องการซ่อมถึง 120 ช่อง สามารถให้บริการรถยนต์ได้ 12,000 คันต่อปี
- Toyota Leasing (Thailand) Co., Ltd.**  
เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างสถาบันการเงินทั้งภายในและภายนอกประเทศ และบริษัทในเครือบริการช่วยเหลือทางด้านการเงินผ่านตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศเพื่อให้ลูกค้ามีแผนในการชำระเงิน
- Toyota Transport (Thailand) Co., Ltd.**  
บริการส่งรถยนต์จากโรงงาน สู่วัฒนจำหน่ายทั่วประเทศ
- Toyota Automotive Technology Co., Ltd.**  
โรงเรียนวิชาชีพทางอุตสาหกรรมยานยนต์
- Rachamongkol Rice Co., Ltd. (RRC)**  
โรงสีข้าว รัชมงคล

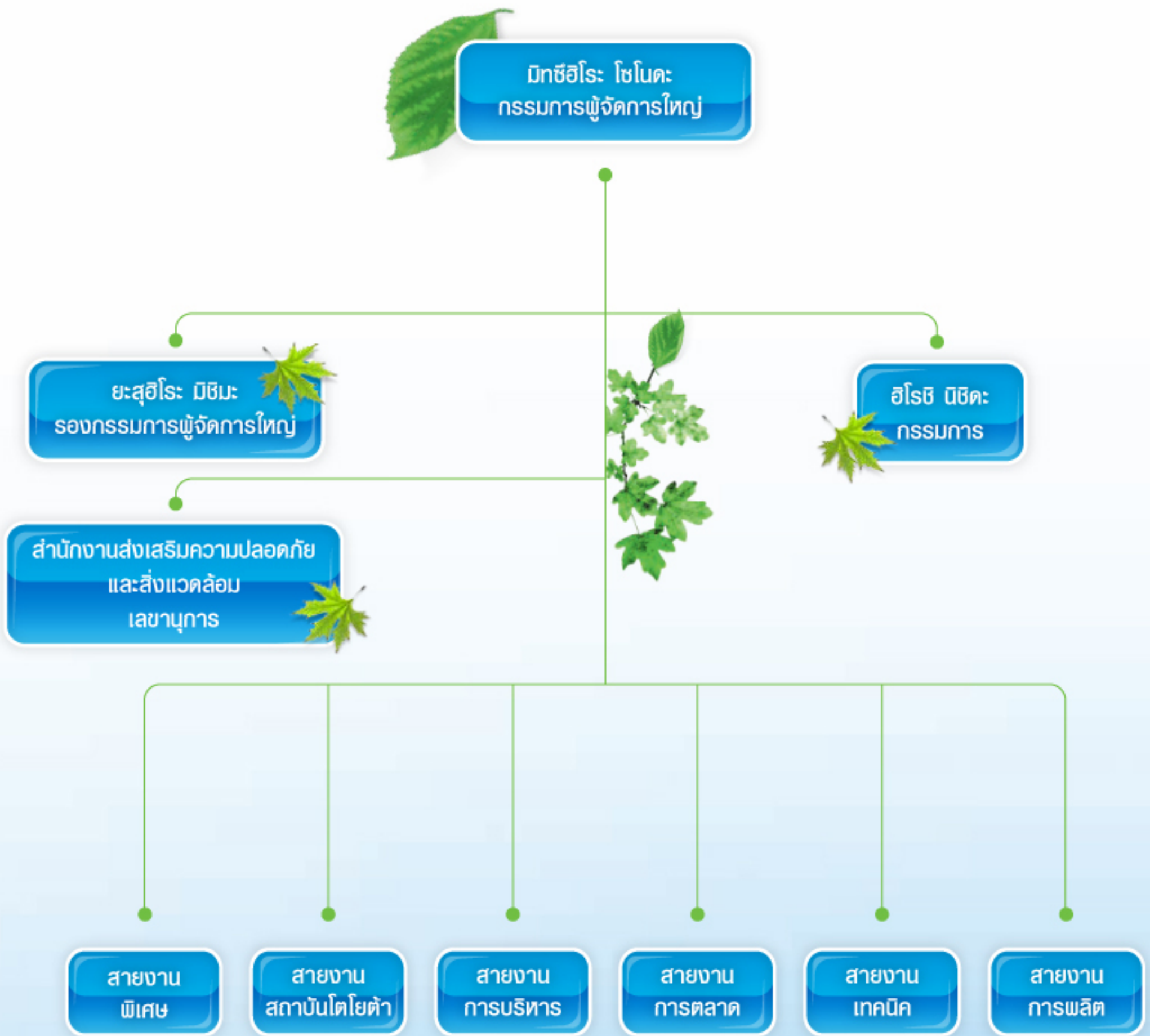


ในปี พ.ศ. 2546 โตโยต้า เทคโนโลยีคอล เซ็นเตอร์ เอเชีย แปซิฟิก (TT-CAP) ได้ก่อตั้งขึ้นในประเทศไทยเพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลางของการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในระยะแรก TT-CAP มีหน้าที่พัฒนาและปรับปรุงชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ อย่างไรก็ตาม จุดมุ่งหมายในระยะยาวของ TT-CAP คือการได้ออกแบบรถยนต์ทั้งคันซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย มาก ในปี พ.ศ. 2547 โตโยต้ามีความภาคภูมิใจที่ได้มีส่วนร่วมในวางแผนกลยุทธ์ของโตโยต้าทั่วโลก โดยการเป็นผู้ริเริ่มโครงการผลิตรถยนต์อเนกประสงค์เพื่อส่งออกทั่วโลก หรือ IMV โตโยต้าบริษัทแม่ที่ญี่ปุ่นมอบหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในการผลิตและหน่วยสนับสนุนการผลิตรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ขนาด 1 ตัน นี่คือการก้าวแรกของโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ในเวทีโลก

ในปี พ.ศ. 2550 Toyota Motor Asia Pacific Engineering & Manufacturing (TMAP-EM) ได้ก่อตั้งขึ้นและทำงานร่วมกับ Toyota Parts Center Asia Pacific (TP-CAP) และ Toyota Technical Center Asia Pacific (TT-CAP) เพื่อสนับสนุนวิศวกรรมการผลิตในเครือขายโตโยต้าให้เข้มแข็งขึ้นต่อไป



# โครงสร้างคณะกรรมการต้นสิ่งแวดล้อม บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด





## นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัยและความปลอดภัย ของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด



### นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

1. บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จะปฏิบัติตามกฎหมาย และมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายในบริษัท พร้อมทั้งมีความมุ่งมั่นที่จะบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางด้านสิ่งแวดล้อมที่วางไว้
2. บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จะทุ่มเทปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับการทำงานของระบบสิ่งแวดล้อมและการป้องกันมลพิษซึ่งบรรลุได้โดย
  - มุ่งเน้นที่จะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเนื่องจาก วัตถุดิบและกระบวนการผลิตโดยการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากสิ่งเหล่านั้น ก่อนที่จะนำวัตถุดิบใหม่มาใช้หรือก่อนมีกระบวนการผลิตใหม่ๆ
  - หาวิธีลดปริมาณการใช้พลังงาน ลดระดับมลพิษและปริมาณของเสียที่ออกสู่สิ่งแวดล้อม
3. บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีความพยายามที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อพนักงานทุกคนเพื่อให้การปฏิบัติและการบริหารงานด้านสิ่งแวดล้อมบังเกิดผลมากที่สุด
4. ตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสารกับชุมชนในท้องถิ่นและให้ความร่วมมือที่ดีในกิจกรรมการรักษาสิ่งแวดล้อม

### นโยบาย อาชีวอนามัย และความปลอดภัยของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด (บริษัทฯ) จะประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ให้เป็นไปในลักษณะที่ส่งเสริมความปลอดภัยให้แก่พนักงาน บุคคลที่เกี่ยวข้อง ลูกค้าและประชาชน บริษัทฯ จะพยายามป้องกันอุบัติเหตุ การบาดเจ็บ และความเจ็บป่วยเนื่องจากงานอาชีพด้วยความร่วมมืออย่างจริงจังของพนักงานทุกคน บริษัทฯ มีความผูกพัน ที่จะพยายามอย่างต่อเนื่อง เพื่อตรวจหาให้พบและขจัดเสีย หรือควบคุมความไม่ปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อดำเนินการตามนโยบายที่กล่าวมานี้ บริษัทฯ จะ

1. ดำเนินการและพัฒนา ระบบการจัดการอาชีวอนามัย และความปลอดภัยตามมาตรฐาน มอก. 18001 OHSAS 18001 อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับข้อกำหนดของกฎหมาย และข้อกำหนดอื่นๆ ที่องค์กรได้ทำข้อตกลงไว้
2. ดำเนินการปรับปรุงและป้องกันอันตรายจากเครื่องจักร เครื่องมือ อัคคีภัย สารเคมี และอันตราย ซึ่งมีความเสี่ยงตั้งแต่ระดับปานกลางขึ้นไป รวมทั้งควบคุมความเสี่ยงทุกระดับในองค์กร โดยกำหนดเป็นวัตถุประสงค์ด้านอาชีวอนามัย และความปลอดภัย ประจำปี และสื่อสารให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคนนำไปปฏิบัติ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
3. ให้การสนับสนุนทรัพยากรทั้งในเรื่อง บุคลากร เวลา งบประมาณ และการฝึกอบรมที่เหมาะสมและเพียงพอ
4. กล่าวย้าให้พนักงาน ผู้รับเหมา และผู้ที่เข้ามาปฏิบัติงานในบริษัท ทราบว่าการรักษาความปลอดภัย เป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของทุกคน รวมทั้งความปลอดภัยนอกงาน
5. ทำการทบทวน และประเมินผลการดำเนินงาน ตามความเหมาะสมเพื่อทราบความก้าวหน้า และเพื่อให้แน่ใจว่าปฏิบัติตามนโยบายเกี่ยวกับความปลอดภัยนี้





# ความสำเร็จและความภาคภูมิใจของโตโยต้า ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน



รางวัลและความสำเร็จต่างๆ ที่ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้รับอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันนั้น เป็นผลมาจากความพากเพียรพยายาม ทุ่มเททั้งแรงกายแรงใจ เพื่อรักษาคุณภาพมาตรฐาน และปรับปรุงพัฒนาตัวเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้รถยนต์ที่มีคุณภาพสูงสุด สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่ง บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ไม่เพียงแต่เป็นองค์กรที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในด้านยอดขายและครองใจลูกค้าเท่านั้น หากแต่ยังเป็นองค์กรหลักที่ให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยมาเป็นอันดับหนึ่ง รางวัลรองชนะเลิศอันดับหนึ่งจากการประกวด "ASEAN Energy Award 2008" ซึ่ง บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้รับเกียรติให้เป็นตัวแทนของประเทศไทยเข้าประกวดติดต่อกันเป็นปีที่ 2 นั้น เป็นการตอกย้ำภาพความเป็นผู้นำทางด้านสิ่งแวดล้อมได้เป็นอย่างดี ซึ่งการจะเติบโตอย่างมั่นคงได้นั้นต้องมาจากรากฐานที่มี

ความแข็งแรง ดังจะเห็นได้จาก "รางวัลเชิดชูเกียรติสถานประกอบการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการ ประจำปี 2550" ซึ่งได้รับติดต่อกันเป็นปีที่ 5 ยังผลให้ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ก้าวขึ้นสู่ความเป็นบริษัทชั้นนำยอดเยี่ยมโดยมีรางวัล "Thailand Excellence Awards" ด้านความเป็นเลิศทางด้านการตลาดและความเป็นเลิศด้านสินค้าและบริการเป็นเครื่องการันตี

ความสำเร็จทั้งหมดนี้จะเกิดขึ้นไม่ได้หากขาดความร่วมมือร่วมใจของคณะผู้บริหาร ตลอดจนพนักงานทุกภาคส่วน ซึ่งพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า และเป็นส่วนหนึ่งของคำยืนยันว่าโตโยต้าจะยังคงเดินหน้าพัฒนาตัวเองและเติบโตพร้อมๆ กับสังคมอย่างยั่งยืน

## รางวัลและความสำเร็จที่ได้รับในปี 2550-2551

### รางวัลด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม ประจำปี 2550 - 2551

- 1. โรงงานประกอบรถยนต์ โตโยต้า สำโรง ได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 ASEAN Energy Award 2008



- 2. โรงงานประกอบรถยนต์ โตโยต้า สำโรง ได้รับรางวัลชนะเลิศ ▶  
ระดับประเทศ Thailand Energy Awards 2008  
ด้านอนุรักษ์พลังงาน ประเภทโรงงานควบคุม







◀ 3. โรงงานประกอบรถยนต์ โตโยต้า เกตเวย์ ได้รับรางวัลชนะเลิศ การประกวด Thailand Energy Awards 2008

▼ 4. คุณนาโอกิ โอนะ ประธาน บริษัท ไทยออดีเวคส จำกัด เข้ารับรางวัล ผู้บริหารยอดเยี่ยม ด้านการจัดการพลังงาน ในงาน Thailand Energy Award 2008



### รางวัลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรและพนักงาน

รางวัลเชิดชูเกียรติสถานประกอบกิจการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน ประจำปี 2550 ซึ่งได้รับติดต่อกัน เป็นปีที่ 5 ปี





## รางวัลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และลูกค้า

1. รางวัลอันดับหนึ่ง เจ.ดี. พาวเวอร์ 2008 ด้วยคะแนนสูงสุด ด้านความพึงพอใจของลูกค้าด้านการบริหาร Customer Satisfaction Index - CSI จากสถาบัน เจ.ดี. พาวเวอร์ เอเชีย แปซิฟิก



2. บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้รับ 7 รางวัล "Car of the year' 2007" จากการตัดสินของ บริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้จัดงาน "บางกอก อินเตอร์เนชั่นแนล มอเตอร์โชว์" ครั้งที่ 28 ที่ ไบเทค บางนา

### รางวัลรถยนต์นั่งยอดเยี่ยม

ยาริส

คัมรี่ 2.4

### จำนวน 2 รางวัล

รถขับเคลื่อนสี่ล้อแบบคrossover

รถยนต์นั่งขนาดกลาง เครื่องยนต์ต่ำกว่า 2,500 ซีซี ยอดเยี่ยม

### รางวัลรถเพื่อการพาณิชย์ยอดเยี่ยม

ฟอร์จูนเนอร์ 3.0 V

ไฮลักซ์ วีโก้ 3.0 G

ไฮลักซ์ วีโก้ พรี่รันเนอร์ 3.0 E

โตโยต้า

ไฮลักซ์ วีโก้ 3.0 G

### จำนวน 5 รางวัล

รถเอสยูวียอดเยี่ยม ประเภทเครื่องยนต์ดีเซล (ต่อเนื่องเป็นปีที่3)

รถปิกอัพยอดเยี่ยม ขับเคลื่อน 2 ล้อ เครื่องยนต์ไม่เกิน 3,200 ซีซี

รถปิกอัพยกสูงยอดเยี่ยม เครื่องยนต์ไม่เกิน 3,200 ซีซี

รถส่งออกยอดเยี่ยม (ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2)

รถปิกอัพประหยัดน้ำมันยอดเยี่ยม เครื่องยนต์ไม่เกิน 3,200 ซีซี (ต่อเนื่องเป็นปีที่3)

3. รางวัล "Car of the year 2007" รถยนต์นั่งระดับหรูยอดเยี่ยม ในรุ่น LS460 จากการตัดสินของ บริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้จัดงาน "บางกอก อินเตอร์เนชั่นแนล มอเตอร์โชว์" ครั้งที่ 28

4. ได้รับรางวัลจากงาน Thailand Corporate Excellence Award จำนวน 2 รางวัล ได้แก่

- ความเป็นเลิศด้านการตลาด
- ความเป็นเลิศด้านคุณภาพของสินค้าและการบริการ





## รางวัลและความสำเร็จที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม

ปี		รางวัลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรและพนักงาน
2550	2007	<ol style="list-style-type: none"> <li>บริษัทไทยออดีเวลล์ จำกัด ได้รับรางวัล "Thailand Energy Award 2007" ด้านการอนุรักษ์พลังงาน ประเภทโรงงานควบคุม</li> <li>บริษัทไทยออดีเวลล์ จำกัด ได้รับรางวัลชนะเลิศอันดับหนึ่ง "ASEAN Energy Award 2007" ที่ประเทศสิงคโปร์</li> <li>โรงงานประกอบรถยนต์ โตโยต้า เกตเวย์ ได้รับรางวัล "อุตสาหกรรมดีเด่น ประเภทการจัดการพลังงาน ประจำปี 2550" จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมกระทรวงอุตสาหกรรม</li> </ol>
2549	2006	<ol style="list-style-type: none"> <li>รางวัลอุตสาหกรรมยอดเยี่ยม ประจำปี 2549 จัดโดยกระทรวงอุตสาหกรรม</li> <li>รางวัลสถานประกอบกิจการดีเด่น ด้านสวัสดิการแรงงาน ประจำปี 2549 จัดโดยกระทรวงแรงงาน</li> <li>รางวัลสถานประกอบกิจการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์ 3 ปีซ้อน (2547-2549) จัดโดยกระทรวงแรงงาน</li> <li>ภาพยนตร์โฆษณาชุด "มิตรธรรมชาติ" ได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 ภาพยนตร์โฆษณาดีเด่นทางโทรทัศน์เพื่อผู้บริโภค ครั้งที่ 6 จากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)</li> <li>รางวัล "Thailand Corporate Excellence Award" ทั้งสิ้น 7 รางวัล (จากทั้งหมด 9 รางวัล) โดยแบ่งเป็น 3 รางวัลแห่งความเป็นเลิศในด้านต่างๆ ดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> <li>องค์กรที่ให้ความสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรม และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ</li> <li>องค์กรที่มีความเป็นเลิศด้านการตลาด</li> <li>องค์กรที่ให้ความสำคัญต่อคุณภาพของสินค้าและ/หรือคุณภาพของการบริการ</li> </ol> </li> </ol> <p>สำหรับรางวัลประกาศนียบัตร แบ่งเป็น 4 ประเภท ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>องค์กรที่ให้ความสำคัญต่อสังคมและหรือสิ่งแวดล้อม</li> <li>องค์กรที่ให้ความสำคัญต่อการประหยัดพลังงาน</li> <li>องค์กรที่ให้ความสำคัญต่อการจัดการทรัพยากรบุคคล</li> <li>องค์กรที่มีความเป็นเลิศโดยรวม</li> </ol>
2548	2005	<ol style="list-style-type: none"> <li>โรงงานประกอบรถยนต์โตโยต้าสำโรง ได้รับรางวัล "อุตสาหกรรมดีเด่น ประเภทการบริหารงานคุณภาพ ประจำปี 2548"</li> <li>รางวัลสถานประกอบกิจการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์ ประจำปี 2548</li> <li>รางวัลสถานประกอบกิจการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์ 3 ปีซ้อน (2546-2548) จัดโดยกระทรวงแรงงาน</li> <li>โรงงานประกอบรถยนต์โตโยต้าเกตเวย์ ได้รับรางวัล "สถานประกอบกิจการดีเด่น ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน" จากกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม (4 ปีซ้อน)</li> </ol>
2547	2004	<ol style="list-style-type: none"> <li>โรงงานรถยนต์โตโยต้าสำโรงได้รับรางวัล "อุตสาหกรรมดีเด่น ประเภทการเพิ่มผลผลิต"</li> <li>โรงงานประกอบรถยนต์โตโยต้าเกตเวย์ ได้รับรางวัล "สถานประกอบกิจการดีเด่น ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน" จากกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม</li> <li>รางวัลสถานประกอบกิจการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์ ประจำปี 2548</li> </ol>
2546	2003	<ol style="list-style-type: none"> <li>โรงงานรถยนต์โตโยต้าสำโรงได้รับรางวัล "อุตสาหกรรมดีเด่น ด้านสิ่งแวดล้อม ปี 2546" จากฯพณฯ นายกรัฐมนตรี</li> <li>โรงงานรถยนต์โตโยต้าเกตเวย์ ได้รับรางวัล "สถานประกอบกิจการดีเด่น ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม ในการทำงาน" จากกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม</li> <li>รางวัลสถานประกอบกิจการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์ ประจำปี 2548</li> </ol>
2545	2002	<ol style="list-style-type: none"> <li>โรงงานรถยนต์โตโยต้าเกตเวย์ได้รับรางวัล "สถานประกอบกิจการดีเด่น ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม ในการทำงาน" จากกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม</li> <li>โรงงานรถยนต์โตโยต้าสำโรง ได้รับรางวัล "อุตสาหกรรมดีเด่นประเภทการบริหารความปลอดภัย ประจำปี 2543" จากกระทรวงอุตสาหกรรม</li> </ol>
2544	2001	<ol style="list-style-type: none"> <li>โรงงานรถยนต์โตโยต้าเกตเวย์ ได้รับรางวัลการดำเนินการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดในสถานประกอบการประจำปี 2544 จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน จังหวัดฉะเชิงเทรา</li> <li>โรงงานรถยนต์โตโยต้าเกตเวย์ ได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณอุตสาหกรรมชมเชย "ความมุ่งมั่นสู่มาตรฐานอุตสาหกรรมดีเด่น ประเภทการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม" ประจำปี 2544 จากกระทรวงอุตสาหกรรม</li> </ol>
2543	2000	<ol style="list-style-type: none"> <li>โรงงานรถยนต์โตโยต้าสำโรง ได้รับรางวัล "อุตสาหกรรมดีเด่น ด้านสิ่งแวดล้อม ปี 2543" จากฯพณฯ นายกรัฐมนตรี</li> <li>โรงงานรถยนต์โตโยต้าเกตเวย์ ได้รับรางวัล "อุตสาหกรรมดีเด่นประเภทการบริหารความปลอดภัย ประจำปี 2543" จากกระทรวงอุตสาหกรรม</li> <li>โรงงานรถยนต์โตโยต้าเกตเวย์ ได้รับรางวัล "สถานที่ทำงานน่าอยู่ ประเภทโบว์รองทองจากกรมอนามัย ประจำปี 2543" จากกระทรวงสาธารณสุข</li> </ol>



ปี		รางวัลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าและผลิตภัณฑ์
2549	2006	<p>1.4 รางวัล "คาร์ออฟเดอะเยียร์ 2006" จากการตัดสินของ บริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้จัดงาน "บางกอก อินเตอร์เนชั่นแนล มอเตอร์โชว์" ครั้งที่ 27</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- พอร์จูนเนอร์ 3.0 V รถเอสยูวียอดเยี่ยม ประเภทเครื่องยนต์ดีเซล (ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2)</li> <li>- ไฮลักซ์ วีโก้ 3.0 G เอ็กซ์ทราแค็บ ขับเคลื่อน 4 ล้อ รถปิกอัพยอดเยี่ยม ประเภทแค็บ ขับเคลื่อน 4 ล้อ (ต่อเนื่องเป็นปีที่2)</li> <li>- ไฮลักซ์ วีโก้ ดีไฟร์ดี 3.0 G ขับเคลื่อน 2 ล้อ รถปิกอัพประเภทยาน้ำมันยอดเยี่ยม ประเภทเครื่องยนต์ 3000 ซีซี (ต่อเนื่องเป็นปีที่2)</li> <li>- โตโยต้า รถส่งออกยอดเยี่ยม</li> </ul> <p>2. รางวัล เจ.ดี. เพาเวอร์ เอเชียแปซิฟิก 2006 จากการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้รถ ประจำปี 2006</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ยาริส รถยนต์นั่งขนาดกลางระดับต้นยอดเยี่ยม</li> <li>- โคโรลล่า อัลติส รถยนต์นั่งขนาดกลางยอดเยี่ยม (ต่อเนื่อง 3 ปีซ้อน)</li> <li>- ไฮลักซ์ วีโก้ แบบมาตรฐาน รถกระบะ 1 ตัน แบบมาตรฐานยอดเยี่ยม (ต่อเนื่อง 2 ปีซ้อน)</li> <li>- ไฮลักซ์ วีโก้ พรี่รันเนอร์ รถกระบะ 1 ตัน แบบมีแค็บยอดเยี่ยม (ต่อเนื่อง 2 ปีซ้อน)</li> <li>- ไฮลักซ์ วีโก้ ดับเบิลแค็บ รถกระบะ 1 ตัน แบบ 4 ประตูยอดเยี่ยม (ต่อเนื่อง 2 ปีซ้อน)</li> </ul> <p>3. รางวัล "ธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยมแห่งปี 2549" (TAQA : Thailand Automotive Quality Award 2006) จากกระทรวงอุตสาหกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รางวัล "ธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยม" ด้านคุณภาพการขาย</li> <li>- ประเภทรถยนต์เพื่อการพาณิชย์</li> <li>- รางวัล "ธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยม" ด้านผลิตภัณฑ์</li> <li>- โคโรลล่า อัลติส ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็ก</li> <li>- คัมรี่ ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดกลางใหญ่</li> <li>- วิซ ประเภทรถยนต์อเนกประสงค์</li> </ul>
2548	2005	<p>1. รางวัลรถยนต์ยอดเยี่ยมแห่งปี "Car of the Year 2004" หรือ ในงาน Bangkok International Motor Show ครั้งที่ 26 ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รถยนต์ SUV ยอดเยี่ยม (เครื่องยนต์ดีเซล) ได้แก่ พอร์จูนเนอร์ 3.0 V</li> <li>- รถปิกอัพยอดเยี่ยม ประเภทแค็บ ขับเคลื่อน 4 ล้อ ได้แก่ ไฮลักซ์ วีโก้ เอ็กซ์ทราแค็บ ขับเคลื่อน 4 ล้อ 3.0 G</li> <li>- รถปิกอัพยอดเยี่ยม ประเภทดับเบิลแค็บ ขับเคลื่อน 4 ล้อ ได้แก่ ไฮลักซ์ วีโก้ ดับเบิลแค็บ ขับเคลื่อน 4 ล้อ 3.0 G</li> <li>- รถปิกอัพประเภทยาน้ำมันยอดเยี่ยม เครื่องยนต์ 3000 ซีซี ได้แก่ ไฮลักซ์ วีโก้ ขับเคลื่อน 2 ล้อ 3.0 G</li> </ul> <p>2.4 รางวัลรถยนต์คุณภาพยอดเยี่ยม (IQS : Initial Quality Satisfaction) "เจ.ดี.เพาเวอร์ เอเชียแปซิฟิก 2005"</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- โคโรลล่า อัลติส - ไฮลักซ์ วีโก้ แบบมาตรฐาน</li> <li>- ไฮลักซ์ วีโก้ แบบเอ็กซ์ทราแค็บ - ไฮลักซ์ วีโก้ แบบดับเบิลแค็บ</li> </ul> <p>3.5 รางวัล "ธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยมแห่งปี 2548" (TAQA) ณ กระทรวงอุตสาหกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไซลูน่า วีโอส รางวัลด้านผลิตภัณฑ์และลูกค้าประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็ก</li> <li>- คัมรี่ ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดกลางใหญ่</li> <li>- พอร์จูนเนอร์ ประเภทรถอเนกประสงค์</li> <li>- ไฮลักซ์ วีโก้ ประเภทรถเพื่อการพาณิชย์ขนาด 1 ตัน แบบ 2 ประตู ขับเคลื่อน 4 ล้อ</li> <li>- ไฮลักซ์ วีโก้ ประเภทรถเพื่อการพาณิชย์ขนาด 1 ตัน แบบ 4 ประตู</li> </ul>
2547	2004	<p>รางวัลรถยนต์ยอดเยี่ยมแห่งปี "Car of the Year 2004" หรือ ในงาน Bangkok International Motor Show ครั้งที่ 25 ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รถยนต์นั่งขนาดกลางรุ่นไม่เกิน 2.4 ซีซี ได้แก่ โตโยต้า คัมรี่ 2.4Q</li> <li>- รถยนต์นั่งอเนกประสงค์ ได้แก่ โตโยต้า วิซ</li> <li>- รถปิกอัพรุ่นดับเบิลแค็บขับเคลื่อน 4 ล้อ ได้แก่ โตโยต้า สปอร์ต ครูสเซอร์ 3.0</li> <li>- รถปิกอัพรุ่นขับเคลื่อน 2 ล้อ ได้แก่ โตโยต้า ไฮลักซ์ โทเกอร์ ดีไฟร์ดี 2.5E</li> <li>- ยอดรถปิกอัพที่มีเทคโนโลยีแห่งความประหยัดและไร้มลภาวะ ได้แก่ โตโยต้า ไฮลักซ์ โทเกอร์ ดีไฟร์ดี</li> </ul>
2546	2003	<p>1. รางวัล "รถยนต์ยอดเยี่ยมแห่งปี 2003" ดังต่อไปนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รางวัลรถกระบะยอดเยี่ยมประเภท 4X2 (ไฮลักซ์ โทเกอร์)</li> <li>- รางวัลรถกระบะประเภทยาน้ำมันยอดเยี่ยม (ไฮลักซ์ โทเกอร์)</li> <li>- รางวัลรถยนต์นั่งประเภทไม่เกิน 1500CC. ยอดเยี่ยม (ไซลูน่า วีโอส)</li> </ul>



## รางวัลและความสำเร็จที่ได้รับด้านผลิตภัณฑ์ และลูกค้า

ปี	รางวัลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าและผลิตภัณฑ์	
2546	2003	<p>2. รางวัล J.D Power ด้านการบริการตัวแทนจำหน่ายอันดับหนึ่ง เป็นปีที่ 2 จากสถาบัน J.D. Power &amp; Associates</p> <p>3. รางวัล "ธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยมแห่งปี 2546" หรือ "Thailand Automotive Quality Award (TAQA) 2003" จำนวน 6 รางวัล ได้แก่ ด้านคุณภาพการขาย ประเภทรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ รถกระบะขนาด 1 คัน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ด้านบริการหลังการขาย ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคล</li> <li>- ด้านคุณภาพการขาย ประเภทรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ รถกระบะขนาด 1 คัน</li> <li>- ด้านบริการหลังการขาย ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคล</li> <li>- ด้านบริการหลังการขาย ประเภทรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ รถกระบะขนาด 1 คัน</li> <li>- ด้านผลิตภัณฑ์ ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็ก ได้แก่ โตโยต้า ไฮลัคซ์ วีโอส</li> <li>- ด้านผลิตภัณฑ์ ประเภทรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ 2 ประตู ขับเคลื่อน 4 ล้อ ได้แก่ "โตโยต้า ไฮลักซ์ โทเกอร์ ดี ไฟร์ ดี"</li> <li>- ด้านผลิตภัณฑ์ ประเภทรถยนต์อเนกประสงค์ ได้แก่ "โตโยต้า สปอร์ต ไรเดอร์"</li> </ul> <p>4. ได้รับรางวัล "Super brand Performance 2003" จากนิตยสาร Reader's Digest</p>
2545	2002	<p>1. รางวัล Car of the Year จำนวน 4 รางวัลในงานบางกอก อินเตอร์เนชั่นแนลมอเตอร์โชว์ ในเดือน มีนาคม 2545 ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รางวัลยอดเยี่ยมประเทศไทยโตโยต้า ( ไฮลักซ์ โทเกอร์ ดีไฟร์ดี 2.5 )</li> <li>- รางวัลรถกระบะขับเคลื่อน 4 ล้อยอดเยี่ยม ( ไฮลักซ์ โทเกอร์ ดีไฟร์ดี รุ่น เอ็กซ์ทรีมาเค็บ )</li> <li>- รางวัลรถยนต์ตรวจการเครื่องยนต์ดีเซลยอดเยี่ยม ( สปอร์ตไรเดอร์ ดีไฟร์ดี )</li> <li>รางวัลรถซีดานยอดเยี่ยมรุ่นไม่เกิน 1800 ซีซี ( โทโยลล่า อัลติส รุ่น 1.8G )</li> </ul> <p>2. 4 รางวัลธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยม (TAQA) ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รางวัลธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยมด้านคุณภาพการขาย ประเภท รถกระบะ</li> <li>- รางวัลธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยมด้านบริการหลังการขาย ประเภท รถกระบะ</li> <li>- รางวัลธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยมด้านผลิตภัณฑ์รถยนต์นั่งขนาดเล็ก ( โทโยลล่า อัลติส )</li> <li>- รางวัลธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยมด้านผลิตภัณฑ์รถกระบะ 1 คัน ( ไฮลักซ์ โทเกอร์ ดีไฟร์ดี )</li> </ul> <p>3. รางวัลความพึงพอใจลูกค้าสูงสุดด้านการบริการตัวแทนจำหน่ายจาก สถาบัน เจ.ดี. พาวเวอร์ ประจำปี 2545</p>
2544	2001	<p>1. รางวัล "Car of the Year 2001" ดังต่อไปนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รางวัลรถกระบะ 1 คันรุ่น 4WD ยอดเยี่ยม "Hilux Tiger SR5 3.0 1KZ"</li> <li>- รางวัลรถออฟโรด SUV ยอดเยี่ยมเครื่องยนต์ 3,000 ซีซีขึ้นไป "Lexus LX 470"</li> </ul> <p>2. รถยนต์โตโยลล่า อัลติสได้รับรางวัล J.D Power No.1 รถยนต์นั่งระดับกลางคุณภาพยอดเยี่ยมแห่งปี 2544 โดยสถาบัน J.D Power &amp; Associates</p>
2542	1999	<p>รางวัลรถยนต์ยอดเยี่ยมประจำปี 2542</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รถยนต์นั่งยอดเยี่ยมขนาดเครื่องยนต์ 1,501 - 1,800 ซีซี "โตโยต้า โทโยลล่า อัลติส 1.8"</li> <li>- รถยนต์ขับเคลื่อน 4 ล้อ ยอดเยี่ยม ขนาดเครื่องยนต์ 3,000 ซีซี ขึ้นไป "โตโยต้า แลนด์ ครูเซอร์ พร้าโต้"</li> <li>- รถกระบะขับเคลื่อน 4 ล้อ ขายดีที่สุด ประจำปี 2542 "โตโยต้า ไฮลักซ์ โทเกอร์ 4x4"</li> <li>- รถยนต์ออกแบบยอดเยี่ยมที่สุด ประจำปี 2542 "โตโยต้า ไฮลักซ์ สปอร์ต ไรเดอร์"</li> </ul>





การทำเนิงานต้นสิ่งแวดลอม





## การดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม



คุณอภิชัย สิริตตะกุล  
 ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่  
 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

“  
 ความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่ เกิดจากความพยายาม  
 ของพนักงานที่ยิ่งใหญ่ยิ่งกว่า

”

“บัญญัติโลกทัศน์แห่งโตโยต้า” เป็นแนวทางที่จะนำโตโยต้ามุ่งไปสู่การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งหมายถึง การเติบโตของภาคอุตสาหกรรมจะเติบโตได้อย่างยั่งยืนนั้นต้องควบคู่ไปกับการรักษาสภาพแวดล้อมให้ดีขึ้นด้วยสำนักงานส่งเสริมความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมเป็นเสมือนตัวกลางในการผลักดันให้องค์กร ก้าวไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ โตโยต้าไม่เพียงมุ่งเน้นถึงการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมภายในโรงงานเท่านั้น หากแต่รวมไปถึงทุกปัจจัยที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคมและชุมชนรอบข้าง และปัญหาสำคัญที่กำลังเป็นที่จับตามองมากที่สุดในปัจจุบันก็คือภาวะโลกร้อนซึ่งเราไม่อาจปฏิเสธได้ว่าต้นเหตุสำคัญของปัญหานี้เกิดจากการใช้พลังงานและทรัพยากรธรรมชาติในทุกกิจกรรมของมนุษย์ อาทิ การใช้ไฟฟ้า การใช้เชื้อเพลิงในภาคอุตสาหกรรมและครัวเรือนรวมถึงภาคการขนส่ง และการตัดไม้ทำลายป่าเพื่อนำเอาทรัพยากรมาใช้ ล้วนแล้วแต่เป็นกิจกรรมที่เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO<sub>2</sub>) ในชั้นบรรยากาศเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลกตามมา ดังนั้นกิจกรรมการลดการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จึงเป็นประเด็นหลักที่โตโยต้าให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นเสมอมา ดังจะเห็น

ได้จากอัตราการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO<sub>2</sub>) ของโตโยต้าที่ลดลงทุกๆ ปี จากผลการดำเนินงานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 จนถึงปัจจุบัน เราสามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO<sub>2</sub>) ได้ถึง 28% ความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่นี้เกิดขึ้นไม่ได้หากปราศจากมุมมองที่กว้างไกลด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริหารทุกท่าน และความพยายามที่ยิ่งใหญ่ยิ่งกว่าของพนักงานทุกคนที่องค์กร เป็นเครื่องยืนยันให้เห็นถึงความสามัคคี ร่วมมือร่วมใจและห่วงใยในสิ่งแวดล้อมของชาวโตโยต้า

เพื่อให้การรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นไปอย่างยั่งยืน ในปีนี้ โตโยต้าได้กำหนดนโยบายที่จะควบคุมการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ให้อย่างน้อยคงอยู่ที่ระดับเดิม หรือลดลงแม้ปริมาณการผลิตจะเพิ่มขึ้น (CO<sub>2</sub> stabilization) นับเป็นวิสัยทัศน์ที่ก้าวหน้า ซึ่งนโยบายนี้มาปรับใช้เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการปล่อยมลภาวะให้เป็นศูนย์ หรือให้น้อยที่สุดในอนาคตอันใกล้ ด้วยความพยายามที่เราได้ทำมาทั้งหมดนี้เรา “โตโยต้า” หวังจะให้เห็นสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางดีขึ้น เพื่อให้ลูกหลานในอนาคตสามารถอยู่บนโลกที่สวยงามใบนี้ได้ตราบนานเท่านาน

จากแนวทางของ โตโยต้า เอิร์ธ ชาร์เตอร์ เป็นหัวใจของการดำเนินกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทโตโยต้าทั่วโลกตลอดมา และในปีนี้ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (Toyota Motor Corporation) ได้กำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจที่ห่วงใยสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น นั่นคือ บัญญัติโลกทัศน์แห่งโตโยต้า (Toyota Global Vision 2020) ทำให้แผนเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีทิศทางที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

### บัญญัติโลกทัศน์แห่งโตโยต้า (Toyota Global Vision 2020)

ในสังคมปัจจุบันสภาพแวดล้อมรอบๆ อุตสาหกรรมยานยนต์กำลังเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและรุนแรง เมื่อประกอบกับอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ผันผวนเป็นอย่างมากภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก จึงส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการใช้ทรัพยากรระดับโลกท่ามกลางกระแสแห่งความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ หากแต่ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ไม่เคยละทิ้งความพยายามในการทำรังสรรค์รักษาสิ่งแวดล้อมชุมชน และในที่สุดก็ได้วางหลักเกณฑ์ “บัญญัติโลกทัศน์แห่งโตโยต้า” เพื่อกำหนดจุดยืนของโตโยต้า

“

บัญญัติโลกทัศน์แห่งโตโยต้า มุ่งสู่การสร้างโลกอนาคตที่สมบูรณ์และยั่งยืน โดยอาศัยแรงผลักดันจากความมุ่งมั่นของทุกคนที่ช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อมและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเพื่อารเติบโตร่วมกันในภาคอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน

”

ปัจจุบัน โตโยต้าได้ประกาศที่จะ “มุ่งสู่การสร้างโลกอนาคตที่สมบูรณ์และยั่งยืน” ซึ่งเป็นสโลแกนของ “บัญญัติโลกทัศน์แห่งโตโยต้า” เป็นเหมือนคำสัญญาจากโตโยต้าและพนักงานทุกคนที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างโลกอนาคตที่สมบูรณ์และยั่งยืน ซึ่งการจะสำเร็จบรรลุตามเป้าหมายได้นั้น ต้องอาศัยแรงผลักดันจากความมุ่งมั่นของทุกคนที่ช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อม และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เพื่อการเติบโตร่วมกันในภาคอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน





### วิสาหกิจธรรมชาติ

มนุษย์และปศุชนเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติบนโลกใบนี้ โตโยต้าพยายามผลักดันให้ Monozukuri วงล้อแห่งการผลิต หมุนไปพร้อมๆ กับความสมดุลแห่งธรรมชาติ เพื่อรักษาสีเขียวให้เป็นที่ไปอย่างยั่งยืน

### วิสาหกิจอุตสาหกรรม

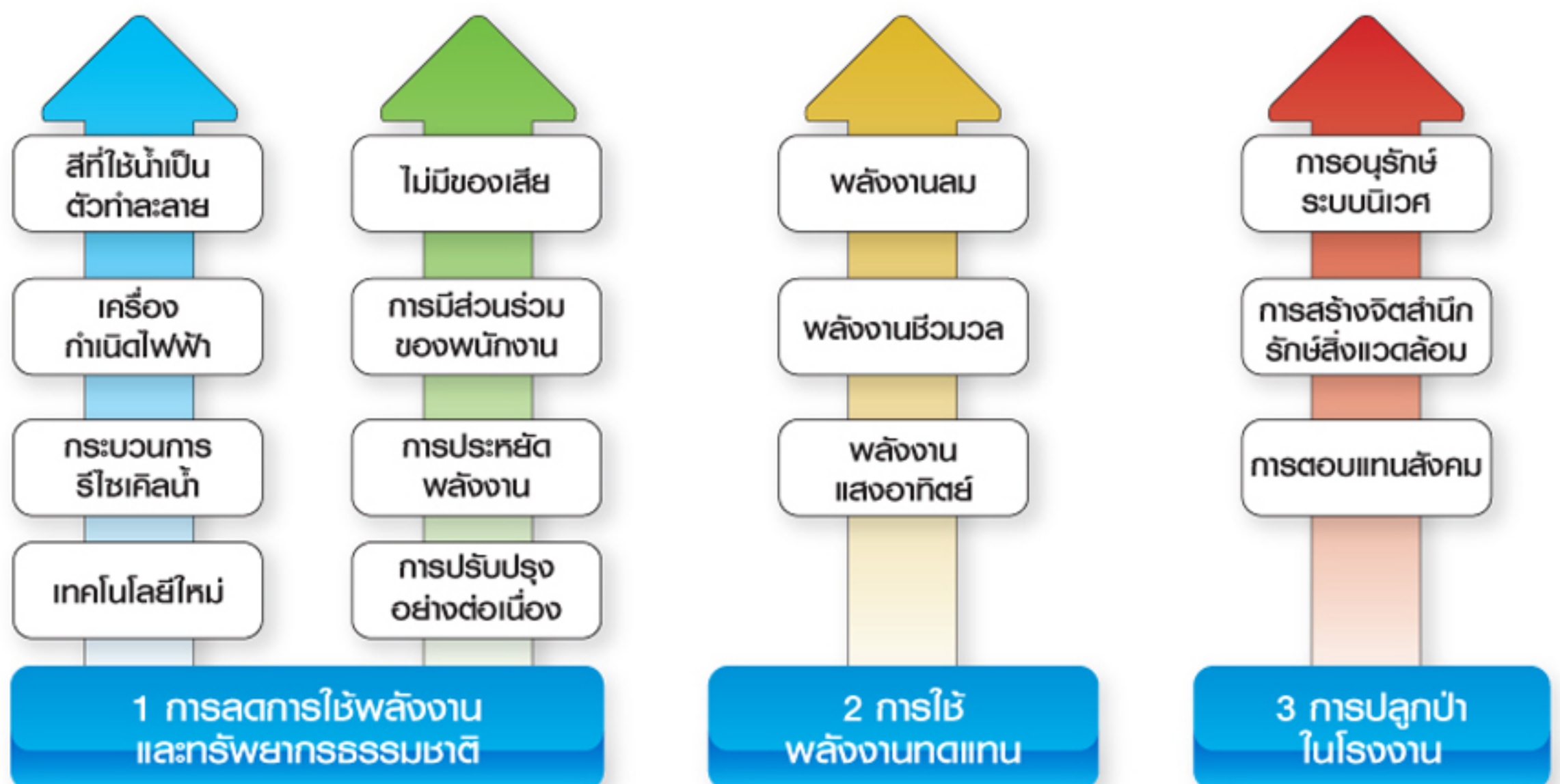
อุตสาหกรรมสร้างสรรค์คุณค่าใหม่ๆ ขณะเดียวกันก็มีอุตสาหกรรมใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมายวนเวียนไปเป็นวัฏจักรแห่งอุตสาหกรรม โตโยต้าเป็นแรงผลักดันอยู่เบื้องหลังการพัฒนา อุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน

เพื่อก้าวไปสู่จุดหมายในปี พ.ศ. 2563 โตโยต้าเชื่อว่าเราควรกลับไปสู่จุดเริ่มต้นของความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติและอุตสาหกรรม โดยสิ่งที่สำคัญที่สุดคือการดำเนินไปพร้อมๆ กันของ monozukuri (การผลิต), มนุษย์, สังคม และธรรมชาติ เพื่อให้วงล้อแห่งการผลิต Monozukuri

ดำเนินไปพร้อมๆ กับวัฏจักรของธรรมชาติได้นั้น โตโยต้าพยายามอย่างยิ่งเพื่อหาความสมดุลแห่งการดำเนินไปด้วยกันของวัฏจักรแห่งธรรมชาติกับวัฏจักรแห่งอุตสาหกรรม เราเชื่อมั่นว่าจะสามารถเอาชนะความท้าทายใหม่นี้เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จได้อย่างแน่นอน

### จากบัญญัติโลกทัศน์แห่งโตโยต้า มุ่งสู่การสร้างโรงงานแห่งความยั่งยืน

เพื่อก้าวไปสู่การสร้างแหล่งผลิตยานยนต์ชั้นนำที่อยู่ร่วมกับสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนตลอดไปนั้น โตโยต้าเล็งเห็นความสำคัญของการผลิตที่ยั่งยืนซึ่งจะเป็นกุญแจสำคัญเพื่อนำไปสู่จุดมุ่งหมาย โรงงานแห่งความยั่งยืนจึงได้ถือกำเนิดขึ้น และนับเป็นความภูมิใจของชาวโตโยต้ามอเตอร์ ประเทศไทย เป็นอย่างยิ่ง ที่โรงงานโตโยต้า บ้านโพธิ์ ได้รับคัดเลือกให้เป็นโรงงานแห่งความยั่งยืนต้นแบบ หนึ่งในแห่งห้าของโลก ซึ่งประกอบด้วย โรงงานซีซีมิ ประเทศญี่ปุ่น, โรงงานโตโยต้า ประเทศอังกฤษ, โรงงานโตโยต้า ประเทศฝรั่งเศส, โรงงานโตโยต้ามิซซึชิบะปี ประเทศสหรัฐอเมริกา และโรงงานโตโยต้า บ้านโพธิ์ ประเทศไทย เพื่อเป็นต้นแบบในการกระจายตัวอย่างที่ดีไปสู่ทุกภูมิภาคทั่วโลก





ซึ่งแนวคิดโรงงานแห่งความยั่งยืนนี้ครอบคลุมกิจกรรมหลัก 3 กิจกรรมด้วยกันคือ

- 1. การลดการใช้พลังงานและทรัพยากรธรรมชาติ** โดยการนำเทคโนโลยีสะอาดมาใช้ในการผลิต อาทิ การพ่นสีที่มีน้ำเป็นตัวทำละลาย เครื่องกำเนิดไฟฟ้าพลังงานความร้อนร่วมจากก๊าซธรรมชาติ การนำน้ำมาผ่านกระบวนการรีไซเคิลและนำกลับมาใช้ใหม่ การลดการใช้พลังงานและการไม่เกิดของเสียในกระบวนการผลิต ซึ่งจะไม่สามารถก้าวไปสู่จุดมุ่งหมายได้อย่างยั่งยืนหากขาดการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกคนและการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Kaizen)
- 2. การใช้พลังงานทดแทน** ซึ่งสามารถผลิตใหม่ได้เรื่อยๆ โดยไม่หมดไป อาทิ พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม และพลังงานชีวมวล
- 3. การฟื้นฟูป่าดั้งเดิม** ซึ่งเป็นการอนุรักษ์ระบบนิเวศในโรงงาน รวมถึงการสร้างจิตสำนึกในการรักษาสีเขียวให้กับพนักงานและชุมชนข้างเคียงเพื่อกระจายแนวคิดนี้ไปยังสังคมต่อไป

และในอนาคตจะมีการขยายแนวความคิดนี้ไปสู่ทั่วทุกโรงงานโดยทั่วยุโรปเพื่อให้ก้าวไปสู่จุดมุ่งหมายเดียวกัน โดยคาดหวังเป็นอย่างยิ่งว่าโรงงานแห่งความยั่งยืนนี้จะเป็แรงผลักดันให้ชุมชนและสังคมตระหนักถึงความสำคัญของการเติบโตไปพร้อมๆ กันของอุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อก้าวไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

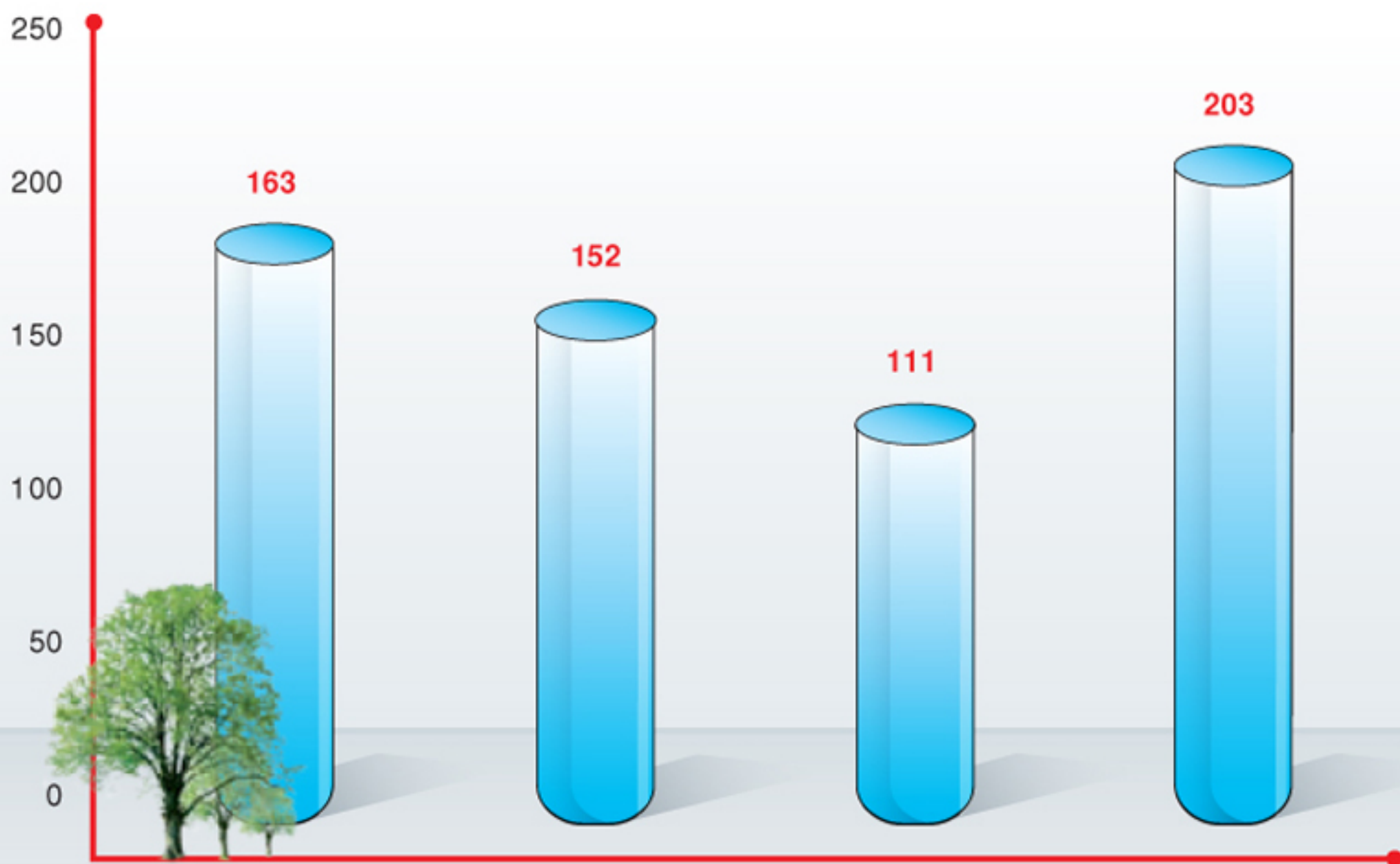
### รายละเอียดบัญชีด้านสิ่งแวดล้อม

ในปี 2550-2551 นี้ได้ใช้งบประมาณทั้งสิ้น 203 ล้านบาท เพื่อปฏิบัติตามแผนการจัดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 5 ปี ที่วางไว้ ซึ่งงบประมาณในปีเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ถึง 45% โดยลงทุนในด้านโครงการประหยัดพลังงาน, การป้องกันมลภาวะทางน้ำปนเปื้อนสู่สิ่งแวดล้อม, การปลูกจิตสำนึกให้กับสังคมโดยใช้สื่อในการผลักดันให้เป็นรูปธรรม, และการเฝ้าระวังปัญหาสิ่งแวดล้อมจากโรงงานสู่สังคมภายนอก (โดยการสุ่มตรวจวัดอย่างสม่ำเสมอ) ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดนี้ได้ ผลักดันให้แผน 5 ปี เป็นความจริงได้ตามเป้าหมายที่วางเอาไว้

รายการ	รายละเอียด	ค่าใช้จ่าย (เม.ย. 49 - มี.ค. 50)			ค่าใช้จ่าย (เม.ย. 50 - มี.ค. 51)				ผลการดำเนินงาน เม.ย. 50 - มี.ค. 51	
		สำโรง	เกตเวย์	รวม (บาท)	สำโรง	เกตเวย์	บ้านโพธิ์	รวม (บาท)		
ค่าบำรุงรักษา	ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับมาตรการทางสิ่งแวดล้อม	การกำจัดขยะ ของเสีย	6,181,498	2,569,382	8,750,880	5,026,290	2,277,518	6,109,095	13,412,903	*เพิ่มขึ้น 53%
	การบำบัดน้ำเสีย	7,807,787	4,540,945	12,348,732	8,402,741	2,165,752	4,127,373	14,695,866	*เพิ่มขึ้น 19%	
	ค่าติดตามตรวจสอบ (น้ำเสีย, คุณภาพอากาศ, คุณภาพดิน, และน้ำบาดาล)	995,373	1,404,984	2,400,357	1,851,000	1,293,100	5,625,610	8,769,710	*เพิ่มขึ้น 265%	
	ค่าจ้างบุคลากรด้านสิ่งแวดล้อม	ค่าจ้างบุคลากร	-	-	9,486,720	-	-	-	10,821,657	เพิ่มขึ้น 14%
	ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการสร้างจิตสำนึก	การจัดทำรายงานด้านสิ่งแวดล้อม	-	-	471,000	-	-	-	500,000	*เพิ่มขึ้น 6%
		สื่อรณรงค์ประชาสัมพันธ์	-	-	14,000,000	-	-	-	23,000,000	*เพิ่มขึ้น 64%
การลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม	การลงทุนในสิ่งปลูกสร้างและอุปกรณ์เพื่อการปรับปรุงด้านสิ่งแวดล้อม	การป้องกันมลพิษทางอากาศ	404,500	-	404,500	31,000	-	-	31,000	***ลดลง 92%
		การป้องกันมลพิษจากน้ำเสีย (S/R WWTP model plant, G/W MBRX)	-	-	-	9,358,327	15,000,000	-	24,358,327	**
		โครงการอนุรักษ์พลังงาน	20,935,000	3,897,000	24,832,000	64,297,276	4,829,519	-	69,126,795	เพิ่มขึ้น 178%
	การติดตามตรวจสอบคุณภาพดินและน้ำบาดาล	-	-	-	782,000	666,000	768,000	2,216,000	**	
	ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับด้านสิ่งแวดล้อม	การดำเนินงานด้านสังคมหรือให้การสนับสนุนองค์กรด้านสิ่งแวดล้อม	-	-	37,037,000	-	-	-	33,021,695	ลดลง 11%
		การสำรวจ ศึกษา และฝึกอบรม	-	-	1,046,103	-	-	-	1,761,954	เพิ่มขึ้น 68%
		ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการรับรองมาตรฐาน ISO	359,000	401,000	760,000	235,000	345,140	719,500	1,299,640	*เพิ่มขึ้น 71%

\*หมายเหตุ \* ค่าใช้จ่ายในงบประมาณ 2550 (เม.ย. 50 - มี.ค. 51) เพิ่มขึ้นเนื่องจาก มีการเปิดดำเนินการโรงงานประกอบบ้านโพธิ์ เพิ่มขึ้นอีก 1 โรงงาน  
 \*\* กิจกรรมที่ริเริ่มดำเนินการในงบประมาณ 2550 (เม.ย. 50 - มี.ค. 51) ตามนโยบายของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด  
 \*\*\* ค่าใช้จ่ายในการป้องกันมลพิษทางอากาศลดลงเนื่องจากการปรับปรุงความสูงของปล่องไปเมื่อปีงบประมาณ 2549 ในปีงบประมาณ 2550 จึงเป็นค่าใช้จ่ายในการติดตามตรวจสอบ





เม.ย.47 - มี.ค.48

เม.ย.48 - มี.ค.49

เม.ย.50 - มี.ค.51

เม.ย.51 - มี.ค.52





## ผลการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม ตามแผนพัฒนา 5 ปี

## ภาวะโลกร้อน

รายการ	กิจกรรม / เป้าหมาย (เมษายน 2550 - มีนาคม 2551)	ผลสำเร็จ (เมษายน 2550 - มีนาคม 2551)	เป้าประสงค์ (แผนปฏิบัติการ 5 ปี)
1. การจัดการการปล่อย CO <sub>2</sub> จาก TMT และบริษัทในเครือ เพื่อลดการปล่อย CO <sub>2</sub> โดย ปฏิบัติตามนโยบายของ TMC ทั้ง 3 ด้านได้แก่ การผลิต โลจิสติกส์ และการบริการหลังการขาย	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>การผลิต</b></li> </ul> TMT CO <sub>2</sub> = 0.349 ตัน/หน่วย พลังงาน = 2.74 กิกะจูล/หน่วย สำโรง CO <sub>2</sub> = 0.308 ตัน/หน่วย พลังงาน = 2.14 กิกะจูล/หน่วย เกตเวย์ CO <sub>2</sub> = 0.374 ตัน/หน่วย พลังงาน = 3.1 กิกะจูล/หน่วย บ้านโพธิ์ CO <sub>2</sub> = 0.42 ตัน/หน่วย พลังงาน = 3.47 กิกะจูล/หน่วย	TMT CO <sub>2</sub> = 0.337 ตัน/หน่วย พลังงาน = 2.96 กิกะจูล/หน่วย สำโรง CO <sub>2</sub> = 0.294 ตัน/หน่วย พลังงาน = 2.43 กิกะจูล/หน่วย เกตเวย์ CO <sub>2</sub> = 0.37 ตัน/หน่วย พลังงาน = 3.15 กิกะจูล/หน่วย บ้านโพธิ์ CO <sub>2</sub> = 0.406 ตัน/หน่วย พลังงาน = 3.77 กิกะจูล/หน่วย	TMT CO <sub>2</sub> = 0.306 ตัน/หน่วย สำโรง CO <sub>2</sub> = 0.29 ตัน/หน่วย เกตเวย์ CO <sub>2</sub> = 0.35 ตัน/หน่วย บ้านโพธิ์ CO <sub>2</sub> = 0.25 ตัน/หน่วย
	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>โลจิสติกส์</b></li> </ul> CO <sub>2</sub> ที่ลดได้ 2.5% จากการประมาณการปล่อยทั้งปี	CO <sub>2</sub> ที่ลดได้ 3% จากการประมาณการปล่อยทั้งปี	CO <sub>2</sub> ที่ลดได้ 10% จากการประมาณการปล่อยทั้งปี
	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>ด้านบริการหลังการขาย</b></li> </ul> ตั้งเป้าหมายให้บรรลุผลสำเร็จภายในเดือนมกราคม 2552	อยู่ระหว่างดำเนินงานและการเก็บข้อมูล	ลดการใช้พลังงานลงร้อยละ 10 จากศูนย์บริการของผู้แทนจำหน่ายทั้งหมดในปี 2549
2. ส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อประสิทธิภาพในการใช้น้ำมันสูงสุด - การให้ความร่วมมือระหว่าง TMC TMAP-EM และองค์กรต่างๆ ในการให้การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมด้านพลังงานทางเลือก	สนับสนุนโครงการวิจัยพัฒนาไบโอดีเซลจากสบู่ดำ ร่วมกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปตท. และ TMAP-EM  สนับสนุนโครงการวิจัยพัฒนาดีเซลเทคโนโลยีใหม่ (Bio-Hydrog Diesel) ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่าง ปตท. TMAP-EM และ TMT	ระยะเวลาดำเนินโครงการ 3 ปี โดยเป็นโครงการความร่วมมือระหว่าง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปตท. และรัฐบาล	ส่งเสริมและพัฒนาพลังงานสะอาดสู่สาธารณะ อาทิ ก๊าซโซฮอล์ E20, รถยนต์ Hybrid, ก๊าซธรรมชาติ และรถยนต์ที่ใช้พลังงานเชื้อเพลิงได้ทั้ง 2 ชนิด
3. ส่งเสริมการพัฒนายานยนต์ที่ใช้พลังงานสะอาด - เพื่อขยายผลรถที่ออกแบบโดยเฉพาะและที่ปรับเปลี่ยนเครื่อง	1.พัฒนาให้ใช้ E20 ในรถรุ่น Camry Altis Vios Yaris 2.พัฒนาระบบไฮบริดสำหรับรถที่จะประกอบในประเทศ	1.ผลสำเร็จตามเป้าหมาย 2.อยู่ระหว่างการดำเนินโครงการและจะออกสู่ตลาดกลางปี 2552	ส่งเสริมและพัฒนาพลังงานสะอาดสู่สาธารณะ อาทิ ก๊าซโซฮอล์ E20, รถยนต์ Hybrid, ก๊าซธรรมชาติ และรถยนต์ที่ใช้พลังงานเชื้อเพลิงได้ทั้ง 2 ชนิด
4. ร่วมมือกับภาครัฐในการริเริ่มการปรับปรุงสภาพการจราจรให้เป็นไปอย่างคล่องตัว - รวบรวมข้อมูลการใช้เชื้อเพลิงเพื่อคำนวณหาอัตราค่าการก่อมลพิษ	1.ประชุมเพื่อติดตามความคืบหน้าร่วมกับรัฐบาล 2.เข้าร่วมการจัดงานสัมมนาระบบจราจรอัจฉริยะ ขึ้น ณ BITEC	พัฒนาโครงการปรับปรุงสภาพการจราจรประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย	ริเริ่มการปรับปรุงสภาพการจราจรโดยความร่วมมือร่วมกับภาครัฐ

## การนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)

<b>ลดการเกิดของเสีย</b> <b>การผลิต</b> ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อให้เกิดสังคมแห่งการรีไซเคิล	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ลดการเกิดของเสียตั้งแต่จุดกำเนิด</li> <li>- เพิ่มปริมาณการนำทรัพยากรที่ใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่โดยส่งกลับไปยังผู้ผลิตต่อ</li> </ul> <b>ผู้ส่งมอบชิ้นงาน</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ลดการเกิดของเสียโดยใช้เครื่องย่อยสลายขยะอินทรีย์ทำเป็นปุ๋ย</li> <li>- ดำเนินโครงการนำกล่องเครื่องดื่มไปรีไซเคิล</li> </ul>	สำโรง เฉลี่ย = 6.73 ก.ก./หน่วย เกตเวย์ เฉลี่ย = 4.21 ก.ก./หน่วย บ้านโพธิ์ เฉลี่ย = 8.4 ก.ก./หน่วย	สำโรง เฉลี่ย = 10.49 ก.ก./หน่วย เกตเวย์ เฉลี่ย = 4.92 ก.ก./หน่วย บ้านโพธิ์ เฉลี่ย = 4.92 ก.ก./หน่วย
<b>โลจิสติกส์</b> 2006 : Grasp Situation การจัดหาอะไหล่และบริการอะไหล่)	รวบรวมข้อมูล (Grasp Situation)	ดำเนินการรวบรวมข้อมูลอย่างต่อเนื่อง และตั้งเป้าหมายให้แล้วเสร็จภายในเดือนตุลาคม 2551	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตั้งเป้าหมายสำหรับวัสดุบรรจุภัณฑ์</li> <li>- ดำเนินกิจกรรมเพื่อลดการใช้ทรัพยากรและนำไปปรับปรุงต่อไป</li> </ul>
<b>บริการหลังการขาย</b> มุ่งรณรงค์ให้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แสดงเครื่องหมายเทคโนโลยีสะอาดในการประชาสัมพันธ์ และมีกิจกรรม</li> </ul>	กำลังดำเนินการ	2554: ใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ทั้งหมดในสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้แทนจำหน่าย
<b>ลดการใช้ทรัพยากรน้ำ</b> ความคุ้มค่าการใช้น้ำในกระบวนการ โดยพิจารณาที่หน่วย ลบ.ม./หน่วย M <sup>3</sup> /Unit	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำน้ำกลับมาใช้ซ้ำให้มากที่สุด</li> <li>- นำน้ำที่ผ่านกระบวนการบำบัดกลับมาใช้ให้มากที่สุด</li> </ul>	สำโรง = 2.58 ลบ.ม./ หน่วย เกตเวย์ = 3.25 ลบ.ม./ หน่วย บ้านโพธิ์ = 4.63 ลบ.ม./ หน่วย	สำโรง = 2.90 ลบ.ม./ หน่วย เกตเวย์ = 3.24 ลบ.ม./ หน่วย บ้านโพธิ์ = 2.14 ลบ.ม./ หน่วย



## ยกเลิกการใช้สารอันตราย SoCs 4 ชนิด

รายการ	กิจกรรม / เป้าหมาย (เมษายน 2550 - มีนาคม 2551)	ผลสำเร็จ (เมษายน 2550 - มีนาคม 2551)	เป้าประสงค์ (แผนปฏิบัติการ 5 ปี)
1. พัฒนาระบบประเมินเบื้องต้นและยกเลิกการใช้สารเคมีที่มีชื่ออยู่ในบัญชีสารต้องห้าม (SoCs) - ไม่มีการใช้สารเคมีที่มีชื่ออยู่ในบัญชีสารต้องห้าม 2. เป็นผู้นำในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	- ผลิตภัณฑ์ของโตโยต้าทั้งหมดปลอดจากสารอันตรายตามรายชื่อสารเคมีและโลหะหนักที่มีชื่ออยู่ในบัญชีสารต้องห้ามรวมกว่า 400 ชนิด	พัฒนารถยนต์ Camry, Vigo, Altis, and Vios ให้ปลอดจากสารเคมีและโลหะหนักที่มีชื่ออยู่ในบัญชีสารต้องห้าม (สำเร็จตามเป้าหมาย 5 ปี แล้ว)	ผลิตภัณฑ์ของโตโยต้าทั้งหมดเป็นไปตามข้อกำหนดในการจำกัด SoCs ในปี 2550 ด้วยความสมัครใจ

## ลดการปล่อยมลพิษทางอากาศเพื่อคุณภาพทางอากาศที่ดี

- ร่วมกับฝ่ายการตลาดในการศึกษาตลาดเพื่อหาแนวทางส่งเสริมผลิตภัณฑ์ใหม่	กำลังดำเนินการ (ปัจจุบันได้รับการรับรอง EURO 3 ทุกรุ่น)	กำลังดำเนินการ (ปัจจุบันได้รับการรับรอง EURO 3 ทุกรุ่น)	รถยนต์ทุกรุ่นของโตโยต้าพัฒนาให้เป็นไปตามมาตรฐาน Euro 4
--	---	---	--

## คุณภาพบรรยากาศ : การปล่อยสารอินทรีย์ระเหยง่าย

ลดการก่อกมลพิษทางอากาศออกสู่สิ่งแวดล้อมเพื่อยกระดับคุณภาพบรรยากาศ	- ปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพอากาศอย่างต่อเนื่อง - ศึกษาเทคโนโลยีการพ่นสีโดยใช้น้ำเป็นตัวทำละลาย (เกตเวย์)	ลำโพง = 50.18 กรัม / ตารางเมตร เกตเวย์ = 44.55 กรัม / ตารางเมตร บ้านโพธิ์ = 40.32 กรัม / ตารางเมตร	ลำโพง = 50 กรัม / ตารางเมตร เกตเวย์ = 55 กรัม / ตารางเมตร บ้านโพธิ์ = 35 กรัม / ตารางเมตร
---	--	--	---

## เสริมสร้างความแข็งแกร่งในการจัดการสิ่งแวดล้อม

การตรวจประเมินระบบจัดการสิ่งแวดล้อมมาตรฐานโลก - เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับการจัดการสิ่งแวดล้อมโลก โดยปฏิบัติให้สอดคล้องกับกฎหมายสิ่งแวดล้อมและกฎข้อบังคับของการตรวจประเมินระบบจัดการสิ่งแวดล้อมมาตรฐานโลก - โรงงานบ้านโพธิ์ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14001/TIS/OHSAS18001	การปฏิบัติที่สอดคล้องกับกฎหมายสิ่งแวดล้อมและกฎข้อบังคับ  ได้รับการรับรองมาตรฐานในเดือนมกราคม 2551	ไม่พบการปฏิบัติที่ละเมิดกฎหมายสิ่งแวดล้อมและกฎข้อบังคับ  ได้รับการรับรองมาตรฐานในเดือนมกราคม 2551	เป็นที่ 1 ในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก
--	---	---	--

## การส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อมแก่พันธมิตรทางธุรกิจ

1.Green Supply Chain : เรียกร้องให้ผู้จัดซื้อส่วนปฏิบัติตามข้อกำหนดใน Green Purchasing Guidelines ภายในปี 2554	ผู้จัดซื้อชิ้นส่วนทั้งหมดได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14001 (100% ของผู้จัดซื้อชิ้นส่วน)	ผู้จัดซื้อชิ้นส่วนทั้งหมด 224 รายได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14001 (คิดเป็น 100% ตามเป้าหมาย)	ผู้จัดซื้อชิ้นส่วนทั้งหมดได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14001
2. การลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในการขายและบริการหลังการขาย โดยส่งเสริม ISO 14001 ให้กับตัวแทนจำหน่าย	ศูนย์บริการได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14001 คิดเป็น 85% ของตัวแทนจำหน่ายทั้งหมด (230 จาก 270 ศูนย์)	ศูนย์บริการได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14001 รวม 237 ศูนย์ คิดเป็น 88% จากทั้งหมด	ตัวแทนจำหน่ายทั้งหมดได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14001

## เสริมสร้างการให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม

- เพื่อรักษาและพัฒนาความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและอนามัย	กำลังดำเนินการจัดการฝึกอบรมให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยตามแผนการฝึกอบรมของพนักงานในแต่ละคน	จัดการฝึกอบรมให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยแก่พนักงานตามแผนงาน	เพื่อรักษาและพัฒนาการอบรมด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และชีวนามัยแก่พนักงานทุกคน
---	---	---	---

## ความร่วมมือกับสังคม

- ได้รับการยกย่องให้เป็นผู้นำด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศ	ส่งเสริมกิจกรรมสิ่งแวดล้อมเพื่อสังคมในโครงการด้านสิ่งแวดล้อมในระดับประเทศ	ได้ดำเนินโครงการสนับสนุนด้านสังคม 1. โครงการลดเมืองร้อน ด้วยมือเรา ปี 3 2. โครงการสวนสุขภาพเพื่อชุมชน 3. โครงการปลูกป่าชายเลนที่บางปู 4. โครงการศูนย์การเรียนรู้อย่างยั่งยืน (ศูนย์การเรียนรู้ธรรมชาติบางปู) 5. โครงการ Eco Forest (โรงงานบ้านโพธิ์)	ได้รับการยกย่องให้เป็นผู้นำด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศ
---	---	---	---

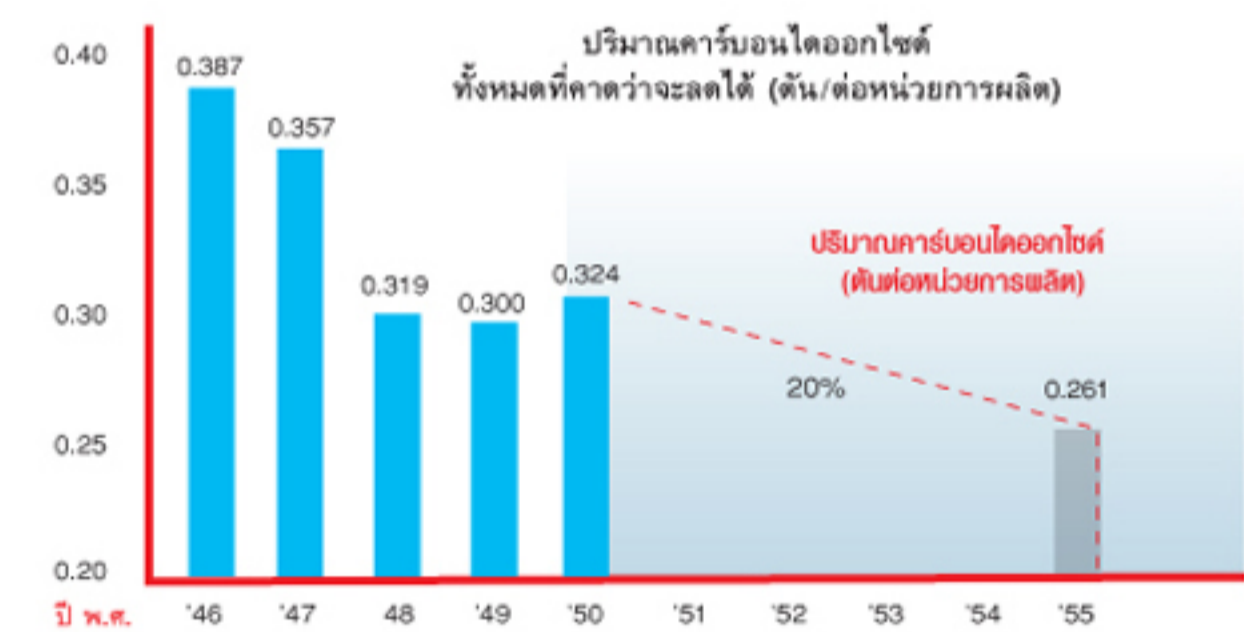
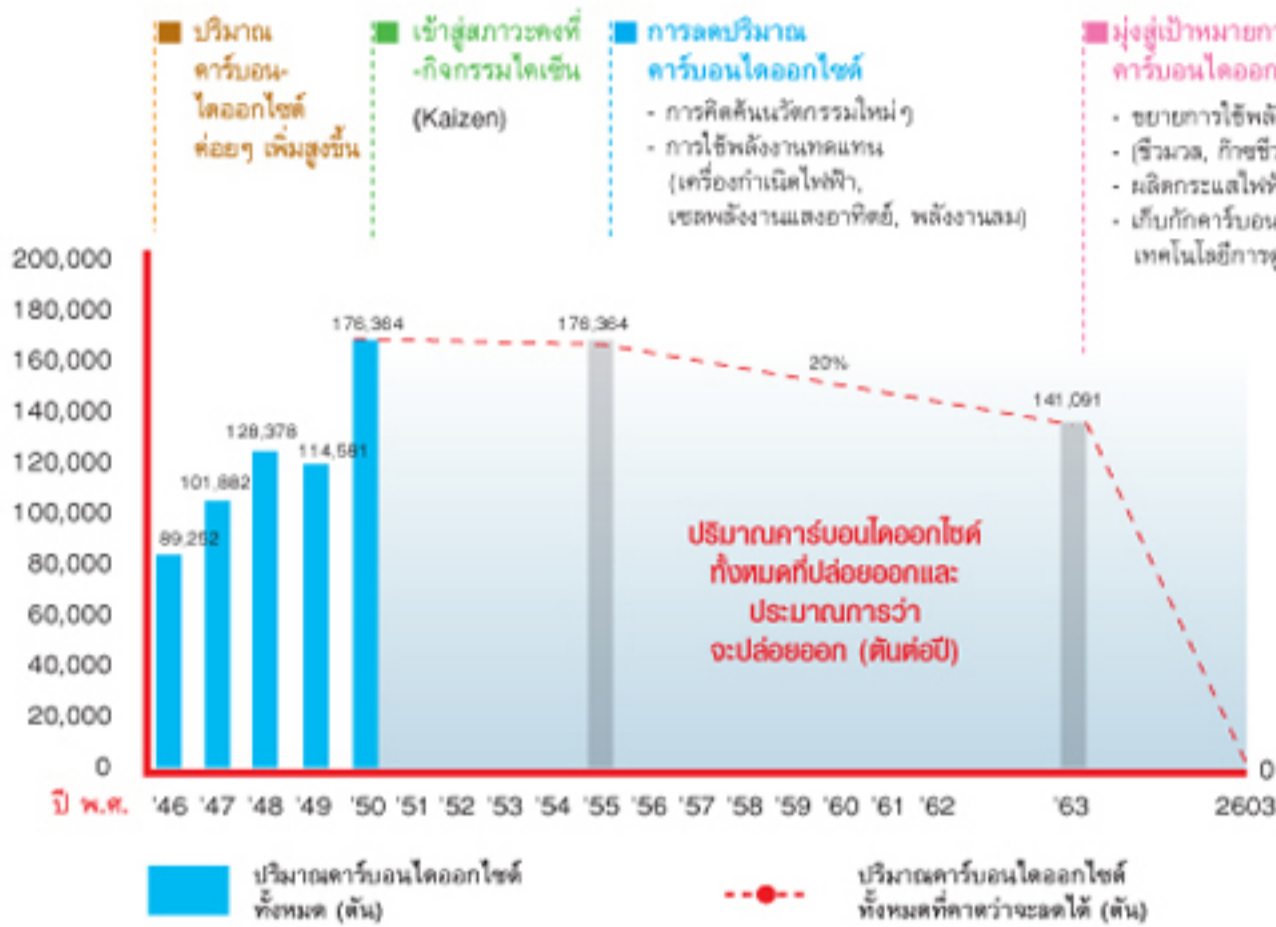


## ตัวอย่างกิจกรรมต่างๆ ที่จะทำให้อบรรลุแผน 5 ปี เพื่อบรรลุเป้าหมายสิ่งแวดล้อม

ความสำเร็จจากการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในปีที่ผ่านมา ทำให้เราก้าวเข้าใกล้เป้าหมายในการเป็นผู้นำและเป็นอันดับหนึ่งในด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมของประเทศไทยเข้าไปอีกก้าว นอกจากนี้ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ยังดำเนินกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ตามแผนการทำงาน 5 ปี โดยในปีนี้ได้คัดเลือกกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่โดดเด่นในด้านต่างๆ มานำเสนอ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### นโยบายมุ่งสู่การไม่ทำให้เกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ จากการผลิต (Zero Emission)

ภาพรวมการลดปริมาณคาร์บอนไดออกไซด์ของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด



### โตโยต้า-ปตท. ร่วมวิจัยพัฒนาดีเซลเทคโนโลยีใหม่ Bio-Hydrogenated Diesel รายแรกของประเทศ

โตโยต้า ได้จับมือกับ ปตท. เพื่อร่วมวิจัย และพัฒนาน้ำมันดีเซลเทคโนโลยีใหม่ Bio Hydrogenated Diesel เป็นรายแรกของประเทศ เพื่อเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของเชื้อเพลิงชีวภาพพลังงานแห่งอนาคต ด้วยคุณสมบัติเทียบเท่าน้ำมันดีเซล ประหยัดลดมลภาวะ ลดการระเหยและประชาชน โดยเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม ที่ผ่านมา อาคารสำนักงานใหญ่ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) พลโทหญิง พูนภิรมย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงานได้เป็นประธานในพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจความร่วมมือในการวิจัย และพัฒนาน้ำมัน Bio-Hydrogenated Diesel : BHD ระหว่าง นายสงเกียรติ ทานสัมฤทธิ์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ สถาบันวิจัยและเทคโนโลยี ปตท. กับ มร.มิทซึฮิโระ โซโนดะ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด และ มร.เรียวอิจิ ซาซากิ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ เอเชีย แปซิฟิก เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมนูแฟคเจอร์ จำกัด

### แนวทางการลดการใช้พลังงาน

เนื่องจากทาง บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้มีการพัฒนาการปรับปรุงด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผลจากการปรับปรุงสามารถบรรลุตามเป้าหมาย 5 ปี (2549-2553) ตั้งแต่ในปี 2550 ซึ่งเป้าหมายเดิมของการใช้พลังงานจะอยู่ในรูปการลดการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ต่อ 1 หน่วยการผลิต ดังนั้น เพื่อเป็นการบรรลุสู่เป้าหมายที่แท้จริง ทางโตโยต้าจึงทำการปรับเป้าหมายใหม่ โดยจะเน้นเรื่องการลดการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ซึ่งเป็นปัญหาหลักของการเกิดสภาวะโลกร้อน ทั้งนี้การปรับเป้าหมายใหม่โดยใช้แนวคิดการคงที่การเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (Total CO<sub>2</sub> Stabilization) เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นในการมุ่งสู่การไม่ทำให้เกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ จากการผลิต (Zero Emission) ในอนาคตซึ่งเป็นเป้าหมายที่ท้าทายอย่างยิ่ง เนื่องจากทางโตโยต้าต้องผลิตรถยนต์มากขึ้นตามการเจริญเติบโตของตลาด แต่ต้องคงที่การกำเนิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ซึ่งทางโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ได้จัดทำแผนกิจกรรมการลดพลังงาน (Energy List) เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมาย เช่น การเปลี่ยนหม้อต้มน้ำจากการใช้น้ำมันเตาเป็นก๊าซธรรมชาติ, การติดตั้ง Co-generator ที่ใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิง, การใช้พลังงานทดแทน รวมถึงการพัฒนากิจกรรมการลดใช้พลังงานต่างๆ อย่างต่อเนื่อง





แนวคิดพื้นฐานของการพัฒนาเชื้อเพลิงชนิดนี้อยู่ที่พาราฟินซึ่งถูกทำลายพันธะคู่ด้วยการเติมไฮโดรเจนลงในน้ำมันพืชนั้นคือการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกลั่นตรง ซึ่งเป็นขบวนการกลั่นปิโตรเลียมในปัจจุบัน (ไม่ว่าขบวนการกลั่นปิโตรเลียมหรือการผลิตจากอุปกรณ์กลั่นโดยเฉพาะก็มีความเป็นไปได้ทั้งคู่) การเติมไฮโดรเจนก่อให้เกิดขบวนการไฮโดร

จีเนชันและดีคาร์บอกซิเลชัน แล้วจึงมีการสร้างพาราฟินขึ้น ผลิตภัณฑ์ที่ถูกสร้างขึ้นนี้มีโครงสร้างบางส่วนเหมือนกับน้ำมันดีเซลซึ่งมีอยู่ในตอนนี้ ไฮโดรเจนที่ใช้ถูกนำมาใช้เป็นพลังงานได้ทั้งหมด จากผลการศึกษาทำให้รู้ว่า BHD มีความเสถียรของปฏิกิริยาออกซิเดชันเหมือนกับน้ำมันดีเซล และยังเป็นเชื้อเพลิงที่ดีเยี่ยมตามคุณสมบัติและสภาวะอื่นๆ

## กิจกรรมการลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในภาคการขนส่งและภาคการผลิต

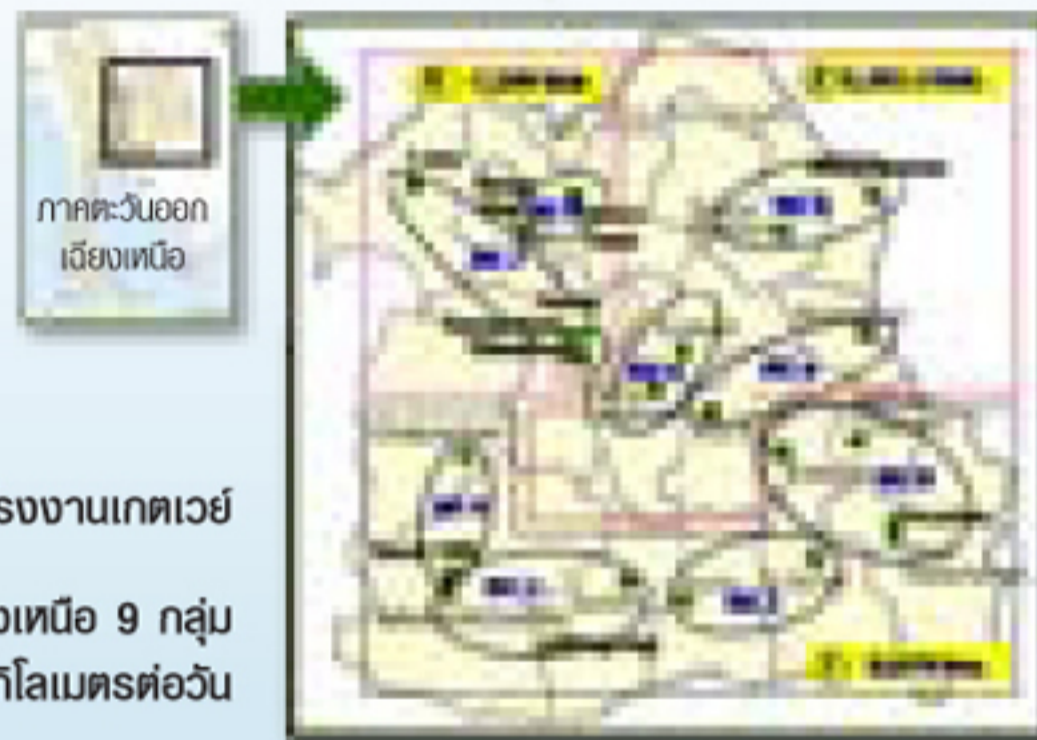
### ภาคการขนส่ง

#### ภาคการขนส่ง

การเปลี่ยนแปลงเส้นทางการขนส่ง

วัตถุประสงค์: เพื่อลดระยะทางการขนส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

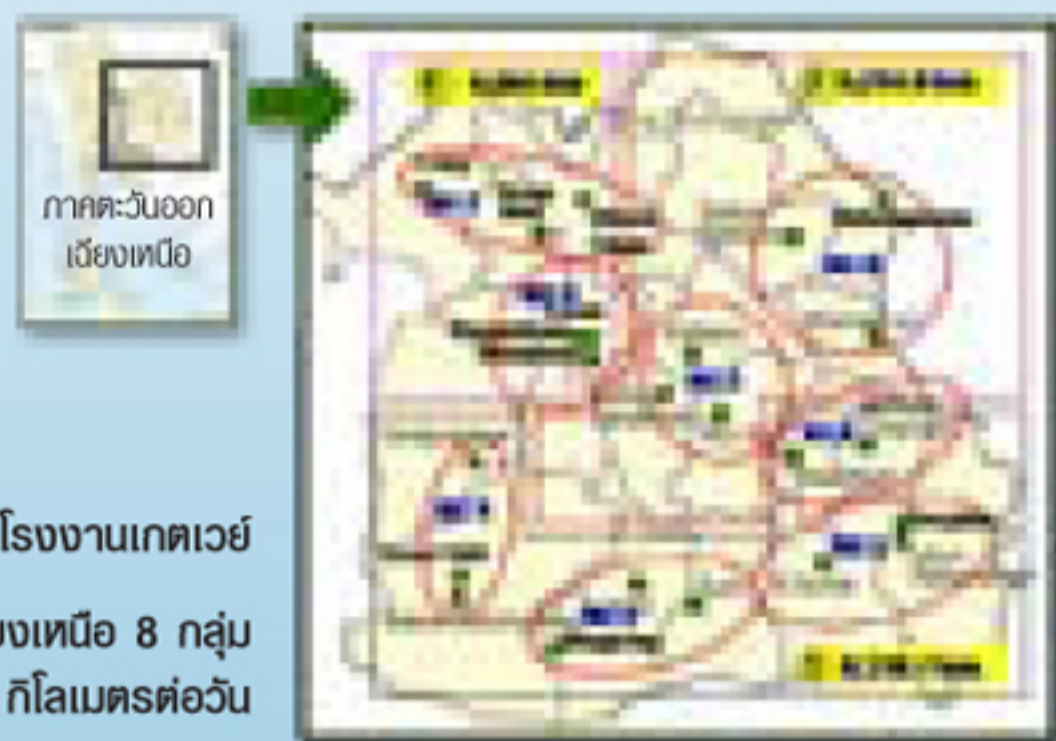
เริ่มดำเนินการ: ตั้งแต่เดือนเมษายน 2550



ระยะทาง : เดินทางจากลานโรงงานเกตเวย์

▶ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 9 กลุ่ม

ระยะทางทั้งหมดรวม : **21,773** กิโลเมตรต่อวัน



ระยะทาง : เดินทางจากลานโรงงานเกตเวย์

▶ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 8 กลุ่ม

ระยะทางทั้งหมดรวม : **20,419** กิโลเมตรต่อวัน

ข้อดี - ลดระยะทางในการขนส่งลง 35,222 กิโลเมตรต่อเดือน

- ลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ลง 27.8 ตันต่อเดือน

กิจกรรมที่ช่วยลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ออกสู่บรรยากาศ นั้น มี 2 ส่วน คือส่วนการผลิตและในหน่วยงานขนส่ง ในส่วนของการขนส่งนั้น เรามีการปรับเปลี่ยนเส้นทางขนส่งหลายเส้นทางให้สั้นลง เช่น การดำเนินการเปลี่ยนแปลงเส้นทางการขนส่งในพื้นที่ภาคอีสาน

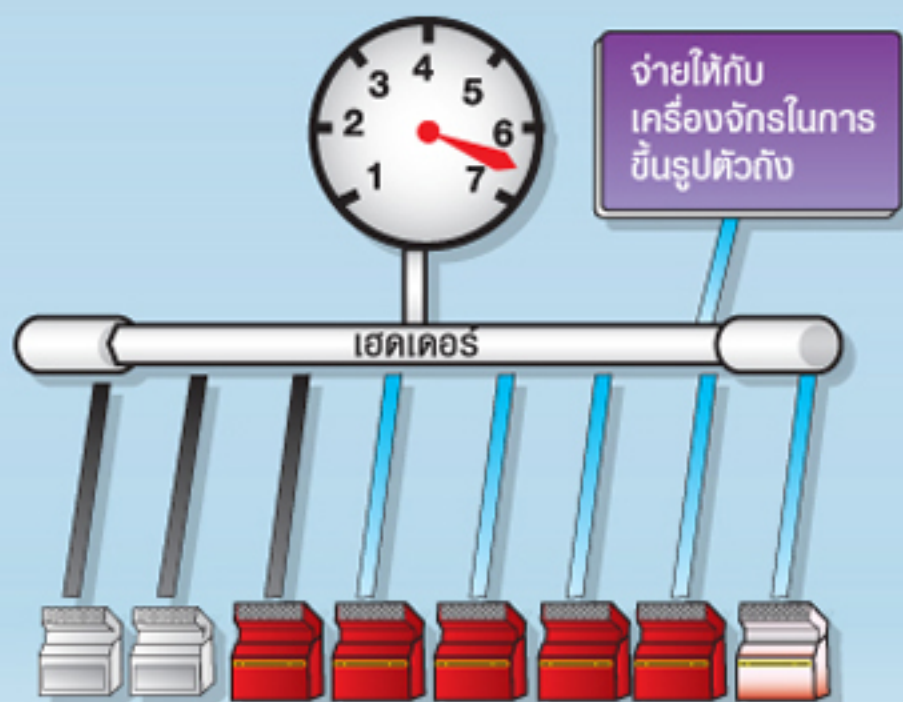
เพื่อย่นระยะทางในการขนส่งลง ซึ่งผลจากการเปลี่ยนแปลงเส้นทางการขนส่งนั้น ทำให้สามารถย่นระยะทางไปได้ถึง 35,222 กิโลเมตรต่อเดือน ซึ่งช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ออกสู่บรรยากาศได้ถึง 27.8 ตันต่อเดือน



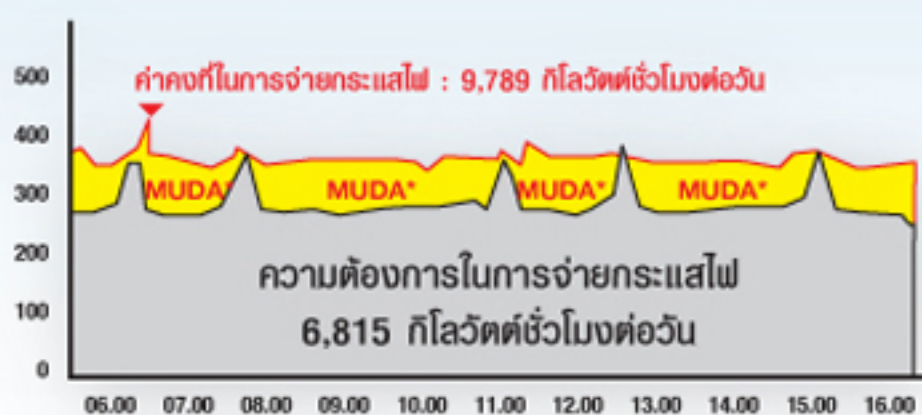
## ภาคการผลิต

### ระบบจัดการเครื่องอัดอากาศ

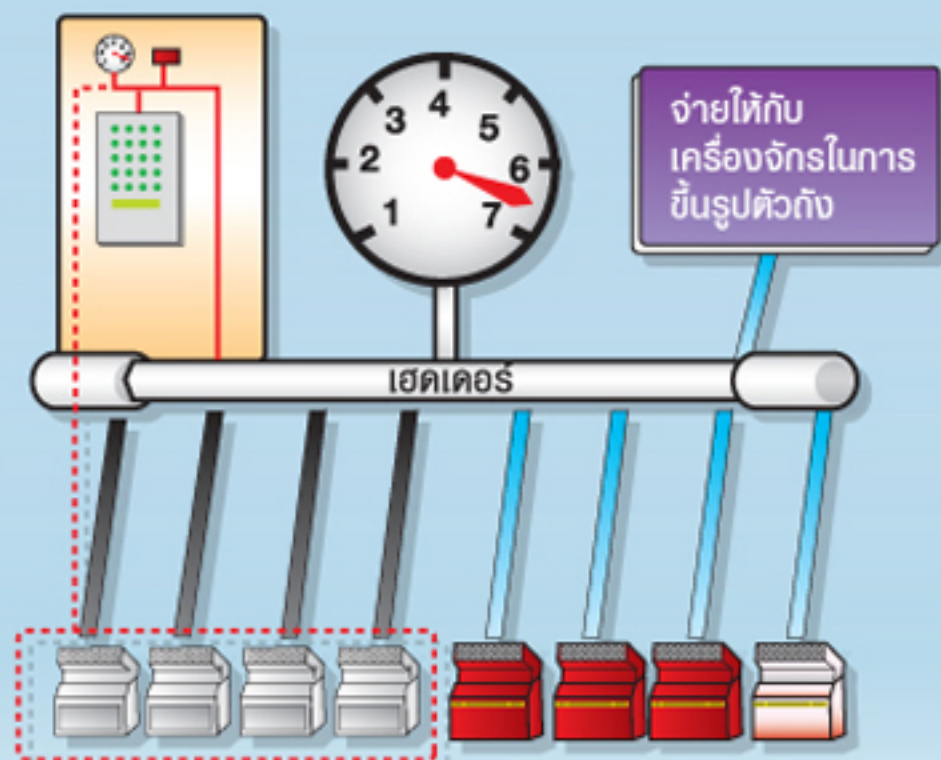
**ก่อนการปรับปรุง**  
เปิดดำเนินการ 6 เครื่อง



เดินเครื่องอัดอากาศหลัก 6 เครื่อง



**หลังการปรับปรุง**  
ติดตั้งเครื่องปรับความดันอัตโนมัติ



เดินเครื่องอัดอากาศสำรอง 4 เครื่อง      เดินเครื่องอัดอากาศหลัก 4 เครื่อง



เริ่มดำเนินการ : พฤศจิกายน 2550

สามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ลง 562 ตัน CO<sub>2</sub> ต่อปี (2.56 กิโลกรัม CO<sub>2</sub> ต่อหน่วย)

สามารถลดค่าใช้จ่ายลง 2,559,568 บาทต่อปี (11.62 บาทต่อหน่วย)

\*Muda - การสูญเสียเปล่า

### การลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในภาคการผลิต

กิจกรรมที่ช่วยลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ในส่วนของภาคการผลิตนั้น ได้ทำการติดตั้งเครื่องปรับความดันเครื่องอัดอากาศ (Air compressor) โดยอัตโนมัติเพื่อควบคุมการจ่ายความดันที่โรงขึ้นรูปตัวถัง (Press shop) โดยก่อนทำการติดตั้งนั้นต้องใช้เครื่องอัดอากาศ (Air compressor) ถึง 6 เครื่อง เพื่อใช้ในกระบวนการผลิต ซึ่งในขณะที่ใช้งานจริงเพียง 6,815 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อวัน ทำให้พลังงานสูญเปล่ายิ่งมาก แต่เมื่อติดตั้งเครื่องปรับความดันอัตโนมัติ เพื่อควบคุมการจ่ายความดัน สามารถลดการใช้เครื่องอัดอากาศ (Air compressor) ลง 2 เครื่อง (เพื่อช่วยในกระบวนการผลิต) จากเดิม 6 เครื่อง เป็นใช้เพียง 4 เครื่อง ซึ่งก็สามารถรองรับปริมาณการใช้ได้ตามความต้องการ และสามารถลดการใช้พลังงานไปได้ถึง 1,000 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อวัน กิจกรรมนี้ได้เริ่มดำเนินการในเดือนพฤศจิกายน ปี 2550 สามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ 565 ตันต่อปี (ประมาณ 2.5 กิโลกรัมต่อหน่วย) และสามารถลดค่าใช้จ่ายได้ถึง 2.5 ล้านบาทต่อปี (11 บาทต่อหน่วย)

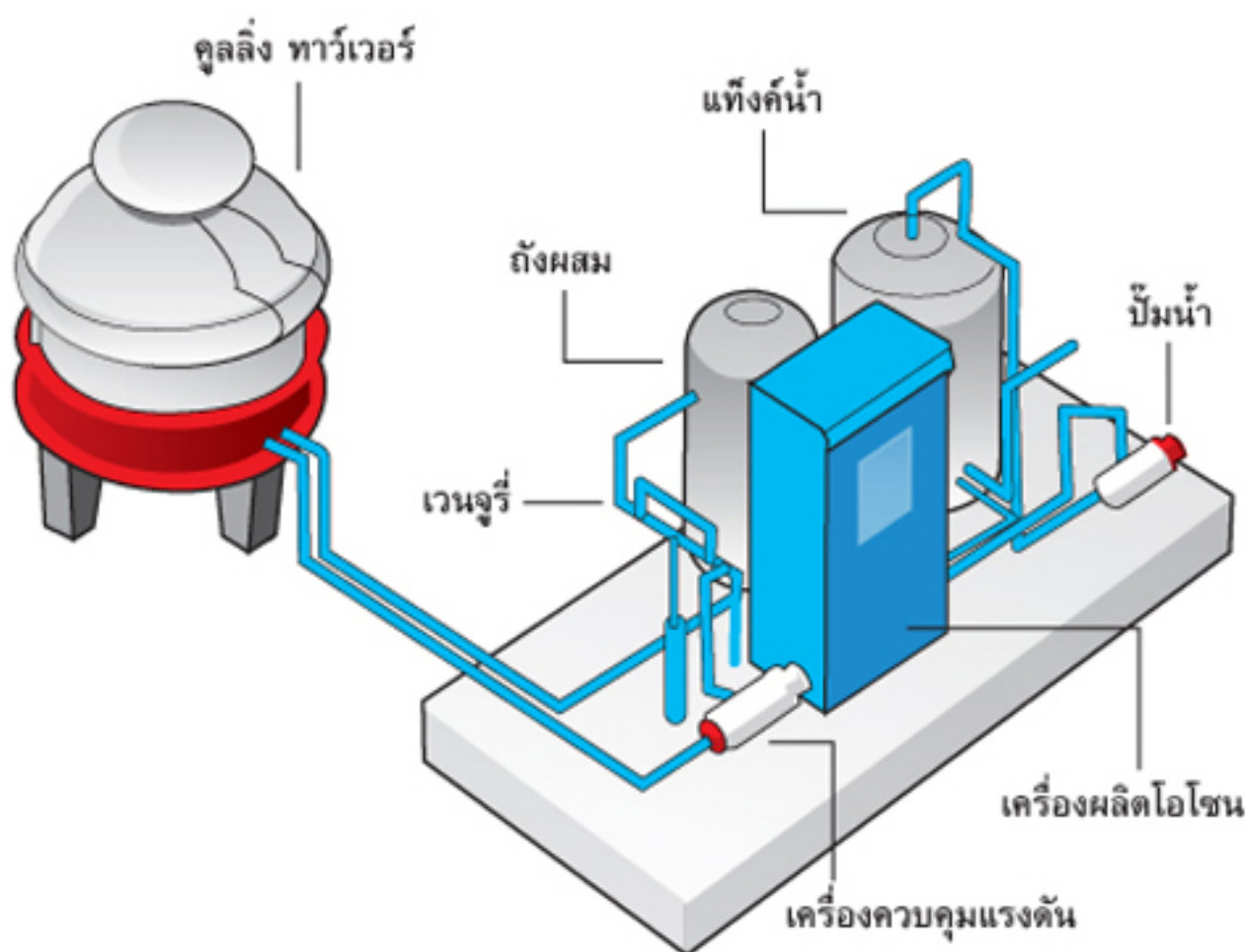


## กิจกรรมอนุรักษ์การใช้พลังงาน

ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมการประกวดการอนุรักษ์การใช้พลังงาน (TMT Energy Reduction Contest) เพื่อพัฒนาการลดการใช้พลังงาน ในกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 2 แล้ว โดยในปีนี้ กิจกรรมที่ชนะเลิศการประกวดการอนุรักษ์การใช้พลังงาน ได้แก่ โครงการติดตั้งเครื่องผลิตโอโซน (Ozone Generator) ที่เครื่องทำความเย็นบูท A ณ โรงพ่นสี (Maru T) ซึ่งเดิมนั้นการใช้ เครื่องทำความเย็น (Chiller) เพื่อระบายความร้อนเมื่อใช้ไประยะเวลาหนึ่งจะทำให้เกิดตะกรันขึ้นทำให้ประสิทธิภาพการแลกเปลี่ยนความร้อนลดลง จึงใช้พลังงานไฟฟ้ามากขึ้นและยังเกิดปัญหาที่อุดตัน จึงต้องใช้สารเคมีในการกำจัด เมื่อเปลี่ยนมาติดตั้งเครื่องผลิตโอโซน (Ozone Generator) ที่เครื่องทำความเย็น (Chiller) แทนการใช้สารเคมีแล้ว พบว่าโอโซนจะแตกตัวแล้วจับกับประจุไฟฟ้าและตกตะกอนลงมา จึงง่ายต่อการทำความสะอาดและไม่ทำให้ที่อุดตันอีกด้วย ทำให้ประสิทธิภาพในการ

แลกเปลี่ยนความร้อนสูงขึ้น จึงช่วยประหยัดไฟฟ้าจากเดิมต้องใช้ไฟฟ้า 1.13 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อตัน เมื่อติดตั้งแล้วใช้พลังงานเพียง 0.94 กิโลวัตต์ ชั่วโมงต่อตัน สามารถลดการใช้ไฟฟ้าได้ 0.19 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อตัน นอกจากนี้ยังยืดระยะเวลาในการทำความสะอาดระบบจากเดิม 3 เดือน /ครั้ง ออกไปเป็นทำความสะอาดเพียงปีละ 1 ครั้งเท่านั้น และยัง สามารถลดค่าใช้จ่ายในการใช้สารเคมีได้อีกด้วย ผลจากการดำเนิน โครงการนี้สามารถลดการปล่อย CO<sub>2</sub> ได้ 496 ตัน/ปี และกิจกรรมการอนุรักษ์การใช้พลังงานอีกกิจกรรมก็คือโครงการประหยัดไฟฟ้าโดย เปลี่ยน บัลลาสต์ จากเดิมบัลลาสต์ธรรมดา (Macnetic Ballast) ซึ่งใช้ พลังงาน 0.874 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อหน่วยต่อวัน มาเป็นอิเล็กทรอนิกส์ บัลลาสต์ (Electronic Ballast) ที่ใช้ไฟฟ้า 0.634 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อ หน่วยต่อวัน ซึ่งสามารถใช้กับหลอดไฟฟ้าขนาด 3.6 วัตต์ ได้เช่น เดียวกัน และสามารถประหยัดพลังงานไฟฟ้าได้ถึง 0.19 กิโลวัตต์ชั่วโมง ต่อหน่วยต่อวัน

### 1. การติดตั้งเครื่องผลิตโอโซน (Ozone generator) ที่เครื่องทำความเย็นบูท A ณ โรงพ่นสี



### 2. ลดการใช้ไฟฟ้า โดยเปลี่ยนมาใช้อิเล็กทรอนิกส์บัลลาสต์ ที่หน่วยงานซ่อมบำรุงและยูทิลิตี้ เกตเวย์ ณ โรงพ่นสี (สามารถได้ 3,450 หน่วย)

สามารถลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ 496 ตันต่อปี  
1 เดือนสามารถลดการใช้พลังงานได้ 0.19 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อตัน\*\*  
\*\* น้ำที่ผ่านทอกกัน 1 ตัน สามารถลดการใช้พลังงานได้ 0.19 กิโลวัตต์ชั่วโมง

หัวข้อ	เดือน	ปี
ลดการเกิด CO <sub>2</sub> (กิโลกรัม)	41,325	495,900
ลดค่าไฟฟ้า (บาท)	173,192	2,078,308
ลดค่าใช้จ่ายสารเคมี (บาท)	20,000	240,000
ลดค่าบำรุงรักษา (บาท)	1,500	18,000
<b>สามารถลดค่าใช้จ่ายรวม (บาท)</b>	<b>194,692</b>	<b>2,336,038</b>

กิจกรรมต่อไป : กระจายไปยังจุดต่างๆ ในโรงพ่นสี, โรงฉีด, ขึ้นรูป, โรงขึ้นรูปตัวถัง และยูทิลิตี้รวม 8 จุด

ลดการใช้พลังงานได้ 0.19 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อหน่วยต่อวัน  
ลดค่าใช้จ่ายได้ 550,344 บาทต่อปี  
คืนทุนภายในระยะเวลา 10 เดือน

กิจกรรมต่อไป : กระจายไปยังโรงประกอบ 1,870 หน่วย (จะทำการปรับปรุงในกรณีของเดิมไม่สามารถใช้งานได้แล้วเท่านั้น)

#### ก่อนดำเนินการปรับปรุง



บัลลาสต์

ตัวเก็บประจุไฟฟ้า

ใช้พลังงาน 0.874 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อหน่วยต่อวัน

#### หลังดำเนินการปรับปรุง



อิเล็กทรอนิกส์บัลลาสต์

ใช้พลังงาน 0.684 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อหน่วยต่อวัน



## กิจกรรมประกวดการลดการใช้ทรัพยากร (Toyota Global Environmental Award)

สืบเนื่องจากกิจกรรมประกวดการลดการใช้ทรัพยากรต่างๆ ในปี 2549 ประสบความสำเร็จอย่างงดงาม ทั้งในด้านการกระตุ้นจิตสำนึกให้พนักงานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและส่งเสริมการลดการใช้พลังงานลงอย่างต่อเนื่องจนได้รับรางวัลเกียรติยศในระดับประเทศด้านการจัดการพลังงานถึง 2 รางวัล คือ บริษัท ไทยออยด์ วิกส์ จำกัด ผู้ผลิตรถยนต์ฟอร์จูนเนอร์ ได้รับรางวัลชนะเลิศ Energy Award ระดับอาเซียนและโรงงานโตโยต้าเกตเวย์ ได้รับรางวัลชนะเลิศอุตสาหกรรมดีเด่น (Prime Minister Industry Award)

ในปี 2550 โตโยต้าจึงได้จัดกิจกรรมนี้ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 โดยยังคงเน้นไปที่การลดการใช้พลังงาน เพื่อตอบรับกับกระแสวิกฤต



พลังงานและนโยบายประหยัดพลังงานของรัฐบาล สำหรับขอบเขตของกิจกรรมครั้งนี้ จะเจาะจงไปที่การกระบวนการผลิตและการขนส่งสินค้า โดยคณะกรรมการจะคัดเลือกโรงงานที่มีกิจกรรมการลดการใช้พลังงานเป็นเลิศเพียงหนึ่งทีมไปนำเสนอผลงานที่ประเทศญี่ปุ่น ร่วมกับบริษัทโตโยต้าในเครืออื่นๆ ทั่วโลก ซึ่งผู้ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศในปีนี้เป็นโรงงานโตโยต้าเกตเวย์ โดยทีมคุณวรวุฒิ พิมพ์อรุณ และคุณพัลลภ ห้วยกัญจน์ จากแผนกซ่อมบำรุงและยูทิลิตี้ฝ่ายบริหารโรงงาน (เกตเวย์)

ผลจากการจัดกิจกรรมประกวดการลดพลังงานในปี 2549 - 2550 ทำให้โตโยต้าสามารถลดปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ประมาณ 20,000 ตัน





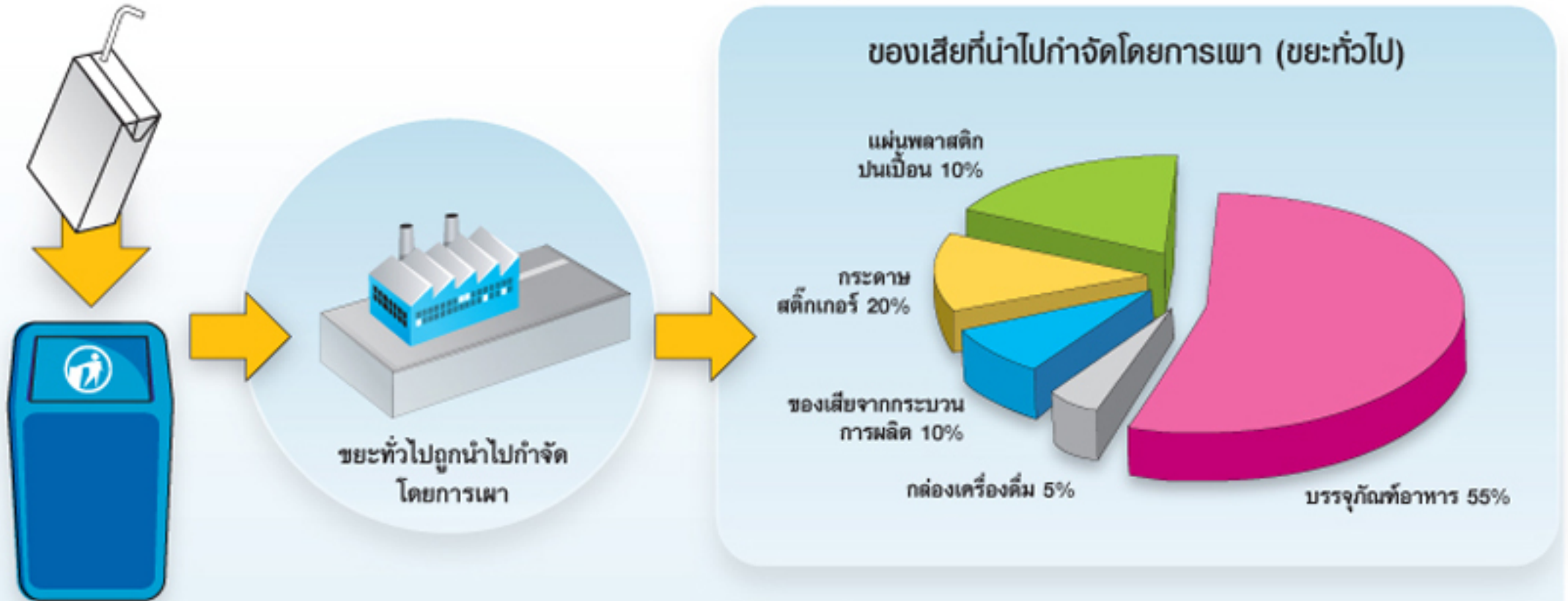
## กิจกรรมการลดปริมาณของเสีย

ในด้านกิจกรรมการลดปริมาณของเสียนั้น กิจกรรมที่น่าสนใจที่สุดในปีที่ผ่านมา คือกิจกรรมรีไซเคิลกล่องเครื่องดื่ม จากการจำแนกประเภทของขยะเผาได้ พบว่าขยะประเภทกล่องเครื่องดื่มมีปริมาณถึงร้อยละ 5 ทาง บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการรีไซเคิลกล่องเครื่องดื่มซึ่งเป็นหนทางหนึ่งในการลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO<sub>2</sub>) ที่เกิดจากกระบวนการเผาขยะ และยังสามารถลดปริมาณการใช้ทรัพยากรที่นำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อีกด้วย ซึ่งกิจกรรมนี้เป็นส่วนหนึ่งที่จะนำไปสู่เป้าหมายการฝังกลบขยะต้องเป็นศูนย์ (Zero Land fill Waste) ของบริษัท เพื่อช่วยลดการเกิดมลภาวะที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุดจึงได้จัดทำโครงการรีไซเคิลกล่องเครื่องดื่มขึ้น โดยได้เริ่มติดตั้ง

ถังขยะใส่กล่องเครื่องดื่ม เพื่อให้สามารถนำกล่องเครื่องดื่มที่ได้ไปรีไซเคิลและนำวัสดุกลับมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ จากเดิมที่ต้องนำกล่องเครื่องดื่มไปเผาทำลายทั้งหมด โดยการรีไซเคิลกล่องเครื่องดื่มนั้น ส่วนที่เป็นตัวกล่องจะนำมาตัดเป็นชิ้นเล็กๆ ก่อนอัดเป็นแผ่นไม้กระดานใช้ทำโต๊ะเก้าอี้ อีกส่วนคือเยื่อกระดาษที่แยกออกมา เยื่อที่ได้จากการรีไซเคิลนำไปทำผลิตภัณฑ์กระดาษ ส่วนเศษพลาสติกและพอยล์ที่เหลือฉีดเป็นเส้นมาเป็นผลิตภัณฑ์พลาสติกรีไซเคิล อาทิ กระจกรถ ที่ใส่ซีดี ถังขยะ เป็นต้น โดยโครงการนี้สามารถลดปริมาณขยะทั่วไปที่ต้องนำไปเผาทำลาย ณ เตาเผาขยะที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากกรมโรงงาน ทำให้สามารถลดปริมาณการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้อีกด้วย

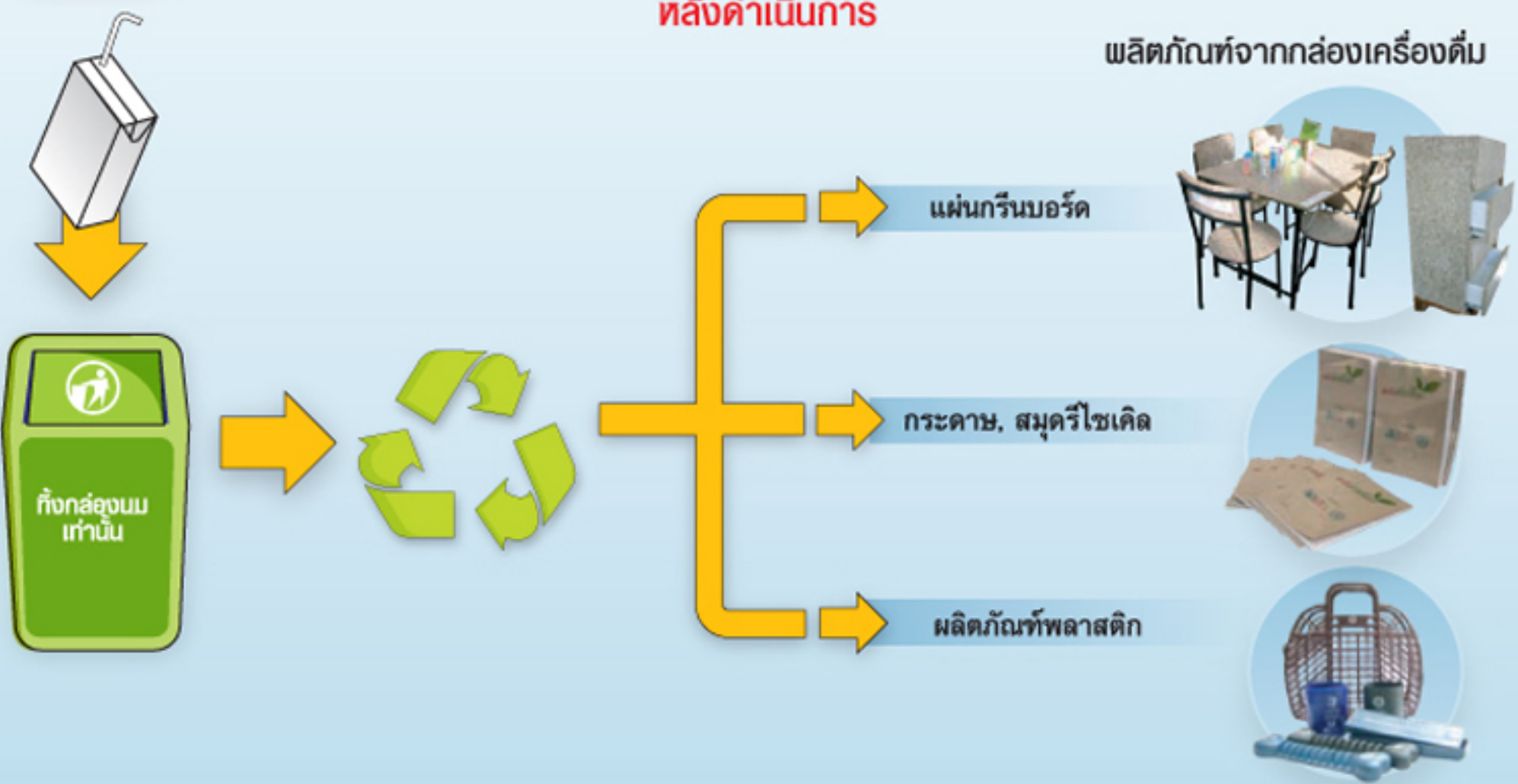
### การลดการเกิดของเสียที่ไม่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ กิจกรรมการรีไซเคิลกล่องเครื่องดื่ม (ขยะเผาได้)

#### ก่อนดำเนินการ



#### หลังดำเนินการ

#### ผลิตภัณฑ์จากกล่องเครื่องดื่ม



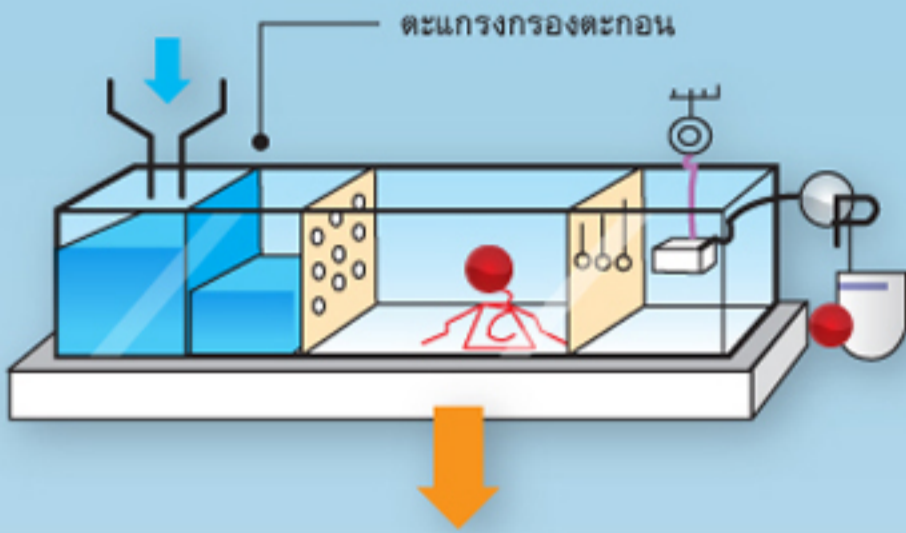
ข้อดี : สามารถลดปริมาณของเสียที่ต้องนำไปกำจัดโดยการเผาได้ 0.01 กิโลกรัมต่อหน่วย หรือ 2 กรัมต่อคนต่อวัน



## กิจกรรมอนุรักษ์การใช้น้ำ เพื่อลดการทิ้งน้ำในบ่อตะกอนสี

### ก่อนดำเนินการปรับปรุง

การทำความสะอาดตะแกรงกรองตะกอนในบ่อตะกอน เนื่องจากตะแกรงไม่สามารถชักออกขึ้นมาทำความสะอาด จึงจำเป็นต้องระบายน้ำทิ้งทั้งหมด จึงจะสามารถลงไปทำความสะอาดได้



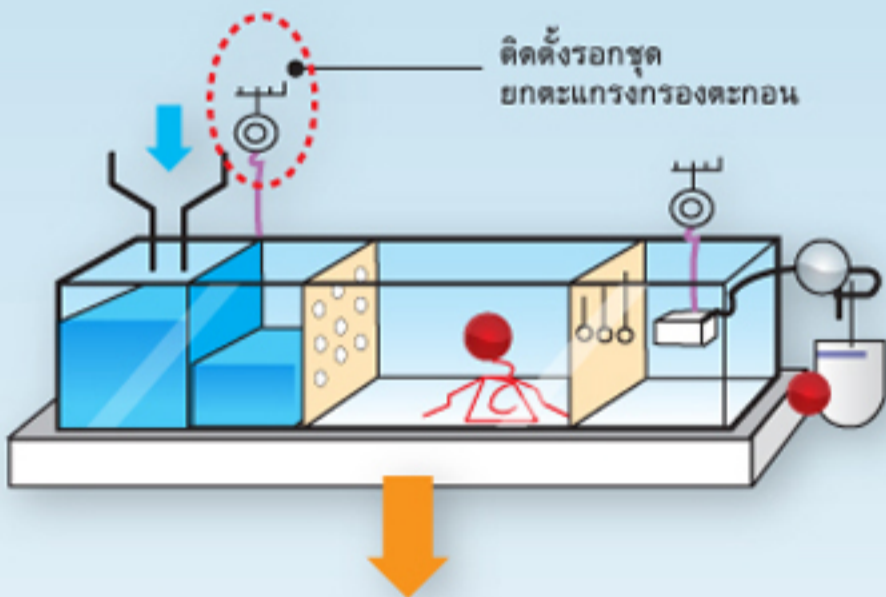
ต้องระบายน้ำทิ้งก่อนทำความสะอาด

### ปริมาณการใช้น้ำ

ปริมาณน้ำที่ใช้ในบ่อตกตะกอน	80 ลูกบาศก์เมตรต่อ 2 สัปดาห์
ปริมาณน้ำที่ใช้ในบ่อตกตะกอน	80 ลูกบาศก์เมตรต่อ 2 สัปดาห์
ปริมาณน้ำในการทำความสะอาดบ่อตกตะกอน	80 ลูกบาศก์เมตรต่อ 2 สัปดาห์
ปริมาณรวม	240 ลูกบาศก์เมตรต่อ 2 สัปดาห์
	480 ลูกบาศก์เมตรต่อเดือน

### หลังดำเนินการปรับปรุง

ทำการติดตั้งรอกชุดยกตะแกรงกรองตะกอนในบ่อตะกอนสี สำหรับการทำความสะอาด ไม่จำเป็นต้องระบายน้ำในระบบน้ำทิ้ง



ไม่ต้องระบายน้ำในระบบทิ้งเพื่อทำความสะอาดตะแกรงกรองตะกอน

### ปริมาณการใช้น้ำ

ปริมาณน้ำที่ใช้ในบ่อตกตะกอน	80 ลูกบาศก์เมตรต่อ 6 สัปดาห์
ปริมาณน้ำที่ใช้ในบ่อตกตะกอน	80 ลูกบาศก์เมตรต่อ 6 สัปดาห์
ปริมาณน้ำในการทำความสะอาดบ่อตกตะกอน	80 ลูกบาศก์เมตรต่อ 6 สัปดาห์
ปริมาณรวม	240 ลูกบาศก์เมตรต่อ 6 เดือน
	40 ลูกบาศก์เมตรต่อเดือน

สามารถลดปริมาณการใช้น้ำได้  
440 ลูกบาศก์เมตรต่อเดือน

## กิจกรรมการอนุรักษ์การใช้น้ำ

สำหรับกิจกรรมการอนุรักษ์การใช้น้ำที่น่าสนใจที่สุดในรอบปีที่ผ่านมา ได้แก่ โครงการติดตั้งรอกชุดยกตะแกรงกรองตะกอนในบ่อตะกอนสี (Sludge Pool Filter) เพื่อลดการทิ้งน้ำในกระบวนการผลิต เนื่องจากไม่มีการออกแบบระบบเพื่อทำความสะอาดตะแกรงกรองตะกอน (Sludge Pool Filter) เพื่อป้องกันการอุดตัน ทำให้ยากต่อการทำความสะอาดและสิ้นเปลืองทรัพยากรน้ำเนื่องจากต้องทำการปิดระบบและถ่ายน้ำออกทั้งหมดจึงทำความสะอาดได้ แต่หลังจากติดตั้งรอกชุดยกตะแกรงกรองตะกอน (Sludge Pool Filter) ก็สามารถชักออกแผ่นตะแกรงขึ้นมาทำความสะอาดได้โดยไม่ต้องถ่ายน้ำในระบบออก ทำให้สามารถลดการสูญเสียน้ำได้ ก่อนทำการติดตั้งรอกชุดยกตะแกรงต้องทำการปิดระบบเพื่อทำความสะอาดทุกๆ 2 สัปดาห์ สูญเสียน้ำในการทำความสะอาดระบบ 480 ลูกบาศก์เมตรต่อเดือน แต่หลังทำการติดตั้งรอกชุดยกตะแกรง สูญเสียน้ำเพียง 40 ลูกบาศก์เมตรต่อเดือน เท่านั้น ทำให้สามารถประหยัดน้ำได้ถึง 440 ลูกบาศก์เมตรต่อเดือน เลยทีเดียว

“ เมื่อพนักงานมีความภูมิใจที่มีส่วนร่วมในการปรับปรุงสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้นจะทำให้เขารู้สึกว่ามีความเป็นเจ้าของ โดยผลการสร้างสรรค์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่เขาทำขึ้นมา จะสอนให้เขามีความรู้สึกว่าจะต้องรักษาเป็นไว้ตลอดไป เมื่อเขาไปอยู่ในชุมชนที่อาศัย เขาจะปรับตัวอย่างที่ดีในชุมชนเพื่อให้ผู้อื่นนำไปปฏิบัติตาม ”

**คุณเอกชัย รัตนะชัยวงศ์**  
 ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส  
 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

โรงงานโตโยต้าสำโรง ของเรากับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ได้ปฏิบัติอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลามากกว่าสิบปี โดยปรับปรุงพัฒนา เพื่อลดมลภาวะทั้งอากาศ น้ำ และขยะ รวมถึงการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างต่อเนื่อง อันนำไปสู่การลดผลกระทบต่อโลกของเรา เช่น สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง (Climate Change) และสภาวะโลกร้อน (Global Warming) เป็นต้น

ในการขับเคลื่อนกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม ได้มีการส่งเสริมผ่านคณะกรรมการสิ่งแวดล้อม (Environmental Sub-committee) ซึ่งเราทำมาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 โดยพนักงานทุกคนได้นำเสนอการปรับปรุงเพื่อให้เกิดการลดมลพิษ และลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ตลอดจนการทำให้พื้นที่การทำงานมีสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ ในการสร้างสรรค์เพื่อสิ่งแวดล้อมนั้นผู้บริหารได้เข้าไปดูพื้นที่หน้างานจริง เพื่อให้พนักงานได้ภูมิใจว่าการทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้นจะทำให้พนักงานรู้สึกว่าเป็นเจ้าของผลงานการสร้างสรรค์ และจะรักษามันไว้ตลอดไป

หนึ่งในปีที่ผ่านมาเราได้รับเลือกให้เป็นโรงงานต้นแบบด้านการจัดการระบบบำบัดน้ำเสียเพื่อเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับโตโยต้าในกลุ่มเอเชียแปซิฟิกโดยหลักการของการจัดการที่ดีก็คือ สามารถที่จะตรวจสอบและแก้ไขสิ่งผิดปกติได้ก่อนที่จะปล่อยน้ำลงสู่ธรรมชาติ โดยมีการตรวจสอบคุณภาพในขั้นตอนสำคัญๆ เช่น การบำบัดทางเคมี และทางชีวภาพรวมถึงน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้ว ซึ่งในอนาคตน้ำทิ้งที่ผ่านมาตรฐานของโรงงานอุตสาหกรรมนี้ จะถูกนำกลับมาใช้ใหม่ ทั้งหมดสำหรับกิจกรรมการใช้น้ำในโรงงาน

ท้ายที่สุดนี้ เป้าหมายที่สำคัญนั้นคือการที่โรงงานได้อยู่ร่วมกับสิ่งแวดล้อมชุมชนอย่างยั่งยืน โดยมีพนักงานทุกคนเป็นผู้ขับเคลื่อนด้วยความตระหนักที่จะอยู่กับสิ่งแวดล้อมที่ตนเองเป็นเจ้าของตลอดไป



## กิจกรรมการลดปริมาณสารอินทรีย์ระเหยง่ายสู่สิ่งแวดล้อม

กิจกรรม : ลดการพ่นล้างหัวสี (Pre spray) ก่อนเปลี่ยนสี ที่กระบวนการพ่นสีเซอร์เฟซเซอร์ (Surfacer) และกระบวนการพ่นสีท๊อปโคท (Topcoat) โดยการแบ่งกลุ่มสีรถยนต์ที่จุดพักตัวถัง (EDP stock lane)

### ก่อนการปรับปรุง

การพ่นล้างหัวสีในกระบวนการพ่นสีเซอร์เฟซเซอร์ (Surfacer) และกระบวนการพ่นสีท๊อปโคท (Topcoat) ความถี่ในการพ่นล้างหัวสี 13 ครั้งต่อครั้ง



ปริมาณ VOC ที่ปล่อยออกมา จากกระบวนการพ่นสีเซอร์เฟซเซอร์ (Surfacer) 1.91 กรัมต่อตารางเมตร จากกระบวนการพ่นสีท๊อปโคท (Topcoat) 5.81 กรัมต่อตารางเมตร

### หลังดำเนินการปรับปรุง

การพ่นล้างหัวสีในกระบวนการพ่นสีเซอร์เฟซเซอร์ (Surfacer) และกระบวนการพ่นสีท๊อปโคท (Topcoat) ความถี่ในการพ่นล้างหัวสี 5.8 ครั้งต่อครั้ง



ปริมาณ VOC ที่ปล่อยออกมา จากกระบวนการพ่นสีเซอร์เฟซเซอร์ (Surfacer) 0.46 กรัมต่อตารางเมตร จากกระบวนการพ่นสีท๊อปโคท (Topcoat) 0.58 กรัมต่อตารางเมตร

เริ่มดำเนินการ : สิงหาคม 2550

ผลลัพธ์ : สามารถลดปริมาณการปล่อยสารอินทรีย์ระเหย (VOC) 6.78 กรัมต่อตารางเมตร

## กิจกรรมการลดปริมาณสารอินทรีย์ระเหยง่ายสู่สิ่งแวดล้อม

ในปีที่ผ่านมา กิจกรรมเพื่อการลดปริมาณการปล่อยสารอินทรีย์ระเหยง่าย (VOC) ที่น่าสนใจคือ การลดการพ่นล้างหัวพ่นสี (Pre spray) ก่อนเปลี่ยนสี ที่กระบวนการพ่นสีเซอร์เฟซเซอร์ (Surfacer) และกระบวนการพ่นสีท๊อปโคท (Topcoat) โดยการแบ่งกลุ่มสีรถยนต์ที่จุดพักตัวถัง (EDP stock lane) โดยวิธีการปรับเรียงการผลิต (HEIJUNKA) จากเดิมที่ต้องฉีดพ่นล้างหัวพ่นสี (Pre spray) ก่อนเปลี่ยนสี เพื่อทำความสะอาดทุกๆ ครั้งที่มีการเปลี่ยนสีรถยนต์ ซึ่งทำให้เกิด VOC 1.91 กรัมต่อตารางเมตร จากกระบวนการพ่นสี เซอร์เฟซเซอร์ (Surfacer) และ 5.81 กรัมต่อตารางเมตร จากกระบวนการพ่นสีท๊อปโคท (Topcoat) แต่หลังจากทำการเรียงจัดกลุ่มสีรถใหม่ที่จุดพักตัวถัง (EDP stock lane)

ก่อนจะเข้าสู่กระบวนการพ่นสี เซอร์เฟซเซอร์ (Surfacer) และกระบวนการพ่นสีท๊อปโคท (Topcoat) ทำให้สามารถลดจำนวนการพ่นล้างหัวพ่นสี (Pre spray) ก่อนเปลี่ยนสีลงและการจัดเรียงลำดับใหม่นี้ก็ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อ การส่งชิ้นส่วน (Part supply) ในโรงประกอบตัวถัง (Assembly Shop) อีกด้วย ซึ่งกิจกรรมนี้สามารถลดการเกิด VOC ลง โดย VOC ที่ปล่อยออกมาจากกระบวนการพ่นสี เซอร์เฟซเซอร์ (Surfacer) เหลือเพียง 0.46 กรัมต่อตารางเมตรและ 0.58 กรัมต่อตารางเมตรที่กระบวนการพ่นสีท๊อปโคท (Topcoat) จากกิจกรรมนี้ สามารถลดปริมาณการปล่อย สารอินทรีย์ระเหยง่าย (VOC) สู่สิ่งแวดล้อม ได้ถึง 6.78 กรัมต่อตารางเมตร



คุณอนันต์ สุวัชรินทร์  
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่  
บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

ด้วยพนักงานทุกคนที่เกตเวย์ หุ่นเทกายใจในการสร้างความสามารถและทำตามแนวทาง โคเซ็น ต่องานของเรา เพื่อหลีกเลี่ยงภัยคุกคามต่อสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นภายในโรงงาน ซึ่งนโยบายแรกคือเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมคือแนวทางที่ผู้บริหารให้ความสำคัญอย่างที่สุดเสมอมา และเป็นที่ยึดถือปฏิบัติในพนักงานทุกระดับและผู้บริหารยังได้ให้ความเคารพต่อสิทธิของพนักงานในแง่ของการให้พนักงานได้มีส่วนร่วมตามนโยบาย Hoshin ที่มีการปฏิบัติเป็นประจำทุกปี ซึ่งต้องขอขอบคุณเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่จะช่วยในการลดปริมาณการปล่อยสารอินทรีย์ระเหยง่ายควบคุมไม่ให้เกิดอันตรายจากสารที่เกิดการลุกไหม้ได้ง่าย (Volatile Organic Compound (VOC), new Regenerative Thermal Oxidizer (RTO))

“ เพราะการมีส่วนร่วมของระดับผู้บริหารช่วยปลุกกระแสจิตสำนึก ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของพนักงานและกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ”

ทั้งนี้กิจกรรมประจำวัน จากความร่วมมือร่วมใจของทีมงานจากฝ่ายผลิตของโรงงานใช้สารละลายดังกล่าวเพื่อลด VOC ให้มากขึ้นตามลำดับ นับตั้งแต่ปีที่แล้วจบจนถึงทุกวันนี้ ทางโรงงานสามารถลด VOC ได้ถึง 45.26 --> 33.28 g/m<sup>2</sup> และยังเป็นการทำทนายในการพัฒนาเพื่อก้าวสู่อันดับต้นๆ ของโลก

และทั้งหมดนี้ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากพนักงานเพื่อลดการสูญเสีย ในการใช้พลังงานและเรื่องอื่นๆ ให้ได้อย่างคุ้มค่าที่สุด

สิ่งสุดท้ายที่สำคัญ TMT ได้ให้คำมั่นสัญญาว่าจะทำทุกอย่างเพื่อพัฒนาให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด และมุ่งเน้นการบริหารที่ไม่ให้เกิดพิษภัยต่อสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย



## ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

### ข้อมูลปริมาณการใช้พลังงาน

	ปีงบประมาณ 2549* (เม.ย. 49 - มี.ค. 50)	ปีงบประมาณ 2550* (เม.ย. 50 - มี.ค. 51)	ความแตกต่างปีงบประมาณ (2551 - 2550)	
ปริมาณการใช้ไฟฟ้า (kWh)	188,771,120.00	212,685,510.00	23,914,390.00	
การใช้พลังงาน	เบนซิน (kl)	-	-	
	ดีเซล (kl)	-	-	
	น้ำมันเตา (kl)	2,171.45	2,366.47	195.02
	น้ำมันก๊าด (kl)	-	-	-
	ก๊าซธรรมชาติ (MMBTU)	-	540,741.11	540,741.11
	ก๊าซหุงต้ม LPG (M <sup>3</sup> )	11,094.66	12,231.27	1,136.61
ปริมาณการใช้พลังงานทั้งหมด (GJ/Unit)	2.43	2.79	0.36	

\* ข้อมูลของปีงบประมาณ 2549 ประกอบด้วยโรงงานประกอบสำเร็จ เกตเวย์ ไทยออดีเว็คส

\*\* ข้อมูลของปีงบประมาณ 2550 ประกอบด้วยโรงงานประกอบสำเร็จ เกตเวย์ บ้านโพธิ์ ไทยออดีเว็คส

### ข้อมูลปริมาณการใช้น้ำ

	ปีงบประมาณ 2549* (เม.ย. 49 - มี.ค. 50)	ปีงบประมาณ 2550* (เม.ย. 50 - มี.ค. 51)	ความแตกต่างปีงบประมาณ (2551 - 2550)
ปริมาณการใช้น้ำ (m <sup>3</sup> )	1,137,441.00	1,634,375.45	496,934.45
ปริมาณการใช้น้ำต่อการผลิต (m <sup>3</sup> /Unit)	2.57	3.00	0.429

\* ข้อมูลของปีงบประมาณ 2550 ประกอบด้วยโรงงานประกอบสำเร็จ เกตเวย์ ไทยออดีเว็คส

\*\* ข้อมูลของปีงบประมาณ 2550 ประกอบด้วยโรงงานประกอบสำเร็จ เกตเวย์ บ้านโพธิ์ ไทยออดีเว็คส

### ข้อมูลคุณภาพน้ำเสียที่ได้รับการบำบัด

	ปีงบประมาณ 2549 (เม.ย. 49 - มี.ค. 50)		ปีงบประมาณ 2550 (เม.ย. 50 - มี.ค. 51)		ความแตกต่างปีงบประมาณ (2551 - 2550)		
	โรงงาน สำเร็จ	โรงงาน เกตเวย์	โรงงาน สำเร็จ	โรงงาน เกตเวย์	โรงงาน สำเร็จ	โรงงาน เกตเวย์	
คุณภาพน้ำ ที่ผ่านการ บำบัด (ค่าเฉลี่ย)	ค่าความเป็นกรด - ด่าง	7.16	7.79	6.7	7.89	-0.46	0.1
	ของแข็งละลายทั้งหมด mg/l	1,057.60	624.13	1,162.90	720.66	105.259	99.53
	ของแข็งแขวนลอย, mg/l	4.50	40.08	4.36	43.21	-0.14	3.13
	COD, mg/l	28.83	476.89	32.98	528.8	4.15	51.91
	BOD, mg/l	5.00	192.34	5	209.23	0	16.89
	น้ำมันและไขมัน, mg/l	1.04	4.82	1.02	5.3	-0.02	0.48

\* ได้รับการบำบัดจากระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลาง นิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์

### ข้อมูลปริมาณขยะและของเสีย ที่เกิดขึ้นในโรงงาน

	ปีงบประมาณ 2549* (เม.ย. 49 - มี.ค. 50)	ปีงบประมาณ 2550* (เม.ย. 50 - มี.ค. 51)	ความแตกต่างปีงบประมาณ (2551 - 2550)
A. ปริมาณของเสียที่ถูกกำจัดด้วยการเผา (ตัน)	2,541.99	3,018.04	476.050
B. ปริมาณของเสียที่ถูกกำจัดด้วยการฝังกลบ (ตัน)	0	0	0
C. ปริมาณของเสียที่นำกลับมาใช้ใหม่ (ตัน)	73,216.48	3,687.71	-69,528.77
ปริมาณของเสียที่เกิดขึ้น (ตัน) (D= A + B + C)	75,758.47	6,705.75	-69,052.72
สัดส่วนของเสียที่ถูกกำจัดด้วยการฝังกลบ (%) B / D	0	0	0
สัดส่วนของเสียที่ถูกกำจัดด้วยการ เผาฝังกลบ (Kg / Unit)	6.65	5.45	-1.20

\* ข้อมูลของปีงบประมาณ 2549 ประกอบด้วยโรงงานประกอบสำเร็จ เกตเวย์ ไทยออดีเว็คส

\*\* ข้อมูลของปีงบประมาณ 2550 ประกอบด้วยโรงงานประกอบสำเร็จ เกตเวย์ บ้านโพธิ์ ไทยออดีเว็คส

### ข้อมูลปริมาณการใช้กระดาษ

	ปีงบประมาณ 2549* (เม.ย. 49 - มี.ค. 50)	ปีงบประมาณ 2550* (เม.ย. 50 - มี.ค. 51)	ความแตกต่างปีงบประมาณ (2551 - 2550)
ปริมาณการใช้กระดาษ (บาท)	4,810,385	7,244,00.00	2,433,615.00

หมายเหตุ : ปริมาณการใช้กระดาษของปี 2550 เพิ่มขึ้นเนื่องจากโรงงานประกอบบ้านโพธิ์และ TMAP-EM



## ข้อมูลปริมาณการใช้สารเคมี

		ปีงบประมาณ 2549 (เม.ย. 49 - มี.ค. 50)		ปีงบประมาณ 2550 (เม.ย. 50 - มี.ค. 51)		ความแตกต่างปีงบประมาณ (2551 - 2550)	
		โรงงาน สำโรง	โรงงาน เกตเวย์	โรงงาน สำโรง	โรงงาน เกตเวย์	โรงงาน สำโรง	โรงงาน เกตเวย์
ลักษณะ น้ำเสีย (ค่าเฉลี่ย)	สังกะสี, มิลลิกรัม/ลิตร	0.10	0.12	0.27	0.16	0.17	0.04
	ตะกั่ว, มิลลิกรัม/ลิตร	0.02	0.00	0.01	0.00	-0.01	0.00
	นิกเกิล, มิลลิกรัม/ลิตร	0.58	0.14	0.60	0.18	0.02	0.04
	ปรอท, มิลลิกรัม/ลิตร	0.001	0.000	0.001	0.000	0.00	0.00
	ทองแดง, มิลลิกรัม/ลิตร	0.02	0.00	0.01	<0.025	-0.01	>0.025
	ไซยาไนด์, มิลลิกรัม/ลิตร	0.01	0.00	0.01	<0.05	0.00	>0.05
	โครเมียม(III), มิลลิกรัม/ลิตร	0.01	0.03	0.01	<0.05	0.00	>0.02
	โครเมียม(VI), มิลลิกรัม/ลิตร	0.01	0.04	0.01	<0.01	0.00	-0.03
การปล่อย มลพิษทาง อากาศ (ค่าเฉลี่ย)	VOCs, กรัม/ตารางเมตร	53.22		47.86		50.04	
	ฝุ่นรวม : % ของค่ามาตรฐาน	3.95	0.32	2.53	3.45	-3.95	-0.32
	ตะกั่ว : % ของค่ามาตรฐาน	0.1	0.1	0.12	0.5	-0.10	-0.1
	CO : % ของค่ามาตรฐาน	2.78	27.7	4.49	1.75	-2.78	-27.7
	NO <sub>2</sub> : % ของค่ามาตรฐาน	7.9	0.14	10.74	8.25	-7.90	-0.14
	SO <sub>2</sub> : % ของค่ามาตรฐาน	8.28	0.22	5.89	4.48	-8.28	-0.22
	โซลีน : % ของค่ามาตรฐาน	1.36	0.0664	0.788	0.833	-1.36	-0.0664

ความสำเร็จในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม จนสามารถดำเนินการบรรลุเป้าหมายตามแผน 5 ปีเพื่อการอนุรักษ์ตามที่ได้นำเสนอไปนั้น เกิดจากความพยายามทุ่มเท และร่วมมือร่วมใจ ทั้งผู้บริหาร และบุคลากรทุกภาคส่วน นอกเหนือไปจากการดำเนินกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมภายในโรงงานแล้ว บริษัทโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ยังเล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ซึ่งต้องเกิดจากความร่วมแรงร่วมใจจากทุกภาคส่วนของสังคม โตโยต้าจึงได้ดำเนินกิจกรรมด้านสังคมเพื่อรณรงค์และกระตุ้นจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชนอย่างต่อเนื่อง ดังจะนำเสนอรายละเอียดในการดำเนินงานด้านสังคมต่อไป





การดำเนินงานด้านสังคม



บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีการดำเนินงานด้านสังคมผ่านกิจกรรมต่างๆ โดยมุ่งเน้นถึงการปลูกจิตสำนึกและกระตุ้นสังคมและชุมชนรอบข้าง อาทิ การดำเนินโครงการลดเมืองร้อน ด้วยมือเราอย่างต่อเนื่องติดต่อกันเป็นปีที่ 4, โครงการปลูกป่าตามหาหิ่งห้อย, โครงการถนนสีขาวที่ให้ความรู้เพื่อการขับขี่อย่างปลอดภัยแก่เยาวชนต่อเนื่องยาวนานมา 20 ปีแล้ว และยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาชุมชนรอบโรงงานอย่างยั่งยืน โดยจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ความรู้แก่ชุมชนทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ

ไม่เพียงแต่จะให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมผ่านกิจกรรมภายในบริษัทเท่านั้น หากแต่ยังรวมไปถึงบริษัทที่ทำธุรกิจร่วมกับโตโยต้าอีกด้วย นอกจากการจัดทำหนังสือ “การจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม” แจกจ่ายให้กับผู้ผลิตชิ้นส่วนตามแนวทางการจัดการของโตโยต้าแล้ว ยังได้จัดการประชุม Purchasing Environment Sub Committee เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมภายในภูมิภาค นอกจากนี้ยังเพิ่มศักยภาพด้านการให้บริการลูกค้าของศูนย์บริการด้วยกิจกรรมต่างๆ มากมาย อาทิ กิจกรรมเช็คระยะฉบับไวได้คุณภาพ กิจกรรมการซ่อมตัวถังและสี เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการอย่างครบวงจร แสดงให้เห็นว่าเรา โตโยต้าได้พัฒนาตัวเองอย่างไม่หยุดยั้งเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าตลอดไป

กิจกรรมเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันองค์กรให้ก้าวไปสู่การเป็นบริษัทชั้นนำ ซึ่งไม่เพียงเป็นหนึ่งในด้านคุณภาพและยอดขายเท่านั้น หากแต่ยังให้ความสำคัญกับพนักงาน สังคม และชุมชนรอบข้างเพื่อให้ก้าวเดินไปพร้อมๆ กันอย่างมั่นคงและยั่งยืน





## ผู้ถือผลประโยชน์ร่วม (Stakeholders)

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด และกลุ่มบริษัทในเครือ มีโครงการสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สอดคล้องต่อสังคมโลกโดยยึดแนวทางการจัดการ (Toyota Guiding Principles) เป็นหลัก เราปฏิบัติตามกฎหมายของประเทศไทย และยังปฏิบัติตามกฎข้อบังคับ พร้อมทั้งปฏิบัติงานด้วยความซื่อตรงและซื่อสัตย์เพื่อเป็นการสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ถือผลประโยชน์ร่วมตั้งจะอธิบายต่อไปนี้ ถือว่ามีความสำคัญและเราพยายามที่จะสร้างและรักษาไว้ซึ่งสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ถือผลประโยชน์ร่วม ผ่านสื่อสารที่เปิดเผยและเป็นธรรม ผู้ถือผลประโยชน์ร่วม ประกอบด้วย

- 1. ลูกค้าทั้งสินค้าและบริการ (Customer)** บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับลูกค้าโดยยึดหลัก "Customer First" เราพัฒนาและจัดให้มีผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพสูง ปลอดภัย โดดเด่นและสร้างสรรค์ ซึ่งตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้ใช้บริการ เพื่อความเป็นอยู่ที่ดียิ่งขึ้นของคนทั่วโลก และนอกจากนี้บริษัทฯ ได้ปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายประเทศไทย
- 2. พนักงานของบริษัทฯ (Employees)** บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับพนักงานและเชื่อว่าความสำเร็จของธุรกิจนั้นเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละบุคคลและการทำงานร่วมกันที่ดีพร้อมทั้งกระตุ้นพนักงานให้มีการพัฒนาตนเอง บริษัทฯ ได้สนับสนุนโอกาสการจ้างงานที่เท่าเทียม มีความหลากหลายและรวมพนักงานเข้าไว้ด้วยกัน ไม่มีการแบ่งแยก ทั้งยังเคารพและให้เกียรติกับสิทธิมนุษยชนของผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจและโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปฏิเสธหรือไม่ยินยอมที่จะให้มีการบังคับใช้แรงงานเด็กในทุกรูปแบบ และยังมี การจัดให้มีสภาพการทำงานที่ดีและรักษาสภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและดีต่อสุขภาพให้กับพนักงานทุกคน บริษัทฯ มีความแน่วแน่ในด้านการปลูกฝังวัฒนธรรมของบริษัทฯ และนโยบายที่นำมาใช้ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ และสร้างค่านิยม "ความเชื่อใจซึ่งกันและกัน และการร่วมรับผิดชอบ" ผ่านทางการประชาสัมพันธ์ และการสนทนากับพนักงานของบริษัทฯ และร่วมสร้างสรรค์ความสำเร็จของทั้งพนักงานและบริษัทฯ ต่อไป
- 3. คู่ค้าทางธุรกิจ (Business Partners)** คือผู้ผลิตหรือจัดทำสินค้าและบริการให้กับบริษัทฯ และผู้แทนจำหน่าย และทำงานร่วมกันในความสัมพันธ์ระยะยาว เพื่อให้มีการพัฒนาควบคู่กันไป ภาพได้ความ

เชื่อใจซึ่งกันและกัน เมื่อจะต้องหาหุ้นส่วนทางธุรกิจใหม่ บริษัทฯ เปิดกว้างในการรับผู้เข้าสมัคร โดยไม่คำนึงถึงสัญชาติหรือขนาดของธุรกิจ แต่จะประเมินโดยยึดความแข็งแกร่งโดยรวมเป็นหลัก การแข่งขันจะต้องเป็นไปอย่างอิสระและยุติธรรม ซึ่งสอดคล้องกับกฎหมายของประเทศไทย

- 4. ผู้ถือหุ้นบริษัท (Shareholders)** บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเพิ่มผลประกอบการของธุรกิจ ในขณะเดียวกันทำให้การเติบโตเป็นไปอย่างมั่นคงและในระยะยาว เพื่อประโยชน์ของผู้ถือหุ้นของเรา
- 5. สิ่งแวดล้อม (Environment)** บริษัทฯ มุ่งที่การเติบโตควบคู่กับการรักษาสิ่งแวดล้อมในทุกการดำเนินงานทางธุรกิจ เราทุ่มเทที่จะพัฒนาริเริ่มและประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมเทคโนโลยีที่สามารถทำให้สิ่งแวดล้อมและการพัฒนาทางเศรษฐกิจอยู่ร่วมกันได้อย่างสอดคล้อง และเพื่อสร้างสำนึกที่ดีต่อการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งตัวบุคคลและองค์กรให้แผ่ขยายออกไป
- 6. สังคม (Society)** บริษัทฯ ได้นำหลักการการเคารพผู้อื่น มาทำให้บรรลุผล โดยให้ความเคารพวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี ประวัติศาสตร์ และกฎหมายของประเทศไทย นอกจากนี้ยังมุ่งมั่นเสาะหาเทคโนโลยีที่ดีกว่า ปลอดภัยมากขึ้นและสะอาดยิ่งขึ้น เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคม ในการพัฒนาอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ไม่ยินยอมให้มีการคอร์รัปชัน ไม่ว่าจะเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจใดๆ องค์กรรัฐบาล หรือองค์กรสาธารณะ และคงไว้ซึ่งความซื่อสัตย์และเป็นธรรมต่อองค์กรรัฐ และเอกชน
- 7. การกุศล (Philanthropy)** ในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ กระตือรือร้นที่จะส่งเสริมและมีส่วนร่วมในกิจกรรมการกุศลซึ่งช่วยให้ชุมชนมีความแข็งแกร่งและมีส่วนช่วยในการจรรโลงสังคม

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการตอบสนองต่อแนวทางแบบโตโยต้าอย่างต่อเนื่อง โดยมีการจัดทำโครงการต่างๆ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกๆ ด้าน ซึ่งบริษัทฯ คาดหวังให้ผู้ถือผลประโยชน์ร่วมทั้งหมด ปฏิบัติตามแนวทางนี้ รวมไปถึงการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎข้อบังคับและบรรทัดฐานของสังคมในประเทศไทยอย่างเต็มที่ต่อไป





## “ทุกเสียงของลูกค้า มีค่าสำหรับเรา”

นอกเหนือจากการผลิตรถยนต์ที่มีคุณภาพเหนือคู่แข่งชั้น โดโยต้ายังตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้าตามหลักปรัชญา **Customer First : ลูกค้ามาเป็นอันดับหนึ่ง** โดยมอบการบริการที่เป็นเลิศทั้งด้านการขายและการบริการหลังการขายเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดต่อลูกค้า รวมถึงการเอาใจใส่ในทุกๆ เสียงของลูกค้า ทั้งการสอบถามข้อมูล ดิชม และแนะนำการให้บริการต่างๆ เพื่อใช้ในการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ และงานบริการให้สนองตอบความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างแท้จริง

### 1. ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ (Toyota Call Center)

ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ ได้ถูกจัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2530 เพื่อเป็นหน่วยงานในการให้ข้อมูล ตอบข้อซักถาม และประสานงานกรณีปัญหาของลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด ปัจจุบันได้เปิดทำการทุกวันตั้งแต่เวลา 7.00 - 21.00 โดยลูกค้าสามารถติดต่อได้ทางหมายเลขโทรศัพท์ 0-2386-2000 หรือ 1800-238-444 (โทรฟรีเฉพาะต่างจังหวัด) โทรสารหมายเลข 0-2386-2021 หรืออีเมลล์ [cch@toyota.co.th](mailto:cch@toyota.co.th) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การแก้ไขกรณีปัญหาลูกค้าร้องเรียน โดโยต้าได้จัดตั้งทีมงานเฉพาะ และหน่วยงานสนับสนุนจากฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการประสานงาน และการแก้ไขกรณีปัญหาอย่างรวดเร็ว และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนี้ ยังมีระบบ CR Web Dealer ซึ่งเป็นเสมือนช่องทางในการติดต่อประสานงานระหว่างโตโยต้าและผู้แทนจำหน่ายเพื่อให้การประสานงานแก้ไขปัญหารวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยมีดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPI) ในการแก้ไขปัญหาสำหรับกรณีปัญหาธรรมดาภายใน 5 วัน และกรณีปัญหารุนแรงภายใน 15 วัน



“  
อำนาจ อยู่ในมือของลูกค้าหรือผู้ซื้อ  
ไม่ใช่อยู่ในมือผู้ขายที่มีสินค้า  
”



สารจากคุณไพโรจน์ ตรีญูเรืองรอง  
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่  
บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

การดำเนินธุรกิจของโตโยต้าจะเติบโตอย่างยั่งยืน จะต้องสร้างความแตกต่างที่โดดเด่นให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ รวมถึงสร้างสัมพันธ์ภาพกับลูกค้า และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับชุมชน โดยให้ความใส่ใจปรับปรุงงานในรายละเอียดปลีกย่อยอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าตลอดไป

ความสำคัญของการบริการคือการรักษาลูกค้า (Customer Retention) โดยสร้างสัมพันธ์ภาพอย่างยั่งยืนกับลูกค้าตลอดอายุการใช้งานของรถ จะช่วยสร้างความแตกต่างที่โดดเด่นให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเป็นลูกค้าโตโยต้าตลอดไป ซึ่งสายงานการตลาด ตระหนักถึงความสำคัญ และการสร้างความพึงพอใจสูงสุดต่อลูกค้า จึงริเริ่มกิจกรรมหลากหลายรูปแบบที่ผู้แทนจำหน่าย เช่น โครงการ Toyota CARE ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างฝ่ายขายและฝ่ายบริการหลังการขาย เพื่อยกระดับการบริการและติดตามลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจุบันนี้ การดูแลรักษาให้กับลูกค้า โดยการรักษามาตรฐานการปฏิบัติงานอย่างดียิ่งไม่เพียงพอ จำเป็นต้องดูแลเอาใจใส่ตัวลูกค้า เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันตลอดไป

### 2. Customer Satisfaction Survey

การสำรวจความพึงพอใจลูกค้าโตโยต้าถือเป็นการดำเนินงานหลักซึ่งทำให้เราทราบถึงความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้า ในปัจจุบัน เราได้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าแบ่งออกเป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่ การสำรวจความพึงพอใจลูกค้าด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ การสำรวจความพึงพอใจลูกค้าด้านขาย การสำรวจความพึงพอใจลูกค้าด้านบริการและการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าด้านบริการสำหรับตัวถังและสี ซึ่งใช้วิธีการสำรวจผ่านทางโทรศัพท์ โดยบริษัทสำรวจที่ได้รับมอบหมายจากบริษัทฯ จะเป็นผู้ประมวลผล และรายงานผลมาที่โตโยต้าและผู้แทนจำหน่ายทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลและเสียงของลูกค้าจะถูกนำมาใช้ประโยชน์ในการกำหนดแนวทางการปรับปรุงและพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นรวมถึงยกระดับมาตรฐานการให้บริการให้ตรงตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดต่อลูกค้าอย่างยั่งยืน



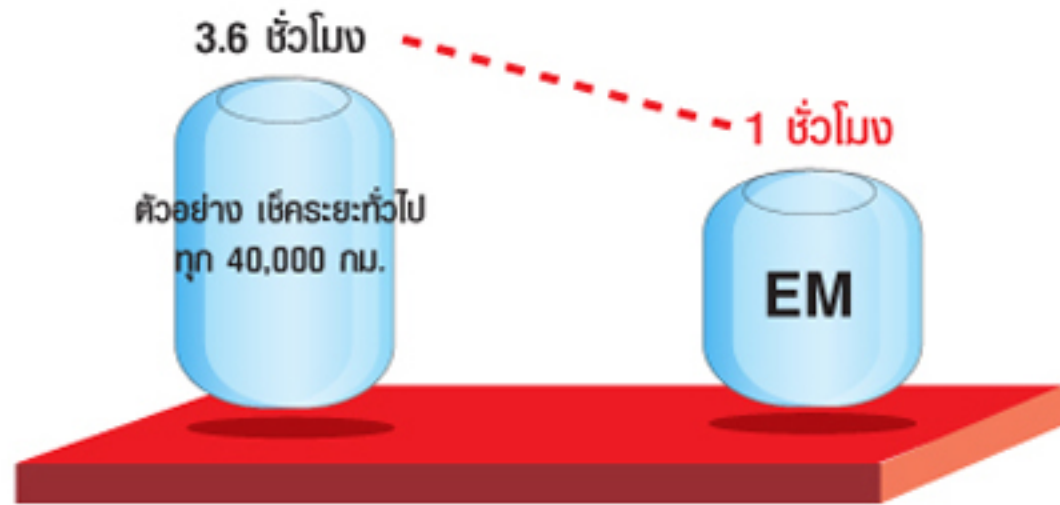
## งานการตลาดหลังการขาย

ในรอบปีที่ผ่านมา หน่วยงานการตลาดหลังการขายได้จัดให้มีกิจกรรมต่างๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการบริการลูกค้าให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความพึงพอใจลูกค้า ด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ลูกค้าทุกท่านมั่นใจว่า กระบวนการต่างๆ ที่เกิดขึ้นในศูนย์บริการนั้น มีการดูแลเอาใจใส่อย่างเหมาะสม เพื่อประโยชน์แก่ลูกค้าอย่างสูงสุด รวมทั้งเรื่องของการพัฒนาภาพลักษณ์ศูนย์บริการที่คำนึงถึงการลดปัญหาและการตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาโดยองค์รวมอย่างยั่งยืน

กิจกรรมดังกล่าว ประกอบด้วย

### 1. เช็กระยะด้วยไ้ได้คุณภาพ (Express Maintenance)

เป็นรูปแบบการบริการที่เน้นใส่ใจในเวลาของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในศูนย์ฯ ให้ได้รับเวลาการบริการที่รวดเร็วทันใจ และมีประสิทธิภาพ ซึ่งเทียบพร้อมด้วยทีมช่างผู้เชี่ยวชาญและระบบการให้บริการตรวจเช็คระยะ ที่พัฒนามาจากระบบการผลิตของโตโยต้า (Toyota Production System) ที่ช่วยเพิ่มความต่อเนื่องในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพทั่วทั้งระบบ ไม่ว่าจะเช็คระยะที่กี่หมื่นกิโลเมตร ก็เสร็จเร็วทันใจภายใน 1 ชั่วโมง\* หรือตรงตามเวลานัดส่งมอบ



พัฒนาประสิทธิภาพบริการเช็คระยะด้วยไ้ได้คุณภาพ



\* หมายเหตุ ไม่รวมกรณีโรควิวล้างรถ หรือมีงานอื่นเพิ่มเติม



## 2. กิจกรรมส่งเสริมการขาย การตลาดหลังการขาย

โตโยต้า ใส่ใจในอุปกรณ์ และรายละเอียดชิ้นส่วนภายในรถยนต์ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ และความคุ้มค่าสูงสุดจึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ และประสิทธิภาพสูงเช่น หัวเทียน อิริเดียม ทัพ ที่มีความแตกต่างกับชนิดอื่นๆ โดยมีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางขนาดเล็ก ทำให้การจุดระเบิดที่หัวจุดระเบิดทำได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อัตราเร่งของเครื่องยนต์ การสตาร์ทเครื่องยนต์ และรอบของเครื่องยนต์มีความราบเรียบมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการประหยัดน้ำมันที่เพิ่มขึ้นด้วยจากการเผาไหม้ที่สมบูรณ์ขึ้น นอกจากนี้หัวเทียน

อิริเดียมทัพ ยังมีอายุการใช้งานที่นานเทียบเท่ากับ หัวเทียน Premium Grade (หัวเทียนระดับเกรดสูงๆ) ที่วางขายทั่วไปในท้องตลาด

ในขณะเดียวกันฝ่ายการตลาดหลังการขาย ยังใส่ใจในเรื่องของภาวะโลกร้อน จึงสนับสนุนกิจกรรมการซ่อมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ โดยใช้เครื่องหมุนเวียนและปรับสภาพน้ำยาแอร์ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าน้ำยาแอร์จะไม่ระเหยสู่ชั้นบรรยากาศ อันเป็นสาเหตุของภาวะโลกร้อน



**อัตราร่งที่สูงขึ้น**  
เพิ่มอัตราร่งจากจุดระเบิดที่มีเสถียรภาพ อิริเดียม ทัพ ให้การจุดระเบิดที่มีเสถียรภาพ แม้ในขณะที่รอบเครื่องยนต์ไม่คงที่ พลัฟท์ที่ได้คือ เพิ่มประสิทธิภาพให้กับอัตราร่งของเครื่องยนต์



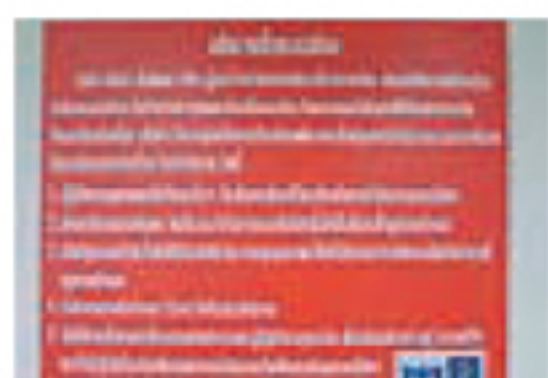
อบรมให้ความรู้ ISO 14001 แก่พนักงาน

เดินสำรวจหน้างานด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปปรับปรุงใช้ในศูนย์บริการ

## 3. กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมในศูนย์บริการ

ฝ่ายการตลาดหลังการขายมีการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นทางการมาตั้งแต่ปี 2547 จนกระทั่งปัจจุบัน โดยเฉพาะมาตรฐาน สิ่งแวดล้อมระดับสากล (ISO 14001) ซึ่งมีผู้แทนจำหน่ายได้รับการรับรองทั้งสิ้น 118 ผู้แทนจำหน่าย 240 ศูนย์บริการ สำหรับในปี 2551 มีการตั้งเป้าหมายให้มีผู้แทนจำหน่ายที่ได้รับการรับรองมาตรฐานนี้เพิ่มขึ้นเป็น 260 ศูนย์บริการ ซึ่งบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด และผู้แทนจำหน่ายโตโยต้าทั่วประเทศ ได้ดำเนินงานเรื่องสิ่งแวดล้อมในศูนย์บริการ ตามข้อกำหนดของกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมปฏิบัติตามมาตรฐานสิ่งแวดล้อมระดับสากล (ISO 14001) และมีกิจกรรมเพื่อสนับสนุนดังนี้

นอกจากนี้ ฝ่ายการตลาดหลังการขาย ยังได้มีการส่งเสริมกิจกรรมการประหยัดพลังงาน โดยจัดทำคู่มือประหยัดพลังงาน เพื่อให้ศูนย์บริการสามารถนำไปประยุกต์ใช้ โดยสามารถลดการใช้พลังงานลง และลดการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO<sub>2</sub>) ที่มีผลให้เกิดภาวะโลกร้อนได้อีกทางหนึ่งด้วย



จัดทำนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมสู่พนักงาน

จัดตั้งองค์กรเพื่อรับผิดชอบงานด้านสิ่งแวดล้อม



มีการคัดแยกขยะเพื่อส่งออกไปกำจัดอย่างถูกกฎหมาย



มีการบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยออกสู่สาธารณะ

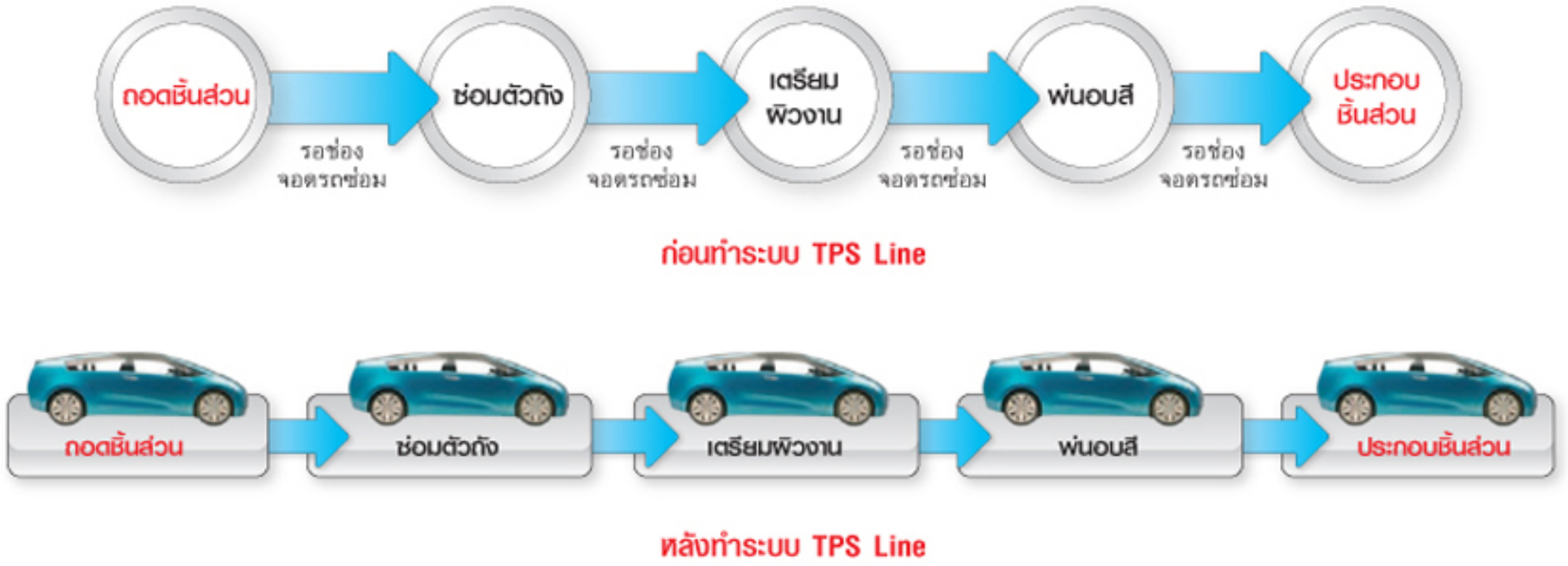
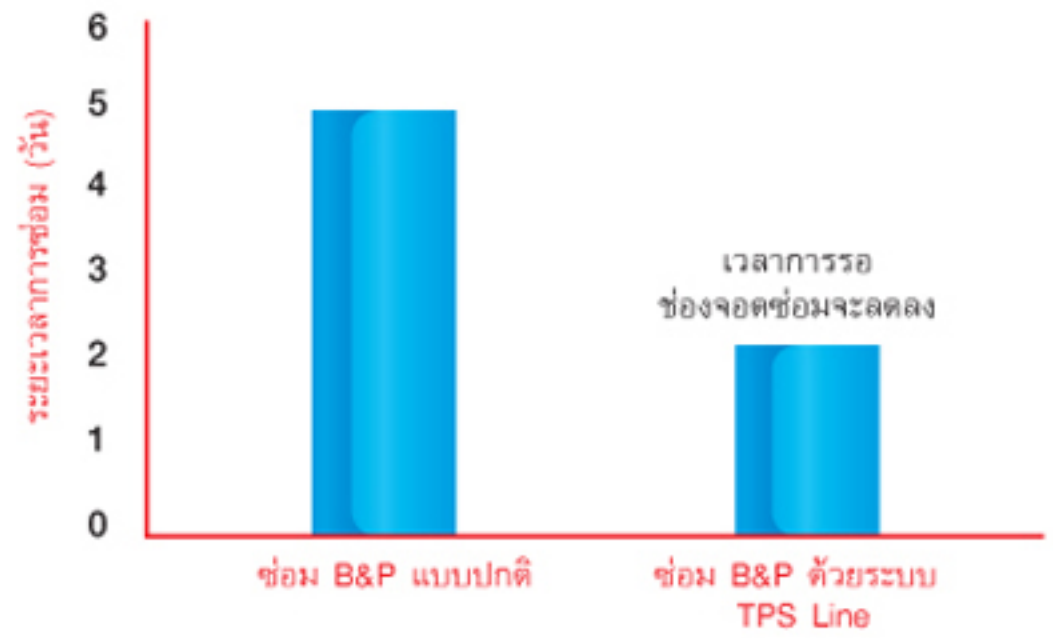


ได้รับการรับรองจากบริษัทที่ได้รับการรับรองจากกรมโรงงาน



#### 4. กิจกรรมการซ่อมตัวถังและสี (Body & Paint Service)

งานบริการด้านตัวถังและสี เป็นกิจกรรมสำคัญเพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการอย่างครบวงจร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อรถเกิดอุบัติเหตุหรือเกิดความเสียหาย การบริการตัวถังและสีพร้อมที่จะให้บริการให้กับลูกค้าได้ตลอดเวลาตลอดเวลา แต่เนื่องจากการซ่อมตัวถังและสีเป็นการซ่อมที่ใช้เวลานานประมาณ 3-15 วัน ขึ้นกับลักษณะความเสียหายที่เกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้ทางโตโยต้าจึงได้คิดโครงการ TPS line (ซ่อมตัวถังและสีเร่งด่วน) ขึ้นมาเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า



#### 5. กิจกรรมด้านความปลอดภัยในศูนย์บริการ

จากปี 2550 ที่ผ่านมามีการรณรงค์นโยบายส่งเสริมความปลอดภัยไปยังผู้แทนจำหน่ายทั่วประเทศ โดยการส่งเสริมความปลอดภัยส่วนบุคคล และความปลอดภัยภายในสถานประกอบการรวมทั้งขอความร่วมมือจากผู้แทนจำหน่ายในการค้นหาจุดอันตรายภายในศูนย์บริการ ทำให้สามารถค้นหาและแก้ไขจุดอันตรายระดับรุนแรงได้ถึง 84%

สำหรับปี 2551 เป็นปีส่งเสริมการขับขี่อย่างปลอดภัยหลังเวลาการปฏิบัติงานโดยได้เริ่มต้นจากเทศกาลวันหยุดยาวประจำปี (วันสงกรานต์ และวันปีใหม่) พร้อมทั้งสนับสนุนด้านการอบรมการส่งเสริมการทำงานอย่างปลอดภัยให้กับผู้จัดการเขตและผู้จัดการพื้นที่ รวมถึงเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยของผู้แทนจำหน่ายทั่วประเทศ เพื่อเพิ่มศักยภาพการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวให้เกิดความเข้มแข็งอย่างต่อเนื่อง และบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ว่า "อุบัติเหตุเป็น 0"



ความปลอดภัยส่วนบุคคล



ความปลอดภัยในสถานประกอบการ



กิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัย  
ณ กรมขนส่งทางบก



สื่อประชาสัมพันธ์ต่อลูกค้า



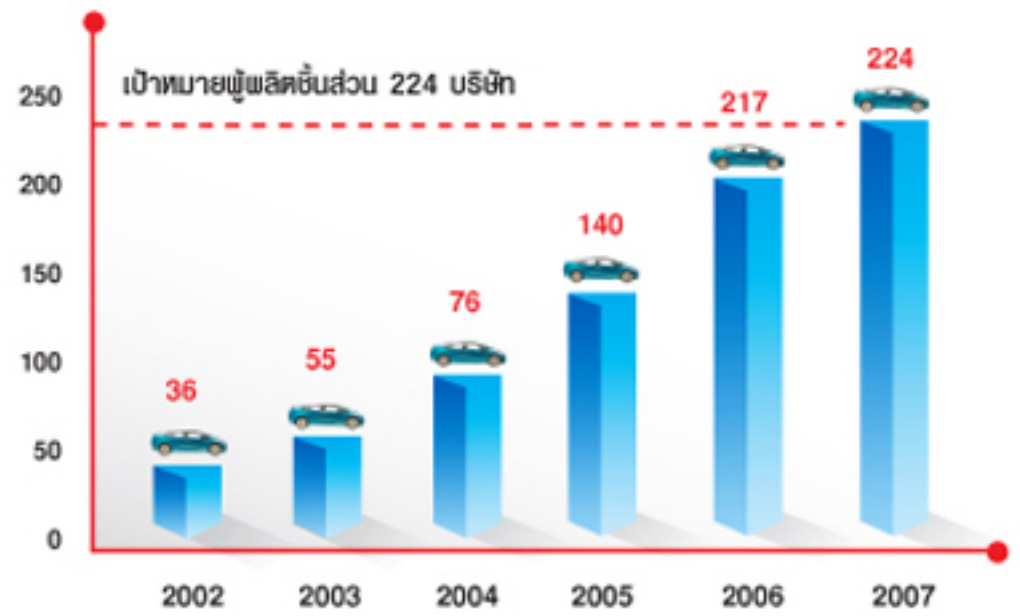
## ผู้ผลิต / ส่งมอบชิ้นส่วน

ฝ่ายจัดซื้อของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ เอเชีย แปซิฟิก เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมนูแฟกเจอริง จำกัด (TMAP-EM) ผู้ดำเนินธุรกิจการจัดหาชิ้นส่วนให้กับ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด (TMT) ได้ดำเนินธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการจัดการของโตโยต้า และได้ริเริ่มกฎเกณฑ์ต่างๆ และสนับสนุนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทที่ทำธุรกิจร่วมกับโตโยต้าเพื่อการพัฒนาเป็นไปอย่างยั่งยืน

เพื่อเป็นการส่งเสริมนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม ฝ่ายจัดซื้อจึงได้จัดทำหนังสือ “Toyota Green Purchasing Guideline” (การจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม) ซึ่งประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลัก ดังนี้

1. ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001  
**เป้าหมาย:**  
 ผู้ผลิตชิ้นส่วน 224 บริษัท (ครอบคลุมถึงผู้ผลิตชิ้นส่วนและผู้จัดหาวัตถุดิบ)  
**ผลการดำเนินงาน:**  
 ผู้ผลิตชิ้นส่วนทั้ง 224 บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14001
2. ยกเลิกการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบจากผู้ผลิตชิ้นส่วนที่มีการใช้สาร SoCs (Substances of Concern)
3. ผู้ผลิตชิ้นส่วนของโตโยต้าได้ดำเนินงานเพื่อลดการปล่อยของสารประกอบอินทรีย์ระเหยภายในห้องผู้โดยสาร โดยเปลี่ยนจากการใช้สารเคมีโทลูอินซึ่งใช้ในการยัดชิ้นส่วนต่างๆ ภายในห้องผู้โดยสาร มาเป็นสารเคมีที่ปราศจากโทลูอิน ทำให้ลดการเกิดสารประกอบอินทรีย์ระเหย (VOC) โดยเริ่มผลิตในรถยนต์โตโยต้า Corolla รุ่นใหม่ และ รถยนต์โตโยต้า Yaris ผู้ผลิตชิ้นส่วนทุกบริษัทยกเลิกการใช้สารเคมีที่มีโทลูอินเป็นส่วนประกอบภายในปี 2008 นอกจากนี้ยังมีควมคืบคลอนอย่างต่อเนื่อง และเตรียมขยายไปยังรถยนต์โตโยต้ารุ่นอื่นๆ ต่อไป
4. เพื่อนำไปสู่เป้าหมายเพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ โตโยต้าจึงให้ความสำคัญกับการประหยัดพลังงานซึ่งจะช่วยลดการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปอย่างยั่งยืน กิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นส่วนหนึ่งในการเสริมสร้างความแข็งแกร่ง เพื่อนำไปสู่เป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของผู้ผลิตชิ้นส่วนให้ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด เท่านั้น หากแต่ยังรวมไปถึงภาคการผลิตของบริษัทโตโยต้าในภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก (Asia Pacific Manufacturing Committee : APMC\*) ทั้งหมดอีกด้วย บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ เอเชีย แปซิฟิก เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมนูแฟกเจอริง จำกัด จึงได้จัดการประชุมระหว่าง Purchasing Environment Sub Committee เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับ APMC

จำนวนผู้ผลิตชิ้นส่วนที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO



การประชุมครั้งที่ 1 ที่ TMMIN ประเทศอินโดนีเซีย (14 มีนาคม 2551) การประชุมครั้งที่ 2 ที่ TMAP-EM ประเทศไทย (29 สิงหาคม 2551)

\*หมายเหตุ: APMC : Asia Pacific Manufacturing Country (TMT, STM, TMMIN, TMP, ASSB, TMV, KZ, TMCA, TKM)



## ดัชนีวัดความพึงพอใจของพนักงาน

### 1. ผลการสำรวจภาวะความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement Survey)

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้จัดทำดัชนีวัดความพึงพอใจของพนักงาน ผ่านการสำรวจที่เรียกว่าการสำรวจภาวะความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement Survey) ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริษัทได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลให้พนักงานเกิดภาวะผูกพันกับองค์กร รวมทั้งได้ทราบถึงแนวทางที่บริษัทจะปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้พนักงานเกิดความรู้สึกในทางบวกต่อองค์กร และนำไปสู่พฤติกรรมของภาวะความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement) ต่อไป ภาวะความผูกพันของพนักงานนั้น ประกอบด้วย 3 พฤติกรรมหลัก คือ 1) Say คือ การพูดถึงองค์กรในทางที่ดี ทั้งต่อลูกค้าภายในและลูกค้าภายนอก ไม่ว่าจะในประเด็นใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร 2) Stay คือ ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งและถือเป็นเพียงจักรที่สำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร และ 3) Strive คือ การที่พนักงานทุ่มเทแรงกายแรงใจ มีความอดุสาหะ พยายามที่จะทำให้องค์กรสามารถก้าวไปสู่เป้าหมายที่ได้วางไว้

โดยการสำรวจความสำรวจภาวะความผูกพัน ได้ทำการสำรวจพนักงานของบริษัททั้งหมด (ทั้งพนักงานประจำ และพนักงานรับเหมาช่วง) ประกอบด้วย บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด บริษัท ไทยออดีเวคิส จำกัด และบริษัทในเครืออื่นๆ โดยมีพนักงานเข้าร่วมการสำรวจทั้งสิ้น 11,568 คน คิดเป็น 82% ของพนักงานทั้งหมด โดยระเบียบวิธีการสำรวจได้ว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาจากภายนอกมาทำหน้าที่การสำรวจความพึงพอใจโดยใช้แบบสอบถามแบบ Linkert Scale จำนวน 6 Scales ประกอบด้วย 3 หมวดหลัก คือ

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. คำถามปลายปิด
3. การแสดงความคิดเห็นแบบปลายเปิด

ผลการสำรวจภาวะความผูกพันของพนักงานประจำปี 2550 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด อยู่ในเขตโซนผู้ประกอบการที่ดี (Best Employer Zone) และสูงกว่าบริษัทข้ามชาติที่มีผลประกอบการดี (Global High Performing Companies) และผลสำรวจคะแนนของพนักงานประจำอยู่ที่ 70% จากในปี 2549 ที่ 65% หลังจากที่ได้รับทราบผล และมีการสื่อสารกับผู้บริหารระดับสูง บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้นำผลสำรวจภาวะความผูกพันของพนักงานมากำหนดนโยบายการบริหารงานของบริษัท เพื่อให้บริษัทสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างตรงจุด และเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยสังเกตได้จากการกำหนดให้มีเรื่องในทุกส่วนงานต้องให้ความสำคัญคือ เรื่องของบุคคล (People Issue) โดยจะมีกิจกรรมเพื่อพัฒนาในเรื่องดังกล่าวอยู่ในทุกระดับของแผนการปฏิบัติงานตั้งแต่ระดับ Sub-Division, Department และ Section ยิ่งไปกว่านั้น ในแต่ละหน่วยงานได้มีการจัดทำ Employee Engagement Activities Calendar (EE Calendar) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมภาวะความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร โดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลจะเป็นผู้ประเมินผลของกิจกรรมในแต่ละหน่วยงาน



คุณ สมศักดิ์ ชาญชัยศรีสุกุล  
ผู้อำนวยการปฏิบัติการใหญ่  
บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

ในปัจจุบันนั้น ภาวะการเจริญเติบโตทางด้านอุตสาหกรรมมีการขยายตัวค่อนข้างสูง ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและธรรมชาติ โดยของเสียต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากโรงงานอุตสาหกรรมได้ทำให้เกิดภาวะวิกฤตต่างๆ กับธรรมชาติอย่างมากมาย บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ในฐานะองค์กรทางธุรกิจที่มีส่วนร่วมกับผลกระทบดังกล่าวข้างต้น ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการรักษาสีสิ่งแวดล้อมและการปรับเปลี่ยนทัศนคติในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับนโยบายหลักของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ประเทศญี่ปุ่น โดยเน้นที่วัฏจักรของความเจริญทางอุตสาหกรรมซึ่งต้องสอดคล้องประสานกับวัฏจักรของธรรมชาติกันอย่างกลมกลืน เพื่อการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนตลอดไป ผ่านกิจกรรมหลักด้านสิ่งแวดล้อม โดยในปี 2551 นั้นได้มีการเปลี่ยนการใช้พลังงานภายในโรงงานสำเร็จ เช่น การเปลี่ยนจากการใช้น้ำมันเตา มาสู่การใช้ Liquid Petroleum Gas (LPG) เพื่อลดมลภาวะที่ปล่อยออกสู่ธรรมชาติ รวมไปถึงการใช้อุปกรณ์ควบคุมพิเศษ (Inverter) เพื่อลดการใช้พลังงานของอุปกรณ์เครื่องจักรต่างๆ นอกจากนี้ บริษัทยังมีการจัดการองค์กรในด้านของสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยในสายการบริหาร เพื่อรับฟังปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน และให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการดำเนินการและเสริมสร้างสถานที่ทำงานให้มีความปลอดภัยและมีความสุข

ท้ายนี้ สิ่งที่บริษัทมุ่งหวังเป็นอย่างยิ่งก็คือการมีส่วนร่วมกันสร้างจิตสำนึกในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และร่วมมือกันทางปฏิบัติ เพื่อให้บริษัทมีการพัฒนาอย่างยั่งยืนตลอดไป

### 2. ตัวชี้วัดความพึงพอใจหรือความไม่พอใจของพนักงาน

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ให้ความสำคัญหรือไม่พึงพอใจแบบที่เป็นทางการได้จากฝ่ายทรัพยากรบุคคล ได้จัดทำข้อมูล HR Indicators เพื่อที่จะทำให้องค์กรได้ทราบถึงสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ของพนักงานทุกกระยะ เช่น จำนวนชั่วโมงการทำงานล่วงเวลา จำนวนชั่วโมงการขาด ลา มาสายของพนักงาน

ส่วนแบบที่ไม่เป็นทางการนั้น บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีหลายช่องทางในการที่จะรับข้อมูลความพึงพอใจ และไม่พึงพอใจจากพนักงาน ได้แก่

- 1) Suggestion Box หรือ กล่องรับความคิดเห็นโดยจะติดตั้ง ณ จุดประทับบัตรทุกสถานที่และสโมสร



- 2) การตรวจเยี่ยมสถานที่ทำงาน (Workplace Visit) เป็นกิจกรรมที่ผู้แทนบริษัทร่วมกับคณะกรรมการสหภาพแรงงานได้เข้าไปเยี่ยมเยียนพนักงานทุกสถานที่ทำงานเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อรับทราบปัญหาและข้อเสนอแนะจากพนักงาน
- 3) การบริหารงานด้วยระบบคณะกรรมการ บริษัทฯ ได้จัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการขึ้นเพื่อระดมความคิดและเสนอแนะปัญหา พร้อมทั้งร่วมกันหาทางแก้ไขในสวัสดิการด้านต่างๆ เช่น คณะกรรมการรถรับส่งพนักงาน คณะกรรมการสโมสรมหาพนักงาน เป็นต้น

### 3. การตระหนักถึงความพาสึกของพนักงาน

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ให้ความสำคัญอย่างยิ่งในคุณค่าและความพาสึกของพนักงานทุกคนทั้งด้านร่างกายและจิตใจ โดยได้จัดสวัสดิการเพื่อดูแลพนักงาน ได้แก่

#### สวัสดิการที่เป็นตัวเงิน ได้แก่

1. เงินช่วยเหลือค่ารักษาพยาบาลครอบครัวพนักงาน
2. เงินช่วยเหลือทุนการศึกษาบุตรพนักงาน
3. เงินกู้ของพนักงาน
4. เงินค่าอาหารกลางวัน
5. เงินช่วยเหลือค่ารักษาพยาบาล (นอกสถานที่)
6. เงินช่วยเหลือพนักงานที่ศึกษาเพิ่มเติมหลังเวลาเลิกงาน
7. เงินนำเที่ยวประจำปี
8. กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ
9. เงินเบี่ยเลี้ยงเดินทางไปต่างประเทศ
10. เงินเบี่ยเลี้ยงเดินทางภายในต่างประเทศ
11. ค่าทำงานกะ
12. เงินสังสรรค์ปีใหม่
13. เงินเลี้ยงภัย
14. เงินแสดงความยินดีและเสียใจในโอกาสต่างๆ
15. ประกันชีวิตหมู่สำหรับพนักงาน

#### และสวัสดิการที่ไม่เป็นตัวเงิน ได้แก่

1. การแจกยาสามัญประจำบ้าน
2. การซ่อมรถยนต์และรับบริการเกี่ยวกับรถยนต์ในราคาพนักงาน
3. การซื้อรถยนต์สวัสดิการพนักงาน
4. เครื่องแบบแต่งกายพนักงาน
5. รถบัสรับ-ส่งพนักงาน

### กิจกรรมสื่อสารระดับองค์กร

#### (Communication in Corporate Level)

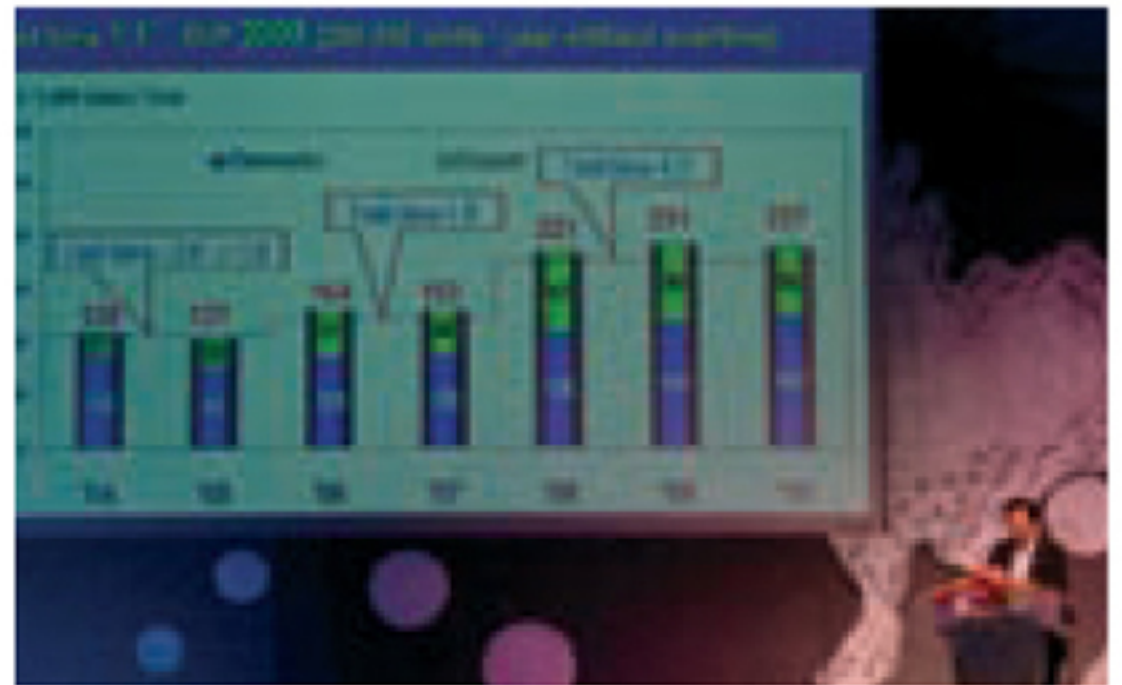
ประกอบด้วยกิจกรรมที่สำคัญคือ

1. **Management Communication Conference** เป็นการประชุมนโยบายที่สำคัญขององค์กรกับพนักงานระดับผู้บริหาร ทั้งนี้จะจัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง จากการประชุมพนักงานจะได้รับทราบถึงนโยบายแนวทาง และทิศทางขององค์กร และข่าวสารต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ โดยบริษัทฯ มีความคาดหวังจากพนักงานในระดับผู้บริหารว่าจะถ่ายทอดข้อมูลดังกล่าวไปยังผู้บังคับบัญชาของตน



#### 2. Annual Communication Program for Supervisory Level

เป็นการประชุมที่คล้ายกับการประชุม Management Communication Conference แต่สิ่งที่แตกต่างกันคือ ผู้เข้าร่วมการประชุมจะเป็นระดับหัวหน้างาน และดำเนินการประชุมเป็นภาษาไทยทั้งหมด เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าใจนโยบายต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่อง การประชุมดังกล่าวจะจัดขึ้น ปีละ 1 ครั้ง



3. **Internal Communication** เป็นการประชุมอีกรูปแบบหนึ่งโดยจะหยิบยกเอาประเด็นที่สำคัญในปีนั้นๆ มาสื่อสารให้กับพนักงานได้ทราบด้วยรูปแบบการสื่อสารใหม่ๆ เช่น ผ่านรูปแบบการแสดงละครเวที การแสดงทอล์คโชว์จากผู้บริหาร เป็นต้น หัวข้อในการประชุมดังกล่าว เช่น Reflect on our past, to start our future เป็นการบอกพนักงานให้ทราบถึง ความเป็นมาขององค์กร และวิกฤตการณ์ต่างๆ ที่สามารถผ่านมาได้ ด้วยความร่วมมือร่วมใจจากพนักงานทุกคน

4. **New Year Employee Communication** เป็นการกล่าวต้อนรับพนักงานกลับสู่เข้าการทำงานในวันแรกของปี กรรมการผู้จัดการใหญ่จะร่วมทำบุญตักบาตรกับพนักงาน จากนั้น จะเป็นการกล่าวต้อนรับ และอวยพรพนักงานเนื่องในเทศกาลวันขึ้นปีใหม่ โดยสื่อสารนี้ จะใช้วิธีการประชุมผ่าน TV Conference ไปยังสถานที่ทำงานต่างๆ





### Internal Communication 2007

เชื่อว่าพนักงานทุกคน จะได้ฝ่าภาวะวิกฤติเศรษฐกิจร่วมกับโตโยต้า ยิ่งไปกว่านั้น สามในสี่ของพนักงานใหม่ไม่ทราบด้วยซ้ำว่าก่อนที่จะมาเป็นผู้นำทางการตลาดนั้น บริษัทโตโยต้าได้ผ่านวิกฤติเศรษฐกิจมาอย่างไรบ้าง ดังนั้นการที่ผู้บริหารระดับสูงมาถ่ายทอดประสบการณ์ให้กับพนักงาน จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การสื่อสารภายในองค์กรแข็งแกร่งมากขึ้น และยังทำให้พนักงานเกิดความรักและผูกพันกับบริษัทอีกด้วย



## สถาบันโตโยต้า

การพัฒนาทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการที่จะทำให้บริษัทสามารถพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งในปีที่ผ่านมา (เมษายน 2550 - มีนาคม 2551) บริษัทฯ ดำเนินการพัฒนาบุคลากรภายในและสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรของผู้แทนจำหน่าย ตามลำดับ ดังนี้

### 1. การพัฒนาผู้บริหารและพนักงานสายสำนักงาน

บริษัทมีนโยบายในการพัฒนาพนักงานระดับบริหารและพนักงานในสายสำนักงานโดยคำนึงถึงการพัฒนาศักยภาพหลัก (Core Competency) ที่พัฒนาต่อยอดมาจากวิถีโตโยต้า (Toyota Way) เพื่อให้พนักงานได้เห็นตัวอย่างของการนำความเข้าใจเรื่องวิถีโตโยต้าไปประยุกต์ใช้ในการทำงานจริง ซึ่งมีเครื่องมือต่างๆ ในการพัฒนา ได้แก่



- 1.1 การพัฒนาความรู้และทักษะจากการอบรมหลักสูตรต่างๆ ตามแผนการพัฒนาบุคลากร (Training Roadmap) โดยการนำหลักสูตรที่ใช้สอนพนักงานบริษัทโตโยต้าทุกแห่งทั่วโลก (Global Content) นำมาสอนพนักงาน ซึ่งนอกจากจะมุ่งให้พนักงานเกิดการเรียนรู้และเข้าใจในหลักการแล้ว ยังต้องการให้พนักงานสามารถนำความรู้ดังกล่าวไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบอยู่จริง ยกตัวอย่างเช่น การให้ความรู้และฝึกปฏิบัติในหลักสูตร "การแก้ไขปัญหาแบบโตโยต้า" หรือชื่อที่เรียกกันในกลุ่มบริษัทโตโยต้าว่า Toyota Business Practice (TBP) ซึ่งจากการได้เรียนรู้และฝึกปฏิบัติการในการแก้ไขปัญหาในงานที่ตนรับผิดชอบ ได้ส่งผลให้เกิดการยกระดับขีดความสามารถหลักในเรื่องการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้น
- 1.2 การพัฒนาความรู้และทักษะจากการอบรมในหลักสูตรเสริม เช่น การพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถด้านการใช้ภาษาต่างประเทศและยังเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนทิศทางการดำเนินการของบริษัทที่มีสัดส่วนการผลิตเพื่อส่งออกเพิ่มขึ้น
- 1.3 การประเมินขีดความสามารถ (Core Competency Assessment) แบบ 360 องศา บริษัทมีระบบการประเมินขีดความสามารถหลัก สำหรับผู้บริหารและหัวหน้างานในสายสำนักงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาบุคลากร และใช้วิธีการแบบ 360 องศา (Three-Sixty Assessment) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) รอบด้าน ทั้งจากผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งจะนำผลมาวิเคราะห์สำหรับการพัฒนาความรู้และทักษะต่อไป สำหรับปีที่ผ่านมา เป็นการประเมินเฉพาะกลุ่มหัวหน้างานในสายสำนักงาน โดยมีผลการประเมินขีดความสามารถที่เพิ่มขึ้น อาทิ เรื่องความเชื่อมั่นซึ่งกันและกัน และการสื่อสาร เป็นต้น





## 2. การพัฒนาพนักงานสายการผลิต

2.1 การอบรมเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะด้านการผลิต ในหลักสูตรต่างๆ ได้แก่

- หลักสูตรทักษะพื้นฐานทางการผลิตสำหรับพนักงานปฏิบัติการที่เข้างานใหม่
- หลักสูตรทักษะพื้นฐานทางการผลิตสำหรับพนักงานปฏิบัติการ (G1-3)
- หลักสูตรการแก้ไขสิ่งผิดปกติของเครื่องจักร
- หลักสูตรบทบาทของหัวหน้ากลุ่ม (Group Leader :GL)
- หลักสูตรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม FMDS

2.2 การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารการผลิตด้วยกิจกรรม FMDS (Floor Management Development System) FMDS เป็นการพัฒนาหัวหน้างานในพื้นที่การผลิตให้สามารถดำเนินการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพใน 5 ประเภทการจัดการ ได้แก่ ความปลอดภัย, คุณภาพ, ผลผลิต, ต้นทุน และการพัฒนาบุคลากร ซึ่งโรงงานทั้ง 4 แห่งของโตโยต้า ได้แก่ สำโรง, เกตเวย์, บ้านโพธิ์ และ ไทยออโตเวคส ได้ผ่านขั้นตอนต่างๆ ของกิจกรรมเป็นที่เรียบร้อย ทั้งการอบรมสร้างความเข้าใจเรื่อง FMDS ให้พนักงานสายการผลิตในระดับต่างๆ, การจัดทำระเบียบพื้นฐานและบอร์ดแสดงผล, การค้นหาปัญหาและการฝึกแก้ไข้ปัญหาเพื่อพัฒนาหัวหน้าทีม (Team Leader : TL) ให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ทดแทนหัวหน้ากลุ่ม (GL) ได้ และปิดท้ายจะดำเนินการยกระดับของกิจกรรมให้เข้มข้นขึ้น

2.3 การยกระดับทักษะด้านการผลิตโดยการแข่งขันทักษะด้านการผลิต (Skill Contest) แบ่งการแข่งขันเป็น 3 ระดับ ได้แก่

- การแข่งขันภายในบริษัทโตโยต้า (Toyota Motor Thailand's Skill Contest) มีการแข่งขัน 10 ด้านจากทั้งหมด 8 กระบวนการผลิต โดยแบ่งเป็นการแข่งขันในระดับหัวหน้าทีม (TL) และพนักงานปฏิบัติการ (Team Member : TM) เพื่อคัดเลือกตัวแทนของบริษัทไปแข่งขันในระดับเอเชีย-แปซิฟิก
- การแข่งขันของกลุ่มบริษัทโตโยต้าภายในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก (Asia Pacific Skill Contest) ประกอบด้วยบริษัท

โตโยต้า 10 บริษัท จาก 8 ประเทศ โดยมีการแข่งขัน 11 ด้านจากทั้งหมด 8 กระบวนการผลิต และ 1 กระบวนการผลิตเครื่องยนต์ โดยแบ่งเป็นการแข่งขันในระดับหัวหน้าทีม (TL) และพนักงานปฏิบัติการ(TM) เพื่อคัดเลือกตัวแทนของทีมเอเชีย-แปซิฟิกไปแข่งขันกับทีมจากบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น (Toyota Motor Corporation : TMC) ที่ประเทศญี่ปุ่น โดยการแข่งขันในระดับภูมิภาคนี้

- บริษัทได้รับรางวัลชนะเลิศ 15รางวัล จากทั้งหมด 22 รางวัล
- การแข่งขันระหว่างทีมเอเชีย-แปซิฟิกกับทีม TMC ในงาน TMC Skill Inter-change Festival ที่ประเทศญี่ปุ่น มีการแข่งขัน 11 ด้านจากทั้งหมด 8 กระบวนการผลิต และ 1 กระบวนการผลิตเครื่องยนต์ โดยแบ่งเป็นการแข่งขันในระดับหัวหน้าทีม (TL) และพนักงานปฏิบัติการ (TM) ปรากฏว่าทีมเอเชีย-แปซิฟิกได้รับรางวัลชนะเลิศ 2 รางวัล (โดย 1 ใน 2 เป็นพนักงานของบริษัทจากแผนกเชื่อมตัวถัง) จากรางวัลชนะเลิศทั้งหมด 22 รางวัล

## 3. การพัฒนาวิทยากรภายใน

3.1 การสร้างวิทยากรใหม่สำหรับหลักสูตร Global Content ได้แก่

- หลักสูตรการแก้ไขปัญหาแบบโตโยต้า (Toyota Business Practices for Admin, Sale and Engineering)
- หลักสูตรการแก้ไขปัญหาแบบโตโยต้าสำหรับหัวหน้างานสายการผลิต (Toyota Business Practices for Production)
- หลักสูตรงานมาตรฐานและการไคเซ็น (TPS Standardized Work & Kaizen)
- หลักสูตรทักษะการสื่อสารแบบโตโยต้า (Toyota Communication Skill)

3.2 พัฒนาศักยภาพวิทยากรปัจจุบันในหลักสูตร Trainer Development Program

เพื่อเสริมสร้างทักษะการเป็นวิทยากร จึงดำเนินการจัดอบรมพัฒนาทักษะจำนวน 2 รุ่น รุ่นละ 20 ท่าน

3.3 สัมมนาวิทยากรประจำปี

เพื่อเพิ่มพูนความรู้และศักยภาพของวิทยากรในการพัฒนาตนเองเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพ

ในการสอน จึงมีการจัดการบรรยายในหัวข้อเรื่อง "การพัฒนาอัจฉริยภาพเพื่อการพัฒนาดตนเองและการสอน" โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านสมองและการเรียนรู้ นอกจากนี้ภายในงานยังมีการมอบโล่ขอบคุณวิทยากรจาก มร.มิตซึฮิโระ โซโนตะ กรรมการผู้จัดการใหญ่ และ มร. ฮิโรชิ นิชิตะ กรรมการบริษัท ตลอดจนรับทราบนโยบายในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรของฝ่ายพัฒนาทรัพยากรบุคคลซึ่งต้องได้รับความร่วมมือจากวิทยากร เพื่อให้พนักงานได้รับการพัฒนาที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น



#### 4. การประเมินระบบการพัฒนาทรัพยากรบุคคล

ฝ่ายพัฒนาทรัพยากรบุคคล ได้ร่วมมือกับบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ประเมินระบบการพัฒนาทรัพยากรบุคคล โดยประเมินจากการสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานในฝ่ายพัฒนาทรัพยากรบุคคล และการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าซึ่งได้แก่ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับซึ่งช่วยให้ทราบถึงสิ่งที่ควรนำมาศึกษาเพื่อปรับปรุงและพัฒนาเพิ่มเติม เช่น การเชื่อมโยงระบบการบริหารงานบุคคลและการพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้สัมพันธ์กันยิ่งขึ้น, การพัฒนาทักษะการบริหารของผู้จัดการ และการสอนงาน เป็นต้น

#### 5. การพัฒนาบุคลากรของผู้แทนจำหน่าย

การพัฒนาบุคลากรเป็นปัจจัยหลักที่จะสร้างคนให้มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพที่ดี เพื่อให้ได้ผลผลิตเป็นบุคลากรที่จะให้บริการลูกค้าหลังการจำหน่ายให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ศูนย์การศึกษาและฝึกอบรมโตโยต้า มีบทบาทในการพัฒนาศักยภาพด้านบุคลากรของผู้แทนจำหน่ายโตโยต้าให้มีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า โดยเพิ่มพูนทักษะและความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยียานยนต์ ตั้งแต่ขั้นพื้นฐานไปจนถึงเทคโนโลยีขั้นสูงโดยแบ่งหลักสูตรการฝึกอบรมเป็นแขนงวิชาต่างๆ ดังจะกล่าวรายละเอียดในหลักสูตรของศูนย์การศึกษาและฝึกอบรมโตโยต้าต่อไป



กิจกรรมอื่นๆ เพื่อพัฒนาผู้แทนจำหน่ายและการศึกษาด้านเทคนิคยานยนต์

- การจัดทดสอบเพื่อรับรองมาตรฐานของช่างเทคนิคในแต่ละหลักสูตรประจำปีให้กับผู้แทนจำหน่ายทั่วประเทศ
- การจัดแข่งขันทักษะการขายและบริการลูกค้าโตโยต้าทั้งในประเทศ (National Service Skill Contest) และระดับภูมิภาคเอเชีย (Asian Grand Prix Service Skill Contest)
- โครงการความร่วมมือทางวิชาการระหว่างกระทรวงศึกษาธิการกับบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยียานยนต์ภายใต้โครงการ T-TEP (Toyota Technical Education Program) ให้กับนักศึกษาของวิทยาลัยเทคนิคและวิทยาลัยสารพัดช่าง 11 สถาบันในด้านช่างเทคนิคยานยนต์ (General T-TEP) และ 10 สถาบันในด้านตัวถังและสีรถยนต์ (B&P T-TEP)





# ศูนย์การศึกษาและฝึกอบรมโตโยต้า



การพัฒนาบุคลากรเป็นปัจจัยหลักที่จะสร้างคนให้มีประสิทธิภาพ และมีคุณภาพที่ดี เพื่อให้ได้ผลผลิตเป็นบุคลากรที่จะให้บริการลูกค้าหลังการขายให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ศูนย์การศึกษาและฝึกอบรมโตโยต้า เป็นสถานศึกษาของโตโยต้าแห่งหนึ่งที่จะพัฒนาศักยภาพบุคลากรของผู้แทนจำหน่ายโตโยต้าให้มีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า โดยเพิ่มพูนทักษะและความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยียานยนต์ตั้งแต่ขั้นพื้นฐานไปจนถึงเทคโนโลยีขั้นสูง

## หลักสูตรการฝึกอบรม แบ่งออกเป็นแขนงวิชาต่างๆดังนี้

1. ช่างเทคนิค อบรมตามหลักสูตร TEAM 21 (Technical Education for Automotive Mastery in the 21<sup>st</sup> Country) และรับรองมาตรฐาน เป็น 4 ระดับ
2. พนักงานรับรถ อบรมตามหลักสูตร TSA 21 (Toyota Service Advisor Program) มี 1 ระดับ
3. ช่างซ่อมตัวถังและสีรถยนต์ (Body & Paint) มี 3 ระดับและรับรองมาตรฐานเป็น 3 ระดับในแต่ละประเภท (ช่างตัวถังและช่างสีรถยนต์)
4. พนักงานอะไหล่ (Parts) มี 2 ระดับ
5. ร่วมมือกับฝ่าย CS Promotion จัดอบรมพนักงานลูกค้าสัมพันธ์
6. เมื่อมีรถรุ่นใหม่ที่กำลังจะแนะนำออกสู่ตลาด ให้ความร่วมมือกับฝ่ายขายในการจัดอบรมให้กับพนักงานขายของผู้แทนจำหน่ายทั่วประเทศอีกด้วย

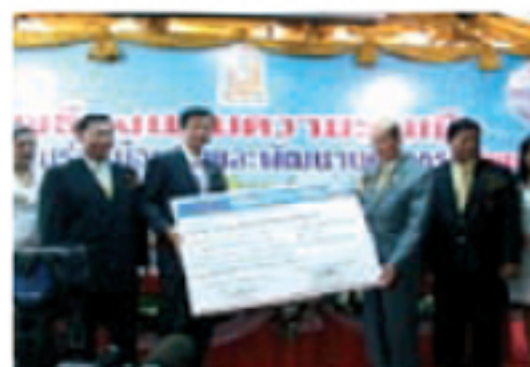
นอกจากนี้ยังมีหลักสูตร ครูฝึก (Instructor) ของแต่ละแขนงวิชา เพื่อสร้างครูฝึกของผู้แทนจำหน่าย สามารถไปสอนให้กับช่างใหม่ของตัวแทนจำหน่ายนั้นๆ ภายใต้โครงการ In-house Training และยังมีกิจกรรมอื่นที่ศูนย์การศึกษาและฝึกอบรมโตโยต้ารับผิดชอบคือ

1. การทดสอบรับรองมาตรฐานของช่างเทคนิคในแต่ละหลักสูตร
2. จัดแข่งขันทักษะการขายและบริการลูกค้าโตโยต้าทั้งในประเทศ (National Service Skill Contest) และระดับภูมิภาคอาเซียน (Asian Skill Grand Prix )
3. โครงการความร่วมมือทางวิชาการระหว่างกระทรวงศึกษาธิการกับบริษัทโตโยต้ามอเตอร์ประเทศไทยจำกัด ด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยียานยนต์ภายใต้โครงการ T-TEP (Toyota Technical Education Program) ทั้งด้านช่างเทคนิคยานยนต์ (General T-TEP) จำนวน 11 แห่ง และด้านตัวถังและสีรถยนต์ (B&P T-TEP) จำนวน 10 แห่ง ให้แก่นักศึกษาของวิทยาลัยเทคนิคและวิทยาลัยสารพัดช่างตามลำดับ

หลักสูตรอบรม  
ช่างเทคนิคโตโยต้า ทีม 21



ตัวถังและการทำสี





## กิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัย

บริษัทโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้ดำเนินงานโดยให้ความสำคัญกับความปลอดภัยมาโดยตลอด ด้วยความมุ่งมั่นที่ทำให้เกิดความปลอดภัยในการทำงาน และต้องการเสริมสร้างจิตสำนึกให้กับพนักงานในเรื่องของความปลอดภัยให้เห็นความสำคัญของการทำงานอย่างปลอดภัย โดยยึดหลักความปลอดภัยต้องมาเป็นอันดับหนึ่ง นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับความปลอดภัยนอกงานหรืออุบัติเหตุทางจราจรอีกด้วย

ดังนั้น บริษัทจึงมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัยต่างๆ มากมาย อาทิเช่น



### 1. กิจกรรมค้นหาอันตรายและแก้ไขโดย CCCF (Completely Check Completely Find Out) ประจำปี 2550

กิจกรรมการค้นหา และประเมินอันตราย หรือ CCCF เป็นกิจกรรมที่จัดทำขึ้นเพื่อรณรงค์ด้านความปลอดภัยให้กับพนักงานในทุกระดับ ไม่เพียงแต่เฉพาะภายในโรงงานเท่านั้น การทำกิจกรรม CCCF ยังรวมถึงในสำนักงานและรวมไปถึง บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วน, ผู้แทนจำหน่าย และบริษัทในเครือด้วย โดยเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น, ค้นหาอันตรายและประเมินอันตรายจากงานและสถานที่ทำงานของตนเองซึ่งทางโตโยต้าได้ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2548 ซึ่งในเดือนมิถุนายน 2550 ที่ผ่านมา ได้มีการทำ CCCF โดยเน้นการป้องกันอันตรายจากการทำงานบนที่สูง และการค้นหาอันตรายจากอุปกรณ์เครื่องจักร โดยจัดทำเป็นแบบตรวจสอบให้กับพนักงาน เพื่อเพิ่มความรู้และทักษะในการค้นหาอันตรายของพนักงาน

### 2. กิจกรรมเดือนแห่งความปลอดภัย ปี 2550

นอกเหนือจากกิจกรรม CCCF ซึ่งให้ทุกพื้นที่ปฏิบัติในเดือนมิถุนายนแล้ว ทางโตโยต้ายังกำหนดให้เดือนมิถุนายนของทุกปีเป็นเดือนแห่งความปลอดภัยซึ่งได้จัดกิจกรรมมากมายให้พนักงานมีส่วนร่วมเพื่อสร้างจิตสำนึกความปลอดภัยให้กับพนักงาน เพราะความปลอดภัยไม่ใช่หน้าที่ของคนใดคนหนึ่ง แต่เป็นหน้าที่ของพนักงานทุกคนร่วมมือร่วมใจกันปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นอันดับแรก โดยกิจกรรมที่จัดขึ้นได้แก่ กิจกรรมประกวดภาพถ่าย Unseen Unsafe Photo Contest, กิจกรรมรณรงค์ให้พนักงานสวมหมวกกันน็อก

เงินรางวัลมูลค่า 10,000 บาท	
รางวัลที่ 1	1 รางวัล มูลค่า 3,000 บาท
รางวัลที่ 2	1 รางวัล มูลค่า 2,000 บาท
รางวัลที่ 3	1 รางวัล มูลค่า 1,000 บาท
รางวัลชมเชย	5 รางวัล มูลค่า 500 บาท
รางวัลพิเศษ	30 รางวัล
ส่วน !!! จำนวนจำกัด	
1 คนส่งไม่เกิน 3 ภาพ	





### 3. กิจกรรมการประชุม Company Wide Safety Conference

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้จัดให้มีการประชุม Company Wide Safety Conference ขึ้นเป็นครั้งแรกในวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2551 ที่ผ่านมา ซึ่งจะจัดขึ้นทุกๆ 6 เดือน เพื่อเป็นการส่งเสริมและแลกเปลี่ยนข้อมูลกิจกรรมด้านความปลอดภัยทั้งในสายงานโรงงาน สายงานการตลาด และสายงานบริหาร เพื่อให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง



ตรวจเช็คมอเตอร์ไซด์

### 4. กิจกรรมณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุทางจราจร

นอกจากเราจะให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยในงานแล้ว บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับความปลอดภัยนอกงานอีกด้วยโดยในปีที่ผ่านมาได้มีกิจกรรมต่างๆ มากมาย อาทิ เช่น ตรวจสอบความปลอดภัยของรถรับ-ส่งพนักงาน, รถสำนักงาน, รถมอเตอร์ไซด์ของพนักงานและมีการอบรมการขับขี่ปลอดภัยให้กับพนักงานให้ตระหนักถึงอันตรายบนท้องถนนและให้ปฏิบัติตามกฎจราจร



การฝึกภาคสนาม



เซ็นเซอร์ตรวจจับความเร็ว



ตรวจเช็คสภาพรถขนส่งพนักงาน





## กิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ ของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ในปี 2550-2551



### โครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ปรัชญา แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

โครงการนี้นับเป็นหนึ่งในกิจกรรมเพื่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ณ โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาน้อมเกล้าสมุทรปราการ โดยการนำปรัชญาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำริชี้แนะแนวทางในการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทย ให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ มาบูรณาการและถ่ายทอดให้กับเยาวชนซึ่งเป็นอนาคตของชาติ ในรูปแบบของแหล่งเรียนรู้ที่สอดคล้องกับสภาพชุมชนของท้องถิ่น อันประกอบด้วยสวนผักปลอดสารพิษ สวนผักไร้ดิน สวนสมุนไพร และศาลาพอเพียง เพื่อให้นักเรียนสามารถบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่จำกัดได้อย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า อันจะเป็นแบบอย่างแก่ชุมชนและนำไปสู่การปฏิบัติอย่างยั่งยืนต่อไป

### โครงการสิ่งแวดล้อมสัญจรสู่โรงเรียน

โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมให้กับนักเรียนและบุคคลทั่วไป ให้ทราบถึงความเคลื่อนไหวของการรักษาสิ่งแวดล้อมในโลกธุรกิจปัจจุบัน ซึ่งองค์กรต่างๆ ตระหนักและพยายามที่จะพัฒนาเทคโนโลยีด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งรณรงค์ช่วยกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโลก โดยมีองค์กรเอกชนและองค์กรอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอีกหลายองค์กร เช่น WWF-ประเทศไทย, WildAid ฯลฯ เข้าร่วมจัดแสดงนิทรรศการ ซึ่งโตโยต้าได้ร่วมจัดแสดงนิทรรศการความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ โครงการไบโอดีเซลจากสบู่ดำ, การจัดการด้านมลภาวะของโตโยต้า, โรงงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการปลูกป่าในโรงงาน พร้อมนำรถยนต์ไฮบริด "พริอุส" มาจัดแสดงเพื่อเผยแพร่ความรู้ในด้านการประหยัดพลังงานและเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งได้รับความสนใจเป็นอย่างมากจากทั้งนักเรียน, ครู, ผู้ปกครอง รวมถึงบุคคลทั่วไป



### โครงการโตโยต้า ห่วงใย ใส่ใจสุขภาพชุมชน

เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนรอบข้างโรงงานบ้านโพธิ์ ซึ่งเป็นโรงงานที่สร้างขึ้นใหม่ และได้ชื่อว่าเป็นโรงงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากที่สุดแห่งหนึ่งในเอเชียแปซิฟิก รวมทั้งรับทราบทัศนคติหรือข้อคิดเห็นของชุมชน โตโยต้าจึงได้ร่วมกับองค์กรบริหาร

ส่วนตำบล 5 แห่งซึ่งเป็นแกนนำชุมชนรอบข้างโรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์ จัดทำโครงการโตโยต้า ห่วงใย ใส่ใจสุขภาพชุมชนขึ้น โดยจัดบริการหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ให้กับชุมชน เพื่อตรวจคัดกรองสุขภาพและวินิจฉัยโรคเบื้องต้น รวมทั้งแจกอุปกรณ์การเรียนให้กับเด็กที่มาร่วมงาน



**โครงการสิ่งแวดล้อมสัญจร มอบความรู้โรงเรียน**

โตโยต้าร่วมพัฒนาชุมชนนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ ซิตี้ มอบอาคารเรียนและสิ่งปลูกสร้างด้านการศึกษา เพื่อพัฒนาการศึกษาของเยาวชนและเป็นแหล่งความรู้แก่เด็กนักเรียนที่อาศัยอยู่รอบๆนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ ซิตี้ โดยเริ่มจากการส่งมอบอาคารเรียน “โตโยต้าประชาร่วมใจเทิดไท้องค์ราชัน 80 พรรษา” ให้แก่โรงเรียนบ้านหนองสทิต อำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา และตามด้วยการมอบสิ่งปลูกสร้างเพื่อการศึกษาให้กับโรงเรียนในชุมชนโดยรอบนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ ซิตี้ ทั้งสิ้น 5 โรงเรียน ด้วยงบประมาณสนับสนุนมูลค่า 3 ล้านบาท รายละเอียดดังนี้



อาคารโตโยต้าประชาร่วมใจ เทิดไท้องค์ราชัน 80 พรรษา



ร.ร. บ้านหนองสทิต



ลานอเนกประสงค์ : ร.ร. บางพะเนียง, ร.ร. หนองไม้แก่น



นอกจากการมองเห็นสิ่งปลูกสร้างแล้วโตโยต้ายังได้จัดให้มีกิจกรรมการถ่ายทอดความรู้ในด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต่างๆ ให้แก่เยาวชนโดยมุ่งหวังให้เยาวชนนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวันของตนเองและครอบครัวต่อไป



อาคารห้องสมุด, สนามเด็กเล่น : ร.ร. สุวรรณคีรี และ ร.ร. บ้านยางแดง ตามลำดับ



**โตโยต้าแคมป์ : พี่พาน้องเข้าค่าย ค้นหาความลับป่าชายเลน ปีที่ 2**

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย โรงงานเกตเวย์ ร่วมกับสถาบันสิ่งแวดล้อมไทยจัดกิจกรรมค่ายเยาวชน “โตโยต้าแคมป์ : พี่พาน้องเข้าค่าย ค้นหาความลับป่าชายเลน ปีที่ 2” โดยมีเยาวชนสมาชิกค่ายจากโรงเรียนสังกัดในจังหวัดฉะเชิงเทรา ร่วมด้วยบุตรพนักงาน วัตถุประสงค์ของกิจกรรมคือการปลูกฝังจิตสำนึกรักษ์ป่าชายเลนและสร้างความตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะปัญหาสภาวะโลกร้อนในปัจจุบันที่ส่งผลกระทบต่อมนุษย์และสิ่งมีชีวิตต่างๆ รวมทั้งแนะแนวทางปฏิบัติที่ดีที่จะช่วยลดปัญหาดังกล่าว ตลอดจนเสริมสร้างเยาวชนให้เป็นแกนนำในการร่วมกันปกป้องและอนุรักษ์ธรรมชาติให้คงอยู่สืบไป

**ค่ายเยาวชน “ตามรอยพ่อหลวง ท่องโยสิ่งแวดล้อม น้อมนำด้วยเศรษฐกิจพอเพียง”**

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด โรงงานเกตเวย์ ได้จัดทำค่ายเยาวชนเศรษฐกิจพอเพียงขึ้น โดยสมาชิกค่ายมาจากโรงเรียนในชุมชนรอบนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ ซิตี้ กิจกรรมค่ายในครั้งนี้เยาวชนจะได้รับความรู้เพื่อเป็นการปลูกฝังแนวคิดและวางรากฐานการปฏิบัติตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง ณ ศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขาหินซ้อน จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมุ่งหวังให้เยาวชนเป็นหลักของชุมชนในการพัฒนาและนำไปสู่การเป็นชุมชนที่ยั่งยืนสืบไป





## โครงการโตโยต้าปลูกป่าตามหาหิ่งห้อยปีที่ 4



### “โตโยต้า ปลูกป่า ตามหาหิ่งห้อย ปีที่ 4” ณ ศูนย์ศึกษาธรรมชาติกองทัพบก (บางปู) จังหวัดสมุทรปราการ ในวันอาทิตย์ที่ 30 มีนาคม 2551

กิจกรรมปลูกป่าชายเลน ประจำปี 2551 ภายใต้โครงการ “โตโยต้า... เพื่อสิ่งแวดล้อม” นี้ เป็นกิจกรรมที่บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้จัดทำขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 โดยรวมพื้นที่ปลูกป่าชายเลนทั้งสิ้น กว่า 60 ไร่ หรือคิดเป็นตันโกงกาง กว่า 50,000 ต้น ซึ่งสามารถดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ได้มากถึง 400 ตันต่อปี

“โตโยต้า ปลูกป่า ตามหาหิ่งห้อย ปีที่ 4” เป็นการผนึกกำลังระหว่างคณะผู้บริหารและบุคลากรในบริษัทกว่า 1,200 คน ในการร่วมแรงร่วมใจลงพื้นที่ปลูกต้นลำพู ซึ่งเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของหิ่งห้อย และต้นโกงกาง 10,000 ต้น ซึ่งป่าชายเลนที่ปลูกขึ้นใหม่นี้ เป็นแหล่งอนุบาลสัตว์น้ำและแหล่งอาหารของสัตว์นานาชนิด ยังจะเป็นการช่วยให้ระบบ

นิเวศมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น อันจะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจถึงการศึกษาสภาพแวดล้อมของป่าชายเลนแก่กลุ่มเด็กนักเรียนที่ได้มีโอกาสเข้าทัศนศึกษาด้านธรรมชาติวิทยา ณ ศูนย์ศึกษาธรรมชาติกองทัพบก (บางปู) ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

นอกเหนือจากกิจกรรมการปลูกป่าเพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวแล้ว โตโยต่ายังได้มีการมอบเงินสนับสนุนแก่ศูนย์ศึกษาธรรมชาติกองทัพบก (บางปู) เพื่อใช้เป็นงบประมาณในการจัดสร้างหอดูนก ถวายแด่สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี รวมถึงมีการส่งมอบงบประมาณจำนวนกว่า 4 ล้านบาท เพื่อสนับสนุนโครงการพัฒนาศูนย์ศึกษาธรรมชาติกองทัพบก (บางปู) ประจำปี 2551 อีกด้วย

บริษัทฯ เอง หวังว่ากิจกรรมเหล่านี้จะสามารถช่วยให้ศูนย์ศึกษาธรรมชาติแห่งนี้สามารถให้ความรู้แก่ผู้เข้าเยี่ยมชมได้อย่างครบวงจร ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นจิตสำนึกของประชาชนทั่วไป ให้เห็นถึงความสำคัญของป่าชายเลน อันเป็นแหล่งที่แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติต่อไป



# โครงการลดเมืองร้อน ด้วยมือเรา ปีที่ 3



## แนวคิดของโครงการ

โครงการลดเมืองร้อน ด้วยมือเรา เป็นความร่วมมือระหว่าง บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด และสถาบันสิ่งแวดล้อมไทยที่ได้ดำเนินกิจกรรมรณรงค์เรื่องการอนุรักษ์พลังงานและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดภาวะโลกร้อน ภายใต้แนวคิดของโครงการ ที่เห็นว่า ประชากรในเมืองถือเป็นผู้บริโภคพลังงานกลุ่มสำคัญ การจัดการสิ่งแวดล้อมเมืองถือเป็นความท้าทายในการเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการแก้ปัญหาในระดับบริโภค ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยหลายๆ มาตรการประกอบกันและที่สำคัญ คือ การที่ประชาชนได้รับการปลูกจิตสำนึกและสร้างความตระหนักต่อปัญหาที่กำลังคุกคามโลก ในขณะนี้และกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนและเยาวชน ในการร่วมดำเนินกิจกรรมเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและร่วมรักษาสุขภาพภูมิอากาศเพื่อคนรุ่นปัจจุบันและรุ่นต่อไปตามหลักแนวคิดของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อกระตุ้นให้เมือง โรงเรียน และชุมชนทั่วประเทศริเริ่มสร้างสรรค์วิถีลดการใช้พลังงานและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในท้องถิ่นของตน

2. เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มศักยภาพให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในระดับเทศบาลให้สามารถเป็นหน่วยงานหลักหรือเป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับโลกร้อนและแนวทางในการดำเนินงานเพื่อช่วยลดภาวะโลกร้อนให้กับประชาชนได้
3. สร้างเครือข่ายแกนนำลดเมืองร้อน ทั้งในส่วนของเทศบาลแกนนำและโรงเรียนแกนนำในทุกภูมิภาคทั่วประเทศไทย

## ผลการดำเนินงาน

โครงการลดเมืองร้อน ด้วยมือเรา มุ่งหวังที่จะเห็นการดำเนินกิจกรรมที่จะนำไปสู่การลดการใช้พลังงานและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรมผ่าน 4 กิจกรรมรณรงค์หลัก คือการประหยัดพลังงานไฟฟ้า ลดการเกิดขยะ การเพิ่มพื้นที่สีเขียวในเมืองและการเดินทางอย่างยั่งยืนโดยอาศัยกำลังสำคัญ คือ “แกนนำลดเมืองร้อน” ทั้งในส่วนของเทศบาล โรงเรียน ตลอดจน ครู และนักเรียนตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา โดยมีเป้าหมายที่จะขยายผลการดำเนินกิจกรรมรณรงค์ลดภาวะโลกร้อนให้ครอบคลุมทั้ง 76 จังหวัดทั่วประเทศ





## ตารางการเข้าร่วมโครงการ

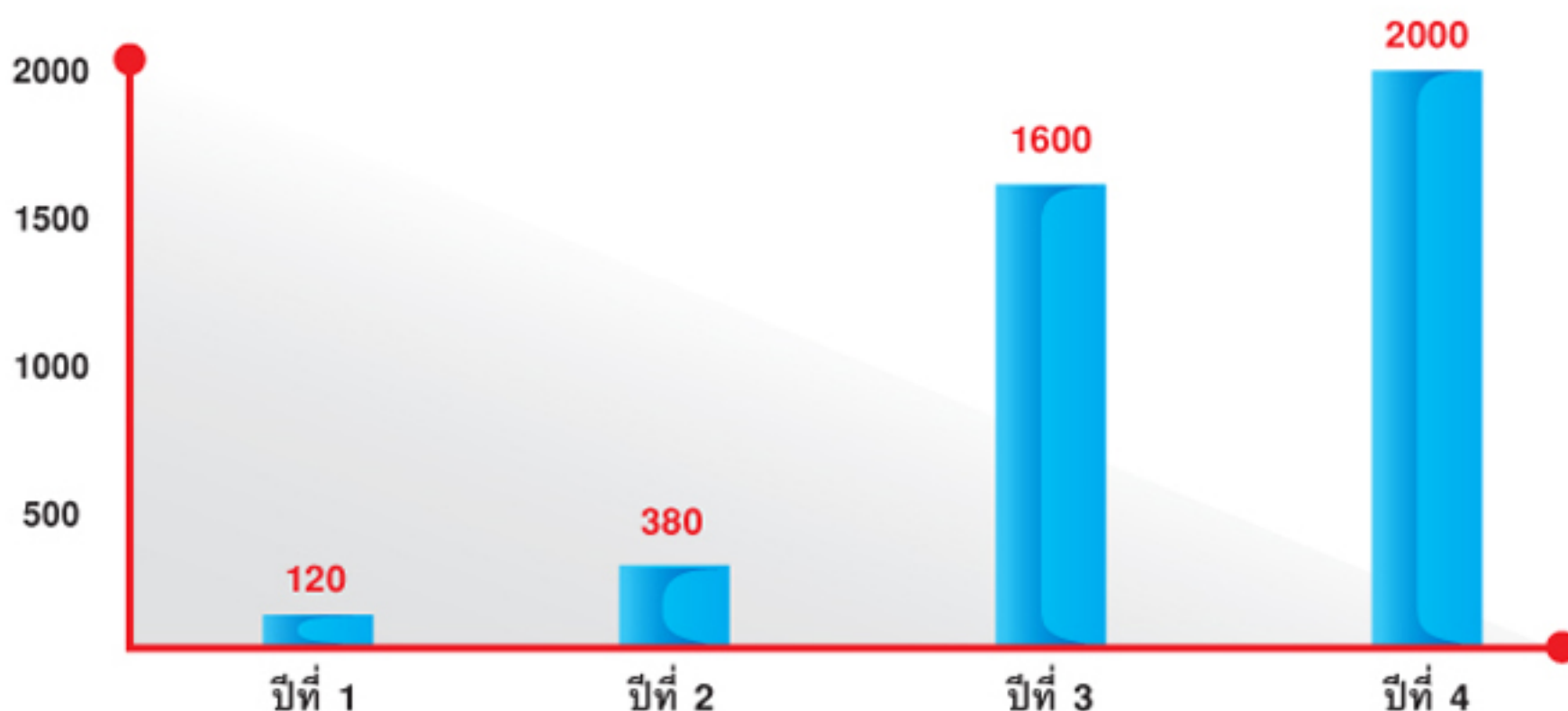
ปีที่	1	2	3	4
เทศบาลและโรงเรียน	25	45	30	34
จำนวนโครงการที่จัดทำขึ้น	82	112	150	160

## เราดำเนินโครงการกันอย่างไร

โครงการลดเมืองร้อนด้วยมือเรา มุ่งเน้นการทำงานร่วมกันระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและโรงเรียนซึ่งเปรียบเสมือนตัวแทนของชุมชน โดยมีกระบวนการดำเนินกิจกรรมดังนี้

คัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการ	โครงการฯ ได้ส่งจดหมายเชิญไปยังเทศบาลทั่วประเทศไทย ให้ร่วมส่งโครงการเพื่อคัดเลือกเข้าร่วมโครงการ
นิทรรศการสัญจรลดเมืองร้อนด้วยมือเรา (ลดเมืองร้อน ออนทัวร์)	ประชาสัมพันธ์โครงการไปยังภูมิภาคต่างๆ และเป็นการให้ความรู้ในเรื่องของภาวะโลกร้อนให้กับประชาชนในแต่ละภูมิภาค
สัมมนาแกนนำลดเมืองร้อน	เป็นการสร้างคณะทำงานแกนนำลดเมืองร้อนของแต่ละเมือง
ค่ายเยาวชนลดเมืองร้อนด้วยมือเรา	ชักชวนเด็กนักเรียนแกนนำมาร่วมกันเรียนรู้เกี่ยวกับภาวะโลกร้อนและแนวปฏิบัติที่ดีที่จะช่วยชะลอปัญหาดังกล่าวเพื่อให้แกนนำเยาวชนสามารถร่วมรณรงค์ลดภาวะโลกร้อนในเมืองของตน
กิจกรรมลดเมืองร้อน	แกนนำลดเมืองร้อนทั้งผู้ใหญ่และนักเรียนร่วมกันดำเนินโครงการภายใต้ 4 หัวข้อกิจกรรมรณรงค์ของโครงการ
ติดตามผลงาน	ร่วมติดตามผลการดำเนินการ พร้อมให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการดำเนินโครงการ
นิทรรศการ "วันลดเมืองร้อน ด้วยมือเรา" Stop Global Warming's Day	เทศบาลและโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการร่วมกันนำเสนอผลงาน รวมทั้งแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเมืองและโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ

## ผลการดำเนินงานลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ดังนี้







สารจากคุณวุฒิกร สุริยะฉันทนานนท์  
ผู้อำนวยการปฏิบัติการใหญ่  
บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

โตโยต้าเชื่อมั่นว่าการเติบโตของเรานั้นจะยั่งยืนได้ต้องควบคู่กับการพัฒนาสังคมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เราจึงดำเนินงานด้านสังคมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 โดยพัฒนาให้เหมาะสมและเกิดคุณค่าสูงสุดแก่สังคมไทย ปัจจุบันเราร่วมมือกับภาครัฐและองค์กรต่างๆ เพื่อทำให้งิจกรรมของเรายั่งยืนยิ่งขึ้น เพื่อให้สังคมไทยสามารถเติบโตอย่างยั่งยืนได้อย่างแท้จริง รวมถึงการขยายงานด้านความรับผิดชอบต่อองค์กรต่อสังคม (CSR) อีกด้วย

โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม 4 ด้าน ได้แก่ การขับขี่ปลอดภัย การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การศึกษา และการพัฒนาชุมชน ด้านการขับขี่ปลอดภัย เราดำเนินโครงการถนนสีขาวมาครบ 20 ปีในปีนี โดยยังคงเจตนารมณ์การให้ความรู้เรื่องการขับขี่ปลอดภัยอย่างยั่งยืน ด้วยการถ่ายทอดความรู้ให้แก่เยาวชน ผู้เริ่มขับขี่ และผู้ขับขี่ทั่วไป ซึ่งในปีนี้ได้ร่วมมือกับกรมขนส่งทางบกจัดตั้ง “ศูนย์สอนขับรถและพัฒนาศักยภาพผู้ขับขี่รถยนต์กรมการขนส่งทางบก” ที่จะเริ่มดำเนินงานในปี 2552

ด้านสิ่งแวดล้อม “โครงการลดเมืองร้อนด้วยมือเรา” ได้เติบโตสู่ปีที่ 4 และขยายไปยังโรงเรียนและชุมชนเมืองทั่วประเทศ โดยนอกเหนือจากการอบรมเยาวชนแล้ว เรายังส่งเสริมให้เทศบาลเมืองบรรจุเรื่องการลดโลกร้อนไว้ในแผนงานของตนเพื่อให้ภาครัฐดำเนินงานด้านนี้ได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

นอกจากนี้ เรายังได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมผ่านทางมูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย ซึ่งก็เป็นเวลา 15 ปีแล้วที่มูลนิธิได้ทำงานร่วมกับองค์กรการกุศล สถาบันการศึกษา นักวิชาการ พัฒนาด้านการศึกษาและคุณภาพชีวิตให้แก่ชุมชนที่อยู่ห่างไกลทั่วประเทศ

ในด้านของ CSR นอกจากการเข้าร่วมโครงการความรับผิดชอบต่อองค์กรต่อสังคมของกรมโรงงานอุตสาหกรรมแล้ว เรายังถ่ายทอดความรู้เรื่อง CSR ให้บริษัทในครอบครัวโตโยต้าและประชาชนทั่วประเทศภายใต้โครงการ “CSR Campus” เพื่อทำให้การพัฒนาสังคมไทยอย่างยั่งยืนแข็งแกร่งด้วยการร่วมมือจากทุกภาคส่วน

## โตโยต้าจัดงานฉลองครบรอบ 3 ปี เมืองจราชรจำลอง (สวนรถไฟ) “เมืองยุวชน...แห่งท้องถนนสีขาว”

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จัดงานเฉลิมฉลองครบรอบ 3 ปี เมืองจราชรจำลอง ณ สวนรถไฟ โดยได้รับเกียรติจากท่านผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายอภิรักษ์ โกษะโยธิน เป็นประธานเปิดงาน ภายในงานดังกล่าวโตโยต้าพาน้องๆ จาก 2 มูลนิธิ ได้แก่ มูลนิธิสร้างสรรค์เด็กและสถานสงเคราะห์เด็กชายบ้านมหาเมฆ นักเรียนจากโรงเรียนภายใต้สังกัดกรุงเทพมหานคร สมาชิกมิลกี้เวย์แฟนคลับ ตลอดจนบุตรหลานพนักงานโตโยต้าและสื่อมวลชนจำนวนกว่า 500 คน มาร่วมสนุกกับกิจกรรมต่างๆ ณ สวนวชิรเบญจทัศ (สวนรถไฟ)

“เมืองจราชรจำลอง” ณ สวนรถไฟ ถูกสร้างขึ้นโดยความร่วมมือจากกรุงเทพมหานคร และได้เปิดอย่างเป็นทางการเนื่องในโอกาสวันเด็กแห่งชาติประจำปี 2547 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปลูกฝัง สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับกฎจราจร และการใช้รถใช้ถนนอย่างถูกต้องปลอดภัยให้กับเยาวชนไทย และเน้นการได้ฝึกปฏิบัติขับขี่จริงบนเส้นทางจราชรจำลอง ณ สวนรถไฟ เวลาเปิดดำเนินการทุกวันอังคาร ถึงวันศุกร์ ตั้งแต่เวลา 09.00 - 17.00 น. และ วันเสาร์ ถึง วันอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 10.00 - 18.00 น. นับตั้งแต่เปิดดำเนินการมีเด็กและเยาวชนเข้าร่วมกิจกรรมและผ่านการอบรมแล้ว จำนวน 260,800 คน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550)





## โตโยต้าร่วมกับ กองบังคับการตำรวจทางหลวง กรมทางหลวง สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จัดพิธีลงนามความร่วมมือรณรงค์ความปลอดภัยบนท้องถนนภายใต้โครงการถนนสีขาว

โตโยต้าร่วมกับหน่วยงานภาครัฐทั้ง 4 แห่ง ได้แก่ กองบังคับการตำรวจทางหลวง กรมทางหลวง สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานกระทรวงศึกษาธิการ ลงนามบันทึกความเข้าใจในการปฏิบัติงานร่วมกันโดยมุ่งเน้นหาแนวทางป้องกันและแก้ไขเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการลดอุบัติเหตุในการใช้รถใช้ถนนภายใต้โครงการถนนสีขาว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อร่วมพัฒนาและสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐในการร่วมหาแนวทางป้องกันก่อนเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนนอันนำไปสู่การพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืนร่วมกันรวมถึงเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและคุณภาพในสังคมด้วยการปลูกจิตสำนึกและตระหนักถึงความปลอดภัยบนท้องถนนโดยส่งเสริมการให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับระเบียบวินัยกฎจราจรแก่เยาวชนตลอดจนผู้ใช้รถใช้ถนนจนเกิดพฤติกรรมในการใช้รถใช้ถนนอย่างปลอดภัย ตลอดจนเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการศึกษาวิจัยองค์ความรู้ด้านความปลอดภัยในเชิงวิชาการเพื่อร่วมหามาตรการและแนวทางการแก้ไขป้องกัน เพื่อลดความสูญเสียจากอุบัติเหตุทางถนน

โครงการความร่วมมือรณรงค์ความปลอดภัยบนท้องถนน ระหว่าง บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด และหน่วยงานภาครัฐ ทั้ง 4 แห่งประจำปี 2550 ดังนี้

### โครงการความร่วมมือกับกองบังคับการตำรวจทางหลวง

- โครงการสนับสนุน “หมวกกันน็อก ป้องกันน้อง”
- โครงการจัดทำและผลิตสื่อการสอนด้านการจราจรแก่กองบังคับการตำรวจทางหลวงจัดทำสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัย จำนวน 1,500 ชุด
- โครงการ “เมืองจราจรจำลอง (White Road Theme Park) แห่งที่ 2” ณ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- โครงการอบรมพนักงานขับรถโรงเรียนภายใต้การดูแลของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ในหัวข้อ “รถโรงเรียนปลอดภัย มั่นใจกับถนนสีขาว” หลักสูตร “คนพร้อม รถพร้อม พร้อมช่วยเหลือ”
- โครงการ “จัดทำแผนที่จุดเสี่ยงอันตราย ในเขตพื้นที่ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” จำนวน 80,000 ชุด

### โครงการความร่วมมือกับกรมทางหลวง และสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย

โครงการสนับสนุนทุนวิจัยตรวจสอบความปลอดภัยทางถนนเพื่อพัฒนาความปลอดภัย (Road Safety Audit) เพื่อเป็นการสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐในการวางแผนและกำหนดมาตรการการลดอุบัติเหตุบนท้องถนนโดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วน เพื่อทำการวิจัยใน 2 พื้นที่ ได้แก่

- บริเวณถนนวิภาวดีรังสิต (เส้นสนามบินดอนเมือง) ระยะทางตรวจสอบ 22 กิโลเมตร
- บริเวณทางหลวงสายหลัก 4 เส้นทางเข้าออกระหว่างเมือง ได้แก่ถนนพหลโยธิน ถนนมิตรภาพ ถนนสุขุมวิท และถนนเพชรเกษม รวมทั้งสิ้นจำนวน 41 จุด

### โครงการความร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานกระทรวงศึกษาธิการ

- โครงการต่อเนื่อง Milky Way School Visit ประจำปี 2550 จำนวน 400 โรงเรียน ทั่วประเทศ
- โครงการมอบ “หมวกนิรภัยให้น้อง”
- โครงการ อบรมพนักงานขับรถโรงเรียน “รถโรงเรียนปลอดภัย มั่นใจกับถนนสีขาว” หลักสูตร “คนพร้อม รถพร้อม พร้อมช่วยเหลือ”
- โครงการจัดทำ สื่อการเรียนการสอนเรื่องกฎจราจร “Milky Way Animation” และการแจก VCD Milky Way Animation แก่โรงเรียนจำนวน 36,000 แห่งทั่วประเทศ

“หัวใจสำคัญการลงนามในครั้งนี้คือการที่โตโยต้าได้มีโอกาสร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ในการร่วมกันหาแนวทางและมาตรการป้องกันและลดอุบัติเหตุ โดยการปลูกฝังกฎจราจรที่ถูกต้องโดยเริ่มตั้งแต่ในระดับเด็กและเยาวชน สถาบันครอบครัว ไปจนถึงระดับสังคมโครงการที่โตโยต้าได้ร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ในครั้งนี้ถือเป็นกิจกรรมเบื้องต้นภายใต้โครงการถนนสีขาว ที่โตโยต้ามุ่งมั่นที่ต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมไทยอย่างยั่งยืนตลอดไป ด้วยปณิธานอันแน่วแน่ที่ว่า

“โตโยต้า ภูมิใจที่ได้เติบโตร่วมกับสังคมไทย”





## โครงการ CSR Campus



### โตโยต้า พนักกำลังพันธมิตร เปิดมิติใหม่ จัดโครงการ “CSR Campus” ดึงธุรกิจทั่วไทยสร้างพลังขับเคลื่อนสังคม

โตโยต้า ร่วมกับสถาบันไทยพัฒนา และ 2 องค์กรธุรกิจ เปิดมิติใหม่ปลูกธุรกิจทั่วประเทศต้นตอ เสริมพลังความรู้ด้าน CSR รับมือกระแสเศรษฐกิจยุคใหม่ “ต้องใส่ใจสังคม สิ่งแวดล้อม” ระดมนักวิชาการผสานกรณีศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมจาก 3 องค์กรธุรกิจ “โตโยต้า แคมทเทลคอม ดีแทค” ไรต์โซว์ ดิวเซ็ม 75 จังหวัดทั่วประเทศเป็นครั้งแรก



โครงการ “CSR campus” มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับความรู้ด้าน “บรรษัทภิบาล” (Corporate Social Responsibility-CSR) ในประเทศไทย ด้วยการจัดกิจกรรมฝึกอบรมให้แก่ผู้ประกอบการ นักธุรกิจ นักวิชาการ และข้าราชการที่เกี่ยวข้องใน 75 จังหวัดทั่วประเทศ โดยสถาบันไทยพัฒนา เป็นผู้จัดเตรียมวิทยากรและหลักสูตรในการถ่ายทอดองค์ความรู้ CSR ที่ถูกต้อง และรวบรวมเป็นกรณีศึกษาที่เหมาะสมกับท้องถิ่น สำหรับใช้ในการเรียนการสอนโดยคณาจารย์ในภูมิภาคต่างๆ ซึ่งนับเป็นมิติใหม่ของการทำงานในลักษณะเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการด้าน CSR ในประเทศไทย สำหรับเครือข่ายโตโยต้าประกอบด้วยพนักงานโตโยต้า ผู้แทนจำหน่ายโตโยต้าทั่วประเทศ และผู้ผลิตชิ้นส่วนโตโยต้าได้เข้าร่วมอบรมโครงการดังกล่าวจำนวนกว่า 600 คน

การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้าน CSR ในโครงการนี้นับเป็นอีกก้าวหนึ่งที่องค์กรภาคเอกชนมาร่วมสร้างเครือข่ายและบูรณาการความร่วมมือในการให้การศึกษาด้าน CSR ทั่วประเทศเป็นครั้งแรกในประเทศไทย ซึ่งโตโยต้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่าโครงการนี้จะยังประโยชน์ให้แก่ธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดย่อม ตลอดจนองค์กรต่างๆ ส่วนงานทั้งภาครัฐและเอกชน อาจารย์ และนักศึกษาทั่วประเทศ เพื่อจะได้นำความรู้มาปรับใช้ในแต่ละชุมชนอย่างเหมาะสม มีการร่วมพัฒนาชุมชนของตนอย่างเป็นระบบ และจะเป็นส่วนช่วยก่อให้เกิดความสามัคคีและเสริมสร้างความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อกันให้แพร่หลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่ความเจริญก้าวหน้าของแต่ละชุมชนและต่อสังคมไทยโดยรวมอย่างยั่งยืนในที่สุด



## มูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย

ในรอบปีที่ผ่านมา มูลนิธิฯ สนับสนุนงบประมาณ จำนวนรวมทั้งสิ้น 27 ล้านบาท ในด้านการศึกษา 20 ล้านบาท (ร้อยละ 74) คุณภาพชีวิต 4.8 ล้านบาท (ร้อยละ 18) และสนับสนุนองค์กรสาธารณกุศลอื่นๆ รวม 2.2 ล้านบาท (ร้อยละ 8) ดังรายละเอียดคือ

### ด้านการศึกษา

มูลนิธิมุ่งเน้นด้านการศึกษาเป็นหลักสำคัญ ในการพัฒนาคนเพื่อเป็นรากฐานต่อการพัฒนาสังคม และประเทศชาติ โดยให้การสนับสนุนการศึกษาตั้งแต่ระดับปฐมวัยจนถึงระดับอุดมศึกษา การอุปการะเด็กติดยา เด็กเร่ร่อน เด็กกำพร้าที่พ่อแม่เสียชีวิตจากโรคเอดส์ รวมถึงเด็กตามแนวชายแดน ในการก่อสร้างอาคารเรียนโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน เพื่อสร้างโอกาสทางการศึกษา

นอกจากนี้เพื่อสร้างความตื่นตัวทางวิชาการในสังคม มูลนิธิฯ ยังได้สนับสนุนการผลิตพิมพ์ตำราวิชาการ โดยมอบรางวัลด้านวิชาการดีเด่น ใน 3 สาขาวิชา คือ วิทยาศาสตร์ สิ่งแวดล้อม สังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ รวมถึงรางวัลเกียรติยศ เพื่อยกย่องผลงานวิชาการของนักวิชาการอาวุโส รวมถึงยังสนับสนุนงานวิชาการ สัมมนา และการจัดพิมพ์ตำราทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน ตลอดจนอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับอยุธยาศึกษาแก่นักวิชาการ ครูอาจารย์ทางด้านสังคมศาสตร์

### ด้านคุณภาพชีวิต

มูลนิธิฯ มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของเด็กวัยเรียน ในท้องถิ่นห่างไกล ให้มีสภาพความเป็นอยู่ที่ทัดเทียมกับเด็กในเมือง ด้วยการสนับสนุนกิจกรรมในหลายๆ ด้าน ได้แก่ การส่งเสริมความรู้ทางด้านโภชนาการและการบริหารจัดการในเด็กประถม ด้วยกิจกรรมการเกษตรเพื่ออาหารกลางวัน และบริหารจัดการโครงการผ่านระบบสหกรณ์โรงเรียน โดยมุ่งเน้นปรัชญาที่ว่า “เด็กทุกคน มีกินทุกมือ ได้กินอิ่มอย่างมีคุณภาพ และยั่งยืน”



การมุ่งเน้นในเรื่องการสาธารณสุข ในด้านต่างๆ ตั้งแต่การสนับสนุนสำนักงานบรรเทาทุกข์และประชานามัยพิทักษ์ ในการผ่าตัดแก้ไขอาการปากแหว่งเพดานโหว่ในเด็กพิการ การให้ความรู้ทางด้านสาธารณสุข และชีวนามัยแก่เด็กนักเรียนโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน รวมถึงการให้ความรู้ด้านการคุมกำเนิดในชุมชนชาวเขาในพื้นที่สูงตามแนวชายแดน ในพื้นที่ 3 หมู่บ้านของจังหวัดเชียงราย เพื่อลดอัตราการเพิ่มประชากรบนพื้นที่สูงอย่างถูกต้องและยั่งยืน

### การสนับสนุนองค์กรสาธารณกุศลอื่นๆ

นอกจากนี้ เนื่องในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระชนม์มายุครบ 80 พรรษา มูลนิธิฯ จึงได้สนับสนุนงบประมาณการจัดตั้ง กองทุนผู้บริจาคอวัยวะ ในโครงการบริจาคอวัยวะเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รวมถึงสนับสนุนงานวิจัยแก่คณะสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อจัดทำหนังสือเฉลิมพระเกียรติ เรื่องบทบาทและแนวคิดของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในการพัฒนาเมือง ชุมชน และสถาปัตยกรรม



การดำเนินงานต้นเศรษฐกิจ





## การค้าเป็นงานด้านเศรษฐกิจ



คุณวิเชียร อมประเสริฐสุข

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ อาวุโส บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

“

การที่เราประสบความสำเร็จตามเป้าหมายได้นั้น เราต้องทุ่มเทลงไปทั้งจิตใจและวิญญาณ

”

การจะผลักดันให้บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ก้าวขึ้นมาสู่ตำแหน่งผู้นำตลาดทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคล รถกระบะและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของประเทศไทยได้อย่างเช่นทุกวันนี้ คงไม่มีใครปฏิเสธได้ว่าผลสำเร็จทั้งหมดเกิดขึ้นเนื่องจากความพยายามอย่างหนักในการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งของพนักงานโตโยต้าทุกคนซึ่งทุ่มเททั้งจิตใจและวิญญาณให้กับงาน ดังจะเห็นได้จากส่วนแบ่งตลาดของโตโยต้าที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องทุก ๆ ปี แม้จะมีการคาดการณ์ว่าภาวะเศรษฐกิจในปีหน้าจะถดถอยลง แต่โตโยต้าไม่เคยหยุดนิ่ง เรายังคงเดินหน้าพัฒนาต่อไป ทั้งนี้ก็เพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จในด้านยอดขายนั้นไม่ใช่เป้าหมายสูงสุดของเรา หากอยู่ที่การให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับหนึ่ง โดยรถยนต์โตโยต้าทุกรุ่นได้รับมาตรฐาน Euro Step 3 เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่ายานยนต์ของตนจะกลมกลืนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับธรรมชาติโดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และในอนาคตอันใกล้ โตโยต้ามีแผนจะเปิดตัวรถยนต์ Camry Hybrid เพื่อเป็นทางเลือกในการใช้พลังงานสะอาดในอนาคต เพื่อให้ธรรมชาติอยู่คู่กับเราไปอีกนาน เรา...โตโยต้า มีความภูมิใจเป็นอย่างยิ่งที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทย และพร้อมจะก้าวไปด้วยกันอย่างมั่นคงและยั่งยืน

ในปี 2551 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีปริมาณการขายเพิ่มขึ้นจากปีก่อนทั้งจากตลาดในประเทศ และส่งออก แต่จากผลกระทบจากการแข็งตัวของเงินบาท ส่งผลให้ยอดขายและกำไรสุทธิของบริษัทเพิ่มขึ้นในอัตราที่น้อยกว่าการเพิ่มขึ้น ของปริมาณขาย ด้วยปริมาณขายในปี 2551 จำนวนมากกว่า 560,000 คัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนมากกว่า 93,000 คัน หรือคิดเป็นสัดส่วนที่ เพิ่มขึ้น 20% โดยยอดขายในปี 2551 มีจำนวนกว่า 317,000 ล้านบาทเพิ่มขึ้นจากปีก่อนคิดเป็นสัดส่วน 4% ในส่วนของกำไรสุทธิ บริษัทมีกำไรสุทธิจำนวนกว่า 11,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนคิดเป็นสัดส่วน 11%

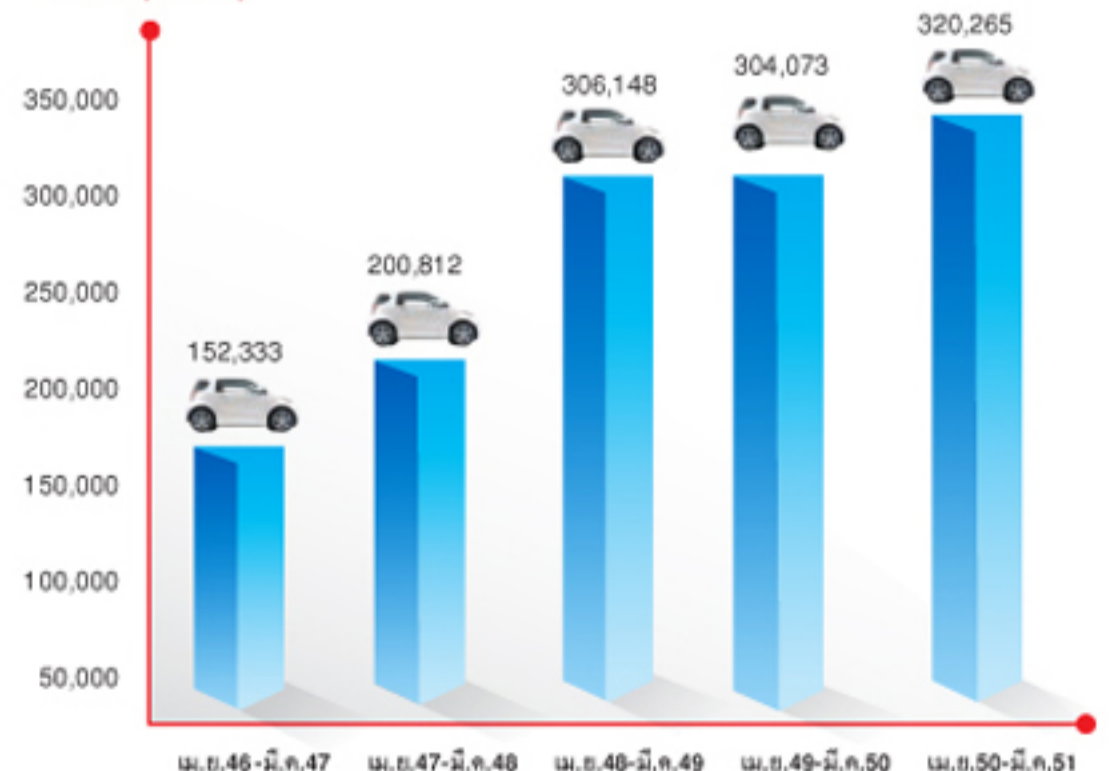
ในปี 2551 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีแผนการที่จะเปิดตัว นิวฟอร์จูนเนอร์ - Minor change และ Hilux vigo-minor change (IMV 2G) และ Corolla Limo CNG ในเดือนสิงหาคม กันยายน และ พฤศจิกายน ตามลำดับ เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายให้ได้ตามเป้าหมายที่บริษัทคาดการณ์ไว้ อีกทั้งเพื่อเป็นการตอบสนองความพึงพอใจในสินค้าให้กับลูกค้าของบริษัทโดยมีเป้าหมายที่จะรักษาอัตราการเจริญเติบโตทั้งในด้านปริมาณขายและกำไรสุทธิให้เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้เพื่อความยั่งยืนของอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศโดยรวม

กำไรสุทธิ (ล้านบาท)



กำไรสุทธิ

รายรับ (ล้านบาท)



รายรับทั้งหมด



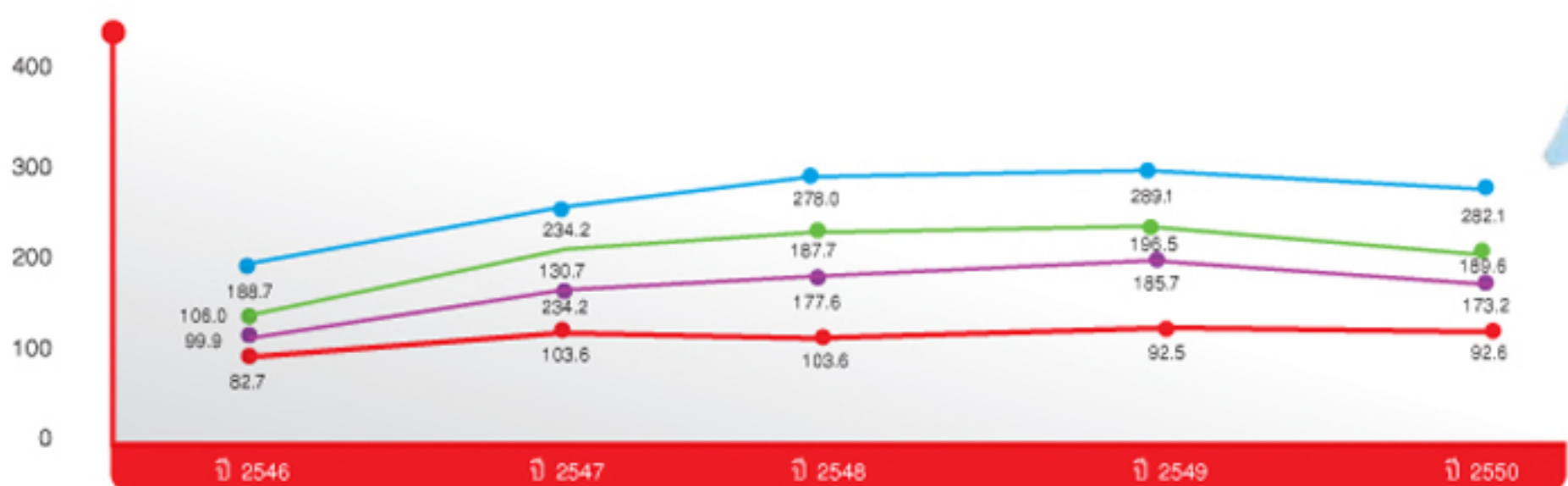
## สถิติการขายรถยนต์ของกลุ่มโตโยต้า ในปี 2550

ปริมาณการขายโตโยต้า (ในประเทศ)	จำนวนคัน	อันดับที่	ส่วนแบ่งตลาด (%)	เติบโต (%)
จำนวนรวม (ยอดขายทั้งหมดของโตโยต้า)	282,088	1	44.7	-2.4
รถยนต์นั่ง	92,530	1	54.4	0.0
รถเพื่อการพาณิชย์	189,558	1	41.1	-3.6
รถกระบวนาต 1 ตัน (รวมรถระบบดัดแปลง)	173,184	1	42.7	-6.7
รถกระบวนาต 1 ตัน (ไม่รวมรถระบบดัดแปลง)	158,346	1	41.4	-4.8

### ส่วนแบ่งตลาด (%)



### สถิติการขายรถยนต์ (คัน x 1000)



จำนวนรวม  
(ยอดขายทั้งหมดของโตโยต้า)



รถยนต์นั่ง



รถกระบวนาต 1 ตัน  
(รวมรถระบบดัดแปลง)



รถเพื่อการพาณิชย์





สารจาก คุณฉัตรชัย ทวีสกุลวัชร:

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

การประสบความสำเร็จในทางธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญเพราะเมื่อบริษัทประสบผลสำเร็จและมีกำไร พนักงานของบริษัทย่อมเติบโตขึ้น ได้รับผลตอบแทนเพิ่มขึ้นและมีกำลังใจในการทำงาน มีงานและโอกาสมากขึ้นในทุกๆ ที่สำหรับทุกๆ คน ผู้คนรู้สึกมีความหวังในอนาคต สามารถส่งลูกเข้าเรียนในมหาวิทยาลัย ได้รับการประกันสุขภาพที่ดี ซื้อมันฝรั่งตากอากาศ รวมถึงมีแผนประกันชีวิตที่มั่นคงหลังเกษียณ การประสบความสำเร็จอันนำมาซึ่งความเจริญรุ่งเรืองของธุรกิจนั้นย่อมทำให้บริษัทมีกำลังทุนในการช่วยเหลือและตอบแทนสังคมในหลายๆ ด้านที่สำคัญนอกเหนือไปจากการจ่ายภาษีที่มากขึ้น อาทิ ความสามารถในการอุทิศเวลาและเงินสนับสนุนให้แก่สาธารณกุศล หรือแม้กระทั่งการเข้าไปเป็นที่ปรึกษาตามโรงเรียน สถาบันการศึกษา เป็นต้น การประสบความสำเร็จส่งผลดีต่อทุกคน ทำให้โลกใบนี้เป็นโลกที่ดีกว่าเดิมและน่าอยู่มากขึ้น (คัดมาจากหนังสือ "ผู้ชัยชนะ" (Winning) เขียนโดย แจ็ค เวลส์)

คำกล่าวนี้สะท้อนถึงความสำคัญและความรับผิดชอบที่ธุรกิจมีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมซึ่งต้องควบคู่ไปกับความเจริญเติบโตขององค์กร ดังจะเห็นได้จากปัจจุบันบริษัทชั้นนำรวมทั้ง Toyota ได้รณรงค์และจัดระบบประมาณดำเนินการในเรื่องนี้ อย่างจริงจังและต่อเนื่อง (CSR: Corporate Social Responsibility) เพราะต่างเชื่อว่าสิ่งนี้จะเป็นภูมิคุ้มกันธุรกิจของตนและส่งผลให้บริษัทมีความเจริญรุ่งเรืองแบบยั่งยืน

\* คำว่า CSR ที่ย่อมาจากคำว่า Corporate Social Responsibility ซึ่งอาจแปลเป็นภาษาไทยได้ว่า "ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ" ยังไม่มีคำนิยามที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป แต่มีนิยามที่ใช้กันบ่อยเป็นของ World Business Council for Sustainable Development ที่นิยาม CSR ไว้ว่า

"เป็นความมุ่งมั่นหรือพันธะสัญญาที่ธุรกิจมีอยู่อย่างต่อเนื่องในการที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม และมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ ด้วยการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้ใช้แรงงานตลอดจนครอบครัวของเขาเหล่านั้น ตลอดจนมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นและสังคมในวงกว้าง"

**MOTOR**

**ENGINE**

**EMISSION STAND**

**CAMRY**



2GR-FE  
2AZ-FE  
1AZ-FE

EURO 3  
EURO 3  
EURO 3

**WISH**



1AZ-FE

EURO 3

**COROLLA**



1ZZ-FE  
3ZZ-FE

EURO 3  
EURO 3

**YARIS**



1AZ-FE

EURO 3

**VIOS**



1NZ-FE

EURO 3

**FORTUNER**



1NZ-FTV  
2TR-FE

EURO 3  
EURO 3

**HILUX VIGO**



2KD-FTV  
1KD-FTV  
2TR-FE

EURO 3  
EURO 3  
EURO 3





## บทความพิเศษ

### ความสำเร็จในการลดการใช้พลังงานของ บริษัท ไทยอโตโมบิล จำกัด

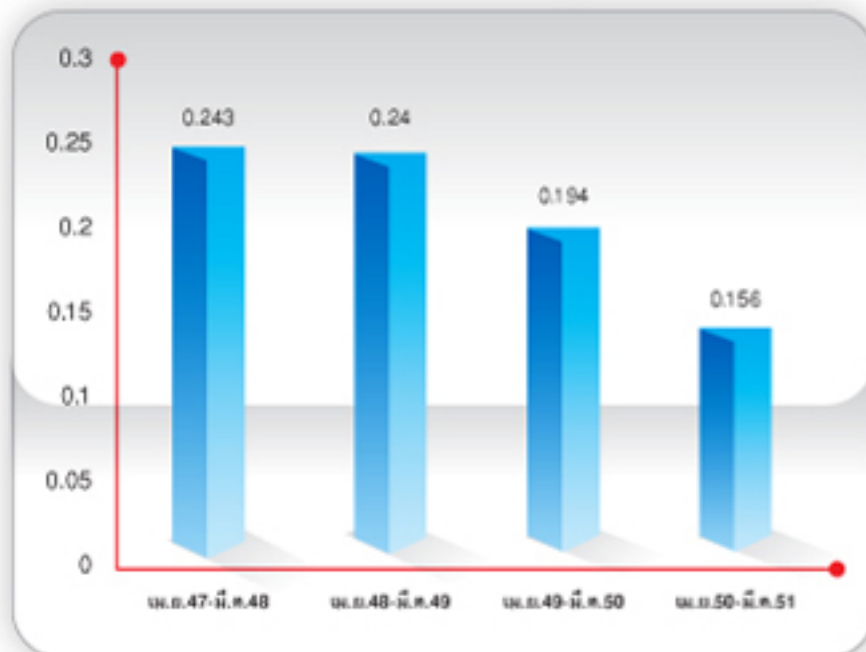
คุณสุทธิ จันทร์วิมล

ผู้อำนวยการผู้จัดการใหญ่อาวุโส บริษัท ไทยอโตโมบิล จำกัด

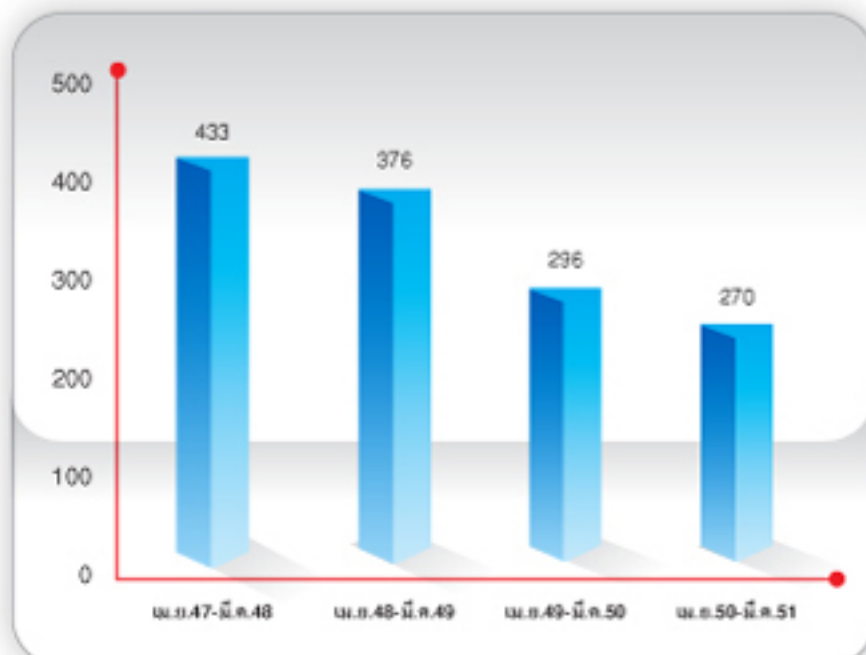
“ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดเป็นปรัชญาในการผลิตที่เรายึดมั่น

สภาวะโลกร้อนที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เกิดจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสิ้นเปลืองและไม่เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งเป็นภาระของพวกเราทุกคนที่จะต้องร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหา บริษัท ไทยอโตโมบิล จำกัด ดำเนินถึงปัญหาดังกล่าวจึงเริ่มดำเนินการ ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า น้ำ และลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ก๊าซเรือนกระจก ในปี 2551 นี้ บริษัทได้รับรางวัล Thailand energy award การบริหารจัดการด้านพลังงาน ซึ่งเป็นผลมาจากการร่วมมือของพนักงานทุกคนในองค์กรร่วมกันใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด จุดมุ่งหมายของเราคือ การพัฒนาเทคโนโลยีและกระบวนการผลิตที่ลดการใช้พลังงาน การพัฒนาจิตสำนึกของบุคลากร การอยู่ร่วมกับชุมชนอย่างสมดุล และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

#### ปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ปล่อยสู่อากาศ



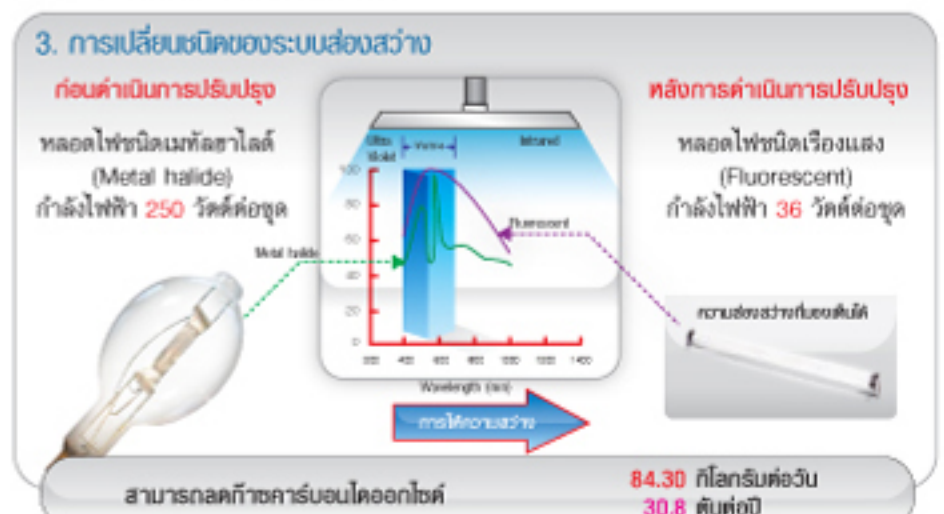
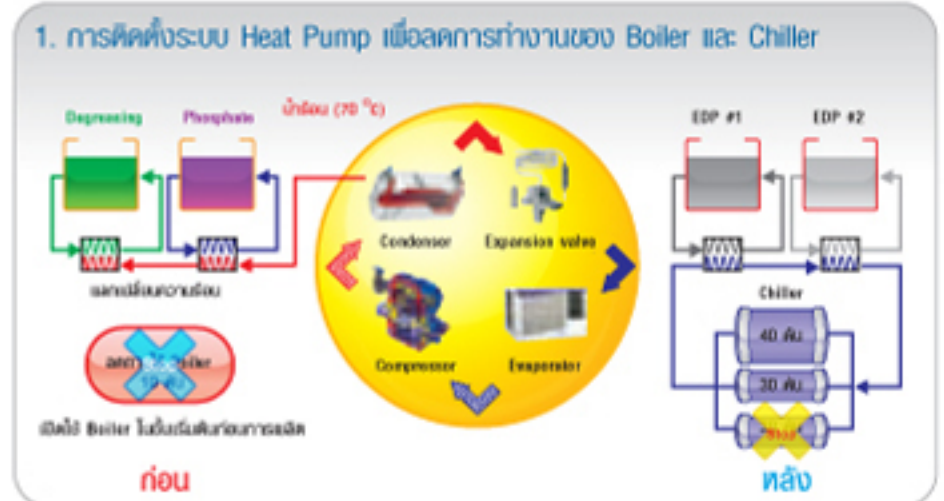
#### ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้า



#### แผนงานกิจกรรมการลดการใช้พลังงาน เม.ย. 51- มี.ค. 52

โครงการ	สามารถ CO <sub>2</sub> ได้ (ตัน CO <sub>2</sub> ต่อปี)
1. การติดตั้ง Heat pump เพื่อลดการทำงานของหม้อต้มไอน้ำ	326.69
2. การลดการรั่วไหลของลมในกระบวนการผลิต	61.30
3. ลดการสูญเสียของการใช้ Air Compressor โดยเลือกใช้ขนาดที่เหมาะสม	61.00
4. การปรับปรุงระบบไฟฟ้าแสงสว่าง	22.77
5. ลดอุณหภูมิและเพิ่มความชื้นสัมพัทธ์โดยการปรับปรุง nozzle บริเวณ Shower Room	22.70
6. ลดการเปลี่ยน Air Compressor (Oil flood) ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น	10.90
7. ใช้พลังงานทดแทนโดยการติดตั้งกังหันลม	9.82
8. การใช้ Holiday mode ควบคุมการใช้พลังงานไฟฟ้าสำหรับระบบ Utility	9.11
9. การปรับปรุงระบบปรับอากาศบริเวณสำนักงาน	4.95
10. ใช้พลังงานทดแทนโดยการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์	2.01
11. การใช้ Electric ballast และ T5 ฟลูออเรสเซนต์	1.51
12. การเปลี่ยนประเภทของระบบส่องสว่างเป็น LED	0.87
13. ควบคุมปริมาณการใช้ไฟฟ้า (W),(T) ตามความต้องการ	0.56
<b>ยอดรวม CO<sub>2</sub> ที่ลดลงจากทุกโครงการในปี</b>	<b>985.17 ตัน CO<sub>2</sub> ต่อปี</b>

#### กิจกรรมการลดปริมาณคาร์บอนไดออกไซด์







# ECO FOREST

จากเจตนารมณ์อันแน่วแน่ในการที่จะพัฒนาความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีให้เติบโตควบคู่กันไปกับการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น จึงมีแนวคิดดำเนินโครงการ “ป่านิเวศในโรงงาน” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในโครงการ “โรงงานแห่งความยั่งยืน” (Sustainable Plant) เพื่อเป็นการบรรลุพันธกิจที่โตโยต้าได้กำหนดไว้ นั่นคือ วัตถุประสงค์แห่งโตโยต้า (Toyota Global Vision 2020) ขึ้น วัตถุประสงค์โลกทัศน์แห่งโตโยต้านี้เป็นแนวทางแก่บริษัทโตโยต้าทั่วโลก ให้สามารถบริหารและปฏิบัติงานได้เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยป่านิเวศในโรงงานเป็นจุดเริ่มต้นในการปลูกฝังวัฒนธรรมการทำงานที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ

โรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์ได้ดำเนินโครงการ “ป่านิเวศในโรงงาน” ขึ้นเมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2551 โดยมีอาสาสมัครจาก บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย, บริษัทในเครือ, ผู้แทนจำหน่าย, ผู้ผลิตชิ้นส่วน, ส่วนราชการ, โรงเรียน, และชุมชนในเขตอำเภอบ้านโพธิ์กว่า 13,000 คน ร่วมปลูกป่า 100,000 ต้นในวันเดียวบนพื้นที่ 25,000 ตารางเมตร กิจกรรมปลูกป่าในครั้งนี้เป็นความสำเร็จอันยิ่งใหญ่ที่มีอาสาสมัครและจำนวนต้นไม้ที่ปลูกมากที่สุดตั้งแต่ โตโยต้าได้กำหนดโครงการ “ป่านิเวศในโรงงาน” ขึ้น นอกจากนี้พื้นที่ป่านิเวศแล้วโรงงานบ้านโพธิ์ได้จัดสรรพื้นที่บางส่วนให้เป็นสถานที่ศึกษาพันธุ์ไม้ท้องถิ่นที่ได้นำมาปลูกด้วย ทฤษฎีของ ศจ.ดร.อาภิระ มียวาวากิ และด้วยทฤษฎีนี้เองที่ทำให้การปลูกป่าในโรงงานครั้งนี้สามารถเห็นผลได้ภายใน 10 ปี ซึ่งจะเร็วกว่าวิธีปรกติถึง 10 เท่า นอกจากนี้พื้นที่ปลูกป่านิเวศแล้ว บริษัทยังจัดสรรพื้นที่อีกส่วนหนึ่งเพื่อให้เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติโดยจัดให้มีน้ำตก ลำธารและแหล่งน้ำ พร้อมทั้งเลี้ยงปลา และหิ้งห้อยเพื่อให้เป็นตัวชี้วัดความสมบูรณ์ทางชีวภาพ และเสริมสร้างความหลากหลายทางชีวภาพให้กับ ป่านิเวศในโรงงานนี้ด้วย



“การจะอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืนนั้น ต้องเริ่มต้นจากจิตสำนึกของทุกคน”

คุณชาญชัย ทรัพย์ยาก  
 ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่  
 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

นับเป็นความภูมิใจของชาวโตโยต้าบ้านโพธิ์เป็นอย่างยิ่ง ที่ได้รับเกียรติให้เป็นหนึ่งในห้าโรงงานแห่งความยั่งยืนต้นแบบของโลก นอกเหนือไปจากการลดการใช้พลังงานและการใช้พลังงานทดแทนในกระบวนการผลิตแล้ว อีกก้าวสำคัญที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย “บัญญัติโลกทัศน์แห่งโตโยต้า (Toyota Global Vision 2020)” นั่นก็คือการปลูกป่าในโรงงาน ทั้งนี้ก็เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกของพนักงานและชุมชนรอบข้างให้ตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาผืนป่า และรักษาระบบนิเวศเพื่อนำไปสู่การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพต่อไป ดังนั้นบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จึงได้จัดกิจกรรมการปลูกป่าในโรงงาน หรือ ECO Forest ขึ้นเมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2551 ซึ่งสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ทั้งนี้ก็มาจากการร่วมมือของทุกภาคส่วน การจะอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องเริ่มต้นที่การปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์

นอกจากนี้ยังมีแนวคิดที่จะสร้างให้โรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์เป็นศูนย์การศึกษาและการเรียนรู้ทางธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพ ทั้งนี้ไม่เพียงแต่ปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์แก่พนักงานเท่านั้น หากแต่ยังรวมถึงชุมชนและสังคม เพื่อให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของโตโยต้าในการอยู่ร่วมกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนตลอดไป

ซึ่งการที่จะสำเร็จลุล่วงไปได้นั้น จำต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในระยะยาว เพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย “บัญญัติโลกทัศน์แห่งโตโยต้า (Toyota Global Vision 2020)” การฟื้นฟูป่าในโรงงาน หรือ ECO FOREST จึงเป็นก้าวหนึ่งที่น่าไปสู่ความสำเร็จนี้ โดยโรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์ได้จัดกิจกรรมปลูกป่าในโรงงานขึ้นเมื่อวันที่ 3 สิงหาคม พ.ศ. 2551 โดยมีแนวคิดหลักที่ว่า การจะก้าวขึ้นสู่การเป็นโรงงานแห่งความยั่งยืน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืนนั้น ต้องเริ่มต้นมาจากการปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์ให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร นอกจากนี้ยังมีแนวคิดที่จะสร้างให้โรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์เป็นศูนย์การศึกษาและการเรียนรู้ทางธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพ

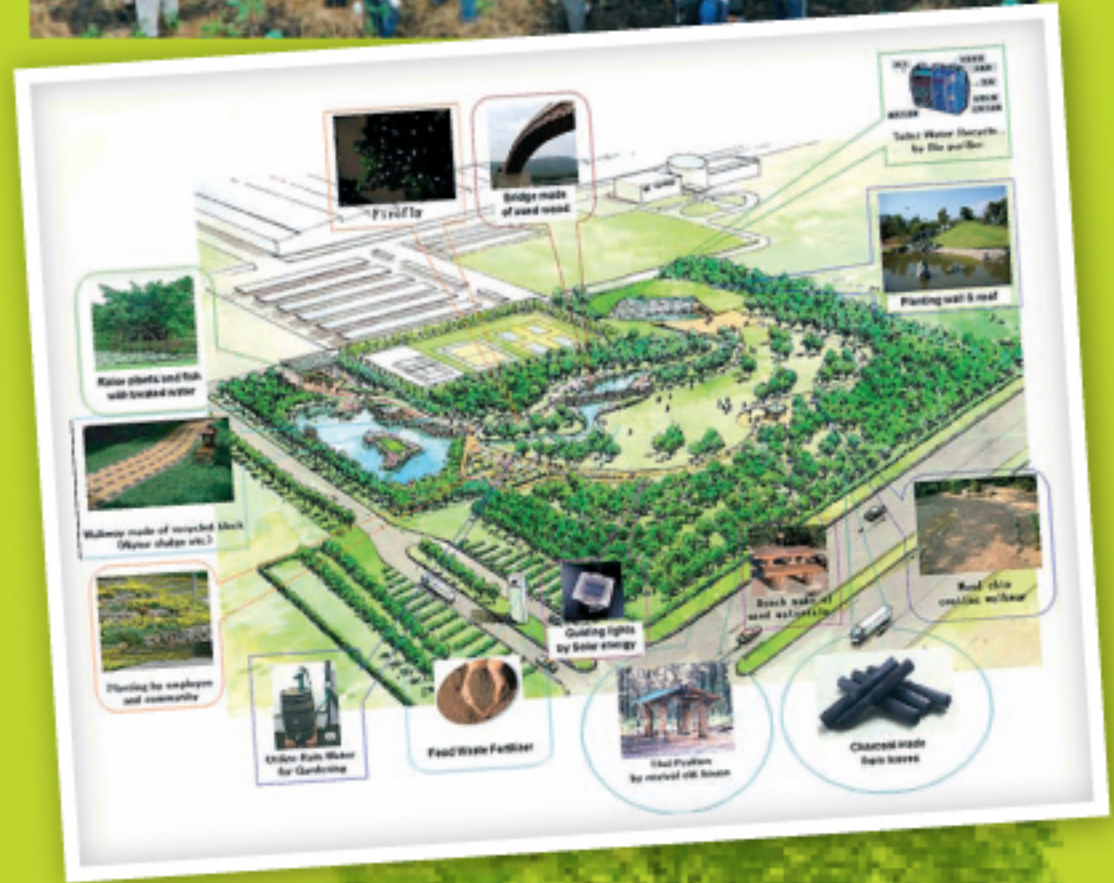






ในอนาคตบริษัทฯ ยังสนับสนุนโครงการนี้อย่างต่อเนื่อง โดย จะเปิดรับอาสาสมัครปลูกป่าในเขต ตามแนวทางของ ดร.มียาวากิ ซึ่งได้ตั้งเป้าหมายปลูกต้นไม้ 1 ล้านต้นภายใน 5 ปี โดยจะกระจายสู่ผู้ผลิตชิ้นส่วนและผู้แทนจำหน่ายเป็นอันดับแรก และโรงงานบ้านโพธิ์ได้ถูกกำหนดให้เป็นศูนย์เพาะพันธุ์กล้าไม้ สำหรับโครงการนี้ นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนเทคนิคการเพาะกล้าไม้ และพันธุ์กล้าไม้จากศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขาหินซ้อน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดฉะเชิงเทรา

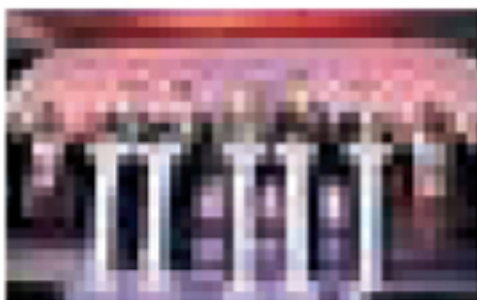
จากกิจกรรมในโครงการนี้บริษัทฯ มีความคาดหวังว่า โครงการปลูกป่าในโรงงานนี้จะเป็นการกระตุ้นจิตสำนึกของการรักษาสิ่งแวดล้อมให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชั้นแรก และกระจายสู่สังคมไทย จนกลายเป็นวัฒนธรรมการทำงานที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมดังที่บริษัทฯ ได้มุ่งหวังในที่สุด





## พิธีเปิด โตโยต้า พาร์ท เซ็นเตอร์ เอเชีย-แปซิฟิก (TP-CAP) อย่างเป็นทางการ

โตโยต้า พาร์ท เซ็นเตอร์ เอเชีย-แปซิฟิก (Toyota Parts Center Asia Pacific (TP-CAP) ได้เปิดตัวอย่างเป็นทางการไปเมื่อวันที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2551 ที่ผ่านมา โดยได้รับเกียรติจาก ฯพณฯ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรีว่า การกระทรวงพาณิชย์ให้เกียรติมาเป็นประธานในพิธีเปิด ภายในงานได้รับเกียรติ จากแขกผู้มีเกียรติ มากันอย่างคับคั่ง อาทิ คณะรัฐบาล, เจ้าหน้าที่รัฐ, คุณอากิโกะ โตโยตะ (TMC EVP), คุณชินอิจิ ซาซากิ (TMC SMD), ตัวแทนจำหน่ายจากทั้ง 13 ประเทศ ในภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก คณะผู้บริหาร จาก โตโยต้า มอเตอร์ เอเชีย แปซิฟิก เอนจิเนียริง แอนด์ แมนูแฟคเจอร์ริง (Toyota Asia Pacific Engineering & Manufacturing : TMAP-EM) บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด และ บริษัทที่ทำธุรกิจร่วมกับโตโยต้า



บรรยากาศพิธีเปิด



แขก VIP และตัวแทนจำหน่าย ทั้ง 13 ประเทศ

### ข้อมูล TPCAP โดยสังเขป

<b>ที่ตั้ง</b>	ตั้งอยู่ภายในบริเวณโรงงานประกอบบ้านโพธิ์
<b>ก่อตั้งเมื่อ</b>	1 เมษายน 2550
<b>เริ่มดำเนินการ</b>	TPCAP เริ่มเปิดดำเนินการ การแลกเปลี่ยนทางธุรกิจ (MSP RE-EXPORT)
- 20 เมษายน 2551	
- 1 กรกฎาคม 2551	
<b>ขนาดพื้นที่</b>	
- เนื้อที่	164,000 ตารางเมตร (พื้นที่ใช้งานจริง 130,000 ตรม.)
- อาคารเก็บสินค้า	58,800 ตารางเมตร
<b>พนักงานจัดเก็บสินค้า</b>	
- จำนวนพนักงาน	319 คน (พนักงานชั่วคราว 160 คน)
- ฝ่ายจัดหา	34 คน
- ลูกค้าสัมพันธ์	42 คน
- ฝ่ายวางแผนธุรกิจ	25 คน
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	420 คน
<b>กะการทำงาน</b>	1กะ (8:00 - 17:00)



- คุณอากิโกะ โตโยตะ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่จากบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (Toyota Motor Corporation : TMC) ได้กล่าวย้ำแนวทาง "การดำเนินงานของโตโยต้าที่ลูกค้าต้องมาก่อนเสมอ" ซึ่งจะมีช่วยผลักดันให้บริการหลังการขายซึ่งรวมถึงการค้นหาชิ้นส่วนรถยนต์ส่งไปยังลูกค้าในต่างประเทศประสบความสำเร็จเช่นเดียวกับที่ญี่ปุ่น

### ภาพบรรยากาศภายในงาน



แขก VIP (คุณอากิโกะ โตโยตะ คุณชินอิจิ ซาซากิ คุณเรียวอิจิ ซาซากิ) ทักทายตัวแทนจากผู้แทนจำหน่าย



กิจกรรมให้ผู้แทนจำหน่ายชิ้นส่วนมาร่วมสนุกต่อภาพชิ้นส่วนต่างๆ ให้เป็นรถยนต์โตโยต้า



ชุดประจำชาติของผู้แทนจำหน่ายทั้ง 13 ประเทศ



ผู้บริหารเยี่ยมชมการทำงานของ TPCAP



แขก VIP และพนักงาน TP-CAP ถ่ายภาพร่วมกัน



## GRI Reference

Profile	Page
<b>1 Strategy and Analysis</b>	
1.1 Vision and Strategy regarding TMT's contribution to sustainable development	9
<b>2 Organizational Profile</b>	
2.1 Name of the organization	10
2.2 Primary brands, products and/or services	10
2.4 Local of organization's headquarter	10, 70
2.7 Markets served	10
2.8 Scales of the reporting organization	2
2.9 Significant changes during the reporting period regard size, structure or ownership	2
2.10 Awards received in the reporting period	13-15
<b>3 Report Parameters</b>	
<b>Report Profile</b>	
3.1 Reporting period	2
3.2 Date of most recent previous report	2
3.3 Reporting cycle	2
3.4 Contact point for questions regarding the report or its contents	70
<b>Report Scope And Boundary</b>	
3.6 Boundary of the report	2
3.7 State any specific limitations on the scope or boundary of the report	2
3.11 Significant changes from previous reporting periods in the scope, boundary, or measurement methods applied in the report	2
<b>GRI Content Index</b>	
3.12 Table identifying the location of the standard Disclosures in the reports	69
<b>4 Governance, Commitments and Engagement</b>	
<b>Governance</b>	
4.8 Internally developed statements of mission or values, codes of conduct, and principles relevant to economic, environmental, and social performance and the status of their implementation	38
<b>Commitments to External Initiatives</b>	
4.13 Memberships in association (such as industry associations) and/or national/international advocacy organizations in which the organization	10
<b>Stakeholder Engagement</b>	
4.14 List of stakeholder group engaged by the organization	38
4.15 Basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage	38
4.16 Approaches to stakeholder engagement, including frequency of engagement by type and by stakeholder group	38
4.17 Key topics and concerns that have been raised through stakeholder engagement, and how the organization has responded to those key topics and concerns, including through its reporting	38

Item	Description	Page
<b>Economic Performance Indicator</b>		
<b>Aspect: Economic Performance</b>		
EC1	Direct economic value generated and distributed, including revenues, operating costs, employee compensation, donations and other community investments, retained earning and payments to capital providers and governments	60
EC2	Financial implications and other risks and opportunities for the organization's activities due to climate change	22
<b>Environmental Performance Indicator</b>		
<b>Aspect: Materials</b>		
EN1	Materials used by weight or volume	34
<b>Aspect: Energy</b>		
EN3	Materials used by weight or volume	34
EN5	Energy saved due to conservation and efficiency improvements	29
EN6	Initiatives to provide energy-efficient or renewable energy based products and services, and reductions in energy requirements as a results of these initiatives	24
EN7	Initiatives to reduce indirect energy consumption and reductions achieved	29-30
<b>Aspect: Water</b>		
EN8	Total water withdrawal by source	34
<b>Aspect: Biodiversity</b>		
EN11	Location and size of land owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	54, 66-67
EN12	Description of significant impacts of activities, products, and services on biodiversity in protected areas of high biodiversity value outside protected areas	54, 66-67
EN13	Habitats protected or restore	54, 66-67
EN14	Strategies, current actions, and future plans for managing impacts on biodiversity	66-67
<b>Aspect: Emissions, Effluents, and Waste</b>		
EN16	Total direct and indirect greenhouse gas emission by weight	35
EN17	Other relevant indirect greenhouse gas emission by weight	35
EN18	Initiatives to reduce greenhouse gas emissions and reductions achieved	24-25, 27-28, 33
EN20	NO <sub>x</sub> SO <sub>x</sub> and other significant air emission by type and weight	35
EN21	Total water discharge by quality and destination	34-35
EN22	Total weight of waste by quality and destination	34
EN23	Total number and volume of significant spills	34
<b>Aspect: Products and Services</b>		
EN26	Initiatives to mitigate environmental impacts of products and services, and extent of impact mitigation	24-26
<b>Aspect: Transport</b>		
EN29	Significant environmental impacts of transportation products and other goods and materials used for the organization's operations, and transportation members of the workforce	27
<b>Aspect: Overall</b>		
EN30	Total environmental protection expenditures and investments by type	22
<b>Social Performance Indicator</b>		
<b>Aspect: Labor Practices and Decent Work Performance Indicators</b>		
LA3	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees, by major operations	38
LA10	Programs for skills managements and lifelong learning that support the continued employability of employees and assist them in managing career endings	46-49
<b>Human Rights Performance Indicator</b>		
<b>Aspect: Freedom of Association And Collective Bargaining</b>		
HR5	Operations identified in which the right to exercise freedom or association and collective bargaining may be at significant risk, and actions taken to support these rights	38
<b>Society Performance Indicator</b>		
<b>Aspect: Community</b>		
SO1	Nature, scope, and effectiveness of any programs and practices that assess and manage the impacts of operations on communities, including entering, operating, and exiting	52-53
<b>Aspect: Corruption</b>		
SO4	Actions taken in response to incidents of corruption	38



## ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท

### สำนักงานใหญ่และโรงงานประกอบโตโยต้า สำโรง

180/1 หมู่ 1 ถนนรางรถไฟเก่า 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

### โรงงานบ้านโพธิ์

99 หมู่ 2 ต.ลาดขวาง อ.บ้านโพธิ์  
จ.ฉะเชิงเทรา 24140  
โทรศัพท์ : + 66 (0) 3812-2000  
โทรสาร : + 66 (0) 3812-2002

### สำนักงานกรุงเทพฯ

ซีอาร์ซีทาวเวอร์ ออลซีซั่นสเพลส ชั้น 42-43  
เลขที่ 87/2 ถนนวิทญู แขวงลุมพินี  
เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330  
โทรศัพท์ : + 66 (0) 2386-1000  
โทรสาร : + 66 (0) 2386-1891

### ศูนย์บริการจัดส่งชิ้นส่วนและอะไหล่โตโยต้า

99 หมู่ 2 ต.ลาดขวาง อ.บ้านโพธิ์  
จ.ฉะเชิงเทรา 24140  
โทรศัพท์ : + 66 (0) 3812-3000  
โทรสาร : + 66 (0) 3812-3059-61

### ศูนย์การศึกษาและการฝึกอบรมโตโยต้า

25 หมู่ 7 ถนนสุวินทวงศ์ (ก.ม.6)  
ต.คลองนครเนื่องเขต อ.เมือง  
จ.ฉะเชิงเทรา 24000  
โทรศัพท์ : + 66 (0) 3884-7377  
โทรสาร : + 66 (0) 3884-7384

### สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายงาน โปรดติดต่อ

สำนักงานส่งเสริมความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม 180 / 1 หมู่ 1 ถนนรางรถไฟเก่า ต.สำโรงใต้ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ 10130  
โทร : 0-2386-2413 แฟกซ์ : 0-2386-1717 อีเมลล์ : seo@toyota.co.th











**บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด**

186/1 หมู่1 ถ.ทางรถไฟเก่า ต.สำโรงใต้ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ 10130 โทร : 02-3861000