



รายงาน

การพัฒนาเพื่อความยั่งยืน 2553

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด



“อนาคตสังคมไทย ความภูมิใจของเรา”

สารบัญ

สารจากกรรมการผู้จัดการใหญ่

4

ปรัชญาองค์กร

8

วิสัยทัศน์ 2001

10

ภาพรวมธุรกิจของโตโยต้า

11

- โครงสร้างคณะกรรมการด้านสิ่งแวดล้อม 12
- นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมอาเซียน 13
- รางวัลที่เกี่ยวกับองค์กร และพนักงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม 14

การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

21

- บัญญัติโลกทัศน์แห่งโตโยต้า (Toyota Global Vision 2020) 22
- บัญชีด้านสิ่งแวดล้อม 23
- ผลการดำเนินงานปี 2552- 2553 ตามแผนพัฒนา 5 ปี เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 24
- กิจกรรมต่างๆ ที่ทำให้บรรลุตามแผนพัฒนา 5 ปี เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 27
- ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม 32

การดำเนินงานด้านสังคม

35

- ผู้ถือผลประโยชน์ร่วม 36
- ผู้ผลิตและส่งเสริมชิ้นส่วน 37
- งานการตลาดหลังการขาย 38
- โครงการ Toyota Care 40
- ระบบใบอนุญาตขาย และศูนย์พัฒนาการบริหารงานโตโยต้า 42
- ดัชนีวัดความพึงพอใจพนักงาน 43
- กิจกรรมการส่งเสริมจริยธรรม 44
- สถาบันโตโยต้า 46
- ศูนย์การศึกษาและฝึกอบรมโตโยต้า 48
- กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ 49
- กิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัย 50
- โครงการรวมจิตอาสา 50,000 ต้นกล้า ปลุกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ ปีที่ 6 52
- การเข้าร่วมนำเสนอผลงานในการประชุม COP10 53
- โครงการลดเมืองร้อน ด้วยมือเรา 54
- ศูนย์เรียนรู้โลกไร้รอยต่อ “ชุมทางลดโลกร้อนทุ่งสง” 55
- สัมมนาเชิงวิชาการด้านสิ่งแวดล้อม 56
- โครงการถนนสีขาว 57
- โครงการ CSR Campus ปี 2 58
- กิจกรรม ITS ของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด 59
- มุลนิธิโตโยต้าประเทศไทย 60
- กิจกรรมเพื่อสังคมของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ในปี 2552-2553 62

การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

67

- การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ 68

บทความพิเศษ

69

- โครงการป่านีเวศ 1 ล้านต้น 70
- เส้นทาง 50 ปี โตโยต้า “สู่สังคมไทยที่ยั่งยืน” 72
- นโยบาย CSR 74

GRI Reference

76

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท

79



Enviromental Education and Road Safety



มร.เคียวอิจิ ทานาคะ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

“เรามีเป้าหมายร่วมกันที่จะดูแลสิ่งแวดล้อม พร้อมกับดำเนินกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสังคมไทย เพื่อก้าวไปสู่การสร้างสังคมที่อยู่ร่วมกันอย่างสมดุลและยั่งยืน”

ปี 2552 นับเป็นปีที่มีความท้าทายอย่างยิ่งสำหรับโตโยต้า แม้ว่าเราจะเผชิญกับสถานการณ์ตลาดที่ผันผวนจากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ หรือแม้แต่ปัญหาในภาคอุตสาหกรรมรถยนต์ หากแต่เรายังสามารถครองความเป็นผู้นำยอดขายทั้ง 3 ตลาด (Triple Crown Sales Leadership) ติดต่อกันเป็นปีที่ 5 และได้รับรางวัลระดับประเทศทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งนี้ผมต้องขอขอบคุณความอุตสาหะ และความพยายามของพนักงาน ผู้บริหาร ตลอดจนองค์กรที่ทำธุรกิจร่วมกับโตโยต้า ทั้งผู้ผลิตชิ้นส่วน และผู้แทนจำหน่าย ที่ดำเนินงานตามหลัก ‘สวัสดี สนุกดี สบายดี’ รวมถึงลูกค้าทุกท่านที่ให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง จนทำให้โตโยต้าสามารถก้าวผ่านอุปสรรคต่าง ๆ ไปได้อย่างราบรื่น

โตโยต้าไม่ได้เป็นเพียงแค่ผู้นำด้านตลาดรถยนต์เท่านั้น แต่ยังตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อองค์กรต่อสังคม โดยมีนโยบายและการปฏิบัติเกี่ยวกับเรื่องนี้อย่างชัดเจน เพื่อบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคม ตั้งแต่การจัดซื้อวัตถุดิบ การผลิต การขนส่ง การตลาด และการบริการหลังการขาย จนกระทั่งสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าที่มีคุณภาพจากผู้ผลิตที่มีความรับผิดชอบต่อในทุกขั้นตอน



ของการดำเนินธุรกิจ นอกจากนั้น เรายังมีเป้าหมายร่วมกันที่จะดูแลสิ่งแวดล้อม พร้อมกับดำเนินกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสังคมไทยอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นกิจกรรมหลัก 4 ด้านสำคัญ ได้แก่

1. การส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม โตโยต้าได้สานต่อโครงการด้านสิ่งแวดล้อมต่างๆ อาทิ การเปิดแหล่งเรียนรู้เชิงนิเวศวิทยา (Biotope) ณ โรงงานโตโยต้า บ้านโพธิ์ เพื่อเป็นแหล่งศึกษาข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมให้กับเยาวชนและผู้เข้าเยี่ยมชมโรงงาน โครงการปลูกป่าชายเลน ณ สถานตากอากาศบางปู จ.สมุทรปราการ โครงการลดเมืองร้อน ด้วยมือเราปีที่ 5 ซึ่งได้ขยายเครือข่ายไปจนครบทั้ง 76 จังหวัดทั่วประเทศ รวมทั้งโครงการอาสาสมัครรักษาดินแดน พัฒนาสิ่งแวดล้อม พร้อมใจเทอดไทองค์กรฯ ซึ่งได้นำแนวคิด “การปลูกป่าให้คนอยู่อย่างยั่งยืน” ไปใช้ในการปลูกป่าในเขตชุมชน เพื่อก่อให้เกิดความสมดุลของวัฏจักรธรรมชาติที่สมบูรณ์และยั่งยืนอย่างแท้จริง

2. การส่งเสริมความปลอดภัยบนท้องถนน โตโยต้าได้จัดตั้งโครงการนำร่อง “ศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลจราจรอัจฉริยะไทย” ร่วมกับภาครัฐ และล่าสุดได้ร่วมกับ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จ.นครราชสีมา เปิดดำเนินการ “เมืองจราจรจำลอง” แห่งที่ 3 ภายใต้โครงการ “ถนนสีขาว” เพื่อให้

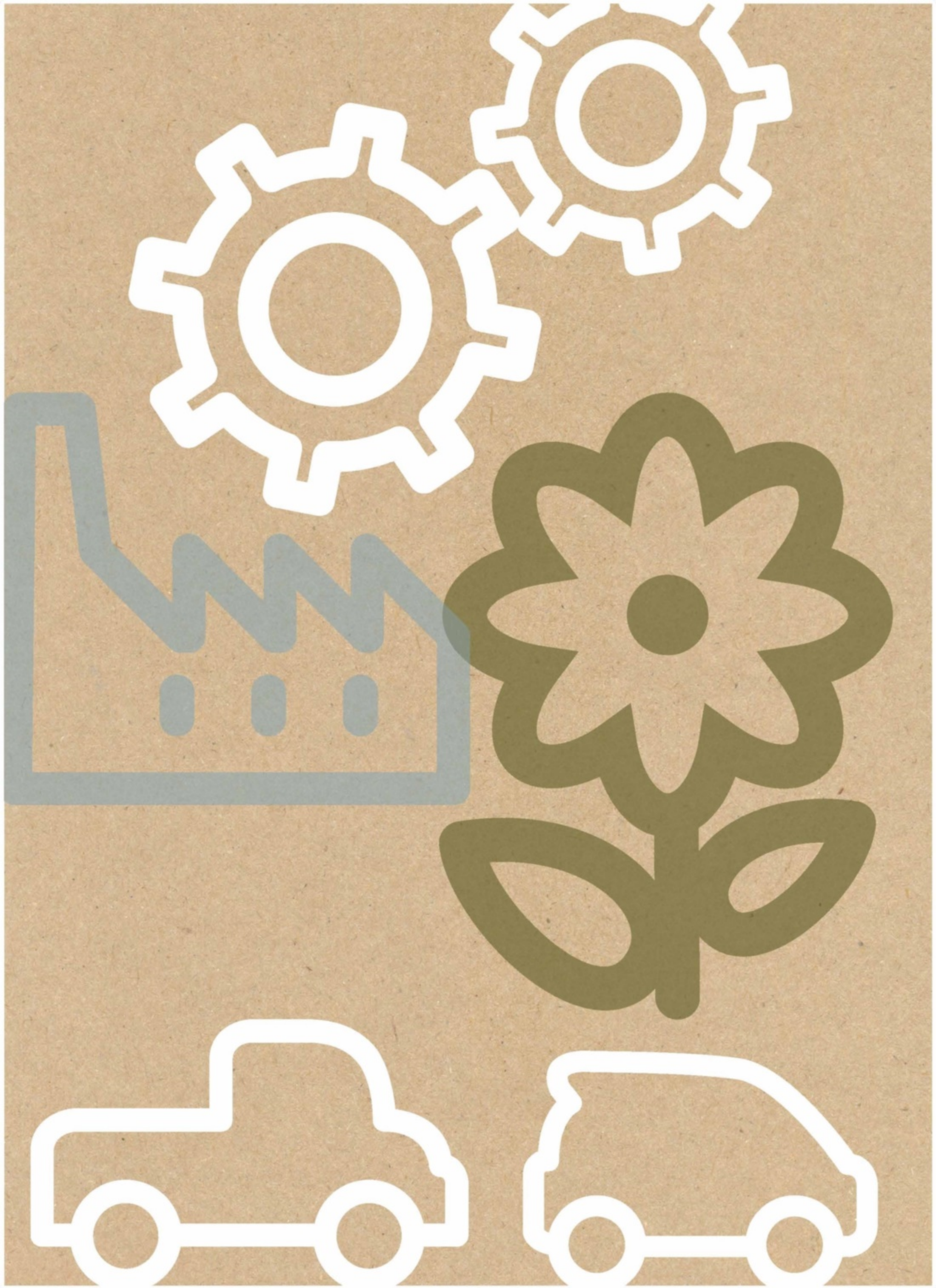
ความรู้ด้านการขับขี่ปลอดภัยแก่เยาวชนอย่างต่อเนื่องมากกว่า 20 ปี

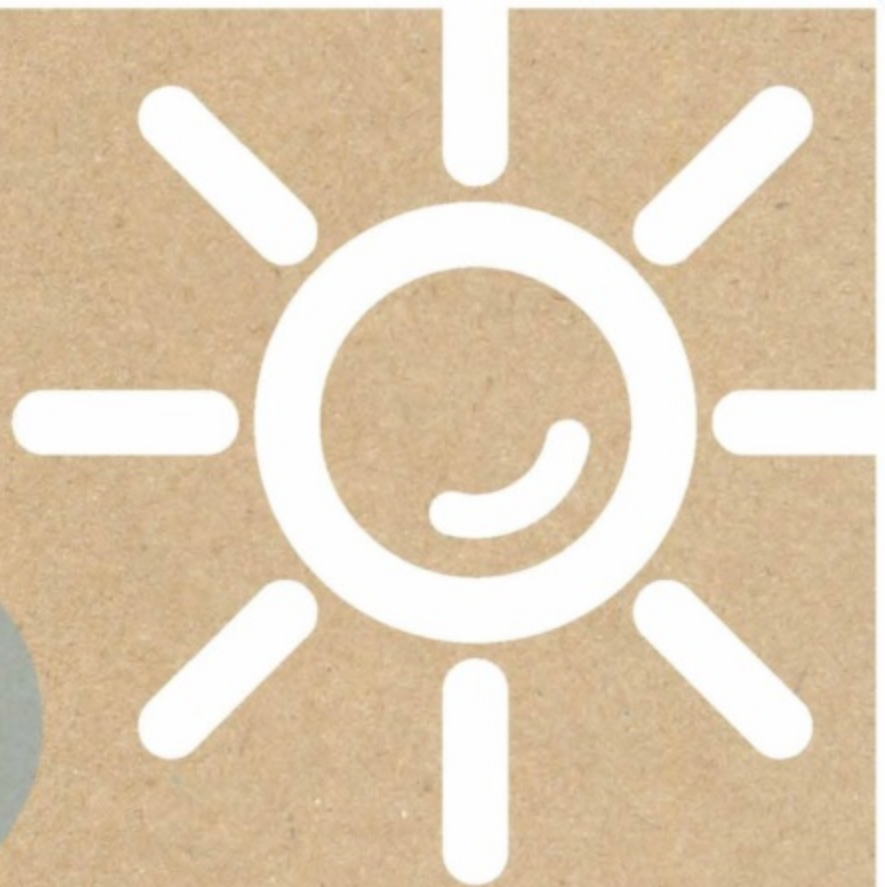
3. การส่งเสริมการศึกษาและถ่ายทอดเทคโนโลยี โตโยต้าได้มุ่งเน้นการสร้างศักยภาพให้แก่นักเรียน นักศึกษา โดยสนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 38 ทั้งยังส่งเสริมความรู้ด้านเทคโนโลยียานยนต์ โดยถ่ายทอดเทคโนโลยีไฮบริดให้แก่นักเรียนระดับอุดมศึกษา เรามุ่งเน้นการสร้างศักยภาพ และขีดความสามารถให้กับนักเรียน นักศึกษา เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อน และพัฒนาสังคมไทยให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

4. การส่งเสริมการพัฒนาชุมชนและอื่นๆ โตโยต้าได้จัดทำโครงการและดำเนินกิจกรรม เพื่อพัฒนาชุมชนบริเวณโดยรอบโรงงานทั้ง 3 แห่งของโตโยต้าทั้งสำโรง บ้านโพธิ์ และเกตเวย์ โดยเน้นการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนและองค์กร ด้วยการบูรณาการแนวการบริหารจัดการ และองค์ความรู้ของโตโยต้าไปสร้างรายได้และอาชีพให้แก่ชุมชน

ด้วยความรับผิดชอบต่องานสังคม ผสานกับความมุ่งมั่นของโตโยต้าที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสรรค์สิ่งดี ๆ สู่สังคมไทย เพื่อก้าวไปสู่การสร้างสังคมที่อยู่ร่วมกันอย่างสมดุลและยั่งยืน ดังปณิธานของเราที่ว่า

“อนาคตสังคมไทย ความภูมิใจของเรา”





ภาพรวมธุรกิจของโตโยต้า





ปรัชญาองค์กร

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด (TMT) ได้ทุ่มเทในการสนับสนุนและพัฒนาสังคมควบคู่กับอุตสาหกรรมด้วยความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการให้ความสำคัญกับการพัฒนาสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย ตลอดจนมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีคุณภาพเป็นเลิศอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด โดยทั้งหมดนี้ได้อาศัยหลักการแนวทางการจัดการของโตโยต้า ซึ่งแนวทางนี้ได้สะท้อนให้เห็นถึงแนวความคิดของบริษัทฯ ที่เป็นแรงผลักดันในการเป็นบริษัทในกลุ่มโตโยต้า และผู้มีส่วนร่วมในบริษัทฯ ช่วยกันพัฒนาสังคมควบคู่ไปกับการพัฒนาบริษัทฯ อย่างยั่งยืนตลอดไป

แนวทางการจัดการของโตโยต้า (Toyota Guiding Principles)

1. ให้ความสำคัญต่อกฎหมายของนานาประเทศ โดยการปฏิบัติตามกฎหมายของทุกประเทศ ดำเนินธุรกิจอย่างเปิดเผยตรงไปตรงมา และเป็นพนักงานที่ดีของหน่วยงาน โดยประกอบกิจกรรมของหน่วยงานอย่างเปิดเผยและซื่อตรง
2. ให้ความเคารพวัฒนธรรมและประเพณีของทุกประเทศ สนับสนุนการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมผ่านทางการดำเนินงานทางธุรกิจ
3. อุทิศและเสียสละในการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่สะอาดและปลอดภัยและเพิ่มคุณภาพชีวิตในทุกที่ ผ่านทางทุกๆ กิจกรรมของเรา
4. สร้างและพัฒนาเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย พร้อมทั้งจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีเยี่ยม ซึ่งเต็มเต็มความต้องการของผู้ใช้บริการทั่วโลก
5. ส่งเสริมวัฒนธรรมในองค์กรที่จะช่วยเพิ่มความสามารถในการสร้างสรรค์ของแต่ละบุคคล และคุณค่าการทำงานร่วมกันเป็นหมู่คณะ ขณะเดียวกันมีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน และมีความเคารพนับถือและให้เกียรติซึ่งกันและกัน
6. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อการเติบโตคู่สังคมและชุมชนทั่วโลก ผ่านนวัตกรรมการบริหารการจัดการองค์กร
7. ร่วมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจในการวิจัยและการสร้างสรรค์ เพื่อความสำเร็จที่มั่นคง การเติบโตในระยะยาว และผลประโยชน์ร่วมกัน พร้อมทั้งเปิดรับพันธมิตรใหม่ๆ ในเวลาเดียวกัน



วิสัยทัศน์

1. เป็นบริษัทแกนนำของโตโยต้าเอเชียแปซิฟิกและเครือข่ายโตโยต้าทั่วโลก
2. เป็นบริษัทที่ได้รับการยอมรับและน่ายกย่องที่สุดในประเทศไทย

พันธกิจ

1. สร้างความแข็งแกร่งในการปฏิบัติงานและส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างเอเชียแปซิฟิก
2. บรรลุการเป็นผู้นำในด้านความพึงพอใจของลูกค้าและในด้านสัดส่วนการตลาด
3. กำหนดให้ความปลอดภัยเป็นกิจกรรมที่สำคัญที่สุดของกิจกรรมรากฐานของบริษัท
4. สร้างสังคมที่มีคุณภาพ โดยการทำกิจกรรมที่มีคุณค่าเพื่อสังคม

หลักการ

1. ปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยการท้าทาย และเปลี่ยนแปลง
ไม่ว่าเราทำได้ดีเพียงใดแล้วก็ตาม เราจะทำให้ “ดียิ่งขึ้น” ตลอดเวลา ดังนั้นเราจะพัฒนาตัวเองอย่างต่อเนื่อง โดยการท้าทายสถานการณ์ปัจจุบัน และการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่างๆ
2. เคารพและยอมรับผู้อื่น
เราจะทุ่มเทความพยายามในการเสริมสร้างความไว้วางใจกัน ความพึงพอใจ ความกลมกลืน และการทำงานเป็นทีม เราจะใส่ใจต่อผลประโยชน์ระยะยาวของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเรา
3. ยึดหลักความพึงพอใจของลูกค้า
ด้วยความตระหนักที่ว่าลูกค้าเป็นหัวใจของความสำเร็จ เราไม่เพียงแต่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ แต่ยังคำนึงถึงความต้องการในอนาคตของลูกค้าด้วย
4. ทุ่มเทเพื่อมาตรฐานสูงสุด
ไม่เพียงแต่บรรลุมาตรฐานระดับสูงในปัจจุบันเท่านั้น แต่เราจะกำหนดมาตรฐานใหม่ให้กับอุตสาหกรรม ทั้งในด้านคุณภาพ เทคโนโลยี ความสามารถ และความรับผิดชอบต่อสังคม เราจะส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ทำให้ลูกค้าพอใจเหนือกว่าระดับที่คาดหวัง
5. รับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม
เรามุ่งที่จะส่งเสริมสนับสนุนต่อเศรษฐกิจและสังคมอย่างมีจริยธรรม พร้อมทั้งรักษาสังแวดล้อมให้ดีที่สุด

วิถีโตโยต้า 2001

วิถีโตโยต้า 2001 เป็นอุดมคติ มาตรฐาน และสัญลักษณ์นำของบุคลากรในองค์กรของโตโยต้าทั่วโลก เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเชื่อและคุณค่าที่เราทุกคนมีอยู่ร่วมกัน วิถีโตโยต้า 2001 อาศัยหลักการชั้นนำของโตโยต้าที่กำหนดภารกิจของโตโยต้าในฐานะที่บริษัท และคุณค่าที่บริษัทมอบให้แก่ลูกค้า ผู้ถือหุ้น เพื่อนร่วมงาน หุ่นส่วนทางธุรกิจ และชุมชนโลก วิถีโตโยต้า 2001 กำหนดวิธีการปฏิบัติและความประพฤติของบุคลากรของโตโยต้าเพื่อการมอบคุณค่าเหล่านี้ วิถีโตโยต้า 2001 ทำหน้าที่เสมือนระบบประสาทอัตโนมัติสำหรับองค์กรของโตโยต้า แนวคิดที่สร้างวิถีโตโยต้า 2001 อยู่เหนือความแตกต่างของภาษาและสัญชาติ สามารถใช้ได้ในทุกพื้นที่และทุก ๆ สังคม

วิถีโตโยต้า ปี 2001 ประกอบด้วย 2 เสาหลัก คือ “การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง” และ “การยอมรับนับถือซึ่งกันและกัน” เราไม่เคยพึงพอใจ เราไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ และเราปรับปรุงธุรกิจของเราเสมอ โดยการผลักดันความคิดและความพยายามอย่างดีที่สุดของเรา เราเคารพบุคลากรและเชื่อว่าความสำเร็จของธุรกิจของเราสร้างขึ้นจากความพยายามของทุกคนและการจัดการทีมงานอย่างดี เราคาดหวังว่าสมาชิกทีมงานของโตโยต้าในทุก ๆ ระดับจะใช้คุณค่าสองอย่างดังกล่าวนี้ ในการทำงานและการมีปฏิสัมพันธ์แต่ละวันของพวกเขา

การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

ความท้าทาย

เราสร้างวิสัยทัศน์ระยะยาว ขณะสิ่งท้าทายด้วยความกล้าหาญ และความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้ฝันของเราเป็นจริง

- ☛ สร้างคุณค่าโดยผ่านการผลิตและส่งมอบผลิตภัณฑ์ และการบริการ
- ☛ จิตใจที่ชอบการท้าทาย
- ☛ ทักษะที่มองการณ์ไกล
- ☛ การพิจารณาอย่างถี่ถ้วนในการตัดสินใจ

ไคเซ็น

เราปรับปรุงการประกอบธุรกิจของเราอย่างต่อเนื่อง ผลักดันการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ ๆ และสร้างวิวัฒนาการใหม่ ๆ

- ☛ จิตใจไคเซ็นและการคิดค้นสิ่งประดิษฐ์ใหม่
- ☛ การสร้างระบบและโครงสร้างที่พอเหมาะ
- ☛ ส่งเสริมการเรียนรู้ขององค์กร

เก็นจิ เก็นบุสชิ

เราลงมือปฏิบัติ เก็นจิ เก็นบุสชิ....การไปยังแหล่งข้อมูล เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงสำหรับการตัดสินใจที่ถูกต้อง สร้างมติมหาชน และบรรลุเป้าหมายอย่างรวดเร็วที่สุด

- ☛ เก็นจิ เก็นบุสชิ
- ☛ การสร้างมติมหาชนอย่างได้ผล
- ☛ มีคำมั่นสัญญาในการบรรลุเป้าหมาย

การยอมรับนับถือซึ่งกันและกัน

การยอมรับนับถือ

เรายอมรับนับถือซึ่งกันและกัน พยายามทุกวิถีทางเพื่อที่จะเข้าใจซึ่งกันและกัน รับผิดชอบและเราพยายามอย่างดีที่สุดเพื่อสร้างความไว้วางใจร่วมกัน

- ☛ ความเคารพผู้ถือหุ้น
- ☛ ความไว้วางใจร่วมกันและรับผิดชอบร่วมกัน
- ☛ มีการติดต่อสื่อสารอย่างจริงจัง

การทำงานเป็นทีม

เราส่งเสริมความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคลรวมไปถึงความเจริญก้าวหน้าในวิชาชีพ การให้โอกาสทุกคนได้พัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และเพิ่มผลงานของแต่ละบุคคลและของทีมงานให้มีผลงานมากที่สุด

- ☛ ให้คำมั่นสัญญาด้านการศึกษาและการพัฒนา
- ☛ ความเคารพต่อแต่ละบุคคล รับรู้ถึงพลังที่มากมายเมื่อรวมกันทำงานเป็นทีม

ภาพรวมของบริษัทฯ

ด้วยความมุ่งมั่นกว่า 48 ปี ที่ผ่านมา ในการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย นับตั้งแต่ก่อตั้งขึ้น เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2505 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด (TMT) ได้บรรลุการเป็นผู้ผลิตรถยนต์ที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดในประเทศ รวมถึงการเป็นบริษัท แกนนำของโตโยต้าทั่วโลก ในการเป็นผู้ผลิตหลักในแผนยุทธศาสตร์ ในการเป็นศูนย์กลางในการผลิตรถยนต์ เพื่อป้อนให้กับตลาดในประเทศ และส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศทั่วโลก

ณ ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 7,520 ล้านบาท มีพนักงานรวมทั้งสิ้นกว่า 14,000 คน โดยมีกำลังการผลิตรวม 611,000 คัน ผ่าน 3 โรงงานหลัก ได้แก่ โรงงานเกตเวย์ โดยมีกำลังการผลิตรถยนต์นั่ง 173,000 คันต่อปี โรงงานลำโพง และ โรงงานบ้านโพธิ์ ซึ่งมีกำลังผลิตรถยนต์ในโครงการ IMV 276,000 คันต่อปี และ 162,000 คันต่อปี ตามลำดับ

ในส่วนการขายมีการขายภายในประเทศโดยรวม กว่า 200,000 คันต่อปี* ผ่านทางตัวแทนจำหน่าย 119 แห่งทั่วประเทศ และส่งออกรถยนต์สำเร็จรูปไปยังประเทศต่าง ๆ กว่า 100 ประเทศ เป็นจำนวนกว่า 236,000 คันต่อปี* นอกจากนี้ยังมีการส่งออกชิ้นส่วนต่าง ๆ เป็นมูลค่าทั้งสิ้นกว่า 46,359 ล้านบาทต่อปี**

ด้วยความสำเร็จด้านการผลิต ยอดขายที่เพิ่มขึ้น และความเชื่อมั่นในคุณภาพรถยนต์ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล บริษัทฯ ได้เปิดตัวรถยนต์

คัมรี ไฮบริด เมื่อเดือนกรกฎาคม 2552 ที่ผ่านมา ที่คำนึงถึงการอนุรักษ์พลังงาน และรักษาสีสิ่งแวดล้อม และเป็นรถยนต์ที่ประกอบขึ้น ณ โรงงานเกตเวย์ นับเป็นจุดเริ่มต้นใหม่ในการประกอบรถยนต์ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง

ในส่วนของรถยนต์ในโครงการ IMV ได้มีการส่งออกรถยนต์ครบ 1 ล้านคัน เมื่อเดือนกรกฎาคม 2553 เป็นการบ่งบอกถึงการยอมรับในคุณภาพและมาตรฐานการผลิตระดับโลก ที่ผลิตจากทั้งโรงงานลำโพง และ โรงงานบ้านโพธิ์ โดยเฉพาะโรงงานบ้านโพธิ์นั้น เป็นโรงงานที่ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่สุดในกลุ่มบริษัทโตโยต้าทั่วโลก ทำให้มั่นใจได้ถึงศักยภาพ และรองรับการผลิตที่เพิ่มขึ้น ด้วยมาตรฐานด้านความปลอดภัย คุณภาพ ต้นทุน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมต่อไปด้วยในอนาคต

อีกหนึ่งบทบาทสำคัญ คือการเป็นศูนย์กลางในการสนับสนุนการผลิต ซึ่งดำเนินการโดย บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ เอเชีย แปซิฟิก จำกัด (TMAP-EM) โดยจะเป็นศูนย์กลางการผลิต การออกแบบ คำนวณ วิจัย พัฒนาผลิตภัณฑ์ นอกบริษัทแม่ที่ประเทศญี่ปุ่น รวมถึงการเป็นศูนย์กลางการส่งออกอะไหล่ในภูมิภาค (Toyota Part Center Asia Pacific: TPCAP) เพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้น ทั้งในตลาดเอเชีย แปซิฟิก และทั่วโลกต่อไปในอนาคต

*Remark : As of 2009 (CY), ** Exclude all CBU model



บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีบริษัทในเครือ 8 แห่ง ดังนี้

- | | |
|---|--|
| 1. บริษัท ฮีโน่ มอเตอร์ แมนูแฟคเจอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด | 5. บริษัท โตโยต้า ลิสซิง (ประเทศไทย) จำกัด : TLT |
| 2. บริษัท สยาม โตโยต้า อุตสาหกรรม จำกัด : STM | 6. บริษัท โตโยต้า ทรานสปอร์ต (ประเทศไทย) จำกัด : TTT |
| 3. บริษัท ไทยออดีเวคส์ จำกัด : TAW | 7. บริษัท เทคโนโลยียานยนต์โตโยต้า จำกัด : TAT |
| 4. บริษัท โตโยต้า บอดี เซอร์วิส จำกัด : TBS | 8. บริษัท ชำรุมงคล จำกัด : RRC |

จากคำขวัญใหม่ “อนาคตสังคมไทย ความภูมิใจของเรา” สะท้อนแนวคิดในการเดินไปข้างหน้าเคียงคู่กับการพัฒนาของสังคมไทย เราจะเดินหน้าสู่การเป็นผู้นำทางด้าน CSR ด้วยการบูรณาการความร่วมมือจากภายในองค์กร ขยายสู่สังคม และชุมชน อย่างจริงจัง และสนับสนุนด้วยการสื่อสาร สร้างแรงบันดาลใจ สร้างแรงจูงใจให้สังคมตระหนักถึงการรับผิดชอบต่อสังคม

โตโยต้า ยึดถือปรัชญาในการดำเนินธุรกิจในการเจริญเติบโตพร้อมกับพัฒนาการอย่างยั่งยืนของชุมชน และสังคม เราจะนำปรัชญานี้มาปฏิบัติให้เห็นเป็นรูปธรรมในสังคมไทย เพื่อเตรียมพร้อมสู่การฉลองวาระครบรอบ 50 ปี การดำเนินกิจการในประเทศไทย ในปี พ.ศ.2555 หรืออีก 2 ปีข้างหน้า เรา “ประกาศนโยบายการดำเนินกิจกรรม CSR ตลอดทั้งห่วงโซ่ธุรกิจ ตั้งแต่ต้นน้ำ ถึงปลายน้ำ (Integrated CRS Across Value Chain)” เพื่อปรารถนาให้สังคมไทยเกิดความร่วมมือเป็นเครือข่าย ร่วมสร้างสรรค์สังคมที่ดี นับจากวันนี้เป็นจุดเริ่มต้น เพื่อขยายสู่การบูรณาการความร่วมมือกันของสังคมไทย เพื่อบรรลุเป้าหมายอันเป็นปณิธานสูงสุดของเรา

โครงสร้างคณะกรรมการด้านสิ่งแวดล้อม บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด



มร.เคียวอิจิ ทานะตะ
กรรมการผู้จัดการใหญ่

มร.โทชิยุกิ โอยะ
รองกรรมการผู้จัดการใหญ่

มร.โคเฮ นาคาโอะ
กรรมการ

สำนักงานส่งเสริม
ความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม
เลขานุการ

สายงาน
พิเศษ

สายงาน
สถาบันโตโยต้า

สายงาน
การบริหาร

สายงาน
การตลาด

สายงาน
เทคนิค

สายงาน
การผลิต



นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัย และความปลอดภัยของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

1. บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จะปฏิบัติตามกฎหมาย และมาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับสิ่งแวดล้อมภายในบริษัท พร้อมทั้งมีความมุ่งมั่นที่จะบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางด้าน สิ่งแวดล้อมที่วางไว้
2. บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จะทุ่มเทปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับการทำงาน ของระบบสิ่งแวดล้อมและการป้องกันมลพิษซึ่งบรรลุได้โดย
 - มุ่งเน้นที่จะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเนื่องจากวัตถุดิบและกระบวนการผลิต โดยการ ประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากสิ่งเหล่านั้น ก่อนที่จะนำวัตถุดิบใหม่มาใช้ หรือก่อนมี กระบวนการผลิตใหม่ ๆ
 - หาวิธีลดปริมาณการใช้พลังงาน ลดระดับมลพิษ และปริมาณของเสียที่ออกสู่สิ่งแวดล้อม
3. บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีความพยายามที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่องและ เสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อพนักงานทุกคนเพื่อให้การปฏิบัติและการบริหารงานด้านสิ่งแวดล้อม บังเกิดผลมากที่สุด
4. ตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสารกับชุมชนในท้องถิ่นและให้ความร่วมมือที่ดีในกิจกรรมการ รักษาสิ่งแวดล้อม

นโยบายด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จะประกอบธุรกิจของ บริษัทฯ ให้เป็นไปในลักษณะที่ส่งเสริมความปลอดภัยให้แก่พนักงาน บุคคล ที่เกี่ยวข้อง ลูกค้า และประชาชน บริษัทฯ จะพยายามป้องกันอุบัติเหตุ การบาดเจ็บ และความเจ็บป่วยเนื่องจากงานอาชีพด้วยความร่วมมืออย่าง จริงจังของพนักงานทุกคน บริษัทฯ มีความพยายามอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะตรวจหาให้พบและขจัด หรือควบคุมความไม่ปลอดภัย ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อดำเนินการตามนโยบาย ที่กล่าวมานี้ บริษัทฯ จะ

1. ดำเนินการและพัฒนาระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความ ปลอดภัย ตามมาตรฐาน มอก. 18001, OHSAS 18001 อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับข้อกำหนดของกฎหมาย และข้อกำหนดอื่นๆ ที่องค์กร ได้ทำข้อตกลงไว้

2. ดำเนินการปรับปรุงและป้องกันอันตรายจากเครื่องจักร เครื่องมือ อักศิภัย สารเคมี และอันตราย ซึ่งมีความเสี่ยงตั้งแต่ระดับปานกลางขึ้นไป รวมทั้งควบคุมความเสี่ยงทุกระดับในองค์กร โดยกำหนดเป็นวัตถุประสงค์ ด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยประจำปี และสื่อสารให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง ทุกคนนำไปปฏิบัติเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

3. ให้การสนับสนุนทรัพยากรทั้งในเรื่อง บุคลากร เวลา งบประมาณ และการฝึกอบรม ที่เหมาะสมและเพียงพอ

4. กล่าวย้าให้พนักงาน ผู้รับเหมา และผู้ที่เข้ามาปฏิบัติงานในบริษัทฯ ทราบว่าการรักษาความปลอดภัยเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของทุกคน รวมทั้งความปลอดภัยนอกงาน

5. ทำการทบทวน และประเมินผลการดำเนินงานตามความเหมาะสม เพื่อทราบความก้าวหน้า และเพื่อให้แน่ใจว่าปฏิบัติตามนโยบายเกี่ยวกับ ความปลอดภัยนี้



ความสำเร็จและความภูมิใจของโตโยต้า ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

ปีงบประมาณ 2553 นั้น นับเป็นปีแห่งความสำเร็จและความภาคภูมิใจของโตโยต้าอย่างแท้จริง เพราะไม่เพียงแต่สามารถครองความเป็นผู้นำด้านยอดขายทั้ง 3 ตลาด (Triple Crown Sales Leadership) และครองใจลูกค้าทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และบริการเท่านั้น หากแต่ผลจากการเป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และความปลอดภัยมาเป็นลำดับแรก ส่งผลให้โตโยต้าสามารถคว้ารางวัลองค์กรดีเด่นระดับประเทศมากมาย ซึ่งเกิดขึ้นจากความพากเพียรทุ่มเทร่างกายแรงใจ เพื่อรักษา

คุณภาพมาตรฐานและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า ควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญในการอยู่ร่วมกับสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างกลมกลืน

ความสำเร็จทั้งหมดนี้จะเกิดขึ้นไม่ได้ หากขาดความร่วมมือร่วมใจจากคณะผู้บริหาร ตลอดจนพนักงานทุกภาคส่วน ที่พร้อมเดินหน้าและสร้างสรรค์สังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งความสุข ดังเช่นปณิธานที่ว่า...
“อนาคตสังคมไทย ความภูมิใจของเรา”



รางวัลที่เกี่ยวข้องกับองค์กร และพนักงาน ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

1. มูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย ได้รับรางวัล “นักรัพยากรรมมนุษยดีเด่นแห่งประเทศไทย” (Thailand Top 100 HR Award) ประเภทรางวัล “ชาวต่างประเทศ หรือหน่วยงานระหว่างประเทศ ที่ทำคุณประโยชน์ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ต่อประเทศไทย” (Thamasart HR International Awards) จากการดำเนินโครงการส่งเสริมสังคมไทยให้มีพัฒนาการและเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตลอดเวลากว่า 17 ปี
2. โครงการ “ถนนสีขาว” ได้รับรางวัลดีเด่น “Prime Minister Road Safety Award ด้านองค์กรที่มีผลงานดีเด่นด้านความปลอดภัยทางถนน” ซึ่งจัดตั้งขึ้นครั้งแรกในประเทศไทย ในงานสัมมนาระดับชาติ เรื่องอุบัติเหตุจราจร ครั้งที่ 9 จาก ฯพณฯ อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี
3. “เข็มกตเวทีผู้มีอุปการคุณ ด้านทุนการศึกษา” จากอธิการบดีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จากการส่งเสริมการศึกษามอบทุนแก่นิสิตจุฬาฯ อย่างต่อเนื่องกว่า 1,453 ทุน ตั้งแต่ปี 2516





4. รางวัล “ผู้ทำคุณประโยชน์ด้านนันทนาการ ประจำปี 2552” จากสำนักงานพัฒนาการกีฬาและนันทนาการ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ด้วยความมุ่งมั่นในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้พนักงานมีความสุขในการทำงาน



5. โรงงานโตโยต้า เกตเวย์ และ โรงงานโตโยต้า บ้านโพธิ์ ได้รับการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติตามเกณฑ์ “การปฏิบัติตามมาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม พ.ศ.2552” (Standard for Corporate Social Responsibility : CSR-DIW 2009) จากอธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรม



6. โรงงานประกอบรถยนต์โตโยต้า สำโรง ได้รับ “รางวัลชนะเลิศระดับประเทศ Thailand ESCO Project Award 2009” จาก ฯพณฯ ท่านรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงาน

7. โรงงานโตโยต้า บ้านโพธิ์ ได้รับ “รางวัลสถานประกอบการที่ประสบผลสำเร็จในการอนุรักษ์พลังงานจากการใช้ระบบ ESCO (Energy Service Company) 2009” จาก ฯพณฯ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงาน



8. จากการที่โรงงานประกอบรถยนต์โตโยต้า สำโรง และเกตเวย์ ได้รับ “รางวัลชนะเลิศระดับประเทศ Thailand ESCO Project Award 2008” จาก ฯพณฯ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงาน ทางสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยยังได้ขอสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงงานทั้งสองท่านคือ คุณอภินันท์ สุชีวะบริพนธ์ และคุณเอกชัย รัตนชัยวงศ์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส และถ่ายทอดสารคดีการอนุรักษ์พลังงาน เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีในการอนุรักษ์พลังงานแก่สถานประกอบการต่างๆ ต่อไป



9. โรงงานโตโยต้า สำโรง ได้รับรางวัล “การอนุรักษ์และฟื้นฟูแม่น้ำตาดิน” และโรงงานโตโยต้า บ้านโพธิ์ ได้รับรางวัล “ความร่วมมือในการอนุรักษ์และฟื้นฟูแม่น้ำเป็นอย่างดี” จากโครงการเฉลิมพระเกียรติ “รักแม่..รักษแม่น้ำ” ซึ่งจัดโดยกระทรวงอุตสาหกรรม





รางวัลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรและพนักงาน ด้านองค์กรและพนักงาน

1. โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ได้รับประทาน “รางวัลสถานประกอบการดีเด่น” ด้านการฝึกอบรมฝีมือแรงงาน จากพระเจ้าวรวงศ์เธอพระองค์เจ้าโสมสวลีฯ
2. “รางวัลเชิดชูเกียรติสถานประกอบการดีเด่น” ด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน ประจำปี 2552 ประเภทสถานประกอบการขนาดใหญ่ที่มีสภาพแรงงานจาก ฯพณฯ อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี ซึ่งได้รับอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 (2548-2552)
3. โรงงานโตโยต้า เกตเวย์ ได้รับรางวัล “สถานประกอบการดีเด่น ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ระดับประเทศ ประจำปี 2552” เป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน
4. โรงงานโตโยต้า เกตเวย์ ได้รับโล่รางวัลระดับทอง จากโครงการ “รณรงค์ลดสถิติอุบัติเหตุจากการทำงานให้เป็นศูนย์ (Zero Accident Campaign)” ซึ่งจัดโดยกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน
5. โรงงานโตโยต้า เกตเวย์ ได้รับรางวัลดีเด่น และรางวัลชมเชย 1 รางวัล โรงงานโตโยต้า บ้านโพธิ์ ได้รับรางวัลชมเชย 3 รางวัล (จากทั้งสิ้น 5 รางวัล) ในการประกวด “การยกย่องเกียรติคุณดีเด่น ประจำปี 2552” จากสมาคมการยศาสตร์ไทย





รางวัลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าและผลิตภัณฑ์

1. รางวัลพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีฯ “ความเป็นเลิศด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ” สาขา “ความเป็นเลิศด้านคุณภาพของสินค้าและการบริการ” เป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน
2. รางวัลอันดับ 1 เจ.ดี.พาวเวอร์ 2009 ด้านความพึงพอใจของลูกค้าในการบริการหลังการขาย (Customer Service Index - CSI) จากสถาบันเจ.ดี.พาวเวอร์ เอเชีย แปซิฟิก ด้วยคะแนนสูงสุด ติดต่อกัน 2 ปีซ้อน
3. รางวัล “ธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยมแห่งปี 2552” (TAZA : Thailand Automotive Quality Award 2009) จากปลัดกระทรวงอุตสาหกรรมมากที่สุดเป็นประวัติการณ์ถึง 9 รางวัล จากทั้งสิ้น 11 รางวัล
 - รางวัลธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยม ด้านการขาย
 - 1) ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคล
 - 2) ประเภทรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ขนาด 1 ตัน
 - รางวัลธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยม ด้านบริการหลังการขาย
 - 1) ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็ก
 - 2) ประเภทรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ขนาด 1 ตัน
 - รางวัลธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยม ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

วียอส	ประเภทรถยนต์นั่งขนาดเล็ก
คัมรี่	ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดกลางใหญ่
ไฮลักซ์ วีโก้	ประเภทรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ขนาด 1 ตัน
	แบบ 2 ประตู ขับเคลื่อน 2 ล้อ
ไฮลักซ์ วีโก้	ประเภทรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ขนาด 1 ตัน
	แบบ 2 ประตู ขับเคลื่อน 4 ล้อ
ฟอร์จูนเนอร์	ประเภทรถยนต์อเนกประสงค์
4. โตโยต้า และเลกซ์ส คว่า 7 รางวัล รถยนต์ยอดเยี่ยมแห่งปี “Car of the year 2010” จากงาน “บางกอก อินเตอร์เนชั่นแนล มอเตอร์โชว์” ครั้งที่ 31 เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2553 ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา

1. คัมรี่ 2.4 ไฮบริด	ได้รับรางวัล BEST ADVANCED TECHNOLOGY
2. อัลติส แอดวานซ์ CNG	ได้รับรางวัล BEST SEDAN CNG
3. ไฮลักซ์ วีโก้ 3.0	ได้รับรางวัล BEST FUEL ECONOMY PICKUP 3,000 CC (ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2)
4. ไฮลักซ์ วีโก้ สมาร์ท แค็บ 2.5E	ได้รับรางวัล BEST PICK-UP 2WD UNDER 2,500 CC
5. โตโยต้า	ได้รับรางวัล BEST SELLING CAR (ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2)
6. โตโยต้า	ได้รับรางวัล BEST EXPORT CAR (ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5)
7. เลกซ์ส RX450h	ได้รับรางวัล BEST SUV ADVANCED TECHNOLOGY

รางวัลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรและพนักงาน

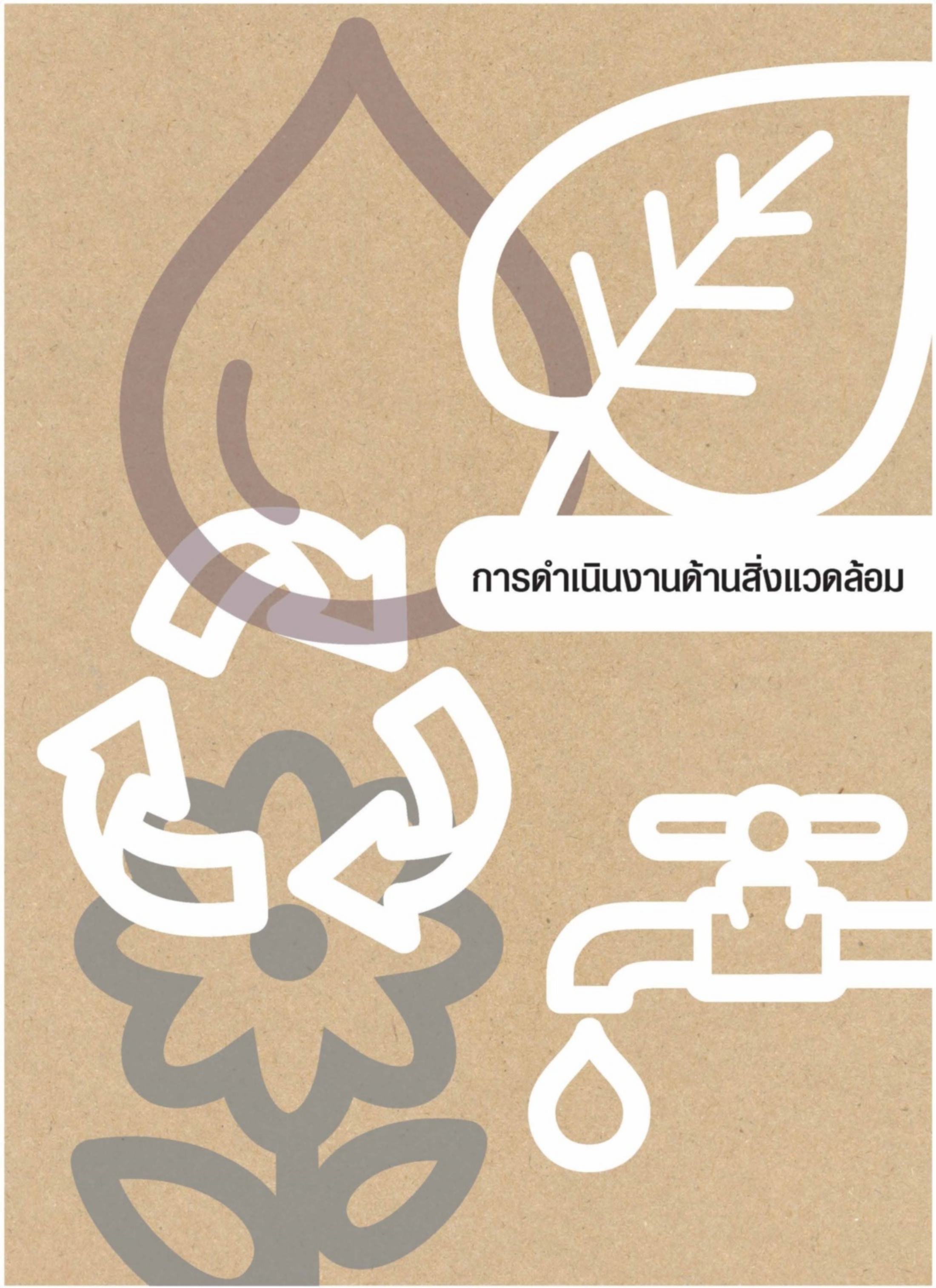
ปี		รางวัลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรและพนักงาน
2552	2009	1. โรงงานประกอบรถยนต์โตโยต้า เกตเวย์ ได้รับ “รางวัลชนะเลิศระดับประเทศ Thailand Energy Award 2009” 2. โรงงานประกอบรถยนต์ โตโยต้า สำโรง ได้รับ “รางวัลชนะเลิศ Thailand ESCO Project Award 2008” 3. โรงงานประกอบรถยนต์โตโยต้า เกตเวย์ ได้รับ “รางวัลชนะเลิศระดับประเทศ Thailand ESCO Project Award 2008” 4. โรงงาน บ้านโพธิ์ ได้รับ “รางวัลภาคธุรกิจที่ดำเนินการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพดีเด่น ด้านระบบนิเวศป่าไม้” 5. บริษัท ไทยออดีเว็คส จำกัด ได้รับ “รางวัลนายจ้างยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย ประจำปี 2552” 6. บริษัท ไทยออดีเว็คส จำกัด ได้รับ “รางวัลนายจ้างยอดเยี่ยมแห่งประเทศไทย ประจำปี 2552”
2551	2008	1. โรงงานรถยนต์โตโยต้า สำโรง ได้รับ “รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 ASEAN Energy Award 2008” ณ ประเทศสิงคโปร์ 2. โรงงานรถยนต์โตโยต้า สำโรง ได้รับ “รางวัลชนะเลิศระดับประเทศ Thailand Energy Award 2008 ด้านอนุรักษ์พลังงาน ประเภทโรงงานควบคุม” 3. โรงงานรถยนต์โตโยต้า เกตเวย์ ได้รับ “รางวัลชนะเลิศระดับประเทศ Thailand Energy Award 2008” 4. มร. นาโอกิ โอนะ ประธาน บริษัท ไทยออดีเว็คส จำกัด ได้รับ “รางวัลผู้บริหารยอดเยี่ยม ด้านการจัดการพลังงาน” จากงาน Thailand Energy Award 2008 5. โรงงานประกอบรถยนต์ โตโยต้า เกตเวย์ ได้รับ “รางวัล Thailand ESCO Project Award 2008” 6. รางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์ 5 ปีซ้อน (2547-2551) จัดโดยกระทรวงแรงงาน 7. โรงงานโตโยต้า สำโรง ได้รับการรับรองการปฏิบัติตามมาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม (CSR-DIW) จากกระทรวงอุตสาหกรรม
2550	2007	1 บริษัทไทยออดีเว็คส จำกัด ได้รับ “รางวัล Thailand Energy Award 2007” ด้านการอนุรักษ์พลังงาน ประเภทโรงงานควบคุม 2 บริษัทไทยออดีเว็คส จำกัด ได้รับ “รางวัลชนะเลิศอันดับหนึ่ง ASEAN Energy Award 2007” ที่ประเทศสิงคโปร์ 3 โรงงานประกอบรถยนต์ โตโยต้า เกตเวย์ ได้รับรางวัล “อุตสาหกรรมดีเด่น ประเภทการจัดการพลังงาน ประจำปี 2550” จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม 4 รางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์ 4 ปีซ้อน (2547-2550) จัดโดยกระทรวงแรงงาน
2549	2006	1 รางวัลอุตสาหกรรมยอดเยี่ยม ประจำปี 2549 จัดโดยกระทรวงอุตสาหกรรม 2 รางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์ประจำปี 2549 จัดโดยกระทรวงแรงงาน 3 รางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์ ประจำปี 2549 ซึ่งได้รับติดต่อกัน 3 ปีซ้อน (2547-2549) จัดโดยกระทรวงแรงงาน 4 ภาพยนตร์โฆษณาชุด “มิตรธรรมชาติ” ได้รับ “รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 ภาพยนตร์โฆษณาดีเด่นทางโทรทัศน์เพื่อผู้บริโภค ครั้งที่ 6” จากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) 5 รางวัล “Thailand Corporate Excellence Awards” ทั้งสิ้น 7 รางวัล (จากทั้งหมด 9 รางวัล) โดยแบ่งเป็น 3 รางวัลแห่งความเป็นเลิศในด้านต่างๆ ดังนี้ 1. องค์กรที่ให้ความสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรม และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ 2. องค์กรที่มีความเป็นเลิศด้านการตลาด 3. องค์กรที่ให้ความสำคัญต่อคุณภาพของสินค้าและ/หรือคุณภาพของการบริการ สำหรับรางวัลประกาศนียบัตร แบ่งเป็น 4 ประเภท ดังนี้ 1. องค์กรที่ให้ความสำคัญต่อสังคมและ หรือสิ่งแวดล้อม 2. องค์กรที่ให้ความสำคัญต่อการประหยัดพลังงาน 3. องค์กรที่ให้ความสำคัญต่อการจัดการทรัพยากรบุคคล 4. องค์กรที่มีความเป็นเลิศโดยรวม
2548	2005	1 โรงงานประกอบรถยนต์โตโยต้าสำโรง ได้รับ “รางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประเภทการบริหารงานคุณภาพ ประจำปี 2548” จากกระทรวงอุตสาหกรรม 2 International award from TMC: distributor of the year 2005 award from 2005 CS kaizen marathon conference Kuala Lumpur, Malaysia. 3 รางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์ประจำปี 2548 4 รางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์ 2 ปีซ้อน (2546-2548) จัดโดยกระทรวงแรงงาน 5 โรงงานประกอบรถยนต์โตโยต้า เกตเวย์ ได้รับ “รางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน”
2547	2004	1 โรงงานรถยนต์โตโยต้า สำโรงได้รับ “รางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประเภทการเพิ่มผลผลิต” จากกระทรวงอุตสาหกรรม 2 โรงงานประกอบรถยนต์โตโยต้า เกตเวย์ ได้รับ “รางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน” จากกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม 3 รางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์ประจำปี 2547 จากกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม
2546	2003	1 โรงงานรถยนต์โตโยต้า สำโรงได้รับ “รางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ด้านสิ่งแวดล้อม ปี 2546” จากฯ นายกรัฐมนตรี 2 โรงงานประกอบรถยนต์โตโยต้า เกตเวย์ ได้รับ “รางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน” จากกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม 3 รางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์ประจำปี 2546
2545	2002	1 โรงงานรถยนต์โตโยต้า สำโรง ได้รับ “รางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประเภทการบริหารความปลอดภัย ประจำปี 2545” จากกระทรวงอุตสาหกรรม 2 โรงงานรถยนต์โตโยต้า เกตเวย์ ได้รับ “รางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานระดับประเทศ
2544	2001	1 โรงงานรถยนต์โตโยต้า เกตเวย์ ได้รับ “รางวัลประกาศเกียรติคุณอุตสาหกรรมชมเชย ความมุ่งมั่นสู่มาตรฐานอุตสาหกรรมดีเด่น ประเภทการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ประจำปี 2544” จากกระทรวงอุตสาหกรรม 2 โรงงานรถยนต์โตโยต้า เกตเวย์ ได้รับ “รางวัลการดำเนินการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดในสถานประกอบการประจำปี 2544” จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน จังหวัดฉะเชิงเทรา
2543	2000	1 โรงงานรถยนต์โตโยต้าเกตเวย์ ได้รับ “รางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ด้านสิ่งแวดล้อม ปี 2543” จากฯ นายกรัฐมนตรี 2 โรงงานรถยนต์โตโยต้าสำโรง ได้รับ “รางวัลประกาศเกียรติคุณอุตสาหกรรมชมเชย การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ประจำปี 2543” จากกระทรวงอุตสาหกรรม 3 โรงงานรถยนต์โตโยต้าเกตเวย์ ได้รับ “รางวัลสถานที่ทำงานน่าอยู่ ประเภทใบรับรองทอง ประจำปี 2543” จากกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข

รางวัลและความสำเร็จที่เคยได้รับด้านลูกค้า และผลิตภัณฑ์

ปี		รางวัลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรและพนักงาน
2552	2009	1. บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้รับ “รางวัลธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยมประจำปี 2551” (TAQA) มากที่สุดเป็นประวัติการณ์ถึง 7 รางวัล จากจำนวนทั้งสิ้น 11 รางวัล จากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม ได้แก่ - รางวัลด้านการขาย ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคล - รางวัลด้านบริการหลังการขาย ได้แก่ - รางวัลประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคล - รางวัลประเภทรถเพื่อการพาณิชย์ขนาด 1 ตัน (ติดต่อกันเป็นปีที่ 2) - รางวัลด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ - วีโอส ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็ก - คัมรี่ ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดกลางใหญ่ - ไฮลักซ์ วีโก้ ประเภทรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ขนาด 1 ตัน แบบ 4 ประตู - ฟอรัณเนอร์ ประเภทรถยนต์นั่งอเนกประสงค์ (ติดต่อกันเป็นปีที่ 2)
2551	2008	1. รางวัลอันดับหนึ่ง เจ. ดี. พาวเวอร์ 2008 ด้วยคะแนนสูงสุด ด้านความพึงพอใจของลูกค้าด้านการบริการ (Customer Satisfaction Index - CSI) จากสถาบัน เจ.ดี. พาวเวอร์ เอเชีย แปซิฟิก 2. “ธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยมประจำปี 2551” (TAQA) จากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม จำนวน 7 รางวัล ได้แก่ - รางวัลด้านการขาย ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคล - รางวัลด้านบริการหลังการขาย ได้แก่ - รางวัลประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคล - รางวัลประเภทรถเพื่อการพาณิชย์ขนาด 1 ตัน (ติดต่อกันเป็นปีที่ 2) - รางวัลด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ - วีโอส ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็ก - คัมรี่ ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดกลางใหญ่ - ไฮลักซ์ วีโก้ ประเภทรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ขนาด 1 ตัน แบบ 4 ประตู - ฟอรัณเนอร์ ประเภทรถยนต์นั่งอเนกประสงค์ (ติดต่อกันเป็นปีที่ 2)
2550	2007	1. บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้รับ 7 รางวัล “Car of the year 2007” จากการตัดสินของ บริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้จัดงาน “บางกอก อินเตอร์เนชั่นแนล มอเตอร์โชว์” ครั้งที่ 28 ที่ไบเทค บางนา รางวัลรถยนต์นั่งยอดเยี่ยม จำนวน 2 รางวัล - ยาริส รถขับเคลื่อนสี่ล้อ - คัมรี่ J 2.4 รถยนต์นั่งขนาดกลาง เครื่องยนต์ต่ำกว่า 2,500 ซีซี ยอดเยี่ยม รางวัลรถเพื่อการพาณิชย์ยอดเยี่ยม จำนวน 5 รางวัล - ฟอรัณเนอร์ 3.0 V รถเอสยูวียอดเยี่ยม ประเภทเครื่องยนต์ดีเซล (ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3) - ไฮลักซ์ วีโก้ 3.0 G รถปิกอัพยอดเยี่ยม ขับเคลื่อน 2 ล้อ เครื่องยนต์ไม่เกิน 3,200 ซีซี - ไฮลักซ์ วีโก้ พรินเนอร์ 3.0 E รถปิกอัพยกสูงยอดเยี่ยม เครื่องยนต์ไม่เกิน 3,200 ซีซี - โตโยต้า รถส่งออกลดเยี่ยม (ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2) - ไฮลักซ์ วีโก้ 3.0 G รถปิกอัพประหยัดน้ำมันยอดเยี่ยม เครื่องยนต์ไม่เกิน 3,200 ซีซี (ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3) 2. รางวัล “Car of the year 2007” รถยนต์นั่งระดับหรูยอดเยี่ยม ในรุ่น LS460 จากการตัดสินของ บริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้จัดงาน “บางกอก อินเตอร์เนชั่นแนล มอเตอร์โชว์” ครั้งที่ 28 3. “Thailand Corporate Excellence Award” จำนวน 2 รางวัล ได้แก่ - ความเป็นเลิศด้านการตลาด - ความเป็นเลิศด้านคุณภาพของสินค้าและการบริการ
2549	2006	1. รางวัล “คาร์ออฟเดอะเยียร์ 2006” จากการตัดสินของ บริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้จัดงาน “บางกอก อินเตอร์เนชั่นแนล มอเตอร์โชว์” ครั้งที่ 27 รวม 4 รางวัล - ฟอรัณเนอร์ 3.0 V รถเอสยูวียอดเยี่ยม ประเภทเครื่องยนต์ดีเซล (ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2) - ไฮลักซ์ วีโก้ 3.0 G เอ็กซ์ตร้าแค็บ ขับเคลื่อน 4 ล้อ รถปิกอัพยอดเยี่ยม ประเภทแค็บ ขับเคลื่อน 4 ล้อ (ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2) - ไฮลักซ์ วีโก้ ดีโพรดี 3.0 G ขับเคลื่อน 2 ล้อ รถปิกอัพประหยัดน้ำมันยอดเยี่ยม ประเภทเครื่องยนต์ 3,000 ซีซี (ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2) - โตโยต้า รถส่งออกลดเยี่ยม 2 รางวัล เจ.ดี. พาวเวอร์ เอเชียแปซิฟิก 2006 จากการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้รถ ประจำปี 2006 - ยาริส รถยนต์นั่งขนาดกลางระดับต้นยอดเยี่ยม - โคโรลล่า อัลติส รถยนต์นั่งขนาดกลางยอดเยี่ยม (ต่อเนื่อง 3 ปีซ้อน) - ไฮลักซ์ วีโก้ แบบมาตรฐาน รถกระบะ 1 ตัน แบบมาตรฐานยอดเยี่ยม (ต่อเนื่อง 2 ปีซ้อน) - ไฮลักซ์ วีโก้ พรินเนอร์ รถกระบะ 1 ตัน แบบมีแค็บยอดเยี่ยม (ต่อเนื่อง 2 ปีซ้อน) - ไฮลักซ์ วีโก้ ดับเบิลแค็บ รถกระบะ 1 ตัน แบบ 4 ประตูยอดเยี่ยม (ต่อเนื่อง 2 ปีซ้อน) 3 รางวัล “ธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยมแห่งปี 2549” (TAQA : Thailand Automotive Quality Award 2006) จากกระทรวงอุตสาหกรรม รางวัล “ธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยม” ด้านคุณภาพการขาย - ประเภทรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ รางวัล “ธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยม” ด้านผลิตภัณฑ์ - โคโรลล่า อัลติส ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็ก - คัมรี่ ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดกลางใหญ่ - วิช ประเภทรถยนต์อเนกประสงค์

รางวัลและความสำเร็จที่เคยได้รับด้านลูกค้า และผลิตภัณฑ์

ปี		รางวัลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรและพนักงาน
2548	2005	1. รางวัลรถยนต์ยอดเยี่ยมแห่งปี “Car of the Year 2004” หรือ ในงาน Bangkok International Motor Show ครั้งที่ 26 ดังนี้ - รถยนต์ SUV ยอดเยี่ยม (เครื่องยนต์ดีเซล) - รถปิกอัพยอดเยี่ยม ประเภทแค็บ ขับเคลื่อน 4 ล้อ - รถปิกอัพยอดเยี่ยม ประเภทดับเบิลแค็บ ขับเคลื่อน 4 ล้อ - รถปิกอัพประเภทยาน้ำมันยอดเยี่ยม เครื่องยนต์ 3,000 ซีซี ได้แก่ โฟร์จูนเนอร์ 3.0 V ได้แก่ ไฮลักซ์ วีโก้ เอ็กซ์ตราแค็บ ขับเคลื่อน 4 ล้อ 3.0 G ได้แก่ ไฮลักซ์ วีโก้ ดับเบิลแค็บ ขับเคลื่อน 4 ล้อ 3.0 G ได้แก่ ไฮลักซ์ วีโก้ ขับเคลื่อน 2 ล้อ 3.0 G 2. 4 รางวัลรถยนต์คุณภาพยอดเยี่ยม (IQS : Initial Quality Satisfaction) “เจ.ดี.เพาเวอร์ เอเชีย แปซิฟิก 2005” - โคโรลล่า อัลติส - ไฮลักซ์ วีโก้ แบบมาตรฐาน - ไฮลักซ์ วีโก้ แบบเอ็กซ์ตราแค็บ - ไฮลักซ์ วีโก้ แบบดับเบิลแค็บ 3. 5 รางวัล “ธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยมแห่งปี 2548” (TAQA) ณ กระทรวงอุตสาหกรรม - โซลูน่า วีออส - คัมรี่ - โฟร์จูนเนอร์ - ไฮลักซ์ วีโก้ - ไฮลักซ์ วีโก้ รางวัลด้านผลิตภัณฑ์และลูกค้าประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็ก ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดกลางใหญ่ ประเภทรถเนกประสงค์ ประเภทรถเพื่อการพาณิชย์ขนาด 1 ตัน แบบ 2 ประตู ขับเคลื่อน 4 ล้อ ประเภทรถเพื่อการพาณิชย์ขนาด 1 ตัน แบบ 4 ประตู
2547	2004	รางวัลรถยนต์ยอดเยี่ยมแห่งปี “Car of the Year 2004” หรือ ในงาน Bangkok International Motor Show ครั้งที่ 25 ดังนี้ - รถยนต์นั่งขนาดกลางรุ่นไม่เกิน 2.4 ซีซี - รถยนต์นั่งเนกประสงค์ - รถปิกอัพรุ่นดับเบิลแค็บขับเคลื่อน 4 ล้อ - รถปิกอัพขับเคลื่อน 2 ล้อ - ยอดรถปิกอัพที่มีเทคโนโลยีแห่งความประหยัดและไร้มลภาวะ ได้แก่ โตโยต้า คัมรี่ 2.4 Q ได้แก่ โตโยต้า วิช ได้แก่ โตโยต้า สปอร์ต ครุสเซอร์ 3.0 ได้แก่ โตโยต้า ไฮลักซ์ ไทเกอร์ ดีโพรดี 2.5 E ได้แก่ โตโยต้า ไฮลักซ์ ไทเกอร์ ดีโพรดี
2546	2003	1. รางวัล “รถยนต์ยอดเยี่ยมแห่งปี 2003” ดังต่อไปนี้ - รางวัลรถกระบะยอดเยี่ยมประเภท 4X2 (ไฮลักซ์ ไทเกอร์) - รางวัลรถกระบะประเภทยาน้ำมันยอดเยี่ยม (ไฮลักซ์ ไทเกอร์) - รางวัลรถยนต์นั่งประเภทไม่เกิน 1,500 ซีซี ยอดเยี่ยม (โซลูน่า วีออส) 2. รางวัล J.D. Power ด้านการบริการตัวแทนจำหน่ายอันดับหนึ่ง เป็นปีที่ 2 จากสถาบัน J.D. Power & Associates 3. รางวัล “ธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยมแห่งปี 2546” หรือ “Thailand Automotive Quality Award (TAQA) 2003” จำนวน 6 รางวัล ได้แก่ ด้านคุณภาพการขาย ประเภทรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ รถกระบะขนาด 1 ตัน ด้านบริการหลังการขาย ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคล - ด้านคุณภาพการขาย ประเภทรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ รถกระบะขนาด 1 ตัน - ด้านบริการหลังการขาย ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคล - ด้านบริการหลังการขาย ประเภทรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ รถกระบะขนาด 1 ตัน - ด้านผลิตภัณฑ์ ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็ก ได้แก่ “โตโยต้า โซลูน่า วีออส” - ด้านผลิตภัณฑ์ ประเภทรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ 2 ประตู ขับเคลื่อน 4 ล้อ ได้แก่ “โตโยต้า ไฮลักซ์ ไทเกอร์ ดีโพร ดี” - ด้านผลิตภัณฑ์ ประเภทรถยนต์เนกประสงค์ ได้แก่ “โตโยต้า สปอร์ต ไรเดอร์” 4. โตโยต้าได้รับรางวัล “Super brand Performance 2003” จากนิตยสาร Reader’s Digest
2545	2002	1 รางวัล Car of the Year จำนวน 4 รางวัลในงาน บางกอก อินเตอร์เนชั่นแนลมอเตอร์โชว์ ในเดือน มีนาคม 2545 ดังนี้ - รางวัลรถกระบะเทคโนโลยีทันสมัย (ไฮลักซ์ ไทเกอร์ ดีโพรดี 2.5) - รางวัลรถกระบะขับเคลื่อน 4 ล้อยอดเยี่ยม (ไฮลักซ์ ไทเกอร์ ดีโพรดี รุ่น เอ็กซ์ตราแค็บ) - รางวัลรถยนต์ตรวจการเครื่องยนต์ดีเซลยอดเยี่ยม (สปอร์ตไรเดอร์ ดีโพรดี) รางวัลรถซีดานยอดเยี่ยมรุ่นไม่เกิน 1,800 ซีซี (โคโรลล่า อัลติส รุ่น 1.8 G) 2. 4 รางวัลธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยม (TAQA) ดังนี้ - รางวัลธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยมด้านคุณภาพการขาย ประเภท รถกระบะ - รางวัลธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยมด้านบริการหลังการขาย ประเภท รถกระบะ - รางวัลธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยมด้านผลิตภัณฑ์รถยนต์นั่งขนาดเล็ก (โคโรลล่า อัลติส) - รางวัลธุรกิจยานยนต์ยอดเยี่ยมด้านผลิตภัณฑ์รถกระบะ 1 ตัน (ไฮลักซ์ ไทเกอร์ ดีโพรดี) 3 รางวัล ความพึงพอใจลูกค้าสูงสุดด้านการบริการตัวแทนจำหน่ายจาก สถาบัน เจ.ดี. พาวเวอร์ ประจำปี 2545
2544	2001	1. รางวัล “Car of the Year 2001” ดังต่อไปนี้ - รางวัลรถกระบะ 1 ตันรุ่น 4WD ยอดเยี่ยม “Hilux Tiger SR5 3.0 1KZ” - รางวัลรถออฟโรด SUV ยอดเยี่ยมเครื่องยนต์ 3,000 ซีซีขึ้นไป ‘Lexus LX 470’ 2. รถยนต์โคโรลล่า อัลติสได้รับรางวัล J.D. Power No.1 รถยนต์นั่งระดับกลางคุณภาพยอดเยี่ยมแห่งปี 2544 โดยสถาบัน J.D. Power & Associates
2542	1999	รางวัลรถยนต์ยอดเยี่ยมประจำปี 2542 - โคโรลล่า อัลติส 1.8 - แลนด์ ครุยเซอร์ พร้าโด - ไฮลักซ์ ไทเกอร์ 4x4 - ไฮลักซ์ สปอร์ต ไรเดอร์ รางวัลรถยนต์นั่งยอดเยี่ยมขนาดเครื่องยนต์ 1,501 – 1,800 ซีซี รางวัลรถยนต์ขับเคลื่อน 4 ล้อ ยอดเยี่ยม ขนาดเครื่องยนต์ 3,000 ซีซี ขึ้นไป รางวัลรถกระบะขับเคลื่อน 4 ล้อ ขายดีที่สุด ประจำปี 2542 รางวัลรถยนต์ออกแบบยอดเยี่ยมที่สุด ประจำปี 2542



การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

บัญญัติโลกทัศน์แห่งโตโยต้า (Toyota Global Vision 2020)

บัญญัติโลกทัศน์แห่งโตโยต้า

มุ่งสู่การสร้างโลกอนาคตที่สมบูรณ์และยั่งยืน

โดยอาศัยแรงผลักดันจากความมุ่งมั่นของทุกคนและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

ปัจจุบัน โตโยต้าได้ประกาศที่จะ “มุ่งสู่การสร้างโลกอนาคตที่สมบูรณ์และยั่งยืน” ซึ่งเป็นสโลแกนของบัญญัติโลกทัศน์แห่งโตโยต้า พ.ศ. 2563 เป็นเหมือนคำสัญญาจากโตโยต้าและพนักงานทุกคนที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างโลกใหม่อันจะนำไปสู่สังคมอุดมคติ ซึ่งการจะสำเร็จบรรลุตามเป้าหมายได้นั้น จำต้องอาศัยแรงผลักดันจากมนุษย์และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีร่วมกันอย่างกลมกลืน

วัฏจักรธรรมชาติ

มนุษย์และชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติบนโลกใบนี้ โตโยต้าพยายามผลักดันให้ Monozukuri วงล้อแห่งการผลิต หมุนไปพร้อมกับความสมดุลแห่งธรรมชาติ เพื่อรักษาสິงแวดล้อมให้เป็นไปอย่างยั่งยืน

วัฏจักรอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์คุณค่าใหม่ ๆ ขณะเดียวกันก็มีอุตสาหกรรมใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมายวนเวียนไปเป็นวัฏจักรแห่งอุตสาหกรรม โตโยต้าเป็นแรงผลักดันอยู่เบื้องหลังการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน

เพื่อก้าวไปสู่จุดหมายในปี พ.ศ. 2563 โตโยต้าเชื่อว่าเราควรกลับไปสู่จุดเริ่มต้นของความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติและอุตสาหกรรม โดยสิ่งที่สำคัญที่สุดคือการดำเนินไปพร้อม ๆ กันของ Monozukuri (การผลิต), มนุษย์, สังคม และธรรมชาติ เพื่อให้วงล้อแห่งการผลิต Monozukuri ดำเนินไปพร้อม ๆ กับวัฏจักรของธรรมชาติได้นั้น โตโยต้าพยายามอย่างยิ่งที่จะหาความสมดุลแห่งการดำเนินไปด้วยกันของวัฏจักรแห่งธรรมชาติ กับวัฏจักรแห่งอุตสาหกรรม เราเชื่อมั่นว่าจะสามารถเอาชนะความท้าทายใหม่นี้และมุ่งไปสู่ความสำเร็จได้อย่างแน่นอน

บัญชีด้านสิ่งแวดล้อม

	รายการ	รายละเอียด	ค่าใช้จ่าย (เม.ย. 51 - มี.ค. 52)				ค่าใช้จ่าย (เม.ย. 52 - มี.ค. 53)				ผลการดำเนินงาน เม.ย. 51 - มี.ค. 52
			ลำโรง	เกตเวย์	บ้านโพธิ์	รวม (บาท)	ลำโรง	เกตเวย์	บ้านโพธิ์	รวม (บาท)	
คำบำรุงรักษา	ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับ มาตรการทาง สิ่งแวดล้อม	การบำบัดขยะ ของเสีย	4,471,299	3,122,001	3,054,193	10,647,492	3,724,968	3,335,271	2,298,675	9,358,914	ลดลง 129%
		การบำบัดน้ำเสีย	7,378,350	3,426,038	5,443,442	16,247,830	6,288,657	3,533,546	4,205,725	14,027,928	ลดลง 149%
		ค่าติดตามตรวจสอบ (น้ำเสีย, คุณภาพอากาศ, คุณภาพดิน และน้ำบาดาล)	1,971,793	1,310,000	3,661,287	6,943,080	1,584,553	1,664,975	5,478,049	8,727,577	เพิ่มขึ้น 269%*
	ค่าจ้างบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อม	ค่าจ้างบุคลากร	-	-	-	10,907,732	-	-	-	11,453,119	เพิ่มขึ้น 5%
	ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับ การรณรงค์ สร้างจิตสำนึก	การจัดทำรายงาน ด้านสิ่งแวดล้อม	-	-	-	420,510	-	-	-	415,650	ลดลง 1%
		สื่อรณรงค์ ประชาสัมพันธ์	-	-	-	18,000,000	-	-	-	18,000,000	
การลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม	การลงทุนใน สิ่งปลูกสร้าง และอุปกรณ์ เพื่อการปรับปรุง ด้านสิ่งแวดล้อม	การป้องกันมลพิษ จากน้ำเสีย (S/R WWTP model plant, G/W MBR)	6,000,000	2,500,000	140,000	8,640,000	-	2,820,000	-	2,820,000	ลดลง 67%**
		โครงการอนุรักษ์ พลังงาน	4,400,000	14,505,000	4,180,000	23,085,000	5,500,000	1,278,054	2,491,030	9,269,084	ลดลง 60%***
	ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับ ด้านสิ่งแวดล้อม	การดำเนินงาน ด้านสังคม หรือให้ การสนับสนุนองค์กร ด้านสิ่งแวดล้อม	-	-	-	40,000,000	-	-	-	40,500,000	เพิ่มขึ้น 1%
		การสำรวจ ศึกษา และ ฝึกอบรม	-	-	-	660,000	-	-	-	746,125	เพิ่มขึ้น 139%
		ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับ การรับรอง มาตรฐาน ISO	292,000	570,000	300,000	1,162,000	465,700	474,200	333,300	1,273,200	เพิ่มขึ้น 10%

หมายเหตุ

* ค่าใช้จ่ายในการติดตามตรวจสอบในปีงบประมาณ 2553 สูงขึ้น เนื่องจากโรงงานโตโยต้า บ้านโพธิ์ เป็นหนึ่งใน 5 โรงงานแห่งความยั่งยืนของโตโยต้าทั่วโลก จึงเพิ่มการตรวจติดตามที่เข้มงวดกว่ากฎหมายกำหนด

** ในปีงบประมาณ 2553 ไม่มีการลงทุนด้านสิ่งปลูกสร้างหรืออุปกรณ์ เพื่อป้องกันมลพิษจากน้ำเสียเพิ่มเติม เนื่องจากระบบบำบัดน้ำเสียที่มีอยู่มีประสิทธิภาพสูงอยู่แล้ว

*** ค่าใช้จ่ายในโครงการอนุรักษ์พลังงานในปีงบประมาณ 2553 ลดลง เนื่องจากดำเนินกิจกรรมโดยเน้นการจัดการพลังงาน (ลงทุนเพิ่มน้อยที่สุด)

ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ปี 2552-2553

ตามแผนพัฒนา 5 ปี เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ภาวะโลกร้อน

รายการ	กิจกรรม/เป้าหมาย (เมษายน 2552 - มีนาคม 2553)	ผลสำเร็จ (เมษายน 2552 - มีนาคม 2553)	เป้าประสงค์ (แผนปฏิบัติการ 5 ปี)
1. การจัดการการปล่อย CO ₂ จาก TMT และบริษัทในเครือเพื่อลดการปล่อย CO ₂ โดยปฏิบัติตามนโยบายของ TMC ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ การผลิต โลจิสติกส์ และการบริการหลังการขาย	การผลิต TMT (รวม TAW) CO ₂ = 0.296 ตัน/หน่วย สำโรง CO ₂ = 0.274 ตัน/หน่วย เกตเวย์ CO ₂ = 0.345 ตัน/หน่วย บ้านโพธิ์ CO ₂ = 0.331 ตัน/หน่วย TAW CO ₂ = 0.163 ตัน/หน่วย	TMT (รวม TAW) CO ₂ = 0.291 ตัน/หน่วย สำโรง CO ₂ = 0.244 ตัน/หน่วย เกตเวย์ CO ₂ = 0.331 ตัน/หน่วย บ้านโพธิ์ CO ₂ = 0.422 ตัน/หน่วย TAW CO ₂ = 0.191 ตัน/หน่วย	TMT * CO ₂ = 0.284 ตัน/หน่วย สำโรง CO ₂ = 0.237 ตัน/หน่วย เกตเวย์ CO ₂ = 0.306 ตัน/หน่วย บ้านโพธิ์ CO ₂ = 0.366 ตัน/หน่วย
	โลจิสติกส์ CO ₂ ที่ลดได้ = 2.5% จากการประมาณการปล่อยทั้งปี	CO ₂ ที่ลดได้ = 5% จากการประมาณการปล่อยทั้งปี	CO ₂ ที่ลดได้ = 10% จากการประมาณเทียบกับปี 2550 (2.5% จากปี 2552)
	การบริการหลังการขาย ตั้งเป้าหมายให้บรรลุผลสำเร็จภายในเดือนมกราคม 2553 และส่งเสริมโครงการ Energy Saving ในผู้แทนจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง โดยมีการจัดอบรมให้แก่เจ้าของศูนย์บริการทั่วประเทศภายใต้หัวข้อ “การประหยัดพลังงานเพื่อลดต้นทุนในศูนย์บริการ”	จากการดำเนินกิจกรรมที่ผ่านมาแล้วนั้น ศูนย์บริการต้นแบบดำเนินกิจกรรมลดใช้พลังงาน (ไม่เน้นการลงทุน) มีผลสำเร็จดังนี้ - โตโยต้า ออยุธยา ลดค่าใช้จ่ายได้ประมาณ 300,000 บาท/ปี - โตโยต้า พารากอน ลดค่าใช้จ่ายได้ประมาณ 500,000 บาท/ปี ผลสำเร็จจากศูนย์บริการทั้งหมดที่เข้าร่วมโครงการ ค่าใช้จ่ายประหยัดได้รวม 14 ล้านบาท คิดเป็น CO ₂ ที่ลดลง 381 ตัน	ลดการใช้พลังงานลง 1,600 ตัน จากศูนย์บริการของผู้แทนจำหน่ายทั้งหมดภายในปี 2010 และ 4,000 ตัน ในปี 2016
2. ส่งเสริมการพัฒนาพลังงานทางเลือก รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1. เปิดตัวรถยนต์คันรีไฮบริดออกสู่ตลาด 2. พัฒนารถยนต์ที่ใช้ NGV ในรุ่น โคโรลล่า อัลติส 3. วิจัยและพัฒนาไบโอดีเซลจากสบู่ดำ 4. ได้รับการรับรองฉลากเขียว	1. ผลสำเร็จตามเป้าหมาย 2. CO2 ที่ลดได้จากสบู่ดำ = 1% จากการประมาณการปล่อยทั้งปี 3. รถยนต์นั่งส่วนบุคคลทุกรุ่นได้รับฉลากเขียว	ศึกษาและพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง
3. ส่งเสริมการพัฒนาสภาพการจราจร โดยใช้เครือข่ายเทคโนโลยีที่หลากหลาย	สนับสนุนความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน และขยายผลอย่างต่อเนื่อง	1. ประชุมเพื่อติดตามความคืบหน้าร่วมกับรัฐบาล 2. จัดงานสัมมนาระบบจราจรอัจฉริยะขึ้น ณ BITEC	ประชาสัมพันธ์และขยายเครือข่าย ITS

* เนื่องจากย้ายฐานการผลิตของไทยออดีเว็คสไปยังบ้านโพธิ์

การนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)

รายการ	กิจกรรม/เป้าหมาย (เมษายน 2552 - มีนาคม 2553)	ผลสำเร็จ (เมษายน 2552 - มีนาคม 2553)	เป้าประสงค์ (แผนปฏิบัติการ 5 ปี)
ลดการเกิดของเสีย ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อให้เกิดสังคมแห่งการรีไซเคิล	การผลิต - ลดการเกิดของเสียตั้งแต่จุดกำเนิด - เพิ่มปริมาณการนำทรัพยากรที่ใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่ โดยส่งกลับไปยังผู้ผลิตหรือผู้ส่งมอบชิ้นงาน - พัฒนาและปรับปรุงระบบการจัดการของเสียอย่างต่อเนื่อง เช่น การแยกน้ำมันเสียจากน้ำมันใช้แล้ว การแยกและจัดประเภทของเสียปนเปื้อน มีการจัดทำ Biogas โดยใช้เศษอาหารจากโรงอาหาร - ดำเนินโครงการนำกล่องเครื่องดื่มไปรีไซเคิล	TMT (รวม TAW) = 6.86 ก.ก./หน่วย ลำโรง = 6.03 ก.ก./หน่วย เกตเวย์ = 7.57 ก.ก./หน่วย บ้านโพธิ์ = 10.23 ก.ก./หน่วย TAW = 3.50 ก.ก./หน่วย	TMT* = 6.62 ก.ก./หน่วย ลำโรง = 5.75 ก.ก./หน่วย เกตเวย์ = 7.19 ก.ก./หน่วย บ้านโพธิ์ = 7.86 ก.ก./หน่วย
	เป้าหมาย TMT (รวม TAW) : ของเสีย = 5.33 ก.ก./หน่วย ลำโรง : ของเสีย = 6.19 ก.ก./หน่วย เกตเวย์ : ของเสีย = 7.59 ก.ก./หน่วย บ้านโพธิ์ : ของเสีย = 7.28 ก.ก./หน่วย TAW : ของเสีย = 3.25 ก.ก./หน่วย		
	โลจิสติกส์ - ของเสียที่ลดได้ = 2% จากการประมาณการปล่อยทั้งปี	- ของเสียที่ลดได้จริง = 4.3% จากการประมาณการปล่อยทั้งปี	- สามารถลดการใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ลง 8% เทียบกับปี 2554 (หรือ 2% จากปี 2552)
	บริการหลังการขาย ใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ทั้งหมดในสื่อประชาสัมพันธ์	กำลังดำเนินการ	2554 : ใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ทั้งหมดในสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้แทนจำหน่าย
ลดการใช้ทรัพยากรน้ำ ควบคุมการใช้น้ำในกระบวนการ โดยพิจารณาที่หน่วย ลบ.ม./หน่วย m3/Unit	- นำน้ำกลับมาใช้ซ้ำให้มากที่สุด (water reuse) - นำน้ำที่ผ่านกระบวนการบำบัดกลับมาใช้ให้มากที่สุด (water recycle) TMT (รวม TAW) = 2.69 ลบ.ม./หน่วย ลำโรง = 2.16 ลบ.ม./หน่วย เกตเวย์ = 2.98 ลบ.ม./หน่วย บ้านโพธิ์ = 3.73 ลบ.ม./หน่วย TAW เฉลี่ย = 1.38 ลบ.ม./หน่วย	TMT (รวม TAW) = 1.94 ลบ.ม./หน่วย ลำโรง = 1.41 ลบ.ม./หน่วย เกตเวย์ = 2.73 ลบ.ม./หน่วย บ้านโพธิ์ = 2.25 ลบ.ม./หน่วย TAW เฉลี่ย = 1.14 ลบ.ม./หน่วย	TMT* = 2.12 ลบ.ม./หน่วย ลำโรง = 1.349 ลบ.ม./หน่วย เกตเวย์ = 2.70 ลบ.ม./หน่วย บ้านโพธิ์ = 3.09 ลบ.ม./หน่วย

* เนื่องจากย้ายฐานการผลิตของไทยออดี้เว็คสไปยังบ้านโพธิ์

ยกเลิกการใช้สารอันตราย SoCs 4 ชนิด

1. พัฒนาระบบประเมินเบื้องต้นและยกเลิกการใช้สารเคมีที่มีชื่ออยู่ในบัญชีสารต้องห้าม - ไม่มีการใช้สารเคมีที่มีชื่ออยู่ในบัญชีเพื่อใช้ในกระบวนการผลิต 2. เป็นผู้นำในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ผลิตภัณฑ์ของโตโยต้าทั้งหมดปลอดจากสารอันตราย	พัฒนารถยนต์ คัมรี, วีโก้, อัลติส, ยาริส และ วีออส ให้ปลอดจากสาร SoCs (สำเร็จตามเป้าหมาย 5 ปีแล้ว)	ผลิตภัณฑ์ของโตโยต้าทั้งหมดเป็นไปตามข้อกำหนดในการกำจัด SoCs ในปี 2550 ด้วยความสมัครใจ
---	---	---	--

ลดการปล่อยมลพิษทางอากาศเพื่อคุณภาพอากาศที่ดี

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

คุณภาพบรรยากาศ : การปล่อยสารอินทรีย์ระเหยง่าย

รายการ	กิจกรรม/เป้าหมาย (เมษายน 2552 - มีนาคม 2553)			ผลสำเร็จ (เมษายน 2552 - มีนาคม 2553)	เป้าประสงค์ (แผนปฏิบัติการ 5 ปี)
ลดการก่อกมลพิษทางอากาศออกสู่สิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับคุณภาพบรรยากาศ	ลำโรง	=	50 กรัม/ตร.ม.	TMT (รวมTAW) = 39.59 กรัม/ตร.ม.	TMT* = 33.83 กรัม/ตร.ม.
	เกตเวย์	=	27 กรัม/ตร.ม.	ลำโรง = 52.88 กรัม/ตร.ม.	ลำโรง = 47.90 กรัม/ตร.ม.
	บ้านโพธิ์	=	27 กรัม/ตร.ม.	เกตเวย์ = 27.68 กรัม/ตร.ม.	เกตเวย์ = 24.9 กรัม/ตร.ม.
	TAW	=	44 กรัม/ตร.ม.	บ้านโพธิ์ = 25.58 กรัม/ตร.ม.	บ้านโพธิ์ = 24.9 กรัม/ตร.ม.
				TAW = 42.59 กรัม/ตร.ม.	

* เนื่องจากย้ายฐานการผลิตของไทยอโต้เวคส์ไปยังบ้านโพธิ์

เสริมสร้างความแข็งแกร่งในการจัดการสิ่งแวดล้อม

การตรวจประเมินระบบจัดการสิ่งแวดล้อม ตามมาตรฐาน ISO 14001 - เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้การ จัดการสิ่งแวดล้อมโดยปฏิบัติตาม หลักToyota Global EMS (Environment Management System)	1. ไม่มีกรณีร้องเรียนและไม่ผิดกฎหมาย 2. ลดการเกิดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม 3. ปรับปรุงประสิทธิภาพให้เป็นที่ 1	1. ไม่เกิดข้อร้องเรียนและเรื่องผิดกฎหมาย 2. จัดทำการตรวจประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ ทางด้านสิ่งแวดล้อม 3. สามารถลดการใช้พลังงานและน้ำได้เป็น ที่ 1 ในโตโยต้า ภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก	ได้รับการยอมรับเป็นอันดับ 1 ในการอนุรักษ์ พลังงานของโตโยต้าทั่วโลก (Global Toyota)
---	---	--	--

การส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อมแก่พันธมิตรทางธุรกิจ

1. Green Supply Chain: เรียกร้องให้ผู้จัด ส่งชิ้นส่วนปฏิบัติตามข้อกำหนดใน Green Purchasing Guidelines ภายในปี 2554	ผู้จัดส่งชิ้นส่วนทั้งหมดปฏิบัติตามข้อกำหนด Green Purchasing Guidelines 2007	ผู้จัดส่งชิ้นส่วนทั้งหมด 251 ราย ได้รับ การรับรองมาตรฐาน ISO 14001	ส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซ คาร์บอนไดออกไซด์ในผู้จัดส่งชิ้นส่วนทั้งหมด
2. การลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในการ ขายและบริการหลังการขาย โดยส่งเสริม ISO 14001 ให้กับตัวแทนจำหน่าย	ศูนย์บริการได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO14001 คิดเป็น 93% ของตัวแทนจำหน่าย ทั้งหมด (270 จาก 307 ศูนย์)	ศูนย์บริการได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO14001 คิดเป็น 95% จากตัวแทนจำหน่าย ทั้งหมด (276 จาก 307 ศูนย์)	ตัวแทนจำหน่ายทั้งหมดได้รับการรับรอง มาตรฐาน ISO14001

เสริมสร้างการให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม

- เพื่อรักษาและพัฒนาความรู้ ด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และอาชีวอนามัยของพนักงาน	ดำเนินการจัดฝึกอบรมให้ความรู้ ด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย ตามแผนการฝึกอบรมของ พนักงานรายบุคคล	จัดการฝึกอบรมให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย แก่ พนักงานทั้งหมด ตามแผนงานไปแล้ว 90%	เพื่อรักษาและพัฒนาการอบรม ด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย แก่พนักงานทุกคน
--	---	--	--

ความร่วมมือกับสังคม

1. โครงการลดเมืองร้อนด้วยมือเราปีที่ 5	ส่งเสริมและให้การสนับสนุนกิจกรรม เพื่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับชุมชน และระดับประเทศ	ขยายเครือข่ายแกนนำลดเมืองร้อน ด้วยมือเรา ไปยัง 152 เทศบาล 123 โรงเรียน ใน 76 จังหวัดทั่วประเทศ	- จัดสร้างศูนย์การเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อม 2 แห่ง - พัฒนา 20 โรงเรียนต้นแบบ และ 20 ชุมชนต้นแบบ
2. ศูนย์ศึกษาธรรมชาติด้านสิ่งแวดล้อม	ส่งเสริมให้เกิดความยั่งยืนในกิจกรรม ศูนย์ศึกษาธรรมชาติกองทัพบก (บางปู) และศูนย์ศึกษาเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน จ.เพชรบุรี	มีการจัดทำศูนย์ศึกษาธรรมชาติเพิ่มขึ้น และปลูกป่าชายเลนในปี 2552 จำนวน 50,000 ต้น	- สร้างความยั่งยืนให้ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ และอยู่ในแผนการศึกษาของกระทรวง ศึกษาธิการ - จัดสร้างศูนย์ศึกษาธรรมชาติที่โรงงาน บ้านโพธิ์ (Biotope)
3. โครงการป่านิเวศ (Eco-Forest)	ส่งเสริมให้ชุมชน, ผู้ผลิตชิ้นส่วน และผู้แทนจำหน่าย มีส่วนร่วมในการดำเนิน โครงการ โดยมีเป้าหมายในการปลูก 200,000 ต้น/ปี	ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งในส่วนของชุมชน, ผู้ผลิตชิ้นส่วน และผู้แทนจำหน่าย ได้ดำเนินการปลูกป่านิเวศไปแล้ว 530,411 ต้น (พ.ศ. 2551- 2553)	ปลูกป่านิเวศ 1 ล้านต้น ภายในปี 2556

กิจกรรมต่างๆ ที่ทำให้บรรลุตามแผนพัฒนา 5 ปี เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม



TGL-33-04

โครงการฉลากเขียวสำหรับรถยนต์นั่ง (Green Label for Passenger Cars Project)

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาและการผลิตรถยนต์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ผู้ผลิตชิ้นส่วน โรงงานประกอบรถยนต์ที่ได้รับมาตรฐาน ตัวผลิตภัณฑ์รถยนต์ที่มีการพัฒนาช่วยลดการปล่อยมลภาวะ รวมทั้งศูนย์บริการที่ใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการดำเนินงานกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ทำให้รถยนต์นั่งโตโยต้าทุกรุ่นที่ผลิตในประเทศไทย ได้แก่ วีโอส, ยาริส, โคโรลล่า อัลติส และคัมรี ได้รับการรับรองเครื่องหมายฉลากเขียว โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2553 เป็นต้นมา นั้นแสดงถึงรถยนต์นั่งโตโยต้าเป็นรถยนต์ที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

“ฉลากเขียว (Green Label หรือ ECO-Label)” คือ ฉลากที่มอบให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ทำหน้าที่อย่างเดียวกันโดยที่คุณภาพยังอยู่ในระดับมาตรฐานที่กำหนด โดยมีสำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) และสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (สสท) ให้การรับรอง ประเมินและตรวจสอบ โดยมีข้อกำหนด อาทิเช่น โรงงานต้องได้รับการรับรองระบบคุณภาพ

ISO9001 : 2000 มีระบบการกำจัดของเสียทั้งจากกระบวนการผลิตจากโรงงานผลิตและผู้แทนจำหน่ายจะต้องเป็นไปตามมาตรฐาน ISO14001 สีและสารเคมีที่ใช้กับตัวผลิตภัณฑ์ไม่มีส่วนผสมสารโลหะหนัก ระดับมลพิษทางเสียงไม่เกินที่กำหนด และอัตราการสิ้นเปลืองน้ำมันเป็นไปตามเกณฑ์ข้อกำหนด ได้รับการรับรองระดับมาตรฐานการปล่อยมลพิษจากไอเสียรถยนต์ระดับ Euro-3 เป็นอย่างน้อย รวมทั้งสารทำความเย็นที่ใช้ในระบบปรับอากาศต้องมีค่าโอดีพี (ODP : Ozone Depleting Potential) เท่ากับศูนย์ ตลอดจนชิ้นส่วนพลาสติกจะต้องมีตัวชี้บ่งประเภทของพลาสติกเพื่อให้สามารถนำกลับมารีไซเคิล (Recycle) ใหม่ได้ เป็นต้น

เครื่องหมาย “ฉลากเขียว” ไม่เพียงแต่เป็นความภูมิใจของโตโยต้า ที่ผลิตรถยนต์ที่มีคุณภาพ และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่ยังเป็นความภูมิใจของลูกค้าผู้ใช้รถยนต์ โตโยต้า ที่ได้มีส่วนในการรักษาสิ่งแวดล้อมอีกทางหนึ่ง



การลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ : โรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์

กิจกรรมที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในกระบวนการผลิตในโรงงานพ่นสีตัวถังของโรงงานบ้านโพธิ์ โดยการนำความร้อนที่ปล่อยทิ้ง (Waste heat) กลับมาใช้ใหม่ในรูปแบบของน้ำร้อน แล้วนำไปเป็นพลังงานในการผลิตน้ำเย็นด้วยเครื่อง Absorption Chiller ซึ่งโดยปกติต้องใช้ความร้อนจากหม้อต้มไอน้ำ (Steam Boiler) ที่ต้องใช้ก๊าซธรรมชาติ

ก่อนทำกิจกรรมพบว่ามีความร้อนปล่อยทิ้งจากการเผาไหม้จากเครื่อง RTO, Regenerative Thermal Oxidizer ของโรงงานพ่นสีตัวถัง (Paint Shop) อุณหภูมิประมาณ 220 องศาเซลเซียส จึงมีการนำความร้อนส่วนนี้กลับมาใช้ โดยใช้ตัวแลกเปลี่ยนความร้อน (Heat Exchanger) ดึงกลับมาในรูปแบบของน้ำร้อน 90 องศาเซลเซียส แล้วป้อนไปที่ Absorption Chiller เพื่อเป็นพลังงานในการผลิตน้ำเย็น แล้วส่งต่อไปใช้ในกระบวนการพ่นสีต่อไป

นอกจากนี้หลังจากทำการติดตั้ง Intelligent Software ในการบริหารจัดการ Absorption Chiller เพื่อใช้ในการควบคุมการเปิด-ปิด และอุณหภูมิ ให้เหมาะกับการใช้งานจริง และประหยัดพลังงานสูงสุด

ผลที่ได้รับจากโครงการคือ การลดการใช้พลังงานก๊าซธรรมชาติที่เป็นแหล่งพลังงานในการผลิตไอน้ำ ประมาณ 4 กิกะจูลต่อชั่วโมง หรือคิดเป็นก๊าซธรรมชาติ 3.5 MMBTU ต่อชั่วโมง และยังสามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ถึง 70 ตันต่อเดือน เป็นการลดต้นทุนได้ 600,000 บาทต่อเดือน

กิจกรรมต่อไป: ทางโรงงานบ้านโพธิ์มีการใช้ความร้อนจากการใช้ก๊าซธรรมชาติสูง จึงจะทำการติดตั้ง Heat Pump Technology เพื่อช่วยในการ Preheat น้ำก่อนจะจ่ายเข้าหม้อต้มไอน้ำ (Boiler) และใน

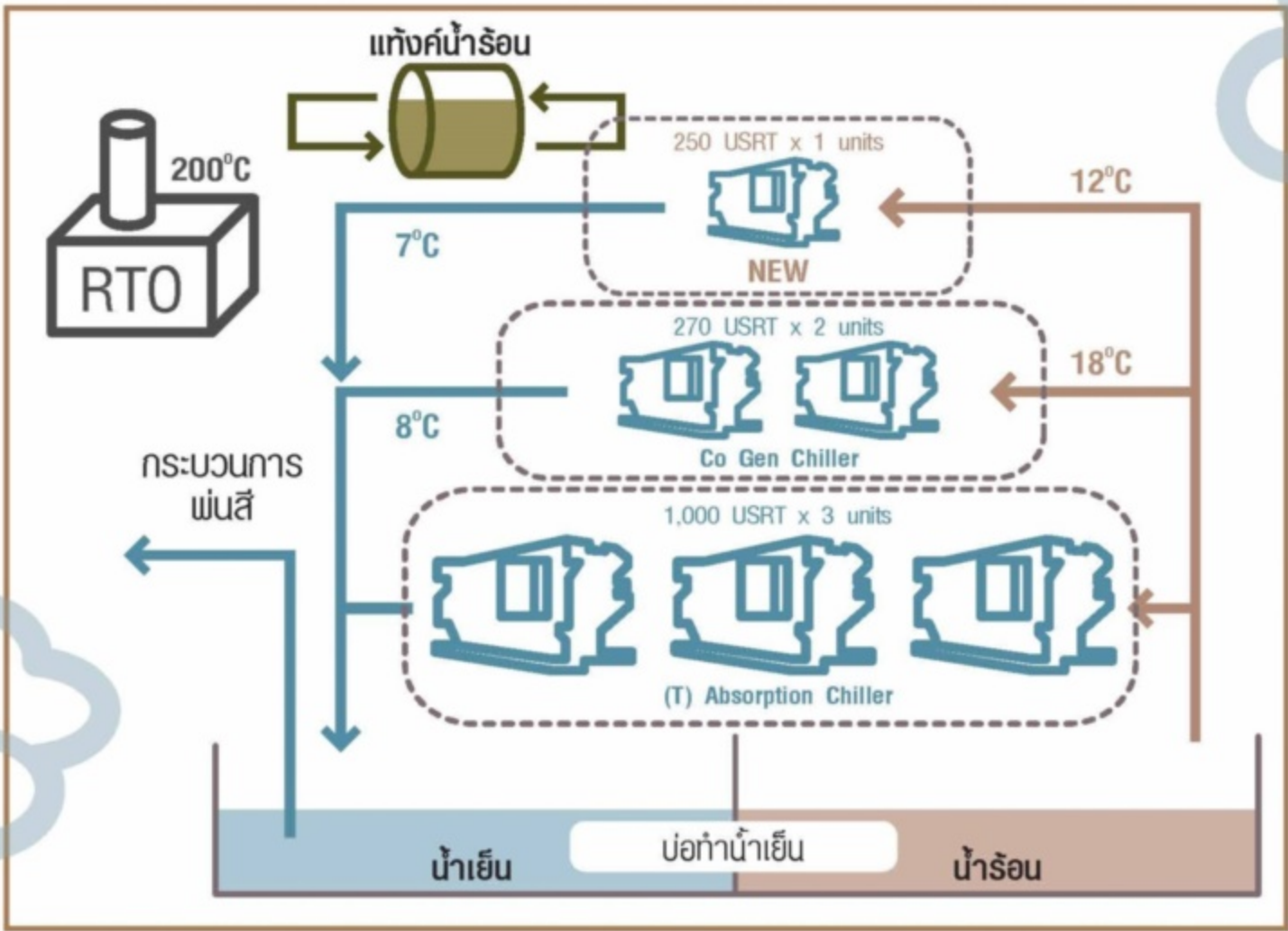


เครื่อง RTO: Regenerative Thermal Oxidizer ใช้เพื่อบำบัด VOC (Volatile Organic Compound)

สามารถการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ 840 ตันต่อปี		
* ใน 1 ชั่วโมงสามารถลดการใช้ก๊าซธรรมชาติ 3.5 MMBTU/h		
* ใน 1 วัน RTO Heat recovery เปิด 16 ชั่วโมง (ในกรณีผลิต 2 กะ)		
หัวข้อ	เดือน	ปี
ลดการเกิด CO ₂ (ตัน)	70	840
ลดค่าก๊าซธรรมชาติ (ลบ)	0.6	7.2

ขณะเดียวกันก็ทำน้ำเย็น (Chilled water) ให้กับโรงพ่นสี คาดว่าจะแล้วเสร็จในเดือนพฤศจิกายน 2553

Chilled water system โรงงานบ้านโพธิ์



ปัจจุบันนี้การใช้ทรัพยากรน้ำสำหรับอุปโภคและบริโภคมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยแปรผันตามการขยายตัวของอุตสาหกรรมและจำนวนประชากรที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งเมื่อพิจารณาจากปัจจัยเหล่านี้แล้วจะเห็นได้ว่า มีแนวโน้มที่จะเกิดปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรน้ำได้ในอนาคตอันใกล้

โรงงานสำโรงจึงตระหนักถึงคุณค่า อรรถประโยชน์ และการมีอยู่อย่างจำกัดของทรัพยากรน้ำ และได้ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำอย่างจริงจัง โดยกำหนดนโยบายสำหรับการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ และได้ทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อที่จะสามารถนำน้ำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และคุ้มค่ามากที่สุด ได้แก่

การนำน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วมาเติมในกระบวนการจับตะกอนสีของระบบฟอสฟอรัสพลาสติก

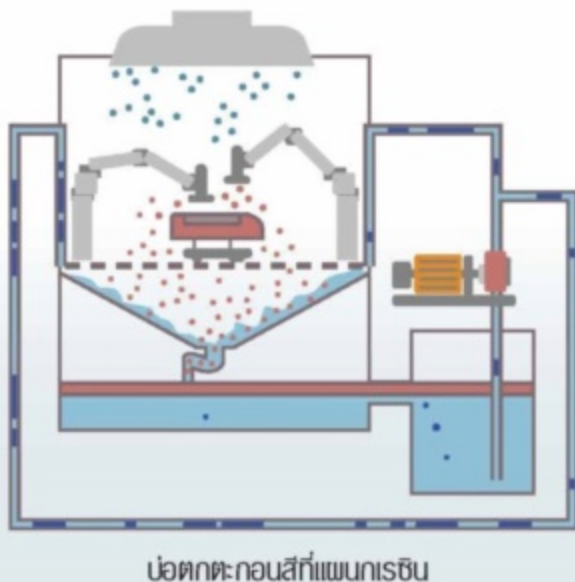
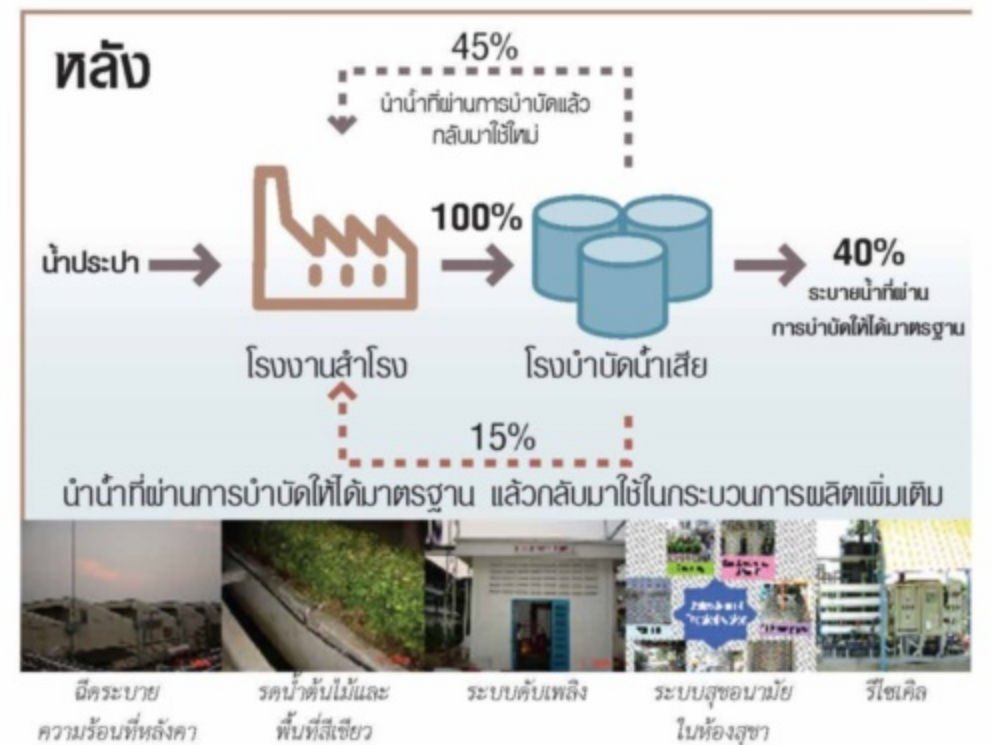
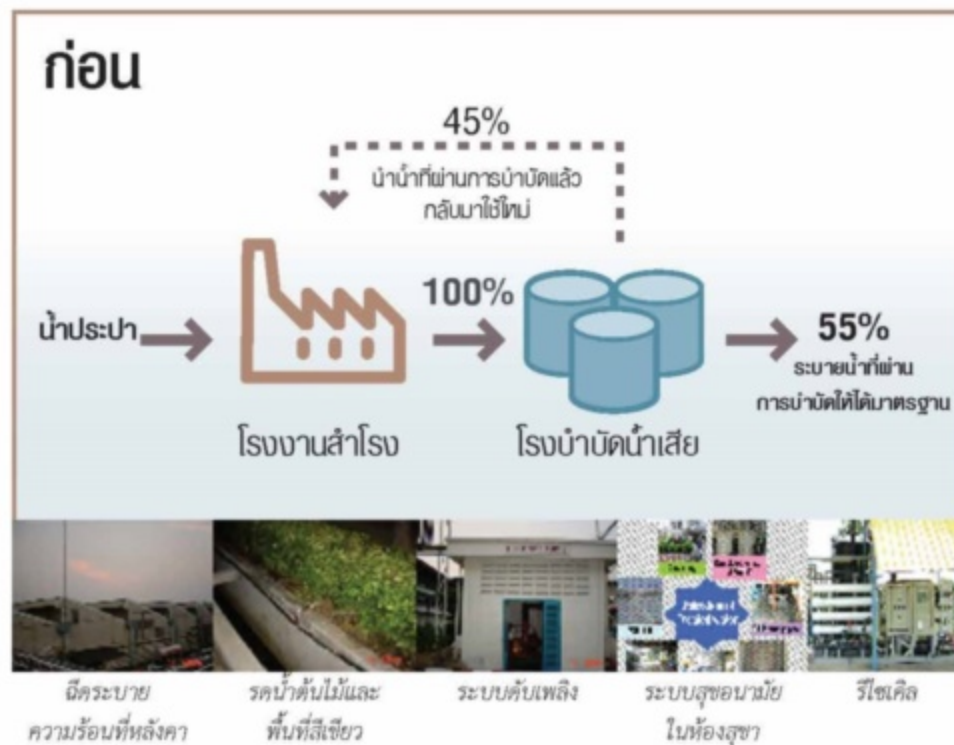
ในกระบวนการฟอสฟอรัสพลาสติกนั้นจะมีกระบวนการดักจับละอองสีที่ฟุ้งอยู่ในห้องฟอส โดยการใช้ระบบม่านน้ำในการจับละอองสี ซึ่งม่านน้ำที่ใช้จะใช้น้ำที่เรียกว่า น้ำ Sludge Pool ซึ่งน้ำประปาที่ทำหน้าที่ดักจับละอองสี เพื่อให้จับตัวเป็นตะกอน โดยจะมีการเติมน้ำประปาเข้าไปผสมอยู่ตลอดในทุกๆวัน ดังนั้นจึงได้มีแนวคิดที่ใช้น้ำที่บำบัดแล้วมาเติมในกระบวนการจับตะกอนสีได้ โดยได้นำมาทดสอบการทำปฏิกิริยาระหว่างน้ำกับละอองสี ผลปรากฏว่าน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วสามารถจับละอองสีให้ตกตะกอนได้โดยไม่แตกต่างกับน้ำประปา ดังนั้นจึงได้มีการนำน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วมาเติมในกระบวนการจับตะกอนสี กิจกรรมนี้สามารถลดการ

ใช้น้ำประปาในระบบฟอสฟอรัสพลาสติกได้ 1,920 ลูกบาศก์เมตรต่อปี การนำน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วมาใช้ในกระบวนการทดสอบน้ำรั่ว (Shower Test)

ในกระบวนการทดสอบรอยรั่วของรถจะใช้น้ำประปาเป็นตัวทดสอบ โดยจำลองสถานะเหมือนในช่วงฝนตก ทางหน่วยงานที่รับผิดชอบทั้งหน่วยงานควบคุมคุณภาพและหน่วยงานบำรุงรักษาและยูทิลิตี้ได้ร่วมกันทดสอบโดยนำน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วมาใช้แทนน้ำประปา หลังจากที่ได้ทดสอบก็พบว่า น้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพสีและตัวถังของรถแต่ประการใด ซึ่งกิจกรรมนี้สามารถลดการใช้น้ำประปาในกระบวนการทดสอบน้ำรั่วได้ 2,880 ลูกบาศก์เมตรต่อปี

การเพิ่มปริมาณการใช้น้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วในห้องน้ำ

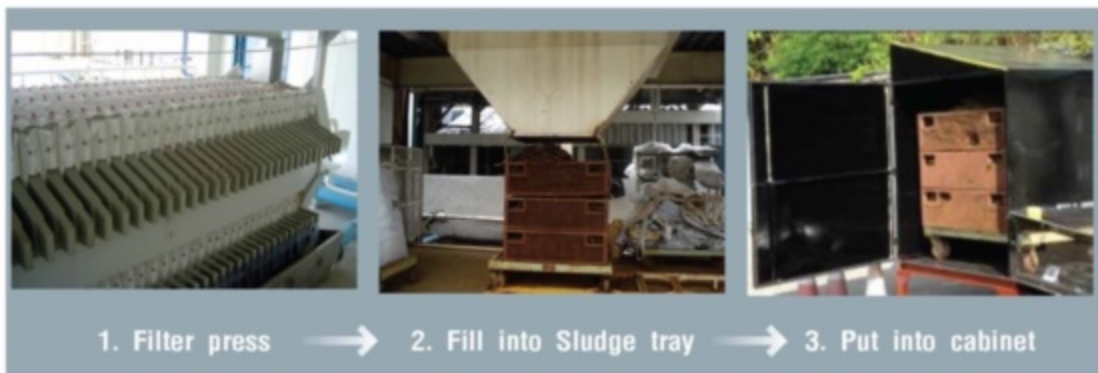
ปัจจุบันการใช้น้ำที่ผ่านการบำบัดในห้องน้ำ มีการใช้ยังไม่เต็มพื้นที่ทั้งหมด ซึ่งยังสามารถประยุกต์ใช้ในพื้นที่ที่เหลือได้อีก ทางหน่วยงานบำรุงรักษาและยูทิลิตี้ ซึ่งมีหน้าที่ดูแลเกี่ยวกับระบบการบำบัดน้ำ จึงได้ปรับปรุงระบบการส่งจ่ายน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้ว (Reuse Water) ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการเพิ่มพื้นที่สำหรับกักเก็บน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้ว และปรับปรุงเพิ่มแรงดันในระบบส่งจ่าย ให้พื้นที่ที่อยู่ห่างจากสถานที่กักเก็บน้ำได้ใช้ประโยชน์จากน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วอย่างเต็มที่ จากการปรับปรุงนี้ทำให้เราสามารถเพิ่มการใช้น้ำ Reuse ได้ถึง 19,500 ลูกบาศก์เมตรต่อปีซึ่งเสมือนเป็นการลดการใช้น้ำประปาได้ ถึง 19,500 ลูกบาศก์เมตรต่อปีด้วย



กิจกรรมลดปริมาณของเสียสู่สิ่งแวดล้อม : บริษัท ไทยอโต้เว็คส จำกัด

กิจกรรม : ตู้อบ พลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Drying Cabinet)

บริษัท ไทย ออโต้เว็คส จำกัด ได้ตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาปริมาณของเสียที่เพิ่มสูงขึ้นมากในปัจจุบัน จึงมีแนวคิดที่จะทำกิจกรรมเพื่อลดปริมาณของตะกอนน้ำเสีย (Waste water sludge) ซึ่งเป็นของเสียส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นภายในโรงงาน โดยการจัดทำกิจกรรมตู้อบพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อช่วยลดความชื้นในตะกอน



Fresh Air

หลักการทำงาน

เมื่อแสงอาทิตย์ส่องผ่านกล่องอะคริลิกใส ลงบนแผ่นสังกะสีสีดำ แผ่นสังกะสีจะดูดซับความร้อนเอาไว้ ส่งผลให้อากาศภายในกล่องร้อนขึ้นตามไปด้วย จากนั้นอากาศร้อนจะลอยตัวขึ้นสูงและผ่านช่องใส่ตะกอนที่อยู่ด้านหน้า และพาความชื้นที่อยู่ภายในตะกอนออกทางช่องด้านบน อุณหภูมิภายในตู้อบ 45-60 องศาเซลเซียส

การดำเนินงาน

ระยะเวลาการตากตะกอน 5-7 วัน

ส่งผลให้ปริมาณตะกอนที่ลดลง 15-20 % คิดเป็น 0.14 กิโลกรัม/คัน

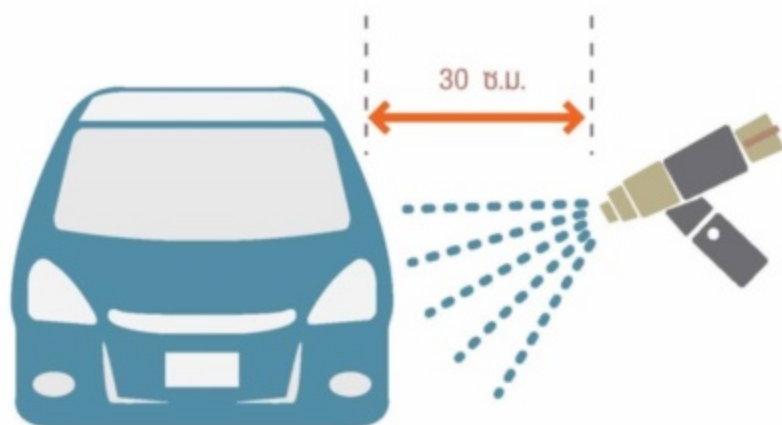
เริ่มดำเนินการ : พฤศจิกายน 2553

ลดปริมาณการของเสียสู่สิ่งแวดล้อม 0.14 กิโลกรัม/คัน

กิจกรรมการลดปริมาณสารอินทรีย์ระเหยง่าย (VOC) สู่สิ่งแวดล้อม : โรงงานโตโยต้าเกตเวย์

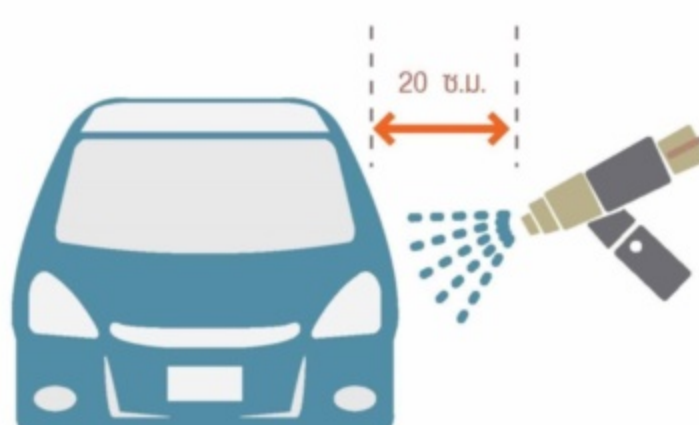
ด้วยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โตโยต้า เกตเวย์ จึงดำเนินกิจกรรมลดการปล่อยสารอินทรีย์ระเหยง่าย (Volatile Organic Compound ; VOC) ต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง กิจกรรมที่สำคัญคือ การขยายผลกิจกรรมการลดปริมาณสารอินทรีย์ระเหยง่าย (VOC) จากที่กระบวนการพ่นสีไพรเมอร์ (Primer) มาที่กระบวนการพ่นสีเคลือบเงา (Clear coat) โดยการปรับลดระยะห่างของหัวพ่นพ่นสี

เคลือบเงา จากเดิมห่าง 30 เซนติเมตร เหลือเพียง 20 เซนติเมตร ทำให้สามารถลดปริมาณการใช้สีเคลือบเงาได้ประมาณ 12 % จากปริมาณการใช้สีเคลือบเงาเดิม 2 กิโลกรัมต่อคัน ลดเหลือเพียง 1.76 กิโลกรัมต่อคัน โดยยังคงคุณภาพของผิวสีรถให้อยู่ในมาตรฐานดั้งเดิม และสามารถลดปริมาณการปล่อยสารอินทรีย์ระเหยง่าย (VOC) ออกสู่สิ่งแวดล้อมได้ 2.0 กรัมต่อตารางเมตร



ก่อนการปรับปรุง

ระยะห่างระหว่างหัวพ่นพ่นสีกับพื้นผิวของรถ 30 เซนติเมตร



หลังการปรับปรุง

เพิ่มประสิทธิภาพการพ่นสีและลดปริมาณการใช้สี
ระยะห่างระหว่างหัวพ่นพ่นสีกับพื้นผิวของรถ 20 เซนติเมตร

เริ่มดำเนินการ : มกราคม 2553



กิจกรรมประกวดสุดยอดโรงงานลดการใช้พลังงานและของเสียยอดเยี่ยม (Global Environmental Award 2009)

โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ได้มีการทำกิจกรรมการประกวดสุดยอดโรงงานที่ลดการใช้พลังงานยอดเยี่ยมเป็นปีที่สี่ติดต่อกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์กิจกรรมการลดพลังงานต่างๆ ที่สามารถนำมาใช้ปรับปรุงในโรงงานได้จริง และสามารถนำกิจกรรมที่ชนะเลิศมาเป็นตัวอย่างในการปรับปรุงให้กับโรงงานโตโยต้าอื่นๆ ทั้งหมด เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดในการลดการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ อันเป็นสาเหตุหลักของการเกิดสภาวะโลกร้อน

โดยขอบเขตในปีนี้ได้มีการรวมเกณฑ์การพิจารณาการลดการเกิดของเสียเข้าไปด้วย โดยจะเป็นการรวบรวมกิจกรรมการลดพลังงานและการเกิดของเสียทั้งหมดในทุกๆ กิจกรรมของแต่ละโรงงาน เพื่อนำมาตัดสินหาผู้ชนะเลิศโดยมีเกณฑ์ตัดสินจากภาพรวมการลดการก่อกำเนิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และของเสียจากกระบวนการผลิตสูงสุด ซึ่งผู้ชนะเลิศในปีนี้ได้แก่โรงงานไทยออโต้เว็คส

จากทุกๆ กิจกรรมของโตโยต้า 4 โรงงานที่ทำการประกวดในปีนี้ ทำให้สามารถลดการก่อกำเนิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ถึง 8,200 ตัน และลดการเกิดของเสียจากกระบวนการผลิตทั้งหมด 200 ตันซึ่งทำให้บริษัท โตโยต้า ได้รับรางวัลเกียรติยศสากลด้านการลดพลังงานทั้งในประเทศและภูมิภาคต่างๆ มากมายในปี 2552 อาทิ โรงงานเกตเวย์ได้รับรางวัลชนะเลิศ Thailand Energy Award ปี 2009, Thailand ESCO Project Award โรงงานลำไยได้รับรางวัล Thailand ESCO Project Award และโรงงานบ้านโพธิ์ได้รับรางวัล Thailand ESCO Project Award



ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม



ข้อมูลปริมาณการใช้พลังงาน

		ปีงบประมาณ 2552 (เม.ย. 51 - มี.ค. 52)	ปีงบประมาณ 2553 (เม.ย. 52 - มี.ค. 53)	ผลต่างปีงบประมาณ (2553 - 2552)
ปริมาณการใช้ไฟฟ้า (kWh)		181,695,313.00	190,973,813.00	9,278,500.00
การใช้พลังงาน	เบนซิน (kl)	-	-	0.00
	ดีเซล (kl)	-	-	0.00
	น้ำมันเตา (kl)	569.99	63.73	-506.26
	น้ำมันก๊าด (kl)	-	-	0.00
	ก๊าซธรรมชาติ (MMBTU)	521083	273867.32	-247,215.68
	ก๊าซหุงต้ม LPG (m3)	11,848.05	12,413.51	565.47
ปริมาณการใช้พลังงานทั้งหมด (GJ/Unit)		0.330	0.302	-0.028



ข้อมูลปริมาณขยะและของเสียที่เกิดขึ้นในโรงงาน

		ปีงบประมาณ 2552* (เม.ย. 51 - มี.ค. 52)	ปีงบประมาณ 2553 (เม.ย. 52 - มี.ค. 53)	ผลต่างปีงบประมาณ (2553 - 2552)
ของเสีย	A. ปริมาณของเสียที่ถูกกำจัดด้วยการเผา (ตัน)	3,112.99	3,483.52	370.531
	B. ปริมาณของเสียที่ถูกกำจัดด้วยการฝังกลบ (ตัน)	-	-	0.00
	C. ปริมาณของเสียที่นำกลับมาใช้ใหม่ (ตัน)	73,968.56	73,436.84	0.00
	ปริมาณของเสียที่เกิดขึ้น (ตัน) (D = A + B + C)	77,081.55	76,920.36	-531.719
	สัดส่วนของเสียที่ถูกกำจัดด้วยการฝังกลบ (%) <B/D>	-	-	-161.188
	ปริมาณของเสียที่ถูกกำจัดด้วยการเผาและฝังกลบ (Kg/Unit)	6.12	6.81	0.686

* ข้อมูลปริมาณของเสียที่ถูกกำจัดด้วยการเผาในปีงบประมาณ 2552 มีการเปลี่ยนแปลงจากรายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน 2552 เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงการเก็บข้อมูล



ข้อมูลปริมาณการใช้น้ำ

		ปีงบประมาณ 2552 (เม.ย. 51 - มี.ค. 52)	ปีงบประมาณ 2553 (เม.ย. 52 - มี.ค. 53)	ผลต่างปีงบประมาณ (2553 - 2552)
ปริมาณการใช้น้ำ (m3)		1,222,073.80	934,554.00	-287,519.80
ปริมาณการใช้น้ำต่อการผลิต (m3/Unit)		2.69	2.02	-0.67



ข้อมูลปริมาณการใช้ปุ๋ย

		ปีงบประมาณ 2552** (เม.ย. 51 - มี.ค. 52)	ปีงบประมาณ 2553 (เม.ย. 52 - มี.ค. 53)	ผลต่างปีงบประมาณ (2553 - 2552)
ปริมาณการใช้ปุ๋ย (บาท)		4,201,197.00	3,497,416.00	-703,781.00

** ข้อมูลปริมาณการใช้ปุ๋ยของ โรงงานลำโรง เกตเวย์ และบ้านโพธิ์ (ไม่รวมบริษัท ไทยอ้อยไดเว็คส)



ข้อมูลคุณภาพน้ำเสีย ที่ได้รับการบำบัด

		ปีงบประมาณ 2552* (เม.ย. 51 - มี.ค. 52)				ปีงบประมาณ 2553 (เม.ย. 52 - มี.ค. 53)				ผลต่างปีงบประมาณ (2553 - 2552)			
		โรงงานสำโรง	โรงงานลาดเวียง	โรงงานบ้านโพธิ์	ไทยอโศกเวิร์ค	โรงงานสำโรง	โรงงานลาดเวียง	โรงงานบ้านโพธิ์	ไทยอโศกเวิร์ค	โรงงานสำโรง	โรงงานลาดเวียง	โรงงานบ้านโพธิ์	ไทยอโศกเวิร์ค
คุณภาพน้ำที่ ผ่านการบำบัด (ค่าเฉลี่ย)	ค่าความเป็นกรด-ด่าง	6.80	8.00	7.00	6.70	7.18	8.200	7.20	6.66	0.38	0.14	0.20	-0.04
	ของแข็งละลายทั้งหมด mg/l	999.96	837.60	1011.53	1476.50	1118.938	1032.275	1236.29	1180.08	118.98	194.68	224.76	-296.42
	ของแข็งแขวนลอย, mg/l	2.69	34.60	2.95	8.70	4.6	40.780	3.40	20.25	1.91	6.18	0.45	11.55
	COD, mg/l	28.29	567.88	31.24	86.40	52.29	543.870	31.72	92.00	24.00	-24.01	0.48	5.60
	BOD, mg/l	4.43	252.09	2.39	5.30	2.416	214.960	2.26	4.00	-2.01	-37.13	-0.13	-1.30
	น้ำมันและไขมัน, mg/l	1	6	0.5	2	1	5	0.30	1.00	0.04	-0.60	-0.20	-1.02
ลักษณะน้ำเสีย (ค่าเฉลี่ย)	สังกะสี, มิลลิกรัม/ลิตร	0.23	0.176	0.41	0.5	0.54	0.148	0.51	0.431	0.307	-0.03	0.10	-0.07
	ตะกั่ว, มิลลิกรัม/ลิตร	0	0	-	N.D.	0.01	0	-	0.12	0.01	0	0.00	-
	นิกเกิล, มิลลิกรัม/ลิตร	0.3	0.370	0.14	0.6	0.16	0.347	0.22	0.56	-0.147	-0.02	0.08	-0.04
	ปรอท, มิลลิกรัม/ลิตร	0	0	-	<0.005	0	0	-	<0.005	0.0009	0.00	0.00	0
	ทองแดง, มิลลิกรัม/ลิตร	0.01	0	0.04	-	-	0	0.0570	-	-0.014	0.00	0.02	-
	โซยาไนต์, มิลลิกรัม/ลิตร	0	0	-	<0.005	-	0	-	<0.005	-0.001	0.00	0.00	-
	โครเมียม (III), มิลลิกรัม/ลิตร	0	0	< 0.02	<0.005	-	0	<0.02	0.01	-0.001	0.00	0.00	-
	โครเมียม (VI), มิลลิกรัม/ลิตร	0.001	0	< 0.02	<0.005	0.010	0	<0.02	<0.005	0.009	0.00	0.00	-
การปล่อย มลพิษทาง อากาศ (ค่าเฉลี่ย)	VOCs, กรัม/ตารางเมตร	40.86			50.05	39.73			42.31	-1.13			-7.74
	ฝุ่นรวม : % ของค่ามาตรฐาน	11.60	13.15	17.28	3.09	9.72	7.67	10.06	3.95	-1.88	-5.48	-7.22	0.86
	ตะกั่ว : % ของค่ามาตรฐาน	0.09	0.02	1.75	0.15	0.05	<0.02	0.16	0.20	-0.04	-0.02	-1.59	0.05
	CO : % ของค่ามาตรฐาน	34.84	12.09	139.30	140.56	57.92	16.85	101.29	111.80	23.08	4.77	-38.01	-28.76
	NO ₂ : % ของค่ามาตรฐาน	23.62	16.30	35.47	3.62	22.34	11.49	19.65	3.01	-1.28	-4.81	-15.82	-0.62
	SO ₂ : % ของค่ามาตรฐาน	2.43	3.92	4.72	-	3.69	1.42	2.46	0.3	1.27	-2.50	-2.26	-
	ไฮโดรเจน : % ของค่ามาตรฐาน	3.42	0.55	0.0001	20.18	3.20	0.70	0.0002	37.92	-0.22	0.15	0.00	17.74

* ข้อมูลปริมาณของเสียที่ถูกกำจัดด้วยการเผาในปีงบประมาณ 2552 มีการเปลี่ยนแปลงจากรายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน 2552 เนื่องจากความสับสนในการเก็บข้อมูลในบางพื้นที่



การดำเนินงานด้านสังคม





บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ยังคงมุ่งมั่นในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผ่านโครงการต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อปลูกฝัง และกระตุ้นจิตสำนึกให้แก่สังคมและชุมชนรอบข้าง โดยมุ่งหวังที่จะอยู่ร่วมกับธรรมชาติและสังคมไทยอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน อาทิ โครงการลดเมืองร้อนด้วยมือเรา ปีที่ 5, โครงการรวมจิตอาสา 50,000 ต้นกล้า ปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ ปีที่ 6, การสร้าง “ชุมทางลดโลกร้อน” อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ และปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับเยาวชนและชาวบ้านในชุมชนใกล้เคียง รวมไปถึงการสร้าง “เมืองจราจรจำลองแห่งที่ 3” จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการถนนสีขาว เพื่อให้ความรู้ด้านการขับขี่ปลอดภัยแก่เยาวชนอย่างต่อเนื่องกว่า 20 ปี ทั้งยังให้ความสำคัญกับการสร้างความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย เพื่อการพัฒนาชุมชนรอบโรงงานอย่างยั่งยืนอีกด้วย

เราเชื่อมั่นว่า การจะเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันสังคมให้เติบโตได้อย่างยั่งยืนนั้นต้องเริ่มจากความมั่นคงภายในองค์กรเสียก่อน โตโยต้าจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร และยังปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการตอบแทนสังคมให้แก่พนักงาน ผ่านกิจกรรมและหลักสูตรการฝึกอบรมต่าง ๆ อาทิ การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและอาชีวอนามัยของพนักงานมาเป็นอันดับแรก การตระหนักถึงความผูกพันของพนักงาน กิจกรรมการสื่อสารสองทาง กิจกรรมส่งเสริมจริยธรรม การพัฒนาขีดความสามารถหลัก (Core Competency) ให้กับผู้บริหารและพนักงาน รวมไปถึงการเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากรการขายผ่าน “ระบบใบอนุญาตขาย (Sales License)” เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความซับซ้อน และหลากหลายมากขึ้น

กิจกรรมเหล่านี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งในการผลักดันองค์กรให้ก้าวไปสู่เส้นทางครบรอบ 50 ปี โตโยต้าที่จะเกิดขึ้นใน พ.ศ. 2555 โดยเน้นการบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกขั้นตอนการทำงาน และการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมควบคู่กันไป ทั้งนี้มาจากความมุ่งมั่นที่จะเติบโตคู่สังคมไทยอย่างมั่นคงและยั่งยืนสืบไป ดังปณิธานที่ว่า “อนาคตสังคมไทย ความภูมิใจของเรา”

ไม่เพียงเท่านั้น ในปีนี้โตโยต่ายังส่งเสริมการบริการลูกค้าหลังการขาย เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าตลอดไปเพื่อเป็นการเฉลิมฉลองในโอกาสครบรอบ 50 ปี โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ที่จะเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2555 และเน้นการทำงานเป็นทีมอย่างมีความสุขตามนโยบาย ‘สวัสดี สบายดี สนุกดี’ เพื่อสร้างความสุขในการทำงานให้แก่พนักงาน

ผู้ถือผลประโยชน์ร่วม (Stakeholders)



บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด และกลุ่มบริษัทในเครือ มีโครงการสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สอดคล้องต่อสังคมโลก โดยยึดแนวทางการจัดการ (Toyota Guiding Principles) เป็นหลัก เราปฏิบัติตามกฎหมายของประเทศไทย และยังปฏิบัติตามกฎข้อบังคับพร้อมทั้งปฏิบัติงานด้วยความซื่อตรงและซื่อสัตย์ เพื่อเป็นการสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ถือผลประโยชน์ร่วม ดังจะอธิบายต่อไปนี้ ถือว่ามีความสำคัญ และเราพยายามที่จะสร้างและรักษาไว้ซึ่งสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ถือผลประโยชน์ร่วม ผ่านการสื่อสารที่เปิดเผยและเป็นธรรม ผู้ถือผลประโยชน์ร่วมประกอบด้วย

1. ลูกค้าทั้งสินค้าและบริการ (Customer)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับลูกค้าโดยยึดหลัก “Customer First” เราพัฒนาและจัดให้มีผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพสูง ปลอดภัย โดดเด่นและสร้างสรรค์ ซึ่งตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้ใช้บริการ เพื่อความเป็นอยู่ที่ดียิ่งขึ้นของคนทั่วโลก และนอกจากนี้บริษัทฯ ได้ปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายประเทศไทย

2. พนักงานของบริษัทฯ (Employees)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับพนักงานและเชื่อว่าความสำเร็จของธุรกิจนั้นเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละบุคคลและการทำงานร่วมกันที่ดีพร้อมทั้งกระตุ้นพนักงานให้มีการพัฒนาตนเอง บริษัทฯ ได้สนับสนุนโอกาสการจ้างงานที่เท่าเทียม มีความหลากหลายและรวมพนักงานเข้าไว้ด้วยกัน ไม่มีการแบ่งแยก ทั้งยังเคารพและให้เกียรติกับสิทธิมนุษยชนของผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจ และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปฏิเสธหรือไม่ยินยอมที่จะให้มีการบังคับใช้แรงงานเด็กในทุกรูปแบบ และยังมีการจัดให้มีสภาพการทำงานที่ดีและรักษาสภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและดีต่อสุขภาพให้กับพนักงานทุกคน บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นด้านการปลูกฝังวัฒนธรรมของบริษัทฯ และนโยบายที่นำมาใช้ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ และสร้างค่านิยม “ความเชื่อใจซึ่งกันและกัน และการร่วมรับผิดชอบ” ผ่านทางการประชาสัมพันธ์ และการสนทนากับพนักงานของบริษัทฯ และร่วมสร้างสรรค์ความสำเร็จของทั้งพนักงานและบริษัทฯ ต่อไป

3. หุ้นส่วนทางธุรกิจ (Business Partners)

คือผู้ผลิตหรือจัดทำสินค้าและบริการให้กับบริษัทฯ และผู้แทนจำหน่าย และทำงานร่วมกันในความสัมพันธ์ระยะยาว เพื่อให้มีการพัฒนาควบคู่กันไป ภายใต้ความเชื่อใจซึ่งกันและกัน เมื่อจะต้องหาหุ้นส่วนทางธุรกิจใหม่ บริษัทฯ เปิดกว้างในการรับผู้เข้าสมัคร โดยไม่คำนึงถึงสัญชาติหรือขนาดของธุรกิจ แต่จะประเมินโดยยึดความแข็งแกร่งโดยรวมเป็นหลัก การแข่งขันจะต้องเป็นไปอย่างอิสระและยุติธรรม ซึ่งสอดคล้องกับกฎหมายของประเทศไทย

4. ผู้ถือหุ้นบริษัท (Shareholders)

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเพิ่มผลประกอบการของธุรกิจ ในขณะเดียวกันทำให้การเติบโตเป็นไปอย่างมั่นคงและในระยะยาว เพื่อประโยชน์ของผู้ถือหุ้นของเรา

5. สิ่งแวดล้อม (Environment)

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเติบโตควบคู่กับการรักษาสิ่งแวดล้อมในทุกการดำเนินงานทางธุรกิจ เราทุ่มเทที่จะพัฒนาริเริ่มและประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมเทคโนโลยีที่สามารถทำให้สิ่งแวดล้อมและการพัฒนาทางเศรษฐกิจอยู่ร่วมกันได้อย่างสอดคล้อง และเพื่อสร้างสำนึกที่ดีต่อการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งตัวบุคคลและองค์กรให้แผ่ขยายออกไป

6. สังคม (Society)

บริษัทฯ ได้นำหลักการการเคารพผู้อื่น มาทำให้บรรลุผล โดยให้ความเคารพวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี ประวัติศาสตร์ และกฎหมายของประเทศไทย นอกจากนี้ยังมุ่งมั่นแสวงหาเทคโนโลยีที่ดีกว่าปลอดภัยมากขึ้นและสะอาดยิ่งขึ้น เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคมในการพัฒนาอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ไม่ยินยอมให้มีการทุจริตไม่ว่าจะเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจใดๆ องค์กรรัฐบาลหรือองค์กรสาธารณะ และคงไว้ซึ่งความซื่อสัตย์และเป็นธรรมต่อองค์กรรัฐ และเอกชน

7. การกุศล (Philanthropy)

ในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ กระตือรือร้นที่จะส่งเสริมและมีส่วนร่วมในกิจกรรมการกุศลซึ่งช่วยให้ชุมชนมีความแข็งแกร่งและมีส่วนช่วยในการจรรโลงสังคม

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

ผู้ผลิตและส่งออกชิ้นส่วน

โตโยต้า ประกาศใช้ Toyota Guiding Principle ในปี 1992 และดำเนินการปรับปรุงเนื้อหาในปี 1997 ด้านการจัดซื้อจัดจ้าง โตโยต้าเปิดให้มีการแข่งขันอย่างเสรีและยุติธรรม โดยผู้ที่ดำเนินธุรกิจร่วมกับโตโยต้าต้องซื่อสัตย์และปฏิบัติตามกฎหมาย มุ่งหวังให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน โดยยืนอยู่บนพื้นฐานของความไว้วางใจซึ่งกันและกัน รวมไปถึงมีความมุ่งมั่นที่จะผลักดันให้เกิดการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืนต่อไป

เพื่อริเริ่มให้ผู้ดำเนินธุรกิจกับโตโยต้าเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดการพัฒนาสังคมและอยู่ร่วมกับธรรมชาติอย่างยั่งยืน ฝ่ายจัดซื้อ TMAP-EM จัดทำ Toyota Green Purchasing Guidelines ขึ้นในปี 2001



ตาม Toyota Green Purchasing Guideline 2007 นั้นได้มีการพัฒนา 4 หัวข้อขึ้นมา เพื่อให้มีการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนี้

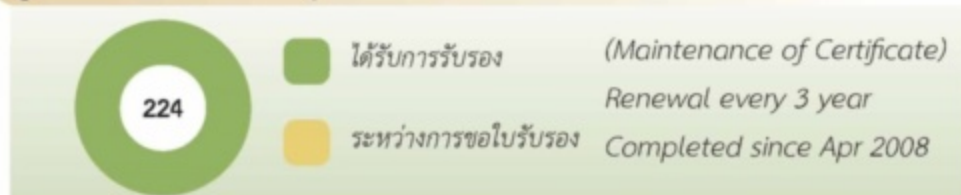
1. การได้รับการรับรองมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001
2. การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบต่าง ๆ ที่ส่งให้บริษัทฯ
3. การริเริ่มกิจกรรมสิ่งแวดล้อมต่างๆ ของผู้ผลิตหรือจัดหาสินค้าและบริการให้กับบริษัทฯ
4. การลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และชิ้นส่วนบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ในการขนส่งสินค้าให้บริษัทฯ

ผลการดำเนินกิจกรรมในปี 2009

1. การได้รับการรับรองมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001
โตโยต้าให้ความสำคัญกับระบบการจัดการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง TMAP-EM จึงกำหนดให้ผู้ผลิตและจัดส่งชิ้นส่วนต้องได้รับการรับรองมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO14001 เพื่อให้การจัดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นไปอย่างต่อเนื่อง (หากได้รับการรับรองแล้วจะต้องมีการรักษามาตรฐานอย่างต่อเนื่อง)

ในปัจจุบันผู้ผลิตชิ้นส่วนและวัตถุดิบทั้งหมดให้แก่โตโยต้าได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO14001 เหลือเพียงผู้รับเหมาช่วงและผู้จัดส่งชิ้นส่วนบางส่วนเท่านั้น ดังแสดงในภาพ

ผู้ผลิตชิ้นส่วนและวัตถุดิบ



ผู้รับเหมาช่วงและผู้จัดส่งชิ้นส่วน



2. การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบต่าง ๆ ที่ส่งให้บริษัทฯ

เพื่อให้มีความสอดคล้องกับข้อกำหนดของ EU โตโยต้าได้จัดการใช้สารที่เป็นอันตรายต่อสิ่งมีชีวิตและ/หรือสิ่งแวดล้อม 4 ชนิด (ตะกั่ว, ปรอท, แคดเมียม และเฮกซะวาเลนซ์โครเมียม) ตั้งแต่ในช่วงกลางปี 2550 การดำเนินการครอบคลุมทั้ง CBU domestic และโมเดลที่ส่งออก ซึ่งรวมถึงชิ้นส่วนยานพาหนะจากผู้ผลิตหรือจัดหาสินค้าและบริการให้กับโตโยต้า สารที่เป็นอันตรายต่อสิ่งมีชีวิตและ/หรือสิ่งแวดล้อม 4 ชนิด ได้มีการจัดการไปแล้ว ยังคงเหลือแต่ในกระบวนการตะกั่วบัดกรี

สืบเนื่องจากการเปลี่ยนข้อกำหนดของสหภาพยุโรป (EU) ในการยกเลิกการใช้สารตะกั่วในแผงอิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์ในอุตสาหกรรมประเภทยานยนต์ซึ่งจะบังคับใช้ในปี พ.ศ.2554

โตโยต้าได้ตัดสินใจเปลี่ยนจากตะกั่ว เป็นตะกั่วบัดกรีในช่วง “New Model” ตั้งแต่ พ.ศ.2554 เป็นต้นไป (TMAP-EM : Since IMV FMC).

3. กิจกรรมการลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์

สำหรับกิจกรรมส่งเสริมสิ่งแวดล้อม TMAP-EM ให้ความสำคัญต่อการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เพื่อลดโลกร้อน

แผนการดำเนินงาน



ความก้าวหน้าในการดำเนินกิจกรรม



ผลการดำเนินกิจกรรม



งานการตลาดหลังการขาย

จากนโยบายของบริษัทฯ ตามหลักการของ “บัญญัติโลกทัศน์ของโตโยต้า” (Toyota Global Vision 2020) ซึ่งเป็นการประสานกันอย่างสอดคล้องระหว่าง “วัฏจักรธรรมชาติ” (Cycle of nature) กับ “วัฏจักรอุตสาหกรรม” (Cycle of industry) รวมไปถึงการให้ความสำคัญต่อสังคมตามหลักการของ CSR (Corporate Social Responsibility) ฝ่ายการตลาดหลังการขายได้ตระหนักถึงนโยบายดังกล่าว จึงมีการดำเนินกิจกรรมให้กับผู้แทนจำหน่าย เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทฯ รวมถึงเป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยกิจกรรมในปีที่ผ่านมา ประกอบด้วย

ระบบปฏิบัติการอัจฉริยะ สำหรับงานบริการ

การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าคือ หัวใจหลักที่สำคัญของวิถีของชาวโตโยต้า ดังนั้นเพื่อพัฒนาและปรับปรุงขีดความสามารถในการทำงานให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า จึงได้เกิดระบบปฏิบัติการอัจฉริยะ สำหรับงานบริการ ที่มีชื่อว่า ระบบบริหารงานซ่อมด้วยบอร์ดอิเล็กทรอนิกส์ SMB (Service Management Board)

SMB คือ อะไร ?

ระบบ SMB (Service Management Board) พัฒนาโดย TMC และถูกใช้ในหลายประเทศทั่วโลก เน้นการออกแบบเพื่อให้การบริการงานซ่อมมีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น จ่ายงานซ่อม และติดตามสถานะงาน

Service Management Board :SMB บอร์ดควบคุมงานซ่อมอิเล็กทรอนิกส์จะเข้ามาแทนที่บอร์ด JPB: Job Planning Board บอร์ดวางแผนงานซ่อม โดยที่ข้อมูลของระบบ SMB จะมีการเชื่อมต่อไปในส่วนงานของ Call center และในพื้นที่ส่วนอื่นๆ ในศูนย์บริการ ทำให้ทุกคนที่เกี่ยวข้องสามารถติดตามสถานะงานซ่อมภายในศูนย์บริการได้ทันที ผ่านทางหน้าจอ LCD บน SMB



ก่อน



ปัจจุบัน

SMB



CS Board

ทำไมต้อง SMB ?

เพื่อลดภาระในการควบคุมบอร์ดสถานะงานซ่อม และยังสามารถช่วยลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อนได้ประมาณ 100 ชั่วโมง/เดือน ตรงจุดนี้เองทำให้พนักงาน มีเวลาในการปรับแผนงานได้ตามจริง ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อการประเมินประสิทธิภาพช่างและช่องซ่อม นอกจากนี้ข้อมูลสถานะการซ่อมที่เกิดขึ้นจะถูกส่งไปที่บอร์ดแสดงข้อมูลสถานะงานซ่อมบริเวณห้องพักลูกค้า (Customer Service Board :CS Board) ทำให้ลูกค้าสามารถติดตามสถานะของรถของตนเองได้ตลอดเวลาอย่างแม่นยำ กิจกรรมสนับสนุนการขาย ด้านการตลาดหลังการขายในปีที่ผ่านมา ฝ่ายการตลาดหลังการขายได้จัดกิจกรรม คาร์ แคร่ คลินิก (Car Care Clinic) สำหรับลูกค้ารถใหม่ที่มีอายุการใช้งานประมาณ 1 เดือน หรือ 1,000 กม. รวมถึงผู้ที่สนใจทั่วไป โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการดูแลบำรุงรักษารถยนต์เบื้องต้น การขับที่ปลอดภัย และการประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง
2. เพื่อสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะรถยนต์ไฮเทคโนโลยีอย่าง คัมรี่ไฮบริด ซึ่งถือว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ที่ผสมผสานพลังงานระหว่างเครื่องยนต์เบนซิน และมอเตอร์ไฟฟ้า เพื่อใช้เป็นกำลังขับเคลื่อน
3. เพื่อช่วยสนับสนุนให้ผู้แทนจำหน่ายรักษารฐานลูกค้า (Customer Retention “CR”) รวมถึงสร้างภาพลักษณ์ของศูนย์บริการที่คำนึงถึงความเอาใจใส่ และดูแลรักษาลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

สำหรับกิจกรรมฯ ดังกล่าวนี เราได้รับการสนับสนุนและให้ความร่วมมืออย่างดียิ่งโดยมีผู้แทนจำหน่ายสนใจเข้าร่วมกิจกรรมฯ มากกว่า 80 แห่งทั่วประเทศ ซึ่งมีลูกค้าร่วมกิจกรรมทั้งหมดประมาณ 31,526 คน และสามารถสนับสนุนการขาย โดยมียอดจองรวมถึง 1,125 คัน แบ่งออกเป็นรถยนต์นั่ง 603 คัน รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ 522 คัน



ร่วมกันลงทะเบียนและมอบของที่ระลึก



ภาพบรรยากาศในงาน



อธิบายให้ความรู้แก่ลูกค้าในงาน



มุมพักผ่อน



รับประทานอาหารร่วมกัน



ลูกค้าและเจ้าหน้าที่ถ่ายภาพร่วมกัน

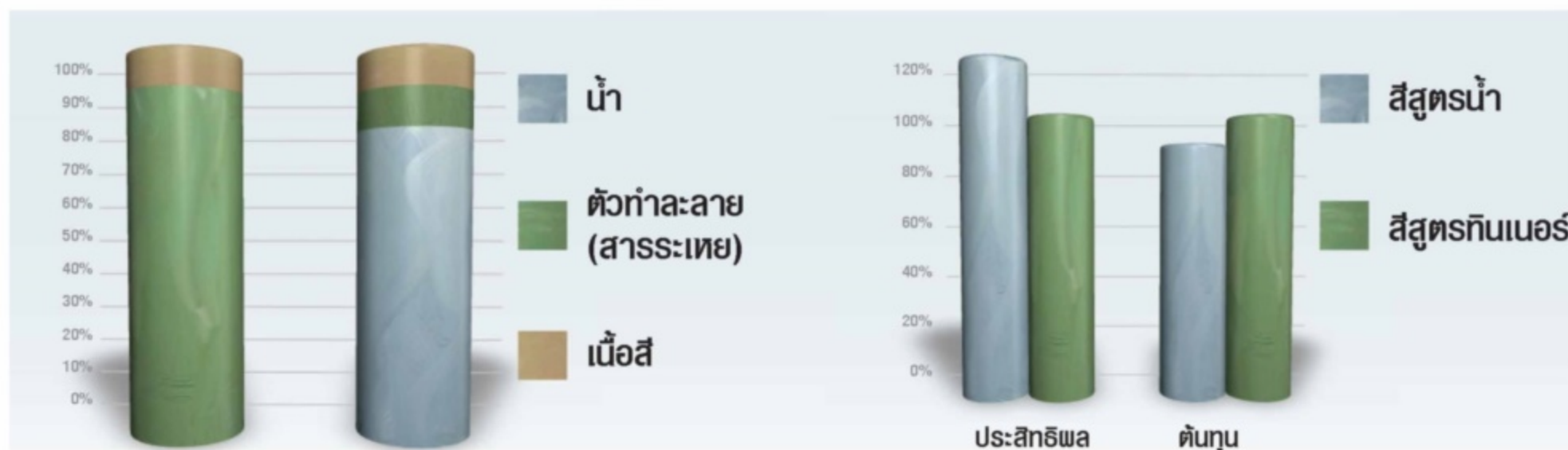


การพ่นซ่อมสีรถยนต์ด้วยเทคโนโลยีสีสูตรน้ำ

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมีผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของมนุษย์ ซึ่งเป็นผลมาจากปัญหาสิ่งแวดล้อมทุกคนจึงหันมาใส่ใจปัญหาสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น

ในส่วนของซ่อมตัวถังและสีของผู้แทนจำหน่ายโตโยต้า การพ่นสีรถยนต์มีส่วนเกี่ยวข้องทำให้เกิดมลภาวะ ซึ่งปัจจุบันสีที่ใช้พ่นรถยนต์ยังใช้สีที่มีส่วนผสมของตัวทำละลาย (Thinner) มีส่วนประกอบของสารระเหยอินทรีย์ (VOC's) อยู่ในสี มีปริมาณ 90% ด้วยเหตุนี้ทางฝ่ายการตลาดหลังการจำหน่าย จึงเปลี่ยนมาใช้สีสูตรน้ำ เพื่อที่จะลดปริมาณสาร VOC's ระเหยสู่สิ่งแวดล้อม

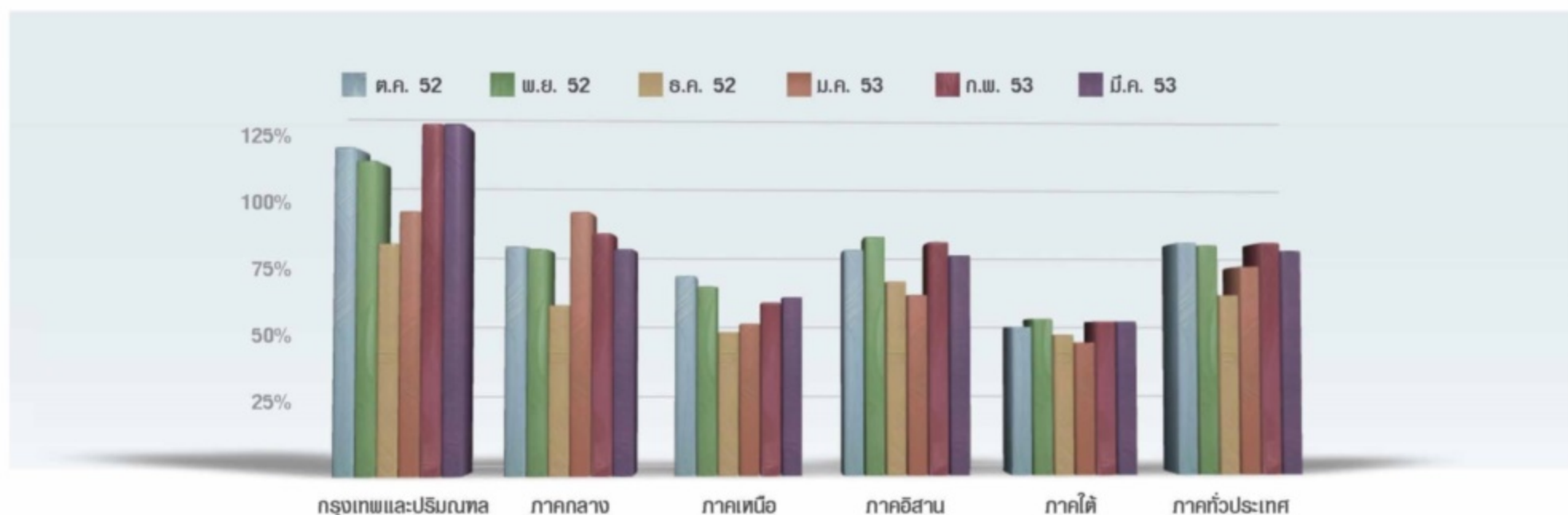
บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้ทำการทดสอบสีสูตรน้ำเป็นเวลา 6 เดือน โดยได้ผลดังนี้



จากผลดังกล่าวทางโตโยต้าจึงมีแผนที่จะขยายกิจกรรมไปยังผู้แทนจำหน่ายทั่วประเทศ โดยจะเริ่มตั้งแต่มกราคม 2553 และมีแผนการดำเนินการจนครบทั่วประเทศภายในปี 2554

กิจกรรมการลดต้นทุนในศูนย์บริการ

เพื่อเป็นการสนับสนุนนโยบายการให้ความสำคัญต่อสังคมตามหลัก CSR (Corporate Social Responsibility) รวมไปถึงวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในช่วงปี 2552 ที่ผ่านมา ที่ทำให้ยอดขายการสั่งซื้อ และสั่งซื้อซ่อม ของศูนย์บริการมีปริมาณลดลง ส่งผลให้รายได้ของศูนย์บริการลดลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายด้านต้นทุนและทรัพยากรมีปริมาณเพิ่มขึ้น ฝ่ายการตลาดหลังการจำหน่ายเล็งเห็นถึงความเดือดร้อนดังกล่าว จึงได้มีการรณรงค์ให้ศูนย์บริการดำเนินกิจกรรมการประหยัดพลังงานภายใต้โครงการ “การสร้างจิตสำนึกและลดค่าใช้จ่ายสำหรับผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า” ทั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อลดปริมาณการปล่อย CO₂ ออกสู่ชั้นบรรยากาศ ซึ่งมีสาเหตุมาจากการใช้ทรัพยากรต่างๆ อย่างสิ้นเปลือง โดยริเริ่มการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านไฟฟ้า ซึ่งถือเป็นทรัพยากรหลักในศูนย์บริการ ฝ่ายการตลาดหลังการจำหน่ายมีการเริ่มต้นทดลองในศูนย์บริการตัวอย่าง 1 แห่ง และขยายผลไปที่ศูนย์บริการอื่นๆ ที่สนใจอีก 74 แห่ง ซึ่งผลการดำเนินกิจกรรมในปีที่ผ่านมา ฝ่ายการตลาดหลังการจำหน่ายสามารถช่วยเหลือศูนย์บริการในการลดค่าใช้จ่ายได้ 15% จากเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ 20% ซึ่งในปี 2553 ฝ่ายการตลาดหลังการจำหน่ายจะมีการดำเนินการต่อเนื่อง เพื่อให้ศูนย์บริการบรรลุเป้าหมายการลดการใช้พลังงาน

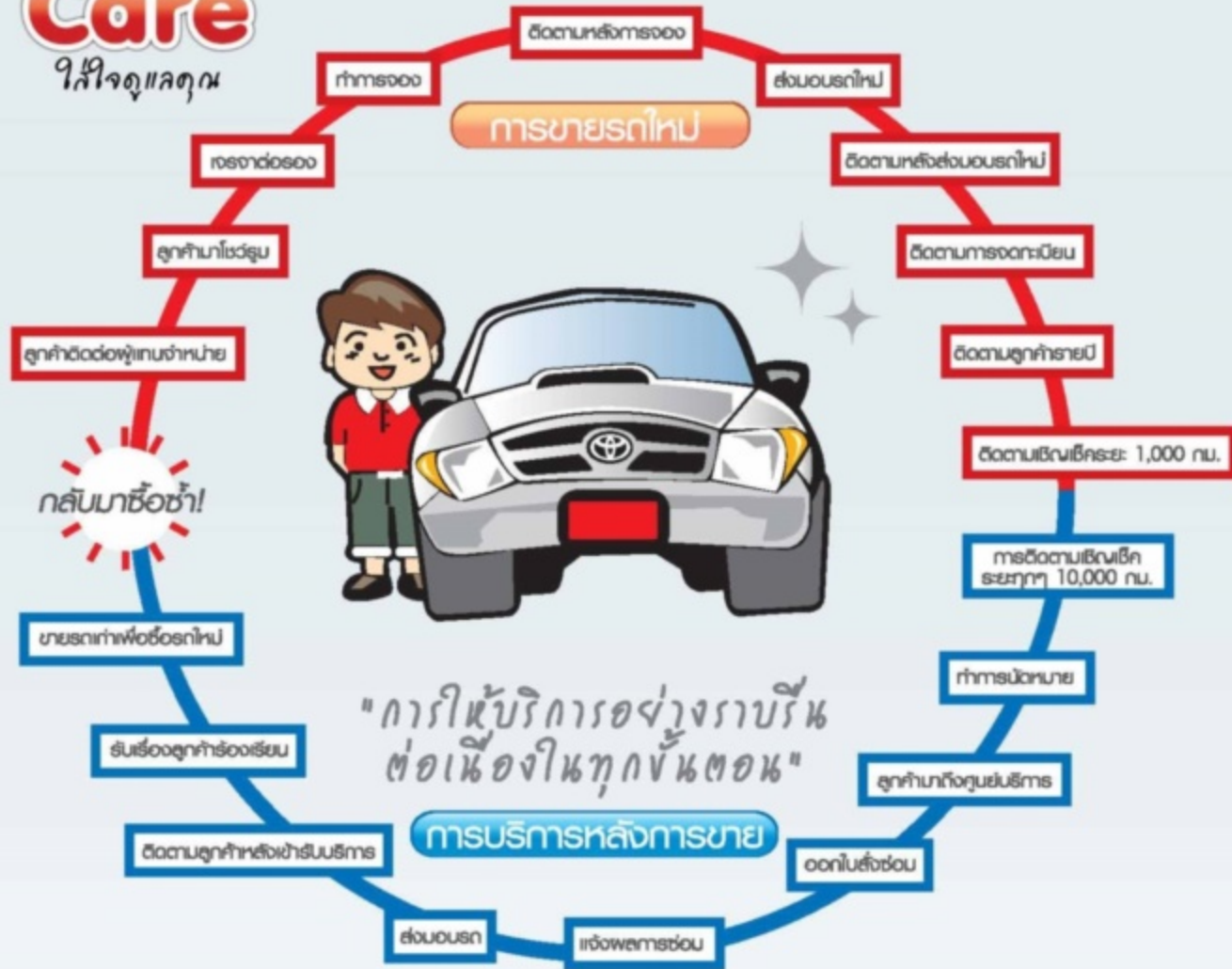


โครงการ TOYOTA CARE คืออะไร

CARE หรือ “Customer Appreciation Response Effort” มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาจุดเชื่อมต่อการทำงานในการให้บริการลูกค้าจากขั้นตอนหนึ่งไปยังอีกขั้นตอนหนึ่ง ทั้งในส่วนของการขายและบริการหลังการขายอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการรักษาลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยจะมุ่งเน้นไปในการพัฒนาหน่วยงานหลักๆ ดังนี้ คือ ขาย, บริการ, ลูกค้าสัมพันธ์ และ Call Center

TOYOTA CARE มีกลไกสำคัญที่ใช้ในการผลักดันโครงการให้ประสบความสำเร็จคือ

1. มีมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ชัดเจน (SOP): กำหนดแนวทางการดำเนินงานอย่างเป็นมาตรฐาน และวางเป้าหมายที่ชัดเจน พร้อมทั้งแต่งตั้งผู้รับผิดชอบแต่ละส่วนงาน
2. ใช้อุปกรณ์ที่ช่วยในการมองเห็นปัญหา (Visualization): ผู้บริหารและพนักงานใช้เครื่องมือที่ช่วยในการมองเห็น สำหรับช่วยเตือนแผนงานปัจจุบัน และเฝ้าระวังกรณีเกิดปัญหาต่าง ๆ
3. การบริหารงานประจำวัน (Daily Management): ผู้บริหาร และหัวหน้างาน มีส่วนร่วมในการตรวจสอบการปฏิบัติงานของพนักงาน พร้อมทั้งติดตามและวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง



บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้เริ่มโครงการโตโยต้าแคร์ (TOYOTA CARE project) ครั้งแรกในปี 2551 ภายใต้การดำเนินงานของฝ่ายพัฒนาลูกค้าสัมพันธ์ และส่งเสริมกิจกรรมโคเซ็น ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ฝ่ายการตลาดหลังการขาย ฝ่ายสำนักงาน ส่งเสริมความพึงพอใจลูกค้า ฝ่ายเขตการขาย และฝ่ายปฏิบัติการการบริการหลังการขาย

โตโยต้าเพชรบุรีเป็นผู้แทนจำหน่ายนำร่องแห่งแรกที่ริเริ่มโครงการ TOYOTA CARE ในเดือน มกราคม 2551

ตามมาด้วยโตโยต้าฉะเชิงเทรา เมื่อกลางปี 2551 และล่าสุดคือ โตโยต้าสุพรรณภูมิ เมื่อต้นปี 2552 ก่อนที่จะเริ่มขยายโครงการไปยังผู้แทนจำหน่ายทั่วประเทศตั้งแต่มกราคม 2552 คาดว่าจะครบทุกผู้แทนจำหน่ายทั่วประเทศในต้นปี 2554

ประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ

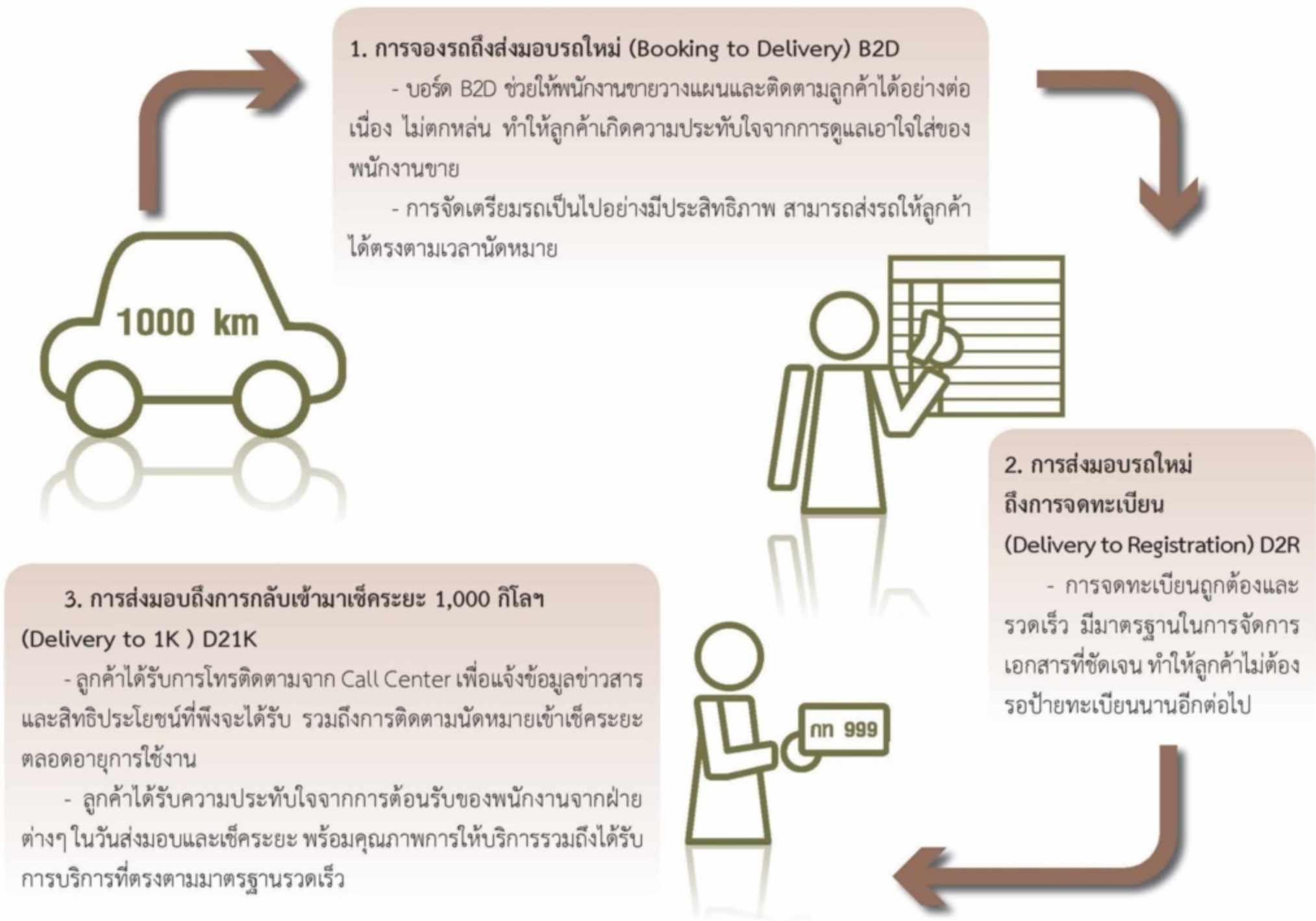
ลูกค้าจะได้รับความประทับใจและประสบการณ์จากการบริการอย่างมืออาชีพ เป็นกันเอง อบอุ่น เปรียบเสมือนญาติพี่น้อง และได้รับการดูแลตั้งแต่ก้าวแรกที่เข้ามาถึงผู้แทนจำหน่ายโตโยต้า โดยการประสานงานกันระหว่าง ฝ่ายขาย ฝ่ายบริการ และฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ ทำให้การบริการเป็นไปอย่างราบรื่น ตรงตามมาตรฐานและรวดเร็ว สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าเมื่อเข้ามาใช้บริการ หรือมีการส่งมอบงานของลูกค้าจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุด

e-toyotaclub “Toyota Community Network”

ศูนย์กลางชุมชนออนไลน์เพื่อคนรักรถโตโยต้าที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ที่เชื่อมโยงทุกบทความ สารความรู้ เทคนิคมากมายจากทั่วทุกชุมชนรถโตโยต้า พร้อมติดตามความเคลื่อนไหวของเว็บไซต์กลุ่มผู้ใช้รถโตโยต้าได้ในที่นี้ทีเดียว สมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิกวันนี้เพื่อกิจกรรมดีๆ และสิทธิประโยชน์มากมายที่

<http://www.e-toyotaclub.com>

ซึ่งขั้นตอนในการให้บริการจะเป็นไปตามมาตรฐานของโครงการ TOYOTA CARE ทำให้ลูกค้าวางใจได้ว่า การบริการจะเป็นที่น่าพอใจและมีมาตรฐานเดียวกันในทุกๆ ผู้แทนจำหน่าย โดยโครงการ TOYOTA CARE มีการกำหนดมาตรฐานการทำงานที่ชัดเจนไว้ ดังนี้ :-



โครงการ TOYOTA CARE กับการพัฒนาที่ยั่งยืน

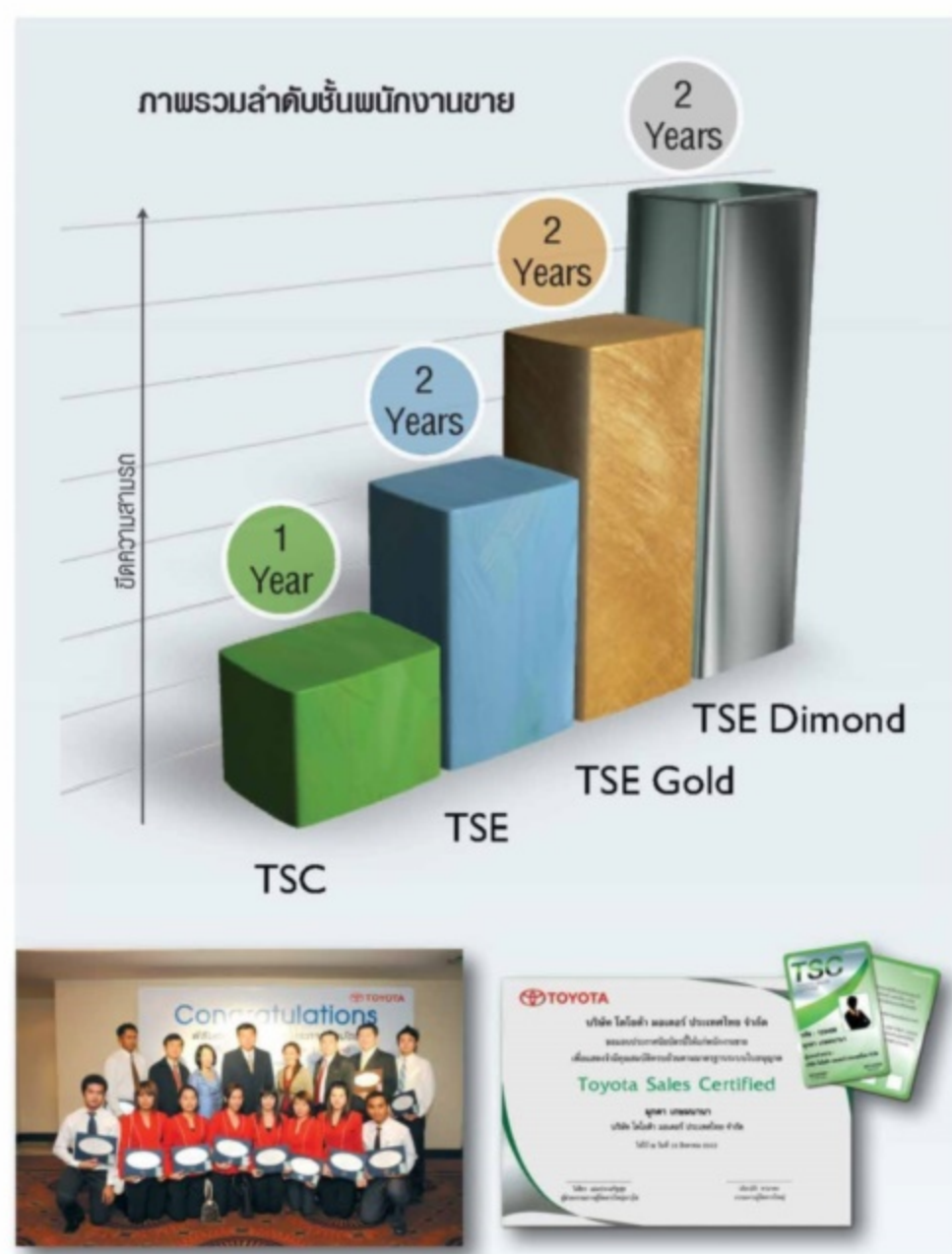
บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มี Toyota Way หรือวิถีแห่งโตโยต้า เพื่อใช้เป็นปรัชญาการทำงานร่วมกันขององค์กร ซึ่ง Toyota Way แบ่งได้เป็น 2 เสาหลักคือ “การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง” (Continuous Improvement) และ “การยอมรับนับถือซึ่งกันและกัน” (Respect for people) โดยหลักการเหล่านี้ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานได้ เช่น การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องในสายงานการตลาด จะเป็นเรื่องของการปรับปรุงการบริการทั้งด้านการขายและการบริการหลังการขาย ให้นำมาพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาคน หรือกระบวนการปฏิบัติงานต่างๆ ของผู้แทนจำหน่ายของโตโยต้า

โครงการ TOYOTA CARE มุ่งเน้นการพัฒนาการทำงานด้านการบริการ

ลูกค้าที่ผู้แทนจำหน่าย ทั้งในส่วนของการขาย ลูกค้าสัมพันธ์ และบริการหลังการขาย ตามหลักสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เมื่อลูกค้าได้รับประสบการณ์และความประทับใจจากการบริการที่ผู้แทนจำหน่าย จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นและผูกพันต่อสินค้าและบริการของเรา อันจะส่งผลให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำและใช้บริการที่ผู้แทนจำหน่ายซ้ำอีกในอนาคต รวมถึงบอกต่อถึงความประทับใจที่มีต่อโตโยต้าแก่บุคคลอื่น อันเป็นผลประโยชน์ต่อบริษัทในระยะยาว กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ “โครงการ TOYOTA CARE ดำเนินการภายใต้วิถีแห่งโตโยต้า เพื่อพัฒนาการบริการที่ผู้แทนจำหน่าย สู่ความยั่งยืนของบริษัท” นั่นเอง

ระบบใบอนุญาตขาย (Sales License) และ ศูนย์พัฒนาการบริหารงานขายโตโยต้า (Toyota Sales Management Development Center)

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านขายของผู้แทนจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับมาตรฐานในการทำงาน รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างความพึงพอใจตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความซับซ้อน และหลากหลายมากขึ้นในอนาคต บริษัทฯ จึงได้นำ “ระบบใบอนุญาตขาย” หรือ “Sales License” มาใช้ ซึ่งระบบใบอนุญาตขายจะนำมาซึ่งระบบการจัดการบุคลากรขายที่ดี บุคลากรขายทุกระดับมีความเป็นมืออาชีพ และมีมาตรฐานการปฏิบัติงานเดียวกันทั่วประเทศ ซึ่งนอกจากจะเป็นการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าแล้ว ยังเป็นการรักษารฐานลูกค้าให้อยู่กับโตโยต้าอย่างถาวร เพื่อการกลับมาซื้อซ้ำ รวมทั้งเพิ่มโอกาสในการขยายกลุ่มฐานลูกค้าใหม่ได้ในอนาคตด้วยนโยบายเชิงรุกอีกด้วย



ระบบใบอนุญาตขายที่บริษัทฯ นำมาประยุกต์ใช้ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. ระบบใบอนุญาตผู้ฝึกสอน หรือ TEST (Toyota Exclusive Sales Trainer) คือ ใบอนุญาตสำหรับผู้ฝึกสอนของผู้แทนจำหน่าย ที่มีความรู้ความสามารถในการจัดอบรมภายใน (In-House Training) ให้กับพนักงานขาย มีทักษะในการถ่ายทอดข้อมูลต่างๆ และสามารถกำหนดกลยุทธ์ในการสอน เพื่อพัฒนาความรู้ และทักษะต่างๆ ให้กับพนักงานขายได้เป็นอย่างดี

2. ระบบใบอนุญาตพนักงานขาย ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ระดับ ดังนี้

2.1 Toyota Sales Certified หรือ TSC คือ ใบอนุญาตพนักงานขายขั้นต้น ที่มีคุณสมบัติ และผ่านการประเมินว่า มีความสามารถในการปฏิบัติงานขายได้อย่างมีประสิทธิภาพตามมาตรฐานของบริษัทฯ

2.2 Toyota Sales Executive หรือ TSE คือ ใบอนุญาตสำหรับพนักงานขายมืออาชีพ ที่เพียบพร้อมไปด้วยทักษะการขาย มีความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด และสามารถให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี

2.3 Toyota Sales Executive Gold หรือ TSE Gold คือ ใบอนุญาตสำหรับพนักงานขายที่มีเป้าหมายในการพัฒนาให้มีภาวะผู้นำ หรือเป็นหัวหน้าทีมขายในอนาคต สามารถวางแผนการขาย และแนะนำให้คำปรึกษาสมาชิกในทีมได้เป็นอย่างดี

2.4 Toyota Sales Executive Diamond หรือ TSE Diamond คือ ใบอนุญาตสำหรับพนักงานขายที่มีเป้าหมายในการพัฒนาให้มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการทีมขาย มีความรอบรู้ และกำหนดนโยบาย ตลอดจนบริหารจัดการโซลูมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากการพัฒนาระบบใบอนุญาตขายแล้ว บริษัทฯ ยังได้ต่อยอดแนวคิดในการพัฒนาบุคลากรมืออาชีพในการให้บริการลูกค้า โดยดำเนินการสร้าง “ศูนย์พัฒนาการบริหารงานขายโตโยต้า” หรือ Toyota Sales Management Development Center ขึ้น เพื่อสร้างมาตรฐานในการเรียนรู้แบบ Genchi Genbutsu โดยเน้นที่การปฏิบัติหน้างานจริง มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และแนวคิด ซึ่งจะก่อให้เกิดการเรียนรู้ในลักษณะการพัฒนาขีดความสามารถด้านการจัดการภายใต้การฝึกปฏิบัติในสภาพแวดล้อมเสมือนจริง โดยเน้นหลักวงจรบริหาร P-D-C-A (Plan – Do – Check – Action), การปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement), การควบคุมการบริหารกระบวนการขาย (Visualize Management) ซึ่งนับเป็นครั้งแรกของโตโยต้า และธุรกิจรถยนต์ในประเทศไทยที่พัฒนารูปแบบการฝึกอบรมภายใต้กรอบการทำงาน “การบริหารงานประจำวัน” (Daily Management) ซึ่งจะเป็นการสร้างมาตรฐานใหม่ตามหลักของ “Toyota Way” เพื่อให้บุคลากรของเราทุกคนมีศักยภาพในการให้บริการที่เป็นเลิศ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าในทุกกระบวนการ



ดัชนีความพึงพอใจของพนักงาน



บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้ให้ความสำคัญกับความสุขในการทำงานของพนักงาน เนื่องจากพนักงานเป็นหนึ่งในทรัพยากรที่มีคุณค่าของบริษัทฯ เป็นฟันเฟืองที่ช่วยผลักดันให้บริษัทฯ ก้าวไปข้างหน้าและประสบความสำเร็จในการเป็นบริษัทรถยนต์อันดับหนึ่งของประเทศไทย

จากการที่พนักงานใช้เวลาอย่างน้อย 1 ใน 3 ของแต่ละวันในที่ทำงาน บริษัทฯ จึงมีกิจกรรมมากมายเพื่อให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีความสุข โดยตัวอย่างกิจกรรมที่บริษัทฯ จัดให้พนักงาน เช่น การจัดงานวันครอบครัว โตโยต้า เพื่อให้พนักงานได้มีโอกาสพักผ่อนและใช้เวลาร่วมกับครอบครัวของตน มีการจัดงานวันเกิดให้พนักงาน เพื่อสนับสนุนให้เกิดความสัมพันธ์กันภายในฝ่าย กิจกรรม Sawasdee from Top ที่ส่งเสริมการสื่อสารและสร้างเสริมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่กับผู้บริหารในสายงาน และ Sawasdee My Team ที่ส่งเสริมการสื่อสารและความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารในฝ่ายกับลูกน้องของตน นอกจากกิจกรรมที่ทางบริษัทฯ จัดเองแล้ว บริษัทฯ ยังสนับสนุนการตั้งชมรม เพื่อให้พนักงานที่มีความสนใจเหมือนกัน ได้รวมกลุ่มทำกิจกรรมร่วมกัน และการสร้างความสัมพันธ์ข้ามหน่วยงานด้วย โดยในปัจจุบัน บริษัทฯ มีชมรมอยู่ทั้งหมด 21 ชมรม อาทิ ชมรมถ่ายภาพ ชมรมวิทยุสมัครเล่น ชมรมชาวพุทธ ชมรมกีฬาต่างๆ เป็นต้น

นอกจากกิจกรรมต่างๆ แล้ว บริษัทฯ ยังมีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน หรือมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้พนักงาน เช่น มีสนามกีฬาและฟิตเนสให้พนักงานออกกำลังกาย มีการปรับปรุงและตรวจสอบคุณภาพอาหารของพนักงาน การปรับปรุงเพิ่มรั้วและหลังคาบริเวณทางเดิน เพื่อความปลอดภัยของพนักงาน และยังมีการสอบถามถึงปัญหาของพนักงานในกิจกรรม Workplace Visit เพื่อที่บริษัทฯ จะได้นำไปแก้ไขปัญหาค่ะ

จากกิจกรรมต่างๆ ที่บริษัทฯ ได้จัดให้กับพนักงานนั้น บริษัทฯ ได้ทำการสำรวจ (Employee Engagement Survey) เพื่อวัดความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร เนื่องจากบริษัทฯ เชื่อว่า พนักงานที่ผูกพันกับบริษัทฯ จะยังอยู่กับบริษัทฯ และทุ่มเททั้งร่างกายและแรงใจให้กับบริษัทฯ ในปีที่ผ่านมา (2552) บริษัทฯ ทำการสำรวจย่อยที่เรียกว่า Pulse Check Survey โดยทำกับพนักงานทุกคน ทั้งพนักงานประจำ และพนักงานรับจ้างเหมาช่วง โดยผลออกมาบริษัทฯ ได้คะแนนในภาพรวมอยู่ที่ 60% จัดอยู่ในโซนผู้ประกอบการที่ดี (Best Employer Zone) และในปีหน้าทางบริษัทฯ จะทำการสำรวจครั้งใหญ่ โดยการจ้างบริษัทที่ปรึกษามาทำการสำรวจ และจะมีการวัด Toyota Global Morale Survey ซึ่งบริษัทโตโยต้าทั่วโลกจะเข้าร่วมการสำรวจ เพื่อวัดการนำวิถีของโตโยต้าไปใช้กับการบริหารงานบุคคล และหลังจากที่บริษัทฯ ได้รับทราบผลการสำรวจแล้ว ทางบริษัทฯ จะนำผลมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานด้านต่างๆ เพื่อให้พนักงานมีความสุขในการทำงานต่อไป

กิจกรรมต่างๆ ที่ผ่านมา



กิจกรรมชมรม



กิจกรรม Happy Birthday

สบายดี : ส่งเสริมสุขภาพ



กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ

Sawasdee



กิจกรรม Sawasdee From Top



กิจกรรม Sawasdee My Team



กิจกรรมส่งเสริมจริยธรรม

นโยบายส่งเสริมจริยธรรมของบริษัทฯ ได้รับการผลักดันให้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยคาดหวังว่านโยบายนี้ จะสามารถบรรลุวิสัยทัศน์นำองค์กรให้เป็นที่ยอมรับและยกย่องที่สุดของสังคมไทย ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ประสบความสำเร็จได้ ก็ด้วยการกำหนดแผนปฏิบัติงานอย่างเป็นรูปธรรม การสร้างองค์ความรู้ด้วยการศึกษา ค้นคว้า วิจัย และเผยแพร่องค์ความรู้ให้แก่พนักงานได้ทราบ เข้าใจ และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้องโดยทั่วถึงกัน

การกำหนดแผนงานและบูรณาการนโยบายจริยธรรม

สำนักงานตรวจสอบภายในและส่งเสริมจริยธรรม ได้จัดทำแผนงานส่งเสริมจริยธรรม มุ่งเน้นการเสริมสร้าง และปลูกฝังจิตสำนึกให้พนักงานยึดมั่นในการปฏิบัติตนและปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรม สร้างกิจกรรมส่งเสริมจริยธรรมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งกำหนดเป้าหมายและดัชนีชี้วัด ผลสำเร็จของกิจกรรมต่าง ๆ ในรอบปี ให้สามารถ นำผลมาวิเคราะห์ปัญหา และกำหนดแนวทางการแก้ไขปัญหาและทิศทางการพัฒนาต่อไป

การศึกษา วิจัย และสร้างองค์ความรู้

การศึกษา วิจัย และสร้างองค์ความรู้ในงานส่งเสริมจริยธรรม ใช้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในองค์กรมาเป็นกรณีศึกษา วิเคราะห์ถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุของปัญหาและกำหนดแนวทางในการแก้ไขปรับปรุง ซึ่งได้ช่วยให้บริษัทฯ สามารถพัฒนา “จรรยาบรรณโตโยต้า” ได้อย่างสอดคล้องกับวัฒนธรรมขององค์กรและเป็นที่ยอมรับของพนักงาน

การเผยแพร่องค์ความรู้ สื่อจริยธรรมและการสื่อสาร

องค์ความรู้ที่ได้รับจากการศึกษา วิจัย จะถูกเผยแพร่ไปยังพนักงานอย่างทั่วถึง โดยมุ่งหวังให้พนักงานได้รับทราบและเข้าใจ เพื่อนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ

1. สารจริยธรรม (Ethics News) เป็นสารที่ใช้เผยแพร่ กิจกรรมส่งเสริมจริยธรรมและสื่อเรื่องราวเกี่ยวกับจริยธรรม เพื่อให้ข้อคิดกับพนักงานได้ศึกษาทบทวนว่า สิ่งใดควรปฏิบัติและสิ่งใดควรละเว้นการปฏิบัติ ที่สอดคล้องกับหลักจริยธรรมขององค์กร

2. สนทนาจริยธรรม (Ethics Talk) เป็นกิจกรรมการสื่อสารแบบ 2 ทาง (two way communication) เปิดโอกาสให้พนักงานทุกระดับชั้นได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมส่งเสริมจริยธรรม ร่วมแสดงความคิดเห็น ตั้งข้อซักถามและให้คำแนะนำกับองค์กรในการที่จะผลักดันองค์กรให้ได้รับการยอมรับและยกย่องว่าเป็นองค์กรที่มีจริยธรรม มีธรรมาภิบาล

3. นิทรรศการส่งเสริมจริยธรรม (Ethics Week Campaign) กิจกรรมรูปแบบการสร้างจิตสำนึกในการทำงานอย่างมีจริยธรรม ด้วยการจัดแสดงนิทรรศการเผยแพร่ความรู้ด้านจริยธรรม ไปยังสถานที่ทำงานต่าง ๆ ของพนักงาน

4. การบรรยายธรรม (Ethics Lecture) เป็นกิจกรรมที่จัดให้มีการบรรยายธรรมโดยพระภิกษุสงฆ์ให้แก่พนักงานผู้สนใจเข้ารับฟัง ในหัวข้อซึ่งเป็นประโยชน์ต่อพนักงานในการปฏิบัติตนและปฏิบัติงาน



สนทนาจริยธรรม (Ethics Talk)



นิทรรศการส่งเสริมจริยธรรม
(Ethics Week Campaign)



การบรรยายธรรม
(Ethics Lecture)

การอบรม การให้คำปรึกษาและแนะนำ

กรอบนโยบายในงานส่งเสริมจริยธรรมเป็นนโยบายเชิงป้องกันไม่ให้เกิดการฝ่าฝืนจริยธรรมองค์กร ดังนั้นการอบรม การให้คำปรึกษาแนะนำแก่พนักงานจึงเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งยวด

1. การอบรมจริยธรรม (Ethics for New Comers Orientation) หลักสูตรการอบรมจรรยาบรรณโตโยต้า ถูกบรรจุเข้าไว้ในการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ เพื่อให้พนักงานใหม่ทุกคนได้รับการอบรมให้สามารถปฏิบัติตนและปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องตามกรอบจริยธรรมองค์กร นับแต่วันเริ่มต้นทำงานกับองค์กร

2. คลินิกจริยธรรม (Ethics Clinic) การมีพนักงานเป็นจำนวนมากและปฏิบัติงานในสภาพแวดล้อมการทำงานที่แตกต่างและหลากหลาย พนักงานบางส่วนอาจประสบปัญหาด้านจริยธรรมในการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่ปฏิบัติไปแล้วหรือกำลังคิดจะปฏิบัติอยู่ก็ตาม พนักงานสามารถติดต่อคลินิกจริยธรรมเพื่อขอคำแนะนำในการปฏิบัติจากสำนักงานตรวจสอบภายในและส่งเสริมจริยธรรมได้

การแสวงหาข้อมูลย้อนกลับจากพนักงาน

พนักงานเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดกับงานอยู่กับเหตุการณ์ต่างๆ พนักงานจึงเป็นแหล่งข้อมูลย้อนกลับที่ดีที่สุด การได้รับความร่วมมือจากพนักงานในการให้ข้อมูลย้อนกลับต่างๆ จะช่วยให้กิจกรรมการส่งเสริมจริยธรรมสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1. สายด่วนจริยธรรม (Whistle Blowing System) คือช่องทางการสื่อสารที่บริษัทฯ ได้เปิดให้พนักงานรายงานการพบเห็นการฝ่าฝืนจริยธรรมองค์กรหรือสงสัยว่าจะมีการฝ่าฝืนจริยธรรมองค์กร เพื่อให้บริษัทฯ ได้ทราบและตรวจสอบข้อเท็จจริงเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหา

2. การสำรวจความคิดเห็นพนักงานด้านจริยธรรม (Employee Ethics Survey) การสำรวจความคิดเห็นพนักงานช่วยให้บริษัทฯ สามารถทราบถึงสถานภาพที่แท้จริงขององค์กรว่าพนักงานส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจถึงการปฏิบัติตนปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรมมากน้อยแค่ไหน เพื่อจะได้มุ่งเน้นการส่งเสริมได้อย่างถูกต้อง

การได้จัดกิจกรรมส่งเสริมจริยธรรมในรูปแบบต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องและเข้าถึงพนักงานทุกระดับชั้นขององค์กรสามารถเป็นหลักประกันได้ว่าพนักงานทุกคนขององค์กรได้รับรู้ เข้าใจและพร้อมใจที่จะร่วมกันปฏิบัติตัวและปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรม นำองค์กรให้เป็นที่ยอมรับและน่ายกย่องที่สุด สอดคล้องกับคำขวัญที่ว่า

“โตโยต้าก้าวไกล ทำงานโปร่งใส ใส่ใจจริยธรรม”

ตัวอย่างผลการสำรวจจริยธรรมพนักงาน	พ.ย. 51	ก.ย. 52	เป้าหมาย
1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	53%	81%	80%
2. พนักงานรู้จักสำนักงานส่งเสริมจริยธรรม	27%	52%	70%
3. พนักงานรู้จักระบบสายด่วนจริยธรรม	47%	53%	70%
4. พนักงานเข้าใจจรรยาบรรณโตโยต้า	N/A	64%	70%
5. พนักงานให้ความเชื่อมั่นระบบสายด่วนจริยธรรม	39%	46%	70%
6. พนักงานรายงานการฝ่าฝืนจริยธรรมต่อผู้บริหาร	33%	30%	70%



การอบรมจริยธรรม (Ethics for New Comers Orientation)



สารจริยธรรม (Ethics News)

สถาบันโตโยต้า

การพัฒนาทรัพยากรบุคคลในรอบปีงบประมาณที่ผ่านมา (เมษายน 2552 – มีนาคม 2553) บริษัทฯ ได้ดำเนินการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถหลัก (Core Competency) ของพนักงานให้สูงขึ้น และสามารถนำหลักการของวิถีโตโยต้า (Toyota Way) มาใช้ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้โดยภาพรวม การพัฒนาทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น 2 หมวด ดังนี้

1. การพัฒนาพนักงานระดับบริหาร และพนักงานสายสำนักงาน
2. การพัฒนาพนักงานสายการผลิต

1. การพัฒนาพนักงานระดับบริหาร และพนักงานสายสำนักงาน

บริษัทฯ ดำเนินการพัฒนาขีดความสามารถหลัก (Core Competency) ของผู้บริหารทุกคน และพนักงานสายสำนักงาน โดยบริษัทฯ จัดให้มีการฝึกอบรมและพัฒนาในหลักสูตรต่างๆ เป็นจำนวนรวมกันถึง 4,000 คน ซึ่งส่วนหนึ่งมีผู้บริหารจากบริษัทในเครือ, ผู้แทนจำหน่าย และผู้ส่งมอบที่สนใจได้เข้าร่วมอบรมด้วย ในรอบปีที่ผ่านมา มีการดำเนินงานที่ได้รับการพัฒนาให้มีประสิทธิผลยิ่งขึ้นในหลายๆ กิจกรรมที่สำคัญ อาทิ

- การปรับปรุงขีดความสามารถหลัก (Core Competency) ของบริษัทฯ ให้สอดคล้องกับขีดความสามารถหลักของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น (TMC) ประเทศญี่ปุ่น เพื่อให้ในระยะยาว พนักงานจะสามารถยกระดับขีดความสามารถไปแข่งขันในระดับสากล ซึ่งจะช่วยให้อาจตอบสนองต่อความจำเป็นทางธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น

- การปรับปรุงระบบการอบรมปฐมนิเทศสำหรับพนักงานใหม่เพื่อให้มีความรู้ในค่านิยมและหลักการดำเนินธุรกิจของโตโยต้า ทั้งในเรื่องของความปลอดภัย คุณภาพในการผลิต และจรรยาบรรณในการทำงาน เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้มีโอกาสเข้าไปเรียนรู้งานด้านการขายและการบริการหลังการขายที่โชว์รูมของผู้แทนจำหน่าย รวมทั้งได้เรียนรู้การปฏิบัติงานในพื้นที่การผลิต เพื่อให้เกิดความเข้าใจในระบบการผลิตแบบโตโยต้า และสร้างมิตรภาพในการทำงานร่วมกันต่อไป รวมระยะเวลาทั้งหมดกว่า 6 สัปดาห์

- การพัฒนาหลักสูตรใหม่สำหรับผู้มีศักยภาพสูง (High Potential) ในระดับผู้จัดการ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเข้าศึกษาในหลักสูตรสำหรับผู้บริหารระดับสูงในอนาคตต่อไป โดยให้ความสำคัญกับเครื่องมือในการบริหารแบบโตโยต้า อีกทั้งได้รับความร่วมมืออย่างดีจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในการเสริมองค์ความรู้ที่จำเป็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร

ไม่เพียงเฉพาะบทบาทการพัฒนาบุคลากรภายในเท่านั้น บริษัทฯ ยังได้จัดโครงการที่ให้ความรู้กับภาคส่วนอื่นๆ ของสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของการศึกษา เช่น โครงการพัฒนาศักยภาพและเตรียมความพร้อมสู่ชีวิตการทำงาน โดยให้ความรู้เกี่ยวกับวิถีโตโยต้า (Toyota Way) ระบบการผลิตแบบโตโยต้า (Toyota Production System) การแก้ไขปัญหาแบบโตโยต้า (Toyota Problem Solving) และการแนะนำการสมัครและสัมภาษณ์งานให้แก่บัณฑิตนักศึกษาที่กำลังจะสำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั้งของรัฐและเอกชน โดยได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนภาครัฐในการเตรียมความพร้อมของบัณฑิตที่กำลังเข้าสู่ตลาดแรงงาน

2. การพัฒนาพนักงานสายการผลิต

การพัฒนาความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานของพนักงานสายการผลิต มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการทำงานอย่างปลอดภัย และผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

การพัฒนาพนักงานในสายการผลิต สามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับ กล่าวคือ

2.1 การพัฒนาความรู้และทักษะการผลิต สำหรับพนักงานระดับปฏิบัติการ (Team Member) ซึ่งเน้นทักษะพื้นฐานในการผลิต (Fundamental Skill) พนักงานจะได้รับการอบรมในด้านทักษะการผลิตขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน เพื่อเรียนรู้และเข้าใจหลักความปลอดภัย และการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน โดยมีผู้ฝึกสอนให้การดูแลอย่างใกล้ชิดและต้องผ่านการทดสอบก่อนการทำงาน และยังคงติดตามผลการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างต่อเนื่อง และเมื่อมีประสบการณ์สูงขึ้น พนักงานจะได้รับการทบทวนความรู้และฝึกทักษะ ตลอดจนฝึกการปฏิบัติงานกับเครื่องจักร โดยไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดและข้อบกพร่องในกระบวนการทำงานของตนเอง



Toyota Academy
Thailand





2.2 การพัฒนาความรู้และทักษะของพนักงานระดับหัวหน้างาน (Controller) ซึ่งจะเน้นการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต (Shop Floor Management) ในด้านความปลอดภัย คุณภาพ การเพิ่มผลผลิต ต้นทุน และการพัฒนาบุคลากร โดยใช้หลักสูตรมาตรฐานที่พนักงานในสายการผลิตของโตโยต้าทั่วโลกใช้ เช่น ระบบการผลิตแบบโตโยต้า บทบาทของหัวหน้างาน การพัฒนาความสัมพันธ์ในงาน การสอนงาน การแก้ไขปัญหา เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีการยกระดับระบบการพัฒนาทักษะการผลิต (Skill Development System – SDS) ให้เป็นในระดับสากลคือ (Global Skill Development System – GSDS) โดยในปี 2552 ที่ผ่านมานี้ ได้เริ่มพัฒนาที่หน่วยงานประกอบรถยนต์เป็นหน่วยแรก (Assembly Shop) โดยมีการพัฒนาพนักงานของบริษัทฯ ให้เป็นวิทยากรในหลักสูตรนี้จำนวน 4 คน ซึ่งได้รับการพัฒนาจากวิทยากรของ TMC เพื่อทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจทักษะทางด้านการผลิตให้เทียบเท่าระดับสากล

สำหรับในเวทีระหว่างประเทศ พนักงานได้รับรางวัลความสำเร็จที่น่าประทับใจในการแข่งขันทักษะด้านการผลิตในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ประจำปี 2552 ซึ่งมีตัวแทนจากบริษัทโตโยต้า 12 แห่งใน 9 ประเทศเข้า

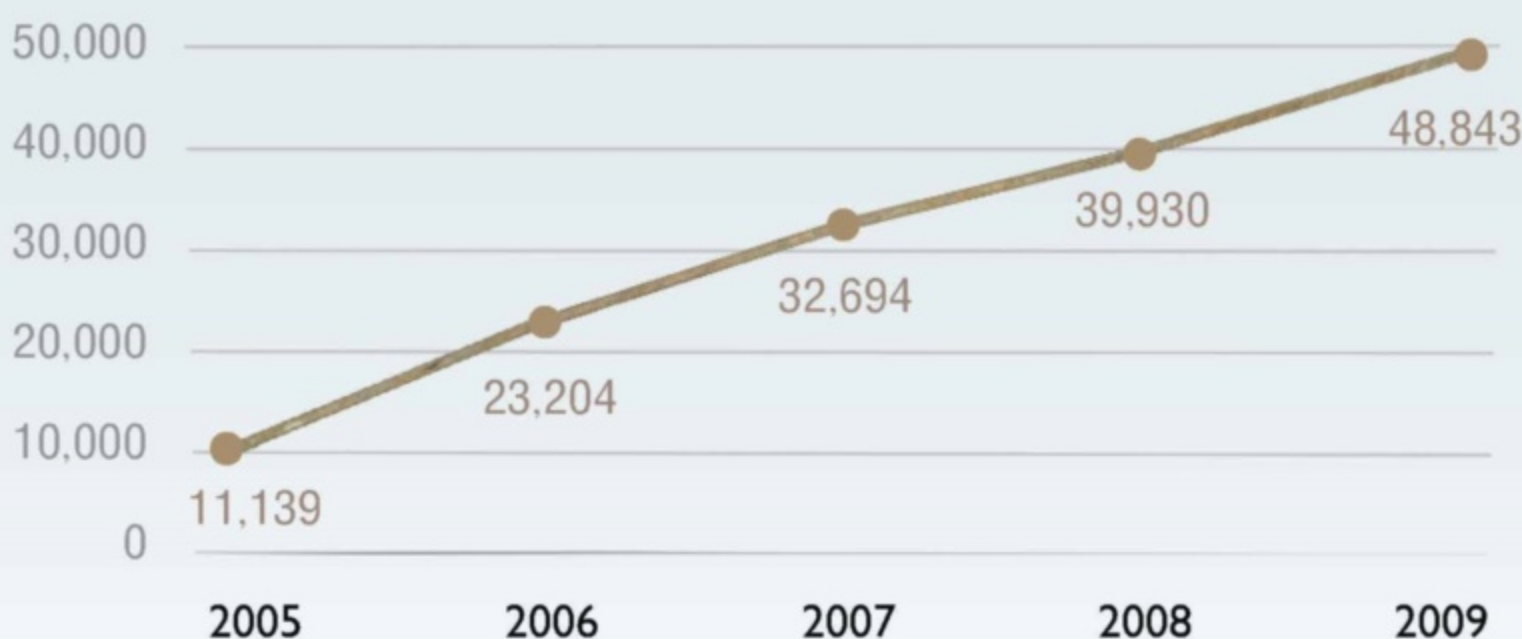
ร่วม โดยมีการแข่งขันทั้งหมด 10 ประเภททักษะ ทั้งในระดับหัวหน้าทีม และพนักงานปฏิบัติการ ซึ่งผลปรากฏว่าบริษัทฯ ได้รางวัลชนะเลิศ 17 จากทั้งหมด 20 รางวัล

และจากนั้นผู้ที่ชนะเลิศในการแข่งขันระดับภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ได้เป็นตัวแทนทีมเอเชียไปแข่งขันกับทีม TMC ซึ่งมีการแข่งขันทั้งหมด 11 ประเภททักษะ ทั้งในระดับหัวหน้าทีมและพนักงานปฏิบัติการ ซึ่งทีมเอเชียได้รับรางวัลชนะเลิศ 2 จาก 22 รางวัล โดยรางวัลชนะเลิศ 2 รางวัลนั้นมาจากตัวแทนของบริษัท 1 คน ซึ่งก็แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ที่จะต้องพยายามพัฒนาและยกระดับทักษะฝีมือของพนักงานให้ทัดเทียมในระดับสากล

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การพัฒนาทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่การก่อตั้งสถาบันโตโยต้า (Toyota Academy Thailand) ในปี 2547 และศูนย์พัฒนาทักษะการผลิตภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก (AP-GPC) ในปี 2548 พนักงานได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในความรู้ที่จำเป็นของโตโยต้าทั่วโลก และความรู้อื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการทำงานที่ปลอดภัย และผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ตลอดจนความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

Accumulated number of Toyota Motor Thailand Trainees (2005-2009)

Persons



ศูนย์การศึกษาและฝึกอบรมโตโยต้า

การพัฒนาบุคลากรของผู้แทนจำหน่ายโตโยต้าด้านการบริการหลังการจำหน่ายให้รอบรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ยานยนต์โตโยต้าสมัยใหม่ เกิดทักษะความเชี่ยวชาญในการให้บริการลูกค้า เพื่อความพึงพอใจสูงสุดและ ประทับใจ เป็นหน้าที่หนึ่งซึ่งศูนย์การศึกษาและฝึกอบรมโตโยต้าได้กระทำมาโดยตลอด ไม่ว่าจะเป็นช่างเทคนิคทั่วไป ช่างซ่อมตัวถังและสีรถยนต์ ผู้บริหารงานบริการ (Service Advisor) เจ้าหน้าที่ด้านอะไหล่ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ ลูกค้าสัมพันธ์ ซึ่งในปีหนึ่งๆ สามารถให้การอบรมแก่บุคลากรของผู้แทนจำหน่ายได้มากถึง 4,200 คน

นอกจากนี้ ศูนย์การศึกษาฯ ยังมีโครงการความร่วมมือทางวิชาการ เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยียานยนต์โตโยต้า ไปสู่ภาคการศึกษาของรัฐ ได้แก่ กระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงแรงงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. โครงการความร่วมมือทางวิชาการด้านเทคโนโลยียานยนต์โตโยต้ากับกระทรวงศึกษาธิการ ผ่านทาง คณะกรรมการการอาชีวศึกษา หรือโครงการ T-TEP (Toyota Technical Education Program) ที่เริ่มมาตั้งแต่ ปี 2533 ในสาขายานยนต์ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อยกระดับการเรียนการสอนด้านอาชีวศึกษา ในสาขาช่างยนต์ ให้สามารถรองรับกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้ และเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษา ก่อนเข้าทำงานยัง สถานประกอบการ ให้มีความรู้พื้นฐานของช่างเทคนิคโตโยต้า ทั้งนี้บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด และบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ประเทศญี่ปุ่น ได้สนับสนุนด้านสื่อการเรียนการสอน ช่างเทคนิค ระดับ 1 คุรุภัณฑ์และอุปกรณ์ทางการศึกษา เช่น ชุดเครื่องยนต์สาธิตการทำงาน รวมทั้งการปรับปรุงโรงฝึกงาน อีกด้วย โครงการ T-TEP แบ่งเป็น 2 สาขา ได้แก่ General T-TEP ซึ่งร่วมกับวิทยาลัยเทคนิครวม 9 แห่ง เน้นเนื้อหาในการซ่อมบำรุงรักษารถยนต์ และ B&P T-TEP ให้ความรู้ในด้านการซ่อมตัวถังและสีรถยนต์ระดับ 1 โดยร่วมกับวิทยาลัยสารพัดช่าง รวม 10 แห่ง

เพื่อเป็นการถ่ายทอดเทคโนโลยีรถยนต์ที่ทันสมัย ศูนย์การศึกษาฯ ได้จัดอบรมครู-อาจารย์ จากสถานศึกษา ต่างๆ ในโครงการ T-TEP และถ่ายทอดความรู้ลงไปสู่นักเรียน นักศึกษา เป็นประจำทุกปีอีกด้วย

2. โครงการความร่วมมือทางวิชาการเพื่อยกระดับมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ (National Skill Standard (NSS) ด้านการบริการรถยนต์ กับกระทรวงแรงงาน ผ่านทางกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ พัฒนาทักษะฝีมือแรงงานให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการและสนับสนุนการพัฒนามาตรฐาน ฝีมือแรงงานแห่งชาติให้เป็นที่ยอมรับของสถานประกอบการในระดับประเทศ และระดับสากล บริษัทฯ ได้ให้การ สนับสนุนสื่อการเรียนการสอน หลักสูตรช่างเทคนิคระดับ 1 และ 2 การจัดอบรมให้แก่ครูฝึกของสถาบันฯ และ มอบอุปกรณ์ทางการศึกษา เช่น เครื่องยนต์สาธิตการทำงานแก่ 12 สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาค

ปัจจุบันกรมพัฒนาฝีมือแรงงานได้จัดตั้งศูนย์อบรมและสถานทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติที่สถาบัน พัฒนาฝีมือแรงงานภาค ในโครงการนำร่องจำนวน 4 แห่ง ได้แก่ สุพรรณบุรี (ภาค 2) อุบลราชธานี (ภาค 7) ลำปาง (ภาค 10) และสงขลา (ภาค 12) และจะขยายไปยังสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาคอื่นๆ ที่เหลืออีก 8 แห่ง ภายใน ปี 2553



General T-TEP

1. วิทยาลัยเทคนิคสมุทรปราการ
2. วิทยาลัยเทคนิคจันทบุรี
3. วิทยาลัยเทคนิคพิษณุโลก
4. วิทยาลัยเทคนิคนครราชสีมา
5. วิทยาลัยเทคนิคสุราษฎร์ธานี
6. วิทยาลัยเทคนิคจุฬารามณ์ (ลาดขวาง)
7. วิทยาลัยเทคนิคขอนแก่น
8. วิทยาลัยเทคนิคเชียงใหม่
9. วิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่

B&P T-TEP

1. วิทยาลัยสารพัดช่างเชียงใหม่
2. วิทยาลัยสารพัดช่างนครราชสีมา
3. วิทยาลัยสารพัดช่างชุมพร
4. วิทยาลัยสารพัดช่างกาฬสินธุ์
5. วิทยาลัยสารพัดช่างอุบลราชธานี
6. วิทยาลัยสารพัดช่างสมุทรปราการ
7. วิทยาลัยสารพัดช่างนครหลวง
8. วิทยาลัยสารพัดช่างชลบุรี
9. วิทยาลัยสารพัดช่างสงขลา
10. วิทยาลัยสารพัดช่างราชบุรี

กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ



อบรม “การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพเพื่อลดเสี่ยง ลดโรค”



อบรม “การปวดกล้ามเนื้อจากการทำงาน”

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญ ของสุขภาพพนักงาน กอปรกับ ทางบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น ประเทศไทย ป็นเอง ก็มีนโยบายด้านสุขภาพที่ชัดเจนในเรื่องของการส่งเสริม นวัตกรรมในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมด้านสุขภาพ โดยเน้น เรื่องของ การ รณรงค์ให้พนักงานเห็นความสำคัญของการควบคุมน้ำหนัก ในปีพ.ศ. 2551 ที่ผ่านมา จึงประสานความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ในสายงานการผลิต ในการจัดทำโครงการ “Smart and Slim” สำหรับเป็นโครงการนำร่อง และเป็นกรณีศึกษา ก่อนที่จะขยายผลไปทั่วทั้งองค์กร

ในปี 2552 ที่ผ่านมาทางบริษัทฯ ได้ขยายผลโครงการไปยัง

สายงานการตลาด (สำนักงานกรุงเทพ) มีพนักงานกลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมโครงการ 59 คน หลังจากเข้าโครงการ 7 เดือน พบว่าผู้เข้าร่วมโครงการน้ำหนักลด ร้อยละ 83 (49 คน) และสมรรถภาพความสมบูรณ์ทางกาย เพิ่มขึ้น ร้อยละ 76 (45 คน)

นอกเหนือจากโครงการ “Smart and Slim” ทางบริษัทยังจัดกิจกรรม ส่งเสริมสุขภาพให้กับพนักงาน อาทิ โครงการ “Health leader training” เป็นกิจกรรมอบรมเพิ่มความรู้เรื่องสุขภาพแก่หัวหน้างาน (GL, TL) เพื่อ นำไปปฏิบัติและเผยแพร่ให้กับผู้ใต้บังคับบัญชา มีหัวหน้างานเข้าร่วมอบรม ทั้งสิ้น 600 คน



เก็บข้อมูล (ชั่งน้ำหนักและวัดรอบเอว)



อบรม “การเลือกรับประทานอาหาร”



อบรม “การออกกำลังกาย”



กิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัย

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ประกอบธุรกิจเป็นไปในลักษณะที่ส่งเสริมความปลอดภัยให้แก่พนักงาน และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยมีความพยายามป้องกัน ตรวจสอบให้พบและขจัดอันตรายอันเป็นสาเหตุของอุบัติเหตุ การบาดเจ็บ เนื่องจากการทำงาน รวมทั้งยังให้ความสำคัญกับความปลอดภัยนอกงานอีกด้วย โดยได้รับความร่วมมืออย่างจริงจังจากพนักงานทุกคน ภายใต้กิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัยที่บริษัทฯ จัดให้มีขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาทิ



1. กิจกรรมค้นหาอันตรายและแก้ไขอันตรายจากพนักงานทุกคน (Completely Check Completely Find out) ประจำปี 2553

หนึ่งในกิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัยของโตโยต้า การค้นหาอันตราย และแก้ไขโดย CCCF นับเป็นกิจกรรมสำคัญที่ดำเนินมาอย่างต่อเนื่อง เป็นประจำทุกปี ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนทุกระดับ ร่วมกันค้นหา ประเมินอันตราย และเสนอแนะแนวทางการแก้ไขในงานและพื้นที่ปฏิบัติงานของตนเอง ซึ่งในเดือนมิถุนายน และเดือนธันวาคม 2552 ที่ผ่านมา ได้มีการทำ CCCF โดยเน้นการตรวจสอบค้นหา และป้องกันอันตรายจากเพลิงไหม้ โดยมีแบบตรวจสอบเบื้องต้น เพื่อเป็นแนวทางให้กับพนักงานและมีการติดตามให้คำแนะนำการทำกิจกรรมอย่างใกล้ชิดจากผู้บริหารระดับสูงของโตโยต้า



การค้นหาอันตราย โดย CCCF

2. กิจกรรมและระบบบริหารจัดการความปลอดภัยตามหลักการ PMR-s*

ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2553 บริษัทฯ ได้พัฒนาและผลักดันให้มีการจัดการเรื่องความปลอดภัยอย่างเป็นระบบมากยิ่งขึ้นเพื่อให้เกิดความปลอดภัยอย่างสูงสุดในการทำงาน (อุบัติเหตุต้องเป็นศูนย์) โดยให้ครอบคลุม 3 ปัจจัย คือ คน (Human) เครื่องจักร (Machine) และสภาพแวดล้อมการทำงาน (Worksite environment)

Safety human

มุ่งเน้นการให้ความรู้เรื่องความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน ส่งเสริมให้เกิดจิตสำนึกความปลอดภัย และพัฒนาการหยั่งรู้อันตรายของพนักงานให้เกิดขึ้น เพื่อลดอุบัติเหตุอันมีสาเหตุเนื่องจากพฤติกรรมของคน

Safety machine

ส่งเสริมให้เกิดความปลอดภัยของเครื่องจักรอุปกรณ์ โดยให้ความรู้กับพนักงานในเรื่องกฎ ข้อปฏิบัติ การสังเกตสิ่งผิดปกติ และการควบคุมดูแลเครื่องจักรอุปกรณ์โดยเฉพาะอุปกรณ์ความปลอดภัยที่มากับเครื่อง ว่าอยู่ในสภาพดีพร้อมใช้งานหรือไม่ โดยจัดให้มีการตรวจสอบเป็นรายวัน เพื่อให้พนักงานมั่นใจว่าทำงานด้วยความปลอดภัยกับเครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ รวมถึงเมื่อมีการติดตั้งเครื่องจักร อุปกรณ์ใหม่ หรือดัดแปลงเครื่องจักรเพื่อลดอุบัติเหตุ อันมีสาเหตุเนื่องจากสภาพของเครื่องจักรและอุปกรณ์ไม่ปลอดภัย



กิจกรรมหยุด - ชี้นิ้ว ก่อนข้ามถนน



การตรวจสอบความปลอดภัยของเครื่องจักร

หมายเหตุ PMR-s - Plant Management Requirement system



Safety worksite environment

มุ่งเน้นที่จะค้นหาและระบุอันตรายทั้งหมดที่อยู่ในพื้นที่การทำงานของพนักงาน เพื่อทำการแก้ไขปรับปรุงเพื่อขจัดอันตรายทั้งที่มองเห็นและแฝงอยู่โดยใช้การบริหารจัดการ ซึ่งพนักงานและหัวหน้างานมีส่วนร่วมในการค้นหา ตรวจสอบ แก้ไขและผู้บริหารควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิดเป็นประจำทุกวัน ผ่าน Stop 6 Hazard control map และ Fire Hazard control map ซึ่งเป็นบอร์ดที่ใช้แสดงสถานะอันตรายเพื่อควบคุมและลดความเสี่ยงอันมีสาเหตุเนื่องจากสภาพแวดล้อมการทำงานที่ไม่ปลอดภัย



การติดตามความคืบหน้าและให้คำแนะนำโดยผู้บริหาร

3. กิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัยและป้องกันอุบัติเหตุจากการจราจรบนถนน

นอกเหนือไปจากความปลอดภัยในการปฏิบัติงานแล้ว โตโยต้ายังให้ความสำคัญกับความปลอดภัยบนถนนเพื่อที่จะลดการเกิดอุบัติเหตุทางจราจรของพนักงาน ซึ่งปีที่ผ่านมาได้จัดให้มีกิจกรรมรณรงค์ต่างๆ ได้แก่ การจัดอบรมขับขี่ปลอดภัยทั้งรถยนต์และรถจักรยานยนต์ให้กับพนักงาน โดยหวังที่จะเพิ่มทักษะการขับขี่อย่างปลอดภัยไม่ก่อให้เกิดอุบัติเหตุ นอกจากนี้ในส่วนรถยนต์สำนักงานได้มีการสร้างระบบติดตามการขับขี่ของพนักงาน โดยการติด GPS ในรถสำนักงานทุกคัน เพื่อรายงานและติดตามพฤติกรรมการขับขี่ของพนักงาน รวมถึงทดสอบสมรรถภาพของผู้ขับขี่โดยการตรวจวัดระดับแอลกอฮอล์และวัดความดันโลหิตให้กับพนักงานก่อนที่จะขับรถสำนักงานในส่วนของการรับ-ส่งพนักงาน ได้มีกิจกรรมการตรวจสอบสภาพรถรับ-ส่งพนักงานปีละ 2 ครั้ง อีกทั้งยังมีการรณรงค์การขับขี่ปลอดภัยในช่วงวันหยุดเทศกาลปีใหม่และวันหยุดช่วงสงกรานต์โดยจัดกิจกรรมเพื่อให้พนักงานทุกคนได้มีส่วนร่วม

จากกิจกรรมต่างๆ นี้ สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จจากตัวเลขอุบัติเหตุทางจราจรที่ลดลงในหลายปีที่ผ่านมา นอกจากนี้เราได้มีการวางแผนการลดอุบัติเหตุทางจราจรอย่างเป็นระบบมากขึ้นในปีถัดไป โดยให้พนักงานมีส่วนร่วมในการค้นหาจุดอันตรายที่อาจเกิดอุบัติเหตุจากจราจรด้วยตนเอง และทำแผนผังเส้นทางการเดินทางและจุดเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ เพื่อให้พนักงานทุกคนทราบและยังมีตัวอย่างการสร้างจิตสำนึกจากกิจกรรมเปิดไฟใส่หมวกและตรวจเช็คสภาพรถจักรยานยนต์ด้วยตนเอง ทั้งนี้เพื่อให้พนักงานของเราตระหนักถึงอุบัติเหตุที่อาจจะเกิดขึ้นบนท้องถนน การปฏิบัติตามกฎจราจรอย่างเคร่งครัดเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนอันจะเกิดกับพนักงานของเราทุกคน



ตรวจแอลกอฮอล์ก่อนการขับขี่และตรวจวัดความดันเลือด



ระบบติดตามการขับขี่โดยใช้ GPS



การจัดอบรมขับขี่ปลอดภัยรถยนต์และรถจักรยานยนต์ให้กับพนักงาน



กิจกรรมรณรงค์ขับขี่ปลอดภัยในช่วงวันหยุดเทศกาล



การตรวจสอบความปลอดภัยรถรับส่งพนักงาน

โครงการรวมจิตอาสา 50,000 ต้นกล้า ปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ ปีที่ 6



กิจกรรม “รวมจิตอาสา 50,000 ต้นกล้า ปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ ปีที่ 6” เป็นการร่วมมือระหว่าง บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด และ องค์การกองทุนสัตว์ป่าโลกสากล สำนักงานประเทศไทย (WWF-Thailand) ซึ่งจัดขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 โดยกิจกรรมในปีนี้ได้เกิดขึ้นจากความร่วมมือกันระหว่างหลายหน่วยงาน ได้แก่ พนักงานโตโยต้า บริษัทในเครือ ผู้แทนจำหน่าย สื่อมวลชน นักเรียน และประชาชนทั่วไป จำนวนกว่า 2,500 คน ที่ร่วมแรงร่วมใจเป็นอาสาสมัครในการปลูกต้นกล้าในป่าชายเลนกว่า 50,000 ต้น ในวันที่ 6 มีนาคม พ.ศ. 2553 เพื่อเป็นการเฉลิมพระเกียรติถวายแด่องค์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ตามแนวพระราชดำริ และเป็นการสนองพระราชเสาวนีย์ สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ในเรื่องการอนุรักษ์ป่าและสิ่งแวดล้อม

โดยในงานนี้ได้มีพิธีลงนามความร่วมมือสนับสนุนงบประมาณจำนวน

12 ล้านบาท ในการดำเนินงาน ณ ศูนย์การศึกษาธรรมชาติกองทัพบก (บางปู) ต่อเนื่องอีก 5 ปี (พ.ศ. 2553-2557) ระหว่าง บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด และองค์การกองทุนสัตว์ป่าโลกสากล (WWF) สำนักงานประเทศไทย โดยมีกองทัพบกเป็นพยานในการลงนาม ซึ่งเป็นการสนับสนุนงบประมาณต่อเนื่องภายหลังจากสัญญาการให้การสนับสนุนงบประมาณมูลค่า 9 ล้านบาทได้สิ้นสุดลงไปในปี 2552 ที่ผ่านมา

จากการปลูกป่าชายเลนโดยครอบครัวโตโยต้า และประชาชนที่สนใจต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 6 ปี ทำให้ปัจจุบันนี้ มีต้นไม้ป่าชายเลนที่ร่วมกันปลูกขึ้นมากกว่า 120,000 ต้น โดยสามารถลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้เป็นจำนวน 8 Kg CO₂/ต้น/ปี ซึ่งเป็นการอนุรักษ์และฟื้นฟูสภาพป่าชายเลนปากแม่น้ำผืนสุดท้าย เพื่อคืนความสมดุลให้แก่ธรรมชาติ รวมถึงกระตุ้นจิตสำนึกในการอนุรักษ์ธรรมชาติให้มีความยั่งยืนต่อไป



โตโยต้า เข้าร่วมนำเสนอผลงานในการประชุม Side event The 10th Conference of the Parties (COP10) ในหัวข้อ “TMT Business, Communities and Biodiversity”



UNITED NATIONS
UNIVERSITY



Convention on
Biological Diversity



บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้รับเชิญจากมหาวิทยาลัย United Nations เข้าร่วมในการนำเสนอผลงาน ในการประชุม สหประชาชาติว่าด้วยความหลากหลายทางชีวภาพ ครั้งที่ 10 หรือ COP10 ในหัวข้อ “TMT Business ,Communities and Biodiversity” เมื่อวันที่ 23 ตุลาคม 2553 ที่ผ่านมา ที่เมืองนาโกย่า ประเทศญี่ปุ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่กิจกรรมการอนุรักษ์และส่งเสริมระบบนิเวศน์ วิทยา และความหลากหลายทางชีวภาพของบริษัทต่อสังคม

การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยความหลากหลายทางชีวภาพ ครั้งที่ 10 หรือ COP10 เป็นการประชุมระดับนานาชาติของประเทศที่ ร่วมลงนามในอนุสัญญาสหประชาชาติที่รับรองในการประชุมสิ่งแวดล้อม เอิร์ท ซัมมิต (Earth Summit) ในปี 2535 โดยมีเป้าหมายคือรักษา สิ่งแวดล้อม ความหลากหลายทางชีวภาพ และการใช้ทรัพยากรชีวภาพอย่าง ยั่งยืน

โดยทางบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้รับเกียรติจาก ศาสตราจารย์ ดร.สนธิ อักษรแก้ว ประธานกรรมการบริหารศูนย์ศึกษาเพื่อ การพัฒนาอย่างยั่งยืน อุทยานสิ่งแวดล้อมนานาชาติสิรินธร ดร.สนใจ หะวานนท์ รองผู้จัดการใหญ่อุทยานสิ่งแวดล้อมนานาชาติสิรินธร และ ดร.มณฑิพย์ ศรีรัตนทา บุกานอน กรรมการมูลนิธิอุทยานสิ่งแวดล้อม นานาชาติสิรินธร ในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งแวดล้อมในระดับนานาชาติ ขึ้นบรรยายร่วมกับ นายเอกชัย รัตนชัยวงศ์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ อาวุโส บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ในเรื่องโครงการ ป่านิเวศ (Eco Forest) และศูนย์ศึกษาความหลากหลายทางชีวภาพ (Biotope) ของบริษัทฯ รวมถึงจัดทำโครงการป่านิเวศในเครือข่ายผู้ผลิตชิ้นส่วน ผู้แทนจำหน่าย ,ชุมชน และการจัดทำศูนย์ศึกษาธรรมชาติในหลาย ๆ จังหวัด ของประเทศไทยด้วย

ในงานนี้มีผู้เข้าร่วมฟังการบรรยาย กว่า 200 คน มีการตอบข้อซักถาม และแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นระหว่างผู้เข้าชม และผู้บรรยาย โดยเนื้อหาใน การนำเสนอมุ่งเน้นถึงนโยบายการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ อย่าง ยั่งยืน รวมถึงผลงานของบริษัทในการสร้างป่านิเวศ ความหลากหลายทาง ชีวภาพในพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งเป็นความมุ่งมั่นของบริษัทในการที่จะกระตุ้น จิตสำนึกรักษ์และตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมให้แก่ชุมชนและ สังคมอย่างยั่งยืนสืบไป

โครงการลดเมืองร้อน ด้วยมือเรา



TOYOTA



โครงการ “ลดเมืองร้อน ด้วยมือเรา” ได้ริเริ่มขึ้นในปี พ.ศ.2548 โดยความร่วมมือระหว่าง บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด และ สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายด้านสิ่งแวดล้อม โดยคัดเลือกเมืองและโรงเรียนจากเขตเทศบาลทั่วประเทศเข้าร่วมโครงการ เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก ปัญหาสภาวะโลกร้อน และส่งเสริมให้องค์กรและหน่วยงานที่เข้าร่วมโครงการ สามารถริเริ่มโครงการและกิจกรรมที่จะช่วยลดการก่อให้เกิดสภาวะโลกร้อนภายในชุมชนของตน ซึ่งจะเป็นการสร้างเครือข่ายแกนนำลดเมืองร้อนทั้งในส่วนของเทศบาลแกนนำและโรงเรียนแกนนำในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ

ในการดำเนินโครงการลดเมืองร้อน ด้วยมือเรา ตลอดระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา มีเทศบาลและโรงเรียนเข้าร่วมโครงการฯ ทั้งสิ้น 123 เทศบาล และ 152 โรงเรียน ใน 76 จังหวัดทั่วประเทศ โดยโครงการฯ ได้สนับสนุนให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชน และโรงเรียน ในการร่วมลดการใช้พลังงานและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรม ภายใต้ 4 กิจกรรมรณรงค์ คือ ลดเมืองร้อนด้วยการลดขยะ ลดเมืองร้อนด้วยการเดินทางอย่างยั่งยืน ลดเมืองร้อนด้วยการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า และลดเมืองร้อนด้วยการเพิ่มพื้นที่สีเขียว ซึ่งที่ผ่านมา ได้เกิดโครงการที่ช่วยลดภาวะโลกร้อนที่เป็นรูปธรรมแล้วกว่า 534 โครงการ และโครงการดังกล่าวสามารถช่วยลดก๊าซเรือนกระจกได้กว่า 6,600 ตัน

สำหรับกิจกรรมที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองที่มีผลการดำเนินงานดีเด่นของโครงการฯ ปีที่ 5 ได้แก่ เทศบาลตำบลท่าลี่ และ โรงเรียนท่าลี่วิทยา จังหวัดเลย กับโครงการ “ปลูกป่าด้วยใจเรา บรรเทาโลกร้อน” ที่นำเอาแนวคิดการปลูกป่าแนวคอรอยอย่างยั่งยืนที่ บริษัท โตโยต้าฯ ใช้ในการดำเนินโครงการปลูกป่ามาประยุกต์ใช้กับชุมชนของเทศบาลนครนนทบุรี และ โรงเรียนเบญจมราชานุสรณ์ จังหวัดนนทบุรี ที่ดำเนินโครงการ “Carpool เต็มเพื่อนร่วมทางให้เต็มคัน” ที่มีการนำเอาวิธีสำรวจและการกำหนดวิธีการดำเนินงานอย่างมีแบบแผนมาใช้ในการจัดเส้นทางเดินทางของนักเรียน ส่งผลให้สามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และแก้ปัญหารถติดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ เทศบาลเมืองปัตตานี และ โรงเรียนเดชะปัตตานยานุกูล จังหวัดปัตตานี ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมธนาคารขยะ กิจกรรมขยะแห้งแลกไข่ไก่ในชุมชน กิจกรรมหมักขยะเปียกเพื่อผลิตน้ำจุลินทรีย์ และกิจกรรมเพิ่มพื้นที่สีเขียวและพลิกฟื้นผืนป่าชายเลน

ในส่วนของการดำเนินโครงการปีที่ 6 (พ.ศ.2553) ที่กำลังจะเริ่มต้นขึ้น ทางโครงการฯ ได้ปรับรูปแบบการดำเนินโครงการโดยเน้นบทบาทของกิจกรรมในส่วนของชุมชนมากขึ้น โดยจัดกิจกรรมในลักษณะของการประกวดชุมชนต้นแบบและโรงเรียนต้นแบบ ที่สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในชุมชน และโรงเรียนได้ตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งมีโรงเรียนและเทศบาลที่ได้รับการคัดเลือกให้เข้าร่วมโครงการฯ แล้วจำนวน 20 ชุมชนและ 20 โรงเรียนทั่วประเทศ



พิธีลงนามบันทึกความร่วมมือ และเปิดตัวผู้เข้าร่วมโครงการ



สัมมนาแกนนำ ลดเมืองร้อน ด้วยมือเรา



ค่ายเยาวชนลดเมืองร้อน ด้วยมือเรา



การดำเนินกิจกรรม และติดตามผลงาน



กิจกรรมทัศนศึกษาและอบรมด้านสิ่งแวดล้อม ณ สถาบันสิ่งแวดล้อม โตโยต้าชิราคาวา-โก ประเทศญี่ปุ่น

ศูนย์เรียนรู้โลกร้อน “ชุมทางลดโลกร้อนทุ่งสง”

เพื่อเป็นการต่อยอดความสำเร็จจากโครงการลดเมืองร้อน ด้วยมือเรา และส่งเสริมการเรียนรู้ในท้องถิ่น บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด และ สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย ได้คัดเลือก เทศบาลเมืองทุ่งสง ซึ่งเป็นเครือข่ายการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ที่มีความพร้อมในด้านองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินโครงการและด้านการบริหารจัดการ ในการร่วมกันจัดสร้างศูนย์เรียนรู้โลกร้อนนาร่องแห่งแรกของโครงการฯ ก่อนที่จะขยายผลการดำเนินงานให้แก่เทศบาลในโครงการฯ ที่มีความพร้อมในการจัดสร้างศูนย์ฯ ต่อไปในอนาคต

“ชุมทางลดโลกร้อน ทุ่งสง” ณ สวนพฤกษาสรินธร อ. ทุ่งสง จ. นครศรีธรรมราช ได้ทำพิธีเปิดอย่างเป็นทางการไปแล้วเมื่อวันที่ 29 มกราคม 2553 ที่ผ่านมา เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับเยาวชน และผู้สนใจสำหรับชาวทุ่งสง และพื้นที่ใกล้เคียง ถือเป็นการส่งผ่านองค์ความรู้ สร้างความตระหนัก ปลุกจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับเยาวชน เพื่อร่วมเป็นพลังสำคัญในการดูแลรักษาโลกใบนี้ร่วมกัน โดยในส่วนของนิทรรศการมีการอ้างอิงเนื้อหาการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ดังกล่าว เช่น บริเวณนิทรรศการที่จัดแสดงเนื้อหาเกี่ยวกับปรากฏการณ์เรือนกระจก ห้องชมสารคดีและแผนภาพแสดงสาเหตุการเกิดและผลกระทบจากภาวะโลกร้อน แนวทางปฏิบัติในการช่วยกันลดภาวะโลกร้อน การประเมินวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ รอยเท้าทางนิเวศ (Carbon footprint) และ วิถีลดโลกร้อนด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น

นอกจากการจัดเตรียมความพร้อมในด้านเนื้อหาความรู้แล้ว ทางคณะผู้จัดทำยังได้ปรับปรุงอาคารเก่าและจัดภูมิทัศน์โดยรอบของศูนย์ฯ เพื่อให้เป็นตัวอย่างที่ดีในด้านการประหยัดพลังงานในอาคาร เช่น การปรับสภาพพื้นผิวโดยรอบอาคาร โดยเปลี่ยนสภาพจากพื้นปูนให้เป็นพื้นดินเพื่อลดการกักเก็บความร้อน การปลูกต้นไม้บริเวณโดยรอบอาคารเพื่อช่วยลดการใช้เครื่องปรับอากาศ รวมถึงมีปรับปรุงศาลาอเนกประสงค์ที่ตั้งอยู่ภายในบริเวณศูนย์ฯ ให้มีความเหมาะสมสำหรับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ นอกห้องเรียนสำหรับผู้เข้าเยี่ยมชมอีกด้วย



พิธีเปิดชุมทางลดโลกร้อน ทุ่งสง



ลานเรียนรู้



ห้องละร้อน



หอชมทัศน์



สัมมนาเชิงวิชาการด้านสิ่งแวดล้อม

“ชุมชนร่วมสร้าง พลังงานทดแทน ร่วมแรงต้านโลกร้อน”



บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ร่วมกับ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย จัดสัมมนาเชิงวิชาการด้านสิ่งแวดล้อม เรื่อง “ชุมชนร่วมสร้าง พลังงานทดแทน ร่วมแรงต้านโลกร้อน” โดยได้รับเกียรติจาก นายชุมพร แสงมณี รองผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่ เป็นประธานเปิดงานสัมมนา โดยมี นายเอกชัย รัตนชัยวงศ์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด พร้อมด้วย ผศ. ดร.ศิริชัย อุ่นศรีสง รองอธิการบดีฝ่ายสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เป็นตัวแทนจากทั้ง 3 องค์กรกล่าวต้อนรับ ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ และนักปฏิบัติการด้านสิ่งแวดล้อมที่ให้ความสนใจ ร่วมการสัมมนา ในวันพฤหัสบดีที่ 25 มีนาคม 2553 ณ ห้องแกรนด์ฮอลล์ ชั้น 3 โรงแรม ดิ เอ็ม เพรส เชียงใหม่

งานสัมมนาเชิงวิชาการด้านสิ่งแวดล้อมเรื่อง “ชุมชนร่วมสร้าง พลังงานทดแทน ร่วมแรงต้านโลกร้อน” เป็นการจัดต่อเนื่องมาเป็นครั้งที่ 4 ซึ่งเป็นหนึ่งกิจกรรมภายใต้โครงการ “โตโยต้า ... เพื่อสิ่งแวดล้อม” ของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด โดยร่วมมือกับหน่วยงานที่มีศักยภาพและความโดดเด่นในด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย เพื่อเป็นเวทีให้นักวิชาการ นักปฏิบัติการ ได้มีโอกาสถ่ายทอดประสบการณ์ และองค์ความรู้ซึ่งจะเป็นการนำเสนอประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมภาคเหนือ ที่จะ

มีผลต่อการพัฒนาชุมชนและเน้นการแก้ปัญหาในภูมิภาคนั้น ๆ ได้ตรงตามเป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้เกิดความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมต่อไป

โดยการสัมมนาในครั้งนี้ได้รับเกียรติจากผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมเสวนา และปาฐกถาพิเศษด้านสิ่งแวดล้อมบนเวที อาทิ “ข้อมูลภาพรวมภาวะปัจจุบันด้านพลังงาน วิฤติ โอกาส ทางเลือก” “พลังงานกับภาวะโลกร้อน สถานการณ์ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยในปัจจุบัน แนวทาง การปรับตัว การยอมรับ การมีส่วนร่วมช่วยเหลือวิฤติจากภาวะดังกล่าว และ “ชุมชนร่วมสร้าง พลังงานทดแทน ร่วมแรงต้านโลกร้อน”

นอกจากความรู้มากมายที่ผู้เข้าร่วมการสัมมนาจะได้รับจากวิทยากรแล้ว บริเวณภายนอกห้องเสวนายังจัดให้มีส่วนแสดงนิทรรศการเพื่อนำเสนอข้อมูลความรู้ต่าง ๆ อย่างน่าสนใจ ทั้งในส่วนของการจัดแสดงผลการวิจัยและบทความ การรวบรวมข่าวสารและข้อมูลล่าสุดของปัญหาสภาวะโลกร้อนที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนในพื้นที่ต่าง ๆ นิทรรศการจากชุมชนที่แสดงนวัตกรรมชาวบ้านด้านการใช้พลังงานทางเลือก ทั้งนี้เพื่อเป็นการกระตุ้นและปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนเกิดการตื่นตัวในการลดปัญหาโลกร้อน รวมถึงการหาแนวทางแก้ไขปัญหาสภาวะโลกร้อนในภาคเหนืออย่างถูกต้อง ตรงตามหลักการ และสถานการณ์ปัจจุบัน

โครงการถนนสีขาว

“เมืองจราจรจำลอง” แห่งที่ 3 ที่ จ.นครราชสีมา



ถนนสีขาว



บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ลงนามในสัญญาสร้าง “เมืองจราจรจำลอง” แห่งที่ 3 ร่วมกับ ศ.ดร.ประสาท สืบค้า อธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2553 ที่ อาคาร Style by Toyota สยามสแควร์

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด เริ่มดำเนินโครงการส่งเสริมสังคมด้วยการรณรงค์ให้เกิดจิตสำนึกทางด้านความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน ภายใต้โครงการ “ถนนสีขาว” นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2531 ตลอดระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมา ได้ดำเนินโครงการหลากหลายเพื่อประโยชน์ต่อสังคมไทยเป็นจำนวนมาก อาทิ การก่อสร้าง “เมืองจราจรจำลอง” นับเป็นหนึ่งในความพยายามในการปลูกฝังจิตสำนึกในการเคารพกฎจราจรให้แก่เด็ก และเยาวชน โดยได้เปิดให้บริการ “เมืองจราจรจำลอง” แห่งแรก ณ สวนวชิรเบญจทัศ (สวนรถไฟ) เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร เนื่องในโอกาส “วันเด็กแห่งชาติ” ประจำปี พ.ศ.2547 หลังจากนั้นในอีก 4 ปีต่อมา จึงได้ขยายการเรียนรู้สู่เด็ก และเยาวชนในท้องถิ่นภูมิภาค ด้วยการเปิด “เมืองจราจรจำลอง” แห่งที่ 2 ณ สถานีตำรวจทางหลวง 3 กองกำกับการ 2 จ.ประจวบคีรีขันธ์ เมื่อปี พ.ศ.2551 โดยทั้ง 2 แห่งได้จัดการอบรมให้กับเด็ก และเยาวชนที่สนใจแล้วจำนวนทั้งสิ้นกว่า 500,000 คน

การจัดสร้าง “เมืองจราจรจำลอง” แห่งนี้ ได้ร่วมมือกับ สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิชา วิศวกรรมขนส่ง และ ศูนย์ศึกษาและถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการขนส่ง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จ.นครราชสีมา จะเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ทางด้านวินัยจราจรให้กับเด็กและเยาวชน ในเขตภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตลอดจนปลูกฝังให้เยาวชนมีจิตสำนึก และตระหนักถึงความปลอดภัยจากการใช้รถ ใช้ถนน เพื่อส่งเสริมสังคมในการช่วยลดสถิติการสูญเสียจากอุบัติเหตุทางจราจรต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ในการจัดสร้าง

- เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับกฎจราจรของการใช้รถใช้ถนนอย่างถูกต้อง ปลอดภัย ให้กับเยาวชน โดยเน้นที่ได้ฝึกปฏิบัติขับขี่จริงบนเส้นทางจราจรจำลอง
- ปลูกฝังให้เยาวชนมีจิตสำนึกด้านความมีน้ำใจในการใช้รถใช้ถนน และสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน
- สร้างวัฒนธรรมในการขับอย่างถูกต้องแก่เด็กและเยาวชน เพื่อให้เยาวชนสามารถขยายผลการเรียนรู้ไปสู่ครอบครัว และชุมชนใกล้เคียง เพื่อลดปัญหาการจราจร รวมทั้งอุบัติเหตุบนท้องถนน
- เป็นศูนย์ฝึกอบรมเกี่ยวกับกฎจราจรแก่เยาวชน และประชาชนทั่วไป

กลุ่มเป้าหมายหลัก

- เด็ก และเยาวชนทั่วไป นักเรียน นิสิต นักศึกษา โดยเน้นให้ความรู้แก่นักเรียนระดับประถมศึกษา ซึ่งอยู่ในพื้นที่บริการเป็นหลัก
- ชุมชน หรือประชาชนทั่วไป
- หน่วยงานที่สนใจพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความเข้าใจ ทางด้านกฎจราจรที่ถูกต้อง

การจัดตั้งเมืองจราจรจำลองแห่งที่ 3 จ.นครราชสีมา นับเป็นสิ่งที่ยืนยันถึงความพยายามในการส่งเสริมสังคมไทย ให้มีความปลอดภัยในการใช้รถ ใช้ถนน มากยิ่งขึ้น ด้วยการปลูกฝังวินัยจราจรให้กับเด็กและเยาวชน ซึ่งจะเติบโตขึ้นเป็นประชาชนที่มีคุณภาพ มีจิตสำนึกในการเคารพกฎจราจร และยังมีส่วนสำคัญในการกระตุ้นเตือนผู้ปกครองให้ใช้รถใช้ถนน ด้วยความไม่ประมาท เพื่อช่วยลดสถิติการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน

โครงการ CSR Campus ปี 2

4 องค์กรผู้นำ CSR เปิดตัว “CSR Campus ปี 2” ขยายเครือข่าย Young CSR ทั่วประเทศ



โตโยต้า แคมป์ ดีแทค ร่วมกับ สถาบันไทยพัฒนา เปิดตัวโครงการ CSR Campus ปี 2 สานต่อเครือข่าย CSR ทั่วประเทศจากปีแรก เปิดตัวโมเดล “Young CSR” เจาะผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ทายาทนักธุรกิจ นักศึกษา และผู้ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการสังคมตัวเข้มวิชา “หน้าที่พลเมือง” พร้อมยกระดับเนื้อหาสู่การทำ CSR เชิงระบบ ที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ (outcome) มากกว่าผลผลิต (output)

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย, บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) และบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (ดีแทค) ร่วมกับ สถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ เปิดตัวโครงการ CSR Campus เป็นปีที่ 2 ครอบคลุมพื้นที่การดำเนินงานในทุกจังหวัดทั่วประเทศ

ดร.พิพัฒน์ ยอดพฤติการ ผู้อำนวยการ สถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ หน่วยงานที่ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง CSR ในเมืองไทยมาอย่างต่อเนื่อง เปิดเผยถึงโครงการ “CSR campus ปี 2” ว่าจากกระแสตอบรับในเชิงบวกที่มีต่อโครงการ CSR Campus ทำให้ทั้ง 4 องค์กรร่วมจัด มีความเห็นพ้องที่จะสานต่อกิจกรรมในโครงการเป็นปีที่ 2 โดยรูปแบบของกิจกรรมจะเป็นการต่อยอดขยายผล จากโครงการในปี 2551 ที่จะมีการยกระดับจากความรู้ CSR เบื้องต้น สู่การทำ CSR อย่างเป็นระบบ และจะมีการนำผลการระดมสมองจาก workshop ในโครงการ CSR Campus ปีแรก มาเป็นโจทย์สำหรับการขับเคลื่อน กิจกรรมของแต่ละจังหวัดในโครงการ CSR Campus ปี 2 ด้วย

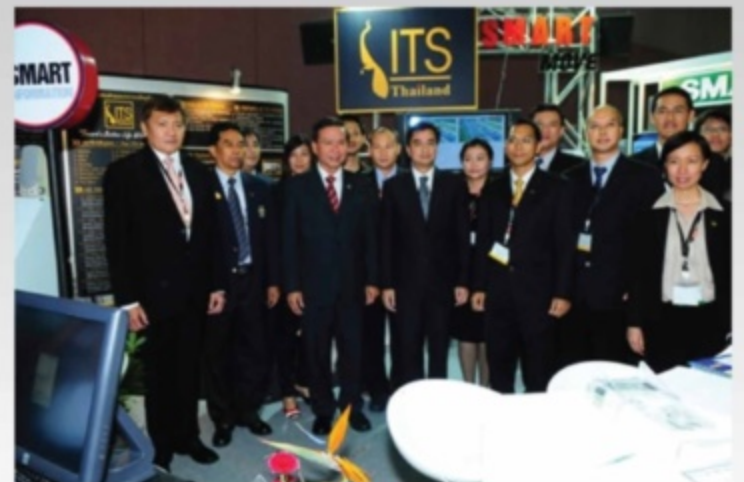
สำหรับกลุ่มเป้าหมายในโครงการ CSR Campus ปี 2 นี้ จะเน้นไปที่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ทายาทนักธุรกิจ นักศึกษา และผู้ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการสังคม ภายใต้โมเดล “Young CSR” เพื่อสอดแทรกเรื่องหน้าที่พลเมือง ก่อนเข้าสู่ตลาดแรงงานและโลกธุรกิจ อีกทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับภาวการณ์ทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อการจ้างงาน และเป็นการสร้างโอกาสในการทำงานเพื่อสังคมภายใต้วิกฤต

คุณวุฒิศร สุริยะฉันทนานนท์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด กล่าวถึงโครงการ CSR Campus ว่า “มีความ ยินดีเป็นอย่างยิ่งที่เป็นหนึ่งในภาคีในการขับเคลื่อนโครงการนี้ อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งหวังให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนสังคมอย่างเป็นรูปธรรม และนำไปปรับใช้ให้ทันต่อ สภาพการณ์การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม ทั้งนี้ เครือข่ายโตโยต้า ได้แก่ ผู้แทนจำหน่ายและผู้ผลิต ชิ้นส่วนโตโยต้าทั่วประเทศ พร้อมทั้งจะประสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการพัฒนาและเสริมสร้างเครือข่ายชุมชนให้เข้มแข็ง ด้วยการสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อสังคมในระดับชุมชนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการร่วม ขับเคลื่อนให้สังคมไทยเติบโตอย่างยั่งยืนตลอดไป”



กิจกรรม ITS

ของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด



ปัญหาการขนส่งและจราจรเป็นปัญหาสำคัญของประเทศไทย ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการต่างระดมความคิดพัฒนาให้มีการแก้ไขปัญหามีประสิทธิภาพ พร้อมกันนี้เพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของการขนส่งและจราจรให้เกิดความปลอดภัย ประหยัด และส่งเสริมคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม ทางโตโยต้าได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมกับทางภาครัฐ ภาควิชาการ และหน่วยงานอื่นๆ จากภาคเอกชนเพื่อจัดตั้งสมาคมระบบขนส่งและจราจรอัจฉริยะไทยขึ้นเป็นผลสำเร็จในเดือนกุมภาพันธ์ 2551 นอกจากนี้โตโยต้าจะได้เข้าไปเป็นหนึ่งในสมาชิกของสมาคมฯ คุณนินนาท ไชยธีรภิญโญ ยังได้รับเกียรติจากทางสมาคมฯ ให้ดำรงตำแหน่งเป็นประธานกิตติมศักดิ์

โตโยต้าได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการประสานงานกับกิจกรรมต่างๆ ของทางสมาคมฯ กับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งด้านวิชาการ นิทรรศการทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนงานประชาสัมพันธ์ต่างๆ ตั้งแต่ปี 2551 ดังนี้

- โครงการนำร่องการจัดตั้งมูลนิธิศูนย์ข้อมูลจราจรอัจฉริยะไทย จับมือกับทางกองบังคับการตำรวจจราจร ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (สวทช) เพื่อเป็นศูนย์รวบรวมข้อมูลดิบทางการจราจรจากหน่วยงานต่างๆ มาสังเคราะห์และส่งผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น คลื่นวิทยุ สัญญาณโทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต ไปยังผู้ใช้รถใช้ถนน
- Host ITS AP 2009 ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ จัดนิทรรศการระดับนานาชาติ โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ ITS จากหลายประเทศใน Asia Pacific มาร่วมจัดแสดงผลงาน พร้อมกับได้เปิดตัว TIC (Traffic Information Center) Showcase โดยเป็นการสาธิต

เพื่อให้ผู้ใช้รถใช้ถนนได้ทราบถึงการทำงานของศูนย์ข้อมูลจราจร และวิธีในการรับข้อมูลจราจรจากอุปกรณ์ต่างๆ อาทิ navigator ในรถยนต์ และโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น

- เข้าร่วมงานสัมมนา และนิทรรศการ ITS World Congress 2008 ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา และ 2009 ณ ประเทศสกอตแลนด์
- เข้าร่วมงานสัมมนา และนิทรรศการ ITS Asia Pacific Forum 2008 ณ ประเทศสิงคโปร์
- สัมมนาพร้อมแสดงนิทรรศการด้านวิชาการร่วมกับสมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยที่ Bangkok International Motor Show ปี 2007, 2008 และ 2009

ทางโตโยต้ามีความภูมิใจที่ได้มีส่วนร่วมขับเคลื่อนให้สมาคมระบบขนส่งจราจรอัจฉริยะได้รับความร่วมมือกับองค์กรทั้งในและต่างประเทศ และทำประโยชน์สูงสุดในการที่จะลดปัญหาจราจร และเพิ่มความปลอดภัยบนท้องถนน

หมายเหตุ ITS : Intelligent Traffic System



มูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย



นับตั้งแต่ก่อตั้งมูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย เมื่อ ปี พ.ศ. 2535 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 30 ล้านบาท และปัจจุบันทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 400 ล้านบาท ด้วยนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน มูลนิธิฯ จึงได้มุ่งเน้นในการช่วยเหลือสังคมอย่างต่อเนื่องมากกว่า 18 ปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งมูลนิธิต้องการพัฒนาเยาวชนทั้งในด้านการศึกษาและคุณภาพชีวิต ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และเติบโตเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพ เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศของเรา ให้เจริญก้าวหน้าทัดเทียมนานาประเทศ มูลนิธิฯ ได้จัดสรรงบประมาณเพื่อดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมดังนี้

	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	รวม ล้านบาท
ทุนจดทะเบียนโดย บ. โตโยต้า	30	20	100	50	50						100	50								400
รายจ่ายตามวัตถุประสงค์																				
> สนับสนุนการศึกษาทุกระดับชั้น		0.63	2.60	6.14	9.57	12.23	11.87	6.26	4.13	4.09	5.61	10.26	9.40	9.00	19.25	20.95	15.10	11.70	12.25	171.04
> พัฒนาคุณภาพชีวิต		0.25	0.00	1.50	6.02	7.36	7.65	4.60	2.50	2.00	2.20	3.50	4.50	3.50	5.25	5.80	5.70	4.50	9.10	75.93
> สิ่งแวดล้อม		0.21	0.00	5.31	1.00	2.00	0.70	1.30	0.50	0.00	0.80	0.50	1.50	1.00	0.00	0.00	0.00	0.50	0.50	15.82
> สนับสนุนองค์กรสาธารณกุศลอื่น		0.20	0.20	3.34	2.75	10.35	11.16	0.92	0.28	2.17	0.30	2.00	0.00	0.00	1.50	0.00	1.70	0.50	3.00	40.19
รวมยอดเงินบริจาค		1.11	2.80	16.29	19.34	31.94	31.38	13.08	7.41	8.26	8.91	16.26	15.40	13.50	26.00	26.75	22.50	17.20	24.85	302.98

* ไม่รวมงบประมาณดำเนินงาน 13.31 ล้านบาท (ยอดเงินตั้งแต่ปี 2535-2553)

ด้านการศึกษา

มูลนิธิฯ มุ่งเน้นส่งเสริมด้านการศึกษเป็นหลักสำคัญ ซึ่งการพัฒนาบุคลากรนั้น เป็นรากฐานต่อการพัฒนาสังคม และประเทศชาติ ดังนั้น มูลนิธิฯ จึงให้การสนับสนุนการศึกษาดังแต่ระดับปฐมวัย จนถึงระดับอุดมศึกษา การอุปการะเด็กด้อยโอกาส เด็กเร่ร่อน เด็กกำพร้าที่พ่อแม่เสียชีวิตจากโรคเอดส์ รวมถึงเด็กตามแนวชายแดน การก่อสร้างอาคารเรียนโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน เพื่อสร้างโอกาสทางการศึกษา

นอกจากนี้เพื่อสร้างความตื่นตัวทางวิชาการในสังคม มูลนิธิฯ ยังได้สนับสนุนการผลิตพิมพ์ตำราวิชาการ โดยมอบรางวัลด้านวิชาการดีเด่น ใน 3 สาขาวิชา คือ วิทยาศาสตร์ สิ่งแวดล้อม สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ รวมถึงรางวัลเกียรติยศ เพื่อยกย่องผลงานวิชาการของนักวิชาการ อีกทั้งยังสนับสนุนงานวิชาการ สัมมนา และการจัดพิมพ์ตำราทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน ตลอดจนอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับ อยุธยาศึกษา แก่บุคลากร ครูอาจารย์ทางด้านสังคมศาสตร์และประวัติศาสตร์



ด้านคุณภาพชีวิต



มูลนิธิฯ มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของเด็กวัยเรียนในท้องถิ่นห่างไกล ให้มีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ด้วยการสนับสนุนกิจกรรมในหลายๆ ด้าน ได้แก่ การส่งเสริมความรู้ทางด้านโภชนาการ และการบริหารจัดการในเด็กประถม ด้วยกิจกรรมการเกษตรเพื่ออาหารกลางวัน โดยมุ่งเน้นปรัชญาที่ว่า “เด็กทุกคน มีกินทุกมื้อ ได้กินอิ่มอย่างมีคุณภาพ และยั่งยืน” นอกจากนั้น มูลนิธิฯ ยังได้ส่งเสริมหลักบริหารจัดการ โดยผ่านระบบสหกรณ์การเรียนอีกด้วย

สำหรับในด้านการบริการทางสาธารณสุขในด้านต่างๆ นั้น มูลนิธิฯ สนับสนุนให้สำนักงานบรรเทาทุกข์และประชานามัยพิทักษ์ ดำเนินกิจกรรมผ่าตัดแก้ไขอาการปากแหว่งเพดานโหว่ในเด็กพิการ การให้ความรู้ทางด้านสุขอนามัย และชีวอนามัย แก่เด็กนักเรียนโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน รวมถึงการให้ความรู้ด้านการคุมกำเนิด ในชุมชนชาวเขาในพื้นที่สูงตามแนวชายแดน ในพื้นที่ 3 หมู่บ้านของจังหวัดเชียงราย เพื่อลดอัตราการเพิ่มประชากรบนพื้นที่สูงอย่างถูกต้องและยั่งยืน

ด้านสิ่งแวดล้อม

มูลนิธิฯ ร่วมมือกับสมาคมป่าเกอะญอเพื่อการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม (ป.พล.) จัดทำโครงการบวชป่าต้นน้ำวัดจันทร์ เพื่อถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อการอนุรักษ์ป่าต้นน้ำ โดยจัดกิจกรรมให้ชาวบ้านเกิดความร่วมมือร่วมใจกัน ป้องกันดูแลรักษา และควบคุมกับการใช้ประโยชน์ที่เป็นธรรมอย่างสมดุลและเกิดความยั่งยืน ในพื้นที่ ตำบลบ้านจันทร์ ตำบลแม่แดด และตำบลแจ่มหลวง อำเภอแม่แจ่ม และอำเภอกัลยาณิวัฒนา จังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนเพื่อให้เกิดพลังความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคองค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เครือข่ายชุมชนป่าเกอะญอ



การสนับสนุนองค์กรสาธารณกุศล

มูลนิธิฯ ได้ดำเนินกิจกรรมโครงการคำพ่อสอน โดยร่วมมือกับมูลนิธิพระดาบส ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างกระบวนการเรียนรู้แก่เยาวชนและบุคคลทั่วไป โดยการน้อมนำพระบรมราโชวาทและพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ไปประพฤติปฏิบัติในการดำเนินชีวิต และในปี พ.ศ.2553 มูลนิธิฯ ได้ดำเนินการพัฒนาโครงการต่อเนื่อง และขยายลงสู่ภาคใต้ โดยมีเป้าหมายที่จะจัดกิจกรรม ดนตรี กีฬา จัดทำหนังสือ “คำพ่อสอน” โดยกลุ่มเป้าหมายคือ ให้นักเรียนประถมศึกษาและมัธยมศึกษาในจังหวัดยะลา จำนวน 2,000 คน รวมทั้งทำกิจกรรมฝึกอบรมการเขียนบทละครและบทหนังสือคำพ่อสอน การเล่านิทานคำพ่อสอน ซึ่งเป็นกิจกรรมต่อเนื่องตลอดปี 2553

กิจกรรมที่ดำเนินอย่างต่อเนื่อง

1. โครงการทุนการศึกษาต่อเนื่องแก่นักเรียน – นักศึกษาที่ขาดแคลน ได้แก่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
2. โครงการรางวัลมูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย (TTF Award)
3. โครงการการสร้างอาคารเรียนมาตรฐานให้แก่โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน
5. โครงการสัมมนาวิชาการและจัดพิมพ์หนังสือ เพื่อมอบให้แก่สถาบันการศึกษา
6. โครงการอนุรักษ์ผืนป่า
7. โครงการสานสายใยเด็กไทยรักสุขภาพ
8. โครงการผ่าตัดแก้ไขอาการปากแหว่งเพดานโหว่
9. โครงการต้นน้ำต้นชีวิต

นอกจากนั้นมูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย ยังได้สร้างเครือข่ายความร่วมมือ และประชาสัมพันธ์ให้บุคลากรในองค์กรได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์ ตลอดจนได้สร้างกิจกรรมที่ให้ชุมชนและโรงเรียนมีส่วนร่วมในการพัฒนา และรักถิ่นฐานของตนเอง เช่น โครงการนำร่องวางแผนครอบครัวให้แก่ชุมชนชาวเผ่า ส่งเสริมระบบเกษตรอินทรีย์ และระบบสหกรณ์ภายในโรงเรียน ส่งเสริมให้นักศึกษาหรือเยาวชนได้มีความตระหนักในการทำมาหากิน ช่วยเหลือสังคม โดยร่วมมือกับคณะพยาบาลศาสตร์ จัดหลักสูตรออกพื้นที่ให้นักเรียนพยาบาลฝึกปฏิบัติงานยังพื้นที่ชายแดน เพื่อสอนเด็กนักเรียนให้ดูแลสุขภาพสุขภาพ และการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

4 รางวัลเกียรติยศ ปีพ.ศ.2552 รางวัลนักทรัพยากรมนุษยดีเด่นแห่งประเทศไทย

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยสถาบันทรัพยากรมนุษย์ ได้จัดตั้งรางวัลให้นักทรัพยากรมนุษยดีเด่นแห่งประเทศไทย (Thailand Top 100 HR Award) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อร่วมยกย่องและเชิดชูเกียรติผู้ทำคุณประโยชน์แก่สังคมไทย รวมถึงองค์กรต่างชาติ ในด้านทรัพยากรมนุษย์ให้กับประเทศไทย และเพื่อตระหนักถึงคุณค่าของบุคคลเหล่านั้น ที่ได้อุทิศตนในการพัฒนา ทักษะ ความรู้ความสามารถและประสบการณ์ เพื่อสร้างสรรค์และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศไทย



กิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ ของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ในปี 2552-2553

กิจกรรมเพื่อสังคมโรงงานโตโยต้าสำโรง



กิจกรรมเพื่อสังคมของโรงงานสำโรงในปี 2010 มีความมุ่งเน้นสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียน ชุมชน สถานีนอมาลัย ในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองสำโรงใต้ เขตพื้นที่เทศบาลตำบลบางเมือง โดยมีกิจกรรมหลัก ดังนี้

1. Local education support to school
2. Local baby center support
3. Herb garden in school
4. Enhanced road safety and environment mind project
5. Fire safety community
6. Fundamental healthy support

กิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ จัดขึ้นเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน และยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานราชการท้องถิ่น อาทิ

1. กิจกรรมการสร้างห้องสุขาถูกหลักอนามัยของโรงเรียนวัดแหลมซึ่งถูกจัดสร้างเพื่อแก้ปัญหามลพิษทางกลิ่น และยังเป็น การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

2. กิจกรรมสวนสมุนไพรของโรงเรียนวัดแหลม โรงเรียนจักรทิพย์ เทพวิทยา โรงเรียนวัดบางนางเกรง และชุมชนมิตรไมตรี กิจกรรมนี้ถูกแบ่งออกเป็นสองส่วน ได้แก่ การอบรมให้ความรู้ในห้องเรียน และการปลูกพืชสมุนไพรในพื้นที่โรงเรียนและพื้นที่ชุมชน ซึ่งกิจกรรมนี้มุ่งเน้นให้ทุกคนมีความรู้เรื่องชนิด สรรพคุณของสมุนไพร และทราบถึงวิธีการปลูกเพื่อนำมาใช้งานได้

3. กิจกรรมปลูกฝังจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมให้กับนักเรียน (กิจกรรมการให้ความรู้ด้าน 5 ส) จัดขึ้นเพื่อสร้างวัฒนธรรมการจัดพื้นที่โรงเรียนให้เป็นระเบียบตามหลัก 5 ส รวมถึงการคัดแยกขยะให้ถูกต้องตามมาตรฐาน



กิจกรรมเพื่อสังคมโรงงานโตโยต้าเกตเวย์

1. โครงการโรงเรียนเชิงนิเวศ (ECO School)

โรงเรียนถือเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญของเยาวชน โตโยต้า เกตเวย์ ได้เล็งเห็นถึงความจำเป็นที่ต้องปลูกฝังเรื่อง การอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบให้กับเยาวชน โดยคัดเลือก 3 โรงเรียนในพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นโรงเรียนต้นแบบของการดำเนินโครงการ ได้แก่ รร.แปลงยาวพิทยาคม, รร.ไม้แก้ววิทยา และ รร.สนามชัยเขต

รูปแบบการดำเนินโครงการ

- การบริหารและบูรณาการในหลักสูตรการเรียนการสอน
- การให้ความรู้และกิจกรรมปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์พลังงาน

ระยะเวลาการดำเนินโครงการ สิงหาคม 2552 - มีนาคม 2553
และดำเนินโครงการต่อเนื่องในปี 2553

สรุปผลการดำเนินโครงการ

นักเรียนเกิดความตระหนักในการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในโรงเรียน ทั้งด้านพลังงาน ไฟฟ้า น้ำ การจัดการขยะ สุขอนามัยและความปลอดภัย

2. โครงการโรงเรียนต้นแบบ “ทำดีเพื่อพ่อ เศรษฐกิจพอเพียง” ปี 2 (Sufficiency Economy Year 2)

โครงการโรงเรียนต้นแบบ ทำดีเพื่อพ่อเศรษฐกิจพอเพียง ปี 2 จัดทำขึ้นเพื่อเพิ่มการสร้างเครือข่ายโรงเรียน เศรษฐกิจพอเพียงในท้องถิ่นเพิ่มขึ้นอีก 4 แห่ง เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและยั่งยืนในเครือข่าย อันเป็นรากฐาน สำคัญของการพัฒนาสังคมไทยต่อไป

เครือข่ายโรงเรียนเศรษฐกิจพอเพียง

โรงเรียนต้นแบบรุ่นพี่	โรงเรียนต้นแบบรุ่นน้อง
รร.บ้านหนองสาคู	รร.วัดอ่าวช้างไล่
รร.วัดโกรกแก้ววงพระจันทร์	รร.สุวรรณคีรี
รร.วัดวังเย็น (รัฐราษฎร์ประสาทวิทยา)	รร.บ้านสูงเจริญ
รร.หนองปรือประชาสรรค์	รร.บ้านหนองประโยชน์

และเราได้มีการลงพื้นที่สำรวจในเขต อ.พนมสารคาม, อ.สนามชัยเขต เพื่อคัดเลือกโรงเรียนและชุมชนที่จะ เข้าร่วมโครงการเป็นรุ่นที่ 3 ต่อไป

รูปแบบการดำเนินโครงการ

- การอบรมเชิงปฏิบัติการ
- การศึกษาดูงาน
- การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน

ระยะเวลาการดำเนินโครงการ สิงหาคม 2552 - มีนาคม 2553 และดำเนินโครงการต่อเนื่องในปี 2553

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

เกิดเครือข่ายโรงเรียนต้นแบบเศรษฐกิจพอเพียงที่จัดการเรียนการสอนและดำเนินกิจกรรมโดยเน้นหลักของ การพึ่งตนเอง การมีส่วนร่วมของครูและนักเรียน การรักษาสมดุลทางด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และ วัฒนธรรมที่ดีงาม



ลงนามสัญญาการเริ่มโครงการ โดยผู้บริหารโตโยต้า สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย และผู้อำนวยการโรงเรียน



อบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การคำนวณค่าไฟฟ้าจากปริมาณการใช้ไฟฟ้าในโรงเรียน



สอนเทคนิคการคัดแยกขยะโดยผู้เชี่ยวชาญในท้องถิ่น



โรงเรียนต้นแบบรุ่นพี่ (วัดโกรกแก้ววงพระจันทร์) ได้รับคัดเลือกให้แสดงผลงานในนิทรรศการสถานเครือข่ายรวมใจขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง ในวันที่ 3 ก.พ. ที่ผ่านมา



ทดลองทำปุ๋ยชีวภาพจากผลไม้

กิจกรรมเพื่อสังคมโรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์

กิจกรรมการเยี่ยมชมศูนย์เรียนรู้เชิงนิเวศ

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด โรงงานบ้านโพธิ์ ได้จัดกิจกรรมให้นักเรียนจากโรงเรียนต่างๆ ใน อ.บ้านโพธิ์ อาทิ โรงเรียนพุทธิรังสียุบล โรงเรียนวัดพิพิธปราสาทสุนทร ฯ เข้าเยี่ยมชม ศึกษากระบวนการผลิตในพื้นที่ ศูนย์การเรียนรู้เชิงนิเวศ (Biotope) เพื่อเพิ่มเติมความรู้ความเข้าใจเรื่องความสัมพันธ์ของสิ่งมีชีวิต และสิ่งไม่มีชีวิต พร้อมทั้งยังช่วยส่งเสริมให้นักเรียนให้มีทัศนคติที่ดี และตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาระบบนิเวศให้คงอยู่ได้อย่างยั่งยืน



กิจกรรม ปลูกป่าในโรงงาน ระหว่าง หน่วยงานราชการ ชุมชน โรงเรียน และ พนักงาน

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด โรงงานบ้านโพธิ์ ได้จัดกิจกรรมปลูกป่าในโรงงาน ในวันที่ 5 ธันวาคม 2009 โดยให้หน่วยงานราชการ โรงเรียนและ ชุมชนรอบข้าง เข้าร่วมปลูกต้นไม้ร่วมกัน เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมที่ดีให้กับทุกคน และเพิ่มพื้นที่สีเขียวของโรงงานอีกด้วย



โครงการอบรมเยาวชนนักบรลิ่งแวดล้อมนักสืบสายน้ำ

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด โรงงานบ้านโพธิ์ ร่วมกับ เครือข่ายเยาวชน นักบรลิ่งแวดล้อม นักสืบสายน้ำอำเภอบ้านโพธิ์ จ.ฉะเชิงเทรา จัดโครงการอบรมเยาวชนขึ้น ซึ่งประกอบไปด้วย กิจกรรมต่างๆ อาทิ กิจกรรมเก็บตัวอย่างเพื่อศึกษาคุณภาพน้ำ กิจกรรมทำฝายเพื่อช่วยในการกักเก็บน้ำ กิจกรรมเดินป่าศึกษาธรรมชาติ เป็นต้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างเครือข่ายเยาวชนสำหรับชุมชนรอบข้างโรงงานให้ร่วมกันเฝ้าระวัง และแก้ปัญหาการปล่อยน้ำเสียจากชุมชนลงสู่แม่น้ำบางปะกง รวมทั้งให้ความรู้ความเข้าใจด้านการป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อมแก่เยาวชนในเขตอำเภอบ้านโพธิ์ต่อไป



ครั้งที่ 1 : 12 - 13 พฤศจิกายน
2552 ณ หน่วยงานต้นน้ำภูไท
จังหวัดฉะเชิงเทรา



ครั้งที่ 2 : 21-23 มกราคม
2553 ณ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
จังหวัดนครราชสีมา



กิจกรรมเพื่อสังคมโรงงาน ไทยอโต้เวิกส์ จำกัด

โครงการลดโลกร้อนสัญจรมอบความรู้สู่เยาวชน



โครงการลดโลกร้อนสัญจรมอบความรู้สู่เยาวชน ครั้งที่ 3 : กิจกรรมปลูกป่าชายเลน

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด โรงงาน ไทยอโต้เวิกส์ จำกัด ร่วมกับ โรงเรียนป้อมนาคราช-สวาทยานนท์ จัดกิจกรรมปลูกป่าชายเลนขึ้นที่ ศูนย์อนุรักษ์ป่าชายเลนบ้านคลองโคน จังหวัดสมุทรสงคราม

เพื่อเสริมสร้างให้เยาวชนมีความเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมของป่าชายเลน ซึ่งมีส่วนสำคัญในการเพิ่มความสมดุลให้กับระบบนิเวศ รวมทั้งสร้างจิตสำนึกที่ดีในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับเยาวชนสืบไป



โครงการลดโลกร้อนสัญจรมอบความรู้สู่เยาวชน ครั้งที่ 4 : กิจกรรมปลูกปะการัง

โรงงาน ไทยอโต้เวิกส์ จำกัด ได้จัดกิจกรรมปลูกปะการังขึ้น ณ หาดเตยงาม หน่วยบัญชาการนาวิกโยธิน (กองทัพอากาศ) อ.สัตหีบ จ.ชลบุรี ร่วมด้วยพนักงาน กว่า 200 คน เพื่อปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับผู้เข้าร่วม และคืนความสมดุลให้กับธรรมชาติทางทะเล ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ อาทิ วิทยากรบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศทางทะเล

ร่วมกันปลูกปะการังที่ทำมาจากท่อพีวีซี พร้อมนำไปปล่อยลงสู่ทะเล เป็นต้น ทั้งนี้ นอกจากจะได้ร่วมกันปลูกปะการังซึ่งเป็นสิ่งมีชีวิตที่สำคัญที่สุดสำหรับระบบนิเวศทางทะเลแล้ว ยังเป็นการเสริมสร้างความสามัคคีให้กับเพื่อนพนักงานอีกด้วย





การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

ผลการดำเนินงาน ปี 2553 (ช่วงเวลา เม.ย. 52 - มี.ค. 53) บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีปริมาณการขายเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ทั้งผลจากตลาดในประเทศ และส่งออก ส่งผลให้ทั้งยอดขายรับของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นโดยปริมาณขายในปี 2553 มีจำนวนมากกว่า 524,000 คัน และยอดขายในปี 2553 มีจำนวนกว่า 313,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน คิดเป็นสัดส่วน 5% ในส่วนของกำไรสุทธิ บริษัทมีกำไรสุทธิจำนวนกว่า 9,200 ล้านบาท

ในปี 2553 บริษัทฯ โตโยต้า มอเตอร์ประเทศไทย จำกัด มีแผนการที่จะเปิดตัว Corolla - Minor change และ Prius ในเดือนสิงหาคมและ ธันวาคม ตามลำดับ เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายให้ได้ตามเป้าหมายที่บริษัทคาดการณ์ไว้ อีกทั้งเพื่อเป็นการเพิ่มความหลากหลายของสินค้าโดยมีเป้าหมายที่จะรักษาอัตราการเจริญเติบโตทั้งในด้านปริมาณขายและกำไรสุทธิให้เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้เพื่อความยั่งยืนของอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศโดยรวม



สถิติการขายรถยนต์ของกลุ่มโตโยต้า ในปี 2552

ปริมาณการขายโตโยต้า (ในประเทศ)	จำนวนคัน	อันดับที่	ส่วนแบ่งตลาด (%)	เติบโต (%)
จำนวนรวม (ยอดขายทั้งหมดของโตโยต้า)	230,585	1	42.01	(12.06)
รถยนต์นั่ง	100,747	1	43.80	(5.71)
รถเพื่อการพาณิชย์	129,838	1	40.72	(16.43)
รถกระบะขนาด 1 คัน (รวมรถระบบดัดแปลง)	117,252	1	42.49	(16.98)
รถกระบะขนาด 1 คัน (ไม่รวมรถระบบดัดแปลง)	102,026	1	41.16	(19.80)

Engine	Emission Standard
 1AZ-FE 2AZ-FE 2GR-FE 2AZ-FEX	EURO 3 EURO 3 EURO 3 EURO 3
 1ZZ-FE 3ZZ-FE 3ZR-FE	EURO 3 EURO 3 EURO 3
 1NZ-FE	EURO 3
 1NZ-FE	EURO 3
 1KD-FTV 2TR-FE	EURO 3 EURO 3
 2KD-FTV 1KD-FTV 2TR-FE	EURO 3 EURO 3 EURO 3



บทความพิเศษ



โครงการป่านิเวศ 1 ล้านต้น

จากความสำเร็จเมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2551 ที่โตโยต้าบ้านโพธิ์ได้ปลูกต้นไม้ 100,000 ต้น ภายในหนึ่งวัน โดยอาสาสมัคร 13,000 คน ทำให้เราเล็งเห็นถึงประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับชุมชน สถานประกอบการ และชุมชนในท้องถิ่น ในบริเวณรอบป่านิเวศที่จะเกิดขึ้น โตโยต้าจึงมีนโยบายผลักดันโครงการป่านิเวศ 1 ล้านต้นภายใน 5 ปี (พ.ศ. 2555) โดยมีเป้าหมายที่จะเผยแพร่เทคนิคการปลูกป่านิเวศ ของ ศ.ดร.อาภิระ มียาวากิ ให้กับสังคมไทย ซึ่งเทคนิคการปลูกป่านิเวศนี้ จะทำให้อัตราการรอด สูงถึงร้อยละ 80 ของจำนวนต้นไม้ที่ปลูกทั้งหมด (ใน 3 ปีแรก)

ปัจจุบันโรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์ได้ทำการเก็บข้อมูลทุกๆ 3 เดือน โดยเก็บข้อมูล 3 ตัวแปรหลัก ได้แก่ อัตราการรอด อัตราการเจริญเติบโตในด้านความสูง และเส้นผ่านศูนย์กลาง ในการเก็บข้อมูลครั้งล่าสุดเมื่อเดือนเมษายน 2553 อัตราการรอดอยู่ที่ร้อยละ 86 ความสูงเฉลี่ย 2.16 เมตร และเส้นผ่านศูนย์กลาง 2.89 เซนติเมตร การติดตามผลการเจริญเติบโตนี้จะทำในช่วง 3 ปีแรกเท่านั้น เพราะหลังจาก 3 ปีไปแล้ว ต้นไม้จะเติบโตได้เองตามธรรมชาติ โดยไม่ต้องดูแลรดน้ำ นอกจากการตัดแต่งกิ่งที่กีดขวาง เส้นทางรถ หรือสายไฟฟ้าเท่านั้น

นอกจากนี้โตโยต่ายังได้จัดกิจกรรมปลูกป่าร่วมกับชุมชนต่างๆ ซึ่งมีลักษณะทางธรรมชาติที่แตกต่างกัน โดยผลักดันผ่าน “โครงการอาสาสมัครรักษ์ป่า พัฒนาสิ่งแวดล้อม พร้อมใจเทอดไทองค์กรฯ” โดยโครงการอาสาสมัครรักษ์ป่าฯ ครั้งที่ 1 ได้ร่วมมือกับ พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์, มหาวิทยาลัยแม่โจ้, หน่วยงานราชการจังหวัดเชียงใหม่, และชาวบ้านอำเภอสันป่าตอง ปลูกต้นกล้าบริเวณวัดน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีผู้เข้าร่วมทั้งหมด 2,000 คน ร่วมปลูกต้นกล้า 25,000 ต้น เมื่อเดือนมีนาคม 2552 ซึ่งพื้นที่ดังกล่าว เป็นพื้นที่ราบป่าเต็งรัง ที่มีไฟไหม้ทุกปี โดยความคาดหวังที่จะให้ป่านิเวศที่จะเกิดขึ้นนี้เป็นแนวกันไฟ และปรับสภาพป่าเต็งรัง ให้กลับมาเป็นป่าดิบแล้งตามสภาพเดิมเมื่อกว่า 100 ปีที่ผ่านมา



ภาพแสดงความต่างของการเจริญเติบโตของต้นไม้ที่ปลูกตามทฤษฎีของ ศ.ดร.อาภิระ มียาวากิ และวิธีการปลูกทั่วไป

โครงการปลูกป่าที่วัดน้ำบ่อหลวง, จังหวัดเชียงใหม่



การอบรมแกนนำและคนในชุมชน



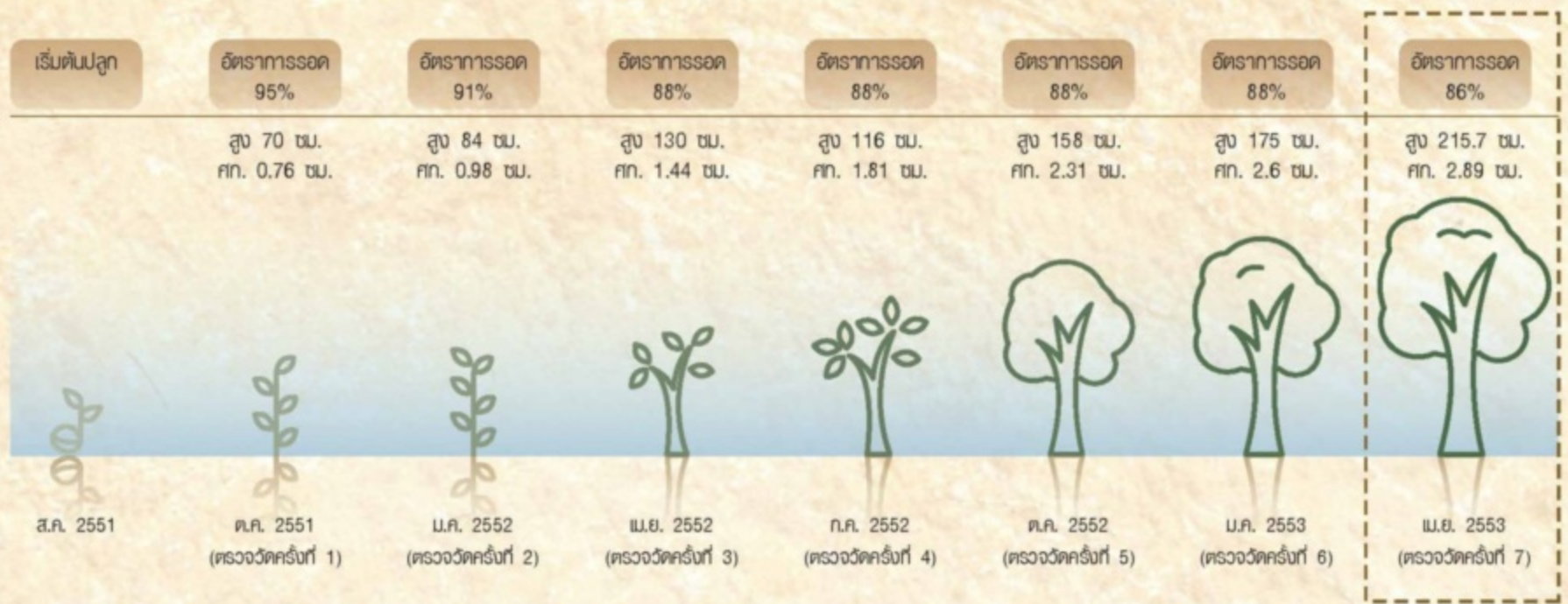
แกนนำลงมือปฏิบัติบนเนินดินตัวอย่าง



พิธีเปิดงาน



กิจกรรมการปลูก



โครงการอาสาสมัครรักษาดินแดน ครั้งที่ 2 โตโยต้าได้ดำเนินการปลูกในพื้นที่ป่าชุมชนบ้านเชียงเหียน ซึ่งเป็นหนึ่งในแหล่งสมุนไพรอันดับต้นของประเทศไทย ในอดีตชาวบ้านสามารถเก็บสมุนไพรขายทำรายได้เสริมได้เป็นอย่างดี แต่ปัจจุบันเป็นป่าเสื่อมโทรม ดังนั้น โตโยต้า ได้ร่วมกับมหาวิทยาลัยมหาสารคาม, สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดมหาสารคาม, หน่วยงานราชการจังหวัดมหาสารคาม, และชาวบ้านหมู่บ้านเชียงเหียน โดยมีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น 2,000 คน ร่วมปลูกต้นกล้า 20,000 ต้น เมื่อเดือนกันยายน 2552

โครงการอาสาสมัครรักษาดินแดน ครั้งที่ 3 โตโยต้าได้กลับไปปลูกป่าบริเวณที่วัดพระบรมธาตุคุดอยผาส้ม จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นพื้นที่สูงกว่าระดับน้ำทะเล 1,200 เมตร ซึ่งที่ผ่านมาโครงการป่าบริเวณนี้จะปลูกบนที่ราบ นอกจากนี้ ป่าบริเวณนี้จะเป็นป่าต้นน้ำอย่างแท้จริงและเมื่อความสมบูรณ์กลับมา จะทำให้ชาวบ้านหมู่บ้านยังเฝ้ามีน้ำใช้ได้ตลอดปีอีกด้วย โดยโครงการนี้ โตโยต้าได้ร่วมมือกับวัดพระบรมธาตุคุดอยผาส้ม, หน่วยงานราชการจังหวัดเชียงใหม่, กองพันทหารราบที่ 7, และชาวบ้านหมู่บ้านยังเฝ้า จำนวน 500 คน ร่วมปลูกต้นกล้าทั้งสิ้น 26,000 ต้น เมื่อเดือน ตุลาคม 2552

โครงการอาสาสมัครรักษาดินแดน ครั้งที่ 4 ได้จัดกิจกรรมปลูก ณ พื้นที่อนุรักษ์ป่าต้นน้ำร่องก่อ โดยในครั้งนี้โตโยต้าได้ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี กับชาวบ้านพื้นที่อนุรักษ์ป่าต้นน้ำร่องก่อ โดยมีอาสาสมัครเข้าร่วม 2,000 คน ปลูกต้นกล้า 30,000 ต้น เมื่อเดือนธันวาคม 2552 ซึ่งพื้นที่อนุรักษ์ป่าต้นน้ำร่องก่อนี้เป็นป่าต้นน้ำของแม่น้ำมูล และเป็นพื้นที่ลุ่มน้ำในช่วงฤดูฝนจะมีน้ำท่วมขังบางส่วน โครงการนี้จึงเป็นโครงการคืนพื้นที่ป่าต้นน้ำให้แก่ลุ่มน้ำมูลอีกด้วย

และในปีต่อไป เราโตโยต้าจะดำเนินกิจกรรมปลูกป่าบริเวณที่วัดพระบรมธาตุคุดอยผาส้ม จังหวัดเชียงใหม่ และนอกจากนี้โตโยต้าได้ดำเนินกิจกรรมการคืนผืนป่าในเมืองโดยสนับสนุนให้ผู้แทนจำหน่ายและผู้ผลิตชิ้นส่วนได้เข้าร่วมโครงการปลูกป่าบริเวณสถานประกอบการ เพื่อเป็นการผลักดันให้ผู้แทนจำหน่ายและผู้ผลิตชิ้นส่วนได้เริ่มทำกิจกรรมเพื่อสังคมร่วมกัน โดยเริ่มจากการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมรอบๆสถานประกอบการแล้วขยายไปสู่ชุมชนรอบข้าง ต่อไป

โครงการปลูกป่าที่จังหวัดมหาสารคาม



การอบรมแกนนำ



พิธีเปิดงาน



ดร.สิรินทร์ อธิบายวิธีการปลูก



กิจกรรมการปลูก

โครงการปลูกป่าที่วัดพระธาตุคุดอยผาส้ม, จังหวัดเชียงใหม่



สำรวจและเลือกพื้นที่ไม่ท้องถิ่น



สำรวจและเลือกพื้นที่ไม่ท้องถิ่น



อาสาสมัครในงาน



กิจกรรมการปลูก

โครงการปลูกป่าที่มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี



การอบรมแกนนำ



สำรวจความพร้อมก่อนวันงาน



พิธีเปิดงาน



กิจกรรมการปลูก

เส้นทาง 50 ปี โตโยต้า “สู่สังคมไทยที่ยั่งยืน”



บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด เริ่มดำเนินการในประเทศไทยอย่างเป็นทางการ ครั้งแรกในปี พ.ศ.2505 ตลอดระยะเวลากว่า 48 ปี ได้ยึดมั่นปณิธานในการเจริญเติบโตเคียงคู่สังคมไทย ความพยายามในการมุ่งมั่นตอบแทนสังคมนับเป็นภารกิจสำคัญอย่างหนึ่ง ดังเช่นคำขวัญที่ว่า “โตโยต้า ภูมิใจที่ได้เติบโตพร้อมกับสังคมไทย”

มร.เคียวอิจิ ทานาดะ กรรมการผู้จัดการใหญ่เปิดเผยว่า “จากวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจของ มร.ซากิชิ โตโยดะ ผู้ก่อตั้งธุรกิจรถยนต์ โตโยต้า เมื่อกว่า 70 ปีที่ผ่านมา ในการร่วมส่งเสริมพัฒนาการของประเทศควบคู่ไปกับการพัฒนาของบริษัทฯ ทำให้ตลอดระยะเวลากว่า 48 ปี ของการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย โตโยต้ามุ่งมั่นในการดำเนินกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสังคมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งได้เน้นหนักใน 4 ด้านสำคัญ ได้แก่ ส่งเสริมความปลอดภัยบนท้องถนน - ส่งเสริมสิ่งแวดล้อม - ส่งเสริมการศึกษาและ

ถ่ายทอดเทคโนโลยี - ตลอดจนส่งเสริมคุณภาพชีวิตและการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของชุมชน นอกจากนี้ในปี พ.ศ.2535 เนื่องในโอกาสการดำเนินกิจการในประเทศไทยครบ 30 ปี ยังได้ก่อตั้ง “มูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย” เพื่อร่วมมือกันสร้างสรรค์กิจกรรมส่งเสริมสังคมไทยอย่างจริงจังและต่อเนื่อง โครงการต่างๆ กระจายตัวอยู่ในหลายพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชนบทห่างไกล เพื่อสนับสนุนพัฒนาการอย่างยั่งยืนของสังคมไทยทุกระดับชั้นตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา”

โตโยต้า เน้นดำเนินกิจกรรมส่งเสริมสังคมไทยใน 4 ด้านหลัก ได้แก่

1) ส่งเสริมความปลอดภัยบนท้องถนน ภายใต้โครงการ “ถนนสีขาว” เริ่มดำเนินโครงการครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ.2531 โดยได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่องจนปัจจุบันเป็นระยะเวลากว่า 22 ปี เพื่อมุ่งส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับกฎและวินัยจราจร และสร้างความตระหนักให้ผู้ขับขี่ใช้ถนน มีจิตสำนึก และมีน้ำใจ อันจะเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยลดการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน ซึ่งถือเป็นนโยบายหลักอย่างหนึ่งของบริษัทฯ มีกลุ่มเป้าหมายคือ เด็กและเยาวชน ตลอดจนประชาชนทั่วไป พร้อมให้ความร่วมมือกับภาครัฐในการดำเนินโครงการเพื่อความปลอดภัยบนท้องถนน นอกจากนี้ยังได้ร่วมมือกับกรมการขนส่งทางบก เพื่อจัดตั้ง “ศูนย์สอนขับรถและพัฒนาศักยภาพผู้ขับขี่รถยนต์” ในปี พ.ศ.2552 และในปีเดียวกันยังได้รับรางวัล “Prime Minister Road Safety Award” ทางด้านองค์กรที่มีผลงานดีเด่นเกี่ยวกับความปลอดภัยทางถนน จาก ฯพณฯ ท่านอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี โดยเป็นรางวัลที่จัดขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย โตโยต้าเป็นบริษัทรถยนต์รายแรกที่ได้รับรางวัลนี้ เป็นการยืนยันถึงความมุ่งมั่นตั้งใจจริงตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา

2) ส่งเสริมสิ่งแวดล้อม ภายใต้โครงการ “ป่านิเวศในโรงงาน” (Eco-Forest) เริ่มต้นเมื่อปี พ.ศ.2551 ภายใต้ความร่วมมือจากอาสาสมัคร อาทิจิ ผู้บริหารระดับสูง ตัวแทนหน่วยงานราชการ องค์กรเอกชน ผู้แทนจำหน่าย บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วน บริษัทในเครือ ชุมชนใกล้เคียง สื่อมวลชน พนักงานบริษัทและครอบครัวกว่า 10,000 คน ร่วมปลูกป่านิเวศกว่า 100,000 ต้น บนพื้นที่ 30 ไร่ภายในบริเวณโรงงานโตโยต้า บ้านโพธิ์ ภายใต้การให้คำแนะนำของ ศ.ดร.อาคิระ มียาวากิ ศาสตราจารย์เกียรติคุณ มหาวิทยาลัยแห่งชาติโยโกฮาม่า และผู้อำนวยการ

ถนนสีขาว



ด้านความปลอดภัยบนท้องถนน

สถาบันการเรียนรู้ด้านนิเวศวิทยานานาชาติประจำประเทศญี่ปุ่น โดยมุ่งเน้นการใช้พันธุ์ไม้พื้นเมืองดั้งเดิมของแต่ละพื้นที่ (Native Species) ช่วยร่นระยะเวลาการเจริญเติบโตของป่าธรรมชาติให้เร็วขึ้นนับสิบเท่า และได้ขยายโครงการสู่บริษัทในเครือ ผู้ผลิตชิ้นส่วน และผู้แทนจำหน่ายทั่วประเทศ ทำให้โรงงาน โตโยต้า บ้านโพธิ์ ได้รับรางวัล “การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพดีเด่น” ด้านระบบนิเวศ ป่าไม้ จากการเข้าร่วมโครงการประกวดภาคธุรกิจ ที่ดำเนินการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพดีเด่น ซึ่งจัดขึ้นโดย สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จากการดำเนินโครงการ “ป่าไม้ในโรงงาน” (Eco forest) และ “แหล่งเรียนรู้เชิงนิเวศ” (Biotope) จาก ฯพณฯ ท่านสุวิทย์ คุณกิตติ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในปี พ.ศ.2552 รวมไปถึงการสร้างเครือข่ายพลังสีเขียวภายใต้โครงการ Stop Global Warming ซึ่งเป็นความร่วมมือกับสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย โดยสามารถขยายความร่วมมือในการอนุรักษ์ และดูแลสิ่งแวดล้อมครอบคลุมแล้ว 76 จังหวัดทั่วประเทศ 123 เทศบาล 152 โรงเรียน

3) ส่งเสริมการศึกษาและถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่สังคมไทย โดยนอกจากการสนับสนุนทุนการศึกษาให้กับนักศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ อย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2516 ยังได้ให้การสนับสนุนคณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมอบห้องปฏิบัติการวิศวกรรมยานยนต์ พร้อมพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน มอบเครื่องยนต์เพื่อเป็นสื่อการสอน รวมทั้งจัดผู้บริหารเข้าไปเป็นอาจารย์ถ่ายทอดความรู้ และยังมีการถ่ายทอดเทคโนโลยีของ โตโยต้า ผ่านโครงการ T-TEP หรือ Toyota Technical Education Program เพื่อสร้างบุคลากรทางด้านยานยนต์ โดยในปี พ.ศ.2533 ได้ร่วมมือกับ สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการในการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน “ช่างเทคนิคยานยนต์ทั่วไป” (General T-TEP) และ “ช่างซ่อมตัวถังและสีรถยนต์” (BP-T-TEP) ต่อมาในปี พ.ศ.2550 ได้ขยายความร่วมมือไปสู่ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน เพื่อพัฒนาหลักสูตร “ช่างซ่อมตัวถังและสีรถยนต์” (BP-T-TEP) และล่าสุดในปีนี้ได้ขยายความร่วมมือเพิ่มขึ้นเพื่อพัฒนาหลักสูตร “ช่างซ่อมบำรุง” (General T-TEP)

4) ส่งเสริมคุณภาพชีวิต และการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของชุมชน ภายใต้การดำเนินงานของ มูลนิธิโตโยต้า ประเทศไทย ซึ่งก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2535 ในวาระครบรอบ 30 ปี ของการดำเนินกิจการในประเทศไทย ด้วยเงินทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 30 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็น 400 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2546 โดยนำดอกผลที่ได้รับจากทุนจดทะเบียน มาใช้ในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา 18 ปี ภายใต้วัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการศึกษา ตลอดจนพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งให้การสนับสนุนองค์กรสาธารณกุศลในการดำเนินกิจกรรมอันเป็นสาธารณประโยชน์ให้กับสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ชนบทห่างไกล

นอกจากนี้ยังได้สนองกระแสพระราชดำริในการก่อตั้ง “โรงสีข้าววังมงคล” ในปี พ.ศ. 2542 โดยได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินแทนพระองค์ทรงเป็นประธานในพิธีเปิดอย่างเป็นทางการ ดำเนินกิจการภายใต้วัตถุประสงค์หลัก ได้แก่ ช่วยเหลือเกษตรกรด้วยวิธีการรับซื้อข้าวเปลือกในราคาที่เป็นธรรม - ช่วยเหลือผู้บริโภคด้วยการขายข้าวสารในราคาที่เหมาะสม - และดำเนินกิจการโดยมิได้หวังผลกำไรทางธุรกิจเป็นสำคัญ อันเป็นการน้อมนำแนวคิด “เศรษฐกิจพอเพียง” มาปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

มร.ทานาดะ กล่าวต่อไปว่า “โตโยต้า ดำเนินธุรกิจในประเทศไทยมาอย่างยาวนานถึงกว่า 48 ปี นับว่าเป็นการดำเนินธุรกิจนอกประเทศญี่ปุ่นยาวนานที่สุดเป็นอันดับ 2 รองจากในประเทศสหรัฐอเมริกา การที่โตโยต้ามีพัฒนาการอันยั่งยืนดังเช่นทุกวันนี้ เกิดขึ้นจากการสนับสนุนอย่างดียิ่งของลูกค้าชาวไทย ที่ได้ให้ความไว้วางใจ และเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในวิถีชีวิตตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา โตโยต้า ขอขอบคุณลูกค้าทุกท่านด้วยความจริงใจ พร้อมให้คำมั่นสัญญาในการมุ่งมั่นรับผิดชอบต่อการสร้างสรรค์สังคมไทย ตามวิถีแห่งโตโยต้า ตลอดไป”

“และในโอกาสที่ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย กำลังจะครบรอบการดำเนินงาน 50 ปี ในปี พ.ศ.2555 โตโยต้า จะให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมส่งเสริมสังคม และกิจกรรม CSR มากยิ่งขึ้น โดยเน้นการมีส่วนร่วมตั้งแต่พนักงานภายในองค์กร เครือข่ายธุรกิจ และบริษัทในเครือ พร้อมส่งเสริมการมีส่วนร่วมของลูกค้า ชุมชน และสังคม เพื่อร่วมผลักดันสังคมไทยให้เกิดการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนสืบไป” สมดังปณิธานใหม่ ที่จะมาใช้นับจากนี้เป็นต้นไปว่า... “อนาคตสังคมไทย ความภูมิใจของเรา”



ด้านสิ่งแวดล้อม



ด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยียานยนต์



ด้านส่งเสริมคุณภาพชีวิต



นโยบาย CSR

ความรับผิดชอบต่อสังคมของโตโยต้า (Toyota CSR)

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด พร้อมเครือข่ายทางธุรกิจ คือ ผู้ผลิตชิ้นส่วน (suppliers) ผู้แทนจำหน่าย (dealers) รวมทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธุรกิจ ดำเนินธุรกิจโดยการบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกกระบวนการทำงาน หรือ Integrated CSR across Value Chain กล่าวคือ ตั้งแต่การคิดค้นพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ การหาแหล่งและคัดสรรการใช้วัตถุดิบ กระบวนการผลิต การบริหารจัดการขนส่ง ตลอดจนด้านการตลาดและการขาย รวมถึงการดูแลบริการหลังการขาย จะมีจิตสำนึกของความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และลูกค้า โดยพนักงานทุกคนรู้สึกเสมอว่า ตนเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้การบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมสำเร็จได้

หลักการ “ความรับผิดชอบต่อสังคม”

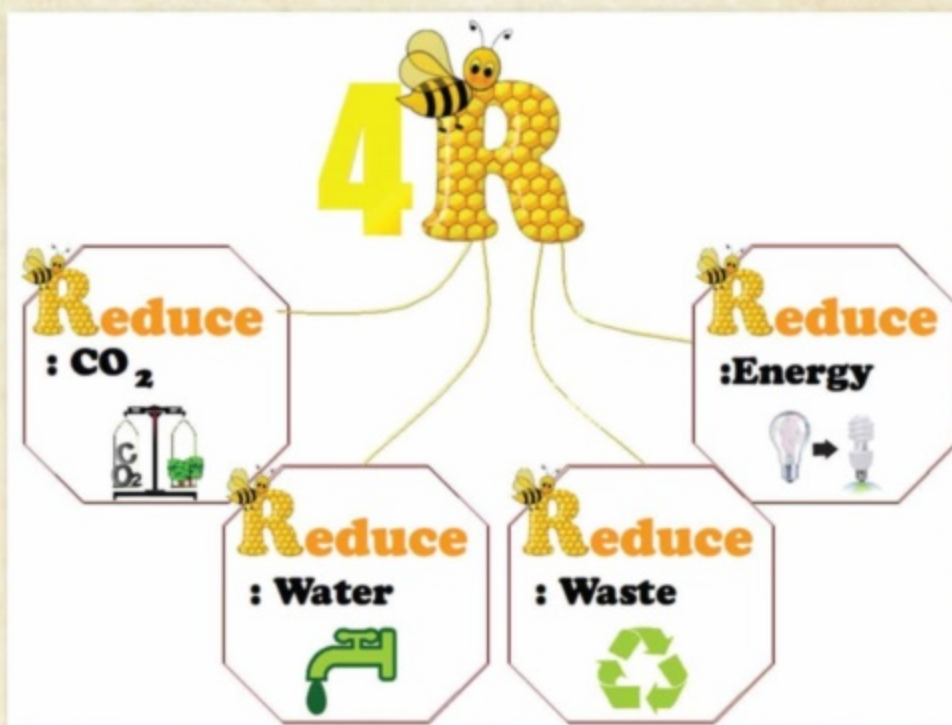
บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มุ่งมั่นที่จะรับผิดชอบต่อสังคมไทย ผ่านการบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกขั้นตอนของการดำเนินงาน ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนหลักดังนี้



การจัดซื้อและการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

วัตถุดิบและชิ้นส่วนที่เราคัดสรรต้องได้รับรองความปลอดภัยด้วยมาตรฐานสากล บริษัทผู้ผลิตต้องไม่กดขี่ด้านแรงงาน หรือใช้แรงงานเด็ก รวมถึงมีการปฏิบัติที่เป็นธรรม ดังที่ระบุไว้ใน “แนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ผลิตชิ้นส่วนโตโยต้า” เราพยายามจะคัดสรรวัตถุดิบและชิ้นส่วนที่ในระหว่างกระบวนการผลิตสิ้นเปลืองพลังงานน้อย หรือไม่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากเกินไป รวมถึงเลือกใช้วัตถุดิบที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ดังที่ระบุไว้ใน “การจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโตโยต้า 2550”

ในส่วนของกระบวนการผลิต นอกเหนือจากการนำเกณฑ์มาตรฐาน ISO 14001 มาเป็นแนวปฏิบัติแล้ว เรายังมีเป้าหมายที่จะใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และใช้พลังงานทางเลือกหรือพลังงานที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ เพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ลงให้ได้ทุกปี เราตั้งใจก่อให้เกิดของเสียน้อยที่สุดในระหว่างการผลิต มีการแยกของเสียกระตุ้นให้เกิดการนำกลับมาใช้ใหม่ และหลีกเลี่ยงการซื้อวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่ยากต่อการย่อยสลาย



การบริหารจัดการและการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบ

เราจะพัฒนาสภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงานให้มีมาตรฐานสูงสุด ทั้งในเรื่องของความปลอดภัยและสุขอนามัย ให้ค่าตอบแทนและสวัสดิการอย่างยุติธรรม จัดอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพและโอกาสก้าวหน้าทางตำแหน่งงานแก่พนักงานทุกระดับ รวมถึงต่อต้านการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชน การคุกคามทางเพศ และการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน และเราสามารถรับประกันได้ว่าการปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบนั้นเกิดขึ้นในทุกวัน ทุกระดับ และทุกตำแหน่งของบริษัท

เราปฏิบัติตามกฎหมายในและระหว่างประเทศโดยเปิดให้มีการแข่งขันอย่างเสรีและยุติธรรม และไม่ทำให้สินบนแก่หน่วยงานของรัฐ ผู้มีอำนาจทางสังคม หรือคู่ค้าทางธุรกิจ เราผลักดันให้ผู้แทนจำหน่ายนำเกณฑ์มาตรฐาน ISO 14001 ไปปฏิบัติ รวมถึงถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีที่จำเป็นให้แก่ผู้แทนจำหน่าย และร่วมมือกับผู้แทนจำหน่ายในการดูแลลูกค้าอย่างดีที่สุด เราสัญญาว่าจะรักษาคุณภาพของชิ้นส่วนและสำรองไว้ในจำนวนที่เพียงพอเสมอ เราจะแก้ปัญหาคอขวด การร้องเรียน และตอบคำถามด้วยความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการเรียกรถคืนเพื่อทำการแก้ไข และซ่อมแซมชิ้นส่วนที่มีปัญหาเพื่อให้ลูกค้าและสังคมได้รับความพอใจสูงสุด นอกเหนือจากที่กล่าวมา เราปฏิญาณว่าจะไม่หลอกลวง กล่าวเกินจริง หรือฉ้อโกงในการขายหรือการตลาด และจะไม่สื่อสาร โดยใช้ข้อความหรือรูปภาพที่ไม่เหมาะสมเกี่ยวกับเชื้อชาติ ศาสนา เพศหรือรสนิยมทางเพศ



การช่วยเหลือสังคมและชุมชน

เราให้ความสำคัญสูงสุดกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและชุมชนที่โรงงานของเราตั้งอยู่ เรามุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนบริเวณโดยรอบของโรงงาน โดยจะพัฒนาคนในชุมชน ช่วยรักษาสีเขียวแวดล้อม และส่งเสริมจารีตประเพณีของชุมชน เราสัญญาที่จะดำเนินธุรกิจในฐานะพลเมืองที่ดีของสังคม และนำรายได้ส่วนหนึ่งของบริษัทไปใช้ในการดำเนินโครงการเพื่อสังคม เพื่อให้เราจะได้เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาสังคมไทยอย่างยั่งยืนสืบไป



การบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกขั้นตอนของการทำงานคือสิ่งที่เรายึดมั่นและถือปฏิบัติในการทำงานทุกวัน และเราขอเชิญให้องค์กรอื่นๆ นำหลักปฏิบัตินี้ไปประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสม

GRI Reference

Profile

Profile	Page
1. Strategy and Analysis	10
1.1 Vision and Strategy regarding TMT's contribution to sustainable development	
2. Organizational Profile	
2.1 Name of the organization	11
2.2 Primary brands, products and/or services	11,68
2.3 Operational Structure of the organization	12
2.4 Local of organization's headquarter	11
2.5 Number of countries where the organization operates and Names or countries with either major operations	11
2.7 Markets served	11
2.8 Scales of the reporting organization	2
2.9 Significant changes during the reporting period regard size, structure or ownership	4-5
2.10 Awards received in the reporting period	14-20
3. Report Parameters	
Report Profile	
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	79
Report Scope And Boundary	2
3.6 Boundary of the report	2
3.7 State any specific limitations on the scope or boundary of the report	76-78
GRI Content Index	
3.12 Table identifying the location of the standard Disclosures in the reports. Identify	
4. Governance, Commitments and Engagement	
Governance	
4.4 Mechanisms for shareholders and employees to provide recommendations or direction to the highest governance body.	43, 44-45
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.	36, 44-45
Commitments to External Initiatives	
4.13 Memberships in association (such as industry associations) and/or national/international advocacy organizations in which the organization.	11
Stakeholder Engagement	
4.14 List of stakeholder group engaged by the organization	36
4.15 Basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage	36
4.16 Approaches to stakeholder engagement, including frequency of engagement by type and by stakeholder group	36
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.	36

Economic Performance Indicator

	Profile	Page
Aspect: Economic Performance		
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.	23
Aspect: Market Presence		
EC6	Policy, practices and proportion of spending on locally-based suppliers at significant locations of operation.	37

Environmental Performance Indicator

	Profile	Page
Aspect: Materials		
EN1	Materials used by weight or volume	32
Aspect: Energy		
EN3	Materials used by weight or volume	32
EN5	Energy saved due to conservation and efficiency improvements	28
EN6	Initiatives to provide energy-efficient or renewable energy based products and services, and reductions in energy requirements as a result of these initiatives.	24
Aspect: Water		
EN8	Total water withdrawal by source	25,32
EN10	Percentage and total volume of water recycled and reused	25
Aspect: Biodiversity		
EN11	Location and size of land owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas.	52, 61-65, 70-71
EN12	Description of significant impacts of activities, products, and services on biodiversity in protected areas of high biodiversity value outside protected areas.	52, 61-65, 70-71
EN13	Habitats protected or restored	52, 61-65, 70-71
EN14	Strategies, current actions, and future plans for managing impacts on biodiversity	

Social Performance Indicator

	Profile	Page
Aspect: Occupational Health and Safety		
LA8	Education, training, counseling, prevention, and risk-control programs in place to assist workforce members, their families, or community members regarding serious diseases.	46-47, 49
LA9	Health and safety topics covered in formal agreements with trade unions	13
Aspect: Training and Education		
LA10	Programs for skills management and lifelong learning that support the continued employability of employees and assist them in managing career endings.	46-47

Human Rights Performance Indicator

	Profile	Page
Aspect: Non-Discrimination		
HR4	Total number of incidents of discrimination and actions taken.	45
Aspect: Freedom of Association And Collective Bargaining		
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.	36, 44-45

Society Performance Indicator

	Profile	Page
Aspect: Community		
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.	55,62-65
Aspect:Corruption		
SO3	Percentage of employees trained in organization's anti-corruption policies and procedures.	44-45
SO4	Actions taken in response to incidents of corruption.	44-45

Product Responsibility Performance Indicator

	Profile	Page
Aspect: Product and Service Labeling		
PR5	Practices related to customer satisfaction, including results of surveys measuring customers satisfaction.	38, 40-41



ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท



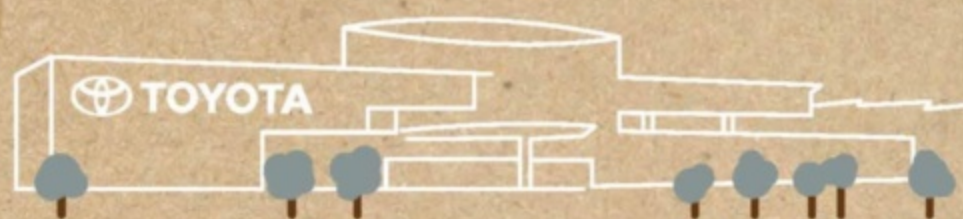
1. สำนักงานใหญ่และโรงงานโตโยต้าสาโรง

186/1 หมู่ 1 ถนนทางรถไฟเก่า ต.สำโรงใต้ อ.พระประแดง

จ.สมุทรปราการ 10130

โทรศัพท์ : + 66 (0) 2386-1000

โทรสาร : + 66 (0) 2386-1891



2. โรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์

99 หมู่ 2 ต.ลาดขวาง อ.บ้านโพธิ์ จ.ฉะเชิงเทรา 24140

โทรศัพท์ : + 66 (0) 3812-2000

โทรสาร : + 66 (0) 3812-2002



3. โรงงานโตโยต้าเกตเวย์

74 หมู่ 9 ต.หัวสำโรง

อ.แปลงยาว จ.ฉะเชิงเทรา 24000

โทรศัพท์ : + 66 (0) 3854-4000

โทรสาร : + 66 (0) 3854-4401



4. สำนักงานกรุงเทพฯ

จีอาร์ซีทาวเวอร์ ออลซีซั่นเพลส

ชั้น 42-43 เลขที่ 87/2 ถนนวิทยุ

แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน

กรุงเทพฯ 10330

โทรศัพท์ : + 66 (0) 2305-2000

โทรสาร : + 66 (0) 2305-2013



5. ศูนย์การศึกษาและฝึกอบรมโตโยต้า

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 186/1 หมู่ 1 ถนนทางรถไฟเก่า ต.สำโรงใต้ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ 10130

โทร : 0-2386-1000 ต่อ 3718 แฟกซ์ : 0-2386-1956 อีเมล : seo@toyota.co.th



บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

186/1 หมู่ 1 ถ.ทางรถไฟเก่า ต.ลำโรงใต้ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ 10130 โทร : 0-2386-1000

www.toyota.co.th