



ร่วมทางตลอดมา
เคียงข้างตลอดไป



Sustainability Report 2012

Toyota Motor Thailand Co., Ltd.

TOYOTA



Eco Network
เครือข่ายเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

บทนำ

INTRODUCTION

การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของโตโยต้า นับเป็นการดำเนินงานตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ คือเริ่มตั้งแต่การวางแผนและ ออกแบบสร้างโรงงานผลิตรถยนต์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั้งการจัดการด้านพลังงาน การบำบัดน้ำ การจัดการขยะ และของเสีย รวมถึงการคิดค้นและพัฒนาเทคโนโลยี เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสูงสุดหรือแม้แต่การปลูกฝังจิตสำนึกของบุคลากรทุกคนให้ตระหนักในเรื่องสิ่งแวดล้อม โดยทั้งหมดนี้เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกันคือ การที่โตโยต้าจะเจริญเติบโตทั้งในด้านอุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ด้วยความมุ่งมั่นสู่การสร้างความเป็นผู้นำแห่งการเดินทางในอนาคต ด้วยการผลิดที่มีคุณภาพ สรรสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ รวมทั้งการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นการตอบแทนด้วยรอยยิ้มให้กับทุกคนในสังคม บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้มีการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยรายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ยังคงเนื้อหาที่ครอบคลุมใน 3 เรื่องหลัก ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการผลักดันองค์กรไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ได้แก่ การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นข้อมูลการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2555 (ระหว่างเดือนเมษายน 2554 – มีนาคม 2555) ที่ผ่านมา

Toyota's environmental management is comprehensive. It starts with planning integrated across value chain and design of automobile manufacturing plants that are environment friendly, coupled with energy management, wastewater treatment, waste management, and technological innovations to achieve the most environment friendly products. Moreover, all personnel are encouraged to be environment conscious. All these are done to accomplish one thing, for Toyota to sustainably grow industrially and environmentally.

Our objective is to be the leader in the future transportation, production quality, and creative innovations, always paying attention to the environment. To express our gratitude towards everyone in the society, Toyota Motor Thailand Co., Ltd. has continuously conducted activities to contribute to the society and environment. The sustainability report still covers three main areas that are essential for the sustainable development of the organization. These areas are environmental, social and economic operations. The information of the business operation in the fiscal year 2012 (**between April 2011 and March 2012**) is reported herein.







สารบัญ

| | |
|-------|---|
| 3 | บทนำ INTRODUCTION |
| 8-9 | สารจากประธาน MESSAGE FROM THE PRESIDENT |
| | รู้จักโตโยต้า ABOUT TOYOTA |
| 11-12 | ภาพรวมของบริษัท COMPANY PROFILE & OVERVIEW |
| 13 | โครงสร้างผู้บริหาร COMPANY ORGANIZATION |
| | แนวคิดโตโยต้า TOYOTA PRINCIPLE |
| 16 | วิสัยทัศน์ หลักการ และพันธกิจ OUR VISION, PRINCIPLES AND MISSION |
| 17 | วิถีโตโยต้า TOYOTA WAY |
| 18-19 | โลกทัศน์โตโยต้า TOYOTA GLOBAL VISION |
| 20-23 | รางวัลและความสำเร็จที่เคยได้รับ AWARD RECEIVED AND ACHIEVEMENTS |
| | การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ENVIRONMENTAL PERFORMANCE |
| 26-27 | นโยบายสิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัย และความปลอดภัย ENVIRONMENTAL, OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY POLICY |
| 28-33 | ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมปี '54 - '55 ตามแผนพัฒนา 5 ปี ENVIRONMENTAL PERFORMANCE OF 2011 -2012 REFERRED TO THE 5 YEAR ACTION PLAN |
| 34-35 | บัญชีสิ่งแวดล้อม ENVIRONMENTAL ACCOUNT |
| 36-41 | กิจกรรมต่างๆ เพื่อนำไปสู่การบรรลุตามแผน 5 ปี ACTIVITIES FOR 5 YEARS ACTION PLAN ACHIEVEMENT |
| 42-45 | ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ENVIRONMENTAL PERFORMANCE DATA |
| | การดำเนินงานด้านสังคม SOCIAL PERFORMANCE |
| 47 | นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของโตโยต้า TOYOTA'S CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY POLICY |
| 48-49 | ผู้ผลิตและส่งมอบชิ้นส่วน MANUFACTURERS AND PARTS SUPPLIERS |
| 50-51 | ผู้ถือผลประโยชน์ร่วม STAKEHOLDERS |
| 52-53 | ศูนย์การศึกษาและฝึกอบรมโตโยต้า TOYOTA EDUCATION AND TRAINING CENTER |
| 54 | พนักงาน EMPLOYEE |
| 55 | <ul style="list-style-type: none">กิจกรรมส่งเสริมจริยธรรม ETHIC PROMOTION |
| 56-57 | <ul style="list-style-type: none">สถาบันโตโยต้า TOYOTA ACADEMY THAILAND |
| 58 | <ul style="list-style-type: none">กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ HEALTH PROMOTION ACTIVITY |
| 59-61 | <ul style="list-style-type: none">กิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัย SAFETY PROMOTION ACTIVITY |



CONTENTS



การบริการลูกค้า CUSTOMER SERVICE

62-63

- TOYOTA SMART G-BOOK

64-65

กิจกรรมเพื่อสังคม SOCIAL CONTRIBUTION

ด้านสิ่งแวดล้อม ENVIRONMENTAL

- โครงการลดเมืองร้อน ด้วยมือเรา
STOP GLOBAL WARMING PROJECT
- โครงการปลูกป่านิเวศ
ECO FOREST
- โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ ปีที่ 8
MANGROVE PLANTATION FOR HIS MAJESTY THE KING YEAR 8
- ศูนย์การเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อม
ENVIRONMENTAL LERNIGN CENTER

66-67

68-70

71

72-73

ด้านความปลอดภัยบนท้องถนน ROAD SAFETY PROJECT

74-76

ด้านการพัฒนาชุมชนและอื่นๆ COMMUNITY DEVELOPMENT AND OTHER

77

ด้านการศึกษาและถ่ายทอดเทคโนโลยี EDUCATION AND TECHNOLOGY TRANSFER

78-79

ข้าวรัชมงคล RACHAMONGKOL RICE

80

กิจกรรมเพื่อสังคมของแต่ละโรงงาน SOCIAL CONTRIBUTION OF EACH PLANT

81-85

บทความพิเศษ SPECIAL STORY

50 ปี โตโยต้า ร่วมทางตลอดมา เคียงข้างตลอดไป TOYOTA 50 TH ANNIVERSARY BY YOUR SIDE ALWAYS

88-91

โตโยต้า ช่วยเหลือวิกฤตอุทกภัย 2554 2011 TOYOTA'S FLOOD RELIEF

92-94

เครือข่ายเพื่อสิ่งแวดล้อม TOYOTA ECO NETWORK

95

โครงการโชว์รูมและศูนย์บริการเพื่อการประหยัดพลังงาน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ECO-DEALERSHIP OUTLET

96-97

คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ASIA PACIFIC ENVIRONMENT COMMITTEE (AP-EC)

98-99

การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ ECONOMIC PERFORMANCE

รายรับ, กำไรสุทธิและสถิติการขายรถยนต์ NET PROFIT, INCOME AND STATISTIC OF SALES

100-103

GRI REFERENCE

104-109

MAPPING

110-112



ECO FOREST AT TOYOTA BANPHO PLANT

สารจากประธาน

THE PRESIDENT MESSAGE



MR. KYOICHI TANADA,
TOYOTA MOTOR THAILAND CO., LTD.
PRESIDENT

"Toyota is still committed to conducting its business with Integrated CSR in across value chain by introducing environmentally friendly products and being the leader in technology to satisfy customers needs and create ultimate satisfaction beyond customers expectation, bringing smiles to all Toyota car users."

ในปีที่ผ่านมา นับเป็นอีกหนึ่งปีที่เต็มไปด้วยความท้าทายอย่างยิ่งสำหรับโตโยต้า มีเหตุการณ์ใหญ่ๆ ที่เกิดขึ้นมากมายทั่วโลก ทำให้ส่งผลกระทบต่อทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งโตโยต้า เป็นหนึ่งในบริษัทที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ภัยธรรมชาติ และวิกฤติเศรษฐกิจในต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ในปีที่ผ่านมา เรายังคงดูแลปัญหาสิ่งแวดล้อม ซึ่งรวมถึงการอนุรักษ์พลังงาน จนได้รับรางวัล Thailand Energy award จากกระทรวงพลังงาน ทั้งนี้ผมต้องขอขอบคุณทุกๆ ท่านที่ให้การสนับสนุนโตโยต้าด้วยดีตลอดมา และโตโยต้าจะยึดมั่นที่จะรักษาความเป็นผู้นำในด้านอุตสาหกรรมยานยนต์อย่างต่อเนื่องต่อไป

และถึงแม้ว่าจะประสบปัญหาดังกล่าวมาแล้วโตโยต้ายังคงมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมตลอดห่วงโซ่ธุรกิจ ทั้งในด้านการนำเสนองานผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม และเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยี เพื่อสร้างรอยยิ้ม และความภูมิใจให้กับผู้ใช้รถโตโยต้าทุกคน นอกจากนี้ยังพัฒนาธุรกิจซึ่งมีส่วนสร้างความเจริญเติบโต ให้กับเศรษฐกิจของประเทศไทย ทำให้เป็นศูนย์กลางการส่งออกรถยนต์ และชิ้นส่วนสู่ตลาดโลก ยิ่งไปกว่านั้นโตโยต้ายังคงสานต่อกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผ่านแนวทางปฏิบัติ 4 R คือ การลดใช้ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและ 4 P คือ สร้างเสริมความสุขอย่างยั่งยืน และขยายเครือข่ายในการทำความดีเพื่อสังคม รวมไปถึงการปลูกป่าบริเวณที่เราทำตลอดมา 5 ปี ซึ่งบรรลุครบ 1 ล้านต้น ตามเป้าหมายด้วยเช่นกัน

โตโยต้ายังคงมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงการประสานความร่วมมือภายในองค์กรให้แข็งแกร่งและบูรณาการความร่วมมือไปยังผู้แทนจำหน่ายและผู้ผลิตชิ้นส่วนโตโยต้าทั่วประเทศ และทุกภาคส่วน ซึ่งเป็นพลังและกลไกสำคัญที่จะนำไปสู่การพัฒนาสังคมไทยให้มีความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนต่อไปอันเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจของโตโยต้าที่มุ่งมั่นตอบแทนสังคมไทยตลอดมาตั้งปณิธานที่ว่า

"ร่วมทางตลอดมา เคียงข้างตลอดไป"

The previous year proved to be a very challenging year for Toyota. Major events around the world have caused economic and social impacts. Toyota was one of the companies affected by natural disasters and economic crises abroad. However, in the previous year we took care of environmental problems and received awards for energy conservation "Thailand Energy award". Therefore, I would like to thank you all for supporting Toyota and Toyota will strive to maintain its leadership in auto industry continually.

Although faced with many difficulties as mentioned above, Toyota is still committed to conducting its business with Integrated CSR in across value chain by introducing environmentally friendly products and being the leader in technology to satisfy customers needs and create ultimate satisfaction beyond customers expectation, bringing smiles to all Toyota car users. In addition, Toyota develops its business which contributes to Thailand's economic growth, and makes the country become the center of automotive vehicle and parts export to the global market. Moreover, Toyota continues its social and environmental activities through the 4R guideline, which is resource reduction through four actions, and the 4I guideline to increase happiness and satisfaction. Toyota also expands its network of social contribution, including Eco-Forest project which has reached the one million tree target.

Toyota is committed to conducting its business with social responsibility, uniting strong corporate cooperation, and integrating cooperation of dealerships and vehicle parts manufacturers nationwide, the main drive forces which contribute to sustainable growth of Thai society continually. As our stated resolution.

"By your side Always"



รู้จักโตโยต้า

ABOUT TOYOTA

ด้วยความมุ่งมั่นกว่า 49 ปี ที่ผ่านมา ในการดำเนินธุรกิจ ในประเทศไทย นับตั้งแต่ก่อตั้งขึ้น เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2505 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด (TMT) ได้บรรลุการเป็นผู้ผลิตรถยนต์ที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดในประเทศ รวมถึงการเป็นบริษัทแกนนำของโตโยต้าทั่วโลก ในการเป็นผู้ผลิตหลักในแผนยุทธศาสตร์ ในการเป็นศูนย์กลางในการผลิตรถยนต์ เพื่อป้องกันภัยกับตลาดในประเทศ และส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศทั่วโลก ณ ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 7,520 ล้านบาท มีพนักงานรวมทั้งสิ้นกว่า 14,000 คน โดยมีกำลังการผลิตรวม 670,000 คันต่อปี ผ่าน 3 โรงงานหลัก ได้แก่ โรงงานลำโพง โรงงานเกตเวย์ และโรงงานบ้านโพธิ์

โตโยต้ามุ่งมั่นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยและ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้นรถยนต์โตโยต้าทุกคัน จะต้องผ่านมาตรฐานความปลอดภัยยุโรป และมาตรฐานการปล่อยมลภาวะ Euro III และเรายังมุ่งมั่นที่จะ ค้นคว้า พัฒนา และนำระบบพลังงานทางเลือกมาปรับใช้กับรถเช่น เอทานอล, ชีเอเอ็นจี, ไบโอดีเซล ไฮบริด และเทคโนโลยีอื่นๆ ที่มากมาย

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จึงได้มีการแนะนำเทคโนโลยี Hybrid Synergy Drive สุดล้ำยุคในประเทศไทยอย่างเป็นทางการครั้งแรก ในรถยนต์ คัมรี่ ไฮบริด เมื่อปี 2552 โดยได้รับความนิยมน้อยแต่แพร่หลายในระยะเวลาอันสั้น จากนั้นในปี 2553 โตโยต้าจึงได้แนะนำรถยนต์ไฮบริด ที่มีชื่อเสียงระดับโลก โตโยต้า พริอุส เข้าสู่ตลาดเพื่อเป็นการตอบรับกระแสความนิยมของเทคโนโลยีไฮบริดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในขณะนั้นมาจนถึงในปี 2555 นี้ โตโยต้าได้ทำการแนะนำรถยนต์เทคโนโลยีไฮบริดเพิ่มเติมอีก 2 รุ่น ได้แก่ พริอุส ซี และอัลฟาร์ด ไฮบริด เพื่อเป็นการตอบรับถึงความมุ่งมั่นและความใส่ใจในด้านเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของโตโยต้า ด้วยรูปลักษณะภายนอกและภายในที่ล้ำสมัย เต็มเปี่ยมไปด้วยเทคโนโลยีที่ล้ำหน้า สร้างความสนุกสนานตลอดการขับขี่ในทุกเส้นทาง มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยการลดมลพิษจากการปล่อยไอเสีย และการขับเคลื่อนด้วยมอเตอร์ไฟฟ้าที่ไร้ซึ่งมลภาวะทางเสียง

อีกหนึ่งบทบาทสำคัญ คือการเป็นศูนย์กลางในการสนับสนุนการผลิตซึ่งดำเนินการ โดยบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ เอเชีย แปซิฟิก เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมนูแฟกเจอร์ TMAP-EM โดยจะเป็นศูนย์กลางของการผลิต การออกแบบ ค้นคว้า วิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้บริษัทแม่ที่ประเทศญี่ปุ่น ยังรวมถึงการเป็นศูนย์กลางการขนส่งอะไหล่ในภูมิภาค (Toyota Part Center Asia Pacific : TPCAP) เพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นทั้งในตลาดเอเชีย แปซิฟิก และทั่วโลกต่อไปในอนาคต

With 49 years of determination in its business operation in Thailand since its foundation on October 5th 1962, Toyota Motor Thailand Co., Ltd. (TMT) has achieved the status of the most accepted automobile manufacturer in the country. Moreover, it is the mainstay of Toyota worldwide in the area of main strategy planning and the center of automobile manufacturing for domestic and worldwide market. Currently, it has an authorized capital of 7.52 billion baht, 14,000 employees, total capacity 670,000 vehicles per year through 3 main factories, namely Samrong Plant, Gateway Plant and Ban Pho Plant.

Toyota is committed to manufacturing safe and environment-friendly products. Therefore, it is necessary that all Toyota vehicles pass European Safety Standard and Pollution Emission Standard (Euro III). In addition, we are determined to conduct research and develop alternative energy to be used with vehicles: Ethanol, CNG, Bio-diesel, Hybrid, and many other technologies.

As a result, Toyota Motor Thailand Co., Ltd. officially introduced Hybrid Synergy Drive technology to Thailand's automobile market for the first time through Camry Hybrid in 2009, which achieved wide popularity in a short time. Then, in 2010 Toyota introduced the globally famous car "Toyota Prius" to the market in response to popular trend of environment-friendly Hybrid technology then. Now in this year 2012, Toyota has introduced two additional Hybrid cars, namely Prius Z and Alford Hybrid, to reinforce Toyota's commitment and attention to environment-friendly technologies. Through stylish appearance and state-of-the-art technologies, these cars deliver fun-filled driving experience as well as environment-friendliness by reducing pollution from exhaust emission and being powered by electric motor without noise pollution.

Another important role is to be the center of manufacturing support operated by Toyota Motor Asia Pacific Engineering and Manufacturing (TMAP-EM), which is the center of product manufacturing, design, study, research, and development. In addition to the mother company in Japan, there is Toyota Part Center Asia Pacific (TPCAP), which responds to increased demand in Asia Pacific and worldwide market in the future.



กลุ่มโตโยต้าในประเทศไทย

1. บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด (2505)
2. บริษัท ฮีโน่ มอเตอร์ แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (2507)
3. บริษัท โตโยต้า ออโต้ บอดี้ ประเทศไทย จำกัด (2521)
4. บริษัท สยาม โตโยต้า อุตสาหกรรม จำกัด (2530)
5. บริษัท ไทย ออโต้ เวคส์ จำกัด (2531)
6. บริษัท โตโยต้า บอดี้ เซอร์วิส จำกัด (2535)
7. บริษัท โตโยต้า ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (2536)
8. บริษัท เทคโนโลยียานยนต์โตโยต้า จำกัด (2541)
9. บริษัท ข้าววังมงคล จำกัด (2542)
10. บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ เอเชีย แปซิฟิก เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมนูแฟคเจอร์ริง (2546)

โตโยต้า ยึดถือปรัชญาในการดำเนินธุรกิจในการเจริญเติบโตร่วมกับพัฒนาการอย่างยั่งยืนของชุมชน และสังคม เราจะนำปรัชญานี้มาปฏิบัติให้เห็นเป็นรูปธรรมในสังคมไทย เพื่อเตรียมพร้อมสู่การฉลองวาระครบรอบ 50 ปี การดำเนินกิจการในประเทศไทย ในปี พ.ศ.2555 นี้ เราปรารถนาให้สังคมไทยเกิด ความร่วมมือ เป็นเครือข่าย ร่วมสร้างสรรค์สังคมที่ดี นับจากวันนี้ เป็นจุดเริ่มต้น เพื่อขยายสู่การบูรณาการความร่วมมือกันของสังคมไทย เพื่อบรรลุเป้าหมายอันเป็นปณิธานสูงสุดของเรา

TOYOTA GROUP IN THAILAND

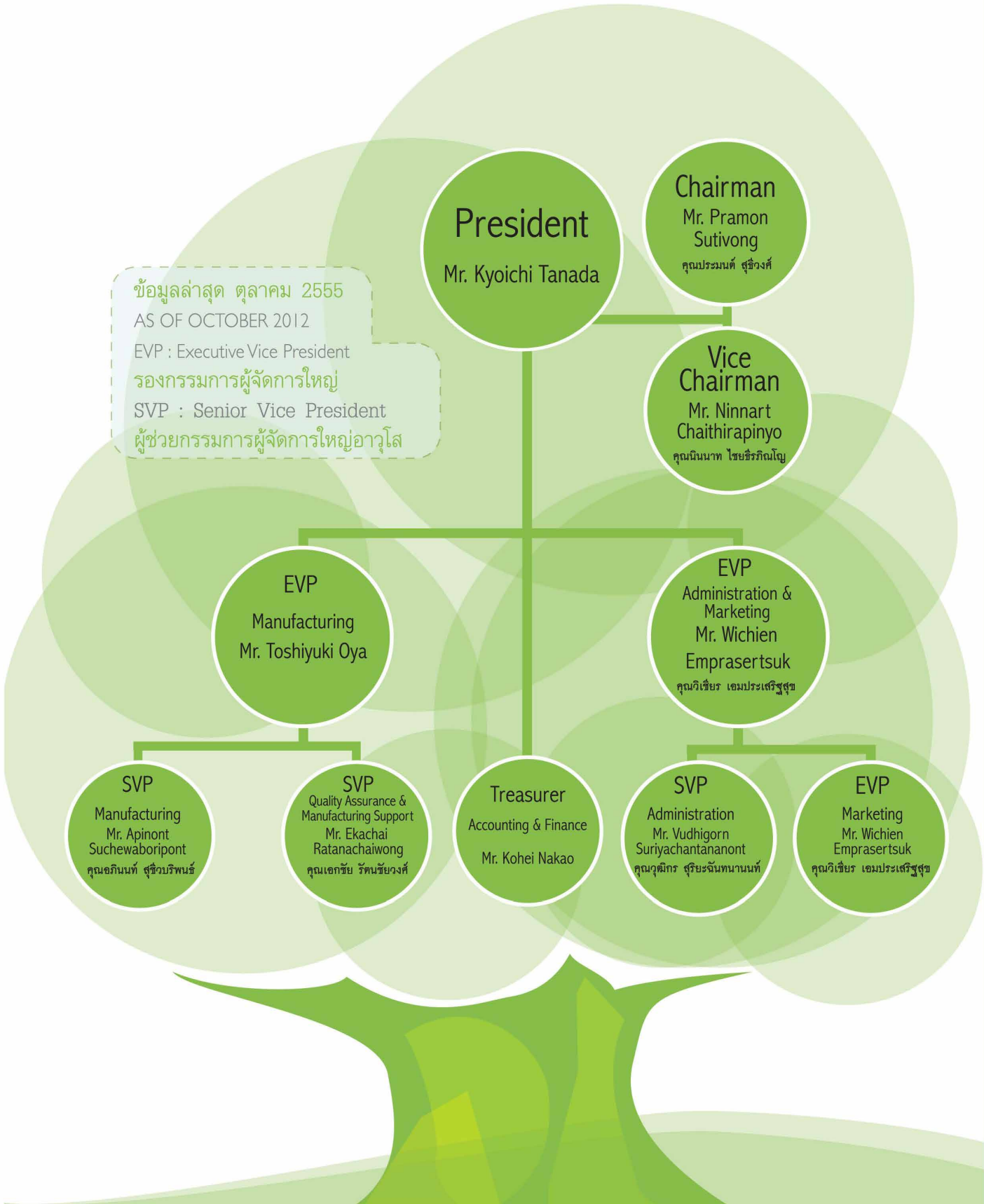
1. **Toyota Motor Thailand Co., Ltd. (1962)**
2. **Hino Motor Manufacturing Thailand Co., Ltd. (1964)**
3. **Toyota Auto Body Thailand Co., Ltd. (1978)**
4. **Siam Toyota Manufacturing Co., Ltd. (1987)**
5. **Thai Auto Works Co., Ltd. (1988)**
6. **Toyota Body Service Co., Ltd. (1992)**
7. **Toyota Leasing (Thailand) Co., Ltd. (1993)**
8. **Toyota Automotive Technical School (1998)**
9. **Rachamongkol Rice Co., Ltd. (1999)**
10. **Toyota Motor Asia Pacific Engineering & Manufacturing Co., Ltd. (2003)**

Toyota conducts its business along the philosophy of sustainable development of community and society. We will implement this philosophy concretely to Thai society as we prepare for the 50th anniversary of our operation in Thailand in the year 2012. We desire a network of cooperation to be established in Thai society. Today is the beginning of our expansion of integrated cooperation to achieve our ultimate goal. This is our resolution.

โครงสร้างผู้บริหาร

COMPANY ORGANIZATION

ข้อมูลล่าสุด ตุลาคม 2555
 AS OF OCTOBER 2012
 EVP : Executive Vice President
 รองกรรมการผู้จัดการใหญ่
 SVP : Senior Vice President
 ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส





แนวคิดที่ง่าย ๆ

TOYOTA PRINCIPLE



ECO FOREST AT TOYOTA BANPHO PLANT

วิสัยทัศน์ หลักการ และพันธกิจ OUR VISION, PRINCIPLES AND MISSION

วิสัยทัศน์

1. เป็นบริษัทแกนนำของโตโยต้า เอเชีย แปซิฟิก และเครือข่ายโตโยต้าทั่วโลก
2. เป็นบริษัทที่ได้รับการยอมรับและยกย่องที่สุดในประเทศไทย

หลักการ

1. ปรับปรุงอย่างต่อเนื่องโดยการท้าทายและเปลี่ยนแปลง
2. เคารพและยอมรับผู้อื่น
3. ยึดหลักความพึงพอใจของลูกค้า
4. มุ่งเทเพื่อบรรลุมาตรฐานสูงสุด
5. รับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม

พันธกิจ

1. สร้างความแข็งแกร่งในการปฏิบัติงาน และส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างเอเชียแปซิฟิก
2. บรรลุการเป็นผู้นำในด้านความพึงพอใจของลูกค้า และในด้านสัดส่วนการตลาด
3. กำหนดให้ความปลอดภัยเป็นกิจกรรมที่สำคัญที่สุดของกิจกรรมรากฐานของบริษัท
4. สร้างสังคมที่มีคุณภาพโดยการทำกิจกรรมที่มีคุณค่าเพื่อสังคม

VISION

1. Be the leader of Toyota Asia Pacific and Core Company of Toyota global network operations.
2. Be the most admired and respected company in Thailand.

PRINCIPLE

1. Employ continuous improvement by means of challenge and change.
2. Respect people and their needs.
3. Pursue excellence in customer satisfaction.
4. Dedicate ourselves to the highest standards.
5. Adopt a spirit of social responsibilities to our communities and the environment.

MISSION

1. Strengthen operation and encourage collaboration within the Asia Pacific Region.
2. Achieve dominant customer satisfaction and market share.
3. Ensure safety as the first priority in all corporate fundamental activities.
4. Create a better quality society through meaningful social contributions.

แนวทางการจัดการของโตโยต้า TOYOTA GUIDING PRINCIPLES

1. ให้ความสำคัญต่อกฎหมายของนานาประเทศโดยการปฏิบัติตามกฎหมายของทุกประเทศ ดำเนินธุรกิจอย่างเปิดเผยตรงไปตรงมาและเป็นพนักงานที่ดีของหน่วยงาน โดยประกอบกิจกรรมของหน่วยงานอย่างเปิดเผยและซื่อตรง
2. ให้ความเคารพวัฒนธรรมและประเพณีของทุกประเทศ สนับสนุนการพัฒนาทางเศรษฐกิจ และสังคมผ่านทาง การดำเนินงานทางธุรกิจ
3. ศึกษและเสียดสี ในการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่สะอาดและปลอดภัย เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตในทุกที่ผ่านทางทุกกิจกรรมของเรา
4. สร้างและพัฒนาเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย พร้อมทั้งจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่ดียิ่งขึ้นซึ่งเต็มเต็มความต้องการของผู้ใช้บริการทั่วโลก
5. ส่งเสริมวัฒนธรรมในองค์กรที่จะช่วยเพิ่มความสามารถในการสร้างสรรค์ของแต่ละบุคคล และคุณค่าการทำงานร่วมกันเป็นหมู่คณะ ขณะเดียวกันมีความไว้วางใจและความเคารพนับถือและให้เกียรติซึ่งกันและกัน
6. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อการเติบโตสู่สังคมและชุมชนทั่วโลก ผ่านนวัตกรรมการบริหารจัดการองค์กร
7. ร่วมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจในการวิจัย และการสร้างสรรค์เพื่อความสำเร็งที่มั่นคงและการเติบโตในระยะยาวเพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน พร้อมทั้งเปิดรับพันธมิตรใหม่ๆ ในเวลาเดียวกัน

1. Honor the language and spirit of the law of every nation and undertake open and fair corporate activities to be good corporate citizen of the world.
2. Respect the culture and customs of every nation and contribute to economic and social development through corporate activities in communities.
3. Dedicate ourselves to provide clean and safe products and to enhance the quality of life every where through all our activities.
4. Create and develop advanced technologies and provide outstanding products and services that fulfill the needs of customers worldwide.
5. Foster a corporate culture that enhance individual creativity and teamwork value while honoring mutual trust and respect between labor and management.
6. Pursue growth in harmony with the global community via innovative management.
7. Work with business partners in research and manufacture to achieve stable, long term growth and mutual benefits, while keeping ourselves open to new partnerships.

วิถีโตโยต้า

TOYOTA WAY

วิถีโตโยต้า 2544 เป็นอุดมคติมาตรฐาน และสัญลักษณ์นำของบุคลากรในองค์กรของโตโยต้าทั่วโลก เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเชื่อและคุณค่าที่เราทุกคนมีอยู่ร่วมกัน อาศัยหลักการชั้นนำของโตโยต้าที่กำหนดภารกิจของโตโยต้าในฐานะ ที่บริษัทและคุณค่าที่บริษัทมอบให้แก่ลูกค้า ผู้ถือหุ้น เพื่อนร่วมงานหุ้นส่วนทางธุรกิจและ ชุมชนโลก โดยการกำหนดวิธีการปฏิบัติและความประพฤติของบุคลากรของโตโยต้า เพื่อการมอบคุณค่าเหล่านี้ วิถีโตโยต้า 2544 ทำหน้าที่เสมือนระบบประสาทอัตโนมัติสำหรับองค์กรของโตโยต้า ซึ่งอยู่เหนือความแตกต่างของภาษาสัญชาติ สามารถใช้ได้ในทุกพื้นที่และทุกๆ สังคม

วิถีโตโยต้าปี 2544 ประกอบด้วย 2 เสาหลัก คือ "การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง" และ "การยอมรับนับถือซึ่งกันและกัน" เราไม่เคยพึงพอใจ เราไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ และเราปรับปรุงธุรกิจของเราเสมอ โดยการผลักดันความคิดและความพยายามอย่างดีที่สุดของเรา เราเคารพบุคลากรและเชื่อว่าความสำเร็จของธุรกิจของเราสร้างขึ้นจากความพยายามของทุกคน และการจัดการทีมงานอย่างดี เราคาดหวังว่าสมาชิกทีมงานของโตโยต้าในทุกๆระดับจะใช้คุณค่าสองอย่างดังกล่าวนี้ในการทำงาน และการมีปฏิสัมพันธ์แต่ละวันของพวกเขา

Toyota way 2001 is an ideal, standard and a leading symbol of people in Toyota organization worldwide. It obviously expresses believe and social value of people in common living. This relied on Toyota direction specifying burdens of Toyota as company image and value offered by the company to customers, shareholders, colleagues, business partners and the world community. Toyota way 2001 has specified method, practice way and conducts of Toyota people in order to offer these social values. This has performed as an automatically nerve system for Toyota organization. The concept to create Toyota way 2001 is over differences of language and nationality and can be applied every where.

Toyota ways 2001 consists of 2 main poles namely "Continuous improvement" and "Respect for People". We have never been satisfied, We have never still stood and we have always improved our business by driving idea and attempt at our best, we pay respect to our people and believe our business success derived from attempt and dedication of all and our teamwork has been well organized. We expect that teamwork of Toyota at all levels will use these 2 values for their operation and daily reaction.



โลกทัศน์โตโยต้า

'โลกทัศน์ของโตโยต้า' ซึ่งถูกประกาศในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2554 เป็นการประกาศชัดถึง บริษัทแบบไหนที่เราอยากจะเป็น "เราต้องการให้โตโยต้าเป็นบริษัทที่ลูกค้าเลือกและมอบรางวัลให้ให้แก่ลูกค้าทุกคนที่เลือกเรา" โลกทัศน์ของโตโยต้าเป็นการรกลั่นกรองปณิธานของเราที่โตโยต้า เพื่ออนาคต

The 'Toyota Global Vision' announced in March 2011, is an articulation of what kind of company we want to be — what kind of company we ought to be. It clarifies our value, "we want Toyota to be a company that customers choose and brings a smile to every customer who chooses it." The 'Toyota Global Vision' is a distillation of our resolve at Toyota for the future.

REWARDED WITH A SMILE

By Exceeding Your Expectations

ได้รับรอยยิ้มเป็นรางวัลสำหรับ
บริการที่เหนือความคาดหมาย

โตโยต้าจะเป็นผู้นำสู่อนาคตแห่งการขับเคลื่อน โดยจริงใจในชีวิตของผู้คนทั่วโลก ด้วยวิธีการขับเคลื่อนที่ปลอดภัยและมีความรับผิดชอบ ด้วยความมุ่งมั่นของเราที่มีต่อคุณภาพนวัตกรรมที่ต่อเนื่อง และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เราจึงมีเป้าหมายที่จะตอบสนองเหนือความคาดหมายและได้รับรอยยิ้มเป็นรางวัล เราจะบรรลุเป้าหมายที่ท้าทายโดยการใช้ความสามารถและกระตือรือร้นของผู้คนที่เชื่อว่าวิถีที่ดีกว่าเสมอ

Toyota will lead the way to the future of mobility, enriching lives around the world with the safest and most responsible ways of moving people. Through our commitment to quality, constant innovation and respect for the planet, we aim to exceed expectations and be rewarded with a smile. We will meet challenging goals by engaging the talent and passion of people, who believe there is always a better way.

Fruit

Always better cars

Develop vehicles which exceed customer expectations

รถยนต์ที่ดีกว่าเสมอ
พัฒนางานพยานะที่ตอบสนอง
เกินความคาดหมายของลูกค้า

ภูมิหลังและความก้าวหน้า BACKDROP AND PROGRESS

ในส่วนภูมิหลังของโลกทัศน์โตโยต้า เราประสบกับการขาดทุนหลังจากการล่มสลายของพี่น้องเลห์แมนรวมถึงการที่เราได้ยื่นมือถึงปัญหาด้านคุณภาพหลายครั้งหลายคราด้วย

เพื่อที่จะร่วมมือร่วมใจโตโยต้าทุกแห่ง ในความพยายามที่จะพลิกฟื้นผลประกอบการทางธุรกิจ เราจึงตระหนักถึงความจำเป็นในการมีความฝันหรือเส้นทางที่เราควรดำเนิน และที่ทุกคนที่ทำงานเพื่อโตโยต้าควรมีร่วมกัน ซึ่งเป็นเส้นทางที่นิยามว่าบริษัทแบบไหนที่เราอยากจะเป็น

เรายังรู้สึกถึงความจำเป็นในการทำให้ลูกค้าทุกคนของเราทราบว่าเราเป็นบริษัทแบบไหนและเรามีค่านิยมแบบใด อิงตามอุดมคติของเรามีเพื่อโตโยต้าสมาชิกของทีมเราจึงได้รวมตัวกันเพื่อสรุปโลกทัศน์นี้ นี่เป็นการรกลั่นกรองปณิธานของเราที่โตโยต้า

In the backdrop of this vision, there is our fall into the red after the Lehman Brothers collapse, as well as our reflection over a series of quality problems.

To unite all Toyota together to advance our efforts for the recovery of business performance, we came to realize the necessity of having a dream or a path that we should take that all people who work for Toyota could have in common, one that would define what kind of company we want to be — what kind of company we should be.

We also keenly felt the importance of making what kind of company we are and what kind of values we hold known to all our customers. Based on our ideal for Toyota, the members of our team gathered to discuss and finalize the vision. This is a distillation of our resolve at Toyota.

TOYOTA GLOBAL VISION

การจัดการโลกทัศน์โตโยต้า

TOYOTA VISIONARY MANAGEMENT



ภาพของต้นไม้ได้ถูกนำมาใช้เพื่อแสดงถึงโลกทัศน์โตโยต้านั้นคือ "จากกรรมาไปสู่ผลผลิต"

รากต่างๆของต้นไม้คือ ค่านิยมต่างๆที่เรามีร่วมกันซึ่งได้ขับเคลื่อนโตโยต้ามามากตั้งแต่ต้น และเป็นพื้นฐานของหลักโมโนซูกุริ รากเหล่านี้คือ ค่านิยมที่ถูกแสดงออกในกฎของโตโยตา ซึ่งเป็นหลักการของโตโยต้าและในวิถีโตโยต้า ซึ่งเป็นพื้นฐานของธุรกิจของเรา

"ผล" ที่โตโยต้าผลิตออกมาสู่ลูกค้าคือการสรรค์สร้าง "จากงานที่ดีกว่าเสมอ" และการจรรโลงชีวิตของผู้คนในชุมชน ผ่านทางความพยายามดังกล่าวเราจึงมุ่งมั่นที่จะเป็นบริษัทที่ลูกค้าพอใจและไว้วางใจในหลายภูมิภาคทั่วโลก

"ลำต้น" ของต้นไม้ซึ่งเป็นเสาหลักที่สนับสนุนการผลิตรถยนต์ของโตโยต้าที่ทำให้เราได้รับรอยยิ้มจากลูกค้า คือพื้นฐานธุรกิจที่มั่นคง

การดำเนินธุรกิจของโตโยต้าจึงตั้งอยู่บนพื้นฐานแนวคิดดังกล่าวและรับประกันการเติบโตที่ยั่งยืนโดยส่งเสริมวิถีจักรที่ค้ำงามนั้นคือรถยนต์ที่ดีกว่าเสมอ → การจรรโลงชีวิตผู้คนในชุมชน → พื้นฐานธุรกิจที่มั่นคง

The image of a tree has been chosen to symbolize the Toyota Global vision — its "roots to fruits".

The roots of the tree are the shared values that have steered Toyota from the beginning and that have underlain our monozukuri. They are values expressed in the Toyoda Precepts, in the Guiding Principles at Toyota, and in the Toyota Way, which are the basis of our business.

The "fruit" that Toyota provides for customers is creating "always better cars" and enriching lives in communities.

Through the efforts, we aim to become an admired and trusted company in the various regions where we conduct businesses.

The "trunk" of the tree, the underlying support for Toyota's creating of products that earn smiles from our customers, is the stable base of business.

Toyota's business activities are based on the concept, ensure sustainable growth by fostering the virtuous circle, Always better cars → Enriching lives of communities → Stable base of business.

รางวัลและความสำเร็จที่เคยได้รับ

รางวัลและความสำเร็จที่เคยได้รับด้านลูกค้า และผลิตภัณฑ์ ปี 2554

รางวัล ปี 2554

| | |
|--|---|
| 1. บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด - TOYOTA - TOYOTA - TOYOTA - TOYOTA PRIUS - CAMRY 2.4 HYBRID - TOYOTA ALPHARD - COROLLA ALTIS 2.0 - ALTIS ADVANCED CNG | ได้รับรางวัล Car of the Year 2011 ได้รับรางวัล BEST SELLING CAR (ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3) ได้รับรางวัล BEST EXPORT CAR (ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6) ได้รับรางวัล BEST FUEL ECONOMY PICKUP 3,000 CC ได้รับรางวัล BEST HATCHBACK ADVANCED TECHNOLOGY ได้รับรางวัล BEST SEDAN ADVANCED TECHNOLOGY ได้รับรางวัล BEST MPV ได้รับรางวัล BEST SEDAN UNDER 2,000 CC ได้รับรางวัล BEST SEDAN CNG |
| 2. บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด | ได้รับรางวัล "สถานประกอบกิจการดีเด่น" 10 ปีซ้อน ด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน |
| 3. บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด (โรงงานบ้านโพธิ์) | ได้รับรางวัลบริหารจัดการพลังงานดีเด่น ด้านอนุรักษ์พลังงาน คว้ารางวัล "Thailand Energy Awards 2011" |
| 4. บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด | ได้รับรางวัล 10 รางวัล "ธุรกิจจรรยาบรรณดีเยี่ยมแห่งปี 2554" "TAQA : Thailand Automotive Quality Award 2011" - รางวัลธุรกิจจรรยาบรรณดีเยี่ยมด้านการขาย - รางวัลธุรกิจจรรยาบรรณดีเยี่ยมด้านบริการหลังการขาย - รางวัลธุรกิจจรรยาบรรณดีเยี่ยมด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ (Yaris, Vios, Prius, Altis, Camry Hybrid, Vigo, Fortuner) - รางวัลธุรกิจจรรยาบรรณดีเยี่ยมด้านการพัฒนาภาพลักษณ์แบรนด์ (ประเภทเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม) |
| 5. บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด | ได้รับรางวัลอันดับหนึ่ง เจ. ดี. พาวเวอร์ 2011 ด้วยคะแนนสูงสุดตั้งตงไปนี้ - ดัชนีวัดความพึงพอใจลูกค้าด้านบริการหลังการขาย - ดัชนีวัดความพึงพอใจลูกค้าด้านการขาย |
| 6. บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด | ได้รับรางวัล "สถานประกอบการอุตสาหกรรมดีเด่น ครั้งที่ 1" (1st Good Factory Awards 2011) ประเภทการพัฒนาทรัพยากรบุคคลดีเด่น (Monodzukuri HRD Contribution Award) |
| 7. บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด | ได้รับรางวัลสื่อมวลชนดีเด่นครั้งที่ 29 ประเภทภาพยนตร์โฆษณาดีเด่น ในชุด "คะแนน" (POINTS) |

AWARD AND ACHIEVEMENTS 2011 (CUSTOMERS AND PRODUCT RELATED AWARD)

AWARDS 2011

| | |
|---|---|
| 1. Toyota Motor Thailand Co., Ltd. - TOYOTA - TOYOTA - TOYOTA - TOYOTA PRIUS - CAMRY 2.4 HYBRID - TOYOTA ALPHARD - COROLLA ALTIS 2.0 - ALTIS ADVANCED CNG | Received Car of the Year 2011 Awards Received BEST SELLING CAR award (for a third consecutive year) Received BEST EXPORT CAR award (for a sixth consecutive year) Received BEST FUEL ECONOMY PICKUP 3,000 CC award Received BEST HATCHBACK ADVANCED TECHNOLOGY award Received BEST SEDAN ADVANCED TECHNOLOGY award Received BEST MPV award Received BEST SEDAN UNDER 2,000 CC award Received BEST SEDAN CNG award |
| 2. Toyota Motor Thailand Co., Ltd. Received | "Outstanding Industry" award for 10 consecutive years in labour relations and labour welfare |
| 3. Toyota Motor Thailand Co., Ltd. (Ban Pho Plant) | Received Outstanding Energy Management Award in energy conservation category from "Thailand Energy Awards 2011" |
| 4. Toyota Motor Thailand Co., Ltd. | Received 10 Awards from "TAQA : Thailand Automotive Quality Award 2011" Award in Sales Award in After-Sales Service Award in Product Quality (Yaris, Vios, Prius, Altis, Camry Hybrid, Vigo, Fortuner) Award in Brand Image Development (Environmentally Friendly) |
| 5. Toyota Motor Thailand Co., Ltd. | Topped J.D. Power 2011 with the highest scores in the following Customer Satisfaction Index in After-Sales Service Customer Satisfaction Index in Sales |
| 6. Toyota Motor Thailand Co., Ltd. | Received 1st Good Factory Awards 2011 in outstanding human resource development category (Monodzukuri HRD Contribution Award) |
| 7. Toyota Motor Thailand Co., Ltd. | Received "21st Outstanding Mass Media Award 2011" in Outstanding Commercial Film category for the film titled "POINTS" |

AWARD RECEIVED AND ACHIEVEMENTS



รางวัลเชิงสังคมรับผิดชอบต่อสังคมของโตโยต้า

นายสุรพงษ์ พงศ์เกษไชย เลขาธิการ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม มอบโล่และเกียรติบัตร CSR-DIW Continuous Awards แก่ผู้บริหารโรงงานประกอบรถยนต์ โตโยต้า ทั้ง 3 แห่งได้แก่

- นายอภิชาต สิทธิธรรมกุล ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ โรงงานประกอบรถยนต์โตโยต้า ลำปาง จ.สมุทรปราการ
- นายชูศักดิ์ เหมียงสกุล ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ โรงงานประกอบรถยนต์โตโยต้า เกตเวย์ จ.ฉะเชิงเทรา
- นายวิเชียร จันทศิริพันธ์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ โรงงานประกอบรถยนต์โตโยต้า บ้านโพธิ์ จ.ฉะเชิงเทรา

พิธีมอบรางวัลจัดขึ้นโดย กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เมื่อวันที่ 25 มกราคม 2554 ที่ ห้องพาววิลเลียน โรงแรม เดอะแกรนด์ โฟร์วings คอนเวนชัน กรุงเทพฯ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัดดำเนินงานภายใต้เกณฑ์มาตรฐานของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ว่าด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility, Department of Industrial Works: CSR-DIW) ที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล (ISO 26000 Social Responsibility) โดยเป็นมาตรฐานภาคสมัครใจที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม โรงงานประกอบรถยนต์ลำปาง ได้รับการรับรองมาตรฐานดังกล่าวครั้งแรกในปี พ.ศ.2551 และในปีถัดมา โรงงานประกอบรถยนต์บ้านโพธิ์ และ เกตเวย์ ได้รับการรับรองมาตรฐานเพิ่มเติม โดยเป็นบริษัทรถยนต์แห่งแรกของไทย ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน CSR-DIW ครบทุกโรงงาน และเพื่อเป็นการต่อยอดการดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง และต่อเนื่องส่งผลให้โรงงานประกอบรถยนต์ของโตโยต้าทั้ง 3 แห่ง ได้รับการรับรองมาตรฐาน CSR-DIW ต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2553 จากการยึดหลักด้านความรับผิดชอบต่อสังคม 7 หัวข้อ ได้แก่

- 1) ด้านการกำกับดูแลองค์กร
- 2) ด้านสิทธิมนุษยชน
- 3) การปฏิบัติด้านแรงงาน
- 4) ด้านสิ่งแวดล้อม
- 5) การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม
- 6) ด้านผู้บริโภค
- 7) การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน

และนอกจากการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่องภายในองค์กรของ โตโยต้า แล้วยังได้ขยายความรับผิดชอบต่อสังคมไปยังธุรกิจต้นน้ำ ได้แก่ บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วน และธุรกิจปลายน้ำ ได้แก่ ผู้แทนจำหน่ายโตโยต้าทั่วประเทศอีกด้วย เพื่อสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน ตั้งปณิธานที่ว่า

“อนาคตสังคมไทย ความภูมิใจของเรา”



CSR-DIW CONTINUOUS AWARDS

Toyota's Social Responsibility from Upstream to Downstream Mr. Surapong Pongdechkhajohn Secretary to Industry Minister presented the trophy and certificate of CSR-DIW Continuous Awards to the executives of three Toyota assembly plants, namely:

- Mr. Apichai Sidrattakul Vice President of Toyota Samrong Plant Samutprakarn Province.
- Mr. Chusak Yiengsakul Vice President of Toyota Gateway Chachoengsao Province
- Mr. Wichien Chantasiriphan Vice President of Toyota Banpho Chachoengsao Province

The awards ceremony was held by Department of Industrial Works on 25 January 2011 at Pavilion Room, Grand Four Wings Convention Hotel, Bangkok. Toyota Motor Thailand Co., Ltd. conducts its business with Corporate Social Responsibility, Department of Industrial Works: CSR-DIW which conforms to ISO 26000 Social Responsibility. This is a voluntary standard of social responsibility. Toyota Samrong Plant was certified with CSR-DIW for the first time in 2008. In the following year, Toyota Banpho plant and Toyota Gateway Plant were also certified with it. Therefore, Toyota Motor Thailand Co., Ltd. is the first Thai car company whose all assembly plants have been certified with CSR-DIW. To emphasize its commitment to conduct its business with real social responsibility continually, all three Toyota assembly plants were certified with CSR-DIW again in 2010 as a result of their commitment to social responsibility in 7 areas, namely:

- 1) Corporate Supervision
- 2) Human Rights
- 3) Labour Practice
- 4) Environment
- 5) Integrity in Business Conduct
- 6) Consumers
- 7) Community Participation and Development

Besides continual efforts in Corporate Social Responsibility within Toyota Motor Thailand Company, these efforts are extended to upstream businesses, such as parts manufacturers, and to downstream businesses, such as Toyota dealerships nationwide, in order to create corporate social responsibility in supply chain as our resolution goes:

“Thai better future, Our pride”

รางวัลที่โรงงานเกตเวย์ได้รับ

AWARD RECEIVED BY GATEWAY PLANT

รางวัลที่ได้รับของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด (โรงงานเกตเวย์)

AWARDS RECEIVED BY TOYOTA MOTOR THAILAND CO, LTD. GATEWAY PLANT



| อันดับที่ / No. | ชื่อรางวัล / Award Title | หน่วยงาน/สถาบันที่มอบรางวัล Awarded by (Agency/Institute) | วันที่ / DATE |
|-----------------|---|---|------------------------|
| 1. | Thailand Energy Awards 2011 รางวัลดีเด่นด้านบุคลากร ประเภททีมงาน ด้านพลังงานโรงงานควบคุมดีเด่น ประจำปี 2554 / กระทรวงพลังงาน Outstanding Award for Energy Conservation of Factory Control Contest (Thailand Energy Awards 2011) | กระทรวงพลังงาน Ministry of Energy | มี.ค. 2555 Mar 2012 |
| 2. | มาตรฐาน "ฉลากเขียว" รถยนต์นั่งรุ่น Prius "Green Label" Standard for Prius | สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม Thai Industrial Standards Institute | เม.ย. 2554 Apr 2011 |
| 3. | รางวัลเกียรติยศความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง CSR-DIW Continuous Awards 2011 Honorable Award for Continuous Corporate Social Responsibility CSR-DIW Continuous Awards 2011 | กระทรวงอุตสาหกรรม Ministry of Industry | ก.ย. 2554 Sep 2011 |
| 4. | รางวัล Best Practice Karakuri จาก Thailand Kaizen Award Best Practice Karakuri Award from Thailand Kaizen Award by Technology Promotion Association (Thailand-Japan) | สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น Technology Promotion Association (Thai-Japan) | ส.ค. 2554 Aug 2011 |
| 5. | ผลงานดี "สิ่งประดิษฐ์คิดค้นด้านความปลอดภัย ซึ่งเป็นตัวอย่างดี" (5 Good Practice Awards from Innovation Awards For Safety) Good Practice "Exemplary Innovation for Safety" (5 Good Practice Awards from Innovation Awards For Safety) | กระทรวงแรงงาน Ministry of Labour | มิ.ย. 2554 Jun 2011 |
| 6. | รางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานระดับประเทศ ประจำปี 2555 (ปีที่ 4 ติดต่อกัน) Outstanding business in safety, occupational Health and workplace environment for the year 2012 (fourth year consecutively) | กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน Department of Labour Protection and Welfare | ก.ค. 2554 Jul 2011 |
| 7. | 1 รางวัลดีเด่น และ 3 รางวัลชมเชยจากการประกวด "การงศาสตร์ประยุกต์ดีเด่น 2554" 1 Outstanding Award and 3 Complimentary Awards from the "Outstanding Applied Ergonomics 2011" contest | สมาคมการยศาสตร์ไทย Ergonomics Society of Thailand | มี.ค. 2555 Mar 2012 |

รางวัลที่โรงงานลำโรงได้รับ AWARD RECEIVED BY SAMRONG PLANT



รางวัลที่ได้รับของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด (โรงงานลำโรง)

รางวัล Thailand Energy Awards 2011 ประเภทผู้รับผิดชอบด้านพลังงาน : โรงงานควบคุมจากกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พพ.) กระทรวงพลังงาน

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด (โรงงานลำโรง) ได้รับรางวัล Thailand Energy Awards 2011 ประเภทผู้รับผิดชอบด้านพลังงาน : โรงงานควบคุม จากกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พพ.) กระทรวงพลังงาน โดยมี นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี เป็นประธานในพิธีมอบรางวัล ณ ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล เมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2555

AWARDS RECEIVED BY TOYOTA MOTOR THAILAND CO., LTD. SAMRONG PLANT

Thailand Energy Awards 2011 Energy Responsibility Category: Factory Control By Department of the Energy Development and Promotion, Ministry of Energy

Toyota Motor Thailand Co., Ltd. (Samrong Plant) received Thailand Energy Awards 2011 in the category "Energy Responsible: Factory Control" from Department of Alternative Energy Development and Efficiency, Ministry of Energy, with Prime Minister Yingluck Shinawatra presiding over the awards presentation ceremony at Santi Maitri building, the Government House on 30 March 2012.

รางวัลที่โรงงานบ้านโพธิ์ได้รับ AWARD RECEIVED BY BAN PHO PLANT



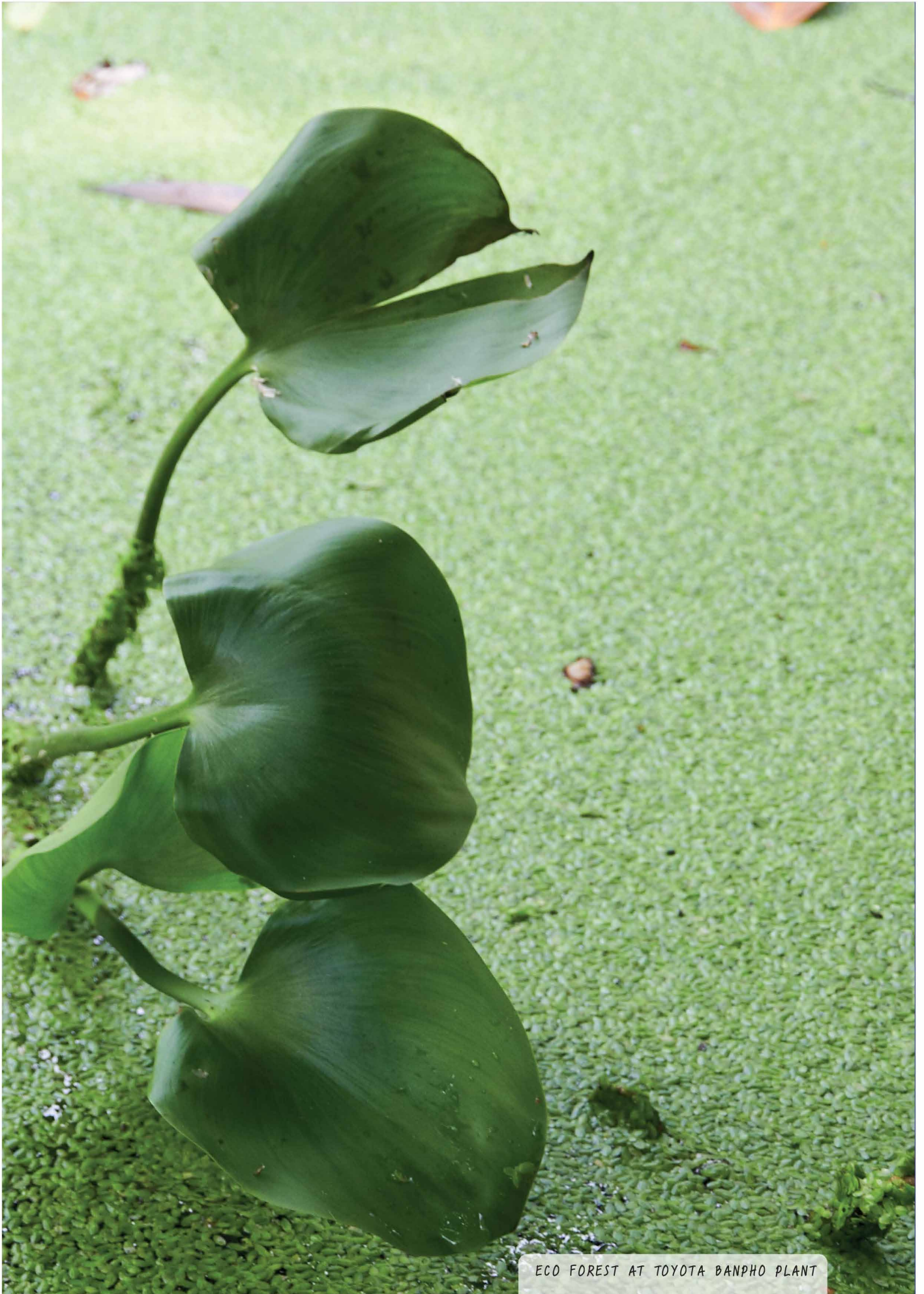
| อันดับที่ / No. | ชื่อรางวัล / Award Title | หน่วยงาน/สถาบันที่มอบรางวัล / Awarded by (Agency/Institute) | วันที่ / DATE |
|-----------------|--|---|------------------------|
| 1 | Thailand Energy Awards 2011 รางวัลดีเด่นด้านบุคลากรประเภททีมงานด้านพลังงานโรงงานควบคุมดีเด่น ประจำปี 2554 กระทรวงพลังงาน Outstanding Personnel Award of Factory Control Contest (Thailand Energy Awards 2011) | กระทรวงพลังงาน Ministry of Energy | มี.ค. 2555 Mar 2012 |
| 2 | รางวัลเกียรติยศความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง CSR-DIW Continuous Awards 2011 Honorary Award for Continuous Corporate Social Responsibility (CSR-DIW Continuous Awards 2011) | กระทรวงอุตสาหกรรม Ministry of Industry | ก.ย. 2554 Sep 2011 |
| 3 | Asean Energy Awards 2011 ประเภทการบริหารจัดการพลังงานดีเด่นในโรงงานขนาดเล็ก (Special Submission) Asean Energy Awards 2011 for Outstanding Energy Management in Small plant (special Submission) | Asean Energy Business Forum Asean Energy Business Forum | ก.ย. 2554 Sep 2011 |

การดำเนินงาน

ด้านสิ่งแวดล้อม

ENVIRONMENTAL PERFORMANCE





ECO FOREST AT TOYOTA BANPHO PLANT

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม



- 1) บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จะปฏิบัติตามกฎหมาย และมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายในบริษัท พร้อมทั้งมีความมุ่งมั่นที่จะบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางด้านสิ่งแวดล้อมที่วางไว้
- 2) บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จะทุ่มเทปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับการทำงานของระบบสิ่งแวดล้อมและการป้องกันมลพิษซึ่งบรรลุได้โดย
 - มุ่งเน้นที่จะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเนื่องจาก วัสดุคืบและกระบวนการผลิต โดยการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากสิ่งเหล่านั้น ก่อนที่จะนำวัสดุคืบใหม่มาใช้หรือก่อนมีกระบวนการผลิตใหม่ ๆ
 - หาวิธีลดปริมาณการใช้พลังงาน ลดระดับมลพิษและปริมาณของเสียที่ออกสู่สิ่งแวดล้อม
- 3) บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีความพยายามที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อพนักงานทุกคนเพื่อให้การปฏิบัติ และการบริหารงานด้านสิ่งแวดล้อมบังเกิดผลมากที่สุด
- 4) ตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสารกับชุมชน ในท้องถิ่น และให้ความร่วมมือที่ดีในกิจกรรมการรักษา สิ่งแวดล้อม

TOYOTA



- 1) TMT will be strictly complied with laws and regulations relating to the company's operation and commit to achieving environmental goals and targets.
- 2) TMT will be dedicated to continual improvement on environmental protection and pollution control by:
 - Reducing environmental impacts caused by raw materials and production processes by evaluating their impacts before using new materials or implementing new processes.
 - Reducing energy consumption, emission and waste to the environment.
- 3) TMT commits to making the employees understand and aware of environmental issues to ensure effective environmental management.
- 4) Place emphasis on local community participation and enhance cooperation in environmental conservation activities.



ENVIRONMENTAL POLICY



บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จะประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ให้เป็นไปในลักษณะที่ส่งเสริมความปลอดภัย ให้แก่พนักงานบุคคลที่เกี่ยวข้อง ลูกค้าและประชาชน บริษัทฯ จะพยายามป้องกันอุบัติเหตุ การบาดเจ็บ และความเจ็บป่วยเนื่องจากการอาชีพด้วย ความร่วมมืออย่างจริงจังของพนักงานทุกคน บริษัทฯ มีความผูกพันที่จะพยายามอย่างต่อเนื่อง เพื่อตรวจหาให้พบและขจัดหรือควบคุมความไม่ปลอดภัย ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อดำเนินการตามนโยบายที่กล่าวมานี้ บริษัทฯ ได้มีกำหนดการจัดการ ดังต่อไปนี้

- 1) ดำเนินการและพัฒนาระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ตามมาตรฐาน มอก. 18001, OHSAS 18001 อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับข้อกำหนดของกฎหมายและข้อกำหนดอื่นๆ ที่องค์กรได้ทำข้อตกลงไว้
- 2) ดำเนินการปรับปรุงและป้องกันอันตรายจากเครื่องจักร เครื่องมือ อัดฉีด ก๊าซ สารเคมี และอันตรายซึ่งมีความเสี่ยงตั้งแต่ระดับปานกลางขึ้นไป รวมทั้งควบคุมความเสี่ยงทุกระดับในองค์กร โดยกำหนดเป็นวัตถุประสงค์ด้านอาชีวอนามัย และความปลอดภัยประจำปี และสื่อสารให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคนนำไปปฏิบัติ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- 3) ให้การสนับสนุนทรัพยากร ทั้งในเรื่องบุคลากร เวลา งบประมาณ และการฝึกอบรม ที่เหมาะสมและเพียงพอ
- 4) กล่าวย้าให้พนักงาน ผู้รับเหมาและผู้เข้ามาปฏิบัติงานในบริษัท ทราบว่าการรักษาความปลอดภัยเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของทุกคน รวมทั้งความปลอดภัยของงาน
- 5) ทำการทบทวน และประเมินผลการดำเนินงานตามความเหมาะสม เพื่อทราบความก้าวหน้าและเพื่อให้แน่ใจว่าปฏิบัติตามนโยบายเกี่ยวกับความปลอดภัยนี้

TMT shall promote safety among employees, stakeholders, customers, and general public in our business operation. We shall attempt to prevent accidents, injuries, and illness from occupation with the cooperation from all employees. We are committed to continuous efforts in identifying and mitigating or controlling of risks involved in our business operation. In order to follow the mentioned policy, we shall:

- 1) **Implement and develop occupational health and safety management** system according to TIS 18001 and OHSAS 18001 and to be complied with laws and regulations or other agreements that have been committed.
- 2) **Improve and prevent hazards from machines, tool, fire, chemicals and hazards of moderate level and above as well as all levels of risks in the organization** by setting annual occupational health and safety objectives and communicating to all stakeholders in implementation and continuous improvement.
- 3) **Provide support** in human resources, time, budgets and appropriate and adequate trainings.
- 4) **Announce to employees, contractors and operators** that safety during business operation is everyone's responsibility as well as beyond work.
- 5) **Review and evaluate performance** to keep tracks of progress and ensure compliance of safety policy.

ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมปี'54-'55 ตามแผนพัฒนา 5 ปี

ภาวะโลกร้อน

| รายการ | กิจกรรม / เป้าหมาย (เมษายน 2554 - มีนาคม 2555) | ผลสำเร็จ (เมษายน 2554 - มีนาคม 2555) | เป้าประสงค์ (แผนปฏิบัติการ 5 ปี) |
|---|---|--|---|
| 1. การจัดการการปล่อย CO ₂ จาก TMT และบริษัทในเครือ เพื่อลดการปล่อย CO ₂ โดยปฏิบัติตามนโยบายของ TMC ได้แก่ การผลิต โลจิสติกส์ และการบริการหลังการขาย | การผลิต TMT CO ₂ = 0.307 ตัน/หน่วย ลำโพง CO ₂ = 0.240 ตัน/หน่วย ภาคเวทย์ CO ₂ = 0.314 ตัน/หน่วย บ้านโพธิ์ CO ₂ = 0.385 ตัน/หน่วย | TMT CO ₂ = 0.295 ตัน/หน่วย ลำโพง CO ₂ = 0.250 ตัน/หน่วย ภาคเวทย์ CO ₂ = 0.304 ตัน/หน่วย บ้านโพธิ์ CO ₂ = 0.344 ตัน/หน่วย | TMT CO ₂ = 0.284 ตัน/หน่วย ลำโพง CO ₂ = 0.237 ตัน/หน่วย ภาคเวทย์ CO ₂ = 0.306 ตัน/หน่วย บ้านโพธิ์ CO ₂ = 0.366 ตัน/หน่วย |
| | โลจิสติกส์ CO ₂ ที่ลดได้ = 2% จากการประมาณการปล่อยทั้งปี | CO ₂ ที่ลดได้ = 16.34% จากการประมาณการปล่อยทั้งปี | CO ₂ ที่ลดได้ = 10% จากการประมาณการปล่อยทั้งปี (2.5% จากปี 2552) |
| | การบริการหลังการขาย ส่งเสริมโครงการอนุรักษ์พลังงานให้กับ ผู้แทนจำหน่าย เพื่อลดการปล่อย CO ₂ | มีศูนย์บริการเข้าร่วมโครงการทั้งหมด และได้รับการยอมรับเพื่อจะดำเนิน โครงการลดพลังงานต่อไป | ลดการใช้พลังงานลงร้อยละ 20 จากศูนย์บริการของผู้แทนจำหน่าย ทั้งหมดเปรียบเทียบกับปี 2552 |
| 2. ส่งเสริมการพัฒนาพลังงานทางเลือก รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม | 1. ได้รับการรับรองฉลากเขียว 2. วิจัยและพัฒนาน้ำมันดีเซล สังเคราะห์จากพืชน้ำมัน (bio-hydrogenated Diesel) | 1. รถยนต์นั่งส่วนบุคคลทุกวัน รวมทั้ง พริอูส, ฟอจูนเนอร์ และ ไฮลักซ์ อีโก้บีเอ็มแอล ได้รับการรับรอง ฉลากเขียว 2. อยู่ในระหว่างการพัฒนา (2551- 2555) ได้รับการรับรอง ฉลากเขียว | ศึกษาและพัฒนาพลังงานทางเลือก รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง |
| | 3. ส่งเสริมการพัฒนาสภาพทราฟฟิกรจราจร โดยใช้เครือข่ายเทคโนโลยีที่หลากหลาย | สนับสนุนความร่วมมือกับภาครัฐและ เอกชน และขยายผลอย่างต่อเนื่อง | เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจราจรผ่าน ช่องทางต่างๆ อาทิ เว็บไซต์, |



ENVIRONMENTAL PERFORMANCE OF THE 2011 -2012 REFERED TO

THE 5 YEAR ACTION PLAN

GLOBAL WARMING

| ITEM | ACTIVITY / TARGET (APR. 2011- MAR. 2012) | ACHIEVEMENT (APR. 2011- MAR. 2012) | PURPOSE (5 YEAR ACTION PLAN) |
|--|--|--|--|
| 1. CO ₂ emission management by TMT and its affiliates to reduce CO ₂ emission by following TMC policy in 3 areas: Production, Logistics and After-Sales Services | Production TMT CO ₂ = 0.307 ton/unit S/R CO ₂ = 0.240 ton/unit G/W CO ₂ = 0.314 ton/unit B/P CO ₂ = 0.385 ton/unit | TMT CO ₂ = 0.295 ton/unit S/R CO ₂ = 0.250 ton/unit G/W CO ₂ = 0.304 ton/unit B/P CO ₂ = 0.344 ton/unit | TMT CO ₂ = 0.284 ton/unit S/R CO ₂ = 0.237 ton/unit G/W CO ₂ = 0.306 ton/unit B/P CO ₂ = 0.366 ton/unit |
| | Logistics CO ₂ reduced = 2 % from estimate of yearly emission. | CO ₂ reduced = 16.34% from estimate of yearly emission. | CO ₂ reduced = 10% compared to year 2007 (2.5% from 2009) |
| | After-sale service Promotion of energy conservation among dealerships to reduce CO ₂ | Participated by all dealerships trained to conduct energy conservation projects afterwards | Reduce energy consumption by 20% at service centers of all dealerships compared to yr. 2009 |
| 2. Promote development on alternative energy and environmentally friendly products | 1. To be certified with Green Label 2. Research and Development on bio-hydrogenated Diesel | 1. All personal cars including Prius, Fortuner and Hilux Vigo Double Cab certified with Green Label 2. In R&D progress (2008-2012) | R&D on alternative energy and environmentally friendly products continuously |
| 3. Promote development on traffic condition by using various technological networks | Promote public and private cooperation and continue further | Traffic report through various channels (website, Smartphone) | Promote and propagate the network of Intelligent traffic information center (ITIC) to make it |



ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมปี'54-'55 ตามแผนพัฒนา 5 ปี

การนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่

| รายการ | กิจกรรม / เป้าหมาย (เมษายน 2554 - มีนาคม 2555) | ผลสำเร็จ (เมษายน 2554 - มีนาคม 2555) | เป้าประสงค์ (แผนปฏิบัติการ 5 ปี) |
|--|--|--|--|
| ลดการเกิดของเสีย ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อให้เกิดสังคมนี้อุตสาหกรรม การรีไซเคิล | กิจกรรม 1. ดำเนินโครงการลดปริมาณขยะ อินทรีย์ด้วยไส้เดือนดิน 2. พัฒนาระบบการบำบัดน้ำหนัก ของเสียภายในโรงงาน TMT ของเสีย = 7.15 ก.ก./หน่วย สำโรง ของเสีย = 5.78 ก.ก./หน่วย เกตเวย์ ของเสีย = 7.61 ก.ก./หน่วย บ้านโพธิ์ ของเสีย = 8.75 ก.ก./หน่วย | TMT ของเสีย = 7.52 ก.ก./หน่วย สำโรง ของเสีย = 6.71 ก.ก./หน่วย เกตเวย์ ของเสีย = 7.33 ก.ก./หน่วย บ้านโพธิ์ ของเสีย = 8.81 ก.ก./หน่วย | TMT ของเสีย = 6.62 ก.ก./หน่วย สำโรง ของเสีย = 5.75 ก.ก./หน่วย เกตเวย์ ของเสีย = 7.19 ก.ก./หน่วย บ้านโพธิ์ ของเสีย = 7.86 ก.ก./หน่วย |
| | วัสดุเสียดสี ของเสียที่ลดได้ = 2% จากการประมาณการปล่อยทิ้งปี | ของเสียที่ลดได้จริง = 23% จากการประมาณการปล่อยทิ้งปี | สามารถลดการรีไซเคิล บรรจุก๊าซถึง 8% เทียบกับปี '54 (หรือ 2% จากปี '52) |
| | บริการหลังการขาย ใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ได้ทั้งหมดในสื่อประชาสัมพันธ์ | กำลังดำเนินการ | 2555: ใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมา ใช้ใหม่ได้ทั้งหมดในสื่อประชาสัมพันธ์ ของผู้แทนจำหน่าย |
| ลดการใช้ทรัพยากรน้ำ ควบคุมการใช้น้ำในกระบวนการโดยพิจารณาที่หน่วย ลบ.ม./หน่วย m ³ /Unit 1. นำน้ำกลับมาใช้ซ้ำได้มากที่สุด (water reuse) 2. นำน้ำที่ผ่านกระบวนการบำบัดกลับมา มาใช้ให้มากที่สุด (water recycle) | TMT น้ำ = 2.33 ลบ.ม./หน่วย สำโรง น้ำ = 1.382 ลบ.ม./หน่วย เกตเวย์ น้ำ = 2.71 ลบ.ม./หน่วย บ้านโพธิ์ น้ำ = 3.11 ลบ.ม./หน่วย | TMT น้ำ = 2.53 ลบ.ม./หน่วย สำโรง น้ำ = 1.99 ลบ.ม./หน่วย เกตเวย์ น้ำ = 3.07 ลบ.ม./หน่วยน้ำ บ้านโพธิ์ น้ำ = 2.64 ลบ.ม./หน่วย | TMT น้ำ = 2.12 ลบ.ม./หน่วย สำโรง น้ำ = 1.349 ลบ.ม./หน่วย เกตเวย์ น้ำ = 2.70 ลบ.ม./หน่วย บ้านโพธิ์ น้ำ = 3.09 ลบ.ม./หน่วย |
| | ยกเลิกการใช้สารอันตราย SoCs 4 ชนิด 1. พัฒนาระบบประเมินเบื้องต้นและยกเลิก การใช้สารเคมีที่มีชื่ออยู่ในบัญชีสารต้องห้าม ไม่มีการใช้สารเคมีที่มีชื่ออยู่ในบัญชีเพื่อใช้ ในกระบวนการการผลิต 2. เป็นผู้นำในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อม | ผลิตภัณฑ์ของโดยคำทั้งหมดปลอด จากสารอันตราย | ผลิตภัณฑ์ของโดยคำทั้งหมด Yaris, Vios, Altis, Camry, Prius, Vigo, and Fortuner ปลอดจากสาร SoCs (สำเร็จตามเป้าหมาย 5 ปีแล้ว) |



ENVIRONMENTAL PERFORMANCE OF THE 2011 - 2012 REFERED TO

THE 5 YEAR ACTION PLAN

RECYCLING

| ITEMS | ACTIVITY / TARGET (APR. 2011- MAR. 2012) | ACHIEVEMENT (APR. 2011- MAR. 2012) | PURPOSE (5 YEAR ACTION PLAN) |
|---|--|--|---|
| <p>REDUCE WASTE</p> <p>Promote the worthwhile use of resources to create the Recycling Society</p> | <p>ACTIVITY</p> <p>1. Conduct organic waste reduction by earthworm</p> <p>2. Develop weight record system for waste in the plant</p> <p>TMT</p> <p>waste = 7.15 kg./unit S/R waste = 5.78 kg./unit G/W waste = 7.61 kg./unit B/P waste = 8.75 kg./unit</p> | <p>TMT</p> <p>waste = 7.52 kg./unit S/R waste = 6.71 kg./unit G/W waste = 7.33 kg./unit B/P waste = 8.81 kg./unit</p> | <p>TMT</p> <p>waste = 6.62 kg./unit S/R waste = 5.75 kg./unit G/W waste = 7.19 kg./unit B/P waste = 7.86 kg./unit</p> |
| | <p>LOGISTICS</p> <p>Waste decrease = 2% from estimate of yearly production</p> | <p>Actual waste decrease = 23% from estimated yearly disposal</p> | <p>Able to reduce package use by 8% compared to year 2011 (or 2% from year 2009)</p> |
| | <p>After-sales servicesc Use recyclable materials in all public relation media</p> | <p>In progress</p> | <p>2012: use recyclable materials in all public relation media of dealer</p> |
| <p>REDUCE USE OF WATER RESOURCES</p> <p>Control water usage in processing counting m3/unit</p> <p>1. Reuse water from treated water as much as possible (water reuse)</p> <p>2. Recycle treated water for manufacturing process (water recycle)</p> | <p>TMT</p> <p>waste = 2.33 m³/unit S/R waste = 1.382 m³/unit G/W waste = 2.71 m³/unit B/P waste = 3.11 m³/unit</p> | <p>TMT</p> <p>waste = 2.53 m³/unit S/R waste = 1.99 m³/unit G/W waste = 3.07 m³/unit B/P waste = 2.64 m³/unit</p> | <p>TMT</p> <p>waste = 2.12 m³/unit S/R waste = 1.349 m³/unit G/W waste = 2.70 m³/unit B/P waste = 3.09 m³/unit</p> |
| <p>Eliminate use of 4 SoCs</p> <p>1. Develop pre-assessment system and eliminate the use of SoCs and banned chemicals improduction</p> <p>2. Be the leader in producing environmentally friendly products</p> | <p>All Toyota products to be free of dangerous substances</p> | <p>All Toyota products Yaris, Vios, Altis, Camry, Prius, Vigo, and Fortuner are free of SoCs (5-year Action Plan fulfilled)</p> | <p>All Toyota products to be conformed to SoCs abolition requirement in year 2007 voluntarily</p> |



ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมปี'54-'55 ตามแผนพัฒนา 5 ปี

| รายการ | กิจกรรม / เป้าหมาย (เมษายน 2554 - มีนาคม 2555) | ผลสำเร็จ (เมษายน 2554 - มีนาคม 2555) | เป้าประสงค์ (แผนปฏิบัติการ 5 ปี) |
|--|--|--|--|
| ลดการปล่อยมลพิษทางอากาศเพื่อคุณภาพอากาศที่ดี ร่วมกับฝ่ายการตลาดในการศึกษาตลาดเพื่อหาแนวทางส่งเสริมผลิตภัณฑ์ใหม่ | กำลังดำเนินการ (ปัจจุบันได้รับการรับรอง EURO 3 ทุกรุ่น) | กำลังดำเนินการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ผล (ปัจจุบันได้รับการรับรอง EURO 3 ทุกรุ่น) | รถยนต์ทุกรุ่นของไทยค้าพัฒนาให้เป็นไปตามมาตรฐาน Euro 4 |
| คุณภาพบรรยากาศ : การปล่อยสารอินทรีย์ระเหยง่าย ลดการก่อกมลพิษทางอากาศออกสู่สิ่งแวดล้อมเพื่อยกระดับคุณภาพบรรยากาศ | TMT VOC = 36.41 กรัม/ตร.ม. ลำโพง ลำโพง VOC = 52.80 กรัม/ตร.ม. เกดเวย์ VOC = 25.19 กรัม/ตร.ม. บ้านโพธิ์ VOC = 25.12 กรัม/ตร.ม. | TMT VOC = 37.67 กรัม/ตร.ม. ลำโพง VOC = 57.52 กรัม/ตร.ม. เกดเวย์ VOC = 25.25 กรัม/ตร.ม. บ้านโพธิ์ VOC = 25.29 กรัม/ตร.ม. | TMT VOC = 33.83 กรัม/ตร.ม. ลำโพง VOC = 43.80 กรัม/ตร.ม. เกดเวย์ VOC = 24.90 กรัม/ตร.ม. บ้านโพธิ์ VOC = 24.90 กรัม/ตร.ม. |
| เสริมสร้างความแข็งแกร่งในการจัดการสิ่งแวดล้อม การตรวจประเมินระบบจัดการสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO 14001 เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับการจัดการสิ่งแวดล้อมโดยปฏิบัติตามหลัก Toyota EMS (Environment Management System) | 1. ไม่มีกรณีร้องเรียนและไม่มีคดีกฎหมาย 2. ลดการเกิดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม 3. ปรับปรุงประสิทธิภาพให้เป็นที่ 1 | 1. ไม่เกิดข้อร้องเรียนและเรื่องผิดกฎหมาย 2. จัดทำการตรวจประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านสิ่งแวดล้อม | ผู้ผลิตชิ้นส่วนและผู้แทนจำหน่ายได้รับการรับรอง ISO14001 ครบทุกเจ้า |
| การส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อมแก่พันธมิตรทางธุรกิจ | 1. Green Supply Chain: เรียงร้อยให้ผู้จัดส่งชิ้นส่วนปฏิบัติตามข้อกำหนดใน Green Purchasing Guidelines ภายในปี 2554 2. การลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในการขายและบริการหลังการขาย โดยส่งเสริม ISO 14001 ให้กับตัวแทนจำหน่าย | ผู้จัดส่งชิ้นส่วนทั้งหมดต้องปฏิบัติตามกำหนด Green Purchasing Guidelines 2007 ศูนย์บริการได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO14001 คิดเป็น 92% ของตัวแทนจำหน่ายทั้งหมด (293 จาก 320 ศูนย์) | ส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากผู้จัดส่งชิ้นส่วนทั้งหมด ตัวแทนจำหน่ายทั้งหมดได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO14001 |
| เสริมสร้างการใส่ใจความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อรักษาและพัฒนาความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมอาสาสมัครและความปลอดภัยของพนักงาน | ดำเนินการจัดฝึกอบรมให้ความรู้ ด้านสิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัยและความปลอดภัย | จัดฝึกอบรมให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัยและความปลอดภัย | เพิ่มจิตสำนึกและเพิ่มทักษะในด้านสิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัย แยกพนักงานทุกคน |
| ความร่วมมือกับสังคม | 1. โครงการลดเมืองร้อนด้วยมือเราปีที่ 7 2. ศูนย์ศึกษาธรรมชาติด้านสิ่งแวดล้อม 3. โครงการป่านิเวศ (Eco-Forest) | ส่งเสริมและสนับสนุนให้เทศบาล ชุมชนและโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการสามารถดำเนินกิจกรรมเพื่อลดภาวะโลกร้อนได้อย่างเป็นรูปธรรม ส่งเสริมให้เยาวชนใส่ใจสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรมโดยจัดตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้ชุมชน ผู้ผลิตชิ้นส่วนและผู้แทนจำหน่ายมีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการ โดยมีเป้าหมายในการปลูกให้ครบ 1 ล้าน ภายใน 5 ปี | จัดสร้างศูนย์การเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสิ่งแวดล้อม 3 แห่ง พัฒนา 20 โรงเรียนและ 20 ชุมชนที่เข้าร่วมโครงการและยกระดับ 5 โรงเรียนต้นแบบและ 5 ชุมชนต้นแบบ จัดสร้างศูนย์การเรียนรู้ Biotope ในพื้นที่ โรงงาน โดยทำ บ้านโพธิ์ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ในพื้นที่ จ.ระยอง ปลูกป่านิเวศ 1 ล้านต้น ภายในปี 2555 |



ENVIRONMENTAL PERFORMANCE OF THE 2011 - 2012 REFERED TO THE 5 YEAR ACTION PLAN

| ITEMS | ACTIVITY / TARGET (APR. 2011- MAR. 2012) | ACHIEVEMENT (APR. 2011- MAR. 2012) | PURPOSE (5 YEAR ACTION PLAN) |
|---|---|---|---|
| REDUCTION IN AIR POLLUTION FOR GOOD QUALITY AIR | | | |
| Work with Marketing to study the market to determine ways to promote new products | Promote and develop products that emit low air pollution (all models currently certified with Euro 3) | In progress of data collection and result analysis (all models currently certified with Euro 3) | All models of Toyota vehicles to be developed in compliance with Euro 4 standard |
| ATMOSPHERE QUALITY: VOC EMISSION | | | |
| Reduce pollution in order to elevate atmosphere quality. | TMT VOC = 36.41 g./m ² S/R VOC = 52.80 g./m ² G/W VOC = 25.19 g./m ² B/P VOC = 25.12 g./m ² | TMT VOC = 37.67 g./m ² S/R VOC = 57.52 g./m ² G/W VOC = 25.25 g./m ² B/P VOC = 25.29 g./m ² | TMT VOC = 33.83 g./m ² S/R VOC = 43.80 g./m ² G/W VOC = 24.90 g./m ² B/P VOC = 24.90 g./m ² |
| STRENGTHENING OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT | | | |
| Evaluation of environmental management system according to ISO 14001 To strengthen environmental management by following Toyota EMS (Environmental Management System) principle | 1. No complaints and no law violation 2. Lower environmental impacts 3. Improvement of quality to be No.1 | 1. No complaints and no violation of law 2. Evaluation by environmental | All parts manufacturers and dealer to be certified with ISO14001 |
| ENVIRONMENTAL PROMOTION ON BUSINESS ALLIANCES | | | |
| 1. Green Supply Chain: demand parts suppliers to comply suppliers comply with requirements in Green Purchasing Guidelines by 2011 2. Reduce environmental impacts in sales and after-sales services by promoting ISO 14001 for dealerships | All part suppliers to conform to the requirements in Green Purchasing Guidelines 2007 Workshop to be certified with ISO14001 account for 92% of all dealer (293 out of 320 dealer) | All 224 parts suppliers are certified with ISO 14001 Workshop to be certified with ISO14001 account for 93% of all dealer (296 out of 320 dealer) | Encourage the reduction in CO ₂ emission in all parts suppliers All dealer to be certified with ISO14001 |
| PROMOTION OF ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE | | | |
| To maintain and develop the employees' environmental occupational, and safety knowledge | Training sessions on environmental occupational, and safety knowledge | Training sessions on environmental occupational, and safety knowledge | Raise awareness and improve environmental and occupational skills of all employees |
| COOPERATION WITH THE SOCIETY | | | |
| 1. Stop Global Warming Project (7th year) 2. Environmental Learning Centers 3. Eco-Forest Project | Encourage municipalities, communities, and schools participating in the project to conduct activities to stop global warming concretely Encourage youths to care for environment concretely by establishing environmental learning centers Encourage communities, universities, parts manufacturers, and dealerships to participate in the Eco-Forest project with the aim of planting one million trees within 5 years | Expand the network of Stop Global Warming Project to 152 municipalities, 190 schools, and 77 provinces nationwide. 1,023 projects in total were conducted. Supported the establishment of Bang-Pu Army Natural Study Center (Samut Prakan province) attended by 70,000 people The participants (communities, parts manufacturers, and dealerships) have planted 955,455 trees in the Eco-Forest (2008-2012) | Environmental Learning Centers to be built 20 participating schools and communities to be developed. 5 model schools and model communities to be levelled up. CO ₂ has been reduced by over 8,650 tons. Biotope learning center to be established in Baanpho plant as a learning center in Chachoengsao province One million trees to be planted in the Eco-Forest within 2012 |

บัญชีสิ่งแวดล้อม

รายละเอียดบัญชีด้านสิ่งแวดล้อม

| รายการ | รายละเอียด | ค่าใช้จ่าย (เม.ย. 54 - มี.ค. 55) | | | รวม (บาท) |
|---|---|----------------------------------|------------|------------|-------------|
| | | ลำโพง | เกตเวย์ | บ้านโพธิ์ | |
| ค่าบำรุงรักษา ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับมาตรการทางสิ่งแวดล้อม | การบำบัดขยะ ของเสีย | 5,236,120 | 4,130,255 | 6,355,973 | 15,722,348 |
| | การบำบัดน้ำเสีย | 4,559,026 | 3,350,656 | 6,145,690 | 14,055,372 |
| | ค่าติดตามตรวจสอบ ● น้ำเสีย ● คุณภาพอากาศ ● คุณภาพดิน ● น้ำบาดาล | 1,407,050 | 2,355,040 | 4,267,750 | 8,029,840 |
| | ค่าจ้างบุคลากรด้านสิ่งแวดล้อม | | | | 12,197,572 |
| ค่าจ้างบุคลากรด้านสิ่งแวดล้อม | ค่าจ้างบุคลากร | | | | 12,197,572 |
| | การจัดทำรายงานด้านสิ่งแวดล้อม | | | | 495,000 |
| ค่าใช้จายที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์สร้างจิตสำนึก | สื่อรณรงค์ประชาสัมพันธ์ | | | | 20,500,000 |
| | | | | | |
| การลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม การลงทุนในสิ่งปลูกสร้างและอุปกรณ์เพื่อการปรับปรุงด้านสิ่งแวดล้อม | การป้องกันมลพิษทางอากาศ | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | การป้องกันมลพิษจากน้ำเสีย | 0 | 15,745,000 | 0 | 15,745,000 |
| | โครงการอนุรักษ์พลังงาน | 4,152,550 | 45,930,716 | 43,600,000 | 93,683,266 |
| | การติดตามตรวจสอบคุณภาพดินและน้ำบาดาล | | | | 0 |
| | การดำเนินงานด้านสังคม หรือให้การสนับสนุนองค์กรด้านสิ่งแวดล้อม | | | | 54,450,000 |
| ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับด้านสิ่งแวดล้อม | การสำรวจ ศึกษา และฝึกอบรม | | | | 162,350 |
| | ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการรับรองมาตรฐาน ISO | 253,300 | 326,300 | 600,000 | 1,179,600 |
| | | | | | 236,220,348 |

ENVIRONMENTAL ACCOUNTING

| ITEMS | DETAIL | AMOUNT (APR'11 - MAR'12) (BAHT) | | | TOTAL (BAHT) |
|--|---|---------------------------------|------------|------------|--------------|
| | | SAMRONG | GATEWAY | BANPHO | |
| MAINTENANCE COST 1. Expenses Related to Environmental Measures | Waste processing | 5,236,120 | 4,130,255 | 6,355,973 | 15,722,348 |
| | Wastewater treatment processing | 4,559,026 | 3,350,656 | 6,145,690 | 14,055,372 |
| | Monitoring cost •Waste water •Air Quality •Soil •Groundwater | 1,407,050 | 2,355,040 | 4,267,750 | 8,029,840 |
| | Environmental personnel expenses | | | | 12,197,572 |
| Awareness - buliding expenses | Environmental report | | | | 495,000 |
| | Awareness-building medias | | | | 20,500,000 |
| ENVIRONMENTAL INVESTMENT Construction and Instrument investment for environmental Improvement | Prevention of Air pollution | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Prevention of Wastewater pollution | 0 | 15,745,000 | 0 | 15,745,000 |
| | Energy saving projects | 4,152,550 | 45,930,716 | 43,600,000 | 93,683,266 |
| | | | | | 0 |
| | Cost related to Environmental aspect | | | | 54,450,000 |
| | Surveys, education and training | | | | 162,350 |
| | ISO certification related expenses | 253,300 | 326,300 | 600,000 | 1,179,600 |
| | | | | | 236,220,348 |

ENVIRONMENTAL ACCOUNT

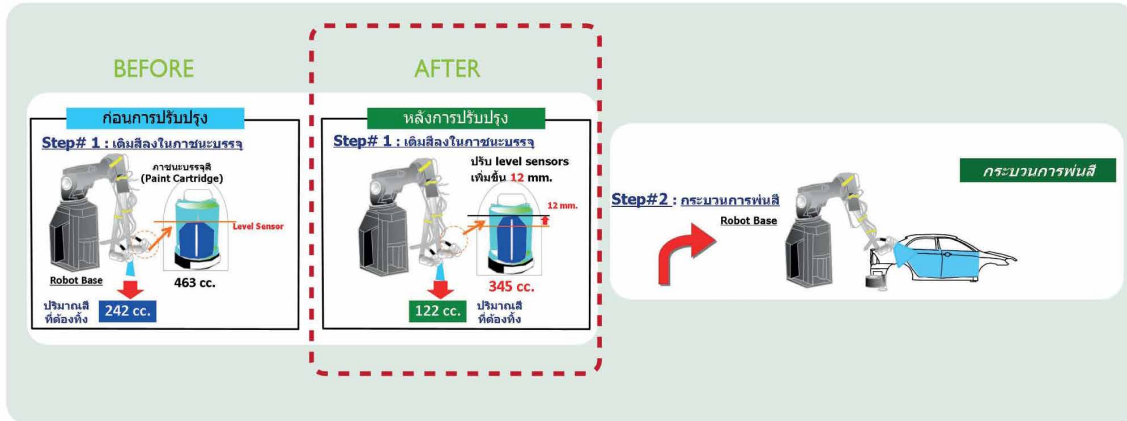
- * ค่าใช้จ่ายในด้านสื่อรณรงค์ประชาสัมพันธ์ด้านสิ่งแวดล้อมในงบประมาณ 2555 (เม.ย. 54 - มี.ค. 55) เพิ่มขึ้นเนื่องจากมีการเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ ให้เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น
 ** ค่าใช้จ่ายในการป้องกันมลพิษทางอากาศในงบประมาณ 2555 (เม.ย. 54 - มี.ค. 55) เพิ่มขึ้น เนื่องจากโรงงานบ้านโพธิ์ติดตั้งเตาเผาอุณหภูมิสูง (Regenerative Thermal Oxidizer)
 *** ค่าใช้จ่ายในการป้องกันมลพิษจากน้ำเสียในงบประมาณ 2555 (เม.ย. 54 - มี.ค. 55) เพิ่มขึ้น เนื่องจากขยายโรงงานบำบัดน้ำเสียเพื่อรองรับการเพิ่มกำลังการผลิตที่โรงงานเกตเวย์
 **** ค่าใช้จ่ายในการสำรวจฯ ศึกษา และฝึกอบรมงบประมาณ 2555 (เม.ย. 54 - มี.ค. 55) เพิ่มขึ้น เนื่องจากจำนวนหลักสูตรที่จัดอบรมให้พนักงานเพิ่มขึ้น

| | ค่าใช้จ่าย (เม.ย. 54 - มี.ค. 55) | | | รวม (บาท) | ผลการดำเนินงาน (เม.ย. 54 - มี.ค. 55) |
|--|----------------------------------|------------|------------|-------------|---|
| | สำโรง | เกตเวย์ | บ้านโพธิ์ | | |
| | 6,035,777 | 4,416,581 | 5,024,995 | 15,477,353 | ลดลง 2% |
| | 3,828,362 | 5,566,459 | 4,262,503 | 13,657,324 | |
| | 1,882,320 | 1,444,100 | 4,851,650 | 8,178,070 | เพิ่มขึ้น 2% |
| | | | | 13,173,378 | เพิ่มขึ้น 8% |
| | | | | 550,000 | เพิ่มขึ้น 11% |
| | | | | 40,000,000 | *เพิ่มขึ้น 95% |
| | 0 | 0 | 27,295,805 | 27,295,805 | ** |
| | 3,300,000 | 34,000,000 | 20,000,000 | 57,300,000 | ***เพิ่มขึ้น 264% |
| | 4,200,000 | 7,000,000 | 3,200,000 | 14,400,000 | ลดลง 85% |
| | | | | 0 | |
| | | | | 65,000,000 | เพิ่มขึ้น 19% |
| | | | | 480,000 | ****เพิ่มขึ้น 196% |
| | 281,000 | 367,320 | 234,140 | 882,460 | ลดลง 25% |
| | | | | 256,394,390 | 20,174,042 |

- * Expense in Surveys , education and training in fiscal year 2012 (April 2011 - March 2012) increased due to training course program increasing
 ** Investment in Prevention of Air pollution in fiscal year 2012 (April 2011 - March 2012) increased because the Regenerative Thermal Oxidizer installation for Banpho Plant
 *** Investment in Prevention of Wastewater Pollution in fiscal year 2012 (April 2011 - March 2012) increased because Gateway Plant has expanded wastewater treatment plant
 ****Expense in Awareness-building medias in fiscal year 2012 (April 2011 - March 2012) increased because the public relations has expanded the medias in many channel to reach more customers.

| | AMOUNT (APR '11 - MAR '12) (BAHT) | | | TOTAL (BAHT) | PERFORMANCE (APR '11 - MAR '12) |
|--|-----------------------------------|------------|------------|--------------|------------------------------------|
| | SAMRONG | GATEWAY | BANPHO | | |
| | 6,035,777 | 4,416,581 | 5,024,995 | 15,477,353 | down by 2% |
| | 3,828,362 | 5,566,459 | 4,262,503 | 13,657,324 | |
| | 1,882,320 | 1,444,100 | 4,851,650 | 8,178,070 | up by 2% |
| | | | | 13,173,378 | up by 8% |
| | | | | 550,000 | up by 11% |
| | | | | 40,000,000 | *up by 95% |
| | 0 | 0 | 27,295,805 | 27,295,805 | ** |
| | 3,300,000 | 34,000,000 | 20,000,000 | 57,300,000 | ***up by 264% |
| | 4,200,000 | 7,000,000 | 3,200,000 | 14,400,000 | down by 85% |
| | | | | 0 | |
| | | | | 65,000,000 | up by 19% |
| | | | | 480,000 | ****up by 196% |
| | 281,000 | 367,320 | 234,140 | 882,460 | down by 25% |
| | | | | 256,394,390 | 20,174,042 |

กิจกรรมต่างๆ เพื่อนำไปสู่การบรรลุตามแผน 5 ปี



กิจกรรมการลดปริมาณสารอินทรีย์ระเหยง่ายสู่สิ่งแวดล้อม

โรงงานโตโยต้าเกตเวย์

กิจกรรมการลดปริมาณสารอินทรีย์ระเหยง่ายสู่สิ่งแวดล้อม โรงงานเกตเวย์ ด้วยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โตโยต้าเกตเวย์ จึงดำเนินกิจกรรมลดการปล่อยสารอินทรีย์ระเหยง่าย (Volatile Organic Compound ; VOC) ต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องกิจกรรมที่สำคัญคือ "ลดปริมาณสีที่ต้องทิ้งจากกระบวนการพ่นสี" โดยทำการปรับ เซ็นเซอร์ (AutoSensor) ที่ใช้ในการควบคุมการเติมสีของหุ่นยนต์พ่นสี (Robot) ส่งผลให้การเติมสีให้กับหุ่นยนต์พ่นสีแต่ละครั้งมีปริมาณลดลง (โดยรถยนต์แต่ละคันยังใช้ปริมาณสีในการพ่นเท่าเดิมตามที่มาตรฐานกำหนด) ส่งผลให้ปริมาณสีที่ต้องทิ้งจากหุ่นยนต์พ่นสีในแต่ละครั้งมีปริมาณลดลงด้วย

ก่อนการปรับปรุง การพ่นสีแต่ละครั้งต้องเติมสี 463 cc. เมื่อพ่นเสร็จแล้วต้องทำการทิ้งสีที่เหลือเป็นจำนวน 242 cc. หลังจากทำการปรับเซ็นเซอร์ สีที่ต้องเติมแต่ละครั้งเท่ากับ 345 cc. ทำให้มีปริมาณสีที่ต้องทิ้งลดลงเหลือเพียง 122 cc. และสามารถลดปริมาณการปล่อยสารอินทรีย์ระเหยง่าย (VOC) สู่สิ่งแวดล้อมได้ 0.45 กรัมต่อตารางเมตร

ก่อนการปรับปรุง

ปริมาณการเติมสี 463 cc. / cartridge
ปริมาณสีที่ต้องทิ้ง 242 cc./ cartridge

หลังการปรับปรุง

ปริมาณการเติมสี 345 cc. / cartridge
ปริมาณสีที่ต้องทิ้ง 122 cc./ cartridge

เริ่มต้นดำเนินการ : ตุลาคม 2554

ACTIVITY TO REDUCE VOLATILE ORGANIC COMPOUND RELEASED INTO THE ENVIRONMENT

TOYOTA GATEWAY PLANT

At Toyota Motor Thailand, Gateway Plant, we realize the importance of reducing polluted air, therefore we continue to be part of reducing volatile organic compound released into the environment. According to this, Toyota Motor Thailand came up with an activity to "Reduce excess paint during painting process" by adjusting the auto-sensors that are used to control robots to release thinner paint coatings while maintaining the standard amount of paint that needs to be used.

Before we started implementing the reduction of paint used, the coating needed was at 463 cc. with the excess being 242 cc. After the reduction process, we only utilize 345 cc. with the excess at only 122 cc. This has effectively minimized the volatile organic compound released into the environment by 0.45g./m².

Before implementation

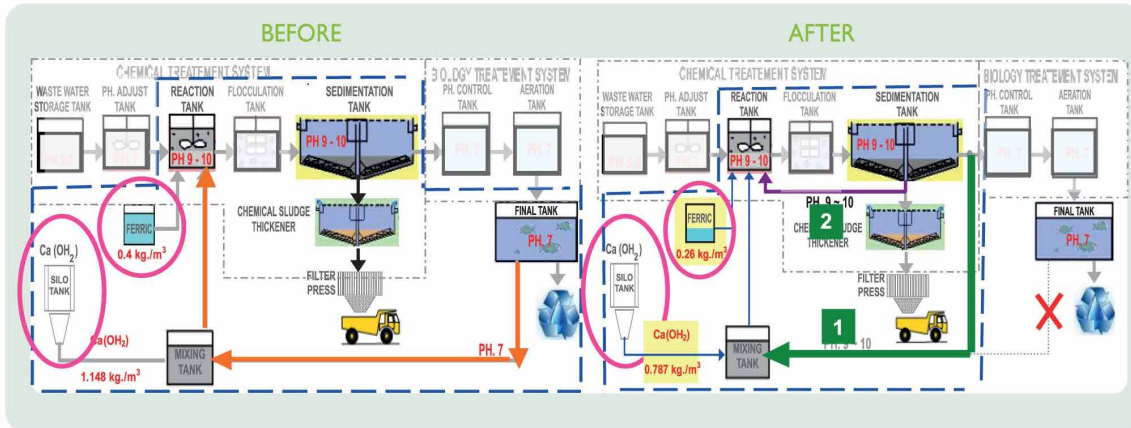
Paint needed 463 cc. /cartridge
Excess paint 242 cc. /cartridge

After implementation

Paint needed 345 cc. /cartridge
Excess paint 122 cc. /cartridge

Starting period: October 2011

ACTIVITIES FOR 5 YEARS ACTION PLAN ACHIEVEMENT



กิจกรรมการลดปริมาณของเสียสู่สิ่งแวดล้อม

โรงงานโตโยต้าลำปาง

ที่โรงงานโตโยต้าลำปาง เราให้ความสำคัญกับการลดปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตในทุกๆด้าน รวมทั้งของเสียที่เกิดขึ้นจากกระบวนการบำบัดน้ำเสียของโรงงาน เนื่องจากกระบวนการบำบัดน้ำเสียนอกจากจะได้น้ำที่สะอาดผ่านมาตรฐานแล้ว ยังได้ผลผลิตที่เป็นของเสียเรียกว่า sludge ที่เกิดจากการรวมตัวกันของสารเคมีและโลหะที่ต้องกำจัดออกจากน้ำในสภาวะที่เหมาะสม ซึ่งเราต้องส่ง sludge ไปกำจัดต่อ การลดปริมาณ sludge สามารถทำได้ด้วยการลดปริมาณสารเคมีที่ใช้ในการบำบัดน้ำ แต่จะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบำบัดน้ำ เรายังปรับเปลี่ยนกระบวนการเวียนน้ำของระบบบำบัดใหม่ โดยเปลี่ยนการใช้น้ำที่ผ่านการบำบัด แล้วจาก Final Tank ที่ผ่านกระบวนการบำบัดทางชีวภาพมาเป็นการใช้น้ำเวียนที่มาจาก Sedimentation Tank ซึ่งยังไม่ผ่านกระบวนการบำบัดด้วยชีวภาพ ซึ่งทำให้สามารถลดปริมาณ การใช้สาร Ca(OH)₂ และ Ferric ได้โดยไม่กระทบถึงประสิทธิภาพการบำบัดน้ำ

จากการเปลี่ยนแปลงทำให้สามารถลดปริมาณสาร Ca(OH)₂ จาก 1.148 กิโลกรัม/น้ำหนึ่งลูกบาศก์เมตร เหลือ 0.787 กิโลกรัม/น้ำหนึ่งลูกบาศก์เมตร หรือลดลง 31% และสามารถลด Ferric จาก 0.4 กิโลกรัม/น้ำหนึ่งลูกบาศก์เมตร เหลือ 0.26 กิโลกรัม/น้ำหนึ่งลูกบาศก์เมตร หรือลดลง 35% และส่งผลให้ปริมาณ sludge ลดลง 858.3 กิโลกรัม/เดือน หรือคิดเป็นการลดปริมาณของเสียลงได้ 1.22 กิโลกรัมต่อรถที่ผลิตได้หนึ่งคัน

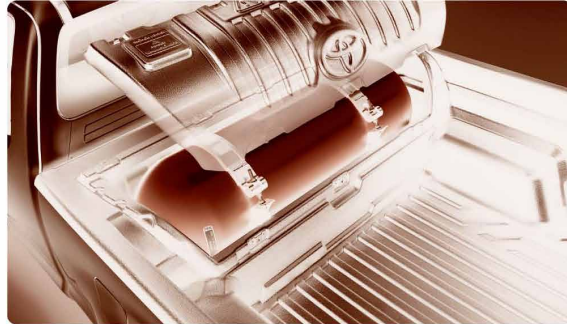
WASTE REDUCTION ACTIVITY

TOYOTA SAMRONG PLANT

At Toyota Samrong Plant we emphasize waste reduction in every function of our factory including waste that generated from wastewater treatment process. In wastewater treatment process not only it produces clean water comply with regulation but also produce waste called "sludge" that is the product of formation between chemical and metal that we want to remove from water in appropriate condition. Sludge reduction can be achieved by reduce chemical usage in treatment process but also needed to maintain the effectiveness of water treatment. By these conditions, we have changed water circulation system of the treatment process by change water circulation source from water that is treated by biology system from Final Tank to water that is not treated by biology system from Sedimentation Tank. This activity reduce Ca(OH)₂ and Ferric consumption significantly and maintain water treatment effectiveness.

From this activity we reduce Ca(OH)₂ consumption from 1.148 kg/m³ of water to 0.787 kg/m³ of water or 31% reduction, and reduce Ferric consumption from 0.4 kg/m³ of water to 0.26 kg/m³ of water or 35% reduction. This result in sludge reduction of 858.3 kg/month or 1.22 kg of waste reduces in every vehicle we produce.

กิจกรรมต่างๆ เพื่อนำไปสู่การบรรลุตามแผน 5 ปี



การพัฒนารถยนต์ และโครงการต่างๆ เพื่อสนับสนุนการใช้พลังงานทดแทน

การพัฒนารถยนต์

โตโยต้าได้มีการพัฒนารถยนต์เพื่อรองรับการใช้พลังงานทดแทน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยแนะนำรถยนต์ไฮบริดหลายรุ่น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในหลากหลายรูปแบบเริ่มจากรถคิร่าไฮบริดในเดือนกรกฎาคม 2552 ที่ผลิตขึ้นในประเทศไทยและเป็นประเทศแรกในทวีปเอเชีย (ผลิตออกประเทศญี่ปุ่น) ต่อมาได้แนะนำรถโตโยต้าพริอุส ในเดือนธันวาคม 2553 ด้วยรูปแบบตัวถังแบบแฮทช์แบ็ก (Hatchback) 5 ประตู เพื่อเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้ากลุ่มรถยนต์นั่งขนาดเล็กระดับบน และในเดือนมีนาคม 2555 แนะนำรถโตโยต้าไฮบริดนำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่นอีก 2 รุ่น คือ อัลฟาร์ด ไฮบริด เพื่อตอบสนองของลูกค้ารถยนต์นั่งเอนกประสงค์ระดับบน และพริอุส ซี เพื่อตอบสนองของลูกค้ารถยนต์นั่งขนาดเล็กระดับล่างที่มีความต้องการรถยนต์ไฮบริดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

รถยนต์โตโยต้าไฮบริดสามารถลดการใช้เชื้อเพลิงเมื่อเปรียบเทียบกับรถเครื่องยนต์เบนซินขนาดเดียวกันถึงร้อยละ 30 หรือมากกว่า เช่น รถพริอุส 1.8 ลิตร อัตราการประหยัดน้ำมัน 24 กม.ต่อลิตร เทียบกับรถยนต์เครื่องยนต์เบนซิน 1.8 ลิตร ทั่วไปที่มีอัตราการประหยัดน้ำมันประมาณ 11-12 กม.ต่อลิตร จะเห็นได้ว่าพริอุส ประหยัดมากกว่าถึงร้อยละ 50 นอกจากนี้ รถยนต์ไฮบริดยังเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเนื่องจากมีการใช้เชื้อเพลิงที่น้อยกว่า ส่งผลให้การปลดปล่อยมลพิษต่ำตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะมีการผลิตรถยนต์ไฮบริด โตโยต้าได้แนะนำรถยนต์ CNG ในรถโคโรลล่า อัลติส 1.6 ลิตร สำหรับรถยนต์นั่ง โดยเริ่มในปี พ.ศ. 2551 ต่อมาในปี พ.ศ. 2555 ได้ผลิตรถกระบะไฮลักซ์ วิโก้ แชมป์ CNG สำหรับรถยนต์เชิงพาณิชย์ เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้แก่ลูกค้าจากนี้ทางโตโยต้าได้แนะนำเครื่องยนต์เบนซิน ซึ่งพัฒนามาจาก แก๊สโซฮอล์หรือน้ำมันเบนซินผสมกับเอทานอล โดยรถโตโยต้าสามารถรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ อี 20 (E20) ได้ทุกรุ่นยกเว้นรถไฮบริด ซึ่งรองรับแก๊สโซฮอล์ อี 10 (E10) ต่อมาในเดือนพฤศจิกายน 2555 ทางโตโยต้าได้แนะนำรถยนต์โคโรลล่า อัลติส ปรับปรุงใหม่ที่รองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ อี 85 (E85) ได้

จากที่กล่าวมาข้างต้นการใช้พลังงานทางเลือกในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นสามารถลดการใช้เชื้อเพลิง ลดมลพิษทางอากาศ เป็นการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมช่วยในการบริหารจัดการน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ ก่อให้เกิดการสนับสนุน และขยายธุรกิจเกี่ยวกับก๊าซ CNG แบบครบวงจร ลดการนำเข้าพลังงานเชื้อเพลิงจากต่างประเทศ ทำให้เป็นการประหยัดการคลังของประเทศซึ่งจะส่งผลดีต่อภาคเติบโตของเศรษฐกิจไทยต่อไป

CAR ENGINE DEVELOPMENT AND OTHER PROJECTS IN SUPPORTING ALTERNATIVE ENERGY SOURCES

CAR ENGINE DEVELOPMENT

Toyota has been developing the most innovative technique in order to support alternative energy sources and being environmentally friendly to answer the highest needs of the customers. Starting from Camry Hybrid models in July 2008 were first produced in Thailand and were the first in Asia (outside of Japan). Later, the Toyota Prius was introduced in December 2010 with a 5-door hatchback model to give a wide variety of choices to the upper class consumers and in March 2012, two more imported Toyota hybrid models, the Alphard hybrid and the Prius C, were introduced to answer the needs of upper class casual customers for hybrids of compact size that were environmental friendly.

Toyota hybrid is able to reduce the fuel usage when compared to gasoline fuel engine in the same size for more than 30% such as Toyota Prius 1.8- litre with a fuel saving rate of 24 km/litre as compared to the general gasoline engine of 1.8 liters that usually saves 11-12 km/litre. Obviously, Prius saves up more than 50% and also friendly to environment as it is much less fuel usage and lower emission. However, before the hybrid was produced, Toyota had introduced the CNG engine in the Corolla Altis 1.6 liters for passenger cars, which started in 2009 and later in 2012, the Hilux Vigo Champ CNG, to offer alternatives to customers. Apart from this, Toyota also introduced a fuel engine that supports E20 in every model except for a hybrid which supports E10, and later in November 2012, Toyota introduced E85 in its Corolla Altis.

As mentioned above, with alternative energy sources that can reduce energy usage and pollution while helping natural gas management and encouraging the use of CNG, which should result in less imported fuel from other countries and positively affecting the growth of the country as well.

ACTIVITIES FOR 5 YEARS ACTION PLAN ACHIEVEMENT

โครงการความร่วมมือในด้านพลังงานทดแทน

นอกเหนือจากการพัฒนารถยนต์เพื่อรองรับการใช้พลังงานทดแทนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแล้ว ทางโตโยต่ายังมีโครงการที่สำคัญอีก 2 โครงการ ดังนี้

1) โครงการความร่วมมือวิจัยและพัฒนาไบโอดีเซลจากเมล็ดสบู่ดำ โครงการนี้เป็นโครงการเพื่อสนองพระราชดำริพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ด้านการพัฒนาและวิจัยพลังงานทดแทน เพื่อสนับสนุนทิศทางพลังงานทางเลือกของประเทศ ทำให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มมุ่งประโยชน์สูงสุดต่อประเทศ โดยบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด บริษัท โตโยต้า เทคนิคอล เซ็นเตอร์ เอเชีย แปซิฟิก (ประเทศไทย) จำกัด มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ได้ร่วมลงนามในบันทึกความเข้าใจความร่วมมือเพื่อวิจัยและพัฒนาโครงการไบโอดีเซลจากเมล็ดสบู่ดำสำหรับรถยนต์ดีเซลเพื่อศึกษาและวิจัยพันธุ์สบู่ดำที่เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศในประเทศไทย และการรวบรวมจากแมลงและโรคพืชต่างๆ อีกทั้งยังศึกษาถึงกระบวนการผลิตที่เหมาะสม เพื่อให้ น้ำมันไบโอดีเซลจากเมล็ดสบู่ดำมีปริมาณและคุณภาพสูงสุด ศึกษาผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจและสังคมต่อการปลูกพืชสบู่ดำ ตลอดจนการศึกษาศึกษาและประเมินผลเรื่องคุณสมบัติของน้ำมัน การคัดกรองต่อชิ้นส่วนต่างๆ ของเครื่องยนต์ ระบบการจ่ายน้ำมัน สมรรถนะและความทนทานของเครื่องยนต์และ การปล่อยไอเสียจากรถยนต์ การวิจัยนี้มีเป้าหมายในการศึกษาถึงความเหมาะสมของพันธุ์พืชสบู่ดำและวิธีการที่เหมาะสมกับการเพาะปลูกในประเทศไทย เพื่อนำไปพัฒนาเป็นพืชเศรษฐกิจ และใช้ในการสร้างพลังงานทดแทน ซึ่งจะช่วยลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ และช่วยในการส่งเสริมและพัฒนาภาคเกษตรกรรม ตลอดจนการจะนำข้อมูลที่ได้ไปทำการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลให้ประเทศไทย สามารถใช้พลังงานภายในประเทศมากขึ้น และ ก่อให้เกิดผลดีต่อการสร้างงานและพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

2) โครงการวิจัยและพัฒนาน้ำมันดีเซลเทคโนโลยีใหม่ Bio-Hydrogenated Diesel หรือ BHD โครงการนี้ได้เริ่มต้นขึ้นในปี พ.ศ. 2551 โดยบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้ร่วมมือกับ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ทำการวิจัยและพัฒนา น้ำมันดีเซลเทคโนโลยีใหม่ (BHD) Bio-Hydrogenated Diesel เป็นรายแรกของประเทศ เพื่อเป็นอีกทางเลือกของเชื้อเพลิงชีวภาพ ด้วยคุณสมบัติเทียบเท่า น้ำมัน ดีเซล ประหยัด ลดมลภาวะลดภาระให้กับผู้บริโภคและประเทศการสรรสร้างนวัตกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพดังกล่าวถือเป็นทางเลือกใหม่ที่สร้างประโยชน์ ให้แก่ประเทศไทยได้หลายประการสามารถผลิตได้จากวัตถุดิบหลายประเภท รวมถึงวัตถุดิบที่ไม่ใช่พืชอาหาร เช่น สบู่ดำ และสาหร่าย เป็นต้น ทำให้ลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบจากการใช้ผลผลิตการเกษตร นอกจากนี้ BHD สามารถผสมในน้ำมันดีเซลได้มากกว่าร้อยละ 5 โดยยังคงมีคุณสมบัติที่เหมาะสมสำหรับเครื่องยนต์ดีเซลเช่นเดียวกับ น้ำมันเชื้อเพลิงเดิม ตรงตามนโยบายของภาครัฐที่สำคัญยังเป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อมและช่วยลดปัญหาภาวะโลกร้อนในปัจจุบัน

COLLABORATION PROJECT IN USING ALTERNATIVE ENERGY

sources apart from developing automobiles to supply the alternative energy that is friendly to the environment, Toyota also has two other important projects:

1) Collaboration research project and biodiesel fuel from Jatropha Curcas seeds. This project was initiated to answer the gracious wishes of the King's Royal Projects in terms of developing and researching in order to continue to work on the country's alternative energy sources to increase the value of our own energy resources. The project was made possible by the cooperation of Toyota Motor Thailand, Toyota Technical Center Asia Pacific (Thailand), Kasetsart University and PTT Plc., Ltd. have signed in for the collaboration in developing and researching on utilizing biodiesel fuel from Jatropha Curcas seeds. The project also includes finding the perfect Jatropha Curcas plant that fits the weather in Thailand and the best way in producing high quality fuel from Jatropha Curcas seeds. The procedure also covers research on the negative effects on car engines and the high emissions the fuel. This research's goal is to study the perfect type of Jatropha Curcas to flourish in Thailand so that we can continue to utilize the energy for the long-term and reduce the energy imported from other countries. The alternative energy sources also support and develop the agricultural field for more sustainable living, both locally and nationally.

2) Research project and Bio-Hydrogenated Diesel Development (BHD) The project was initiated in 2009 as Toyota Motor Thailand collaborated with PTT Plc. to conduct research in order to develop the country's first Bio-Hydrogenated Diesel fuel to be an alternative fuel source of which the quality is equivalent to that of diesel gasoline, but creates less pollution. The innovation of Bio-Hydrogenated Diesel is a new alternative that will have many benefits for the country as we can produce it from various sources, including inedible materials, such as Jatropha Curcas plants and seaweed, which reduce the risk of fuel shortages. Moreover, BHD can be mixed with diesel for more than 5% and still function in a diesel engine as well as regular fuel, which is friendly to the environment and helps to reduce the risk of global warming.

กิจกรรมต่างๆ เพื่อนำไปสู่การบรรลุตามแผน 5 ปี

กิจกรรมลดการปล่อย CO₂
ออกสู่บรรยากาศภายนอกของโตโยต้า

โรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์

ที่ชุดทำอากาศให้เหมาะสมกับการพ่นสี (Small air make up unit : Small AMU) ของกระบวนการพ่นสีของพ่นนั้นมีการทำงานตลอดเวลาที่มีการเปิดใช้งาน ซึ่งระบบการทำอากาศต้องใช้ไอน้ำ (Steam) และน้ำเย็น (Chilled water) เพื่อเป็นตัวปรับปรุอากาศให้มีคุณภาพเหมาะสมในการพ่นสีเป็นจำนวนมากในแต่ละวัน ก่อนการทำกิจกรรมขณะที่มีการเปิดใช้งาน Small AMU นั้นจะมีการเปิดวาล์ว Steam และ Chilled water เพื่อใช้ปรับปรุคุณภาพอากาศตลอด ซึ่งจากการสำรวจพบว่าในช่วงที่ไม่มีการผลิต เช่น ช่วงที่เตรียมเครื่องจักรและช่วงพักเที่ยงซึ่งไม่มีการผลิตนั้นไม่มีความจำเป็นที่จะต้องปรับปรุอากาศให้เหมาะสมกับการพ่นสี แต่ระบบยังคงมีการใช้งานพลังงานทั้งสองอย่างอยู่ ทำให้มีการใช้พลังงานคิดเป็น Steam 5.3 ton/day และ Chilled water 456,788 kJ/day เราจึงทำการแก้ไขระบบการทำงานของ Small AMU ใหม่ให้ปิดวาล์ว Steam และ Chilled water ในช่วงที่ไม่มีการผลิตดังกล่าว ทำให้ลดการใช้พลังงาน Steam และ Chilled water ลงเหลือ 4.1 ton/day และ 433,949 kJ/day ดังต่อไปนี้

ผลที่ได้รับจากการทำกิจกรรมสามารถลดการใช้พลังงาน Steam และ Chilled water ได้ดังนี้

| พลังงาน | วัน | เดือน | ปี |
|--------------------|--------|---------|-----------|
| Steam (Ton) | 1.2 | 26.4 | 300 |
| Chilled water (kJ) | 22,839 | 502,458 | 5,709,150 |

ACTIVITIES TO REDUCE CO₂ EMISSION TO THE ENVIRONMENT

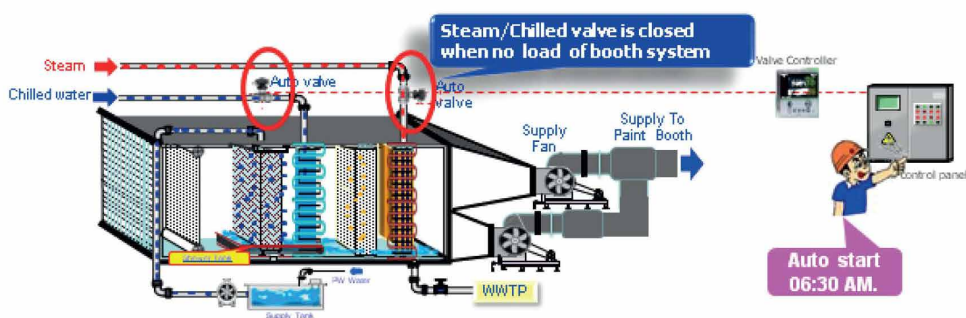
TOYOTA BANPHO PLANT

Small air make up unit (Small AMU) in color spraying process operates all the time while the power is on, and this requires large amount of steam and chilled water per day to condition the air for the process. Before the spraying, while the Small AMU is powered on, the valves for steam and chilled water are turned on to condition the air continuously. The survey has shown that during the periods in which there is no production, such as machine warm-ups and lunch breaks, it is unnecessary to condition the air for spraying. However, the system still consumes energy for both, resulting in the energy consumption of 5.3 ton/day for steam and 456,788 kJ/day for chilled water. Therefore, the Small AMU has been regulated to turn off the valves for steam and chilled water during the periods in which there is no production. As a result, the energy consumption for steam and chilled water has been reduced to 4.1 ton/day and 433,949 kJ/day respectively.

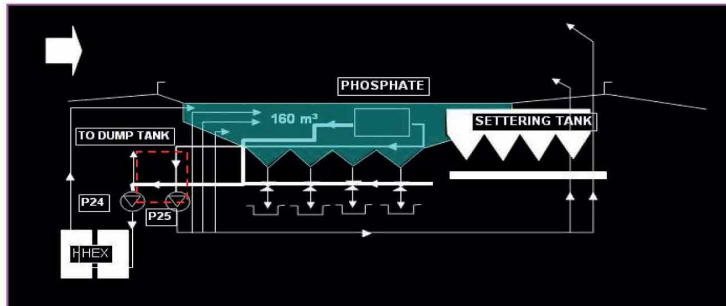
The reduction in energy consumption for steam and chilled water can be summarized as follows:

| Energy | Day | Month | Year |
|--------------------|--------|---------|-----------|
| Steam (Ton) | 1.2 | 26.4 | 300 |
| Chilled water (kJ) | 22,839 | 502,458 | 5,709,150 |

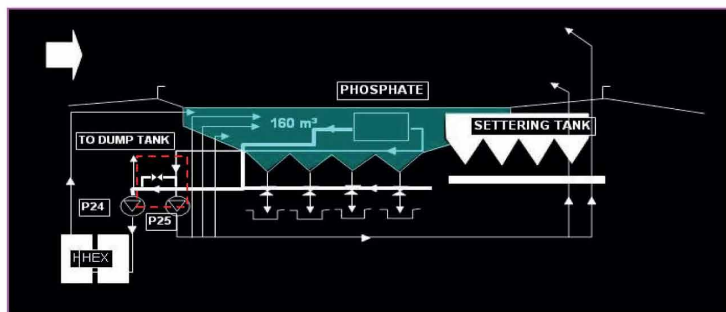
ภาพแสดงการปรับปรุงการทำงานของ AMU PICTURE SHOWING THE IMPROVED OPERATION OF SMALL AMU



ACTIVITIES FOR 5 YEARS ACTION PLAN ACHIEVEMENT



Before



After

กิจกรรมการลดปริมาณการใช้น้ำในกระบวนการผลิตในโรงงานพ่นสีตัวถัง

โรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์

กิจกรรมที่ช่วยลดการใช้น้ำในกระบวนการผลิตในโรงงานพ่นสีตัวถังของโรงงานบ้านโพธิ์ โดยการต่อเติมท่อใหม่ที่บ่อ Phosphate เพื่อให้บ่อบสามารถดูดน้ำในระดับที่ต่ำกว่าเดิม เพื่อไปทดสอบหัว Nozzle spray (หัวฉีด) ก่อนทำกิจกรรมพบว่าในวันหยุดที่มาทำความสะอาด (Cleaning Holiday) ที่บ่อ Phosphate จะมีการล้างบ่อ Phosphate 2 ครั้งต่อเดือน หลังจากที่ทำความสะอาดบ่อ Phosphate แล้วจะต้องมีการเติมน้ำปริมาณ 160 ลูกบาศก์เมตร ต่อครั้งในบ่อ Phosphate แล้วใช้บ่อบดูดน้ำจากบ่อ Phosphate มาทดสอบระบบหัว Nozzle spray ว่าทำงานปกติหรือไม่หลังจากที่มีการทดสอบหัว Nozzle spray เสร็จแล้ว น้ำที่อยู่ในบ่อ Phosphate จะถูกส่งไปที่ Utility เพื่อไปบำบัด หลังจากนั้นจะนำน้ำกลับมากลับมาที่บ่อ Phosphate เพื่อเตรียมความพร้อมในวันเปิดงาน ซึ่งจะใช้น้ำ 3,840 ลูกบาศก์เมตรต่อปี จึงได้ทำการต่อเติมท่อใหม่เพื่อให้บ่อบดูดน้ำในระดับที่ต่ำกว่าเดิม สามารถทดสอบระบบหัว Nozzle spray ได้โดยตรง ทำให้สูญเสียน้ำในการทดสอบระบบหัว Nozzle spray 8 ลูกบาศก์เมตรต่อครั้ง หลังจากนั้นก็นำน้ำกลับมากลับมาที่บ่อ Phosphate เหมือนเดิม ซึ่งจะใช้น้ำ 192 ลูกบาศก์เมตร ต่อปี ซึ่งกิจกรรมนี้สามารถลดการใช้น้ำในกระบวนการผลิตในโรงงานพ่นสีตัวถังของโรงงานบ้านโพธิ์ ได้ 3,648 ลูกบาศก์เมตรต่อปี

ACTIVITY TO REDUCE THE AMOUNT OF WATER CONSUMPTION IN THE PRODUCTION PROCESS

TOYOTA BANPHO PLANT

The activity to reduce the amount of water consumption in the production process at vehicle body color spraying BanPho plant consists of the lengthening of the water pipe at the Phosphate tank so that the pump can suck the water at lower levels to test the Nozzle spray. Before the activity, it had been found that during cleaning holiday the Phosphate well was cleaned twice a month. After the cleaning of the tank, 160 m³ of water was added each time to the Phosphate tank. Then, the pump sucked the water from the tank to test whether the nozzle spray functioned properly or not. After the testing of nozzle spray, the water in the Phosphate tank was sent to Wastwater treatment Plant. Afterwards, the solution was returned to the Phosphate tank, ready for use on working days. Thus, 3,840 m³ of water was consumed per year. The pipe then has been lengthened in order for it to suck the water at lower levels and test the nozzle spray directly. As a result, the water consumption for testing nozzle spray is 8 m³ each time. Then, the solution is returned to the Phosphate tank, resulting in the water consumption of 192 m³ per year. This activity has proved to be able to reduce the amount of water consumption in production process at vehicle body color spraying plant at BanPho Plant to 3,648 m³ per year.

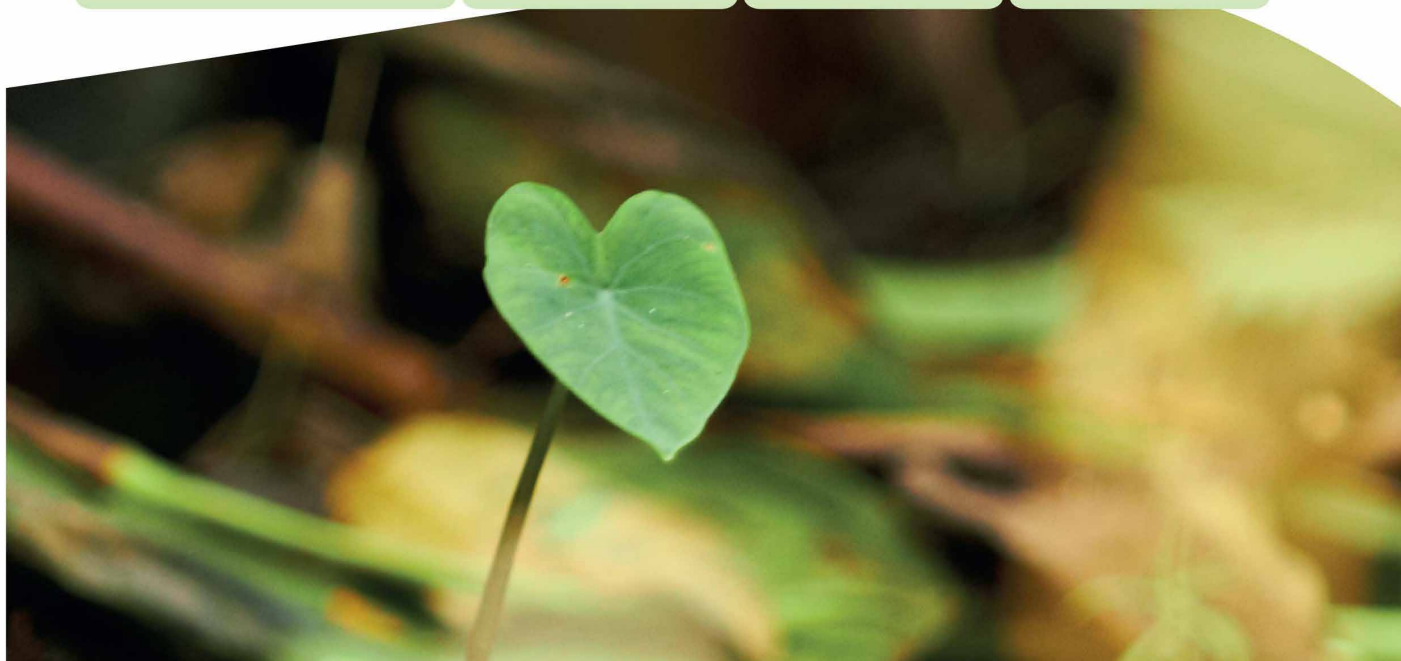
ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

| รายการ | ปีงบประมาณ 2554 (เมษายน 2553 - มีนาคม 2554) | ปีงบประมาณ 2555 (เมษายน 2554 - มีนาคม 2555) | ผลต่างปีงบประมาณ (2553 - 2554) |
|---|--|--|-----------------------------------|
| ข้อมูลปริมาณการใช้พลังงาน | | | |
| ปริมาณการใช้ไฟฟ้า (kWh) | 224,193.00 | 209,360.00 | -14,833.00 |
| การใช้พลังงาน เบนซิน (kl) | - | - | - |
| ดีเซล (kl) | - | - | - |
| น้ำมันเตา (kl) | 166.30 | 108.00 | -58.30 |
| น้ำมันก๊าด (kl) | - | - | - |
| ก๊าซธรรมชาติ (MMBTU) | 438,894 | 563,976 | 125,082.00 |
| ก๊าซหุงต้ม LPG (m ³) | 14,927.30 | 12,429.18 | -2,498.12 |
| ปริมาณการใช้พลังงานทั้งหมด (GJ/Unit) | 0.272 | 0.295 | 0.023 |
| ข้อมูลปริมาณการใช้น้ำ | | | |
| ปริมาณการใช้น้ำ (m ³) | 1,436,700.00 | 1,433,102.00 | -3,598.00 |
| ปริมาณการใช้น้ำต่อการผลิต (m ³ /Unit) | 2.28 | 2.53 | 0.25 |
| ข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซ | | | |
| ปริมาณการปล่อยก๊าซ (บาท) | 9,225,432.7 | 8,181,332 | -1,044,100.70 |
| ข้อมูลปริมาณของเสียและของเสียที่เกิดขึ้นในโรงงาน | | | |
| ปริมาณของเสียที่ถูกกำจัดด้วยการเผา (ตัน) <A> | 4367.89 | 4258.95 | 0.000 |
| ปริมาณของเสียที่ถูกกำจัดด้วยการฝังกลบ (ตัน) | 0 | 0 | 0.000 |
| ปริมาณของเสียที่นำกลับมาใช้ใหม่ (ตัน) <C> | 93,311.16 | 77,701.47 | -15,609.690 |
| ปริมาณของเสียที่เกิดขึ้น (ตัน) <D = A + B + C> | 97,679.05 | 81,960.42 | -15,718.630 |
| สัดส่วนของเสียที่ถูกกำจัดด้วยการฝังกลบ(%) <B/D> | 0 | 0 | 0.000 |
| ปริมาณของเสียที่ถูกกำจัดด้วยการเผา และฝังกลบ (Kg/Unit) | 6.93 | 7.52 | 0.590 |



ENVIRONMENTAL PERFORMANCE DATA

| ITEMS | FY 2010 (Apr.10 - Mar.11) | FY 2012 (Apr.11 - Mar.12) | DIFFERENCE (FY 2011 - FY 2012) |
|---|------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|
| ENERGY CONSUMPTION | | | |
| ELECTRICITY CONSUMPTION (kWh) | 224,193.00 | 209,360.00 | -14,833.00 |
| Gasoline (kl) | - | - | - |
| Diesel (kl) | - | - | - |
| Heavy oil (kl) | 166.30 | 108.00 | -58.30 |
| Kerosene (kl) | - | - | - |
| Natural gas (MMBTU) | 438,894 | 563,976 | 125,082.00 |
| LPG (m ³) | 14,927.30 | 12,429.18 | -2,498.12 |
| Total Energy Consumption (GJ/Unit) | 0.272 | 0.295 | 0.023 |
| WATER CONSUMPTION | | | |
| WATER CONSUMPTION (m ³) | 1,436,700.00 | 1,433,102.00 | -3,598.00 |
| WATER CONSUMPTION (GJ/Unit) | 2.28 | 2.53 | 0.25 |
| PAPER CONSUMPTION | | | |
| PAPER CONSUMPTION (BAHT) | 9,225,432.7 | 8,181,332 | -1,044,100.70 |
| WASTE | | | |
| Volume of incinerated (tons) <A> | 4367.89 | 4258.95 | 0.000 |
| Volume of landfill waste (tons) | 0 | 0 | 0.000 |
| Volume of waste recycled (tons) <C> | 93,311.16 | 77,701.47 | -15,609.690 |
| Volume of waste generated (tons) <D = A + B + C> | 97,679.05 | 81,960.42 | -15,718.630 |
| Percent of landfill waste (%) <B/D> | 0 | 0 | 0.000 |
| Total landfill & incinerated waste (Kg/Unit) | 6.93 | 7.52 | 0.590 |



ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

รายการ

ปีงบประมาณ 2554 (เม.ย. 54 - มี.ค. 55)

โรงงานสีน้ำ

โรงงานเคตเวย์

โรงงานบ้านโพธิ์

| ข้อมูลคุณภาพน้ำเสียที่ได้รับการบำบัด | | | | |
|--------------------------------------|--------------------------------|---------|---------|--------|
| คุณภาพน้ำที่ผ่านการบำบัด (ค่าเฉลี่ย) | ค่าความเป็นกรด-ด่าง | 7.4 | 8.2 | 7.2 |
| | ของแข็งลอยทั้งหมด mg/l | 1111.75 | 1009.61 | 866.48 |
| | ของแข็งแขวนลอย, mg/l | 3.69 | 46.12 | 2.02 |
| | COD, mg/l | 46.83 | 524.36 | 31.44 |
| | BOD, mg/l | 2.03 | 192.91 | 1.42 |
| | น้ำมันและไขมัน, mg/l | 1.03 | 5.94 | 0.42 |
| ลักษณะน้ำเสีย (ค่าเฉลี่ย) | สังกะสี, มิลลิกรัม/ลิตร | 0.473 | 0.180 | 0.182 |
| | ตะกั่ว, มิลลิกรัม/ลิตร | 0.01 | 0 | - |
| | นิกเกิล, มิลลิกรัม/ลิตร | 0.156 | 0.185 | 0.236 |
| | ปรอท, มิลลิกรัม/ลิตร | 0.001 | 0 | - |
| | ทองแดง, มิลลิกรัม/ลิตร | - | - | 0.0360 |
| | โซเดียมไนต์, มิลลิกรัม/ลิตร | - | - | - |
| | โครเมียม (III), มิลลิกรัม/ลิตร | - | - | 0.02 |
| | โครเมียม (VI), มิลลิกรัม/ลิตร | 0.010 | - | 0.02 |
| ข้อมูลคุณภาพอากาศที่ได้รับการบำบัด | | | | |
| การปล่อยมลพิษทางอากาศ (ค่าเฉลี่ย) | VOCs, กรัม/ตารางเมตร | | 39.68 | |
| | ฝุ่นรวม : % ของค่ามาตรฐาน | 6.30 | 9.13 | 6.98 |
| | ตะกั่ว : % ของค่ามาตรฐาน | 0.02 | 0.02 | 0.03 |
| | CO : % ของค่ามาตรฐาน | 48.68 | 28.14 | 125.90 |
| | NO2 : % ของค่ามาตรฐาน | 16.79 | 10.21 | 17.58 |
| | SO2 : % ของค่ามาตรฐาน | 0.40 | 0.35 | 0.4 |
| | ไฮโดรเจน : % ของค่ามาตรฐาน | 2.10 | 0.78 | 0.2110 |

ITEMS

FY 2011 (Apr.11 - Mar.12)

S/R Plant

G/W Plant

B/P Plant

| WATER QUALITY | | | | |
|---|------------------------------|---------|---------|--------|
| TREATED WATER (AVERAGE VALUE) | PH VALUE | 7.4 | 8.2 | 7.2 |
| | TOTAL DISSOLVED SOLIDS, MG/L | 1111.75 | 1009.61 | 866.48 |
| | SUSPENDED SOLIDS, MG/L | 3.69 | 46.12 | 2.02 |
| | COD, MG/L | 46.83 | 524.36 | 31.44 |
| | BOD, MG/L | 2.03 | 192.91 | 1.42 |
| | OIL & GREASE, MG/L | 1.03 | 5.94 | 0.42 |
| CHEMICAL RELEASE FROM TREATED WATER (AVERAGE VALUE) | Zinc, mg/l | 0.473 | 0.180 | 0.182 |
| | Lead, mg/l | 0.01 | 0 | - |
| | Nickel, mg/l | 0.156 | 0.185 | 0.236 |
| | Mercury, mg/l | 0.001 | 0 | - |
| | Copper, mg/l | - | - | 0.0360 |
| | Cyanide, mg/l | - | - | - |
| | Chromium (III), mg/l | - | - | 0.02 |
| | Chromium (VI), mg/l | 0.010 | - | 0.02 |
| AIR QUALITY | | | | |
| AIR EMISSION (AVERAGE VALUE) | VOCs, g/m2 | | 39.68 | |
| | TSP | 6.30 | 9.13 | 6.98 |
| | Pb | 0.02 | 0.02 | 0.03 |
| | CO | 48.68 | 28.14 | 125.90 |
| | NO2 | 16.79 | 10.21 | 17.58 |
| | SO2 | 0.40 | 0.35 | 0.4 |
| | Xylene | 2.10 | 0.78 | 0.2110 |

ENVIRONMENTAL PERFORMANCE DATA

ปีงบประมาณ 2555 (เม.ย. 54 - มี.ค. 55)

โรงงานลำโพง โรงงานเกตเวย์ โรงงานบ้านโพธิ์

ผลต่างปีงบประมาณ (2555-2554)

โรงงานลำโพง โรงงานเกตเวย์ โรงงานบ้านโพธิ์

| | | | | | | |
|--|--------|--------|--------|---------|---------|--------|
| | 6.95 | 8.1 | 7.4 | -0.45 | -0.11 | 0.3 |
| | 945.47 | 688.02 | 784.31 | -166.28 | -321.59 | -82.17 |
| | 5.22 | 40.56 | 2.16 | 1.53 | -5.56 | 0.14 |
| | 44.29 | 486.94 | 38.82 | -2.54 | -37.42 | 7.38 |
| | 3.23 | 190.05 | 2.25 | 1.20 | -2.86 | 0.83 |
| | 1.04 | 4.64 | 0.43 | 0.01 | -1.3 | 0.010 |
| | | | | | | |
| | 0.458 | 0.138 | 0.248 | -0.015 | -0.04 | 0.07 |
| | 0.01 | 0 | - | 0.00 | 0 | - |
| | 0.223 | 0.153 | 0.243 | 0.067 | -0.03 | 0.01 |
| | 0.001 | 0 | - | 0.0000 | 0.00 | - |
| | - | - | 0.0445 | - | - | 0.01 |
| | - | - | - | - | - | - |
| | - | - | 0.02 | - | - | 0.00 |
| | 0.018 | - | 0.02 | 0.008 | - | 0.00 |
| | | | | | | |
| | | 37.67 | | | -2.01 | |
| | 11.84 | 11.31 | 7.09 | 5.55 | 2.18 | 0.12 |
| | 0.02 | 0.02 | 0.02 | 0.00 | 0.00 | -0.01 |
| | 23.59 | 16.78 | 62.64 | -25.09 | -11.36 | -63.26 |
| | 16.28 | 11.13 | 17.01 | -0.51 | 0.92 | -0.57 |
| | 2.93 | 6.82 | 12.53 | 2.53 | 6.47 | 12.13 |
| | 3.50 | 14.93 | 0.1683 | 1.40 | 14.15 | -0.04 |

FY 2012 (Apr.11 - Mar.12)

S/R Plant G/W Plant B/P Plant

DIFFERENCE (FY 2012 - FY 2011)

S/R Plant G/W Plant B/P Plant

| | | | | | | |
|--|--------|--------|--------|---------|---------|--------|
| | 6.95 | 8.1 | 7.4 | -0.45 | -0.11 | 0.3 |
| | 945.47 | 688.02 | 784.31 | -166.28 | -321.59 | -82.17 |
| | 5.22 | 40.56 | 2.16 | 1.53 | -5.56 | 0.14 |
| | 44.29 | 486.94 | 38.82 | -2.54 | -37.42 | 7.38 |
| | 3.23 | 190.05 | 2.25 | 1.20 | -2.86 | 0.83 |
| | 1.04 | 4.64 | 0.43 | 0.01 | -1.3 | 0.010 |
| | | | | | | |
| | 0.458 | 0.138 | 0.248 | -0.015 | -0.04 | 0.07 |
| | 0.01 | 0 | - | 0.00 | 0 | - |
| | 0.223 | 0.153 | 0.243 | 0.067 | -0.03 | 0.01 |
| | 0.001 | 0 | - | 0.0000 | 0.00 | - |
| | - | - | 0.0445 | - | - | 0.01 |
| | - | - | - | - | - | - |
| | - | - | 0.02 | - | - | - |
| | 0.018 | - | 0.02 | 0.008 | - | - |
| | | | | | | |
| | | 37.67 | | | -2.01 | |
| | 11.84 | 11.31 | 7.09 | 5.55 | 2.18 | 0.12 |
| | 0.02 | 0.02 | 0.02 | 0.00 | 0.00 | -0.01 |
| | 23.59 | 16.78 | 62.64 | -25.09 | -11.36 | -63.26 |
| | 16.28 | 11.13 | 17.01 | -0.51 | 0.92 | -0.57 |
| | 2.93 | 6.82 | 12.53 | 2.53 | 6.47 | 12.13 |
| | 3.50 | 14.93 | 0.1683 | 1.40 | 14.15 | -0.04 |

การดำเนินงาน

ด้านสังคม

SOCIAL PERFORMANCE



นโยบาย CSR ของโตโยต้า

TOYOTA CSR POLICY



สำหรับนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโตโยต้า นั้น บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายและการดำเนินกิจกรรมในรูปแบบ การบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมตลอดห่วงโซ่ธุรกิจ (Integrated CSR across Value Chain) ภายใต้แนวปฏิบัติ CSR: 4ลด 4เพิ่ม ซึ่งเริ่มจากการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการ รับผิดชอบต่อสังคม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

With reference to Toyota's Corporate Social Responsibility, the company has established the policy and conducted activities in the form of Integrated CSR across Value Chain under the CSR guideline: 4 Reduce and 4 Improve (4R4I) starting with operating business along with social responsibility toward sustainable development.

ในปีนี้ บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมเพื่อต่อยอดให้พนักงานภายใน องค์การปฏิบัติกิจกรรม 4ลด 4เพิ่ม ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ได้จัดอบรมและการประชุมเชิงปฏิบัติการ การ 4ลด 4เพิ่ม ให้ผู้แทนจำหน่าย 123 แห่ง ทั่วประเทศมีความรู้ และเข้าใจ นำไปสู่การปฏิบัติงานด้าน CSR ในองค์กรและ ชุมชนโดยรอบ ซึ่งเป็นหนึ่งในยุทธวิธีที่จะ *"เข้าถึงและจับใจ ผู้บริโภค"* อันจะนำไปสู่ การพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืนของทั้ง ธุรกิจ และสังคมต่อไป

This year the company has held activities to encourage its employees to comply with 4R4I more efficiently. Moreover, trainings and workshops on 4R4I have been provided for 123 dealers nationwide, equipping them with knowledge and understanding, which will lead to CSR operations in the organization as well as in the community. This is one of the strategies to *"Reach And Win Consumers' Hearts"*, resulting in sustainable development and growth for the business and the society.

กิจกรรม 4 ลด 4 เพิ่ม



กิจกรรมภายนอก การจัดอบรม CSR: 4ลด 4เพิ่ม ให้กับผู้แทนจำหน่ายทั่วประเทศ



STEP OF IMPLEMENTATION

Ultimate GOAL



ผู้ผลิต และส่งมอบชิ้นส่วน

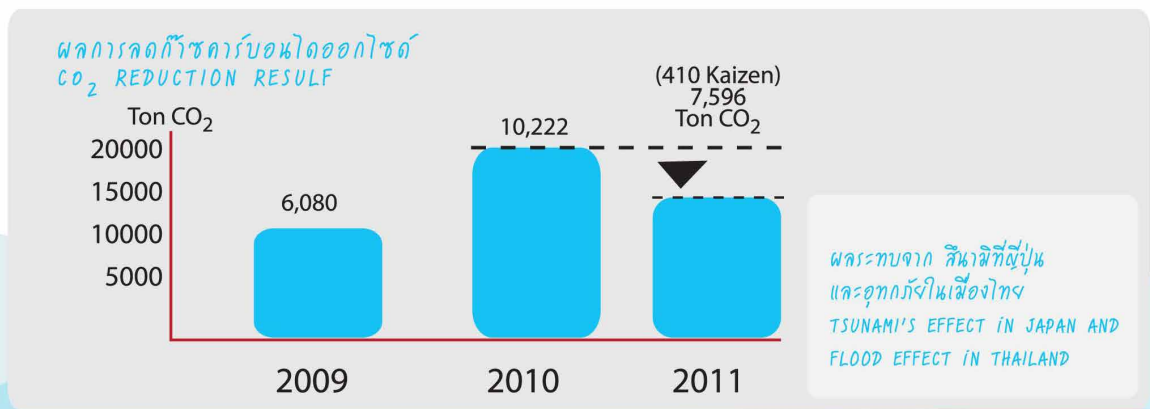
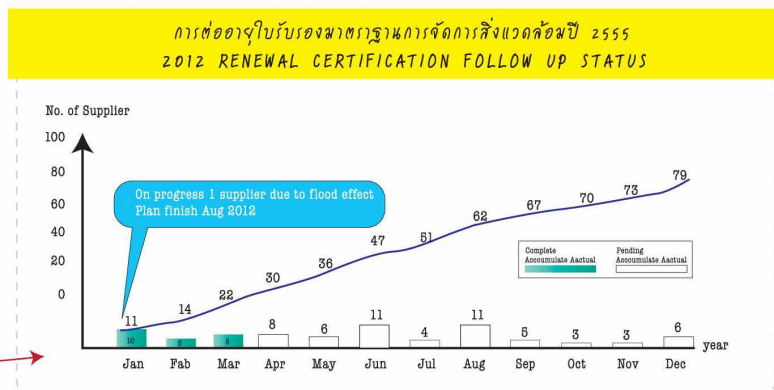
PARTS MANUFACTURERS AND SUPPLIERS

โตโยต้าได้มีกิจกรรมสนับสนุนเพื่อส่งเสริมกิจกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อม และอนุรักษ์พลังงานแก่ผู้ผลิตและส่งมอบชิ้นส่วนอย่างต่อเนื่อง โดยมีกิจกรรมต่างๆดังต่อไปนี้

Toyota has constantly encouraged environment and energy conservation awareness in parts manufacturers and suppliers through these following activities:

1. การได้รับการรับรองมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO14001
2. การงดใช้สารที่เป็นอันตรายต่อสิ่งมีชีวิต และสิ่งแวดล้อมในชั้น ส่วนยานยนต์
 - สารอันตราย 4 ชนิด (ตะกั่ว, ปรอท, แคดเมียม และเฮกซะวาเลนต์โครเมียม)
 - การยกเลิกการใช้สารตะกั่วในแผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์
3. กิจกรรมการลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์
4. กิจกรรมรณรงค์ปลูกป่า

1. **The Certification for Environmental Management Standard: ISO14001**
2. **Discontinued usage of dangerous substances in automobile parts**
 - **Four dangerous substances (Lead, Mercury, Cadmium, and Hexavalence Chromium)**
 - **Discontinued usage of lead substance in electronic circuit boards.**
3. **Activities to reduce CO₂ emission.**
4. **Activities to promote forestation.**



ผู้ผลิต และส่งมอบชิ้นส่วน

PARTS MANUFACTURERS AND SUPPLIERS



ผลการดำเนินกิจกรรม

1) ผู้ผลิตชิ้นส่วนและวัตถุดิบ รวมถึงผู้รับเหมาช่วงและผู้จัดส่งชิ้นส่วน ได้รับการรับรองมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO14001 ครบทุกรายเมื่อปี 2553 หลังจากได้รับการรับรองแล้ว ต้องมีการรักษามาตรฐาน และทวนสอบระบบทุกๆ 3 ปี ในปี 2554 มีจำนวน 1 รายที่อยู่ในระหว่างการทำรายการทวนสอบระบบ เนื่องจากได้รับผลกระทบจากอุทกภัย จำเป็นต้องรวบรวมเอกสาร และในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม 2555 ก็ยังมี อีก 1 รายที่กำลังดำเนินการอยู่เพราะประสบปัญหาอุทกภัยเช่นกัน

- 2) การงดใช้สารที่เป็นอันตรายต่อสิ่งมีชีวิต และสิ่งแวดล้อม
- ได้มีการยกเลิกการใช้สารอันตราย 4 ชนิด
 - ชิ้นส่วนรถยนต์ของโตโยต้าเกือบร้อยละ 100 ตั้งแต่ปี 2549
 - สำหรับสารตะกั่วในแผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์กำลังดำเนินการ และจะทำการยกเลิกการใช้ทั้งหมดภายในปี 2558

3) การลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ผู้ผลิตชิ้นส่วนให้กับทางโตโยต้า ได้ทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ในปี 2554 สามารถลด ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ 7,596 Ton CO₂ ซึ่งจะเห็นว่าน้อยกว่าปีที่ผ่านมาเนื่องจากผลกระทบจากสึนามิที่ญี่ปุ่นและอุทกภัยในประเทศไทย

4) ในปี 2554 ทางโตโยต้า ได้ขยายผลเรื่องการปลูกป่าให้กับทางผู้ผลิตชิ้นส่วน โดยมีการอบรมเรื่องการปลูกป่า, แจกกล้าไม้ให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนไปปลูกในโรงงาน และติดตามการเจริญเติบโตในปี 2554 มีผู้ผลิตชิ้นส่วนได้ทำการปลูกป่าไปแล้วทั้งสิ้น 12,000 ต้น

ACTIVITY RESULT

1) **Parts and raw material manufacturers**, subcontractors, and parts suppliers were all certified with ISO14001 in 2010. After being certified, they need to maintain their standard and renew their certification every three years. In the year 2011, there was a supplier on progress due to flood effect and it needed to gather documents. Moreover, from January to March 2012 there was another supplier on progress because of the flood effect as well.

2) **Discontinued usage of dangerous substances**

- The usage of four dangerous substances in Toyota automobile parts has been discontinued since 2006.
- Discontinued usage of lead in electronic circuit boards is on progress, and it will have been completed by 2015.

3) **Activities to reduce CO₂ emission by Toyota parts manufacturers** are constantly promoted. In 2011, CO₂ emission was reduced to 7,596 Ton CO₂. It can be seen that the level is lower than that of the previous year due to Tsunami's effect in Japan and flood effect in Thailand.

4) **In 2011, Toyota encouraged forestation** on the part of suppliers, by giving them lectures on forestation, providing them with sprouts to plant at their plants, and following up the growth. By 2011, the suppliers had planted 12,000 trees in total.

ผู้ถือผลประโยชน์ร่วม



บริษัทโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด และกลุ่มบริษัทในเครือ มีโครงการสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สอดคล้องต่อสังคมโลก โดยยึดแนวทางการจัดการ (Toyota Guiding Principles) เป็นหลัก เราปฏิบัติตามกฎหมายของประเทศไทย และยังปฏิบัติตามกฎข้อบังคับ พร้อมทั้งปฏิบัติงานด้วยความซื่อตรงและซื่อสัตย์เพื่อเป็นการสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ถือผลประโยชน์ร่วม ดังจะอธิบายต่อไปนี้ ถือว่ามีความสำคัญและเราพยายามที่จะสร้างและรักษาไว้ซึ่งสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ถือผลประโยชน์ร่วม ผ่านการสื่อสารที่เปิดเผยมและเป็นธรรมชาติกับผู้ถือผลประโยชน์ร่วมประกอบด้วย

1) ลูกค้าทั้งสินค้าและบริการ (Customer) บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับลูกค้าโดยยึดหลัก *"Customer First"* เราพัฒนา และจัดให้มี ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพสูง ปลอดภัย โดดเด่นและสร้างสรรค์ ซึ่งตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้ใช้บริการเพื่อความ เป็นอยู่ที่ดีขึ้นของผู้คนทั่วโลก และนอกจากนี้บริษัทฯ ได้ปกป้อง ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมาย ประเทศไทย

2) พนักงานของบริษัทฯ (Employees) บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับพนักงานและเชื่อว่าความสำเร็จของธุรกิจนั้นเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ของแต่ละบุคคลและการทำงานร่วมกันที่ดี พร้อมทั้งกระตุ้นพนักงานให้มีการพัฒนาตนเอง บริษัทฯ ได้สนับสนุนโอกาสการจ้างงานที่เท่าเทียม มีความหลากหลายและรวมพนักงานเข้าไปด้วยกัน ไม่มีการแบ่งแยก ทั้งยังเคารพและให้เกียรติกับสิทธิมนุษยชนของผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจ และ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปฏิเสธหรือไม่ยินยอมที่จะให้มีการบังคับใช้แรงงาน เด็กในทุกรูปแบบ และยังมีการจัดให้มีสภาพการทำงานที่ดี และรักษา สภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและดีต่อสุขภาพให้กับพนักงานทุกคน บริษัทฯ ได้เน้นในด้านการปลูกฝังวัฒนธรรมของบริษัทและนโยบาย ที่นำมาใช้ ซึ่งจะส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ และสร้างค่านิยม *"ความซื่อสัตย์ซึ่งกันและกัน และการร่วมรับผิดชอบ"* ผ่านทางการ ประชาสัมพันธ์ และการสนทนากับพนักงานของบริษัทฯ และร่วม สร้างสรรค์ความสำเร็จของทั้งพนักงานและบริษัทฯ ต่อไป

3) หุ้นส่วนทางธุรกิจ (Business Partners) คือผู้ผลิตหรือจัด ทำสินค้าและบริการให้กับบริษัทฯ และผู้แทนจำหน่าย และทำงานร่วมกันในความสัมพันธ์ระยะยาว เพื่อให้มีการพัฒนาควบคู่กันไป ภายใต้ ความเชื่อซึ่งกันและกัน เมื่อจะต้องหาหุ้นส่วนทางธุรกิจใหม่ บริษัทฯ เปิดกว้างในการรับผู้เข้าสมัคร โดยไม่คำนึงถึงสัญชาติหรือขนาดของธุรกิจ แต่จะประเมินโดยยึดความแข็งแกร่งโดยรวมเป็นหลัก การแข่งขันจะต้อง เป็นไปอย่างอิสระและยุติธรรม ซึ่งสอดคล้องกับกฎหมายของประเทศไทย

Toyota Motor Thailand Co., Ltd. and its affiliates have projects that promote sustainable development in compliance with the global community by abiding chiefly in the Toyota Guiding Principles. We conform to the law of the Kingdom of Thailand and comply with other regulations as well as perform our businesses with honesty and integrity in order to encourage sustainable development. Our interaction with the stakeholders, which will be explained below, is considered important and we are determined to create and maintain good relationships with them through direct and straightforward communication. The stakeholders consist of:

1) Customers (both products and services) The company emphasizes customers by holding the *"Customer First"* principle. We develop and provide high quality, safe and innovative products which cater to the various needs of its customers for better livelihood of people around the world. In addition, the company keeps its customers' personal information confidential in compliance with Thailand's laws.

2) Employees. The company emphasizes its employees and believes that its business success results from the creativity and the collaboration of its employees, so it encourages them in their self-development. Moreover, the company promotes equal opportunities of employment by receiving diverse kinds of employees without partiality and by respecting their human rights. In particular, the company refuses and does not allow the practice of child labor in any form. It also provides its employees with pleasant work environments, and maintains their safety and good health. The company is certain that it implements a corporate culture that promotes publicity and the values of *"Mutual Trust and Responsibility"* through public relations and conversations with the company's employees.

3) Business Partners The manufacturers and providers of products and services for the company and its dealers work together in a long-term relationship for mutual development through mutual trust. When it needs new business partners, the company welcomes all kinds of candidates regardless of their nationalities and business sizes, but evaluates their general strengths. The competition needs to be free and just in compliance with Thailand's laws.

STAKEHOLDERS



4) ผู้ถือหุ้นบริษัท (Shareholders) บริษัทมุ่งมั่นที่จะเพิ่มผลประกอบการของธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันทำให้การเติบโตเป็นไปอย่างมั่นคงและในระยะยาว เพื่อประโยชน์ของผู้ถือหุ้นของเรา

5) สิ่งแวดล้อม (Environment) บริษัทมุ่งเน้นการเติบโตควบคู่กับการรักษาสีงแวดล้อม ในทุกการดำเนินงานทางธุรกิจเราทุ่มเทที่จะพัฒนาวิธีเริ่มและประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมเทคโนโลยีที่สามารถทำสิ่งสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาทางเศรษฐกิจอยู่ร่วมกันได้อย่างสอดคล้อง และเพื่อสร้างสำนึกที่ดีต่อการมีส่วนร่วมในการรักษาสีงแวดล้อมทั้งตัวบุคคลและองค์กรให้แผ่ขยายออกไป

6) สังคม (Society) บริษัทฯได้นำหลักการการเคารพผู้อื่น มาทำให้บรรลุผลโดยให้ความเคารพวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีประวัติศาสตร์ และกฎหมายของประเทศไทย นอกจากนี้ยังมุ่งมั่นเสาะหาเทคโนโลยีที่ดีกว่า ปลอดภัยมากขึ้นและสะอาดยิ่งขึ้น เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคม ในการพัฒนาอย่างยั่งยืน บริษัทฯไม่ยินยอมให้มีการคอร์รัปชัน ไม่ว่าจะเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจใดๆ องค์กรรัฐบาล หรือองค์กรสาธารณะ และคงไว้ซึ่งความซื่อสัตย์และเป็นธรรมต่อองค์กรรัฐ และเอกชน

7) การกุศล (Philanthropy) ในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ กระตือรือร้นที่จะส่งเสริมและมีส่วนร่วมในกิจกรรมการกุศล ซึ่งช่วยให้ชุมชนมีความแข็งแรงและมีส่วนช่วยในการจรรโลงสังคม

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการตอบสนองต่อแนวทางแบบโตโยต้าอย่างต่อเนื่อง โดยมีการจัดทำโครงการต่างๆ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกๆ ด้าน ซึ่งบริษัทฯคาดหวังให้ผู้ถือผลประโยชน์ร่วมทั้งหมดปฏิบัติตามแนวทางนี้ รวมไปถึงการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎข้อบังคับ และบรรทัดฐานของสังคมในประเทศไทยอย่างเต็มที่ต่อไป

4) **Shareholders** The company is committed to increasing its business performance while maintaining stable growth in the long-term for the benefit of the shareholders.

5) **Environment** The company emphasizes growth together with environmental conservation in all of its business dealings. We are determined to develop, innovate and publicize technological developments that contribute to the harmonious existence of the environment and economic development. In addition, we aim to raise awareness of expand participation in environmental conservation efforts on the part of individuals and corporation.

6) **Society** The company has implemented the principle of "Respect for one another" by respecting Thailand's cultures, customs, traditions, history and laws. Moreover, it is committed to searching for better, safer and cleaner technologies to develop products that meet the changing needs of society. In its sustainable development, the company tolerates no corruption or bribery on the part of any business partners, government or public authorities, and maintains its integrity and righteousness towards public and private organizations.

7) **Philanthropy** In its business operation, the company is enthusiastic in its promotion of and involvement in philanthropic activities, which help strengthen communities and enrich society.

Toyota Motor Thailand Co., Ltd. has continuously conducted various activities in compliance with Toyota Guiding Principles and all the activities are meant to contribute to sustainable development in every area. Thus, the company wishes all stakeholders to follow these guidelines and fully comply with Thailand's laws, regulations, and social standards.

ศูนย์การศึกษาและฝึกอบรมโตโยต้า



โครงการความร่วมมือทางวิชาการ เพื่อถ่ายทอด เทคโนโลยียานยนต์ สู่สถานศึกษา

เมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2555 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด โดยนายชาญชัย ทวีพยากร ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ เป็นตัวแทนบริษัทฯ ได้มอบรถยนต์จำนวน 6 คันให้แก่สถานศึกษา สังกัด สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ จำนวน 3 สถานศึกษา สถานศึกษาละ 2 คัน ซึ่งประกอบด้วย วิทยาลัยเทคนิคเชียงใหม่ วิทยาลัยเทคนิคขอนแก่น และวิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่

วัตถุประสงค์ของการมอบรถยนต์ในครั้งนี้ เพื่อให้สถานศึกษาดังกล่าวได้ใช้ในการศึกษารากปฏิบัติ แผนกเทคนิคยานยนต์ ซึ่งประโยชน์ที่ได้รับคือ นักศึกษาจะได้เรียนรู้กลไกการทำงานเทคนิคยานยนต์จากรถยนต์จริง จะเกิดการพัฒนาทักษะที่สูงขึ้น สอดคล้องต่อความต้องการช่างเทคนิคของสถานประกอบการ

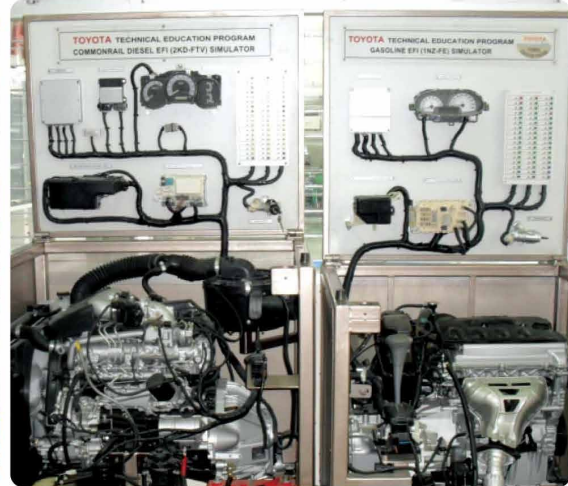
ACADEMIC COOPERATION PROJECT TO IMPART AUTOMOBILE TECHNOLOGY TO SCHOOLS

On September 19th, 2012, Mr. Charnchai Sappayakorn, Vice President of Toyota Motor Thailand Co., Ltd., on behalf of the company, donated two cars each to the Chiang Mai, Khon Kaen and Had Yai Technical Colleges. The schools are under the administration of the Occupational Education Committee Office, Ministry of Education.

The cars were donated for the schools to be used in practical study by their automobile departments. The benefits include the opportunities for the students to study technical automobile mechanisms in real cars. This will lead to greater skill development to meet the demand for skilled technicians by companies.



TOYOTA EDUCATION AND TRAINING CENTER



การมอบรถยนต์เพื่อการฝึกปฏิบัติแก่สถานศึกษา ถือเป็นส่วนหนึ่งของโครงการความร่วมมือทางวิชาการ T-TEP (Toyota Technical Education Program) ระหว่างบริษัทโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด และสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ที่ได้ดำเนินการร่วมกันมานับแต่ปี พ.ศ. 2533 นอกเหนือจากที่ได้มอบรถยนต์เพื่อการฝึกปฏิบัติแล้ว ยังมีกิจกรรม การสนับสนุนสถานศึกษา อื่น ๆ อีก อาทิเช่น

- ปรับปรุงโรงฝึกช่างยนต์ ให้แก่สถานศึกษา
- อบรมครูฝึกช่างยนต์ ของสถานศึกษา
- มอบอุปกรณ์และเครื่องมือฝึก ช่างยนต์
- มอบสื่อการเรียนการสอน ช่างยนต์
- ให้นักศึกษาเข้าฝึกงาน ในศูนย์บริการโตโยต้า
- ให้นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาเข้าทำงาน ในศูนย์บริการโตโยต้า

Donating cars to vocational schools is a part of the Toyota Technical Education Program (T-TEP), which has been carried out in cooperation between Toyota Motor Thailand Co., Ltd. and Occupational Education Committee Office since 1990. Other activities to support schools include:

- Improvement of school mechanic workshops
- Training of school mechanic instructors
- Donation of mechanic equipment and tools for practice
- Donation of mechanic educational material
- Student internship at Toyota Service Centers
- Employment of school graduates at Toyota Service Centers



กิจกรรมส่งเสริมความพึงพอใจของพนักงาน

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้ให้ความสำคัญกับการทำงานของพนักงานทุกคน เพราะพนักงานถือเป็นหนึ่งในทรัพยากรที่มีคุณค่า และเป็นกำลังสำคัญที่ช่วยผลักดันบริษัทฯ ก้าวไปข้างหน้า และประสบความสำเร็จในการเป็นบริษัทรถยนต์อันดับหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งท่านประธาน มร.เคียวอิจิ ทานาคะ ได้ให้คติในการทำงานกับพนักงานทุกคน 3 ข้อ คือ “สวัสดิ สบายดี และสนุกดี” กล่าวคือ พนักงานกล่าวทักทายเพื่อนร่วมงานด้วยคำว่า “สวัสดิ” ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความอบอุ่นอันเป็นเอกลักษณ์อันดีงามของไทย และแสดงถึงความเคารพซึ่งกันและกัน อีกทั้งพนักงานยังต้องมีความ “สบายดี” ทั้งร่างกายและจิตใจ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มกำลังและมีประสิทธิภาพ สุดท้ายเมื่อพนักงานมีสุขภาพกาย ใจดี และสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับการทำงานแล้วพนักงานยังต้องรู้สึก “สนุกดี” กับงานที่ทำอีกด้วย

นอกจากคติในการทำงานของท่านประธานแล้ว บริษัทฯ ยังได้จัดกิจกรรมอีกมากมาย เพื่อส่งเสริมให้พนักงานได้ทำงานอย่างสนุกและมีความสุข อาทิ การจัดงานวันเกิดให้พนักงาน เพื่อสนับสนุนความสัมพันธ์ภายในฝ่าย กิจกรรม Sawasdee from Top ที่ส่งเสริมการสื่อสารและสร้างเสริมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่กับผู้บริหารในสายงาน กิจกรรม Sawasdee My Team ที่ส่งเสริมการสื่อสารและความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารในฝ่ายกับลูกน้องของตน การจัดตั้งแผนกส่งเสริมสุขภาพเพื่อแนะนำและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพของตัวพนักงานเอง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับครอบครัวของพนักงาน ซึ่งเป็นอีกหนึ่งกำลังที่สำคัญให้กับพนักงาน บริษัทฯ จึงจัดให้มีงานวันครอบครัวโตโยต้า ขึ้นเพื่อให้พนักงานได้มีโอกาสพักผ่อนและใช้เวลาร่วมกับครอบครัว นอกจากกิจกรรมต่างๆ แล้ว บริษัทฯ ยังมีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในที่ทำงานและมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้พนักงาน เช่น การปรับปรุงและตรวจสอบคุณภาพอาหารของพนักงาน ให้มีคุณภาพและถูกหลักอนามัยการปรับปรุงและเพิ่มสถานที่พักผ่อนให้กับพนักงาน ด้วยพื้นที่สีเขียว การสร้างสนามกีฬาและฟิตเนส ให้พนักงานได้ออกกำลังกาย เป็นต้น นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถแจ้งปัญหาหรือซักถามข้อสงสัยผ่านกิจกรรม Workplace Visit และ Asakai เพื่อที่บริษัทฯ จะได้นำไปปรับปรุงแก้ไขต่อไป

จากกิจกรรมต่างๆ ที่บริษัทฯ ได้จัดให้กับพนักงานนั้น บริษัทฯ ได้ทำการสำรวจ (Employee Engagement Survey) เพื่อวัดความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร เนื่องจากบริษัทฯ เชื่อว่าพนักงานที่ผูกพันกับบริษัทฯ จะยังอยู่กับบริษัทฯ และทุ่มเททั้งแรงกายและแรงใจให้กับบริษัทฯ ซึ่งในปีที่ผ่านมา (2554) บริษัทฯ ทำการสำรวจย่อยที่เรียกว่า Employee Engagement โดยทำกับพนักงานทุกคน ทั้งพนักงานประจำ และพนักงานรับจ้างเหมาช่วง โดยผลออกมาบริษัทฯ ได้คะแนนในภาพรวมอยู่ที่ 67% จัดอยู่ในโซนผู้ประกอบการที่ดี (Best Employer Zone) และหลังจากที่บริษัทฯ ได้รับทราบผลการสำรวจแล้ว ทางบริษัทฯ จะนำผลมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานด้านต่างๆ เพื่อให้พนักงานมีความสุขในการทำงานต่อไป



EMPLOYEE SATISFACTION PROMOTION ACTIVITY

Toyota Motor Thailand Co., Ltd strongly focuses on the happiness workplace because employees are the most valuable resources. They are creating the company's prosperity and success in being the number one automotive company in Thailand.

Since employees spend their time at least 1/3 of working day at work, the company provides several activities, which enable employees to work happily, for example, Toyota Family Day which allows employees to spend time with their families, Happy Birthday Party for employees in order to enhance the relationship within the units, Sawasdee from Top activity that promotes communication and relation between Vice President and their sub-ordinates, and Sawasdee My Team which promotes communication and relation between department head and their employees.

Besides various activities, the company also improves the working environment and facilities for employees such as sport stadium and fitness for exercise, food quality in canteen. Moreover, there is also Workplace Visit activity which allows employees to share their problems.

From various organized activities for the employees, the company conducted Employee Engagement Survey to measure the level of employees' sentiment. The company believed that the employees feeling attached to the company will stay with and dedicate to the company. In the past year (2010), the company also conducted Employee Engagement targeting at all employee, both permanent employees and sub-contracted employees. The result shows the overall score of 67%, being recognized as in Best Employer Zone. Once the finding of the survey is concluded, the company will use the analysis to improve the working environment in various aspects in order to ensure the happiness workplace of employees.

กิจกรรมส่งเสริมจริยธรรม

ETHIC PROMOTION



บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีความมุ่งมั่นเป็นพลเมืองที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรมตามจรรยาบรรณโตโยต้า สำหรับกิจกรรมส่งเสริมจริยธรรมในรอบปีงบประมาณที่ผ่านมา (เมษายน 2554 - มีนาคม 2555) แบ่งเป็นกิจกรรมหลัก ดังนี้

1) กิจกรรมการเผยแพร่องค์ความรู้

การอบรมจรรยาบรรณโตโยต้า (Toyota Code of Conduct Training) ให้กับพนักงานเข้าใหม่ และพนักงานที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่ง จำนวน 2,580 คน

สารจริยธรรม (Ethics News) จำนวน 12 ฉบับ

สนทนาจริยธรรม (Ethics Talk) จำนวน 15 ครั้ง ให้กับพนักงานจำนวน 4,284 คน

การกระจายเสียงตามสาย (Ethics Intercom Announcement) จำนวน 20 ตอน เพื่อเผยแพร่ให้กับพนักงานทั้งบริษัท

จัดกิจกรรมส่งเสริมการสื่อสารแบบสองทาง (Workplace Visit) ในแต่ละสถานที่ทำงาน เพื่อสอบถามสภาพความเป็นอยู่ของพนักงาน และสื่อสารข่าวสารจริยธรรมผ่านผู้แทนพนักงานในแต่ละพื้นที่

2) กิจกรรมสร้างเสริมบทบาทของผู้บริหาร

ในการเป็นแบบอย่างที่ดีในด้านจริยธรรม

โดยการจัดการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ Ethics Conduct Improvement ให้กับผู้บริหารในระดับผู้อำนวยการฝ่ายในเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2555

3) การแสวงหาข้อมูลย้อนกลับของพนักงาน

นอกเหนือจากการรับข้อมูลย้อนกลับของพนักงานโดยตรงไปยังผู้บังคับบัญชา หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแล้ว บริษัทฯยังจัดให้มีระบบสายด่วนจริยธรรม (Whistle Blowing System) เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารเสริม สำหรับให้พนักงานรายงานการกระทำผิดกฎระเบียบหรือจรรยาบรรณ ที่พบหรือสงสัย เพื่อดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริงและดำเนินการแก้ไข

การสำรวจความคิดเห็นพนักงานด้านจริยธรรม (Employee Ethics Survey) เพื่อให้บริษัทฯ ทราบถึงสถานภาพที่แท้จริงว่าพนักงานมีความรู้ความเข้าใจการปฏิบัติตามจรรยาบรรณมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะมุ่งเน้นการส่งเสริมจริยธรรมได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

Ethic-Fostering Activities Toyota Motor Thailand is determined to be a society-responsible citizen by encouraging its staff to perform ethically in compliance with Toyota Code of Conduct. The Ethic-Fostering Activities during the previous fiscal year (April 2011-March 2012) can be mainly divided into these:

1) KNOWLEDGE-PROVIDING ACTIVITIES

Toyota Code of Conduct Training for 2,580 new staff and promoted staff

Ethics News: 12 issues

Ethics Talk: 15 sessions attended by 4,284 employees

Ethics Intercom Announcement: 20 episodes to educate everyone in the company.

Two-way communication promoting activities were held through workplace visits in order to enquire employees' wellbeing and communicate ethics news through representatives in each area.

2) ACTIVITIES TO ENCOURAGE EXECUTIVES

to be role models in ethics.

Workshops for Ethics Conduct Improvement were held for department directors from January to February, 2012.

3) THE SEARCH FOR EMPLOYEES' FEEDBACK INFORMATION

Besides referring employees' feedback information directly to their superiors or their respective units, the company has also provided the Whistle Blowing System as an alternative communication channel for the employees to report any misconducts or violations of ethics, whether found or suspected, which will then be investigated and corrected.

Employee Ethics Survey was conducted in order for the company to actually realize how much its employees know and understand Toyota Code of Conduct, so that it can promote work ethics accordingly.

สถาบันโตโยต้า



ในรอบปีงบประมาณที่ผ่านมา (เมษายน 2554 – มีนาคม 2555) บริษัทให้ความสำคัญกับการนำขีดความสามารถหลัก (Core Competency) ของผู้บริหารและพนักงาน ทั้งในสายสำนักงานและสายการผลิตนำไปปรับใช้กับงาน ผ่านรูปแบบของการอบรมและกิจกรรมต่างๆ ซึ่งสามารถสรุปได้ 2 ส่วน ได้แก่

- 1) การพัฒนาพนักงานระดับบริหาร และพนักงานสายสำนักงาน
- 2) การพัฒนาพนักงานสายการผลิต

1) การพัฒนาพนักงานระดับบริหาร และพนักงานสายสำนักงาน บริษัทได้พัฒนาผู้บริหารและพนักงาน สายสำนักงานกว่า 3,800 คน ผ่านกิจกรรมและหลักสูตรส่งเสริมการเรียนรู้และยังได้ยกระดับการพัฒนาศักยภาพมาตรฐานระดับสากลด้วยการจัดกิจกรรมใหม่ อีก 3 กิจกรรม คือ

- 1) การพัฒนาวิทยากรภายใน ด้วยความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยชั้นนำ เป็นครั้งแรกที่บริษัทได้จัดหลักสูตรด้านการพัฒนาศักยภาพ โดยมีผู้บริหารระดับผู้อำนวยการฝ่าย และรองผู้อำนวยการฝ่าย เข้าร่วมกระบวนการพัฒนา และรับรองการเป็นวิทยากรภายในของบริษัท ด้วยระบบที่เป็นมาตรฐานเดียวกับการพัฒนาวิทยากรของโตโยต้าทั่วโลก
- 2) การจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (IDP) เพื่อให้พนักงานแต่ละคน ได้พัฒนาพฤติกรรมให้เป็นไปตามเกณฑ์การประเมินขีดความสามารถหลักที่บริษัทคาดหวัง ด้วยการส่งเสริมให้ผู้บริหาร และผู้ใต้บังคับบัญชา วางแผนพัฒนาร่วมกัน อีกทั้งได้จัดเตรียมเครื่องมือ เพื่อสนับสนุนการพัฒนารายพฤติกรรม อาทิ การชมภาพยนตร์ การอ่านหนังสือ การจัดอบรมโดยต้นสังกัด และการส่งเสริมกิจกรรมนอกหลักสูตร
- 3) ระบบเครือข่ายการบริหารจัดการความรู้ (KM Website) เป็นระบบเครือข่ายภายในองค์กร (Intranet) เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล องค์ความรู้ และวิธีการที่เป็นประโยชน์ต่อพนักงาน ให้เกิดการเรียนรู้แบบอย่างที่ดี และนำไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานจริง

During the previous fiscal year (April 2011 – March 2012), the company emphasized applying the core competencies of its executives and staff to their office and production jobs through various training programs and activities, which can be summarized into two areas:

- 1) Development of executive and office staff
- 2) Development of line production staff

1) DEVELOPMENT OF EXECUTIVE AND OFFICE STAFF

The company has developed more than 3,800 of its executive and office staff through activities and courses that encourage learning, as well as raising the standard of personnel development to an international one by organizing three more activities, which are:

- 1) Development of internal lecturers. With the cooperation of leading universities, this is the first time that the company has had a course for lecturer development. Department directors and deputy directors participated in the internal lecturers' development process and certification system, which boasts the same standards as that of Toyota worldwide.
- 2) Individual Development Plan (IDP). In order for each employee to develop their conduct in compliance with the core competency assessment criteria expected by the company, executives and their subordinates have been encouraged to create the development plan together. Moreover, the company has provided them with the tools such as movies, books, training programs by their original affiliation, and extra-curricular activities, to develop their conduct.
- 3) Knowledge Management Website (KM Website). This is an Intranet for exchanging useful information, knowledge and methods that encourage the employees to learn from good examples and apply them to their jobs.

TOYOTA ACADEMY THAILAND



2) การพัฒนาพนักงานสายการผลิต

ในปีที่ผ่านมา บริษัทดำเนินการสื่อสารการนำขีดความสามารถหลัก (Core Competency) เพื่อปรับใช้กับการทำงาน การจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (IDP) สำหรับพนักงานสายการผลิตกว่า 7,000 คน รวมถึงการพัฒนาความรู้และทักษะในหลักสูตรอื่นๆ ตามมาตรฐานของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น (TMC) ประเทศญี่ปุ่นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการทำงานอย่างปลอดภัย อันจะนำไปสู่การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า หลักสูตรสำหรับพัฒนาพนักงานสายการผลิตนั้นประกอบด้วย 3 กลุ่มสำคัญ ได้แก่

- 1) หลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะทางการผลิตของพนักงาน (Fundamental Skill Training) เพื่อเข้าใจหลักความปลอดภัย ในการทำงาน และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามมาตรฐาน
- 2) หลักสูตรเพื่อพัฒนาบทบาทและหน้าที่ของหัวหน้างาน เน้นการพัฒนาพนักงานระดับหัวหน้างานให้มีความรู้ความเข้าใจที่ชัดเจน เกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของตนเอง
- 3) หลักสูตรเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะการเป็นหัวหน้างานในสายการผลิต อันได้แก่ ระบบการผลิตแบบโตโยต้า ทักษะการสอนงานแบบโตโยต้า ทักษะการสื่อสารกับผู้ใต้บังคับบัญชาแบบโตโยต้า รวมทั้งการแก้ไขปัญหามาตรฐาน

นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดกิจกรรมการแข่งขันทักษะด้านการผลิตภายในโรงงานเพื่อคัดเลือกตัวแทนของบริษัทไปแข่งขันทักษะด้านการผลิตในระดับภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก โดยในปี 2554 ที่ผ่านมา บริษัทได้รางวัลชนะเลิศ 15 รางวัลจากทั้งหมด 20 รางวัล และผู้ที่ชนะเลิศในการแข่งขันระดับภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกนี้ได้เป็นตัวแทนทีมเอเชีย-แปซิฟิก ไปแข่งขัน TMC Skill Interchange Festival ที่ประเทศญี่ปุ่น โดยมีการแข่งขันทั้งหมด 11 ประเภททักษะ โดยบริษัทได้รับรางวัลชนะเลิศ 1 รางวัลกล่าวได้ว่า การพัฒนาทรัพยากรบุคคลของบริษัทในรอบปีที่ผ่านมา ได้ให้ความสำคัญกับการนำขีดความสามารถหลักไปปรับใช้กับงาน และมุ่งมั่นที่จะพัฒนาบุคลากรให้เทียบเท่ามาตรฐานระดับสากล

2) DEVELOPMENT OF LINE PRODUCTION STAFF

During the previous year, the company encouraged the staff's application of core competencies to their work, conducted the Individual Development Plan for more than 7,000 line production staff members, and developed their knowledge and skills through courses that correspond to the standards of Toyota Motor Corporation, Japan with the objective of creating a safe work environment, which will lead to the production of quality products for the maximum satisfaction of the customers. Courses for the development of the line production staff can be divided into three main areas:

- 1) Fundamental Skill Training. This was arranged for the staff to understand the principles of safety at work and to perform efficiently.
- 2) Courses to develop the roles and responsibilities of supervisors. These were focused on the development of the supervisor-level staff, enabling them to have a clear understanding of their roles and responsibilities.
- 3) Courses to develop line production supervisors' knowledge and skills, namely Toyota Production System, Toyota Teaching Skills, and Toyota Communication with Subordinates Skills, as well as Toyota Problem Solving.

In addition, the company also held an Internal Competition in Production Skills to find the best employee from the company to participate in the Asia-Pacific Production Skill Contest. For the contest in the year 2011, the company won 15 out of 20 awards. The winner of this Asia-Pacific contest then represented the Asia-Pacific team in the TMC Skill Interchange Festival in Japan. Of the eleven awards for eleven skills, one award was won. It can be said that the company's personnel development during the previous year focused on the application of core Competencies to the work and was determined to raise the quality of personnel to international standards.

กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ

HEALTH PROMOTION ACTIVITY



รูปเปิดโครงการ
"วัยทำงาน ปลอดภัย ปลอดภัย ทางใจเป็นสุข"

Opening Day of the project
"Working Age, No Disease, No Illness, Healthy Body"

กิจกรรม "Bye Bye life style diseases"

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้รับเกียรติจาก กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุขเข้าร่วมนำเสนอกิจกรรม ประชาสัมพันธ์โครงการ "วัยทำงาน ปลอดภัย ปลอดภัย ทางใจเป็นสุข" โดยได้นำเสนอกิจกรรม Health camp ภายใต้หัวข้อ "bye bye life style diseases" โดยใช้หลัก 3 อ. (อาหาร, ออกกำลังกาย, อารมณ์)

"BYE BYE LIFE STYLE DISEASES" ACTIVITY

Toyota Motor Thailand Co., Ltd. extended honor by Disease Control Department, Ministry of Public Health, presents the project "Working Age, No Disease, No Illness, Healthy Body" through the activity Health camp under the title "bye bye life style diseases" by applying the three Fs principle (Food, Fitness, Feelings)



อบรม 3 อ. (อาหาร)
FS Training (Food)



อบรม 3 อ. (อารมณ์)
FS Training (Feelings)



อบรม 3 อ. (ออกกำลังกาย)
FS Training (Fitness)



กิจกรรมการอบรม "การป้องกันยาเสพติดในสถานประกอบการ"

ACTIVITY TO PREVENT DRUG PROBLEMS IN WORKPLACE



อบรมพนักงาน
Training Sessions for Employees



อบรมหัวหน้างาน
Training Sessions for Supervisors



ตรวจปัสสาวะหาสารเสพติด
Urine Examination to find addictive substances

นอกเหนือจากกิจกรรม "bye bye life style diseases" ทางบริษัทยังสังเกตเห็นถึงปัญหาของยาเสพติดที่แพร่ระบาดในกลุ่มผู้ใช้แรงงานจึงได้จัดให้มีการอบรมหัวหน้างานและพนักงานสายการผลิต รวมทั้งจัดกิจกรรมตรวจปัสสาวะหาสารเสพติด เพื่อเป็นการป้องกันปัญหาเสพติด ทั้งนี้กิจกรรมดังกล่าว เป็นการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลและบริษัท ในการดำเนินกิจกรรมป้องกันยาเสพติดในสถานประกอบการ

In addition to "bye bye life style diseases" activities, the company recognizes the drug problem which is prevalent among laborers. Therefore, it organized the training sessions for supervisors and production line employees. Moreover, a urine examination to find addictive substances was conducted in order to prevent drug problems. These activities support the policy of the Government and the company in their attempt on drug prevention in businesses.

กิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัย

SAFETY PROMOTION ACTIVITY

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ประกอบธุรกิจควบคู่ไปกับการดูแลส่งเสริมความปลอดภัยให้แก่พนักงาน และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยการค้นหาตรวจสอบเพื่อลดหรือขจัดอันตรายอันเป็นสาเหตุของอุบัติเหตุการบาดเจ็บ เนื่องจากการทำงานรวมทั้งยังให้ความสำคัญกับความปลอดภัยนอกงานอีกด้วย โดยได้รับความร่วมมืออย่างจริงจังจากพนักงานทุกคน ในการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัยที่บริษัทจัดให้มีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นที่กิจกรรมและระบบการจัดการความปลอดภัยตามหลักการ PMRs

Toyota Motor Thailand Co., Ltd. conducts its business along with safety promotion among its employees and other people involved through search and examination to reduce or remove any dangers which can cause accidents and injuries on job. Moreover, the company places great emphasis on safety off job. It receives earnest cooperation from all employees who have participated in the safety promotional activities organized continually by the company. The activities are mainly focused on the safety management system in accordance with the principle PMRs

กิจกรรมและระบบบริหารจัดการความปลอดภัยตามหลักการ PMR-s

THE ACTIVITIES AND SAFETY MANAGEMENT SYSTEM IN ACCORDANCE WITH THE PRINCIPLE PMR-S

กิจกรรมและระบบบริหารจัดการความปลอดภัยตามหลักการ PMR-s ในปี 2555 นี้ ทางบริษัทโตโยต้า ได้พัฒนาและผลักดันให้มีการจัดการเรื่องความปลอดภัยอย่างเป็นระบบอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความปลอดภัยสูงสุดในการทำงาน (อุบัติเหตุต้องเป็นศูนย์) โดยให้ครอบคลุม 3 ปัจจัย ซึ่งเป็นสาเหตุของการเกิดอุบัติเหตุ คือ คน (Human) เครื่องจักร (Machine) สภาพแวดล้อมการทำงาน (Worksite environment)

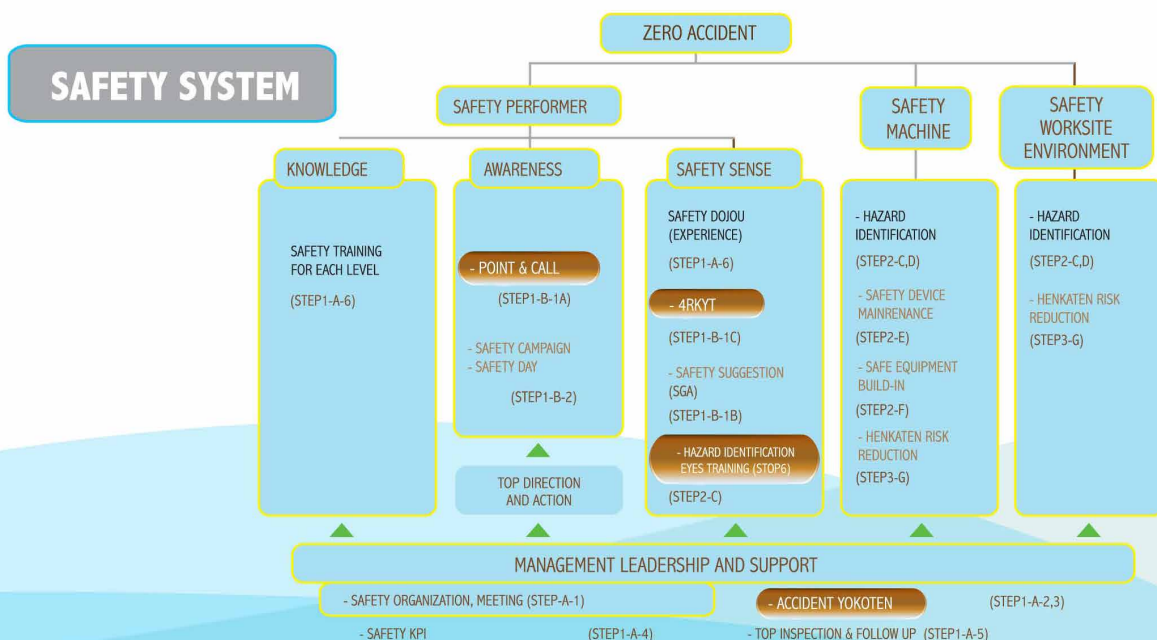
In the year 2012, Toyota has developed and encouraged systematic safety management continually in order to achieve the utmost occupational safety (zero accident) by covering the 3 factors contributing to accidents, namely Human, Machine, and Worksite environment.

ความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับคน

HUMAN SAFETY

เนื่องจากอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นสาเหตุหลักประมาณ 70% เกิดจากพฤติกรรมของคน ดังนั้น บริษัทจึงมุ่งเน้นการให้ความรู้ด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติงานส่งเสริมให้เกิดจิตสำนึกความปลอดภัยจากการพัฒนาความสามารถในการหยั่งรู้อันตรายของพนักงานให้ดียิ่งขึ้น (KY Ability) และสามารถเขียนรายงานประสบการณ์ที่เกือบเกิดอุบัติเหตุหรือการคาดการณ์ถึงอุบัติเหตุที่อาจจะเกิดขึ้น (Hiyari Hatto suggestion report) เพื่อลดอุบัติเหตุอันมีสาเหตุเนื่องจากพฤติกรรมของคน โดยเฉพาะกิจกรรมการรายงานประสบการณ์ที่เกือบเกิดอุบัติเหตุหรือการคาดการณ์ถึงอุบัติเหตุ ที่อาจจะเกิดขึ้นนั้น ได้จัดให้มีการมอบเงินรางวัลสำหรับพนักงาน ที่สามารถค้นหาอันตรายและมีการเสนอแนะมาตรการแก้ไขได้อย่างดีเยี่ยม เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการเสนอแนะและมีส่วนร่วมของพนักงาน

As 70% of the accidents that occurred resulted from human behaviors, the company is focused on educating employees on safety at work and raising awareness of safety by improving employees' ability to foresee dangers (KY Ability) and to write a report on close-to-accident experiences or accident forecasts (Hiyari Hatto suggestion report) to reduce potential accidents arising from human behaviors. More importantly, for the report of close-to-accident experiences or accident forecasts, the employees who can find potential dangers and suggest effective measures to take are financially rewarded in order to motivate them to provide suggestions and participate in the effort.



กิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัย



การตรวจสอบสภาพเครื่องจักร / Machine Safety Condition Check



การขอพบความปลอดภัยในการทำงานความถี่ต่ำ / Low frequency job safety training

ความปลอดภัยเกี่ยวข้องกับเครื่องจักร

ยกระดับความปลอดภัยของเครื่องจักรอุปกรณ์ โดยให้ความรู้กับพนักงานในเรื่องกฎข้อปฏิบัติการสังเกตสิ่งผิดปกติ และการควบคุมดูแลเครื่องจักรอุปกรณ์ โดยเฉพาะอุปกรณ์ความปลอดภัยที่มากับเครื่องว่าอยู่ในสภาพพร้อมใช้งานหรือไม่ โดยจัดให้มีการตรวจสอบสภาพและการทำงานของอุปกรณ์ ความปลอดภัยของเครื่องจักรโดยพนักงานผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดอุบัติเหตุอันมีสาเหตุเนื่องจากสภาพของเครื่องจักรและอุปกรณ์ไม่ปลอดภัย

MACHINE SAFETY

The machine safety standard is elevated by educating employees on rules, instructions, irregularity observation and maintenance of equipments, especially safety ones which accompany the machines, and check their good condition. To accomplish this, there are examinations of the working condition of the safety equipments of the machines by the employees involved in order to reduce accidents that arise from the machines' and equipments' unsafe conditions.

ความปลอดภัยเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมการทำงาน

ในปีนี ยังคงมุ่งเน้นการค้นหาและระบุอันตรายทั้งหมด ที่อยู่ในพื้นที่การทำงานของพนักงาน เพื่อทำการแก้ไขปรับปรุงโดยจัดอันตรายทั้งที่มองเห็นและแฝงอยู่ โดยใช้การบริหารจัดการเป็นประจำทุกวันอย่างต่อเนื่องผ่าน Stop 6 Hazard control map และ Fire Hazard control map ซึ่งเป็นบอร์ดที่ใช้แสดงอันตรายมาตรวจการแก้ไข และควบคุมความเสี่ยงอันมีสาเหตุเนื่องจากสภาพแวดล้อมการทำงานที่ไม่ปลอดภัย และนอกเหนือจากการค้นหาอันตรายประจำวันแล้ว ในปีนี้ยังเพิ่มเติมการค้นหาอันตรายจากงานความถี่ต่ำ งานแก้ไขสิ่งผิดปกติเพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากงานเหล่านี้ด้วย

SAFETY WORKSITE ENVIRONMENT

In this year, the focus is placed on the search and the identification of all potential dangers in the employees' worksite in order to remove both visible and hidden dangers through daily implementation of Stop 6 Hazard control map and Fire Hazard control map, the boards showing dangers, measures, and risk controls for dangers due to unsafe worksite environment. In addition to the daily identification of potential dangers, in this year there has been an increase in the search of dangers at low-frequency work and irregularity corrections in order to prevent dangers at work from happening.

ผู้ได้รับรางวัลการเขียนรายงานประสบการณ์ที่เกือบเกิดอุบัติเหตุหรือการคาดการณ์ถึงอุบัติเหตุ HIYARI HATTO SUGGESTION REPORT AWARD

โรงงานลำไ้ / SAMRONG PLANT



คุณรุ่งโรจน์ เติบินดา
หน่วยงาน : MUS (P)
หัวข้อ: ติดตั้งอุปกรณ์ magnetic control เพื่อป้องกันเครนเลื่อนลงมา
Install additional magnetic control brake to prevent crane slip

โรงงานบ้านโพธิ์ / BAN PHO PLANT



คุณสมมาตร งามกิ่ง
หน่วยงาน : MUS (T)
หัวข้อ: แก้ไขวงจร interlock เพื่อป้องกันไม่ให้ Reset safety device ได้ขณะที่ยังมีคนทำงานในเขตเครื่องจักร
Modify interlock circuit to prevent reset fault if another work inside machine



คุณพุทธิ มีทอง
หน่วยงาน : MUS (W)
หัวข้อ: ติดตั้ง stopper ที่ปลายรางเลื่อน เพื่อป้องกันไม่ให้ hanger ตกลงมา ขณะทำ PM
Install hard stopper at the end of rail to prevent hanger drop down

SAFETY PROMOTION ACTIVITY



กิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัย และป้องกันอุบัติเหตุจากการจราจรนอกงาน

นอกเหนือไปจากความปลอดภัยในการปฏิบัติงานแล้ว โตโยต่ายังให้ความสำคัญกับความปลอดภัยนอกงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะลดการเกิดอุบัติเหตุทางจราจรของพนักงาน โดยปีที่ผ่านมาสามารถลดอุบัติเหตุทางจราจร ที่มี ความรุนแรงถึงขั้นหยุดงานและเสียชีวิตลงได้มากถึง 35% จากเป้าหมาย ที่ตั้งไว้ 20% โดยได้มีจัดทำกิจกรรมรณรงค์ต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดอบรมขับขี่ปลอดภัย ทั้งรถยนต์และรถจักรยานยนต์ให้กับพนักงาน เพื่อเพิ่มทักษะและจิตสำนึกในการขับขี่อย่างปลอดภัยไม่เกิดอุบัติเหตุ นอกจากนี้ใน ส่วนรถยนต์สำนักงาน ได้มีการสร้างระบบติดตามการขับขี่ของพนักงานโดยการติด GPS ในรถสำนักงานทุกคัน เพื่อรายงาน และติดตาม ผลพฤติกรรมขับขี่ของพนักงานทั้งความเร็วและการหยุดพักเพื่อบรรเทาอาการเหนื่อยล้า รวมถึงทดสอบสมรรถภาพของผู้ขับขี่ โดยการตรวจวัดระดับแอลกอฮอล์และความดันโลหิตให้กับพนักงานก่อนที่จะขับรถสำนักงาน อีกทั้งยังมีการรณรงค์การขับขี่ปลอดภัยในช่วงวันหยุดเทศกาลปีใหม่และวันหยุดช่วงสงกรานต์ โดยจัดกิจกรรมเพื่อให้พนักงานทุกคนได้มีส่วนร่วม ซึ่งจากกิจกรรมต่าง ๆ นี้ สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จจากตัวเลขอุบัติเหตุทางจราจรที่ลดลงในหลายปีที่ผ่านมา จากกิจกรรมทั้งหมดนี้จัดทำขึ้นเพื่อให้เกิดความตระหนักถึงอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นและนำไปสู่ความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน อันจะเกิดกับพนักงานของเราทุกคน

ACTIVITIES TO PROMOTE OFF- JOB SAFETY AND PREVENT TRAFFIC ACCIDENTS

In addition to on job safety, Toyota places great emphasis on off- job safety continually in order to reduce traffic accidents of the employees. In the previous year, serious accidents that may result in leaves and death declined by 35%, which is higher than the expected target of 20%. Moreover, campaigns are held continually. For example, safety driving and riding training sessions are given to employees to improve their skills and raise awareness of safety driving. Besides, the employees' driving habits are observed closely and reported via GPS installed on each company car, dangers at work from happening. for example, their driving behaviors, speed, and stops to rest. Furthermore, the driver's competency is tested to check alcohol level and blood pressure before the employees are allowed to use company cars. Moreover, campaigns are held during the new year's holidays and Song Kran Festival through organized activities in which employees participate. As a result, accidents have been decreased dramatically for many years. All these activities are organized to raise awareness of potential dangers, thereby leading to safety for drivers, including our employees, when using vehicles and roads.

การบริการลูกค้า



โตโยต้า ฉลองครบรอบ 50 ปี เฝ้าใจลูกค้ายุคดิจิทัลโดยการส่ง "smart G-BOOK" แอปพลิเคชันอัจฉริยะ บนสมาร์ตโฟน เปิดตัวในไทยประเทศแรก ซึ่งพัฒนาภายใต้แนวคิด "Fun to Drive" โดยการสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ใช้งานรู้สึกสนุกและเป็นอิสระในการเดินทางถือเป็นแนวทางในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ของโตโยต้าทั่วโลก

โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย เปิดตัว "ไซฟต้า สมาร์ท จี-บุ๊ก" แอปพลิเคชันพิเศษสำหรับลูกค้า ใช้งานผ่านสมาร์ตโฟน ด้วยบริการ smart G-BOOK Call Center 24 ชั่วโมง ช่วยทั้งการเดินทางและบริการฉุกเฉินตลอดเวลา ซึ่งการเปิดตัวในประเทศไทยถือเป็นประเทศแรกของโลก นอกประเทศญี่ปุ่น

นายเคียวอิจิ ทานาดะ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย แถลงเปิดตัว "ไซฟต้า สมาร์ท จี-บุ๊ก" แอปพลิเคชัน เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2555 ที่คริสตัล ดีไซน์ เซ็นเตอร์ ว่า "ไซฟต้า สมาร์ท จี-บุ๊ก" เป็นระบบเทเลมาติกส์บนโทรศัพท์สมาร์ตโฟน (Smart Phone)

Toyota smart G-BOOK เปิดตัวพร้อมกับสโลแกน "Smart Life, smart G-BOOK ชีวิตสุดสแมร์ท เพื่อการเดินทางสุดสบาย" เป็นแอปพลิเคชันอัจฉริยะ ที่จะเปลี่ยนทุกการเดินทางแค่เพียงปลายนิ้ว ช่วยให้การใช้ชีวิต สะดวก ง่าย และเป็นอิสระ

นายวิชิต เอมประเสริฐสุข รองกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส กล่าวว่า "Toyota smart G-BOOK" ผสานทุกเทคโนโลยีการเดินทางไว้ในหนึ่งเดียว ด้วยระบบการสื่อสาร แบบสองทาง พร้อมบริการ smart G-BOOK Call Center ซึ่งเป็นผู้ช่วยในการค้นหาจุดหมายปลายทางและส่งข้อมูลกลับมาให้ผู้ใช้งาน เพื่อช่วยให้การเดินทางง่ายขึ้น สะดวกสบาย "สำหรับเวอร์ชันของใหม่ พัฒนาต่อจากประเทศญี่ปุ่น และได้เพิ่มฟังก์ชัน G-Road และ G-Life ใ้บริการข้อมูลในด้านความห่วงใยฉุกเฉิน ที่ช่วงให้ผู้ใช้เดินทางด้วยความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น รู้สึกอุ่นใจ เพื่อที่สู่แห่งการเดินทางที่ปลอดภัยและสะดวกสบายอย่างแท้จริง"

Toyota 50th Anniversary pleases digital age customers by launching "smart G-BOOK" Application on smart phones in Thailand as the first country. Developed under the concept of "Fun to Drive", this application inspires the driver to travel with fun and freedom, the guideline being adopted by all Toyota entities around the world in the development of new technologies and innovations.

Toyota Motor Thailand launches "Toyota smart G-BOOK", a special application for its customers to use on their smartphones. The Smart G-BOOK 24-hour Call Center service assists the drivers on the road and provide them with 24-hour service. This application is launched in Thailand as the first country in the world after Japan.

Mr. Kyoichi Tanada, President of Toyota Motor Thailand Co., Ltd. announces the launch of "Toyota smart G-BOOK" Application on February 16th, 2012 at Crystal Design Center, saying that "Toyota smart G-BOOK" is a telematics application on smartphones.

Toyota smart G-BOOK is launched under the slogan "Smart Life, smart G-BOOK". This is an intelligent application that can transform your driving experience by a touch on the screen, fulfilling lifestyles with convenience, ease, and freedom.

Mr. Wichien Emprasertsuk, Executive Vice President, Toyota Motor Thailand Co., Ltd. added "Toyota smart G-BOOK" is equipped with all travel-related technologies through the two-way communication system and smart G-BOOK Call Center, a personal travel assistant sending a data of a route suggestion directly to you. Your trip is therefore ensured uncomplicated, convenient, and safe ever. "The smart G-BOOK in Thailand is a continued developed model following the original design in Japan. Additional features include G-Road and G-Life to provide "emergency" services and enhance a secure driving for ultimate convenient and safe experience."

CUSTOMER SERVICE



Toyota smart G-BOOK พัฒนาขึ้นมาโดยมีจุดประสงค์ 3 ด้านให้กับผู้ใช้งานนี้ คือ

1. สนับสนุนการขับขี่ ประมวลเส้นทางจราจรล่าสุด เพื่อแนะนำเส้นทางที่คล่องตัว ช่วยให้ผู้ใช้ประหยัดเวลาการเดินทาง ลดการใช้พลังงาน และประหยัดค่าใช้จ่าย
2. ด้านความปลอดภัย ค้นหา และยืนยันพิกัดของผู้ติดต่อ เพื่อส่งขอความช่วยเหลือ โดยประสานงานกับสถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ เพื่อให้ความช่วยเหลือได้ทันที่
3. ความสะดวกสบาย สามารถแนะนำร้านอาหาร ศูนย์การค้า สถานที่ท่องเที่ยว หรือศูนย์บริการโตโยต้าทั่วประเทศไทย

การร่วมแสดงข่าวการจัดกิจกรรมแรลลี่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม “e-toyotaclub Go Green Rally” ปีที่ 2 พร้อมด้วยสมาชิกเว็บไซต์ www.e-toyotaclub.com และกลุ่มสมาชิกคาร์คลับ ผู้ใช้รถโตโยต้ารุ่นต่างๆ ในเส้นทาง กรุงเทพฯ - เพชรบุรี - ชะอำ ในระหว่างวันที่ 28 - 29 เมษายนปีนี้ ของนาย วิเชียร เอมประเสริฐสุข รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด พร้อมด้วย นาย ธวัชชัย อรุณญิก รองผู้จัดการ การท่องเที่ยวประเทศไทย ด้านตลาดในประเทศ โดยมีรถโตโยต้า เข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้กว่า 130 คัน ซึ่งมุ่งหวังสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมผ่านทางกิจกรรมเกมต่างๆ ที่จัดเตรียมไว้ ให้ทุกท่านตลอดการเดินทาง นอกจากนี้ทางโตโยต้าได้นำเทคโนโลยีใหม่ “Toyota smart G-BOOK” แอปพลิเคชันอัจฉริยะ มาใช้ในกิจกรรมแรลลี่ครั้งนี้เป็นครั้งแรก จำนวน 50 คัน ซึ่งเป็นงานแรลลี่ที่ใช้เนวิเกเตอร์เป็นตัวนำทาง เป็นครั้งแรก และด้วยบริการ Smart G-BOOK Call Center ที่ช่วยเพิ่มความสนุกให้ทุกการขับขี่ จะช่วยให้การเดินทางสนุก ง่าย สะดวกสบาย และปลอดภัยในการขับขี่มากยิ่งขึ้น



Toyota smart G-BOOK has been developed with the following three objectives in mind for the user:

1. Driving support: encoding congested routes from recent traffic transmission and constructing alternative routes to minimize travel time, energy consumption, and expenses.
2. Safety: tracking a caller's location to undertake emergency assistances through an collaboration with Emergency Medical Institute of Thailand (EMIT).
3. Convenience: recommending lists of restaurants, department stores, tourist sites, and Toyota Service Centers nationwide.

A press conference on the 2nd year of green tourism rally activity “e-toyotaclub Go Green Rally” with the website members of www.e-toyotaclub.com and car club members who own various models of Toyota on the route Bangkok-Phetburi-Cha-am from 28 - 29 April was presided by Mr. Wichien Emprasertsuk, Executive Vice President, Toyota Motor Thailand Co., Ltd. together with Mr. Thawatchai Arunyk, Deputy Governor of the Tourism Authority of Thailand for domestic market. More than 130 Toyota owners participated in this activity, which aims to raise the participants' awareness on environment preservation through provided games and fun activities all the way. In addition, Toyota had the latest technology, “Toyota smart G-BOOK”, an intelligent application featured in this rally for the first time on 50 participants. This is the first rally to be navigated, coupled with Smart G-BOOK Call Center service that fills each driving experience with fun, making the travel more exciting, easier, more convenient and safer.

การบริการหลังการขาย



การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในผู้แทนจำหน่าย

ผู้แทนจำหน่ายโตโยต้า เป็นอีกหนึ่งใน Value Chain ที่สำคัญในการก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นภาพสะท้อนต่อลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเพื่อให้เห็นถึงความตั้งใจ และความเอาใจใส่ในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งทางด้านบริการและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่

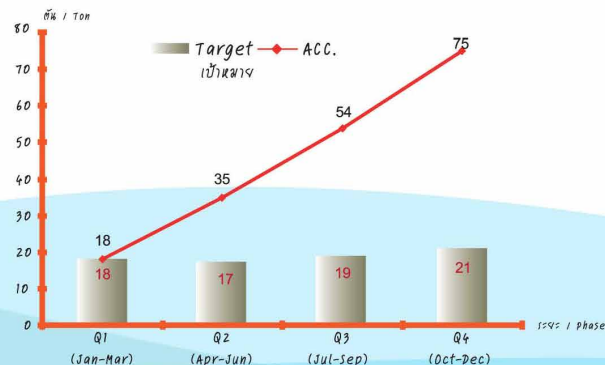
1) กิจกรรมรณรงค์การใช้สีสูตรน้ำ

เทคโนโลยี การพ่นซ่อมสีรถยนต์สูตรน้ำ เป็นการนำมาเป็นตัวทำละลายแทนสารระเหยอินทรีย์ (VOC) ซึ่งสามารถลดปริมาณการใช้ (VOC) ได้ประมาณ 50% ทั้งนี้การลดสารระเหย VOC สามารถช่วยลดก๊าซเรือนกระจกในบรรยากาศ ที่จะก่อให้เกิดภาวะโลกร้อน รวมถึงเป็นการลดสารก่อมะเร็งที่มีผลต่อมนุษย์ และ สัตว์ ได้อีกด้วย บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้ทำการขยายการใช้ระบบสีสูตรน้ำไปยังผู้แทนจำหน่ายทั่วประเทศ ซึ่งมีจำนวนมากกว่า 160 ศูนย์บริการ และในปี 2554 ที่ผ่านมา ของศูนย์บริการตัวถังและสีสามารถลดการใช้ VOC ทั้งหมดประมาณ 50 ตัน เมื่อเปรียบเทียบกับการใช้สีระบบทินเนอร์แบบเดิม ในปี 2012 ทางบริษัทคาดว่า จะลดปริมาณการใช้ VOC ตามแผนภูมิด้านล่าง

แผนการลดปริมาณการใช้ VOC ปี 2012

ทั้งนี้ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญ ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยจะดำเนินการนำระบบการพ่นซ่อมสีรถยนต์สูตรน้ำ มาใช้ภายในศูนย์บริการของผู้แทนจำหน่ายให้ครบทั่วประเทศ เพื่อช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ต่อไป

แผนการลดปริมาณการใช้ VOC ในปี 2012
VOC REDUCTION PLAN 2012



ENVIRONMENTAL MANAGEMENT ON THE PART OF DEALERS

Toyota dealers are among the most important value chains that contribute to sustainable development as well as the customer feedback. To express our earnest care and responsibility towards the society in terms of services and environment, we have held the following activities:

1) CAMPAIGN ON WATER BORNE COLOR USAGE

Water-borne color technology for reparation work has water as the solution instead of VOC, resulting in a reduction in VOCs usage of approximately 50%. By doing this, the reduction in VOC leads to a decrease in greenhouse gases in the atmosphere which contribute to global warming and other cancer-causing substances that affect humans and animals.

Toyota Motor Thailand Co., Ltd. has had water borne color spraying system implemented at its 160 service centers nationwide. As a result, in the year 2011, VOC usage was reduced by 50 tons, compared with thinner borne color system. In the year 2012, the company expects to reduce VOC usage to the rate shown in the chart above.

2012 PLAN TO REDUCE VOC USAGE

Since Toyota Motor Thailand Co., Ltd. gives priority to environment preservation, it will have water borne color spraying system implemented at dealers' service centers nationwide in order for the environment to last continually.

CUSTOMER SERVICE

2) กิจกรรมด้านการประหยัดพลังงาน

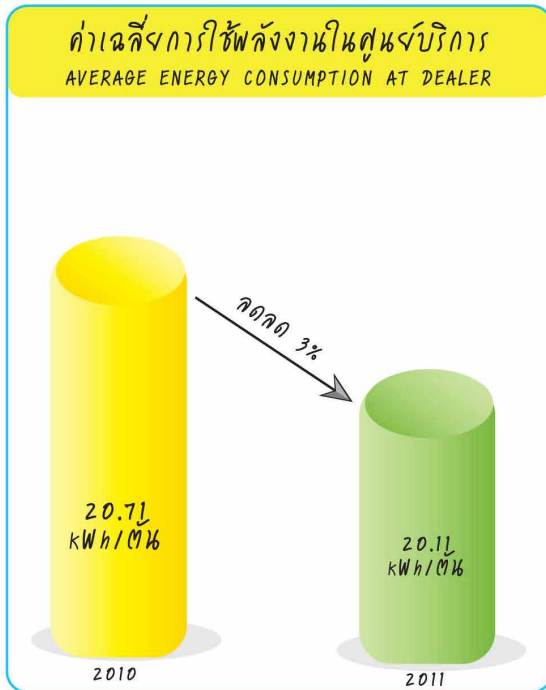
ในปี 2554 ที่ผ่านมา ฝ่ายบริการลูกค้ายังคงมีการดำเนินกิจกรรมด้านการประหยัดพลังงานอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับความร่วมมือจากผู้เชี่ยวชาญด้านพลังงาน มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ ซึ่งมีประสบการณ์ดำเนินโครงการอนุรักษ์พลังงานแบบมีส่วนร่วมให้กับศูนย์บริการโตโยต้าอยุธยา โดยการนำกรณีศึกษาที่สำคัญต่างๆ ในศูนย์บริการ อุปกรณ์เครื่องจักรที่มีนัยสำคัญ วิธีการคำนวณผลประหยัด ฯลฯ ผ่านการจัดอบรมให้กับผู้แทนจำหน่ายทั่วประเทศ ทั้งนี้เพื่อให้ศูนย์บริการฯ สามารถนำมาตรวจการต่างๆ ที่เหมาะสม ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดผลประหยัดที่มีประสิทธิภาพ

โดยผลการดำเนินการในปีที่ผ่านมา ศูนย์บริการโตโยต้ามีการใช้พลังงานลดลงจากปี 2553 เฉลี่ยอยู่ที่ 20.71 kWh/คัน เป็น 20.11 kWh/คัน ในปี 2554 ลดลงอยู่ที่ 3% ซึ่งโดยสรุปทั่วประเทศสามารถคิดเป็นก๊าซ CO₂ ที่ลดลงอยู่ที่ 1,650 ตัน CO₂ / ปี

2) ENERGY CONSERVATION ACTIVITY

In the previous year (2011), the Customer Service Department still continued to conduct activities on energy conservation with the assistance of energy experts from Southeast Asia University who specialize in conducting energy conservation projects together with Toyota Ayudhaya Service Center. During the training, various case studies at the service center, important machinery, calculation method for conservation result, etc. were presented to dealers nationwide so that the service centers could implement suitable measures for their own energy conservation.

The business result in the past year has shown that there was a decline in energy consumption at Toyota service centers. The energy consumption rate dropped from 20.71 kWh/ vehicle in 2010 to 20.11 kWh/ vehicle in 2011, which is a decrease of 3%. In general, there was a reduction in CO₂ emission nationwide to 1,650 tons CO₂ / year.





โครงการลดเมืองร้อน ด้วยมือเรา

มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน

โครงการนี้ริเริ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2548 โดยความร่วมมือระหว่าง บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด และสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย ดำเนินกิจกรรม ร่วมกับเทศบาล ชุมชน และโรงเรียนทั่วประเทศภายใต้แนวคิดของโครงการเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และภาวะโลกร้อน รวมทั้งกระตุ้นให้เทศบาล ชุมชน และโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ได้มีการจัดการและใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในความพยายามที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างยั่งยืน ด้วยการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ภายใต้ 4 แนวทางหลัก คือ ลดการใช้พลังงาน ลดปริมาณขยะ การเดินทางอย่างยั่งยืน และการเพิ่มพื้นที่สีเขียว

จนถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2555) ทางโครงการได้สนับสนุนการดำเนินกิจกรรมครบทั้ง 77 จังหวัด โดยมีเทศบาลจำนวน 152 แห่ง และ โรงเรียน 190 แห่ง ได้จัดทำโครงการเพื่อลดภาวะโลกร้อนจำนวนทั้งสิ้นกว่า 1,023 โครงการ ลด CO₂ ได้กว่า 8,650 ตัน ใช้งบประมาณของโครงการเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้นกว่า 153 ล้านบาท

นอกจากให้ความรู้และงบประมาณในการดำเนินโครงการแล้วโตโยต้ายังคัดเลือกโครงการดีเด่นไปเผยแพร่ผลงานที่ประเทศญี่ปุ่น รวมถึงการนำผู้ชนะเข้าเยี่ยมชมศูนย์ศึกษาธรรมชาติชิราคาว่า-โก และสถานที่ที่เป็นตัวอย่างที่ดีในการดูแลสิ่งแวดล้อมของประเทศญี่ปุ่นอีกด้วย สำหรับโครงการในปีนี้ ทางโครงการได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยทรงพระราชทานถ้วยรางวัลแก่ผู้ชนะเลิศที่มีผลการดำเนินโครงการดีเด่นทั้งนี้ผลงานของผู้เข้าร่วมโครงการทั้งหมดในแต่ละปีจะถูกนำมารวบรวมและจัดแสดงเป็นนิทรรศการต่อไป

กิจกรรมหลักของโครงการ

- การสัมมนาแกนนำลดเมืองร้อน ด้วยมือเรา เพื่อให้ความรู้ในเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภาวะโลกร้อนแก่คณะทำงานจากเทศบาล ชุมชน และโรงเรียน
- กิจกรรมค่ายเยาวชนลดเมืองร้อน ด้วยมือเรา เพื่อให้ความรู้ในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และภาวะโลกร้อนแก่นักเรียนแกนนำ เพื่อให้นักเรียนแกนนำกลุ่มนี้ดำเนินกิจกรรมลดภาวะโลกร้อนภายในโรงเรียน
- การดำเนินกิจกรรมของชุมชน และโรงเรียน เพื่อช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- การติดตามและการประเมินผลการดำเนินงานโดยคณะทำงานของโครงการฯ
- กิจกรรมทัศนศึกษา ฐานสิ่งแวดล้อม ณ ประเทศญี่ปุ่นสำหรับโครงการดีเด่น
- การจัดนิทรรศการแสดงผลงานวัน "ลดเมืองร้อน ด้วยมือเรา"

STOP GLOBAL WARMING PROJECT FOCUSING ON PARTICIPATION OF THE COMMUNITY

This project has started since 2005 by cooperation between Toyota Motor Thailand Company Limited and Thailand Environment Institute operated together with local municipality, community and schools over the country under concept of the project to create knowledge and understanding on the climates change and the global warming situation and also to encourage participating municipality, community and schools to efficiently utilize natural resources in order to be a part of attempts to reduce CFC permanently by implementing activities within 4 main themes ; Energy reduction, Waste reduction, Sustainable transportation and Green area increasing.

Up to present (2012), the project has conducted the activities in all the 77 provinces (152 municipalities and 190 schools), organized 1,023 projects to reduce the effects of global warming, reduced CO₂ by 8,650 tons, and spent 153 million baht of the project budget.

Besides providing knowledge and budget for this project management, Toyota has also selected the outstanding project to be presented in Japan including supporting the winners to visit Toyota Shirakawa-go Eco Institute and other environmental learning area as the best sample for environment care in Japan. For this year, the project has been extended mercy from His Majesty the King by awarded trophies to the winners that had outstanding project results. The activities of all the project participants will be collected and presented in an exhibition afterwards.

PROJECT'S MAIN ACTIVITIES

- Stop Gobar Warming Seminar for core leaders to educate staff of municipalities, communities, and schools on climate changes and global warming.
- Stop Gobar Warming Youth Camp to educate student core leaders on climate changes and global warming for them to conduct activities to stop global warming in their schools.
- Activities organized by communities and schools to reduce greenhouse gas emissions.
- Follow up and performance evaluation by the project staff
- Environmental Educational in Japan for outstanding projects
- Exhibition held on "Stop Global Warming" Day

โครงการลดเมืองร้อน ด้วยมือเรา

STOP GLOBAL WARMING PROJECT



โรงเรียนและเทศบาล ที่เข้าร่วมเครือข่ายลดโลกร้อนฯ ที่มีผลการดำเนินงานดีเด่น ประจำปีนี้ ได้แก่

The outstanding schools and municipalities that have participated in the project to reduce global warming are the following:

ประเภทโรงเรียน

- ด้วยพระราชทาน รางวัลชนะเลิศอันดับหนึ่ง ได้แก่ โรงเรียน ไทรงามพิทยาคม จังหวัดกำแพงเพชร จากการดำเนินโครงการ ไทรงามวัยใส ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ลดเมืองร้อนด้วยมือเรา
- รางวัลชนะเลิศอันดับสอง ได้แก่ โรงเรียนเชียงของวิทยาคม จังหวัดเชียงรายจากการดำเนินโครงการเชียงของเรนเจอร์
- รางวัลชนะเลิศอันดับสาม ได้แก่ โรงเรียนวังกระแจะวิทยาคม จังหวัดนครพนม จากการดำเนินโครงการลดเมืองร้อนด้วยมือเราชาววังกระแจะวิทยาคม

SCHOOL CATEGORY

- Royal Trophy for the Winner goes to Saingam Pittayakom School, Kampaengphet Province. From conducting the project "Young People At Sai-Ngam Care for Environment"
- First Runner-Up Award goes to Chiang Khong Wittayakom School, Chiang Rai Province. From conducting the project "Chiang Khong Rangers"
- Second Runner-Up Award goes to Wang Kra-Sae Wittayakom School, Nakhon Panom Province. From conducting the project "Stop Global Warming by People in Wang Kra-Sae Wittayakom"

ประเภทชุมชน

- ด้วยพระราชทาน รางวัลชนะเลิศอันดับหนึ่ง ได้แก่ ชุมชนบ้านน้ำหลง เทศบาลตำบลสันป่า จังหวัดเชียงใหม่ จากการดำเนินโครงการบ้านน้ำหลง ชุมชนสีเขียวตามรอยวิถีเศรษฐกิจพอเพียง
- รางวัลชนะเลิศอันดับสอง ได้แก่ ชุมชนบ้านนามะพร้าว เทศบาลตำบลชะว้ต จังหวัดพัทลุง จากการดำเนินโครงการวิถีเศรษฐกิจชุมชนพอเพียง ตามรอยพ่อ มุ่งสู่คาร์บอนต่ำ
- รางวัลชนะเลิศอันดับสาม ได้แก่ ชุมชนบ้านป่าบุก เทศบาลตำบลแม่แรง จังหวัดลำพูน จากการดำเนินโครงการป่าบุกไม่ทิ้งไม่เผาบรรเทาโลกร้อน

COMMUNITY CATEGORY

- Royal Trophy for the Winner goes to Baan Nam-Hlong Community, Tambon San Pong Municipality, Chiang Mai Province. From conducting the project "Baan Nam-Long Green Community on the Path of Sufficiency Economy".
- First Runner-Up Award goes to Baan Na-Mapraew Community, Tambon Cha-Rat Municipality, Pattalung Province. From conducting the project "Sufficiency Economy Community to follow the King on the Path towards Low Carbon".
- Second Runner-Up Award goes to Baan Pa-Buk Community, Tambon Mae Raeng Municipality, Lampoon Province. From conducting the project "Pa-Book No Disposal, No Incineration to Stop Global Warming".

รางวัลนวัตกรรม

- กระดาษต้นไม้จากเศษใบไม้ โรงเรียนเนกขัมภวิทยา จังหวัดราชบุรี
- การลดปริมาณขยะในงานศพ ชุมชนบ้านป่าบุก เทศบาลตำบลแม่แรง จังหวัดลำพูน

INNOVATION AWARDS

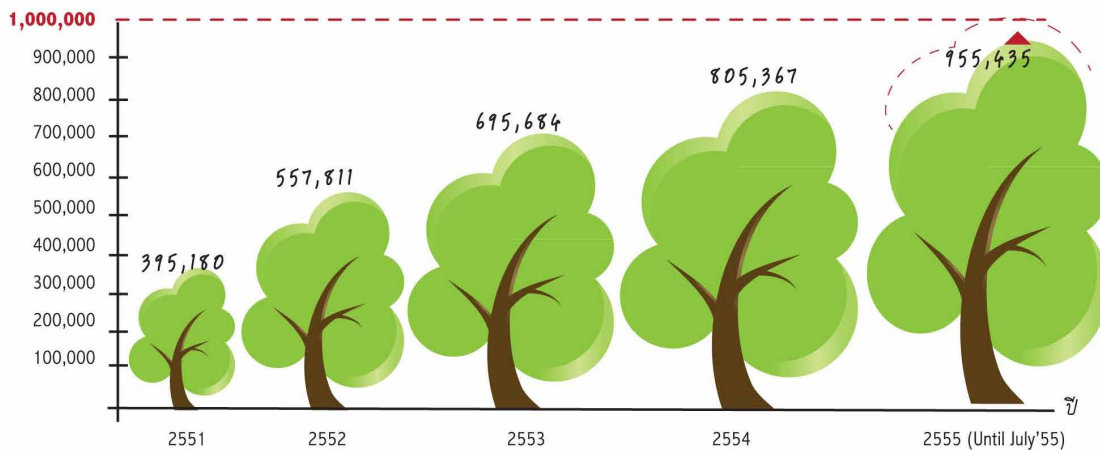
- Flower pots made from dry leaves: Nake-Kham Wittaya School, Ratchaburi Province
- Waste reduction in funerals: Baan Pa-Bu k Community, Tambon Mae Raeng Municipality Lampoon Province.

โครงการปลูกป่านิเวศ

จำนวนต้นกล้าที่ปลูกและให้การสนับสนุนโดย บริษัทโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด
 AMOUNT OF ECO FOREST PLANTATION AND SEEDING SUPPORT BY TOYOTA MOTOR THAILAND CO., LTD.

จำนวนต้นกล้า
 Amount of Trees

จำนวนต้นไม้สะสม
 Accumulated



บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีความมุ่งมั่นในการเป็นผู้ขับเคลื่อนวัฏจักรธรรมชาติและวัฏจักรอุตสาหกรรมให้อยู่ด้วยกันได้อย่างกลมกลืน ตามโลกทัศน์โตโยต้า (Toyota Global Vision 2020) ในการบรรลุพันธกิจดังกล่าว บริษัทฯ จึงได้ริเริ่มกิจกรรมปลูกป่านิเวศอย่างยั่งยืนขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากความสำเร็จเมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2551 ที่โตโยต้าบ้านโพธิ์ได้ปลูกต้นไม้ 100,000 ต้นภายในวันเดียว พร้อมอาสาสมัคร 13,000 คน โดยโตโยต้าได้กำหนดเป้าหมายในการปลูกป่านิเวศให้ครบจำนวน 1 ล้านต้น ภายในปี พ.ศ. 2555 ซึ่ง ณ ปัจจุบันนี้ เราได้มีการร่วมกับผู้แทนจำหน่ายโตโยต้า บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วน และชุมชนในพื้นที่ต่าง ๆ ดำเนินกิจกรรมปลูกป่านิเวศเรายังมีความมุ่งมั่นในการดำเนินโครงการนี้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว เพื่อเป็นการสร้างความสมบูรณ์ทางธรรมชาติอันจะเป็นประโยชน์ต่อทุกคนอย่างยั่งยืนตลอดไป

ซึ่งปัจจุบันโรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์ได้ทำการเก็บข้อมูลทุก ๆ 3 เดือน โดยเก็บข้อมูล 3 ตัวแปรหลักได้แก่ อัตรารอด อัตราการเจริญเติบโต ในด้านความสูง และเส้นผ่านศูนย์กลาง ในการเก็บข้อมูลครั้งล่าสุดเมื่อเดือนเมษายน อัตรารอดอยู่ที่ร้อยละ 86 ความสูงเฉลี่ย 2.16 เมตร และเส้นผ่านศูนย์กลาง 5.7 เซนติเมตร การติดตามผลการเจริญเติบโตนี้จัดทำในช่วง 3 ปีแรกเท่านั้นเพราะหลังจาก 3 ปีไปแล้วต้นไม้จะเติบโตได้เองตามธรรมชาติ โดยไม่ต้องดูแลรดน้ำอีก นอกจากการตัดแต่งกิ่งที่กีดขวาง เส้นทางรถ หรือสายไฟฟ้าเท่านั้น

Toyota Motor Thailand Co., Ltd. is determined to harmonize the natural cycle and the industrial cycle. According to Toyota Global Vision 2020, to accomplish the mission, the company has started the sustainable forestation activity 'Eco Forest'. On August 3rd, 2008, 13,000 volunteers at Toyota Ban Pho Plant succeeded in planting 100,000 trees in one day. Toyota aims to accomplish the 1-million-tree Eco Forest target by 2012. So far, working with suppliers dealers and communities, in the Eco Forest activity, and we are determined to continue this project to achieve the target to restore nature balance for sustainable benefits to everyone.

At present, Ban Pho Plant keeps a record every three months. The three major variables are survival rate, growth rate in height, and diameter. The latest record in April, 2012 shows that the survival rate is 86 per cent; the average height is 2.80 meters; and the diameter is 5.7 centimeters. This follow-up of growth is done only during the first three years because after three years the trees will grow naturally and not need watering. They need only to be trimmed so that their branches may not obstruct roads and electricity wires.

ECO FOREST



กิจกรรมปลูกป่านิเวศ ณ ศูนย์ศึกษา การพัฒนาห้วยทราย อันเนื่องมาจากพระราชดำริ

กิจกรรมเปิดเรือนปฏิบัติการวิจัยกล้าไม้ และกิจกรรมปลูกป่านิเวศ ณ ศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยทราย อันเนื่องมาจากพระราชดำริ จ.เพชรบุรี โดยประธานร่วมเปิดพิธีจากสามหน่วยงานเอกชนและราชการ ได้แก่ คุณนินนาท ไชยธีรวิญญู รองประธานบริษัทโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด พ.ศ.อ.นพพล ชาติวงศ์ ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยทราย อันเนื่องมาจากพระราชดำริ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรันย์ เตชะเสน รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นำอาสาสมัคร ได้แก่ นักเรียน นักศึกษาและประชาชนทั่วไปร่วมกันปลูกป่าไม้ จำนวน 2,500 ต้น โดยใช้พันธุ์ไม้ท้องถิ่น เช่น ต้นยางนา ประดู่ ตะเคียนทอง เป็นต้น ซึ่งสามารถช่วยดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในบรรยากาศได้เฉลี่ย 20 ต้นต่อปีอีกด้วย ซึ่งวัตถุประสงค์ของกิจกรรมครั้งนี้ ได้แก่

- ส่งเสริมการปลูกป่านิเวศ โดยเป็นที่พักกล้าไม้ที่นำมาจากแหล่งอื่นๆ ให้มีการปรับตัวในสภาพของพื้นที่ที่จะทำการปลูก
- เป็นจุดที่เตรียมการลงเชื้อไมคอร์ไรซาลงในต้นกล้า โดยในช่วงปี 2554 นี้ ได้ตรวจสอบการติดเชื้อไมคอร์ไรซาที่รากกล้าไม้แล้ว ซึ่งเป็นกล้าที่ใช้ในการป้องกันดินไหลจากกองดิน ขณะฝนตก
- เป็นสถานที่ทำงานวิจัยซึ่งเป็นการร่วมมือระหว่าง ศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยทราย อันเนื่องมาจากพระราชดำริ สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และเกษตรกร เป็นสถานที่ศึกษาการปลูกป่านิเวศ

ECO FOREST ACTIVITY AT HUAY SAI ROYAL DEVELOPMENT STUDY CENTER

Inauguration of the Young Plant Research Facility and Eco Forest activity at Huay Sai Royal Development Study Center in Phetburi on July 30th, 2011. The inauguration was co-presided by the representatives from three governmental and private agencies, namely Mr. Ninnart Chaithirapinyo, Vice Chairman of Toyota Motor Thailand Co., Ltd.; Pol. Col. Noppon Chartwong, Director of Huay Sai Development and Study Center and Asst. Prof. Saran Techasane, Deputy Director of Environmental Research Institute, Chulalongkorn University. In the eco forest activity, students and people were united in planting 2,500 trees, using local seeding such as Yang-Na, Pra-du, and Ta-Kien-Thong, which absorb around 20 tons of CO₂ per year. The objectives of this activity include:

- To promote eco forest plantation young plants brought from other areas can be conditioned for the new planting area.
- To implant Micorrhiza into young plants. In 2011, Micorrhiza bacteria was found in Vetiver Grass, which are used in the prevention of mud slide during rain.
- To furnish a research facility. A collaboration of Huay sai Royal Development Study Center, Environmental Research Institute of Chulalongkorn University and agriculturists, this facility is used for eco forest study.



โครงการปลูกป่านิเวศ

ECO FOREST



โครงการ “ร่วมใจปลูกป่านิเวศ เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ”

โครงการ “ร่วมใจปลูกป่านิเวศ เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ” เกิดจากความร่วมมือระหว่าง บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และสมาคมนิสิตเก่าจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในการรวบรวมอาสาสมัครจากหลากหลายภาคส่วน อาทิ พนักงานจากบริษัท โตโยต้าฯ และ บริษัท โตโยต้า สระบุรี จำกัด คณะบุคลากร คณาจารย์ นิสิต และ นิสิตเก่าจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หน่วยงานราชการ และ ประชาชนทั่วไปกว่า 3,000 คน ร่วมทำกิจกรรมปลูกป่านิเวศ เพื่อถวายเป็นพระราชกุศลแด่องค์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ บนพื้นที่ 6 ไร่ ในบริเวณจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อ. แก่งคอย จ. สระบุรี วันที่ 7 มกราคม 2555 โดยดำเนินกิจกรรมการปลูกต้นกล้าพันธุ์ไม้ท้องถิ่น จำนวน 38,400 ต้น เพื่อให้พื้นที่แห่งนี้เป็นแหล่งเรียนรู้ความหลากหลายทางชีวภาพ และเป็นแหล่งศึกษาพันธุ์ไม้ท้องถิ่นต่อไปในอนาคตซึ่งสามารถช่วยดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในบรรยากาศได้เฉลี่ย 30 ตันต่อปีอีกด้วย กิจกรรมการปลูกป่า ในครั้งนี้เป็นหนึ่งในโครงการปลูกป่านิเวศ 1 ล้านต้นของโตโยต้าฯ โดยได้มีการนำเอาองค์ความรู้การปลูกป่าตามแนวคิด “การปลูกป่านิเวศ อย่างยั่งยืน” และเทคนิควิธีการปลูกป่าตามแนวคิดของ ศ. ดร. อาคิระ มียาวากิ ศาสตราจารย์เกียรติคุณ มหาวิทยาลัยแห่งชาติโยโกฮาม่า และผู้อำนวยการสถาบันการเรียนรู้ด้านนิเวศวิทยานานาชาติประจำประเทศญี่ปุ่นโดยทฤษฎีนี้ประสบความสำเร็จในการสร้างผืนป่าที่อุดม สมบูรณ์มาแล้วมากกว่า 1,500 แห่งทั่วโลก

ซึ่งทฤษฎีนี้สามารถช่วยเร่งระยะเวลาการเจริญเติบโตของป่านิเวศให้เร็วขึ้น นับสิบเท่าจากวิวัฒนาการตามธรรมชาติ อีกทั้งยังช่วยสร้างระบบนิเวศที่เกิดขึ้นใหม่ให้มีความสมบูรณ์ โดย ดร. สิรินทร์ แก้วละเอียด ที่ปรึกษาของโครงการปลูกป่าของโตโยต้าฯ ซึ่งได้รับการถ่ายทอดความรู้ จาก ศ. ดร. อาคิระ มียาวากิ โดยตรงได้นำองค์ความรู้ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับการปลูกป่าในครั้งนี้ ด้วยวิธีการปลูกป่าแบบขั้นบันไดบนพื้นที่ลาดเอียง ซึ่งสามารถป้องกันการกัดเซาะหน้าดินได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังให้เกียรติในการบรรยายและสาธิตวิธีการปลูกแก่กลุ่มนักศึกษาที่จะมาทำหน้าที่เป็นอาสาสมัครแกนนำอีกด้วย

“HEARTS UNITED IN ECO FOREST TO HONOR HIS MAJESTY THE KING”

The activity “Hearts United in Eco Forest to Honor His Majesty the King” is the result of the collaboration of Toyota Motor Thailand Co., Ltd., Chulalongkorn University, and the Society of Chulalongkorn University Alumni. In this activity, volunteers from various sectors, namely Toyota’s employees, Toyota Saraburi Co., Ltd; personnel, teachers, students and alumni at Chulalongkorn University; governmental agencies and over 3,000 people participated in the eco-forest activity to honor His Majesty the King on a six-rai area belonging to Chulalongkorn University in Khaeng Khoi district, Saraburi province on January 7th, 2012. In this occasion, 38,400 seeding were planted, so that this area would be the learning center of biological diversity and local plants in the future. It is expected that these trees will absorb approximately 30 tons of CO₂ per year. This forestation activity is part of Toyota’s 1-million-tree Eco Forest activity, in which forestation theory based on the “Eco Forest” concept and forestation techniques by Prof. Dr. Akira Miyawaki, Honorary Professor at Yokohama University and Director of International Ecology Learning Institute, Japan has been applied. The theory has proved to be successful in planting abundant forests in over 1,500 places all over the world.

The theory helps speed the growth of eco forest ten times faster than the natural process does, and completes the regenerated ecological system. Dr. Sirin Kaew La lad, the consultant in Toyota eco forest project, who was directly mentored by Prof. Dr. Akira Miyawaki, has applied the theory to the forestation project, in which trees have been planted on slopes to effectively prevent soil erosion. Dr. Sirin also gave lectures and demonstrations to the university students who served as core volunteers.

โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ ปีที่ 8

MANGROVE PLANTATION YEAR 8

“เฉลิมชนม์ 84 พรรษา 8 หมื่นต้นกล้า
โดยดำปลูกป่าชายเลน ปีที่ 8”

พระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าอทิตยาทรกิติคุณ เสด็จฯ เป็นประธานในกิจกรรม “เฉลิมชนม์ 84 พรรษา 8 หมื่นต้นกล้า โดยดำปลูกป่าชายเลน ปีที่ 8” โดยมี พันเอกชนินทร์ โพธิ์พูนศักดิ์ ผู้อำนวยการกองสถานพักผ่อนกรมพลาศิการทหารบก นายนิพนธ์ ไชยศิริกัญญา รองประธานกรรมการ และคณะผู้บริหารบริษัทโตโยต้ามอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด นายตรีทัศน์ ภูคชสารศิลป์ ผู้อำนวยการมูลนิธิสิ่งแวดล้อมศึกษาเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ให้การต้อนรับ โดยกิจกรรมนี้เป็นความร่วมมือระหว่าง บริษัท โตโยต้า ประเทศไทย จำกัด และมูลนิธิสิ่งแวดล้อมศึกษาเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (FEED) ภายใต้โครงการกองทุนสัตว์ป่าโลกสากลสำนักงานประเทศไทย (WWF-Thailand) ซึ่งจัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นปีที่ 8 ณ ศูนย์ศึกษาธรรมชาติกองทัพบก (บางปู) จังหวัดสมุทรปราการ วันอาทิตย์ที่ 18 มีนาคม 2555 โดยเป็นการต่อยอดความสำเร็จจากกิจกรรม “โตโยต้าปลูกป่าชายเลน” ที่บริษัท โตโยต้า ได้มีการนำตัวแทนพนักงานมาร่วมกับอาสาสมัครจากหลากหลายภาคส่วน ได้แก่ กลุ่มตัวแทนพนักงานโตโยต้า สื่อมวลชน ผู้แทนจำหน่ายโตโยต้าและบริษัทในเครือฯ กลุ่มลูกค้าสมาชิก เครือข่าย Toyota CSR Facebook นักเรียนนักศึกษา รวมถึงสาธารณชนทั่วไป กว่า 5,000 คน ปลูกต้นแสม ลำพู และโกงกางกว่า 80,000 ต้นในวันเดียว

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 ถึงปัจจุบันโตโยต้าได้จัดกิจกรรมปลูกป่าชายเลน เพื่อเป็นการถวายแด่องค์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ตามแนวพระราชดำริและเป็นการสนองพระราชเสาวนีย์สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถในเรื่องการอนุรักษ์ป่าและสิ่งแวดล้อม รวมถึงเป็นการอนุรักษ์และฟื้นฟูสภาพป่าชายเลนปากแม่น้ำดินสอพองของภาคกลางแห่งนี้ให้มีความอุดมสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ซึ่งภายหลังจากที่กิจกรรมวันนี้เสร็จสิ้นลงจะส่งผลให้ต้นกล้าชายเลนที่ครอบครัวโตโยต้าและชุมชนร่วมกันปลูกขึ้นมีจำนวนรวมทั้งรวม 260,000 ต้น โดยเมื่อต้นกล้าเหล่านี้ได้เต็มที่ภายหลังจากผ่าน 3 ปีแรก หลังจากการปลูกไปแล้ว จะช่วยดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้กว่า 2,500 ตันต่อปี

“CELEBRATE THE AUSPICIOUS 84TH
BIRTHDAY ANNIVERSARY OF HIS MAJESTY
WITH 80,000 MANGROVE SEEDLINGS IN
TOYOTA MANGROVE PLANTATION ACTIVITY.”

This event was presided over by HRH Princess Adityadhornkitikhun who welcomed by Colonel Chanin Popoonsak, the Director of the Quartermaster Department of Royal Thai Army, together with Mr. Ninnart Chaiteerapinyo, Vice Chairman of Toyota Motor Thailand and Mr. Trirach Pukhoshasarasilp, Director of Foundation of Environmental for Sustainable Development. This activity is collaboration between Toyota Motor Thailand and the Director of Foundation of Environmental Education for Sustainable Development (FEED) with the aid of the World Wide Fund for Nature-WWF Thailand, which has been organizing this activity for eight consecutive years. The event was held at the Bangpu Nature Education Centre, Samutprakarn Province on Sunday, March 18th 2012 and topped up the success of the previous activity of “Toyota’s Mangrove Plantation,” which included Toyota employees, volunteers from the press, Toyota dealers and Toyota’s customers bases, such as in Toyota CSR-Facebook, students and people with more than 5,000 peoples altogether who joined to plant 80,000 mangrove trees in one day.

Since 2005, Toyota has been continuously supporting the mangrove planting activity, which is dedicated to the Majesty the King while fulfilling the wish of Her Majesty the Queen to preserve the forest and the environment in the rehabilitation of the last remnants of the mangrove forests in the prosperous Central region of Thailand. After the activity is completed, Thailand will have more than 260,000 new trees and after 3 years, the young plants will be fully grown and absorb more than 2,500 tons of carbon dioxide per year.

ศูนย์การเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อม



ภาพวาดฝีพระหัตถ์พระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าทีปังกรรัศมีโชติ / Prince Dipangkorn Rasmijoti hands drawing



ศูนย์การเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อม

มุ่งเน้นการปลูกฝังให้คนรุ่นใหม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

โดยได้จัดตั้งศูนย์ การเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อมโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจและแนวทางปฏิบัติที่ช่วยอนุรักษ์ทรัพยากร จากสื่อการสอนที่น่าสนใจ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) ศูนย์การเรียนรู้ระบบนิเวศ ได้แก่

1.1) ศูนย์ศึกษาธรรมชาติของทัพบก (บางปู) เฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา มหาราชินี จ.สมุทรปราการ ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2549 โดยร่วมกับองค์การกองทุนสัตว์ป่าโลกสากล (WWF ประเทศไทย) ซึ่งได้เปิดให้เยาวชนและผู้สนใจ สามารถเข้าไปทัศนศึกษา เพื่อเรียนรู้ ถึงระบบนิเวศของป่าชายเลน ซึ่งมีลักษณะพิเศษแตกต่างจากป่าอื่นๆ ได้อย่างใกล้ชิดและครบวงจร อีกทั้งยังมีการปรับปรุงทัศนียภาพ และพื้นที่ เพื่อรองรับนักเรียนเยาวชน ที่สนใจมาเข้าค่าย เพื่อศึกษา ธรรมชาติ ซึ่งเน้นการเรียนรู้แบบบูรณาการ ที่ประยุกต์เนื้อหาสาระ ให้สอดคล้องกับหลักสูตรชั้นพื้นฐาน ที่มุ่งเน้นกลุ่มสาระวิทยาศาสตร์ โดยอาศัยธรรมชาติ เป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ เรียนเกิดความสนใจ ณ ปัจจุบันมีผู้เข้ารับการอบรม จำนวนกว่า 50,000 คน

โดยการนี้ เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2554 พระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าทีปังกรรัศมีโชติ ได้ทรงเสด็จศึกษาธรรมชาติหลักสูตร "ธรรมชาติศึกษาที่บางปู" ณ ศูนย์ศึกษาธรรมชาติของทัพบก (บางปู) เฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา มหาราชินี จ.สมุทรปราการ นอกจากนี้ได้มีพระสหาย(นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1) คณะบริหาร และคณะครูโรงเรียนจิตตลดา รวมทั้งสิ้น 12 คน ได้เข้าร่วมกิจกรรม ครั้งนี้ด้วย

ศูนย์ศึกษาธรรมชาติของทัพบก (บางปู) ได้ถวายเป็นการสนทนาและ นำเสนอเนื้อหาด้านระบบนิเวศป่าชายเลน นก นกน้ำ ระบบนิเวศชายฝั่ง (หาดโคลน) สัตว์หน้าดิน และทรงวางภาพนิทรรศน์ป่าชายเลน ซึ่งสร้าง พระเกษมสำราญให้แก่พระเจ้าหลานเธอฯ และพระสหายผู้ร่วมกิจกรรม ทุกคนเป็นอย่างดี

ENVIRONMENT LEARNIGN CENTERS

FOCUSED ON MAKING YOUNG GENERATION AWARE OF THE ENVIRONMENT

Toyota has established the Environmental Learning Centers with the objectives of fostering knowledge, understanding and guidelines for environmental preservation through interesting educational materials. The centers can be divided into two categories:

1) ECOLOGY LEARNING CENTERS, NAMELY

1.1) **Bangpu Nature Education Center** to celebrate 72nd Anniversary Her Majesty the Queen, Samut Prakarn, established in 2006 with the cooperation of World Wildlife Fund Thailand. This center welcomes children and interested people who want to study closely and comprehensively about the ecology of mangrove forests, which are unique. In addition, there was an improvement on scenery and landscape to accommodate students who are interested in attending nature study camps. The center is focused on integrated learning which conform the material to basic scientific curriculum, using nature to stimulate students interest. So far, over 50,000 people have attended the lectures given at the center.

On August 27th, 2011, Prince Dipangkorn Rasmijoti attended the natural study course called "Natural Study at Bangpu" at the Bangpu Nature Education Center. Moreover, his friends (1st grade students), management and teachers from Chitlada School, 12 persons in total, participated in this activity.

Bangpu Nature Education Center gave the prince and his friends lectures on the ecology of mangrove forests, birds, water birds, the ecology of mud beaches, and land surface animals. They also greatly enjoyed drawing pictures of animals found in mangrove forests.

ENVIRONMENTAL LEARNING CENTERS



1.2) แหล่งเรียนรู้เชิงนิเวศ (Biotope) ณ โรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์ จ.ฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็นโครงการต่อเนื่องจากโครงการป่านิเวศในโรงงาน ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2552 และนับเป็นความก้าวหน้าอีกขั้นในการมุ่งมั่นดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้โรงงานบ้านโพธิ์ เป็นโรงงานแห่งความยั่งยืน (Sustainable Plant) อย่างสมบูรณ์แบบ โดยแหล่งเรียนรู้เชิงนิเวศวิทยานี้ เป็นการสร้างระบบนิเวศธรรมชาติให้เกิดขึ้นในพื้นที่บริเวณโรงงานประกอบรถยนต์ของ โตโยต้าบ้านโพธิ์ โดยเมื่อต้นไม้ที่ได้ทำการปลูกขึ้นมีการเจริญเติบโตเต็มที่ตามธรรมชาติ จะส่งผลให้พื้นที่แห่งนี้มีสภาพที่เหมาะสมกับการเป็นบ้านของพืชสัตว์และสิ่งมีชีวิตอื่นๆ ที่เคยอาศัยอยู่บริเวณโดยรอบโรงงาน ดังเช่น สภาพป่าตามธรรมชาติจริงๆ โดยสิ่งมีชีวิตเหล่านี้จะเข้ามาเติมเต็มระบบนิเวศให้มีความสมบูรณ์ ทำให้พื้นที่แห่งนี้เป็นแหล่งศึกษาข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศแก่ผู้เข้าเยี่ยมชมได้เป็นอย่างดี ณ ปัจจุบัน มีผู้เข้ารับการอบรมกว่า 16,650 คน

2) ศูนย์การเรียนรู้โลกร้อน

ภายใต้โครงการลดเมืองร้อน ด้วยมือเรา ได้แก่

2.1) ศูนย์การเรียนรู้โลกร้อนทุ่งสง จ.นครศรีธรรมราช ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2553 โดยร่วมกับมูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย และเทศบาลเมืองทุ่งสง จ.นครศรีธรรมราช จัดตั้งศูนย์เรียนรู้เรื่องโลกร้อน เพื่อแสดงถึงเรื่องราวของปรากฏการณ์โลกร้อน การแก้ไขตามวิถีธรรมชาติ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ณ ปัจจุบันมีผู้เข้ารับการอบรมกว่า 9,100 คน

2.2) ศูนย์การเรียนรู้โลกร้อน ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2553 โดยร่วมกับมูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย และเทศบาลตำบลคูเมือง จ.ลำพูน จัดตั้งศูนย์เรียนรู้เรื่องโลกร้อน โดยเน้นประเด็นปัญหาที่มความสอดคล้องกับบริบทของท้องถิ่น ณ ปัจจุบันมีผู้เข้ารับการอบรมกว่า 5,554 คน

ภายในปี 2555 โตโยต้าจะเปิดทำการศูนย์แห่งที่สาม ณ เทศบาลตำบลเมืองแกลง จังหวัดระยอง อีกด้วย ไม่เพียงเท่านั้น โตโยต้ายังคงมีนโยบายที่จะขยายศูนย์การเรียนรู้ให้เกิดขึ้นในทุกภูมิภาคของประเทศ โดยใน 5 ปีที่ผ่านมา มีเยาวชนเข้ามาเรียนรู้ที่ศูนย์ต่างๆ ของเราทั้งสิ้นกว่า 80,000 คน



1.2) Ecological Learning center (Biotope) at Toyota Ban Pho Plant, Chacherngsao Province. Established in 2009, it is a continued project of the Eco Forest Moreover, this is considered further progress in environmental efforts to make Ban Pho Plant a completely sustainable plant. Biotope is the creation of natural ecology in the area of Ban Pho automobile assembly plant. When the planted trees grow completely naturally, the area will be suitable for the habitat of plants, animals and other living creatures which lived in the areas around the plant. These creatures will fulfill the ecology and the area will serve as an environmental and ecological information center for the visitors. So far, more than 16,650 people have attended the lectures given at this center.



2) GLOBAL WARMING LEARNING CENTERS (UNDER STOP GLOBAL WARMING PROJECT)

2.1) Toong Song Stop Global Warming Learning Center Nakhon Sri Thammarat province. Established in 2010 through the collaboration of Thai Environmental Institute and Toong Song Municipality, Nakhon Sri Thammarat province, this is a global warming learning center which tells the story of the global warming phenomenon and its natural solution applied by local wisdom. So far, more than 9,100 people have attended the lectures given at this center.

2.2) U-Mong Stop Global Warming Learning Center, Lam poon province Established in 2010, through the collaboration of Thai Environmental Institute and U-Mong Municipal District, Lam Poon province, this is a global warming learning center which emphasizes the issues that correspond to the local context. So far, more than 5,554 people have attended the lectures given at this center.

By 2012, Toyota will have opened the third center at Klang Municipal District, Rayong province. Moreover, Toyota's policy is to establish a learning center in every region of the country. Over the past 5 years, over 80,000 youths have visited the centers to learn about global warming and its impacts.



ด้านความปลอดภัยบนท้องถนน



โตโยต้า พร้อมเครือข่าย ร่วมลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ โครงการถนนแห่งรอยยิ้ม (Smiling Road)

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้เข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทย โดยยึดหลักปรัชญาในการดำเนินธุรกิจของ มร. ซากิชิ โตโยตะ ผู้ก่อตั้งโตโยต้า *“ร่วมมือกันทำงานให้บรรลุ ความสำเร็จ และร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาประเทศให้เจริญเติบโต เติบโตไปด้วยกัน”* ทำให้โตโยต้าได้รับการยอมรับทั้งในด้านการดำเนินธุรกิจและ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ และในโอกาสครบรอบ 50 ปี โตโยต้าขอร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการตอบแทนสังคมไทย ที่ได้ร่วมทางตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา เพื่อส่งมอบความสุข และสร้างรอยยิ้มให้แก่คนไทย ให้ปี 2555 เป็นปีแห่งความสุขของทุกคน โดยผ่านการสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อสังคมจากโตโยต้า โดยบูรณาการความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย ลูกค้า ชุมชน และผู้แทนจำหน่ายโตโยต้า รวมทั้งส่งเสริมนโยบายภาครัฐเกี่ยวกับ *“ทศวรรษแห่งการลงมือทำเพื่อความปลอดภัยทางถนน”* (Decade of Road Safety : Time for Action) และ *“สังคมคาร์บอนต่ำ”* (Low Carbon Society) ด้วยการสร้างสรรค์โครงการต้นแบบ *“ถนนแห่งรอยยิ้ม”* (Smiling Road) ภายใต้แนวคิด *“ถนนต้นแบบที่มีความปลอดภัยผสมผสานด้วยสภาพแวดล้อมที่เป็นมิตรกับชุมชน”* หรือ Eco Safety Road เป็นการดำเนินงานภายใต้เครือข่ายความปลอดภัยทางถนน และ เครือข่ายเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์ คือ

- สร้างถนนต้นแบบที่มีความปลอดภัย ลดจุดเสี่ยงอันตรายที่ก่อให้เกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน
- การดูแลและรักษาสิ่งแวดล้อมที่เป็นมิตรกับชุมชน และสร้างชุมชนที่ยั่งยืนโดยรอบถนนแห่งรอยยิ้ม

โครงการ *“ถนนแห่งรอยยิ้ม”* เป็นโครงการที่เกิดขึ้นภายใต้การลงนามความร่วมมือของภาคีเครือข่ายความปลอดภัยทางถนนที่มีเป้าหมายเดียวกัน คือ การลดอุบัติเหตุในการใช้รถใช้ถนน ได้แก่ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กรมทางหลวง โครงการสนับสนุนการดำเนินงานป้องกันปัญหาอุบัติเหตุทางถนนจังหวัดน่าน (สอจว) ศูนย์วิชาการเพื่อความปลอดภัยทางถนนมูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ (ศวปถ) ศูนย์วิจัยอุบัติเหตุแห่งประเทศไทย สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (AIT) และสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย



TOYOTA MOTOR THAILAND CO.,LTD. COOPERATE WITH NETWORKS ON "SMILING ROAD" PROJECT

Toyota Motor Thailand has landed the business in Thailand by holding strong to a philosophy initiated by Mr. Sakishi Toyota, the founder of Toyota, to *"harmoniously take part in working to achieve the goal while being a part of developing the country so that we can grow together."* Therefore, Toyota has gained recognition in both running its business while giving back to society. On the occasion of its 50th anniversary, Toyota wants to show appreciation by giving smiles and happiness back to the Thai people and Thai society while making 2012 the best year through activities held by Toyota in cooperation with Toyota's network, dealers and customers while supporting other government-based projects, *"Decade of Road Safety: Time for Action, Low Carbon Society and Smiling Road"*. and Low Carbon Society with the creation of the pilot project *"Smiling Road"* under the concept *"The safe model road surrounded by a community friendly environment"* or Eco Safety Road. This operation is conducted under the network of road safety and sustainable environment with the aim of

- Initiate the prototype of safe roads in order to minimize the risk of accidents on the road.
- Guarding and nourishing the environment that is friendly to the community and building the sustainable community of Smiling Road

The Smiling Road project is a model campaign that was initiated under the cooperation of the road safety network, which includes the Royal Thai Police Department, Road Safety work group, National Health Foundation of Thailand Accident Research Center, the Department of Highways, the Thai Road Safety Department, the Asian Institute of Technology and the Thailand Environment Institute, which all share the same goal of reducing the risks of road accidents.

ROAD SAFETY

ถนนต้นแบบ 5 ภูมิภาค 5 เส้นทางในปี 2555 5 MODEL SEFTY ROADS IN 5 REGIONS.

| Region | Province | Location |
|------------------------------------|-------------------------------|---|
| ภาคเหนือ North | จ.เชียงใหม่ Chiang Mai | บริเวณวงเวียนหน้าสนามกีฬาเชียงใหม่ Chiang Mai Stadium next roundabout |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ Northeast | จ.อุดรธานี Udonthani | บริเวณหนองประจักษ์ Nong prachak |
| ภาคกลาง Central | จ.สมุทรปราการ Samutprakarn | บริเวณชุมชนโตโยต้า Community Toyota |
| ภาคตะวันออก East | จ.ฉะเชิงเทรา Chachoengsao | บริเวณทางแยกศรีโสธร - ศรีโสธรใหม่ - เทพคุณากร Si Sothon - Si Sothon new - The kunakorn Intersections |
| ภาคใต้ South | จ.ชุมพร Chumphon | บริเวณทางเข้าปากน้ำชุมพร (เขามัทรี) Entrance to Chomphon Cove (Matsi Moutain) |

"ถนนแห่งรอยยิ้ม" อาศัยหลักการทางวิศวกรรมความปลอดภัยทางถนน (Traffic Engineering) และภูมิสถาปัตยกรรม (Landscape Architecture) ซึ่งนำองค์ความรู้ทางด้านสิ่งแวดล้อมมาจัดวางองค์ประกอบทางธรรมชาติอย่างเหมาะสม และเกิดประโยชน์สูงสุดซึ่งสามารถแบ่ง ออกเป็น 2 ด้าน คือ

- 1) ด้านความปลอดภัยบนท้องถนน (Road Safety) จากการศึกษาคำนวณอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นบ่อย ได้แก่ ความเร็วและความง่วงที่เกิดขึ้นบนถนน ในชุมชน เป็นถนนต้นแบบที่จะช่วยลดจุดเสี่ยง มีความปลอดภัยต่อผู้ใช้รถใช้ถนนมากยิ่งขึ้น ด้วยการแก้ไขโดยใช้หลักการแก้ไขทางวิศวกรรม ได้แก่ การประยุกต์ใช้วงเวียนในถนนของชุมชน (Roundabout) เพื่อลดความเร็ว และการติดตั้งแถบสะเทือนไหล่ทาง (Longitudinal Rumble Strips) เพื่อเป็นการเตือนผู้ขับขี่เมื่อรู้สึกเหนื่อยล้า และเกิดความง่วงพร้อมทั้งสนับสนุนการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านจราจร และส่งเสริมให้เกิดความมีวินัยและน้ำใจในการใช้รถใช้ถนน ไปสู่วัฒนธรรมแห่งความปลอดภัยของชุมชน

The "Smiling Road" project is built upon the foundation of traffic engineering and landscape architecture where we have brought together the environmental knowledge combined with environmental factors to create the maximum benefit to the society in 2 major ways:

- 1) **Road Safety** research has revealed that the majority of the accidents are caused by overspeeding and drowsiness while driving. So risks are being reduced according to traffic engineering, such as using community roundabouts to reduce speed and to install Longitude Rumble Strips to rumble cars to keep drivers from falling asleep. However, we still support education about traffic rules which we believe will lead sustainable road safety.



ด้านความพัฒนาชุมชนและอื่นๆ

COMMUNITY DEVELOPMENT AND OTHERS

มูลนิธิศูนย์ข้อมูลจราจรอัจฉริยะไทย

THAI INTELLIGENT TRAFFIC INFORMATION CENTER FOUNDATION



ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาทางสมาคมระบบขนส่งและจราจรอัจฉริยะไทย ร่วมกับมูลนิธิศูนย์ข้อมูลจราจรอัจฉริยะไทย ได้มีการพัฒนาและมีผู้ให้ความสนใจใช้บริการและให้การสนับสนุนในการดำเนินงานของมูลนิธิฯ ทั้งบริษัทรถยนต์ต่างๆ บริษัททำแผนที่ บริษัททำ Application ลง Smart phone และบริษัทที่ทำเกี่ยวกับอุปกรณ์ Electronic ต่างๆ จึงถือว่าการจัดตั้งมูลนิธิฯ ประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง ปัจจุบันมูลนิธิฯ ได้ให้บริการรายงานสภาพการจราจรหลายช่องทาง เช่น ทาง Website ชื่อ <http://www.iticfoundation.org> ซึ่งเป็นการให้บริการผ่านทางระบบ internet ผู้ใช้งานสามารถดูสภาพการจราจรได้จาก Website โดยตรง Application ผ่านมือถือก็เป็นอีกช่องทางหนึ่ง โดยผู้ใช้สามารถ Download ผ่านทาง Appstore ได้ฟรี และช่องทางสุดท้ายคือการส่งข้อมูลจราจรผ่านคลื่นวิทยุ FM ในระบบ FM-RDS-TMC ซึ่งในการส่งข้อมูลจราจรผ่านคลื่นวิทยุนี้ ผู้ที่สามารถรับข้อมูลจราจรจะต้องมีอุปกรณ์ที่เป็นวิทยุแบบ 2 DIN NAVIGATOR ที่มีความสามารถรับข้อมูลจราจรได้ สำหรับรถโตโยต่านั้นมีระบบนี้อยู่ในรุ่น TOYOTA FORTUNER SPORTIVO II, INNOVA, CAMRY 2.5 HYBRID NAVIGATOR และอยู่ใน LEXUS รุ่น TOP ของทุก MODEL บริษัทโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้ให้ความสำคัญในการคัดลอกปัญหาการจราจร มาอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในเมืองใหญ่ๆ อย่างกรุงเทพมหานครเพื่อให้ทุกคนได้เดินทางอย่างปลอดภัย และลดเวลาอยู่บนท้องถนนเพื่อมีชีวิตที่ดีขึ้น

During the previous year, Thai Intelligent Transport and Traffic System Society and Thai Intelligent Traffic Information Center Foundation have undergone a great development and many people have put their trust in their service and supported the foundation's operation. Among the supporters are car manufacturers, map manufacturers, application for smart phones manufacturers and other electronics companies. Therefore, the establishment of the foundation has proved to be a success. At present, the foundation provides traffic report service through various channels, such as the website <http://www.iticfoundation.org>, which is a service provided on the Internet. The user can view traffic condition directly from the website. Moreover, a mobile phone application is another channel, which can be downloaded through App Store free of charge. The final channel is a radio broadcast on FM frequency in the system FM-RDS-TMC. To receive traffic report service, one has to use a 2 DIN NAVIGATOR radio system. This radio system is installed in TOYOTA FORTUNER SPORTIVO II, INNOVA, CAMRY 2.5 HYBRID NAVIGATOR and in LEXUS (TOP of each MODEL). Toyota Motor Thailand Co., Ltd. places great emphasis on traffic solutions continually, especially in big cities like Bangkok, for everyone to travel safely and spend less time on the roads, leading to a better life.

ด้านความพัฒนาชุมชนและอื่นๆ

COMMUNITY DEVELOPMENT AND OTHERS

มูลนิธิศูนย์ข้อมูลจราจรอัจฉริยะไทย

THAI INTELLIGENT TRAFFIC INFORMATION CENTER FOUNDATION



ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาทางสมาคมระบบขนส่งและจราจรอัจฉริยะไทย ร่วมกับมูลนิธิศูนย์ข้อมูลจราจรอัจฉริยะไทย ได้มีการพัฒนาและมีผู้ให้ความสนใจใช้บริการและให้การสนับสนุนในการดำเนินงานของมูลนิธิ ทั้งบริษัทรถยนต์ต่างๆ บริษัททำแผนที่ บริษัททำ Application ลง Smart phone และบริษัทที่ทำเกี่ยวกับอุปกรณ์ Electronic ต่างๆ จึงถือว่าการจัดตั้งมูลนิธิฯ ประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง ปัจจุบันมูลนิธิฯ ได้ให้บริการรายงานสภาพการจราจรหลายช่องทาง เช่น ทาง Website ชื่อ <http://www.iticfoundation.org> ซึ่งเป็นการให้บริการผ่านทางระบบ internet ผู้ใช้งานสามารถดูสภาพการจราจรได้จาก Website โดยตรง Application ผ่านมือถือก็เป็นอีกช่องทางหนึ่ง โดยผู้ใช้สามารถ Download ผ่านทาง Appstore ได้ฟรี และช่องทางสุดท้ายคือการส่งข้อมูลจราจรผ่านคลื่นวิทยุ FM ในระบบ FM-RDS-TMC ซึ่งในการส่งข้อมูลจราจรผ่านคลื่นวิทยุนี้ ผู้ที่สามารถรับข้อมูลจราจรจะต้องมีอุปกรณ์ที่เป็นวิทยุแบบ 2 DIN NAVIGATOR ที่มีความสามารถรับข้อมูลจราจรได้ สำหรับรถโตโยต่านั้นมีระบบนี้อยู่ในรถรุ่น TOYOTA FORTUNER SPORTIVO II, INNOVA, CAMRY 2.5 HYBRID NAVIGATOR และอยู่ใน LEXUS รุ่น TOP ของทุก MODEL บริษัทโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้ให้ความสำคัญในการคัดลอกปัญหาการจราจร มาอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในเมืองใหญ่ๆ อย่างกรุงเทพมหานครเพื่อให้ทุกคนได้เดินทางอยู่อย่างปลอดภัย และลดเวลาอยู่บนท้องถนนเพื่อมีชีวิตที่ดีขึ้น

During the previous year, Thai Intelligent Transport and Traffic System Society and Thai Intelligent Traffic Information Center Foundation have undergone a great development and many people have put their trust in their service and supported the foundation's operation. Among the supporters are car manufacturers, map manufacturers, application for smart phones manufacturers and other electronics companies. Therefore, the establishment of the foundation has proved to be a success. At present, the foundation provides traffic report service through various channels, such as the website <http://www.iticfoundation.org>, which is a service provided on the Internet. The user can view traffic condition directly from the website. Moreover, a mobile phone application is another channel, which can be downloaded through App Store free of charge. The final channel is a radio broadcast on FM frequency in the system FM-RDS-TMC. To receive traffic report service, one has to use a 2 DIN NAVIGATOR radio system. This radio system is installed in TOYOTA FORTUNER SPORTIVO II, INNOVA, CAMRY 2.5 HYBRID NAVIGATOR and in LEXUS (TOP of each MODEL). Toyota Motor Thailand Co., Ltd. places great emphasis on traffic solutions continually, especially in big cities like Bangkok, for everyone to travel safely and spend less time on the roads, leading to a better life.

ด้านการศึกษและถ่ายทอดเทคโนโลยี



มูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย ก่อตั้งเมื่อปีพุทธศักราช 2535 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 30 ล้านบาท และปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 400 ล้านบาท ด้วยนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน มูลนิธิฯ จึงได้มุ่งเน้นในการช่วยเหลือสังคมอย่างต่อเนื่องมากกว่า 20 ปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการศึกษาและคุณภาพชีวิตของเด็ก และเยาวชน ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และเติบโตเป็นบุคลากร ที่มีคุณภาพเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศของเราให้เจริญก้าวหน้าต่อไป โดยมีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ ได้แก่

- 1) สนับสนุนการศึกษาทุกระดับชั้น
- 2) สนับสนุนการพัฒนาคุณภาพชีวิต
- 3) สนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึง การร่วมมือกับองค์กร ภาครัฐและเอกชน เพื่อประโยชน์สาธารณะที่แท้จริง

The Toyota Thailand Foundation was founded in 1992 with an authorized capital of 30 million baht. At present, the total capital is 400 million baht. Adopting a sustainable development policy, the foundation has constantly focused on contributing to society for the past twenty years. The foundation especially gives importance to the improvement of the education and the quality of children life, so that they may grow into efficient adults who contribute to the country. There are three main objectives of the foundation's efforts, namely:

- 1) Educational Support,
- 2) Development of the Quality of Life, and
- 3) Environmental Conservation and Cooperation with Governmental and Non-governmental Organizations for Social Benefits

มูลนิธิฯ ได้ทำการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อกิจกรรมทางสังคม ตามรายละเอียดต่อไปนี้

THE FOUNDATION HAS ALLOCATED THE FOLLOWING ENDOWMENTS FOR ITS SOCIAL ACTIVITIES

| บริจาคงบได้รวมและงบจ่ายรวมทั้งหมด Endowment & Total Revenue and Total Spending | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Mill.Bt. | | | |
|---|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----------|-------|--------|--------|
| | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | Total | |
| บริจาคโดย TMT Endowment by TMT | 30 | 20 | 100 | 50 | 50 | | | | | | 100 | 50 | | | | | | | | | | 400 | |
| การใช้จ่ายตามวัตถุประสงค์ Spending by Objective | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| > สนับสนุนการศึกษา Education Support | | | 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 | 13.12 | 13.49 | 197.65 |
| > การพัฒนาคุณภาพชีวิต Development the Quality of Life | | | 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 | 5.60 | 1.60 | 83.13 |
| > การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม Environmental Conservation | | | 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 | 0.50 | 0.50 | 16.82 |
| > ความร่วมมือด้านกิจกรรมอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมกับองค์กรเอกชนและ องค์กรรัฐบาลเพื่อประโยชน์ทางสังคม Cooperate with NGOs & Gov. Orgs for social benefits | | | 0.02 | 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 | 1.00 | 1.00 | 42.19 |
| ค่าใช้จ่ายรวม / Total Spending | 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 | 25.85 | 20.22 | 16.59 | | 340.79 | |

EDUCATION AND TECHNOLOGY TRANSFER



สรุปกิจกรรมที่ให้การสนับสนุนต่อเนื่อง

1) สนับสนุนด้านการศึกษา

- มูลนิธิป้องกันและปราบปรามยาเสพติด
 - ทุนการศึกษาแก่บุตรธิดาเจ้าหน้าที่ป้องกันและปราบปรามยาเสพติด
 - โครงการบ้านตะวันใหม่
- มูลนิธิหม่อมเสม พริ้งพวงแก้ว
- มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
 - โครงการเยาวชนไทยวันพรุ่งนี้
 - โครงการทุนการศึกษาเยาวชนภาคเหนือ
- มหาวิทยาลัยขอนแก่น
 - ทุนการศึกษานักเรียน นักศึกษาขาดแคลน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
 - ทุนการศึกษานักเรียนพยาบาล แก่คณะพยาบาลศาสตร์
- มหาวิทยาลัยบูรพา
 - ทุนการศึกษานักเรียน นักศึกษาขาดแคลน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
 - ทุนการศึกษานักเรียน นักศึกษาขาดแคลนในภาคใต้
- มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 - โครงการจัดพิมพ์หนังสือผลงานทางวิชาการ TTF Award
- มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
 - โครงการจัดพิมพ์หนังสือทางวิชาประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม

2) สนับสนุนการพัฒนาด้านคุณภาพชีวิต

- มหาวิทยาลัยขอนแก่น
 - โครงการอนุรักษ์นกสีเขียว คณะสาธารณสุขศาสตร์
 - โครงการสานสายใยเด็กไทยรักษาสุขภาพ คณะพยาบาลศาสตร์
- สภากาชาดไทย
 - โครงการผ่าตัดแก้ไขขาพิการปากแห้งเพดานโหว่ในเด็ก

3) สนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนองค์กรสาธารณกุศล

- สมาคมปากเกอญอเพื่อการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม
 - โครงการต้นน้ำต้นชีวิต
- มูลนิธิพระคาบส

SUMMARY OF SUPPORTED ACTIVITIES

I EDUCATIONAL SUPPORT

- **Scholarship for Children of Narcotics Control Officers**
 - To grant scholarships to children of narcotics control officers who passed away on drugs suppression duty
 - Support education scholarships to 40 orphaned students.
- **Foster Parents Project : Dr.Sem Pringpuangkeo Foundation**
 - Students were granted with scholarships from the foundation when their former foster parents terminated their supports.
- **Mae Fah Luang University**
 - Support Thai Youth in Tomorrow Project
 - Support education scholarships for students in grade 7-9 & grade 10-12 in the Northern region.
- **Khon Kaen University**
 - Support education scholarships to needy students in grade 10-12 and those in the university level in the Northeastern region.
- **Burapha University**
 - Support education scholarships to needy students in the Eastern region.
- **Rajabhat Phuket University**
 - To grant scholarships to needy students in the university level in the Southern region
- **TTF Award : Thammasat University**
 - Plan Award Presentation on December 2012
- **Support the Study of History, Arts and Culture, Knowledge and Understanding of Neighboring Counties : Foundation for the Promotion of Social Science & Humanities**

2. DEVELOPMENT OF LIVING QUALITY FOR UNDERPRIVILEGED CHILDREN

- **Khon Kaen University**
 - Support "We Love Green Project" (Faculty of Public Health)
 - Support Cultivate Public Health project Nurse Faculty :
- **Repair of Hare-lip & Cleft Palate and Other Deformities : Thai Red Cross Society**
 - To give operations to 300 crippled children.

3. ENVIRONMENTAL CONSERVATION & SUPPORTING CHARITABLE ORGANIZATION

- **Genesis of Water & Life : Pakakayo Association for Developing Environment & Quality of Life**
- **Project under the Royal Family initiative**
Betong Self-reliant Community : Pradabos Foundation

ข้าวรัชมงคล

RACHAMONGKOL RICE



บริษัท ข้าวรัชมงคล จำกัด

RACHAMONGKOL RICE COMPANY LIMITED

ความเป็นมา และการดำเนินงานถึงปัจจุบัน

BACKGROUND AND PROGRESS UNTIL THE PRESENT

ในปี 2541 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานทรัพย์สินส่วนพระองค์จำนวน 600,000 บาท ให้กับครอบครัว โตโยต้า จึงเป็นที่กำเนิดของบริษัท ข้าวรัชมงคล จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท และเป็นบริษัทหนึ่งในเครือโตโยต้า ภายใต้การกำกับดูแลของฝ่ายวางแผนส่งเสริมสังคม ของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

In 2008, King Bhumipol graciously granted of his personal property 600,000 Baht to the Toyota family, which was the origin of Rachamongkol Rice Company with registered capital of 5 million baht and as one of affiliate companies of Toyota under the control of the Social Promotion Planning Department of Toyota Motor Thailand Co., Ltd.

กิจกรรมเพื่อสังคม

SOCIAL RESPONSIBILITY

1) เพื่อต้องการช่วยเหลือเกษตรกร ด้วยวิธีการการรับซื้อข้าวเปลือกจากเกษตรกร โดยให้ราคาสูงกว่าราคาที่รัฐบาลประกาศและราคาตลาดทั่วไป

1) **With the purpose to assist Thai agriculturists** by buying paddies from the agriculturists at higher prices than government or market prices.

2) จัดหาและแลกเปลี่ยนพันธุ์ข้าวที่ดี ให้แก่เกษตรกรในการเพาะปลูก ซึ่งจะให้ผลผลิตที่สูงขึ้นและมีคุณภาพดี ในปีการเพาะปลูกที่ผ่านมาได้จัดแลกเปลี่ยนข้าวกว่า 30 ตัน หรือคิดเป็นพื้นที่ประมาณ 3,000 ไร่

2) **Toyota provides and exchanges better quality paddy seeds** to agriculturist for farming, which will give better productivity and quality. In the past, cultivation year activity of paddy seeds exchange has been organized for more than 30 tons or calculated as 3000 rai.

3) จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อสนับสนุนการทำงานต่างๆ อาทิ การบริการตู้แช่ข้าวรัชมงคล 1 บางคา, ฉางรัชมงคล 2 นายนว, ฉางรัชมงคล 3 บึงตะเข้, สานตากข้าว ประมาณ 2,000 ตร.ม. คอกปุ๋ย, บ่อกักเก็บน้ำ, โรงปุ๋ย, รถตัก และสายพานลำเลียง เป็นต้น มีการจัดตั้งชุมชนยั่งยืน โดยร่วมมือ กับหน่วยงานราชการ จ.ฉะเชิงเทรา

3) **Toyota provides facilities** to support works for instance a barn donation like Rachamongkol barn 1 Bangka, Rachamongkol barn 2 Nayoa, Rachamongkol barn 3 Buengtakhe, paddy-drying yard about 2000 square meter per year, water reservation, fertilizer plant, loader, conveyor, etc Moreover, Support to be sustainable community by cooperation with local government units in Chacheongsao Province.

4) ให้ความรู้และพัฒนาศักยภาพเกษตรกร ชันจะนำไปสู่ระบบเศรษฐกิจพอเพียงอย่างยั่งยืน โดยมีไร่สาธิตผสมเป็นตัวอย่าง และจัดทำแปลงทดลองปลูกข้าวเกษตรอินทรีย์จำนวน 300 ไร่ ในกลุ่มเกษตรกรทำนา 6 กลุ่ม โดยใช้ปุ๋ยที่ผลิตจากน้ำหมักจุลินทรีย์ รวมทั้งสนับสนุนการทำ กถ่านไบโอ และบริษัท ข้าวรัชมงคล จำกัด เป็นผู้ประกันปริมาณผลผลิต และราคาข้าวเปลือกในโครงการนำร่องนี้ไปสู่โครงการชุมชนรัชมงคลยั่งยืนในอนาคต

4) **Toyota provides knowledge** and develops agriculturist efficiency which leading to a sustainable sufficiency economy. Mixed farming is used as a sample and organized a pilot bed of land for organic-agriculture rice planting including support to farm Klanayone which is a new rice planting by cooperation with local government unit and Rachamongkol Rice Co., Ltd evaluated the productivity and paddy price in this pilot project into a sustainable Rachamongkol community in the future.

5) ช่วยเหลือผู้บริโภคด้วยการขายข้าวในราคาที่เหมาะสม และขายผลพลอยได้ เช่น แกลบ รำ ให้แก่กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ในราคาต่ำกว่าตลาด 10 - 15% รวมถึงการพัฒนาคุณภาพข้าว โดยการพัฒนาแปลงทดลองด้วยการใช้จุลินทรีย์ชีวภาพตามแนวเกษตร-อินทรีย์ รวมถึงเป็นการดำเนินการโดยมิได้หวังผลกำไรทางธุรกิจเป็นสำคัญ และให้เป็นธุรกิจที่ยั่งยืนและพึ่งพาตนเองได้

5) **Assist consumers by reasonable price of the rice** and to sell the by-products such as a paddy husk and rice bran to agriculturist group whom feeding animals in the price lower than market price 10-15%. In addition, the business running without profits and to make it a sustainable and self-standing business.

ผลกระทบต่อชุมชน

EFFECTS TO SOCIETY

กลุ่มเกษตรกรขายข้าวคุณภาพดีได้ในราคาสูง โดยไม่ถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลางและสามารถช่วยเหลือเกษตรกร ในการทำนาให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นต้นแบบของการพัฒนาด้วยเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้สามารถลดการใช้สารเคมี และลดต้นทุนการผลิตต่อไป นำมาซึ่งคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ของชาวนา อย่างยั่งยืน

The agriculturist group sold good quality rice at a higher price without any underselling from middle merchants and able to be successful help agriculturist to as model for bio-agricultural development in order to reduce chemical substances production cost Rai which finally it will cause a better quality sustainably life.

กิจกรรมเพื่อสังคมของแต่ละโรงงาน

SOCIAL CONTRIBUTION OF EACH PLANT

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด
โรงงานโตโยต้าลำโรงTOYOTA MOTOR THAILAND CO.,LTD.
(SAMRONG PLANT)

เมื่อวันที่ 10 - 11 ตุลาคม 2554 ทางโรงงานลำโรง ได้จัดค่ายสิ่งแวดล้อม ภายใต้ชื่อค่าย "พลังเยาวชนรักษ์สิ่งแวดล้อม" ณ ค่ายริมขอบฟ้า เมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการโดยแบ่งออกเป็นกิจกรรมค่าย 2 ค่ายได้แก่

- 1) ค่ายโรงเรียน 5 ส ได้แก่ โรงเรียนวัดไตรสามัคคีและโรงเรียนมหภาพกระจากทองนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6 - มัธยมศึกษาปีที่ 3
- 2) ค่ายกิจกรรมวัยใสใส่ใจทรัพยากรน้ำ ได้แก่ โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาน้อมเกล้าสมุทรปราการ และโรงเรียนมหภาพกระจากทองระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 - มัธยมศึกษาปีที่ 4

ในการจัดกิจกรรมครั้งนี้ ได้บรรลุถึงการจัดตั้งเครือข่ายเยาวชนรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถใช้กลไกของคณะกรรมการ ในการทำงานประสานงานกันได้ ในระหว่างโรงเรียนและนอกจากนั้นแต่ละโรงเรียนยังได้ผู้นำและคณะทำงานตนเองด้วย จะช่วยให้เกิดภาพการทำงานที่ชัดเจนขึ้น หลังจากนั้นทางโรงเรียนควรกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมที่สามารถดำเนินการต่อเนื่องโดยโตโยต้า เป็นผู้สนับสนุนได้กิจกรรมที่เยาวชนอยากจะทำโครงการ เช่น การเก็บขยะ การทำน้ำหมักชีวภาพ ธนาคารขยะ เป็นต้น และยังมีระบุในใบสรุปงานของแต่ละโรงเรียนด้วย

During October 10th - 11th, 2011, Samrong Plant organized environmental camps under the title "Youth power to protect the Environment" at Horizon Camp, Ancient City, Samut Prakarn Province. The activities were divided into 2 camps:

- 1) "5 Ss" School Camp at Wat Tri Samakkee School and Mahaparb Kra Jard Thong School Grade 6th -9th students.
- 2) Youth Care for Water Resource Camp at Triam Udom Suksa School (Nom Khlae), Samut Prakarn and Mahaparb Kra Jard Thong School Grade 9th and 10th students

In this activity, the establishment of an environmental protection youth network was accomplished through the mechanism of cooperating committees between schools. Moreover, each school has its own leader and staff, which presents a clearer picture of the work. Afterwards, the schools should encourage continued activities supported by Toyota. The activities that the youth want to carry out include garbage collection, bio-fermented liquid, garbage banks, etc. Each school should specify its activities on its own work summary sheet.

กิจกรรมเพื่อสังคมของแต่ละโรงงาน



บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด
โรงงานโตโยต้าเกตเวย์

โครงการโรงเรียนต้นแบบ ทำดีเพื่อพ่อ เศรษฐกิจ พอเพียง ปี 4

โรงงานโตโยต้าเกตเวย์และสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน ในการบูรณาการความรู้และการปฏิบัติจริงตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนในสังคม โดยการสร้างพื้นฐานและแนวทางการปฏิบัติ ผ่านกระบวนการเรียนรู้ทั้งในโรงเรียนและชุมชน รวมทั้งสามารถบูรณาการหลักของเศรษฐกิจพอเพียง ลงในสาระการเรียนรู้ และหลักสูตรท้องถิ่นในโรงเรียน

จากการจัดกิจกรรมในโครงการที่ผ่านมา ได้ส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายของโรงเรียนต้นแบบ ทำดีเพื่อพ่อเศรษฐกิจพอเพียง รวม 4 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2551 ถึงปัจจุบัน จำนวนรวม 16 โรงเรียน คือ

- 1) โรงเรียนบ้านหนองสติต
- 2) โรงเรียนวัดโคกแก้ววงพระจันทร์
- 3) โรงเรียนวัดวังเย็น (รัฐราษฎร์ประชาวิทยา)
- 4) โรงเรียนหนองปรือประชาสรรค์
- 5) โรงเรียนวัดอ่าวช้างไล่
- 6) โรงเรียนบ้านสูงเจริญ
- 7) โรงเรียนสุวรรณคีรี
- 8) โรงเรียนบ้านหนองประโชน์
- 9) โรงเรียนบ้านโป่งเจริญ
- 10) โรงเรียนบ้านโป่งเกต
- 11) โรงเรียนบ้านกระบกเตี้ย
- 12) โรงเรียนกาญจนาภิเษกวิทยาลัย
- 13) โรงเรียนวัดเสม็ดเหนือ
- 14) โรงเรียนวัดท่าเกวียน
- 15) โรงเรียนบ้านอ่างเตย
- 16) โรงเรียนราชสาส์นวิทยา

และ 4 ชุมชน 11 ครัวเรือน นำร่องคือ

- 1) หมู่บ้านโป่งเจริญ
- 2) หมู่บ้านหนองยาง
- 3) บ้านโป่งเกต และ
- 4) บ้านแสงทอง



TOYOTA MOTOR THAILAND CO., LTD
GATEWAY PLANT

SUFFICIENCY ECONOMY IN SCHOOL FOR THE KING YEAR 4

Sufficiency Economy Model School Project, Doing Good for Our Beloved King, Year 4 The Toyota Gateway Plant and the Environmental Institute of Thailand have foreseen the importance of sustainable development to follow the Royal Projects about the sufficiency economy in order to maximize the quality of life by sharing knowledge with schools and communities.

Since 2011, we have built 16 schools

- 1) Bahn Nhong Satit School
- 2) Wat Kroak-kaew Wong Phra-Chandra School
- 3) Wat Wang Yen School
- 4) Wat Nhong Prue Prachasan School
- 5) Wat Ao Chang Lai School
- 6) Bahn Soong Charoen School
- 7) Suwankiri School
- 8) Bahn Ngong Prayod School
- 9) Bahn Pong Chareon School
- 10) Bahn Prong Ket School
- 11) Bahn Krabok Tia School
- 12) Kanchanapisek Witayalai School
- 13) Wat Semed Nua School
- 14) Wat Ta Kwien School
- 15) Bahn Aung Teoy School
- 16) Rachasat Wittaya School

and 4 communities 11 residential which are

- 1) Bahn Prong Charoen Village
- 2) Bahn Nhong Yang Village
- 3) Bahn Prong Ket and
- 4) Bahn Sangthong

SOCIAL CONTRIBUTION OF EACH PLANT



การก้าวสู่ "องค์กรแห่งความพอเพียง" จากแนวคิดสู่ภาคปฏิบัติ บนเส้นทางแห่งการก้าวสู่ "องค์กรแห่งความพอเพียง" กว่า 15 ปี ที่บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด โรงงานเกตเวย์ ได้ฝ่าวิกฤติเศรษฐกิจฟองสบู่แตก ในปี 2540 โดยน้อมนำเอาหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการแก้ปัญหาจนเป็นที่พิสูจน์ได้แน่ชัดว่า ในภาคธุรกิจเอกชนที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้จนประสบความสำเร็จ โดยไม่ได้จำกัดอยู่ในวงเกษตรกรรมเท่านั้น จากคุณลักษณะแห่งปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง 3 ข้อ โดยการนำความ พอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันที่ดีมาพิจารณาพบว่า

ความพอประมาณ โรงงานเกตเวย์ ยึดหลักการแสวงหาลำไย โดยให้ความเป็นธรรมต่อคู่ค้า และธุรกิจ ผู้ถือหุ้น สังคม สิ่งแวดล้อม ไม่เอาเปรียบเยี่ยงค้ายักษ์ เพื่อมุ่งเน้นให้ได้กำไรสูงสุด และจัดสวัสดิการให้กับพนักงานอย่างเหมาะสม

ความมีเหตุผล โรงงานเกตเวย์ รู้จักลูกค้า รู้จักตลาด รู้จัก คู่แข่ง และรู้จักตนเอง ทั้งยังใช้กระบวนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดสู่ลูกค้า

การมีภูมิคุ้มกันที่ดี โรงงานเกตเวย์ มีการเตรียมพร้อมรับความเปลี่ยนแปลง โดยควบคุมกระบวนการจัดหาวัตถุดิบ โดยให้ราคาซื้อพลาซายเออร์อย่างเหมาะสม เพื่อรักษาความสัมพันธ์ระยะยาว

จาก 3 ข้อนี้จะนำไปสู่การสร้างความสุขให้ธุรกิจ เพื่อให้เกิดความยั่งยืน ซึ่งจะมากหรือน้อยต่างกันที่คุณค่าของการผลิตสินค้า นอกจากนี้ยังมีอีก 4 มิติ และ 2 เงื่อนไข ได้แก่

มิติด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ โครงการต่างๆ ที่จะช่วยให้พนักงานมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการประกอบสัมมาชีพ ได้แก่ โครงการ "พลิกหัวใจให้ความพอเพียง เคียงคู่โตโยต้า 50 ปี สร้างสุขที่ยั่งยืน" ที่จะสอนให้พนักงานรู้จักขยายพันธุ์ไม้ ผลิตภัณฑ์ของตัวเองในครัวเรือน เพื่อลดรายจ่ายในครัวเรือน

Moving forward with the "Sufficiency Organization" For 15 years, moving from theory to practice on the path of the sufficiency organization, the Toyota Motor Thailand Gateway Plant survived the economic crisis in 1997 and has gracefully brought the King's philosophy of economic efficiency to solve problems. The experience has proven that the theory can be successfully applied beyond the agricultural sector into the private sectors as well. The theory covers three important principles:

Adequacy Toyota Motor Thailand holds strong giving justice to our customers, but also to our business partners, the community and the environment, as well as organizing the proper benefits for our employees without taking advantage of anyone.

Reasonable Toyota Motor Thailand knows its customers, market, competitors and itself while using innovative production effectively to give the highest satisfaction to its customers.

Good Immunity Toyota Motor Thailand is always ready to handle any possible changes by taking control of materials as we make reasonable deals to keep long-lasting relationships.

These three important rules lead to sustainable business success, but in addition to these, we maintain 4 dimensions and 2 conditions, which are:

Economic dimension Various projects that help maximize the income of the employee, namely: "Open the hearts for sufficiency with Toyota, 50 years of Sustainable Happiness" where we educate our people about growing rare trees and about handmade housewares to reduce household expenses.

กิจกรรมเพื่อสังคมของแต่ละโรงงาน



มิติด้านสังคม ได้แก่ โครงการที่ส่งเสริมให้เกิดความสามัคคีร่วมมือร่วมกัน เช่น โครงการหล่อเทียนพรรษา เนื่องในวันเข้าพรรษา

มิติด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่โครงการ 4R 4I หรือ 4 ลด 4 เพิ่ม คือการส่งเสริมให้พนักงานลดการก่อมลภาวะในกระบวนการผลิต เช่น การใช้น้ำ ไฟฟ้า อย่างมีคุณค่า การลดปริมาณขยะ การเพิ่มพื้นที่สีเขียว เพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน

มิติด้านวัฒนธรรม ได้แก่ โครงการที่มุ่งเน้นสร้างวัฒนธรรมให้เกิดการประหยัด อดออม มีชีวิตที่เรียบง่าย ไม่ตกเป็นทาสของวัตถุนิยม ได้แก่ โครงการทำดีเพื่อพ่อ เศรษฐกิจพอเพียง ที่มุ่งเน้นให้นักเรียน ชุมชน รู้จักใช้ที่กว้างว่างเปล่าให้เกิดประโยชน์ เช่น การปลูกผักสวนครัว เลี้ยงไหม ปลูกหม่อน เพื่อยึดเป็นอาชีพเสริม

เงื่อนไขความรู้ ได้แก่ การปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม และพลังงาน ในการป้องกันการปล่อยมลพิษ การรั่วไหลของสารเคมี การใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า เช่น การใช้พลังงาน น้ำ สารเคมี ให้เป็นไปตามเป้าหมาย

เงื่อนไขคุณธรรม การสร้างศรัทธาวัฒนธรรมของบริษัทฯ เพื่อปลูกฝังให้ทุกคนประพฤติตนเป็นคนดี มีความรู้ และ ทำตนให้เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น และต่อสังคม

จากอดีต สู่อนาคตอย่างภาคภูมิใจ คือก้าวต่อไปของ โรงงานเกตเวย์ ด้วยการสานต่อแนวทางการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน ควบคู่ไปกับ สิ่งแวดล้อมและสังคม โดยการเชื่อมโยงเครือข่ายชุมชนต่างๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งนำไปสู่องค์กร หรือเครือข่ายธุรกิจในระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด จนถึงระดับชาติ

นอกจากนี้ ยังหันมามุ่งเน้นสร้างความเข้มแข็งให้กับพนักงานในองค์กร โดยเสนอแนวคิดให้ลดความฟุ่มเฟือยในการดำรงชีวิต รวมถึงการหลีกเลี่ยงอบายมุขต่าง ๆ เช่น สุรา บุหรี่ และให้มีการจัดทำบัญชีครัวเรือน ให้รู้จักการบริโภคอย่างพอประมาณ โดยไม่พยายามมีรายจ่ายเกินรายได้ เช่น การดำเนินโครงการ "พลิกวิถี ใจดีพอเพียง เคียงคู่ไทใจดี 50 ปี สร้างสุขที่ยั่งยืน" นี้เป็นเพียงแนวทางหนึ่ง ที่เป็นบทพิสูจน์การก้าวสู่องค์กรแห่งความพอเพียง ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งจะสามารถตอบโจทย์ให้กับอีกหลาย ๆ บริษัทที่กำลังจะเลือกเดินบนทางสายนี้

Social dimension Projects to develop the unity of the community, such as candle festivals at local festive gatherings.

Environmental dimension the 4R-4I project encourages our employees to reduce pollution and waste created during the production process. These include electricity, water and trash. It also encourages employees to maximize green spaces at work.

Cultural dimension Focus on creating a strong foundation for society and improving the value of the community to best utilize local products.

Knowledgeable conditions to follow and respect the rules related to work conditions, such as safety, environment and energy, and to reduce the release of pollution, the leak of chemical substances and the proper use of natural resources.

Moral conditions to push the company's standards in developing good manners, ethics, and helping other people and society.

From the past to the future with pride is the path of the Toyota Motor Gateway Plant as we keep moving forward into sustainable business development that parallels efforts for society and the environment by connecting communities that expand into organizations on a local and a regional basis.

Apart from this, we also emphasize on creating the strengths of the organization by generating ideas on minimizing vices, such as avoiding alcohol and smoking while organizing the household revenue in order to control expenditures. The campaign of "Sufficiency with Toyota 50th anniversary and Sustainable Happiness" is only one of many philosophies that we have to make society a better and sustainable place to live in.

SOCIAL CONTRIBUTION OF EACH PLANT



บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด โรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์

กิจกรรม "คืนน้ำใส ใส่ใจบางปะกง"

ทางบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด (โรงงานบ้านโพธิ์) ได้มีการจัดกิจกรรม "คืนน้ำใส ใส่ใจบางปะกง" เป็นการช่วยรักษาแม่น้ำลำคลองที่อยู่บริเวณใกล้ ๆ โรงงานโตโยต้าบ้านโพธิ์ โดยในงานมีการช่วยกันเก็บขยะในแม่น้ำลำคลอง ที่จะไหลออกสู่น้ำบางปะกง และมีการรณรงค์ให้ชาวบ้านที่อยู่บริเวณชายน้ำ หรือ ใกล้เคียงช่วยกันไม่ทิ้งขยะลงในแม่น้ำลำคลอง และเฝ้าระวังการทิ้งขยะหรือสารเคมีจากโรงงานอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นบริเวณรอบ ๆ ชุมชนด้วย และในครั้งนี่ยังมีการตรวจวัดคุณภาพน้ำในลำคลองด้วย

TOYOTA MOTOR THAILAND CO.,LTD. BANPHO PLANT

"RETURN CLEAN WATER TO BANGPAKONG" ACTIVITY

Toyota Motor Thailand Co., Ltd. (Ban Pho Plant) held an activity called "Return Clean Water to Bangpakong" in order to clean the rivers and canals nearby Toyota Ban Pho Plant. During this activity, garbage and trash were collected from the rivers and canals flowing into Bangpakong River. Moreover, a campaign was held to encourage the villagers living along the rivers not to dispose of garbage into the rivers and canals as well as to keep watch for garbage and chemical waste dumped into them by the factories around the neighborhood. In addition, the water in the canals was also tested to check for its quality.



ECO FOREST AT TOYOTA BANPHO PLANT

บทความพิเศษ

SPECIAL ARTICLES



50 ปี โตโยต้า ร่วมทางตลอดมา เคียงข้างตลอดไป



“50 ปี โตโยต้า ร่วมทางตลอดมาเคียงข้างตลอดไป”

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด เริ่มก่อตั้งในประเทศไทย เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2505 โดยยึดหลักปรัชญาในการดำเนินธุรกิจของ มร.ซากิชิ โตโยตะ ผู้ก่อตั้งโตโยต้า “*ร่วมมือกันทำงานให้บรรลุความสำเร็จ และร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาประเทศให้เจริญเติบโต เคียงคู่ไปด้วยกัน*” ทำให้ธุรกิจรถยนต์ของ โตโยต้า ทั่วโลกเจริญเติบโต อย่างยั่งยืนดังเช่นปัจจุบัน

จากการดำเนินงาน 49 ปีที่ผ่านมา สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความผูกพันระหว่างโตโยต้ากับสังคมไทยที่ได้อยู่เคียงข้างด้วยความห่วงใยและใส่ใจกันมาโดยตลอด ส่งผลให้การก้าวสู่ปีที่ 50 ของโตโยต้า มีแนวคิดจากคำสองคำ คือ “*เคียงข้าง*” (Togetherness) และ “*ห่วงใย*” (Caring) และพัฒนาไปสู่สโลแกน “*50 ปี โตโยต้า ร่วมทางตลอดมา เคียงข้างตลอดไป*” (Toyota 50th Anniversary By your side Always) โดยในปี พ.ศ. 2555 ซึ่งเป็นการครบรอบ 50 ปี โตโยต้าขอร่วมสร้างสรรคให้เป็น “*ปีแห่งความสุข*” (Year of Happiness) โดยมีเป้าหมายที่จะสร้างรอยยิ้มและส่งความสุขให้กับคนไทย ผ่านการสร้างสรรค์สิ่งดี ๆ ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ และการบริการ ด้านการดำเนินธุรกิจ และการทำกิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อเป็นการตอบแทนสังคมไทยที่ได้ร่วมทางตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา และจะยังคงเคียงข้างกับโตโยต้าตลอดไป ได้แก่

รถยนต์โตโยต้าคันแรกที่ประกอบขึ้นในโรงงานประเทศไทย
The first car was made in Thai Factory

“TOYOTA'S 50TH ANNIVERSARY BY YOUR SIDE ALWAYS”

Toyota Motor Thailand Co., Ltd. was established in Thailand on October 5th, 1962. Based on the business philosophy of Mr. Sakichi Toyoda, the founder of Toyota, which is “*working as a team to achieve success while participating in country's the development*”, Toyota's worldwide business has been thriving sustainably.

Over 49 years in business, it can be seen that Toyota and Thailand have been in a close relationship, staying together and caring for each other. As a result, Toyota's 50th Anniversary is based on the concept of the two words, “*Togetherness*” and “*Caring*”, which has been developed into the slogan “*Toyota's 50th Anniversary By your side Always*”. As the year 2012 marks its 50th Anniversary, Toyota would like to make this year the “*Year of Happiness*” by creating smiles and delivering happiness to the Thai people. This will be carried out through quality products and services as well as businesses and activities for social benefits in order to give back to Thai society for traveling together for all of these years with Toyota.



TOYOTA 50TH ANNIVERSARY, BY YOUR SIDE ALWAYS

1) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้วยการต่อยอด ความเป็นผู้นำของเทคโนโลยียานยนต์ และเพื่อสร้างปรากฏการณ์ใหม่สำหรับตลาดรถยนต์เมืองไทย รวมถึงความเป็นผู้นำในแถบอาเซียน ด้วยการปฏิวัติเทคโนโลยีเพื่อเติมเต็มการใช้ชีวิตให้สมบูรณ์แบบ กับเทคโนโลยีอัจฉริยะ Toyota Smart G-Book (Smart Life, Smart G-Book) ซึ่งเป็นระบบ Telematic คือ การรวมระบบนำทาง ระบบแจ้งเตือนในการขับขี่ และระบบสื่อสารภายในรถเข้าไว้ด้วยกันผ่าน Smart Phone

เทคโนโลยี Toyota Smart G-Book ทำให้ลูกค้าสามารถวางแผนการเดินทาง ช่วยประหยัดเวลาและลดค่าใช้จ่าย รวมทั้งยังเพิ่มความสะดวกให้เหมาะสมกับรูปแบบในการใช้ชีวิต และเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันอีกด้วย ซึ่งระบบนี้จะเปิดตัวในประเทศไทยเป็นประเทศแรกในอาเซียนบน Smart Phone ภายในปี พ.ศ. 2555 นอกจากนี้ โดโยต้ายังได้มีการพัฒนาด้านการบริการใหม่ๆ และกิจกรรมการตลาดต่าง ๆ เพื่อส่งมอบความสุขให้กับลูกค้าตลอดทั้งปี

2) ด้านธุรกิจ โดโยต้าเน้นให้การดูแลลูกค้าเป็นสำคัญ ด้วยการขยายโชว์รูมและศูนย์บริการ เพื่อรองรับความต้องการและสร้างรอยยิ้มจากใจของลูกค้าครอบคลุมในทุกพื้นที่ และเป็นการช่วยส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจไปยังชุมชนต่างๆ อีกด้วย นอกจากนี้โชว์รูมโด้โยต้าที่มุ่งเน้นการทำ CSR ยังได้มีการพัฒนาไปสู่ โชว์รูมเพื่อสิ่งแวดล้อม (Eco Showroom) ที่ได้รับการยอมรับจากสถาบันอาคารเขียวไทย โดยจะต้องเป็นโชว์รูมที่ใส่ใจในทุกรายละเอียดตั้งแต่การเลือกทำเลที่ตั้ง การออกแบบ การเลือกวัสดุ และการก่อสร้างภายใต้แนวคิด Economy และ Ecology คือ ต้องใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของประเทศไทย เพื่อเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อชุมชน และสิ่งแวดล้อม อย่างจริงจัง นับเป็นบริษัทรถยนต์รายแรกที่ให้ความสำคัญในส่วนนี้ของโชว์รูมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังเป็นการยกระดับมาตรฐานโชว์รูมรถยนต์ในประเทศไทยสู่ระดับสากล โดยจะมีโชว์รูมต้นแบบทั้งสิ้น 5 แห่งจากการขยายโชว์รูมผู้แทนจำหน่ายที่จะเกิดขึ้นในปี 2555

3) ด้านสังคม ยังคงส่งต่อความสุขผ่านกิจกรรมเพื่อสังคม โดยสร้างจิตสำนึกแห่งความรับผิดชอบต่อภายในองค์กร ขยายไปสู่ชุมชนรอบข้าง และออกไปยังทั่วประเทศ ผ่านเครือข่ายของโด้โยต้า โดยมุ่งเน้นด้านความปลอดภัยบนท้องถนนและด้านสิ่งแวดล้อม

1) **Products:** To reinforce its leadership in automobile technology and to create a new phenomenon in Thai automobile industry, Toyota has declared itself the leader in the ASEAN market by revolutionizing technologies to fulfill a perfect lifestyle through Toyota's Smart G-Book (Smart Life, Smart G-Book), which is a Telematic system: the integration of a navigation system, a driver alert system and a communication system through a smartphone inside a vehicle.

Toyota's Smart G-Book technology enables the customers to plan their trips, save time and reduce expenses, thereby meeting their needs and creating a more convenient lifestyle. This system will be launched in Thailand as the first country in ASEAN within the year 2012. In addition, Toyota has developed new services and has organized marketing events to deliver happiness to its customers throughout the year.

2) **Business:** Toyota pays careful attention to customer service by increasing the number of showrooms and service centers to accommodate the demands of their customers and make them happy wherever they are. Doing so will stimulate economic growth in communities. Moreover, Toyota showrooms that emphasize CSR practices have also developed into Eco-Showrooms certified by the Thai Green Building Institute. These showrooms have to be detail-oriented and pay careful attention to location selection, material selection, design and construction under the concept of Economy and Ecology: wisely using resources suitable to the environment in Thailand to show serious responsibility towards the community and the environment. Therefore, Toyota is the first automobile manufacturer to give importance to its environment-friendly showrooms, raising the standards of Thai automobile showrooms to those of international ones. There will be five role model showrooms to begin in 2012 as a result of the expansion of dealer showrooms.

3) **Social Benefits** Toyota is still delivering happiness to its customers through various activities for social benefits by raising the awareness of corporate responsibility and extending it to nearby communities, and later on, nationwide through Toyota's network, focusing on road safety and environmental.



(โชว์รูมเพื่อสิ่งแวดล้อม (Eco Show room))



Toyota Smart G-Book

50 ปี โตโยต้า ร่วมทางตลอดมา เคียงข้างตลอดไป



4) ด้านสิ่งแวดล้อม ภายใต้แนวคิด “(โตโยต้า) เครื่องจักรเพื่อสิ่งแวดล้อมที่แท้จริง” เพื่อให้เกิดวัฏจักรธรรมชาติที่ยั่งยืน โตโยต้าได้กำหนด 3 แนวทางหลัก คือ

- สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยผ่านโครงการลดเมืองร้อนด้วยมือเรา โดยมีเป้าหมายลดการเกิดคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) ผ่านความร่วมมือจากเครือข่ายโรงเรียนและชุมชนทั่วประเทศ
- สร้างศูนย์การเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อปลูกจิตสำนึกให้นักเรียน และเยาวชนใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยจะขยายศูนย์การเรียนรู้จากภาคเหนือและภาคใต้ไปยัง ชุมชนลดเมืองร้อนแห่งที่ 3 ภาคกลาง อ.แก่ง จังหวัดระยอง และแห่งที่ 4 ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งจะครอบคลุมทุกภูมิภาค
- สร้างผืนป่าและฟื้นฟูธรรมชาติ ด้วย โครงการป่าในเขต 1 ล้านต้น ผ่านความร่วมมือของผู้ผลิตชิ้นส่วน ผู้แทนจำหน่าย โตโยต้า และชุมชนที่ร่วมมือกันปลูกต้นไม้ให้ครบ 1,000,000 ต้น

5) ด้านความปลอดภัยบนท้องถนน ภายใต้โครงการ “(โตโยต้า) ถนนสีขาว” ซึ่งเป็นการต่อยอดความสำเร็จจากที่ได้ดำเนินการมากว่า 23 ปี ด้วยการบูรณาการความร่วมมือระหว่างโตโยต้า หน่วยงานภาครัฐ และภาคีเครือข่ายทั่วประเทศ เพื่อปลูกจิตสำนึกและส่งเสริมการเรียนรู้ด้านความปลอดภัยบนท้องถนนด้วยวินัยและน้ำใจแก่เยาวชนไทยผ่านกิจกรรม

- เมืองจราจรจำลองแห่งที่ 3 ที่ภาคใต้ โดยมีเป้าหมายเพื่อถ่ายทอดความรู้ด้านความปลอดภัยบนถนนแก่นักเรียนให้ครบจำนวน 2 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2555

4) **Environment** Under the concept, “Toyota Eco Network” Toyota aims to create a sustainable natural cycle by following three main guidelines:

- Encouraging community participation through “Stop Global Warming” project. The purpose is to reduce CO₂ emissions with the cooperation of school and community networks nationwide.
- Building Environmental Learning Centers to raise the awareness of students and youths for the concerns of the environment. The learning centers will be expanded from the north and the south to the 3rd Stop Global Warming Community, Central Thailand, Klang, Rayong Province, and the 4th Community in the Northeast, covering every region of the country.
- Reforestation and restoring natural forests through the project “Eco-Forest One million trees” with the cooperation of Toyota suppliers, dealers and communities, who will plant totaling 1,000,000 trees.

5) **Road Safety** Under the project, “White Road Project” which is a further step in its 23-year effort, Toyota has solicited the cooperation of government agencies and partners nationwide to raise awareness and encourage road safety and discipline among Thai youths through the following activities:

- 3rd Traffic Model City in the south which aims to educate up to 2 million students on road safety within 2012.

TOYOTA 50TH ANNIVERSARY, BY YOUR SIDE ALWAYS

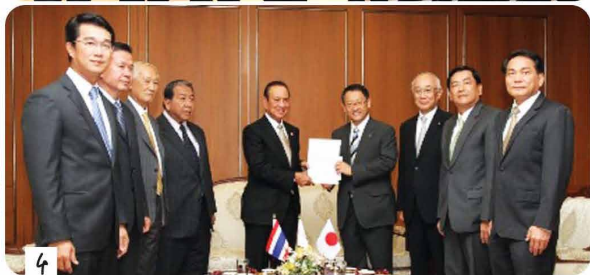


- ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมสื่อการสอน ด้านความปลอดภัยบนท้องถนน ครั้งแรกในประเทศไทย ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในโครงการ “ขับเคลื่อนค่าหนึ่งชม ถนนปลอดภัย ถนนหัวใจจากห้องเรียนสู่ชุมชน” โดยผ่านนวัตกรรมทางการศึกษา และสื่อการเรียนการสอนแนวใหม่ ได้แก่
 - Augmented Reality (AR) ซึ่งเป็นสื่อต่อเติมโลกความจริงด้วยวัตถุเสมือน
 - E-Book หรือ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์
 - Game-Based Learning หรือ การเรียนรู้ด้วยดิจิทัลเกมสในห้องเรียน
 - Virtual Reality (VR) เป็นศูนย์การเรียนรู้เสมือนจริง โดยนำเอาเทคโนโลยีเกมส์ Simulation เข้ามาช่วยให้ผู้รับการอบรมเรียนรู้ผ่านเว็บไซต์ เสมือนอยู่ในสภาพแวดล้อม
 - ชุดการผลิตสื่อด้านความปลอดภัยบนถนนผ่านสื่อวีดิทัศน์
 - สารานุกรมออนไลน์ ซึ่งจะช่วยขยายการเรียนรู้จากประสบการณ์ของนักเรียน ผู้ปกครอง และไปสู่เครือข่ายชุมชน โดยใช้ชีวิตจำกัดในเรื่องของเวลาและระยะทางที่ห่างไกลของแต่ละชุมชน
- กิจกรรมสัญจร “เมืองจราจรปลอดภัย (๗๖๓) ถนนสีขาว” ขยายเครือข่ายการรณรงค์สร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยด้วยวินัยและน้ำใจบนท้องถนนสู่ชุมชนโดยมีเป้าหมายดำเนินกิจกรรมครอบคลุม 50 จังหวัดทั่วประเทศภายในปีพ.ศ.2555

ในโอกาสโดยคำครบรอบ 50 ปี โดยคำมีความตั้งใจที่จะบูรณาการความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย ลูกค้า ชุมชน และผู้แทนจำหน่าย โดยคำสร้าง “ถนนแห่งรอยยิ้ม” ภายใต้แนวคิด “ถนนต้นแบบที่ปลอดภัย ปลอดภัยผ่านสิ่งแวดล้อมที่เป็นมิตรกับชุมชน” หรือ Eco Safety Road โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างถนนต้นแบบที่มีความปลอดภัย ลดจุดเสี่ยงอันตรายที่ก่อให้เกิดอุบัติเหตุบนท้องถนนรวมถึงให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นมิตรกับชุมชนด้วย การเลือกใช้วัสดุที่เป็นนวัตกรรมใหม่ล่าสุด เช่น การใช้สี “photocatalytic” ซึ่งจะช่วยดูดอากาศเสียเปลี่ยนเป็นอากาศดีโดยการช่วยปล่อย ก๊าซออกซิเจนช่วยให้ชุมชนได้รับอากาศที่ดี นอกจากนั้นยังได้สร้าง “ป่าของชุมชน” ผ่านความร่วมมือของคนในชุมชนโดยรอบถนนแห่งรอยยิ้มเป็นถนนต้นแบบ และชุมชนที่ยั่งยืนโดยมีเป้าหมายที่จะทำให้เป็นถนนต้นแบบ 5 ภูมิภาค 5 เส้นทาง

To mark its 50th anniversary, Toyota intends to solicit cooperation from business affiliates, customers, communities and Toyota dealers in the creation of “Smiling Road” under the concept Eco-Safety Roads. With this in mind, Toyota aims to create role model safe roads, reduce risky locations where there are frequent road accidents and promote community-friendly environments by using the latest innovative materials, such as “photocatalytic” paint, which absorbs polluted air and transforms it into good one, releasing oxygen to benefit communities. In addition, a “community Forest” has been planted around the Smiling Road by the people of the community to emphasize the image of a role model road and a sustainable community. Our objective is to create 5 role model roads in 5 regions.

โตโยต้า ช่วยเหลือวิกฤตอุทกภัย 2554



1. มอบเงิน บริจาคจำนวน 2 ล้านบาท เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยภาคใต้
Donated 2 million baht for flood relief in the south.
2. มอบเงินบริจาคผ่าน "มูลนิธิราชประชานุเคราะห์ในพระบรมราชูปถัมภ์"
Donated through "Rajaprajnanugroh foundation"

3. มอบเงินบริจาคเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยจำนวน 2 ล้านบาทผ่าน "ครอบครัวข่าว 3"
Donated 2 million baht to "Channel 3 News Family" for flood relief.
4. มร.อาคิโอะ โทโยดะ ทูลเกล้าฯ ถวายการช่วยเหลือถวายเงิน จำนวน 10 ล้านบาท
Mr. Akio Toyoda Presented His Majesty the King an offering of ten million baht.

จากเหตุการณ์อุทกภัยในประเทศไทยปี 2554 ครั้งนี้ ได้ส่งผลกระทบต่อความสูญเสียในหลายภาคส่วนทั้งในด้านความเป็นอยู่ของคนไทย การคมนาคม สาธารณูปโภค รวมทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ภายใต้บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น ได้รับทราบถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้นและขอส่งกำลังใจให้ชาวไทยทุกคน ที่ได้รับผลกระทบจากน้ำท่วมใหญ่ในครั้งนี้ รวมถึงเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือคนไทยในช่วงเวลาที่มีความยากลำบากเช่นเดียวกับการที่คนไทยเคยให้ความช่วยเหลือประเทศญี่ปุ่นจากเหตุการณ์ภัยพิบัติในเดือนมีนาคมที่ผ่านมา โดยได้ให้ความช่วยเหลือกับสังคมในด้านต่างๆ ดังนี้

นายนิพนธ์ ไชยศิริภิญโญ รองประธานกรรมการ และนายวุฒิกกร สุริยะฉันทนานนท์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด เป็นตัวแทนมอบเงินบริจาคจำนวน 2 ล้านบาท เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยภาคใต้ผ่านงาน "รวมพลังใจทวงช่วงรักหัวใจทวง" สำนักนายกรัฐมนตรี โดยมี นางสาว ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี เป็นผู้รับมอบเมื่อ วันที่ 14 กันยายน 2554 ณ ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล

มร.เคียวอิจิ ทานาคะ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด นายธนกร ศรีจอมขวัญ ประธานชมรมผู้แทนจำหน่ายโตโยต้า นายมาโนช ลิ้มอมลชัย ประธานชมรมความร่วมมือโตโยต้า พร้อมคณะผู้บริหารเป็นตัวแทนมอบเงินบริจาคเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยจำนวน 2 ล้านบาทผ่าน "ครอบครัวข่าว 3" โดยมี นายประวิทย์ มาลีนนท์ เป็นผู้รับมอบ และ อีก 2 ล้านบาท ผ่าน "มูลนิธิราชประชานุเคราะห์ในพระบรมราชูปถัมภ์" มีนายกอง เอกติสธร วัชรไพบัญญ์ ประธานกรรมการบริหารมูลนิธิราชประชานุเคราะห์ฯ รับมอบ เมื่อวันที่ 12 และ 13 ตุลาคม 2554 ณ ตึกข่าวช่อง 3 และมูลนิธิราชประชานุเคราะห์ฯ ตามลำดับ

มร.อาคิโอะ โทโยดะ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น ได้เดินทางมายังประเทศไทย เพื่อขอพระบรมราชานุญาตทูลเกล้าฯ ถวายการช่วยเหลือมอบถวายเงิน จำนวน 10 ล้านบาทเพื่อทรงใช้เป็นส่วนหนึ่งในการฟื้นฟูประเทศไทยจากเหตุการณ์อุทกภัยในภาวะเร่งด่วน และบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น ได้มอบเงินจำนวนอีก 10 ล้านบาทให้มูลนิธิราชประชานุเคราะห์ในพระบรมราชูปถัมภ์ อีกด้วย

The 2011 flood in Thailand resulted in loss and damage to many sectors, such as Thai people's livelihood, transport, public utility, economy, and society. Toyota Motor Thailand Co., Ltd., under Toyota Motor Corporation Japan, was well aware of the situation and sent encouragement to all Thais affected by the great flood. Furthermore, it participated in the relief operation for Thais during the difficult period to express its gratitude for the help the Japanese had received when Tsunami hit Japan in March. Toyota's social contribution has been done in the following areas:

Mr. Ninnart Chaithirapinyo, Vice Chairman of the Board, and Mr. Vudhigorn Suriyachantananont, Senior Vice President at Toyota Motor Thailand Co., Ltd., were the company's representatives to deliver the donation of 2 million baht for flood relief in the south through the project "Thais united in flood relief" at the Prime Minister Office to Prime Minister Yingluck Shinawatra on September 14th, 2011 at Santi Maitri Building, Government House.

Mr. Kyoichi Tanada, President of Toyota Motor Thailand Co., Ltd.; Mr. Thanakorn Srijomkwan, President of Toyota Dealer Club; Mr. Manote Leekomolchai, President of Toyota Cooperation Club, and a group of executives represented the company to deliver the flood relief donation of 2 million baht through "Channel 3 News Family" to Mr. Prawit Malinont and another 2 million baht through "Rajaprajnanugroh Foundation" to Mr. Kongkedsattorn Watcharothai, Executive Managing Director of Rajaprajnanugroh Foundation on October 12th and 13th, 2011 at Channel 3 News Building and at Rajaprajnanugroh Foundation respectively.

Mr. Akio Toyoda, President of Toyota Motor Corporation Co., Ltd. visited Thailand to ask for royal permission to offer 10 million baht to His Majesty the King for use in the recovery of Thailand after the flood crisis. Moreover, Toyota Motor Corporation Japan Co., Ltd. donated 10 million baht to Rajaprajnanugroh Foundation under the royal patronage of the King .

2011 TOYOTA'S FLOOD RELIEF



"คาราวานหัวรถขบวนรถ ไฮลักซ์ วิโก้ แรมป์ จำนวน ๘๔ คัน"
"๘๔ Hilux Vigo Champ caravan of Ratchamongkol Rice"



"ผนึกพลังบวก ร่วมซ่อม ร่วมสร้าง ปทุมธานี ดินจิ้ม"
"Positive Powers United to Restore Pathum Thani"

กิจกรรม "รวมใจ...สร้างรอยยิ้ม" เป็นความร่วมมือของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด และสำนักงานนายกรัฐมนตรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือฟื้นฟูผู้ประสบภัยในพื้นที่ที่ได้รับความเสียหายทั้งในด้านทรัพย์สินและสุขภาพ ตลอดจนเป็นการสร้างขวัญกำลังใจเพื่อคืนความสุขและรอยยิ้ม ให้กับผู้ประสบภัย โดยมีการจัด "คาราวานหัวรถขบวนรถ ไฮลักซ์ วิโก้ แรมป์ จำนวน ๘๔ คัน" เพื่อส่งมอบข้าววิชมงคล จำนวน 20,400 ถุง ให้กับประชาชนในพื้นที่ประสบภัย 6 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี นครปฐม สมุทรสาคร และพระนครศรีอยุธยา เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระของประชาชน ซึ่งถือเป็นของบริโภคนำเข้าและเป็น การสร้างขวัญกำลังใจให้กับประชาชนในจังหวัด นั้นๆ อีกด้วย

นอกจากนั้นเป็นการแสดงพลังแห่งน้ำใจทั้งจาก หน่วยงานภาครัฐ ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทในเครือโตโยต้า นักแสดงรวมทั้ง ประชาชนผู้มีจิตอาสากว่า 10,000 คน เพื่อร่วมพลจิตอาสาส่วนกัน ทำความสะอาด บริเวณถนนสุขุมวิท เขตดอนเมือง ความยาวกว่า 4 กิโลเมตร รวมถึงภายในพื้นที่สาธารณะและชุมชนที่สำคัญ อาทิ สวนสุขภาพเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา วิทยาลัยเทคนิคดอนเมือง วัดดอนเมือง และวัดสีกัน ซึ่งเป็นอีกหนึ่งพื้นที่สำคัญที่ได้รับผลกระทบจากน้ำท่วมอย่างหนัก ต้องการการฟื้นฟูอย่างเร่งด่วน และได้โยต้า ยังให้ความสำคัญในด้านสุขภาพอนามัยของประชาชน โดยได้จัดทีม แพทย์เคลื่อนที่จากการสนับสนุนของโรงพยาบาลกรุงเทพ เพื่อบริการตรวจ สุขภาพเบื้องต้นและ ให้คำแนะนำด้านสุขภาพ นอกจากนี้ยังมีบริการตรวจ เช็กสภาพรถเบื้องต้นและ ให้คำแนะนำสำหรับรถที่เสียหายจากการถูก น้ำท่วมโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายจากทีมช่างของโตโยต้า และผู้แทนจำหน่าย โตโยต้าในพื้นที่

กิจกรรม "ผนึกพลังบวก ร่วมซ่อม ร่วมสร้าง ปทุมธานี ดินจิ้ม" เพื่อนำทีม "๒๒๒๒ จิตอาสา" เครือข่ายและประชาชนที่มีจิตอาสา จำนวนกว่า 500 คน ลงพื้นที่ประสบอุทกภัย บริเวณเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2554 ที่ผ่านมา นำทีมโดย "๒๒๒๒ จิตอาสา" เครือข่ายและประชาชนที่มีจิตอาสาลงพื้นที่ ประสานงานนำทีมเพื่อทำความสะอาดพื้นที่เทศบาลเมือง พร้อมทั้งทีมช่าง เทคนิคด้านรถยนต์ และทีมแพทย์เคลื่อนที่ แก่ประชาชนที่ได้รับผลกระทบ เพื่อเป็นการฟื้นฟูสภาพแวดล้อม และบรรเทาทุกข์แก่ ผู้ประสบอุทกภัย พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ยังได้ส่งมอบชุดยาสามัญประจำบ้าน 500 ชุด ในการบรรเทาอาการเจ็บป่วยเบื้องต้นของผู้ประสบภัย

และเมื่อ วันที่ 25 ธันวาคม 2554 "๒๒๒๒ จิตอาสา" จำนวนกว่า 100 คน พร้อมเครือข่ายและประชาชนที่มีจิตอาสา ลงพื้นที่ประสบอุทกภัย เพื่อทำความสะอาดพื้นที่บริเวณเขตบางแค พร้อมทั้งจัดตั้งทีมช่างเทคนิคด้านรถยนต์และทีมแพทย์เคลื่อนที่จากโรงพยาบาล กรุงเทพมหานครให้บริการแก่ประชาชนที่ได้รับผลกระทบ เพื่อเป็นการฟื้นฟู สภาพแวดล้อมและ บรรเทาทุกข์แก่ผู้ประสบอุทกภัย ณ บริเวณหมู่บ้าน เศรษฐกิจเขตบางแค

"Hearts United to bring Smiles" activity was a collaboration between Toyota Motor Thailand Co., Ltd. and Prime Minister's Office which aimed to relieve and restore those financially and physically affected. Moreover, this activity was organized to bring encouragement and return happiness and smiles to flood victims. In order to do so, we formed "๘๔ Hilux Vigo Champ Caravan of Ratchamongkol Rice" to deliver 20,400 bags of Ratchamongkol rice to people in six affected provinces, namely Bangkok, Nonthaburi, Pathumthani, Nakhon Pathom, Samut Sakorn and Ayudhaya in order to relieve people's burden by providing them with this necessity and bring encouragement to the people in those provinces.

In addition, governmental agencies, Toyota's executives and employees, actors and actresses, and over 10,000 volunteers were united in the cleaning activity on Song Prapa Road, Don Mueang, which is more than 4 kilometers long. Other places that were cleaned up included public areas and important communities, such as 80th Anniversary Royal Health Park, Don Mueang Technical College, Don Mueang Temple and Sri Kan Temple, which were heavily affected by the flood and needed immediate restoration. Furthermore, Toyota gave priority to people's health by arranging a mobile medical team from Bangkok Hospital to provide them with a medical checkup and suggestions. Moreover, Toyota provided elementary vehicle checks and suggestions for the owners of damaged vehicles as a result of the flood free of charge through Toyota's mechanic team and local Toyota dealers.

"Positive Powers United to Restore Pathum Thani" activity was held on December 3rd, 2011 to bring "Toyota Volunteers" and more than 500 volunteers to the areas affected by the flood at Municipality, Pathum Thani. The participants in this activity were united to clean the municipal area. Moreover, a vehicle technician team and a mobile medical team were provided for the affected residents in an attempt to restore the surroundings and relieve the flood victims. In this occasion, the company also gave the victims 500 sets of nostrum to relieve their elementary illnesses.

On December 25th, 2011 more than 100 "Toyota Volunteers" with their network and voluntary hearted people visited the flood-affected areas to clean Bang Khae District and provided the people with a team of automobile technicians and a mobile medical team from Bangkok Hospital to restore the surroundings and relieve the flood victims at Settakit Village, Bang Khae District.

โตโยต้า ช่วยเหลือวิกฤตอุทกภัย 2554

TOYOTA'S FLOOD RELIEF 2011



ในวันที่ 7-9 พฤศจิกายน 2554 โตโยต้า จัดอาสาสมัครกว่า 250 คน ในการร่วมบรรจุกระสอบทรายเพื่อใช้ป้องกันน้ำท่วม ที่กองทัพอากาศที่ 1 และสนามกีฬากองทัพและโตโยต้าได้ร่วมมือ กับสำนักงานตำรวจแห่งชาติจัดตั้ง “หน่วยช่วยเหลือและแนะนำผู้ใช้รถในภาวะน้ำท่วม” จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ สีแยกสุทธิสาร ถนนเทียมร่วมมิตรตรงข้ามโรบินสันรัชดา ถนนพระราม 2 ซอย 50 โดยได้รับการสนับสนุนเจ้าหน้าที่จากเทคนิคจากผู้แทนจำหน่ายโตโยต้า เพื่อดูแลและตรวจเช็ครถยนต์เบื้องต้นสำหรับรถยนต์ทุกยี่ห้อ หลังจากที่ได้ขับรุดผ่านในพื้นที่ที่มีน้ำท่วมซึ่งโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายพร้อมปรับตั้งแปรงรถยนต์โตโยต้าสำหรับลูกค้าที่ต้องการ เพื่อให้สามารถขับรุดผ่านบริเวณที่มีน้ำท่วมซึ่งได้ในระดับสูงสุดเท่าที่รถยนต์แต่ละรุ่นสามารถขับผ่านได้ นอกจากนี้ยังร่วมกับผู้แทนจำหน่ายโตโยต้า บริจาคถุงยังชีพให้กับผู้ประสบอุทกภัย 21 จังหวัด มูลค่า 2.6 ล้านบาท และบริจาคเงินและข้าวสารให้กับมูลนิธิจำนวน 5 แสนบาทอีกด้วย

ในการช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยในช่วงปีที่ผ่านมา รวมมูลค่าทั้งสิ้น 32.3 ล้านบาท เพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้ประสบภัยในเบื้องต้นเป็นกรณีเร่งด่วน และยังได้จัดตั้งทีมช่วยเหลือเฉพาะกิจ โดยให้ความช่วยเหลือผู้อพยพ และเคลื่อนย้ายสิ่งของจำเป็น นอกจากนี้เพื่อเป็นการบรรเทาความเดือดร้อนให้กับลูกค้า ศูนย์บริการโตโยต้าทุกแห่งพร้อมให้ความช่วยเหลือรถยนต์โตโยต้าที่ได้รับผลกระทบ ด้วยส่วนลดค่าอะไหล่ 30% และได้ส่งเจ้าหน้าที่เทคนิคเข้าไปยังพื้นที่ที่ประสบปัญหาเพื่อให้บริการ และแนะนำผู้ประสบภัยอีกด้วย

From November 7th to November 9th, 2011, more than 250 Toyota Volunteers daily helped pack the sandbags used in flood prevention at 1st Division Army Base and the Army Stadium. In addition, with the collaboration of National Police Office, Toyota established “During Flood Car Users Counseling and Assistance Unit” in three areas, namely Suthisan Intersection, Thiem-Ruammit Road (Across from Robinson Ratchada), and Rama 2 Road (Soi 50). Assisted by technicians from Toyota dealers, this unit provided elementary car checks and maintenance free of charge for car users of all brands who had driven their cars through flooded areas. Moreover, it performed Toyota car modification as requested by the customers, so that they could drive through flooded areas at the highest level possible. In addition, Toyota together with its dealers donated 2.6 million baht worth of sustenance packets to flood victims in 21 provinces and 500,000 baht in cash and rice to the Senate.

In summary, Toyota spent 32.3 million baht in total to aid flood victims during last year, providing them with immediate help and setting up a rescue team for specific situations to help evacuate people and their necessary belongings. Furthermore, to relieve their customers burden, all Toyota service centers were ready to provide service for affected Toyota cars with 30% discount on spare parts, and sent their technicians to affected areas to provide counseling and suggestions for the flood victims.

TOYOTA ECO NETWORK

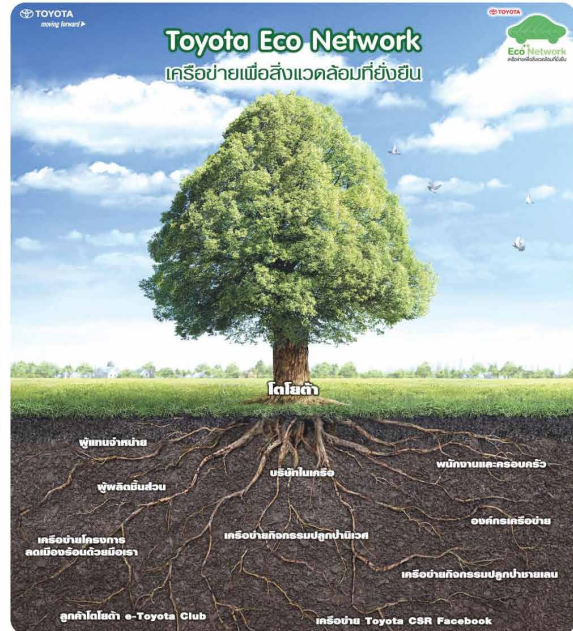
เครือข่ายเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน



TOYOTA ECO-NETWORK

เครือข่ายเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

กว่า 50 ปี ที่โตโยต้าได้เข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทยและได้มี การขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีเครือข่ายธุรกิจโตโยต้า ทั้งในส่วนของ ผู้ผลิตชิ้นส่วน ผู้แทนจำหน่าย ตลอดจนบริษัทคู่ค้ามากมาย กลายเป็นเครือข่ายธุรกิจขนาดใหญ่ที่กระจายตัวอยู่ทั่วประเทศ โตโยต้า จึงเล็งเห็นศักยภาพในพลังแห่งความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการ ร่วมแสดงพลังในการพัฒนาสังคมให้มุ่งสู่ความยั่งยืน จึงได้ริเริ่มแนวคิด การบูรณาการ ความร่วมมือตลอดห่วงโซ่ธุรกิจขึ้น (Integrated CSR across value chain) รวมถึงการขยายนโยบายการดำเนินงาน ด้านการเป็นศูนย์กลางการพัฒนาสังคมสู่การดำเนินกิจกรรมเพื่อ สิ่งแวดล้อมภายใต้โครงการ "Toyota Eco Network เครือข่าย เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ั่งยืน" เพื่อเป็นการขยายเครือข่ายความร่วมมือในการ พัฒนาสังคมไทยออกด้านสิ่งแวดล้อมไปสู่ชุมชนและภาคส่วนต่างๆ ผ่านหลากหลายโครงการ เช่น การร่วมกับผู้แทนจำหน่ายในการดำเนิน นโยบายการจัดซื้อ "Green purchasing" การร่วมกับผู้แทนจำหน่าย ในการยกระดับการดำเนินงานให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้นกับ โครงการ "Eco Dealership Outlet" "โครงการลดโลกร้อนด้วยมือเรา" ที่ได้ร่วมมือกับมูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย ในการขยายเครือข่าย การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมสู่โรงเรียน และเทศบาลทั่วประเทศทั้ง 77 จังหวัด "โครงการปลูกป่าไม้มงคล" อย่างยั่งยืนที่เปิดโอกาสให้เครือข่าย ธุรกิจชุมชนต่างๆ และประชาชนทั่วไปได้เข้าร่วม "โครงการปลูก ป่าราชเลณเฉลิมพระเกียรติฯ" ที่ร่วมกับมูลนิธิกองทุนสัตว์ป่าโลก สากล สำนักงานประเทศไทย (WWF Thailand) กลุ่มครอบครัว พนักงานกลุ่มอาสาสมัครประชาชนที่สมัครเข้าร่วมกิจกรรมผ่านทาง ต่างๆ เช่น ชมรมลูกค้าโตโยต้า e-toyotaclub กลุ่มเครือข่ายความดี online Toyota CSR Facebook เป็นต้น โดยมุ่งหวังให้ผู้ที่ได้ เข้าร่วมเป็นเครือข่ายการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของโตโยต้า นำ ประสพการณ์ที่ได้รับไปถ่ายทอด และชักชวนให้บุคคลโดยรอบได้ตระหนัก ถึงการมีส่วนร่วมในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอันจะเป็นปัจจัย ที่ทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระดับประเทศต่อไป



TOYOTA ECO-NETWORK

NETWORK FOR SUSTAINABLE ENVIRONMENT

For more than 50 years that Toyota has landed its business in Thailand and has been continuously expanding its network from parts production, dealers to business partners have gotten together to expand the horizon in business, therefore Toyota has realized the potential of the networking in our hands to be able to take part in building and developing a sustainable society. According to that vision, we have initiated an Integrated CSR across the value chain that includes the policy of being a centre of development and leading to environmental activity under the project, "Toyota Eco-Network for Sustainable Environment" to expand the network to help communities around country through many projects, such as "Green Purchasing" in collaboration with our dealers, "Eco Dealership Outlet", "Stop Global warming" with the cooperation of Thai Environmental Institute with the aim of expanding the project to 77 provinces, and the "Eco forest" project, which opens doors for volunteers from different fields, such as business networks, communities such as the e-Toyota Club, Toyota CSR Facebook and local residents to take part in "Mangrove Reforestation" with the help of WWF Thailand to celebrate the birthday of His Majesty the King. With this strong foundation of networking, we believe that everybody will realize their responsibility, not only on an individual, but also a national basis.

โครงการโชว์รูมและศูนย์บริการเพื่อการประหยัดพลังงาน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน



โครงการโชว์รูมและศูนย์บริการเพื่อการประหยัดพลังงาน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน TOYOTA 50th ANNIVERSARY, BY YOUR SIDE ALWAYS

โครงการโชว์รูมและศูนย์บริการเพื่อการประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (ECO Dealership Outlet) ฝ่ายพัฒนาผู้แทนจำหน่าย ได้วางแผนที่จะพัฒนาโชว์รูมและศูนย์บริการ โดยได้ทำของทำนผู้แทนจำหน่ายทั่วประเทศ ให้เป็นโชว์รูมและศูนย์บริการที่ประหยัดพลังงานเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีส่วนร่วมต่อชุมชน และสังคม ประกอบกับทางสถาบันอาคารเขียวไทย (Thai Green Building Institute/TGBI) ได้เริ่มก่อตั้งและเปิดตัวมาตรฐานเกณฑ์การประเมินความยั่งยืนทางพลังงานและสิ่งแวดล้อมไทย (Thai's Rating of Energy and Environment Sustainability/TREES) ขึ้นซึ่งมีแนวความคิดที่สอดคล้องกันทั้งสถาบัน และนโยบายบริษัทเราจึงได้นำเสนอโครงการดังกล่าวให้กับทางผู้แทนจำหน่ายและได้รับความร่วมมือเข้าร่วมโครงการ

โดยการดำเนินการได้แบ่งโครงการออกเป็น 2 กลุ่ม คือ สำหรับโชว์รูมและศูนย์บริการใหม่ (New Outlet) และ สำหรับโชว์รูมและศูนย์บริการปัจจุบัน (Current Outlet) สำหรับโชว์รูมและศูนย์บริการใหม่ เราได้กำหนดมาตรฐานใหม่ที่เน้นการสร้างโชว์รูมและศูนย์บริการที่ประหยัดพลังงาน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการยกระดับภาพลักษณ์โชว์รูมและศูนย์บริการของเราให้เหนือกว่าคู่แข่งชั้นโดยการออกแบบได้คำนึงการประหยัดการใช้พลังงาน (Energy conservation)

The Eco dealership outlets have planned to develop the showroom and service centers nationwide to be energy-saving and environmental friendly while taking part in making positive changes to the community. Together with the cooperation of the Thai Green Building Institute (TGBI), Toyota has founded Thailand's Rating of Energy and Environment Sustainability (TREES) with the idea that parallels the company's policies and therefore, we presented the project to our dealerships and received their cooperation in joining the project.

The project is divided into two groups, which are new outlets and the current outlets. For the new outlets, we have set a standard to emphasize energy saving and environmental friendliness in order to set a higher standard while pushing a cleaner image than that of our competitors. The designs of the new outlets are concerned with energy conservation, water conservation and improved indoor quality. Moreover, we still support dealers that want to build superior outlets and be granted approval by TREES and the TGBI, which now has

ECO-DEALERSHIP OUTLET



ECO-DEALERSHIP OUTLET PROJECT TO SAVE ENERGY AND BE ENVIRONMENTAL FRIENDLY TO SUSTAINABLE LIFE

การประหยัดน้ำ (Water conservation) และการปรับปรุงคุณภาพอากาศภายในอาคาร (Improve indoor quality) ยิ่งกว่านั้นเรายังสนับสนุนผู้แทนจำหน่ายที่ต้องการสร้างโชว์รูมและศูนย์บริการที่เหนือกว่ามาตรฐานเพื่อรับการประเมิน และรับรองมาตรฐานตามเกณฑ์การประเมินความยั่งยืนทางพลังงาน และสิ่งแวดล้อมไทยหรือ TREES จากสถาบันอาคารเขียวไทย (TGBI) ซึ่งปัจจุบันมีผู้แทนจำหน่ายที่เข้าร่วมโครงการ 14 ราย

โดยปัจจุบันโชว์รูมและศูนย์บริการตามมาตรฐานใหม่แห่งแรกที่เสนอขอรับ TREES certified คือ โตโยต้าไทยเย็น สาขาปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ได้ก่อสร้างเสร็จและเปิดดำเนินการไปเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม ที่ผ่านมา โดยสามารถลดการใช้พลังงานลง 40% สำหรับโชว์รูมและศูนย์บริการปัจจุบัน (Current Outlet) เราและผู้แทนจำหน่ายได้ร่วมมือกัน โดยทางบริษัทฯ ได้เปลี่ยนระบบไฟในป้าย Fascia sign และ Pole sign ทุกๆโชว์รูมและศูนย์บริการกว่า 300 แห่งทั่วประเทศเป็นหลอดไฟ LED ซึ่งสามารถลดการใช้ไฟฟ้าเหลือเพียง 10% เท่านั้น โดยมีเป้าหมายจะแล้วเสร็จทั้งหมดภายในสิ้นปี 2555 ส่วนทางผู้แทนจำหน่ายได้ดำเนินการโดยเลือกปรับปรุงในหมวดใดหมวดหนึ่งจากหัวข้อที่โตโยต้ากำหนดให้ ได้แก่

- 1) การประหยัดการใช้พลังงาน
 - 2) การประหยัดน้ำ
 - 3) การปรับปรุงคุณภาพอากาศภายในอาคาร
- โดยมีเป้าหมายจะแล้วเสร็จภายในสิ้นปี 2555 เช่นเดียวกัน

The first new outlet that meets the new standard is Toyota Thai Yen, Pak Chong in Nakorn Ratchasima, which was constructed and officially began operation on May 5th where the energy consumed was 40% less than usual. The current outlets and the dealers have collaborated by changing the power system, The company has replaced the lights in its Fascia signs and Pole signs in over 300 showrooms and service centers nationwide with LED lights, for the electrical signs at every outlet nationwide, reducing the power usage to 10%. We aim to complete this project by 2012. The dealers have proceeded to develop

- 1) **Energy conservation.**
- 2) **Water conservation.**
- 3) **Indoor quality,**
with the aim of finishing within this year.

คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก



ด้วยความมุ่งมั่นสร้างสรรค่นวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจให้เติบโตร่วมกับสังคมอย่างยั่งยืนนอกเหนือจากการกำหนดแนวทางการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในระยะยาว (The 5th Environmental Action Plan) เพื่อเป็นนโยบายหลักให้กับทุกบริษัทในเครือโตโยต้าประเทศไทย โตโยต้ายังมุ่งหวังให้แนวทางดังกล่าว เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพในทุกๆภูมิภาคของโลกด้วย ดังนั้นจึงได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมขึ้นในแต่ละภูมิภาคขึ้นทั่วโลก (Environment Committee) เพื่อกำกับดูแลและส่งเสริมระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมให้บรรลุเป้าหมาย และเป็นไปในทิศทางเดียวกันซึ่งคณะกรรมการประกอบไปด้วยตัวแทนจากทั่วโลก คือ ญี่ปุ่น (1992) ยุโรป (2002) อเมริกาเหนือ (2004) อเมริกาใต้ (2006) จีน (2007) เอเชีย-แปซิฟิก (2007) และแอฟริกาใต้ (2008)

สำหรับคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกนั้น (Asia Pacific Environment Committee (AP-EC)) ก่อตั้งขึ้นในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2550 (2007) สมาชิกประกอบไปด้วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ (President) ของโรงงานผลิตและบริษัทตัวแทนผู้จัดจำหน่าย จำนวน 19 บริษัท จาก 13 ประเทศในเครือโตโยต้าเอเชีย-แปซิฟิก อันประกอบด้วย ไทย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เวียดนาม สิงคโปร์ มาเลเซีย บรูไน อินเดีย ปากีสถาน ใต้หวัน เกาหลี ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ โดยปัจจุบันมี มร.ทาคาฮิโร อิวาเซ กรรมการผู้จัดการใหญ่ของโตโยต้า มอเตอร์ เอเชีย แปซิฟิก เอ็นจีเนียริง แอนด์ แมนูแฟคเจอร์ริง (TMAP-EM) ดำรงตำแหน่งเป็นประธานของ AP-EC (Chairman) ทั้งยังมีการจัดตั้งคณะกรรมการย่อย (Sub-Committee) เพื่อกำกับดูแลการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในทุกด้านให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ ภาควิชาการผลิต (Manufacturing) ภาควิชาขนส่ง (Logistics) การจัดซื้อจัดจ้าง (Purchasing) การขายและบริการหลังการขาย (Sales and Services) และการติดต่อสื่อสาร (Communication) โดยมี TMAP-EM เป็นแกนนำในการขับเคลื่อนองค์กร และให้การสนับสนุนแก่ทุกประเทศเพื่อบรรลุเป้าหมายในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมตามแผนพัฒนาระยะยาว โดยจัดการประชุมใหญ่ขึ้นปีละ 2 ครั้ง (AP-EC Meeting) เพื่อเป็นเวทีสำหรับรายงานผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมระดับภูมิภาครวมทั้งขอความร่วมมือในการสนับสนุน และผลักดันกิจกรรมจากสมาชิก โดยผู้เข้าร่วมประชุมคือประธานบริษัท รวมถึงผู้บริหารระดับสูงของแต่ละบริษัท และตัวแทนจาก โตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น (TMC)

With dedication to create an environmental friendly innovation together with business growth associated with social sustainability, a long term environment management guideline (The 5th Environmental Action Plan) to be as a main policy of all affiliate companies of Toyota Thailand by also Toyota hope such guideline become effective in every region of the world. Therefore, Environment Committee has been selected in every region of the world in order supervise and promote environment management system in order to achieve target and implemented in the same direction. Toyota Environment Committee consist of the representative of each region around the world as follow: Japan (1992) Europe (2002) North America (2004) South America (2006) China (2007) Asia-Pacific (2007) and South Africa (2008).

For Asia Pacific Environment Committee (AP-EC), established in October 2007 and the members consisted of President of the Manufacturing and Sale Company (19 companies from 13 countries) in Toyota Asia-Pacific affiliates including; Thailand, Philippines, Indonesia, Vietnam, Singapore, Malaysia, Brunei, India, Pakistan, Taiwan, South Korea, Australia and New Zealand. Currently, Mr. Takahiro Iwase, President of Toyota Motor Asia-Pacific Engineering and Manufacturing (TMAP-EM) is Chairman. Sub-committee has been appointed to supervise environmental management in each area to be smoothly completed, which are: Manufacturing, Logistics, Purchasing, Sales and Services by TMAP-EM representing as a core in the organization moving and support all countries to achieve the target of The 5th Environmental Action Plan. By organizing two meetings a year (AP-EC meeting) which center of reports the regional environmental management, performance including requesting for cooperation and activity from the company president and Top Management including Toyota Motor Corporation Japan (TMC) with the purpose of environmental management implemented with harmony and

ASIA PACIFIC ENVIRONMENT COMMITTEE (AP-EC)



ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม เป็นไปด้วยความราบรื่น
ปีนี่ยังเป็นอีกหนึ่งปีที่มีการจัดการประชุมระดับคณะทำงานระดับภูมิภาค
(2nd AP environmental window meeting) ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่
23 - 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2555 ที่ผ่านมา ณ TMAP-EM ประเทศไทย

smooth. The 2nd AP environmental window meeting has
been organized during 23-24 February, 2011 at TMAP-EM in
Thailand.

กิจกรรมหลักของการประชุม

1) สถานะการจัดการสิ่งแวดล้อมและความคืบหน้าในเอเชีย
แปซิฟิกและการดำเนินการต่อไป สำนักงานส่งเสริมการจัดการสิ่งแวดล้อม
TMAP-EM ได้จัดการประชุมสิ่งแวดล้อมแห่งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก
ครั้งที่ 2 ซึ่งในการประชุมครั้งนี้ บริษัทในเครือโตโยต้า 18
แห่งในเอเชียแปซิฟิก (จากทั้งหมด 19 แห่ง) ได้มารวมตัวกันเพื่อ
แบ่งปันความคืบหน้าในด้านสิ่งแวดล้อมของตน อภิปรายเกี่ยวกับ
ปัญหาต่างๆ และแผนการดำเนินงานขั้นต่อไป นอกจากนี้ผู้เข้าร่วม
ทุกคนได้เข้าฟังการสาธิตการปลูกป่าแนวศ โดยใช้วิธีการปลูกป่าของ
ดร. อากิระ มิยาซากิ ที่พื้นที่ปลูกป่าแนวศ TMAP-EM

2) สัมมนาเชิงปฏิบัติการโดยคณะกรรมการย่อย
(ฝ่ายโลจิสติกส์ / ฝ่ายจัดซื้อ / ฝ่ายขาย)

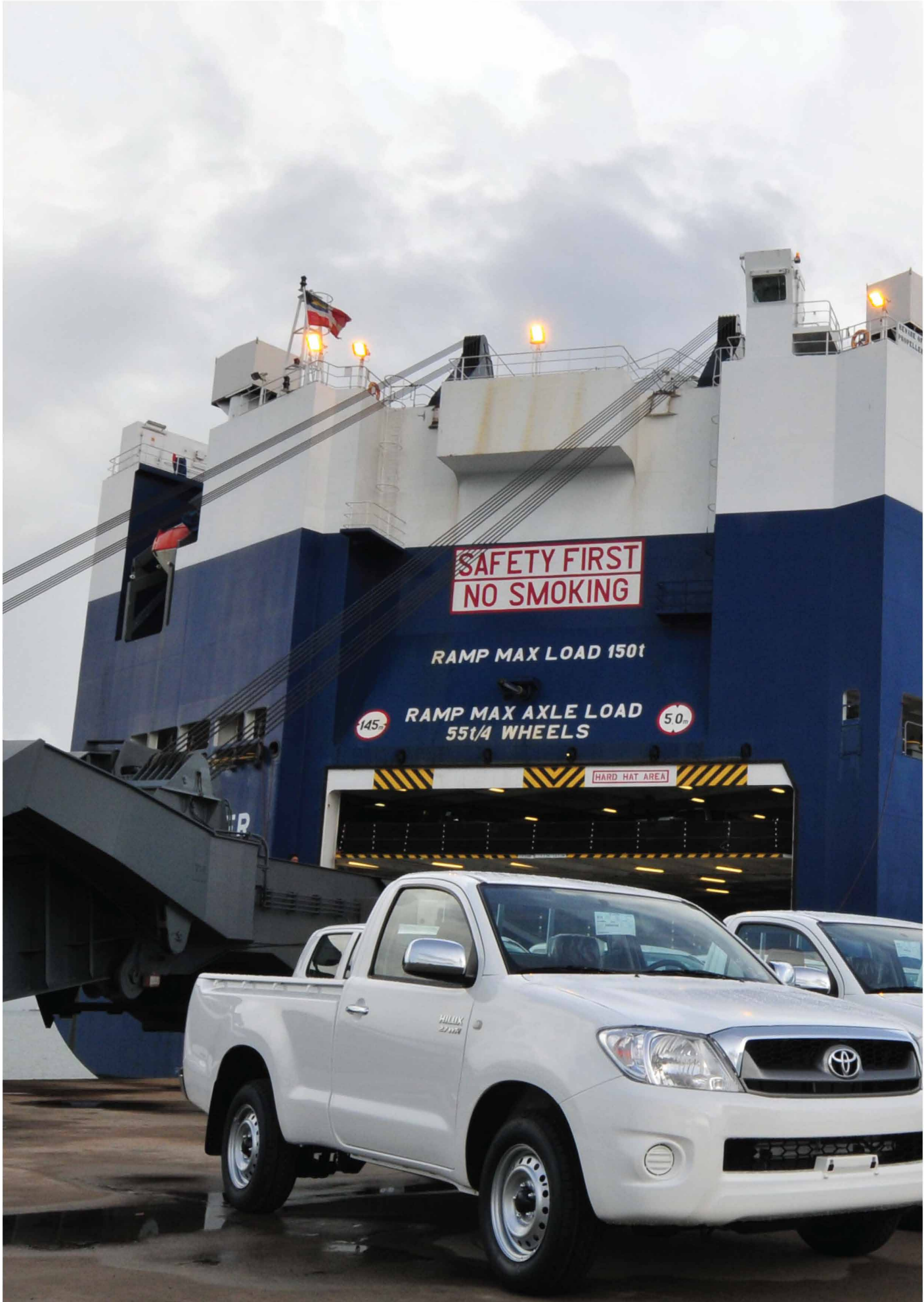
ในปีนี้มีคณะกรรมการย่อยจากฝ่ายโลจิสติกส์ ฝ่ายจัดซื้อ และฝ่ายขาย
ได้จัดการอภิปรายขนาดเล็กและสัมมนาเชิงปฏิบัติการให้แก่บุคคลที่มี
หน้าที่ดูแลด้านสิ่งแวดล้อมในเอเชียแปซิฟิกเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและ
กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมในเอเชียแปซิฟิกให้ได้ตามเป้าหมายของแผน
การดำเนินงานที่ 5 ในปี พ.ศ. 2559

HIGHLIGHT ACTIVITY

1) Environment Management Status in AP progress and
next actions Environment Management Promotion Office,
TMAP-EM conducted the 2nd Asia Pacific Environment
Window Meeting where Toyota 18 affiliates in AP (from total
of 19 affiliates) gathered together to share their environmental
progress, discussion on struggling points, and next action
plan. Moreover, all participants are involved in Eco-Forest
plantation demonstration by using Dr. Akira Miyawaki
plantation method at Eco-Forest area, TMAP-EM.

2) Workshop by sub-committees
(Logistics/Purchasing/ Sales)

In this year, Logistics, Purchasing, and Sales
sub-committees provided a small group discussion and
workshop to AP environmental window person. In order to
enhance AP environmental performance and activities to
achieve the 5th Environmental Action Plan in 2016.



**SAFETY FIRST
NO SMOKING**

RAMP MAX LOAD 150t

145

**RAMP MAX AXLE LOAD
55t/4 WHEELS**

50

HARD HAT AREA

**HILUX
2.5D**



การดำเนินงาน

ด้านเศรษฐกิจ

ECONOMIC PERFORMANCE



EXPORT PART LOGISTICS CENTER (BANGPAKONG)

รายรับ กำไรสุทธิ และสถิติการขายรถยนต์

การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

ผลการดำเนินงานในปี 2555 (ตั้งแต่เดือน เมษายน 2554 ถึง มีนาคม 2555) บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีปริมาณการขาย ที่ลดลงจากปีก่อนทั้ง ในส่วนของตลาด ในประเทศ และส่งออกซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากเหตุการณ์สึนามิ ที่ประเทศญี่ปุ่น ในเดือน มีนาคม 2554 และอุทกภัยที่เกิดขึ้น ในประเทศไทย ช่วงปลายปี 2554 ที่ทำให้วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต มีไม่เพียงพอต่อ ความต้องการ และส่งผลกระทบต่อการขาย ในท้ายที่สุด

จากสาเหตุข้างต้น ปริมาณการขายในปี 2555 มีประมาณ 590,000 คัน และยอดขายในปี 2555 ประมาณ 359,000 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 8% ในส่วน ของกำไรสุทธิ บริษัทมีกำไรสุทธิจำนวนกว่า 23,000 ล้านบาท

บริษัทโตโยต้า มอเตอร์ประเทศไทย จำกัด มีการเปิดตัว IMV - Big Minor Change ในเดือนสิงหาคม 2554 และเปิดตัว New Camry ในเดือนมีนาคม 2555 เพื่อเป็นการกระตุ้น ยอดขายให้ ได้ตามเป้าหมายที่บริษัทคาดการณ์ไว้ อีกทั้งเพื่อเป็นการเพิ่มความ หลากหลายของสินค้าโดยมีเป้าหมายที่จะรักษาอัตราการเจริญเติบโต ทั้งในด้านปริมาณขายและกำไรสุทธิให้เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้เพื่อ ความยั่งยืนของอุตสาหกรรมยานยนต์ ของประเทศไทยรวม

ตารางแสดง กำไรสุทธิและรายรับของกลุ่มโตโยต้า ในช่วงเวลา เม.ย. 46 - มี.ค. 55

| กำไรสุทธิ | | รายรับ | |
|-----------------|---------------------|-----------------|------------------|
| ช่วงเวลา | กำไรสุทธิ (ล้านบาท) | ช่วงเวลา | รายรับ (ล้านบาท) |
| เม.ย.46-มี.ค.47 | 4,695 | เม.ย.46-มี.ค.47 | 152,333 |
| เม.ย.47-มี.ค.48 | 11,345 | เม.ย.47-มี.ค.48 | 200,812 |
| เม.ย.48-มี.ค.49 | 16,956 | เม.ย.48-มี.ค.49 | 306,148 |
| เม.ย.49-มี.ค.50 | 9,638 | เม.ย.49-มี.ค.50 | 304,073 |
| เม.ย.50-มี.ค.51 | 10,718 | เม.ย.50-มี.ค.51 | 320,265 |
| เม.ย.51-มี.ค.52 | 11,005 | เม.ย.51-มี.ค.52 | 298,273 |
| เม.ย.52-มี.ค.53 | 9,175 | เม.ย.52-มี.ค.53 | 313,316 |
| เม.ย.53-มี.ค.54 | 24,341 | เม.ย.53-มี.ค.54 | 389,380 |
| เม.ย.54-มี.ค.55 | 23,272 | เม.ย.54-มี.ค.55 | 359,059 |

ตารางแสดง สถิติการขายรถยนต์ของกลุ่มโตโยต้าในปี 2554 (ช่วงเวลา ม.ค. 54 - ธ.ค. 54)

| สถิติ การขายรถยนต์ของกลุ่มโตโยต้าในปี 2554 (ช่วงเวลา ม.ค. 54 - ธ.ค. 54) | | | | |
|---|----------|-----------|------------------|------------|
| ปริมาณการขายในโตโยต้า (ในประเทศ) | จำนวนคัน | อันดับที่ | ส่วนแบ่งตลาด (%) | เติบโต (%) |
| จำนวนรวม (ยอดขายทั้งหมดของโตโยต้า) | 290,061 | 1 | 36.43 | (11.03) |
| รถยนต์นั่ง | 138,373 | 1 | 36.64 | (2.51) |
| รถเพื่อการพาณิชย์ | 151,688 | 1 | 39.09 | (17.59) |
| รถกระบะขนาด 1 คัน (รวมรถระบบดัดแปลง) | 134,970 | 1 | 36.89 | (18.10) |
| รถกระบะขนาด 1 คัน (ไม่รวมรถระบบดัดแปลง) | 121,887 | 1 | 37.20 | (15.47) |

NET PROFIT, INCOME AND STATISTIC OF SALES

ECONOMIC OPERATION

The business operation result of 2012 (from April 2011 to March 2012): Toyota Motor Thailand Co., Ltd. experienced a decrease in sales compared to the previous year in both domestic market and export ones due primarily to Tsunami disaster that hit Japan in March 2011 and the flood in Thailand during the end of 2011. As a result, the raw materials necessary for the production process were insufficient for the demand, and finally affected the sales.

For the reasons above, the number of cars sold in 2012 reached 590,000 and the amount of sales in 2012 was approximately 359,000 million baht, declining from the previous year by 8%.

As for the net profit, the company has a net profit of over 23,000 million baht. Toyota Motor Thailand Co., Ltd. launched IMV - Big Minor Change in August 2011 and New Camry in March 2012 in an attempt to increase sales to reach the expected target, and to broaden the variety of products with the aim of maintaining the constant growth rate in both sales and net profit for the sustainability of the country's overall automotive industry.

TOYOTA NET PROFIT AND INCOME RECORD DURING APR 03-MAR. 12

| NET PROFIT | | INCOME | |
|-----------------|---------------------------|-----------------|------------------------|
| Period | Net Profit (million baht) | Period | Revenue (million baht) |
| Apr 03 - Mar 04 | 4,695 | Apr 03 - Mar 04 | 152,333 |
| Apr 04 - Mar 05 | 11,345 | Apr 04 - Mar 05 | 200,812 |
| Apr 05 - Mar 06 | 16,956 | Apr 05 - Mar 06 | 306,148 |
| Apr 06 - Mar 07 | 9,638 | Apr 06 - Mar 07 | 304,073 |
| Apr 07 - Mar 08 | 10,718 | Apr 07 - Mar 08 | 320,265 |
| Apr 08 - Mar 09 | 11,005 | Apr 08 - Mar 09 | 298,273 |
| Apr 09 - Mar 10 | 9,175 | Apr 09 - Mar 10 | 313,316 |
| Apr 10 - Mar 11 | 24,341 | Apr 10 - Mar 11 | 389,380 |
| Apr 11 - Mar 12 | 23,272 | Apr 11 - Mar 12 | 359,059 |

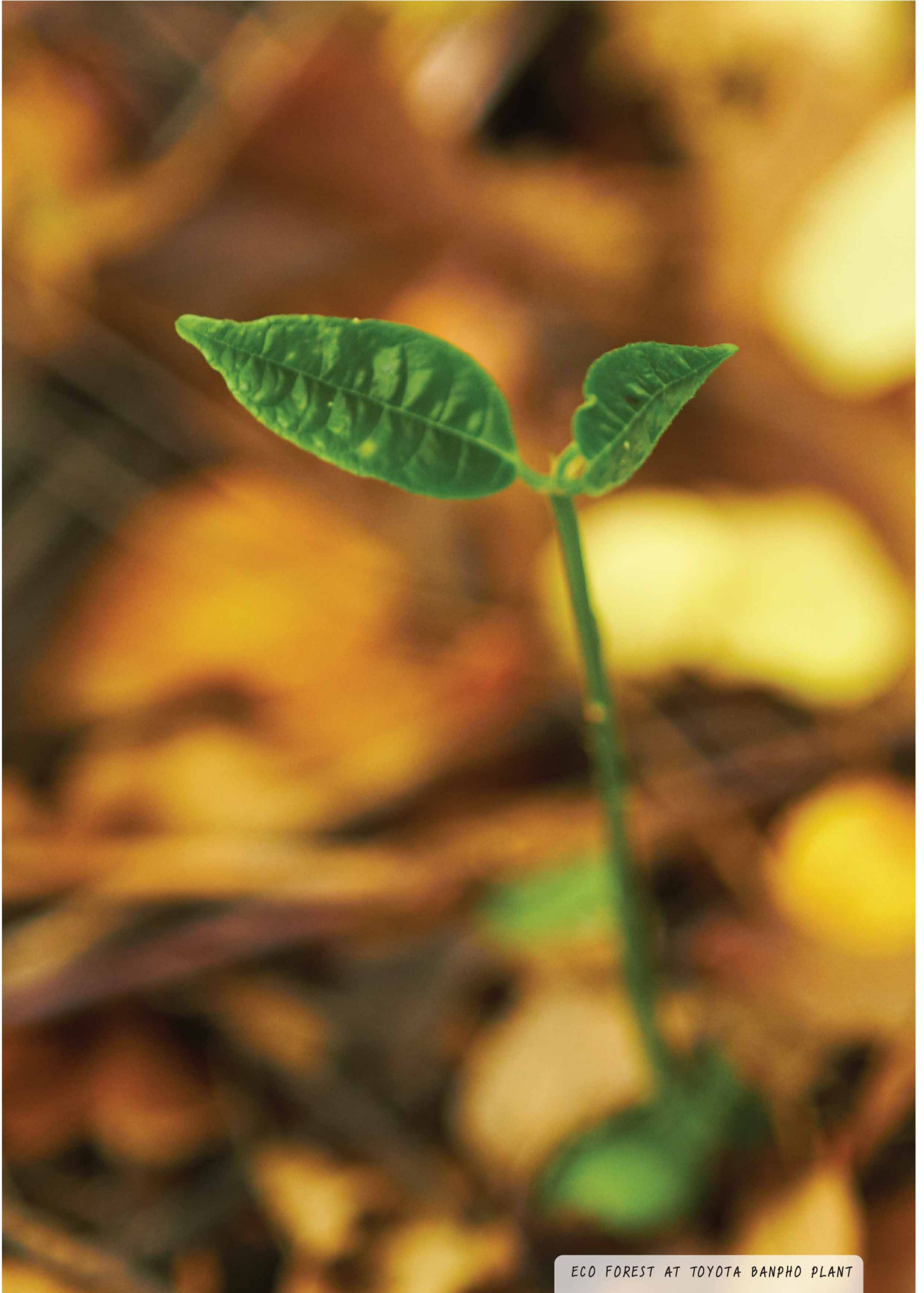
TOYOTA STATISTIC OF SALES RECORD IN 2011 (JAN'11 - DEC'11)

| STATISTIC | | TOYOTA SALES RECORD IN 2011 (JAN'11 - DEC'11) | | |
|---|---------|---|------------------|------------|
| THE NUMBER OF TOYOTA VEHICLES SOLD(DOMESTIC) | Number | Ranking | Market Share (%) | Growth (%) |
| Total sales of Toyota | 290,061 | 1 | 36.43 | (11.03) |
| Passenger Vehicles | 138,373 | 1 | 36.64 | (2.51) |
| Commercial Vehicles | 151,688 | 1 | 39.09 | (17.59) |
| 1-ton Pick Up Trucks (Modified ones included) | 134,970 | 1 | 36.89 | (18.10) |
| 1-ton Pick Up Trucks (Modified ones excluded) | 121,887 | 1 | 37.20 | (15.47) |



GRI

GLOBAL REPORT INITIATIVE



ECO FOREST AT TOYOTA BANPHO PLANT

| ITEM | DESCRIPTION | PAGE |
|---|---|---------|
| 1 STRATEGY AND ANALYSIS | | |
| 1.1 | Vision and Strategy regarding TMT's contribution to sustainable development | 16-19 |
| 2 ORGANIZATIONAL PROFILE | | |
| 2.1 | Name of the organization | 11-12 |
| 2.2 | Primary brands, products and/or services | 11-12 |
| 2.3 | Operational Structure of the organization | 13 |
| 2.4 | Local of organization's headquarter | 11-12 |
| 2.5 | Number of countries where the organization operates and Names or countries with either major operations | 11-12 |
| 2.7 | Markets served | 11-12 |
| 2.8 | Scales of the reporting organization | 3 |
| 2.9 | Significants changes during the reporting period regard size, structure or ownership | 8-9 |
| 2.10 | Awards received in the reporting period | 20-23 |
| 3 REPORT PARAMETERS REPORT PROFILE | | |
| 3.1 | Reporting period | 3 |
| 3.2 | Date of most recent previous report | 3 |
| 3.3 | Reporting cycle | 3 |
| 3.4 | Contact point for questions regarding the report or its contents | 110-112 |
| REPORT SCOPE AND BOUNDARY | | |
| 3.6 | Boundary of the report | 3 |
| 3.7 | State any specific limitations on the scope or boundary of the report | 3 |
| GRI CONTENT INDEX | | |
| 3.12 | Table identifying the location of the standard Disclosures in the reports. | 104-109 |

| <i>ITEM</i> | <i>DESCRIPTION</i> | <i>PAGE</i> |
|--|--|-------------|
| 4 GOVERNANCE, COMMITMENTS AND ENGAGEMENT GOVERNANCE | | |
| 4.4 | Mechanisms for shareholders and employees to provide recommendations or direction to the highest governance body. | 54-55 |
| 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. | 50-51, 55 |
| COMMITMENTS TO EXTERNAL INITIATIVES | | |
| 4.13 | Memberships in association (such as industry associations) and/or national/international advocacy organizations in which the organization | 11-12 |
| STAKEHOLDER ENGAGEMENT | | |
| 4.14 | List of stakeholder group engaged by the organization | 50-51 |
| 4.15 | Basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage | 50-51 |
| 4.16 | Approaches to stakeholder engagement, including frequency of engagement by type and by stakeholder group | 50-51 |
| 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. | 50-51 |

ECONOMIC PERFORMANCE INDICATOR

| ITEM | DESCRIPTION | 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. | 78-79 |
| EC2 | Financial implications and other risks and opportunities for organizations activities due to climate change. | 34-35 |
| ASPECT: MARKET PRESENCE | | |
| EC6 | Policy, practices and proportion of spending on locally based suppliers at significant locations of operation. | 48-49 |

ENVIRONMENTAL PERFORMANCE INDICATOR

| ITEM | DESCRIPTION | PAGE |
|----------------------|---|------------------|
| ASPECT: MATERIALS | | |
| EN1 | Materials used by weight or volume | 42 |
| ASPECT: ENERGY | | |
| EN3 | Materials used by weight or volume | 42 |
| EN5 | Energy saved due to conservation and efficiency improvements | 40 |
| EN6 | Initiatives to provide energy-efficient or renewable energy based products and services, and reductions in energy requirements as a results of these initiatives. | 28 |
| ASPECT: WATER | | |
| EN8 | Total water withdrawal by source | 32, 42 |
| EN10 | Percentage and total volume of water recycled and reused | 32 |
| 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. | 66-68, 69, 84-85 |
| EN12 | Description of significant impacts of activities, products and services on biodiversity in protected areas of high biodiversity value outside protected areas. | 66-68, 69, 84-85 |
| EN13 | Habitats protected of restored | 66-68, 69, 84-85 |
| EN14 | Strategies, current actions, and future plans for managing impacts on biodiversity | 66-68, 69, 84-85 |

SOCIAL PERFORMANCE INDICATOR

| ITEM | DESCRIPTION | 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. | 56-57, 58 |
| LA9 | Health and safety topics covered in formal agreements with trade unions | 26-27 |
| ASPECT: TRAINING AND EDUCATION | | |
| LA10 | Programs for skills managements and lifelong learning that support the continued employability of employees and assist them in managing career endings. Human Rights Performance Indicator | 56-57 |

HUMAN RIGHTS PERFORMANCE INDICATOR

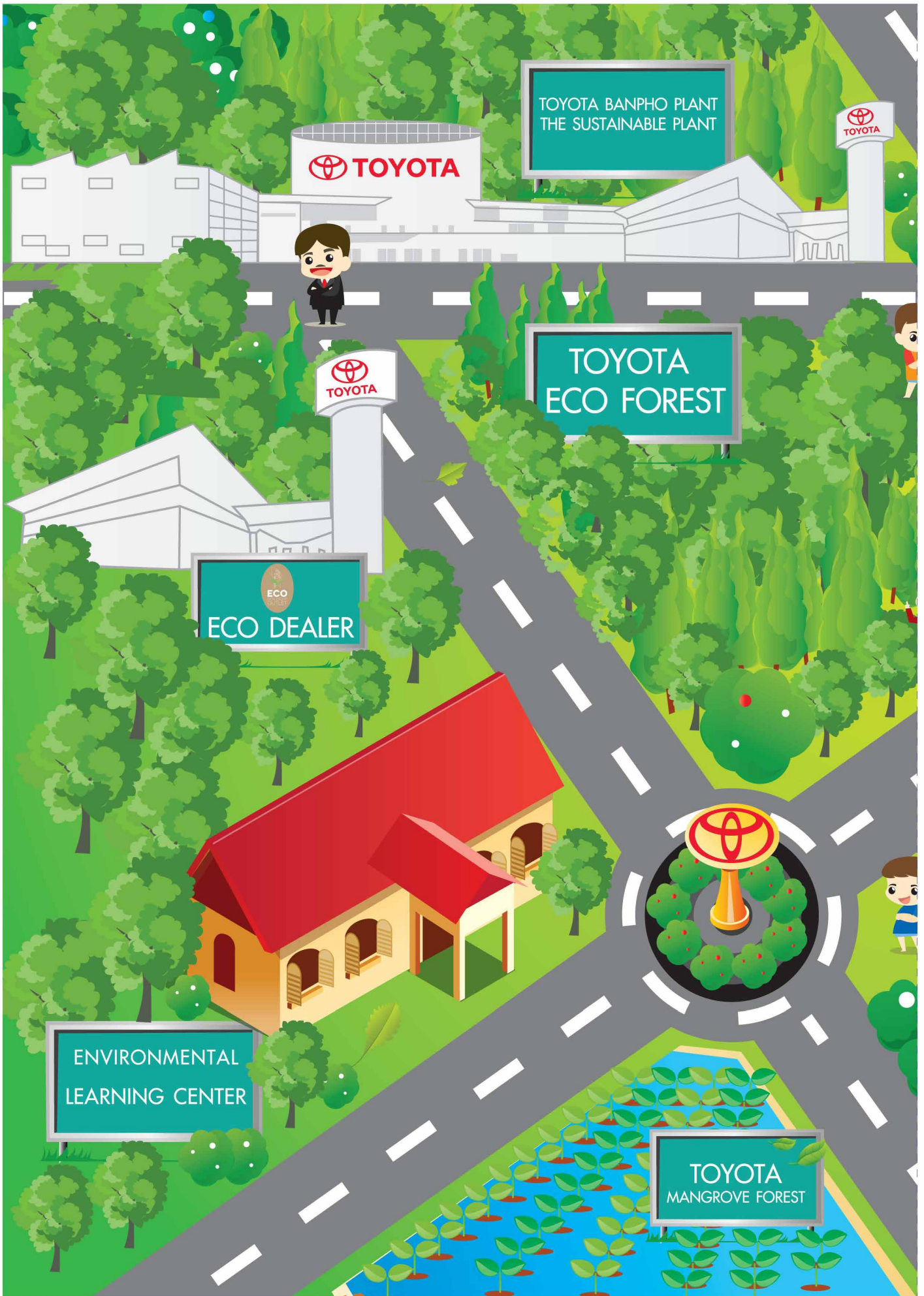
| ITEM | DESCRIPTION | PAGE |
|--|--|-----------|
| ASPECT: NON-DISCRIMINATION | | |
| HR4 | Total number of incidents of discrimination and actions taken. | 55 |
| ASPECT: FREEDOM OF ASSOCIATION AND COLLECTIVE BARGAINING | | |
| HR5 | Operations identified in which the right to exercise freedom or association and collective bargaining may be at significant risk, and actions taken to support these rights. | 50-51, 55 |

SOCIETY PERFORMANCE INDICATOR

| ITEM | DESCRIPTION | PAGE |
|--------------------|---|-----------------------------|
| ASPECT: COMMUNITY | | |
| SO1 | Nature, scope, and effectiveness of any programs and practices that assess and manage the impacts of operations of communities, including entering, operating, and exiting. | 72-73, 74-76, 80, 92-94, 95 |
| ASPECT: CORRUPTION | | |
| SO3 | Percentage of employees trained in organization's anti-corruption policies and procedures. | 55 |
| SO4 | Actions taken in response to incidents of corruption. | 55 |

PRODUCT RESPONSIBILITY PERFORMANCE INDICATOR

| ITEM | DESCRIPTION | PAGE |
|--------------------------------------|--|----------------------|
| ASPECT: PRODUCT AND SERVICE LABELING | | |
| PR5 | Practices related to customer satisfaction, including results of surveys measuring customers | 62-63, 70,-71, 96-97 |



TOYOTA BANPHO PLANT
THE SUSTAINABLE PLANT

TOYOTA

TOYOTA

TOYOTA
ECO FOREST

ECO
DEALER

TOYOTA

ENVIRONMENTAL
LEARNING CENTER

TOYOTA
MANGROVE FOREST





EVALUATION QUESTIONNAIRE

We would like to tailor Sustainable report to meet your expectations.

Please tell us your opinion

➔ What do you think about this report?

Very Good

Average

Good

Poor

➔ Which topics interested you?

Poor -----➔ Good

1. Appropriate Contents And Enjoyable To Read.
2. Content Can Be Understood Easily
3. Content Is Up-to-date For Curent Situation
4. The Book Is Precise Of Your Needs
5. Knowledges Can Be Applied
6. Overall Satisfaction

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| 1. Appropriate Contents And Enjoyable To Read. | | | | | |
| 2. Content Can Be Understood Easily | | | | | |
| 3. Content Is Up-to-date For Curent Situation | | | | | |
| 4. The Book Is Precise Of Your Needs | | | | | |
| 5. Knowledges Can Be Applied | | | | | |
| 6. Overall Satisfaction | | | | | |

➔ Which topics interested you?

- About Toyota
- Environmental performance
- Social performance
- Social contribution
- Environmental Social contribution
- Safety Social contribution
- Economic performance
- Special Articles
- Others please indicate.

| |
|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |

Any comments or suggestions

Please provide us with some information about yourself to assist us in the better understanding users of our report (all items optional)

Which stakeholder group do you belong?

- Shareholder/Investor
- Broker/Analyst
- Government Agency
- Academic/ Student
- Customer
- NGO
- others

| |
|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |

Name.....
 Organization.....
 Email.....

1. Fill in this questionnaire and send it by mail to:
 TOYOTA MOTOR THAILAND CO.,LTD
 SAFETY AND ENVIRONMENT PROMOTION OFFICE
 186/1 MOO 1 OLD RAILWAY ROAD SAMRONG TAI, PHRAPADAENG, SAMUT PRAKARN 10130
2. Fill in this questionnaire and FAX TO +662-386-1956
3. Fill in this questionnaire and EMAIL TO SEO@TOYOTA.CO.TH

The first 50 persons to fill in the questionnaire and received by June 30, 2013, will received a gift by way of thanks for your kind cooperation.



 TOYOTA



Eco Network

เครือข่ายเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

ECO FOREST AT TOYOTA BANPHO PLANT

รายงานสิ่งแวดล้อม
2546



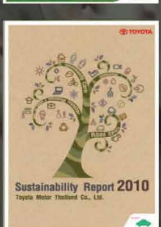
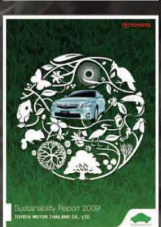
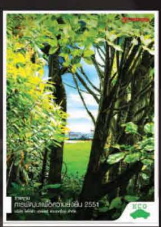
บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด



Environmental
Report
2005

Toyota Motor Thailand Co., Ltd.

Sustainability Report 2006





TOYOTA MOTOR THAILAND CO., LTD.,

186/1 Moo 1, Railway Rd., Samrong Tai, Phra Pradaeng, Samutparkan 10130
www.toyota.co.th / tel: +(0) 2366 1000