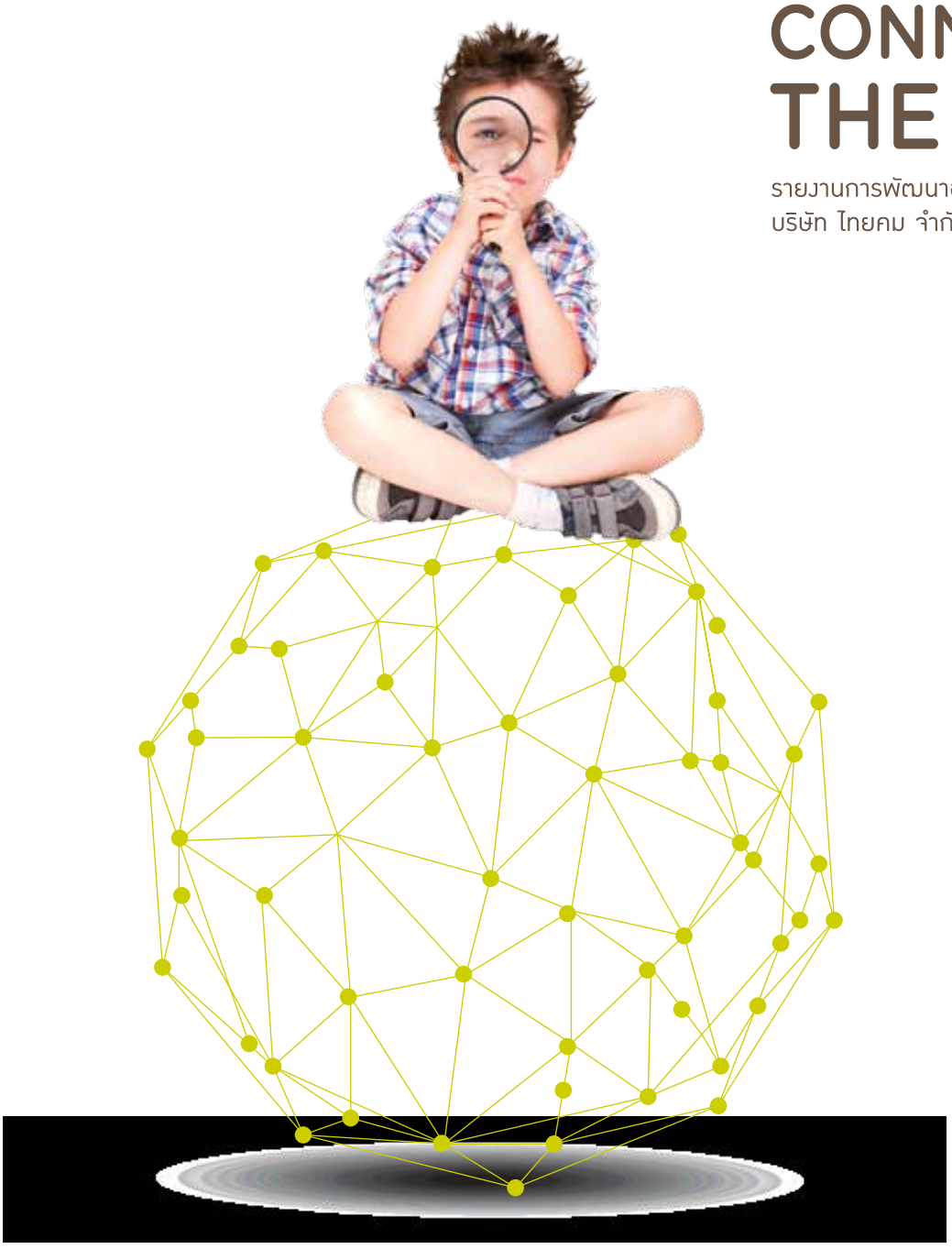
THAICOM

CONNECTING THE FUTURE

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนประจำปี 2557
บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน)





สารบัญ

2 สารจากผู้บริหาร
- ประธานคณะกรรมการบริษัท
- ประธานคณะกรรมการการพัฒนาอย่างยั่งยืน และ ประธานกรรมการบริหารและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

7 รู้จักไทยคม

9 ไทยคมกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน
- วิสัยทัศน์ และพันธกิจสู่ความยั่งยืน
- กรอบการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- กลยุทธ์ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของไทยคม
- ปัจจัยความเสี่ยง
- การจัดการและการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- เชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- การคัดเลือกประเด็นสำคัญ

28 ผลการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของไทยคม
- สร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่ออนาคต
- สร้างโอกาสในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และการให้บริการ
- ความรับผิดชอบของไทยคม
- ผลงานและรางวัลแห่งความภาคภูมิใจ

46 เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

47 GRI Index



CONNECTING THE FUTURE

เชื่อมต่ออนาคต เชื่อมต่อความสำเร็จสู่ทุกชีวิต

ไทยคม มุ่งสู่การเป็นผู้นำระดับโลก ในการให้บริการดาวเทียมสื่อสารแบบครบวงจร ด้วยการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางธุรกิจ เทคโนโลยี และบริการใหม่ๆ ที่ดียิ่งกว่า เพื่อยกระดับและเพิ่มคุณค่าธุรกิจดาวเทียมและการสื่อสารให้ก้าวไกล ตลอดจนยังประโยชน์ต่อสังคมในระดับสากล

ไทยคม ไม่เพียงมุ่งสร้างคุณค่าทางธุรกิจหากแต่ยังคงสร้างคุณค่าให้กับสังคมและอุตสาหกรรมโดยรวมไปพร้อมกัน ด้วยกลยุทธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งองค์กร ธุรกิจ เศรษฐกิจ การศึกษา สังคม และชุมชน โดยเชื่อมโยงทุกภาคส่วนเข้าด้วยกัน เพราะเราเห็นถึงความสำคัญของการอยู่ร่วมกัน และเชื่อว่าพลังอันแข็งแกร่งจากทุกภาคส่วน คือรากฐานสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่อนาคต พร้อมก้าวสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกัน

สารจากผู้บริหาร
สารจากประธานคณะกรรมการบริษัท



ยมองข้ามการส่งเสริม
ะลดช่องว่าง
า... เพราะเราเชื่อมั่น
การศึกษาไทยเข้มแข็ง
แข็งแรง...”

การดำเนินธุรกิจและให้บริการของ บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะในด้านการให้บริการการสื่อสารผ่านโครงข่ายโทรคมนาคมผ่านดาวเทียม ควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ไทยคมต้องให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ คำนึงถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืน หรือ Sustainable Development (SD) ในด้านต่างๆ อาทิ การกำหนดทิศทางการสื่อสาร การพัฒนาอุตสาหกรรมโทรคมนาคม การรักษาความมั่นคงของประเทศ บนพื้นฐานของธรรมาภิบาล ไทยคม ถือว่าการดำเนินธุรกิจของเราเป็นพื้นฐานและเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

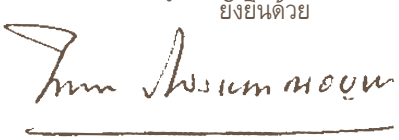
ในปี 2557 บริษัทได้สร้างกระบวนการและโครงการหลักด้านการสนับสนุนการศึกษาหลายโครงการด้วยกัน โดยเน้นการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างบริษัท และสังคม อาทิ โครงการ “ไทยคิด ไทยคม” สร้างโอกาสในการศึกษาให้แก่เด็ก เยาวชนและผู้ด้อยโอกาสในพื้นที่ขาดแคลนครูและเข้าถึงช่องทางการสื่อสารได้ลำบาก โดยติดตั้งชุดรับสัญญาณการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมทั่วประเทศ จำนวนไม่ต่ำกว่า 3,000 ชุด มีผู้ได้รับประโยชน์กว่า 600,000 คน พร้อมกันนี้ ไทยคม ยังมุ่งเน้นสร้างองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ อวกาศและดาวเทียม ในเวลาเดียวกันด้วย บริษัทจัดให้มีกิจกรรมและโครงการความร่วมมือกับพันธมิตรจากหลากหลายภาคส่วน เช่น การส่งมอบและติดตั้งจานดาวเทียมร่วมกับกระทรวงศึกษาธิการ การจัดนิทรรศการอวกาศระดับโลกเพื่อคนไทย “นาซา เอ ฮิวแมน แอดเวนเจอร์” (NASA - A HUMAN ADVENTURE) ซึ่งสร้างแรงบันดาลใจให้กับเด็กและเยาวชนไทย การเรียนรู้เกิดจากการได้สัมผัสประสบการณ์จริงผ่านนิทรรศการ ตลอดจนการถ่ายทอดจากวิทยากรอาสาสมัครไทยคม ที่ประจำอยู่กับนิทรรศการต่างๆ เพื่อเปิดโอกาสการเรียนรู้และลดข้อจำกัดลงให้มากที่สุด

เป็นที่ประจักษ์ว่า ตลอดระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ไทยคม ไม่เคยมองข้ามการส่งเสริมการเข้าถึงและลดช่องว่างทางการศึกษา โดยเหตุดังกล่าว ในยุคเศรษฐกิจดิจิตอล (Digital Economy) รวมถึงการเกิดขึ้นของความร่วมมืออาเซียนตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นไป ไทยคม จึงมุ่งสร้างสรรค์นวัตกรรมทางธุรกิจและเทคโนโลยี สร้างองค์ความรู้และใช้ความเชี่ยวชาญ ตลอดจนทรัพยากรของบริษัท ในการยกระดับธุรกิจดาวเทียมและการสื่อสาร ในขณะเดียวกันก็มุ่งเน้นการส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาการเรียนรู้คู่คุณธรรมอย่างครอบคลุมต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสนับสนุนการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ซึ่งถือเป็นการใช้ศักยภาพในการดำเนินธุรกิจของไทยคมโดยตรง เพราะเราเชื่อมั่นเสมอมาว่า “การศึกษาไทยเข้มแข็ง ประเทศไทยแข็งแรง มั่งคั่ง มั่นคง ยั่งยืน และอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข”

ไทยคม เชื่อว่าบริษัทสามารถช่วยพัฒนาคนผ่านการส่งเสริมการศึกษา และการสร้างคนที่มีคุณภาพ มีศักยภาพในการเรียนรู้ย่อมก่อให้เกิดภูมิปัญญา นำไปสู่การคิดเป็นทำเป็น ต่อยอดและประยุกต์ใช้ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและมาตรฐานความเป็นอยู่ ไทยคม จึงมุ่งเปิดโอกาสทางการศึกษาให้กับโรงเรียนห่างไกลและด้อยโอกาส โดยจะเพิ่มปริมาณการเข้าถึงการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมให้กับโรงเรียนชายขอบ โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน โรงเรียนด้อยโอกาสในพื้นที่ทุรกันดาร ลดปัญหาการขาดแคลนครูผู้สอนด้วยการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม โดยเฉพาะในเรื่องการสนับสนุนการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ไทยคม มีโครงการร่วมกับส่วนราชการและองค์กรอิสระต่างๆ เพื่อซ่อมบำรุงและเข้าเปลี่ยนอุปกรณ์รับสัญญาณดาวเทียมที่ชำรุดหรือต้องการเพิ่มเติมในโรงเรียนและศูนย์รวมของชุมชนต่างๆ ทั่วประเทศด้วย ไทยคมจึงได้กำหนดไว้ในแผนกลยุทธ์ประจำปี และแผนระยะถัดๆ ไปอย่างชัดเจน ในที่สุดแล้ว หากสังคมเจริญก้าวหน้า ธุรกิจก็จะสามารถพัฒนาเติบโตอย่างแข็งแกร่งได้เช่นกัน

นอกจากนี้ เพื่อรองรับการเติบโตและการให้บริการในยุคเศรษฐกิจดิจิตอลและนวัตกรรม ซึ่งเน้นการได้รับข้อมูลที่ทันท่วงทีและสามารถนำมาสร้างคุณค่าในเชิงเศรษฐกิจควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพชีวิต ไทยคม ยังได้สร้างสรรค์และเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่เสมอ ด้วยการนำนวัตกรรมที่ตอบสนองต่อความท้าทายและการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เช่น การใช้จอแสดงผลหลายจอพร้อมๆ กัน (Multi-screen) ซึ่งตอบสนองความต้องการใช้งานข้อมูลหลายๆ ส่วน ในเวลาเดียวกัน มีความต้องการสื่อสารถึงกันได้ทุกที่ทุกเวลา นอกจากนี้ สำหรับผู้เรียนแล้ว ยังมีความต้องการเรียนรู้แบบไม่ถูกจำกัดไม่ว่าในเชิงสถานที่หรือรูปแบบวิธีการก็ตาม ดังนั้น ไทยคมจึงวางแผนการดำเนินงานที่มุ่งเน้นให้นวัตกรรมเทคโนโลยีดาวเทียมเพื่อการสื่อสารและโครงข่ายดิจิตอลเป็นประโยชน์กับรูปแบบการใช้ชีวิตของคนในสังคมได้อย่างหลากหลาย ทั่วถึง และเท่าเทียม ขณะเดียวกันก็ให้สามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วย เช่น การช่วยลดการเดินทาง ช่วยประหยัดเวลาและน้ำมันเชื้อเพลิง ด้วยโครงข่ายการส่งต่อข้อมูล (Content Delivery Network) เป็นต้น

ไทยคม กำหนดทิศทางการเชื่อมโยงสู่อนาคต โดยจะเร่งสร้างโอกาส สร้างเทคโนโลยี สร้างคน เพื่อนำการพัฒนาและก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกอย่างสร้างสรรค์สู่สังคมไทย ไทยคม จะยังคงส่งเสริมให้เด็ก เยาวชนและคนไทย ได้ปรับตัวในกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา เอาใจใส่ในคุณธรรม รับผิดชอบต่อสังคมรอบข้าง และรู้เท่าทันสภาวการณ์ของโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รุนแรงและกว้างขวาง ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลและการสื่อสารอยู่เสมอ ซึ่งแน่นอนว่าการสนับสนุนการศึกษาและพัฒนาเด็กตั้งแต่อยู่ในครรภ์มารดาและเยาวชนและผู้สูงวัยจนถึงเชิงตะกอนเช่นนี้ ย่อมเป็นส่วนหนึ่งในการเติบโตอย่างแข็งแกร่งของประเทศไทยในอนาคตต่อๆ ไป ซึ่งเป็นความภาคภูมิใจของไทยคมในการเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาประเทศไปสู่โลกยุคใหม่อย่างยั่งยืนด้วย



พารณ อิศรเสนา ณ อยุธยา
ประธานกรรมการบริษัทฯ

สารจากประธานคณะกรรมการการพัฒนาอย่างยั่งยืน



ธะสัญญาสู่ความยั่งยืนของเรา
การ “สร้างโอกาส...
งอนาคต” ในทุก footprint
ให้ไทยคมเติบโตเคียงข้าง
ชนและสังคมที่เราอาศัยอยู่
ดำเนินธุรกิจ

ในช่วงปี 2557 ไทยคม ได้รุกพรมแดนใหม่และเปิดตัวนวัตกรรมในการดำเนินธุรกิจหลายส่วนที่สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน ด้วยความมุ่งมั่นในการก้าวสู่ความเป็นผู้นำด้านการสื่อสารผ่านดาวเทียมแห่งเอเชีย ไทยคม มุ่งพัฒนาประสิทธิภาพภายใต้กรอบการทำงาน 4 ประการ ได้แก่ การสร้างนวัตกรรม (Innovation) การเข้าถึงการสื่อสาร (Accessibility) การรับผิดชอบทั้งในเชิงคุณภาพและเนื้อหา (Responsibility) และการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล (Corporate Governance) ทั้งในขั้นตอนการดำเนินธุรกิจของทุกส่วนงานภายใน และในประเด็นการสนับสนุนการศึกษาที่สามารถก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมภายนอก โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย เหล่านี้ล้วนเป็นพันธกิจสู่ความยั่งยืนที่ไทยคมดำเนินการอย่างเต็มที่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

สำหรับการพัฒนาความยั่งยืนนั้น บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาและเสริมสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงานของแต่ละส่วนงาน (In-process) โดยถือเป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดแผนกลยุทธ์และมีการติดตามวัดและประเมินผล

ในส่วนของการสร้างนวัตกรรม มีโครงการต่างๆ ทั้งในรูปแบบการตลาด การเงิน และเทคโนโลยี อาทิ การให้บริการ Wi-Fi บนเครื่องบินการคิดค้นรูปแบบบริหารการเงินแบบลดต้นทุนด้วยการออกหุ้นกู้สำหรับโครงการดาวเทียมไทยคม 7 เป็นต้น

ในเรื่องของการเข้าถึงการสื่อสาร และการรับผิดชอบทั้งในเชิงคุณภาพและเนื้อหา ย่อมทำให้ไทยคมสามารถให้บริการลูกค้าธุรกิจและผู้ใช้งานปลายทาง ซึ่งมีกลุ่มผู้ใช้งานทั้งในและต่างประเทศในกว่า 120 ประเทศทั่วโลกได้อย่างต่อเนื่อง เพียงพอ และทั่วถึง ในรายงานฉบับนี้จะได้กล่าวถึงในรายละเอียดต่อไป

และเพื่อให้มั่นใจว่าการเติบโตที่แข็งแกร่งของบริษัทจะเป็นไปอย่างอย่างยืนอย่างแท้จริง ผู้บริหารเน้นย้ำเสมอในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ทีมงานคำนึงถึงและยึดถือปฏิบัติงานภายใต้กรอบของธรรมาภิบาลเสมอ

สำหรับปี 2558 ไทยคม ยังมีนโยบายที่จะพัฒนากระบวนการทำงานภายในและขณะเดียวกันจะดูแลสังคมภายนอกอย่างต่อเนื่อง เพื่อเตรียมความพร้อมตามทิศทาง Connecting the Future โดยคำนึงถึงการเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืนเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานต่อไป นั่นหมายถึง เราจะกำหนดกลยุทธ์โดยคำนึงถึงการสร้างประโยชน์และลดผลกระทบที่มีต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมต่อไป

ในด้านสังคม กระบวนการของการติดตั้งจานดาวเทียม ในโครงการ “ไทยคิด ไทยคม” ไทยคมเลือกใช้ช่างติดตั้งที่อยู่ในแต่ละชุมชน และมีการจ้างงานคนในชุมชนเป็นผู้ติดตั้ง ให้บริการช่องสัญญาณที่มีคุณภาพและเพียงพอ เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนได้มีคุณภาพชีวิต สร้างงาน และสร้างรายได้เพิ่ม ทั้งนี้ รวมไปถึงการสนับสนุนการศึกษาผ่านการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมและการส่งเสริมการเรียนรู้ด้านวิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ คณิตศาสตร์ และอวกาศ ผ่านโครงการเพื่อสังคมต่างๆ อาทิ “ไทยคิด ไทยคม” ที่มีหลากหลาย เช่น เครือข่ายโรงเรียนไทยคม ห้องเรียนไทยคม ไปจนถึงนิทรรศการอวกาศและดาวเทียม เช่น NASA - A HUMAN ADVENTURE ที่ส่งเสริมด้านการมอบแรงบันดาลใจและความรู้แก่เยาวชน ที่ริเริ่มในปี 2557 ด้วย

ในด้านสิ่งแวดล้อม บริการของไทยคม จะช่วยอนุรักษ์และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น บริการ CDN (Content Delivery Network) คือ การให้บริการโอนถ่ายข้อมูลผ่านดาวเทียม ซึ่งช่วยลดการเกิดมลภาวะที่เป็นพิษในกระบวนการโลจิสติกส์ อีกทั้งช่วยประหยัดพลังงาน ในขณะเดียวกัน ก็สามารถส่งมอบคุณภาพสัญญาณที่เป็นเลิศให้กับคู่ค้า และลูกค้าของไทยคม รวมถึงโครงการ iSAVE โดยส่งเสริมให้พนักงานมีการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและรู้คุณค่า โดยตระหนักถึงการรักษาสภาพแวดล้อมเป็นสำคัญอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง จนก่อเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ดี และเป็นรากฐานแห่งการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

ในด้านเศรษฐกิจ การบริหารจัดการระบบการตลาดและการเงิน จะเป็นอีกภารกิจที่ไทยคมต้องมุ่งค้นหานวัตกรรมที่จะช่วยให้เกิดคุณค่าร่วมระหว่างผลการดำเนินงานด้านการเงินของบริษัทกับเศรษฐกิจของประเทศในเชิงบวก

กระบวนการดำเนินงานต่างๆ เหล่านี้ จะนำพาไทยคมไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนผ่านการกำกับดูแลและสนับสนุนแนวทางการดำเนินงานจากคณะกรรมการการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Committee) และคณะทำงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Working Group) โดยมุ่งสร้างกรอบการทำงานอย่างมีกลยุทธ์ มีแนวทางที่ชัดเจน วัดและประเมินผลได้ รวมถึงจะได้รายงานต่อคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับทราบถึงพันธะสัญญาสู่ความยั่งยืนของเรา คือ การ “สร้างโอกาส... สร้างอนาคต” ในทุก footprint เพื่อให้ไทยคมเติบโตเคียงข้างชุมชนและสังคมที่เราอาศัยอยู่และดำเนินธุรกิจ



ศุภจี สุธรรมพันธุ์
ประธานคณะกรรมการการพัฒนาอย่างยั่งยืน
ประธานกรรมการบริหารและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร


THAICOM

รู้จักไทยคม

บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ภายใต้ชื่อ “THCOM” เป็นผู้นำการให้บริการด้านโทรคมนาคมผ่านดาวเทียม ที่มีการนำเสนอบริการทั้งบรอดคาสต์และ บรอดแบนด์ ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2534

เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2534 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช โปรดเกล้าฯ พระราชทานนามดาวเทียมสื่อสารแห่งชาติดวงแรกของโครงการอย่างเป็นทางการว่า “ไทยคม” (THAICOM) มาจากคำว่า Thai Communications หรือ ไทยคมนาคม เพื่อเป็นสัญลักษณ์เชื่อมโยงประเทศไทยกับเทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่ จนถึงปัจจุบัน บริษัทประสบความสำเร็จในการจัดส่งและให้บริการดาวเทียมไทยคมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 7 ดวง โดยมีดาวเทียมที่อยู่ระหว่างปฏิบัติงานเพื่อให้บริการเต็มรูปแบบ จำนวน 4 ดวง ซึ่งในปี 2557 ถือว่าเป็นอีกหนึ่งปีของการเติบโตไปอีกก้าวของบริษัท อันเนื่องมาจากบริษัทได้จัดส่งดาวเทียมถึง 2 ดวง ขึ้นสู่วงโคจรได้สำเร็จ ได้แก่ ดาวเทียมไทยคม 6 (จัดส่งขึ้นสู่วงโคจรเมื่อวันที่ 7 มกราคม 2557) และดาวเทียมไทยคม 7 (จัดส่งขึ้นสู่วงโคจรเมื่อวันที่ 7 กันยายน 2557) ทำให้บริษัทมีความสามารถในให้บริการครอบคลุมเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทวีปแอฟริกา เอเชียใต้ และทวีปออสเตรเลีย โดยบริษัทมีแผนที่จะจัดส่งดาวเทียมไทยคม 8 ในปี 2559 ต่อไป

ด้วยศักยภาพธุรกิจและเทคโนโลยีดาวเทียมที่โดดเด่นในระดับคุณภาพมาตรฐานโลกพร้อมด้วยทีมวิศวกรดาวเทียมและทีมงานที่มากประสบการณ์ ทำให้บริษัทสามารถนำเสนอโซลูชั่นบริการที่ล้ำหน้าในด้านการติดต่อสื่อสารและการบริหารจัดการดาวเทียมที่ครบวงจร ให้กับประเทศต่างๆ ในหลายภูมิภาค เพื่อการเชื่อมต่อการสื่อสารได้ในทุกที่ รวมถึงการเข้าไปสนับสนุนระบบการสื่อสารในช่วงที่เกิดภัยพิบัติต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศอีกด้วย

THAICOM 4 (IPSTAR)

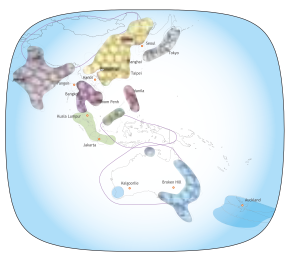
Service Footprint

ดาวเทียมไทยคม 4 เป็นดาวเทียมบรอดแบนด์ ดวงแรกของโลกที่ให้บริการครอบคลุมกว่า 200 ประเทศ



THAICOM 4 Specifications

119.5°	East Orbital Slot
45	Gbps Bandwidth Capacity
84	Spot Beams
7	Broadcast Beams
3	Shaped Beams
15	Years of Service Life



THAICOM 5

Service Footprint

ดาวเทียมไทยคม 5 ประกอบด้วยย่านความถี่ C-Band Global Beam ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ 4 ทวีป คือ เอเชีย ยุโรป ออสเตรเลีย และ แอฟริกา ส่วนพื้นที่การให้บริการ Spot Beam ในย่านความถี่ Ku-Band นั้นครอบคลุม ประเทศไทย และประเทศในภูมิภาคอินโดจีน ส่วน Steerable Beam ในย่านความถี่ Ku-Band ครอบคลุมประเทศเวียดนาม และประเทศในภูมิภาคอินโดจีน



THAICOM 5 Specifications

Manufacturer	Alcatel Alenia Space, France
Orbital Slot	78.5° East
Design Life	>12 Years
Attitude Control	3-Axis Stabilized
Launch Mass	2,776 Kg
Launch Date	May 27, 2006
Transponder Capacity:	
C-Band	25 TPE
Ku-Band	15 TPE



THAICOM 6 (AFRICOM 1)

Service Footprint

ดาวเทียมไทยคม 6 ประกอบด้วยย่านความถี่ Ku-Band ซึ่งมีพื้นที่ให้บริการครอบคลุม ประเทศไทย และประเทศในภูมิภาคอินโดจีนและย่านความถี่ C-Band ที่ครอบคลุมภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และทวีปแอฟริกา



THAICOM 6 Specifications

Manufacturer	Orbital Sciences Corporation, USA
Orbital Slot	78.5° East
Design Life	15 Years
Attitude Control	3-Axis Stabilized
Launch Mass	<3,325 Kg (7,330 lb.)
Launch Date	2013
Transponder Capacity:	
C-Band	24 TPE
Ku-Band	9 TPE



THAICOM 7

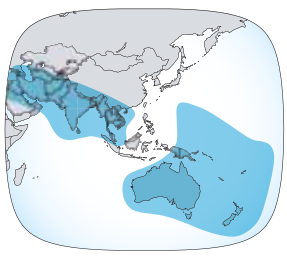
Service Footprint

ดาวเทียมไทยคม 7 ประกอบด้วยย่านความถี่ C-Band มีพื้นที่ให้บริการกว้าง ครอบคลุมภูมิภาคเอเชียใต้ อินโดจีน รวมถึงออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ภายในบีมเดียวกัน



THAICOM 7 Specifications

Manufacturer	Space Systems Loral , USA
Orbital Slot	120° East
Design Life	15 Years
Attitude Control	3-Axis Stabilized
Launch Mass	Approx. 3700 kg
Launch Date	2014
Transponder Capacity:	
C-Band	14 TPE



ธุรกิจของไทยคม

ไทยคม เป็นผู้นำธุรกิจดาวเทียมที่มุ่งมั่นในการคิดค้นนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อเชื่อมต่อการสื่อสารและสร้างโอกาสใหม่ๆ เพื่ออนาคตที่ดีกว่าเดิมให้กับคนทั้งในประเทศไทยและในภูมิภาคอื่นๆ ทั่วโลก ผ่านการดำเนินการของบริษัทและบริษัทในเครือ ตามสายธุรกิจ 4 กลุ่ม คือ

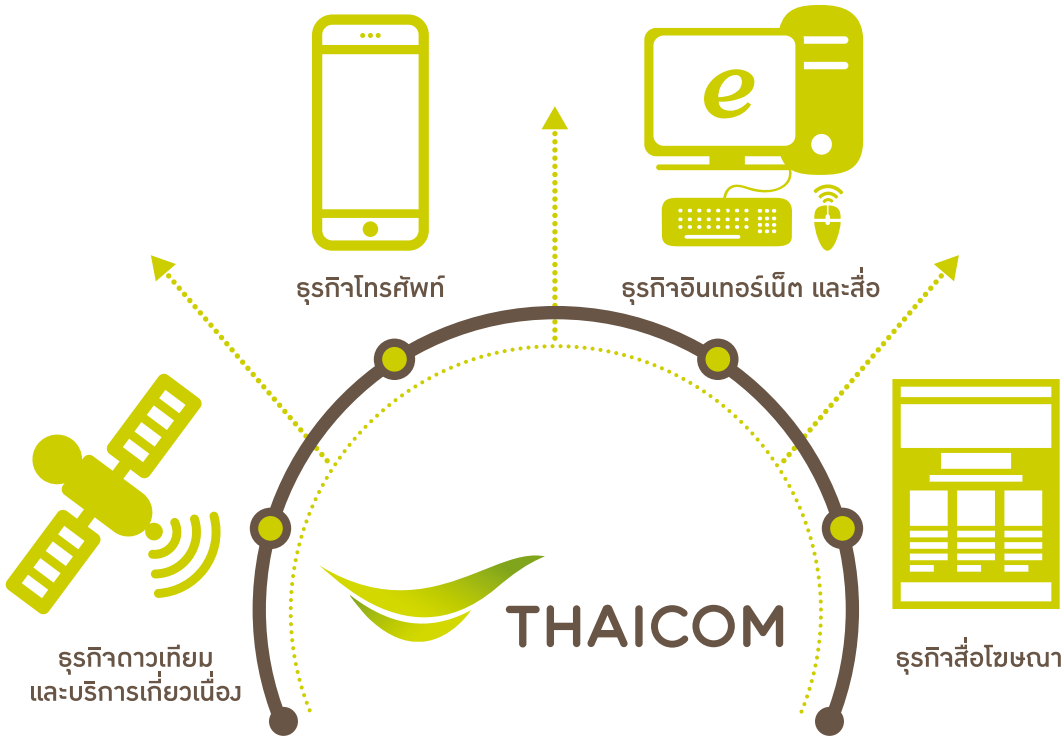
1. สายธุรกิจดาวเทียม : ธุรกิจผู้ให้บริการและดำเนินโครงการดาวเทียมสื่อสารแห่งชาติ จัดสร้าง จัดส่งดาวเทียมขึ้นสู่วงโคจร เพื่อให้บริการเช่าช่องสัญญาณดาวเทียม (Transponder) บริการแพร่สัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ในทวีปเอเชีย ออสเตรเลีย แอฟริกา และยุโรป ในรูปแบบบริการส่งช่องสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมถึงบ้านผู้รับโดยตรง (Direct-to-Home, DTH) บริการส่งช่องโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมไปยังสถานีรับภาคพื้นดินและผู้ประกอบการเคเบิลทีวีในประเทศต่างๆ (Channel Distribution) และบริการเครือข่ายโทรทัศน์ดิจิตอลทั่วโลก (Global Digital Television) รวมทั้งการให้บริการดาวเทียมบรอดแบนด์

2. ธุรกิจอินเทอร์เน็ต : ให้บริการธุรกิจอินเทอร์เน็ตและสื่อผ่านบริษัทย่อย/บริษัทร่วม/กิจการร่วมค้า ของบริษัท เป็นผู้ให้บริการจำหน่ายอุปกรณ์จานรับสัญญาณดาวเทียม บริการให้คำปรึกษาและติดตั้งระบบเครือข่ายบรอดแบนด์ครบวงจรและให้บริการอินเทอร์เน็ต ภายใต้การดำเนินงานของ บริษัท ดีทีวี เซอร์วิส จำกัด และมีบริษัท เอดีเวนเจอร์ จำกัด ให้บริการข้อมูลข่าวสารและสาระความบันเทิงผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่และให้บริการพัฒนาโปรแกรมที่ใช้งานบนอินเทอร์เน็ตในต่างประเทศ บริษัทดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายอุปกรณ์จานรับสัญญาณดาวเทียมและให้บริการแพลทฟอร์มโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมในประเทศกัมพูชา และดำเนินธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ตในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

3. ธุรกิจโทรศัพท์ในต่างประเทศ : ให้บริการธุรกิจโทรศัพท์ผ่านบริษัท เชนนิงตัน อินเวสเม้นท์ พีทีอี จำกัด (เชน) ซึ่งเป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจหลักโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) ซึ่งลงทุนในธุรกิจโทรคมนาคมต่างประเทศ โดยบริษัทเป็นผู้ให้บริการธุรกิจโทรศัพท์ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในการให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานไร้สายระบบ CDMA-450 และบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยอยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท ลาว เทเลคอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด

4. สายธุรกิจสื่อโฆษณาผ่านสมุดรายนามผู้ใช้โทรศัพท์และสิ่งพิมพ์ประเภทโฆษณาย่อย : บริการสื่อโฆษณาผ่านสมุดรายนามผู้ใช้โทรศัพท์และสิ่งพิมพ์ประเภทโฆษณาย่อยรวมทั้งบริการข้อมูลทั่วไปทั้งสาระบันเทิง ผ่านการใช้โทรศัพท์ในการสอบถามข้อมูล รวมถึงบริการหน้าเหลืองทางอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์อื่น ๆ

(โปรดอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับธุรกิจบริษัท ได้จากรายงานประจำปี 2557 ของบริษัท ซึ่งสามารถดาวน์โหลดได้ที่ www.thaicom.net)



ไทยคมกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน
วิสัยทัศน์ และพันธกิจสู่ความยั่งยืน

เพื่อให้เกิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัทตลอดไปนั้น จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงและก่อให้เกิดมุมมองของประเด็นในด้านของการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้บรรลุถึงประเด็นที่สำคัญต่างๆ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผ่านการกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกันระหว่างคณะกรรมการบริษัทและกลุ่มของคณะทำงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

วิสัยทัศน์
ไทยคมเป็นผู้นำธุรกิจดาวเทียมเพื่อการสื่อสารที่สร้างโอกาสในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ดาวเทียมเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจและสังคม

พันธกิจ
ไทยคม รับผิดชอบในการดำเนินธุรกิจด้านดาวเทียมเพื่อการสื่อสารและสร้างคุณค่าร่วมระหว่างธุรกิจกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยมุ่งเน้นการสร้างโอกาสในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากดาวเทียมอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม ทั้งในภาวะปกติและวิกฤต โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมร่วมกัน



กรอบการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

เพื่อมุ่งสู่การเป็นผู้นำธุรกิจดาวเทียมอย่างยั่งยืน บริษัทจึงได้กำหนดกรอบแนวทางเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์กระบวนการการบริหารจัดการให้แก่ทุกส่วนขององค์กร ด้วยกระบวนการของการให้ความคิดเห็นและลงมติร่วมกันของทุกๆ หน่วยงานที่ประกอบเป็นคณะทำงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน และนำเสนอต่อคณะกรรมการเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อทำการอนุมัติและเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท อันจะนำไปสู่การกำหนดเป็นกรอบการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของไทยคม ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วนได้แก่



การจัดการและการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance)

บริษัทถือว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีคือพื้นฐานที่สำคัญของการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ผ่านกระบวนการบริหารจัดการที่ดีมีประสิทธิภาพ โปร่งใสและเป็นธรรมกับทุกส่วนงานเพื่อให้พนักงานในองค์กรใช้เป็นแนวทางและกรอบในการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์กร โดยมีกรรมการและผู้บริหารเป็นแบบอย่างที่ดีในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณขององค์กร

การสร้างโอกาสในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และการให้บริการ (Accessibility)

บริษัทมุ่งมั่นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการอยู่เสมอเพื่อให้ทุกๆ คนสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และการให้บริการได้อย่างสะดวกและเหมาะสมกับทุกสภาพความเป็นอยู่ของคนในสังคม เพื่อการพัฒนาเติบโตทั้งทางด้านองค์ความรู้ สร้างอาชีพและสร้างฐานะทางเศรษฐกิจของคนในสังคมควบคู่ไปกับการเติบโตของบริษัท ภายใต้หลักคิดดังนี้

สมรรถนะของโครงข่าย (Capacity)

บริษัทมุ่งมั่นที่จะพัฒนาและเตรียมพร้อมผลิตภัณฑ์และการบริการให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของการบริโภคข้อมูลผ่านเทคโนโลยีในรูปแบบใหม่ๆ อย่างทันท่วงที ทั้งในส่วนของการให้บริการทางด้านบรอดคาสต์ (Broadcast) ที่จะต้องมีช่องสัญญาณที่เพียงพอต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับดาวเทียม และบรอดแบนด์ (Broadband) จะต้องมีสมรรถนะของโครงข่ายของการให้บริการอินเทอร์เน็ต ให้แก่ลูกค้าอย่างเพียงพอ เพื่อไม่ก่อให้เกิดผลกระทบอันเนื่องมาจากสมรรถนะการให้บริการไม่เพียงพอจนทำให้เกิดการหยุดชะงักของธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องของลูกค้าทั้งระบบ

ครอบคลุมทุกส่วน (Coverage)

เพื่อก้าวสู่ความเป็นผู้นำธุรกิจดาวเทียมเพื่อการสื่อสาร บริษัทจึงมุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์และตอบรับต่อเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อการขยายโครงข่ายดาวเทียมให้ครอบคลุมไปยังทุกส่วนบนโลกและก่อให้เกิดการเชื่อมต่อระหว่างกันของคนบนโลกผ่านโครงข่ายดาวเทียมของบริษัท ด้วยปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง ได้แก่

- โครงข่ายทางกายภาพ (Physical) โครงข่ายโทรคมนาคมของบริษัทจะต้องครอบคลุมไปยังทุกตลาดเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ







- ผู้บริโภค (End User) ผู้บริโภคสามารถใช้อุปกรณ์อันหลากหลายที่มีอยู่ให้สามารถรองรับการให้บริการและความต้องการของผู้บริโภคได้ทั้งหมดทุกสภาวะของการดำเนินชีวิต
- ช่องทางที่หลากหลาย (Multiscreen) สร้างช่องทางการเข้าถึงการให้บริการที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นตามการพัฒนาทางเทคโนโลยี ก่อให้เกิดเสรีภาพการเข้าถึงสื่อได้มากขึ้น (Social Liberal) จากจำนวนช่องสัญญาณที่มีจำนวนมากและราคาที่เหมาะสม
- รักษาความมั่นคงของชาติ (National Security) โครงข่ายสื่อสารโทรคมนาคมที่สามารถควบคุมได้ถือเป็นปัจจัยสำคัญของความมั่นคงของประเทศ ซึ่งบริษัทถือเป็นผู้ให้สัญญาณดาวเทียมเพียงแห่งเดียวของประเทศแก่หน่วยงานความมั่นคงของรัฐ เพื่อป้องกันมิให้ผู้ใดมาแทรกแซงระบบการสื่อสารของประเทศ



- พร้อมช่วยเหลือในสภาวะวิกฤต (Disaster) บริษัทมีการเตรียมความพร้อมที่จะช่วยเหลือผู้ประสบภัยธรรมชาติต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยแผนการดำเนินงานช่วยเหลือในสภาวะวิกฤตที่บริษัทได้มีการจัดเตรียมไว้ โดยมีการเตรียมการทั้งบุคลากร อุปกรณ์ เทคโนโลยี ที่ทันสมัยและเหมาะสมกับสภาพพื้นที่นั้นๆ เพื่อเข้าช่วยเหลือผู้ประสบภัยอย่างเร็วที่สุดเท่าที่ศักยภาพของบริษัทจะช่วยเหลือได้



เข้าถึงข้อมูลที่หลากหลาย (Content)

บริษัทมุ่งมั่นที่จะร่วมส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาและเรียนรู้ของคนในสังคมของประเทศผ่านการเรียนรู้จากช่องทีวีดาวเทียมที่สามารถให้ผู้ชมและผู้ผลิตรายการทีวีได้มีอิสระในการเลือกรับชมและผลิตรายการที่มีคุณภาพได้อย่างอิสระมากขึ้นจากช่องสัญญาณที่หลากหลาย มีสิทธิอย่างเท่าเทียมกันในการเป็นเจ้าของช่องสัญญาณ โดยบริษัททำหน้าที่ในการบริหารต้นทุนของผู้ผลิตรายการให้มีความเหมาะสม เพื่อทำให้ผู้ชมสามารถรับชมได้ในราคาที่สมเหตุสมผล

จากหลักคิดเพื่อก่อให้เกิดการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทเหล่านี้ จะก่อให้เกิดโครงข่ายของระบบโทรคมนาคมที่สมบูรณ์แบบทั้งในด้านของช่องสัญญาณ ระบบและอุปกรณ์รองรับสัญญาณ ที่สามารถตอบสนองต่อลูกค้าและผู้บริโภค ได้ทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤต ด้วยผลิตภัณฑ์และการบริการของบริษัท

การสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่ออนาคต (Innovation)

เพื่อมุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านธุรกิจดาวเทียมที่ยั่งยืน บริษัทจึงมุ่งมั่นสร้างสรรค์และพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและรูปแบบการใช้ชีวิตของคนในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปตามแต่ละยุคสมัย ทั้งยังคำนึงถึงการเป็นส่วนสำคัญที่จะส่งเสริมให้เกิดการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการใช้เทคโนโลยีดาวเทียมของบริษัท โดยมีหลักของการพัฒนาได้แก่

การสร้างคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ (Product Value)

ด้วยรูปแบบการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการดาวเทียมในปัจจุบันคือการเช่าช่องสัญญาณดาวเทียม ซึ่งมีแนวโน้มที่จะมีการแข่งขันสูงขึ้น บริษัทจึงมุ่งมั่นที่จะสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และการบริการของบริษัท เพื่อก่อให้เกิดธุรกิจรูปแบบใหม่ที่จะยังคงรักษาฐานลูกค้าเดิมได้อย่างเหนียวแน่น ดังต่อไปนี้

- การให้บริการครบวงจร Manage Service (End to End) บริษัทจะต้องสร้างผลิตภัณฑ์และการบริการที่จะต้องตอบสนองต่อรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้ใช้บริการและลูกค้า ผ่านการคำนึงตลอดห่วงโซ่อุปทาน

- เชื่อมโยงกับลูกค้าและผู้ใช้บริการ (Stickiness) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์และการบริการใหม่เติบโตได้อย่างยั่งยืน บริษัทจะต้องเชื่อมโยงกับลูกค้าและผู้ใช้บริการอยู่เสมอ เพื่อสามารถนำข้อเสนอแนะหรือรูปแบบการใช้ชีวิตของลูกค้า (Lifestyle) ในถิ่นต่างๆ มาใช้ในการสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการเพื่อตอบสนองอย่างแท้จริง

สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้แก่สังคม (Environment Scanning)

การสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของบริษัทนั้น จะตระหนักอยู่เสมอว่าจะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและรูปแบบการใช้ชีวิตของคนในอนาคตข้างหน้าเสมอ เพื่อให้บริษัทสามารถที่คงความเป็นผู้นำด้านธุรกิจดาวเทียมได้สำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ โดยจะมีการติดตามและคำนึงถึงปัจจัย 3 ด้านที่จะก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์อย่างแท้จริง อันได้แก่

- ค้นหาแนวโน้มของเทคโนโลยี (Trend Scan) มองหาโอกาสของแนวโน้มของเทคโนโลยีในอนาคตเพื่อนำไปสู่กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมอย่างทันท่วงที
- ติดตามอุตสาหกรรมดาวเทียม (Industry Scan) ติดตามและประเมินทิศทางของกระแสธุรกิจดาวเทียมของโลกอยู่เสมอเพื่อให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม
- เชื่อมโยงลูกค้า (Customer Scan) ติดตามและรับข้อมูลการตอบรับและความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ทันสมัยและเหมาะสมต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าตามบริบทนั้นๆ

ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Technology Advancement)

ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ของบริษัทไม่เพียงแต่เป็นสิ่งใหม่ของสังคมเท่านั้น แต่จะต้องเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการใช้ชีวิตของคนในสังคม ที่ก่อให้เกิดผลกระทบทางบวกหรือลดผลกระทบด้านลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ยอมรับในคู่ค้า (Partnership)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการไม่จำเป็นต้องเกิดจากกระบวนการสร้างสรรค์ของบริษัทเพียงผู้เดียวเท่านั้น แต่ต้องมองหาและสร้างโอกาสให้แก่ผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้านที่ดีที่สุดเข้ามาร่วมมือ เพื่อทำให้ผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทนั้นมีคุณภาพและสามารถดูแลลูกค้าได้อย่างดีที่สุดภายใต้คำว่า “เราไม่สามารถดำเนินธุรกิจเพียงคนเดียวได้”

ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม (Packaging)

ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ที่ดีนั้นจะต้องตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและก้าวนำเทคโนโลยีอยู่เสมอด้วยรูปแบบของการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมแก่ลูกค้ากลุ่มต่างๆ ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ทิศทาง รูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่มลูกค้าขนาดใหญ่เพื่อนำไปสู่การให้บริการเชิงพาณิชย์ ควบคู่ไปกับกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจและรับรู้ความคิดเห็น เพื่อนำไปสู่กระบวนการปรับปรุงและพัฒนาต่อไป

ด้วยหลักของการพัฒนาดังกล่าวบริษัทเชื่อว่าสิ่งเหล่านี้จะเป็นหลักสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจดาวเทียมของบริษัทนั้นก้าวสู่การเป็นผู้นำด้านธุรกิจดาวเทียม ผ่านการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ที่คำนึงถึงความเหมาะสมต่อบริบทนั้นๆ และก้าวล้ำเทคโนโลยีอยู่เสมอ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมร่วมกันกับบริษัท

ความรับผิดชอบของไทยคม (Responsibility)

ความรับผิดชอบของบริษัท หมายถึง การที่บริษัทได้รับการยอมรับจากสังคมว่าเป็นผู้ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน โดยวิธีการ “พัฒนาอย่างยั่งยืน” คือ การสร้างผลกระทบเชิงบวกในสังคมผ่านการส่งเสริมทักษะอาชีพและการเรียนรู้ให้แก่คนในสังคมจากผลิตภัณฑ์ของบริษัท ในขณะเดียวกันก็มุ่งลดผลกระทบเชิงลบ ทั้งผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากกระบวนการการดำเนินธุรกิจของบริษัทเองและที่เกิดจากปัญหาโครงสร้างทางสังคมผ่านการใช้บริการของไทยคม ผ่านการดูแลรักษาทรัพยากรบุคคล (Human Resources) การรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการ (Products and Services) และการรักษาคุณภาพของเนื้อหา (Quality of Content) ในกระบวนการการดำเนินธุรกิจ

การดูแลรักษาทรัพยากรบุคคล (Human Resources)

บริษัทถือว่าทรัพยากรบุคคลเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญที่สุด ดังนั้น บริษัทจึงให้ความใส่ใจต่อกระบวนการการบริหารจัดการและพัฒนาทรัพยากรบุคคลภายใน ซึ่งได้แก่ ผู้บริหารและพนักงาน และทรัพยากรบุคคลภายนอก ซึ่งได้แก่ สมาชิกชุมชนและสังคม เพื่อพัฒนาและยกระดับโครงสร้างทางสังคมภายในและสังคมภายนอกให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน โดยการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่จำเป็นสู่สังคม

- แนวทางการจัดการทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร พนักงานถือว่าเป็นหนึ่งในพื้นฐานที่สำคัญขององค์กรที่จะทำให้บริษัทมีความมั่นคงในทุกๆ ด้าน ซึ่งบริษัทได้ยึดหลักในการพัฒนาพนักงานที่เรียกว่า “4C” ไว้ดังนี้



Climate สร้างสภาวะแวดล้อมองค์กรให้ดีและน่าอยู่ เป็นการสร้าง Great Workplace ทั้งด้านกาย และ ใจ เพื่อให้พนักงานได้ทำงานในสภาวะแวดล้อมที่ดี มีสุขอนามัย มีความปลอดภัย มีความสุข สามารถสร้างงานที่ดีให้แก่องค์กรได้

Culture สร้างวัฒนธรรมขององค์กรให้ชัดเจนผ่าน Core Values ได้แก่ "EPIC" (E-Excellence, P-Passion, I-Innovation, C-Contribution) เป็นการสร้างวัฒนธรรมองค์กร เพื่อก่อให้เกิดความสามัคคีเข้มแข็งและมีเป้าหมายเดียวกันภายในองค์กร

Career ให้ผลตอบแทนแก่พนักงานอย่างเป็นธรรม การดูแลรักษาสภาพการจ้างงานของพนักงานอย่างเหมาะสมและเท่าเทียม รวมทั้งให้โอกาสในการเติบโตเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

Capability พัฒนาความสามารถของพนักงานเพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีโอกาสแสดงศักยภาพ และเจริญเติบโต ในหน้าที่การงาน

- แนวทางการจัดการทรัพยากรบุคคลภายนอกองค์กร ซึ่งนับเป็นอีกหนึ่งทรัพยากรที่สำคัญของบริษัท ได้แก่สมาชิก ชุมชน และสังคม ซึ่งเป็นโครงสร้างที่ทางบริษัท มุ่งให้เกิดการพัฒนาโดยเน้นการพัฒนาในระดับรากฐาน สร้างสังคมให้มีองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการดำรงชีพและองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต (Normal & Crisis Situation) โดยให้โอกาสในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลและองค์ความรู้ผ่านเทคโนโลยีของบริษัท

การรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการ (Products and Services)

การดูแลรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการนำไปสู่การสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ผ่านการดูแลรักษาคุณภาพของสินค้าและการให้บริการ โดยคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น ตลอดจนมีการพัฒนาระบบเพื่อรองรับผลกระทบและความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

การรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้าใจและรักษาความสัมพันธ์ผ่านการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างธุรกิจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภาคส่วนต่างๆ โดยเฉพาะภาคสังคม ซึ่งเน้นให้การศึกษาและเปิดโอกาสการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชนผ่านโครงการหลัก อาทิ "ไทยคิดไทยคม" และโครงการอื่นๆ ดังที่จะได้นำเสนอต่อไปในรายงานฉบับนี้







การรับผิดชอบต่อคุณภาพของเนื้อหาและข้อมูลผ่านโครงข่าย (Quality of Content)

ในฐานะที่เป็นผู้ให้บริการเช่าช่องสัญญาณดาวเทียมจึงต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และการบริการที่จะต้องสามารถให้บริการที่มีเสถียรภาพ สามารถดำเนินการได้ทั้งในสภาวะปกติและสภาวะวิกฤตอยู่เสมอ รวมถึงบริษัทมีส่วนช่วยตรวจสอบและควบคุมดูแลคุณภาพของเนื้อหาในรายการของลูกค้าให้มีความเหมาะสมแก่ผู้รับชม และไม่สร้างผลกระทบเชิงลบให้แก่สังคม พร้อมทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้เกิดกระบวนการในการพัฒนาคนในสังคมให้มีความรู้และสามารถนำไปสู่ประกอบอาชีพได้ ผ่านการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อรักษาคุณภาพของระบบโทรคมนาคมของประเทศ

- คุณภาพของเนื้อหารายการ มีแนวทางที่จะหาวิธีการในการกำกับดูแลเนื้อหาของรายการ ไม่ก่อให้ผลกระทบในทางลบต่อสังคม ภายใต้หลักการคำนึงที่ว่า “ช่องทีวีที่ดีจะต้องอยู่คู่กับไทยคม”
- คุณภาพด้านเทคนิค มีแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของเทคนิคการให้บริการเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิตของคนในสังคมในอนาคต และคำนึงถึงความต่อเนื่องของการปล่อยสัญญาณให้มีความเสถียรและมีคุณภาพสูง ผ่านการปฏิบัติงานที่มีการควบคุมตามมาตรฐานเพื่อรักษาประสิทธิภาพและคุณภาพของระบบโทรคมนาคมของประเทศให้สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง



กลยุทธ์ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของไทยคม

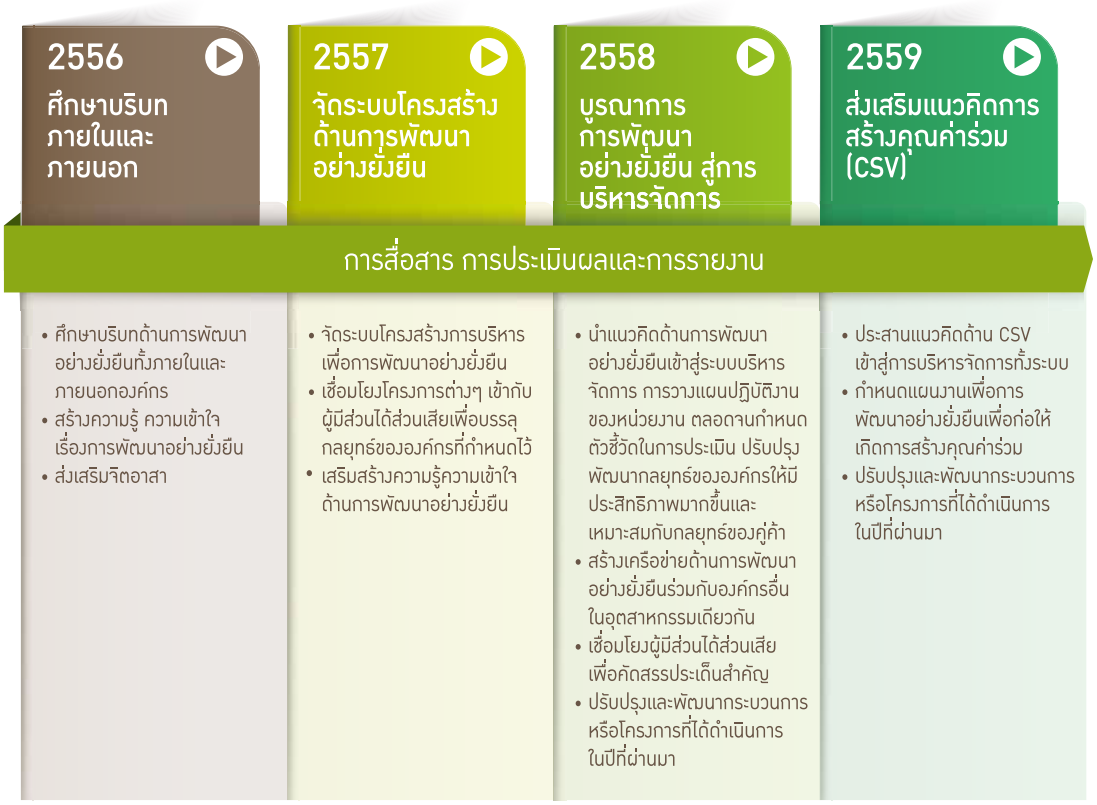
การดำเนินการด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนสำหรับบริษัทตลอดปี 2557 ที่ผ่านมาถือเป็นช่วงเวลาแห่งการเรียนรู้และสร้างความรู้ความเข้าใจด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้แก่ตัวแทนฝ่ายบริหารของแต่ละหน่วยงาน ซึ่งได้มีการกำหนดกลยุทธ์ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกันในปี 2557 โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่จะต่อยอดแนวคิดด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทให้แก่พนักงานอย่างแข็งแกร่งในอนาคตต่อไป

กลยุทธ์ของไทยคม

1. มุ่งมั่นพัฒนาโครงสร้างด้านการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืนของไทยคมโดยการกำหนดและจัดตั้งโครงสร้างการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืนของบริษัท ตั้งแต่ระดับผู้บริหารหน่วยงานแต่ละส่วน พร้อมกำหนดหน้าที่ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนแต่ละส่วนให้ชัดเจน
2. มุ่งเน้นประเด็นสำคัญที่ก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนของไทยคม
   - การคัดสรรและระบุประเด็นที่สำคัญ (Materiality) เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อองค์กร
   - การระบุประเด็นที่จะส่งผลกระทบต่อองค์กร เช่น ความเสี่ยงในองค์กร, ทิศทางการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น
   - การกำหนดรูปแบบการเชื่อมโยงแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มพร้อมระบุประเด็นที่สำคัญที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสนใจ
3. มุ่งมั่นพัฒนาการสื่อสารข้อมูลด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของไทยคมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
   - การพัฒนาระบบ รูปแบบการสื่อสารข้อมูลให้แก่พนักงานในองค์กร เพื่อสร้างความเข้าใจด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่แท้จริงให้แก่พนักงาน
   - การพัฒนาระบบ รูปแบบการสื่อสารข้อมูลให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร เพื่อสร้างความเข้าใจในทิศทางด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของไทยคมให้แก่ทุกกลุ่มแผนในการพัฒนาเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอนาคต

เส้นทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัทมุ่งมั่นเพื่อจะนำพาองค์กรให้สามารถดำเนินธุรกิจให้เติบโตและดำรงอยู่ร่วมกับสังคมและสิ่งแวดล้อมได้ตลอดไป จึงได้มีการกำหนดแผนในการดำเนินการเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้เกิดการสร้างคุณค่าร่วมกันอันนำมาซึ่งประโยชน์สูงสุดของทั้งบริษัทและสังคม แต่ยังคงธำรงรักษาสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปพร้อมกัน โดยแผนการดำเนินการเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนตั้งแต่ปี 2557 ถึงปี 2559 นั้นจะเป็นแผนการดำเนินการเพื่อสร้างความตระหนักรู้และสร้างแนวคิดด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อนำไปสู่การกำหนดและปรับปรุงกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท เพื่อให้บรรลุสู่แนวคิดด้านการสร้างคุณค่าร่วมกัน (Creating Shared Valued) ให้แก่พนักงานในองค์กรและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม



ปัจจัยความเสี่ยง

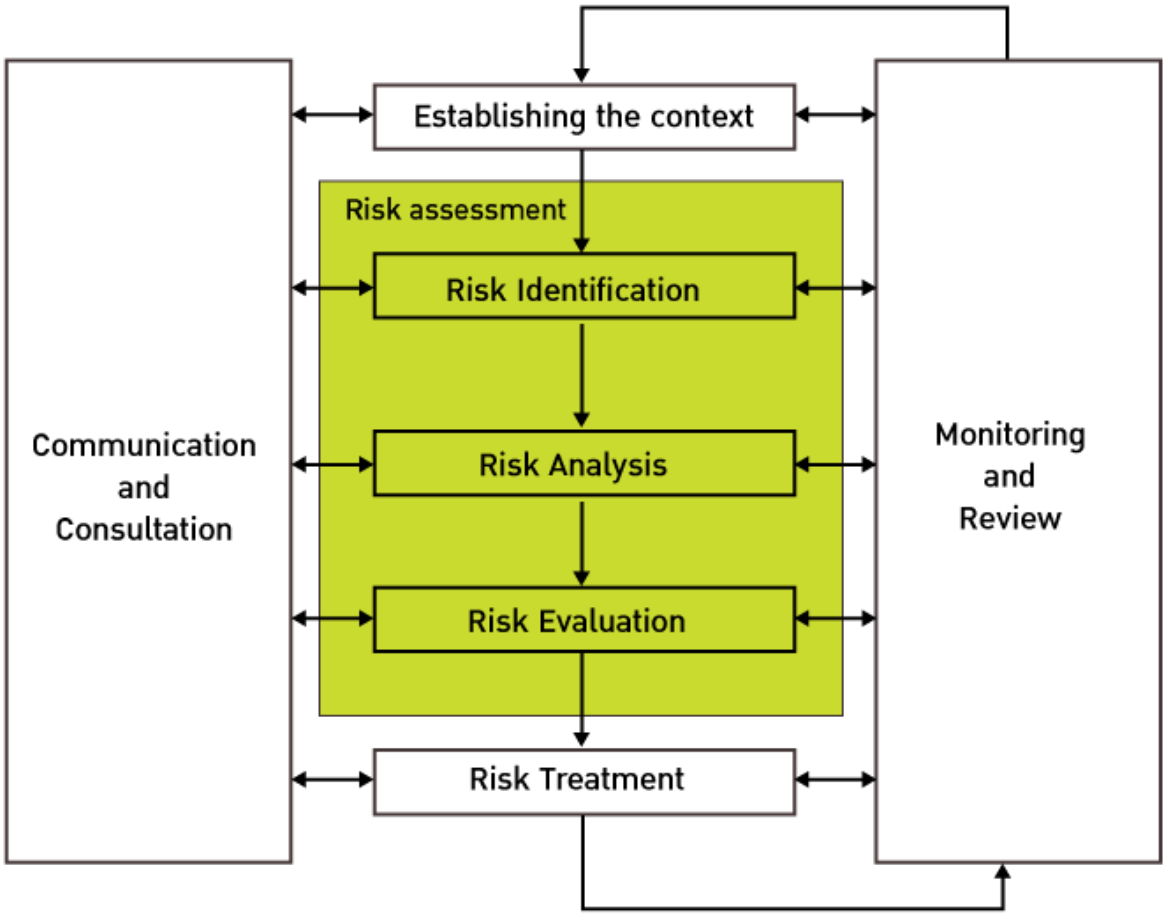
ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายย่อมมีปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัททั้งจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การเงิน การเปลี่ยนแปลงทางนวัตกรรม ทางเทคโนโลยี ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศของโลก ปัจจุบัน บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจหลัก 4 ประเภท คือ (1) สายธุรกิจดาวเทียม (2) สายธุรกิจอินเทอร์เน็ต (3) สายธุรกิจโทรศัพท์ในต่างประเทศ (4) สายธุรกิจสื่อโฆษณาผ่านสมุดรายนามผู้ใช้โทรศัพท์ โดยแต่ละสายธุรกิจย่อมมีปัจจัยความเสี่ยงที่แตกต่างกัน ทั้งจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ด้วยเหตุนี้ คณะกรรมการบริษัทจึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงขึ้นมาเพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจของบริษัท โดยจะได้มีการประเมินความเสี่ยงเป็นรายไตรมาส

ซึ่งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้นำปัจจัยความเสี่ยงเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาทบทวน ทำการวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงแต่ละประเด็นตามหลักของ Enterprise Risk Management และกำหนดมาตรการในการป้องกันความเสี่ยงเป็นประจำสม่ำเสมอในทุกๆ ไตรมาส สำหรับข้อมูลที่ได้แสดงต่อไปนี้ ได้อธิบายถึงปัจจัยความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญอันอาจส่งผลกระทบต่อการประกอบกิจการ ฐานะทางการเงิน หรือผลการดำเนินธุรกิจของบริษัท อย่างไรก็ดี บริษัทได้เตรียมมาตรการแก้ไขปัญหา (Treatment Plan) ที่อาจเกิดขึ้นได้ไว้เพื่อรองรับ ดังต่อไปนี้

ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

ความเสี่ยงในการดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งสิทธิในการใช้งานวงโคจร และการอนุญาตที่เกี่ยวข้องในการจัดส่งดาวเทียมเพิ่มเติม

เมื่อบริษัทมีแผนงานในการจัดส่งดาวเทียมเพิ่มเติม บริษัทจะต้องจัดหาตำแหน่งวงโคจรสำหรับดาวเทียมดังกล่าวตามกระบวนการของสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (International Telecommunications Union หรือ "ITU") ผ่านหน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบ (Administration) นอกจากนั้น ยังจะต้องได้รับการอนุญาตที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม เพื่อให้สามารถนำดาวเทียมมาให้บริการในวงโคจรได้



บริษัทมีแนวทางดำเนินการในการที่จะจัดหาตำแหน่งวงโคจรเพิ่มเติม รวมทั้งการได้รับอนุญาตต่างๆ เพื่อรองรับการขยายธุรกิจ อาทิ เช่น การส่งเอกสารการจองตำแหน่งวงโคจร และการประสานงานความถี่เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง การขอใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) หรือการขออนุญาตที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานอื่นๆ เป็นต้น ทั้งนี้ อาจมีบางกรณีที่บริษัทมีความจำเป็นจะต้องเริ่มดำเนินโครงการดาวเทียมไปก่อนในส่วนที่สามารถดำเนินการได้ เนื่องจากการสร้างดาวเทียมแต่ละดวงต้องใช้ระยะเวลาในการก่อสร้างอย่างน้อยเป็นเวลา 2-3 ปี ซึ่งอาจทำให้ไม่สามารถตอบสนองแผนทางธุรกิจได้ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ ดังนั้น ในบางกรณีบริษัทอาจจำเป็นต้องเตรียมงานบางส่วนสำหรับโครงสร้างพื้นฐานในการให้บริการดาวเทียมในอนาคตของบริษัท เพื่อที่จะสามารถนำดาวเทียมขึ้นใช้งานได้ทันกำหนดเวลาตามแผนธุรกิจก่อนที่การประสานงานความถี่หรือการได้รับอนุญาตที่เกี่ยวข้องต่างๆ จะแล้วเสร็จสมบูรณ์ โดยบริษัทจะได้มีมาตรการในการเจรจาเงื่อนไขสัญญาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างระมัดระวัง เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้จากกรณีการออกใบอนุญาตล่าช้า อาทิเช่น เงื่อนไขในการส่งมอบงาน ตารางเวลา การชำระค่าก่อสร้าง การขยายเวลาของสัญญา และเงื่อนไขการสิ้นสุดของสัญญา เป็นต้น



ความเสี่ยงในการดำเนินงาน (Operational Risk)

ความเสี่ยงจากอายุการใช้งานของดาวเทียมสั้นลง

ปัจจุบันดาวเทียมส่วนใหญ่จะมีอายุการใช้งานไม่น้อยกว่า 15 ปี แต่ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่ออายุการใช้งานของดาวเทียม เช่น คุณภาพของโครงสร้าง ความแข็งแกร่ง และความทนทานของอุปกรณ์ต่างๆ จรวดที่ใช้ส่งดาวเทียม ประสิทธิภาพในการจัดส่งดาวเทียมขึ้นสู่วงโคจร ตลอดจนปริมาณการใช้เชื้อเพลิงของดาวเทียม และทักษะความสามารถในการควบคุมดาวเทียมในสภาวการณ์ต่างๆ ดังนั้น บริษัทอาจสูญเสียลูกค้าและรายได้ หากดาวเทียมของบริษัทมีอายุการใช้งานสั้นกว่าที่ได้คาดการณ์ไว้ และบริษัทไม่สามารถจัดหาหรือส่งดาวเทียมดวงใหม่แทนได้ทันเวลา ดังนั้น วิศวกรดาวเทียมของบริษัทจะทำการประเมินอายุดาวเทียมที่เหลืออยู่ตลอดเวลา และถ้าอายุดาวเทียมใกล้หมดอายุ ก็จะแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณาทั้งโดยการเช่าดาวเทียมจากผู้ประกอบการรายอื่น หรือพิจารณาลงทุนสร้างดาวเทียมดวงใหม่เพื่อทดแทนดาวเทียมที่กำลังจะหมดอายุลง

นอกจากนี้ เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการจัดการความเสี่ยงจากการที่อายุการใช้งานของดาวเทียมสั้นลง บริษัทได้ดำเนินการจัดการด้านบุคลากร และกระบวนการปฏิบัติงาน ซึ่งการปฏิบัติงานควบคุมดาวเทียม ต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญ ในด้านการควบคุมและปฏิบัติการ ที่ได้รับการอบรมและฝึกงานเป็นระยะเวลาประมาณ 6 เดือน ถึง 1 ปี เป็นอย่างน้อย เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานมีความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการปฏิบัติงานควบคุมดาวเทียมนั้นดำเนินการโดยมนุษย์ จึงมีความเสี่ยงที่อาจจะเกิดความผิดพลาดขึ้นได้ ดังนั้น เพื่อหลีกเลี่ยงความผิดพลาดในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะการส่งสัญญาณติดต่อขึ้นไปบนดาวเทียมเพื่อควบคุมการทำงานของดาวเทียมจึงต้องมีระบบการตรวจสอบความถูกต้องของคำสั่งก่อนที่จะมีการส่งคำสั่งทุกครั้ง ทั้งนี้ ในกรณีที่เกิดความผิดพลาดในการส่งคำสั่งเพื่อควบคุมดาวเทียม บริษัทได้กำหนดขั้นตอน และวิธีการแก้ปัญหาทางวิศวกรรมไว้เป็นการล่วงหน้าแล้ว

ความเสี่ยงจากการที่ดาวเทียมอาจเกิดความเสียหายหรือเกิดความบกพร่องในขณะที่อยู่ในวงโคจร (In-Orbit Failure Risk)

ดาวเทียมเป็นงานสร้างทางวิศวกรรมขั้นสูงและเมื่อมีการส่งดาวเทียมเข้าสู่วงโคจรแล้ว ดาวเทียมอาจได้รับความเสียหายจากการขัดข้องของระบบการทำงานของดาวเทียม พายุสุริยะ หรือการชนกันระหว่างดาวเทียมกับวัตถุต่างๆ ในอวกาศ เป็นต้น ซึ่งอาจส่งผลให้ดาวเทียมได้รับความเสียหาย ทำให้ความสามารถในการให้บริการถ่ายทอดสัญญาณลดลงชั่วคราวหรือถาวร หรือเกิดความเสียหายทั้งหมด ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อการให้บริการ และอาจทำให้สูญเสียลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน และ/หรือ สูญเสียโอกาสในการหาลูกค้าใหม่ในระหว่างการจัดหาดาวเทียมดวงใหม่มาให้บริการแทน อย่างไรก็ดี ผู้จัดสร้างดาวเทียมได้ออกแบบให้ดาวเทียมมีคุณลักษณะที่สามารถทนทานต่อสภาพแวดล้อมบนอวกาศที่เลวร้ายซึ่งทำให้ดาวเทียมมีความน่าเชื่อถือ (Reliability) สูงเทียบเท่ามาตรฐานสากล บริษัทได้จัดเตรียมแผนการเพื่อรองรับผลเสียหายอันอาจจะเกิดขึ้นกับลูกค้า หากเกิดความเสียหายขั้นรุนแรงขึ้นกับดาวเทียมดวงใดดวงหนึ่งจนหมดสภาพการใช้งาน โดยอาจจะดำเนินการให้ผู้ใช้บริการส่วนหนึ่งย้ายมาใช้ช่องสัญญาณที่ยังคงว่างอยู่ในดาวเทียมไทยคมที่เหลือ นอกจากนี้ บริษัทได้เจรจาร่วมกับผู้ให้บริการรายอื่นในความเป็นไปได้ในการเช่าช่องสัญญาณจากดาวเทียมอื่นชั่วคราว เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถโอนการใช้งานไปได้ในระหว่างที่บริษัทเร่งดำเนินการสร้างดาวเทียมขึ้นเพื่อทดแทน ซึ่งโดยทั่วไปจะใช้ระยะเวลาประมาณ 24 - 30 เดือน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดและความซับซ้อนของดาวเทียม



บริษัทได้ตระหนักถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับดาวเทียมขณะที่อยู่ในวงโคจรค้างฟ้า ดังนั้น เพื่อป้องกันความเสี่ยงภัยดังกล่าวที่อาจเกิดขึ้น บริษัทจึงได้จัดทำประกันภัยดาวเทียมเพื่อคุ้มครองความเสี่ยงภัยทุกชนิด (All Risks) (เป็นข้อกำหนดตามสัญญาดำเนินกิจการดาวเทียมสื่อสารภายในประเทศ) โดยกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารและบริษัทเป็นผู้รับผลประโยชน์ร่วมกันในส่วนของดาวเทียมไทยคมภายใต้สัญญาสัมปทาน กรมธรรม์ประกันภัยที่จัดทำนั้นเป็นแบบ Full Coverage with Partial Loss ซึ่งเป็นกรมธรรม์ปีต่อปี กล่าวคือ บริษัทสามารถเรียกร้องค่าเสียหายในทันทีที่ดาวเทียมได้รับความเสียหายเพียงบางส่วน ในการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนจากบริษัทผู้รับประกันภัยบริษัทจะต้องยื่นหนังสือแจ้งความเสียหาย (Notice of Loss) และหนังสือพิสูจน์ความเสียหาย (Proof of Loss) ให้บริษัทผู้รับประกันภัยและเมื่อบรรลุข้อตกลง บริษัทจึงจะได้รับเงินค่าสินไหมทดแทน

ความเสี่ยงอันเกี่ยวข้องกับการเงิน (Financial Risk)

ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทให้บริการสื่อสารผ่านดาวเทียมทั้งในประเทศและต่างประเทศ และมีการดำเนินธุรกิจให้บริการโทรศัพท์ในต่างประเทศ บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน เนื่องจากการมีรายรับ รายจ่าย รวมถึงการกู้ยืมเป็นเงินตราต่างประเทศ การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนส่งผลกระทบต่องบการเงินและกระแสเงินสดของบริษัท ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเกิดจากการที่บริษัททำธุรกรรมเกี่ยวกับสกุลเงินตราต่างประเทศที่อาจก่อให้เกิดผลกำไรหรือขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งรวมถึงการใช้อนุพันธ์ทางการเงินที่เป็นเงินตราต่างประเทศ โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนที่สำคัญได้แก่

- ประกาศเปลี่ยนแปลงสภาวะเศรษฐกิจโลก
- การเปลี่ยนแปลงนโยบายการเงินการคลัง

ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายในการบริหารและป้องกันความเสี่ยงโดยจะพิจารณาจากฐานะสุทธิของรายการที่เป็นเงินตราต่างประเทศ กล่าวคือ บริหารโครงสร้างรายได้และค่าใช้จ่ายให้มีความสมดุลกัน ในกรณีที่เกิดมีความไม่สมดุล บริษัทอาจใช้วิธีป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Foreign Exchange Forward หรือ Forward Contract) การทำสัญญาสิทธิในการซื้อขายเงินตราต่างประเทศในอนาคต (Options) การเปิดบัญชีเงินตราต่างประเทศ (Foreign Currency Deposit Account) และการทำสัญญาแลกเปลี่ยนสกุลเงินและอัตราดอกเบี้ยล่วงหน้า (Cross Currency and Interest Rate Swap) เป็นต้น

ความเสี่ยงด้านการทุจริต (Fraud Risk)

บริษัทยึดมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส และเป็นไปตามหลักกำกับดูแลกิจการที่ดี และนโยบายต่อต้านการทุจริต ดังนั้น คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้เสนอให้นำความเสี่ยงด้านการทุจริต (Fraud Risk) เข้าไปบรรจุในทะเบียนความเสี่ยง (Risk Profile) ของบริษัท เพื่อให้ฝ่ายบริหารสามารถควบคุม และบริหารความเสี่ยงด้านการทุจริตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

เมื่อเดือนสิงหาคม 2557 ที่ผ่านมา บริษัทได้จัดทำการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการประเมินความเสี่ยงด้านการทุจริตให้กับผู้บริหารระดับผู้จัดการขึ้นไป และได้จัดทำเครื่องมือประเมินความเสี่ยงด้านการทุจริต (Fraud Risk Assessment Tools) เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้ประเมินตนเองในเดือนตุลาคม สำหรับโอกาสเกิดการทุจริตประเภทต่างๆ ถึงแม้ผลการประเมิน ทำให้รู้ว่าบริษัทมีระดับความเสี่ยงด้านการทุจริตต่ำมากที่ 13.2% เมื่อเทียบกับ กลุ่มบริษัทมหาชนที่อยู่ที่ 20-25% แต่บริษัทก็ได้นำผลการประเมินมาวิเคราะห์เพื่อจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงที่อาจมีโอกาสเกิดขึ้น และวางแผนเพื่อบรรเทาโอกาส ป้องกัน และตรวจจับการทุจริต

ทั้งนี้บริษัทได้กำหนดให้นำเสนอความคืบหน้าของแผนงาน รวมถึงมาตรการต่างๆ ให้กับคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัทพิจารณาเป็นประจำทุกไตรมาส

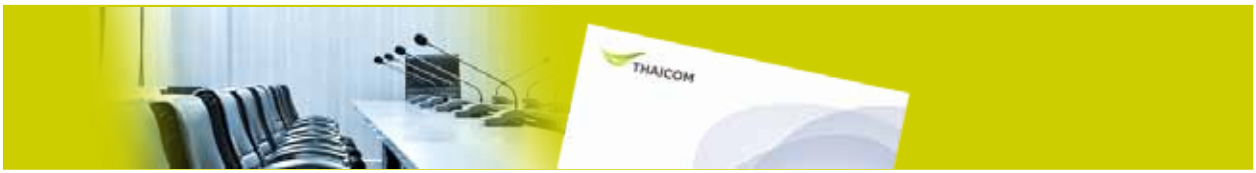


ความเสี่ยงในการดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง (Compliance Risk)

บริษัทดำเนินกิจการดาวเทียมสื่อสารตามสัญญาดำเนินกิจการดาวเทียมสื่อสารภายในประเทศ ลงวันที่ 11 กันยายน 2534 ระหว่างกระทรวงคมนาคม (ปัจจุบันอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร) เมื่อมีข้อพิจารณาในเรื่องของความเสี่ยงเรื่องการปฏิบัติผิดสัญญาดำเนินกิจการดาวเทียมสื่อสารภายในประเทศหรือประเด็นกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ที่เกี่ยวข้องอื่นใด บริษัทได้ดำเนินการทั้งในด้านการเตรียมพร้อมและการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ

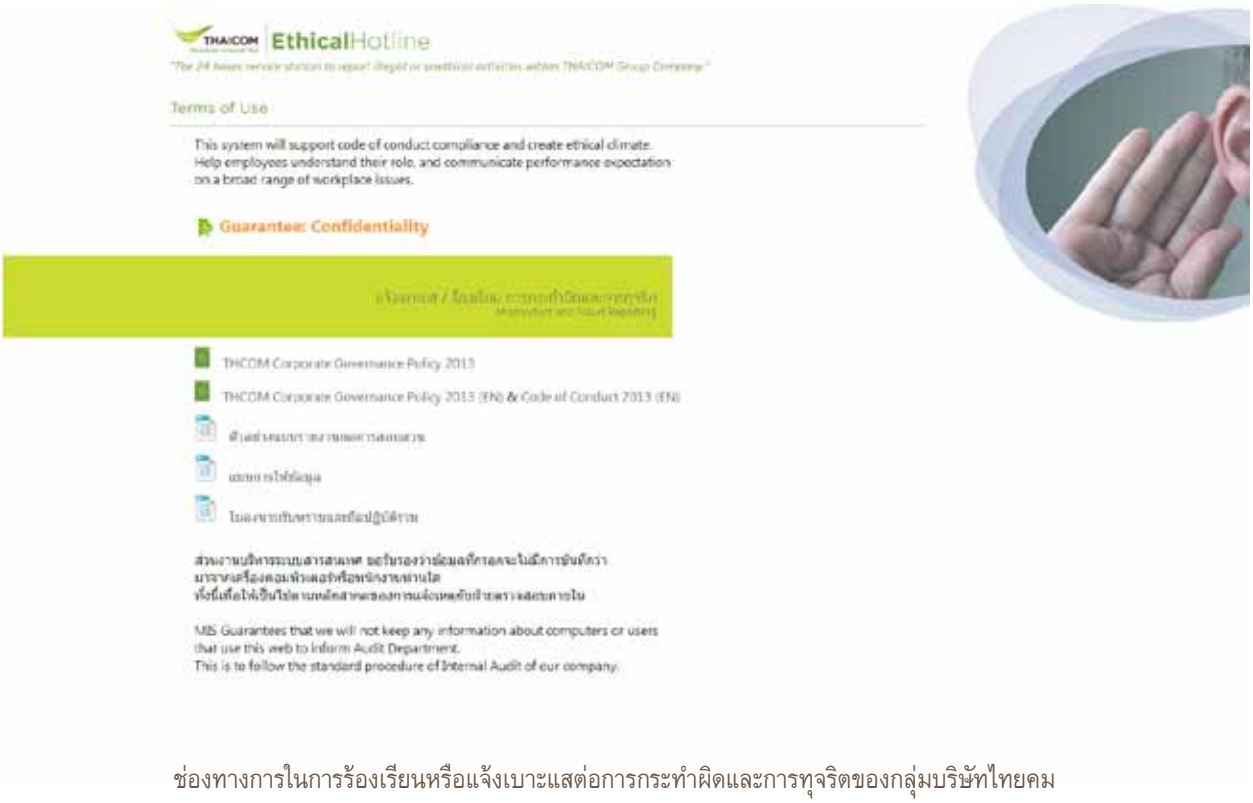
(โปรดอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยความเสี่ยง ได้จากรายงานประจำปี 2557 ของบริษัท ซึ่งสามารถดาวน์โหลดได้ที่ www.thaicom.net)

การจัดการและการกำกับดูแลกิจการที่ดี



ธรรมาภิบาลและจริยธรรม

บริษัทยึดมั่นในเรื่องธรรมาภิบาลและจริยธรรมเสมอมาในการดำเนินธุรกิจ และได้มีการกำหนดเรื่องนี้ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรผ่านนโยบายการกำกับดูแลกิจการ สำหรับนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีนั้น บริษัทได้กำหนดให้มีการทบทวนอย่างสม่ำเสมออย่างน้อยปีละ 1 ครั้งเพื่อให้ครอบคลุมแนวปฏิบัติต่างๆ และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และต่อความคาดหวังของผู้ถือหุ้น นักลงทุนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนของบริษัท ซึ่งคณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาปรับปรุงและอนุมัตินโยบายการกำกับดูแลกิจการเป็นประจำทุกปี โดยครั้งล่าสุดได้มีการปรับปรุงนโยบายเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2557 เพื่อเป็นการยกระดับการกำกับดูแลกิจการของบริษัทให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้นและสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทยโดยนโยบายการกำกับดูแลกิจการนั้นครอบคลุม ประเด็นสิทธิของผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม บทบาทผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส และบทบาทและความรับผิดชอบของคณะกรรมการ โดยมีแนวทางในการดำเนินงานทั่วทั้งองค์กรผ่านคู่มือจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้พนักงานในองค์กรใช้เป็นแนวทางและกรอบในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์กร (สามารถอ่านรายละเอียดได้จากเว็บไซต์ของบริษัทที่ www.thaicom.net หัวข้อการพัฒนาสู่ความยั่งยืน > การกำกับดูแลกิจการที่ดี > นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี นอกจากนี้บริษัทยังได้จัดให้มีช่องทางการในการร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแสต่อการกระทำผิดและการทุจริตของกลุ่มบริษัทไทยคมบนเว็บไซต์ผ่านระบบ Ethical Hotline ที่สามารถให้ทั้งพนักงาน ผู้ถือหุ้น หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ของบริษัทสามารถร้องเรียนได้ตลอดเวลาและสะดวกที่สุด หรือจะส่งข้อมูลมายังเลขานุการบริษัท ตามข้อมูลที่ได้เปิดเผยไว้ในส่วนช่องทางการติดต่อคณะกรรมการบริษัทและเลขานุการบริษัท เพื่อนำไปสู่กระบวนการตรวจสอบและชี้แจงข้อเท็จจริงให้แก่ผู้ร้องเรียนได้รับทราบ



ช่องทางการในการร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแสต่อการกระทำผิดและการทุจริตของกลุ่มบริษัทไทยคม

คณะกรรมการบริษัท มุ่งมั่นที่จะดูแลให้มีการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติอย่างเคร่งครัด และจะพัฒนาการกำกับดูแลกิจการของบริษัทอย่างต่อเนื่อง เพื่อเตรียมความพร้อมให้บริษัทก้าวไปสู่การกำกับดูแลกิจการในระดับสากล โดยเฉพาะในภูมิภาคอาเซียน ทั้งนี้เพื่อให้บริษัทบรรลุเป้าหมายในการสร้างความมั่นคง การเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืนให้กับองค์กร ผู้ถือหุ้น รวมทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน

การปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการของบริษัท ได้นำแนวปฏิบัติต่างๆ ของการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียนมาใช้ในการบริหารจัดการตามหน้าที่ความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมาย รวมทั้งได้ส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่สำคัญในหลายๆ ด้าน เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย อาทิเช่น การตั้งคณะทำงาน Corporate Governance Committee ส่งเสริมให้มีการประชาสัมพันธ์และสื่อสารทั่วทั้งองค์กร เป็นต้น

ทั้งนี้มีรายละเอียดของการปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการแบ่งออกเป็น 5 หมวดดังนี้

สิทธิของผู้ถือหุ้น

บริษัทมีนโยบายที่จะให้ผู้ถือหุ้นมีส่วนในการดูแลกิจการ และให้ความเห็นเกี่ยวกับการดำเนินกิจการของบริษัท บริษัทจึงได้ส่งเสริมและเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิต่างๆ ของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้ถือหุ้น อันได้แก่

- สิทธิในการเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้น แสดงความคิดเห็น ให้ข้อเสนอแนะ และร่วมพิจารณาตัดสินใจในการ เปลี่ยนแปลงที่สำคัญต่างๆ ซักถามในการประชุมผู้ถือหุ้น สิทธิที่จะได้รับสารสนเทศอย่างเพียงพอและ ทันเวลา
- สิทธิจะได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง เพียงพอ ในการติดตามการดำเนินงาน รวมถึงบริษัทไม่มีนโยบายในการที่จะกีดกันหรือสร้างอุปสรรคในการสื่อสารระหว่างกันของผู้ถือหุ้นทุก ๆ ราย
- สิทธิในการแต่งตั้งถอดถอนกรรมการ
- สิทธิในการให้ความเห็นชอบในแต่งตั้งผู้สอบบัญชี และกำหนดค่าตอบแทนผู้สอบบัญชี
- สิทธิในส่วนแบ่งผลกำไรของบริษัทในรูปแบบของเงินปันผล
- สิทธิในการได้รับใบหุ้น โอนหุ้น การรับซื้อหุ้นคืนอย่างเท่าเทียมกันในนามบริษัท
- สิทธิในการมอบฉันทะให้บุคคลอื่นเข้าประชุมและออกเสียงลงคะแนนแทนตน
- สิทธิในการกำหนด หรือแก้ไขข้อบังคับและหนังสือบริคณห์สนธิ
- สิทธิอื่น ๆ ตามที่กำหนดไว้ในกฎหมาย และข้อบังคับของบริษัท

การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

บริษัทเคารพในสิทธิต่างๆ ที่ผู้ถือหุ้นมีอยู่ตามกฎหมาย และ/หรือตามข้อบังคับของบริษัท โดยบริษัทจะปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ว่าผู้ถือหุ้นนั้นจะเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือรายย่อย เป็นคนไทย หรือคนต่างด้าว นังลงทุนสถาบัน หรือบุคคลธรรมดา ซึ่งผู้ถือหุ้นของบริษัททุกรายจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม ดังนี้

- เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับการเลือกตั้งเป็นกรรมการบริษัทในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นเป็นการล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 เดือนตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด
- ในการประชุมผู้ถือหุ้น บริษัทได้แจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่ใช้ในการประชุม รวมถึงขั้นตอนในการออกเสียงลงมติและสิทธิในการออกเสียงลงคะแนน นอกจากนั้นในส่วนของเอกสารต่างๆ ได้จัดทำและเผยแพร่ทั้งในรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษควบคู่กัน เพื่อให้ผู้ถือหุ้นทั้งชาวไทยและต่างชาติสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเท่าเทียมกัน
- บริษัทจะไม่เพิ่มวาระประชุม หรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลสำคัญ โดยไม่แจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้า
- เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิในการแต่งตั้งกรรมการเป็นรายคนและสนับสนุนให้มีการใช้บัตรลงคะแนนเสียงเพื่อความโปร่งใสและตรวจสอบได้
- มีการประกาศระเบียบเรื่องการปฏิบัติในการใช้ข้อมูลภายในเพื่อป้องกันมิให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานใช้ข้อมูลภายในเพื่อหาผลประโยชน์แก่ตนเอง หรือผู้อื่นในทางมิชอบ โดยมีการแจ้งแนวทางและนโยบายให้ทุกคนในองค์กรถือปฏิบัติ และมีการติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ
- คณะกรรมการและผู้บริหารจะต้องเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้เกี่ยวข้องเพื่อให้คณะกรรมการได้พิจารณาธุรกรรมของบริษัทโดยรวม ทั้งนี้กรรมการและผู้บริหารที่มีส่วนได้เสียกับธุรกรรมที่ทำกับบริษัทต้องไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจทำธุรกรรมดังกล่าว ทั้งนี้เป็นไปตามขั้นตอนหรือมาตรการอนุมัติการเข้าทำรายการระหว่างกันของบริษัท
- กำหนดนโยบายเรื่องการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท และวิธีการรายงานเพื่อให้กรรมการ และผู้บริหารที่มีหน้าที่รายงานการถือครองหลักทรัพย์ ตามข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ต่อคณะกรรมการเป็นประจำ

บทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

บริษัทได้ตระหนักถึงสิทธิของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น และมีนโยบายที่จะดูแลให้ความมั่นใจ โดยได้ให้ความสำคัญแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม รวมไปถึงการคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชั่น ซึ่งบริษัทได้ให้ความสำคัญและตระหนักดีว่าความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัทได้จัดทำคู่มือจริยธรรมและประกาศใช้เพื่อให้กรรมการผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท ได้ทราบและนำไปปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด รวมทั้งได้กำหนดโทษในการไม่ปฏิบัติ ซึ่งเป็นไปตามลักษณะแห่งความผิดตามควรแก่กรณี โดยบริษัทได้เผยแพร่

ข้อมูลดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ภายในองค์กร รวมถึงการแจกคู่มือปฏิบัติให้แก่คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนซึ่งได้ลงนามรับทราบจรรยาบรรณนี้ อีกทั้งบริษัทยังได้กำหนดให้ฝ่ายตรวจสอบภายใน ฝ่ายทรัพยากรบุคคล คณะกรรมการจรรยาบรรณ หรือคณะกรรมการตรวจสอบ แล้วแต่กรณี มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบในการรายงานการไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณอีกด้วย

นอกจากนั้นบริษัทได้จัดให้มีการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ และกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมและให้ความรู้พนักงานในเรื่องหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และจรรยาบรรณของพนักงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการสื่อสารกับคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดีในเรื่องหลักธรรมาภิบาลอย่างเป็นรูปธรรม

การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

บริษัทให้ความสำคัญต่อการเปิดเผยข้อมูลที่มีความถูกต้องครบถ้วน โปร่งใส ทันเวลาและมีความน่าเชื่อถือ ผ่านช่องทางที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ซึ่งผู้มีส่วนได้เสียทุกรายจะต้องมีความเท่าเทียมกันในการรับทราบข้อมูลทางการเงิน และข้อมูลที่มิใช่ทางการเงินของบริษัท ตามข้อกำหนดของสำนักงานกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้นักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงบุคคลทั่วไปได้รับทราบข้อมูลไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุน ซึ่งข้อมูลที่เปิดเผยสอดคล้องกับกฎเกณฑ์ และระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องตามกำหนด

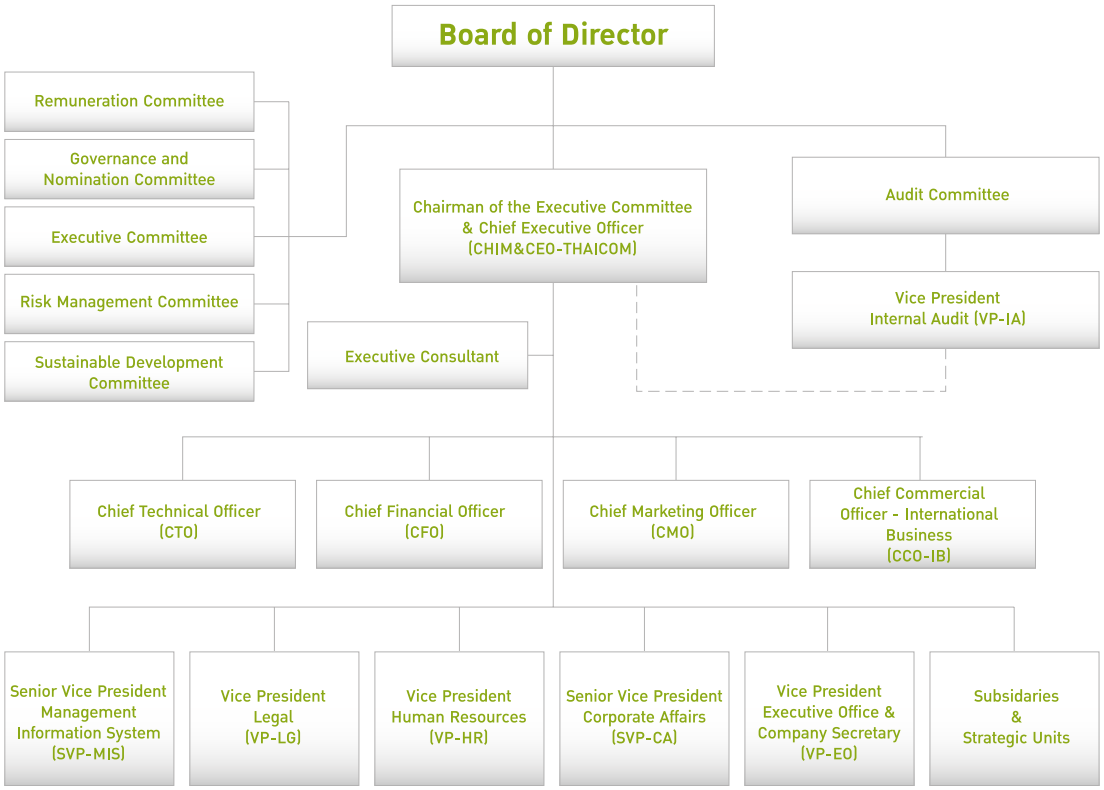
สำหรับการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของบริษัทที่สำคัญ บริษัทได้ดำเนินการตามขั้นตอน และช่องทางต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับทราบข้อมูลได้อย่างทั่วถึง ซึ่งบริษัทได้เปิดเผยข้อมูลทั้งในรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของบริษัท และผ่านระบบเผยแพร่ข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นต้น

บทบาทและความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

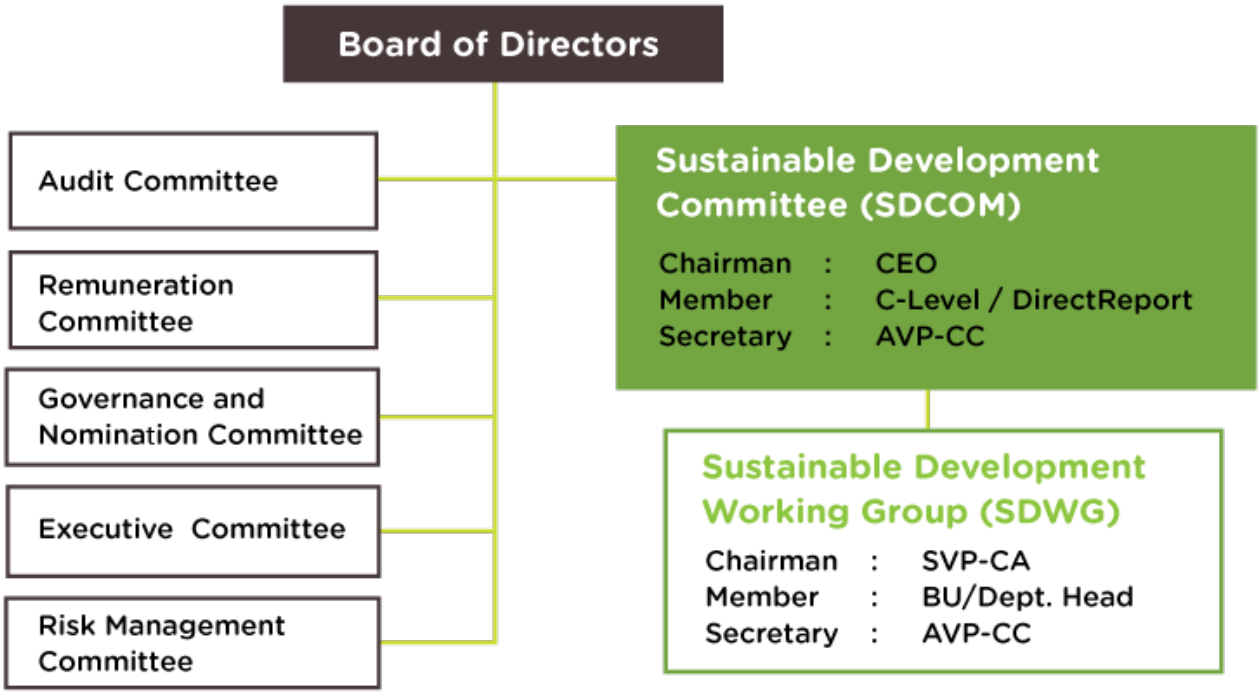
บริษัทให้ความสำคัญในการแสดงบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ เพื่อดูแลรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกราย โดยคณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่ในการชี้แนะทิศทางการบริหารของบริษัท การติดตามและกำกับดูแลการบริหารงานของฝ่ายจัดการ การแสดงความรับผิดชอบตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจากผู้ถือหุ้นต่อบริษัท โดยสามารถมีความคิดเห็นและชี้แนะอย่างเป็นอิสระจากฝ่ายบริหาร

(โปรดอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี ได้จากรายงานประจำปี 2557 ของบริษัท ซึ่งสามารถดาวน์โหลดได้ที่ www.thaicom.net)

โครงสร้างองค์กร บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน)



โครงสร้างการบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของไทยคม



การบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Corporate Governance for SD)

ภายใต้ทิศทางดำเนินธุรกิจในการเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน (Profitable and Sustainable Growth) บริษัทเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจบนเส้นทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการแสดงบทบาทความรับผิดชอบทั้งในกระบวนการดำเนินธุรกิจและการดูแลรับผิดชอบผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง บนหลักการที่ว่า

- บริษัทยังคงมุ่งมั่นในการเติบโตอย่างยั่งยืน เคียงข้างสังคมดูแลสิ่งแวดล้อม และสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจ ของชุมชนที่เราอาศัยอยู่และดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิค
- บริษัทในฐานะผู้นำทางด้านดาวเทียม มุ่งมั่นที่จะใช้ศักยภาพที่มีเพื่อสร้างเครือข่าย และก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อให้ได้รับประโยชน์และเป็นการสร้างคุณค่าร่วมกันในทุกภาคส่วน
- บริษัทมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าร่วม ผ่านกระบวนการส่งเสริมการศึกษาและการเรียนรู้ เพื่อสร้างโอกาส สร้างอนาคต เพราะเราเชื่อมั่นว่า “การศึกษาไทยแข็งแรง ประเทศไทยแข็งแรง”

แนวทางการบริหารจัดการด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

จากวิสัยทัศน์ที่กำหนดให้บริษัทเป็นผู้นำในธุรกิจดาวเทียมเพื่อการสื่อสารที่สร้างโอกาสในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ดาวเทียมเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจและสังคม ในปี 2557 ถือเป็นความก้าวหน้าที่สำคัญของบริษัทไปอีกขั้นในการบริหารจัดการด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้มีทิศทางที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ผ่านกระบวนการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนแก่คณะกรรมการการพัฒนาอย่างยั่งยืนของ บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) (Sustainable Development Committee) โดยมีประธานกรรมการบริหารและประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นประธานคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงจากส่วนงานต่างๆ เป็นกรรมการเพื่อกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ แผนการดำเนินงานและการติดตามผลการดำเนินงานที่เกี่ยวเนื่องกับการดำเนินธุรกิจทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

โดยมีคณะทำงานขับเคลื่อนการเติบโตอย่างยั่งยืน ปี 2557 (SD Working Group) ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารและคณะทำงานจากส่วนงานต่างๆ เพื่อกำหนดแผนการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ทิศทางการดำเนินธุรกิจและการกำหนดหาประเด็นสำคัญที่มีผลกระทบกับบริษัท เพื่อนำไปสู่กระบวนการ






บริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบด้านลบและเพิ่มผลกระทบด้านบวก ตลอดจนกำหนดแผนงานในการจัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน และดำเนินการจัดทำรายงานตามแนวทางของ Global Reporting Initiatives version 4 (GRI-G4) เพื่อสื่อสารให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรรับรู้ความก้าวหน้าในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงการนำข้อมูลที่ได้จากการจัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาสอบทวนและปรับปรุงการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนในองค์กรต่อไป

เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามทิศทางที่บริษัทวางไว้ ในปี 2557 บริษัทได้มีการกำหนดนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ครอบคลุมการดำเนินงานทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่สามารถตอบสนองผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม โดยประกอบไปด้วย

การกำกับดูแลกิจการ

บริษัทยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาลด้วยการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริหารจัดการด้วยความโปร่งใสและรับผิดชอบ ปฏิบัติต่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนอย่างเป็นธรรมและเหมาะสม รักษาชื่อเสียงและความเชื่อมั่นของสังคมที่มีต่อบริษัทและปฏิบัติตนเป็นพลเมืองดีของทุกประเทศและภูมิภาคที่บริษัท ดำเนินธุรกิจอยู่

การดำเนินธุรกิจ

บริษัทดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมและมีจริยธรรม ซื่อสัตย์ จริงใจ เคารพและปฏิบัติตามกฎหมาย ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี หลีกเลี่ยงการดำเนินการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ต่อต้านการคอร์รัปชั่นทุกรูปแบบ ดำรงตนเป็นกลางทางการเมือง และเคารพต่อขนบธรรมเนียมประเพณีของสังคมที่ดำเนินธุรกิจอยู่

สิทธิมนุษยชน

บริษัทสนับสนุนและเคารพสิทธิมนุษยชน ดำเนินธุรกิจโดยเคารพต่อสิทธิและเสรีภาพ ไม่เลือกปฏิบัติ ส่งเสริมความเสมอภาค ไม่แบ่งแยกหรือกีดกันทางเพศ เชื้อชาติและชนชั้น ไม่ใช้แรงงานเด็ก และจะไม่มีส่วนร่วมกับการกระทำใดๆ ที่ขัดต่อหลักสิทธิมนุษยชน

การปฏิบัติต่อพนักงาน

- บริษัทถือว่าพนักงานเป็นทรัพย์สินที่มีค่าสูงสุดสำหรับองค์กร
- บริษัทส่งเสริมและปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กร อันมีที่มาจากค่านิยมหลักและวิสัยทัศน์ขององค์กร โดยดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และรากฐานของความเป็นไทย
- บริษัทส่งเสริมให้พนักงานได้มีโอกาสแสดงศักยภาพอย่างเต็มที่ และมีความก้าวหน้าในการงาน สนับสนุนการฝึกอบรมและการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานโดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของพนักงาน พิจารณาผลงานและให้ผลตอบแทนอย่างเหมาะสม
- บริษัทสร้างสุขภาวะในการทำงาน สนับสนุนการสร้างความสมดุลในชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว จัดสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยและถูกสุขอนามัย จัดให้มีสวัสดิการด้านสุขภาพ และปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองแรงงานโดยเคร่งครัด ตลอดจนการเตรียมความพร้อมต่อวิกฤตการณ์ต่างๆ
- บริษัทส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกให้พนักงานมีจิตอาสา และมีส่วนร่วมทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม

การปฏิบัติต่อลูกค้า

บริษัท มีนโยบายคุณภาพและระบบจัดการคุณภาพ ISO 9001:2008 ที่มุ่งนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ เชื่อถือได้และปลอดภัย มุ่งเน้นการสร้างความพึงพอใจสูงสุดต่อลูกค้า เน้นการมอบประสบการณ์ความประทับใจด้วยบริการอันเป็นเลิศ มีความจริงใจต่อการจัดการข้อเรียกร้องของลูกค้ารวมทั้งพยายามอย่างเต็มที่ในการแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นจากสินค้าและบริการ อีกทั้งมุ่งเน้นการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้า

การปฏิบัติต่อคู่ค้าและพันธมิตรธุรกิจ

บริษัทปฏิบัติต่อคู่ค้าและพันธมิตรธุรกิจอย่างเป็นธรรมและด้วยความเป็นกัลยาณมิตร คำนึงถึงการสร้างประโยชน์และการเติบโตของธุรกิจร่วมกัน โดยยึดมั่นและปฏิบัติตามสัญญา ตลอดจนข้อตกลงต่างๆ ที่มีต่อกัน มีนโยบายการคัดเลือกคู่ค้าและพันธมิตรธุรกิจ รวมทั้งการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใสและเป็นธรรม ทั้งนี้เพื่อมุ่งเน้นที่จะคงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันยั่งยืนกับคู่ค้าและพันธมิตรธุรกิจ บริษัทได้กำหนดแนวทางปฏิบัติของคู่ค้า โดยใช้หลัก

- หลักจรรยาบรรณ ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม โดยคาดหวังให้คู่ค้าของเราต้องดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานจรรยาบรรณและความซื่อสัตย์
- หลักสิทธิมนุษยชนแรงงาน
- หลักคุณภาพสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย

การสร้างสรรค์นวัตกรรม

บริษัทเชื่อมั่นในศักยภาพการสร้างสรรค์นวัตกรรม อันเป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินธุรกิจและการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร บริษัทสนับสนุนให้พนักงานพัฒนาสินค้าและบริการ รวมถึงเปิดโอกาสการมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์นวัตกรรม ทั้งในด้านเทคโนโลยี กระบวนการทำงานและรูปแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ และส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมที่บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่ รวมทั้งสร้างประโยชน์และความเจริญต่อสังคมโดยส่วนรวม

ความสัมพันธ์กับชุมชนและสังคม

- บริษัทเชื่อมั่นและนำแนวคิดในการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างภาคธุรกิจกับสังคมมาเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจ ชุมชนและสังคมเจริญเติบโตไปพร้อมกันอย่างยั่งยืน
- บริษัทมีนโยบายในการสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือกับชุมชนโดยรอบบริเวณที่บริษัทดำเนินธุรกิจตลอดจนพื้นที่ชุมชนอื่นๆ โดยพิจารณาจากความต้องการของชุมชน การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ กับชุมชน โดยมุ่งเน้นเป้าหมายเพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตของชุมชนให้ดีขึ้น
- บริษัทถือว่าการศึกษาเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาประเทศ สังคม ชุมชน รวมถึงธุรกิจ โดยมีนโยบายในการนำสินค้า บริการ บุคลากร และทรัพยากรของบริษัทมาใช้ประโยชน์ในการสนับสนุนการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและเติบโตได้อย่างยั่งยืน
- บริษัทถือเป็นความรับผิดชอบในการให้บริการด้านการสื่อสารโทรคมนาคมในยามเกิดภัยพิบัติในพื้นที่ที่บริษัทสามารถให้บริการด้านการสื่อสารโทรคมนาคมได้ โดยบริษัทจะร่วมมือกับลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ รวมถึงองค์กรต่างๆ เพื่อให้สามารถเข้าให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยในโอกาสแรกที่ทำได้

สิ่งแวดล้อม

บริษัทมีนโยบายดำเนินธุรกิจโดยให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด เน้นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อการรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกบริษัท ให้แก่บุคลากร ป้องกันและควบคุมไม่ให้การดำเนินธุรกิจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศน์ รวมถึงการใช้อุปกรณ์ทางด้านความถี่วิทยุ (Radio Frequency) อย่างปลอดภัยต่อบุคลากรของบริษัท และชุมชนโดยรอบบริษัท







เชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

บริษัทเชื่อว่าการจะนำพาองค์กรเดินหน้าไปสู่เป้าหมายของการเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืนจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่ตอบสนองผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างครบถ้วน ในปี 2557 บริษัทได้มีการกำหนดกรอบการดำเนินงาน ซึ่งครอบคลุมกระบวนการดำเนินการทั้งภายในองค์กรและกระบวนการดำเนินการภายนอกองค์กร โดยเริ่มตั้งแต่การกำหนดผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทเป็นทั้งหมด 6 กลุ่มและแนวทางในการบริหารจัดการเพื่อตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ อันนำไปสู่การกำหนดแนวทางในการปฏิบัติและดำเนินการในการแสดงบทบาทด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ผ่านกระบวนการของการประชุมร่วมกันของตัวแทนหน่วยงานทุกๆ หน่วยงาน เพื่อทำการระบุกลุ่มและประเด็นที่เกี่ยวข้องของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละหน่วยงาน และทำการสรุป ลงความเห็นร่วมกันผ่านคณะทำงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนและนำเสนออนุมัติต่อคณะกรรมการเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนดังนี้

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ช่องทางการสื่อสาร	ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความสำคัญ
ผู้ถือหุ้น	• การประชุมผู้ถือหุ้น • รายงานประจำปี • รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน • เว็บไซต์	• สร้างความพึงพอใจสูงสุด • ความเจริญเติบโตในมูลค่าของบริษัท • ผลตอบแทนที่ดี • เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส เชื่อถือได้และเท่าเทียม
พนักงาน	• ข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน • กิจกรรมผู้บริหารกับพนักงาน • การสำรวจความคิดเห็น • รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน • เว็บไซต์	• พัฒนาความรู้ความสามารถ • บรรยากาศการทำงานที่ดี • ปฏิบัติด้วยความสุภาพ • เคารพต่อความเป็นปัจเจกชน • ค่าจ้างที่เหมาะสม
ลูกค้า	• ข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน • การสำรวจความคิดเห็น • การประชุมประจำปี • รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน • เว็บไซต์	• ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่มีคุณภาพระดับโลก • ความพึงพอใจลูกค้า • ข้อเรียกร้องของลูกค้า
คู่ค้า	• ข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน • เว็บไซต์	• ไม่ขัดต่อกฎหมายใดๆ • ความเสมอภาคในการดำเนินธุรกิจและผลประโยชน์ร่วมกัน • การจัดซื้อจัดจ้างอย่างยุติธรรม
คู่แข่ง	• ข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน	• การแข่งขันทางการค้าอย่างเสรีและเป็นธรรม
สาธารณชนและสังคม	• ข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน • กิจกรรมพบปะชุมชน • เว็บไซต์	• ไม่เอาเปรียบและช่วยเหลือสังคม • ร่วมในกิจกรรมที่เป็นสาธารณประโยชน์ • การดูแลรักษาธรรมชาติและการอนุรักษ์พลังงาน • ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การคัดเลือกประเด็นสำคัญ

สำหรับรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนฉบับนี้ได้มีการคัดเลือกประเด็นที่เป็นสาระสำคัญสำหรับบริษัทผ่านการประชุมร่วมกันของคณะทำงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ประกอบด้วยกลุ่มตัวแทนของหน่วยงานด้านการกำหนดทิศทางบริษัท (ฝ่ายกลยุทธ์, ฝ่ายบริหารความเสี่ยง เป็นต้น) กับกลุ่มตัวแทนของหน่วยงานด้านการเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ฝ่ายการตลาด, ฝ่ายสื่อสารองค์กร เป็นต้น) เพื่อให้ได้ประเด็นต่างๆ ที่บริษัทและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความสนใจ จากการได้มาซึ่งประเด็นต่างๆ ที่หลากหลาย คณะทำงานฯ จะทำการคัดกรองประเด็นและจัดลำดับความสำคัญของประเด็นต่างๆ ด้วยกระบวนการคัดเลือกประเด็นสำคัญ (Materiality) เพื่อให้ได้ประเด็นสำคัญที่สัมพันธ์กับทิศทางของบริษัทและได้รับความสนใจจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านการประชุมเชิงปฏิบัติการของคณะที่ปรึกษา ซึ่งจะเป็นประเด็นสำคัญตามแนวทางของการพัฒนาอย่างยั่งยืนอันนำไปสู่การวางแนวทางการบริหารในองค์กรเพื่อตอบสนองต่อประเด็นสำคัญต่างๆ ให้บรรลุผล โดยขอบเขตของประเด็นที่สำคัญจะถูกแบ่งดังนี้

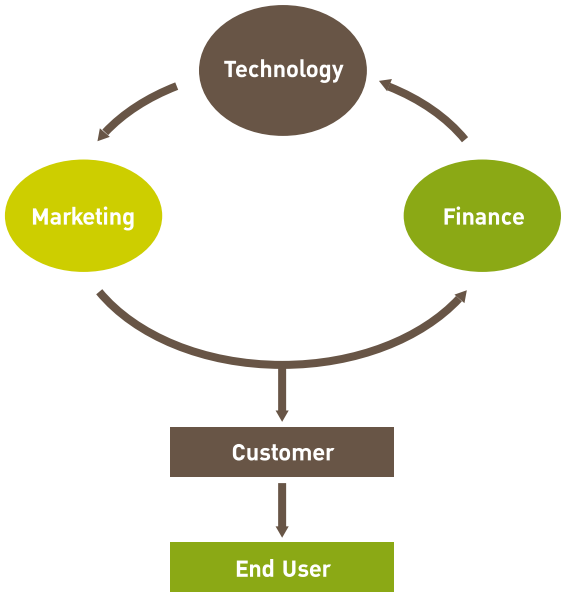


ผลการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของไทยคม
สร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่ออนาคต



ด้วยเทคโนโลยีในยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมากขึ้นกว่าในอดีตที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เกิดขึ้นเป็นประจำอยู่เสมอในทุกๆ ปี บริษัทในฐานะผู้ดูแลโครงสร้างพื้นฐานทางด้านโทรคมนาคมที่สำคัญของประเทศตระหนักดีกว่าการที่บริษัทจะสามารถเติบโตและดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนและมั่นคงได้นั้นจำเป็นต้องสร้างผลิตภัณฑ์และการให้บริการรูปแบบใหม่ที่จะต้องตอบสนองต่อแนวโน้มของเทคโนโลยีในอนาคต ความต้องการของลูกค้า ได้อย่างรวดเร็วและสม่ำเสมอ ในขณะเดียวกันยังต้องสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำพาให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างมั่นคง

เพื่อให้เป้าหมายที่ได้กำหนดไว้บรรลุผล บริษัทจึงได้กำหนดกรอบแนวทางในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ผ่านกระบวนการพัฒนาสร้างสรรค์นวัตกรรมของไทยคม ที่เรียกว่า “Innovation Pipeline” ที่หน่วยงานต่างๆ จะมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาเหล่านี้ตั้งแต่การคิดค้นไปจนถึงการให้บริการผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ “Innovation Pipeline” โดยกระบวนการพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจะเกิดจาก 3 หน่วยงานสำคัญ ได้แก่ หน่วยงาน Technological Innovation, Financial Innovation, Marketing Innovation ที่จะทำการประสานงานร่วมกันเพื่อทำให้ผลิตภัณฑ์และการบริการของไทยคม ผลิตออกมาเพื่อก้าวล้ำเทคโนโลยีในปัจจุบันและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและผู้ใช้ปลายทาง แต่ยังคงไว้ซึ่งการบริหารจัดการต้นทุนที่เหมาะสม



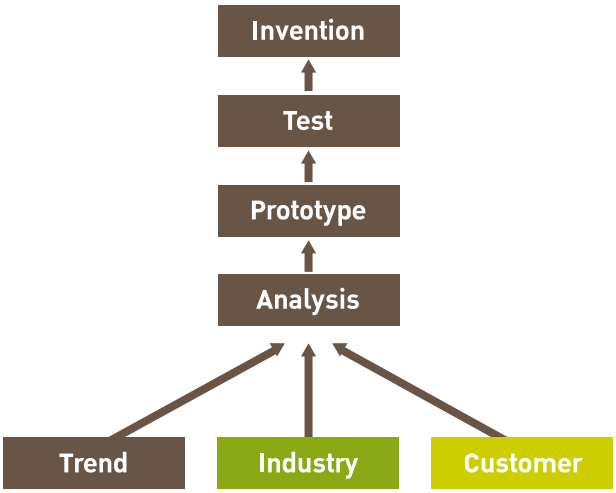
Innovation Pipeline

สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ก้าวนำเทคโนโลยีและตอบโจทย์ต่อลูกค้า (Technological Innovation)

เทคโนโลยียุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างรวดเร็ว นั่นย่อมส่งผลให้ผลิตภัณฑ์หรือการบริการต่างๆ ของธุรกิจดาวเทียมต้องมีการปรับตัวตามไปด้วย เพื่อที่จะตอบสนองต่อเทคโนโลยีใหม่ๆ ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง จากแนวโน้มเหล่านี้บริษัทมุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทไม่เพียงแต่ก้าวทันเทคโนโลยี แต่ต้องก้าวนำเทคโนโลยีด้วย เพื่อที่จะบรรลุวิสัยทัศน์ที่กล่าวไว้ว่า “ไทยคมจะต้องเป็นผู้นำธุรกิจดาวเทียมเพื่อการสื่อสารที่สร้างโอกาสในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ดาวเทียมเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจและสังคม”

กระบวนการที่จะก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของบริษัทจะต้องผ่านการศึกษา ประเมิน วิเคราะห์ ปัจจัยที่สำคัญ 3 ด้านได้แก่

1. แนวโน้มของเทคโนโลยี (Trend) ศึกษา ประเมิน วิเคราะห์คาดการณ์รูปแบบเทคโนโลยีใหม่ๆ ในอนาคตข้างหน้า
2. แนวโน้มของกลุ่มอุตสาหกรรมดาวเทียม (Industry) ติดตามการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มอุตสาหกรรมดาวเทียมอยู่เสมอ เพื่อประเมินและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างทันท่วงที
3. ความต้องการความคาดหวังของลูกค้า (Customer) รับทราบข้อเสนอแนะ ข้อร้องเรียนและความต้องการของผลิตภัณฑ์และการให้บริการของบริษัทเพื่อปรับปรุงพัฒนาหรือสร้างรูปแบบใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น



แนวทางการบริหารจัดการเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์

จากปัจจัยเหล่านี้จะนำไปสู่การสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์หรือกระบวนการรูปแบบใหม่ ที่จะตอบสนองต่อประเด็นต่างๆ ที่สำคัญที่ได้ทำการวิเคราะห์มา ผ่านกระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบพร้อมระบบการประเมินผลตามมาตรฐานที่บริษัทได้กำหนดไว้ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสิ่งประดิษฐ์หรือกระบวนการรูปแบบใหม่ๆ ที่ได้กำเนิดขึ้นมานั้นจะสามารถตอบโจทย์หรือข้อสงสัยให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของทุกกลุ่ม ผ่านระบบการบริหารจัดการที่คำนึงถึงผลกระทบในทุกกระบวนการของบริษัทโดยผลการดำเนินการในการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่โดดเด่นของบริษัทในปี 2557 ที่บริษัทได้สร้างสรรค์ขึ้นมามีดังนี้

โครงการ In-flight Entertainment and Connectivity (IFEC)

ได้รับการพัฒนาขึ้นตามแผนกลยุทธ์ด้าน New Solutions ของบริษัท โดยมุ่งเน้นพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านดาวเทียม Mobility Service แบบครบวงจร เพื่อตอบสนองต่อลักษณะการใช้ชีวิตของคนในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่การบริโภคเทคโนโลยีที่มากขึ้น โครงการ IFEC เป็นการให้บริการ Wi-Fi อินเทอร์เน็ตบนย่านความถี่ Ku-band ด้วยความเร็วระดับ3G ซึ่งบริษัทได้ร่วมมือกับ บริษัท โกลบอล อีเกิ้ล เอ็นเตอร์เทนเม้นท์ พัฒนาอุปกรณ์และระบบการสื่อสาร ให้กับผู้โดยสารให้สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ เพื่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตและเพื่อการสื่อสารบนเครื่องบิน ซึ่งถือเป็นครั้งแรกในภูมิภาคเอเชียนี้ บริการของนี้ช่วยเชื่อมต่อการสื่อสาร ทั้งภาคพื้นดิน ภาคพื้นน้ำ และบนฟ้า เพื่อส่งมอบโซลูชั่นส์การให้บริการสำหรับลูกค้า และขณะเดียวกันก็ตอบสนองความต้องการในการสื่อสารแบบต่อเนื่องของผู้โดยสารด้วย เนื่องจากผู้โดยสารสามารถใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแม้ในขณะเดินทาง โดยบริการ Wi-Fi Onboard จากโครงการ IFEC ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2557 เป็นต้นมาไปกับสายการบินนกแอร์

โครงการ Multiscreen / 2nd Screen

คือ Application ที่ทางบริษัทได้สร้างขึ้นมา โดยมีที่มาอันเนื่องมาจากบริษัทมองเห็นว่าปัจจุบันพฤติกรรมผู้ชมทีวีมีการเปลี่ยนแปลงไปมากเมื่อเทียบกับสมัยก่อน มีการใช้ Smartphone หรือ อินเทอร์เน็ต (Internet) ในระหว่างการรับชมรายการโทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยที่พบว่า ปัจจุบันมีคนใช้ Smartphone ขณะรับชมรายการโทรทัศน์มากขึ้นถึง 85% ไม่ว่าจะใช้รับส่งอีเมล Chat หรือติดตามข่าวสาร บริษัทมองเห็นโอกาสของการเติบโตของธุรกิจนี้ที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ อันเนื่องมาจากอัตราการบริโภคสินค้า Smartphone ยังมีจำนวนเพิ่ม





มากขึ้น ไทยคม สถานีโทรทัศน์/ผู้ผลิตรายการ และบริษัทต่างๆ จึงอยากพัฒนา Application เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่จะทำให้ผู้ชมได้มีส่วนร่วมกับรายการโทรทัศน์และสามารถช่วยให้ข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญแก่ สถานีโทรทัศน์/ผู้ผลิตรายการ และบริษัทต่างๆ เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์เพื่อทำการปรับปรุงพัฒนาเนื้อหาสาระของรายการต่อไป โดยบริษัทคาดว่าผลประโยชน์ที่ผู้เกี่ยวข้องจะได้รับจากโครงการนี้ ได้แก่

- การเพิ่มมูลค่าการโฆษณา (Increased Advertising Value) โดยมีรายได้จากการโฆษณา และ ขายสินค้า หรือ Content อื่น ๆ
- ทำให้รายการมีภาพลักษณ์ที่ทันสมัย เพิ่มประสบการณ์ใหม่แก่ผู้ชมในการรับชมรายการ
- การค้นพบ (Discovery) ซึ่งหมายถึงการที่ผู้บริโภค “พบ” หรือ รู้จัก ได้ยินชื่อของรายการเป็นครั้งแรกผ่านสื่อสังคมออนไลน์หรือ Application
- สร้างความภักดีของผู้ชม (Loyalty) ช่วยส่งเสริมให้มีการรับชมต่อเนื่องทั้งในระยะสั้นและในระยะยาว
- ทำให้ผู้ชมมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหารายการ (Interactive) สร้างสภาพแวดล้อมแบบสังคมออนไลน์ ทำให้แฟนรายการสามารถพบปะสนทนากันได้

โดยในปี 2557 ที่ผ่านมาบริษัทได้เริ่มดำเนินการให้บริการโครงการนี้แล้วผ่านการร่วมมือกับกลุ่มลูกค้าสถานีโทรทัศน์/ผู้ผลิตรายการ และบริษัทต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. สถานีโทรทัศน์ / ผู้ผลิตรายการ
   1.1 บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)
   เป็นการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์การนำเสนอการบริการลูกค้าแบบครบวงจร (End-To-End Solution) ของบริษัท เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างรายการโทรทัศน์กับผู้ชม ที่ผู้ชมและผู้ผลิตรายการสามารถสื่อสารถึงกันได้ระหว่างการชมรายการอันนำมาซึ่งการภักดีต่อการรับชมรายการกับ Application ที่ใช้ โดย บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ร่วมมือกับไทยคมเปิดตัว MCONNECT Application ให้ผู้ชมได้สัมผัสประสบการณ์แบบ 2nd Screen เมื่อพฤษภาคม ปี 2557 ภายใน Application มีกิจกรรมร่วมสนุกตอบคำถามเพื่อชิงรางวัลแบบ Real-time กับรายการโทรทัศน์และหลายรายการเกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอลโลก ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มผู้ชมรายการโทรทัศน์

   1.2 ผู้ผลิตรายการ (Content Owner)
   ปัจจุบันบริษัทอยู่ในช่วงของการพัฒนาระบบร่วมกับผู้ผลิตรายการและนักลงทุน เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่จะทำให้ผู้ชมได้มีส่วนร่วมกับรายการ ซึ่งจะออกอากาศในปี 2558 โดยมีจุดประสงค์คือ
   - สร้างการสื่อสารร่วมกันระหว่างรายการและตัวผู้ชมเปรียบเสมือนผู้ชมกำลังพูดคุยกับรายการนั้นๆ โดยสามารถที่จะรับทราบถึงข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับรายการนั้นๆ ตามที่ผู้ชมต้องการหรือมีบทสนทนาระหว่างกันและกัน เพื่อสร้างความผูกพันระหว่างรายการกับผู้ชมให้ใช้ Application นี้ต่อไปเรื่อยๆ
   - ช่องทางเพิ่มรายได้ ด้วยรูปแบบของ Application ที่จะสามารถดึงดูดผู้ชมให้สามารถเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ บริษัทจึงมองเห็นว่าการโฆษณาจำหน่ายสินค้า ก็สามารถที่จะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของ Application ที่สามารถตอบสนองความสนใจของผู้ชมได้ทันทีดังเช่น ข้อมูลของนักแสดงหรือรายการต่างๆ ได้อย่างทันที หากผู้ชมมีความสนใจในสินค้านั้นๆ หรือสถานที่ที่อยู่ในรายการโทรทัศน์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าเป็นรูปแบบการสร้างรายได้รูปแบบใหม่ที่จะตอบสนองต่อรูปแบบการใช้ชีวิตของคนในอนาคต

2. บริษัทต่างๆ
   2.1. เจ้าของสินค้าและห้างร้าน ปัจจุบันอยู่ในระหว่างกระบวนการที่ให้บริษัทมีความรู้ ความเข้าใจในการใช้ Application และคุณสมบัติหรือข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์ โดยบริษัทได้นำเสนอ 2nd Screen ให้กับเจ้าของสินค้าและห้างร้าน เพื่อสร้างเครือข่ายสำหรับงานขายสินค้าให้กับรายการต่างๆ และเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์สินค้าของเจ้าของสินค้าเอง





2.2. โรงแรม เพื่อต่อยอดโครงการ Multi-Screen Application ลูกค้าโรงแรมสามารถเข้าถึงบริการโรงแรมและเข้าไปใช้งาน 2nd Screen ผ่าน Smartphone ได้ โดยมีลักษณะของการให้บริการดังนี้

- Live TV และ Video On-Demand
- โฆษณา (Target Ads /In-stream Ads/ Display Ads)
- รวมบริการนี้เข้ากับบริการของโรงแรม เช่น บริการสั่งอาหาร บริการเรียกรถแท็กซี่
- E-commerce/Online Shopping ลูกค้าสามารถซื้อบริการ Package ท่องเที่ยว เช่ารถ หรือบัตรกำนัลในบริการพื้นที่นั้นๆ ได้

สร้างสรรค์ระบบการเงินเพื่อต้นทุนที่เหมาะสม (Financial Innovation)

ไทยคม หนึ่งในธุรกิจผู้นำดาวเทียม ที่มุ่งสร้างสรรค์นวัตกรรมทางธุรกิจและเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารที่พร้อมจะสร้างโอกาสในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากดาวเทียมเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจและสังคม โดยเน้นกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ 3 ด้าน ได้แก่ การบริหารจัดการองค์กร กลยุทธ์ทางการตลาด และการเติบโตอย่างยั่งยืน เพื่อมุ่งนำบริษัทไปสู่การเป็น “องค์กรที่มีศักยภาพทางธุรกิจสูง” (High Performance Organization) ตามพันธกิจที่ได้ตั้งเอาไว้ตั้งแต่ปี 2555

สำหรับในปี 2557 ในด้านการบริหารจัดการองค์กรของส่วนการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่ออนาคตใหม่ บริษัทยังคงมุ่งเน้นการพัฒนาที่ก่อให้เกิดนวัตกรรมทางการเงิน (Financial Innovation) ของบริษัทในการลงทุนโดยมีกระบวนการในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเพื่อก่อให้เกิดการบริหารต้นทุนที่เหมาะสมที่สุดแก่องค์กร อีกทั้งยังคำนึงถึงโอกาสในการสร้างคุณค่าร่วมให้แก่คู่ค้าภายในประเทศอีกด้วย

นวัตกรรมที่โดดเด่นในปีนี้ กล่าวคือ Innovative Asset-light Model เป็นการที่บริษัทได้เจรจาสร้างดาวเทียมไทยคม 7 โดยให้พันธมิตรทางธุรกิจเป็นผู้ลงทุนในการดำเนินการสร้างไปก่อน นับได้ว่าเป็นครั้งแรกของอุตสาหกรรมดาวเทียมที่สามารถทำสัญญาเช่าซื้อ (Leasing) ในลักษณะนี้ได้

นอกจากนี้นวัตกรรมทางการเงินที่โดดเด่นประการถัดมาคือ การออกหุ้นกู้ (Debentures) เป็นเงิน 4,550 ล้านบาท เสนอขายแก่นักลงทุนสถาบันและประชาชนทั่วไป เพื่อระดมทุนทดแทนเงินกู้ในการจัดส่งดาวเทียมไทยคม 7 ขึ้นสู่วงโคจร ซึ่งทำให้สามารถลดต้นทุนทางการเงินลงไปได้มาก แสดงให้เห็นถึงโครงสร้างทางการเงินขององค์กรที่มั่นคง (Stable) การกำกับดูแลกิจการที่ดีและโปร่งใส เป็นที่ยอมรับของนักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยวงเงินที่เหลืออีกส่วนหนึ่งจะนำไปเป็นเงินลงทุนในโครงการดาวเทียมไทยคม 8 ต่อไป การกำหนดแผนการออกหุ้นกู้ครั้งนี้ นอกจากจะช่วยลดค่าใช้จ่ายให้กับบริษัท ยังเป็นการเปิดโอกาสให้นักลงทุนไทยทุกคน ได้เป็นส่วนหนึ่งในการเป็นเจ้าของดาวเทียมไทยคม ซึ่งเป็นดาวเทียมของประเทศไทย แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นและความไว้วางใจของคู่ค้าที่มีต่อบริษัทได้เป็นอย่างดี

ประการสุดท้ายคือ บริษัทได้ลงนามในสัญญาเงินกู้กับธนาคารกสิกรไทยและธนาคารกรุงเทพ เพื่อใช้เป็นเงินทุนสำหรับโครงการดาวเทียมไทยคม 8 ที่จะขึ้นสู่วงโคจรในปี 2559 ซึ่งเป็นการกู้เงินในการลงทุนจากแหล่งเงินทุนในประเทศ ซึ่งในอดีตบริษัทมักจะใช้เงินกู้จากต่างประเทศเป็นหลักในการดำเนินโครงการดาวเทียม โดยบริษัททำการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) ร่วมกับแหล่งเงินทุน เพื่อนำไปสู่การบริหารต้นทุนดาวเทียมที่เหมาะสมที่สุดภายใต้เงื่อนไขการกู้ที่ดีที่สุดกับแหล่งเงินทุนในประเทศ (ในที่นี้คือ ธนาคารกสิกรไทยและธนาคารกรุงเทพ)



นวัตกรรมทางการเงินที่เกิดขึ้นบางส่วนนี้คือ ความมุ่งมั่นที่จะตอบโจทย์การบริหารจัดการองค์กรให้เติบโต สร้างผลกำไรให้กับผู้ถือหุ้น ทั้งยังเสริมสร้างคุณค่าให้สังคมอย่างยั่งยืนของบริษัท เพื่อมุ่งสู่การเป็น “องค์กรที่มีศักยภาพทางธุรกิจสูง” ตามพันธกิจที่ได้วางไว้

สร้างสรรค์รูปแบบการตลาดอย่างเหมาะสม (Marketing Innovation)

ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน การบริหารจัดการด้านเศรษฐกิจของบริษัททำได้อย่างโดดเด่น ควบคู่ไปกับการดำเนินการในมิติสิ่งแวดล้อมและมิติทางสังคม การบริหารจัดการด้านเศรษฐกิจของบริษัท จึงให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจที่สร้างประโยชน์ให้กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย นอกเหนือไปจากการพัฒนาโครงข่ายดาวเทียมให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้เพื่อขยายโอกาสและตอบสนองต่อความหลากหลายของการบริการในราคาที่เหมาะสม โดยเฉพาะการต่อยอดการให้บริการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตรายการและผู้ประกอบการสถานีวิทยุโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ผู้ประกอบการเคเบิลทีวีและผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก ผู้ผลิตและจำหน่ายชุดอุปกรณ์รับสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ผู้ประกอบการสื่อสารและโทรคมนาคม ตลอดจนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ธุรกิจสื่อโฆษณาบนช่องรายการวิทยุโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม เป็นต้น ผ่านกระบวนการพิจารณาความเหมาะสมในประเด็นต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้ผลิตขึ้นมา เพื่อสร้างรูป



แบบการขายให้แก่ลูกค้าเพื่อที่จะสามารถเข้าใจในศักยภาพและความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ได้อย่างง่ายและดีที่สุด

บริษัทได้ออกแบบการบริการโดยอาศัยจุดแข็งของดาวเทียมซึ่งเหมาะกับการส่งข้อมูลในลักษณะกระจายจากต้นทางไปยังจุดหมายปลายทางหลายๆ จุดพร้อมๆ กันเป็นวงกว้าง บริการให้กับผู้บริโภคบนพื้นฐานการเชื่อมต่อแบบปลายถึงปลาย (End to End) ปัจจุบันการส่งข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีปริมาณของข้อมูลสูงขึ้นหลายเท่าตัว สอดคล้องกับความนิยมของการใช้เทคโนโลยีการส่งข้อมูลความเร็วสูง ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet Broadband) เหมาะสำหรับผู้ให้บริการโทรคมนาคม สถานีโทรทัศน์และหน่วยงานราชการอื่นๆ โดยการใช้งานหลักๆ ได้แก่ การเชื่อมโยงโครงข่ายโทรศัพท์มือถือจากส่วนกลางไปยังสถานีรับสัญญาณทั่วประเทศ การให้บริการภาพและเสียงบนเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ การรับส่งไฟล์ภาพยนต์ในระบบความคมชัดสูง HD (High Definition), UHD (Ultra High Definition)

เนื่องจากเป็นธุรกิจต้นน้ำ (Upstream Service) การดำเนินการให้บริการช่องสัญญาณผ่านดาวเทียมของบริษัทยังเป็นการสร้างโอกาสใหม่ๆ ให้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ในขณะเดียวกันก็สามารถต่อยอดธุรกิจของลูกค้าได้ด้วย อีกหนึ่งโครงการที่บริษัทได้ดำเนินการไปแล้วคือ โครงการ Thaicom Digital Cinema Package (DCP) เพราะไทยคมมองเห็นว่า การกระจายเนื้อหา (ตัวภาพยนตร์) ได้อย่างมีประสิทธิภาพพร้อมๆ กันจะเป็นกุญแจแห่งความสำเร็จ (Key Success) ของโรงภาพยนตร์ดิจิตอล โครงการนี้ เป็นการใช้ดาวเทียมอย่างมีประสิทธิผล ตลอดจนกลวิธีที่น่าเชื่อถือเพื่ออำนวยความสะดวกในการกระจายสัญญาณครอบคลุมทุกโรงภาพยนตร์ มีการแพร่กระจายข้อมูล ณ ขณะเวลาจริง จากศูนย์กลางข้อมูลไปยังหน่วยต่างๆ อย่างครอบคลุมทั่วพื้นที่ ซึ่งเป็นการเข้าถึงเครือข่ายที่ไม่ขึ้นอยู่กับโครงข่ายพื้นฐานภาคพื้นดิน ดังที่ได้เริ่มโครงการร่วมกับทางกันตนาในปี 2557 ที่ผ่านมา ภายใต้ชื่อโครงการ Kantana Movie Mall ประกอบไปด้วย โรงภาพยนตร์ กันตนา ซีนีม่า ซึ่งเป็นโรงภาพยนตร์ดิจิตอลที่ใช้เทคโนโลยีการรับส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมไทยคมโดยใช้ช่องสัญญาณดาวเทียม ไทยคม 4 (Ku Band) ในการส่งภาพยนตร์ จากส่วนกลางไปยังโรงภาพยนตร์ทั่วประเทศ ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าสามารถลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการจากการขนส่งม้วนฟิล์มในรูปแบบเดิม และยังลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านการดำเนินการขนส่งสินค้าไปยังทั่วประเทศอีกด้วย ทั้งนี้บริษัทยังได้รับจ้างพัฒนาระบบ Digital Signage ซึ่งเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ทางจอภาพรูปแบบใหม่เพื่อใช้แสดงข้อมูลด้านหน้าโรงฉายภาพยนต์ เช่น แสดงข้อมูลรอบภาพยนต์ที่จะฉายตัวอย่างภาพยนตร์ และโฆษณา ซึ่งถูกควบคุมและส่งข้อมูลผ่านดาวเทียมจากส่วนกลางเช่นกัน ซึ่งตอบโจทย์ให้กับลูกค้าเฉพาะกลุ่มโดยต่อยอดจาก โครงการ CDN (Content Delivery Network) ของบริษัทนั่นเอง

นอกจากนี้ในส่วนของการขายช่องสัญญาณของดาวเทียมไทยคม 6 ไทยคม 7 และ ไทยคม 8 บริษัทได้ทำการขายช่องสัญญาณล่วงหน้า (Pre-sale) ก่อนที่จะผลิตและจัดส่งขึ้นสู่วงโคจร โดยได้เปิดตลาดใหม่ อาทิ เอเชียใต้ และแอฟริกา รวมถึงการเพิ่มยอดขายในเอเชียแปซิฟิก สำหรับกรณีดาวเทียมไทยคม 7 รูปแบบการตลาดที่เน้น New Market ยังสามารถทำให้มียอดจองช่องสัญญาณเต็มร้อยเปอร์เซนต์ก่อนส่งดาวเทียมขึ้นสู่วงโคจร

นี่เป็นเพียงตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงการสร้างสรรค์รูปแบบธุรกิจใหม่ๆ เพื่อความหลากหลายและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างครบวงจร (New Business Model) ที่บริษัทดำเนินมาตลอด มุ่งเน้นการสร้างประสิทธิภาพสูงสุดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจด้วยการใช้เทคโนโลยีที่มี โดยปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นรูปแบบการบริการแบบครบวงจร แทนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว เพื่อร่วมยกระดับธุรกิจดาวเทียมและการสื่อสารตลอดจนยังประโยชน์ต่อสังคมในระดับสากล โดยยังคงมุ่งมั่นเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืนต่อไป *“มุ่งสู่การเป็นผู้ให้บริการดาวเทียมชั้นนำแห่งเอเชีย”*

สร้างโอกาสในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และการให้บริการ



ลักษณะธุรกิจของบริษัทที่เป็นผู้ให้บริการดาวเทียมทำให้การเข้าถึงเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจ นอกจากในเชิงปริมาณของคนที่เข้าถึงเพิ่มมากขึ้นแล้ว ปริมาณของเนื้อหาสาระ (Content) ที่หลากหลายก็เพิ่มด้วย เพราะฉะนั้นแล้วคำว่า “ความสามารถในการเข้าถึง” (Accessibility) ของไทยคม คือการเข้าถึงของผู้ชมและเนื้อหาสาระรายการที่หลากหลาย

เนื่องด้วยสังคมในขณะนี้มีความเป็นโลกาภิวัตน์สูง ดังนั้นการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก เทคโนโลยี และอื่นๆ ที่ผู้คนให้ความสนใจหรืออยู่ในความสนใจนับเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำรงชีวิตที่มนุษย์พึงมี ด้วยเหตุนี้เองความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีโทรคมนาคม (Telecommunication) จึงได้นับเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต อีกทั้งยังเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของการดำรงชีวิตในการเข้าถึงข้อมูลที่จำเป็นและสำคัญ และยิ่งไปกว่านั้นยังเป็นสิ่งที่ผู้คนสนใจต่อชีวิต ทั้งนี้เพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากรในประเทศอย่างยั่งยืน

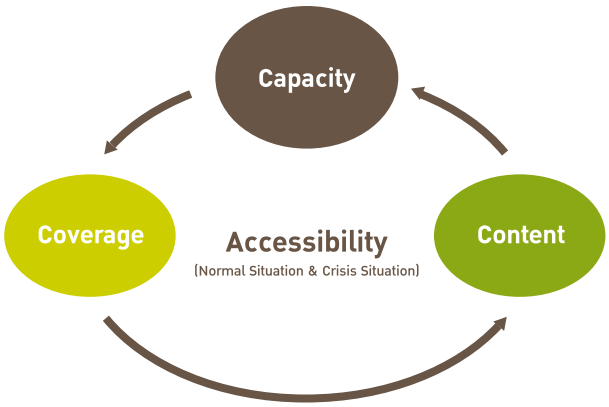
การเข้าถึงเทคโนโลยีโทรคมนาคมเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นพันธกิจหลักของบริษัท หากแต่เป็นเหมือนคำมั่นสัญญาที่ทางบริษัทได้ให้ไว้กับสังคมถึงพันธกิจความรับผิดชอบต่อสังคมในการที่ประชาชนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีโทรคมนาคมเหล่านี้ได้อย่างเสมอภาค ในการเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารเหล่านี้ให้ได้มากที่สุด ด้วยเหตุนี้เองบริษัทจึงมีความพยายามอย่างถึงที่สุดในการสร้างการเข้าถึงเทคโนโลยีโทรคมนาคม

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทได้มีการให้ความสำคัญในด้านต่างๆ เกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอันเกี่ยวพันกับการดำเนินธุรกิจในทุกกระบวนการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) ที่เป็นหนึ่งในกุญแจสำคัญในการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งนี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ที่สำคัญ 2 กลุ่มของไทยคม มีดังนี้

1. ประชาชนหรือผู้บริโภค (Consumer) ที่รับชมโดยตรง หรือว่าที่ได้รับการเชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ต (Internet connection) โดยตรงจากไทยคม
2. ลูกค้า
   - ลูกค้าบรอดคาสต์ (Broadcast) กล่าวคือ ช่องโทรทัศน์ต่างๆ
   - ลูกค้าบรอดแบนด์ (Broadband) ที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการเชื่อมต่อ กล่าวคือ ธุรกิจโทรคมนาคมต่างๆ (Telecommunication)

การที่บริษัทสร้างความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) ขึ้นมาจะก่อให้เกิดประโยชน์กับทั้งสองกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนี้โดยตรง

กล่าวคือก่อนที่บริษัทจะเริ่มทำกิจกรรม โครงการ แนวทาง ทิศทาง หรือนโยบายในการดำเนินธุรกิจใดๆ อันก่อให้เกิดผลกระทบ (Impact) ในด้านบวกหรือลดผลกระทบด้านลบ กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งสองกลุ่มนี้ บริษัทจะต้องมีความมั่นใจว่าผลประโยชน์ต่างๆ จะตกอยู่ในมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมี 3 แกนหลักในการบริหารจัดการ ดังนี้



Capacity – สมรรถนะของโครงข่าย

ไทยคม มุ่งสร้างสมรรถนะของโครงข่ายโดยให้มีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการใช้งานและรองรับการเติบโตของลูกค้าตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

ปี 2557 นับเป็นปีของการเติบโตของบริษัทในการจัดส่งดาวเทียมไทยคม 6 ขึ้นสู่วงโคจรซึ่งมีส่วนเสริมศักยภาพในการรองรับความต้องการในการใช้ช่องสัญญาณเพื่อแพร่ภาพโทรทัศน์ที่เพิ่มมากขึ้นในภูมิภาค และช่วยเพิ่มความแข็งแกร่งในการตอกย้ำความเป็นดาวเทียม Hotbird เพื่อบรอดคาสต์ ที่ตำแหน่ง 78.5 องศาตะวันออกของไทยต่อไป โดยปัจจุบัน ไทยคมได้ยืนยันล่วงหน้าในการให้บริการแก่ลูกค้าไทยเป็นหลักโดยมีสัดส่วนมากกว่า 60% ของช่องสัญญาณทั้งหมดบนดาวเทียมไทยคม 6 ยิ่งไปกว่านั้นเดือนกันยายนในปีเดียวกันบริษัทได้มีการส่งดาวเทียม ไทยคม 7 ขึ้นสู่วงโคจรได้สำเร็จอีกด้วย ถือเป็นการเพิ่ม Capacity ให้ไทยคมมีช่องสัญญาณเพียงพอต่อการรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมบรอดคาสต์ของไทย โดยเสริมช่องสัญญาณบนดาวเทียมไทยคม 5 และ 6 ที่ให้บริการเต็มในปัจจุบัน การมีดาวเทียมเพิ่มเติมอีกเช่นนี้ จะช่วยสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ อีกทั้งยังเพิ่มศักยภาพการให้บริการและช่วยขยายตลาดของไทยคมในต่างประเทศด้วย

และเพื่อการดำเนินการในการสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องโครงข่ายอย่างต่อเนื่อง บริษัทมีแผนดำเนินการที่จะยิงดาวเทียมไทยคม 8 ในช่วงครึ่งแรกของปี 2559 อีกด้วย อีกทั้งการหาดาวเทียมดวงใหม่มาทดแทนดวงเก่าที่ใกล้หมดอายุในการให้บริการบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ต เพราะหากไทยคมไม่มีการเร่งหาดาวเทียมดวงใหม่ องค์กร สถาบันการศึกษาต่างๆ อาจจะไม่มีอินเทอร์เน็ตใช้เช่นเดิมเมื่อดาวเทียมดวงเก่าหมดอายุ



เนื่องจากบริษัทเป็นองค์กรธุรกิจดาวเทียมเพียงรายเดียวในประเทศที่มีศักยภาพเพียงพอ (Capacity) ในการที่จะดำเนินการสร้างดาวเทียมซึ่งเป็นโครงสร้างสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน (Infrastructure) ให้กับประเทศ กล่าวคือบริษัทมีหน้าที่สำคัญในการรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมของประเทศ เพื่อเป็นการให้อุตสาหกรรมดาวเทียมของประเทศเจริญเติบโตต่อไปอย่างยั่งยืนและมีเสถียรภาพ

Coverage – การครอบคลุม

ดังที่ได้กล่าวไปข้างต้นว่าบริษัทมีทั้งพันธกิจทางธุรกิจ (Business Mission) และพันธกิจทางสังคม (Social Mission) ในการให้สัญญาณดาวเทียมครอบคลุมในทุกๆ กลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของบริษัท ในขณะเดียวกันก็ไม่ใช่เพียงแค่การครอบคลุมทางกายภาพ (Physical Covered) แต่ยังหมายถึงการครอบคลุมที่มนุษย์สามารถที่จะมีอุปกรณ์รับสัญญาณให้ได้มากที่สุดด้วย

บริษัท ได้สร้างปรากฏการณ์ใหม่ให้เกิดขึ้นในสังคมในเรื่องของการสร้างความตื่นตัวในการใช้กล่องรับสัญญาณเพื่ออำนวยความสะดวกในการรับชมโทรทัศน์ จะเห็นได้จากการตั้งบริษัท ดีทีวี เซอร์วิส จำกัด มีเป้าหมายเพื่อให้ตลาดได้ตื่นตัวในการใช้กล่องรับสัญญาณ และที่สำคัญให้ประชาชนได้ใช้กล่องรับสัญญาณในราคาถูกเพื่อให้เกิดโทรทัศน์ดาวเทียมขึ้น อนึ่งในพันธกิจหลักตรงนี้เองเป็นการสร้างการเข้าถึงข่าวสารหรือข้อมูลต่างๆ ที่สนใจ อันเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษย์

Content – คุณภาพเนื้อหารายการและสัญญาณ

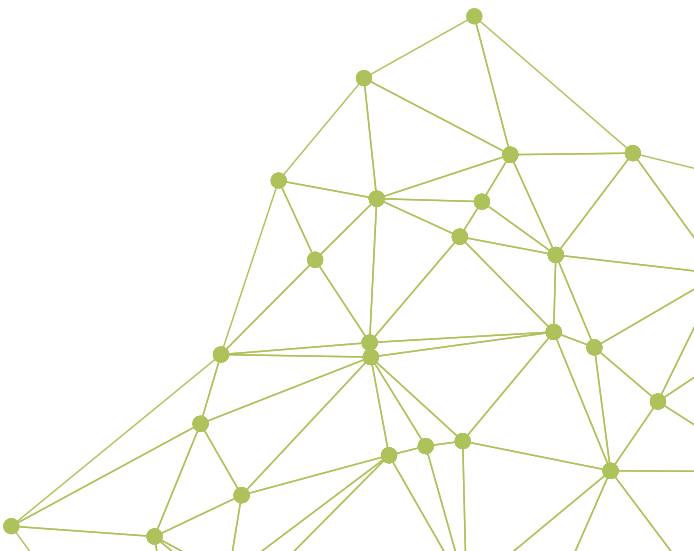
บริษัทมุ่งมั่นที่จะร่วมส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาและเรียนรู้ของคนในสังคมของประเทศผ่านการเรียนรู้จากช่องทีวีดาวเทียมที่สามารถให้ผู้ชมและผู้ผลิตรายการทีวีได้มีอิสระในการเลือกผลิตรายการได้อย่างอิสระมากขึ้นจากช่องสัญญาณที่หลากหลาย มีสิทธิในการเป็นเจ้าของช่องสัญญาณ โดยบริษัทมีส่วนสนับสนุนสำคัญเพื่อช่วยการบริหารต้นทุนของผู้ผลิตรายการให้เหมาะสม เพื่อทำให้ผู้ชมสามารถรับชมได้ในราคาที่สมเหตุสมผล อันจะเห็นได้จากการเปลี่ยนแปลงของจำนวนรูปแบบเนื้อหาของรายการในแต่ละช่องทีวีดาวเทียม ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างมากหลังจากการเริ่มดำเนินธุรกิจจานดาวเทียมราคาประหยัดของ ดีทีวี ซึ่งก่อให้เกิดการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ชมทีวีดาวเทียมเป็นจำนวนมาก จนทำให้ผู้ผลิตรายการหันมาสนใจในการดำเนินธุรกิจผลิตรายการที่แปลกใหม่เพื่อตอบสนองต่อผู้ชม

ในส่วนนี้เอง ไทยคมมีความภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่งที่ได้เป็นผู้วางรากฐานและเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเติบโตของบรอดคาสต์ติ้ง (Broadcasting) ของประเทศไทยในการสร้างธุรกิจใหม่ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการรายการทีวี

อีกสิ่งสำคัญที่บริษัทมีความเต็มใจและภาคภูมิใจอย่างถึงที่สุดในส่วนของการเข้าถึงเพื่อความมั่นคงของประเทศ เพราะกล่าวได้ว่าการที่ประเทศใดประเทศหนึ่งมีโครงข่ายสื่อสารที่สามารถควบคุมได้นับเป็นปัจจัยสำคัญ (Critical Factor) ของความมั่นคงของประเทศนั้นๆ ทำให้แต่ละประเทศมีความมั่นใจในการปกครองประเทศ เช่น เหตุการณ์ปฏิวัติ หรือเหตุการณ์ทางการเมืองต่างๆ เป็นต้น

และเมื่อเกิดปรากฏการณ์ทางธรรมชาติบริษัทได้นำเอาอุปกรณ์ทรัพยากรหรือเทคโนโลยีที่บริษัทมี ไปช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ด้วยกันคือเหตุการณ์อุบัติภัย เหตุการณ์เหล่านี้นับเป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่เกินกว่ากำลังมนุษย์จะควบคุมได้ การติดต่อสื่อสารเป็นไปด้วยความยากลำบากจากความเสียหายที่เกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้การเยียวยาผู้ประสบภัยเป็นหนึ่งในความรับผิดชอบที่ทางบริษัทได้เป็นผู้ช่วยหรือบรรเทาความรุนแรงให้กับสังคม ยกตัวอย่างเช่น เหตุการณ์น้ำท่วมในประเทศไทย เหตุการณ์แผ่นดินไหวในเมืองเสฉวนของจีน เหตุการณ์สึนามิไทยประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น ทางบริษัทได้เข้าไปช่วยเหลือโดยการใช้ดาวเทียมไทยคม 1 กับไอพีสตาร์ (IPSTAR) เข้าไปช่วย แผ่นดินไหวที่ไครสต์เชิร์ช ประเทศนิวซีแลนด์ และเมื่อไม่นานมานี้เหตุการณ์แผ่นดินไหวที่ฟิลิปปินส์ไอพีสตาร์ (IPSTAR) ได้เป็นระบบสื่อสารชุดแรกๆ ที่เข้าไปถึงพื้นที่ประสบภัย ทางบริษัทได้ส่งพนักงานของบริษัทกับอุปกรณ์เข้าไปช่วยอย่างสุดความสามารถ ทั้งนี้เพื่อเป็นการแสดงถึงการที่องค์กรธุรกิจประเภทดาวเทียมได้นำเอาทรัพยากร อุปกรณ์และบุคคลากรที่มีความสามารถมาช่วยเพื่อนมนุษย์ในภาวะวิกฤต รวมถึงการสร้างความสามารถในการเข้าถึงให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกลุ่มต่างๆ ได้อย่างเพียงพอต่อการเข้าถึงอย่างครอบคลุมและมีคุณภาพในทุกๆ ด้าน

จากปัจจัยที่ได้กล่าวมานี้ บริษัทให้ความสำคัญต่อการเข้าถึงข้อมูลและการสื่อสาร ที่จะต้องครอบคลุมทั้งในด้านของโครงข่ายทางกายภาพ และความหลากหลายของเนื้อหาสาระของรายการ ทั้งยังสามารถดำเนินการให้บริการได้ทั้งในสภาวะปกติและสภาวะวิกฤต เพื่อให้ลูกค้าและผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทจะสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างสม่ำเสมอและไม่มีปัญหา



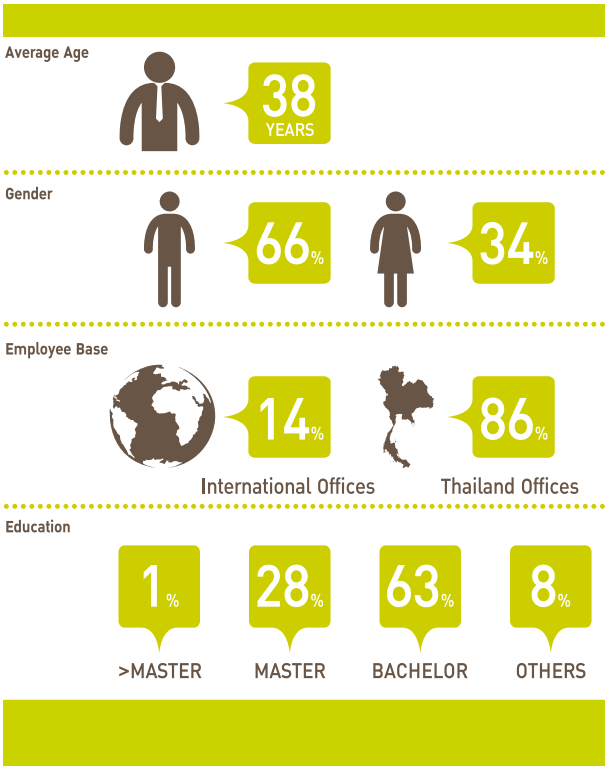
ความรับผิดชอบของไทยคม



ความรับผิดชอบของไทยคม หมายถึง การที่บริษัทได้รับการยอมรับจากสังคมว่าเป็นผู้ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน โดยวิธีการ “พัฒนาอย่างยั่งยืน” คือ การสร้างผลกระทบเชิงบวกในสังคมผ่านการส่งเสริมทักษะอาชีพและการเรียนรู้ให้แก่คนในสังคมจากผลิตภัณฑ์ของบริษัท ในขณะเดียวกันก็มุ่งลดผลกระทบเชิงลบ ทั้งผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากกระบวนการการดำเนินธุรกิจของบริษัทเองและที่เกิดจากปัญหาโครงสร้างทางสังคม ผ่านการใช้บริการของไทยคม ผ่านการดูแลทรัพยากรบุคคล (Human Resources) การรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ (Products and Services) และการรักษาคุณภาพของเนื้อหา (Quality of Content) ในกระบวนการการดำเนินธุรกิจ

การดูแลรักษาทรัพยากรบุคคล (Human Resources)

ทรัพยากรบุคคลถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญที่สุด ดังนั้นบริษัทจึงให้ความใส่ใจต่อกระบวนการการบริหารจัดการและพัฒนาทรัพยากรบุคคลภายใน ซึ่งได้แก่ ผู้บริหารและพนักงาน และทรัพยากรบุคคลภายนอก ซึ่งได้แก่ สมาชิกชุมชนและสังคม เพื่อพัฒนาและยกระดับโครงสร้างทางสังคมภายในและสังคมภายนอกให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน โดยการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่จำเป็นสู่สังคม








ทรัพยากรบุคคลภายใน

ทรัพยากรบุคคลภายในเป็นทรัพยากรที่สำคัญและเป็นผู้ขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวไปสู่ความสำเร็จ ซึ่งได้แก่ ผู้บริหารและพนักงาน การดำเนินการของบริษัทจึงให้ความสำคัญโดยมุ่งพัฒนาโครงสร้างทางสังคมภายในให้มีความรู้ความสามารถ เสริมสร้างวัฒนธรรมและบรรยากาศการทำงานที่ดี สร้างความรู้สึกของการเป็นเจ้าขององค์กรร่วมกันตลอดจนส่งเสริมการทำงานที่ประสานร่วมกันเป็นทีม ส่งเสริมสนับสนุนให้มีชมรมเพื่อตอบสนองความชอบและความสนใจส่วนบุคคลในด้านต่างๆ ถึง 11 ชมรม นอกจากนี้บริษัทยังให้ความสำคัญกับการปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความสุภาพ และให้ความเคารพต่อความเป็นปัจเจกบุคคลทางความคิดปราศจากชนชั้น บริษัทมีการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม คำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชนเป็นส่วนสำคัญ พนักงานจำเป็นต้องได้ค่าตอบแทนอย่างเหมาะสมและได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม โดยการพัฒนา การดูแลรักษาทรัพยากรบุคคล (Human Resources) นั้นอยู่บนพื้นฐานของแนวคิด Great Workplace ประกอบไปด้วยหลัก 4C ได้แก่



Climate คือการสร้างสภาวะแวดล้อมองค์กรให้ดีและน่าอยู่ ทั้งด้านร่างกาย และด้านจิตใจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้พนักงานมีความสุขในการทำงาน นำไปสู่การสร้างสรรค์งานอย่างมีคุณภาพให้แก่องค์กรและสังคม

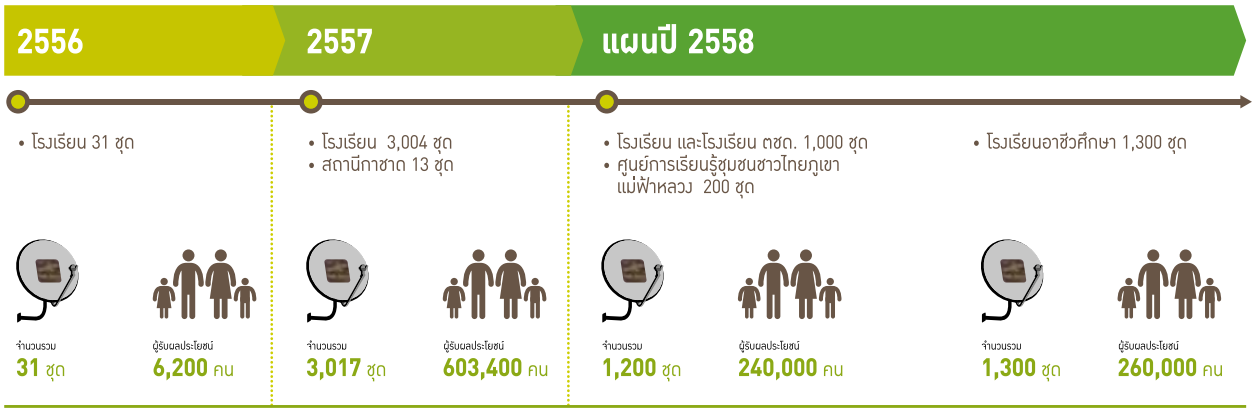
Culture คือการสร้างวัฒนธรรมขององค์กรให้มีความชัดเจนผ่านค่านิยมหลักขององค์กร (Core Values) ที่เรียกว่า “EPIC” (E-Excellence, P-Passion, I-Innovation, C-Contribution) โดยบริษัทมีการถ่ายทอดและปลูกฝังการทำงานที่ยึดมั่นในค่านิยมหลักขององค์กรนี้เป็นแนวทางในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความสามัคคีและความเข้มแข็งภายในองค์กร ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ



Career คือการคำนึงถึงผลตอบแทนที่เป็นธรรมของพนักงานอย่างเหมาะสม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการดูแลรักษาสภาพการจ้างงานของพนักงาน รวมทั้งให้โอกาสในการเติบโตเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ

Capability คือการพัฒนาความสามารถของพนักงาน โดยการสร้างการพัฒนาองค์ความรู้ให้แก่พนักงาน สนับสนุนให้พนักงานทุกระดับได้พัฒนาขีดความสามารถ รวมถึงสร้างโอกาสและกระตุ้นให้พนักงาน ได้แสดงศักยภาพในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาศักยภาพและองค์ความรู้ของพนักงานในทุกระดับ ซึ่งจะนำไปสู่ประสิทธิภาพของการดำเนินงาน รวมถึงสามารถสร้างผลงานที่ดีแก่องค์กรและสังคม

สถิติจำนวนการมอบและอบรมการติดตั้งชุดรับสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมเพื่อการศึกษา



หมายเหตุ : ผู้รับผลประโยชน์คิดจากอัตราเฉลี่ย 200 คน / ชุด

ทรัพยากรบุคคลภายนอก

ทรัพยากรบุคคลภายนอกเป็นอีกหนึ่งทรัพยากรที่สำคัญของบริษัท ได้แก่ สมาชิก ชุมชนและสังคม ซึ่งเป็นโครงสร้างที่ทางบริษัทมุ่งให้เกิดการพัฒนา โดยเน้นการพัฒนาในระดับรากฐาน สร้างสังคมให้มีองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการดำรงชีพและองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต จากการเข้าถึงแหล่งข้อมูลและองค์ความรู้ผ่านเทคโนโลยีของไทยคม

ในการพัฒนาสังคมบริษัทจึงมีการดำเนินโครงการเพื่อสร้างการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่สังคมได้แก่

โครงการ “ไทยคิด ไทยคม - อุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมเพื่อการศึกษา”

เป็นการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของคนในสังคมผ่านการศึกษาด้วยผลิตภัณฑ์ของบริษัท เป็นหนึ่งในกิจกรรมที่บริษัทจัดทำขึ้นเพื่อช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ และลดช่องว่างในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลของเยาวชนในพื้นที่ห่างไกลหรือพื้นที่ที่ขาดแคลนครูผู้สอน โดยใช้ประโยชน์จากช่องสัญญาณดาวเทียมไทยคมเป็นสื่อเสริม เพื่อเพิ่มช่องทางการเรียนการสอน ซึ่งส่งผลให้เยาวชนไทยสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองให้ทัดเทียมกันทั่วประเทศ สามารถพัฒนาตนเองให้เติบโตขึ้นเป็นพลเมืองที่ดีอย่างมีคุณภาพ ทั้งนี้ทางบริษัทมีการมอบ “ชุดอุปกรณ์รับสัญญาณดาวเทียม” ให้แก่โรงเรียนที่อยู่ชนบทห่างไกล หรือขาดแคลนครูผู้สอน ในปี 2557 จำนวน 3,017 ชุด เพื่อเพิ่มช่องทางให้เยาวชนได้มีโอกาสรับชมและเข้าถึงองค์ความรู้ต่างๆ ที่มีสาระประโยชน์ทั้งในหลักสูตรและนอกหลักสูตร





โครงการ “ไทยคิด ไทยคม - สอนติดตั้งอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมเพื่อการศึกษา”

เป็นกิจกรรมการถ่ายทอดความรู้ให้กับนักศึกษาระดับอาชีวศึกษาและโรงเรียนวิวัฒน์พลเมืองเพื่อบำบัดผู้ติดยาเสพติด เพื่อการสร้างความยั่งยืนด้านอาชีพให้แก่นักเรียนนักศึกษาและผู้เข้ารับการบำบัดยาเสพติด จากการดำเนินกิจกรรม ผู้เข้าอบรมสามารถพัฒนาต่อยอดเป็นการประกอบอาชีพได้ในอนาคต พร้อมกับสามารถนำความรู้ที่









ได้รับทำประโยชน์เพื่อสังคมในรูปแบบการส่งต่อโอกาสการเรียนรู้ได้อีกด้วย โดยในปีที่ผ่านมา ไทยคมได้จัดอบรมให้ความรู้ด้านการติดตั้งจานรับสัญญาณดาวเทียม จำนวน 7 ครั้ง ประกอบด้วยโรงเรียนวิวัฒน์พลเมือง 2 ครั้ง วิทยาลัยเทคนิค 3 ครั้ง และ หน่วยทหารเพื่อนำไปส่งต่อโอกาสในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน 2 ครั้ง

โครงการ "ไทยคิด ไทยคม – โรงเรียนเครือข่ายไทยคม"

เพื่อให้โรงเรียนเป้าหมายพัฒนาศักยภาพผู้เรียนอย่างเต็มกำลัง ด้วยการมอบอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมเพื่อการศึกษาพร้อมเครื่องรับโทรทัศน์ เพื่อจัดการเรียนรู้พร้อมกันกับการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมวังไกลกังวล ในทุกชั้นเรียน พร้อมกับร่วมกันกำหนดแนวทางการเรียนการสอนที่ผู้เรียนได้รับความรู้สองทาง คือ จากวังไกลกังวล และจากการสอนเสริมของครูผู้สอนประจำชั้น นอกจากนั้นยังสนับสนุนการเรียนการสอนในรูปแบบอื่นๆ โดยในปี 2557 ไทยคมได้ดำเนินตามโครงการจำนวน 10 โรงเรียนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีและจังหวัดปทุมธานี

โครงการ "ห้องเรียนไทยคม" (Thaicom Learning Center)

ณ โรงเรียนวัดเขียนเขต เพื่อจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้เพื่อสร้างสรรค์ด้วยปัญญา (Constructionism) ที่มุ่งเน้นการให้ผู้เรียนเป็นผู้สร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง ตามหลักการและสาระสำคัญของทฤษฎี ที่ให้ความสำคัญต่อการเรียนรู้ที่เกิดและสร้างขึ้นได้เมื่อผู้เรียนมีโอกาสเป็นผู้ลงมือกระทำด้วยตนเอง (Learning by Doing) ทั้งนี้การจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดทฤษฎีดังกล่าว ส่งผลให้นักเรียนโรงเรียนวัดเขียนเขต เป็นผู้มีจิตสาธารณะและบริการสังคม แสวงหาความรู้ ข้อมูลและสารสนเทศ รู้จักคิด สังเกต และตั้งคำถาม สามารถเชื่อมโยงความรู้สู่การทำคุณประโยชน์ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและชุมชน ตลอดจนนำความรู้สู่การปฏิบัติจริง

โครงการ "ไทยคมเพื่อชุมชน - กองทุนผักปลอดภัยชุมชนเฉลิมศรี"

เป้าหมายเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง โดยจัดให้มีการจัดตั้งกองทุนปัจจัยการผลิตและกองทุนเงินหมุนเวียน สร้างองค์ความรู้และเครือข่ายผักปลอดภัย เพื่อแก้ปัญหาการพึ่งพิงการซื้อปัจจัยการผลิต การลดต้นทุนเพิ่มมูลค่าผลผลิต เพิ่มรายได้ให้กับสมาชิก ส่งเสริมความสัมพันธ์ของคนในชุมชน ลดการใช้สารเคมี ผลิตผักปลอดภัยเพื่อบริโภคในชุมชนและจำหน่ายให้กับประชาชน ซึ่งหากโครงการประสบความสำเร็จจนกองทุนสามารถตอบสนองสมาชิกจนเกิดความสมดุล นอกจากสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนและสร้างสุขภาพที่ดีแล้ว ยังถือเป็นการประยุกต์ใช้หลักการของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอันจะส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน

"ศูนย์การเรียนรู้อวกาศและดาวเทียม" (Space & Satellite Pavilion)

เป็นพิพิธภัณฑ์แห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทยที่สร้างโดยบริษัทไทยคม ซึ่งภายในได้มีการจัดทีมวิศวกรหรือผู้เชี่ยวชาญเพื่อบรรยายให้ความรู้อย่างถูกต้องแก่ผู้เยี่ยมชม สามารถถามและตอบ

คำถามในประเด็นข้อสงสัยได้ทันที ง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลให้แก่เด็กและเยาวชนได้ดี ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างแรงบันดาลใจในการเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีอวกาศให้แก่เยาวชนเพื่อที่จะสามารถนำไปต่อยอดในการสร้างสิ่งประดิษฐ์ที่มีประโยชน์ให้แก่ประเทศ และภายในปี 2557 บริษัทมีโครงการลงทุนขยายและพัฒนา พิพิธภัณฑ์ให้มีขนาดใหญ่และมีคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น เพื่อขยายขอบเขตองค์ความรู้อีกทั้งรองรับผู้เยี่ยมชมได้มากขึ้น

การจัดนิทรรศการอวกาศ "นาซา เอ ฮิวแมน แอดเวนเจอร์" (NASA - A HUMAN ADVENTURE)

เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้แก่เด็กและเยาวชนเพื่อก่อให้เกิดนักวิทยาศาสตร์ที่ดีของประเทศ ซึ่งเป็นเรื่องของการนำความรู้สู่สาธารณะ โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มเด็กและเยาวชน เนื่องจากในด้านการดูแลสังคมทางบริษัท มีการเน้นเรื่องของการศึกษาเพื่อพัฒนาโครงสร้างทางสังคมให้เข้าถึงแหล่งข้อมูล ซึ่งถือได้ว่าเป็นกิจกรรมที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมที่ยั่งยืน จากการที่บริษัทได้สร้างแรงบันดาลใจและความสนใจให้แก่เด็กและเยาวชน นำไปสู่การต่อยอดองค์ความรู้และการพัฒนาทักษะ เป็นการสร้างให้เด็กและเยาวชนมีวิธีการเลือกใช้เทคโนโลยีไปในทางที่สร้างสรรค์เพื่อพัฒนาศักยภาพตนเอง จากการใช้เทคโนโลยีในการค้นหาข้อมูลเพื่อเรียนรู้เพิ่มเติม



การรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ (Products and Services)

การดูแลรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการนำไปสู่การสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ผ่านการดูแลรักษาคุณภาพของสินค้าและการให้บริการ โดยคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น ตลอดจนมีการพัฒนาระบบเพื่อรองรับผลกระทบและความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

บริษัทให้ความสำคัญกับส่วนของการดูแลรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการให้บริการทั้งกระบวนการทำงานภายในและกระบวนการการทำงานภายนอกด้วยวิธีการดำเนินกิจกรรมดังนี้

"การสำรวจความคิดเห็นของลูกค้า" โดยการถามถึงภาพรวมของบริษัท ด้านการขาย (Sale) และด้านการเงิน (Performance) ของบริษัท ตลอดจนการดำเนินธุรกิจของบริษัท นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ยังสามารถแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมนอกเหนือจากแบบสอบถามได้ อีกทั้งยังมีกิจกรรม "การชี้แจงให้ข้อมูลแก่ลูกค้า" (Knowledge Sharing Section) โดยทางบริษัทได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรที่จำเป็นอย่างถูกต้อง ทั้งที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและที่เกี่ยวข้องกับความรู้ทั่วไป ซึ่งในฐานะที่บริษัทมีการกำหนดสถานะของบริษัทว่า "เป็นผู้ดูแลกิจการด้านอวกาศและดาวเทียมไทย" (Space Agent) เพราะฉะนั้นข้อมูลความรู้หลักที่จำเป็นจะถูกเผยแพร่ไว้บนเว็บไซต์บริษัทและจะมีการเปิดให้ค้นหาข้อมูลได้บนเว็บไซต์ ทั้งนี้เพื่อแสดงถึงการรับรู้ถึงสถานะของบริษัท และเป็นการสะท้อนความเชื่อมั่นของลูกค้าว่าบริษัทมีการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมมาภิบาล ซึ่งความคิดเห็นและความพึงพอใจในสินค้าและการบริการต่างๆ เปรียบเสมือนการประเมินความไว้วางใจของลูกค้าที่มีต่อบริษัท โดยกิจกรรมดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการดูแล ปรับปรุง และพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง

"การสร้างระบบเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า" (Service Monitoring) เป็นระบบที่ถูกพัฒนาขึ้นโดยฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทเพื่อแก้ไขและดูแลรักษาข้อบกพร่องของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ทั้งนี้หากเกิดเหตุการณ์ทางเทคนิคขึ้นกับผู้ใช้บริการ ระบบสามารถบอกวิธีการและแนวทางการปฏิบัติเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า โดยแบ่งลักษณะการทำงานออกเป็นทีม ซึ่งได้แก่ทีมที่ทำหน้าที่ดูแลในระบบ (In-house) และ ทีมที่ทำหน้าที่สนับสนุน (Support) ระบบให้กับทีมดำเนินการ (Operation) และมีการตั้งค่าในส่วนของ "ข้อตกลงระดับการให้บริการ" (Service Level Agreement : SLA) ระหว่างบริษัทกับลูกค้าในแต่ละเรื่องไว้ หากมีเหตุการณ์ใดเกิดขึ้น ระบบจะบอกวิธีการปฏิบัติ เพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เพราะฉะนั้นเมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้น ข้อมูลก็จะถูกส่งต่อไปตามกระบวนการของระบบเพื่อดูลักษณะของปัญหา ต่อมาข้อมูลจะถูกส่งไปยังเจ้าหน้าที่ที่เป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินการ (Operation) ซึ่งทีมจะสามารถรู้ได้ทันทีว่ามีปัญหาอะไรเกิดขึ้นบ้าง และหลังจากนั้นจะมีการดำเนินการตามกรอบงานของกระบวนการที่วางไว้ (Process Framework) ทั้งนี้หากพบกรณีที่ไม่สามารถแก้ไขได้ ก็จะได้รับการระบุว่าเป็น "ปัญหา" ซึ่งก็จะมีทีมการจัดการปัญหา (Problem Solving and Management) ดำเนินการต่อไป โดยทั้งหมดนี้จะมีระบบจัดการภายในที่จะพิจารณาว่า ปัญหานี้ถูกส่งไปที่หน่วยงานใด แต่ถ้าสามารถแก้ไขปัญหานั้นได้ สถานการณ์นั้นก็จะจบลง เนื่องจากบริษัทต้องการมุ่งเน้นการทำงานอย่างเป็นระบบ และคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับรายได้และเศรษฐกิจของลูกค้า ถือเป็นการดูแลรักษาคุณภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงบริษัทมีความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น โดยระบบนี้สามารถช่วยลดความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การรับผิดชอบต่อคุณภาพของเนื้อหาและข้อมูลผ่านโครงข่าย (Quality of Content)

ในฐานะที่เป็นผู้ให้บริการเช่าช่องสัญญาณดาวเทียมจึงต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และการบริการที่จะต้องสามารถให้บริการที่มีเสถียรภาพ ที่สามารถดำเนินการได้ทั้งในสภาวะปกติและสภาวะวิกฤตอยู่เสมอ รวมถึงบริษัทมีส่วนป้องกันและควบคุมดูแลคุณภาพของเนื้อหาในรายการของลูกค้าให้มีความเหมาะสมแก่ผู้รับชม และไม่สร้างผลกระทบเชิงลบให้แก่สังคม พร้อมทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้เกิดกระบวนการในการพัฒนาคนในสังคมให้มีความรู้และสามารถนำไปสู่ประกอบอาชีพได้ ผ่านการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อรักษาคุณภาพของระบบโทรคมนาคมของประเทศ

โดยคุณภาพของเนื้อหา ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบคือ คุณภาพของเนื้อหารายการ และคุณภาพของเทคนิคการให้บริการ

คุณภาพของเนื้อหารายการ

บริษัทมีแนวทางอย่างชัดเจนในการหาวิธีกำกับดูแลเนื้อหาของรายการที่ออกอากาศผ่านสัญญาณดาวเทียม ร่วมกับหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ให้เป็นรายการที่ดีมีเนื้อหาสาระที่เหมาะสม ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบต่อสังคม ตามแนวคิด “ช่องทีวีที่ดีจะต้องอยู่คู่กับไทยคม” ซึ่งคุณภาพของเนื้อหาสาระของรายการในช่วงที่ผ่านมา ประเทศไทยได้ประสบปัญหาจากเนื้อหาสาระที่มีการเชื่อมโยงไปสู่ความขัดแย้งทางการเมือง โดยในปัจจุบันบริษัทได้ดำเนินการกำกับดูแลเนื้อหาของรายการทั้งหมดที่เช่าสัญญาณ โดยร่วมมือกับหน่วยงานในอุตสาหกรรม ทั้งนี้บริษัทได้ประสบผลสำเร็จในแนวทาง ซึ่งได้แก่ การปฏิบัติตามกฎหมายกับภาครัฐ ทั้งการประสานงานกับคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) รวมถึงมีการประสานกับลูกค้า เพื่อช่วยกันป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นอีก โดยบริษัท มีการวางแนวทางการควบคุมเนื้อหาที่ส่งผลกระทบเชิงลบต่อสังคมและส่งเสริมเนื้อหาที่มีสาระประโยชน์ออกสู่สังคม



คุณภาพด้านเทคนิคการให้บริการ

การพัฒนาคุณภาพด้านเทคนิคการให้บริการเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่บริษัทมุ่งพัฒนาเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงด้านการใช้ชีวิตของคนในสังคมในอนาคต โดยมีแนวทางในการพัฒนาระบบโทรทัศน์จากระบบปกติไปสู่ระบบการส่งสัญญาณภาพระดับสูง (HD) นอกจากนี้บริษัทยังคำนึงถึงความต่อเนื่องในการปล่อยสัญญาณให้มีความเสถียรภาพมากที่สุด ผ่านการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อรักษาคุณภาพของระบบโทรคมนาคมของประเทศ

ในการรักษาคุณภาพของเนื้อหาบริษัทได้มีแนวทางในการดำเนินกิจกรรมภายในกระบวนการ ดังนี้

- บริษัทมีระบบการรับเรื่องร้องเรียน โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนของการให้ข้อมูลเบื้องต้น (Overview) กล่าวคือในแง่ของการเข้าควบคุมสถานการณ์ (Proactive) ซึ่งหากมีปัญหาเกิดขึ้นทั้งในทางเทคนิคและในทางการบริการ อันส่งผลกระทบต่อลูกค้าทำให้ปรากฏเป็นสัญญาณภาพขาดหาย (จอดำ) จะสามารถแก้ไขเบื้องต้น โดยการให้ข้อมูลกับช่างหรือผู้ติดตั้ง จากนั้นจึงให้อุปกรณ์ที่มีความเหมาะสม โดยบริษัทมีจุดประสงค์เพื่อให้ข้อมูลกับประชาชน ว่าหากประสบปัญหาจะมีวิธีการดำเนินการเบื้องต้นอย่างไร และสามารถแก้ไขปัญหาเบื้องต้นได้โดยไม่จำเป็นต้องมีกระบวนการที่ยุ่งยากซับซ้อน ในส่วนที่สอง ได้แก่ เรื่องการรับเรื่องร้องเรียนในส่วนของการตอบสนอง (Reactive) คือ การที่บริษัทมีช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียนออนไลน์ ได้แก่ อีเมล เว็บไซต์ และทางโทรศัพท์ที่มีการเปิดกว้างต่อบุคคลทั่วไปอย่างทั่วถึง ถึงแม้ว่าบริษัทจะเป็นธุรกิจลักษณะแบบ ธุรกิจต่อธุรกิจ (Business to Business : B to B) แต่บริษัทได้สร้างความรับผิดชอบต่อลูกค้า โดยการจัดตั้งทีมบริการลูกค้า (Customer Service) เพื่อตอบปัญหาลูกค้าเฉพาะรายเกี่ยวกับรายละเอียดของปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคของลูกค้าสามารถทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นได้ ส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง
- บริษัทมีกระบวนการแก้ไขกรณีสัญญาณภาพขาดหาย (จอดำ) โดยบริษัทมีโปรแกรมเพื่อนำเสนอเนื้อหาชั่วคราวแทนการปล่อยให้จอภาพปรากฏเป็นจอดำ ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกได้ว่าหากเกิดปัญหาลูกค้าต้องการให้นำเสนอภาพหรือเทปบันทึกภาพเคลื่อนไหวขึ้นแทน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า บริษัทคำนึงถึงผลกระทบต่อลูกค้า เนื่องจากหากปรากฏขึ้นเป็นจอดำอาจทำให้ผู้บริโภค (End User) หันไปบริโภคช่องอื่นแทน

ผลงานและรางวัลแห่งความภาคภูมิใจ

2556

มกราคม

- บรรลุข้อตกลงกรอบข้อกำหนดการขายช่องสัญญาณไอพีสตาร์ในประเทศจีน ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความแข็งแกร่งของความร่วมมือทางธุรกิจของไทยคมกับพันธมิตรในประเทศจีนอีกด้วย
- ให้บริการเชื่อมโยงโครงข่ายไวแมกซ์ ผ่านดาวเทียมบรอดแบนด์ไอพีสตาร์ ในพื้นที่ห่างไกลและยากแก่การเข้าถึงในประเทศญี่ปุ่นเป็นรายแรกของโลก

เมษายน

- บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ได้ต่อสัญญาเช่าใช้ช่องสัญญาณดาวเทียมไอพีสตาร์เพิ่มอีก 8 ปี ตั้งแต่ปี 2556 - 2564 โดยเป็นการขยายปริมาณการใช้งานเพิ่มเติมเพื่อเสริมศักยภาพความเป็นผู้นำด้านธุรกิจบรอดแบนด์ของทีโอทีในประเทศไทย

พฤษภาคม

- บริษัทได้จัดหาดาวเทียมมาเพื่อให้บริการที่ตำแหน่ง 78.5 องศาตะวันออกเป็นการชั่วคราว ก่อนยิงดาวเทียมไทยคม 6 ขึ้นสู่วงโคจร เพื่อรองรับความต้องการใช้งานช่องสัญญาณของลูกค้า
- บริษัทได้บรรลุข้อตกลงกรอบความร่วมมือในการเป็นพันธมิตร (Cooperation Framework Agreement) ร่วมกับ Gilat Satellite Networks Ltd. ผู้นำระดับโลกในด้านเทคโนโลยีระบบเครือข่ายดาวเทียมจากประเทศอิสราเอล เพื่อพัฒนาการให้บริการแบบบูรณาการ โดยใช้อุปกรณ์ภาคพื้นดินของ Gilat เชื่อมต่อกับดาวเทียมไทยคม 4 (ไอพีสตาร์)

มิถุนายน

- บริษัทได้รับการจัดอันดับให้เป็นบริษัทไทยที่มีความโดดเด่นถึง 3 ด้าน คือ อันดับ 1 ใน“Best Mid-Cap” (Best Middle Capitalization), อันดับ 1 ใน “Best CEO” และ อันดับ 6 ใน “Best CSR” จากนิตยสาร FinanceAsia
- ทริสเรทติ้ง (TRIS Rating) ได้ปรับเปลี่ยนแนวโน้มอันดับเครดิตของบริษัทเป็น “Positive” หรือ “บวก” จาก “Stable” หรือ “คงที่” โดยการปรับแนวโน้มดังกล่าวสะท้อนถึงผลการดำเนินงานของบริษัทที่ปรับตัวดีขึ้นและโอกาสการเติบโตในอนาคตจากดาวเทียมใหม่





2557

มกราคม

- จัดส่งดาวเทียม THAICOM 6 ขึ้นสู่วงโคจร
- ได้รับการคัดเลือกอยู่ในกลุ่มดัชนี SET50 โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กุมภาพันธ์

- บริษัท ไอพีสตาร์ ออสเตรเลีย พีทีวาย จำกัด (ไอพีเอ) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท เข้าซื้อหุ้นสามัญทั้งหมดของ บริษัท โอไรอ้อน แซทเทลไลท์ ซิสเทม พีทีวาย จำกัด (โอเอสเอส) ทำให้ไอพีเอถือหุ้นของโอเอสเอส คิดเป็นร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนของโอเอสเอส

มีนาคม

- เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 1,197,700 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท รวม 5,988,500 บาท เพื่อรองรับการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ซึ่งจัดสรรไว้สำหรับกรรมการและพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย

เมษายน

- เริ่มถ่ายทอดสัญญาณช่องรายการทีวีดิจิตอลผ่านดาวเทียมตั้งแต่วันแรกของการทดลองออกอากาศทีวีดิจิตอล
- อนุมัติการลงทุนดาวเทียม THAICOM 8

พฤษภาคม

- บริษัท ไอพีสตาร์ เจแปน จำกัด (ไอพีเจ) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ประกาศเปิดตัวบริการด้านการสื่อสารผ่านดาวเทียมบรอดแบนด์ทางทะเล

มิถุนายน

- ซื้อหุ้นสามัญของ บริษัท ไอพีสตาร์ จำกัด (ไอพีสตาร์) เพิ่มเติมจำนวน 31,220 หุ้น ในราคาหุ้นละ 1 ดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 0.02 ของทุนจดทะเบียนของไอพีสตาร์ ในราคารวม 31,220 ดอลลาร์สหรัฐฯ ผลจากการตกลงซื้อหุ้นเพิ่มเติมนี้ ทำให้บริษัทถือหุ้นทุนชำระแล้วของไอพีสตาร์ เป็นจำนวนร้อยละ 99.98

ผลงานและรางวัลแห่งความภาคภูมิใจ

2556

สิงหาคม

- บริษัทได้รับการประเมินคุณภาพ AGM ปี 2556 โดยได้คะแนนเต็ม “100 คะแนน” จากโครงการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2556 ของบริษัทจดทะเบียน (AGM Assessment Program) ซึ่งจัดโดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย (Thai Investor Association)
- เข้าร่วมลงนามในคำประกาศเจตนารมณ์ในโครงการ “แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต” (Collective Anti-Corruption: CAC)

ตุลาคม

- บริษัทได้รับการประเมินผลจากการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน ประจำปี 2556 (CGR 2013) ในคะแนนระดับ “ดีเลิศ” จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors — IOD)
- บริษัทได้ลงนามในบันทึกความร่วมมือทางวิชาการ (MOU) กับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในโครงการพัฒนาระบบควบคุมจานดาวเทียมเคลื่อนที่ได้แบบอัตโนมัติ “SATCOM On The Move” ซึ่งเป็นการค้นคว้า วิจัย และร่วมกันพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารผ่านดาวเทียมบนพื้นฐานความร่วมมือระหว่างนักศึกษา นักวิจัย และบุคลากรไทยคม

พฤศจิกายน

- ได้รับการประกาศเกียรติคุณด้านการกำกับดูแลกิจการเป็นคณะกรรมการแห่งปี ประจำปี 2556 (Board of the Year Award 2013) สำหรับรางวัลประเภท “คณะกรรมการแห่งปี — ดีเด่น” ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้แก่คณะกรรมการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors — IOD)
- ได้รับรางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านนักลงทุนสัมพันธ์ดีเด่น (Outstanding Investor Relations Awards) SET AWARD 2013 ในกลุ่มมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดระหว่าง 20,000-50,000 ล้านบาท





2557

กรกฎาคม

- ได้รับคะแนนการประเมินเต็ม “100 คะแนน” จากโครงการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2557 ของบริษัทจดทะเบียน (AGM Assessment Program) เป็นปีที่สองติดต่อกัน จากการประเมินโดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย (Thai Investor Association)
- ไทยคมเป็นหนึ่งในบริษัทจดทะเบียนไทยที่มีคะแนน ASEAN CG Scorecard สูงสุด 50 อันดับแรก จากผลการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย ตามโครงการ ASEAN CORPORATE SCORECARD ประจำปี 2556/2557

สิงหาคม

- บริษัท ไอพีสตาร์ ออสเตรเลีย พีทีวาย จำกัด (ไอพีเอ) ได้รับความไว้วางใจอย่างต่อเนื่องจาก บริษัท เอ็นบีเอ็น จำกัด (NBN Company Limited) ในการขยายบริการโครงข่ายบรอดแบนด์แห่งชาติของประเทศออสเตรเลียเพิ่มเติม โดยไอพีเอพร้อมเดินหน้าให้บริการดาวเทียมในโครงข่ายบรอดแบนด์แห่งชาติของออสเตรเลียเพิ่มอีกกว่า 9,000 จุด
- ตกลงซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ไอพีสตาร์ จำกัด (ไอพีสตาร์) เพิ่มเติม ทำให้บริษัทถือหุ้นทุนชำระแล้วของไอพีสตาร์ เป็นจำนวนร้อยละ 100

กันยายน

- จัดส่งดาวเทียม THAICOM 7 ขึ้นสู่วงโคจร
- ประธานกรรมการบริหารและประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัท ได้รับรางวัล “ผู้บริหารดาวเทียมยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย-แปซิฟิก” ประจำปี 2557 (Satellite Executive of the Year) จาก Asia-Pacific Satellite Communications Council (APSCC)
- จำหน่ายหุ้นกู้จำนวนทั้งสิ้น 4 ชุด โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้ในการลงทุนสำหรับโครงการดาวเทียม THAICOM 8 ต่อไป
- ร่วมมือกับสายการบินนกแอร์เปิดให้บริการสื่อสารผ่านดาวเทียมบนเครื่องบิน (ภายใต้โครงการ IFEC) เป็นครั้งแรกในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

ตุลาคม

- ได้รับการประเมินผลจากการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน ประจำปี 2557 (CGR 2014) ในคะแนนระดับ “ดีมาก” จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors — IOD)

พฤศจิกายน

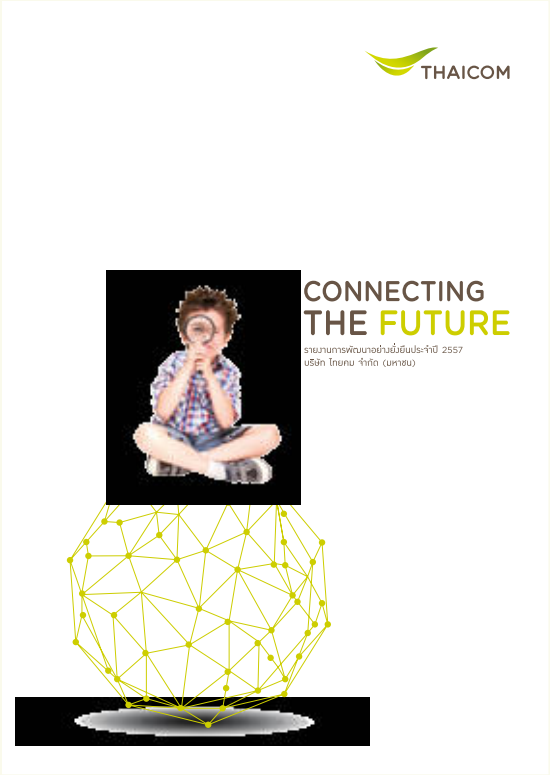
- ได้รับรางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านนักลงทุนสัมพันธ์ดีเด่น (Outstanding Investor Relations Awards) SET AWARD 2014 ในกลุ่มมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดระหว่าง 20,000-50,000 ล้านบาท

ธันวาคม

- เป็นผู้สนับสนุนหลักในการนำนิทรรศการอวกาศระดับโลก “NASA — A HUMAN ADVENTURE” ซึ่งจัดขึ้นเป็นครั้งแรกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ภายใต้ความร่วมมือกับ “องค์การนาซา”
- ลงนามในสัญญาเงินกู้ร่วมกับ ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สำหรับเงินกู้ยืมเพื่อวัตถุประสงค์ในการใช้เป็นเงินทุนสำหรับโครงการดาวเทียมไทยคม 8 ซึ่งการทำสัญญาเงินกู้ในครั้งนี้ได้รับการสนับสนุนเงินจากธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ภายใต้เงื่อนไขและต้นทุนที่ใกล้เคียงกับเงินกู้จากต่างประเทศ

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประจำปี 2557 ของ บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) ฉบับนี้ได้จัดทำขึ้นตามกรอบของ Global Report Initiatives Version 4 หรือ GRI-G4 ซึ่งเป็นมาตรฐานล่าสุดที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ในด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ไทยคม เชื่อว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นส่วนสำคัญที่จะนำไปสู่การสะท้อนประสิทธิภาพ การพัฒนาและการปรับปรุงกระบวนการ การดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร พร้อมทั้งคุณภาพของเนื้อหารายงานความรับผิดชอบต่อสังคมในปีที่ผ่านมา ให้สามารถบรรลุผลสำเร็จและมีประสิทธิภาพทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมแบบองค์รวมทั้งระบบ เนื้อหาภายในรายงานฉบับนี้ครอบคลุมเฉพาะผลการดำเนินของบริษัท ภายใต้การบริหารจัดการของ บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) เฉพาะในประเทศไทย ประจำปี 2557 โดยไม่รวมผลการดำเนินงานของบริษัทในเครือ อย่างไรก็ดีในอนาคตมีแผนงานที่จะรวมผลการดำเนินงานของบริษัทในเครือและจะปรับปรุงวิธีการรายงานเป็นประจำทุกปี เพื่อให้ข้อมูลมีความครบถ้วนสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพมากขึ้น



สามารถดาวน์โหลดรายงานฉบับนี้ได้จากเว็บไซต์ของไทยคม
สอบถามเพิ่มเติมได้ที่ สำนักสื่อสารองค์กร บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน)
63/21 ถนนรัตนาธิเบศร์ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000
โทรศัพท์ : (+66) 2596-5060
อีเมล contact@thaicom.net และ เว็บไซต์ www.thaicom.net, www.ipstar.com

GRI Index

GRI G4 Index		
General Standard Disclosure		
GRI Aspect		Page
1. Provide a statement from the most senior decision-maker of the organization (such as CEO, chairman)		
G4-1	Provide a statement from the most senior decision-maker of the organization (such as CEO, chairman, or equivalent senior position) about the relevance of sustainability to the organization and the organization's strategy for addressing sustainability.	2-5, 15
G4-2	Provide a description of key impacts, risks, and opportunities.	16-19
2. Organizational Profile		
G4-3	Report the name of the organization.	7
G4-4	Report the primary brands, products, and services.	8
G4-5	Report the location of the organization's headquarters.	7
G4-6	Report the number of countries where the organization operates, and names of countries where either the organization has significant operations or that are specifically relevant to the sustainability topics covered in the report.	7
G4-7	Report the nature of ownership and legal form.	7
G4-8	Report the markets served (including geographic breakdown, sectors served, and types of customers and beneficiaries).	7
G4-10	• Report the total number of employees by employment contract and gender. • Report the total number of permanent employees by employment type and gender. • Report the total workforce by employees and supervised workers and by gender. • Report the total workforce by region and gender. • Report whether a substantial portion of the organization's work is performed by workers who are legally recognized as self-employed, or by individuals other than employees or supervised workers, including employees and supervised employees of contractors. • Report any significant variations in employment numbers (such as seasonal variations in employment in the tourism or agricultural industries).	36
3. Identified Material Aspects and Boundaries		
G4-17	• List all entities included in the organization's consolidated financial statement or equivalent documents	27
G4-18	• Explain the process for defining the report content and the Aspect Boundaries • Explain how the organization has implemented the Reporting Principles for Defining Report Content.	27
G4-19	List all the Material Aspect identified in the process for defining report content.	27
G4-20	For each material Aspect, report the Aspect Boundary within the organization.	27
G4-21	For each material Aspect, report the Aspect Boundary outside the organization.	27
4. Stakeholder Engagement		
G4-24	Provide a list of stakeholder groups engaged by the organization.	26
G4-25	Report the basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage.	26
G4-26	Report the organization's approach to stakeholder engagement, including frequency of engagement by type and by stakeholder group, and an indication of whether any of engagement was undertaken specially as part of the report preparation process.	26
G4-27	Report 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. Report the stakeholder groups that raised each of the key topics and concerns.	26
5. Report Profile		
G4-28	Report period (such as fiscal or calendar year) for information provided.	46
G4-29	Date of most recent previous report.	46
G4-30	Reporting cycle (such as annual, biennial).	46
G4-31	Provide the contact point for questions regarding the report or its contents.	46
G4-32	GRI content index	47-48
6. Governanc		
G4-34	Report the governance structure of the organization, including committees of the highest governance body. Identify any committees responsible for decision-making on economic, environmental and social impacts	22-23
G4-35	Report the process for delegating authority for economic, environmental and social topics from the highest governance body to senior executives and other employees.	23-25
G4-45	• Report the hightest governance body's role in the identification and management of economic, environmental and social impacts, risks, and opportunities. Include the highest governance body's role in the implementtation of due diligence processes. • Report whether stakeholder consultation is used to support the highest governance body's identification and management of economic, environmental and social impacts, risks, and oppertunities.	16
G4-46	Report the highest governance body's role in reviewing the effectiveness of the organization's risk management process for economic, environmental and social topics.	16
G4-47	Report the frequency highest governance body's review of economic, environmental and social impacts, risks and opportunities	16
7. Ethics and Integrity		
G4-56	Describe the organization's values, principles, standards and norms of behavior such as codes of conduct and codes of ethics.	20
G4-58	Report the internal and exernal mechanisms for reporting concerns about unethical or unlawful behavior, and matters related to organizational integrity, such as escalation through line management, whistleblowing mechanisms or hotlines.	20-22
8. General		
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach.	9-15

**This report contains Standard Disclosures from the GRI Sustainability Reporting Guidelines.*

GRI G4 Index		
Specific Standard Disclosure-only Materiality issues		
GRI Aspect		Page
Economics		
Economic Performance		
G4-EC1	Direct economic value generated and distribute.	29-35
G4-EC2	Financial implications and other risks and oppertunities for the organization's activities due to climate change.	17-18
Indirect Economic Impacts		
G4-EC7	Development and impact of infrastructure investments and services supported.	31-35, 38-40
G4-EC8	Significant indirect economic impacts, including the extent of impacts.	31-35
Environmental		
Emission		
G4-EN15	Direct greenhouse gas (GHG) emissions (Scope 1).	31-32
G4-EN19	Reduction of greenhouse gas (GHG) emissions.	31-32
Products and service		
G4-EN27	Extent of impact mitigation of environmental impacts of products and services.	31-32
Social		
Labor Practices and Decent Work		
G4-DMA-Labor Practices and Decent work	Specific Disclosures on Management Approach.	36-37
Employment		
G4-LA2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees, by major operations.	37
Human Rights		
G4-HR1	Total number and percentage of significant investment agreements and contacts that include human rights clauses that underwent human rights screening.	34-35, 38
G4-HR9	Total number and percentage of operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments.	34-35
Society		
Local Communities		
G4-SO1	Percentage of operations with implemented local community engagement, impact assessments, and development programs.	35, 38-40
G4-SO2	Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities.	41
Public Policy		
G4-SO6	Total value of political contributions by country and recipient/beneficiary.	35
Customer Health and Safety		
Products and service Labeling		
G4-DMA-Products and service Labeling	Specific Disclosures on Management Approach.	28-29, 33-34
G4-PR3	Type of Product and service information required by the organization's procedures for product and service information and labeling, and percentage of significant product and service categories subject to such information requirements	29-32, 34-35
G4-PR4	Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning product and service information and labeling, by type of outcomes.	41
G4-PR5	Results of surveys measuring customer satisfaction	40

ดูข้อมูลโดยละเอียดได้จากรายงานประจำปี 2557



บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน)
63/21 ถนนรัตนาธิเบศร์ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000
โทรศัพท์ : (66) 2596 5060
โทรสาร : (66) 2591 0705
อีเมล : contact@thaicom.net
เว็บไซต์ : www.thaicom.net