

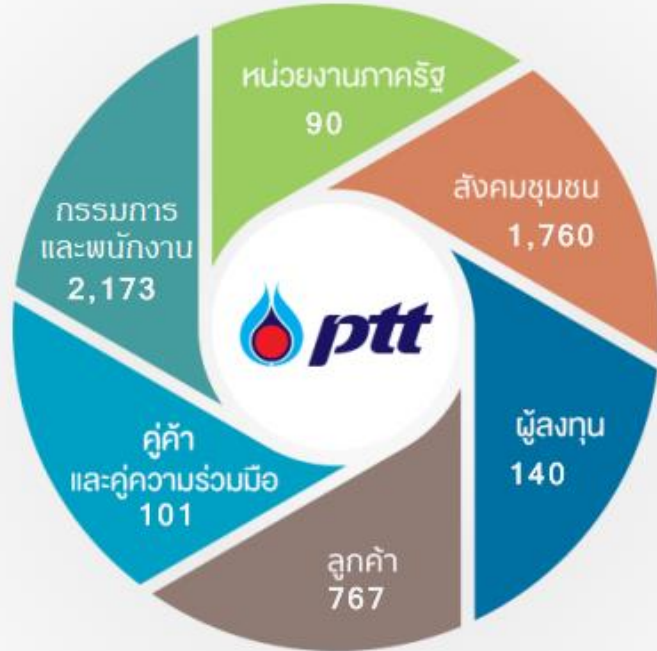


รายงานผลสำรวจ

ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินธุรกิจของ ปตท. ปี 2567

Research Methodology

Number of Respondents



จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
รวมทุกกลุ่ม 5,031 ราย

Method of data collection



ระยะเวลาสำรวจ: พฤษภาคม – กรกฎาคม 2567

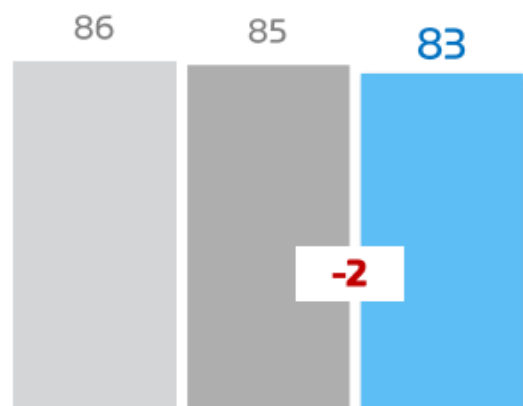
ผู้ดำเนินการสำรวจ: บริษัท ซีดับบลิวเอ คอนซัลติ้ง จำกัด

ผลการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ปตท.

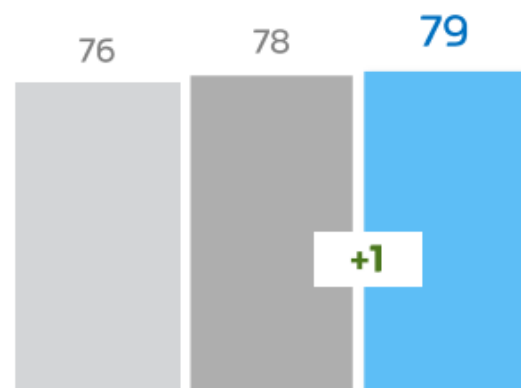
ปี 2565-2567 ปตท. และองค์กรชั้นนำในประเทศไทย

Unit: ค่าเฉลี่ยจาก 1-100 คะแนน

■ 2565 ■ 2566 ■ 2567

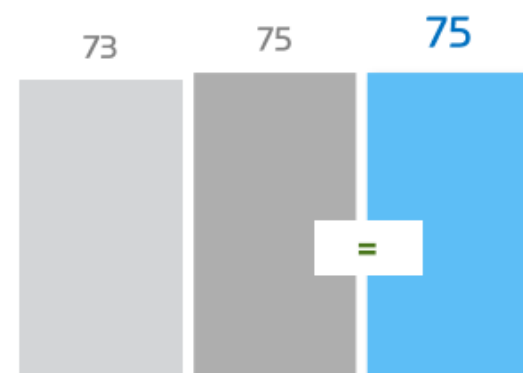


ฐาน: (4,454) (3,615) (3,880)



A

(3,920) (2,692) (1,517)



B

(3,698) (2,399) (936)

นโยบายและทิศทางกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ความสำเร็จของ ปตท. ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของทุกภาคส่วน เราจึงมุ่งมั่นดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างสมดุล ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ สังคม ชุมชน ผู้ลงทุน ลูกค้า คู่ค้าและคู่ความร่วมมือ กรรมการและพนักงาน เพื่อสร้างพลังให้เกิดความร่วมมือก้าวผ่านทุกความท้าทายและร่วมเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน ซึ่ง ปตท. ได้ทบทวนยุทธศาสตร์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป โดยวิสัยทัศน์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2568 คือ **“เป็นองค์กรแห่งความภาคภูมิใจของคนไทย ดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างสมดุล สู่การเติบโตในสังคมโลกอย่างยั่งยืน”** เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ License to Operate หรือเป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับและสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ปตท. มีทิศทางกลยุทธ์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ **“เข้าใจ เข้าถึง พึ่งพากัน”** โดย **“เข้าใจ”** เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสื่อสาร **“เข้าถึง”** เป็นการพัฒนาระบบการมีส่วนร่วมและผลักดันสู่การปฏิบัติ โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกการดำเนินงาน ตลอดห่วงโซ่อุปทาน และ **“พึ่งพากัน”** เป็นการพัฒนาเครือข่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้มีความเข้มแข็ง ซึ่งมีขอบเขตครอบคลุมถึง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 6 กลุ่ม ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานธุรกิจที่ ปตท. ดำเนินการเอง และร่วมทุน ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ในพื้นที่ปฏิบัติงานของกลุ่ม ปตท. และรอบสถานประกอบการทั้งในและต่างประเทศ ที่บริหารจัดการเอง และไม่ได้บริหารจัดการเอง

ยุทธศาสตร์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2568

วิสัยทัศน์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เป็นองค์กรแห่งความภาคภูมิใจของคนไทย ดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างสมดุล สู่การเติบโตในสังคมโลกอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

องค์กรได้รับการยอมรับและสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ขอบเขต

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจเอง และร่วมทุนทั้งในปัจจุบันและอนาคตในพื้นที่ปฏิบัติงานของ กลุ่ม ปตท. และรอบสถานประกอบการ ทั้งในและต่างประเทศที่บริหารจัดการเอง และไม่ได้บริหารจัดการเอง

ทิศทางกลยุทธ์



กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาครัฐ ผู้กำหนดนโยบายหรือกำกับดูแล รัฐวิสาหกิจ ศาล และองค์กรอิสระ สมาชิกแทนราษฎรและ วุฒิสภา องค์กรระหว่างประเทศ



สังคมชุมชน ชุมชนรอบสถานประกอบการ ปตท. ประชาชนทั่วไป เยาวชน สถาบันการศึกษา สื่อมวลชน นักการเมืองท้องถิ่น และ องค์กรที่ไม่ใช่องค์กรของรัฐ (NGO)



ผู้ถือหุ้น ผู้ถือหุ้นสามัญ ผู้ถือหุ้นกู้ นิติบุคคลและนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ และนักวิเคราะห์หลักทรัพย์



ลูกค้า ลูกค้าภาคธุรกิจ ผู้บริโภค และลูกค้าราชการ



คู่ค้าและคู่ความร่วมมือ คู่ค้า ผู้ส่งมอบ คู่ความร่วมมือ และพันธมิตรทางธุรกิจ



กรรมการและพนักงาน กรรมการ ผู้บริหารและพนักงาน ปตท.

ประเด็นองค์กร



Brand & Trust



Climate Change



Compliance & Transparency



Financial Performance



Hydrocarbon & Power



Non-Hydrocarbon & New Business



Organization & Employee



Safety, Health & Environment



Supplier & Customer Experience

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ปตท.



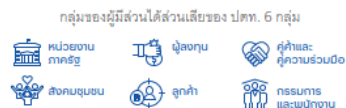
3.2 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ปตท. มุ่งมั่นในการดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างสมดุล ซึ่งถือเป็นพันธกิจที่สำคัญ จึงเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้แสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมต่อการดำเนินงานของ ปตท. โดยประเด็นสำคัญ รวมถึงขอบเขตของการดำเนินการ ความคาดหวัง และข้อกังวลที่เหมาะสมและเกี่ยวข้องกับทั้งนี้ ทั้งนี้ การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ปตท. อ้างอิงตามมาตรฐานสากล AA1000 Stakeholder Engagement Standard 2015 (AA1000 SES:2015) และเกณฑ์ประเมินการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าตามหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ Enablers ของรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise Assessment Model: SE-AM) เพื่อให้การดำเนินการเป็นระบบและมีประสิทธิภาพของบริการเติบโตอย่างยั่งยืนของ ปตท. ควบคู่ไปกับการได้รับความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

การบริหารผลกระทบต่องานผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

ปตท. กำหนดแนวทางการวิเคราะห์และบริหารจัดการประเด็นหรือผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบจากการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมการดำเนินงานที่เกิดขึ้นหรืออาจจะเกิดขึ้นจากการที่ ปตท. บริหารจัดการทั้งทางตรงและทางอ้อมในห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท ซึ่งครอบคลุมผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล รวมถึงสิทธิมนุษยชน ดังนี้



การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

ปี 2567 ปตท. วิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจหลักและสายงานสนับสนุนตามโครงสร้างขององค์กรทั้งหมด 15 สายงาน โดยระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอกองค์กร นำมาวิเคราะห์ผลกระทบต่องานผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการดำเนินงานผลิตภัณฑ์ และ/หรือบริการ ตลอดจนห่วงโซ่คุณค่าขององค์กรที่มีต่อเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม รวมถึงสิทธิมนุษยชน และระบุความต้องการ ความคาดหวัง ข้อกังวลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อระบุประเด็นของสายงานที่สอดคล้องกับประเด็นองค์กร ซึ่งทั้งหมดจะดำเนินการในช่วงของการจัดทำแผนธุรกิจของแต่ละสายงานในแต่ละปี เพื่อให้มีการบูรณาการแผนการสร้างเสริมสัมพันธภาพ รวมทั้งแผนการบริหารจัดการประเด็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและความยั่งยืนเข้าไปในแผนธุรกิจและงบประมาณของสายงานในรูปแบบ ซึ่งจะนำเสนอมารวมกันในรอบจากคณะกรรมการ ปตท. ก่อนเริ่มดำเนินการในปีต่อไป

ประเด็นระดับองค์กร ประกอบด้วย 9 ประเด็น ได้แก่

Brand & Trust

- การดำเนินงานเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ความเข้าใจและความเชื่อมั่นที่มีต่อแบรนด์ ปตท. ทั้งในภาพรวมองค์กร ผลิตภัณฑ์ และบริการขององค์กร รวมทั้งการดำเนินงานกิจกรรมทางสังคมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของสังคมชุมชน สิ่งแวดล้อม และประเทศ

Climate Change

- นโยบายและการบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

Compliance/ Transparency

- Compliance การปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ
- Transparency ความโปร่งใส ความชัดเจนที่ธุรกิจเปิดเผยไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทางบวกหรือทางลบ การดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักธรรมาภิบาล
- Information Security & Data Privacy การรักษาความปลอดภัยทางข้อมูล และความเป็นส่วนหนึ่งของข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งรวมถึงข้อมูลในระบบดิจิทัล

Energy Transition

- การเปลี่ยนผ่านจากพลังงานฟอสซิลไปสู่พลังงานสะอาดโดยใช้ก๊าซธรรมชาติ ได้แก่ NG (NG/Pipeline Natural Gas) Value Chain, Supply Marketing, Infrastructure (Transmission/ Distribution), Gas Processing

Financial Performance

- การดำเนินงานที่สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านผลประกอบการทางการเงิน อัตราส่วนทางการเงิน การดำเนินงานด้านบัญชี ภาษี และการเติบโตในระยะยาว

New Business

- ธุรกิจใหม่ในภาคที่สร้างผลกำไรเติบโตให้แก่องค์กร

Organization & Employee

- การพัฒนาศักยภาพองค์กร โดยนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ขับเคลื่อนงานองค์กร และปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน

- การพัฒนาศักยภาพพนักงานให้มีความรู้ความสามารถและทักษะตามแนวทางที่องค์กรและพนักงานคาดหวัง เช่น Upskill, Reskill รวมทั้งการสร้างวัฒนธรรมให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

Safety, Health & Environment

- การดำเนินงานหรือสภาพแวดล้อมการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม

Supplier & Customer Experience

- การสร้างประสบการณ์ที่ดีร่วมกันระหว่างองค์กรกับคู่ค้า หรือลูกค้า เพื่อให้เกิดความประทับใจในการร่วมธุรกิจ หรือซื้อขายสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ราคาเป็นธรรม ส่งมอบเป็นไปตามที่ตกลงกัน

ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของสายงาน* ประจำปี 2567 สามารถสรุปได้ดังนี้

	กลุ่มธุรกิจปิโตรเลียมขั้นต้นและก๊าซธรรมชาติ	กลุ่มธุรกิจปิโตรเลียมขั้นกลางและปิโตรเคมี	กลุ่มธุรกิจปิโตรเคมีขั้นสูง	สายงานบริการ	สายงานพลังงาน	สินค้าอุปโภคบริโภค	สินค้าและบริการ	สายงานบริการ	สายงานบริการ	สายงานบริการ	สายงานบริการ
สิ่งแวดล้อม											
Brand & Trust	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Climate Change	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
New Business	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Safety, Health & Environment	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
สังคม											
Brand & Trust	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
New Business	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Organization & Employee	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Safety, Health & Environment	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
การกำกับดูแล											
Brand & Trust	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Compliance/ Transparency	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Energy Transition	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Financial Performance	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
New Business	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Organization & Employee	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Supplier & Customer Experience	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

หมายเหตุ:

* ประเด็นและแนวทางการดำเนินงานที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่คิดตามระดับองค์กร ปี 2567 ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ ปตท. เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2566 ก่อนเริ่มโครงการองค์กรใหม่ ซึ่งมีผลตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2567

** บริษัทโครงสร้างองค์กรใหม่ เป็นกลุ่มธุรกิจใหม่ในความยั่งยืน ซึ่งมีผลตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2567

การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ปตท. ให้ความสำคัญกับความต้องการ ความคาดหวังและข้อกังวลจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินธุรกิจของ ปตท. และหน่วยงานที่ดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง ประกอบด้วยแนวโน้มของโลก เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดทำประเด็นที่สำคัญระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร

เมื่อสายงานจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประเด็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมทั้งเชื่อมโยงกับประเด็นระดับองค์กรแล้ว จึงจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและติดตามผลการดำเนินงานผ่านผู้บริหารสูงสุดของสายงานเป็นรายไตรมาส โดยประเด็นที่เลือกติดตามในระดับองค์กรที่กระทำคือการติดตามและรายงานผลต่อคณะกรรมการแผนวิสาหกิจและบริหารความเสี่ยง (Corporate Plan and Risk Management Committee: CPRC) และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงองค์กร (Enterprise Risk Management Committee: ERMC) เป็นรายไตรมาส เพื่อนำข้อคิดเห็นของคณะกรรมการปรับปรุงการดำเนินงานรวมถึงนำผลประเมินความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้จากการสำรวจประจำปี มาทบทวนการดำเนินงานในปีต่อไป

ในปี 2567 มีประเด็นสำคัญที่ทำการติดตามระดับองค์กร

4 ประเด็น คือ

- 1) Brand & Trust
- 2) Climate Change
- 3) Energy Transition
- 4) New Business

ซึ่งประเด็นสำคัญ ที่พิจารณาจากภาพที่ ปตท. ในฐานะบริษัทพลังงานแห่งชาติ มุ่งมั่นรักษาเสถียรภาพและความมั่นคงทางพลังงานให้กับประเทศ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เติบโต ควบคู่กับการดูแลสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตคนไทย พร้อมสร้างประโยชน์ให้กับประเทศชาติและดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างสมดุล มุ่งสู่การเติบโตขององค์กรในระดับโลกอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับทิศทางและกลยุทธ์ของ กลุ่ม ปตท. (PTT Group Direction and Strategy) เน้นการสร้าง ความมั่นคงทางพลังงาน สร้างการเติบโตทางธุรกิจ ควบคู่กับการบรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน ภายในปี 2583 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ภายในปี 2593

คะแนนความผูกพันผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เป้าหมายของคะแนนความผูกพันผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กำหนดไว้ในระดับดีมาก (> 80 คะแนน) โดยผลคะแนนปี 2567 เท่ากับ 83 คะแนน ซึ่งสูงกว่าค่าเป้าหมาย สะท้อนให้เห็นถึงภาพรวมของ ปตท. ที่ตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ในระดับดีมาก

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

	2564	2565	2566	2567
เป้าหมาย	≥ 80	≥ 80	≥ 80	≥ 80
ผลการดำเนินงาน	86	86	85	83



การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ปตท.



137

ส่วนที่ 1
การเปิดเผยข้อมูลและผลการดำเนินงาน

3. การเปิดเผยข้อมูลเพื่อความยั่งยืน

แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี 2567
(แบบ 56-1 One Report) งบปี ปตท. ชีว (ตาม)

ผลการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

หน่วยงานภาครัฐ

- การประชุมหารือร่วมกับหน่วยงานภาครัฐรายเดือน
- การจัดประชุมสร้างความเข้าใจกับภาครัฐรายไตรมาส
- การเปิดเผยข้อมูลต่าง ๆ ผ่านเว็บไซต์ ปตท. และสื่อออนไลน์อื่น ๆ

ช่องทางที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Brand & Trust

- สนับสนุนนโยบายรัฐ เพื่อรักษาความมั่นคงด้านพลังงาน และบริหารความเสี่ยงจากธุรกิจ
- พัฒนาสังคม คุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม

Climate Change

- สนับสนุนภาครัฐให้บรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) และเป็นผู้ดำเนินการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ตาม พ.ร.บ. และกฎข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง
- ดำเนินกิจกรรมที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

Compliance/ Transparency

- ปฏิบัติตามนโยบาย กฎข้อบังคับ และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ไปทั่วโลก ตรวจสอบได้
- พัฒนาระบบ IT ตาม พ.ร.บ. รักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์
- ส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรมและการค้าเสรี

ความดีความชอบ

Brand & Trust

- สนับสนุนนโยบายภาครัฐ โดยให้ข้อมูลด้านพลังงานที่ถูกต้องรวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์
- สนับสนุนกิจกรรมกับภาครัฐ เช่น จัดการเยี่ยมชมสถานที่ การดำเนินงาน ปตท.
- ศึกษาความร่วมมือระหว่างรัฐวิสาหกิจ และการลงทุนในต่างประเทศ

Climate Change

- ปตท. เป็นประธานเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย ซึ่งเป็นเครือข่ายที่ผลักดันการลดก๊าซเรือนกระจกและจัดทำข้อเสนอเงินนโยบายด้านคาร์บอน
- หารือและให้ข้อคิดเห็นต่อการยกย่องกฎหมายการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงมีส่วนร่วมในโครงการร่วมด้านพลังงานทางคาร์บอนและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์

Compliance/ Transparency

- ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม และเปิดเผยข้อมูลอย่างครบถ้วน ถูกต้องและรวดเร็ว ตามกฎระเบียบ และนโยบายรัฐ
- ร่วมกับภาครัฐในการชี้แจงสนับสนุนข้อมูลด้านพลังงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการใหม่ รวมทั้งผลักดันและเพิ่มความรู้การออกนโยบายใหม่
- สนับสนุนการดำเนินกิจกรรมของหน่วยงานราชการ

ความดีความชอบ

Energy Transition

- สนับสนุนข้อมูลและความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดหา LNG
- ร่วมมือเชิงธุรกิจในช่วงเปลี่ยนผ่านสู่การเปิดเสรี
- ร่วมกับ Shipper เพื่อให้เกิดความเข้าใจในแนวปฏิบัติที่ต้อง

New Business

- ร่วมสร้างธุรกิจใหม่ ให้คำปรึกษาข้อมูลด้านพลังงานใหม่ แนวทางสร้างธุรกิจใหม่ รวมถึงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

Safety, Health & Environment

- ควบคุมมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัย สุขอนามัย และสิ่งแวดล้อม
- สร้างคุณค่าต่อสังคม โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ผลกระทบ และความรับผิดชอบต่อชุมชน

ความดีความชอบ

Energy Transition

- สร้างความเข้าใจ โดยให้ข้อมูลกับหน่วยงานกำกับดูแล

New Business

- ให้ข้อมูลและนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์กับภาครัฐ เพื่อสร้างความเข้าใจและร่วมกันกำหนดนโยบายที่สนับสนุนการปฏิบัติได้

Safety, Health & Environment

- ศึกษา ประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และอนุญาตก่อสร้างตามข้อกำหนด
- ดำเนินและตรวจสอบโครงการตามมาตรฐานและผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

ความดีความชอบ

Energy Transition

- สนับสนุนข้อมูลและความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดหา LNG
- ร่วมมือเชิงธุรกิจในช่วงเปลี่ยนผ่านสู่การเปิดเสรี
- ร่วมกับ Shipper เพื่อให้เกิดความเข้าใจในแนวปฏิบัติ

Supplier & Customer Experience

- ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ราคาเหมาะสม สอดคล้องตามเวลา
- พัฒนาธุรกิจใหม่ จัดหาพลังงานเพียงพอ ปรับปรุงระบบงานให้ทันสมัย

138

ส่วนที่ 1
การเปิดเผยข้อมูลและผลการดำเนินงาน

3. การเปิดเผยข้อมูลเพื่อความยั่งยืน

แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี 2567
(แบบ 56-1 One Report) งบปี ปตท. ชีว (ตาม)

ผู้ลงทุน

- การเยี่ยมชมกิจการกลุ่ม ปตท.
- การประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี
- วันวิเคราะห์และประเมินมูลค่าหุ้น
- การประชุมออนไลน์
- การนำเสนอข้อมูลบริษัทกับนักลงทุนสถาบันต่างประเทศผ่านช่องทางออนไลน์

ผู้ถือหุ้น

- การเข้าพบ/ประชุมกับลูกค้าเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานธุรกิจของลูกค้า และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง
- การประชุมหรือสนทนากับลูกค้า ผ่านระบบออนไลน์
- PTT NGV Station Application
- ช่องทาง 1366 Contact Center
- สื่อออนไลน์ เช่น LINE PTT Natural Gas และ PTT NGR เว็บไซต์ Customer Service Center

ช่องทางที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Financial Performance

- เป็นบริษัทที่มีความมั่นคง มีธรรมาภิบาล เปิดเผยข้อมูลไปทั่วโลก ปฏิบัติตามกฎหมาย
- สื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูล และช่วยเหลือปัญหาเพื่อร่วมกันพัฒนาศักยภาพในระยะยาว
- ลงทุนธุรกิจใหม่ โดยสร้างความแข็งแกร่งและคุณค่าต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนของประชาชน

Brand & Trust

- สื่อสารข้อมูลที่สร้างความเข้าใจการดำเนินงานธุรกิจ และข้อมูลพลังงานอย่างถูกต้อง

Compliance/ Transparency

- ดำเนินธุรกิจที่มีธรรมาภิบาล โปร่งใส อย่างยั่งยืน
- เปิดเผยข้อมูลไปทั่วโลก ครบถ้วน และตรวจสอบได้

Energy Transition

- สนับสนุนข้อมูลและความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดหา LNG
- ร่วมมือเชิงธุรกิจในช่วงเปลี่ยนผ่านสู่การเปิดเสรี
- ร่วมกับ Shipper เพื่อให้เกิดความเข้าใจในแนวปฏิบัติ

Supplier & Customer Experience

- ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ราคาเหมาะสม สอดคล้องตามเวลา
- พัฒนาธุรกิจใหม่ จัดหาพลังงานเพียงพอ ปรับปรุงระบบงานให้ทันสมัย

ความดีความชอบ

Financial Performance

- สื่อสารทิศทางกลยุทธ์ เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักลงทุน ผ่านการประชุมผู้ถือหุ้น
- เผยแพร่ข้อมูลไปยังผู้ถือหุ้น นักลงทุน นักวิเคราะห์ และผู้จัดการกองทุน ผ่าน Analyst Meeting และ Roadshow ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

Brand & Trust

- สื่อความและประสานงานให้ข้อมูลลูกค้า โดยส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดี ส่งก๊าซธรรมชาติต่อเนื่องและเพียงพอ
- ดำเนินการ CSR ร่วมกัน เพื่อกระชับความสัมพันธ์

Compliance/ Transparency

- สนับสนุนด้านการลงทุนในงานวิศวกรรม เช่น ระบบรับ-เก็บ-จ่าย ความพร้อมใช้งานตลอดเวลา
- บริหารสัญญา และสื่อความ/ชี้แจงแนวทางการปฏิบัติตามนโยบายภาครัฐ

Energy Transition

- ประชุมเพื่อสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจ TSO CODE
- ประสานงานเชิงรุกแลกเปลี่ยนข้อมูล และสนับสนุนการปฏิบัติงานเพื่อให้ลูกค้าใช้บริการกิจการขนส่งก๊าซธรรมชาติทางท่อถูกต้องและไม่ล่าช้า

Supplier & Customer Experience

- ส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามความต้องการลูกค้า
- เข้าพบลูกค้า โดยผู้บริหารและผู้จัดการเขตการขาย เพื่อรับความต้องการคาดหวัง และร่วมพัฒนายอดธุรกิจ
- รับฟังและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า รวมทั้งแก้ไขและปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของลูกค้า จากผลสำรวจความพึงพอใจลูกค้า
- ให้ข้อมูลไปทั่วโลก ชัดเจน และมีแนวทางปฏิบัติที่เป็นธรรม รวมทั้งพัฒนาระบบ IT เพื่อสนับสนุนข้อมูลที่เป็นประโยชน์และตรงกับความต้องการของลูกค้า

ข้อมูลอ้างอิง: แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี 2567 (แบบ 56-1 One Report)

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ปตท.



139

ส่วนที่ 1
การประกอบธุรกิจและผลการดำเนินงาน

3. การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี 2567
(แบบ 56-1 One Report) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

ช่องทางที่มีส่วนร่วมกับ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ความต่อเนื่อง/ความคงตัวของ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ตัวอย่างการดำเนินงานที่สำคัญ



- การเข้าพื้นที่ชุมชนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน
- เปิดเวทีรับฟังความคิดเห็นชุมชนตามแผนงาน
- ช่องทาง 1365 Contact Center
- เว็บไซต์ ปตท. หรืออีเมล ptvoice@pttplc.com
- การร้องเรียนเรื่องการทุจริตผ่านช่องทางอีเมล grchelpdesk@pttplc.com หรือ ptvoice@pttplc.com

• สื่อออนไลน์ เช่น



Brand & Trust

- สื่อสารข้อมูลสร้างความเข้าใจการดำเนินงานธุรกิจ และข้อมูลพลังงานอย่างถูกต้อง
- สนับสนุนโครงการเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต เช่น พัฒนาทักษะชุมชน การศึกษา การจัดการพลังงานชุมชน และการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ

Climate Change

- สนับสนุนภาครัฐให้บรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน และเป็นผู้ดำเนินการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ตาม พ.ร.บ. และกฎข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง
- ดำเนินกิจกรรมที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

Brand & Trust

- สื่อสารและสร้างความเข้าใจวิถีทัศน์ ปตท. อย่างต่อเนื่อง
- สนับสนุนชุมชนผ่านโครงการต่างๆ เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตและพัฒนาสิ่งแวดล้อมในชุมชน ได้แก่
 - โครงการพัฒนาชุมชนเข้มแข็ง
 - โครงการพัฒนาสินค้าและศักยภาพชุมชน
 - สถาบันลูกโลกสีเขียว
 - การจัดค่ายภัยพิบัติ
- บริหารประเด็นด้านการติดตามข้อร้องเรียนและข้อสอบถามจากชุมชน

Climate Change

- ดูแลสิ่งแวดล้อมและพื้นที่สีเขียว รวมถึงระบบนิเวศทางทะเล
- ปุ๋ยและน้ำจืดรักษาป่า พร้อมส่งเสริมความรู้ในการลดการปล่อยคาร์บอน
- ร่วมโครงการมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์

Safety, Health & Environment

- ควบคุมมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัย สุขอนามัย และสิ่งแวดล้อม
- ดูแลผลกระทบชุมชน จากกระบวนการก่อสร้างหรือโครงการร่วมพื้นที่สิ่งแวดล้อม
- ส่งเสริมความเท่าเทียมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตแก่สังคม
- ช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติและพื้นที่

Safety, Health & Environment

- ลงพื้นที่สื่อสารโครงการและแผนการก่อสร้างให้ชุมชนเข้าใจ และมั่นใจมาตรการความปลอดภัย เสริมความพร้อมรองรับกรณีเหตุฉุกเฉิน
- และรับฟังความคิดเห็นและข้อกังวล
- หรือผู้นำชุมชน เพื่อให้ข้อมูลและรายงานโครงการ ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและติดตามข้อร้องเรียน รับฟังความคิดเห็นและสร้างความมั่นใจให้ชุมชน



140

ส่วนที่ 1
การประกอบธุรกิจและผลการดำเนินงาน

3. การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี 2567
(แบบ 56-1 One Report) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

ช่องทางที่มีส่วนร่วมกับ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ความต่อเนื่อง/ความคงตัวของ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ตัวอย่างการดำเนินงานที่สำคัญ



- งานสัมพันธ์ผู้ค้าประจำปี
- ช่องทางการสื่อสารกับผู้ค้า เช่น เว็บไซต์การจัดซื้อจัดจ้างและอีเมล
- ระบบการจัดซื้อจัดจ้างแบบออนไลน์ของ ปตท. ได้แก่
 - ระบบการจัดซื้อแบบออนไลน์ของ ปตท.
 - ระบบการยื่นขอเสนอราคาออนไลน์ของ ปตท.
 - ระบบการตอบแบบประเมินด้าน ESG Self-Assessment สำหรับผู้ค้า ปตท. และกลุ่ม ปตท.

Brand & Trust

- สื่อสารข้อมูลสร้างความเข้าใจการดำเนินงานธุรกิจ และข้อมูลพลังงานอย่างถูกต้อง
- พัฒนาศักยภาพในการดำเนินงานธุรกิจร่วมกันในระยะยาว
- สนับสนุนการเปลี่ยนแปลง และส่งเสริมโอกาสทางธุรกิจ SME

Compliance/ Transparency

- ปฏิบัติตามกฎหมาย และนโยบาย รวมถึงกฎระเบียบองค์กร
- โปร่งใส เปิดเผยมูลคณิตรอบตัว สามารถตรวจสอบได้
- กำกับดูแลกิจการที่ดี โปร่งใส ตรวจสอบได้
- สื่อสารกระบวนการทำงานชัดเจน
- นำเทคโนโลยีมาใช้พัฒนากระบวนการ IT ตาม พ.ร.บ. รักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์

New Business

- ร่วมสร้างธุรกิจใหม่ และให้คำปรึกษา/ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน
- ให้ข้อมูลด้านพลังงานใหม่หรือคิดเห็นทางธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างธุรกิจใหม่ รวมถึงกฎระเบียบที่ปฏิบัติได้

Supplier & Customer Experience

- ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ผ่านเทคโนโลยีที่สะดวกและคล่องตัว

Brand & Trust

- เข้าพบ ประชุม สื่อสารให้ข้อมูล/แนวทางปฏิบัติตามนโยบายภาครัฐที่ถูกต้องรวดเร็ว
- รับฟังความเห็นจากผู้ค้า
- จัด Workshop เพื่อหาข้อตกลงทำงานร่วมกัน และจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์

New Business

- ประชุมกับผู้ค้า เพื่อหาแนวทางพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ โครงการความร่วมมือทางธุรกิจ
- ติดตามหาโอกาสความร่วมมือและผลประโยชน์ร่วมกัน

Supplier & Customer Experience

- แนะนำ ช่วยเหลือ ติดตามแก้ปัญหา รับข้อร้องเรียน สื่อสารผ่านช่องทางที่หลากหลาย
- พัฒนาความร่วมมือในรูปแบบสัญญา จัดตั้งคณะทำงานประชุมติดตามผล



- การประชุมคณะกรรมการกิจการสัมพันธ์รายเดือน
- การทำกิจกรรมเพื่อสังคมร่วมกันระหว่างผู้บริหารและพนักงาน
- การประชุมสายงาน
- การประชุมคณะกรรมการบริษัท

Brand & Trust

- สนับสนุนการกำกับดูแลการดำเนินงานตามกฎระเบียบเพื่อสร้างความเข้าใจ และความเชื่อมั่นในการดำเนินงาน
- สื่อสารข้อมูลสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานธุรกิจ และข้อมูลพลังงานอย่างถูกต้องและรวดเร็ว

Organization & Employee

- สร้างความรู้เรื่องการดำเนินงานธุรกิจ ปตท. และกลุ่ม ปตท.
- สร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินงาน
- เสริมความพร้อมของบุคลากรเพื่อรองรับการขยายและการแข่งขันธุรกิจ
- มีธรรมาภิบาล โปร่งใส เปิดเผยมูลคณิตรอบตัว และปฏิบัติตามกฎหมาย
- ดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและชุมชนรอบข้าง

Brand & Trust

- ประสานงานกับหน่วยงานธุรกิจอย่างใกล้ชิดเพื่อทำความเข้าใจประเด็นที่เกี่ยวข้อง และต้องการผลักดัน รวมถึงแนวทางการทำงานร่วมกัน
- ส่งเสริมสนับสนุนให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรม CSR เพื่อสร้างจิตสำนึกในการช่วยเหลือสังคม

Organization & Employee

- จัดกิจกรรมให้แก่คณะกรรมการ ปตท. เพื่อสร้างความเข้าใจในการดำเนินงานธุรกิจกลุ่ม ปตท. ผ่านกิจกรรมเยี่ยมชมธุรกิจและบรรยายความรู้เรื่องธุรกิจ
- จัดทำแผนอบรมเพื่อพัฒนาพนักงานให้ทันต่อการดำเนินงานขององค์กร

