



รายงานการสร้างความสัมพันธ์ กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปี 2567



**Care,
Connect,
and Grow with Every Sector**

ใส่ใจ เชื่อมโยง และเติบโตไปกับทุกภาคส่วน

Care,
Connect,
and Grow with
Every Sector

ใส่ใจ
เชื่อมโยง
และเติบโตไปกับทุกภาคส่วน

สารบัญ



01

ภาพรวมระดับองค์กร

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	5
สารจากผู้บริหาร	7



04

การสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กระบวนการและระเบียบวิธีการสำรวจ	103
กลุ่มเป้าหมายและข้อมูลประชากรในการสำรวจ	103
จากเสียงสะท้อน...สู่การพัฒนาแผนงาน	107



02

การกำกับดูแลด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ความสำคัญ กรอบแนวคิด และกระบวนการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	13
โครงสร้างการกำกับดูแลด้านการบริหาร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	18
นโยบายการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	26
ผลการดำเนินงานตามมาตรฐานการกำกับดูแล ด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	27



03

กลยุทธ์และการมีส่วนร่วม

กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	29
ความเชื่อมโยงระหว่างการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กับการบริหารจัดการที่สำคัญขององค์กร	36
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ปตท.	43
ประเด็นสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	51
การสร้างคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	61
เสียงสะท้อนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	100



05

การเสริมสร้างองค์ความรู้และวัฒนธรรมองค์กร ด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

โปรแกรมการเรียนรู้ด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	109
เครือข่ายการเรียนรู้ด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	115
รางวัลความเป็นเลิศด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	117



06

ทิศทางในอนาคต

บริบทพลังงานในอนาคต	121
กลยุทธ์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระยะยาว	121

ส่วนที่

1

ภาพรวมระดับองค์กร

1. บทสรุปสำหรับผู้บริหาร
2. สารจากผู้บริหาร

1. ภาพรวมระดับองค์กร

1.1 บทสรุปสำหรับผู้บริหาร
(Executive Summary)

ภายใต้วิสัยทัศน์ “ปตท. แข็งแรงร่วมกับสังคมไทยและเติบโตในระดับโลกอย่างยั่งยืน” ปตท. มุ่งดำเนินธุรกิจด้านพลังงานและธุรกิจที่เกี่ยวข้องอย่างครบวงจรในฐานะเป็นบริษัทพลังงานแห่งชาติ มุ่งสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ พัฒนาสังคมและยกระดับคุณภาพชีวิต โดยมีพันธกิจในการดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างสมดุล ซึ่งครอบคลุมหน่วยงานภาครัฐ สังคมชุมชน ผู้ลงทุน ลูกค้า คู่ค้าและคู่ความร่วมมือ ตลอดจนกรรมการและพนักงาน ภายใต้หลักธรรมาภิบาล ความโปร่งใส และการสร้างคุณค่าร่วม (Shared Value) ที่ตอบโจทย์ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

เพื่อตอบสนองความต้องการความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มดังกล่าว ปตท. ได้กำหนดยุทธศาสตร์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งประกอบด้วยวิสัยทัศน์วัตถุประสงค์ขอบเขตผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และประเด็นระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร ทิศทางกลยุทธ์ และกลยุทธ์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงแผนปฏิบัติการ เพื่อเป็นกรอบในการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างเหมาะสม โดยนำกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ AA1000 Stakeholder Engagement Standard 2015 (AA1000SES) และหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Core Business Enablers) ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ภายใต้คู่มือการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ตามระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจ State Enterprise Assessment Model (SE-AM) ของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ รวมทั้งแนวทางของ GRI Standards (Global Reporting Initiative Standards) ซึ่งเป็นกรอบการรายงานความยั่งยืนที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมด้วย

ปตท. กำหนดวิสัยทัศน์
การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
คือ “เป็นองค์กรแห่งความ
ภาคภูมิใจของคนไทย
ดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
อย่างสมดุล สู่การเติบโตใน
สังคมโลกอย่างยั่งยืน”

โดยใช้ทิศทางกลยุทธ์ “เข้าใจ เข้าถึง พึ่งพากัน” ซึ่งสะท้อนถึงการสร้างความเข้าใจร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกกลุ่ม การพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วมในทุกห่วงโซ่อุปทาน และการเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และในปี 2567 ปตท. ได้นำกลยุทธ์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาช่วยขับเคลื่อนทิศทางการดำเนินธุรกิจขององค์กร ประกอบด้วย

1. Persuade to Secure Long-Term Viability

ใช้การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาสนับสนุนพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของธุรกิจพลังงานและปิโตรเคมี ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของ ปตท. ให้สามารถสร้างรายได้และมูลค่าเพิ่มอย่างสูงสุด พร้อมสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ และตอบสนองความต้องการด้านพลังงานของสังคมอย่างมั่นคงและต่อเนื่อง

2. Partner to Expedite Lucrative Opportunities

ใช้การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาสนับสนุนการลงทุนและขับเคลื่อนโครงการในธุรกิจแห่งอนาคต เพื่อสร้างแหล่งรายได้ใหม่ และเป็นแรงขับเคลื่อนการเติบโตขององค์กรในระยะยาว ทั้งนี้เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงานของโลก

3. Prosper Green Environment

ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตที่ลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ โดยร่วมมือกับภาคีที่เกี่ยวข้อง ทั้งในระดับนโยบายและการดำเนินงาน เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมาย Net Zero และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

4. Strengthen Stakeholder Enablers

การพัฒนาระบบการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้เข้มแข็งด้วยการพัฒนาศักยภาพบุคลากร การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารและการตอบสนอง รวมถึงการพัฒนาองค์ความรู้ด้านพลังงานเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของสังคมอย่างต่อเนื่อง



การดำเนินงานตลอดปี 2567 สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของ ปตท. ในการสร้างคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างเป็นรูปธรรม ผ่านโครงการสำคัญและความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ อาทิ

- ร่วมมือกับภาครัฐ ขับเคลื่อนเป้าหมาย Net Zero ของประเทศ ภายใต้กลยุทธ์ C3 (Climate-Resilient Business, Carbon-Conscious Assets and Coalition, Co-Creation, and Collective Efforts for All) ที่เป็นแนวทางดำเนินงานด้านความยั่งยืนของ ปตท. ซึ่งครอบคลุมการลงทุนในพลังงานสะอาด การพัฒนาเทคโนโลยี CCS (Carbon Capture Storage) และการปลูกป่าเพื่อดูดซับคาร์บอน พร้อมทั้งพัฒนามาตรฐานและการรายงานด้านภูมิอากาศอย่างโปร่งใส รวมถึงดูแลราคาก๊าซ NGV สำหรับรถสาธารณะและลงทุนโครงสร้างพื้นฐานด้านพลังงาน เพื่อความมั่นคงทางพลังงานของประเทศ
- การเสริมความเข้มแข็งให้ชุมชนและสังคม โดยเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตผ่านการสนับสนุนการศึกษา การยกระดับศักยภาพของเยาวชน และการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับผู้ด้อยโอกาส รวมทั้งผ่านกลไกและโครงการต่างๆ ที่ต่อยอดองค์ความรู้ให้สามารถนำไปใช้พัฒนาทักษะและสร้างรายได้ที่ยั่งยืน ขณะเดียวกัน ปตท. ยังให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ ด้วยการส่งเสริมบทบาทของชุมชนในการดูแลสิ่งแวดล้อม พร้อมจัดตั้งแหล่งเรียนรู้เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ในการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในรูปแบบโครงการปลูกป่า เศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) และการพัฒนาชุมชนให้เป็นศูนย์เรียนรู้ต้นแบบในระดับประเทศ
- การสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ลงทุน ผ่านการให้ข้อมูลรอบด้านและโปร่งใส จัดกิจกรรมเยี่ยมชมสถานประกอบการ การประชุมสื่อสารโดยตรง และการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลที่ทันสมัย เพื่อให้ผู้ถือหุ้นและนักลงทุนมั่นใจในการดำเนินงานและศักยภาพการเติบโตของ ปตท.
- ยกระดับประสบการณ์ลูกค้า ทั้งแบบ B2B และ B2C ด้วยนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ และบริการที่ได้มาตรฐานสากล ควบคู่กับการดูแลและพึงเสียงลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความประทับใจในระยะยาว
- ยกระดับห่วงโซ่อุปทานและมาตรฐานการค้า ด้วยระบบจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใส ยุติธรรม และยึดหลัก ESG ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) และธรรมาภิบาล (Governance) ครอบคลุมการประเมินและพัฒนาผู้ค้า การเสริมองค์ความรู้ และการใช้เทคโนโลยีเพิ่มความโปร่งใสและตรวจสอบได้ เพื่อการเติบโตร่วมกันอย่างเป็นธรรม
- พัฒนานักงาน ปตท. ให้เป็นหัวใจของนวัตกรรม ด้วยการปลูกฝังค่านิยม SPIRIT และสร้างวัฒนธรรม “Nurturing People” ผ่าน PTT INNO Club, PTT INNO Learning และ PTT INNO Award เปิดเวทีให้พนักงานพัฒนาแนวคิดนวัตกรรม จนนำไปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการจริง เช่น Real Time Monitoring, Vibration Sensor และ I-Smell ที่ใช้งานจริงในภาคอุตสาหกรรม

การดำเนินงานของ ปตท. สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้วยทิศทางกลยุทธ์ “เข้าใจ เข้าถึง พึ่งพา” กัน และเพื่อสร้างความไว้วางใจและความร่วมมือในระยะยาว ปตท. จะยังคงเดินหน้าเสริมสร้างความเชื่อมั่นและสร้างคุณค่าร่วมให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ด้วยการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส มีส่วนร่วม เพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยให้แข็งแกร่ง เศรษฐกิจเข้มแข็ง สังคมก้าวหน้า สิ่งแวดล้อมสมดุล สุขความยั่งยืนในทุกมิติ เป็นองค์กรที่คนไทยภาคภูมิใจ และเป็นที่ยอมรับของประชาคมโลกอย่างแท้จริง

1.2 สารจากผู้บริหาร

ปตท. ให้ความสำคัญกับการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกระดับขององค์กร โดยเฉพาะบทบาทของผู้นำในการขับเคลื่อนนโยบายการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้เป็นจริงอย่างเป็นรูปธรรม ในส่วนนี้ เราขอแนะนำมุมมองจากผู้บริหารระดับสูงของ ปตท. ที่สะท้อนถึงแนวคิด วิสัยทัศน์ และบทบาทของผู้นำในการผลักดันการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร และเป็นพลังขับเคลื่อน ปตท. ไปข้างหน้าอย่างยั่งยืน

สำหรับ ปตท. การสื่อสารกับ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่ใช่เพียง
การบอกเล่า แต่คือ ‘ความจริงใจ
ความเข้าใจ และการสร้าง
ความร่วมมือ’ ที่จะนำพา ปตท.
และสังคมไทยเติบโตไปด้วยกัน
อย่างยั่งยืน



ดร.คองกระพัน อินทรแจ้ง

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่



เชิญรับชม
VDO

การที่ ปตท. จะแข็งแกร่งร่วมกับสังคมไทยและเติบโตในระดับโลกอย่างยั่งยืน โดยมีพันธกิจหลักในการสร้างความมั่นคงทางพลังงานให้แก่ประเทศนั้น จำเป็นต้องสร้าง “ความสมดุล” ใน 3 มิติสำคัญ ได้แก่

1. ความมั่นคงทางพลังงาน (Energy Security)
2. การเข้าถึงพลังงานในราคาที่เหมาะสม (Affordability/Competitiveness)
3. ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ควบคู่กับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Sustainability)

ทั้งสามมิตินี้ต้องขับเคลื่อนไปด้วยกันอย่างสมดุล

เราต้องสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ให้เกิดความเข้าใจ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ สังคมชุมชน ผู้ลงทุน ลูกค้า คู่ค้าความร่วมมือ หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ สิ่งสำคัญที่เราต้องทำคือ “ความเข้าใจในสิ่งที่เราทำ” และ “เนื้อหาที่มีคุณภาพ” ทั้งสองสิ่งนี้เป็นพื้นฐานสำคัญของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและสร้างความเชื่อมั่นได้จริง

เนื่องด้วย ปตท. เป็นหนึ่งในกลไกสำคัญของประเทศ จึงมีบริบทที่เชื่อมโยงกับภาพรวมของเศรษฐกิจและสังคมไทย การสื่อสารต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของ “ความจริงใจ” เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ปตท. ทั้งในด้านผลตอบแทน การเติบโต และการเป็นองค์กรที่มีส่วนร่วมพัฒนาสังคมไทย พร้อมแสดงให้เห็นว่าทุกสิ่งที่สื่อสารนั้นเป็นสิ่งที่เราลงมือทำจริง

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพต้องเริ่มจาก “ความเข้าใจ” ทั้งในบทบาทขององค์กร บทบาทของตนเอง และบริบทของผู้ที่เราจะสื่อสารด้วย เมื่อความเข้าใจเหล่านี้เชื่อมโยงกันอย่างชัดเจน การสื่อสารจะไม่ใช่เพียงการบอกเล่า แต่จะเป็นการ “สร้างความร่วมมือ” ที่จะนำพา ปตท. และสังคมไทยเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน

เชิญรับชม
VDO

นายวุฒิกร สติฐิต

ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ
กลุ่มธุรกิจปิโตรเลียมขั้นต้นและก๊าซธรรมชาติ

เราทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ ของประเทศ และผลักดัน ให้เกิดการดำเนินการ อย่างโปร่งใส

ปัจจุบัน ปตท. เผชิญความท้าทายต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นจากแหล่งพลังงานที่เดิมเรามีมากมายในประเทศ วันนี้ก็มีข้อจำกัดทำให้ผลิตได้ลดลง ในขณะเดียวกัน เราจะสังเกตว่า ชาวคราวต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภูมิรัฐศาสตร์หรือการเมืองระหว่างประเทศก็เป็นแรงผลักดัน กระแสโลกาภิวัตน์ หรือการเปลี่ยนแปลงนโยบายภาครัฐ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ทำให้เราเองในวันนี้ต้องมาทบทวนดูทิศทางว่าในอนาคต เราจะอยู่อย่างไร จะบริหารเชิงรุกอย่างไร เราปฏิเสธไม่ได้ว่าการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งในวันนี้เรามีการจัดการ เรามีการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเชิงรุกที่เรียกว่า Proactive Stakeholder Management เป็นเรื่องที่มีความสำคัญมาก ๆ ที่เราต้องมีการสื่อสารกับภาครัฐอย่างเข้าใจ เปิดเผย และตรงประเด็น นอกจากนั้น ต้องบอกว่าวันนี้ก็โชคดีที่เราทำงานอยู่ในองค์กรอย่าง ปตท. ที่ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ และเราทุกคนถูกฝึกมาว่า เราทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ของประเทศ และผลักดันให้เกิดการดำเนินการอย่างโปร่งใส สิ่งเหล่านี้ ผมเชื่อมั่นเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้พนักงาน ปตท. ทุกคน รวมถึงทำให้ ปตท. มีการขับเคลื่อนการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อย่างตรงประเด็น เข้าใจ และสามารถนำความเข้าใจเหล่านั้นมาพัฒนาให้เกิดการเติบโต ท่ามกลางความท้าทายที่ไม่ให้เกิดวิกฤติ อย่างยั่งยืนต่อไป ขอให้เราช่วยกัน ผลักดันให้เกิดการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นประโยชน์ เกิดความเข้าใจ และต้องสื่อสารอย่างตรงประเด็นต่อไป

พนักงานถือเป็นบุคคลระดับแรก ในการสื่อสารสร้างความเข้าใจ กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

งานบาท ปัญหาบาท งานแสนล้าน ปัญหาแสนล้าน งานบาท ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียก็บาท งานแสนล้าน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียก็แสนล้าน ขนาดขององค์กร แสดงถึงขนาดของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผมอยากจะเน้นเพื่อนพนักงานซึ่งอยู่ในองค์กรที่มีขนาดแสนล้าน มองผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นผู้ที่มีส่วนสำคัญค่อนข้างมากกับองค์กร ในการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ท่ามกลางความท้าทายของเศรษฐกิจ ท่ามกลางความท้าทายของวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น พนักงานคือส่วนที่มีความสำคัญมากถือว่าเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอันดับต้น ๆ ขององค์กร ปตท. มีพนักงาน 3,000 กว่าคน และยังมีพนักงานในกลุ่ม ปตท. อีกจำนวนมาก เครือข่ายต่าง ๆ ที่พนักงานรู้จัก ครอบครัว ญาติสนิทมิตรสหาย เพื่อนฝูง ถือว่ามีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยบริหารจัดการให้องค์กรแห่งนี้สามารถฝ่าฟันอุปสรรคที่เข้ามาเรื่อยมาในช่วงเวลาต่าง ๆ หลาย ๆ คนที่ทำงานตั้งแต่องค์กรเริ่มก่อตั้ง ผ่านช่วงเวลาหลายยุคหลายสมัย คงเห็นว่า Stakeholder หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแต่ละยุคแต่ละสมัยเปลี่ยนแปลงไป มีคนใหม่ ๆ เข้ามา คนเก่า ๆ หายไป หลาย ๆ งานที่องค์กรดำเนินงานไปข้างหน้า มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เราไม่เคยรู้จักมาก่อน ที่เราไม่เคยคุ้นเคยมาก่อน เข้ามาอยู่ใน Ecosystem ขององค์กร ดังนั้น ในแง่ของการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผมจึงให้ความสำคัญมาก ๆ กับพนักงาน ซึ่งถือว่าเป็นบุคคลระดับแรกในการสื่อสารทำความเข้าใจบริหารจัดการสร้างความร่วมมือ สร้างความเข้าใจกับแนวทางการดำเนินงานขององค์กร นี่คือการที่พนักงาน ปตท. ทุกคนควรจะต้องมีอยู่ในตัวเอง อยากจะฝากแนวทางการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ผมพูดถึงให้พนักงานเข้าไปอยู่ในสายเลือดของการทำงานในการทำงานแต่ละงานขอให้พิจารณาและวิเคราะห์ถึงผลกระทบที่จะมีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของทุกงานที่พนักงานเข้าไปมีส่วนร่วมและนี่จะเป็นรากฐานสำคัญที่จะวางแนวทางให้เกิดความร่วมมือ ความยั่งยืนขององค์กร ในการบรรลุเป้าประสงค์ทุก ๆ เรื่อง ที่เราได้วางแผนในการบริหารจัดการองค์กรนี้ เพื่อการเจริญเติบโต เพื่อองค์กร ปตท. อยู่คู่กับคนไทย อยู่คู่กับสังคมไทย และอยู่คู่กับประเทศไทย เป็นรากฐานในการสร้างการเจริญเติบโตให้กับประเทศไทย สืบไปต้นให้เกิดการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นประโยชน์ และเกิดความเข้าใจ ต้องสื่อสารอย่างตรงประเด็นต่อไป

เชิญรับชม
VDO

นายอนุชน อัมแสง

ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ
กลุ่มธุรกิจปิโตรเลียมขั้นปลาย



เครือข่ายความร่วมมือ
โดยเฉพาะกับพันธมิตร ถือเป็น
เครื่องมือสำคัญที่จะทำให้ ปตท.
สามารถต่อยอดธุรกิจ

ดร.บุรน รัตนสมบัติ

ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการกลุ่มธุรกิจใหม่และความยั่งยืน



เชิญรับชม
VDO

การสร้างการเติบโตและหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ถือว่าเป็นเรื่องสำคัญ เป็นความท้าทาย และเป็นภารกิจที่ ปตท. จำเป็นต้องพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันรวมถึงสร้างคุณค่าทางธุรกิจให้กลุ่ม ปตท. สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน ฉะนั้น ในส่วนของกลุ่มธุรกิจใหม่และความยั่งยืน เราได้มีการปรับกลยุทธ์และร่วมลงทุนในธุรกิจต่างๆ ที่สอดคล้องกับกระแสของโลก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของพลังงานสะอาด การลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ หรือการนำนวัตกรรมมาสร้างธุรกิจใหม่ๆ ซึ่งเครือข่ายความร่วมมือ โดยเฉพาะกับพันธมิตร ถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้ ปตท. สามารถต่อยอดธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจที่มีศักยภาพ และเราสามารถนำความเชี่ยวชาญและความเหมาะสมของพันธมิตรมาช่วยให้ ปตท. เติบโตอย่างมั่นคงและมาเสริมกับจุดแข็งของเรา ทำให้ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจลดลง รวมไปถึงเปิดโอกาสให้เราเข้าถึงตลาดใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ดีและรวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งพันธมิตรทางธุรกิจถือเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ ที่เราต้องประสานความต้องการ ความคาดหวัง สร้างการมีส่วนร่วมร่วมกัน และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมในการทำงาน รวมถึงกำหนดทิศทางและขับเคลื่อนการเติบโตขององค์กรไปพร้อมกับเขา การบริหารความสัมพันธ์เพื่อร่วมมือกับพันธมิตรเหล่านี้จะช่วยให้เราสามารถต่อยอดนวัตกรรม ขณะเดียวกันยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม กลับคืนสู่เศรษฐกิจของประเทศไทย รวมไปถึงในมิติที่เราาร่วมกันถ่ายทอดเทคโนโลยี และร่วมกันพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่เพื่อตอบโจทย์กระแสของโลก ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้ผมเชื่อมั่นจะทำให้เรากระจายผลประโยชน์กลับสู่เศรษฐกิจ สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ในท้ายที่สุด ผมมั่นใจว่าการบริหารเครือข่ายพันธมิตรให้เข้มแข็งและหลากหลายจะเป็นกุญแจสำคัญที่จะช่วยให้กลุ่ม ปตท. สร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจได้พร้อมกับการสร้างประโยชน์ให้กับประเทศ และสังคมไทยได้อย่างยั่งยืน



กลุ่มผู้ลงทุน ถือเป็น
หัวใจสำคัญของสายงานการเงิน
ที่ช่วยให้องค์กรปรับตัว
และบรรลุเป้าหมาย

นางสาวกักรลดา สง่าแสง

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารการเงิน



เชิญรับชม
VDO

ภายใต้วิสัยทัศน์ของ ปตท. ที่ต้องแข็งแกร่งร่วมกับสังคมไทยและเติบโตในระดับโลกอย่างยั่งยืน การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ วันนี้ ปตท. ต้องเผชิญกับความท้าทายรอบด้าน ทั้งจากนโยบายพลังงานของภาครัฐ ปัจจัยด้านภูมิรัฐศาสตร์ ความผันผวนของเศรษฐกิจโลก และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมพลังงาน ปัจจุบันถือเป็น “โอกาสและความท้าทาย” ของสายงานการเงินที่ต้องสนับสนุนการดำเนินงานทางธุรกิจ รวมถึงการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นระบบเพื่อให้สามารถปรับตัวและเดินทางตามทิศทางกลยุทธ์ของบริษัทได้ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ลงทุน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัท กลุ่มผู้ลงทุน ถือเป็นหัวใจสำคัญของสายงานการเงิน ที่ช่วยให้องค์กรปรับตัวและบรรลุเป้าหมาย สิ่งที่ผู้ลงทุนต้องการมากที่สุด คือ ผลตอบแทน ความมั่นคง และศักยภาพในการเติบโตระยะยาวของบริษัท ในสถานการณ์ปัจจุบัน ผู้ลงทุนไม่ได้มองแค่ผลกำไรระยะสั้น แต่เขาต้องการเห็นว่าเรามี กลยุทธ์ที่ตอบโจทย์อนาคต โดยเฉพาะกลยุทธ์ด้าน ESG และ Net Zero ดังนั้น ปตท. จึงต้องปรับตัวมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน มีเป้าหมายทางธุรกิจที่มุ่งสู่ Net Zero โดยมุ่งเสริมสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจในการดำเนินธุรกิจ ด้วยการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา สำหรับองค์กรของเรา การให้ข้อมูลที่โปร่งใส ชัดเจนและถูกต้องจะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มเข้าใจทิศทางของบริษัทและการตัดสินใจขององค์กรอีกด้วย ดิฉันเชื่อว่าสิ่งที่เราทำวันนี้ ไม่ใช่เพื่อผลกำไรระยะสั้นเท่านั้น แต่เป็นการวางรากฐานให้ ปตท. เป็นองค์กรพลังงานที่พร้อมสำหรับอนาคต พร้อมปรับตัวในทุกวิกฤติ และเติบโตไปด้วยกันกับประเทศและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย

เมื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรู้สึก
เขาได้ “มีส่วนร่วมในความสำเร็จ”
เขาจะพร้อมยืนเคียงข้างเรา

ดร.ชญา จันทวสุ

รองกรรมการผู้จัดการใหญ่กลยุทธ์องค์กร



เชิญรับชม
VDO

สร้างการมีส่วนร่วมอย่างเหมาะสม และหาแนวทางบรรลุความสำเร็จร่วมกัน เรามองว่า Stakeholder คือ เพื่อนร่วมทาง ที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างความเข้าใจ ความร่วมมือ ลดความขัดแย้งทั้งภายในและภายนอกองค์กร ในโลกธุรกิจทุกวันนี้ การเติบโตอย่างยั่งยืนไม่อาจพึ่งพาแค่ผลประโยชน์ที่ติดกัน แต่ต้องพิจารณาความสัมพันธ์กับทุกภาคส่วน - หน่วยงานภาครัฐ สังคมชุมชน นักลงทุน ลูกค้า คู่ค้าคู่ความร่วมมือ รวมถึงกรรมการและเพื่อนพนักงานทุกท่าน เพราะเมื่อเราบริหารจัดการได้ดี สิ่งที่เกิดขึ้นไม่ใช่แค่ความสำเร็จ แต่คือ แรงสนับสนุน ที่ช่วยให้องค์กรเดินทางได้เร็วขึ้น มั่นคงขึ้น และเมื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรู้สึกว่าเขาได้มีส่วนร่วมในความสำเร็จ เขาจะพร้อมยืนเคียงข้างเรา - ไม่ใช่แค่ในวันที่ดี แต่ในวันที่ท้าทายด้วย ความร่วมมือนี้ไม่ได้สะท้อนแค่ภาพลักษณ์ที่ดี แต่สะท้อนไปสู่ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม ลดความเสี่ยง เพิ่มโอกาส และเสริมความแข็งแกร่งในการแข่งขันให้กับบริษัท ถึงเวลาแล้วครับ ที่เราจะ เข้าใจ เข้าถึง และ ร่วมมือ แล้วเราจะไปได้ไกลกว่าเดิม - ด้วยพลังของความเข้าใจ และความไว้วางใจที่เดินไปด้วยกัน

ส่วนที่

2

การกำกับดูแล
ด้านการบริหาร
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

1. ความสำคัญ กรอบแนวคิด และกระบวนการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. โครงสร้างการกำกับดูแล
3. นโยบายและการนำไปปฏิบัติ
4. ผลการดำเนินงานตามมาตรฐาน

2. การกำกับดูแลด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2.1 ความสำคัญ กรอบแนวคิด และกระบวนการบริหาร
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย2.1.1 ความสำคัญของการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใต้บริบทโลก
ที่เปลี่ยนแปลง

ในโลกปัจจุบัน บริบทการดำเนินธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม องค์กรต้องเผชิญกับความท้าทายทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอก อาทิ ความผันผวนทางเศรษฐกิจ ความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี การเปลี่ยนผ่านด้านพลังงาน รวมถึงภาวะอุปสงค์ที่ลดลงและอุปทานที่มากเกินไป ความต้องการในธุรกิจปิโตรเลียมและปิโตรเคมี ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อทั้งองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง จึงต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อรักษาผลประโยชน์ขององค์กร

ปตท. จึงตระหนักดีว่าความสำเร็จและความยั่งยืนขององค์กร ไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพียงแค่ผลประโยชน์หรือประสิทธิภาพทางธุรกิจเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับความสามารถขององค์กรในการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างรอบด้านและเป็นระบบอีกด้วย เพราะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม ล้วนมีบทบาทและอิทธิพลต่อการดำเนินงานและภาพลักษณ์ขององค์กร การเข้าใจและตอบสนองต่อความต้องการ ความคาดหวัง รวมถึงข้อกังวลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงเป็นหัวใจสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถสร้างความไว้วางใจ เสริมสร้างความร่วมมือ และสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ในฐานะบริษัทพลังงานแห่งชาติ ปตท. จึงให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างสมดุล โดยเน้นการบริหารความสัมพันธ์ด้วยความโปร่งใส รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมถึงการยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล (Environment, Social and Governance : ESG) ซึ่งในปัจจุบัน กรอบ ESG ได้กลายเป็นมาตรฐานสำคัญที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคาดหวังให้องค์กรยึดถือและดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจพลังงานที่เกี่ยวข้องกับทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ชุมชน และระบบเศรษฐกิจในวงกว้าง

ปตท. จึงได้กำหนดเป้าหมายด้าน ESG อย่างชัดเจน โดยตั้งเป้าให้ผลการประเมินอยู่ในระดับสูงสุด 5 เปอร์เซ็นต์แรกของกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน พร้อมทั้งขับเคลื่อนกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างผลประโยชน์ทางธุรกิจกับผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ ปตท. ยังได้จัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลด้าน ESG เพื่อทำหน้าที่กำหนดทิศทางและกำกับติดตามความก้าวหน้าของการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ รวมถึงบูรณาการเป้าหมาย ESG เข้าไว้ในแผนกลยุทธ์และระบบติดตามผล (KPI) ขององค์กร เพื่อให้เกิดความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และเป็นกลไกขับเคลื่อนสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน

ในมิติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปตท. กำหนดยุทธศาสตร์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนกลยุทธ์องค์กร และดำเนินการอย่างสอดคล้องกับทิศทาง ESG โดยมีการสำรวจความคิดเห็นและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการประกอบการวิเคราะห์และจัดทำยุทธศาสตร์ที่ตอบสนองต่อความต้องการอย่างแท้จริง ด้วยกระบวนการที่เปิดเผยม โปร่งใส และมีส่วนร่วม

การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจึงไม่เพียงช่วยให้ ปตท. ได้รับการยอมรับและสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (License to Operate) เท่านั้น แต่ยังเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานของพนักงานทุกคน และกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ ที่อาศัยความร่วมมือของทุกคนในองค์กร เพื่อสร้างการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน

2.1.2 กรอบแนวคิดและมาตรฐานในการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ปตท. กำหนดกรอบแนวคิดในการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยอ้างอิง 1) มาตรฐาน AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000SES) ซึ่งมีหลักการพื้นฐานที่สำคัญ คือ การมีส่วนร่วมอย่างทั่วถึง (Inclusivity) ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ (Materiality) และการตอบสนองต่อประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ (Responsiveness) และ 2) หลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Core Business Enablers) ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ภายใต้ระบบการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ State Enterprise Assessment Model (SE-AM) ที่กำหนดโดยสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) กระทรวงการคลัง ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญตั้งแต่การกำหนดวิสัยทัศน์ การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย วัตถุประสงค์และขอบเขต

กลยุทธ์ ตัวชี้วัด การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประเด็นระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประเด็น การวางแผนสร้างความสัมพันธ์เพื่อตอบสนองต่อประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การเตรียมความพร้อม ตลอดจนการรายงานผลการสร้างความสัมพันธ์ นอกจากนี้ ปตท. ยังได้นำแนวทางของ GRI Standards มาใช้ในการเสริมสร้างกรอบการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะ GRI 2 (General Disclosures) และ GRI 3 (Material Topics) ซึ่งให้ความสำคัญกับหลักการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Inclusiveness) และการระบุและจัดการกับประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อทั้งองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Material Topics)

2.1.3 กระบวนการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ซึ่งเมื่อนำทั้ง 3 แนวทางข้างต้นมาประยุกต์ร่วมกัน ทำให้ ปตท. สามารถกำหนดกระบวนการ การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรในแต่ละปีที่ครอบคลุมตั้งแต่ระดับยุทธศาสตร์จนถึงระดับปฏิบัติ โดยมีองค์ประกอบหลัก 4 ขั้นตอน ดังนี้

1

การกำหนดยุทธศาสตร์ระดับองค์กร

เริ่มจากการจัดทำยุทธศาสตร์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งครอบคลุม การกำหนดวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ ขอบเขต ทิศทางกลยุทธ์ กลยุทธ์ แผนปฏิบัติการภายใต้กลยุทธ์ และตัวชี้วัด ตลอดจนการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประเด็นองค์กรอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ ยุทธศาสตร์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะถูกบูรณาการเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์องค์กร และถ่ายทอดลงสู่สายงานต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการดำเนินงานในทิศทางเดียวกัน และบรรลุเป้าหมายระดับองค์กร

2

การจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระดับสายงาน

เมื่อยุทธศาสตร์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียถูกถ่ายทอดสู่สายงานต่าง ๆ แต่ละสายงานจะจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้สอดคล้องกับบริบททางธุรกิจของตนเอง โดยเริ่มจากการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในภายนอกที่ได้รับผลกระทบหรือส่งผลกระทบต่อการทำงานของสายงานตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Value Chain) จากนั้นจึงจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และประเด็นความต้องการความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องก่อนจะกำหนดระดับและรูปแบบของการมีส่วนร่วมให้เหมาะสมพร้อมวางแผนด้านทรัพยากร การจัดการความเสี่ยงและตัวชี้วัดผลลัพธ์อย่างชัดเจน

3

การดำเนินงานและติดตามผล

หน่วยงานจะสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามแผนที่ได้จัดทำไว้ พร้อมทั้งติดตามและรายงานผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องทั้งในระดับสายงาน ที่รายงานต่อผู้บริหารสูงสุดของสายงาน และ ระดับองค์กร ที่รายงานต่อคณะกรรมการแผนวิสาหกิจและบริหารความเสี่ยง (Corporate Plan & Risk Management Committee: CPRC) ซึ่งเป็นคณะกรรมการระดับจัดการ และ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงองค์กร (Enterprise Risk Management Committee: ERM) ซึ่งเป็นคณะกรรมการระดับบอร์ด ทั้งนี้เพื่อประเมินความก้าวหน้าและปัจจัยเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น อันจะนำไปสู่การปรับปรุงแผนและแนวทางการมีส่วนร่วมให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4

การประเมินผลและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ปตท. ประเมินผลการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านแบบสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินงานขององค์กรเป็นประจำทุกปี เช่น Stakeholder Survey และ Customer and Consumer Survey เพื่อสะท้อนระดับชื่อเสียง (Reputation Score) ความสัมพันธ์ (Relationship Score) และความผูกพัน (Engagement Score) ขององค์กร รวมทั้งความพึงพอใจ ความคิดเห็น ความต้องการ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งผลการประเมินเหล่านี้จะถูกนำมาวิเคราะห์และใช้เป็นข้อมูลประกอบการปรับปรุงยุทธศาสตร์และแนวทางการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในรอบปีถัดไป เพื่อยกระดับประสิทธิภาพและความสอดคล้องกับความคาดหวังของทุกภาคส่วน

วิวัฒนาการการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ปตท.

ปี 2559

องค์กรเริ่มให้ความสำคัญกับการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการลงทุนสำคัญ โดยดำเนินการผ่านกลไก คณะกรรมการบริหารการลงทุน (SIMC) เพื่อกำกับดูแลและติดตามประเด็นที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้ง นำคะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Satisfaction Score) มาใช้เป็นเครื่องมือ ในการประเมินผลและสะท้อนมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินงานขององค์กรอย่างเป็นรูปธรรม



ปี 2560

องค์กรได้จัดตั้งฝ่ายบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (บสย.) ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและกลยุทธ์ การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับองค์กร รวมถึงการบริหารจัดการกระบวนการบริหาร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มวางกรอบแนวทางการดำเนินงานผ่าน PTT Stakeholder Management Framework และ นำข้อมูลจากการวิจัยมาวิเคราะห์ความต้องการ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาการดำเนินงาน ให้มีประสิทธิภาพ

ปี 2561

เริ่มนำเครื่องมือ Stakeholder Impact-Influence Matrix มาใช้ในการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ให้สอดคล้องกับระดับอิทธิพลและผลกระทบที่แต่ละกลุ่ม มีต่อการดำเนินงานขององค์กร



ปี 2562

ยกระดับการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเริ่มนำมาตรฐานสากล AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000SES) มาประยุกต์ใช้ เพื่อช่วยเสริมสร้างการมีส่วนร่วมอย่างเป็นระบบและความน่าเชื่อถือ ในการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ปี 2563 - ปัจจุบัน

ขยายแนวทางการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยบูรณาการมาตรฐาน AA1000SES เข้ากับ เกณฑ์ State Enterprise Assessment Model (SE-AM) ซึ่งเป็นระบบการประเมินผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ โดยสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) และหลักการของ Global Reporting Initiative (GRI) มาใช้เป็นกรอบหลักในการดำเนินงานทั้งในระดับองค์กรและระดับสายงาน เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมโยง ระหว่างกลยุทธ์องค์กรกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับแนวทาง การพัฒนาที่ยั่งยืนและการกำกับดูแลกิจการที่ดี



บทบาทของผู้รับผิดชอบระดับองค์กร: ฝ่ายบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (บสญ.)

ฝ่ายบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (บสญ.) มีหน้าที่กำหนดนโยบาย และ ยุทธศาสตร์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้ง กำกับ ดูแล ติดตาม และสนับสนุนผู้รับผิดชอบระดับสายงานและหน่วยงาน ในการดำเนิน กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงรายงาน ความก้าวหน้าการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในประเด็นสำคัญที่ติดตาม ระดับองค์กรต่อคณะกรรมการแผนวิสาหกิจและบริหารความเสี่ยง (CPRC) และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงองค์กร (ERMC)

นอกจากนี้ บสญ. ยังทำหน้าที่สื่อสารยุทธศาสตร์และการดำเนินงาน ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับหน่วยงานภายในและภายนอก รวมถึงดำเนินการวิจัย ประเมินผล และรายงานผลต่อสาธารณะ เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใส และความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม



2.2.2 โครงสร้างการบริหารระดับสายงาน/หน่วยงาน

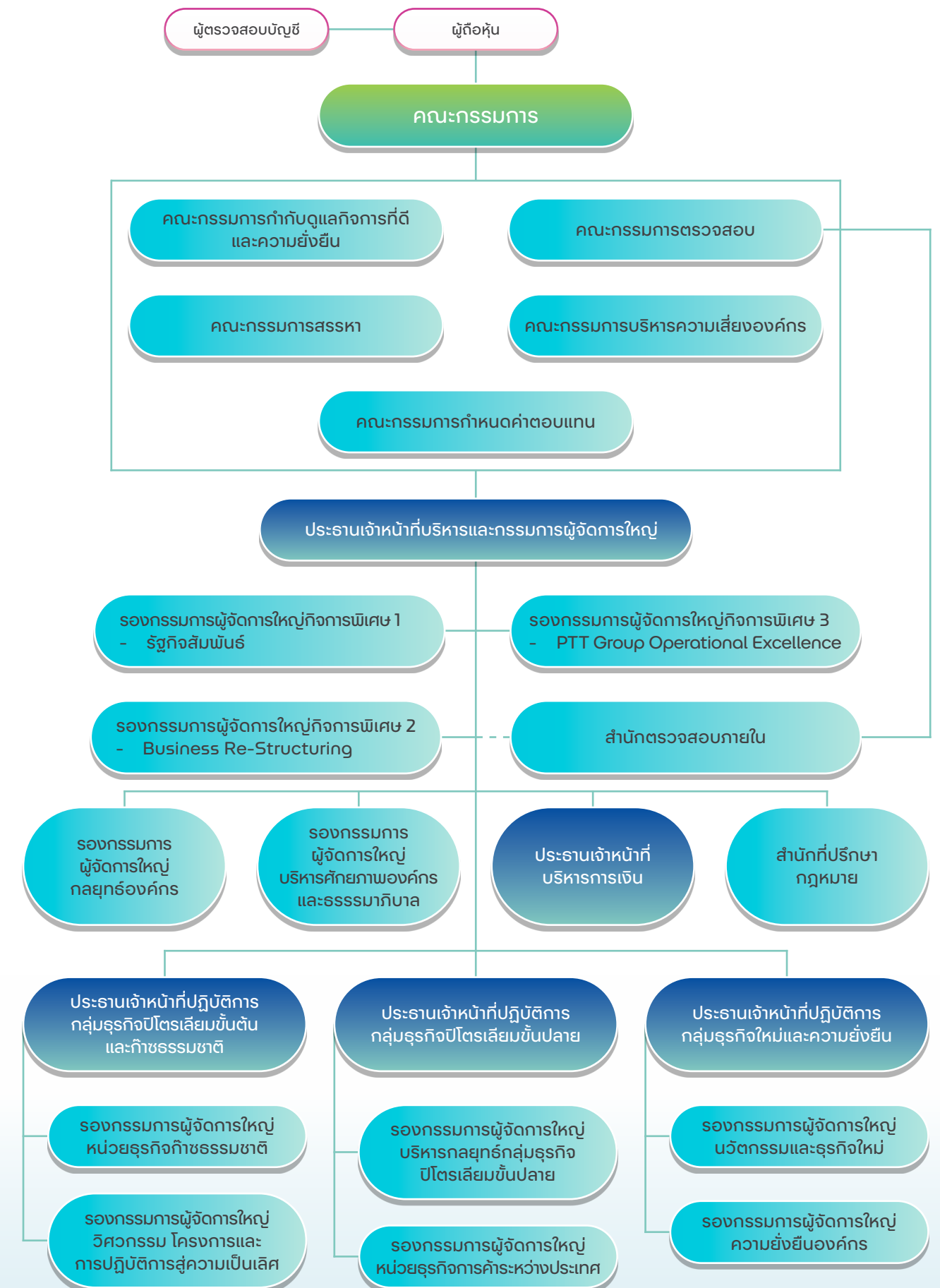
บทบาทของผู้บริหารระดับสายงาน

ผู้บริหารสูงสุดของสายงานมีบทบาทสำคัญในการกำกับทิศทางการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของสายงานให้สอดคล้องกับระดับองค์กร ตามกรอบเกณฑ์ SE-AM โดยให้ความเห็นชอบในเรื่องวัตถุประสงค์ ขอบเขต การระบุและจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนแผนงาน ตัวชี้วัด ทรัพยากร และการบริหารความเสี่ยงของสายงาน พร้อมทั้งติดตามความก้าวหน้ารายไตรมาส

บทบาทของผู้รับผิดชอบระดับสายงาน

บสย. ถ่ายทอดยุทธศาสตร์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้กับสายงาน ซึ่งขึ้นตรงต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ โดยผู้รับผิดชอบระดับสายงานจะทำหน้าที่นำนโยบาย ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ขององค์กร มาวิเคราะห์ร่วมกับแผนธุรกิจประจำปีของสายงาน และทบทวนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) พร้อมกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายของสายงานให้สอดคล้องกับองค์กร ก่อนส่งต่อให้ผู้รับผิดชอบระดับหน่วยงานนำไปจัดทำ แผนสร้างความสัมพันธ์ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติและดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องต่อไป ทั้งนี้ ผู้รับผิดชอบระดับสายงานจะติดตาม และรายงานความก้าวหน้าการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อผู้บริหารสูงสุดของสายงาน พร้อมประสานงานกับผู้รับผิดชอบระดับองค์กร (บสย.) เพื่อรายงานความก้าวหน้าของประเด็นสำคัญระดับองค์กร

โครงสร้างองค์กร



บทบาทของผู้รับผิดชอบ ระดับหน่วยงาน

ผู้รับผิดชอบระดับหน่วยงานมีหน้าที่หลักในการจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของสายงาน พร้อมทั้งดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและบริหารประเด็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อาจเกิดขึ้น



2.3 นโยบายการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ปตท.

นโยบายการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ปตท.

ปตท. ให้ความสำคัญกับการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยกำหนดเป็นนโยบายที่ลงนามโดยประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2565 ซึ่งสรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

- เน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มในการดำเนินกิจกรรมของ ปตท. โดยคำนึงถึงค่านิยมทางวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ และความแตกต่างของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- สร้างความโปร่งใส และเปิดเผยเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในประเด็นซึ่งเป็นสาระสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และของ ปตท. ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการทำงานอย่างยั่งยืน
- นำแนวคิดเรื่องการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียมาประยุกต์ใช้ในการกำกับดูแล การตัดสินใจ การพัฒนากลยุทธ์ และการดำเนินงานของกลุ่ม ปตท.
- ดำเนินงานเพื่อปฏิบัติตามมาตรฐานด้านการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับสากล รวมถึงเปิดเผยผลการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อสาธารณะ

การนำไปปฏิบัติ

นโยบายฉบับนี้ครอบคลุมถึง ผู้บริหาร พนักงาน ผู้รับเหมา และผู้รับเหมาช่วงต่อ ซึ่งดำเนินงานในปัจจุบันและอนาคต ในพื้นที่ปฏิบัติงานของกลุ่ม ปตท. และรอบสถานประกอบการทั้งในและต่างประเทศ ที่บริหารจัดการเองและไม่ได้บริหารจัดการเอง รวมถึงโครงการร่วมทุน

หน่วยงานที่รับผิดชอบในการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต้องดำเนินการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามที่กำหนดในเอกสารแนวปฏิบัติด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ปตท.

2.4 ผลการดำเนินงานตามมาตรฐานการกำกับดูแลด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ภายใต้กรอบแนวคิดการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามมาตรฐานระดับประเทศและสากลที่ ปตท. ยึดถือเป็นแนวทางในการดำเนินงาน ปตท. สามารถสะท้อนความสำเร็จผ่านผลคะแนนการประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Core Business Enablers) ด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามกรอบการประเมินของ State Enterprise Assessment Model (SE-AM) โดยสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) กระทรวงการคลัง

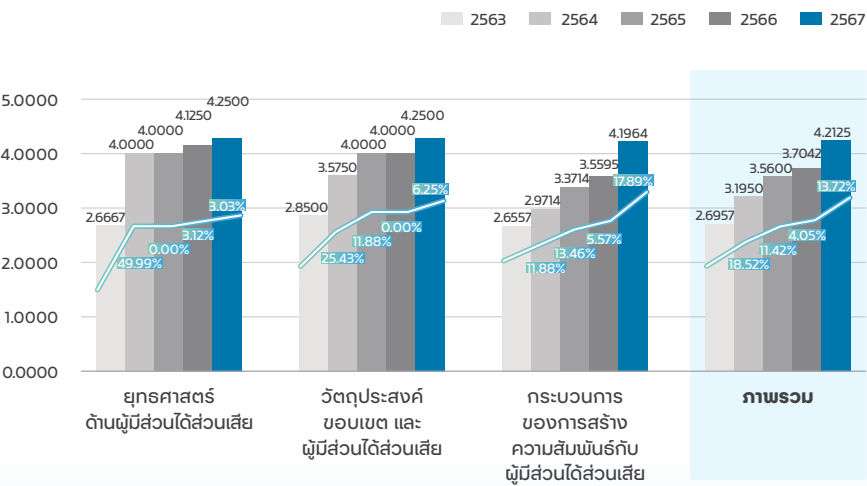
นับตั้งแต่ปี 2564 ซึ่งเป็นปีแรกของการใช้กรอบการประเมินดังกล่าว ปตท. มีคะแนนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยในปี 2567 คะแนนเฉลี่ยรวมเพิ่มขึ้นถึง 13.72% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของ ปตท. ในการพัฒนาและยกระดับการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้สอดคล้องกับมาตรฐานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง และเป็นระบบมากยิ่งขึ้น

รายละเอียดการพัฒนาในแต่ละมิติหลัก มีดังนี้

- ยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย**
คะแนนเพิ่มขึ้น **3.03%** สะท้อนถึงการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และแนวทางดำเนินงานที่ชัดเจนยิ่งขึ้น
- การกำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขต และการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย**
คะแนนเพิ่มขึ้น **6.25%** แสดงถึงกระบวนการวิเคราะห์และจัดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความครอบคลุมและมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง
- กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย**
คะแนนเพิ่มขึ้นสูงถึง **17.89%** ซึ่งสะท้อนถึงการยกระดับกระบวนการมีส่วนร่วม การรับฟัง และการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นระบบ และแสดงผลลัพธ์ได้อย่างชัดเจน

แนวโน้มคะแนนที่สูงขึ้นในทุกมิติ สะท้อนถึงความสอดคล้องของนโยบายและการดำเนินงานจริง ความตั้งใจในการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และความสามารถขององค์กรในการตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างสมดุล

ผลประเมิน Core Business Enablers ด้าน Stakeholder Management (SM)



หมายเหตุ : กราฟเส้นแสดง % การเปลี่ยนแปลง (Change) ของคะแนนในแต่ละปี



ส่วนที่

3

กลยุทธ์และการมีส่วนร่วม

1. กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. ความเชื่อมโยงระหว่างการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
กับการบริหารจัดการที่สำคัญขององค์กร
3. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ปตท.
4. ประเด็นสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
5. การสร้างคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
6. เสี่ยงสะท้อนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3. กลยุทธ์และการมีส่วนร่วม

3.1 กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ปตท. ตระหนักถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในฐานะกลไกสำคัญที่ขับเคลื่อนความสำเร็จและความยั่งยืนขององค์กร ด้วยเหตุนี้ ปตท. จึงกำหนดยุทธศาสตร์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และมีการทบทวนเป็นประจำทุกปี ก่อนจะถ่ายทอดไปสู่ระดับสายงาน เพื่อจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และใช้เป็นแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในบริบทที่หลากหลายของแต่ละสายงาน

วิสัยทัศน์การบริหาร
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



วัตถุประสงค์
และขอบเขต



ทิศทางกลยุทธ์



กลยุทธ์ และแผน
ปฏิบัติการประจำปี



กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ประเด็นองค์กร



วิสัยทัศน์การบริหาร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ปตท. ได้ทบทวนและปรับวิสัยทัศน์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของบริบททางธุรกิจและวิสัยทัศน์องค์กร ดังนี้

“เป็นองค์กรแห่งความภาคภูมิใจของคนไทย
ดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างสมดุล
สู่การเติบโตในสังคมโลกอย่างยั่งยืน ”

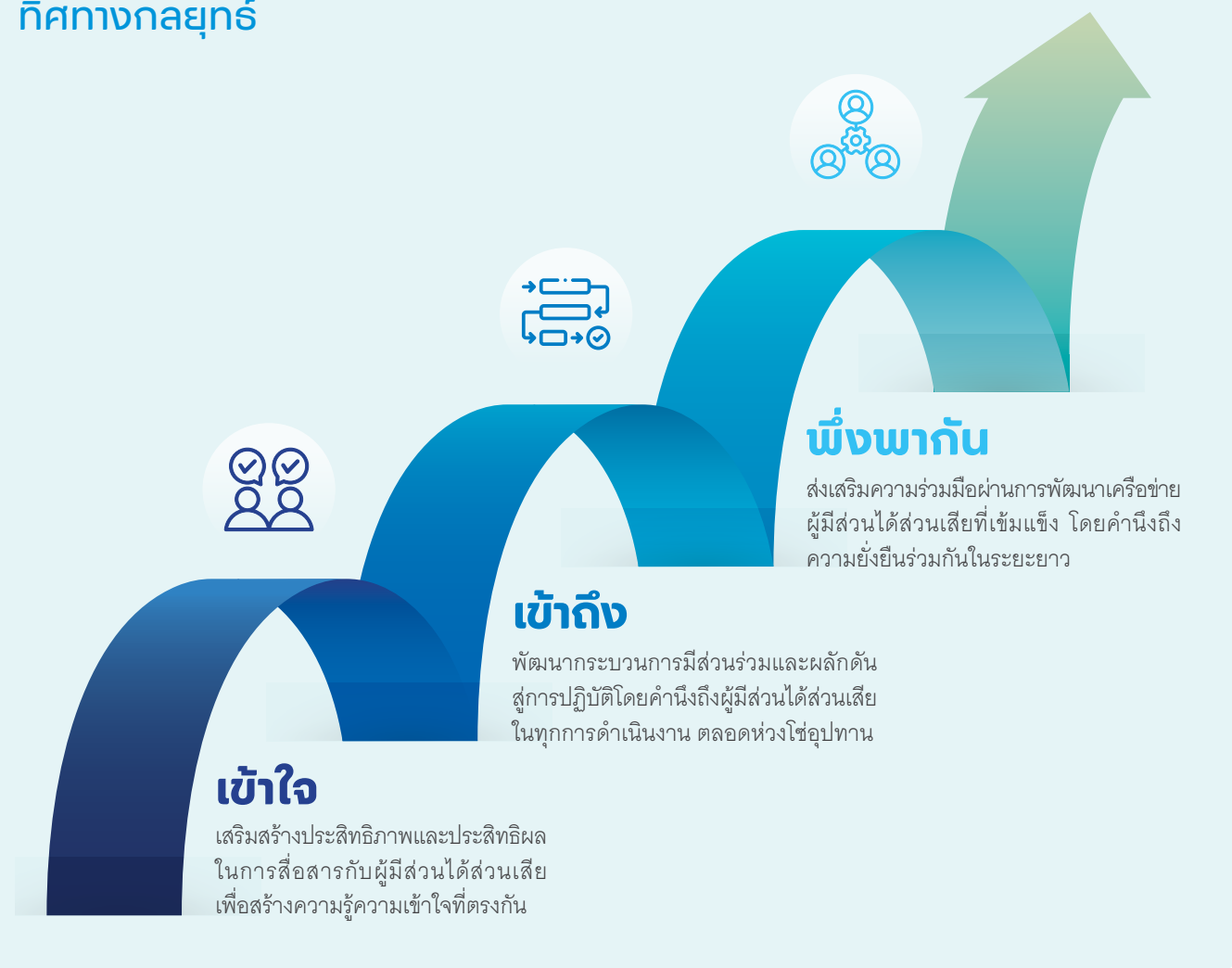
วัตถุประสงค์

องค์กรได้รับการยอมรับและสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือได้รับ License to Operate อันจะเป็นรากฐานสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตควบคู่ไปกับสังคมอย่างมีความรับผิดชอบและยั่งยืน

ขอบเขต

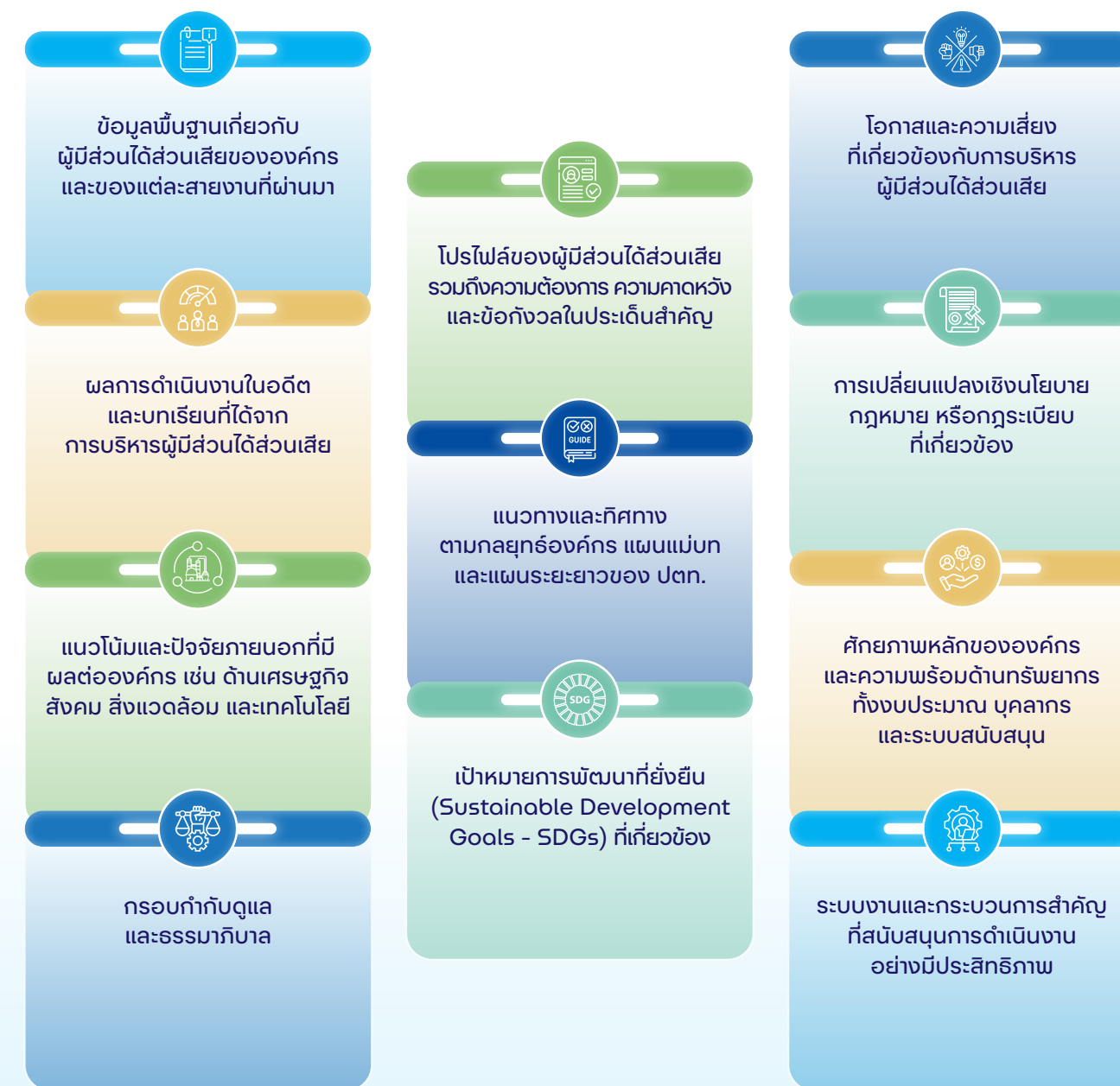
ครอบคลุมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจที่ ปตท. ดำเนินการเอง และร่วมทุน ทั้งในปัจจุบันและอนาคตในพื้นที่ปฏิบัติงานของกลุ่ม ปตท. และรอบสถานประกอบการทั้งในและต่างประเทศ ที่บริหารจัดการเองและไม่ได้บริหารจัดการเอง

ทิศทางกลยุทธ์



กลยุทธ์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและแผนปฏิบัติการประจำปี

ภายใต้กรอบทิศทางกลยุทธ์ เข้าใจ เข้าถึง ฟังพากัน ปตท. กำหนดกลยุทธ์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรอบด้าน เพื่อให้กลยุทธ์ตอบโจทย์สถานการณ์และความต้องการที่แท้จริงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยพิจารณาข้อมูลจากหลายมิติที่เกี่ยวข้อง ทั้งในระดับองค์กรและระดับสายงาน ได้แก่



การวิเคราะห์ข้อมูลจากปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ ช่วยให้ ปตท. สามารถกำหนดกลยุทธ์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมทุกมิติของการดำเนินธุรกิจ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งกลยุทธ์หลักที่ ปตท. นำมาใช้ใน ปี 2567 - 2571 ประกอบด้วย

กลยุทธ์ที่ 1

Persuade to Secure Long-Term Viability

ใช้การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาสนับสนุนพัฒนา และเพิ่มศักยภาพของธุรกิจพลังงานและปิโตรเคมี ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของ ปตท. ให้สามารถสร้างรายได้และมูลค่าเพิ่มอย่างสูงสุด พร้อมสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ และตอบสนองความต้องการด้านพลังงานของสังคมอย่างมั่นคงและต่อเนื่อง

1.1 สื่อสารข้อมูลและข้อเสนอเชิงนโยบาย

สร้างความเข้าใจกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง โดยสื่อสาร และนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันต่อสถานการณ์ ทั้งในด้านบทบาทของ ปตท. ในภาคพลังงาน รวมถึงประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อประเทศ พร้อมเสนอแนะนโยบายที่สามารถสนับสนุนการพัฒนาระบบพลังงานของประเทศอย่างยั่งยืน

1.2 บริหารความสัมพันธ์กับ ภาคอุตสาหกรรมและ ภาคสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ

สื่อสารเชิงรุกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกลุ่มภาคอุตสาหกรรม และภาคสังคม เพื่อสร้างความเข้าใจในบทบาท ภารกิจ และข้อจำกัดขององค์กร พร้อมให้ข้อมูลที่ถูกต้อง เชื่อถือได้ และครบถ้วน ลดความเข้าใจคลาดเคลื่อน และบริหาร ความคาดหวังของสังคมให้สอดคล้องกับภารกิจของ ปตท.

กลยุทธ์ที่ 2

Partner to Expedite Lucrative Opportunities

ใช้การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาสนับสนุนการลงทุน และขับเคลื่อนโครงการในธุรกิจแห่งอนาคต เพื่อสร้างแหล่ง รายได้ใหม่ และเป็นแรงขับเคลื่อนการเติบโตขององค์กร ในระยะยาว ทั้งนี้เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับการเปลี่ยนผ่าน ด้านพลังงานของโลก และลดการพึ่งพารายได้จากธุรกิจ พลังงานดั้งเดิม

2.1 สร้างภาพลักษณ์ใหม่ของ ปตท. ในฐานะองค์กรแห่งนวัตกรรม และอนาคต

สร้างภาพลักษณ์ใหม่ขององค์กรให้สะท้อนถึงการเปลี่ยนผ่าน จากธุรกิจพลังงานแบบดั้งเดิม สูการเป็นผู้นำด้านพลังงานใหม่ พร้อมยกระดับการรับรู้ของสาธารณชนต่อบทบาทของ ปตท. ในการขับเคลื่อนอนาคตของประเทศ

2.2 วางรากฐานความร่วมมือกับ ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

ขยายความร่วมมือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพลังงานใหม่ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อสร้างโอกาสการดำเนินธุรกิจ ร่วมกัน

กลยุทธ์ที่ 3

Prosper Green Environment

ปตท. ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตที่ลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ โดยร่วมมือกับภาคีที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับนโยบายและการดำเนินงาน เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมาย Net Zero และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

3.1 สนับสนุนการพัฒนานโยบายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

แลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์กับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการกำหนดนโยบาย มาตรการ หรือกลไกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการลดก๊าซเรือนกระจก โดยคำนึงถึงทั้งประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมและความสามารถในการปรับตัวของภาคธุรกิจ องค์กรมุ่งมีส่วนร่วมเชิงรุกในการพัฒนารอบการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศให้เกิดผลในทางปฏิบัติ

3.2 สร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนเป้าหมาย Net Zero

ร่วมมือกับเครือข่ายภาคอุตสาหกรรมและองค์กรที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรม โดยเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้ การพัฒนาแนวทางปฏิบัติร่วมกัน และการส่งเสริมศักยภาพของภาคธุรกิจในการจัดการคาร์บอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งล้วนเป็นก้าวสำคัญในการมุ่งสู่เป้าหมาย Net Zero ขององค์กรและประเทศ

กลยุทธ์ที่ 4

Strengthen Stakeholder Enablers

พัฒนาระบบการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้เข้มแข็งด้วยการพัฒนาศักยภาพบุคลากร การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารและการตอบสนอง รวมถึงการพัฒนาองค์ความรู้ด้านพลังงานเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของสังคมอย่างต่อเนื่อง

4.1 พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะที่จำเป็นในการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านการอบรมหลักสูตรเฉพาะทาง และกิจกรรมเสริมศักยภาพที่สอดคล้องกับแนวโน้มของสังคมและธุรกิจในปัจจุบัน

4.2 นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยเสริมประสิทธิภาพในการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

นำเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มสมัยใหม่มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและวางแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างแม่นยำและเป็นระบบ อาทิ การวิเคราะห์ความต้องการ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อปรับปรุงการสื่อสารและตอบสนองต่อความคาดหวังได้อย่างตรงจุด

4.3 พัฒนาองค์ความรู้ด้านพลังงานเพื่อสื่อสารกับสาธารณชน

สร้างฐานข้อมูลด้านพลังงาน (Energy Intelligence) และพัฒนาเนื้อหาให้เข้าถึงง่าย เพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ ขององค์กร โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักรู้ด้านพลังงานแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งในภาคประชาชน ภาคธุรกิจ และภาครัฐ

3.2 ความเชื่อมโยงระหว่างการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการบริหารจัดการที่สำคัญขององค์กร

3.2.1 ความเชื่อมโยงกับกระบวนการจัดทำแผนกลยุทธ์องค์กรและแผนแม่บทของ ปตท.¹

กระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะดำเนินการควบคู่ไปกับกระบวนการจัดทำแผนกลยุทธ์องค์กร และแผนธุรกิจ การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยให้องค์กรได้รับ License to Operate หรือการยอมรับ และการสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งจะส่งผลให้องค์กร ดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่น และเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ปตท. มีกระบวนการจัดทำจัดทำยุทธศาสตร์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับการพัฒนาปรับปรุงมาอย่างต่อเนื่อง โดยทุกปีสายงานกลยุทธ์องค์กร จะทำการทบทวนทิศทางกลยุทธ์ ให้สอดคล้องกับกระแสโลก สถานการณ์เศรษฐกิจ พลังงาน นโยบายภาครัฐ ความต้องการ ความคาดหวังและข้อกังวล ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับองค์กร รวมถึงสภาพแวดล้อมทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอก ที่มีการเปลี่ยนแปลง แล้วนำมาจัดทำจุดแข็ง / จุดอ่อน โอกาส / อุปสรรค (SWOT Analysis) ความได้เปรียบ ความท้าทาย เชิงยุทธศาสตร์และความสามารถพิเศษขององค์กร (Strategic Advantage / Strategic Challenge / Core Competency) ซึ่ง บสย. นำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นปัจจัยนำเข้าในการกำหนด ยุทธศาสตร์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ในช่วงของการจัดทำแผนกลยุทธ์องค์กร ฝ่ายกลยุทธ์และทิศทาง การลงทุน (ลทญ.) กำหนดกระบวนการเพื่อเชื่อมโยงการวางแผน กลยุทธ์องค์กรและกลยุทธ์ของแต่ละแผนแม่บทของ ปตท. ทั้ง 7 แผนโดยจัด Workshop ร่วมกันตั้งแต่เริ่มกระบวนการ เพื่อบูรณาการ SWOT, SA, SC, CC, ประเด็นเชิงยุทธศาสตร์ ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ เป้าหมายและกลยุทธ์ขององค์กร เข้ากับแต่ละแผนแม่บท เพื่อให้มั่นใจว่าทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รับทราบและสามารถดำเนินงานได้สอดคล้องกัน โดยผู้รับผิดชอบ แต่ละแผนแม่บทจะนำข้อมูลที่ได้จากการ Workshop มาเป็นปัจจัย ป้อนเข้าในการกำหนดกลยุทธ์ / ยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องกัน

ในช่วงจัดทำแผนธุรกิจ หน่วยงานต่าง ๆ มีการจัดทำแผน สร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมกับการประเมิน ความพร้อมของทรัพยากรและความเสี่ยงของการสร้างความสัมพันธ์ รวมทั้งมีการกำหนดตัวชี้วัดการบริหาร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Key Stakeholder Indicator) ร่วมกับ ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Owner) โดยพิจารณาให้แผนสร้างความสัมพันธ์ มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแผนธุรกิจประจำปี

หมายเหตุ :

¹ แผนแม่บทของ ปตท. ประกอบด้วย 7 แผน ดังนี้

- 1) แผนแม่บทการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ปตท. (PTT Sustainability Management Master Plan)
- 2) แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ปตท. (PTT Marketing Strategy)
- 3) แผนแม่บทดิจิทัล ปตท. (PTT Digital Technology Master Plan)
- 4) แผนกลยุทธ์ด้านบริหารและพัฒนาทุนมนุษย์ ปตท.
- 5) แผนยุทธศาสตร์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปตท. (PTT Stakeholder Management)
- 6) แผนแม่บทองค์กรแห่งการเรียนรู้ของ ปตท. (PTT Learning Organization Master Plan)
- 7) แผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม ปตท. (PTT Innovation Management Master Plan)

3.2.2 ความเชื่อมโยงกับกระบวนการบริหารความเสี่ยง

กระบวนการบริหารความเสี่ยง ปตท. ถูกพัฒนาให้มีความสอดคล้องกับมาตรฐานสากล โดยมีความเชื่อมโยงกันทุกระดับชั้น การบริหาร ความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอก เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ป้องกันความสูญเสียที่จะเกิดขึ้นจาก ความผันผวนต่าง ๆ รวมทั้งคำนึงถึงความคาดหวังและความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนแสวงหาโอกาสในการสร้างมูลค่า เพิ่มที่เหมาะสมแก่องค์กร

ฝ่ายบริหารผลดำเนินงาน ความเสี่ยงและพิจารณาการลงทุน (งสญ.) วิเคราะห์ความเสี่ยงในระดับกลยุทธ์ โดยใช้ข้อมูลจาก SWOT Analysis ขององค์กรในด้านโอกาสของธุรกิจ (Opportunity) และข้อมูล Value Drivers ขององค์กร มาใช้ในการวิเคราะห์ ความเสี่ยงเพื่อสร้างมูลค่าให้กับองค์กร (Value Creation) และความเสี่ยงเพื่อเพิ่มมูลค่า (Value Enhancement) โดยผลการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่ได้จะเป็นปัจจัยนำเข้าในการกำหนดทิศทางกลยุทธ์องค์กร และการจัดทำยุทธศาสตร์การบริหาร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

นอกจากนี้ ความเสี่ยงด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะมีการดำเนินการในกระบวนการจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์ โดยหลังจากยุทธศาสตร์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียถูกถ่ายทอดไปสู่ สายงาน เพื่อจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สายงานจะต้องวิเคราะห์และระบุความเสี่ยงสำหรับการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน 2 มิติ คือ

01

Stakeholder Risks

- ความไม่เต็มใจเข้าร่วม
- ความเหนียวจากการมีส่วนร่วม
- ความคาดหวังการเปลี่ยนแปลงที่องค์กร ไม่สามารถตอบสนองได้
- ความไม่สมดุระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รายเล็กและรายใหญ่
- ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ก่อกรวน
- ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ขาดข้อมูลที่เกี่ยวข้องพอ
- ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ขาดอำนาจในการตัดสินใจ
- อุปสรรคด้านเทคนิคในการมีส่วนร่วมแบบออนไลน์
- ความขัดแย้งระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วม



02

Organisational Risks

- ความเสียหายต่อชื่อเสียงองค์กร
- การสูญเสียเวลาและทรัพยากร
- การสูญเสียการควบคุมในประเด็นสำคัญ
- ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กร
- การถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างรุนแรง
- การเกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- ความเห็นไม่ตรงกันภายในองค์กร
- การไม่ปฏิบัติตามกฎหมายหรือมาตรฐานภายใน
- -



สายงานจะประเมินระดับความเสี่ยง แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ สูง-กลาง-ต่ำ และ บสย. จะรวบรวมแผนสร้างความสัมพันธ์ที่มีความเสี่ยงสูง มาพิจารณาและติดตามอย่างใกล้ชิดผ่านที่ประชุมฝ่าย บสย. และผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ นโยบาย และบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ผณญ.) หากพบว่ามีความเสี่ยงใดที่มีความรุนแรงสูงในระดับองค์กร ตามหลักเกณฑ์ประเมินความเสี่ยงองค์กร (ERM) จะหารือกับ บสย. เพื่อติดตามและบริหารความเสี่ยงดังกล่าวต่อไป

การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดีจะช่วยลดโอกาสการเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยงที่ส่งผลให้การดำเนินงานของ ปตท. ไม่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ เช่น เกิดความล่าช้าหรือไม่สามารถดำเนินการต่อได้ เป็นต้น การบริหารความเสี่ยงจึงเป็นการดำเนินการควบคู่ไปกับการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งจะส่งผลให้ดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่นและนำไปสู่ความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาวโดย บสย. ติดตามการบริหารจัดการประเด็นที่สำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับองค์กรและรายงานต่อคณะกรรมการแผนวิสาหกิจและบริหารความเสี่ยง (CPRC) และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงองค์กร (ERMC) เป็นรายไตรมาส

3.2.3 ความเชื่อมโยงกับการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ

ด้วยสภาพแวดล้อมในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงเป็นสิ่งท้าทายสำหรับการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง หลายครั้งเกิดวิกฤตการณ์ที่ไม่คาดคิด ภัยธรรมชาติ ความไม่สงบทางการเมือง การก่อการร้าย โรคระบาด และภัยคุกคามหลากหลายรูปแบบ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจ และอาจก่อให้เกิดการหยุดชะงักของกระบวนการที่สำคัญ ซึ่งหาก ปตท. ไม่สามารถฟื้นฟูความสามารถในการดำเนินงานให้กลับสู่สภาพปกติได้ จะเกิดความเสียหายต่อทรัพย์สินหรือชีวิต รวมทั้งส่งผลกระทบอย่างกว้างขวางต่อประเทศชาติ สังคม ชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

ปตท. จึงพัฒนาระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management System: BCMS) ตามกรอบมาตรฐานระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจกลุ่ม ปตท. (PTT Group BCMS Standard) โดยอ้างอิงจากมาตรฐานการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (ISO22301) และมาตรฐานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ครอบคลุมการป้องกัน การตอบสนอง การรองรับ และการฟื้นฟู

ปตท. บูรณาการการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการบริหารสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยกำหนดมาตรการป้องกัน เตรียมความพร้อม ฝึกซ้อม ส่งเสริมความตระหนักรู้และความรับผิดชอบตามกรอบระบบบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ เพื่อป้องกันผลประโยชน์หลักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ปตท. รักษาชื่อเสียง ภาพลักษณ์ โดยเตรียมความพร้อมให้กับ ปตท. และบุคลากรในการป้องกันตอบสนองและรองรับต่อเหตุภัยพิบัติต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบให้เกิดการหยุดชะงักทางธุรกิจ ทำให้สามารถฟื้นฟูธุรกิจของ ปตท. ได้ในเวลาที่กำหนด โดยเมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉินขึ้น จะมีการบริหารจัดการโดยรายงานสถานการณ์ต่อคณะกรรมการ Business Continuity Management System-PTT

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	แนวทางบริหารจัดการ
 หน่วยงานภาครัฐ	- ผู้บริหารระดับสูงเข้าพบหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อให้มั่นใจว่าสามารถจัดการแก้ปัญหาได้ - ชี้แจงแนวทางการแก้ปัญหา และรายงานสถานการณ์ให้ทราบเป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งรับ feedback เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข
 สังคมชุมชน	- ผู้บริหาร แสดง leadership ในการรับผิดชอบต่อปัญหา - ลงพื้นที่สร้างความเข้าใจในมาตรฐานความปลอดภัยของ ปตท. อย่างต่อเนื่อง - ชี้แจงแนวทางการแก้ปัญหา และรายงานสถานการณ์ให้ทราบเป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งรับ feedback เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข
 ผู้ลงทุน	- จัดเตรียมข้อมูลที่เป็นชี้แจงในการประชุมที่เกี่ยวข้อง (เช่น Analyst meeting การประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี) - รายงานต่าง ๆ ตามระเบียบของ ก.ล.ต.
 ลูกค้า	- เร่งสื่อสารกับลูกค้าเพื่อชี้แจงข้อเท็จจริงในกรณีฉุกเฉิน และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น - ชดเชยค่าเสียหาย โดยชี้แจงขั้นตอนและกระบวนการภายในที่อาจล่าช้า - ชี้แจงแนวทางการแก้ปัญหา และรายงานสถานการณ์ให้ทราบเป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งรับ feedback เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข
 คู่ค้าและคู่ความร่วมมือ	- เร่งแจ้งสถานการณ์ฉุกเฉิน และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น - ชี้แจงแนวทางการแก้ปัญหา และรายงานสถานการณ์ให้ทราบเป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งรับ feedback เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข
 กรรมการและพนักงาน	ดำเนินการตามขั้นตอน HR (กรณีบาดเจ็บ พิการ เสียชีวิต) ให้ทั้งพนักงานและครอบครัว ในด้านการเงิน และด้านจิตใจ

ตารางที่ 1: แนวทางบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน

3.2.4 ความเชื่อมโยงกับแผนแม่บทการบริหารจัดการด้านความยั่งยืน

ปตท. มุ่งเน้นการสร้างความโปร่งใสและพัฒนาธุรกิจให้เกิดความยั่งยืน เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนตามกรอบของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) โดยให้ความสำคัญกับการตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างสมดุล โดยกำหนด “ทิศทางการกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน” ไว้ใน “แผนแม่บทการบริหารจัดการด้านความยั่งยืน เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ปตท. ประจำปี 2564 -2568” ประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่ สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล ซึ่งกำหนดตัวชี้วัด เป้าหมายระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว และกลยุทธ์เพื่อขับเคลื่อนไปสู่ความสำเร็จ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี รวมทั้งสนับสนุน SDGs

ทิศทางการกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งมอบคุณค่าด้านความยั่งยืน “Sustainable Growth for All” ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมีการเติบโต และพัฒนาอย่างยั่งยืนไปด้วยกัน ดังนี้

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์

- 1) เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงองค์กรและธุรกิจให้มีความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน
- 2) เพื่อสร้างความยืดหยุ่น และรักษาผลประโยชน์การให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต

ทิศทางการดำเนินการ

- 1) ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) : โลกเราต้องรักษ์ (Sustainable Production & Consumption)
- 2) ด้านสังคม (Social) : สังคมไทยเราต้องอุ้มชู (People Well-being)
- 3) ด้านการกำกับดูแลและเศรษฐกิจ (Governance and Economic) : Performance เราต้องเลิศ (Good Governance and Performance Excellence)

ปัจจัยผลักดันที่ก่อให้เกิดความสำเร็จ (Enablers)

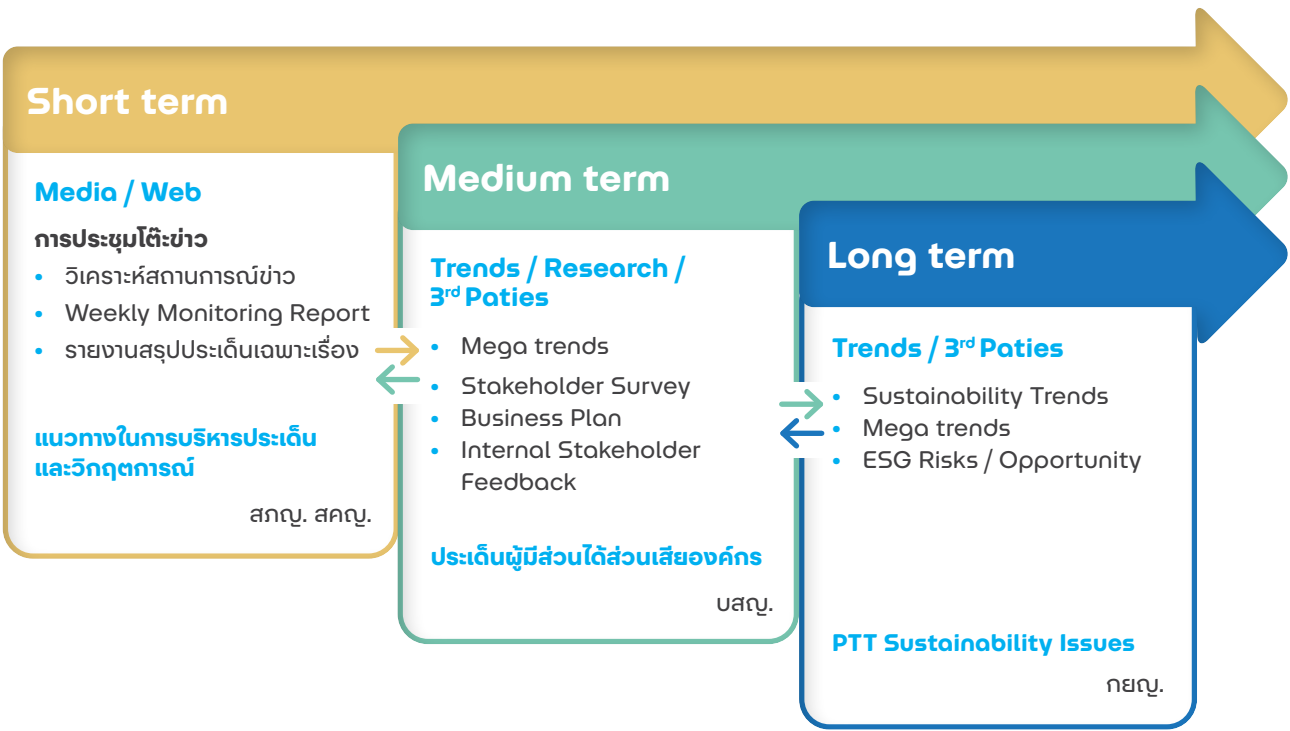
- 1) การส่งเสริมเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Innovation / Technology)
- 2) การบริหารจัดการสายโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)
- 3) การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Management)

การบูรณาการการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการด้านความยั่งยืนของ ปตท.

ปตท. ดำเนินการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควบคู่ไปกับการกำหนดและบริหารประเด็นด้านความยั่งยืน โดยอิงตามกรอบแนวคิดและมาตรฐานสากล เช่น GRI Standards และหลักการ Double Materiality ที่เน้นการวิเคราะห์ทั้งผลกระทบที่องค์กรมีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Inside-out) และผลกระทบจากบริบทภายนอกที่ส่งผลต่อธุรกิจ (Outside-in)

การจัดการประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ปตท. แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ตามลักษณะของผลกระทบและระยะเวลาการตอบสนอง ดังนี้

1. ประเด็นระยะสั้น (Reactive Issues)	2. ประเด็นระยะกลาง (Emerging Stakeholder Issues)	3. ประเด็นระยะยาว (Sustainability Material Topics)
ได้แก่ประเด็นเร่งด่วนหรือ Hot Issues จากเหตุการณ์เฉพาะหน้า เช่น วิกฤตการณ์สถานการณ์ทางสังคม หรือเสี่ยงสะท้อนผ่านสื่อออนไลน์และ Social Media ซึ่งต้องได้รับการบริหารจัดการอย่างทันท่วงที เพื่อรักษาความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	เป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังและข้อกังวลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับองค์กร โดยอ้างอิงจากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลกในมิติต่าง ๆ (Mega Trends) และผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากงานวิจัย	เป็นประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ที่มีผลกระทบทั้งในระดับระบบ (Systemic Risk) และระดับองค์กร เช่น ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ซึ่งพิจารณาจากการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการประเมินความเชื่อมโยงกับกลยุทธ์องค์กรตามหลัก Double Materiality
หน่วยงานรับผิดชอบ: สายงานบริหารชื่อเสียงองค์กรและกิจการเพื่อสังคม (ผสญ.)	หน่วยงานรับผิดชอบ: สายงานนโยบายและบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ผนญ.)	หน่วยงานรับผิดชอบ: สายงานกลยุทธ์และบริหารความยั่งยืน (ผรย.)



รูปที่ 1: การบริหารประเด็นของ ปตท.

ด้วยแนวทางดังกล่าว ปตท. สามารถบูรณาการการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ากับกระบวนการกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กรอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมทุกมิติของการพัฒนา ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และยังสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) และเป้าหมายด้านความเป็นกลางทางคาร์บอนของประเทศ

3.2.5 ความเชื่อมโยงด้านสิทธิมนุษยชน

ปตท. ยึดมั่นและเคารพหลักสิทธิมนุษยชนในทุกขั้นตอนของการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยจัดทำคำแถลงด้านสิทธิมนุษยชน บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร ลงนามโดยประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ แสดงให้เห็นถึงเจตนารมณ์ในการเคารพหลักสิทธิมนุษยชนตามกฎหมาย รวมถึงพันธสัญญา มาตรฐาน และหลักปฏิบัติในระดับสากลที่มีต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญ ได้แก่ พนักงาน ชุมชนท้องถิ่น พันธมิตรทางธุรกิจ และพนักงานของพันธมิตรทางธุรกิจ

การบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชนของ ปตท. บูรณาการในกระบวนการบริหารจัดการความยั่งยืนขององค์กรอย่างเป็นระบบ โดยมีระบุประเด็นความเสี่ยงและโอกาสด้านความยั่งยืนครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล ที่คำนึงถึงสิทธิมนุษยชนตลอดกระบวนการดำเนินธุรกิจขององค์กรทั้งผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบที่เกิดขึ้นจริง และมีโอกาสเกิดขึ้นในอนาคต โดยพิจารณาผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สังคมและสิ่งแวดล้อม และผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่มีต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กรตลอดห่วงโซ่คุณค่า



รูปที่ 3: เกณฑ์การพิจารณาคุณลักษณะของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ปตท.

จากพันธกิจของ ปตท. ที่ต้องการดำเนินธุรกิจด้านพลังงานและธุรกิจที่เกี่ยวข้องอย่างครบวงจร ในฐานะบริษัทพลังงานแห่งชาติ โดยดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างยั่งยืนและสมดุล ปตท. กำหนดนิยาม และพันธกิจต่อการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แตกต่างกันได้อย่างเหมาะสม

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ต่อหน่วยงานภาครัฐ

สร้างความมั่นคงด้านพลังงาน
ในระยะยาวโดยการจัดหาพลังงาน
ในปริมาณที่เพียงพอ มีคุณภาพ
ได้มาตรฐานและราคาเป็นธรรม
เพื่อเสริมสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ
ควบคู่กับการดูแลสิ่งแวดล้อม
อย่างยั่งยืน



ต่อสังคมชุมชน

เป็นองค์กรที่ดี ที่สังคมภาคภูมิใจ
ดำเนินธุรกิจที่มีการบริหารจัดการ
ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
ตามมาตรฐานสากล และมีส่วนร่วม
ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดี
แก่สังคม ชุมชน



ต่อผู้ลงทุน

ดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์
ด้วยความโปร่งใส มีการทำกิจการที่ดี
มีธรรมาภิบาล สามารถสร้าง
ผลตอบแทนที่ดี และมีการขยายธุรกิจ
ให้เติบโตอย่างยั่งยืน



ต่อลูกค้า

สร้างความพึงพอใจและความผูกพัน
แก่ลูกค้าโดยผ่านการนำเสนอ
ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ
ในระดับมาตรฐานสากล
ด้วยราคาเป็นธรรม



ต่อคู่ค้าและคู่ความร่วมมือ

ดำเนินธุรกิจร่วมกับบนพื้นฐานของ
ความโปร่งใสและเป็นธรรม
มุ่งสร้างความไว้วางใจความสัมพันธ์
และความร่วมมือที่ดี เพื่อพัฒนา
ศักยภาพและประสิทธิภาพในการดำเนิน
ธุรกิจร่วมกันในระยะยาว



ต่อกรรมการและพนักงาน

สนับสนุนให้คณะกรรมการให้กำกับดูแล
องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและ
สนับสนุนการพัฒนาความสามารถของ
พนักงานในการทำงานระดับมืออาชีพ
อย่างต่อเนื่อง ให้ความมั่นใจในคุณภาพ
ชีวิตการทำงานให้ทัดเทียมบริษัทชั้นนำ
เพื่อสร้างความผูกพันต่อองค์กร

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	นิยาม	พันธกิจต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
 หน่วยงานภาครัฐ	หน่วยงานภาครัฐ ผู้กำหนดนโยบาย หรือกำกับดูแล รัฐวิสาหกิจ ศาล และ องค์การอิสระ สภาผู้แทนราษฎร และวุฒิสภา องค์การระหว่างประเทศ	สร้างความมั่นคงด้านพลังงานในระยะยาวโดยการจัดหาพลังงาน ในปริมาณที่เพียงพอ มีคุณภาพ ได้มาตรฐานและราคาเป็นธรรม เพื่อเสริมสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจควบคู่กับการดูแลสิ่งแวดล้อม อย่างยั่งยืน
 สังคมชุมชน	ชุมชนรอบสถานประกอบการ ปตท. ประชาชนทั่วไป เยาวชน สถาบันการศึกษา สื่อมวลชน นักการเมืองท้องถิ่น และ องค์กรที่ไม่ใช่ของภาครัฐ (NGO)	เป็นองค์กรที่ดี ที่สังคมภาคภูมิใจ ดำเนินธุรกิจที่มีการบริหารจัดการ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล และมีส่วนร่วม ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีแก่สังคม ชุมชน
 ผู้ลงทุน	ผู้ถือหุ้นสามัญ ผู้ถือหุ้นกู้ นิติบุคคล และนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ และนักวิเคราะห์หลักทรัพย์	ดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์ด้วยความโปร่งใสมีการทำกิจการที่ดี มีธรรมาภิบาล สามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีและมีการขยายธุรกิจ ให้เติบโตอย่างยั่งยืน
 ลูกค้า	ลูกค้าภาคธุรกิจ ผู้บริโภค และ ลูกค้าราชการ	สร้างความพึงพอใจและความผูกพันแก่ลูกค้าโดยผ่านการนำเสนอ ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพในระดับมาตรฐานสากล ด้วยราคาเป็นธรรม
 คู่ค้าและคู่ความร่วมมือ	คู่ค้า ผู้ส่งมอบ คู่ความร่วมมือ และพันธมิตรทางธุรกิจ	ดำเนินธุรกิจร่วมกัน บนพื้นฐานของความโปร่งใสและเป็นธรรม มุ่งสร้างความไว้วางใจความสัมพันธ์และความร่วมมือที่ดี เพื่อพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน ในระยะยาว
 กรรมการและพนักงาน	คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ปตท.	สนับสนุนให้คณะกรรมการให้กำกับดูแลองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสนับสนุนการพัฒนาความสามารถของพนักงานในการทำงาน ระดับมืออาชีพอย่างต่อเนื่อง ให้ความมั่นใจในคุณภาพชีวิต การทำงานให้ทัดเทียมบริษัทชั้นนำเพื่อสร้างความผูกพันต่อองค์กร

หมายเหตุ: ปตท. มีการทบทวนกลุ่มและพันธกิจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นประจำทุกปี เพื่อให้แนวทางการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังคงสอดคล้องกับบริบท
ที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากปัจจัยภายในองค์กร เช่น การปรับกลยุทธ์องค์กร การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างหรือขอบเขตการดำเนินงาน
ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และจากปัจจัยภายนอกองค์กร เช่น การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม หรือการออกกฎหมายและข้อบังคับใหม่
ที่อาจส่งผลกระทบต่อแนวทางการดำเนินธุรกิจ (ESG)

3.3.2 การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Prioritization)

ปตท. จัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Prioritization) เพื่อให้สามารถบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสม
และสอดคล้องกับระดับของผลกระทบและความคาดหวังที่แต่ละกลุ่มมีต่อองค์กร การจัดลำดับความสำคัญดังกล่าว แบ่งออกเป็น
2 ระดับหลัก ได้แก่

1) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในระดับองค์กร (Corporate Level)

เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับประเด็นติดตามในระดับองค์กรประจำปี ซึ่งได้รับการพิจารณาจากแต่ละสายงาน
และฝ่ายบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (บสญ.) แล้วว่าสำคัญและจำเป็นต้องบริหารจัดการอย่างใกล้ชิดและมีการติดตามในระดับองค์กร
โดยแต่ละสายงานจะรับผิดชอบบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับตนเอง ขณะที่ บสญ. ทำหน้าที่ติดตามและ
สนับสนุนการดำเนินงานของสายงานให้สอดคล้องกับแนวทางขององค์กร

2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในระดับสายงาน (Business Unit Level)

เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แต่ละสายงานคัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญหลังจากทำการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของหน่วยงาน โดยใช้เครื่องมือ Stakeholder Impact - Influence Matrix ในการประเมินความสำคัญของแต่ละกลุ่ม ผ่าน 2 มิติหลัก ได้แก่

มิติที่ 1

ผลกระทบของการดำเนินงานของหน่วยงานต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Impact to Stakeholders)

พิจารณาจากระดับผลกระทบทั้งทางปริมาณและคุณภาพ แบ่งออกเป็น 4 ระดับ จากน้อยไปมาก วิเคราะห์โดยแยกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 6 กลุ่มหลักขององค์กร

หลักเกณฑ์การประเมิน

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย / ระดับผลกระทบ	ระดับ 4	ระดับ 3	ระดับ 2	ระดับ 1
 หน่วยงานภาครัฐ	ระดับประเทศ: การดำเนินงาน / โครงการที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางพลังงาน / สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ฯลฯ	ระดับภูมิภาคหรือจังหวัด: การดำเนินงาน / โครงการที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางพลังงาน / สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ฯลฯ	ระดับอำเภอ: การดำเนินงาน / โครงการที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางพลังงาน / สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ฯลฯ	ระดับท้องถิ่น ตำบล หมู่บ้าน: การดำเนินงาน / โครงการที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางพลังงาน / สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ฯลฯ
	ปตท. มีบทบาทหลักในการสนับสนุนนโยบายด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ฯลฯ ที่เป็นนโยบายสำคัญและเร่งด่วน ในขณะนั้นอย่างชัดเจน	ปตท. เป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนนโยบายด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ฯลฯ ที่เป็นนโยบายสำคัญและเร่งด่วน ในขณะนั้นอย่างชัดเจน	ปตท. เป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนนโยบายด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ฯลฯ ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายทั่วไป	-
 สังคมชุมชน	ระดับประเทศ: ปตท. ดำเนินโครงการที่อาจส่งผลกระทบต่อประเด็นสำคัญในภาพรวมระดับประเทศ เช่น รายได้ อาชีพ การเข้าถึงโอกาสทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม หรือสร้างการเปลี่ยนแปลงในวงกว้างที่ได้รับ ความสนใจระดับชาติ	ระดับภูมิภาคหรือจังหวัด: ปตท. ดำเนินโครงการที่อาจส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อหลายชุมชนหรือได้รับความสนใจจากสาธารณชนในพื้นที่ใกล้เคียง	ระดับอำเภอ: ปตท. ดำเนินโครงการที่อาจมีผลต่อชุมชนเฉพาะพื้นที่ เช่น การเปลี่ยนแปลงด้านอาชีพหรือบริการในชุมชน	ระดับท้องถิ่น ตำบล หมู่บ้าน: ปตท. ดำเนินกิจกรรมที่อาจส่งผลโดยตรงต่อชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนในพื้นที่ เช่น รายได้ท้องถิ่น ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อมในชุมชน
	ส่งผลกระทบต่อชีวิต สุขภาพ หรือสิ่งแวดล้อม อย่างรุนแรงและยาวนาน	ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ สิ่งแวดล้อม หรือความปลอดภัย ต้องใช้เวลาฟื้นฟู	ส่งผลกระทบในระดับ ควบคุมได้ และฟื้นฟูได้ในระยะสั้น	ส่งผลกระทบเพียงเล็กน้อย เช่น ความสะดวก เสียหาย ฝุ่น

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย / ระดับผลกระทบ	ระดับ 4	ระดับ 3	ระดับ 2	ระดับ 1
 ผู้ลงทุน	การลงทุนในธุรกิจใหม่ที่สอดคล้องกับสถานการณ์โลก เช่น พลังงานสะอาด เทคโนโลยีดิจิทัล หรือธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตในอนาคต เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระยะยาว	การลงทุนเพื่อต่อยอดธุรกิจเดิม เช่น การเพิ่มประสิทธิภาพ การกระจายความเสี่ยง หรือเสริมความแข็งแกร่งของห่วงโซ่อุปทาน เพื่อสร้างความยั่งยืนในการดำเนินงาน	การลงทุนเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด เช่น การขยายตลาดหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งสะท้อนศักยภาพในการสร้างรายได้ในระยะกลาง	การลงทุนเพื่อรักษาสวนแบ่งการตลาดเดิม หรือรักษาสถานะทางธุรกิจในตลาดปัจจุบัน
 ลูกค้า	ลูกค้าได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ และต้องการความช่วยเหลือเร่งด่วนจาก ปตท.	ลูกค้าได้รับผลกระทบและเริ่มต้องการความช่วยเหลือจาก ปตท.	ลูกค้าได้รับผลกระทบแต่ยังสามารถบริหารจัดการเองได้	ลูกค้าได้รับผลกระทบแต่ยังไม่จำเป็นต้องบริหารจัดการในขณะนี้
	ลูกค้ามีโอกาสดำเนินการค้าหรือบริการที่ดีที่สุดหรือแย่ที่สุดในตลาดทั้งในด้านราคา ปริมาณ และคุณภาพ	ลูกค้ามีโอกาสดำเนินการค้าหรือบริการที่ดีกว่าหรือแย่กว่าค่าส่วนใหญ่ในตลาด ทั้งในด้านราคา ปริมาณ และคุณภาพ	ลูกค้ามีโอกาสดำเนินการค้าหรือบริการที่ดีกว่าหรือแย่กว่าค่าเฉลี่ยในตลาด ทั้งในด้านราคา ปริมาณ และคุณภาพ	-
 คู่ค้าและคู่ความร่วมมือ	คู่ค้าบริหารจัดการไม่ได้หรือขาดทุนจากการดำเนินงาน	คู่ค้าบริหารจัดการได้แต่มีต้นทุนเพิ่มมากขึ้นและเสียเวลา	คู่ค้าบริหารจัดการได้แต่มีต้นทุนเพิ่มมากขึ้นหรือเสียเวลา	คู่ค้าบริหารจัดการได้
 กระบวนการและพนักงาน	พนักงานต้อง Reskill งานใหม่โดยไม่มีทักษะเดิม, ไม่มีสิทธิ์โยกย้าย ต้องการลาออกหรือย้ายหน่วยงาน	พนักงานต้อง Upskill งานใหม่โดยมีทักษะพื้นฐาน, ต้องการความช่วยเหลือมาก	พนักงานต้อง Training เพิ่มเติมหรือมีคนชี้แนะ เริ่มร้องขอความช่วยเหลือ	พนักงานปฏิบัติงานได้ทันที มีสิทธิ์เลือกโยกย้ายบริหารจัดการเวลาทำงานได้
	กรรมการจำเป็นต้องได้รับความรู้ทางธุรกิจ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเร่งด่วน เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจที่เหมาะสม	กรรมการจำเป็นต้องได้รับความรู้ทางธุรกิจ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างมาก เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจที่เหมาะสม	กรรมการจำเป็นต้องได้รับความรู้ทางธุรกิจ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพียงปานกลาง เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจที่เหมาะสม	กรรมการจำเป็นต้องได้รับความรู้ทางธุรกิจ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพียงเล็กน้อย เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจที่เหมาะสม

หมายเหตุ: ปตท. วิเคราะห์ระดับผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยประเมินครอบคลุมถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และหลักธรรมาภิบาล (ESG) อาทิ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การละเมิดสิทธิ ความสามารถของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการรับมือผลกระทบดังกล่าวด้วย

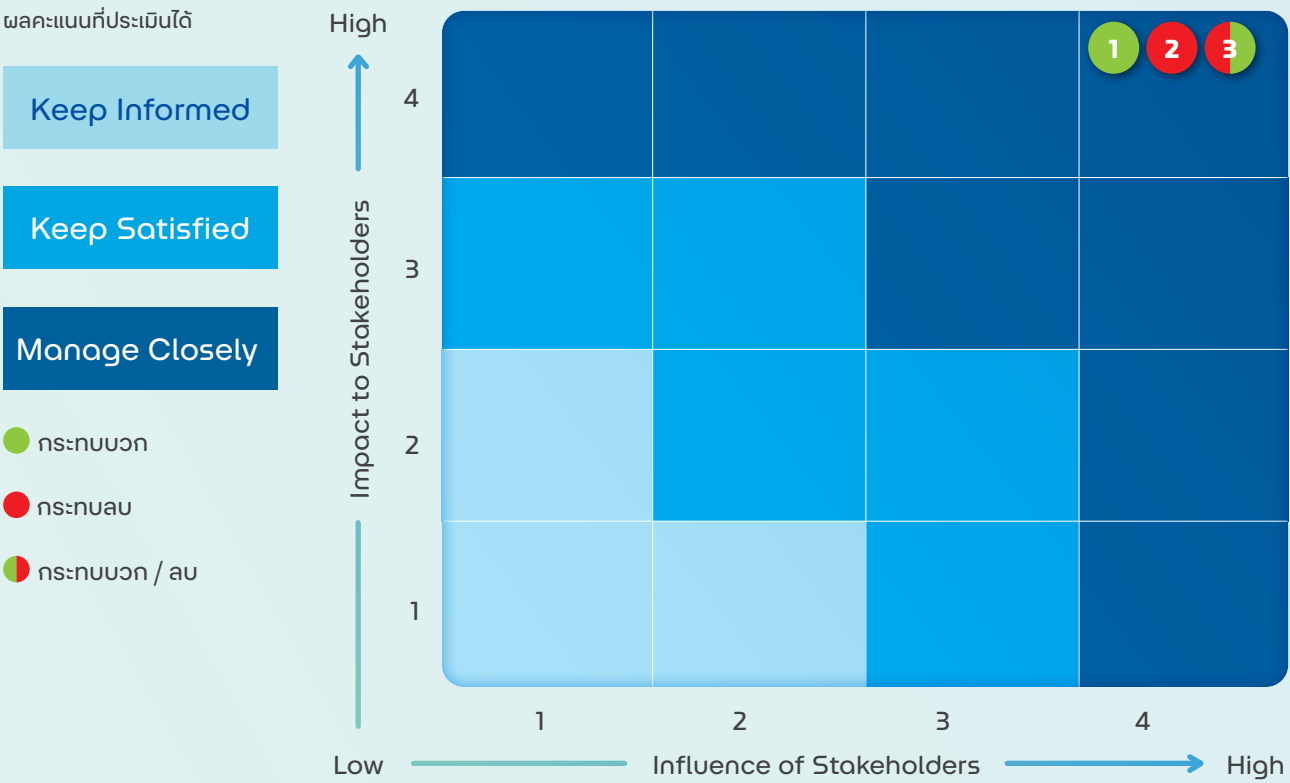
มิติที่ 2

**อิทธิพลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อการดำเนินงานของหน่วยงาน
(Influence of Stakeholders)**

ความเป็นระดับอิทธิพลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สามารถส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องของแผนงานหรือโครงการของหน่วยงาน เช่น การทำให้โครงการล่าช้า หรือต้องหยุดดำเนินการ โดยแบ่งออกเป็น 4 ระดับเช่นกัน

ระดับอิทธิพล	ระดับ 4	ระดับ 3	ระดับ 2	ระดับ 1
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม	สามารถส่งผลให้ต้องหยุดดำเนินการ	สามารถส่งผลให้เกิดความล่าช้า จากแผนงานที่กำหนด	สามารถส่งผลให้เกิดการร้องเรียนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่หน่วยงานสามารถจัดการได้	สามารถส่งผลให้เกิดความไม่สะดวกในการดำเนินงาน แต่ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อหน่วยงานจนทำให้ล่าช้า

จากผลการวิเคราะห์ทั้งสองมิติ หน่วยงานสามารถจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 3 ระดับ เพื่อกำหนดแนวทางการสร้างความสัมพันธ์ที่เหมาะสม ดังนี้



3.4 ประเด็นสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3.4.1 การกำหนดประเด็นสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Issue Identification)

ปตท.ให้ความสำคัญกับการรับฟังความคิดเห็น ความต้องการ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างต่อเนื่อง และเป็นระบบ เพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจที่เหมาะสม สอดคล้องกับบริบทโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และตอบสนองความต้องการความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างครบถ้วนรอบด้านธุรกิจ การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยให้องค์กรได้รับ License to Operate หรือการยอมรับและการสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่น และเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ในการนี้ ปตท. ได้ระบุและวิเคราะห์ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Issues) ผ่านการประเมินข้อมูลจาก 2 มุมมองหลัก ได้แก่

1) มุมมองสภาพแวดล้อมมหภาค (Macro Environment)

การวิเคราะห์แนวโน้มและทิศทางของโลก (Global Megatrends) การเปลี่ยนแปลงนโยบายภาครัฐ ตลอดจนทิศทางการลงทุนขององค์กรและแผนธุรกิจประจำปี (Business Plan) นอกจากนี้ยังครอบคลุมประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม และสิทธิมนุษยชน ตามกรอบการดำเนินงานด้าน ESG และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดนโยบายและทิศทางการดำเนินงานขององค์กร



2) มุมมองความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Needs and Expectations)

วิเคราะห์ข้อมูลจากผลสำรวจความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปี (Stakeholder Survey) ผลสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคและลูกค้าในแต่ละกลุ่มธุรกิจ (Customer Survey) ข้อเสนอแนะจากหน่วยงานใน ปตท. ที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง ประเด็นข่าวสารและความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับ ปตท. ผ่านระบบ Social Listening รวมถึงข้อร้องเรียนต่าง ๆ ที่ได้รับผ่านช่องทาง Voice of Stakeholder (VOS)

ปตท. วิเคราะห์ข้อมูลจากทั้งสองมุมมองประกอบกัน เพื่อระบุ “ประเด็นองค์กร” (Stakeholder Issues) ที่มีความสำคัญร่วมกันระหว่างทิศทางธุรกิจของ ปตท. และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อันจะเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์และการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม ปตท.ระบุประเด็นองค์กรจำนวน 9 ประเด็น ดังนี้

ระดับความสำคัญ	ความหมาย	รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์	ตัวอย่างแนวทางการสร้างความสัมพันธ์
		การเจรจาต่อรอง การสื่อสารสองทางที่จำกัด - เจรจา / พุดคุยในหัวข้อที่ระบุไว้แล้ว เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อตกลงที่เป็นเอกฉันท์	- การเจรจาต่อรองร่วมกับพนักงานผ่านสหภาพแรงงาน - การประชุมปรึกษาหารือเพื่อเจรจาต่อรอง หรือพัฒนาข้อตกลง ข้อแลกเปลี่ยน หรือมาตรการบรรเทาผลกระทบ
 Keep Informed	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีอิทธิพลและได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์กรในระดับ ต่ำ	การสร้างการมีส่วนร่วมที่ไม่ใช่การสื่อสารเชิงรุก ไม่ใช่แนวทางการสื่อสารที่เน้นการมีส่วนร่วมเชิงรุก	- การประชาสัมพันธ์ จดหมาย หรือจดหมายข่าว - การใช้สื่อ เช่น เสียงตามสายในชุมชน - การเผยแพร่ข้อมูลในเว็บไซต์
		การแจ้งเพื่อทราบ การสื่อสารทางเดียว - ข้อมูลจากผู้ดำเนินการฯ สู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	- คำแถลงการณ์ หรือจดหมาย - การทำแผ่นพับชี้แจงข้อมูล - การจัดทำรายงาน หรือการเผยแพร่ข้อมูลในเว็บไซต์ - การประกาศ / ปรากฏ การประชุม หรือการแถลงการณ์ต่อสาธารณชน - การนำเสนอข้อมูลผ่านบอร์ดประชาสัมพันธ์ในชุมชน - การแจกเอกสารที่เกี่ยวข้องผ่านหน่วยงานภายในชุมชน

หมายเหตุ: ปตท. กำหนดแนวทางการสร้างการมีส่วนร่วมโดยอ้างอิงตามมาตรฐาน AA1000SES

นิยามประเด็นองค์กร

ประเด็น	ความหมาย
1. Brand & Trust (E, S, G) ความเชื่อมั่นในแบรนด์และความรับผิดชอบต่อสังคม 	การดำเนินงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นที่มีต่อแบรนด์ ปตท. ทั้งในภาพองค์กร ผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กร รวมทั้งการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของสังคมชุมชน สิ่งแวดล้อม และประเทศ
2. Climate Change (E) การบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 	การส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการดำเนินธุรกิจ และสนับสนุนนโยบาย / กฎระเบียบ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยร่วมมือกับภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยสู่สังคมคาร์บอนต่ำ
3. Compliance & Transparency (G) การปฏิบัติตามข้อกำหนด กฎหมาย และความโปร่งใสในการดำเนินงาน 	การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และแนวปฏิบัติด้านธรรมาภิบาล รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลอย่างตรงไปตรงมา โปร่งใส และการบริหารจัดการความปลอดภัยของข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเคร่งครัด
4. Financial Performance (G) ผลประกอบการทางการเงิน 	การดำเนินงานที่สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้านผลประกอบการทางการเงิน อัตราส่วนทางการเงิน การดำเนินงานด้านบัญชี ภาษี และการเติบโตในระยะยาว

ประเด็น	ความหมาย
5. Hydrocarbon & Power (E, S, G) ธุรกิจกลุ่มไฮโดรคาร์บอนและพลังงาน 	ดำเนินงานเพื่อสนับสนุนนโยบายและกฎระเบียบของภาครัฐ ตลอดจนสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องเพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจ พร้อมเสริมสร้างความมั่นคงด้านพลังงานของประเทศในกลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ - Upstream & Power ได้แก่ ธุรกิจสำรวจและผลิต ธุรกิจก๊าซธรรมชาติ และธุรกิจไฟฟ้า รวมถึงพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) - Downstream ได้แก่ ธุรกิจปิโตรเคมีและการกลั่น ธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ
6. Non-Hydrocarbon & New Business (E, S, G) ธุรกิจนอกกลุ่มไฮโดรคาร์บอนและธุรกิจใหม่ 	การดำเนินงานเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจใหม่ ผ่านการสนับสนุนเชิงนโยบาย การสร้างความร่วมมือกับภาครัฐและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการมีส่วนร่วมในเครือข่ายอุตสาหกรรม เพื่อเปิดโอกาสทางธุรกิจและพัฒนานวัตกรรมในกลุ่มธุรกิจใหม่ ได้แก่ ยานยนต์ไฟฟ้า วิทยาศาสตร์เพื่อชีวิต โลจิสติกส์ ปัญญาประดิษฐ์ ภาคอุตสาหกรรม ธุรกิจไฮโดรเจนและคาร์บอน การดักจับและกักเก็บคาร์บอน (CCS / CCUS) และพลังงานนิวเคลียร์
7. Organization & Employee (S, G) การพัฒนาศักยภาพพนักงานและองค์กร 	การพัฒนาศักยภาพองค์กร โดยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลมาเป็นพื้นฐานในการขับเคลื่อนงานองค์กรและปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน ตลอดจนพัฒนาศักยภาพพนักงานให้มีความรู้ความสามารถและทักษะตามแนวทางที่องค์กรและพนักงานคาดหวัง เช่น Upskill & Reskill การศึกษาดูงาน รวมทั้งการสร้างวัฒนธรรมให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้
8. Safety, Health & Environment (E, S) ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม 	การดำเนินงานหรือสภาพแวดล้อมการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในทุกกระบวนการ เพื่อคุ้มครองทั้งบุคลากร ชุมชน และทรัพยากรธรรมชาติ
9. Supplier & Customer Experience (G) ประสบการณ์ที่ดีของพันธมิตรทางธุรกิจและลูกค้า 	การสร้างประสบการณ์ที่ดีร่วมกันระหว่างองค์กรกับคู่ค้าหรือลูกค้า เพื่อให้เกิดความประทับใจในการร่วมธุรกิจ หรือซื้อขายสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ราคาเป็นธรรม ส่งมอบเป็นไปตามที่ตกลงกัน

หมายเหตุ * E = Environment, S = Social, G = Governance

แต่ละประเด็นสามารถแบ่งตามสายงาน และความเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของแต่ละสายงาน สามารถสรุปได้ดังนี้

	กลุ่มธุรกิจ ปิโตรเลียม ขั้นต้นและ ก๊าซธรรมชาติ - สายงานธุรกิจ ก๊าซธรรมชาติ	กลุ่มธุรกิจ ขั้นปลาย - สายงาน บริการกลยุทธ์ กลุ่มธุรกิจ ขั้นปลาย - สายงาน ธุรกิจการค้า ระหว่างประเทศ	กลุ่ม ธุรกิจใหม่ และ โครงสร้าง พื้นฐาน - สายงาน วิศวกรรม และธุรกิจใหม่ - สายงาน วิศวกรรม และโครงสร้าง พื้นฐาน	สายงาน บริหาร การเงิน	สายงาน กลยุทธ์ องค์กร	สำนัก กฎหมาย	สำนัก ตรวจสอบ ภายใน	สายงาน บริหาร ศักยภาพ องค์กร และ ธรรมาภิ บาล	สาย งานบริหาร ชื่อเสียง องค์กร และกิจการ เพื่อสังคม	สาย งานกำกับ ดูแล องค์กร และกิจการ สัมพันธ์
สิ่งแวดล้อม										
Brand & Trust	○	○	○		○	○			○	
Climate Change			○						○	
Non-Hydrocarbon & New Business			○							
Safety, Health & Environment	○									
สังคม										
Brand & Trust	○	○	○		○	○			○	
Non-Hydrocarbon & New Business			○							
Organization & Employee							○			
Safety, Health & Environment	○									
การกำกับดูแล										
Brand & Trust	●	●	●		●	●			●	
Compliance & Transparency	●	●	●	●	●	●	●			
Financial Performance	●			●						
Hydrocarbon & Power	●									
Non-Hydrocarbon & New Business			●							
Organization & Employee							●			●
Supplier & Customer Experience	●	●	●							

การเชื่อมโยงประเด็นองค์กรกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

ประเด็นองค์กร (Stakeholder Issue) ทั้ง 9 ประเด็น นอกจากการสะท้อนความต้องการ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสอดคล้องกับมาตรฐานสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) แล้ว ยังสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals - SDGs) อย่างเป็นรูปธรรม เช่น การสร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์และความรับผิดชอบต่อสังคม (Brand & Trust) เชื่อมโยงกับ SDG ด้านสุขภาพ การศึกษา และความเป็นธรรม ในขณะที่การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Climate Change) สอดคล้องกับ SDG ด้านพลังงานสะอาดและการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เป็นต้น

การเชื่อมโยงนี้สะท้อนถึงความตั้งใจของ ปตท. ในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกมิติ

รายละเอียดประเด็นองค์กรและ SDGs ที่เกี่ยวข้อง

ประเด็นองค์กร (Material Topics)	SDGs ที่เกี่ยวข้อง	ตัวอย่างการเชื่อมโยงที่สำคัญ
 Brand & Trust ความเชื่อมั่นในแบรนด์ และความรับผิดชอบต่อสังคม (E, S, G)	       	สร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์และความรับผิดชอบต่อสังคม
 Climate Change (E) การบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ	   	ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและส่งเสริมพลังงานสะอาด
 Compliance & Transparency (G) การปฏิบัติตามข้อกำหนด กฎหมาย และ ความโปร่งใสในการดำเนินงาน	  	ส่งเสริมความโปร่งใสและการปฏิบัติตามกฎหมาย
 Financial Performance (G) ผลประกอบการทางการเงิน	  	สร้างผลประกอบการที่มั่นคงและยั่งยืน
 Hydrocarbon & Power (E, S, G) ธุรกิจกลุ่มไฮโดรคาร์บอนและพลังงาน	    	บริหารจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
 Non-Hydrocarbon & New Business (E, S, G) ธุรกิจนอกกลุ่มไฮโดรคาร์บอน และธุรกิจใหม่	     	ขยายธุรกิจใหม่ที่สอดคล้องกับเทคโนโลยีสะอาดและนวัตกรรมใหม่
 Organization & Employee (S, G) การพัฒนาศักยภาพพนักงาน และองค์กร	   	ส่งเสริมพัฒนาศักยภาพและความเท่าเทียมในองค์กร

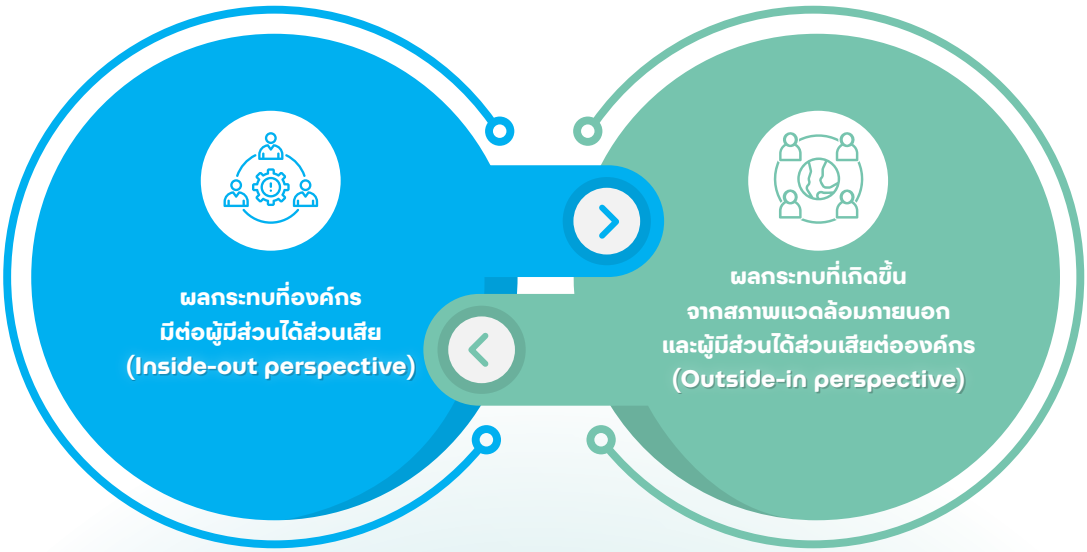
ประเด็นองค์กร (Material Topics)	SDGs ที่เกี่ยวข้อง	ตัวอย่างการเชื่อมโยงที่สำคัญ
Safety, Health & Environment (E, S) ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม		คุณภาพชีวิต ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อมในการทำงาน
Supplier & Customer Experience (G) ประสบการณ์ที่ดีของพันธมิตรทางธุรกิจและลูกค้า		ยกระดับประสิทธิภาพและความร่วมมือกับซัพพลายเออร์และลูกค้า

3.4.2 การจัดลำดับความสำคัญของประเด็นภายใต้หลักการ Double Materiality (Stakeholder Issue Prioritization)

ปตท. จัดลำดับความสำคัญของประเด็นองค์กรผ่านการวิเคราะห์ในมุมมองทั้ง Bottom Up (ประเด็นสำคัญจากสายงานและหน่วยงาน) และ Top Down (ประเด็นสำคัญขององค์กร) โดยประเด็นที่ได้รับการจัดลำดับความสำคัญในอันดับต้น ๆ จะถูกคัดเลือกเป็นประเด็นที่องค์กรให้ความสำคัญและถูกติดตามในระดับองค์กร

การจัดลำดับความสำคัญนี้มีพื้นฐานอยู่บนแนวคิด Double Materiality ซึ่งคำนึงถึงทั้งสองมิติหลัก ดังนี้

Double Materiality

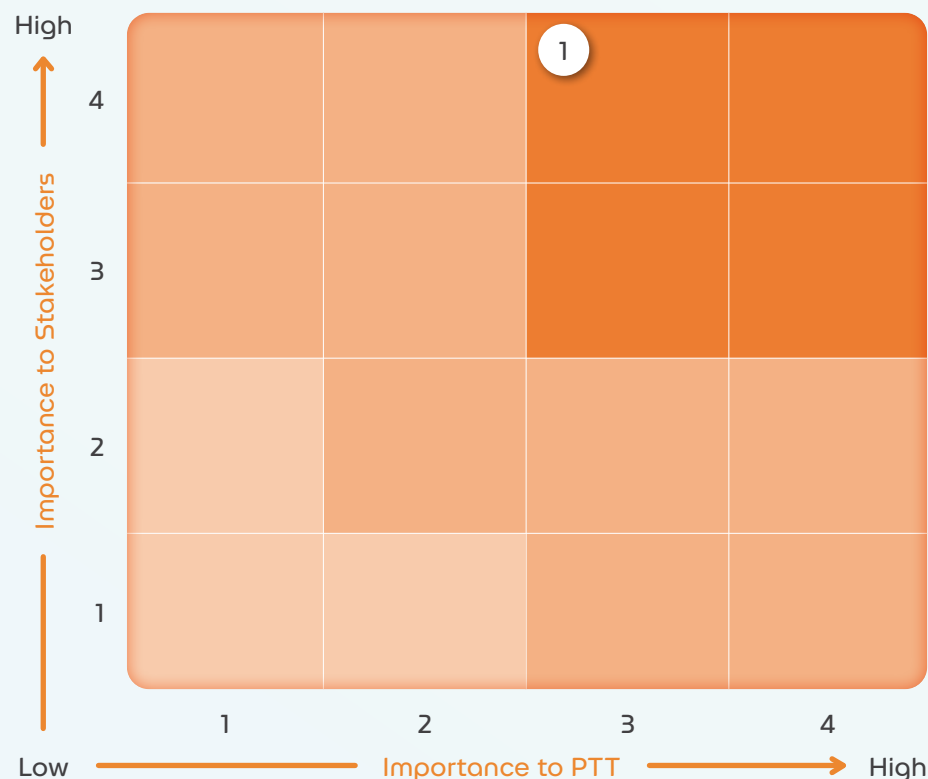


โดยรายละเอียดขั้นตอนและการวิเคราะห์ประกอบด้วย

1) การวิเคราะห์ในมุมมอง Bottom Up (ระดับสายงาน / หน่วยงาน)

สายงานต่าง ๆ ใน ปตท. ทั้ง 16 สายงาน ทำการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าการดำเนินงาน (Value Chain) เพื่อระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วนในทุกกระบวนการ จากนั้นรวบรวมและระบุประเด็น ความต้องการ ความคาดหวัง และข้อกังวลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม และนำมาจัดลำดับความสำคัญโดยใช้เครื่องมือ Importance to Stakeholders - Importance to PTT Matrix เพื่อวิเคราะห์ใน 2 มิติ ดังนี้

ความสำคัญของประเด็นที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Importance to Stakeholders)	
มิติที่ 1	วิเคราะห์โดยใช้หลักเกณฑ์เดียวกับการประเมินผลกระทบที่ประเด็นมีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Impact to Stakeholders) ซึ่งสะท้อนถึงผลกระทบเชิงบวกและลบที่องค์กรมีต่อสิทธิประโยชน์ ความเป็นอยู่ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงความเกี่ยวข้องกันประเด็นทางสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ซึ่งองค์กรมีหน้าที่ต้องดูแลและบริหารจัดการอย่างรับผิดชอบ



ปตท. นำผลการวิเคราะห์จากทั้งสองมิติมาระบุประเด็นที่มีความสำคัญสำหรับการบริหารจัดการ โดยประเด็นที่วิเคราะห์และตรงอยู่ใน สีส้มเข้ม หมายถึงประเด็นที่มีความสำคัญสูงสุดทั้งต่อองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประเด็นที่อยู่ในสีส้มกลางและอ่อน มีความสำคัญระดับปานกลาง และน้อยตามลำดับ การบริหารจัดการประเด็นต่าง ๆ จะพิจารณาจากระดับความสำคัญควบคู่กับความเหมาะสมและความสามารถในการจัดสรรทรัพยากรของแต่ละสายงาน

2) การวิเคราะห์ในมุมมอง Top Down (ระดับองค์กร)

การวิเคราะห์ในมุมมองระดับองค์กร ดำเนินการโดย บสญ. เพื่อประเมินความสำคัญของประเด็นองค์กรในระดับภาพใหญ่ โดยใช้เกณฑ์ 3 ด้านเป็นหลัก ได้แก่

1. ประเด็นองค์กรตรงกับความต้องการ / ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายกลุ่ม
2. ประเด็นองค์กรสอดคล้องกับนโยบายหลักของประเทศและเศรษฐกิจโลก
3. ประเด็นองค์กรตรงกับวิสัยทัศน์ ปตท.

จากการวิเคราะห์ทั้งในมุมมองระดับสายงาน (Bottom Up) และระดับองค์กร (Top Down) ปตท. ได้ระบุประเด็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความสำคัญระดับองค์กร ซึ่งควรให้ความสำคัญในการบริหารจัดการและติดตามผลอย่างใกล้ชิด จำนวน 4 ประเด็น ได้แก่

- 1) Climate Change
- 2) Hydrocarbon & Power
- 3) Non-Hydrocarbon & New Business
- 4) Brand & Trust

3.5 การสร้างคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3.5.1 หน่วยงานภาครัฐ

ความต้องการ/ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Brand & Trust

- สนับสนุนนโยบายรัฐ เพื่อรักษาความมั่นคงด้านพลังงานและบริหารความเสี่ยงจากธุรกิจ
- พัฒนาสังคม คุณภาพชีวิต สิ่งแวดล้อม

Climate Change

- สนับสนุนภาครัฐให้บรรลุเป้าหมาย Carbon Neutrality และเป็นผู้นำในการบริหารด้าน Climate Change ตาม พ.ร.บ. และกฎข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง
- ดำเนินกิจกรรมที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

Compliance/Transparency

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

Hydrocarbon & Power

- สนับสนุนข้อมูลและความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดหา LNG
- ร่วมมือเชิงธุรกิจในช่วงเปลี่ยนผ่านสู่การเปิดเสรี
- ร่วมกับ Shipper เพื่อให้เกิดความเข้าใจในแนวปฏิบัติที่ถูกต้อง

Non-Hydrocarbon & New Business

- ร่วมสร้างธุรกิจใหม่ ให้คำปรึกษาข้อมูลด้านพลังงานใหม่ แนวทางสร้างธุรกิจใหม่ รวมถึงกฎระเบียบที่ปฏิบัติได้

Safety Health & Environment

- ควบคุมมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัย สุขอนามัย และสิ่งแวดล้อม
- สร้างคุณค่าต่อสังคม โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ผลกระทบและความเป็นอยู่ของชุมชน

ตัวอย่างการดำเนินงานที่สำคัญ

Brand & Trust

- สนับสนุนนโยบายภาครัฐ โดยให้ข้อมูลด้านพลังงานที่ถูกต้อง รวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์
- สนับสนุนกิจกรรมกับภาครัฐ เช่น จัด site visit การดำเนินงานปตท.
- ศึกษาการร่วมทุนระหว่างรัฐวิสาหกิจ และการลงทุนในต่างประเทศ

Climate Change

- ปตท. เป็นประธานเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย ซึ่งเป็นเครือข่ายที่ผลักดันการลดก๊าซเรือนกระจกและจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายต่อภาครัฐ
- หารือและให้ข้อคิดเห็นต่อการร่างกฎหมาย Climate Change รวมถึงมีส่วนร่วมในโครงการมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์

Compliance/Transparency

- ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม และเปิดเผยข้อมูลอย่างครบถ้วน ถูกต้องและรวดเร็วตามกฎระเบียบ และนโยบายรัฐ
- ร่วมกับภาครัฐในการชี้แจงสนับสนุนข้อมูลด้านพลังงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการใหม่ รวมทั้งผลักดันและเพิ่มความรู้ในการออกนโยบายใหม่
- สนับสนุนการดำเนินกิจกรรมของหน่วยงานราชการ

Hydrocarbon & Power

- สร้างความเข้าใจ โดยให้ข้อมูลกับหน่วยงานกำกับดูแล

Non-Hydrocarbon & New Business

- ให้ข้อมูลและนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์กับภาครัฐ เพื่อสร้างความเข้าใจและร่วมกันกำหนดนโยบายที่สามารถปฏิบัติได้

Safety Health & Environment

- ศึกษา ประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และขออนุญาตก่อสร้างตามข้อกำหนด
- ดำเนินและตรวจสอบโครงการตามมาตรฐาน และมีผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

ช่องทางการมีส่วนร่วม กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

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

ตัวอย่างการดำเนินงานสำคัญ

1) ความร่วมมือกับภาครัฐในการดำเนินงาน เพื่อสนับสนุนเป้าหมาย Net Zero ของประเทศ

ในปี 2567 ปตท. ยังคงเดินหน้านโยบายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างจริงจัง โดยมุ่งมั่นสู่เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ภายในปี 2583 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ภายในปี 2593 ผ่านการดำเนินงานที่สอดคล้องกับบริบทของธุรกิจและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน



ภายใต้กรอบดังกล่าว ปตท. ได้ดำเนินงานที่สำคัญร่วมกับภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรม ได้แก่

- กำหนดเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ภายในปี 2593 พร้อมจัดทำแผนลงทุน 5 ปี (พ.ศ. 2567–2571) วงเงินรวม 1.094 ล้านล้านบาท เพื่อปรับพอร์ตธุรกิจสู่พลังงานสะอาด คาร์บอนต่ำ และเทคโนโลยีแห่งอนาคต โดยในปี 2567 ได้เริ่มลงทุนไปแล้วกว่า 2.8 แสนล้านบาท
- ยกระดับระบบการกำกับบัญชีและการรายงานก๊าซเรือนกระจกให้ครอบคลุมการปล่อยทางตรง (Scope 1) ทางอ้อม (Scope 2 และ Scope 3) และการดูดซับจากป่าไม้ พร้อมพัฒนาคู่มือรายงานตามมาตรฐานสากล และยื่นขอรับรอง Net Zero Pathway จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.)
- ลงทุนต่อเนื่องในธุรกิจพลังงานสะอาดและลดคาร์บอน ได้แก่ ก๊าซธรรมชาติและ LNG ในฐานะพลังงานสะอาดช่วงเปลี่ยนผ่าน, พลังงานหมุนเวียน (เพิ่มกำลังผลิตจาก 4.9 เป็น 9.9 กิกะวัตต์ในปี 2567), พลังงานไฮโดรเจน และการพัฒนาเทคโนโลยีการดักจับและใช้ประโยชน์จากคาร์บอน (CCU/CCS)
- ยุติการลงทุนในธุรกิจถ่านหินโดยสิ้นเชิง ตั้งแต่ปี 2566 สะท้อนความมุ่งมั่นในการลดการพึ่งพาพลังงานฟอสซิล และปรับตัวเข้าสู่ยุคพลังงานสะอาดอย่างจริงจัง

- พัฒนาโครงการ CCS ทั้ง Offshore และ Nearshore เพื่อกักเก็บคาร์บอนจากกระบวนการผลิต ร่วมกับภาครัฐ เช่น คณะกรรมการนโยบายการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแห่งชาติ โดยโครงการ Offshore อยู่ระหว่างเตรียมการตัดสินใจลงทุนขั้นสุดท้าย (FID) และโครงการ Nearshore ได้จัดทำรายงานเสนอภาครัฐในนามของกลุ่ม ปตท.
- นำเสนอโครงการ Eastern Thailand CCS Hub ต่อภาครัฐ และดำเนินการศึกษาเชิงลึกด้านเทคนิค เศรษฐศาสตร์ และรูปแบบธุรกิจ CCS เพื่อเป็นโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในอนาคต

- ส่งเสริมการใช้ไฮโดรเจนเป็นพลังงานสะอาดในประเทศ ผ่านการจัดตั้ง Hydrogen Thailand Association และเสนอ 9 โครงการนำร่องต่อภาครัฐ ซึ่งได้รับบรรจุในแผนปฏิบัติการด้านพลังงานของชาติ



- ร่วมจัดเวทีความรู้ระดับประเทศ เช่น TCAC และ Climate Action Leader Forum กับ อบก. และกรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (สส.) เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ สนับสนุนการบรรลุเป้าหมาย NDC ของประเทศไทย และสร้างภาคีความร่วมมือในระดับนโยบาย
- ดำรงตำแหน่งประธานเครือข่าย Thailand Climate Neutral Network (TCNN) ซึ่งมีสมาชิกกว่า 700 องค์กร จากทุกภาคส่วน เพื่อร่วมผลักดันสังคมไทยสู่ Carbon Neutrality อย่างมีส่วนร่วม
- ได้รับรางวัลองค์กรผู้นำด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก (CALO) ระดับทอง จากองค์การสหประชาชาติ (UNFCCC) ในปี 2567 ตอกย้ำบทบาทผู้นำภาคเอกชนด้าน Climate Change ของประเทศ
- ใช้กลไกราคาคาร์บอนภายใน (Internal Carbon Price) แบบ Shadow Price ที่ 20 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อตันคาร์บอนไดออกไซด์ เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนโครงการต่าง ๆ และสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทให้สอดคล้องกับเป้าหมาย Net Zero
- ส่งเสริมการปลูกป่าและเพิ่มพื้นที่สีเขียว ตั้งเป้าปลูกป่ามากและป่าชายเลนเพิ่มขึ้นอีก 1 ล้านไร่ภายในปี 2573 เพื่อดูดซับคาร์บอนโดยธรรมชาติ และจัดทะเบียนคาร์บอนเครดิตตามมาตรฐาน T-VER เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานภาครัฐด้าน Climate Finance



- สนับสนุนการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AI และ Remote Sensing เช่น การใช้ภาพถ่ายดาวเทียมในการวิเคราะห์ศักยภาพการดูดซับคาร์บอนของป่าไม้ เพิ่มความแม่นยำและประสิทธิภาพในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ



- ร่วมพัฒนามาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลด้าน Climate-related Disclosures ร่วมกับหน่วยงานกำกับดูแล เช่น TCFD และ IFRS S2 เพื่อยกระดับความโปร่งใสด้าน ESG ของประเทศ

การดำเนินงานของ ปตท. สะท้อนบทบาทความร่วมมือเชิงรุกกับภาครัฐในการขับเคลื่อนเป้าหมายด้าน Climate Change ของประเทศ โดยผสานศักยภาพภาคเอกชนเข้ากับทิศทางเชิงนโยบายอย่างเป็นรูปธรรม

คุณค่าที่เกิดขึ้น (Value Creation)

ประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ

- ได้รับข้อเสนอและโมเดลโครงการเชิงระบบ เช่น โครงการ Eastern Thailand CCS Hubโครงการนำร่อง Hydrogen 9 โครงการ ซึ่งสามารถนำไปประกอบการวางแผนนโยบายได้
- มีภาคเอกชนร่วมลงทุนและแบ่งเบาภาระการลงทุนของภาครัฐ เช่น ปตท. ลงทุนแล้วกว่า 280,000 ล้านบาท ในปี 2567 เพื่อสนับสนุน Net Zero ของประเทศ
- ขับเคลื่อนเป้าหมาย NDC และ LT-LEDS อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการลดคาร์บอนในอุตสาหกรรมหนัก ซึ่งเป็นภาคที่รัฐควบคุมยากหากได้รับความร่วมมือจากเอกชน
- มีเวทีและเครือข่ายที่ภาครัฐใช้เป็นแพลตฟอร์มผลักดันนโยบาย เช่น TCAC, Climate Action Leader Forum, TCNN ที่มีองค์กรสมาชิกกว่า 700 ราย

ประโยชน์ต่อ ปตท.

- ลดความเสี่ยงเชิงธุรกิจในอนาคต โดยเปลี่ยนผ่านสู่พอร์ตพลังงานสะอาด เช่น พลังงานหมุนเวียน (เป้าหมาย 9.9 GW), ไฮโดรเจน, LNG และยุติการลงทุนในถ่านหินโดยสิ้นเชิง ตั้งแต่ปี 2566
- ใช้ Internal Carbon Price (20 USD/ตัน CO₂) ประกอบการตัดสินใจลงทุน ซึ่งเป็นกลไกที่ช่วยให้ ปตท. ประเมินผลตอบแทนของโครงการได้ครบทุกมิติ
- ได้รับการยอมรับระดับสากล เช่น รางวัล CALO จาก UNFCCC ในปี 2567 สร้างความน่าเชื่อถือในหมู่นักลงทุนสถาบันและผู้ถือหุ้น
- ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในด้านนโยบายและการบูรณาการโครงสร้างพื้นฐาน
- สร้างคุณค่าทางสังคมและสิ่งแวดล้อม (Shared Value) เช่น โครงการปลูกป่า 1 ล้านไร่ ที่ช่วยดูดซับคาร์บอนและคืนพื้นที่สีเขียวให้ชุมชน พร้อมนำมาขึ้นทะเบียนเครดิต

ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ปตท. ได้รับการรับรองจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ให้เป็น “องค์กรผู้นำด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก” Climate Action Leading Organization (CALO) ในระดับ Gold ถึง 2 ปีซ้อน แสดงให้เห็นถึงวิสัยทัศน์และความมุ่งมั่นในการสร้างอนาคตสังคมไทยที่ยั่งยืนและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมุ่งสู่การบรรลุเป้าหมาย Net Zero Emissions ภายในปี 2593 ถือเป็นต้นแบบที่ยอดเยี่ยมสำหรับองค์กรอื่น ๆ ในประเทศไทย ซึ่งการดำเนินงานของ ปตท. จะมีส่วนสำคัญยิ่งในการร่วมผลักดันให้ประเทศไทยบรรลุเป้าหมาย Net Zero Emissions ตามที่ได้ประกาศเจตนารมณ์ไว้”

ดร.ณัฐริกา ภูมิกานิชพงศ์
รองผู้อำนวยการองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก
รักษาการผู้อำนวยการองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก
องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)



2) การสนับสนุนนโยบายภาครัฐ เพื่อสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ

พร้อมกับการสนับสนุนเศรษฐกิจระดับฐานรากของประเทศ ร่วมกับภาครัฐอย่างใกล้ชิด ด้วยการขยายมาตรการช่วยเหลือรถ NGV ให้กับกลุ่มรถแท็กซี่และรถโดยสารสาธารณะทั่วประเทศผ่านโครงการบัตรสิทธิประโยชน์ ด้วยการให้ส่วนลดราคา NGV สำหรับรถแท็กซี่ขนาดเล็ก (รถสองแถว และรถตู้โดยสาร) และรถขนาดใหญ่ (รถมินิบัสและรถบัสโดยสาร) ด้วยวงเงินซื้อก๊าซ NGV จำนวน 12,000 บาทต่อเดือนต่อคัน และ 10,000 บาทต่อเดือนต่อคัน และ 40,000 บาทต่อเดือนต่อคัน ตามลำดับ ตั้งแต่วันที่ 5 กรกฎาคม 2566 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2567 คิดเป็นมูลค่า 708 ล้านบาท

* หมายเหตุ: ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2567 ปรับเพิ่มวงเงินซื้อก๊าซ NGV สำหรับรถแท็กซี่ จากเดิม 10,000 บาท ต่อเดือนต่อคัน เป็น 12,000 บาทต่อเดือนต่อคัน



คุณค่าที่เกิดขึ้น (Value Creation)

ประโยชน์ต่อภาครัฐ

- สนับสนุนเป้าหมายเชิงนโยบายด้านพลังงาน และการขนส่งสาธารณะ ช่วยลดภาระค่าครองชีพของประชาชนผ่านต้นทุนเชื้อเพลิงที่ถูกลง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและผู้ประกอบอาชีพรับจ้างขับรถ
- ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก ช่วยเพิ่มรายได้สุทธิของผู้ประกอบการขนส่ง และกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจระดับชุมชน
- ลดแรงกดดันด้านสังคมในช่วงเศรษฐกิจผันผวน เป็นมาตรการร่วมรับมือคชอบต่อประชาชนในช่วงค่าครองชีพสูง

ประโยชน์ต่อปตท.

- เสริมภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Citizenship) สะท้อนบทบาทเชิงรุกของ ปตท. ในการสนับสนุนภาครัฐและดูแลสังคมในช่วงเปลี่ยนผ่านด้านพลังงาน
- รักษาสถานลูกค้าและเสริมความมั่นคงด้านการตลาดของ NGV การสนับสนุนส่วนลดช่วยให้ลูกค้ายังคงใช้ NGV อย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางต้นทุนที่ผันผวน

3) ปตท. และกลุ่ม ปตท. ร่วมมือกับภาครัฐ เพื่อความมั่นคงทางพลังงานของประเทศ

ปตท. พร้อมบริษัทในกลุ่มที่ ปตท. ถือหุ้น 100% มีแผนการลงทุนในธุรกิจหลักระยะ 5 ปี (พ.ศ.2567-2571) รวมวงเงินกว่า 89,203 ล้านบาท โดยมุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านพลังงานซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของความมั่นคงทางพลังงานของประเทศ โครงการลงทุนที่สำคัญประกอบด้วย

- การก่อสร้างโรงแยกก๊าซธรรมชาติหน่วยที่ 7 ซึ่งจะช่วยรองรับความต้องการใช้ก๊าซที่เพิ่มขึ้น และทดแทนโรงแยกก๊าซธรรมชาติหน่วยที่ 1 ที่ครบอายุการใช้งาน เพื่อให้ระบบการผลิตก๊าซมีความต่อเนื่องและเสถียรภาพ
- การพัฒนาโครงการท่อส่งก๊าซธรรมชาติสำคัญ อาทิ โครงการท่อส่งก๊าซบางปะกง-โรงไฟฟ้าพระนครใต้ และท่อส่งก๊าซชนบทเส้นที่ 5 ที่จะช่วยเสริมความมั่นคงและความยืดหยุ่นของระบบส่งพลังงานภายในประเทศ ลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนพลังงานในพื้นที่ต่าง ๆ
- การขยายและพัฒนาท่าเรือมาบตาพุดและแหลมฉบังในระยะที่ 3 เพื่อยกระดับประสิทธิภาพโลจิสติกส์ด้านพลังงานของประเทศ ช่วยสนับสนุนการขนส่งและการกระจายพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มศักยภาพในการรองรับการเติบโตของภาคพลังงานและเศรษฐกิจในภาพรวม

การดำเนินงานเหล่านี้เกิดขึ้นภายใต้ความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับภาครัฐ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงด้านพลังงานที่ยั่งยืนและตอบสนองเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ

คุณค่าที่เกิดขึ้น (Value Creation)

ประโยชน์ต่อภาครัฐ/ประเทศ

- เสริมสร้างความมั่นคงทางพลังงานของประเทศ ผ่านการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านพลังงานที่สำคัญ
- รองรับการเติบโตของความต้องการใช้พลังงาน ลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนในอนาคต
- ยกระดับระบบโลจิสติกส์พลังงานของประเทศ เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม
- สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาประเทศในระยะยาว ผ่านการบูรณาการกับภาครัฐอย่างใกล้ชิด

ประโยชน์ต่อ ปตท.

- เสริมบทบาทความเป็นผู้นำในธุรกิจพลังงานของประเทศ
- ยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานของเครือข่ายธุรกิจ เพิ่มความมั่นคงของระบบส่งและจัดการพลังงาน
- สร้างโอกาสทางธุรกิจในอนาคต รองรับการเติบโตของภาคพลังงานใหม่และการเปลี่ยนผ่านพลังงาน
- เสริมสร้างความสัมพันธ์กับภาครัฐ และเพิ่มความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

3.5.2 ผู้ลงทุน

ความต้องการ/ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Financial Performance

- เป็นบริษัทที่มีความมั่นคง ธรรมาภิบาล เปิดเผยข้อมูลโปร่งใส ปฏิบัติตามกฎหมาย
- สื่อความ แลกเปลี่ยนข้อมูล และช่วยแก้ปัญหา เพื่อร่วมกำหนดกลยุทธ์ลงทุน และพัฒนาศักยภาพในระยะยาว
- ลงทุนธุรกิจใหม่ โดยสร้างความแข็งแกร่งและคุณค่าต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และความเป็นอยู่ของประชาชน

ตัวอย่างการดำเนินงานที่สำคัญ

Financial Performance

- สื่อสารทิศทางกลยุทธ์ เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักลงทุนผ่านประชุมผู้ถือหุ้น
- เผยแพร่ข้อมูลไปยังผู้ถือหุ้น นักลงทุน นักวิเคราะห์ และผู้จัดการกองทุน ผ่าน Analyst Meeting และ Roadshow ทั้งในและต่างประเทศ

ช่องทางการมีส่วนร่วม กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- การเยี่ยมชมกิจการกลุ่ม ปตท.
- การประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี
- วันบริษัทจดทะเบียนพบผู้ลงทุน
- การประชุมออนไลน์
- การนำเสนอข้อมูลบริษัทกับนักลงทุนสถาบันต่างประเทศผ่านช่องทางออนไลน์

ตัวอย่างการดำเนินงานสำคัญ

ปตท. ยังคงมุ่งมั่นเป็นองค์กรที่สร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจระดับขีดความสามารถการแข่งขันของประเทศ พัฒนาสังคม และยกระดับคุณภาพชีวิต สร้างนวัตกรรมและนำเทคโนโลยี มาใช้ในทุกภาคส่วน รวมทั้งเป็นพลังขับเคลื่อนวิถีชีวิตผู้คน สังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม ให้ก้าวผ่านการเปลี่ยนแปลงภายใต้วิถีทัศน์ใหม่ เพื่อให้การลงทุนมั่นใจว่าปตท. จะเป็นบริษัทที่ให้ผลตอบแทนที่ดี มีความยั่งยืน เป็นองค์กรที่อยู่คู่สังคมไทยตลอดไป

กิจกรรมสำหรับผู้ถือหุ้นสามัญรายย่อย

ปตท. ให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้าใจและความผูกพัน ระหว่างองค์กรกับผู้ถือหุ้นรายย่อย ผ่านการจัดกิจกรรม เข้าเยี่ยมชมนกิจการ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ดำเนินมาอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2549 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้น ได้เรียนรู้การดำเนินงาน พบปะผู้บริหาร และมีส่วนร่วมในกิจกรรม เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ปฏิบัติงานของ ปตท.

หลังจากงดเว้นกิจกรรมระหว่างปี 2563-2565 จากสถานการณ์ การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในปี 2567 ปตท. ได้กลับมา จัดกิจกรรมเยี่ยมชมนกิจการอีกครั้ง โดยพาผู้ถือหุ้นเยี่ยมชม สถาบันวิทยสิริเมธี (VISTEC), โรงเรียนกำเนิดวิทย์ (KVIS) และศูนย์เรียนรู้ป่าวังจันทร์ อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดระยอง ระหว่างวันที่ 26-28 พฤศจิกายน 2567 โดยแบ่งผู้เข้าร่วม เป็น 3 รุ่น ๆ ละ 100 คน รวมทั้งสิ้น 300 คน

ปตท. ได้ดำเนินการเชิญผู้ถือหุ้นที่มีรายชื่อ ณ วัน Record Date (1 มีนาคม 2567) เพื่อแจ้งความประสงค์เข้าร่วมกิจกรรม โดยเปิดรับทั้งทางไปรษณียบัตรและ QR Code ซึ่งมีผู้ให้ความสนใจ เข้าร่วมถึง 3,964 คน จึงใช้วิธีการจับสลากโดยมีผู้บริหาร และคณะทำงานร่วมเป็นสักขีพยานในวันที่ 15 ตุลาคม 2567 พร้อมประกาศรายชื่อผู้ได้รับสิทธิ์ผ่านเว็บไซต์ของ ปตท. และแจ้งยืนยันสิทธิโดยเจ้าหน้าที่ผ่านโทรศัพท์และอีเมล ทั้งนี้ ปตท. ยังจัดให้มีแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจ และรับข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุงการจัดกิจกรรมในปีถัดไป

กิจกรรมสำหรับนักลงทุนสถาบัน และนักลงทุนทั่วไป

ปตท. ดำเนินการสื่อสารกับนักลงทุนสถาบันและนักลงทุนทั่วไป ผ่านหลากหลายช่องทาง ทั้งรูปแบบพบปะโดยตรง (physical) และการประชุมออนไลน์โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็นเครื่องมือ เสริมประสิทธิภาพในการสื่อสาร อาทิ ระบบถ่ายทอดสดการเผยแพร่ ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ และสื่อดิจิทัลต่าง ๆ เพื่อให้สามารถเข้าถึง ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันเหตุการณ์

แนวทางดังกล่าวช่วยส่งเสริมความเชื่อมั่น ความเข้าใจที่ดี และความผูกพันระยะยาวระหว่างนักลงทุนกับองค์กรอย่างต่อเนื่อง

กิจกรรมสำหรับผู้ถือหุ้น

ปตท. เริ่มออกและเสนอขายหุ้นกู้ตั้งแต่ปี 2546 โดยมีจำนวน ผู้ถือหุ้นกู้สกุลเงินบาทรวมทั้งสิ้น 16,667 ราย (ข้อมูลปี 2567) และได้จัดกิจกรรมสำหรับผู้ถือหุ้นอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2553 เพื่อรักษาความสัมพันธ์ และสร้างความเชื่อมั่นในความมั่นคง และแนวโน้มการเติบโตขององค์กร

ในปี 2567 ปตท. ได้จัดกิจกรรมสำหรับผู้ถือหุ้นในหลากหลาย รูปแบบ เพื่อตอบโจทย์ผู้ถือหุ้นในทุกช่วงวัย ทั้งกิจกรรมสัมมนา ในรูปแบบถ่ายทอดสด (Live Streaming) และการให้บริการ ข้อมูลข่าวสารผ่านโครงการ Happiness Magazine Paperless Project ที่มุ่งลดการใช้กระดาษ พร้อมทั้งสนับสนุนนโยบาย ของประเทศในการก้าวสู่สังคมคาร์บอนต่ำ

ผู้ถือหุ้นยังสามารถเข้าถึงเนื้อหาข่าวสาร และข้อมูลกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงระบบบริการผ่าน PTT Debenture LINE Official Account และ Mobile Application ซึ่ง ณ สิ้นปี 2567 มีผู้ลงทะเบียนใช้งานรวมกว่า 10,068 ราย

คุณค่าที่เกิดขึ้น (Value Creation)

ประโยชน์ต่อผู้ลงทุน

- การเข้าถึงข้อมูลและความโปร่งใส ผู้ลงทุนได้รับ ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับองค์กรอย่างต่อเนื่อง โปร่งใส และเท่าเทียม ช่วยในการตัดสินใจลงทุน อย่างมีประสิทธิภาพ
- ความมั่นใจในทิศทางและธรรมาภิบาลขององค์กร การสื่อสาร และพบปะผู้บริหารโดยตรงช่วยสร้างความเชื่อมั่นต่อการบริหารจัดการของ ปตท.
- การมีส่วนร่วมและรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมการเปิดโอกาส ให้ร่วมกิจกรรม เยี่ยมชมนกิจการ และสะท้อนข้อคิดเห็น ทำให้ผู้ลงทุนรู้สึกมีส่วนร่วมและใกล้ชิดกับองค์กรมากขึ้น

ประโยชน์ต่อ ปตท.

- สร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดี ปตท. สร้างความเชื่อมั่นในฐานะองค์กรที่มีธรรมาภิบาล โปร่งใส และดูแลผู้ลงทุนอย่างรอบด้าน
- รักษารฐานผู้ลงทุนระยะยาวการดูแลผู้ลงทุน อย่างต่อเนื่องช่วยเสริมความผูกพัน ลดความเสี่ยง ด้านความผันผวนของโครงสร้างทุน
- ได้รับข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) เพื่อพัฒนาองค์กร ข้อเสนอแนะจากกิจกรรมต่าง ๆ เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญ ในการพัฒนาแนวทางการสื่อสารและบริหารงานนักลงทุน ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- เสริมความพร้อมในการเติบโตอย่างยั่งยืน ผู้ลงทุนที่มั่นใจ ในองค์กร พร้อมสนับสนุนและร่วมเติบโตกับ ปตท. ในระยะยาว ทั้งในมุมเงินทุน ชื่อเสียง และการสนับสนุน แผนงานใหม่ ๆ

3.5.3 ลูกค้า

ความต้องการ/ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Brand & Trust

- สื่อสารข้อมูลที่สร้างความเข้าใจการดำเนินธุรกิจ และข้อมูลพลังงานอย่างถูกต้อง

Compliance/Transparency

- ดำเนินธุรกิจที่มีธรรมาภิบาล โปร่งใส อย่างยั่งยืน
- เปิดเผยข้อมูลโปร่งใส ครบถ้วน และตรวจสอบได้

Hydrocarbon & Power

- สนับสนุนข้อมูลและความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดหา LNG
- ร่วมมือเชิงธุรกิจในช่วงเปลี่ยนผ่านสู่การเปิดเสรี
- ร่วมกับ Shipper เพื่อให้เกิดความเข้าใจในแนวปฏิบัติ

Supplier & Customer Experience

- ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ราคาเหมาะสม ส่งมอบตามเวลา
- พัฒนาพลังงานแห่งอนาคต จัดหาพลังงานเพียงพอ ปรับปรุงระบบงานให้ทันสมัย

ตัวอย่างการดำเนินงานที่สำคัญ

Brand & Trust

- สื่อความและประสานงานให้ข้อมูลลูกค้า โดยส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดี ส่งก๊าซธรรมชาติที่ต่อเนื่อง และเพียงพอ
- ดำเนินการ CSR ร่วมกัน เพื่อกระชับความสัมพันธ์

Compliance/Transparency

- สนับสนุนด้านการลงทุนในงานวิศวกรรม เช่น ระบบ รับ-เก็บ-จ่าย มีความพร้อมใช้งานตลอดเวลา
- บริหารสัญญา และสื่อความ/ชี้แจงแนวทางการปฏิบัติ ตามนโยบายภาครัฐ

Hydrocarbon & Power

- ประชุมเพื่อสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจ TSO CODE
- ประสานงานเชิงรุกแลกเปลี่ยนข้อมูล และสนับสนุนการปฏิบัติงานเพื่อให้ลูกค้าใช้บริการกิจการขนส่งก๊าซธรรมชาติทางท่อถูกต้องและไม่ล่าช้า

Supplier & Customer Experience

- ส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ และมาตรฐาน ตามความต้องการลูกค้า
- เข้าพบลูกค้า โดยผู้บริหารและผู้จัดการเขตการขาย เพื่อรับความต้องการคาดหวัง และร่วมพัฒนาต่อยอดธุรกิจ
- รับฟังและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า รวมทั้ง แก้ไขและปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของลูกค้า จากผลสำรวจความพึงพอใจลูกค้า
- ให้ข้อมูลโปร่งใส ชัดเจน และมีแนวทางปฏิบัติที่เป็นธรรม รวมทั้งพัฒนาระบบ IT เพื่อสนับสนุนข้อมูลที่เป็นประโยชน์และตรงกับความต้องการของลูกค้า

ช่องทางการมีส่วนร่วม กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- การเข้าพบหรือประชุมกับลูกค้า เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของลูกค้าและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง
- การประชุมหรือสนทนากับลูกค้าผ่านระบบออนไลน์
- PTT NGV Station Application
- ช่องทาง 1365 Contact Center
- สื่อออนไลน์ เช่น
ไลน์: PTT Natural Gas
และ PTT NGR
เว็บไซต์: Customer Service Center

ตัวอย่างการดำเนินงานสำคัญ

ปตท. ให้ความสำคัญกับลูกค้าในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีบทบาททางธุรกิจที่ร่วมขับเคลื่อนองค์กรและเศรษฐกิจของประเทศ ผ่านการสร้างความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด การตอบสนองความต้องการอย่างรอบด้าน และการพัฒนานวัตกรรมบริการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินงานเชิงรุกในมิติต่าง ๆ เพื่อยกระดับประสบการณ์ลูกค้า เสริมสร้างความผูกพัน และสร้างการมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืน

การดูแลลูกค้าในกลุ่มต่าง ๆ

ปตท. ดำเนินธุรกิจครอบคลุมทั้งในประเทศและต่างประเทศ ครอบคลุมลูกค้าประเภท Business to Business (B2B) ได้แก่ ลูกค้าธุรกิจก๊าซธรรมชาติ ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ และธุรกิจโครงสร้างพื้นฐาน และกลุ่ม Business to Consumer (B2C) ได้แก่ ลูกค้าธุรกิจก๊าซธรรมชาติสำหรับยานยนต์ โดยมีผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ ก๊าซธรรมชาติ น้ำมันดิบ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม และผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์

ช่องทางการสื่อสารและรับฟังเสียงลูกค้า

ปตท. ใช้ช่องทางหลากหลายในการรับฟังความคิดเห็นและความคาดหวังของลูกค้า เช่น การเข้าพบลูกค้า การจัดสัมมนาแบบ Onsite และ Online การสำรวจความคิดเห็น และช่องทางออนไลน์ เช่น CSC Website, PTT NGR Website และเว็บไซต์ของธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ครอบคลุมสำนักงานตัวแทน 5 แห่งทั่วโลก

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบโจทย์ลูกค้า

- ประยุกต์ใช้ Robotic Process Automation (RPA) ในกระบวนการเรียกเก็บเงิน
- พัฒนา One Platform สำหรับ Data Sharing ร่วมกับ Flagship Companies เพื่อ Logistic Optimization
- พัฒนา Intelligence Trading Signal (ITS) เพื่อบริหารความเสี่ยงด้านราคาได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- เพิ่มช่องทางการติดต่อผ่าน LINE Official และเชื่อมโยงไปยัง CSC Website และ Application Voice
- ให้บริการคำปรึกษาแบบรับจ่ายก๊าซธรรมชาติอัด (CNG) และก๊าซธรรมชาติเหลว (LNG)

การสร้างความผูกพันและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

- จัดทำมาตรฐานการให้บริการและคู่มือ เช่น คู่มือสถานีบริการ คู่มือลูกค้าก๊าซธรรมชาติ คู่มือระบบท่อส่ง
- ปฏิบัติตามมาตรฐานของ กกพ. และรายงานผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ
- ประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้าเป็นประจำทุกปี พร้อมนำผลไปปรับปรุงบริการ

การให้บริการหลังการขายและกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์

- จัดสัมมนา ชี้แจงสถานการณ์ก๊าซฯ ให้บริการด้านเทคนิค รับฟังปัญหาและข้อร้องเรียนอย่างสม่ำเสมอ
- จัดทำ GASTALKTH.COM ห้องเรียนออนไลน์ที่เปิดกว้างสำหรับการเรียนรู้ด้านพลังงานและการบำรุงรักษา
- จัดกิจกรรมเพื่อสังคมร่วมกับลูกค้า เช่น การรีไซเคิลขวดพลาสติก การปลูกต้นไม้ในอุทยานแห่งชาติต่าง ๆ



การบริหารข้อร้องเรียนลูกค้าอย่างเป็นระบบ

- จัดกลุ่มข้อร้องเรียนตามระดับความรุนแรง และกำหนด Service Level Agreement สำหรับแต่ละประเภท
- ให้การตอบสนองเบื้องต้นภายใน 24 ชั่วโมง และติดตามผลการแก้ไข พร้อมสอบถามความพึงพอใจหลังการดำเนินการ

จากแนวทางการบริหารจัดการที่กล่าวมาข้างต้นปตท. ยังคงมุ่งมั่นในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการสร้าง ความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น และความผูกพันในระยะยาวกับลูกค้าทุกกลุ่ม เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร และประเทศ

คุณค่าที่เกิดขึ้น (Value Creation)

ประโยชน์ต่อลูกค้า

- ได้รับข้อมูลและบริการที่ตรงตามความต้องการ อย่างรวดเร็วและครบถ้วน
- เพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการต้นทุนและความเสี่ยง จากความผันผวนของราคาพลังงาน
- เข้าถึงนวัตกรรม ความรู้ และเทคโนโลยีที่ช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน
- ได้รับการดูแลต่อเนื่อง ทั้งด้านเทคนิค บริการหลังการขาย และช่องทางสื่อสารที่เข้าถึงง่าย

ประโยชน์ต่อ ปตท.

- สร้างความเชื่อมั่นและความภักดีของลูกค้า ส่งผลให้เกิดการใช้บริการอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
- เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการสร้างสรรค์ นวัตกรรมตามความต้องการของลูกค้า
- ได้รับข้อมูลสะท้อนกลับที่นำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุง ผลิตภัณฑ์/บริการได้ตรงจุด
- เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ใส่ใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และขับเคลื่อนด้วยความรับผิดชอบต่อ

3.5.4 สังคมชุมชน

ความต้องการ/ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Brand & Trust

- สื่อสารข้อมูลที่สร้างความเข้าใจการดำเนินธุรกิจ และข้อมูลพลังงานอย่างถูกต้อง
- สนับสนุนโครงการเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต เช่น พัฒนาทักษะชุมชน การศึกษา การจัดการพลังงานหมุนเวียน และการดูแล สุขภาวะผู้สูงอายุ

Climate Change

- สนับสนุนภาครัฐให้บรรลุเป้าหมาย Carbon Neutrality และเป็นผู้นำในการบริหารด้าน Climate Change ตาม พ.ร.บ. และกฎข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง
- ดำเนินกิจกรรมที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

Safety Health & Environment

- ควบคุมมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัย สุขอนามัย และสิ่งแวดล้อม
- ดูแลผลกระทบชุมชน จากกระบวนการก่อสร้าง หรือโครงการ ร่วมฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม
- ส่งเสริมความเท่าเทียมในการพัฒนาคุณภาพชีวิต แก่สังคม
- ช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติและลงพื้นที่

ตัวอย่างการดำเนินงานที่สำคัญ

Brand & Trust

- สนับสนุนชุมชนผ่านโครงการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริม คุณภาพชีวิตและพัฒนาสิ่งแวดล้อมในชุมชน ได้แก่
 - โครงการพัฒนาชุมชนเข้มแข็ง
 - โครงการพัฒนาสินค้าและศักยภาพชุมชน
 - สถาบันลูกโลกสีเขียว
 - การจัดการภัยพิบัติ
- บริหารประเด็นผ่านการติดตามข้อร้องเรียน และข้อสอบถามจากชุมชน

Climate Change

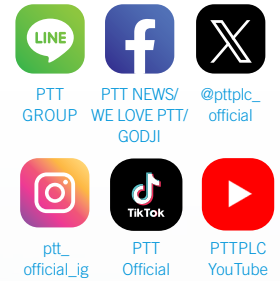
- ดูแลสิ่งแวดล้อมและพื้นที่สีเขียวและทางทะเล
- ปลูกและบำรุงรักษาป่า พร้อมส่งต่อองค์ความรู้ ในการลดการปล่อยคาร์บอน
- ร่วมโครงการมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์

Safety Health & Environment

- ลงพื้นที่สื่อความโครงการและแผนการก่อสร้าง ให้ชุมชนเข้าใจและมั่นใจมาตรการความปลอดภัย เตรียมความพร้อมรองรับกรณีเหตุฉุกเฉิน และรับฟังความคิดเห็นและข้อกังวล
- หาหรือผู้นำชุมชน เพื่อให้ข้อมูลและรายงานโครงการ ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและติดตาม ข้อร้องเรียน รับฟังความคิดเห็นและสร้างความมั่นใจ ให้ชุมชน

ช่องทางการมีส่วนร่วม กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- การเข้าพื้นที่ชุมชนเพื่อ สร้างความสัมพันธ์กับชุมชน
- เปิดเวทีรับฟังความคิดเห็นชุมชน ตามแผนงาน
- ช่องทาง 1365 Contact Center
- เว็บไซต์ ปตท. หรืออีเมล pttvoice@pttplc.com
- การร้องเรียนเรื่องการทุจริต ผ่านทางอีเมล grchelpdesk@pttplc.com หรือ pttvoice@pttplc.com
- สื่อออนไลน์ เช่น



แผนงานสำคัญ ปี 2567



สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพ
การศึกษาทางด้านวิทยาศาสตร์
และเทคโนโลยีระยะยาวผ่าน
โรงเรียนกำเนิดวิทย์ (KMS)
และสถาบันวิทยสิริเมธี (VISTEC)



ส่งเสริมทักษะความรู้ในการพัฒนา
มาตรฐานคุณภาพ สินค้าชุมชน
เพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชน
ได้อย่างยั่งยืน



พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้ด้อยโอกาส
และสร้างโอกาส ทางเศรษฐกิจผ่าน
การดำเนินงาน ของบริษัท สาขพลัง
วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด



พัฒนากระบวนการผลิต
และเพาะปลูกทางการเกษตร
อย่างยั่งยืนในโครงการชุมชน
เข้มแข็ง ควบคู่ไปกับการส่งเสริม
ทักษะช่างชุมชนในการบำรุงรักษา
อุปกรณ์ทางการเกษตร
และด้านพลังงานเพื่อชุมชน



อนุรักษ์และฟื้นฟู
ทรัพยากรธรรมชาติผ่านการปลูกป่า
พร้อมเผยแพร่องค์ความรู้
ของศูนย์เรียนรู้ระบบนิเวศป่า



ภาพรวมการดำเนินงาน

ปตท. มุ่งสร้างคุณค่าร่วมให้แก่สังคม ชุมชน และประเทศชาติ
โดยมีกลยุทธ์ในการดำเนินงานด้านกิจการเพื่อสังคม เพื่อยกระดับ
คุณภาพชีวิตของประชาชน สร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนา
สังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดี ผ่านแนวทางการดำเนินงานสำคัญ
ดังนี้

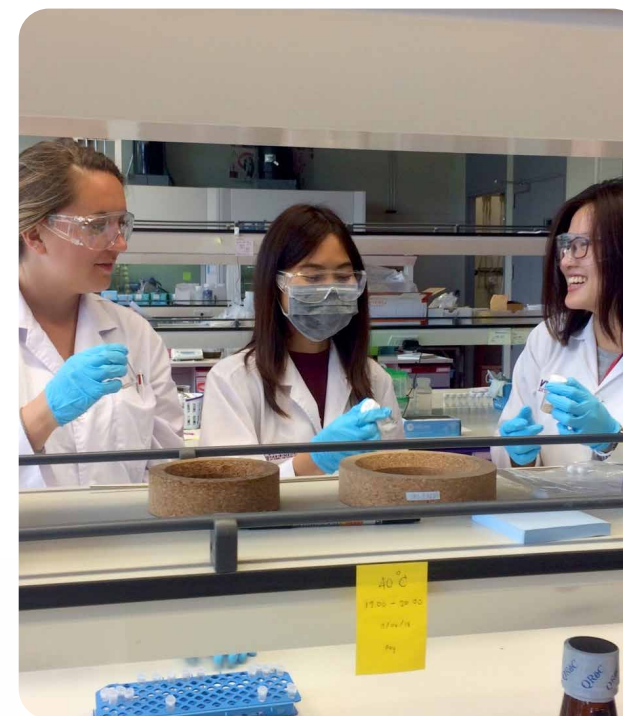
- นำความรู้ ความเชี่ยวชาญและศักยภาพในการบริหารจัดการ
ด้านพลังงาน เทคโนโลยีและนวัตกรรม ของกลุ่ม ปตท.
มาพัฒนาสังคมและชุมชน
- มุ่งเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมและการถ่ายทอดองค์ความรู้
เพื่อส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนแก่ชุมชนและสังคม
- เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจเพื่อสังคมและวิสาหกิจ
ชุมชน ให้สามารถดำเนินงานด้วยตนเองได้ อย่างยั่งยืนต่อไป

โดยมุ่งเน้นการดำเนินงานใน 2 ด้าน ได้แก่

- การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ชุมชนและสังคม มุ่งเน้น
การส่งเสริมการศึกษา ต่อยอดองค์ความรู้สู่การพัฒนาทักษะ
ชุมชน พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้ด้อยโอกาสและสร้างโอกาส
ทางเศรษฐกิจ สนับสนุนให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและสามารถ
พึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว
- การส่งเสริมการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ
และสิ่งแวดล้อม สนับสนุนการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากร
ธรรมชาติ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการสร้างการ
มีส่วนร่วมของชุมชนในการตระหนักรู้ถึงความสำคัญของ
ทรัพยากรและระบบนิเวศ พร้อมทั้งจัดให้มีแหล่งถ่ายทอด
และเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน

1) ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ชุมชน และสังคม

การพัฒนาศักยภาพการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์
และเทคโนโลยีระยะยาว ผ่านโรงเรียนกำเนิดวิทย์
(KVIS) และสถาบันวิทยสิริเมธี (VISTEC)



การดำเนินงาน

กลุ่ม ปตท. สนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาศักยภาพ
การศึกษาทางด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีระยะยาว
ผ่านโรงเรียนกำเนิดวิทย์ และสถาบันวิทยสิริเมธี ตั้งแต่เริ่ม
เปิดการเรียนการสอนในปี 2558 อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างรากฐาน
ในการขับเคลื่อนประเทศในอนาคตผ่านการพัฒนางานวิจัย
และสร้างบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีระดับโลก

คุณค่าที่เกิดขึ้น (Value Creation)

ประโยชน์ต่อสังคมชุมชน

- โรงเรียนกำเนิดวิทย์ มีนักเรียนสำเร็จการศึกษาในปี 2567
จำนวน 72 คน รวมทั้งหมด 7 รุ่น จำนวน 494 คน
ได้ไปศึกษาต่อด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีวิศวกรรมศาสตร์
และคณิตศาสตร์ (STEM) ร้อยละ 68 ด้านวิทยาศาสตร์ภาพ
ร้อยละ 31 ได้รับทุนศึกษาต่อด้าน STEM ทั้งในประเทศ
และต่างประเทศ เฉลี่ยร้อยละ 53 พร้อมกันนี้ ยังสามารถ
สร้างสรรค์ผลงานวิจัยได้รับรางวัลจากการแข่งขันในเวที
ระดับชาติและนานาชาติจำนวนมากอีกทั้งมีผลงาน
จดอนุสิทธิบัตร ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการชั้นนำ ได้รับเชิญ
ไปนำเสนอในเวทีระดับนานาชาติ นอกจากความสำเร็จ
ด้านวิชาการแล้ว นักเรียนกำเนิดวิทย์ยังได้เข้าร่วมกิจกรรม
จิตอาสาและกิจกรรมพัฒนาตนเองด้านอื่น ๆ หลากหลาย
นับเป็นความสำเร็จประจำรัชกาลที่ 10 สู่ความมุ่งมั่น
และความทุ่มเทในการมีส่วนร่วมสร้างอนาคตให้กับประเทศ
- สถาบันวิทยสิริเมธี มีผู้สำเร็จการศึกษาระดับดุษฎีบัณฑิต
และมหาบัณฑิต ประจำปี 2567 จำนวน 45 ราย
(รวมสะสม ทั้งหมด 169 คน)

ประโยชน์ต่อ ปตท.

- จำนวนผลงานวิจัยและนวัตกรรมจากสถาบันวิทยสิริเมธี
ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติสะสมรวม
1,790 ผลงาน
- จำนวนผู้สำเร็จการศึกษาจากสถาบันวิทยสิริเมธี
เข้าทำงาน ที่บริษัทในกลุ่ม ปตท. สะสมตั้งแต่ปี 2560
ทั้งสิ้น 43 คน และทำงานที่สถาบันวิทยสิริเมธี
และบริษัท วิลอัพ จำกัด (MISUP) จำนวน 40 คน

โครงการชุมชนเข้มแข็ง



การดำเนินงาน

ต่อยอดความสำเร็จของโครงการนวัตกรรมสร้างรอยยิ้มกลุ่ม ปตท. ในการเพิ่มศักยภาพความเข้มแข็งของชุมชน โดยเสริมทักษะด้านการเกษตร ด้วยแนวคิดการใช้งานนวัตกรรมและเทคโนโลยีในรูปแบบร่วมทุน ให้ชุมชนได้มีบทบาทความเป็นเจ้าของร่วมกัน เสริมแนวคิดความคุ้มค่าคุ้มทุน

ทางเศรษฐศาสตร์ และร่วมขับเคลื่อนห่วงโซ่อุปทานทางเศรษฐกิจโดยรวมของชุมชน (Community Value Chain) ผ่านโมเดลเศรษฐกิจ ยั่งยืน (Bio-Circular-Green Economy Model: BCG Model) ด้วยการเสริมศักยภาพด้านการเกษตรสมัยใหม่ ควบคู่การใช้ ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และพัฒนาทักษะช่างชุมชน ในการดูแลบำรุงรักษาอุปกรณ์ได้ด้วยตนเอง และสามารถ สร้างอาชีพได้ต่อไป

คุณค่าที่เกิดขึ้น (Value Creation)

ประโยชน์ต่อสังคมชุมชน

- พัฒนาชุมชนตามมิติความยั่งยืนใน 7 พื้นที่แม่ข่าย 143 ครุฑเรือน สามารถลดรายจ่ายเพิ่มรายได้ครัวเรือนร้อยละ 10 ทุกครัวเรือน พัฒนาช่างชุมชน 33 คน เพื่อให้ชุมชนสามารถติดตั้งและดูแล เทคโนโลยีชุมชนด้วยตนเอง

ประโยชน์ต่อ ปตท.

- สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรในการนำองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเสริมทักษะด้านการเกษตร และส่งเสริมศักยภาพของชุมชนและสังคม การควบคุมคุณภาพ และมาตรฐานสินค้าชุมชน ส่งผลให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเอง ได้อย่างยั่งยืน
- ยกระดับความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนเครือข่ายกว่า 7 พื้นที่แม่ข่าย 143 ครุฑเรือน
- สนับสนุน Social License to Operate ในพื้นที่ประกอบธุรกิจของ ปตท.

ด้านการพัฒนาสินค้าและศักยภาพชุมชน

โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการตลาด

การดำเนินงาน

ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าชุมชนตั้งแต่กระบวนการจัดการ สินค้าชุมชน เริ่มต้นจากการผลิต การใช้เทคโนโลยีหรือเทคนิค

การสร้างมูลค่าผลผลิต การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานสินค้าชุมชน ตลอดจนการสร้างหรือขยายช่องทางการตลาดสมัยใหม่ให้ชุมชน เพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชนหรือการสร้างรายได้จากทรัพยากรของชุมชนได้อย่างยั่งยืน

โครงการชุมชนยิ้มได้ โดยกลุ่ม ปตท.



การดำเนินงาน

สนับสนุนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาด โดยเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้และส่งเสริมโอกาสทางการตลาดของสินค้าชุมชนเครือข่าย สร้างรายได้ให้กับเครือข่ายชุมชน รวมถึงพัฒนาสินค้าร่วมกับคนรุ่นใหม่ในโครงการ Spark the Local 2024 by PTT ปันให้ถึงจุดพลังให้สินค้าชุมชน เพื่อเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้ใช้ศักยภาพและความคิดสร้างสรรค์ มาพัฒนา ต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าชุมชน

คุณค่าที่เกิดขึ้น (Value Creation)

ประโยชน์ต่อสังคมชุมชน

- พัฒนาความสามารถในการสร้างแบรนด์และยกระดับบรรจุภัณฑ์ให้แก่ 4 ชุมชน

ประโยชน์ต่อ ปตท.

- สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรในการยกระดับสินค้าชุมชน และพัฒนาศักยภาพชุมชน เพื่อให้การดำเนินธุรกิจชุมชนเข้มแข็งและยั่งยืน
- สนับสนุน Social License to Operate ในพื้นที่ประกอบธุรกิจของ ปตท.

ประโยชน์ต่อสังคมชุมชน

- สนับสนุนการจำหน่ายสินค้าชุมชน 1,595 KSU จาก 483 ชุมชน ทั่วประเทศ ในปี 2567 มีรายได้เพิ่มขึ้น 3.09 ล้านบาท
- เพิ่มโอกาสการขายด้วยรูปแบบและช่องทางการจำหน่าย เช่น อาหารพร้อมทาน Pop-up Store และชุมชนยิ้มได้ Fresh Market
- เปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ในชุมชนแสดงศักยภาพด้านการตลาดสินค้าชุมชนกว่า 360 ผลงาน

ประโยชน์ต่อ ปตท.

- สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรในการสร้างเครือข่ายใหม่ และเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้กับชุมชนในวงกว้าง
- สนับสนุน Social License to Operate ในพื้นที่ประกอบธุรกิจของ ปตท.

การสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพด้านกีฬา



การดำเนินงาน

กลุ่ม ปตท. จับมือกับสมาคมกีฬา สนับสนุนโครงการพัฒนากีฬา และนักกีฬาย่างครบวงจรในระยะยาว โดยให้การสนับสนุน 20 สมาคมกีฬาภายใต้การกำกับดูแลของการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) ต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 4 ปี (2567-2570) ด้วยงบประมาณรวมปีละ 200 ล้านบาท เพื่อสร้างโอกาสให้เยาวชนและผู้ด้อยโอกาส ในพื้นที่ทั่วประเทศได้ฝึกฝนทักษะด้านกีฬา และเข้าร่วมการแข่งขันมาตรฐานระดับสูงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญ ในการพัฒนาศักยภาพนักกีฬาไทย โดยในการแข่งขัน โอลิมปิก ครั้งที่ 33 ที่กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส สมาคมกีฬา ภายใต้ การสนับสนุนของกลุ่ม ปตท. สามารถสร้างผลงานโดดเด่น โดยคว้าเหรียญรางวัลได้ 2 สมาคม ได้แก่ สมาคมกีฬาเทควันโด แห่งประเทศไทย

(1 เหรียญทอง) และสมาคมกีฬามวยสากล แห่งประเทศไทย (1 เหรียญทองแดง) นอกจากนี้ ปตท. ร่วมกับสมาคมกีฬาทางน้ำ แห่งประเทศไทยจัดโครงการ “ว่ายน้ำเพื่อชีวิต” เพื่อสอนการว่ายน้ำ แก่เยาวชนในพื้นที่ห่างไกลทั่วประเทศ ช่วยลดอัตราการเสียชีวิต จากการจมน้ำและร่วมกับสมาคมกีฬาขี่ม้าแห่งประเทศไทย มอบอาหารและหญ้าแห้งยาและเวชภัณฑ์ และสนับสนุน การเคลื่อนย้ายพื้นที่ให้กับผู้ประสบภัยและสัตว์ที่ได้รับผลกระทบ จากอุทกภัย ในพื้นที่อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่

คุณค่าที่เกิดขึ้น (Value Creation)

ประโยชน์ต่อสังคมชุมชน

- ยกระดับศักยภาพการดำเนินงานกีฬาของประเทศ ในเชิงโครงสร้างผ่านการสนับสนุนสมาคมกีฬา ผ่านการพัฒนา บุคลากรและทักษะเยาวชนด้านกีฬา ต่อยอดสู่การเป็นนักกีฬา มืออาชีพระดับนานาชาติ สร้างชื่อเสียงในระดับประเทศ และระดับสากล ผ่านโครงการที่ดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

ประโยชน์ต่อ ปตท.

- สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ ปตท. ในการสนับสนุนวงการกีฬา ของประเทศไทย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากร กีฬาและนักกีฬาไทยในเวทีระดับนานาชาติ สร้างชื่อเสียง ให้ประเทศไทย

การให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติทางธรรมชาติ



การดำเนินงาน

กลุ่ม ปตท. ให้ความช่วยเหลือประชาชนที่ได้รับผลกระทบ จากสถานการณ์ภัยพิบัติในพื้นที่รอบสถานประกอบการและ พื้นที่อื่น ๆ ทั่วประเทศ โดยสนับสนุนงบประมาณ ทุ่มยังชีพ 49,200 ถุง น้ำดื่ม 107,576 ขวด และอุปกรณ์เฉพาะทางที่จำเป็น ในการบรรเทา ผลกระทบอื่นๆ เช่น ยารักษาโรค ผ้าห่ม ข้าวกล่อง เรือ มูลค่ากว่า 10 ล้านบาท นอกจากนี้ ยังส่งทีมปฏิบัติการ PTT Group SEALS ซึ่งเป็นบุคลากรที่ผ่านการอบรม และมีประสบการณ์ ในการให้ความช่วยเหลือลงพื้นที่ที่ยาก แก่การเข้าถึงและสนับสนุน ทีมปฏิบัติการของภาครัฐฯ อย่างต่อเนื่อง โดยได้นำเรือเข้าไป ส่งมอบถุงยังชีพ อพพพประชาชน ซ่อมแซมคันกันน้ำในพื้นที่ชุมชน และช่วยฟื้นฟูสภาพบ้านเรือน เพื่อให้ผู้ประสบภัยสามารถผ่านพ้น ช่วงวิกฤตและกลับมา ดำเนินชีวิตตามปกติได้โดยเร็ว

คุณค่าที่เกิดขึ้น (Value Creation)

ประโยชน์ต่อสังคมชุมชน

- ผู้ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ ที่ได้รับการสนับสนุนความช่วยเหลือจาก ปตท. ในปี 2567 กว่า 49,200 คน

ประโยชน์ต่อ ปตท.

- สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรในการช่วยเหลือสังคม ชุมชน และการดูแลความเป็นอยู่ของชุมชนในทุกสถานการณ์
- สร้างการมีส่วนร่วมของผู้บริหารและพนักงานในการบรรลุ ทุ่มยังชีพผ่านการดำเนินงานของชมรมพลังไทยใจอาสา
- กลุ่ม ปตท. และปฏิบัติการลงพื้นที่ด้วยทีมงาน ที่ได้รับการฝึกอบรมเฉพาะทางผ่านการดำเนินงาน ของทีมปฏิบัติการ PTT Group SEALS

ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้ด้อยโอกาส และสร้างโอกาสเพิ่มให้กลุ่มเปราะบาง

การดำเนินงาน

กลุ่ม ปตท. ประกอบด้วย ปตท. ปตท.สผ., GC, TOP, IRPC, GPSC และ OR ได้ร่วมกันจัดตั้งบริษัท สานพลัง วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ตั้งแต่ปี 2560 เพื่อทำหน้าที่ในการบริหารจัดการและประกอบกิจการ ขายสินค้าหรือบริการเพื่อสังคมของกลุ่ม ปตท. แบบรวมศูนย์ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งจะสามารถ ช่วยเหลือสนับสนุน สังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อมได้อย่างต่อเนื่อง และยั่งยืน โดย บริษัท สานพลังฯ ได้รับรางวัล ASEAN Business Awards 2024 ในปี 2567 สาร Sustainable Social Enterprise จัดโดย สภาที่ปรึกษาธุรกิจอาเซียน (ASEAN-BAC) เพื่อเชิดชู และ ยกย่ององค์กรที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานเพื่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการบริหารธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยเป็นบริษัทรายเดียวจากประเทศไทยที่ได้รับรางวัลในครั้งนี้ นอกจากนี้ ยังมีผลการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2557 ดังนี้

โครงการร้านกาแฟคาเฟ่เพื่อเมซอน เพื่อการสร้างโอกาส (Café Amazon for Chance)



การดำเนินงาน

เพื่อสร้างโอกาสการทำงานให้แก่กลุ่มผู้ที่ต้องการได้รับความช่วยเหลือเป็นพิเศษ เช่น กลุ่มผู้พิการทางการได้ยิน กลุ่มผู้บกพร่องทางการเรียนรู้ ฯลฯ ให้มีงานประจำที่มีรายได้แน่นอน รวมถึงได้สร้างศักยภาพให้กลุ่มดังกล่าวในด้านธุรกิจ

กาแฟ ปัจจุบันมีร้านกาแฟ caté Amazon for Chance 6 สาขา ที่เป็นต้นแบบและบริหารงานโดยบริษัท สานพลังฯ นอกจากนี้ ยังมีอีก 354 สาขา ที่บริหารงานโดยบริษัท OR

คุณค่าที่เกิดขึ้น (Value Creation)

ประโยชน์ต่อสังคมชุมชน

- สร้างงานประจำให้แก่กลุ่มผู้ด้อยโอกาสสะสมจำนวน 21 คน
- สร้างศักยภาพให้แก่กลุ่มผู้ด้อยโอกาส ผ่านการอบรม หลักสูตร บาริสต้าที่ศูนย์ฝึกอบรม Amazon Inspiring Campus (AICA) ของธุรกิจ Café Amazon (OR) และเข้าฝึกงาน ร้านกาแฟ Café Amazon for Chance
- สร้างความเข้าใจให้สังคมเพื่อเรียนรู้ที่จะอยู่กับ กลุ่มผู้ด้อยโอกาสผ่านการสื่อสารในร้าน Café Amazon for Chance

ประโยชน์ต่อ ปตท.

- สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรผ่านการส่งเสริมสังคม ชุมชน ด้านความเป็นอยู่ที่ดีของผู้ด้อยโอกาส

โครงการจัดหาเมล็ดกาแฟจากชุมชน (community coffee Sourcing)

การดำเนินงาน

ส่งเสริมการปลูกและผลิตกาแฟภายใต้ระบบอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพทักษะอาชีพ ด้านการปลูกและการผลิตกาแฟที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน รวมถึง ส่งเสริมการรวมกลุ่มที่เข้มแข็งของชุมชน เพื่อเพิ่มช่องทาง ที่แน่นอนในการจำหน่ายเมล็ดกาแฟให้แก่เกษตรกรในราคา ที่เป็นธรรม ปัจจุบันมีกลุ่มเกษตรกรจากในพื้นที่ตำบลห้วยชมภู อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พื้นที่ตำบลแม่สลองในอำเภอ แม่ฟ้าหลวงจังหวัดเชียงราย และพื้นที่ตำบลร่มเย็น อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา เข้าร่วมโครงการรวมพื้นที่ปลูกกาแฟประมาณ 4,585 ไร่ โดยในปี 2567 บริษัท สานพลังฯ รับซื้อเมล็ดกาแฟจาก เกษตรกร รวมทั้งสิ้นจำนวน 426 ตันกะลา

โครงการศูนย์รับเลี้ยงเด็กก่อนปฐมวัยของ ปตท.



การดำเนินงาน

จัดตั้งขึ้นเพื่อสร้างอาชีพและสร้างรายได้ที่มั่นคงให้แก่กลุ่มแม่บ้าน การรถไฟแห่งประเทศไทย ที่เป็นสตรีด้อยโอกาสและขาดโอกาส การเข้าถึงการศึกษา และเป็นศูนย์รับเลี้ยงเด็กก่อนปฐมวัยต้นแบบ ให้แก่ภาครัฐรวมถึงภาคเอกชนในการตอบสนองนโยบายภาครัฐ สำหรับการแก้ไขปัญหาค่าครองชีพสูงของผู้สูงอายุของประเทศไทย โดยเริ่มเปิด ดำเนินการแล้ว เมื่อวันที่ 1 กันยายน 2562 ในปี 2567 มีเด็กมาเข้ารับบริการ จำนวน 27 คน

คุณค่าที่เกิดขึ้น (Value Creation)

ประโยชน์ต่อสังคมชุมชน

- จำนวนผู้ได้รับผลประโยชน์รวมทั้งสิ้น 327 คน มีรายได้เพิ่มขึ้น
- จัดอบรมเรื่องกระบวนการแปรรูปเมล็ดกาแฟ แบบ Honey Process ให้แก่เกษตรกรในพื้นที่โครงการ เพื่อเพิ่มคุณภาพของเมล็ดกาแฟ

ประโยชน์ต่อ ปตท.

- สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรผ่านการช่วยเหลือสังคม ชุมชนด้านเศรษฐกิจ
- สามารถส่งมอบวัตถุดิบที่มีประสิทธิภาพให้แก่บริษัท OR ในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟ Cafe Amazon กว่า 300 ตันสาร ซึ่งเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ของบริษัทในด้านการจัดหาเมล็ดกาแฟ

ประโยชน์ต่อสังคมชุมชน

- สร้างงานประจำให้แก่แม่บ้านการรถไฟแห่งประเทศไทย จำนวน 3 ราย

ประโยชน์ต่อ ปตท.

- สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรผ่านการส่งเสริมสังคม ชุมชน ด้านความเป็นอยู่ที่ดีของผู้ด้อยโอกาส

2) ด้านการส่งเสริมการอนุรักษ์และฟื้นฟู ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

สถาบันปลูกป่าและระบบนิเวศ ปตท. การปลูกป่าใหม่
1 ล้านไร่ พร้อมการฟื้นฟู และดูแลรักษาพื้นที่ป่าเดิม



การดำเนินงาน

ปตท. จัดกิจกรรม “ปลูกป่า 7 หมื่น 2 พันไร่ เฉลิมพระเกียรติ
พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคล
6 รอบ 28 กรกฎาคม 2557” ภายใต้โครงการ “ปตท. จุดพลังชีวิต
พลิกผืนป่า” โดยเป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญขององค์กร ในการมุ่งไปสู่
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions)
ภายในปี 2593 เพื่อฟื้นฟูระบบนิเวศ แหล่งต้นน้ำ และส่งเสริม
ความหลากหลายทางชีวภาพครอบคลุม พื้นที่ป่าทั่วประเทศ
ในสังกัดของกรมป่าไม้ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช
และกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง

โดยมีเป้าหมายในการเพิ่มพื้นที่ปลูกป่าทั่วประเทศรวม 2 ล้านไร่
แบ่งเป็นการดำเนินการโดย ปตท. 1 ล้านไร่ และความร่วมมือ
บริษัทในกลุ่ม ปตท. อีก 1 ล้านไร่ รวมถึงนำแปลงปลูกในโครงการ
ขึ้นทะเบียนโครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตามมาตรฐาน
ของประเทศไทยหรือ T-VER ที่จะยกระดับการปลูกฟื้นฟูป่า
ให้มีมาตรฐานเป็นไปตามหลักวิชาการ

โดยปี 2567 ได้รับการอนุมัติพื้นที่ปลูกเพิ่ม จำนวน 62,695.3 ไร่
ใน 17 จังหวัด ตลอดจนส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น
ในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ ช่วยสร้างทุนทางสังคมและ
สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนคิดเป็นมูลค่าหลายล้านบาท
ต่อไป อีกทั้งยังได้ดำเนินการขอขึ้นทะเบียนการรับรองคาร์บอน
เครดิต (T-VER) แล้วทั้งสิ้น 8 โครงการ รวมพื้นที่ 84,792 ไร่
นอกจากนี้ ปตท. ยังคงดูแลรักษาแปลงปลูกป่า ปตท. ในโครงการ
ปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติฯ (ปี 2537-2545) ให้อยู่ใน
สภาพ สมบูรณ์ เพื่อพัฒนาให้เป็นศูนย์รวมและเผยแพร่องค์
ความรู้การปลูกและฟื้นฟูป่าของ ปตท. ส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน
ด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมด้วยการอนุรักษ์ทรัพยากร
ป่าไม้

คุณค่าที่เกิดขึ้น (Value Creation)

ประโยชน์ต่อสังคมชุมชน

- ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการปลูกและดูแลป่า
ช่วยสร้างรายได้ให้ชุมชน
- เพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพ และช่วยดูดซับคาร์บอน
ลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ประโยชน์ ต่อปตท.

- สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติเพื่อรักษาสมดุลของระบบนิเวศ
- สนับสนุนเป้าหมายการเป็นสังคมคาร์บอนต่ำของกลุ่ม ปตท.

ศูนย์เรียนรู้ระบบนิเวศป่า 4 แห่ง



การดำเนินงาน

ดำเนินงานโดยสถาบันปลูกป่าและระบบนิเวศ ปตท. ที่จัดตั้งขึ้น
เพื่อต่อยอดจากภารกิจในโครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติฯ
1 ล้านไร่ ตั้งแต่ปี 2537 โดยมุ่งเน้นการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่า
พร้อมสร้างองค์ความรู้และเผยแพร่ประสบการณ์การปลูกป่า
สู่สาธารณะ เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร
ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ยังมีการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้
ระบบนิเวศป่าทั้ง 4 แห่งที่เป็นแหล่งให้ความรู้และสร้างแรงบันดาลใจ
ให้กับประชาชนและชุมชนในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ
อย่างยั่งยืน ได้แก่

- 1) ศูนย์เรียนรู้ป่าในกรุง กรุงเทพมหานคร
- 2) ศูนย์ศึกษาเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลนสิรินาถราชินี
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- 3) ศูนย์เรียนรู้ป่าวังจันทร์ จังหวัดระยอง
- 4) ศูนย์เรียนรู้สวนเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว
80 พรรษา จังหวัดสมุทรปราการ

ในปี 2567 ศูนย์เรียนรู้ป่าวังจันทร์ และศูนย์เรียนรู้ระบบนิเวศ
ป่าชายเลนสิรินาถราชินี ได้รับประกาศเกียรติคุณในโครงการ
สนับสนุนกิจกรรมลดการเรือนกระจก (Low Emission
Support Scheme: LESS) ในการดำเนินการลด คัดแยก และจัดการ
ขยะอย่างเหมาะสม โดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก
(องค์การมหาชน) ด้วยความมุ่งมั่นในการส่งเสริมการจัดการ
สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ศูนย์ศึกษาเรียนรู้ระบบนิเวศ
ป่าชายเลนสิรินาถราชินี ยังได้รับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย
มาตรฐานกิจกรรมดูนกระดับดีเยี่ยม จากกระทรวงการท่องเที่ยว
และกีฬา และมาตรฐานการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับ 5 ดาว
ในโครงการ STAR (Sustainable Tourism Acceleration
Rating) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอีกด้วย

คุณค่าที่เกิดขึ้น (Value Creation)

ประโยชน์ต่อสังคมชุมชน

- ศูนย์เรียนรู้ระบบนิเวศป่าเป็นแหล่งรวบรวมและเผยแพร่
องค์ความรู้ด้านการปลูก ระบบนิเวศ การลดก๊าซเรือนกระจก
และการจัดการคาร์บอน รวมถึงการสร้างความรู้ความตระหนักรู้
ด้านสิ่งแวดล้อม ให้แก่สังคมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการมุ่งเน้น
สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนโดยรอบศูนย์ฯ และโรงเรียน
เครือข่าย เพื่อนำไปปรับใช้ในองค์การของตนเองมุ่งสู่
การพัฒนา เติบโตอย่างยั่งยืน
- ปี 2557 ผู้เข้าเยี่ยมชมทั้ง 4 ศูนย์ จำนวน 71,342 คน

ประโยชน์ ต่อปตท.

- เสริมสร้างความความเข้าใจและความร่วมมือ
ระหว่าง ปตท. ภาครัฐ และชุมชนในการอนุรักษ์และฟื้นฟู
สิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การมีส่วนร่วมในการรักษาพื้นที่สีเขียว ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร



การดำเนินงาน

ปตท. ร่วมกับมูลนิธิชัยพัฒนา ดำเนินโครงการ OUR Khung BangKachao เพื่อพัฒนาสิ่งแวดล้อมด้านสิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจชุมชน โดยในปี 2567 มีการดำเนินงาน ดังนี้

- งานพัฒนาศักยภาพเครือข่ายชุมชนต่อยอดเพื่อบริหารจัดการกลุ่มอย่างเป็นระบบ จากการดำเนินโครงการ พัฒนาศักยภาพเครือข่ายชุมชนฯ อย่างต่อเนื่อง ชุมชนสามารถบริหารจัดการกลุ่ม มีการทำงานอย่างมีส่วนร่วมเกิดกระบวนการทำงานระหว่างภาคีผู้เกี่ยวข้อง และบริหาร จัดการงบประมาณของกลุ่ม
- งานรักษาพื้นที่สีเขียวคังบางกะเจ้า พื้นที่สีเขียวในคังบางกะเจ้า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดย การติดตามวิเคราะห์ผลจากภาพถ่ายดาวเทียมและภาพถ่ายโดรนพบว่า ปี 2567 คังบางกะเจ้า มีพื้นที่สีเขียว จำนวนกว่า 6,045 ไร่” จากปี 2562 ที่มีอยู่จำนวน 4,705 ไร่ เพิ่มขึ้นร้อยละ 28
- งานพัฒนาปรับปรุงสวนเฉลิมพระเกียรติฯ 80 พรรษา ให้เป็นศูนย์ศึกษาด้านระบบนิเวศลุ่มน้ำเจ้าพระยาตอนล่าง คังบางกะเจ้า โดยดึงดูดเด่นอัตลักษณ์พื้นที่คังบางกะเจ้า มาสร้างเป็นพื้นที่เพื่อเป็นแหล่งถ่ายทอดองค์ความรู้ และตระหนักรู้ในด้านสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังเป็นพื้นที่จัดกิจกรรมสร้างการรับรู้และสร้างรายได้ให้ชุมชนคังบางกะเจ้า มีการเชื่อมโยงองค์ความรู้ของจุดเรียนรู้มาเผยแพร่ในสวนเฉลิมพระเกียรติฯ 80 พรรษา ซึ่งเป็นการรักษาและพัฒนาฐานทรัพยากรธรรมชาติในจุดเรียนรู้ต่อยอดสู่การสร้างประโยชน์ อื่น ๆ ให้กับชุมชน

คุณค่าที่เกิดขึ้น (Value Creation)

ประโยชน์ต่อสังคมชุมชน

- เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้นด้านการบริหารจัดการกลุ่มอย่างเป็นระบบ
- ชุมชนโดยรอบที่ได้รับประโยชน์ 305ครัวเรือน เกิดการกระจายรายได้ 2,223,955 บาท

ประโยชน์ ต่อปตท.

- สร้างความสัมพันธ์ที่ดีในการส่งเสริมการอนุรักษ์และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมร่วมกับภาครัฐ เอกชน และประชาชนที่ได้ร่วมกันดำเนินโครงการพัฒนาคังบางกะเจ้าสู่ความยั่งยืนแบบ Social Collaboration จำนวน 113 องค์กร

หมายเหตุ

- คณะทำงานฯ ร่วมกับ บริษัท All and Robotics Ventures (ARV) วิเคราะห์ข้อมูลภาพถ่ายดาวเทียม Sentinel-2 เปรียบเทียบ พื้นที่สีเขียว ตามหลักวิชาการเพิ่มเติมตรวจสอบจำนวนพื้นที่สีเขียวตามช่วงเวลา

สวนเปรมประชาวนารักษ์



การดำเนินงาน

เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 6 รอบ 28 กรกฎาคม 2567 ปตท. ได้ร่วมกับหน่วยราชการ ในพระองค์ พร้อมภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ ภาคเอกชน และประชาชน ในพื้นที่พัฒนาโครงการคลองเปรมประชากรให้มีความมั่นคง มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น รวมถึงพัฒนาพื้นที่ถนนกำแพงเพชร 6 ซึ่งเป็นแนวขนานคลองเปรมประชากร เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ด้วยการจัดสรรพื้นที่จำนวน 10 ไร่ ซึ่งจากเดิมเป็นพื้นที่รกร้าง วางแปล นำมาออกแบบจัดสร้างเป็นสวนสาธารณะภายใต้แนวคิด “สืบสานรักษาต่อยอดโดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมพระราชทานชื่อสวนแห่งนี้ว่า “เปรมประชาวนารักษ์” และเมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2567 ที่ผ่านมาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว พร้อมด้วยสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี เสด็จพระราชดำเนินไปทรงเปิดสวนเปรมประชาวนารักษ์ พร้อมกับทรงปลูกต้นประดู่ป่าจำนวน 1 ต้น ซึ่งเพาะเมล็ดจากต้นประดู่ป่าที่ทรงปลูกต้นที่ 100 ล้าน ณ แปลงปลูกป่า FPT 49 ในโครงการปลูกป่าถาวร เฉลิมพระเกียรติฯ 1 ล้านไร่ ของ ปตท. ณ อำเภอปองชัย จังหวัดนครราชสีมา และสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี ทรงปลูกต้นพิกุลจำนวน 1 ต้น เพื่อเป็นสิริมงคลเสริมส่งความร่มเย็นในพื้นที่ เพื่อเปิดให้เป็นพื้นที่สีเขียวกลางกรุงแห่งใหม่สำหรับให้ประชาชนทั่วไป ได้เข้าไปใช้ประโยชน์ และสัมผัสธรรมชาติ

คุณค่าที่เกิดขึ้น (Value Creation)

ประโยชน์ต่อสังคมชุมชน

- ประชาชนได้ใช้ประโยชน์และสัมผัสธรรมชาติจากพื้นที่สีเขียว แห่งนี้ พร้อมศึกษาโครงการพระราชดำริตามพระบรมราโชบายของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา แหล่งน้ำทั่วประเทศ

ประโยชน์ ต่อปตท.

- สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรในการมุ่งมั่นพัฒนาโครงการเพื่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม เพื่อร่วมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีของคนไทย

สถาบันลูกโลกสีเขียว



การดำเนินงาน

โครงการ “ลูกโลกสีเขียว” เริ่มต้นขึ้นในปี 2542 หลังจากที ปตท. ได้มีส่วนร่วมในโครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติฯ 1 ล้านไร่ ซึ่งการปลูกป่าให้ยั่งยืนนั้น ต้อง “ปลูกป่าในใจคน” ด้วย ดังนั้น “รางวัลลูกโลกสีเขียว” จึงถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อค้นหาบุคคล ชุมชน และเยาวชนที่มีผลงานโดดเด่นด้านการอนุรักษ์ป่าและสิ่งแวดล้อม โดยมีเป้าหมายเพื่อยกย่อง เชิดชู และส่งเสริมกำลังใจแก่ผู้ทำงานเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ต่อมา โครงการดังกล่าวได้ยกระดับเป็น “สถาบันลูกโลกสีเขียว” สานต่อภารกิจในการยกย่องเชิดชู “คนสีเขียว” และขยายบทบาทในการพัฒนาเครือข่ายวิจัยและจัดการองค์ความรู้จากผลงานรางวัลลูกโลกสีเขียว โดยมุ่งหวังให้เป็นต้นแบบของการอนุรักษ์ และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่ประสบความสำเร็จ สามารถนำไปประยุกต์ใช้และขยายผลในชุมชนอื่น ๆ เพื่อช่วยให้สามารถปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ในปี 2567 ได้มีการจัดพิธีมอบรางวัลลูกโลกสีเขียวครั้งที่ 22 ภายใต้แนวคิด “คนเล็กเปลี่ยนโลก” เพื่อยกย่องและส่งเสริมบุคคลและชุมชนที่มีผลงานดีเด่นในด้านการอนุรักษ์อย่างต่อเนื่อง โดยมีผลงานได้รับรางวัล 38 ผลงาน จาก 5 ประเภท ได้แก่ (1) ชุมชน (2) บุคคล (3) กลุ่มเยาวชน (4) ลิขปณท์ เกตุทัต รางวัลแห่งความยั่งยืน และ (5) งานเขียน จากการดำเนินงานมอบรางวัลลูกโลกสีเขียว ครั้งที่ 1 - 22 มีผลงานที่ได้รับรางวัลไปแล้ว รวม 842 ผลงาน มีเครือข่ายลูกโลกสีเขียวทั่วประเทศกว่า 4,035 คน ซึ่งนอกจากการมอบรางวัล ยังมีการขยายผลและเผยแพร่ความรู้สู่สาธารณะผ่านเวทีเสวนา “ชุมชนต้นแบบกับการจัดการทรัพยากรสู่ความยั่งยืน” ซึ่งเป็นเวทีสำหรับการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การจัดการทรัพยากรธรรมชาติในรูปแบบต่าง ๆ จากผลงานรางวัลลูกโลกสีเขียวครั้งที่ 22 มุ่งเน้นการแบ่งปันแนวทางการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืนจากชุมชนต้นแบบไปสู่ชุมชนอื่น ๆ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและนำไปปรับใช้ในพื้นที่ของตนเอง โดยหวังให้เกิดการขยายเครือข่ายของชุมชนที่มีความเข้มแข็ง และส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับประเทศ

คุณค่าที่เกิดขึ้น (Value Creation)

ประโยชน์ต่อสังคมชุมชน

- สร้างขวัญกำลังใจให้แก่เครือข่ายผู้ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ
- ต่อยอดองค์ความรู้ด้านการอนุรักษ์ ป่าพันธุ์แล ทรัพยากรธรรมชาติจากชุมชนสู่ชุมชน และเชื่อมโยงเครือข่ายการดำเนินงานในระดับประเทศ

ประโยชน์ ต่อปตท.

- สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรผ่านการส่งเสริมเครือข่าย การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั่วประเทศ
- สนับสนุนเป้าหมายการเป็นสังคมคาร์บอนต่ำของกลุ่ม ปตท.

การอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ผ่านเครือข่ายหญ้าแฝก



การดำเนินงาน

ในปี 2567 จัดพิธีมอบรางวัลการประกวดการพัฒนาและรณรงค์ การใช้หญ้าแฝกอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ครั้งที่ 13 โดยมี ผู้ได้รับรางวัล 32 ผลงาน จาก 2 ประเภท ได้แก่ประเภท ส่งเสริม การปลูกและขยายผล 22 รางวัล และประเภทส่งเสริม หัตถกรรม ผลิตภัณฑ์จากใบหญ้าแฝก 10 รางวัล โดยรางวัลการประกวด หญ้าแฝกฯ ตั้งแต่ปี 2549-2567 มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 522 ผลงาน มีเครือข่ายอนุรักษ์แฝกจำนวน 2,798 คน นอกจากการมอบรางวัล ยังส่งเสริมให้มีการขยายผลความรู้และประยุกต์ใช้หญ้าแฝก เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ดินและน้ำ และเพื่อการใช้ประโยชน์ จากใบหญ้าแฝกให้แก่ชุมชนที่สนใจ ในปี 2567 ได้มีการบูรณาการ องค์ความรู้ระหว่างเครือข่ายรางวัลลูกโลกสีเขียวและเครือข่าย หญ้าแฝก จำนวน 1 พื้นที่ คือ พื้นที่ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนตำบลป่าแฝก (ศูนย์เรียนรู้บ้านจำก้อง) จังหวัดสุโขทัย จากการดำเนินงานที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันมีการขยายผลเพิ่มพื้นที่ การปลูกหญ้าแฝกไปแล้ว 3,850 ไร่

คุณค่าที่เกิดขึ้น (Value Creation)

ประโยชน์ต่อสังคมชุมชน

- สร้างขวัญกำลังใจให้แก่เครือข่ายผู้ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ
- ต่อยอดองค์ความรู้ด้านการอนุรักษ์ ป่าพันธุ์แล ทรัพยากรธรรมชาติ และเชื่อมโยงเครือข่ายการดำเนินงาน ในระดับประเทศ

ประโยชน์ ต่อปตท.

- สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรผ่านการสร้างเครือข่าย คนรักษ์แฝกและมีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง
- สนับสนุนเป้าหมายการเป็นสังคมคาร์บอนต่ำของกลุ่ม ปตท.

3.5.5 คู่ค้าและคู่ความร่วมมือ

ความต้องการ/ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Brand & Trust

- สื่อสารข้อมูลที่สร้างความเข้าใจการดำเนินธุรกิจ และข้อมูลพลังงานอย่างถูกต้อง
- พัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจร่วมกันในระยะยาว ทันทต่อการเปลี่ยนแปลง และส่งเสริมโอกาสจ้างงาน SME

Compliance/Transparency

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

Non-Hydrocarbon & New Business

- ร่วมสร้างธุรกิจใหม่ และให้คำปรึกษา / ข้อมูลที่ถูกต้อง เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจใหม่
- ให้ข้อมูลด้านพลังงานใหม่ข้อคิดเห็นทางธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างธุรกิจใหม่ รวมถึงกฎระเบียบที่ปฏิบัติได้

Supplier & Customer Experience

- ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ผ่านเทคโนโลยีที่สะดวก และคล่องตัว

Safety Health and Environment

- มีมาตรฐานความปลอดภัยในทุกพื้นที่ปฏิบัติงาน ของ ปตท.

ตัวอย่างการดำเนินงานที่สำคัญ

Brand & Trust

- เข้าพบ ประชุม สื่อสารให้ข้อมูล / แนวทางปฏิบัติ ตามนโยบายภาครัฐที่ต้องรวดเร็ว
- รับฟังความเห็นจากคู่ค้า
- จัด Workshop เพื่อหาข้อตกลงทำงาน ร่วมกัน และจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์

Compliance/Transparency

- ประชุมชี้แจงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับคู่ค้า
- พัฒนาและใช้ระบบ e-Procurement และ PTT Vendor Management (PTTVM) เพื่อให้การจัดซื้อจัดจ้างมีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และสามารถติดตามสถานะได้แบบเรียลไทม์
- เปิดเผยข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างผ่านเว็บไซต์ PTT Procurement เพื่อการเข้าถึงข้อมูลอย่างเท่าเทียม
- มีการประเมินความเสี่ยงและคัดเลือกคู่ค้า ตามหลักเกณฑ์ที่เป็นธรรมและชัดเจน โดยรวมถึง การตรวจสอบด้าน ESG และการปฏิบัติตามกฎหมาย

Non-Hydrocarbon & New Business

- ประชุมกับคู่ค้า เพื่อหาแนวทางพัฒนาและ เพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ โครงการความร่วมมือ ทางการค้า
- ติดตามหาโอกาสความร่วมมือและผลประโยชน์ร่วมกัน

Supplier & Customer Experience

- แนะนำ ช่วยเหลือ ติดตามแก้ปัญหา รับข้อร้องเรียน สื่อสารผ่านหลากหลายช่องทาง
- พัฒนาความร่วมมือในรูปแบบสัญญา จัดตั้งคณะทำงาน ประชุมติดตามผล

Safety Health and Environment

- จัดอบรมก่อนเริ่มงานทุกโครงการ เพื่อสร้างความเข้าใจในนโยบาย ความเสี่ยง มาตรการควบคุม และพฤติกรรมความปลอดภัย

ช่องทางการมีส่วนร่วม กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- งานสัมมนาผู้ค้าประจำปี
- ช่องทางการสื่อสารกับผู้ค้า เช่น เว็บไซต์การจัดซื้อจัดจ้าง และอีเมล เป็นต้น
- ระบบการจัดซื้อจัดจ้างแบบออนไลน์ของ ปตท. ได้แก่
 - ระบบการซื้อขายแบบออนไลน์ของ ปตท.
 - ระบบการยื่นขอเสนอราคาออนไลน์ของ ปตท.
 - ระบบการตอบแบบประเมินด้าน ESG Self-Assessment สำหรับผู้ค้า ปตท. และ กลุ่ม ปตท.

ตัวอย่างการดำเนินงานสำคัญ

คู่ค้าและคู่ความร่วมมือเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญที่ร่วมขับเคลื่อนธุรกิจของ ปตท. อย่างใกล้ชิด ดังนั้น ปตท. ให้ความสำคัญกับการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ค้าอย่างเสมอภาค บนพื้นฐานของการแข่งขันที่เป็นธรรม การเคารพสิทธิซึ่งกันและกัน รวมทั้งการสร้างความร่วมมือที่เข้มแข็งและยั่งยืน โดยดำเนินงานภายใต้กรอบการปฏิบัติตามสัญญาและกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่มีมาตรฐานโปร่งใส เพื่อควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการและลดต้นทุนการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ปตท. มุ่งเน้นการเติบโตอย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับการกำกับดูแลกิจการเพื่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมตามปณิธานองค์กร โดยได้จัดทำกระบวนการบริหารความเสี่ยงและลดผลกระทบด้าน ESG (สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล) ในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนหลัก 6 ด้าน ดังนี้

1. นโยบายและทิศทางการดำเนินงานที่ชัดเจน

ปตท. ได้กำหนดนโยบายการจัดหาและบริหารงานผู้ค้าอย่างยั่งยืน โดยประกาศใช้แนวทางปฏิบัติอย่างยั่งยืนของผู้ค้า (PTT Suppliers Sustainable Code of Conduct: SSCoC) ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2555 และปรับปรุงล่าสุดเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2565 เพื่อสร้างความตระหนักในเรื่องจริยธรรมทางธุรกิจ สิทธิมนุษยชน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย รวมถึงการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของผู้ค้า ซึ่งประกอบด้วย 4 ประเด็นหลัก ได้แก่

- จริยธรรมทางธุรกิจ
- ความรับผิดชอบต่อสังคม
- ความปลอดภัย
- การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

2. การพัฒนากระบวนการจัดหา และบริหารงานผู้ค้าให้ยั่งยืน

ปตท. ประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้าน ESG ของผู้ค้าในกลุ่มสินค้าและบริการ โดยแบ่งผู้ค้าออกเป็น 3 ระดับตามผลกระทบ ได้แก่ กลุ่ม Critical / Strategic, Key และ Manage / Routine

- ผู้ค้ากลุ่ม Critical / Strategic จะได้รับการบริหารจัดการอย่างเข้มข้น ต้องลงนามรับทราบแนวทาง SSCoC และเข้าร่วมการประเมินการปฏิบัติอย่างยั่งยืน (Sustainability Performance Assessment) หากคะแนนไม่ถึงเกณฑ์จะต้องจัดทำแผนปรับปรุงตามกรอบเวลา (ESG Corrective Action Plan)
- ในปี 2567 คณะทำงานของ ปตท. ร่วมกับหน่วยงานภายนอกได้ตรวจประเมินผู้ค้ากลุ่ม Critical จำนวน 7 บริษัท ผลคะแนนโดยรวมผ่านเกณฑ์ตามมาตรฐาน
- มีการจัดอบรมพัฒนาศักยภาพผู้ค้าหลักที่เกี่ยวข้องกับ ESG อย่างต่อเนื่อง และมีการประเมินตนเองเพื่อวางแผนพัฒนาให้สอดคล้องกับนโยบาย ปตท.

นอกจากนี้ ปตท. มีนโยบายจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (PTT Green Procurement) โดยปี 2567 มีงานจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จำนวน 33 งาน มูลค่ารวม 449 ล้านบาท ซึ่งข้อมูลนี้ถูกรายงานผ่านระบบ PTT Vendor Management เพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการจัดซื้อจัดจ้างอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ปตท. ได้นำมาตรฐาน ISO 20400-2017 มาประยุกต์ใช้กับกระบวนการจัดหาสินค้าและบริการในกลุ่มบริษัท จำนวน 3 กลุ่มงานจัดหาร่วม และมีแผนขยายการใช้มาตรฐานนี้ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มงานภายใน 5 ปี

3. การพัฒนาศักยภาพและความรู้ของบุคลากร และผู้เกี่ยวข้อง

ปตท. ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความรู้และทักษะในการจัดหาและบริหารงานผู้ค้าอย่างยั่งยืน โดยจัดอบรมและเสริมสร้างองค์ความรู้ (Knowledge Management) สำหรับผู้บริหารและพนักงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- มีการอบรมหลักสูตรจัดซื้อจัดจ้างมาตรฐานที่รับรองโดยหน่วยงานรัฐ
- เชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานตรวจการแผ่นดิน และสำนักงานอัยการสูงสุด มาบรรยายให้ความรู้และข้อแนะนำ
- จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ในการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืนตามมาตรฐาน ISO 20400:2017
- พัฒนาผู้ตรวจประเมินศักยภาพด้าน ESG ของผู้ค้า (PTT Group ESG Auditor) เพื่อประเมินและส่งเสริมการพัฒนาผู้ค้าอย่างยั่งยืน
- นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในระบบจัดซื้อจัดจ้าง (Digital Procurement) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความโปร่งใส

ในปี 2567 ปตท. ได้จัดงานสัมมนาผู้ค้าเป็นประจำจำนวน 5 ครั้ง ณ สำนักงานใหญ่ 2 ครั้ง โรงแยกก๊าซธรรมชาติระยะของ 1 ครั้ง สายงานระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติ 1 ครั้ง และสายงานก๊าซธรรมชาติสำหรับยานยนต์ 1 ครั้ง โดยมีการสื่อสารทิศทางธุรกิจที่มุ่งสู่เป้าหมาย Net Zero ภายในปี 2593 พร้อมแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืน กำกับดูแลกิจการที่ดี และการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง

4. การส่งเสริมความโปร่งใสและธรรมาภิบาล ในการจัดซื้อจัดจ้าง

เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความโปร่งใส ปตท. ได้ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงาน ป.ป.ช. และสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) ลงนามบันทึกข้อตกลงร่วมกันในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติด้านการป้องกันและปราบปรามการทุจริต

- ปตท. เปิดเผยแพร่ข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างผ่านเว็บไซต์ www.pttpic.com เป็นรายเดือน ตามมาตรฐานพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540
- ได้รับคะแนน 100% ในการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสประจำปี 2567
- ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 โดยมีการจัดทำและเผยแพร่แผนการจัดซื้อจัดจ้างประจำปีล่วงหน้า ผ่าน 3 ช่องทางหลัก ได้แก่
 1. ระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง (www.gprocurement.go.th)
 2. เว็บไซต์ของ ปตท. (<https://procurement.pttpic.com>)
 3. สถานที่ประกาศของ ปตท. สำนักงานใหญ่ ทั้งแบบปิดประกาศและอิเล็กทรอนิกส์ (Digital Signage Kiosk)
- มีคณะกรรมการกำกับดูแลตรวจสอบการจัดซื้อจัดจ้าง (คตจ.) ที่ประกอบด้วยผู้บริหารจากหน่วยงานจัดหา กฎหมาย และตรวจสอบภายใน เพื่อกำกับดูแลให้เป็นไปตามกฎหมายและมาตรฐาน
- มีการตรวจสอบและสุ่มตรวจงานจัดซื้อจัดจ้างทั้งกระบวนการและจัดทำแนวทางแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อป้องกันการเกิดซ้ำ

5. การพัฒนาระบบและช่องทางการจัดซื้อจัดจ้าง ที่เท่าเทียมและคล่องตัว

ปตท. ได้พัฒนาระบบ PTT Bid Submission เพื่อเพิ่มช่องทางและโอกาสให้ผู้ค้าสามารถขอรับเอกสารจัดซื้อจัดจ้างและยื่นข้อเสนอราคาผ่านออนไลน์ ลดภาระค่าใช้จ่ายและเวลาในการเดินทาง พร้อมทั้งลดการใช้ทรัพยากรในการดำเนินงาน

นอกจากนี้ยังมีการอำนวยความสะดวกในขั้นตอนการลงทะเบียนใช้งานระบบ PTT Vendor Management (PTTVM) โดยสามารถนำเข้าสู่ข้อมูลและเอกสารนิติบุคคลผ่าน Web Service ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า และเพิ่มการแสดงผลการประเมินผู้ค้าหลังส่งมอบงานทุกงวด เพื่อความโปร่งใสและสอดคล้องกับนโยบายกำกับดูแลกิจการที่ดี

6. การดูแลความมั่นคงปลอดภัยในการทำงาน

ปตท. ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านความมั่นคง ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม (QSHE) อย่างเป็นระบบและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล โดยกำหนดนโยบาย เป้าหมาย ตัวชี้วัด และระบบติดตามผลเพื่อป้องกันอุบัติเหตุและผลกระทบต่อผู้ปฏิบัติงานทั้งภายในองค์กรและผู้รับเหมา

การดำเนินงานครอบคลุมการเสริมสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัย การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้รับเหมา การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับความปลอดภัย ตลอดจนการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความร่วมมือในระยะยาว



ระบบบริหารจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม ในโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย: ผู้รับเหมา

ปตท. ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมของผู้รับเหมาในโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ เช่นระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติ และโรงแยกก๊าซธรรมชาติ โดยเน้นให้ผู้รับเหมาต้องปฏิบัติตามมาตรฐานสากล และข้อกำหนดในรายงานการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) ที่ได้รับความเห็นชอบอย่างเป็นทางการ

ปตท. ดำเนินการกำกับ ติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้รับเหมาอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในด้าน

- การปฏิบัติตามมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม
- อัตราการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงาน (LTA)
- อัตราการบาดเจ็บรวมจากการทำงาน (TRIR)

ผู้รับเหมาจะได้รับการฝึกอบรมให้มีความรู้และเข้าใจมาตรฐานความปลอดภัย พร้อมร่วมกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมความปลอดภัย และมีระบบรายงานเหตุการณ์หรือเกือบเกิดเหตุ (Near Miss) เพื่อป้องกันอุบัติเหตุในอนาคต

การสื่อสารและสร้างความเข้าใจ เรื่องความปลอดภัย

ปตท. ผลิตสื่อวีดิทัศน์และแผ่นพับ “กฎความปลอดภัยขั้นพื้นฐานของ ปตท.” (PTT Life Saving Rules) พร้อมทบทวนขั้นตอนการทำงาน เพื่อให้พนักงานและผู้รับเหมาเข้าใจและปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง

การบริหารความปลอดภัย ในการใช้รถยนต์ และ การขนส่งผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม

ปตท. มุ่งมั่นยกระดับการบริหารความปลอดภัยในการใช้รถยนต์และการขนส่งให้มีประสิทธิภาพ และมุ่งสู่เป้าหมายควบคุมการเกิดอุบัติเหตุขั้นร้ายแรงให้เป็นศูนย์ ดังนี้

การใช้รถยนต์ส่วนกลางของ ปตท.

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง: ผู้บริหาร พนักงาน และผู้รับเหมา ได้แก่ พนักงานขับรถ

- พัฒนาระบบ Defensive Driving Auto-Assessment System (DAS) สำหรับประเมินพฤติกรรมการขับขี่จริงบนถนนแบบอัตโนมัติ ตามหลักการขับขี่เชิงป้องกัน (Defensive Driving)
- เริ่มทดลองในพื้นที่สถานีเพิ่มความดันก๊าซธรรมชาติราชบุรี (RCS) และขยายไปยังพื้นที่ปฏิบัติการอื่น ๆ รวม 9 แห่ง ในปี 2567
- ระบบช่วยเพิ่มความแม่นยำในการประเมิน ทดแทนการใช้มนุษย์ประเมิน โดยแสดงผลและคำแนะนำรายบุคคล เพื่อพัฒนาทักษะการขับขี่ให้ปลอดภัยขึ้น
- พัฒนาหลักสูตรอบรมขับขี่รถจักรยานยนต์สำหรับพนักงานและผู้รับเหมาเพื่อสร้างจิตสำนึกและลดอุบัติเหตุ โดยเริ่มอบรมกลุ่มผู้ขับบิ๊กไบค์ในโรงแยกก๊าซธรรมชาติ ระยะของ จำนวน 50 คนในปี 2567 และจะขยายผลต่อในปี 2568

การขนส่งผลิตภัณฑ์ทางถนน

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง: บริษัทรับเหมาขนส่ง

- ร่วมกับคณะทำงานความปลอดภัยการขนส่ง กลุ่ม ปตท. (PTT Group Transportation Safety Taskforce) จัดกิจกรรมรณรงค์ส่งเสริม และสร้างจิตสำนึก วัฒนธรรมด้านความปลอดภัยในการขนส่ง รวมทั้งการสนับสนุนนโยบายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ให้แก่บริษัทรับเหมาขนส่งทางถนน ใน 2 กิจกรรม ดังนี้
 - กิจกรรม Risk in Road Safety การสำรวจและประเมินจุดเสี่ยงเส้นทางบนถนน มุ่งเน้นการสร้างจิตสำนึกเรื่องความปลอดภัย โดยกระตุ้นให้พนักงานขับรถขนส่งผลิตภัณฑ์เป็นผู้ค้นหาและรายงานจุดเสี่ยงพบบนท้องถนนระหว่างการขนส่งผลิตภัณฑ์มายัง ปตท. เพื่อพิจารณาคัดเลือกนำไปกำหนดมาตรการแก้ไขป้องกัน หรือลดความเสี่ยง รวบรวมเป็นฐานข้อมูลและสื่อความในกลุ่มบริษัทรับเหมาขนส่ง โดยในปี 2567 มีผู้เข้าร่วมโครงการจำนวน 532 คน และมีการรายงานจุดเสี่ยงเข้ามาทั้งหมด 1,163 จุดเสี่ยง
 - กิจกรรม Eco Driving การลดการใช้เชื้อเพลิงของการขนส่งทางถนน มุ่งเน้นกระตุ้นให้บริษัทรับเหมาขนส่งผลิตภัณฑ์ทางถนนขับขี่อย่างมีประสิทธิภาพ ลดการใช้พลังงานเชื้อเพลิงโดยไม่จำเป็น นำไปสู่การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิ ซึ่งในปี 2567 ที่ผ่านมา สามารถลดการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงลงได้ 1.4 ล้านลิตรต่อปี หรือเทียบเท่าได้กับการลดการปล่อย ก๊าซเรือนกระจกสุทธิได้ 4.8 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- ร่วมกับสมาคมธุรกิจสภาพแวดล้อมอุตสาหกรรมน้ำมัน และสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย (ปภ.) จัดอบรมความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมและฝึกซ้อมแผนการจัดการเหตุฉุกเฉินในจังหวัดจันทบุรีและสุรินทร์

การขนส่งผลิตภัณฑ์ทางราง

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง: การรถไฟแห่งประเทศไทย

- การขนส่งผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมเหลว ถังบรรจุและการขนส่งก๊าซปิโตรเลียมเหลวทางรถไฟ รวมถึงการดับเพลิงขั้นต้นให้แก่พนักงานของการรถไฟแห่งประเทศไทย เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับคุณสมบัติและการจัดการเหตุฉุกเฉินเบื้องต้น
- ร่วมกับการรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) และหน่วยงานราชการเทศบาลบางละมุง จังหวัดชลบุรี จัดการฝึกซ้อมแผนการจัดการเหตุฉุกเฉินและภาวะวิกฤตด้านการขนส่งผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมเหลวทางราง จากกรณีเหตุรถไฟขนส่งก๊าซปิโตรเลียมเหลวตกราง ณ สถานีรถไฟบางละมุง จังหวัดชลบุรี เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจในการปฏิบัติที่ถูกต้องเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินให้แก่พนักงาน ผู้รับเหมา และหน่วยงานราชการ อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความมั่นใจให้แก่ชุมชนและหน่วยงานในพื้นที่ เกี่ยวกับการจัดการและตอบสนองต่อเหตุฉุกเฉิน โดยการซ้อมแผนดังกล่าวมีการประเมินประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และรับข้อเสนอแนะจากผู้เกี่ยวข้องเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงการจัดการตอบสนองต่อเหตุฉุกเฉินให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

การขนส่งผลิตภัณฑ์ทางน้ำ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง: บริษัทรับเหมาขนส่งทางเรือ

- ร่วมกับกลุ่ม ปตท. ประกอบด้วย PTTEP, GC, IRPC, TOP, OR PTT LNG PTT TANK ยกระดับมาตรฐานและการดำเนินงาน ด้านความปลอดภัย โดยริเริ่มดำเนินโครงการ PTT Group Marine Safety Award เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายอุบัติเหตุการขนส่ง ผลิตภัณฑ์ทางน้ำเป็นศูนย์ โดยกำหนดเกณฑ์การประเมินผล 3 ด้านหลัก ได้แก่ Maintain คือ การพัฒนาและรักษา การดำเนินงานด้านความปลอดภัยในการขนส่งผลิตภัณฑ์ทางเรือ Collaboration คือ ความร่วมมือในการดำเนินงาน และ Promotion คือ การยกระดับการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัย (Safety Culture)

การร่วมมือกับพันธมิตรและเครือข่ายต่าง ๆ

โครงการความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนด้านความปลอดภัยทางถนน

ปตท. ร่วมกับภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรมการขนส่งทางบก แขวงทางหลวงบริษัทกลางประกันภัย สาธารณสุขจังหวัด และบริษัทในกลุ่ม ปตท. จัดตั้งโครงการ “ขับดี มีสุข” ในพื้นที่จังหวัดระยอง เพื่อส่งเสริมจิตสำนึกและความตระหนักในการขับขี่อย่างปลอดภัยทั้งต่อตัวผู้ขับขี่ ผู้ใช้ทาง และชุมชน

ในปี 2567 ได้จัดกิจกรรมสำคัญ ดังนี้

- กิจกรรม “นักเรียนรุ่นใหม่ใส่ใจใบขับขี่” ร่วมกับกรมการขนส่งทางบก และบริษัทเป็นพาร์ทเนอร์ เซฟตี้ แอนด์ เอ็นไวรอนเมนทอล เซอร์วิส จำกัด อบรมเทคนิคการขับขี่รถจักรยานยนต์อย่างปลอดภัย พร้อมช่วยดำเนินการขอใบอนุญาตขับขี่ให้แก่ นักเรียน 2 โรงเรียน ในจังหวัดระยอง โดยมีนักเรียนผ่านการอบรมและได้รับใบขับขี่จำนวน 306 คน
- กิจกรรมประกวดคลิปวิดีโอ “ขับดี มีสุข” ร่วมกับภาคีเครือข่าย เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนและประชาชนในจังหวัดระยองมีส่วนร่วมสร้างสรรค์แนวคิดและจิตสำนึกด้านความปลอดภัยในการใช้ยานพาหนะ ภายใต้หัวข้อ “ขับดี มีสุข ถนนปลอดภัย ถ้าเราช่วยกัน” โดยปี 2567 มีทีมเข้าร่วมประกวด 47 ทีม จาก 11 สถาบันการศึกษา ในจังหวัดระยอง ทั้งระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา อนุปริญญา และปริญญาตรี ผลงานชนะเลิศจำนวน 5 ชิ้นได้นำไปใช้ประชาสัมพันธ์รณรงค์ลดอุบัติเหตุทางถนนผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของโครงการ



เครือข่ายด้านความมั่นคงปลอดภัย

ในปี 2567 ปตท. ร่วมกับสำนักงานสภาความมั่นคงแห่งชาติ สำนักงานข่าวกรองแห่งชาติ กองบัญชาการตำรวจสันติบาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และการรถไฟฟ้ามหานครแห่งประเทศไทย เป็นเจ้าภาพจัด การประชุมวิชาการ การบริหารจัดการวิกฤตด้านความมั่นคงปลอดภัย ประจำปี 2567 (CI-SEC 2024) ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี เพื่อสร้างเครือข่ายและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ประสานการดำเนินงานด้านความมั่นคงปลอดภัยอย่างบูรณาการ ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานวิจัยพัฒนา นวัตกรรม เทคโนโลยี และสถาบันการศึกษา โดยมีผู้เข้าร่วม จากกลุ่ม ปตท. รัฐวิสาหกิจ องค์กรระหว่างประเทศ และ หน่วยงานความมั่นคงในระดับยุทธศาสตร์และข่าวกรอง

ในช่วงปี 2566-2567 ที่เกิดเหตุความไม่สงบในหลายพื้นที่ของ ปตท. บริษัทจึงได้ริเริ่มสร้าง เครือข่ายการข่าวด้านความมั่นคง ภายในกลุ่ม ปตท. เพื่อเป็นช่องทางแลกเปลี่ยนข้อมูลกับ หน่วยงานความมั่นคงและประสานความร่วมมือด้านข่าวกรอง ในการจัดทำแนวทางปฏิบัติร่วมกันเพื่อป้องกันและรับมือ เหตุการณ์ก่อความไม่สงบ

นอกจากนี้ ปตท. ยังตระหนักถึงภัยคุกคามใหม่จากการพัฒนา เทคโนโลยียานยนต์ไร้คนขับ จึงร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญจาก ภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน จัดทำแนวทางการจัดการ ภัยคุกคามจากยานยนต์ไร้คนขับในกลุ่ม ปตท. เพื่อให้มั่นใจ ว่าสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงและภัยคุกคามเหล่านี้ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คุณค่าที่เกิดขึ้น (Value Creation)

ประโยชน์ต่อลูกค้าและผู้ร่วมมือ

- ได้รับความเชื่อมั่นและความเป็นธรรมในการแข่งขัน รวมถึงกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใสและเท่าเทียม
- มีโอกาสพัฒนาและยกระดับศักยภาพผ่านนโยบายความยั่งยืน การประเมิน ESG และการอบรมที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง
- ใช้ระบบจัดซื้อจัดจ้างที่ทันสมัยและสะดวก เช่น ระบบออนไลน์ ช่วยลดต้นทุนเวลาและค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมธุรกิจ
- ได้รับความรู้ความเข้าใจในกฎหมาย จริยธรรม และการจัดการ สิ่งแวดล้อม ผ่านการอบรมและสัมมนาอย่างสม่ำเสมอ
- ส่งเสริมความปลอดภัยและวัฒนธรรมความปลอดภัย ในงานก่อสร้างและขนส่ง ลดอุบัติเหตุ และเสริมสร้างความมั่นใจในการทำงานร่วมกัน

ประโยชน์ต่อ ปตท.

- ลดความเสี่ยงและเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุม คุณภาพสินค้าและบริการ รวมถึงลดต้นทุนการดำเนินงาน ผ่านการบริหารผู้ค้าอย่างยั่งยืน
- เสริมสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจจาก ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก ด้วยการปฏิบัติตามกฎหมายและเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส
- พัฒนาศักยภาพบุคลากรและใช้เทคโนโลยีเพิ่มประสิทธิภาพ กระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง เพิ่มความคล่องตัวและความแม่นยำของการดำเนินงาน
- ลดอุบัติเหตุและรักษาภาพลักษณ์องค์กรด้วยการบริหาร ความปลอดภัยในโครงการและการขนส่งอย่างเข้มงวด
- สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านความมั่นคงและนวัตกรรม เพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการวิกฤตและรองรับ ภัยคุกคามใหม่ ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

3.5.6 กรรมการและพนักงาน

ความต้องการ/ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Brand & Trust

- สนับสนุนการกำกับกับการดำเนินงานตามกฎหมาย เพื่อสร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นในการดำเนินงาน
- สื่อสารข้อมูลที่สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการ ดำเนินธุรกิจ และ ข้อมูลพลังงานอย่างถูกต้อง และรวดเร็ว

Organization & Employee

- สร้างความรู้เรื่องการดำเนินธุรกิจ ปตท. และ กลุ่ม ปตท.
- สร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินงาน
- เตรียมความพร้อมของบุคลากรเพื่อรองรับ การขยายและการแข่งขันธุรกิจ
- มีธรรมาภิบาล โปร่งใส เปิดเผยข้อมูล และปฏิบัติตามกฎหมาย
- ดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและชุมชนรอบข้าง

ตัวอย่างการดำเนินงานที่สำคัญ

Brand & Trust

- ประสานงานกับหน่วยธุรกิจอย่างใกล้ชิด เพื่อความเข้าใจประเด็นที่เกี่ยวข้อง และต้องการผลักดัน รวมถึงแนวทางการทำงานร่วมกัน
- ส่งเสริมสนับสนุนให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรม CSR เพื่อสร้างจิตสำนึกในการช่วยเหลือสังคม

Organization & Employee

- จัดกิจกรรมให้กับคณะกรรมการ ปตท. เพื่อเข้าใจการ ดำเนินธุรกิจ กลุ่ม ปตท. ผ่านกิจกรรมเยี่ยมชมธุรกิจ และบรรยายความรู้เรื่องธุรกิจ
- จัดทำแผนอบรมเพื่อพัฒนาพนักงานให้ทันต่อ การดำเนินงานขององค์กร

ช่องทางการมีส่วนร่วม กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- การประชุมคณะกรรมการกิจการ สัมพันธ์รายเดือน
- การทำกิจกรรมเพื่อสังคมร่วมกัน ระหว่างผู้บริหารและพนักงาน
- การประชุมสายงาน
- การประชุมคณะกรรมการบริษัท

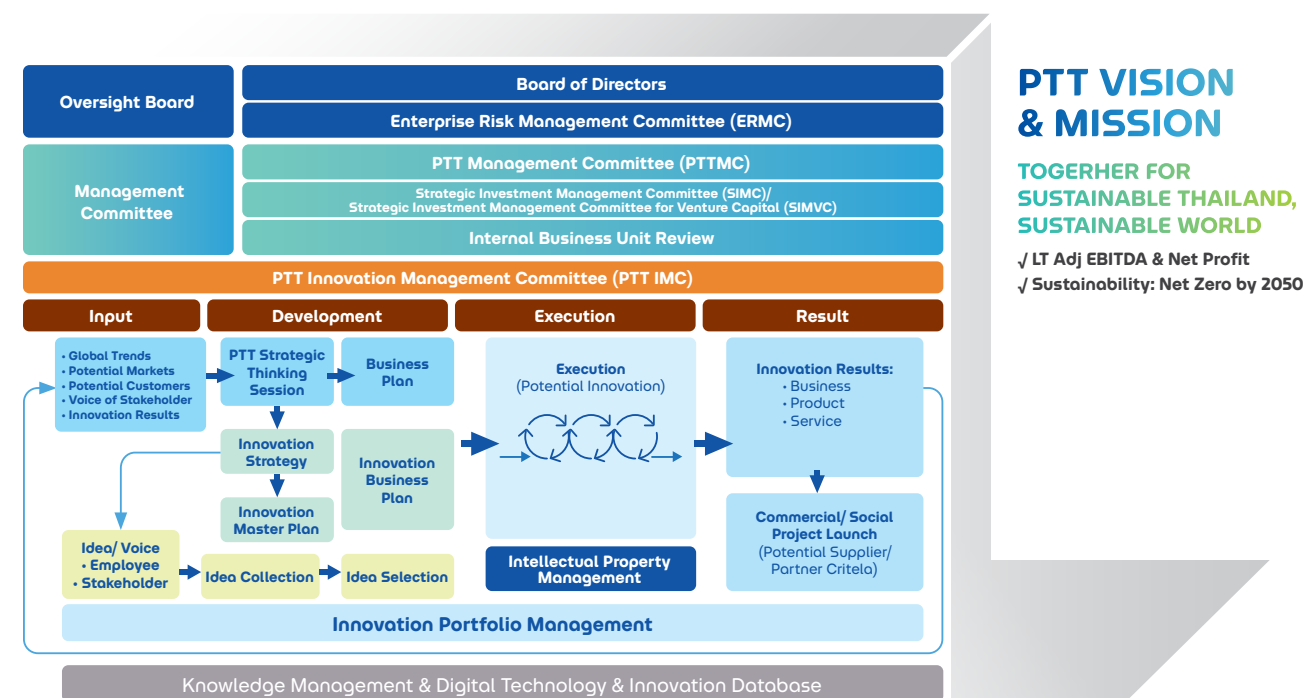
ตัวอย่างการดำเนินงานสำคัญ

หนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญด้านการจัดการนวัตกรรมองค์กรของ ปตท. คือ “การพัฒนาคณะ (Nurturing People)” โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างความรู้ ความสามารถ และทัศนคติด้านนวัตกรรมให้แก่พนักงานทุกระดับ เพื่อเตรียมความพร้อมของบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ ความตระหนักในการสร้างสรรค์นวัตกรรมจนเป็นส่วนหนึ่งในการทำงาน และเป็นวัฒนธรรมขององค์กร ปตท. ได้กำหนดแนวทางในการปลูกฝังค่านิยมอย่างต่อเนื่องรวมทั้งจัดกิจกรรมส่งเสริมการแสดงไอเดีย ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมต่าง ๆ ในหลายหลายรูปแบบ ดังนี้

- กำหนดให้นวัตกรรม (Innovation) เป็นหนึ่งใน SPIRIT ซึ่งเป็นค่านิยมหลัก (Core Values) ขององค์กร ได้ถูกปลูกฝังถ่ายทอด และบูรณาการใน Core Competency ขององค์กรโดยมีการจัดทำแผนและกิจกรรมการพัฒนาสมรรถนะ ความเชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมพร้อมติดตามผลอย่างต่อเนื่องเช่น ความเชี่ยวชาญด้าน Digital Acumen Digital Insight Driving Innovation และ Technology Savvy



ระบบการจัดการนวัตกรรม ปตท. (PTT Innovation Management System)



- จัดกิจกรรมส่งเสริมบรรยากาศและสร้างเครือข่ายนวัตกรรมผ่านโครงการ PTT INNO Influencer เพื่อส่งเสริมและสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการผลักดันให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และวัฒนธรรมองค์กรในด้านนวัตกรรม สร้างเครือข่ายให้กับ Change Agent และนวัตกรรม ซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนนวัตกรรมให้กับ ปตท. ประกอบไปด้วยแผนงานย่อย ได้แก่ PTT INNO CIUB สำหรับกลุ่มพนักงาน Innovation Award ของ ปตท. โดยมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ของพนักงานภายในคลับและผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมจากภายนอกองค์กร PTT INNO Learning สำหรับกลุ่ม SPIRIT-Learning Organization (LO) Agent เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ พัฒนาศักยภาพและติดอาวุธในการเป็น Influencer และช่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมภายในสายงานของแต่ละพื้นที่ และ PTT INNO Award

เป็นเวทีประกวดไอเดียนวัตกรรม ต่อยอดคิดค้นผลิตภัณฑ์บริการเพื่อตอบสนองกลยุทธ์ขององค์กร โดยจัดมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2557 ซึ่งได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ จาก PTT Innovation Boost Camp มาเป็น PTT INNO Award เพื่อให้มีความทันสมัยมากขึ้น โดยในปี 2567 มีพนักงานเข้าร่วมประกวด 158 คน จำนวนทั้งสิ้น 30 ผลงาน มีผลงานไอเดียนวัตกรรมที่ได้รับการพัฒนาต่อยอดเป็นธุรกิจเชิงพาณิชย์จำนวน 3 ผลงาน ได้แก่ Real Time Assessment Monitoring (RAM) 15 เทคโนโลยี Vibration Sensor สำหรับวัดการสั่นสะเทือนของโรงงานอุตสาหกรรมเครื่อง I-Smell สำหรับวัดและวิเคราะห์กลิ่นแปลกปลอมสารระเหยทดแทนการดมกลิ่นด้วยคน และนวัตกรรมเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนขนาดเล็ก

การพัฒนากรรมการ ปตท.

การอบรม/สัมมนา/การร่วมกิจกรรมของบริษัท

คณะกรรมการ ปตท. และผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมและการพัฒนาศักยภาพที่ต่อเนื่องด้านการกำกับดูแลกิจการ และการสานต่อการปฏิบัติที่สอดคล้องตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียนไทย (รายละเอียดการอบรมแสดงอยู่ในประวัติของกรรมการแต่ละท่านตามรายงานประจำปี) โดยกรรมการ ปตท. ส่วนใหญ่ (มากกว่าร้อยละ 90) มีประวัติการเข้ารับการอบรมสำเร็จหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการในระดับสากลของสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) รวมถึงหลักสูตรและการบรรยายอื่น ๆ และการเข้าร่วมสัมมนาต่าง ๆ ในหัวข้อที่เกี่ยวข้อง

ในปี 2567 กรรมการ ปตท. พัฒนาการอบรมในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่กรรมการของ IOD ได้แก่ Director Certification Program (DCP) จำนวน 13 คน และ Director Accreditation Program (DAP) จำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้น 14 คน จากกรรมการทั้งหมด 15 คน คิดเป็นร้อยละ 93.33

นอกจากนี้ ปตท. ให้การสนับสนุนและผลักดัน IOD ให้แก่กรรมการอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มพูนความรู้ในการกำกับดูแลกิจการและเพิ่มมูลค่าองค์กรโดยจัดให้มีการเรียนรู้ในประเด็นสำคัญต่างๆ อาทิ กฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ กฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน กฎหมายป้องกันและปราบปรามการทุจริตในภาครัฐ กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้กรรมการ ปตท. สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์และเสริมสร้างคุณค่าองค์กรในระยะยาว

นอกจากนี้ยังจัดให้มีการบรรยายในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับทิศทางธุรกิจและการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance) เช่น Economic Briefing รวมทั้งการอบรมและสัมมนาในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพลังงาน เพื่อให้กรรมการ ปตท. ได้รับข้อมูลอย่างรอบด้าน

คุณค่าที่เกิดขึ้น (Value Creation)

ประโยชน์ต่อนักลงทุน

- พัฒนาองค์ความรู้และสมรรถนะด้านนวัตกรรม ทั้งในมิติเชิงเทคนิคและเชิงทัศนคติ เช่น Digital Acumen, Driving Innovation และ Technology Savvy
- เพิ่มโอกาสในการแสดงออกและเติบโตในสายอาชีพผ่านกิจกรรม เช่น PTT INNO Club, PTT INNO Learning และ PTT INNO Award
- สร้างแรงบันดาลใจและเครือข่ายการเรียนรู้ กับผู้เชี่ยวชาญและเพื่อนร่วมงานจากต่างสายงาน
- มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์คุณค่าใหม่ขององค์กร โดยไอเดียสามารถพัฒนาเป็นโครงการเชิงพาณิชย์จริง
- รู้สึกเป็นเจ้าขององค์กร (sense of ownership) มากขึ้นจากการที่ผลงานได้รับการยอมรับและต่อยอด

ประโยชน์ต่อ ปตท.

- ขับเคลื่อนนวัตกรรมจากภายในอย่างยั่งยืน ด้วยทรัพยากรบุคคลที่มีศักยภาพและมีทัศนคติที่พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง
- เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ผ่านการสร้างผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการใหม่
- สร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านนวัตกรรมที่เป็นรูปธรรมโดยยึดค่านิยม Innovation ใน SPIRIT เป็นหัวใจสำคัญ
- ลดช่องว่างระหว่างแผนกลยุทธ์กับการลงมือทำ ผ่านเวทีและระบบสนับสนุนที่เปิดโอกาสให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วม
- ต่อยอดสู่การสร้างรายได้ใหม่ และการใช้เทคโนโลยีอย่างคุ้มค่าจากไอเดียนวัตกรรมที่นำไปพัฒนาจริง

3.6 เสียงสะท้อนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

องค์กรให้ความสำคัญกับการรับฟังความคิดเห็นและความคาดหวังจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม เพื่อนำข้อเสนอแนะเหล่านี้มาปรับใช้ในการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม ในส่วนนี้จะสะท้อนมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 6 กลุ่ม ว่าองค์กรได้ตอบสนองต่อความต้องการและสิ่งที่สร้างความประทับใจได้อย่างไร

ความคิดเห็นกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ

กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พพ.) ในฐานะหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจด้านการส่งเสริมพลังงานทดแทน และการอนุรักษ์พลังงาน มีความคาดหวังต่อ ปตท. ในฐานะองค์กรพลังงานแห่งชาติ ให้มีบทบาทเชิงยุทธศาสตร์ต่อ เศรษฐกิจและความมั่นคงทางพลังงาน พร้อมทั้งขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่าน ไปสู่พลังงานสะอาดตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศ ปตท. สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังนี้ได้เป็นอย่างดีเป็นรูปธรรม ทั้งการลงทุนในพลังงานหมุนเวียนและเทคโนโลยีพลังงานแห่งอนาคต เช่น ไฮโดรเจนสีเขียว ระบบกักเก็บพลังงาน และการสนับสนุน ยานยนต์ไฟฟ้า รวมทั้งการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ในกระบวนการดำเนินงาน นอกจากนี้ ปตท. ยังเป็นแบบอย่าง ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Governance) และ ESG อีกทั้งดำเนินโครงการเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งก็น่าประทับใจเป็นพิเศษ คือ วิสัยทัศน์เชิงรุกของ ปตท. ในการมุ่งสู่ Carbon Neutrality และ Net Zero การลงทุนเชิงยุทธศาสตร์ ในเทคโนโลยีสะอาด และการเป็นแบบอย่างด้านความรับผิดชอบต่อ สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งสะท้อนบทบาทสำคัญของ ปตท. ในการเป็นเสาหลักด้านพลังงานของประเทศ และช่วยผลักดัน ให้ประเทศไทยบรรลุเป้าหมายด้านพลังงานสะอาด และความยั่งยืน

ดร.รุ่งฤดี จันทวิทย์

นักวิทยาศาสตร์ชำนาญการพิเศษ
กรมพัฒนาพลังงานทดแทน
และอนุรักษ์พลังงานกระทรวงพลังงาน



ความคิดเห็นกลุ่มสังคมชุมชน

ตั้งแต่ปี 2552 ที่พวกเราได้เข้าร่วมโครงการ ‘รักบ้าน สร้างคน 84 ชุมชน วิถีพอเพียง’ พวกเราชาวท่ามะนาวก็ได้เห็นการเปลี่ยนแปลงหลายอย่าง ในชุมชนครับ จากการที่ ปตท. เข้ามาสนับสนุน พวกเราก็ได้รับ ทั้งงบประมาณสำหรับพัฒนาหมู่บ้าน ได้คนเข้ามาช่วยสอน ให้ความรู้เรื่องพลังงานทดแทน การทำเกษตรแบบยั่งยืน รวมถึง เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ช่วยให้เราลดต้นทุน และได้ผลผลิตมากขึ้นด้วยครับ สิ่งที่น่าสนใจมากที่สุดคือ ปตท. ไม่ได้แค่ให้ของหรือให้เงิน แต่เขามายืนอยู่กับเราจริง ๆ ลงพื้นที่กับเรา จัดอบรมให้พวกเรารู้จักพึ่งพาตัวเอง ดูแลสิ่งแวดล้อม ดูแลแหล่งน้ำ ใช้ชีวิตอย่างพอเพียง ตอนนั้นคนใน ชุมชนเราอยู่ได้อย่างพึ่งพาตัวเองมากขึ้น มีรายได้เสริม มีการจัดการขยะ มีธนาคารขยะ มีแปลงเกษตรอินทรีย์ เรารู้สึกว่าชุมชนเราเข้มแข็งขึ้นจริง ๆ พวกเราอยากให้โครงการนี้อยู่ต่อไปนาน ๆ และอยากให้ ปตท. เป็นกำลังใจให้กับ ชาวบ้านแบบนี้ต่อไป เพราะสิ่งที่เขาทำให้เรานั้นไม่ได้เปลี่ยนแค่ชุมชน แต่มันเปลี่ยน วิถีชีวิตและความคิดของเราไปเลยครับ

คุณวสันต์ ดรชัย

นายกองค์การบริหารส่วนตำบลท่ามะนาว
จังหวัดลพบุรี



ความคิดเห็นกลุ่มลูกค้า

ในฐานะลูกค้าของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ผมมีความคาดหวังหลัก 2 ประการต่อองค์กร คือ การได้รับบริการที่มีคุณภาพในการจัดหา และส่งมอบสินค้าอย่างครบถ้วนตามกำหนด และ การได้รับการดูแล ในด้านการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ตลอดระยะเวลา ที่ได้ร่วมงานกับ ปตท. ผมเห็นถึงความมุ่งมั่นขององค์กรในการตอบสนอง ต่อความต้องการของลูกค้าอย่างมืออาชีพ โดยเฉพาะใน ด้านเทคนิค ซึ่ง ปตท. สามารถบริหารจัดการกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง และจัดส่งสินค้าเป็นไปตามสัญญาทั้งทางด้านคุณภาพและ ปริมาณการส่งมอบในส่วนของการให้บริการ ผมรู้สึกประทับใจ เป็นพิเศษ เนื่องจาก ปตท. ให้ความใส่ใจและพร้อมให้คำแนะนำที่เป็น ประโยชน์อย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นการให้ข้อมูลที่รวดเร็ว การติดตามประเด็นต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง หรือการแก้ไขปัญหา อย่างทันเวลา สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความตั้งใจขององค์กร ในการสร้างความพึงพอใจและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว หากประเมินโดยรวม ผมมองว่า ปตท. ดำเนินงานได้อย่าง เกินความคาดหวัง และถือเป็นตัวอย่างที่ดีขององค์กร ที่ให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างแท้จริง

คุณมารุต ยิงกาญจน์

ประธานเจ้าหน้าที่สายงานปฏิบัติการ
บริษัท บางกอก โคลเจนเนอเรชั่น จำกัด



ความคิดเห็นกลุ่มกรรมการและพนักงาน

ในฐานะพนักงาน ปตท. ผมคาดหวังว่า ปตท. จะสามารถสร้างความมั่นคงในชีวิต และสร้างความมั่นคงในการทำงานได้ รวมทั้ง คาดหวังต่อการได้รับโอกาสในการพัฒนาตนเอง ให้ได้ทำงานที่ท้าทาย ยกระดับความรู้ ความคิด รวมทั้งความสามารถให้โดดเด่น และเป็นที่ยอมรับในสังคมการทำงาน ปตท. สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผมได้เป็นอย่างดี เพราะ ปตท. เป็นองค์กรรัฐวิสาหกิจที่มีบทบาทสำคัญในประเทศ มีผลการดำเนินงานเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง จึงทำให้ผมมั่นใจได้ว่าการทำงานที่ ปตท. จะทำให้ผมมีความมั่นคงในชีวิตส่วนตัวและในชีวิตทำงาน รวมทั้ง ปตท. มีสถาบันพัฒนาผู้นำและการเรียนรู้กลุ่ม ปตท. ที่ผลิตหลักสูตรดี ๆ ทั้งในรูปแบบ Online และ Onsite ให้พนักงานได้สมัครเข้าเรียนรู้ได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ซึ่งหน่วยงานต่าง ๆ จะร่วมกระตุ้นให้พนักงานเรียนรู้ตนเองอยู่เสมอด้วย นอกจากนี้ ปตท. สร้างโอกาสให้พนักงานได้พัฒนาและแสดงความสามารถอยู่เสมอ เช่น ค้นหา Youtuber หน้าใหม่ เพื่อเป็นพิธีกรในรายการ “Think ตาม” ใน Youtube PTTPLC โครงการ Tech Savvy และโครงการ PTT Inno Awards ที่ให้พนักงานได้เสนอไอเดียการพัฒนางานธุรกิจ เป็นต้น ความคาดหวังที่ผมมีจึงมักถูกเติมเต็มจาก ปตท. อยู่เสมอ

คุณนายจิรัฐพร พรหมดิเรก

พนักงานสื่อสารองค์กรอาวุโส
ฝ่ายแผนกลยุทธ์บริหารชื่อเสียงองค์กรและกิจการเพื่อสังคม
Corporate Reputation and Social Responsibility Planning Department



ความคิดเห็นกลุ่มคู่ค้าคู่ความร่วมมือ

ปตท. ตอบสนองความคาดหวังของผมได้อย่างประทับใจผ่านโครงการ วิจัยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ผมได้มีส่วนร่วมใกล้ชิดมาตลอดเกือบ 20 ปี ผมประทับใจเป็นอย่างยิ่งที่ ปตท. ให้ความสำคัญกับการลงทุนใน การพยายามเข้าใจภาคส่วนต่าง ๆ ที่ไม่ใช่เพียงลูกค้า แต่เป็นการคำนึงถึง อิทธิพลที่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมสิ่งแวดล้อมได้ การฟังเสียงของลูกค้าเป็นสิ่งปกติที่พึงกระทำขององค์กรแสวงหา ผลกำไร แต่การเปิดใจและทุ่มเทเพื่อการรับฟังเสียงของภาคสังคม ชุมชน ที่มักพึ่งพิงการยื่นมือเข้ามาช่วยพัฒนาไม่ใช่เฉพาะได้ทั่วไป แต่ ปตท. แสดงออกถึงความยินยอมในการกิจการพัฒนาสังคม การดูแลสิ่งแวดล้อม รวมถึงการวางโครงสร้างเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง อันสะท้อน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจว่าการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี กับทุกภาคส่วนคือหัวใจสำคัญของการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน สิ่งนี้ ปตท. ทำได้ดีและสร้างความประทับใจให้ผมเป็นอย่างมาก อาทิ กระบวนการทำงานที่เป็นระบบและมีอาชีพ เปิดโอกาสให้ผมได้นำเสนอ แนวคิดใหม่ ๆ และนำความเชี่ยวชาญมาใช้อย่างเต็มที่ ซึ่งเป็นสิ่งที่ ไม่ใช่ทุกองค์กรจะเปิดใจในทำสิ่งที่ไม่ได้ผลตอบแทน ROI มารับประกัน โดยเฉพาะกับการลงทุนในทุกมิติเพื่อไปถึงความยั่งยืนให้แก่กลุ่มต่าง ๆ ที่ไม่ได้เป็นผลประโยชน์ที่ปตท. พึ่งพิงอย่างเช่นลูกค้า ปตท. ไม่เพียงแต่เป็นคู่ค้า แต่เป็นพันธมิตรทางวิชาการ เป็น Thought Leadership ปตท. เปิดโอกาสให้ผมได้เติบโตและเรียนรู้ไปพร้อมกับ องค์กร

ผมขอชื่นชม ปตท. อีกครั้งสำหรับวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล (การวิจัยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เริ่มตั้งแต่ปี 2551 ก่อนเกิดคำบัญญัติ UN SDG17 หรือ GRI report ด้วยซ้ำ) โอกาสที่มอบให้แก่นักวิชาการ ผู้ประกอบการและผู้ประกอบวิชาชีพ เป็นความประทับใจอย่างยิ่ง

คุณวิศิษฐ์ สุวัฒนวรพงษ์

กรรมการ
บริษัท รีเสิร์ช อินเทลลิเจนซ์ จำกัด



ความคิดเห็นกลุ่มผู้ลงทุน

ปตท. ถือว่าเป็นบริษัทที่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของนักลงทุนได้อย่างเป็นอย่างดี โดย ปตท. ถือหุ้นที่มี Dividend Yield สูง และสามารถจ่าย dividend ได้อย่างสม่ำเสมอ แม้ว่าความผันผวนสูงของราคาน้ำมันและก๊าซธรรมชาติแต่ ปตท. สามารถบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างดี สะท้อนผ่าน Financial Ratio ที่แข็งแกร่ง นอกจากนี้สิ่งที่ประทับใจกับ ปตท. พร้อมทั้งจะปรับตัวไปพร้อมกับการเปลี่ยนผ่านของเทคโนโลยี อย่าง EV Ecosystem และขยายธุรกิจพลังงานหมุนเวียนอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการมี Good Governance ที่ดี และมีการเปิดเผยข้อมูลที่ครบถ้วนและสม่ำเสมอ ซึ่งเป็นประโยชน์กับนักลงทุนอย่างมาก

คุณนันทรา ลายจุฑ

ผู้จัดการกองทุน
บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน
อิสท์สปริง (ประเทศไทย) จำกัด



ส่วนที่

4

การสำรวจความคิดเห็น
ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

1. กระบวนการและระเบียบวิธีการสำรวจ
2. กลุ่มเป้าหมายและข้อมูลประชากรในการสำรวจ
3. จากเสียงสะท้อน...สู่การพัฒนาแผนงาน

4. การสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

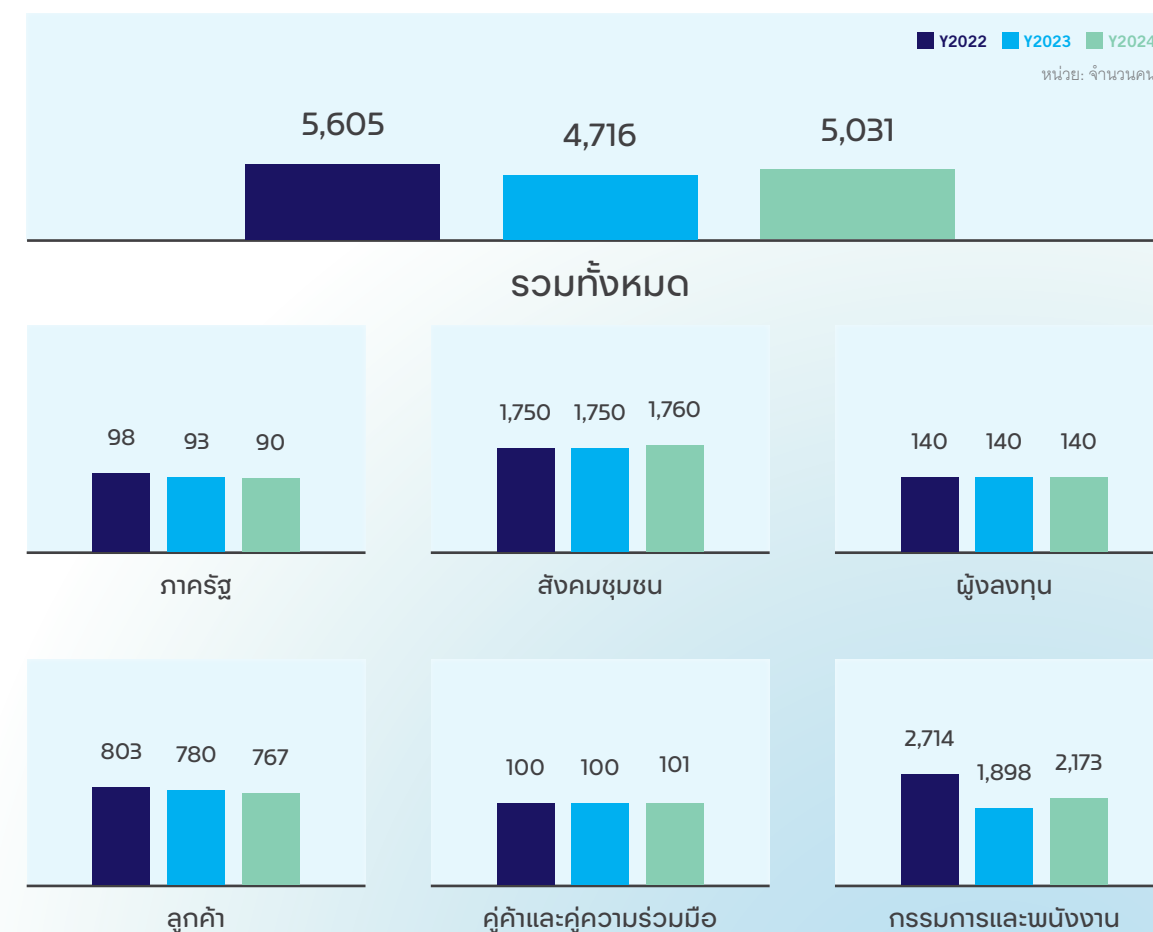
4.1 กระบวนการและระเบียบวิธีการสำรวจ

ปตท. มีการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินธุรกิจ เป็นประจำทุกปี เพื่อนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 6 กลุ่ม ไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานของ ปตท. ให้ดีขึ้น โดยก่อนทำการสำรวจจะมีการหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขตของการสำรวจในแต่ละปี การสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะทำการวิจัยทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

4.2 กลุ่มเป้าหมายและข้อมูลประชากรในการสำรวจ

การกำหนดจำนวนตัวอย่าง

ปตท. กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นตัวแทนความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างแท้จริง โดยใช้วิธีคำนวณจำนวนตัวอย่างทางสถิติ ซึ่งในปี 2565-2567 มีจำนวนตัวอย่างที่ทำการสำรวจ ดังนี้

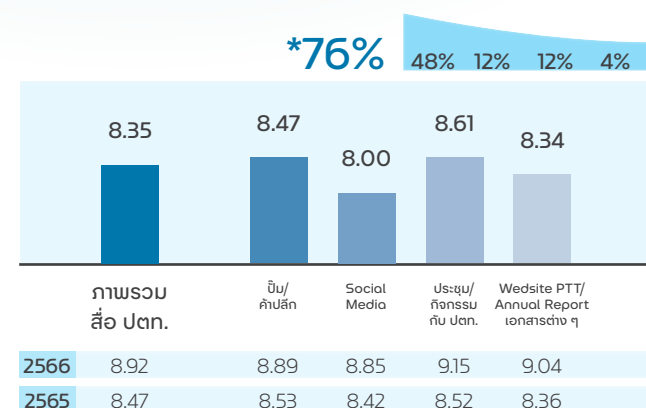


มีการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินงาน ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

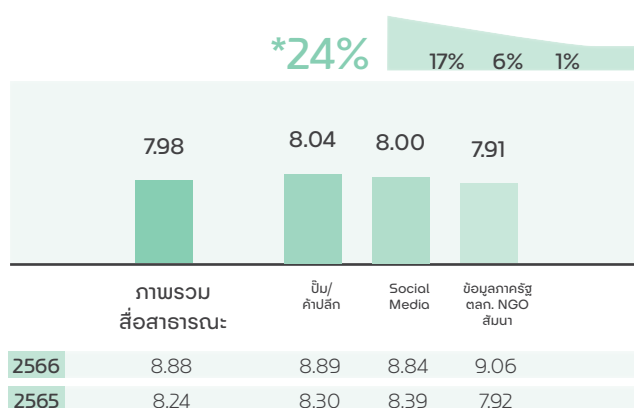
1. ความพึงพอใจต่อช่องทางการสื่อสาร

ปตท. วัดความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการรับข้อมูลข่าวสารของปตท. ผ่านช่องทาง 2 ช่องทาง คือ การสื่อสารในช่องทางปตท. เอง ได้แก่ ปุ่มน้ำมัน การประชุมและกิจกรรมต่าง website และ social media เป็นต้น และการสื่อสารจากสาธารณะ ได้แก่ ข้อมูลจากภาครัฐ ตลาดหลักทรัพย์ Mass และ Social media เป็นต้น ข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพช่องทางการสื่อสาร โดยในปี 2567 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับทราบการดำเนินงานของ ปตท. ผ่านทางช่องทางของ ปตท. สูงถึง 76% อีก 24% ผ่านช่องทางสาธารณะ โดยมีคะแนนระดับความพึงพอใจของแต่ละช่องทางดังนี้

PTT Media 2567



Public Media 2567



*อัตราส่วนพฤติกรรมกรับข้อมูลข่าวสาร ปตท. ผ่านช่องทางต่าง ๆ

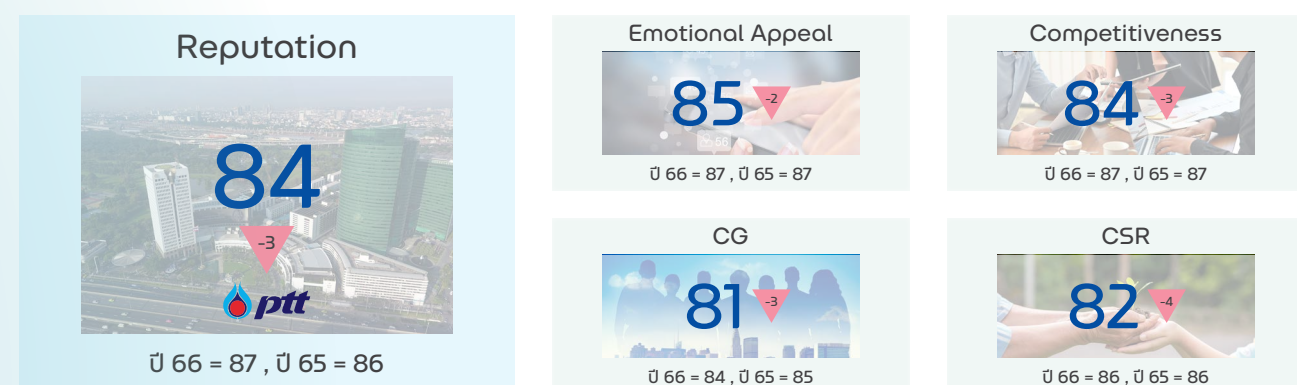
2. ชื่อเสียงขององค์กร (Reputation)

เป็นการวัดมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อแบรนด์ ปตท. ซึ่งเกิดจากการรับข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ และภาพจำที่มีต่อแบรนด์ ปตท. (Brand Perception) โดยมีการวัดการดำเนินงานใน 4 ด้าน คือ

- 1) ภาพลักษณ์โดยรวมและความชื่นชอบ (Emotional Appeal)
- 2) การปฏิบัติบนหลักคุณธรรมจริยธรรมธุรกิจ ชื่อสัตย์ โปร่งใส เปิดเผยข้อมูล และเปิดรับฟังความคิดเห็น (Corporate Good Governance)
- 3) ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility)
- 4) การบริหารจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขัน (Competitiveness)

เช่น การมีวิสัยทัศน์ของผู้นำ สินค้าและบริการ การมุ่งเน้นลูกค้า การดูแลพนักงาน การเติบโตและความมั่นคงของธุรกิจ เป็นต้น

ในปี 2567 มีคะแนนชื่อเสียงขององค์กร อยู่ในระดับสูงกว่า 80 คะแนน ทั้งในภาพรวม และการวัดในแต่ละด้าน แสดงได้ตามภาพข้างล่าง



3. ความผูกพัน (Engagement)

เป็นการวัดความสัมพันธ์ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีต่อองค์กร ซึ่งเกิดจากการที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับข้อมูลข่าวสารของ ปตท. จากสื่อต่าง ๆ และมีประสบการณ์โดยตรงที่ใช้สินค้าและบริการ รวมถึงการติดต่อประสานงานกับ ปตท. โดยแบ่งการวัดเป็น 2 ระดับ คือ

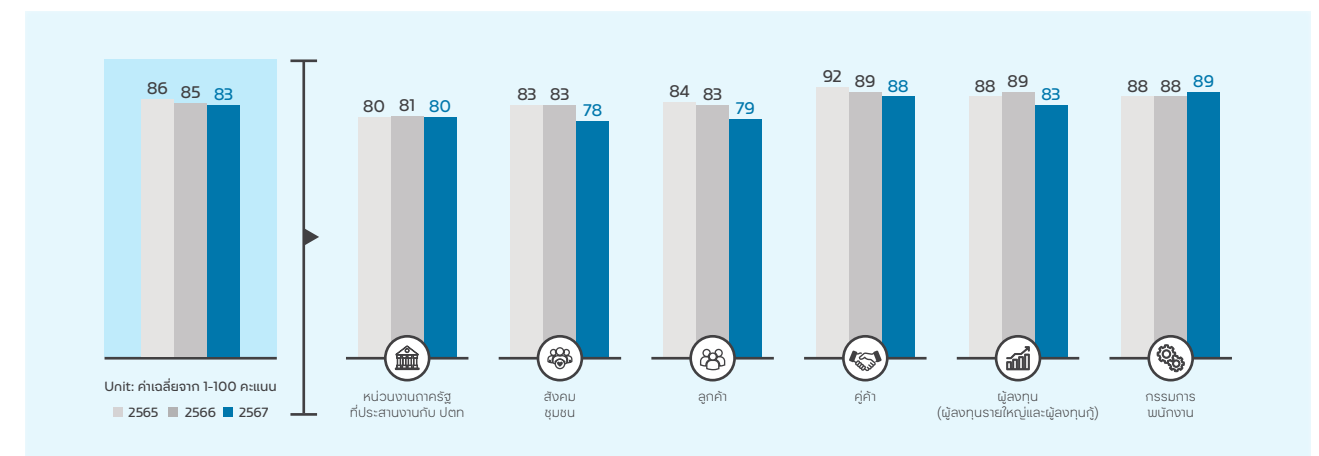
- 3.1 ระดับความสัมพันธ์ (Relationship) สะท้อนจากพฤติกรรมที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รู้สึกดี-ไว้วางใจ-พร้อมที่จะติดตามข้อมูลข่าวสาร ปตท.
- 3.2 ระดับความผูกพัน (Engagement) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแสดงพฤติกรรมที่สูงขึ้นจากระดับ Relationship คือ ยินดีที่จะพูดถึงสิ่งดี ๆ ส่งต่อข้อมูลที่ถูกต้อง และพร้อมปกป้อง/แก้ต่างเพื่อให้ผู้อื่นเข้าใจ ปตท. ได้ถูกต้อง

Engagement Score and Key Satisfaction Finding

ในปี 2567 มีคะแนนเฉลี่ยของระดับความสัมพันธ์ (Relationship) และ ระดับความผูกพัน (Engagement) ดังนี้

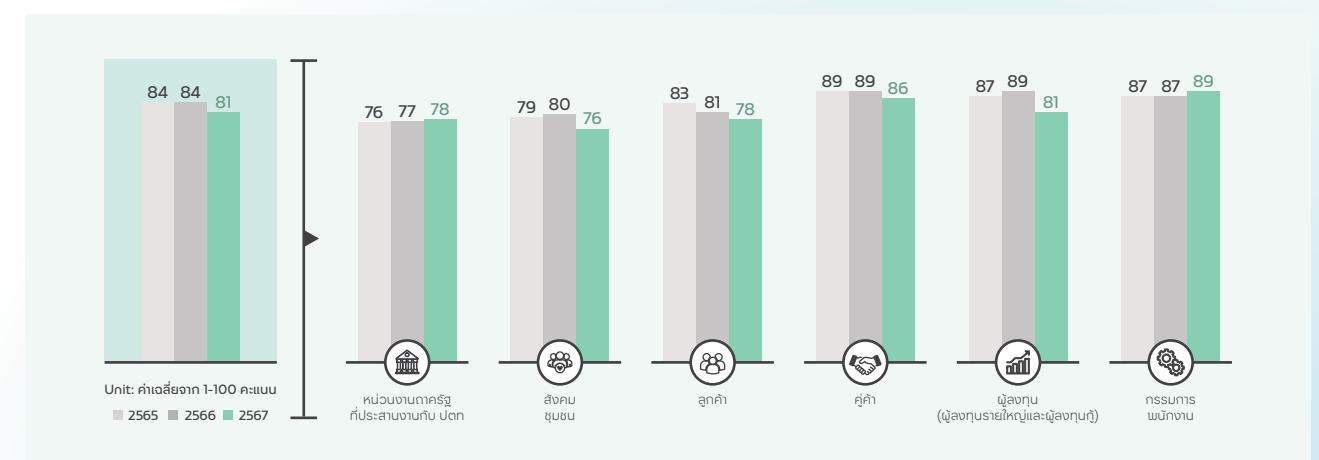
- **ระดับความสัมพันธ์ (Relationship)** มีคะแนนภาพรวมอยู่ในระดับ 83 คะแนน เมื่อพิจารณาตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะพบว่า กลุ่มสังคมชุมชน และ ลูกค้าที่ความคะแนนที่ต่ำกว่า 80 เล็กน้อย รายละเอียดในภาพด้านล่าง

ผลการสำรวจ: RELATIONSHIP SCORE แบ่งตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



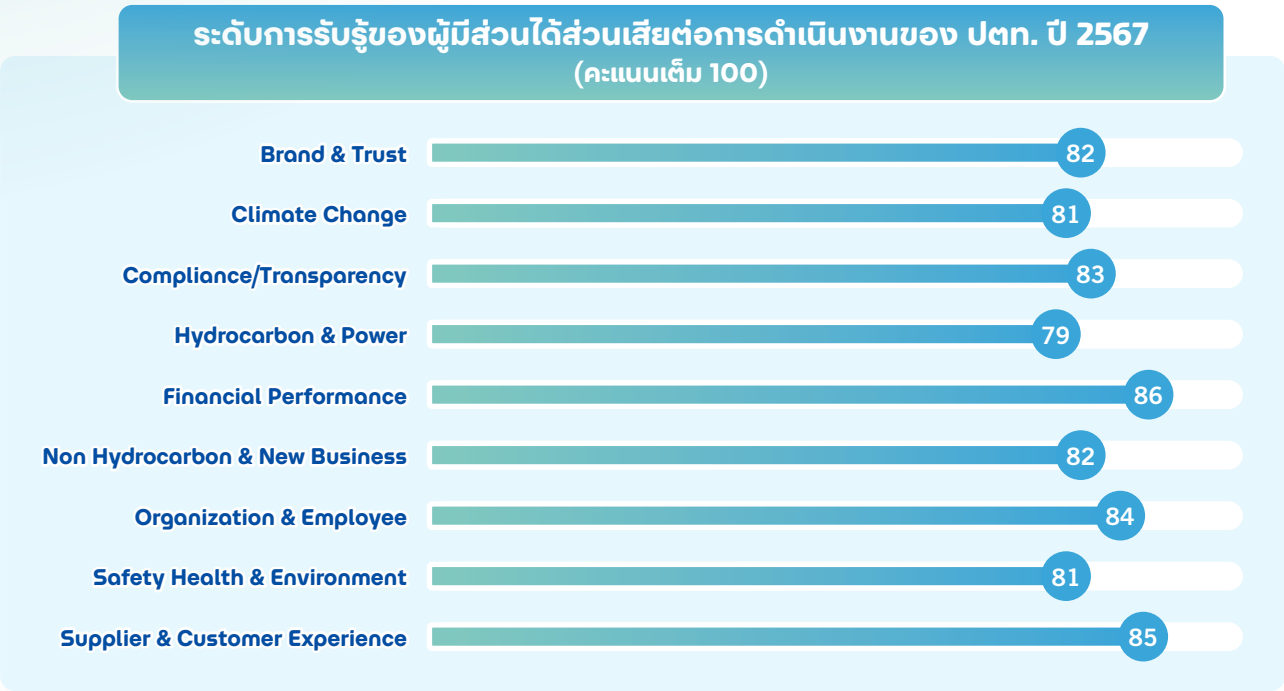
- **ระดับความผูกพัน (Engagement)** ภาพรวมยังคงมีคะแนนในระดับสูง (มากกว่า 80 คะแนน) หากแยกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะพบว่า กลุ่มสังคมชุมชนและกลุ่มลูกค้า มีค่าคะแนนที่ต่ำกว่า 80 คะแนน เนื่องจากเป็นช่วงที่ราคาพลังงานอยู่ในระดับสูง จึงกระทบต่อต้นทุนค่าพลังงาน

ผลการสำรวจ: ENGAGEMENT SCORE แบ่งตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



4. ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามประเด็นองค์กร

ในปี 2567 ปตท. เพิ่มการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามประเด็นองค์กร ซึ่งประเด็นองค์กรมาจากการทบทวนกลยุทธ์องค์กร ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ผ่านมา และการดำเนินงานที่สำคัญควบคู่ไปกับยุทธศาสตร์ความยั่งยืน รวมถึง เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) 17 ด้าน ตลอดจนประเด็นสำคัญขององค์กรเพื่อใช้ในการกำหนดประเด็นที่ใช้สำรวจเพื่อวัดระดับการรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินงานของ ปตท. ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้



หมายเหตุ: ปี 2567 เป็นปีแรกที่ ปตท. เพิ่มการวัด Perception Score



4.3 จากเสียงสะท้อน...สู่การพัฒนาแผนงาน

ความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ที่ได้จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม จะถูกนำมาวิเคราะห์ เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปหาแนวทางปิด GAP หรือการพัฒนาความสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน ซึ่งในปี 2567 หน่วยงานต่าง ๆ ได้นำประเด็นข้อคิดเห็นที่สำคัญไปดำเนินการตามแผนสร้างความสัมพันธ์ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางสรุปประเด็นสำคัญและแผนสร้างความสัมพันธ์แยกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2567

ประเด็นที่สำคัญ	ประเด็นองค์กร	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	แผนสร้างความสัมพันธ์
Brand & Trust / Compliance & Transparency	การควบคุมราคาพลังงาน การเปิดเผยข้อมูลกลไก การกำหนดราคาพลังงานที่เข้าใจง่าย ลดการผูกขาด และการจัดการประเด็นเชิงลบได้ดี	หน่วยงานภาครัฐ	สนับสนุนนโยบายภาครัฐ โดยให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ทันสถานการณ์ สื่อสารเชิงรุก สร้างความตระหนักถึงผลดี / ผลเสียของนโยบายด้านพลังงาน
		สังคมชุมชน	
		ลูกค้า	สื่อสารสร้างความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานของ ปตท. ผ่านช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย
		ผู้ลงทุน	
		พนักงาน	
Financial Performance / Organization & Employee	การกำกับดูแลให้ผลประกอบการอยู่ในระดับดี และการลงทุนในธุรกิจใหม่ ควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะพนักงานให้รองรับการขยายธุรกิจ	ผู้ลงทุน	สื่อสารสร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นต่อทิศทางการดำเนินธุรกิจ และพัฒนาเครือข่ายใหม่เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ ผ่านการประชุมผู้ถือหุ้นAnalyst Meeting และ Roadshow ทั้งในและต่างประเทศ
		พนักงาน	
Brand & Trust / Supplier & Customer Experience	การส่งเสริมและช่วยเหลือปัญหาเศรษฐกิจของประเทศ และโครงการเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง การส่งเสริมโอกาสการจ้างงานหาความร่วมมือ และพัฒนาทักษะ SME ให้รองรับการขยายตัวทางธุรกิจ อย่างโปร่งใสตรวจสอบได้ นำเทคโนโลยีมาช่วยในการทำธุรกรรมได้คล่องตัว	หน่วยงานภาครัฐ	ให้ข้อมูลและนำเสนอแนวทางดำเนินการกับภาครัฐ เพื่อสร้างความเข้าใจและร่วมกันกำหนดนโยบายที่สามารถปฏิบัติได้และเป็นประโยชน์กับประเทศ
		สังคมชุมชน	สนับสนุนโครงการเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต เช่น พัฒนาทักษะชุมชน การศึกษา การจัดการพลังงานหมุนเวียน และการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ตลอดจนช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติ และลงพื้นที่ชุมชน
		คู่ค้า	เข้าพบ ประชุม จัดทำ Workshop เพื่อรับฟังความคิดเห็นในการหาแนวทางพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์และบริการร่วมกัน
Climate Change	การสื่อสารผลลัพธ์การดำเนินงานด้าน Net Zero Emission	ภาครัฐ	หารือและให้ข้อคิดเห็นต่อการยกร่างกฎหมายการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและร่วมผลักดันสนับสนุนการดำเนินงานที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ควบคุมการดำเนินงาน ให้เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนดูแลสิ่งแวดล้อมปลูกและบำรุงรักษาป่า รวมถึงระบบนิเวศทางทะเล
		ลูกค้า	สร้างความตระหนักรู้เรื่อง Climate Change ผ่านโครงการต่าง ๆ ของ ปตท. และปลูกฝังจิตสำนึก ค่านิยมการรักษาสิ่งแวดล้อมกับคนรุ่นใหม่

ส่วนที่

5

การเสริมสร้างองค์ความรู้ และวัฒนธรรมองค์กร ด้านการบริหาร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

1. โปรแกรมการเรียนรู้ด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. เครือข่ายการเรียนรู้ด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. รางวัลความเป็นเลิศด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

5. การเสริมสร้างองค์ความรู้และวัฒนธรรมองค์กร ด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ปตท. ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้าง “วัฒนธรรมองค์กรที่ยึดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นศูนย์กลาง” (Stakeholder at Heart) มุ่งปลูกฝังค่านิยมให้พนักงานทุกคนตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงได้กำหนดกลยุทธ์ Strengthen Stakeholder Enablers ที่เน้นการพัฒนาทักษะ ความสามารถของบุคลากรในการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจที่ถูกต้อง สามารถปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบและได้รับความไว้วางใจจากสังคม

เพื่อให้วัฒนธรรมนี้ถูกฝังในองค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรม ปตท. ได้ออกแบบและพัฒนา 3 กลไกสำคัญ ได้แก่ (1) โปรแกรมการเรียนรู้ (2) ระบบแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ (3) ระบบการยกย่องและสร้างแรงจูงใจพนักงาน เพื่อให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

5.1 โปรแกรมการเรียนรู้ด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Management Learning Program)

เพื่อสร้างรากฐานวัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ และยกระดับขีดความสามารถของพนักงานในการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปตท. ได้พัฒนา “แผนการเรียนรู้ด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย” โดยเริ่มดำเนินการอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2565 มีเป้าหมายให้พนักงานสามารถเชื่อมโยงบทบาทของตนกับการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ครบถ้วนในทุกมิติ

โปรแกรมการเรียนรู้ดังกล่าวถูกออกแบบ โดยใช้ทิศทางกลยุทธ์หลัก “เข้าใจ เข้าถึง พึ่งพากัน” เป็นกรอบแนวทางสำคัญ และได้กำหนด “เส้นทางการเรียนรู้ (Learning Pathway)” สำหรับพนักงานแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ

5.1.1 หลักสูตรพื้นฐาน (Foundation Courses)

เป็นหลักสูตรเพื่อสร้างความตระหนักรู้และจิตสำนึกพื้นฐานในการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ให้พนักงานสามารถทำหน้าที่เป็นตัวแทนองค์กรในการสื่อสารข้อมูลเบื้องต้นได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม หลักสูตรประกอบด้วยความรู้ใน 4 หัวข้อสำคัญ ได้แก่

1. **Stakeholder Management** ยุทธศาสตร์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ปตท.
2. **Energy** ความสำคัญของพลังงาน การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และแนวทางการอนุรักษ์พลังงาน
3. **Organization** บทบาทของ ปตท. ในการสร้างความมั่นคงด้านพลังงาน การส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ และการขับเคลื่อนความยั่งยืนด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม
4. **Business** ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับธุรกิจปิโตรเลียมและปิโตรเคมีครบวงจร รวมถึงธุรกิจใหม่ทั้งในและนอกกลุ่มพลังงาน

นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้าใจในประเด็นที่สำคัญที่เป็น “Hot Issues” เช่น ราคาพลังงาน การผูกขาด หรือผลประโยชน์ขององค์กร ซึ่งเป็นประเด็นที่สังคมให้ความสนใจอย่างต่อเนื่อง โดยพนักงานที่ผ่านการเรียนรู้ในหลักสูตรนี้ จะสามารถตอบข้อกังวลของสังคมได้อย่างมั่นใจและถูกต้องตามข้อเท็จจริง

5.1.2 หลักสูตรเฉพาะและหลักสูตรเสริมทักษะ (Advanced and Skill-based Courses)

เพื่อต่อยอดจากความรู้พื้นฐานสู่การพัฒนาทักษะเชิงลึก ปตท. ได้ออกแบบหลักสูตรเฉพาะทางและหลักสูตรเสริมทักษะให้พนักงานสามารถเลือกเรียนรู้ได้ตามบทบาท หน้าที่ และความสนใจ โดยมุ่งเน้นให้เกิดการประยุกต์ใช้ในการบริหาร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับบริบทของตน หลักสูตรแบ่งออกเป็น 3 หมวดหลัก ซึ่งสอดคล้องกับทิศทางกลยุทธ์ “เข้าใจ เข้าถึง พึ่งพากัน” ได้แก่

(1) หมวด “เข้าใจ”

มุ่งเสริมความรู้และทักษะด้านการสื่อสารอย่างมืออาชีพ เพื่อสร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

(2) หมวด “เข้าถึง”

มุ่งให้พนักงานเข้าใจวิธีสร้างความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างตรงจุด

(3) หมวด “พึ่งพากัน”

มุ่งเสริมสร้างทักษะในการพัฒนาและเข้าร่วมเครือข่ายความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อยกระดับความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนในระยะยาว

รูปแบบการเรียนรู้

เพื่อให้สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกและเหมาะสมกับรูปแบบการทำงานที่หลากหลายปตท. ได้จัดการเรียนรู้ในหลากหลายรูปแบบ ได้แก่

- การอบรมในห้องเรียน (Classroom Training) สำหรับการเรียนรู้แบบมีปฏิสัมพันธ์
- การเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ (E-learning) เพื่อให้พนักงานสามารถเรียนรู้ได้ตามเวลาที่สะดวก
- การสื่อสารผ่านสื่อวิดีโอ และช่องทาง YouTube ภายในและภายนอกองค์กร เพื่อกระตุ้นความสนใจ และเสริมสร้างความเข้าใจอย่างต่อเนื่อง

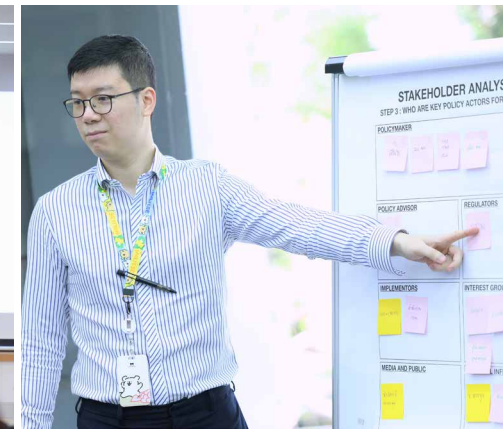
ในระยะยาว หลักสูตรทั้ง 3 หมวดจะสนับสนุนให้พนักงานสามารถเติบโตสู่การเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่

- Stakeholder Communicator (หมวด “เข้าใจ”)
- Stakeholder Engager (หมวด “เข้าถึง”)
- Stakeholder Network Builder (หมวด “พึ่งพากัน”)

ซึ่งถือเป็นทรัพยากรบุคคลสำคัญขององค์กรในการสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมเป็นต้นแบบในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้กับพนักงาน ปตท. เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตอย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปการอบรมหลักสูตร Stakeholder Management Classroom

ปี	จำนวนหลักสูตร	ชื่อหลักสูตรเฉพาะ	หลักสูตรหมวด	จำนวนพนักงานที่ผ่านการอบรม (จำนวน)
2565	1	จากความสัมพันธ์สู่ความร่วมมือ: ต่อยอดความสัมพันธ์อันดีสู่การมีส่วนร่วมกับชุมชน	 เข้าใจ	64
	2	เทคนิคการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ	 เข้าถึง	47
2566	3	บทบาทองค์กรภาคธุรกิจในการร่วมสนับสนุนนโยบายภาครัฐ	 เข้าใจ	51
	4	การสร้างเครือข่ายพันธมิตรในบริบทของการพัฒนาอย่างยั่งยืน	 พึ่งพากัน	52
	5	การวางแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามแนวทางมาตรฐานสากล	 เข้าใจ	54
2567	6	บทบาทองค์กรภาคธุรกิจในการร่วมสนับสนุนนโยบายภาครัฐ ครั้งที่ 2	 เข้าใจ	55
	7	เทคนิคการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ครั้งที่ 2	 เข้าถึง	50
	8	กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	 เข้าใจ	55
	9	กลยุทธ์องค์กรที่เน้นการสร้างคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	 พึ่งพากัน	49
2568	10	กลยุทธ์การสร้าง รักษาและขยายเครือข่ายความร่วมมือ	 พึ่งพากัน	53
	11	การบริหารประเด็นสำคัญ (Material Topics) อย่างมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	 เข้าใจ	30
	12	สื่อสารอย่างไรในภาวะวิกฤตให้มีประสิทธิภาพ	 เข้าถึง	46
รวม				606



หลักสูตรเฉพาะ และหลักสูตรเสริมทักษะ โปรแกรมการเรียนรู้ด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



หลักสูตรพื้นฐาน โปรแกรมการเรียนรู้ ด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



สรุปการอบรมหลักสูตร Stakeholder Management E-Learning

	2565-2567	ม.ค. - พ.ค. 2568	Total
จำนวนพนักงานสะสมที่เข้าอบรม	1,978	537	2,515
จำนวนหลักสูตรสะสมที่เข้าอบรม	4,351	972	5,323

- ในช่วงปี 2565-2568 ปตท. ได้จัดอบรมหลักสูตร Stakeholder Management Classroom รวมทั้งสิ้น 12 หลักสูตร โดยมีพนักงานเข้าร่วมอบรมรวมทั้งสิ้น 606 คน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการสร้างความรู้ด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยการขยายขอบเขตการเรียนรู้ในรูปแบบห้องเรียน
- นอกจากนี้ ยังมีการจัดอบรมผ่านระบบ Stakeholder Management E-Learning เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงการเรียนรู้ที่สะดวกและยืดหยุ่นมากขึ้น โดยในช่วงปี 2565-2567 มีจำนวนพนักงานสะสมที่เข้าร่วมอบรมผ่านระบบ e-learning ถึง 1,978 คน และในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2568 เพิ่มขึ้นอีก 537 คน รวมเป็น 2,515 คน
- จำนวนหลักสูตรสะสมในระบบ e-learning ทั้งหมดสูงถึง 5,323 หลักสูตร แสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมที่เข้มแข็งและการพัฒนาความรู้ที่ต่อเนื่องของพนักงานในด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

“จากการเข้าอบรมในเรื่อง Stakeholder Management นั้น เนื้อหาของคอร์สช่วยให้ผมเข้าใจหลักการวิเคราะห์ stakeholder อย่างเป็นระบบ เช่น การจำแนกกลุ่มตามระดับอิทธิพลและความสนใจ การวางแผนการสื่อสารที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม และการบริหารความคาดหวังเพื่อสร้างความร่วมมือและลดความขัดแย้งโดยเฉพาะสำหรับผู้ทำงานในรัฐวิสาหกิจด้านพลังงาน ซึ่งต้องบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวนมาก ทั้งภาครัฐ เอกชน ชุมชน และองค์กรระหว่างประเทศ การอบรมผ่านระบบออนไลน์ของ PTT LMS เป็นประสบการณ์ที่สะดวกและมีประสิทธิภาพมากครับ ช่วยให้สามารถเรียนรู้ได้ตามเวลาที่สะดวก ทบทวนเนื้อหาได้หลายรอบ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้เรียนจากหลากหลายองค์กร ซึ่งช่วยเปิดมุมมองใหม่ ๆ และสามารถนำไปปรับใช้กับงานในภาคพลังงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยรวมแล้ว วิชานี้ช่วยเสริมทักษะด้านการสื่อสาร การวางแผนกลยุทธ์ และการสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการทำงานในองค์กรที่มีบทบาทต่อความมั่นคงด้านพลังงานของประเทศครับ”

นายพิรพล พัฒนวิจิต

วิศวกรอาวุโส

ฝ่ายพัฒนารูขี้อย่างใหม่และบริหารการลงทุน

Business Development and Investment Management Department



5.2 เครือข่ายการเรียนรู้ด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Management Community of Practice: SHM CoP)

ปตท. ได้ริเริ่มจัดตั้ง Stakeholder Management Community of Practice ตั้งแต่ปี 2565 โดยมีเป้าหมายเพื่อเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์ และแนวปฏิบัติที่ดีระหว่างพนักงานทุกระดับ อันจะนำไปสู่การพัฒนาขีดความสามารถภายในองค์กร และขยายผลสู่กลุ่ม ปตท. อย่างเป็นระบบ

SHM CoP ถูกออกแบบให้เป็น “พื้นที่แห่งการเรียนรู้ร่วม” (Collaborative Learning Space) สนับสนุนให้พนักงานเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกมิติ ภายใต้ 8 หมวดหมู่หลัก ได้แก่



Policy and Guidelines



Governance and Structure



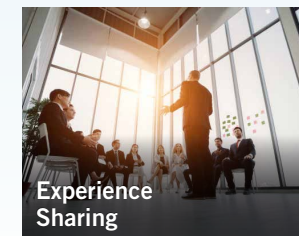
Stakeholder Engagement Process



Stakeholder Research



Stakeholder Digital Platform



Experience Sharing



Business Collaboration



Training Courses

(1) Policy and Guidelines:

รวบรวมกรอบนโยบาย แนวทางปฏิบัติ และเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อาทิ SE-AM AA1000SES และ GRI เพื่อใช้เป็นแนวทางหลักในการดำเนินงานขององค์กร

(2) Governance and Structure:

ระบุอำนาจหน้าที่ โครงสร้างกำกับดูแล และบทบาทของคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง SHM Staff & Alumni รวมถึง SH Owners ของแต่ละหน่วยธุรกิจ

(3) Stakeholder Engagement Process:

เน้นกระบวนการสร้างกลยุทธ์และกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ เช่น Strategic Foresight, SWOT, Master Plan Engagement Plan

(4) Stakeholder Research:

รวบรวมข้อมูลความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผ่านการสำรวจ Stakeholder Survey, ระบบ Voice of SH (VOS Center), Voice of Customer (VOC) และ Dashboard ของหน่วยธุรกิจต่าง ๆ เช่น หน่วยธุรกิจก๊าซธรรมชาติ (Gas Business Unit), หน่วยธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ (Trading Business Unit) และหน่วยธุรกิจ NGV

(5) Stakeholder Digital Platform:

ระบบและเครื่องมือดิจิทัลสำหรับสนับสนุนการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ระบบสำรวจออนไลน์ ระบบในการจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์

(6) Experience Sharing:

ตัวอย่างแนวปฏิบัติการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรายกลุ่ม และรายประเด็น

(7) Business Collaboration:

ข้อมูลความร่วมมือกับองค์กรภายนอกและสมาคมต่าง ๆ

(8) Training Courses:

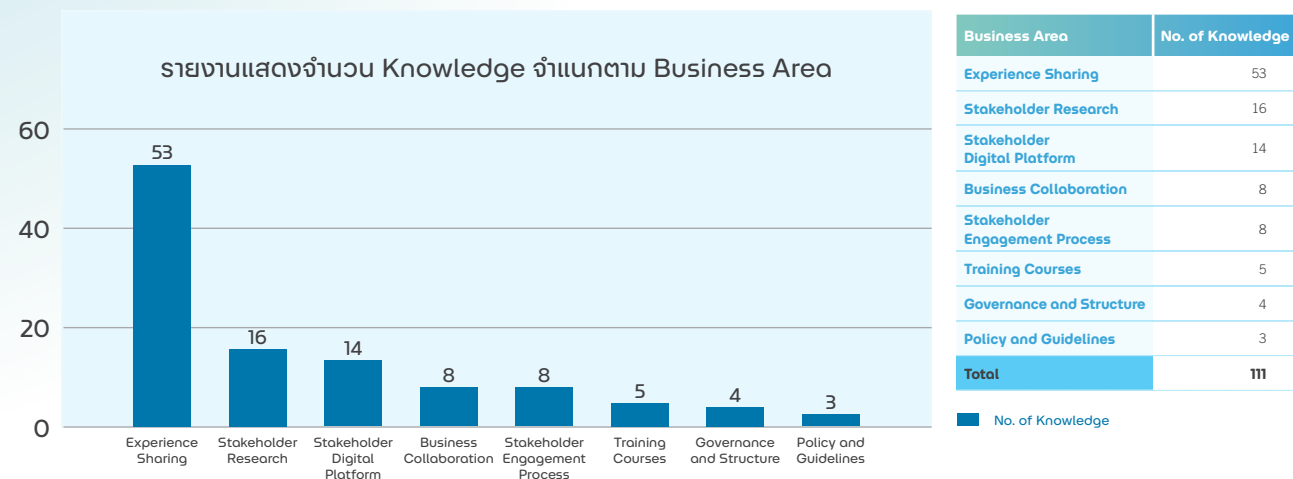
หลักสูตรฝึกอบรมทุกระดับ รวมถึงข้อมูลการพัฒนา Stakeholder Management Expert

เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมอย่างจริงจัง ปตท. ได้จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง พร้อมกำหนด ตัวชี้วัดผลสำเร็จ (KPI) และออกแบบ สิ่งจูงใจ เช่น รางวัลสำหรับผู้ที่มีส่วนร่วมสูงสุดในระบบ CoP

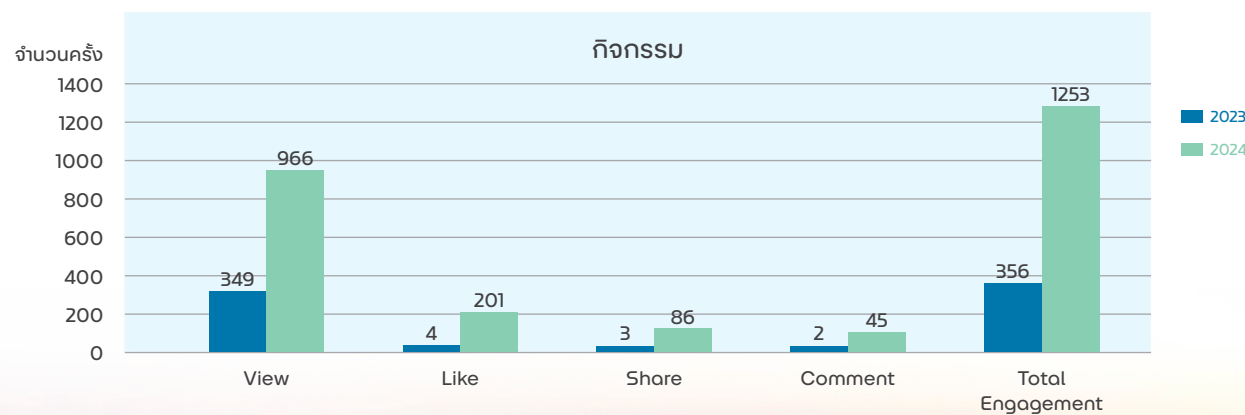
ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ได้แก่

การแบ่งปันองค์ความรู้ในระบบกว่า 117 เรื่อง โดย 51 เรื่องเป็นแนวปฏิบัติที่ดี (Experience Sharing) จากหน่วยงานต่าง ๆ และมียอดเข้าชมรวมกว่า 1,200 ครั้ง จากพนักงานกว่า 70 หน่วยงานทั่วองค์กร ในปี 2567 สะท้อนถึงการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมที่แข็งแกร่งในระดับองค์กร

องค์ความรู้ด้านการบริหาร SH ที่จัดเก็บในระบบ SHM CoP จำแนกตามห้อง Business Unit ต่าง ๆ



จำนวน Engagement (Total / View / Like / Share) ระบบ SHM CoP ปี 2024 เทียบกับ ปี 2023



5.3 รางวัลความเป็นเลิศด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ในปี 2567 ปตท. ริเริ่มรางวัลนี้ขึ้นมาเป็นปีแรก เพื่อเป็นกลไกสำคัญที่ ปตท. ใช้ส่งเสริมวัฒนธรรม “Stakeholder at Heart” ผ่านการยกย่องพนักงานที่มีผลงานโดดเด่นในการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งด้านการประสานงาน การดำเนินงานเชิงรุก และการพัฒนารูปแบบการทำงานจนกลายเป็นแนวปฏิบัติที่นำไปปรับใช้ได้จริงในหน่วยงานอื่น รางวัลนี้ช่วยสร้างแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมจากพนักงานทุกระดับ พร้อมขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

รางวัลแบ่งออกเป็น 3 ประเภท

- ผู้แทนสายงานดีเด่น รางวัลสำหรับผู้แทนระดับสายงานที่ขับเคลื่อนแผนงานอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านประสานงานและติดตามแผนบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ให้สอดคล้องกับเป้าหมายองค์กร
- ผู้แทนหน่วยงานดีเด่น สำหรับผู้แทนระดับปฏิบัติการที่ดูแลความสัมพันธ์เชิงรุกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และดูแลผลลัพธ์อย่างต่อเนื่อง
- รางวัล Best Practice สำหรับผลงานที่เป็นแบบอย่างด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งมีการพัฒนาและดำเนินการจนกลายเป็นแนวปฏิบัติที่ดีเยี่ยม สามารถนำไปปรับใช้ในหน่วยงานอื่น ๆ ได้จริง ช่วยส่งเสริมการยกระดับมาตรฐานการบริหารและสร้างประโยชน์อย่างกว้างขวางภายในองค์กร

รางวัลนี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของ ปตท. ในการส่งเสริมการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเชิงรุก พร้อมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่งให้พนักงานทุกระดับตระหนักถึงบทบาทและความรับผิดชอบ สร้างความร่วมมือที่มีประสิทธิผล และขับเคลื่อน ปตท. สู่อการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

ผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรม

- คะแนนวัดความรู้หลังเข้าร่วมโครงการเพิ่มขึ้นถึง **64%** สะท้อนถึงการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างชัดเจน
- สายงานและหน่วยงานได้นำแนวทางการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไปปรับใช้อย่างเป็นรูปธรรมส่งผลให้คะแนนหมวด Stakeholder Management (SM) ในการประเมิน State Enterprise Assessment Model (SE-AM) ในปี 2567 เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญกว่า **13.72%** เมื่อเทียบกับปี 2566



รางวัลความเป็นเลิศ ด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ส่วนที่

6

ทิศทางในอนาคต

1. บริบทพลังงานในอนาคต
2. กลยุทธ์การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



6. กิจทางอนาคตและแนวทางการดำเนินงาน

บริบทพลังงานในอนาคต

จากแนวโน้มของโลกที่เปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคของพลังงานสะอาด และการเติบโตอย่างยั่งยืน ภาคพลังงานกำลังเผชิญกับจุดเปลี่ยนที่สำคัญ ทั้งด้านเทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และแรงกดดันทางสังคมที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในประเด็น ESG และ Climate Action ซึ่งกำลังก้าวขึ้นมาเป็นตัวกำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจ ในระดับโลกและระดับประเทศ

ข้อมูลจาก International Energy Agency (IEA) คาดการณ์ว่า ในปี 2568 การลงทุนด้านพลังงานทั่วโลกจะสูงถึง 3.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยกว่า 2.2 ล้านล้านดอลลาร์ จะมุ่งเน้นไปที่ เทคโนโลยีสะอาด เช่น พลังงานหมุนเวียน นิวเคลียร์ และระบบกักเก็บพลังงาน ซึ่งสะท้อนถึงการเปลี่ยนผ่านจากฟอสซิลสู่พลังงานที่ยั่งยืนอย่างชัดเจน

ในประเทศไทย แนวโน้มด้านพลังงานมีทิศทางที่สอดคล้องกับกระแสโลก โดยคาดว่าจะกำลังการผลิตไฟฟ้าจะเพิ่มจากประมาณ 52,655 MW ในปี 2568 เป็น เกือบ 60,000 MW ภายในปี 2573 โดยพลังงานหมุนเวียนจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะ Solar PV, Biomass และโครงการโซลาร์ลอยน้ำ ซึ่งจะเข้ามาเสริมบทบาททดแทนเชื้อเพลิงฟอสซิลอย่างเป็นรูปธรรม

พร้อมกันนี้ ความคาดหวังจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งในระดับประเทศและระดับโลก ก็ยิ่งทวีความสำคัญมากขึ้นในประเด็น ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และการมีส่วนร่วมในเชิงนโยบาย โดยเฉพาะการขับเคลื่อนเป้าหมาย Net Zero การจัดการความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนผ่าน และการสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์การบริหาร
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เพื่อเตรียมความพร้อมและขับเคลื่อนองค์กรท่ามกลางการเปลี่ยนผ่านที่รวดเร็ว ปตท. ได้กำหนดทิศทางการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในช่วง ปี 2568 - 2572 ที่สอดคล้องกับบริบทพลังงานในอนาคต ซึ่งกลยุทธ์ทั้ง 4 ด้านในระยะ 5 ปี ข้างหน้า จะไม่ใช่เพียงการทำกิจกรรมเชิงภาพลักษณ์แต่จะผสานเข้ากับเป้าหมายด้าน ESG, Carbon Neutrality และ Net Zero อย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับการจัดตั้งคณะกรรมการ ESG, คณะทำงาน G-Decarbon, และลงทุนกว่า 1.094 ล้านล้านบาท ในแผน 5 ปี เพื่อเปลี่ยนผ่านสู่พลังงานสะอาด



กลยุทธ์ที่ 1

Persuade to Secure Long-Term Viability

มุ่งเน้นการสร้างการเข้าใจและความเชื่อมั่นในบทบาทของ ปตท. ต่อการขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านพลังงาน (Energy Transition) และการสร้างความมั่นคงทางพลังงานให้กับประเทศ ผ่านการสื่อสารที่ชัดเจนและเหมาะสมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม เพื่อให้ทุกภาคส่วนตระหนักถึงทิศทางและเจตนารมณ์ขององค์กร ในการเป็นผู้นำด้านพลังงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ

แนวทางดำเนินงาน

ระยะสั้น ปี 2568 – 2569

สื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องผ่านเวทีเฉพาะกลุ่ม เพื่อสร้างความเข้าใจในภาพรวม Energy Transition และบทบาทของ ปตท.

ระยะกลาง ปี 2570 – 2571

สร้างคลังข้อมูลพลังงาน (Energy Literacy Pool) เพื่อรวบรวมองค์ความรู้ด้านพลังงานสำหรับจัดทำชุดข้อมูลเพื่อสื่อสารต่อสาธารณะ เช่น Infographic, Podcast และสื่อดิจิทัล เพื่อใช้เป็นเครื่องมือ สร้างความเข้าใจร่วมกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สื่อมวลชน, เยาวชน, นักศึกษา, ผู้กำหนดนโยบาย และชุมชนในพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง

ระยะยาว ปี 2572 และต่อเนื่อง

ขยายบทบาทการมีส่วนร่วมขององค์กรในเวทีนโยบายด้านพลังงานและความยั่งยืน ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรม ร่วมแลกเปลี่ยนเชิงวิชาการ และการเสนอข้อมูลเชิงนโยบาย (Constructive Communication) ต่อหน่วยงานภาครัฐและองค์กรอุตสาหกรรมอย่างสร้างสรรค์

กลยุทธ์ที่ 3

Prosper Green Environment (ปี 2568-2572)

จากการปลูกจิตสำนึกสิ่งแวดล้อมสู่การขับเคลื่อน Climate Policy & Net Zero Pathway

เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่สังคมคาร์บอนต่ำอย่างยั่งยืนปตท. มุ่งขับเคลื่อนการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านสิ่งแวดล้อมจากการ “ปลูกจิตสำนึก” ไปสู่ “การมีส่วนร่วมเชิงนโยบาย” โดยผสานการสื่อสารสาธารณะ การสนับสนุนองค์ความรู้ และการเป็นพาร์ตเนอร์ในระดับนโยบายกับหน่วยงานภาครัฐและภาคอุตสาหกรรมเพื่อผลักดันเป้าหมาย Net Zero ของประเทศให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

แนวทางดำเนินงาน

ระยะสั้น ปี 2568 – 2569

- ขยายผลองค์ความรู้สิ่งแวดล้อมจาก “สถาบันลูกโลกสีเขียว” ไปยังเครือข่ายระดับชุมชน และส่งเสริมมาตรฐานสิ่งแวดล้อมแบบมีส่วนร่วม
- ส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- ส่งเสริม GREEN MINDSET และความเข้าใจเรื่อง การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ผ่านสื่อสารสนเทศและกิจกรรมร่วมกับชุมชน
- พัฒนาชุดข้อมูลเพื่อสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในวงกว้าง เช่น เยาวชน นักศึกษา ชุมชน และนักกำหนดนโยบาย

ระยะกลาง - ระยะยาว ปี 2570 เป็นต้นไป

- สนับสนุนการเสนอความคิดเห็น / ข้อเสนอแนะต่อ ร่างกฎหมายและนโยบายด้าน Climate Change ภายใต้ความร่วมมือกับสถาบันวิชาการและภาคอุตสาหกรรม
- เข้าร่วมคณะทำงานหรือเวทีหารือด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศร่วมกับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง
- สนับสนุนโครงการความร่วมมือปลูกป่า 2 ล้านไร่ ระหว่างกลุ่ม ปตท. และหน่วยงานรัฐ เพื่อส่งเสริมการดูดซับคาร์บอนอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 2

Partner to Expedite Lucrative Opportunities

มุ่งสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ทั้งในและต่างประเทศในการพัฒนาและลงทุนในธุรกิจพลังงานแห่งอนาคต เช่น Hydrogen, Sustainable Aviation Fuel (SAF), และ Carbon Capture Utilization and Storage (CCUS) โดยมุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้การวิจัยและพัฒนา ตลอดจนการวางรากฐานความร่วมมือทางธุรกิจเพื่อตอบโจทย์การลดคาร์บอน สร้างโอกาสเชิงพาณิชย์ใหม่และยกระดับความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนในอนาคต

แนวทางดำเนินงาน

ระยะสั้น ปี 2568 – 2569

มุ่งขยายความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับพันธมิตรในกลุ่มธุรกิจพลังงานแห่งอนาคต เช่น Hydrogen, Sustainable Aviation Fuel (SAF) และ Carbon Capture Utilization and Storage (CCUS) โดยดำเนินกิจกรรมแลกเปลี่ยนเชิงลึกกับเครือข่ายวิจัย และกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายเพื่อเชื่อมโยงองค์ความรู้เข้ากับโอกาสเชิงพาณิชย์ และวางรากฐานการลงทุนระยะยาวในธุรกิจคาร์บอนต่ำ

ระยะกลาง - ระยะยาว ปี 2570 เป็นต้นไป

- พัฒนาและผลักดันแนวคิดโครงการนำร่องด้าน CCUS และ Hydrogen สู่การดำเนินงานจริง โดยวางโครงสร้างความร่วมมือเชิงยุทธศาสตร์กับพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ พร้อมจัดทำข้อมูลสนับสนุนที่เชื่อมโยงกับแผนพลังงานระดับประเทศและเป้าหมายการลดคาร์บอน
- ขยายความร่วมมือกับพันธมิตรภาคอุตสาหกรรมในโครงการศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคโนโลยี CCUS และ SAF เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการพัฒนาโมเดลธุรกิจร่วม และสร้าง ecosystem ที่เอื้อต่อการลงทุนในโครงการลดคาร์บอนในอนาคต

กลยุทธ์ที่ 4

Strengthen Stakeholder Enablers

มุ่งเน้นการยกระดับขีดความสามารถขององค์กรและบุคลากรด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นระบบ โดยผสานทั้งการพัฒนาหลักสูตร การสร้างแพลตฟอร์มการเรียนรู้ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อเสริมศักยภาพในการวิเคราะห์ สื่อสาร และมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างรอบด้านทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อความท้าทายที่ซับซ้อนในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจปัจจุบัน และสร้างความเชื่อมั่นต่อองค์กรในระยะยาว

แนวทางดำเนินงาน

ระยะสั้น ปี 2568 – 2569

- จัดทำและปรับปรุงหลักสูตร การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ทั้ง Classroom และ E-Learning) ครอบคลุมทุกทิศทางกลยุทธ์เข้าใจ เข้าถึง พึ่งพากัน
- พัฒนา Stakeholder Management E-Learning Platform ให้เข้าถึงได้สะดวก และรองรับความต้องการของผู้เรียน
- ยกระดับระบบ SHM CoP สำหรับจัดเก็บและเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้พนักงานได้เข้ามาแบ่งปันและเรียนรู้

ระยะกลาง -ระยะยาว ปี 2570 เป็นต้นไป

สร้างทีม Expert และ SHM Clinic ในแต่ละด้าน Stakeholder Communication Clinic, Stakeholder Engagement Clinic และ Stakeholder Network Building Clinic

เพิ่มการใช้เทคโนโลยี (AI) ในการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- วิเคราะห์ข้อมูลเชิงวินิจฉัย หาปัจจัยสำคัญในการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ตรงจุด (Descriptive & Diagnostic)
- การวิเคราะห์แบบคาดการณ์ เพื่อบริหารความสัมพันธ์แบบเชิงรุก (Predictive)
- การวิเคราะห์ข้อมูลจากการพยากรณ์และ AI ให้คำแนะนำ ช่วยตัดสินใจในการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Prescriptive)



บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

555 ถนนวิภาวดีรังสิต เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์ 0-2537-2000

www.pttplc.com



PTT Group



PTT NEWS



WE LOVE PTT



www.pttplc.com



แบบประเมินความพึงพอใจ

