



โค้งสุดท้ายการเตรียมความพร้อม ในการจัดทำแบบ 56-1 One Report – การรายงาน ข้อมูลทางด้านความยั่งยืน

Webinar | วันอังคาร ที่ 18 มกราคม 2565 เวลา 10.00 – 11.00



Speakers



ณัฐพงศ์ ตันติจัตตานนท์

กรรมการบริหาร

ฝ่ายการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและความยั่งยืน

เคพีเอ็มจี ประเทศไทย



ดร. มงคล เหล่าวรพงศ์

สมาคมนักศึกษาเก่า

พาณิชยศาสตร์และการบัญชี

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

What is One Report?



What's change?



Sustainability/ESG disclosure



Business results



Alignment between 56-1 & 69-1



56-1

Part 1: Business Operation

1. Policy and business overview
2. Nature of business
3. Risk factors
4. Assets
5. Legal disputes
6. General information and other material facts

Part 2: Management & Corporate Governance

7. Securities and shareholders
8. Organizational structure
9. Corporate governance
10. Corporate social responsibility
11. Internal control and risk management
12. Related transactions

Part 3: Financial Position & Operation Results

13. Significant financial information
14. Management discussion and analysis



One Report

Part 1: Business Operation

1. Organizational structure
2. Risk management
3. Corporate sustainability
4. Management discussion & analysis
5. General information & other significant information (dispute, auditor's remuneration)

Part 2: Corporate Governance

6. Corporate governance policy
7. Governance structure and significant information of committees, subcommittees, executive management, employee and others
8. Significant results of corporate governance

9. Related transaction

Part 3: Financial Statement

New sustainability content

Corporate Sustainability



Management of Impacts to Stakeholders in Value Chain



Management in Environmental Aspects

GHG | Energy | Water | Waste | Pollutions



Management in Social Aspects

Employee | Customer | Community



Corporate sustainability



Sustainability policy

- ✓ Express intention and commitment
- ✓ Corporate-level policy
- ✓ Cover E, S and G.
- Key change CY/PY (if any)



Target/Goal

- Draw up the direction to go aligning with business strategy (short- and long-term)
- Reflect the well-considerate on E, S and G aspects.
- Key change CY/PY (if any)



Management approach

Big picture on how to translate policy to implementation

Recommendation

Alignment with SDGs



New sustainability content

Corporate sustainability

4.1 การบริหารจัดการด้านความยั่งยืน

ในปี 2563 บริษัทได้ประสบกับปัญหาในภาวะวิกฤต COVID-19 บริษัทจึงได้ตระหนักว่าการดำเนินงานอย่างยั่งยืนในภาวะดังกล่าวภายใต้วิสัยทัศน์ “มุ่งเน้นสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมยานยนต์ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ” เป็นเรื่องที่ท้าทายเป็นอย่างมาก

อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงยึดมั่นและดำเนินงานภายใต้ปรัชญาการดำเนินธุรกิจ “3 สมบูรณ์ สร้างสมดุล” อย่างต่อเนื่องโดยมีพันธกิจในการดูแลผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างสมดุล โดยในปีนี้บริษัทเน้นการใช้แนวทาง “ยืดหยุ่น และปรับตัว” มาใช้ในการดำเนินงานเพื่อให้บริษัทยังคงสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจโดยปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับ รวมถึงมติที่ประชุม ผู้ถือหุ้น อย่างเคร่งครัด โดยรวมกับประเด็นความเสี่ยงด้าน ESG เข้ากับระบบการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืน ทั้งนี้ คณะกรรมการได้มีการติดตามผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนผ่านการประชุม รวมถึงผ่านการเยี่ยมหน่วยธุรกิจประจำปี

ผลการดำเนินงานการบริหารจัดการด้านความยั่งยืน ตามแผนแม่บทการพัฒนาความยั่งยืน 3 สมบูรณ์ สร้างสมดุล

	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย 65	เป้าหมาย 63	ผลการดำเนินงาน 63
คนสมบูรณ์	• ชั่วโมงทำความดี/คน/ปี • ชั่วโมงการฝึกอบรม	• ≥10 ชม./คน/ปี • ≥16 ชม./คน/ปี	• 8 ชม./คน/ปี • 12 ชม./คน/ปี	• 8.0 ชม. • 7.47 ชม.
ธุรกิจสมบูรณ์	• เพิ่มยอดขาย • ยกระดับการพัฒนาผู้ค้า • ลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	• 2 เท่าของปี 2560 • มากกว่า 5 โครงการ • ลด CO ₂ 8% จากปี 2561	• 1.20 เท่าของปี 2560 • มากกว่า 2 โครงการ • ลด CO ₂ 5% จากปี 2560	• 0.68 เท่าของปี 2560 • 2 โครงการ • ลด CO ₂ 1.39% จากปี 2560
ชุมชนสมบูรณ์	• สร้างมูลค่าเพื่อสังคม	• 0.20% ของยอดขาย	• 0.14% ของยอดขาย	• 0.07% ของยอดขาย

ในปี 2563 บริษัท ได้ทบทวนนโยบายและแผนแม่บทการพัฒนาความยั่งยืนปี 2564 - 2565 เพื่อให้สอดคล้องตามแนวทางของ SDG ตลาดหลักทรัพย์ และนโยบายของลูก้า โดยคณะกรรมการบริษัท ได้พิจารณาและอนุมัติ โดยจะประกาศเพื่อให้พนักงานได้ปฏิบัติตามในปี 2564

•Policy summary

•Management approach

Alignment with SDGs

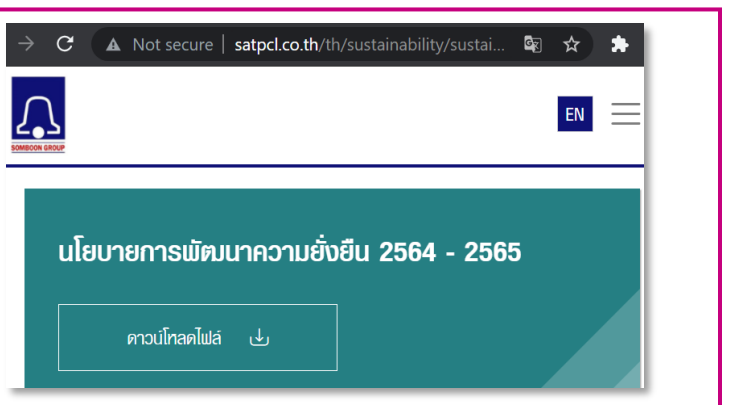
•Target (SMART)

Policy on website

•Change CY/PY

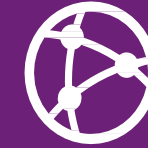
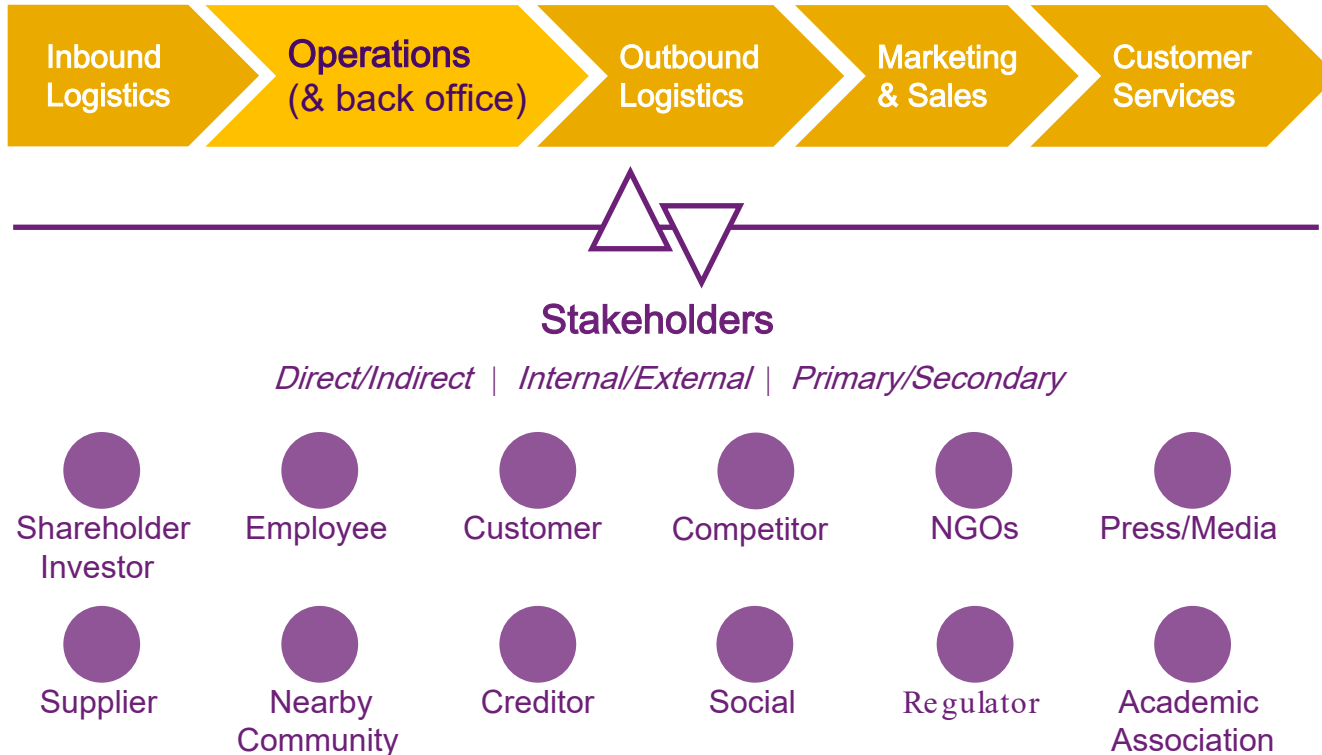
4.2 การสนับสนุนการพัฒนาเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างอนาคตที่เราต้องการใช้เทคโนโลยี บริษัทยึดมั่นในการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ โดยได้ประเมินความเชื่อมโยงระหว่างกลยุทธ์ขององค์กร กับเป้าหมาย การพัฒนาความยั่งยืนเป็นประจำปี โดยปี 2563 บริษัทดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 6 เป้าหมายต่อเนื่องจากปี 2562



Source: Sustainability report of Somboon Advance Technology PCL

Management of Impacts to Stakeholders in Value Chain



In value chain

- ✓ Stakeholders
- ✓ Relationship with stakeholders through business' activities (upstream & downstream)
- ✓ How the company creates value or delivers benefit in response to stakeholders' concern/interest.
- ✓ For holding company, focus on the key business and present through activities of the group's value chain.

Recommendation

Present relationship through activities:-

- 1) **Primary activity** – inbound logistics, operation, outbound logistics, marketing & Sales, and customer Services
- 2) **Support activity** – procurement, technology development, human resource management, and infrastructure.

New sustainability content

Management of Impacts to Stakeholders in Value Chain

3.2 การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่มูลค่าทางธุรกิจ

3.2.1 ห่วงโซ่มูลค่าทางธุรกิจ



Source: One report 2020 of P.C.S. Machine Group Holding

2 การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจ

2.1 การบริหารห่วงโซ่มูลค่า

บริษัทได้นำหลักการพัฒนายั่งยืน การบริหารความเสี่ยง OKRs การบริหารกลยุทธ์ทางธุรกิจ (ปี 2563 - ปี 2565) กระบวนการบริหารจัดการภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ COVID-19 (Crisis Covid-19 Management) มากำหนดแนวทางการบริหารห่วงโซ่มูลค่าเพื่อลดผลกระทบจากความเสียหายโดยพิจารณาตลอดทั้งกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ภายใต้การเป็น Living Solutions Provider ด้วยแนวทาง 'Resilient' ยืดหยุ่น เพื่อความยั่งยืน พร้อมปรับตัวและสร้างโอกาสให้บริษัทสำหรับการเติบโตระยะยาว โดยขับเคลื่อนใน 2 เรื่องหลัก คือ 'Resilient Portfolio' กับ 'Resilient People' และอาศัยความร่วมมือกับทุกฝ่ายเป็นสำคัญภายใต้หลักบริษัทบาลอันจะนำมาซึ่งการพัฒนาทั้งทางธุรกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนต่อไป

1. การจัดหาวัตถุดิบ

มีการปรับกลยุทธ์ทางการเงิน และการลงทุนต่างๆ ที่เหมาะสม ยืดหยุ่น รวมถึงพัฒนาระบบเทคโนโลยี แอปพลิเคชันต่างๆ ที่รองรับการใช้ชีวิตและพฤติกรรมลูกค้าที่เปลี่ยนไป ตั้งแต่ทีม BCP ขององค์กร เพื่อดำเนินงานการจัดการภาวะวิกฤต อีกทั้งการสร้างวัฒนธรรมองค์กร SC SKYDIVE เพื่อสร้างพนักงานที่มีคุณลักษณะพร้อมรองรับเป้าหมายที่จะเป็น Living Solutions Provider

2. การผลิต

ดำเนินการสอบถามความคิดเห็นของคนในชุมชน มุ่งเน้นการสร้างผลกระทบต่อชุมชนสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด ทั้งฝุ่น เสียง แรงสั่นสะเทือน บริษัทร่วมกับ Ecosystems พัฒนาคุณภาพการก่อสร้างบ้านหรือคอนโดมิเนียม โดยคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน มาตราการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และให้ความเป็นธรรมกับแรงงาน

3. การตลาดและการขาย

ปรับเปลี่ยนรูปแบบการขายมุ่งเน้นการให้ข้อมูลออนไลน์ผ่าน SC Booking on Demand จอจอยๆ ผ่านออนไลน์ 24 ชม. หรือติดต่อขายเยี่ยมชมโครงการล่วงหน้าได้ทุกวัน อุ่นใจและปลอดภัยด้วยมาตรฐานการดูแลเพื่อสุขอนามัยที่ดี ณ สำนักงานขายและโครงการบ้าน ทาวน์โฮม คอนโดมิเนียม อีกทั้งให้ความสำคัญกับการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า

4. การบริการหลังการขาย

มีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าพร้อมรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะในขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่งานซ่อม งานบริหารนิติบุคคล การใช้บริการ Ruejai Application ผ่านช่องทางทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เช่น Call 1749 ตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนั้นบริษัทยังมุ่งเน้นด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า ด้วยการสร้างสังคมแห่งมิตรภาพให้เกิดขึ้นในทุกโครงการของเอสซี แอสเสท

Source: One report 2020 of SC Asset

✓ Activities in value chain

✓ What company did

Management of Impacts to Stakeholders in Value Chain

Stakeholders

Interest/Concerns

Corporate's response

Value creation

Engagement channels

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	ประเด็นที่ให้ความสนใจ	การดำเนินการและการตอบสนอง	การสร้างคุณค่า	ช่องทางการสื่อสารและการสร้างความผูกพัน
พนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ความก้าวหน้าในอาชีพ การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะ อาชีวอนามัยและความปลอดภัย เงินตอบแทน สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์อื่น การเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน ความโปร่งใส 	<ul style="list-style-type: none"> จัดให้มีการฝึกอบรมที่จำเป็นเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จัดให้มีโปรแกรมเพื่อรักษาพนักงานที่ดีและมีความสามารถ จัดการให้พนักงานได้รับเงินตอบแทนและสิทธิประโยชน์ที่เป็นธรรม ประกาศนโยบายอาชีวอนามัยและความปลอดภัยและแนวทางการดำเนินงานในกลุ่มพนักงาน ปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานไทย ปฏิบัติตามพนักงานด้วยความเคารพตามหลักสิทธิมนุษยชน จัดให้มีช่องทางสำหรับพนักงานเพื่อส่งข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน กำหนดค่านิยมองค์กร 	<ul style="list-style-type: none"> พนักงานได้รับการฝึกอบรมที่เหมาะสมเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ การพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง เสถียรภาพและความก้าวหน้าในอาชีพ การประเมินความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน กลไกการรับข้อร้องเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> อินทราเน็ต AWC Connex อีเมล: การทำกับดูล และทรัพยากรบุคคล การประชุมพนักงานทุกระดับโดยผู้บริหารระดับสูงของสายงาน การสนทนา การประชุม และการประชุมทีมปฏิบัติการ การสำรวจความผูกพันของพนักงาน รายงานประจำปี รายงานความยั่งยืน เว็บไซต์บริษัท ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน https://www.assetworldcorp-th.com/th/corporate-governance/whistleblowing-and-complaint
ลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและความโปร่งใส ผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพสูงในราคาที่เป็นธรรม การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรม ความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว การอนุรักษ์ทรัพยากร 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด เสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการในราคาที่เหมาะสม มอบหมายหน่วยงานที่รับผิดชอบในการรับข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียนจากลูกค้า จัดทำวัตถุดิบจากแหล่งที่ยั่งยืน ริเริ่มวิธีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> สินค้าและบริการมีคุณภาพตามที่คาดหวัง ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างบริษัทและลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> การให้บริการลูกค้า ศูนย์บริการลูกค้า การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า สื่อประเภทต่าง ๆ รายงานประจำปี รายงานความยั่งยืน เว็บไซต์บริษัท ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน https://www.assetworldcorp-th.com/th/corporate-governance/whistleblowing-and-complaint

Source: Sustainability report 2020 of AWC

Management in environmental aspects



Environmental policy

- ✓ Compliance
- ✓ Commitment to reduce environmental impacts and GHG
- Emerging issue & Key change CY/PY (if any)



Target/Goal

- Align with business strategy
- SMART target, e.g. 5% reduction along the value chain within 3 years
- Key change CY/PY (if any)



Management approach

How company manages to **promote resource efficiency and mitigate environmental impacts** along the value chain



Results/Performance

- Plan & implementation to achieve the target
- Performance data of material issue with CY/PY comparison
- Non-compliance/Breach (if any) – *fact & progress*



GHG Data

- GHG emission data in accordance with international standard both collection and calculation.
- **Verify GHG data by TGO-registered or competent international firm**

Recommendation

- For Resource Sector, should report risk mitigation for natural resource consumption.
- For GHG, should report future plan in pipeline.

Management in environmental aspects



Results/Performance



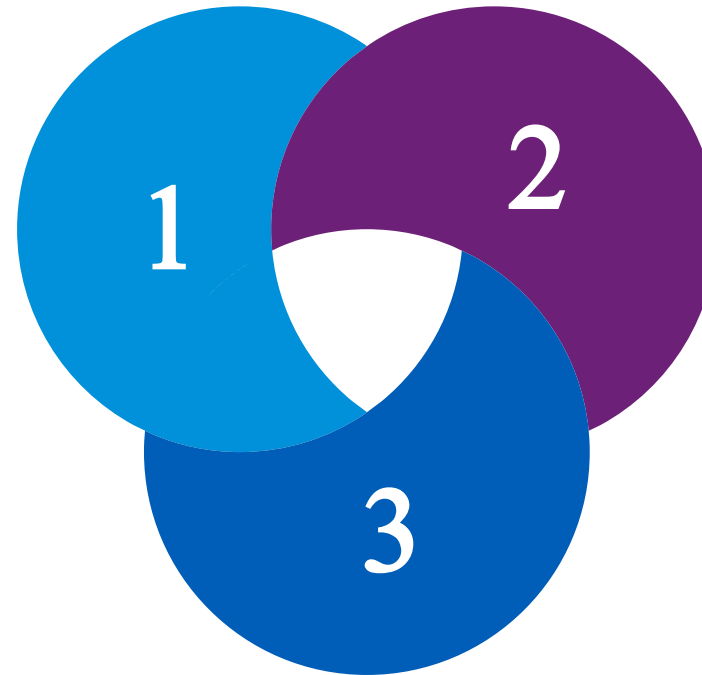
Material to business

Recommended disclosure:

Energy		Water	Waste	Pollutions air, odor, noise, chemical	GHG
Data:	<ul style="list-style-type: none">▪ Electricity consumption (kWh, MWh)▪ Fuel consumption (liter)	<ul style="list-style-type: none">▪ Water withdrawal by source (liter, m³)▪ Water stress risk▪ Water consumption (liter, m³)- breakdown by key activities▪ Water discharge (liter, m³)	<ul style="list-style-type: none">▪ Waste generated and managed (kg, ton) - breakdown by activities, types of waste, and management methods.	<ul style="list-style-type: none">▪ Source of pollution▪ Ambient data .	<ul style="list-style-type: none">▪ Descriptive data associated with GHG, i.e. emission source, energy use, etc.▪ Amount of GHG1&2 (kg, tonCO₂e)
Actions: <ul style="list-style-type: none">- Project/Measure to manage resource efficiency or reduce impact/pollutions- Difference/Improvement comparing CY/PY (amount, %)					

Categorize type of GHG sources (Scope 1-3)

SCOPE 1
Direct Emission from
sources where organization
owned or controlled



SCOPE 2
Indirection emission from
energy, electricity, chilled
water, air pressure, steam,
imported into organization.
*(Organization has not
owned or controlled over
these)*

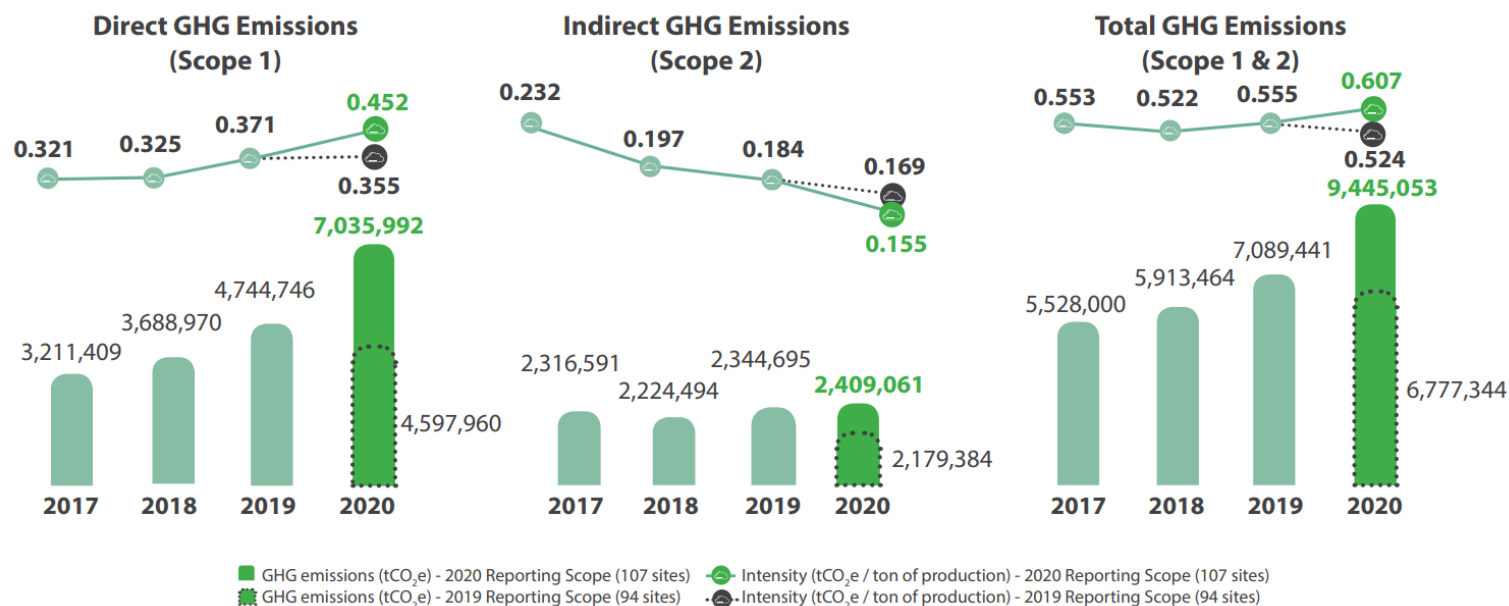
SCOPE 3
Other indirection emission from sources
that not in scope 1 & 2 but it's related to
organization activities

Disclose of GHG emission



Consolidate all sources in scope 1 - 2 (or Scope 3 if possible), then disclose in term of GHG emission on annual basis

Direct GHG emissions (Scope 1)	2019		29.71
	2018		29.24
	2017		30.16
	2016		29.98
Indirect GHG emissions (Scope 2)	2019		1.32
	2018		1.44
	2017		1.67
	2016		1.61
GHG emissions from the combustion of fuels sold by PTT (Scope 3) ^{2,3}	2019		126.36
	2018		127.05
	2017		124.49
	2016		127.08



<https://www.pttplc.com/en/Media/Publications/Report/Sustainabilityreport.aspx>

<https://sustainability.indoramaventures.com/storage/content/sustainability-report/en/sustainability-report-2020/doc.pdf>



© 2022 KPMG Phoomchai Holdings Co., Ltd., a Thai limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved

Management in environmental aspects



ข้อมูลผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม⁽¹⁾

GRI Standards	Required Data	Unit	Data Collection Period											
			2017 ⁽¹⁾			2018			2019 ⁽²⁾			2020 ⁽³⁾		
			Thailand	International	Global	Thailand	International	Global	Thailand	International	Global	Thailand	International	Global
GRI: 305 Greenhouse Gas Emissions (GHGs) ^{(5) (6) (7)}														
305-1 G4-EN15	Direct total GHGs	Tonne CO ₂ equivalent	4,083,327	561,541	4,644,868	3,660,334	467,283	4,127,617	3,662,275	251,958	3,914,233	3,841,854	1,545,884	5,387,737
305-2	Indirect total GHGs	Tonne CO ₂ equivalent	5,239	532	5,771	5,406	229	5,635	5,601	68	5,669	5,558	7,990	13,548
305-3	Other relevant indirect GHG emissions - Comprised of transportation and air travel	Tonne CO ₂ equivalent	16,534	20,658	37,192	19,421	13,434	32,855	20,463	0	20,463	11,414	888	12,302
305-4 G4-EN18	GHG intensity	Tonne CO ₂ equivalent/ thousand tonnes production	275.00	204.00	263.48	262.47	186.82	250.75	247.97	113.33	230.46	269.64	235.30	258.79

Source: PTTEPs sustainability data center on website
<https://www.pttep.com/th/Sustainabledevelopment/Disclosure/Sustainabilitydatacenter.aspx> ;
<https://www.pttep.com/th/Sustainabledevelopment/Disclosure/Assurancstatement/download.aspx?Content= 4808>

- ✓ GHG emission data
- ✓ GHG data verification

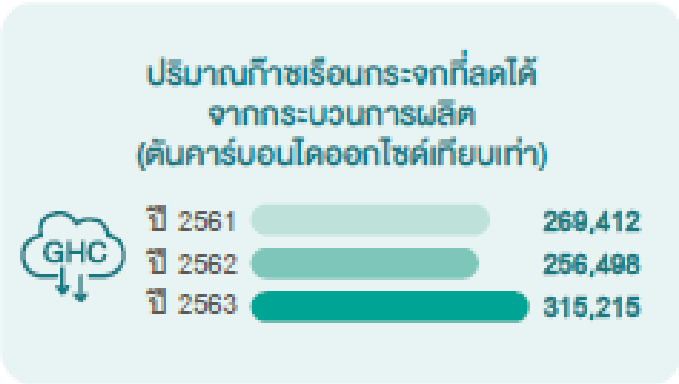


Management in environmental aspects

กลยุทธ์การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas Reduction)

ปัญหาภาวะโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นประเด็นสำคัญและเร่งด่วนทั้งในระดับประเทศและระดับสากล อีกทั้งยังเป็นประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม ชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน ตลอดจนการดำเนินธุรกิจ ด้วยตระหนักถึงความสำคัญนี้ ปตท.สผ. จึงได้กำหนดกลยุทธ์การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อช่วยลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงาน โดยตั้งเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน นั่นคือ ต้องลดความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงไม่น้อยกว่าร้อยละ 26 จากปีฐาน 2555 ภายในปี 2573

และในปี 2563 ปตท.สผ. สามารถลดความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ร้อยละ 13 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2555 และยังสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 315,216 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ผ่านการดำเนินการหลายโครงการ เช่น การนำก๊าซเหลือทิ้งหรือก๊าซส่วนเกินกลับเข้าสู่กระบวนการผลิต




หรือนำไปใช้ประโยชน์ การปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต การลดการรั่วไหลของก๊าซมีเทน การนำพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) มาใช้ในการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังมีการศึกษาความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีการดักจับ การใช้ประโยชน์ และการกักเก็บคาร์บอน (Carbon Capture Utilization and Storage – CCUS) อีกด้วย







เป้าหมาย ปี 2573

ลดความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง

ไม่น้อยกว่าร้อยละ **25** จากปีฐาน 2555



- ✓ Target
- ✓ Plan
- ✓ Results

	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)
 การนำก๊าซส่วนเกินและก๊าซที่จะเผาทิ้งกลับมาใช้ประโยชน์หรือนำกลับมาใช้ประโยชน์หรือ นำกลับเข้าสู่กระบวนการผลิต	164,297
 การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต	88,248
 การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ	57,670
 การลดการรั่วไหลของก๊าซมีเทน	5,000

การนำก๊าซส่วนเกินและก๊าซที่จะเผาทิ้งกลับมาใช้ประโยชน์หรือนำกลับมาใช้ประโยชน์หรือ นำกลับเข้าสู่กระบวนการผลิต

การนำก๊าซส่วนเกินและก๊าซที่จะเผาทิ้งกลับมาใช้ประโยชน์หรือนำกลับมาใช้ประโยชน์หรือ นำกลับเข้าสู่กระบวนการผลิต หรือ Flare Gas Utilization เป็นโครงการที่ ปตท.สผ. ดำเนินการเพื่อช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการผลิต โดยนำก๊าซส่วนเกินจากกระบวนการผลิตคอนเดนเสทกลับเข้าสู่กระบวนการผลิต ด้วยการติดตั้งอุปกรณ์ดักจับก๊าซส่วนเกินที่เผาทิ้ง (Flare Gas Recovery Unit – FGRU) รวมถึงการนำก๊าซส่วนเกินดังกล่าวมาใช้เป็นเชื้อเพลิงสำหรับอุปกรณ์หรือเครื่องจักร เช่น เครื่องกำเนิดไฟฟ้าเพื่อใช้สำหรับพื้นที่พักอาศัยและกระบวนการผลิตก๊าซธรรมชาติ เป็นต้น

โดยในปี 2563 โครงการนี้สามารถช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 164,297 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ทั้งนี้ ปตท.สผ. มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาประสิทธิภาพของ FGRU และศึกษาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มความสามารถในการนำก๊าซส่วนเกินกลับมาใช้ประโยชน์ให้ได้มากขึ้น เพื่อช่วยลดผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

Source: Sustainability report 2020 of PTTEP

Management in social aspects



Social policy

- ✓ Compliance
- Human rights in value chain**
– *at least, Thai labor standard or international standard*

มาตรฐานแรงงานไทย ความรับผิดชอบทางสังคมของธุรกิจไทย (มรท. 8001-2553) ของกระทรวงแรงงาน

The UN Guiding Principles on Business and Human Rights

The OECD Guidelines for Multinational Enterprises

ILO Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy

- *How to communicate policy to employee, supplier and customer*
- *Emerging issue & Key change CY/PY (if any)*



Target/Goal

- Align with business strategy
- SMART target
- Key change CY/PY (if any)



Management approach

How company manages to **mitigate social impacts (human rights risk)** along the value chain and **promote quality of life of employee, customer, nearby community and social.**



Results/Performance

- Human rights management practice
- Labor practice
- Performance data of material issue with CY/PY comparison
- Non-compliance/Breach (if any)
– *fact & progress*
- Dispute within 3 years

Recommendation

- Human rights due diligence

Management in social aspects

Recommendation



Human Rights Due Diligence (HRDD) is a process for companies to identify, prevent, and remedy any adverse impacts to human rights arising from the business' activities or from its business relationships.



Expected Outcomes:

- Potential (or actual) human rights impacts associated with business operations
- Guide strategies to mitigate the human rights risks

Management in social aspects



Results/Performance

Recommended disclosure:

Employee	Customer	Community
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Employment condition, incl fair wage and compensation, e.g. number of employee by gender, disabled employee; ▪ Training and development, e.g. training program, training hours; ▪ Employee engagement and satisfaction, e.g. engagement survey (target, result, plan to increase rate), turnover rate; ▪ Occupational health and safety, incl working condition, e.g. OHS practices, incident records, work-related injuries, corrective actions; ▪ Risk mitigation for potential dispute 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Satisfaction ▪ Product communication (product facts), especially potential impact (precautionary statement) ▪ Product development in response to customers' need ▪ Complaint case - number, brief detail, handling process ▪ Data privacy 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Impacts to community – <i>mitigate negative impact to nearby community</i> ▪ Participation/Contribution in community development, incl activities and philanthropy ▪ Community complaint case - number, brief detail, handling process

New sustainability content

Management in social aspects



การพัฒนาบุคลากร

โอกาสและความท้าทาย

พนักงานทุกคนนับเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ โดย ปตท. เชื่อมมั่นว่าการเติบโตขององค์กรขึ้นอยู่กับพนักงานที่มีคุณภาพ จึงมีนโยบายมุ่งเน้นการพัฒนา ปรับปรุงกระบวนการและระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีความทันสมัย เทียบได้ในระดับสากล และสอดคล้องกับแนวโน้มเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง เพื่อเสริมสร้างและพัฒนาให้พนักงานเป็นทั้งคนดีและคนเก่ง ตลอดจนมีส่วนร่วมในการพัฒนาและช่วยเหลือสังคม และเป็นกลไกหลักในการพัฒนา ปตท. ให้ก้าวไปสู่การเป็นองค์กรแห่งความยั่งยืน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเตรียมการพัฒนาบุคลากรให้มีความพร้อมและสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับทิศทางและเป้าหมายทางธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ในปี 2563 ที่ผ่านมา ปตท. มีอุปสรรคต่อการทำงานจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 จึงมีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนวิธีการทำงาน เช่น นโยบาย Work@Home และการฝึกอบรมในห้องเรียน เป็นรูปแบบออนไลน์ และรูปแบบห้องเรียนเสมือน เป็นต้น

การบริหารจัดการประเด็น



กลยุทธ์ ด้านสังคม:
สังคมไทยต้องอุษุ



การเตรียมความพร้อมของบุคลากร
เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต

ตัวชี้วัดระดับองค์กร

- เพิ่มระดับคะแนน HCI อย่างน้อยร้อยละ 1 ต่อปี

ตัวชี้วัดระยะสั้น/ ระยะยาว

ตัวชี้วัดระยะสั้น

เพิ่มระดับคะแนน HCI อย่างน้อยร้อยละ 1 ต่อปี

ตัวชี้วัดระยะยาว

รักษาระดับคะแนน HCI ให้อยู่ในระดับสูง ร้อยละ 76 - 100 เพื่อให้มั่นใจว่า ปตท. มีกลไกการบริหารและพัฒนาพนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมรองรับเป้าหมายการดำเนินธุรกิจในระยะยาวขององค์กร

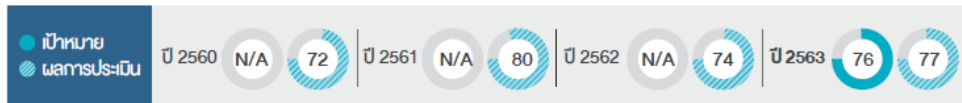
ผลการดำเนินงาน

ระดับคะแนน HCI ปี 2563 มีค่าเท่ากับร้อยละ 77 ซึ่งสูงกว่าปี 2562 ร้อยละ 3

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

ระดับคะแนนดัชนีภูมิมนุษย์ (HCI)

หน่วย: ร้อยละ



✓ Challenge

✓ Target

✓ Key results

✓ Performance data (employee)

3. กลุ่มวิชาเลือกเพิ่มเติมตามความจำเป็น เป็นหลักสูตรเพื่อพัฒนาศักยภาพพนักงานตามความต้องการรายบุคคล โดยเป็นการพิจารณาร่วมกันระหว่างผู้บังคับบัญชาและพนักงาน ในการเลือกหลักสูตรพัฒนาตามความจำเป็นของพนักงาน เช่น หลักสูตร Marketing for Crisis Management หลักสูตร Virtual Agile Team หลักสูตร Innovator Guide to Downturn และหลักสูตรการบริหารทีมในภาวะวิกฤติ เป็นต้น ในปี 2563 หลักสูตรกลุ่มนี้ได้ปรับรูปแบบจากการจัดอบรมแบบการฝึกอบรมในห้องเรียน เป็นการจัดอบรมรูปแบบห้องเรียนเสมือนทั้งหมด

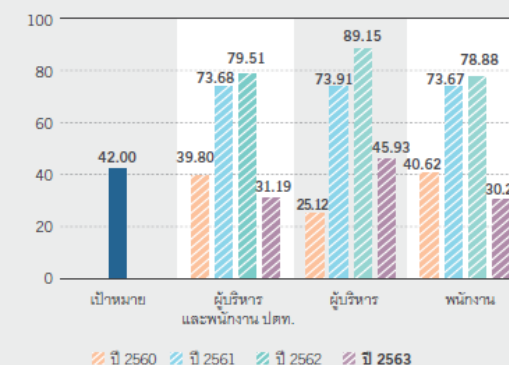
ปตท. ได้มีการเชื่อมโยงระบบการเรียนรู้ โดยพัฒนาร่วมกับ วิทยาลัยนวัตกรรมการและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนางานองค์กร ซึ่ง ปตท. ได้กำหนดกลยุทธ์ใหม่ในการพัฒนางานนวัตกรรมและสร้างธุรกิจใหม่ ได้แก่ Electricity Value Chain, Internet of Things (IoT), Artificial Intelligence (AI) Robotics, Life Science, Smart Medical, Bio-Economy และ Smart City เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ซึ่งจากกลยุทธ์ดังกล่าว ได้นำมากำหนดเป็นกลยุทธ์และแผนงาน ในการพัฒนาความรู้และความเชี่ยวชาญให้แก่ผู้บริหารและพนักงาน ของ ปตท. ในสายอาชีพที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สายอาชีพพัฒนาและบริหารธุรกิจนวัตกรรมและสายอาชีพบริหารกลยุทธ์กลุ่มธุรกิจปิโตรเลียมขั้นปลาย โดยในปี 2563 มีการจัดหลักสูตรอบรม ดังนี้

- สายอาชีพพัฒนาและบริหารธุรกิจนวัตกรรม ได้แก่ หลักสูตร Introduction to Wind Technology
- สายอาชีพบริหารกลยุทธ์กลุ่มธุรกิจปิโตรเลียมขั้นปลาย ได้แก่ หลักสูตร Intro to Fund Investment หลักสูตร Pharma 101 Overview of Pharmaceutical Industry และหลักสูตร Digital Transformation เพื่อประเมินประสิทธิภาพในการเรียนรู้ ให้มั่นใจว่าผู้เข้าอบรม

ภาพที่ 4

จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ย

หน่วย: ชั่วโมง



ค่าใช้จ่ายอบรม

หน่วย: บาทต่อคน 37,838 55,274 53,462 13,472



ผลตอบแทนจากการลงทุนด้านทรัพยากรมนุษย์

หน่วย: เท่า 200 246 221 194



Source: One report 2020 of PTT PLC

Management in social aspects

การดำเนินงานตามประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ปี 2563

ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ

กลุ่มบริษัทปิโตรแอสฟัลท์ ปรับบริการสู่วิกฤต

“ลูกค้าอุ่นใจ”

ดำเนินธุรกิจเข้มแข็งได้ ในช่วงวิกฤตโควิด-19

THE POWER OF PARTNERSHIP

STRONGER, TOGETHER



เป้าหมาย

2563

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้า ไม่น้อยกว่า 85%
- สามารถจัดการข้อร้องเรียนด้านสินค้าและบริการให้แล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนด 100%
- การเรียกคืนสินค้าและการส่งคืนสินค้า 0 กรณี
- การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าและการทำกิจกรรมเพื่อสังคมร่วมกับลูกค้า

- สามารถจัดการข้อร้องเรียนด้านสินค้าและบริการให้แล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนด 100%

- การเรียกคืนสินค้าและการส่งคืนสินค้า 0 กรณี

- การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าและการทำกิจกรรมเพื่อสังคมร่วมกับลูกค้า

2568

- สร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจแก่ลูกค้าผ่านการบริการ หรือผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่า



กลุ่มบริษัท ได้มุ่งเน้นในเรื่องคุณภาพสินค้าเป็นเรื่องสำคัญที่สุด เพราะเราตระหนักดีว่าความปลอดภัยและคุณภาพของสินค้ามีความสำคัญในการติดต่อ
 สัญจร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องความปลอดภัย และส่วนสำคัญที่สุดต้องมาจากคุณภาพทางกาย-โดยยี่ห้อที่ถูกจดตามมาตรฐาน กลุ่มบริษัท จึงได้เพิ่มวงเล็บ
 การผลิตสินค้าให้เป็นคุณภาพสูง มีมาตรฐานการตรวจวัดที่เข้มข้น รวมทั้งมีการลงทุนด้านอุปกรณ์เครื่องมือนำเข้าให้ทันสมัย สามารถตรวจสอบคุณภาพได้ดี
 มากขึ้น รวมทั้งเป็นความรับผิดชอบต่อส่วนการของพนักงานในเรื่องที่กลุ่มบริษัท ให้ความสำคัญ โดยพนักงานตรวจสอบคุณภาพสินค้าจะต้องได้รับการฝึกอบรม
 และเรียนรู้อย่างเข้มข้น รวมทั้งมีการลงทุนในค่าอุปกรณ์เครื่องมือในการทดสอบจำนวน 7.1 ล้านบาท เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าที่ผลิตจะมีคุณภาพดี และอาจ
 ได้ นอกจากนี้ยังได้จัดครีดิทในการออกเอกสาร**ใบส่งงานผลิตภัณฑ์** จากกลุ่มบริษัท ที่ต้องมีวิธีวิธีออกเอกสารถูกต้อง เพื่อการผู้รับเข้า
 ประเมินการส่งมอบงาน เพื่อเป็นการควบคุมตามมาตรฐานการส่งออกและนำเข้า ซึ่งเป็นการช่วยการควบคุมคุณภาพอีกทางหนึ่งในการที่จะส่งมอบ

ในด้านการบริการ ได้ยึดหลักการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ทำความเข้าใจความต้องการ และ ความคาดหวังของลูกค้า ทำหน้าที่คอยช่วยเหลือให้ทราบการอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาศักยภาพและบริการอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งคำนึงถึงความเป็นสำคัญด้านสุขภาพ ความปลอดภัย และคุณภาพชีวิตของลูกค้า ด้วยสถานการณ์โควิด-19 กลุ่มบริษัท ได้ใช้มาตรการ “การเว้นระยะห่างทางสังคม” ของภาครัฐ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างพึงพอใจ ตรงเวลา สามารถทำให้อุปกรณ์ในเครื่องเป็นปกติ โดยงานบริการ บริหารการจัดส่งสินค้าให้ได้รับตามวามเร็ว เวลาที่ต้องการ รวมทั้งสร้างความมั่นใจในคุณภาพและประสิทธิภาพที่ด้วยผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมให้ครอบคลุม

**การดำเนินงานที่ปรับเปลี่ยน ปี 2563**

- **เป้าหมายของพิธีกรรม**การส่งเสริมและ**ติดตามการจัดส่งสินค้า** มาใช้**บริการลูกค้า** เพื่อความปลอดภัยของทุกฝ่าย **ครูสายชั้นวิทยา 84-87**
- พัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานจากผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าจากปีก่อนหน้า เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการแก่ลูกค้าให้รวดเร็วและถูกต้อง รวมถึงสร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้าทุกรายร่วมกัน
- ส่งมอบความรู้ ด้านนวัตกรรม ความรู้ และเทคโนโลยี แก่บัณฑิตด้านยางมะตอยให้ลูกค้า

- ผลการดำเนินงาน ปี 2563**

- ระดับความพึงพอใจที่ได้รับ 87.4%
- สามารถจัดการข้อร้องเรียนด้านสินค้าและบริการให้แล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนดคิดเป็น 94%
- การเรียกคืนสินค้าและการส่งคืนสินค้า 1 ครั้ง จากสินค้า Premix
- จัดอบรมหลักสูตรเกี่ยวกับความปลอดภัยให้ลูกค้า โดยเป็นโครงการร่วมระหว่างหน่วยงานความปลอดภัยของโรงงาน

- การเรียกคืนสินค้าและการส่งคือสินค้า 1 ครั้ง จากสินค้า Premix

- สามารถจัดการจ้อง้องเรียนด้านสินค้าและบริการให้แล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนดคิดเป็น 94%
- จัดอบรมหลักสูตรเกี่ยวกับความปลอดภัยให้ลูกค้า โดยเป็นโครงการร่วมระหว่างหน่วยงานความปลอดภัยของโรงงาน

- จัดอบรมหลักสูตรเกี่ยวกับความปลอดภัยให้ลูกค้า โดยเป็นโครงการร่วมระหว่างหน่วยงานความปลอดภัยของโรงงาน

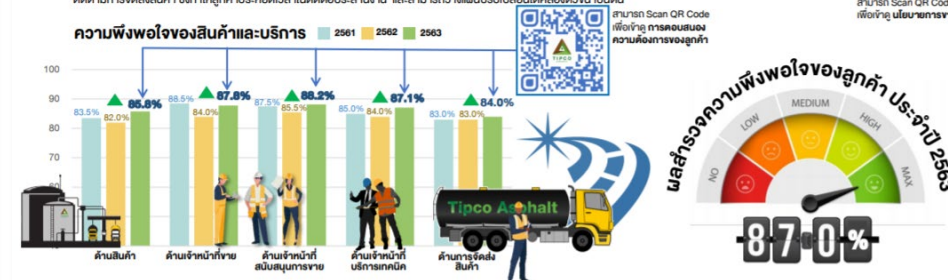
- ✓ Target
- ✓ Plan
- ✓ Results (customer)

- ## ✓ Plan

- ✓ **Results (customer)**

การเติมเต็มความต้องการของลูกค้า เพื่อสนับสนุนธุรกิจและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

หลังจากที่มีการประกาศยุทธศาสตร์ของกลุ่มบริษัทฯ ในด้านการเป็นผู้นำด้านนวัตกรรม เพื่อตอบสนองให้ได้กับความต้องการของลูกค้า โดยคำนึงถึงความสะดวกของการเข้าถึงบริการในปัจจุบันและอนาคต จากบทวิเคราะห์และข้อมูลเชิงลึกทางธุรกิจภายใต้ที่เห็นและแนะนำ สอดคล้องกับสิ่งที่ลูกค้าได้สังเกตเห็นที่ งานปี 2562-2563 ที่ พนักงานทุกคนได้นำมาคิดประกอบเป็นงานบริการ และได้นำไปใช้สำเร็จจริง เช่น บริการช่วยเหลือ และบริการอย่างเบ็ดเสร็จแบบไร้รอยต่อทางโทรศัพท์ และ แผนปฏิบัติงานการกระจายงานประจำของภาคการตลาดในรูปแบบใหม่ หรือที่พอจะเข้าใจ เป็นรูปแบบเป็นรูปลูกค้า มีการใช้เสียงลูกค้า Voice of Customer (VOC) มาเป็นข้อมูลที่จะคำนึงถึงในด้านการให้บริการ เช่น การนำสิ่งที่ต้องการของสินค้ามาพัฒนาสินค้า 1 ตัว ซึ่งจะมีลูกค้าเป็นพันธมิตร 1 ตัว แต่ละกลุ่มลูกค้าเป็นพันธมิตรประมาณ 10 คน หรือการเพิ่มรายได้จากสินค้าบริการจากช่องทางของการลูกค้าที่ได้ไปพัฒนาสินค้าบางช่องทางการกระจายแบบเป็นแบบสินค้าและสาขาบางสาขา ธุรกิจการพัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อลดข้อผิดพลาดทางโทรศัพท์ จึงทำให้ลูกค้าที่ปรึกษาได้ข้อสรุปประมาณว่า สามารถวางกลยุทธ์เป็นแบบที่กล่าวถึงกันไว้ เป็นแบบคิดตามกลยุทธ์นี้ได้ จึงทำให้ลูกค้าที่ปรึกษาหรือเอาใจใส่ต่อข้อเสนอแนะว่า สามารถวางกลยุทธ์เป็นแบบที่กล่าวถึงกันไว้ เป็นแบบ



Management in social aspects

การมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

ความสำคัญ

บริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจตามภารกิจที่ตั้งในการมีส่วนร่วมพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีของสังคมไทยอย่างต่อเนื่อง ตามกลยุทธ์ Green Society ด้วยรูปแบบที่ช่วยแก้ปัญหาสังคมและตอบสนองต่อความคาดหวังของชุมชน/สังคม ในปี 2563 บริษัทฯ ได้ขับเคลื่อนงาน ดังนี้

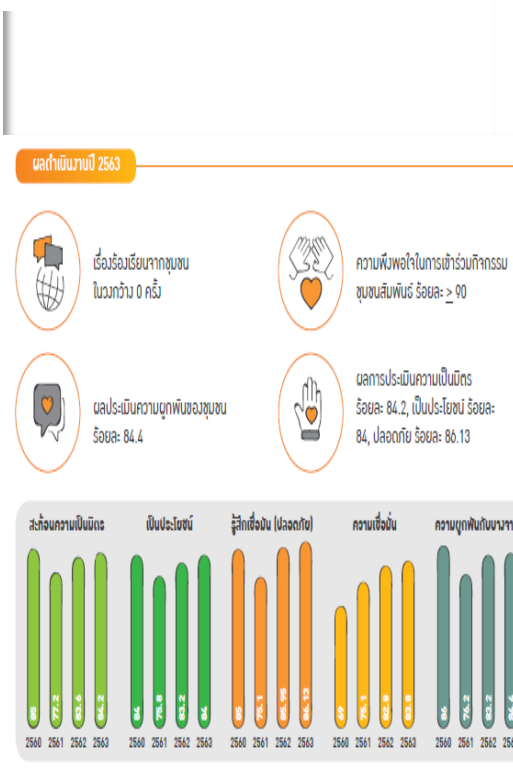
1. การดูแลเพื่อนบ้านบางจาก (Disclosure 413-1)

เป้าหมายและกลยุทธ์ปี 2563-2568

ด้วยโรงงานน้ำมันเป็นพื้นที่ปฏิบัติการสำคัญของบริษัทฯ (ร้อยละ 90) การดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ได้มีการจำแนกกลุ่มเป้าหมายผู้อาศัยที่อยู่รอบพื้นที่ออกเป็น 4 กลุ่มย่อย เพื่อการตอบสนองต่อความต้องการ / ความคาดหวังของแต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสม ซึ่งความคาดหวังส่วนใหญ่เป็นเรื่อง (1) การดำเนินธุรกิจด้วยความปลอดภัย (2) สื่อสารให้ทราบล่วงหน้าในการดำเนินงานตามแผน (3) สื่อสารอย่างรวดเร็วในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน (4) มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย (5) การจัดการกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง รวมถึง (6) การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม บริษัทฯ จึงกำหนดกลยุทธ์ในงานชุมชนสัมพันธ์ และจัดทำกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ครอบคลุม 8 ด้าน ได้แก่ ด้านความปลอดภัย ด้านการศึกษา ด้านกีฬา ด้านคุณภาพชีวิต ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเสริมสร้างความสัมพันธ์และอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี ด้านเศรษฐกิจ และด้านสาธารณสุขประโยชน์โดยในปี 2563 จัดกิจกรรมกว่า 140 ครั้ง และมีผู้ได้รับประโยชน์จากกิจกรรมกว่า 71,083 ราย

เป้าหมาย ปี 2563	กลยุทธ์งานชุมชนสัมพันธ์
<ol style="list-style-type: none"> เรื่องร้องเรียนจากชุมชนในวงกว้าง 0 ครั้ง ความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ ร้อยละ ≥ 90 ผลประเมินความผูกพันของชุมชน ร้อยละ ≥ 85 การประเมินความเป็นมิตร, เป็นประโยชน์, ปลอดภัย ร้อยละ ≥ 85 	จัดกิจกรรมที่ตรงกับความต้องการของชุมชนอย่างต่อเนื่อง สร้างความเป็นมิตร เป็นประโยชน์ และปลอดภัย

- ✓ Management approach
- ✓ Plan & results (community)



การจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคมปี 2563

ด้านความปลอดภัย

การซ้อมแผนอพยพประชาชนกรณีเกิดอุบัติเหตุ

บริษัทฯ ได้จัดซ้อมแผนอพยพ กรณีเกิดอุบัติเหตุ พร้อมทั้งอบรมให้ความรู้ในการใช้อุปกรณ์ดับเพลิงเบื้องต้น ให้แก่ ครู นักเรียน และบุคลากรในโรงเรียน และผู้อาศัยในคอนโดมิเนียมใกล้เคียง เป็นประจำทุกปี

ปี 2563 บริษัทฯ ได้จัดซ้อมแผนอพยพ และอบรมให้ความรู้ในการใช้อุปกรณ์ดับเพลิงเบื้องต้น ให้แก่ 6 โรงเรียน และ 11 คอนโดมิเนียมในเขตพระโขนง-บางนา เพื่อให้ครู นักเรียนและบุคลากรในโรงเรียน และผู้อาศัยในคอนโดมิเนียมมีความรู้ ความเข้าใจ และมีความพร้อมในการรับมือกับภัยพิบัติต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น

ด้านการสื่อสาร

บริษัทฯ จัดให้มีช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มต่างๆ ที่อาศัยอยู่ใกล้พื้นที่รอบโรงงานบางจากฯ ในหลากหลายช่องทาง ได้แก่

- ✓ พนักงานชุมชนสัมพันธ์ลงพื้นที่พูดคุย และการโทรศัพท์สายตรง
- ✓ การจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง
- ✓ Line กลุ่ม คณะกรรมการชุมชน, ลูกบ้านคอนโด, คณะอาจารย์ในโรงเรียนรอบโรงงาน
- ✓ บอร์ดประชาสัมพันธ์ในชุมชนและคอนโด
- ✓ Facebook ครอบคลุมในไม่บางจากสำหรับกลุ่มครอบครัว
- ✓ ขยายพื้นที่การติดตั้งลำโพงเสียงตามสายสำหรับแจ้งให้เพื่อนบ้านทราบล่วงหน้าในการดำเนินงานตามแผน

Source: Sustainability report 2020 of Bangchak Corporation PCL

Disclosure remark



Disclose only the key content and practice in the report. The full policy, procedure or related document can be made available on website.



In case the required information is unavailable, either policy, procedure or performance data, indicate “not available”. If the disclosure of such information is on plan, specify the year to be disclosed in the report.



The company may disclose the other social and environmental performance, result or plan (if any) which is considered aligning with company’s policy. The disclosure of those information is in accordance with Global Reporting Initiative (GRI).



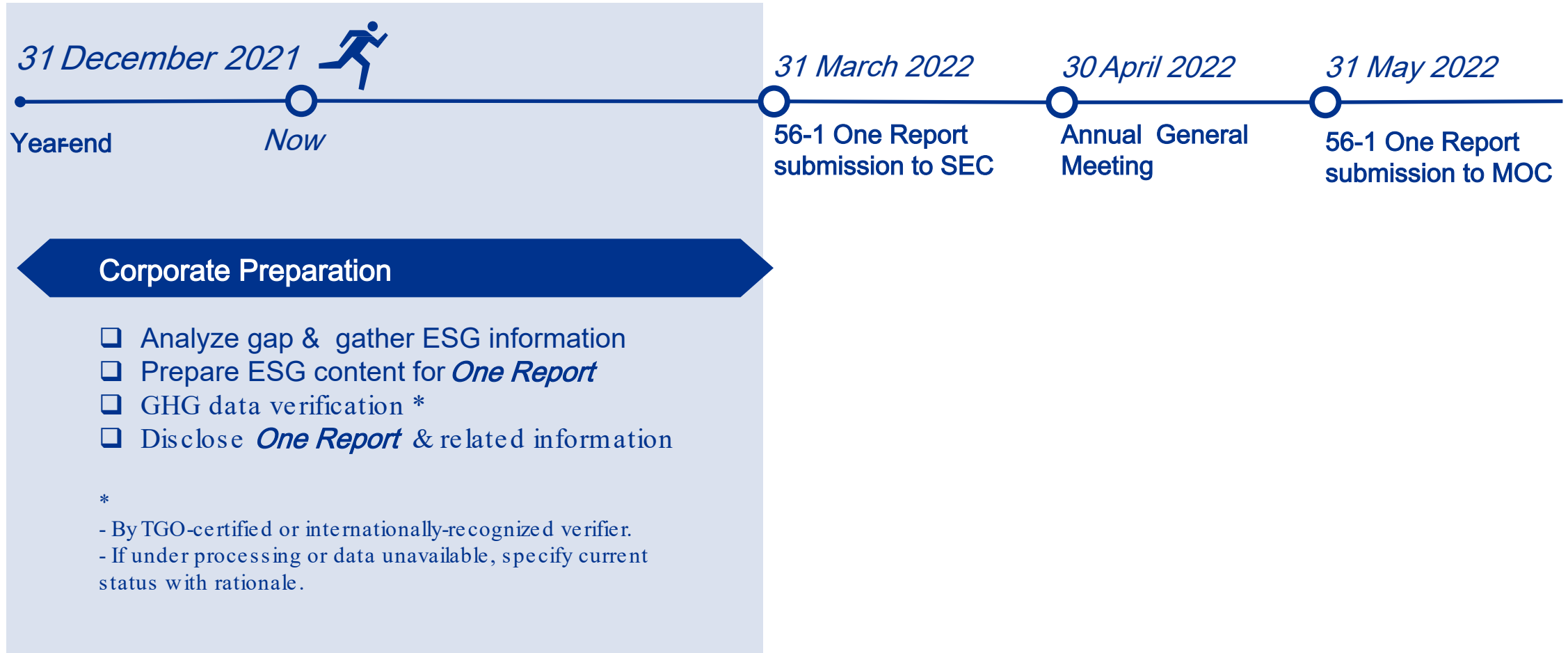
In case the company discloses the sustainability report separately, summarize the key content of those 4 topics in accordance with One Report guidance and refer the detail to the sustainability report.



Timeline



Timeline

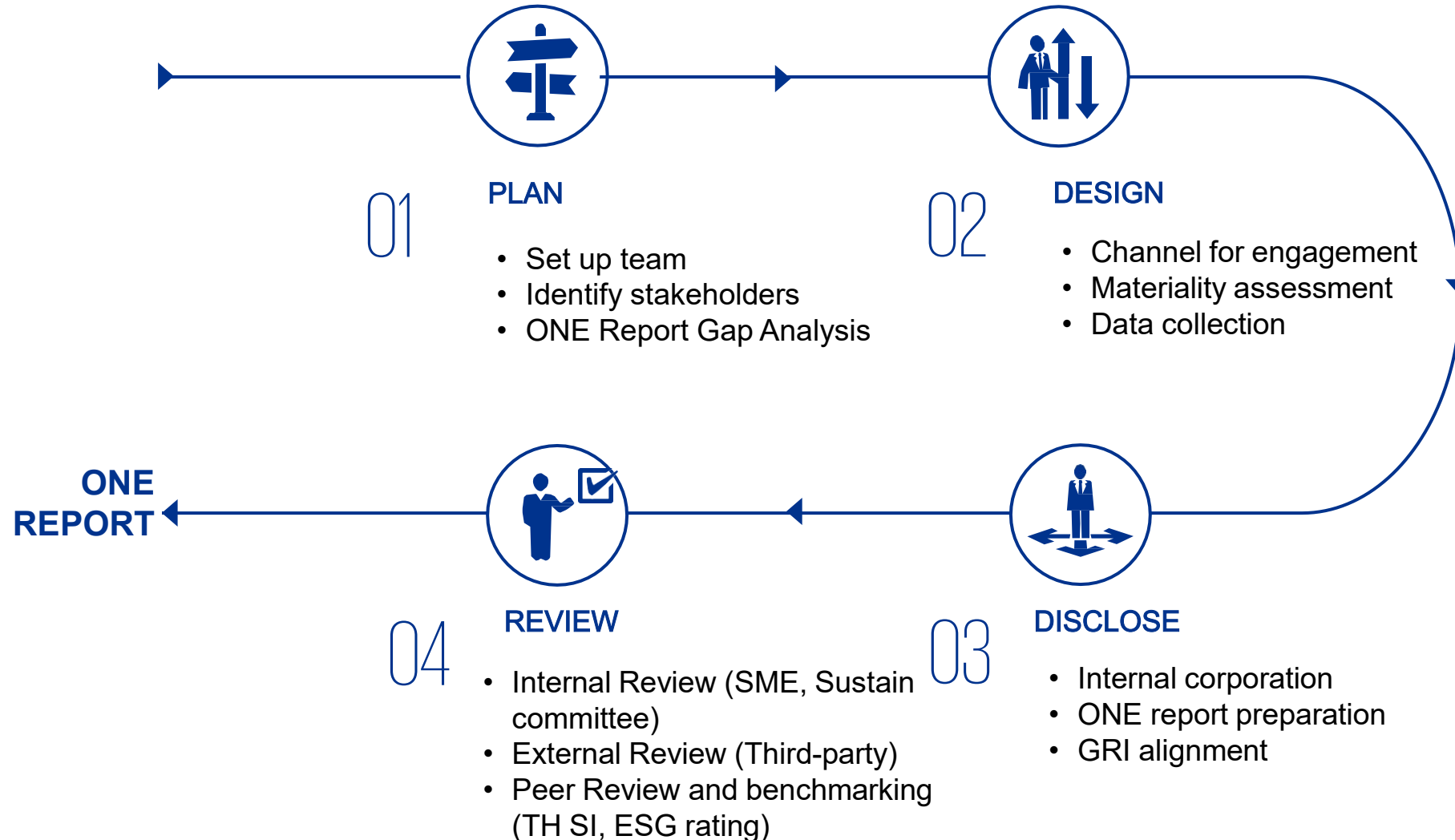




Sustainability Reporting journey



Sustainability Journey



01. PLAN

SET UP TEAM

- Sustainability committee
- Working team from relevant parties (Investor Relation, Operation, Environment, Health & Safety, Human Resource, F&A)



IDENTIFY STAKEHOLDER

- Analyze operation process
 - What's your business?
 - Who get impact (+/-)?
 - What impact they get?
 - How to know their expect & concern?
 - When & where to engage stakeholder?
- Focus on value chain

ONE REPORT GAP ANALYSIS

- Mapping with ONE report requirement
- Knowing what is need to be done

One Report Gap Analysis

Disclosure status: ● Disclosed | ◐ Partial | ○ None

Corporate Sustainability

■ Sustainability policy	●
■ Management approach	○
■ Target/Goal (corporate level)	○
■ Key change CY/PY (if any)	○
■ Alignment with SDGs	●

Management of Impacts to Stakeholders in Value Chain

■ Relationship with stakeholders through business' activities (upstream & downstream)	○
■ Value creation along the value chain	○
■ Stakeholder identification	○
■ Stakeholders' concern/interest and corporate response	○

Management in Environmental Aspects

	<i>GHG</i>	<i>Energy</i>	<i>Water</i>	<i>Waste</i>	<i>Pollutions</i>
■ Environmental policy & management approach	◐	◐	◐	◐	◐
■ Target/Goal (short- & long-term)	◐	◐	◐	○	○
■ Emerging risk/issue & key change CY/PY (if any)	○	○	○	○	○
■ Plan and implementation, incl improvement	●	●	●	○	○
■ Performance with CY/PY comparison	●	●	●	○	○
■ GHG data verification	●	-	-	-	-
■ Non-compliance/Breach (if any)	●	●	●	●	●

Management in Social Aspects

	<i>Employee</i>	<i>Customer</i>	<i>Community</i>
■ Social policy & management approach	●	●	●
■ Target/Goal (short- & long-term)	◐	○	○
■ Emerging risk/issue & key change CY/PY (if any)	○	○	○
■ Human rights management - risk and due diligence process	◐	○	○
■ Plan and implementation	●	●	●
■ Performance	●	○	●
■ Key change CY/PY (if any)	○	○	○

02. DESIGN



CHANNEL FOR ENGAGEMENT

- Explore appropriate way to engage with stakeholder



MATERIALITY ASSESSMENT

- Finalize most important issue from stakeholder point of view and business strategy

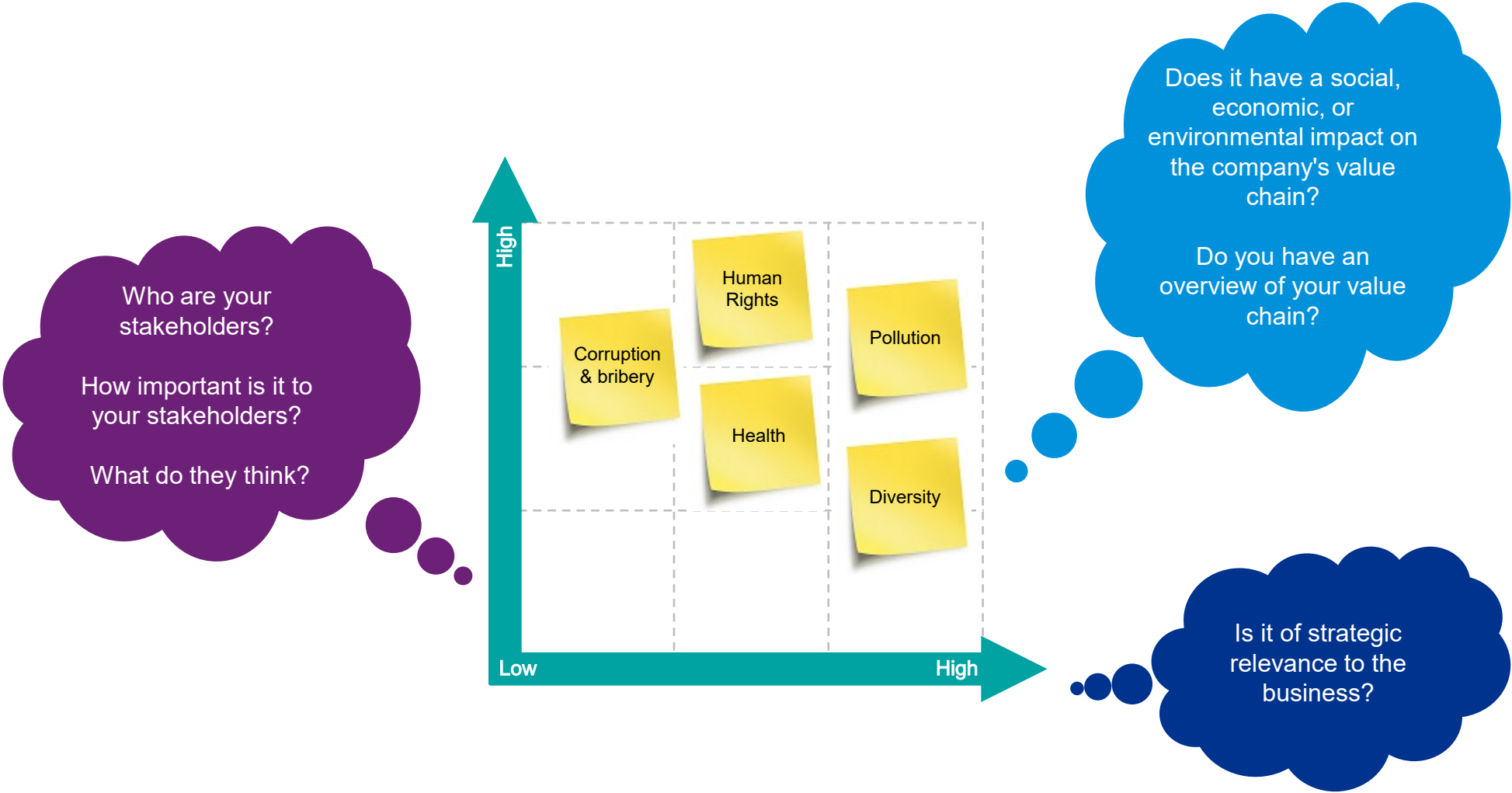


DATA COLLECTION

- Having solid data collection requesting evidence-based data
- Use of technology
- Make sure data requested is in line with One report



MATERIALITY ASSESSMENT



DATA COLLECTION



03. DISCLOSE

- ◆ **INTERNAL COLLABORATION**
Right information, planning to get data support from the right person and on time
- ◆ **ONE REPORT PREPARATION**
Spend time to develop text and data presentation with clear and easy to understand by external reader
- ◆ **One Report ALIGNMENT**
Recheck data and make it comply with One report



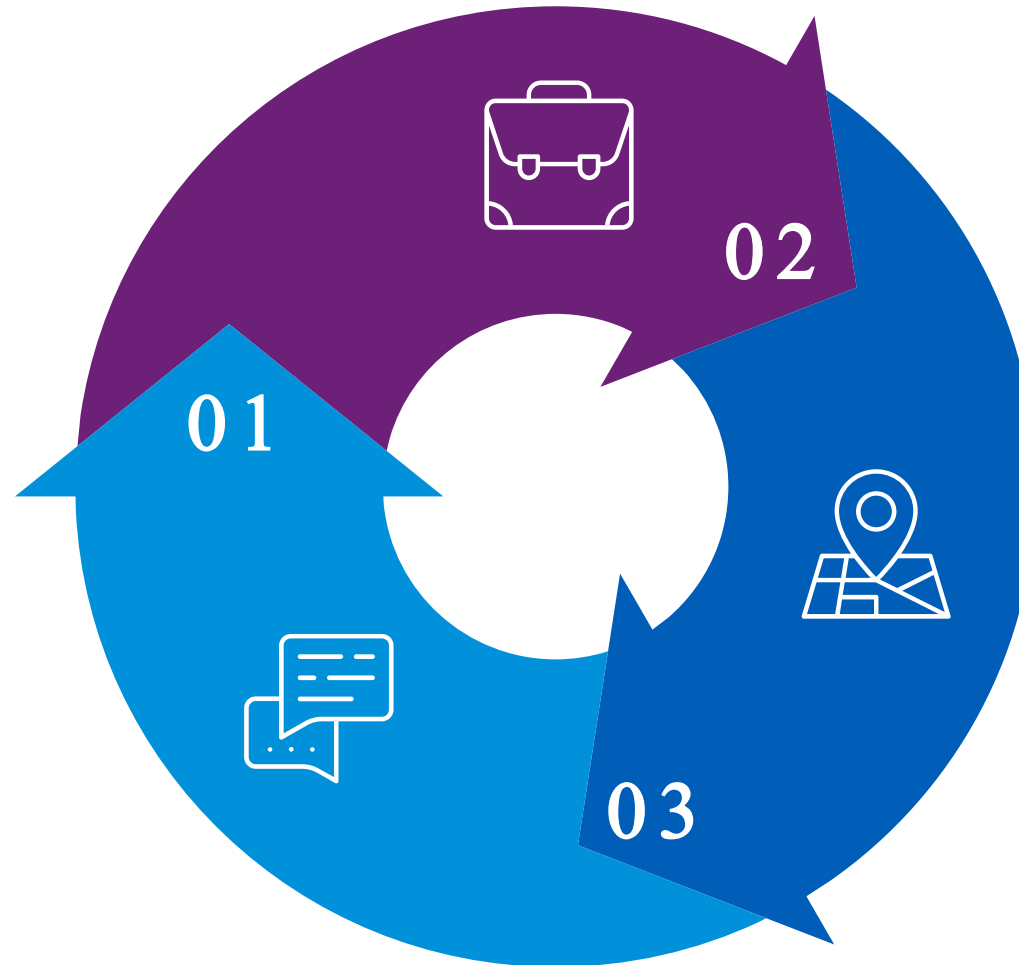
04. REVIEW

01 INTERNAL REVIEW

Having reasonable feedback from sustain committee, Subject Matter Expert (SME) and data owner

Review by Sustainability committee

Review by Top management



02 EXTERNAL REVIEW

Seeking external verification to ensure data accuracy and transparency for external stakeholders.

3. PEER REVIEW AND BENCHMARKING

Explore opportunity to learn from same or similar industry and benchmark with National, International ESG rating.



Conclusion

◆ **START NOW**

◆ **TONE AT THE TOP**



◆ **INCORPORATE
SUSTAINABILITY
AS PART OF
CORPORATE
STRATEGY**

◆ **COMMUNICATION IS
KEY TO SUCCESS**

Feedback



Q&A





Thank you

Contact



ดร. มงคล เหล่าวรพงศ์

สมาคมนักศึกษาเก่าพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Email: mongkon.laoworapong@gmail.com



ณัฐพงศ์ ตันติจัตตานนท์

กรรมการบริหาร - ฝ่ายการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและความยั่งยืน

เคพีเอ็มจี ประเทศไทย

Email: natthaphong@kpmg.co.th

Tel: 0898933122



Twitter : @KPMG_TH

LinkedIn : linkedin.com/company/kpmg-thailand

Facebook : facebook.com/KPMGinThailand

YouTube : youtube.com/kpmginthailand

Instagram : instagram.com/kpmgthailand/

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.

© 2022 KPMG Phoomchai Holdings Co., Ltd, a Thai limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.