



ภาคผนวก ค-10

รายงานการพัฒนาความยั่งยืนประจำปี

---

# LEADER IN ENERGY TRANSITION

รายงานความยั่งยืนแบบบูรณาการ ประจำปี 2564  
บริษัท บวกจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)



Bangchak

100X



Sustainability Award  
Silver Class 2022

S&P Global

**MSCI**  
ESG RATINGS



CCC	B	BB	BBB	A	AA	AAA
-----	---	----	-----	---	----	-----

## วิสัยทัศน์



มุ่งสู่กลุ่มบริษัทนวัตกรรมสีเขียวชั้นนำในเอเชีย ที่มีบรรษัทภิบาลที่ดี  
และดำเนินธุรกิจด้วยแนวทางแบบมีส่วนร่วมและยั่งยืน

## พันธกิจ

สร้างสรรค์นวัตกรรมสีเขียวที่ก้าวล้ำและเข้าถึงได้ทุกคน เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด  
ให้กับลูกค้า พร้อมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ได้รับการไว้วางใจและสร้างคุณค่า  
ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และส่งเสริมการพัฒนาของสังคมอย่างยั่งยืน

เรามุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจด้วยแนวทางแบบมีส่วนร่วมและยั่งยืน ขยายการเติบโต  
ทั้งในและต่างประเทศ ยึดหลักการทำกับดุษฎีการที่ดี และพัฒนาวัฒนธรรม  
แห่งการเรียนรู้สู่ความเป็นเลิศ บนบรรยากาศการทำงานที่มีความสุข

## ค่านิยม

*i*

**Innovation**

ร่วมสร้างสรรค์สิ่งใหม่

*AM*

**Agility & Mobility**

พร้อมใจเปลี่ยนแปลง

**B**

**Beyond Expectation**

แสวงหาความเป็นเลิศ

**C**

**Continuous Development**

ก่อเกิดการพัฒนา

**P**

**Pursuit of Sustainability**

นำพาสู่ความยั่งยืน

## วัฒนธรรมองค์กร

พัฒนานวัตกรรมธุรกิจอย่างยั่งยืนไปกับสิ่งแวดล้อมและสังคม

## วัฒนธรรมพนักงาน

เป็นคนดี มีความรู้ เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น

# สารบัญ

6

เกี่ยวกับ  
รายงานฉบับนี้



8

สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร  
และกรรมการผู้จัดการใหญ่  
กลุ่มบริษัทบางจากฯ



ภาพรวมบริษัทฯ

11



16

ห่วงโซ่คุณค่า  
ของธุรกิจบางจากฯ



20

สรุปผล  
การดำเนินงานสำคัญ  
ปี 2564



บางจาก  
และความยั่งยืน

23

18

โครงสร้างธุรกิจ



24

หลักการและ  
กรอบแนวคิด  
ด้านความยั่งยืน



บางจาก และผู้มีส่วนได้เสีย

25

ประเด็นสำคัญ  
ด้านความยั่งยืน

40



Materiality and GRI

41

กลยุทธ์สู่ความยั่งยืน



46

57

สถานการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม



# 59

## มิติเศรษฐกิจ



- รายได้ และค่าใช้จ่าย
- การกำกับดูแลและการเติบโตทางเศรษฐกิจ
- Highlight ตัวเลขผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ
- การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการต่อต้านทุจริต
- การบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk and Crisis Management)
- การบริหารความเปลี่ยนแปลง (Change Management)
- การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)
- การบริหารนวัตกรรม (Innovation Management)
- เทคโนโลยีสารสนเทศและความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

# 89

## มิติสิ่งแวดล้อม



- การจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อรรถประโยชน์สูงสุด
- ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ
- การใช้พลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- การบริหารจัดการน้ำ
- การบริหารจัดการน้ำทิ้ง
- การป้องกันและจัดการการรั่วไหล
- การจัดการมลพิษทางอากาศ
- การจัดการของเสียและวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว
- การพัฒนาสินค้าและบริการอย่างยั่งยืน
- การขนส่งผลิตภัณฑ์
- บัญชีค่าใช้จ่ายด้านสิ่งแวดล้อม

# 115

## มิติสังคม



- กรอบการดำเนินงานและกิจกรรมทางธุรกิจในช่วงสถานการณ์โควิด-19
- ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย
- การบริหารความสัมพันธ์และความรับผิดชอบต่อลูกค้า
- สิทธิมนุษยชน (Human Rights)
- การดูแลพนักงาน (Employee Stewardship)
- การมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

# 161

## สถิติด้าน ความยั่งยืน



# 182

## GRI Content Index

# 187

## การยึดหลักสากลของ United Nations Global Compact (UNGC)



## Assurance Statement

# 189

# เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

## ที่มาของรายงาน

บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้จัดทำรายงานการพัฒนาความยั่งยืนแบบบูรณาการ (Integrated Sustainability Report) เพื่อเปิดเผยผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนประจำปีของบริษัท (Disclosure 102-52) เป็นปีที่ 17 โดยมีรอบการรายงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2564 (Disclosure 102-50) บริษัท ใช้แนวทางการรายงานตาม GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) (Disclosure 102-54) และ Oil & Gas Sector Supplement (OGSS) ในระดับตัวชี้วัดหลัก (Core option) และเกณฑ์ขั้นสูงสุดของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact: Advance level) นอกจากนี้ บริษัท ยังได้ผนวกเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก (Sustainable Development Goals: SDGs) เข้ากับกลยุทธ์และการดำเนินงานขององค์กร เพื่อแสดงความมุ่งมั่นในการตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่บริษัท มุ่งเน้นและตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ

## ขอบเขตของรายงาน (Disclosure 102-45, 102-46, 103-1)

รายงานฉบับนี้นำเสนอข้อมูลผลการดำเนินงานในปี 2564 ของบริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (BCP) ที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทย สำหรับการรายงานการใช้พลังงานและการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก ในปี 2564 บริษัท มีเป้าหมายเป็น Carbon Neutral ในปี 2030 เพื่อให้เกิดความชัดเจน จึงปรับขอบเขตการรายงาน การใช้พลังงานและการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ครอบคลุมเฉพาะบริษัทบางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ใน 3 ขอบเขต คือ 1) ขอบเขตโรงงาน 2) ขอบเขตธุรกิจการตลาด ซึ่งประกอบด้วย บริษัท บางจากกรีนเนท จำกัด (BGN) ที่ดำเนินธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน และ บริษัท รีเทล จำกัด (BCR) ดำเนินธุรกิจร้านค้าแฟ และ 3) ขอบเขตอาคารสำนักงาน ประกอบด้วยอาคาร M Tower และศูนย์ธุรกิจภาคเหนือ ศูนย์ธุรกิจตะวันออกเฉียงเหนือ และศูนย์ธุรกิจใต้ (Disclosure 102-49)

นอกจากข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแล้ว บริษัท ได้เพิ่มเก็บข้อมูลและรายงานตัวชี้วัดด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของโครงการของธุรกิจพลังงานไฟฟ้าสีเขียว โดยเทียบกับปีฐาน 2558

สำหรับข้อมูลการนำน้ำมาใช้ (Water withdrawal) ข้อมูลน้ำทิ้ง (water discharge) และข้อมูลการใช้น้ำ (Water consumption) เป็นผลการดำเนินงานครอบคลุมพื้นที่สำนักงานและโรงงานในซอยสุขุมวิท 64 รวมถึงสำนักงานใหญ่ (M Tower) ซึ่งได้รายงานข้อมูลปริมาณน้ำทิ้งเพิ่มเติมในปี 2564 (Disclosure 102-49) สำหรับข้อมูลผลการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการน้ำ ข้อมูล

มลพิษอากาศ ข้อมูลการรั่วไหลของน้ำมันและสารเคมีที่มีนัยสำคัญ และข้อมูลการจัดการของเสีย เป็นผลการดำเนินงานเฉพาะพื้นที่สำนักงานและโรงงานฯ ในซอยสุขุมวิท 64 เท่านั้น เนื่องจากเป็นพื้นที่ปฏิบัติการหลักและมีนัยสำคัญ

ด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย บริษัท รายงานข้อมูลความปลอดภัยและอาชีวอนามัยครอบคลุมพื้นที่สำนักงานและโรงงานใน ซอยสุขุมวิท 64 และข้อมูลของพื้นที่สำนักงานใหญ่ M Tower เท่านั้น บริษัท ได้ปรับปรุงตารางการรายงานข้อมูลด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยใหม่ให้สอดคล้องกับการประเมินความยั่งยืนองค์กร โดยรายงานข้อมูลผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยแบบรวม และแบบแยกเพศชาย-หญิง ทั้งของพนักงานและผู้รับเหมา (Disclosure 102-48) สำหรับในปี 2564 บริษัท ไม่มีการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวกับองค์กร และห่วงโซ่อุปทานอย่างมีนัยสำคัญ (Disclosure 102-10)

ด้านสิทธิมนุษยชน บริษัท ได้เพิ่มการรายงานสัดส่วนค่าตอบแทนพนักงาน (หญิง : ชาย) ของพนักงานบริษัท บางจากฯ (มหาชน) (Disclosure 405-2)

## การให้ความเชื่อมั่นต่อรายงาน

รายงานฉบับนี้มีการทบทวนเนื้อหาสำคัญโดยผู้บริหารระดับสูงของแต่ละกลุ่มธุรกิจและกลุ่มงาน (Disclosure 102-32) เพื่อให้ความเชื่อมั่นว่าข้อมูลที่รายงานนั้นครบถ้วน ถูกต้อง และครอบคลุมการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม นอกจากนี้ บริษัท ได้จัดให้มีการตรวจรับรองรายงานฯ และตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานที่สำคัญ โดยหน่วยงานภายนอก (Third party) ที่มีความเชี่ยวชาญในการตรวจรับรองและให้ความเชื่อมั่นอย่างอิสระต่อผลปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประเภทน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ ตามตัวชี้วัด GRI 302-1, GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-4, GRI 305-5, ในระดับการให้ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผล (Reasonable level of assurance) สำหรับข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 3 ตามตัวชี้วัด GRI 305-3 และ GRI 305-7 ยังคงระดับการให้ความเชื่อมั่นอย่างจำกัด (Limited level of assurance) ดังรายละเอียดการรับรองความเชื่อมั่นในหน้า 189 (Disclosure 102-49)

## การสอบถามข้อมูล (Disclosure 102-53)

หากมีข้อสงสัยหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ

### ฝ่ายพัฒนาความยั่งยืนและมาตรฐานองค์กร

บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

E-mail: nintira@bangchak.co.th โทรศัพท์ 0 2335 4383

บริษัทที่อยู่ในขอบเขตการรายงาน (Disclosure 102–45, 102–46, 103–1)

No.	Company	% equity	Production	Energy	GHG Emissions	GHG Reduction	Water use	Waste water	Air Emissions	Waste	OH&S
Refinery and Trading Business											
1	Bangchak Corporation Plc.	100	/	/	/	/	/	/	/	/	/
2	BCP Trading Pte. Ltd.	100									
3	Bongkot Marine Service Co., Ltd.	30	NR	NR	NR		NR	NR	NR	NR	NR
4	Fuel Pipeline Transportation Co., Ltd.	4.95	NR	NR	NR		NR	NR	NR	NR	NR
Marketing Business											
1	Bangchak Retail Co., Ltd.	100	NR	/	/	/	NR	NR	NR	NR	NR
2	Bangchak Green Net Co., Ltd.	49	NR	/	/	/	NR	NR	NR	NR	NR
3	Oam Suk Social Enterprise Co., Ltd.	40	NR	NR	NR		NR	NR	NR	NR	NR
Green-Power Business											
1	BCPG Plc.	60.36	NR	NR	NR	NR	NR	NR	NR	NR	NR
2	Bangchak Solar Energy Co., Ltd.	100							NR	NR	NR
3	Bangchak Solar Energy (Chaiyaphum 1) Co., Ltd.	100							NR	NR	NR
4	Bangchak Solar Energy (Buriram) Co., Ltd.	100							NR	NR	NR
5	• Huang Ming Japan Co., Ltd.	100									
6	Bangchak Solar Energy (Buriram 1) Co., Ltd.	100							NR	NR	NR
7	Bangchak Solar Energy (Nakhonratchasima) Co., Ltd.	100							NR	NR	NR
8	Bangchak Solar Energy (Prachinburi) Co., Ltd.	100							NR	NR	NR
9	BSE Energy Holdings Pte Ltd.	100									
10	• BCPG Japan Corporation Ltd.	100									
11	• BCPG Engineering Co., Ltd.	100									
12	BCPG Investment Holding Pte Ltd.	100									
13	• Greenenergy Holdings Pte Ltd.	100									
14	• Greenenergy Power Pte Ltd.	100									
15	• BCPG Wind Cooperatief U.A.	100									
16	• Petro Wind Energy Inc.	40									
17	Thai Digital Energy Development Co.,Ltd	75									
18	Lomligor Co., Ltd.	100							NR	NR	NR
19	Star Energy Group Holdings Pte Ltd.	33.33									
20	Impact Energy Asia Development Limited	45									
21	BCPG Indochina Co., Ltd	100									
22	• Nam Sam 3A Sole Co., Ltd	100									
23	• Nam Sam 3B Sole Co., Ltd	100									
24	BSE Power Holdings (Thailand) Company Limited	99.99									
25	• RPV Energy Co., Ltd.	99.99							NR	NR	NR
26	• JRK Energy CO., Ltd.	99.99							NR	NR	NR
27	• Aquatist Energy Co., Ltd.	99.99									
28	• Lopburi Solar Co., Ltd.	99.99							NR	NR	NR
29	• Prachin Solar Company Limited	99.99							NR	NR	NR
Bio-Based Product Business											
1	BBGI Plc.	60	NR	NR	NR	NR	NR	NR	NR	NR	NR
2	BBGI Utility and Power Co., Ltd.	100									
3	WIN Ingredients Co., Ltd.	100									
4	KSL Green Innovation Plc.	100									
5	Bangchak Bioethanol (Chachoengsao) Co., Ltd.	85									
6	Bangchak Biofuel Co., Ltd.	70									
7	Ubon Bio Ethanol Plc.	21.28									
8	• Ubon Bio Agricultural Energy Co., Ltd.	100									
9	• Ubon Biogas Co., Ltd.	100									
10	• Ubon Sunflower Co., Ltd.	100									
Natural Resource Business and Business Development											
1	BCP Energy International Pte. Ltd.	100	NR	NR	NR	NR	NR	NR	NR	NR	NR
2	• Nido Petroleum Pty Ltd.	100									
3	• Nido Petroleum Indonesia (Holding) Pty Ltd.	100									
4	• Nido Petroleum Indonesia (Gurita) Pty Ltd.	100									
5	• Nido Petroleum Indonesia (Cakalang) Pty Ltd.	100									
6	• Nido Petroleum Indonesia (Baronang) Pty Ltd.	100									
7	• Nido Petroleum Philippines Pty Ltd.	100									
8	• Nido Production (Holding) Pty Ltd	100									
9	BCPR Co., Ltd.	100	NR	NR	NR	NR	NR	NR	NR	NR	NR
10	• BCPR Pte. Ltd.	100									
11	• OKEA AS	46.32									
12	BCP Innovation Pte. Ltd.	100	NR	NR	NR	NR	NR	NR	NR	NR	NR
13	• Lithium Americas Corp.	15.86									
14	• Minera Exar S.A	50									
15	• Lithium Nevada Corp.	100									
16	• Rheo Minerals Inc.	100									
17	• Bonumose LLC.	5.45									
18	• Eneivate Corporation	1.15									
19	• Geltor, Inc	0.97									
20	• Manus Bio Inc.	0.75									
21	BCV Bio Based Co., Ltd.	100									
22	BCV Energy Co., Ltd.	100									
23	BCV Innovation Co., Ltd.	100									
24	BCV Partnership Co., Ltd.	100									

■ บริษัทที่เปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในรายงานความยั่งยืนแบบบูรณาการ ประจำปี 2564 ตามตัวชี้วัด GRI Standards และมีนัยสำคัญของข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย (Disclosure 103–1)

■ เป็นอาคารสำนักงาน ไม่ต้องเก็บข้อมูลสิ่งแวดล้อมและข้อมูลความปลอดภัย

• Non Relevance (NR) ข้อมูลไม่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจและไม่กระทบต่อภาพรวมของบริษัททั้งจาก

/ มีข้อมูลเผยแพร่ในรายงาน

**สีอักษร แสดงสถานะของบริษัท**

สีฟ้า บริษัทย่อย คือ ถือหุ้น  $\geq$  ร้อยละ 42

สีเขียว บริษัทร่วม คือ ถือหุ้น ร้อยละ 20 – 42

สีส้ม บริษัทอื่น



# สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหารและ กรรมการผู้จัดการใหญ่กลุ่มบริษัทบางจากฯ

การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ที่ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2563 ทำให้ปี 2564 ยังคงเป็นปีที่ผู้ประกอบการธุรกิจทั่วโลกต้องปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อความท้าทายต่างๆ ในขณะเดียวกันก็ต้องให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจและการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่ครอบคลุมสมดุลทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการและเศรษฐกิจ ESG (Environment, Governance, Social) นอกจากนี้ ปี 2564 ยังเป็นปีแห่งการตระหนักรู้และเรียกร้องให้มีการแก้ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลกอย่างเป็นรูปธรรม ภายหลังการประชุมรัฐภาคีกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศสมัยที่ 26 หรือ COP26 ที่เมืองกลาสโกว์ ประเทศสกอตแลนด์ ในเดือนพฤศจิกายน ก่อให้เกิดนโยบายและมาตรการต่างๆ ในด้านที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการตื่นตัวของทุกภาคส่วนเพื่อสร้างความยั่งยืน

สำหรับภาพรวมด้านธุรกิจของกลุ่มบริษัทบางจากฯ ในปี 2564 นั้น จากการที่สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในหลายประเทศเริ่มคลี่คลายลงและอัตราการฉีดวัคซีนทั่วโลกที่สูงขึ้น ส่งผลให้เกิดการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจในภาพรวม และกลุ่มบริษัทฯ มีการติดตามและประเมินสถานการณ์ต่างๆ เพื่อวางแผนกลยุทธ์และดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ทำให้สามารถปรับตัวได้ภายใต้วิกฤต และมีผลประกอบการที่ดีในทุกกลุ่มธุรกิจ อันได้แก่ กลุ่มธุรกิจโรงกลั่นและการค้าน้ำมัน กลุ่มธุรกิจการตลาด กลุ่มธุรกิจพลังงานไฟฟ้า กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ชีวภาพ และกลุ่มธุรกิจทรัพยากรธรรมชาติและธุรกิจใหม่ โดยสามารถสร้างผลดำเนินงานสูงสุดเป็นประวัติการณ์ มีรายได้จากการขายและการให้บริการ 199,417 ล้านบาท คิดเป็น EBITDA 25,818 ล้านบาท รับผิดชอบต่อภาระการกระจายการลงทุนไปสู่ธุรกิจต้นน้ำอย่างธุรกิจทรัพยากรธรรมชาติที่นอร์เวย์ผ่านบริษัท OKEA ตลอดจนกระบวนการ Business Process Redesign (BPR) เพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในให้มีประสิทธิภาพและลดค่าใช้จ่ายที่ริเริ่มมาตั้งแต่ปี 2563 ที่ช่วยเพิ่ม EBITDA ให้กับกลุ่มบริษัทฯ ในปี 2564 มากกว่า 1,600 ล้านบาท

ขนานไปกับการทำธุรกิจ กลุ่มบริษัทบางจากฯ ให้ความสำคัญกับการดูแลพนักงาน และมีส่วนร่วมดูแลสังคมและชุมชนอย่างต่อเนื่องทั้งในภาวะปกติและวิกฤต ซึ่งในช่วงวิกฤต COVID-19 ในปี 2564 ได้มีการจัดทำโครงการต่างๆ หลากหลายโครงการเพื่อสนับสนุนหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในการช่วยเหลือสังคม ทั้งในด้านสาธารณสุขและการฟื้นฟู

เศรษฐกิจให้กับประชาชนในพื้นที่รอบโรงกลั่นน้ำมันบางจากและทั่วประเทศ เช่น โครงการบางจากชวนคนไทยสู้โควิด-19 The Series (คันละบาท/saveสาวนาเกลือ/ใช้ปันสุข) โครงการส่งน้ำมันปันน้ำใจ โครงการปันกันอิ่ม โครงการส่งต่อต่อลมหายใจ โครงการล็อกดาวน้ำไม่ลืมน้ำใจ โครงการบางจากห่วงใย สู้ภัยโควิด-19 ฯลฯ ทำให้ในปี 2564 บางจากฯ ได้รับคะแนนความผูกพันจากการสำรวจชุมชนเพื่อนบ้านรอบโรงกลั่นฯ 86 คะแนน ซึ่งเป็นคะแนนสูงสุดตั้งแต่เริ่มการสำรวจในปี 2557

ทั้งนี้ การดำเนินงานของกลุ่มบริษัทบางจากฯ เป็นไปตามกลยุทธ์ธุรกิจ 3S (Security, Stability, Sustainability) และกลยุทธ์ความยั่งยืน 4G (Green Business, Green Production, Greenovative Experience, Green Society) ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงทั้งผลประโยชน์และผลกระทบต่อทางสังคม และตั้งเป้าเติบโตอย่างยั่งยืนภายใต้สมดุล 3 มิติ คือสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการและเศรษฐกิจ (Environmental – Social – Governance: ESG) โดยได้ตั้งเป้าเป็นองค์กรยั่งยืน 100 ปี “Bangchak 100x” และได้แสดงความมุ่งมั่นในการร่วมแก้ปัญหาสภาพภูมิอากาศด้วยการตั้งเป้าหมายสำคัญ คือมีความเป็นกลางทางคาร์บอน (carbon neutral) ในปีพ.ศ. 2573 (ค.ศ. 2030) และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (net zero GHG emission) ในปีพ.ศ. 2593 (ค.ศ. 2050) โดยให้ความสำคัญกับการเพิ่มการลงทุนในธุรกิจสีเขียว เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ปรับปรุงกระบวนการผลิต ศึกษาเทคโนโลยีที่จะช่วยให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อยที่สุดและเทคโนโลยีกักเก็บคาร์บอนที่มีประสิทธิภาพสูง รวมถึงวางแผนชัดเจนการปล่อยคาร์บอนส่วนที่เหลือด้วยการดูดซับคาร์บอนจากธรรมชาติ

โดยในปี 2564 นอกจากการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่องแล้ว กลุ่มบริษัทบางจากฯ ยังได้มีภารกิจที่สำคัญๆ 3 ประการเพื่อมุ่งสู่เป้าหมาย carbon neutral และ net zero ดังนี้

1. จัดตั้ง Carbon Markets Club ร่วมกับองค์กรชั้นนำอื่นๆ ในประเทศไทย เพื่อส่งเสริมการซื้อขายคาร์บอนเครดิต และสร้างให้เกิดการตระหนักรู้เกี่ยวกับความสำคัญของการซื้อขายคาร์บอนเครดิตในฐานะตัวเชื่อมที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนผ่านสู่พลังงานสะอาดอย่างราบรื่น โดยจะต้องมีจัดการพลังงานดั้งเดิมให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ในขณะที่เร่งพัฒนาพลังงานสีเขียวให้มีประสิทธิภาพและเสถียรภาพในราคาที่เข้าถึงได้

2. ร่วมก่อตั้งภาคีเครือข่ายเทคโนโลยีชีวภาพแห่งอนาคต Syn Bio Consortium ซึ่งนับเป็นอีกหนึ่งนวัตกรรมสีเขียวที่สำคัญ เปรียบเสมือนการทำฟาร์มในห้องแล็บ ช่วยให้อุตสาหกรรมต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมการผลิตอาหาร สามารถลดพื้นที่ในการทำปศุสัตว์ และมีผลโดยตรงกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศ
3. ขยายธุรกิจสู่เครือข่ายขนส่งเชื้อเพลิงทางท่อและโลจิสติกส์ผ่านบริษัท กรุงเทพขนส่งเชื้อเพลิงทางท่อและโลจิสติกส์ จำกัด (Bangkok Fuel Pipeline and Logistics Company Limited – BFPL) ซึ่งจะช่วยให้ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการขนส่งทางรถประมาณ 10,000 ตันคาร์บอนไดออกไซด์ต่อปี

ท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในปี 2564 กลุ่มบริษัทบางจากฯ ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งกับการดูแลสุขภาพของพนักงานและครอบครัว รวมถึงคู่ค้า ด้วยจัดหาวัคซีนป้องกัน COVID-19 รวมถึงมีการดูแลป้องกันตามมาตรการต่างๆ อย่างเคร่งครัด มีการตรวจคัดกรองหาเชื้อให้กับพนักงาน ทั้งที่ปฏิบัติงานในสำนักงาน โรงกลั่นน้ำมันบางจากและพื้นที่ปฏิบัติการอื่นๆ สถานีบริการน้ำมันและร้านค้าแฟรนไชส์ มีการปรับรูปแบบการทำงานของพนักงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อควบคุมดูแลความหนาแน่นในพื้นที่สำนักงานและให้เกิดความปลอดภัยสูงสุด ในขณะที่เดียวกันก็ส่งเสริมให้พนักงานร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรมในกระบวนการทำงาน คิดค้นผลิตภัณฑ์หรือโมเดลธุรกิจใหม่ๆ มุ่งเน้นการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ พร้อมนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ และพัฒนาทักษะเพื่อรองรับการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่องในอนาคต

ในด้านธุรกิจบริการ ด้วยการวางกลยุทธ์อย่างชัดเจนและความมุ่งมั่นในการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ ทำให้สถานีบริการน้ำมันบางจากยังคงสามารถรักษาระดับอันดับ 1 ในการวัดผล Net Promoter Score (NPS) ที่ใช้วัดความผูกพันผ่านการบอกต่อของลูกค้าตามมาตรฐานสากลไว้ได้ ในขณะที่แบรนด์กาแฟอินทนิล ก็ได้รับการยอมรับในฐานะผู้นำแบรนด์กาแฟพรีเมียม เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และยังมุ่งมั่นสร้างสรรค์ธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และชุมชนต่อไป

ในฐานะผู้นำการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงานที่มีความมุ่งมั่นในการพัฒนานวัตกรรมธุรกิจควบคู่ไปกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารจัดการที่ให้ความสำคัญกับ

การพัฒนาบุคลากรและองค์กร ทำให้บางจากฯ ได้รับการประเมินด้านความยั่งยืนในระดับโลกจาก S&P Global ผู้จัดทำการประเมินความยั่งยืนดัชนี Dow Jones Sustainability Indices หรือ DJSI โดยได้รับ S&P Global Sustainability Award 2022 ระดับ Silver Class เป็นอันดับ Top 3 ของโลก และได้รับการประเมิน MSCI ESG Rating ระดับ AA ซึ่งเป็นระดับสูงสุดขององค์กรในธุรกิจพลังงานในประเทศไทยที่ได้รับมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2561

และในปี 2564 บางจากฯ ยังได้รับรางวัลต่างๆ กว่า 40 รางวัล ด้านการบริหารจัดการองค์กร นวัตกรรม ความยั่งยืน ภาพลักษณ์องค์กร ความรับผิดชอบต่อสังคม ฯลฯ ทั้งในระดับประเทศ อาทิ รางวัลถ้วยพระราชทาน สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี Thailand Corporate Excellence Awards 2021 สาขาความเป็นเลิศด้านการพัฒนาการบริหารจัดการขององค์กร (Corporate Improvement Excellence Award) และสาขาความเป็นเลิศด้านสินค้า/การบริการ (Product/Service Excellence) และในระดับสากล อาทิ รางวัลรองชนะเลิศอันดับหนึ่ง UN Women 2021 Thailand WEPs Awards สาขาสถานที่ทำงานที่มีความเท่าเทียมทางเพศ ซึ่งการประกาศเกียรติคุณและรางวัลในด้านต่างๆ เหล่านี้ ถือเป็นผลงานที่เกิดจากความร่วมมือของผู้บริหาร พนักงาน พันธมิตรทางธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

ในนามของกลุ่มบริษัทบางจากฯ ผมขอขอบคุณท่านผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน ที่ได้ให้ความไว้วางใจ ความเชื่อมั่น และสนับสนุนกลุ่มบริษัทฯ เสมอมา เราจะยังคงมุ่งมั่นสร้างความเติบโตอย่างต่อเนื่องให้ธุรกิจ โดยมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี มุ่งสู่ความเป็นองค์กรยั่งยืน สร้างผลตอบแทนที่ดีต่อผู้ถือหุ้น สร้างคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสีย และสร้างความยั่งยืนให้กับโลก โดยให้ความสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรมธุรกิจอย่างยั่งยืน ไปกับสิ่งแวดล้อมและสังคม อันเป็นหลักการที่ได้ยึดถือปฏิบัติมาโดยตลอด



ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่  
กลุ่มบริษัทบางจากฯ

## ภาพรวมบริษัท

### ชื่อบริษัท (Disclosure 102-1)

บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

### ชื่อในตลาดหุ้น : BCP

บริษัทฯ ประกอบกิจการด้านปิโตรเลียม และพลังงานทดแทน อันประกอบด้วย 5 ธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจโรงกลั่นและการค้าน้ำมัน ธุรกิจการตลาด ธุรกิจผลิตภัณฑ์ชีวภาพ ธุรกิจพลังงานไฟฟ้าสีเขียว และธุรกิจทรัพยากรธรรมชาติ บริษัทฯลงทุนในธุรกิจหลักทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีเป้าหมายที่จะสร้างความมั่นคงด้านพลังงานให้กับประเทศ ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยนวัตกรรม และสร้างความต่อเนื่องทางธุรกิจและความยั่งยืนแก่องค์กรและสังคมไทย (Disclosure 102-2)

### วันจดทะเบียนจัดตั้ง : 8 พฤศจิกายน พ.ศ. 2527

**สำนักงานใหญ่** (Disclosure 102-3) : เลขที่ 2098 อาคารเอ็ม ทาวเวอร์ ชั้น 8 ถนนสุขุมวิท แขวงพระโขนงใต้ เขตพระโขนง กรุงเทพฯ 10260

### ผู้บริหารสูงสุด :

**นายชัยวัฒน์ โควาวิสารัช** ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ กลุ่มบริษัทบางจากฯ

**ทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว** : 1,376,923,157 บาท

**จำนวนพนักงานประจำ** (Disclosure 102-7) : 1,130 คน (ณ 31 ธ.ค. 2564)

**ประเภทธุรกิจ** : Oil & Gas Refining & Marketing.

**การเป็นสมาชิกองค์กร** (Disclosure 102-13) :



Global Compact  
Network Thailand



องค์กรธุรกิจเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน



THAILAND  
ENVIRONMENT  
INSTITUTE

**กลุ่มธุรกิจโรงกลั่น  
และการค้าน้ำมัน**  
(กำลังการผลิตสูงสุด  
120,000 บาร์เรลต่อวัน)



**กลุ่มธุรกิจการตลาด**  
(กว่า 1,200 สถานีบริการ)



**กลุ่มธุรกิจ  
พลังงานไฟฟ้าสีเขียว**



**กลุ่มธุรกิจ  
ผลิตภัณฑ์ชีวภาพ**



**กลุ่มธุรกิจ  
ทรัพยากรธรรมชาติ  
และธุรกิจใหม่**



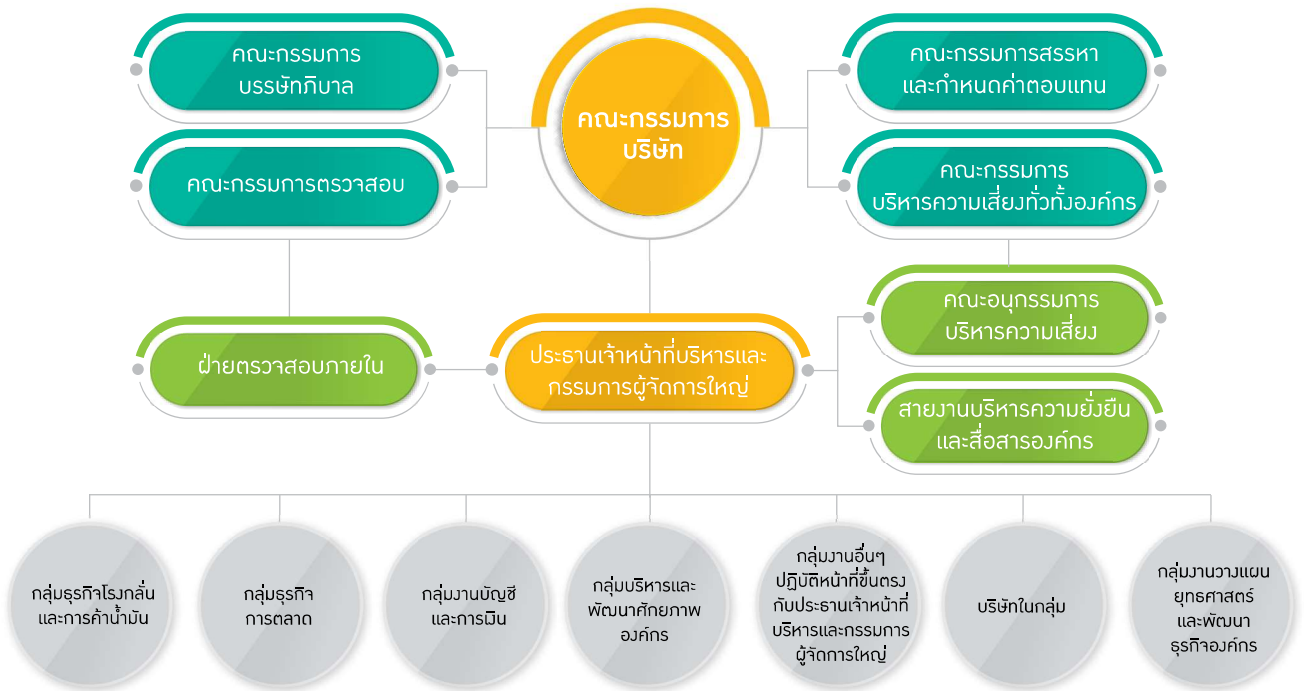
บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโรงกลั่นและการค้าน้ำมัน ธุรกิจการตลาด ธุรกิจ  
ผลิตภัณฑ์ชีวภาพ ธุรกิจพลังงานไฟฟ้าสีเขียว ธุรกิจทรัพยากรธรรมชาติ  
และพัฒนาธุรกิจใหม่ กระจายอยู่ใน 15 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย ลาว  
มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย บรูไน ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน  
ฮ่องกง จีน แอฟริกาใต้ รัสเซีย และมอริเชียส (Disclosure 102-4)





## โครงสร้างการจัดการ (Disclosure 102-18, 102-20, 102-22, 102-23)

คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารปฏิบัติหน้าที่เพื่อประโยชน์ของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้น ซึ่งมีโครงสร้างการจัดการที่ชัดเจน ถ่วงดุล และสามารถตรวจสอบได้ คณะกรรมการได้มีการติดตามและดูแลให้ฝ่ายจัดการดำเนินงานตามนโยบาย แผนงาน และกลยุทธ์ของบริษัทฯ รวมถึงจัดให้มีการแบ่งแยกบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบระหว่างคณะกรรมการและฝ่ายจัดการอย่างชัดเจน โดยคณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งคณะกรรมการจำนวน 4 คณะ เพื่อช่วยกลั่นกรองงานที่มีความสำคัญ ได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบรรษัทภิบาล คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทั้งองค์กร โดยมีประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ เป็นผู้บริหารสูงสุด



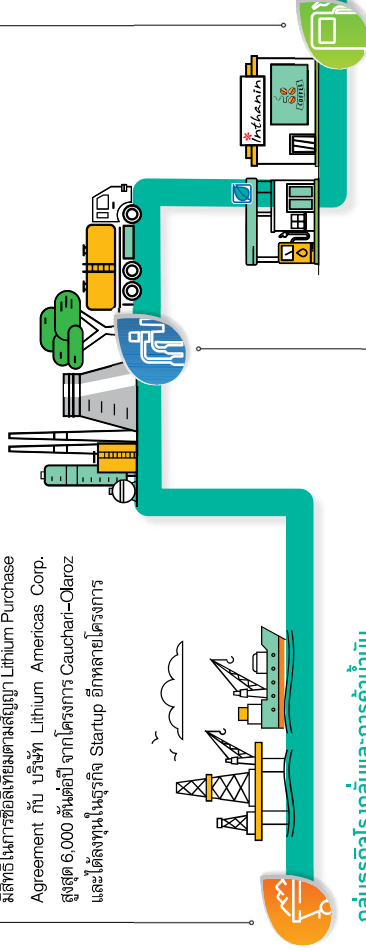
**หมายเหตุ:** คณะกรรมการตรวจสอบเป็นพิจารณาแต่งตั้ง โยกย้าย เลิกจ้าง และประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของหัวหน้าผู้บริหารงานตรวจสอบภายใน (The Chief Audit Executive) รวมทั้งพิจารณาความเป็นอิสระของฝ่ายตรวจสอบภายใน โดยมีประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ เป็นผู้บริหารสูงสุด

กลุ่มธุรกิจการถลุง

ธุรกิจการรีไซเคิลพลาสติก และธุรกิจใหม่

บริษัทฯ แบ่งการดำเนินงานธุรกิจทรัพยากรธรรมชาติ เป็น 2 ด้าน คือ ธุรกิจการถลุงและผลิตปิโตรเลียม โดยตรงผ่านเครือข่ายสถานีบริการของบริษัทฯ ที่อยู่ทั่วประเทศ 1,277 แห่ง ซึ่งประกอบด้วยเครือข่ายสถานีบริการมาตรฐานจำนวน 692 แห่ง และสถานีบริการชุมชนจำนวน 615 แห่ง (ณ 31 ธันวาคม 2564) โดยมุ่งเน้นหลักด้านการจำหน่ายน้ำมันในกลุ่มพลังงานทดแทนที่มีสมรรถนะสูงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งผลิตภัณฑ์กลุ่มแก๊สโซฮอล์และน้ำมันดีเซล รวมทั้งยังได้ร่วมกับพันธมิตรจากธุรกิจ พัฒนา EV Charger ในสถานีบริการน้ำมันบางจาก บนเส้นทางหลัก เพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของรถยนต์พลังงานไฟฟ้า (EV) ทั้งหมด 70 สาขา (ณ 31 ธันวาคม 2564)

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังต่อยอดด้วยธุรกิจยานยนต์ (Non-Oil Business) และบริการต่าง ๆ ในสถานีบริการเพื่อดึงดูดผู้มาใช้บริการในสถานีบริการ บางจากให้เพิ่มมากขึ้น อาทิ ร้านสะดวกซื้อ ร้านกาแฟ และศูนย์บริการฯ แล้วยังจำหน่ายน้ำมันหล่อลื่นและล้างรถ โดยในปี 2563 บริษัทฯ มีร้านกาแฟ อินทิล “Intehlan” จำนวนกว่า 817 แห่ง ซึ่งตั้งอยู่ทั้งภายในสถานีบริการน้ำมันบางจาก และนอกสถานีบริการน้ำมัน



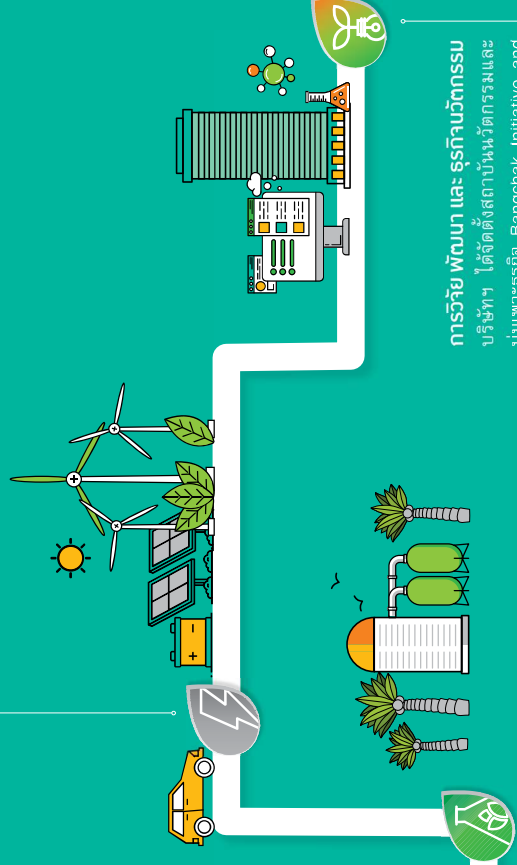
กลุ่มธุรกิจโรงกลั่นและการจำหน่าย

โรงกลั่นน้ำมันของบริษัทฯ เป็นโรงกลั่นแบบ Complex Refinery ที่ทันสมัย กำลังการผลิตสูงสุด 120,000 บาร์เรลต่อวัน สามารถผลิตน้ำมันกลุ่มเบนซินและดีเซลซึ่งเป็นน้ำมันที่มีมูลค่าสูงได้เป็นส่วนใหญ่ ผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์และน้ำมันดีเซลจากโรงกลั่นน้ำมันบางจากเป็นน้ำมันที่ได้คุณภาพตามข้อกำหนดมาตรฐานยูโร 4 ของภาครัฐ อีกทั้งยังผลิตน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 และน้ำมันพรีเมียมไฮสเปค มาตรฐานยูโร 5 ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีค่าซัลเฟอร์ต่ำกว่า 10 ส่วนในล้านส่วน หรือลดลงถึง 5 เท่าเมื่อเทียบกับมาตรฐานยูโร 4 อีกด้วย บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นที่จะเพิ่มประสิทธิภาพด้านพลังงานในการผลิตด้วยการใช้พลังงานไฟฟ้าและไอน้ำจากโรงไฟฟ้าพลังงานร่วม (Cogeneration Power Plant) โดยใช้ก๊าซธรรมชาติซึ่งเป็นเชื้อเพลิงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทดแทนการใช้ถ่านหินเตา

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้พัฒนาธุรกิจการจำหน่ายน้ำมันระหว่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ผ่านบริษัท BCP Trading Pte. Ltd. (BCPT) โดยเน้นกลยุทธ์การขยายตลาดส่วนการซื้อ-ขายน้ำมันแบบ Out-Of (จัดหาและจำหน่ายน้ำมันจากบริษัทนอกเหนือบริษัท บางจาก) ซึ่งผลิตภัณฑ์หลักที่มีการซื้อขาย ได้แก่ น้ำมันดีเซล น้ำมันเบนซิน น้ำมันดีเซล น้ำมันเตา ผลิตภัณฑ์กลุ่มแก๊สและแก๊สเหลว (Solvent) โดยได้มีการขยายตลาดการซื้อขายไปยังบริษัทผู้ค้าใหม่ ๆ รวมถึงประเทศกลุ่มไต้หวันอย่างไต้หวัน เช่น ไต้หวัน ฟิલીปปินส์ ปากีสถาน การดี และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัท BCP ยังสามารถประกอบกิจการซื้อขายผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด เช่น MTBE และสารช่วยได้เพิ่มจากการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์น้ำมันเตาที่จะนำตัวนำป้อนไปใช้ในเรือเดินสมุทร (IMO Bunker) รวมทั้งการสร้างสัมพันธไมตรีกับคู่ค้าและการตลาดที่เอื้ออำนวยให้บริษัทมีการซื้อขายเพิ่มมากขึ้น

ธุรกิจพลังงานไฟฟ้าสีเขียว

บริษัทฯ ลงทุนธุรกิจพลังงานไฟฟ้าสีเขียวผ่านการดำเนินงานของบริษัท บีอีพี จำกัด (มหาชน) (“บีอีพี”) ซึ่งตั้งเพื่อต่อต้านธุรกิจผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนและพลังงานสะอาดรูปแบบใหม่ ๆ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ โดย ณ 31 ธันวาคม 2564 บีอีพี มีกำลังการผลิตที่ดำเนินการผลิตแล้ว 504.7 เมกะวัตต์ ประกอบด้วย การผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ในประเทศไทยและญี่ปุ่น การผลิตไฟฟ้าจากพลังงานลมในจังหวัดนครราชสีมา และในประเทศไทย ฟิสิปโปนีส การผลิตไฟฟ้าจากพลังงานความร้อนใต้พิภพในประเทศอินโดนีเซีย และการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานน้ำในประเทศลาว นอกจากนี้ยังได้ลงทุนในหุ้นผู้แปลงสภาพของบริษัท เออีบี เอนเนอร์ยี (VRB Energy) ซึ่งดำเนินการผลิตและจำหน่ายระบบกักเก็บพลังงานไฟฟ้าขนาดใหญ่ (Utility-Scale Energy Storage System) ประเภทวานาเดียมรีดอกซ์ไฟลอร์ (Vanadium Redox Flow) วงเงิน 24 ล้านดอลลาร์สหรัฐและได้ลงทุนในสัญญาซื้อขายไฟฟ้ากับ Vietnam Electricity โดยเป็นการซื้อขายไฟฟ้าขนาดกำลังการผลิตตามสัญญา 600 เมกะวัตต์ ที่ชายแดน สปป.ลาว-เวียดนาม อายุสัญญา 25 ปี



การวิจัย พัฒนา และ ธุรกิจนวัตกรรม

บริษัทฯ ได้จัดตั้งสถาบันนวัตกรรมและ บ่มเพาะธุรกิจ Bangchak Initiative and Innovation Center (BIC) โดยมีวัตถุประสงค์ในการสร้าง Green Ecosystem เพื่อผลักดัน นวัตกรรมต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นด้านพลังงานสีเขียว (Green Energy) และด้านชีวภาพ (Bio-Based) เพื่อร่วมขยายเครือข่ายธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศจากการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) ธุรกิจ เงินร่วมทุน (Corporate Venture Capital) พร้อมทั้งบ่มเพาะธุรกิจ (Ecosystem and Incubation) มุ่งสู่กลุ่มบริษัทนวัตกรรมสีเขียวชั้นนำในเอเชีย

ธุรกิจผลิตภัณฑ์ชีวภาพ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ชีวภาพผ่านการดำเนินงานของบริษัท บีอีไอ จำกัด (มหาชน) (BBGI) ซึ่งประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเชื้อเพลิงชีวภาพที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย โดยบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของ BBGI มีกำลังการผลิตรวม 1,600,000 ลิตรต่อวัน แบ่งเป็นกำลังการผลิตเอทานอล 600,000 ลิตรต่อวัน และไบโอดีเซล 1,000,000 ลิตรต่อวัน โดยมีเป้าหมายเพื่อลดการขาดดุลการค้าจากการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นประโยชน์ต่อความมั่นคงด้านพลังงานของประเทศ สนับสนุนเกษตรกร และรักษาสีเขียวตลอดปี บริษัทฯ ได้ส่งเสริมสนับสนุนการนำเอทานอลและไบโอดีเซลมาผสมกับเบนซินและดีเซล เป็นผลิตภัณฑ์แก๊สโซฮอล์ 91 และ 95 รวมทั้งแก๊สโซฮอล์ E20 และ E85 และน้ำมันไบโอดีเซล

## โครงสร้างธุรกิจ

## ปัจจัยนำเข้า

ທຸກໆປະເພດ

- ต้นทุนการขายและการให้บริการ 175,744 ล้านบาท
- เงินลงทุนในบริษัทร่วมและการร่วมค้า 13,669 ล้านบาท
- ส่วนของฝักรอบรวมเฉพาะบริษัทใหญ่ 41,694 ล้านบาท

## บทการพลัด

- ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ 69,233 ล้านบาท
- เงินลงทุนในโครงการปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพโรงกลั่น และสถานีบริการ
- การจัดหาเชิงกลยุทธ์ (Strategic Sourcing)

นันทิยาธรรมะ

- วัดจุดดับที่ใช้ในการกลั่น
- ค่าใช้จ่ายในการป้องกันด้านสิ่งแวดล้อม 16.87 ล้านบาท
- ปริมาณการใช้ไฟฟ้า 2.10 ล้านกิโลวัตต์-เมตรปริมาณไฟฟ้าที่ซื้อมาใช้ 12,417.58 (MWh)

ทางด้านบุคลากร

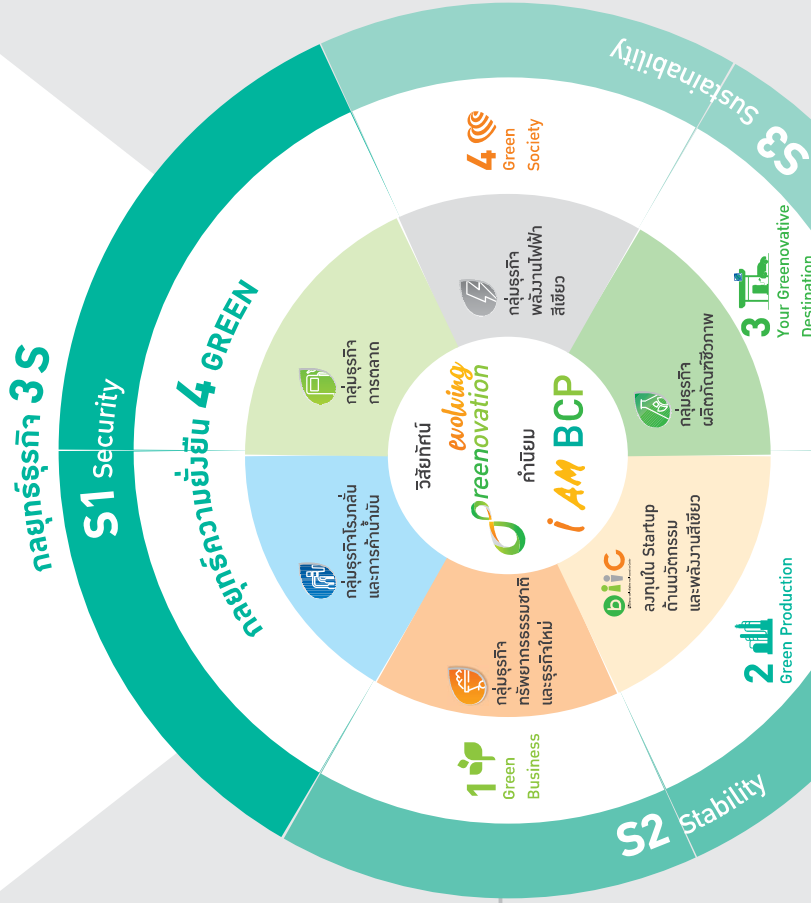
- พนักงาน 1,103 คน
- จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรม 30,869.65 ชั่วโมง
- ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและพัฒนา 15.93 ล้านบาท

การดูแลสังคมและชุมชน

- การพัฒนาชุมชน สังคม และการบริการ 44 ล้านบาท
- จำนวนชั่วโมงการทำงานอาสาของ พนักงาน 9,001 ชั่วโมง
- การจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ 40 ครั้ง
- การจัดสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสินค้า  
ฉลากเขียว (Green label)

บนเวทีประชุมและเทคโนโลยี

- ค่าใช้จ่ายการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม ปี 2564 เป็นเงิน 10.50 ล้านบาท
- โครงการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจ (Business Process Redesign: BPR) เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจใหม่ ด้วย Design Thinking



สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ท้าทาย



ผลัพท์อปริษัณ

ทุกทางเป็นไปได้

- รายได้จากการขายและการให้บริการ 199
- EBITDA รวม 25,818 ล้านบาท
- กำไรสุทธิของบริษัทใหญ่ 7,624 ล้านบาท
- กำไรต่อหุ้น 5.25 บาท

## ทุนการพลีต

- อัตราการกลืนตะกอน (Total GRM) 8.96 เปอร์เซ็นต์ต่อปี
  - ปริมาณการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 7,086 ล้านลิตร
  - ประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดหาได้ร้อยละ 10 ของงบประมาณ
- ปี 2564

ทุนทรัพยากรธรรมชาติ

- [illegible]

ทุนด้านบุคลากร

- ประหยัดค่าใช้จ่ายจาก Business Process Redesign 1,600 ล้านบาท
- ธุรกิจใหม่ที่เป็น Startup
- คะแนนความผูกพันองค์กร ร้อยละ 70

## การดูแลสังคมและชุมชน

- ความพึงพอใจต่อกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์รอบโรงเรียน  
ร้อยละ 94.4
- คะแนนความผูกพันของชุมชน (Community Engagement Score)เฉลี่ย 86.0
- การใช้เงินค่าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม  
ร้อยละ 83

## คนด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี

- เริ่มต้นดำเนินการกิจกรรมผลิตภัณฑใหม่แอสตาแซนติน
- โครงการป้อนน้ำหมอยอดเหรียญ “กระหัง”

ผลลัพธ์ที่มีส่วนได้เสีย

- เงินปันผลที่จ่ายให้ผู้ถือหุ้น 1.00

- มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Capitalization) 34,767.31 ล้านบาท (ณ 30 ธันวาคม 2564)
- ภาษีเงินได้ (จ่ายออก) 11 ล้านบาท

- ผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้าต่อการทำงานของมณฑลทางอากาศ การดูแลสุขภาพและสวัสดิการ
- เจ้าหน้าที่จัดซื้อ อยู่ในระดับดีมาก
- Net Promoter Score (NPS) อันดับ 1 รุ่ม

0  
 1  
 2  
 3  
 4

- น้ำมันผิวน้ำมันผสมกลีบจากได้ 190,716 ตัน
- การลดการใช้หีบปะปาในระบบการผลิตที่ประหยัดได้เทียบเท่ากับไม้ของ 4,171 ครัวเรือน
- ผลิตภัณฑ์น้ำมันสำเร็จรูปมาตรฐาน EURO 5 ขั้วลด

- การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน

- ค่าใช้จ่ายในการอบรมของพนักงาน 14,447.45 บาท ต่อคน
- อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (LT) ของพนักงานเท่ากับ 0 ครั้ง และผู้เจ็บเหมาเท่ากับ 1 ครั้ง

- วิธีการจัดการรวมว่า 21

- ผู้หญิงได้รับประโยชน์ 108,196 ราย
- กิจกรรมที่ดูแลเด็ก “บางจากปันน้ำใจ สู้ภัยโควิด-19”
- โครงการ บางจากปันน้ำใจ สร้างรายได้ให้ประกอบ การขายอยู่ในชุมชน 60 ร้านค้า ส่งมอบอาหารให้ 50 ครอบครัว มูลค่ากว่า 1.2 ล้านบาท
- ส่งมอบชุดเดินเล่นให้กว่า 100 ครอบครัว มูลค่า กว่า 3.2 ล้านบาท

ชุมชนที่ห่างไกลสถานการณ์บริการน้ำ

- ราคาเหมาะสม และสามารถใช้บริการเต็มเงินเมื่อ  
จ่ายบิลค่าไฟฟ้า คำนวณ ได้สะดวก ประหยัดเวลาการ  
เดินทาง

## สรุปผลการดำเนินงานสำคัญปี 2564

**บริษัทภิบาล (Corporate Governance)**

**ปรับปรุงนโยบาย CG 18**  
 (Thailand's Private Sector Collective Action Coalition against Corruption)

**ผู้เข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์ CAC แล้วจำนวน 96 บริษัท**

**ร้อยละ 100**  
 ผู้บริหารและพนักงานเข้าอบรมนโยบายและทดสอบความรู้การต่อต้านทุจริต

**ร้อยละ 100**  
 การเน้นย้ำบุคลากรความซื่อสัตย์ผลประโยชน์ไม่

**ร้อยละ 100**  
 NO Gift Policy ต่อเนื่องปีที่ 8

**การเติบโตทางเศรษฐกิจ (Economic Growth)**

**รายได้จากการขายและการให้บริการ 199,417 ล้านบาท**  
**กำไร (ขาดทุน) สำหรับปี 7,624 ล้านบาท**  
**EBITDA จำแนกตามกลุ่มธุรกิจ 25,818 ล้านบาท**

**สร้างความแข็งแกร่งของสภาพคล่อง**

**การจัดซื้อจัดจ้างภายในท้องถิ่น (ประเทศไทย)\* 1,814 ล้านบาท**  
**ร้อยละ 97**  
 \*การจัดซื้อจัดจ้างและบริการจากผู้ประกอบการที่ไม่ใช่ Hydrocarbon

**ร้อยละ 10**  
 งบรวมประมาณปี

**ร้อยละ 100**  
 ผู้กำกับธุรกิจกับบริษัทไทย และผู้กำกับที่ไปทำธุรกิจกับบริษัทไทย ที่เข้าร่วมการประเมินความเสี่ยงด้าน ESG

**ควบคู่ไปกับสิ่งแวดล้อม (In Harmony with the Environment)**

**การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ตามขอบเขตการเป็น ส่วนตามกรีนลิสต์) 1.06 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**  
**ร้อยละ 1.06**  
 \*น้ำดื่ม น้ำตาล น้ำจากกระบวนการผลิต และน้ำประปาหลัก และปริมาณน้ำใหญ่

**ปริมาณน้ำใช้ซ้ำ/น้ำรีไซเคิล ของโรงงานฯ 1.47 ล้าน ลบ.ม.**  
**ร้อยละ 0.83**

**การรีไซเคิลของเสียหลัก 3 Rs ของปริมาณของเสียทั้งหมด ร้อยละ 99.78**  
**ร้อยละ 99.78**

**ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม**  
**ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 0 ครั้ง**  
**ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 0 ครั้ง**

**Greenovative Experience**  
**จำนวนสถานบริการน้ำมันบางจาก 1,277 แห่ง**  
**ร้อยละ 817**

**สร้างคุณค่าสู่สังคม (and Creating Values for Society)**

**ความปลอดภัย**  
**อัตราการเจ็บจากการทำมาหากันขั้นรุนแรง (LTI) 0 ครั้ง**  
**ร้อยละ 0**

**ลูกค้า**  
**ความพึงพอใจของลูกค้า 87.45**  
**ร้อยละ 87.45**

**พนักงาน**  
**คะแนนความผูกพันพนักงาน 70**  
**ร้อยละ 70**

**สังคม**  
**ส่วนแบ่งของประชาชาติ 1,762 ล้านบาท**  
**ร้อยละ 1,762**

# ผู้นำการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงาน

บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กลุ่มธุรกิจพลังงานไทยชั้นนำ  
มีการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคม  
พร้อมมุ่งสร้างความมั่นคงด้านพลังงานให้กับประเทศ

เป็นระยะเวลาเกือบ 4 ทศวรรษ ที่กลุ่มบางจากฯ ได้เติบโตจากการดำเนิน  
ธุรกิจโรงกลั่นน้ำมันในประเทศไทย ขยายและปรับเปลี่ยนธุรกิจให้มีความหลากหลายและสมดุล  
โดยมุ่งเน้นการใช้นวัตกรรมสีเขียว จนก้าวสู่การเป็นผู้นำการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงาน  
ที่มีการดำเนินงานอยู่ในนานาประเทศทั่วโลก

กลุ่มบางจากฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจตามแนวคิด การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (Environmental,  
Social, Governance: ESG) และยึดการดำเนินธุรกิจภายใต้ BCG Economy Model (Bio, Circular,  
Green Economy) เพื่อสร้างมูลค่า คุณค่า และความยั่งยืนให้กับบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

กลุ่มบางจากฯ ตั้งเป้าหมายการเป็นองค์กรยั่งยืน 100 ปี **Bangchak 100X**  
และแสดงจุดยืนที่ชัดเจนในร่วมแก้ปัญหาสภาพภูมิอากาศโลก

ด้วยการตั้งเป้าหมายมีความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ในปีพ.ศ. 2573 (ค.ศ. 2030)  
และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero GHG Emission) ในปีพ.ศ. 2593 (ค.ศ. 2050)



[www.bangchak.co.th](http://www.bangchak.co.th)



## บางจากฯ และความยั่งยืน (Bangchak & Sustainability)

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม รวมถึงเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก (SDGs) รวมถึงพิจารณาเกณฑ์การประเมินความยั่งยืนองค์กรทั้งในระดับประเทศและระดับสากล ซึ่งครอบคลุมประเด็นความยั่งยืนในมิติการกำกับดูแลและเศรษฐกิจ มิติสิ่งแวดล้อม และมิติสังคม เพื่อลดความเสี่ยงและผลกระทบทางธุรกิจ และค้นหาโอกาสในการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงาน และการดำเนินธุรกิจให้ครอบคลุมประเด็นด้านความยั่งยืนอย่างรอบด้าน สอดคล้องกับเป้าหมายและแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในระดับสากล ทำให้บริษัทฯ สามารถดำเนินงานเชิงรุกและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลกและประเด็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่อย่างมีภูมิคุ้มกัน

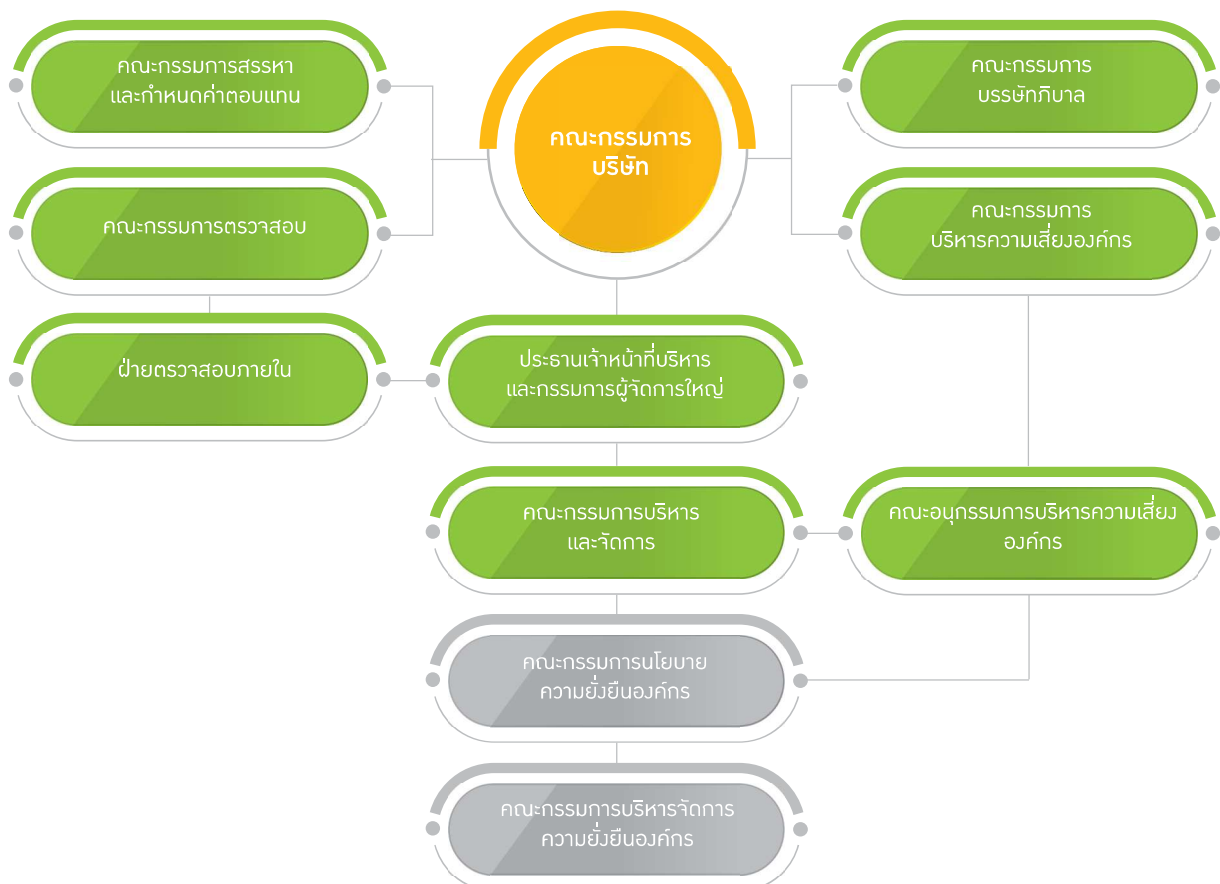
บริษัทฯ ดำเนินงานด้านความยั่งยืน ผ่านคณะกรรมการนโยบายความยั่งยืนองค์กร (Sustainability Policy Committee : SPC) ซึ่งมีประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่เป็นประธาน และมีผู้บริหารของกลุ่มธุรกิจและกลุ่มงานเป็นกรรมการ (Disclosure 102-19, 102-20, 102-22)

คณะกรรมการนโยบายความยั่งยืนองค์กร กำหนดเป้าหมาย ทิศทาง นโยบาย และกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ

ของบริษัทฯ และบริษัทในกลุ่มบางจากฯ เพื่อพัฒนาความยั่งยืนของบริษัทฯ โดยพิจารณาจากเป้าหมาย SDGs ประเด็นสำคัญจากการประเมินความยั่งยืนองค์กร และความต้องการความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

นโยบาย และเป้าหมายจากคณะกรรมการนโยบายความยั่งยืนองค์กร จะดำเนินการผ่านสายงาน และคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องกับมิติด้านความยั่งยืน โดยมีคณะกรรมการบริหารจัดการความยั่งยืนองค์กร (Sustainability Management Committee : SMC) เป็นประธานงานกลางที่จะติดตาม รวบรวม ประเมินผลพร้อมรายงานความก้าวหน้า และผลดำเนินงานต่อคณะกรรมการนโยบายความยั่งยืนองค์กร ซึ่งคณะกรรมการนโยบายความยั่งยืนองค์กรจะรายงานการดำเนินงานด้านความยั่งยืนไปยังคณะกรรมการบริหารจัดการความเสี่ยง คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงองค์กรและคณะกรรมการบริษัทตามลำดับ

คณะกรรมการบริหารจัดการความยั่งยืนองค์กร (Sustainability Management Committee: SMC) จะประกอบไปด้วยผู้บริหารของกลุ่มบางจากฯ ซึ่งในปี 2564 มุ่งเน้นการจัดทำกลยุทธ์ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเป็นประเด็นที่ทั่วโลกกำลังให้ความสนใจ โดยบริษัทฯ ได้เข้าร่วม Global Campaign Race to Zero



## หลักการและกรอบแนวคิดด้านความยั่งยืน (Disclosure 102-16)

บริษัทฯ มี “นโยบายการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนไปกับสิ่งแวดล้อมและสังคม (Sustainability Policy)” ที่ได้จากการบูรณาการแนวทางปฏิบัติตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เกณฑ์ และมาตรฐานสากลด้านความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ การปฏิบัติตามข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact: UNGC) ดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices: DJSI) เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) มาตรฐานการวัดคุณภาพองค์กร (International Organization for Standardization : ISO) และความต้องการความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย เข้ากับวิสัยทัศน์ ทิศทาง และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ เป็นกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในระดับองค์กร โดยมีการติดตามและรายงานผลการดำเนินงานตามแนวทางของ GRI (Global Reporting Initiative) เพื่อสะท้อนความมุ่งมั่นพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่มูลค่า

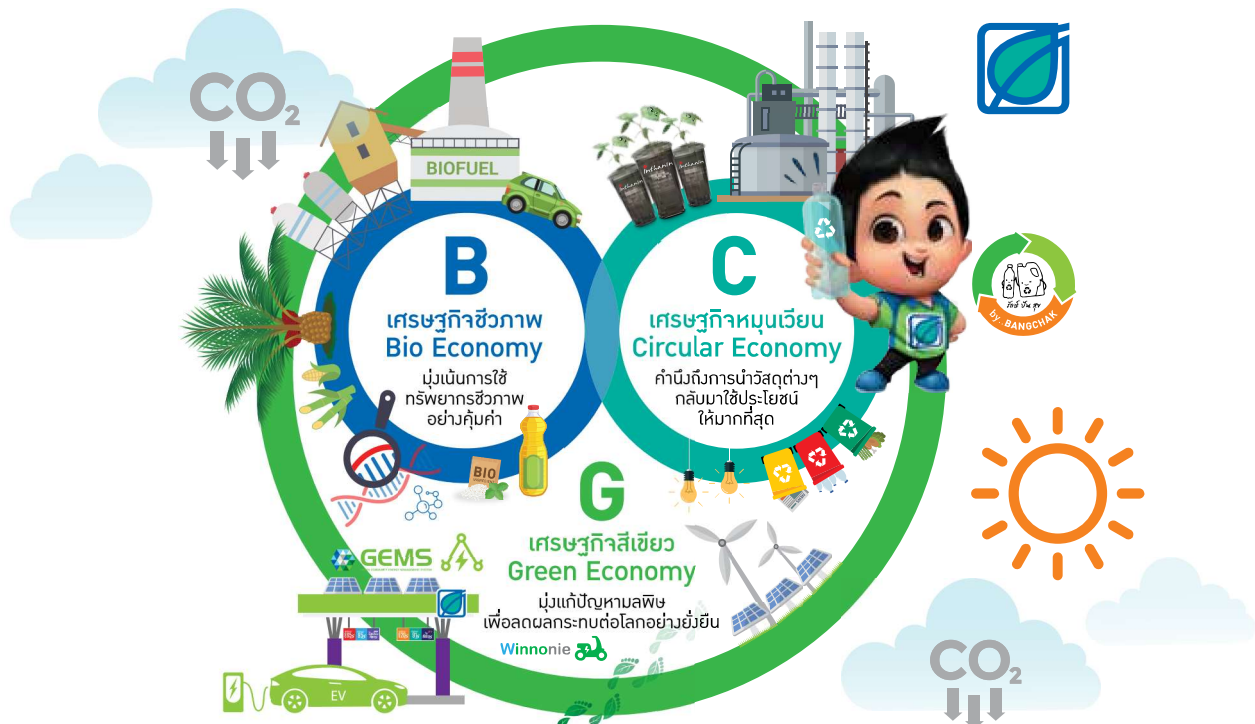
บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนไปกับสิ่งแวดล้อมและสังคม ให้ครอบคลุมประเด็นความยั่งยืนในปัจจุบันและในอนาคตอย่างรอบด้าน โดยพิจารณาการดำเนินธุรกิจปัจจุบันของกลุ่มบางจาก และธุรกิจใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging risks) รวมถึงแนวโน้มด้านความยั่งยืนของโลก โดยครอบคลุมประเด็นด้านความยั่งยืน 8 ด้าน ดังนี้

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี
2. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม
3. การผลิตสินค้าและบริการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและส่งเสริมสังคมยั่งยืน
4. การประเมินด้านความยั่งยืนสำหรับธุรกิจใหม่อย่างรอบด้าน
5. การลงทุนในธุรกิจใหม่ด้านนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืน
6. การบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมอย่างคุ้มค่า
7. การส่งเสริมสิทธิมนุษยชนเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน
8. การส่งเสริมการพัฒนาสังคมให้ยั่งยืน

ท่านสามารถศึกษา  
รายละเอียดเพิ่มเติม  
ของประเด็นความ  
ยั่งยืน 8 ด้านของ  
นโยบายการพัฒนา  
ธุรกิจอย่างยั่งยืนไป  
กับสิ่งแวดล้อมและ  
สังคม ได้ที่



นอกจากนี้บริษัทฯ ได้นำแนวคิดการดำเนินธุรกิจตาม BCG Economy Model ซึ่ง ประกอบด้วย 3 เศรษฐกิจหลักคือ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio economy) ที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพอย่างคุ้มค่า โดยอาศัยการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรให้เป็นผลิตภัณฑ์ชีวภาพมูลค่าสูง เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy) ที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากร วัสดุดิบ และผลิตภัณฑ์อย่างคุ้มค่า และเศรษฐกิจสีเขียว (Green economy) ที่มุ่งแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม และลดผลกระทบอย่างยั่งยืน มาเป็นแนวคิดในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างมูลค่าคุณค่า และความยั่งยืนให้กับบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย



# บางจากฯ และผู้มีส่วนได้เสีย

## การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสีย

วิสัยทัศน์ของบริษัทฯ “Evolving Greenovation – มุ่งสู่กลุ่มบริษัทนวัตกรรมสีเขียวชั้นนำในเอเชีย ที่มีประสิทธิภาพที่ดี และดำเนินธุรกิจด้วยแนวทางแบบมีส่วนร่วมและยั่งยืน” การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสียถือเป็นเรื่องสำคัญที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์อย่างต่อเนื่อง โดยการนำข้อมูลการดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสียมาใช้ประกอบการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของบริษัทฯ นอกเหนือจากกรอบแนวคิดและเครื่องมือในการวางแผนเชิงกลยุทธ์อื่นๆ เช่น การสำรวจสภาพแวดล้อมของธุรกิจ (Business Environment Scanning) การจัดทำฐานข้อมูล (BIG Data) การประเมินภาพจำลอง (Scenario) และความเสี่ยงที่ผ่านการประเมินผลได้ผลเสียอย่างรอบด้าน (Intelligent Risks) เพื่อที่จะตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม อีกทั้งสามารถสร้างสมดุลระหว่างมูลค่าและคุณค่าจากการดำเนินธุรกิจให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและความเชื่อมั่นในการดำเนินงานระหว่างบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสีย

## กระบวนการดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสีย

### 1

#### ระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียและจัดลำดับโดยพิจารณา 3 เกณฑ์

- กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียใดบ้างที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ
- บริษัทฯ สร้างผลกระทบด้านความยั่งยืนให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหรือไม่
- กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียมีอิทธิพลที่จะมีผลกระทบด้านความยั่งยืนต่อบริษัทฯ หรือไม่

### 2

#### การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสีย มีขั้นตอนที่สำคัญดังนี้

- กำหนดส่วนงานผู้รับผิดชอบกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย
- กำหนดวิธีการสำรวจความต้องการ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นระบบและมีความถี่ในการดำเนินงาน
- รวบรวมข้อมูลความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

### 3

#### การวิเคราะห์และคัดเลือกประเด็นสำคัญ

- พิจารณาความสำคัญของประเด็นความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียตามบริบทที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบ ความเสี่ยง โอกาส และความสอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายขององค์กร ทั้งความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสีย และความสำคัญต่อองค์กร

### 4

#### การนำผลไปดำเนินการ

- เสนอผลการวิเคราะห์ต่อคณะกรรมการนโยบายความยั่งยืนองค์กร (SPC) เพื่อกำหนดทิศทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนและจัดทำกลยุทธ์องค์กร

บริษัทฯ ได้จำแนกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียออกเป็น 10 กลุ่ม ได้แก่ พนักงาน คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ (Supplier) ผู้ประกอบการสถาบันบริการ ลูกค้า ผู้ถือหุ้น “เพื่อนบ้านบางจาก” สื่อมวลชน เจ้าหนี้ หน่วยงานราชการ และคู่แข่งทางการค้า (Disclosure 102-40) โดยมีการดำเนินงานเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังที่แตกต่างกัน

เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ยังคงส่งผลกระทบต่อเนื่องมาถึงปี 2564 บริษัทฯ ได้มีการสื่อสาร และกิจกรรมที่ช่วยบรรเทาผลกระทบให้กับผู้มีส่วนได้เสียต่อเนื่อง และได้มีการประชุมออนไลน์กับส่วนงานผู้รับผิดชอบกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม เพื่อสำรวจความต้องการ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียในสถานการณ์ดังกล่าว เพื่อปรับการดำเนินงานให้สอดคล้องทันเวลา

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (Disclosure 102-40)	วิธีการ Engagement สำคัญ ปี 2564 (Disclosure 102-43)	ความคาดหวัง / ความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย ปี 2564 (Disclosure 102-44)	สิ่งที่บริษัทตอบสนอง ปี 2564	เป้าหมายการตอบสนองปี 2564	ผลลัพธ์ ปี 2564	แนวทางการปี 2565
1. พนักงาน	1. วิธีการรับรู้ความต้องการ และความคิดเห็นผ่าน Engagement survey โดยมีวิธีการทำ ดังนี้ 1.1 กำหนดแผนในการทำ Engagement survey โดยจัดทำ 2 ครั้ง/ปี แบ่งเป็นทุก 6 เดือน 1.2 กำหนดรูปแบบข้อคำถามในการสำรวจ 3 รูปแบบ 1) ข้อคำถามตามหลัก Kincentric model (Best Employer) 2) ข้อคำถามที่กำหนดให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในช่วงนั้น 3) ข้อคำถามปลายเปิดที่ให้แสดงความคิดเห็นตามปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพัน (Kincentric model) 1.3 ประมวลผล Survey โดยจัดทำออกเป็น 2 Report หลัก คือ Corporate report และ Business Group & Business Unit report 2. วิธีการรับรู้ความต้องการและความคาดหวัง ผ่านการทำ Focus Group 3. HR Visit 4. Leadership Activities	1. การจัดการตนเองและบุคลากร (ความเชื่อด้านการสูญเสียพนักงาน) 2. เส้นทางทางเติบโต (ต้องการทราบแผนพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง) 3. การประเมินผลงาน 4. การชื่นชมให้คุณค่า (Recognition & Communication) 5. ต้องการให้รับฟัง feedback จากพนักงานจริง โดยเพิ่มช่องทางสื่อสาร ไปยังหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง)	1. การจัดการตนเองและบุคลากร : การหมุนเวียนงาน, การปรับระดับ Innovation project (Mini MBA), แผนการพัฒนาตาม Competency รายบุคคล สำหรับ Successor, Mentoring program, การปรับชื่อตำแหน่ง Recognition (Congratiate day), ระบบประเมินแบบ 360 องศาในระดับ manager ขึ้นไป 2. โอกาสทางอาชีพ : การหมุนเวียนงาน, การปรับระดับปรับหลักเกณฑ์เส้นทางเติบโต, สื่อสารทำความเข้าใจในเรื่องการเติบโต 3. การประเมินผลงาน : การจัดกลุ่มในการประเมินผลงานให้เหมาะสมกับลักษณะงาน, ปรับปรุงหลักเกณฑ์ประเมินผลงาน, การศึกษาปรับปรุง KPI 4. ผู้บริหารระดับสูง การให้คุณค่า : กิจกรรม Tea Time, Congratiate day, Birthday, Build Trust – (Welcome back message and gift), Gift box, Special box, Townhall (BU/BO) 5. บริษัทผู้จัดหาบริการ / การสื่อสารข้อเสนอแนะทางดิจิทัลทางเศรษฐกิจและการะโรคระบาด : นโยบายและการแพร่ระบาด COVID-19, ลีนๆ กับ PS, Townhall, Online Communication, การจัดกิจกรรม, การมอบให้พนักงานจิตอาสาได้ไม่ถือเป็นรางวัล, Lucky draw ส่งรางวัลการจับฉลาก, การให้ความสำคัญเรื่องสุขภาพพนักงานผ่าน KPI, การตรวจ COVID-19 ให้พนักงาน	1. Engagement Score > 67% 2. Talent Focus Score > 51% 3. Average Turnover Rate < 5% 4. High Performer Turnover Rate < 5% 5. Job Rotation for Development > 15%	1. Engagement Score 70% 2. Talent Focus Score 60% 3. Average Turnover Rate = 4.86% 4. High Performer Turnover Rate = 5.75% 5. Job Rotation for Development = 19.91%	สร้างความเป็นอยู่ที่ดีพนักงาน ผ่าน Theme 100 x Happiness เช่น - การพัฒนาทักษะในกลุ่ม talent - การสื่อสาร - การปรับปรุงระบบบริหารงานบุคคล - ส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมการชื่นชม ยอมรับ และมองเห็นคุณค่าซึ่งกันและกัน (Recognition Culture)
2. ผู้ค้า (Supplier) 2.1 ผู้ค้า/แบบร่าง/ผู้มอบ (Supplier, Contractors, Vendors)	1. การจัดส่งสินค้าตามสัญญา 2. การบริการลูกค้าที่รวดเร็ว 3. การตรวจเยี่ยมผู้ค้า	1. ความรวดเร็วในการบริหารจัดการ จัดจ้าง (เน้นการให้คำปรึกษาเรื่องความโปร่งใสเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการค้ากับผู้ค้า) 2. Digital Transformation 3. การตรวจเยี่ยมผู้ค้า	1. มีการปรับปรุง TOR สำหรับสินค้าที่เป็น Common ให้เป็นมาตรฐานในการใช้งาน เพื่อให้ได้ความรวดเร็วขึ้นในระบบการจัดซื้อจัดจ้าง 2. พัฒนาระบบเสนอซื้อสัญญา-จัดซื้อจัดจ้าง ผ่านระบบ Electronic Document 3. ไม่เพิ่มของการยื่นงาน, ไม่เพิ่มสถานะการยื่นใบเสนอ ใช้การยื่นงานผ่านออนไลน์ 4. ในช่วงสถานการณ์โรคระบาด มีการจัดทำวีดิโอให้ผู้รับเหมาที่เข้ามาทำงานในโรงงาน รวมไปถึงการตรวจ ATK ทุกสัปดาห์ 5. มีการปรับปรุง SCOC (Supplier Code of Conduct) โดยได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริหารและจัดการบริษัทเพื่อให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติสากล 6. มีช่องทางในการรับฟังความเห็นจากผู้ค้า ผ่านการจัดสัมมนาผู้ค้าประจำปี นอกเหนือจากการรับฟังผ่านช่องทาง Website บริษัทและผ่านเจ้าหน้าที่จัดหาที่ดีที่สุดโดยตรง	1. มีการปรับปรุง TOR ของสินค้ากลุ่ม Common Product 2. เปลี่ยนสัญญาแบบกระดาษเป็น Electronic เป็น 95% ของทั้งหมด 3. ปรับปรุง SCOC (Supplier Code of Conduct) และจัดการกับผู้ค้า 4. รับฟังความคิดเห็นจากผู้ค้าผ่านช่องทางออนไลน์ มีช่องทางในการสื่อสารเรื่อง Greenhouse Gas และ SCOC (Supplier Code of Conduct) โดยเน้นในเรื่อง Human Rights รวมถึงการต่อต้านคอร์รัปชั่น และการดำรงของอยู่ในกฎโอกาส ผลการจ้างงาน ผู้ค้ามีความพึงพอใจต่อ Buyer ในระบบการจัดหาที่ส่งมากกว่าร้อยละ 80	1. มีการตรวจ TOR ของสินค้ากลุ่ม Common Product 2. เปลี่ยนสัญญาแบบกระดาษเป็น Electronic เป็น 95% ของทั้งหมด 3. ปรับปรุง SCOC (Supplier Code of Conduct) และจัดการกับผู้ค้า 4. จัดสัมมนาผู้ค้าผ่านออนไลน์ มีช่องทางในการสื่อสารเรื่อง Greenhouse Gas และ SCOC (Supplier Code of Conduct) โดยเน้นในเรื่อง Human Rights รวมถึงการต่อต้านคอร์รัปชั่น และการดำรงของอยู่ในกฎโอกาส ผลการจ้างงาน ผู้ค้ามีความพึงพอใจต่อ Buyer ในระบบการจัดหาที่ส่งมากกว่าร้อยละ 80	1. การจัดส่งสินค้าตามสัญญา 2. การบริการลูกค้าที่รวดเร็ว 3. การตรวจเยี่ยมผู้ค้า 4. จัดสัมมนาผู้ค้าผ่านช่องทางออนไลน์ มีช่องทางในการสื่อสารเรื่อง Greenhouse Gas และ SCOC (Supplier Code of Conduct) โดยเน้นในเรื่อง Human Rights รวมถึงการต่อต้านคอร์รัปชั่น และการดำรงของอยู่ในกฎโอกาส ผลการจ้างงาน ผู้ค้ามีความพึงพอใจต่อ Buyer ในระบบการจัดหาที่ส่งมากกว่าร้อยละ 80









กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (Disclosure 102-40)	วิธีการ Engagement สำคัญ ปี 2564 (Disclosure 102-43)	ความภาคภูมิใจ / ความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย ปี 2564 (Disclosure 102-44)	สิ่งที่บริษัทตอบสนอง ปี 2564	เป้าหมายการตอบสนองปี 2564	ผลลัพธ์ ปี 2564	แผนกิจกรรมปี 2565
8. เพื่อบ้านบารากา 8.1 ชุมชนระยะใกล้ (ชุมชนระยะใกล้รัศมี 5 กิโลเมตร) กลุ่มเป้าหมาย 8 ชุมชน, ตำบลพระเชม และบางนา 2 ตำบล, ตำบลบางน้ำผึ้ง 11 หมู่บ้าน	<ul style="list-style-type: none"><li>- พนักงานชุมชนสัมพันธ์ และกรสัมพันธ์พิเศษ</li><li>- การเข้าถึงกิจกรรมชุมชนของหมู่บ้าน</li><li>- ช่องทางการสื่อสาร/รับข้อร้องเรียน</li><li>- โทรศัพท์สายร/Call Center 24 ชม.</li><li>- ป้ายบอร์ดประชาสัมพันธ์</li><li>- สื่อตามสาย</li><li>- LINE</li><li>- ไปรษณีย์/ผ่านแฟกซ์</li><li>- การประเมินผลกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์</li><li>- การประเมินความต้องการของชุมชนโดย Third Party</li></ul>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. การดำเนินงานธุรกิจด้วยความปลอดภัย</li><li>2. การแจ้งล่วงหน้าให้ชุมชนทราบก่อนที่เจ้าหน้าที่โครงการจะเข้าพื้นที่ก่อสร้างและผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้น</li><li>3. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์</li><li>3.1 พัฒนาศักยภาพ</li><li>3.2 พัฒนาคุณภาพชีวิต</li><li>3.3 พัฒนาสิ่งแวดล้อมในชุมชน</li><li>4. การช่วยเหลือปัญหาในวงกว้างแพร่ระบาดของ COVID-19</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. ดำเนินกิจกรรมการตรวจสอบอุปทานและสนับสนุนการเตรียมความพร้อมด้านความปลอดภัยในชุมชนอย่างต่อเนื่อง (โครงการตรวจสอบห่วงโซ่อุปทาน)</li><li>2. สื่อสารการทำงานตามแผนให้ชุมชนทราบล่วงหน้าผ่านช่องทางต่างๆ เช่น<ul style="list-style-type: none"><li>- ป้ายบอร์ดประชาสัมพันธ์</li><li>- สื่อตามสาย</li><li>- LINE</li><li>- ไปรษณีย์/ผ่านแฟกซ์</li></ul></li><li>3. ปรับรูปแบบกิจกรรมให้สอดคล้อง เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมปัจจุบัน และความต้องการของชุมชน<ul style="list-style-type: none"><li>- โครงการบางจากห่วงโซ่อุปทานสีเขียวได้คิด-19</li><li>- สนับสนุนพนักงานอาสาสมัครชุมชน, แอสซอสส์ท้องถิ่น พนักงาน N 95, ยาฟ้าทะลายโจร, อุปกรณ์การเขียนสำหรับเยาวชนในชุมชน, สนับสนุนอุปกรณ์ทางการแพทย์แก่ศูนย์พักพิงของชุมชน</li><li>- โครงการปันน้ำดื่ม สนับสนุนอาหารให้ผู้ได้รับผลกระทบจาก COVID-19</li><li>4. จัดกิจกรรมสร้างรายได้ให้ชุมชนในช่วงการระบาดของ COVID-19 (โครงการอาหารท้องถิ่น)</li><li>5. สนับสนุนและมีส่วนร่วมกิจกรรมภายในชุมชน (สนับสนุนกิจกรรม วันเด็ก, วันสงกรานต์)</li></ul></li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. ผลประเมินความพึงพอใจจากการเข้าร่วมกิจกรรม จากแบบสอบถาม &gt;90%</li><li>2. การวัดผลการประเมินความผูกพันของชุมชน &gt;84%</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. ผลประเมินความพึงพอใจจากการเข้าร่วมกิจกรรม จากแบบสอบถาม &gt;93.18%</li><li>2. การวัดผลการประเมินความผูกพันของชุมชน 86%</li></ol>	
8.2 กลุ่มโรงเรียน	<ul style="list-style-type: none"><li>- พนักงานชุมชนสัมพันธ์</li><li>- กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์</li><li>- การประเมินความต้องการของโรงเรียน โดย Third Party</li></ul>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. ได้รับการพัฒนาด้านการศึกษา ด้วยการพัฒนาบุคลากรในโรงเรียน ได้มีการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีสื่อการเรียนการสอน</li><li>2. ได้รับการสนับสนุนด้านความปลอดภัย การให้ความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัย/ประกันอุบัติเหตุ</li><li>3. ได้รับการพัฒนาสภาพแวดล้อม/สิ่งแวดล้อมให้มีความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่ ครู-นักเรียน (โรงเรียนให้ความรู้ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมเนื่องจากโรงเรียนเป็นหน่วยงานหนึ่งของชุมชนที่อาศัยได้รับผลกระทบ)</li><li>4. การช่วยเหลือปัญหาในวงกว้างแพร่ระบาดของ COVID-19</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. โครงการ ECO School สื่อ YouTube ดำเนินโครงการด้านความปลอดภัย “บางจากห่วงโซ่อุปทานสีเขียว” ชัยคณบดีและนายแพทย์ให้ร่วมกับโรงเรียนเบญจมมาศ</li><li>3. สนับสนุนอุปกรณ์ดับเพลิงให้โรงเรียน</li><li>4. จัดโครงการ BOP Knowledge Tube แบบออนไลน์ เหมาะสมกับรูปแบบกิจกรรมให้สอดคล้อง เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมปัจจุบัน และความต้องการของชุมชน</li><li>5. ปรับรูปแบบกิจกรรมให้สอดคล้อง เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมปัจจุบัน และความต้องการของชุมชน</li><li>- โครงการบางจากห่วงโซ่อุปทานสีเขียวได้คิด-19</li><li>- สนับสนุนพนักงานอาสาสมัครชุมชน, แอสซอสส์ท้องถิ่น พนักงาน N 95, ยาฟ้าทะลายโจร</li><li>- โครงการปันน้ำดื่ม สนับสนุนอาหารให้ผู้ได้รับผลกระทบจาก COVID-19</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. ผลประเมินความพึงพอใจจากการเข้าร่วมกิจกรรม จากแบบสอบถาม 90%</li><li>2. การวัดผลการประเมินความผูกพันของชุมชน 84%</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. ผลประเมินความพึงพอใจจากการเข้าร่วมกิจกรรม จากแบบสอบถาม 96.53%</li><li>2. การวัดผลการประเมินความผูกพันของชุมชน 86%</li></ol>	พัฒนาแผนกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนใน 7 ด้าน คือ <ul style="list-style-type: none"><li>- คุณภาพชีวิต</li><li>- การศึกษา</li><li>- ความปลอดภัย</li><li>- ความสะอาด</li><li>- ความแข็งแรง</li><li>- ความสัมพันธ์</li><li>- สาธารณประโยชน์</li></ul>
8.3 กลุ่มครอบครัว (กลุ่มบ้านเขียว)	<ol style="list-style-type: none"><li>1. พนักงานชุมชนสัมพันธ์</li><li>2. กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์</li><li>3. จุฬาราชมนตรีไปไม่</li><li>4. Facebook ครอบครัวไม่</li><li>5. การประเมินความต้องการของหมู่บ้าน</li><li>6. Facebook ครอบครัวไม่</li><li>7. การประเมินความต้องการของหมู่บ้าน</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. การดำเนินงานธุรกิจด้วยความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับหลักเกณฑ์และการยอมรับในบริษัท</li><li>2. สนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อม เช่น เป็นสื่อกลางส่งเสริมหรือสนับสนุนโครงการพัฒนา สิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น เช่น การให้ความรู้ด้านสภาพแวดล้อมเพื่อนบ้าน หรือกิจกรรมรณรงค์ปลูกต้นไม้ด้านสิ่งแวดล้อม</li><li>3. สนับสนุนโครงการด้านคุณภาพชีวิต เช่น การให้ความรู้ด้านสุขภาพ สุขภาพใจ</li><li>4. การช่วยเหลือปัญหาในวงกว้างแพร่ระบาดของ COVID-19</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. จัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยปรับปรุงรูปแบบกิจกรรมให้สอดคล้อง เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมปัจจุบัน และความต้องการของหมู่บ้าน เช่น<ul style="list-style-type: none"><li>- กระเป๋า + ชุดป้องกันโรคระบาด (บางจากห่วงโซ่อุปทานสีเขียวได้คิด-19)</li><li>- D.I.Y สายคล้อง MASK</li><li>- D.I.Y กระเป๋าใส่หน้ากาก</li><li>- บางจากห่วงโซ่อุปทานสีเขียวได้คิด 19</li><li>- มอบพนักงานอาสาสมัครชุมชน, แอสซอสส์ Facebook ครอบครัวไปไม่</li></ul></li><li>2. สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่องผ่านจุฬาราชมนตรี และ Facebook ครอบครัวไปไม่</li><li>3. โครงการบางจากห่วงโซ่อุปทานสีเขียวได้คิด-19</li><li>- สนับสนุนพนักงานอาสาสมัคร ชุมชน, แอสซอสส์ท้องถิ่น พนักงาน N 95, ยาฟ้าทะลายโจร</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. ผลประเมินความพึงพอใจจากการเข้าร่วมกิจกรรม จากแบบสอบถาม &gt;90%</li><li>2. การวัดผลการประเมินความผูกพันของชุมชน &gt;84%</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. ผลประเมินความพึงพอใจจากการเข้าร่วมกิจกรรม จากแบบสอบถาม 96.50%</li><li>2. การวัดผลการประเมินความผูกพันของชุมชน 86%</li></ol>	

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (Disclosure 102-40)		วิธีการ Engagement สำคัญ ปี 2564 (Disclosure 102-43)	ความคาดหวัง / ความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย ปี 2564 (Disclosure 102-44)	เป้าหมายการตอบสนองปี 2564		ผลลัพธ์ ปี 2564	แนวทางการปี 2565
<div>8.4 ลงมือได้เยี่ยม</div> <div><div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div></div>	<div>8.4 ลงมือได้เยี่ยม</div> <div><div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div></div>	<div>1. พนักงานชุมชนสัมพันธ์</div> <div>2. กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์/เชื่อมสัมพันธ์</div> <div>3. จุฬารอแควร์ไปไม่</div> <div>4. Line เพื่อนบ้านออนไลน์จาก</div> <div>5. การประเมินความพึงพอใจของคอนโดโฮ Third Party</div>	<div>1. การดำเนินกิจกรรมด้วยความโปร่งใส</div> <div>2. การให้ความสำคัญกับความต้องการ/ความคาดหวัง</div> <div>3. จุฬารอแควร์ไปไม่</div> <div>4. Line เพื่อนบ้านออนไลน์จาก</div> <div>5. การประเมินความพึงพอใจของคอนโดโฮ Third Party</div>	<div>1. ปรับรูปแบบกิจกรรมให้สอดคล้องเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมปัจจุบัน และความต้องการของชุมชนเป้าหมาย</div> <div>- โครงการบางจากทิวไร ยูนิโคฟ-19 สนับสนุนหน้าปกหนังสือทางการแพทย์, แอลกอฮอล์ล้างมือ,</div> <div>- จัดอบรม/เวิร์กช็อปกับพันธมิตรและอพาร์ทเมนท์</div> <div>- สนับสนุนกิจกรรมของคอนโด เช่น กิจกรรมการประชันหุ่นสมูทตี้ประจักษ์</div> <div>- สนับสนุนหน้าปกหนังสือทางการแพทย์, แอลกอฮอล์ล้างมือ, หน้ากาก N 95</div> <div>2. สื่อสารผ่านช่องทางที่หลากหลายกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น</div> <div>- จุฬารอแควร์ไปไม่</div> <div>- Line เพื่อนบ้านออนไลน์จาก</div> <div>- Poster</div>	<div>1. ผลประเมินความพึงพอใจจากการเข้าร่วมกิจกรรมจากแบบสอบถาม &gt;90%</div> <div>2. การวัดผลการประเมินความผูกพันของชุมชน &gt;84%</div>	<div>1. ผลประเมินความพึงพอใจจากการเข้าร่วมกิจกรรมจากแบบสอบถาม 91.96%</div> <div>2. การวัดผลการประเมินความผูกพันของชุมชน 86%</div>	<div>พัฒนาและจัดการให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนใน 7 ด้าน คือ</div> <div>- การศึกษา</div> <div>- คุณภาพสิ่งแวดล้อม</div> <div>- ความปลอดภัย</div> <div>- เศรษฐกิจ</div> <div>- ความสัมพันธ์</div> <div>- สภาพแวดล้อม</div>
<div>9. สื่อมวลชน</div> <div>1) หนังสือพิมพ์</div> <div>2) วิทยุ</div> <div>3) โทรทัศน์</div> <div>4) วิทยุ</div> <div>5) สื่อออนไลน์</div> <div><div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div></div>	<div>1. สร้างความชัดเจนในภาพรวม/ความคาดหวังต่อการพูดคุยกับสื่อมวลชน</div> <div>2. ประเมินสื่อมวลชนในเชิงบวก</div> <div>3. จัดสัมมนาพิเศษเฉพาะกิจ/เวิร์กช็อป</div> <div>4. เพิ่ม Content ที่เหมาะสมเพื่อตอบสนองสื่อมวลชนและขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังผู้รับสารใหม่</div>	<div>1. ขยายความลึกซึ้งในหัวข้อการ ชัยภูมิ</div> <div>2. การนำเสนอภาพรวม/ความคาดหวังต่อการพูดคุยกับสื่อมวลชน</div> <div>3. จัดสัมมนาพิเศษเฉพาะกิจ/เวิร์กช็อป</div> <div>4. เพิ่ม Content ที่เหมาะสมเพื่อตอบสนองสื่อมวลชนและขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังผู้รับสารใหม่</div>	<div>1. ตอบสนองต่อความต้องการสื่อมวลชนในเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัทและส่วนรวม</div> <div>2. จัดแถลงข่าว และสัมมนาออนไลน์ โดยทีมสืบแบบ Online เพื่อปรับรับวัฒนธรรมการเนติวิตร และจัดทำข่าวเอก (Press Release) อย่างสม่ำเสมอ</div> <div>3. สนับสนุนกิจกรรมของสื่อมวลชนที่กำกับส่วนรวม และสนับสนุนในเชิงโลกาภิวัตน์ความรับผิดชอบต่อสื่อ เพื่อสร้างความผูกพันที่ดีต่อกัน</div> <div>4. เชื่อมโยงสื่อในรายธุรกิจพลังงานและสายที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งร่วมงานในสถานการณ์ต่างๆ เช่น เวิร์กช็อป, คอลเลก, เลิฟอีท, ฯลฯ เพื่อแสดงความเป็นมิตรในสื่อ และจริงจังต่อกัน</div> <div>5. ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ร่วมดูแลสื่อมวลชนด้วยการมอบบัตรค่าน้ำดื่มและกาแฟให้สื่อมวลชน เพื่อไม่ให้สื่อมวลชนเกิดความเครียดจากการทำงานในช่วงเดือนกันยายน 2564</div>	<div>1. ได้รับการเผยแพร่ข่าวสารขององค์กรในสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการดำเนินงานกับสื่อมวลชนได้อย่างเหมาะสมและถูกต้อง</div> <div>2. มูลค่าข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (Media Value) และสื่อออนไลน์ เป็นไปตามเป้าหมาย</div> <div>3. ชัยภูมิสามารถได้รับการเผยแพร่อย่างถูกต้องและครบถ้วน</div>	<div>1. จัดกิจกรรม Engage กับสื่อมวลชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น (ปรับตามเหมาะสมตามสถานการณ์)</div> <div>2. เพิ่มเดิมฐานข้อมูลสื่อใหม่ ๆ และสื่อต่างชาติในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชีย รวมถึงจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์จากสื่อมวลชนสู่สาธารณะไปรษณีย์ และผู้ถือหุ้น/ธุรกิจ/กิจกรรมสาธารณะทางชาติได้ครบถ้วน</div>	<div>1. จัดกิจกรรม Engage กับสื่อมวลชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น (ปรับตามเหมาะสมตามสถานการณ์)</div> <div>2. เพิ่มเดิมฐานข้อมูลสื่อใหม่ ๆ และสื่อต่างชาติในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชีย รวมถึงจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์จากสื่อมวลชนสู่สาธารณะไปรษณีย์ และผู้ถือหุ้น/ธุรกิจ/กิจกรรมสาธารณะทางชาติได้ครบถ้วน</div>	<div>พัฒนาและจัดการให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนใน 7 ด้าน คือ</div> <div>- การศึกษา</div> <div>- คุณภาพสิ่งแวดล้อม</div> <div>- ความปลอดภัย</div> <div>- เศรษฐกิจ</div> <div>- ความสัมพันธ์</div> <div>- สภาพแวดล้อม</div>
<div>10. นักลงทุน</div> <div><div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div></div>	<div>1. การพบปะ สื่อมวลชน และ</div> <div>2. ให้ความร่วมมือเมื่อมีการขอข้อมูลที่เกี่ยวข้อง</div>	<div>1. การปฏิบัติตามกฎหมาย หรือสิ่งที่กำหนด</div> <div>2. การปฏิบัติตามกฎหมาย หรือสิ่งที่กำหนด</div> <div>3. การปฏิบัติตามกฎหมาย หรือสิ่งที่กำหนด</div> <div>4. การปฏิบัติตามกฎหมาย หรือสิ่งที่กำหนด</div> <div>5. การปฏิบัติตามกฎหมาย หรือสิ่งที่กำหนด</div> <div>6. การปฏิบัติตามกฎหมาย หรือสิ่งที่กำหนด</div>	<div>1. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>2. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>3. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>4. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>5. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>6. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div>	<div>1. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>2. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>3. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>4. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>5. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>6. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div>	<div>1. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>2. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>3. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>4. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>5. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>6. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div>	<div>1. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>2. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>3. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>4. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>5. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>6. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div>	<div>1. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>2. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>3. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>4. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>5. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div> <div>6. หน่วยงานราชการอนุญาตตามโครงการที่บริษัทได้ออกให้</div>

# ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ปี 2563 – 2564 ประเทศไทยต้องเผชิญกับสถานการณ์ COVID-19 ต่อเนื่อง ในภาวะเช่นนี้ บริษัทฯ จึงได้มีบทบาทความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มใหม่ และพิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนองค์กร และนำมาจัดทำเป็นประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนใหม่ เพื่อใช้ในปี 2563 และ 2564 เนื่องจากในช่วงปลายปี 2563 – ต้นปี 2564 ยังไม่มีความชัดเจนในการจัดท้าวัดขึ้นให้กับประชาชน และมีการประกาศ Work from home ต่อเนื่องเกือบตลอดทั้งปี

## หลักการคัดเลือกประเด็นสำคัญ (Materiality)

ซึ่งกระบวนการคัดเลือกประเด็นสำคัญจากความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มและข้อมูลภายนอกอื่นๆ กับประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ ตามกระบวนการและหลักการ ดังนี้

### 1. การระบุประเด็นสำคัญ (Identification)

บริษัทฯ พิจารณาการระบุประเด็นความยั่งยืนขององค์กร จากข้อมูลภายในองค์กร และข้อมูลภายนอกองค์กร ที่อาจส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจในการกำกับดูแลเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม โดยข้อมูลจากภายในและปัจจัยภายนอกที่นำมาพิจารณา ได้แก่

- ข้อมูลภายในองค์กร ได้แก่ เป้าหมายและทิศทางขององค์กร แผนธุรกิจ ตลอดจนประเด็นสำคัญจากการทำ Brainstorming workshop ของผู้บริหารในการประชุมเชิงปฏิบัติการ การจัดทำกลยุทธ์ และการบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว
- ข้อมูลภายนอกองค์กร ได้แก่ การทบทวนแนวโน้มทิศทางด้านความยั่งยืน และความเสี่ยงของโลก เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลก (SDGs) เกณฑ์การประเมินความยั่งยืนองค์กรตามดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Index) หลัก 10 ประการของ UNGC (United Nation Global Compact) การเทียบเคียงประเด็นสำคัญของบริษัทในอุตสาหกรรมปิโตรเลียมและพลังงานทดแทน ตลอดจนความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียจากการทำ Stakeholder engagement

### 2. การจัดลำดับความสำคัญ (Prioritization)

บริษัทฯ นำข้อมูลจากการระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญต่อบริษัทฯ และต่อผู้มีส่วนได้เสียมาจัดกลุ่มและวิเคราะห์ระดับความสำคัญของประเด็นโดยเทียบเคียงกับความสอดคล้องกับตัวชี้วัดตามแนวทางการรายงานของ GRI ซึ่งพบว่าประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนต่อผู้มีส่วนได้เสียและต่อบริษัทฯ 18 ประเด็น โดยมีหลักการพิจารณาระดับความสำคัญและการกำหนดลง Materiality matrix ดังนี้

**2.1 แกนแนวนอน :** เป็นประเด็นที่สำคัญและมีผลกระทบต่อองค์กร พิจารณาระดับผลกระทบทั้งในด้านบวก และด้านลบ ตลอดจนโอกาส และความเสี่ยงที่อาจเกิดต่อองค์กรในระยะสั้นและระยะยาว

**2.2 แกนตั้ง :** เป็นประเด็นที่สำคัญและมีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ โดยพิจารณาจากระดับผลกระทบทั้งในด้านบวก และด้านลบ และการให้ความสำคัญที่ของประเด็นจากผู้มีส่วนได้เสีย

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้เชิญผู้เชี่ยวชาญด้านความยั่งยืนในสาขาต่างๆ มาให้ความเห็นต่อการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นความยั่งยืนของบริษัทฯ เพื่อให้มั่นใจว่าประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ มีความครอบคลุม สมเหตุสมผล และลดความเบี่ยงเบนของข้อมูล

### 3. การให้เหตุผล (Validation)

ประเด็นความยั่งยืนที่ได้จากการวิเคราะห์ และจัดลำดับความสำคัญ จะนำมาพิจารณาและขอความเห็นชอบจากคณะกรรมการนโยบายความยั่งยืนองค์กร (SPC) (Disclosure 102–32) โดยประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่บริษัทฯ มุ่งเน้นการตอบสนอง ได้แก่ ประเด็นเรื่องการลงทุนในธุรกิจนวัตกรรมสีเขียว ประเด็นด้านการปรับตัวและลดผลกระทบด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ประเด็นด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ประเด็นด้านคุณภาพสินค้าและบริการ ประเด็นด้านความมั่นคงในอาชีพและการพัฒนาพนักงาน ประเด็นด้านความสัมพันธ์กับชุมชน และประเด็นด้าน Digitalization เป็นต้น บริษัทฯ จึงกำหนดแนวทางการตอบสนองต่อประเด็นความยั่งยืนต่างๆ ตามระดับความสำคัญและเหมาะสมใน 4 ระดับ ได้แก่ ระดับแผนงานโครงการ (Initiative base) มุ่งเน้นเชิงกลยุทธ์ (Strategic focus) มุ่งขับเคลื่อนพันธกิจ (Mission driven) และมุ่งสู่ความเป็นผู้นำ (Sustainability leader) รวมถึงกำหนดตัวชี้วัดเพื่อประเมินผลลัพธ์ในระดับองค์กร และเชื่อมโยงกับผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหาร และพนักงานที่เกี่ยวข้องในสัดส่วนที่เหมาะสม (Disclosure 102–28) เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดวัฒนธรรมด้านความยั่งยืนทั่วทั้งองค์กร ซึ่งประเด็นด้านความยั่งยืนใหม่ อันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้แก่ ประเด็นด้าน Digitalization ประเด็นด้านความมั่นคงอาชีพและการพัฒนาศักยภาพพนักงาน ประเด็นด้านการเปิดเผยทิศทางและความคืบหน้าของบริษัทฯ ประเด็นด้านความช่วยเหลือด้านสภาพคล่องของคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ ประเด็นด้านประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ ประเด็นด้านเศรษฐกิจหมุนเวียน และประเด็นด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

## หลักเกณฑ์สำคัญที่ใช้พิจารณาในการจัดลำดับความสำคัญ

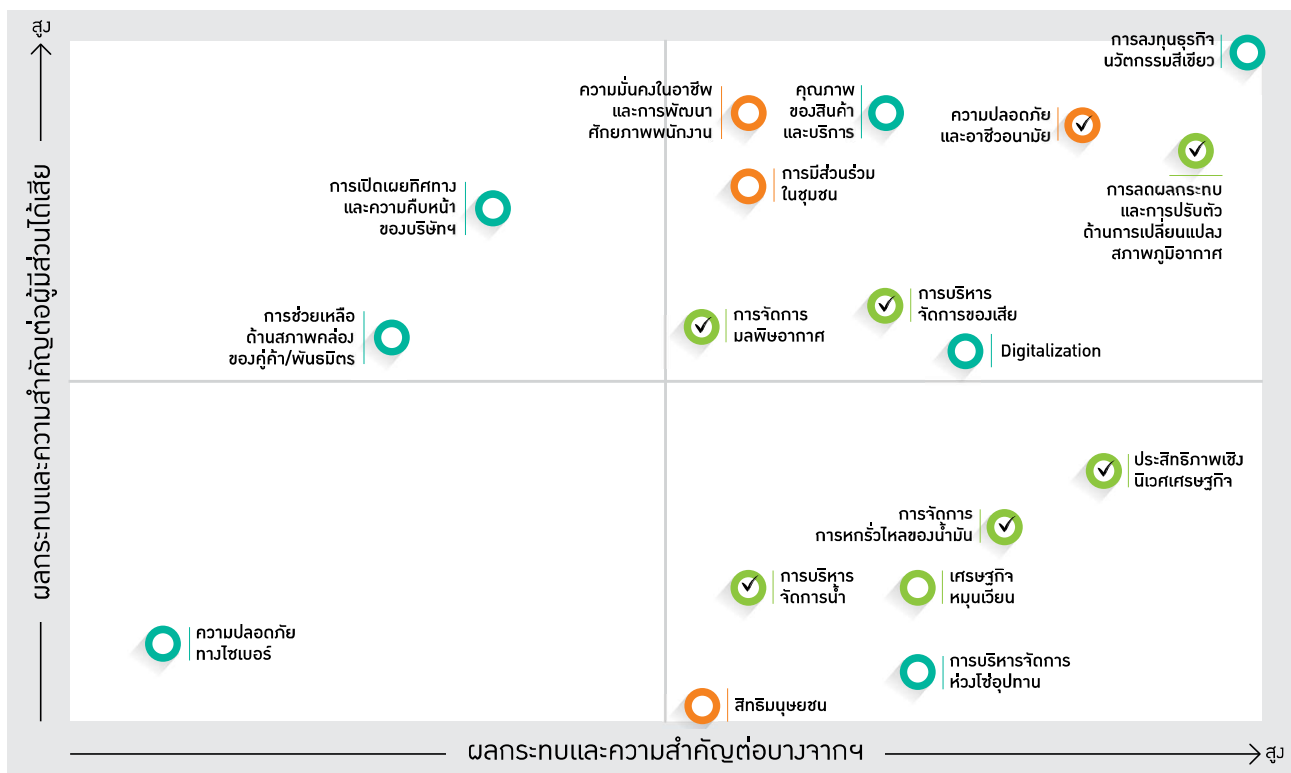
**ผู้มีส่วนได้เสีย**

1. ระดับผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย
2. ความสำคัญของประเด็นในอนาคตต่อผู้มีส่วนได้เสีย
3. ความหลากหลายของผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบ
4. ระดับความคาดหวังต่อการจัดการของบริษัทฯ

## องค์กร

1. โอกาสในการสร้างผลกระทบของประเด็น
2. ระดับความรุนแรงของผลกระทบ
3. ระดับความเสี่ยงทางธุรกิจ
4. ระดับผลกระทบในระยะยาว
5. ความสำคัญหรือโอกาสของประเด็นในอนาคต
6. ความสอดคล้องกับนโยบายหรือเป้าหมายองค์กร

## Materiality Matrix (Disclosure 102–47)



หมายเหตุ กระบวนการจัดทำและข้อมูลประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนได้รับการรับรองโดย Third party

Data assured by 3<sup>rd</sup> party

☐ No      ☒ Yes

## ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนปี 2564

ด้านกำกับดูแลและเศรษฐกิจ	ด้านสิ่งแวดล้อม	ด้านสังคม
<ul style="list-style-type: none"><li>1. การลงทุนในธุรกิจนวัตกรรมสีเขียว</li><li>2. คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ</li><li>3. การปรับกระบวนการทำงานเป็นระบบดิจิทัล (Digitalization)</li><li>4. การเปิดเผยทิศทางและความคืบหน้าของบริษัท</li><li>5. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน</li><li>6. การช่วยเหลือด้านสภาพคล่องของคู่ค้า/พันธมิตร</li><li>7. ความปลอดภัยทางไซเบอร์</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1. การปรับตัวและการบรรเทาผลกระทบด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ</li><li>2. การบริหารจัดการของเสีย</li><li>3. การจัดการมลพิษอากาศ</li><li>4. ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ</li><li>5. การจัดการการทกรั่วไหลของน้ำมัน</li><li>6. การบริหารจัดการน้ำ</li><li>7. เศรษฐกิจหมุนเวียน</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1. ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย</li><li>2. ความมั่นคงในอาชีพและการพัฒนาศักยภาพพนักงาน</li><li>3. การมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม</li><li>4. สิทธิมนุษยชน</li></ul>

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality) (Disclose 102-47)

มิติ	ประเด็นสำคัญ		ผลกระทบ		ความสำคัญ	GRI topics	GRI topic-specific disclosure	เนื้อหาที่รายงาน	หน้า
	ภายใน	ภายนอก	ภายใน	ภายนอก					
เศรษฐกิจและสังคม	การลงทุนในธุรกิจนวัตกรรมสีเขียว	BCP	• ผู้ถือหุ้น	เพื่อการพัฒนากระบวนการดำเนินงานและผลการดำเนินงาน โดยใช้นวัตกรรม และป้องกันการ disruption ทางธุรกิจ	201: Economic Performance (2016)	201-1 Direct economic value generated and distributed (2016)	• การบริหารจัดการนวัตกรรม • การลงทุนตามกลยุทธ์ Green business	84 48-49	
	คุณภาพของสินค้าและบริการ	BCP Group	• ลูกค้า • ผู้ถือหุ้น	เพื่อปรับปรุงความพึงพอใจ และ Brand loyalty ของลูกค้า และผู้รับจ้าง ตลอดจนพันธมิตรทางธุรกิจ ผ่านกลยุทธ์ Greenovative Experience Strategy	BCP: Product and Service Development	BCP Indicator – NPS Score and customer satisfaction	• การพัฒนาสินค้าและบริการอย่างยั่งยืน • สนับสนุนการดำเนินงานด้านสังคม	104 181	
	Digitalization	BCP Group	• ลูกค้า	บูรณาการ digitalization เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานของบริษัทฯ	201: Economic Performance (2016)	201-1 Direct economic value generated and distributed (2016)	• การนำเทคโนโลยีมาพัฒนาธุรกิจ • สนับสนุนการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ	86 161	
	การเปิดเผยทิศทางและความคืบหน้าของบริษัท	BCP	• ผู้ถือหุ้น • สื่อมวลชน	สร้างความโปร่งใสและดึงดูดความเชื่อมั่นให้นักลงทุน/ผู้ถือหุ้นให้เพิ่มมากขึ้น	201: Economic Performance (2016)	201-1 Direct economic value generated and distributed (2016)	• การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสีย • การบริหารจัดการความเสี่ยง • สนับสนุนการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ	25 66 161	
	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน	BCP	• ลูกค้าและผู้รับจ้าง • พันธมิตรทางธุรกิจ	เพื่อพัฒนาแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนของลูกค้าและผู้รับจ้าง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนไปพร้อมกับบริษัทฯ	204: Procurement Practice (2016) 308: Supplier Environmental Assessment (2016) 414: Supplier Social Assessment (2016)	204-1 Proportion of spending on local suppliers (2016) 308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken (2016) 414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken (2016)	• การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน • สนับสนุนการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ	79 161	
	การช่วยเหลือด้านสภาพคล่องของลูกค้า	BCP	• ลูกค้าและผู้รับจ้าง • พันธมิตรทางธุรกิจ	เพื่อรักษาคู่ค้าและผู้รับจ้างสำคัญและลดผลกระทบจาก COVID-19	BCP: Supplier Satisfaction	BCP Indicator – Percentage of supplier satisfaction	• การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน	79	
	ความปลอดภัยทางไซเบอร์/Cybersecurity	BCP	• ลูกค้า • ลูกค้าและผู้รับจ้าง • พันธมิตรทางธุรกิจ	เพื่อป้องกันอุบัติเหตุการนำทางไซเบอร์ และใช้แนวปฏิบัติทางไซเบอร์ในองค์กร	BCP: Information Security Breaches /Cybersecurity Incidents	BCP Indicator – Number of information security breaches/cybersecurity incidents	• เทคโนโลยีสารสนเทศและความปลอดภัยทางไซเบอร์	86	
	การลดผลกระทบและการปรับตัวด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	BCP Group	• หน่วยงานภาครัฐ	เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายองค์กรที่จะเป็น Carbon neutral company ภายในปี 2573 และตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDG 7 และ SDG 13	305: Emissions (2016)	305-1 Direct Greenhouse Gas (GHG) Emissions (Scope 1) (2016) 305-2 Indirect Greenhouse Gas (GHG) Emissions (Scope 2) (2016) 305-3 Other Indirect Greenhouse Gas (GHG) Emissions (Scope 3) (2016) 305-4 GHG Emissions Intensity (2016) 305-5 Reduction of GHG emissions (2016)	• การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ • สนับสนุนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	93-94 166-169	
	การบริหารจัดการความเสี่ยง	BCP	• หน่วยงานภาครัฐ • ชุมชนและสังคม	เพื่อปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง โดยใช้หลัก 3Rs ในการบริหารจัดการความเสี่ยง	306: waste (2020)	306-3 Waste generated (2020) 306-4 Waste diverted from disposal (2020) 306-5 Waste diverted to disposal (2020)	• การบริหารจัดการความเสี่ยง • สนับสนุนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	103 174-175	
	การจัดการมลพิษอากาศ	BCP	• หน่วยงานภาครัฐ • ชุมชนและสังคม	เพื่อให้คุณภาพอากาศและการจัดการมลพิษอากาศดีกว่ากฎหมายกำหนด	305: Emissions (2016)	305-7 NOx, SOx, and other significant air emissions (Fugitive VOCs and H2S) (2016)	• การบริหารจัดการมลพิษอากาศ • สนับสนุนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	101-102 172	
สิ่งแวดล้อม	ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ Eco-efficiency	BCP		เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจที่จะส่งผลถึงประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยเน้นลดการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมที่ต่ำ	BCP: Eco-Efficiency	BCP Indicator – Eco-efficiency (EBITDA/Total GHG emissions of RFBG and MKBG)	• ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ	90-92 162-165	
	การจัดการการทวีโหลของน้ำ	BCP	• ลูกค้าและผู้รับจ้าง • หน่วยงานภาครัฐ	เพื่อป้องกันการทวีโหลของน้ำ	306: Effluent and Waste (2016)	306-3 Significant Spills (2016)	• การบริหารจัดการการทวีโหลของน้ำ และสารเคมี	99-100 176	
	การบริหารจัดการน้ำ	BCP	• หน่วยงานภาครัฐ • ชุมชนและสังคม	เพื่อจัดการการนำน้ำมาใช้ การใช้น้ำ และน้ำทิ้งอย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้วิธีการและเครื่องมือการบริหารจัดการน้ำใหม่แบบใหม่	303: Water and Effluents (2018)	303-3 Water withdrawal (2018) 303-4 Water discharge (2018) 303-5 Water consumption (2018)	• การบริหารจัดการน้ำ • สนับสนุนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	95-98 172-174	
	เศรษฐกิจหมุนเวียน	BCP	• หน่วยงานภาครัฐ	เพื่อตอบรับกับนโยบายของประเทศไทยและโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ	201: Economic Performance (2016) BCP: Plastic waste reduction	201-1 Direct economic value generated and distributed (2016) BCP Indicator – Plastic waste reduction	• การพัฒนาชุมชนและสังคม	147	