



การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY

รายงานผลการสำรวจ โครงการสำรวจความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต่อการดำเนินงานของ กฟภ. ปี 2565 – 2566 และการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญ ด้านความยั่งยืน ประจำปี 2566

กองบริหารความยั่งยืนและความสัมพันธ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ฝ่ายส่งเสริมความสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรเพื่อความยั่งยืน

การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

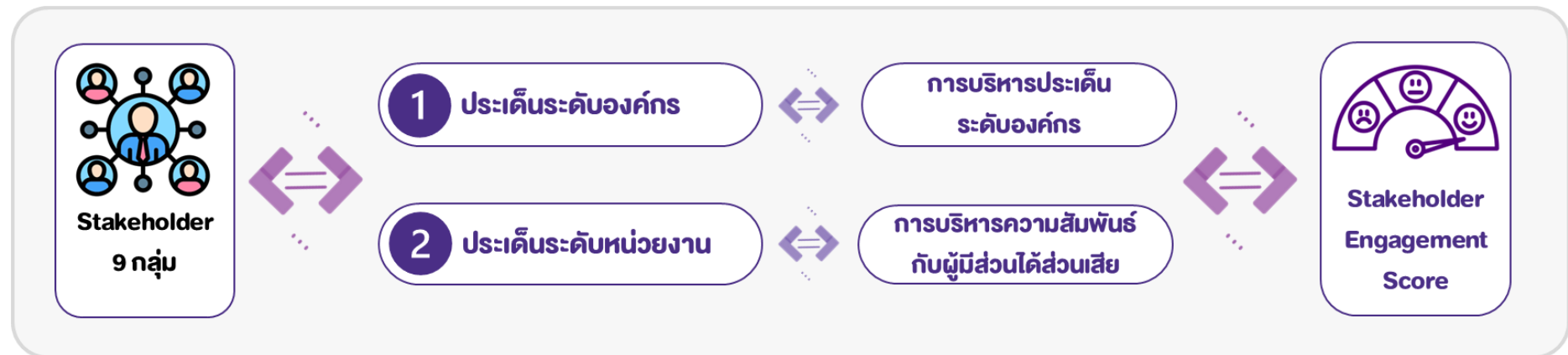
กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กฟผ. ดำเนินธุรกิจ โดยให้ความสำคัญในการดูแลและคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ทั้งภายใน และภายนอกองค์กร มุ่งเน้นการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพ ทบทวนปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง สนับสนุนการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในประเด็นสำคัญ รวมถึงมุ่งเน้นให้มีการตอบสนองต่อความต้องการ ความคาดหวัง และข้อกังวลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเหมาะสม เพื่อให้ กฟผ. เติบโตควบคู่ไปกับชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืน

จากความมุ่งมั่นข้างต้น กฟผ. ได้นำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินธุรกิจและร่วมสนับสนุนการดำเนินงานของ กฟผ. โดยมีวัตถุประสงค์ในการยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับ กฟผ. ให้สามารถบรรลุเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ของ กฟผ. และมีขอบเขตครอบคลุมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญตามสถาปัตยกรรมธุรกิจขององค์กร

กระบวนการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กฟผ. มีกระบวนการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามมาตรฐานสากล โดยอ้างอิงตามมาตรฐาน AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000SES) และเกณฑ์ประเมินการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ตามคู่มือการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ State Enterprise Assessment Model (SE-AM) ตั้งแต่การกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กำหนดประเด็นที่สำคัญระดับองค์กร และหน่วยงาน ตลอดจนการบริหารประเด็นเพื่อยกระดับความผูกพันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement Score)



โดยผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประกอบด้วย

1. คณะกรรมการ กฟผ. และคณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน เป็นผู้กำกับดูแลการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเชิงนโยบายและกลยุทธ์ พร้อมทั้งกำกับติดตามผลการดำเนินงานให้เป็นไปหลักธรรมาภิบาลรายไตรมาส
2. ฝ่ายบริหารความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร สายงานยุทธศาสตร์ เป็นผู้รวบรวมวิเคราะห์ความต้องการ ความคาดหวัง และข้อกังวล จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสรุปเป็นประเด็นระดับองค์กรและหน่วยงาน เชื่อมโยงไปยังการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ของ องค์กร รวมถึงกำหนดแนวทางตอบสนองนโยบายและกลยุทธ์การดำเนินงานด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมทั้งติดตามและประเมินผลการดำเนินงานเป็นรายไตรมาส
3. ทุกฝ่ายของ กฟผ. เป็นผู้บริหารจัดการประเด็นระดับหน่วยงาน และถ่ายทอดนโยบายและกลยุทธ์การดำเนินงานด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไปสู่ผู้รับผิดชอบของแต่ละหน่วยงาน เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงติดตามผลการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญของ กฟผ.

กฟผ. มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มที่ได้รับผลกระทบ หรือส่งผลกระทบ หรือมีส่วนได้ส่วนเสียจากการดำเนินธุรกิจตามระบบงานที่สำคัญทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กฟผ. ออกเป็น 9 กลุ่มหลัก 17 กลุ่มย่อย ดังต่อไปนี้

กลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กฟผ. 9 กลุ่มหลัก 17 กลุ่มย่อย

1. กลุ่มหน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ

1.1 ภาครัฐ/องค์กรอิสระ ผู้กำหนดหรือกำกับนโยบาย ทิศทางการดำเนินงาน

ครอบคลุมหน่วยงานผู้มีอิทธิพลต่อทิศทางการดำเนินงานในระดับนโยบาย การประเมินผล การดำเนินงานโดยรวม และการตรวจสอบการดำเนินการให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

1.2 ภาครัฐ/องค์กรอิสระ ผู้อำนวยฉะ อนุญาต เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงาน

ครอบคลุมหน่วยงานที่รับผิดชอบข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักของ กฟผ. โดยเฉพาะในการดำเนินการปึกเส้า พาดสาย ขยายเขตให้บริการจำหน่ายไฟฟ้า

1.3 ภาครัฐ/องค์กรอิสระ ผู้ให้ความร่วมมือ สนับสนุน หรือเกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน

ครอบคลุมหน่วยงานที่สามารถให้ความร่วมมือหรือสนับสนุนให้การดำเนินการและกิจกรรมต่าง ๆ ของ กฟผ. ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2. กลุ่มลูกค้าและผู้ใช้ไฟฟ้า

2.1 ผู้ใช้ไฟฟ้าในธุรกิจจำหน่ายไฟฟ้า

ครอบคลุมผู้ใช้ไฟฟ้าในธุรกิจจำหน่ายไฟฟ้าของ กฟภ. ทุกประเภท

2.2 ลูกค้าในธุรกิจอื่นๆ นอกจากการจำหน่ายไฟฟ้า

ครอบคลุมลูกค้าธุรกิจอื่นๆ นอกจากการจำหน่ายไฟฟ้า ทุกประเภท

3. กลุ่มชุมชน และสังคม

3.1 ชุมชนและผู้นำชุมชน

ครอบคลุมชุมชนและผู้นำชุมชนที่ตั้งอยู่โดยรอบพื้นที่การดำเนินงานของ กฟภ.

3.2 ประชาชนทั่วไป

ครอบคลุมประชาชนทุกคนที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย

4. กลุ่มสื่อมวลชน

ครอบคลุมสื่อมวลชนรูปแบบดั้งเดิม และสื่อออนไลน์ทุกประเภท

5. กลุ่มพันธมิตร

5.1 ผู้ส่งมอบพลังงานไฟฟ้า

ครอบคลุมผู้ส่งมอบพลังงานไฟฟ้าให้ธุรกิจจำหน่ายไฟฟ้าของ กฟภ.

5.2 ผู้ส่งมอบวัสดุอุปกรณ์

ครอบคลุมผู้ส่งมอบวัสดุอุปกรณ์ให้ กฟภ.

5.3 ผู้ส่งมอบบริการ

ครอบคลุมผู้ส่งมอบบริการให้ กฟภ. ในหลายประเภทงาน อาทิ งานระบบ งานก่อสร้าง งานบริการด้านการจดหน่วย ตัดต่อมิเตอร์ งานที่ปรึกษา รวมถึงระบบด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้สนับสนุน การดำเนินการ

5.4 คู่ความร่วมมือในการกิจสนับสนุน หรือภารกิจอื่นๆ ของ กฟภ.

ครอบคลุมคู่ความร่วมมือในการกิจสนับสนุน หรือภารกิจอื่นๆ ของ กฟภ. ที่ดำเนินการร่วมกับ กฟภ. ในลักษณะของการพึ่งพากันทางธุรกิจ อาทิ ตัวแทนรับชำระเงินค่าไฟฟ้า หน่วยงานสื่อสารที่ขออนุญาตพาดสายสื่อสาร และคู่สัญญาใน MOU

6. กลุ่มคณะกรรมการ

ครอบคลุมคณะกรรมการ กฟภ. ทุกคน

7. กลุ่มพนักงาน

7.1 ผู้บริหาร พนักงาน ลูกจ้าง

ครอบคลุมถึง ผู้บริหาร พนักงาน และลูกจ้าง ของ กฟผ.

7.2 หน่วยงาน/คณะทำงานภายในของ กฟผ.

ครอบคลุมหน่วยงาน/คณะทำงานภายในของ กฟผ.

8. กลุ่มบริษัทในเครือ

ครอบคลุมทุกบริษัทในเครือของ กฟผ.

9. กลุ่มคู่เทียบ

9.1 คู่เทียบ (Benchmark) ทั้งในธุรกิจจำหน่ายไฟฟ้า ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ธุรกิจต่างๆของ กฟผ. และด้านอื่นๆ

ครอบคลุมคู่แข่งขัน ผู้ผลิตหรือจำหน่ายสินค้าทดแทน คู่เปรียบเทียบ (Benchmark) ทั้งในธุรกิจพลังงาน (เช่น จำหน่ายไฟฟ้า ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ธุรกิจใหม่ ของ กฟผ.) ธุรกิจประเภทให้บริการอื่นๆ (นอกเหนือธุรกิจพลังงาน) รวมถึงหน่วยงานชั้นนำ (Best Practice) ในด้านต่างๆ

การบริหารประเด็นระดับองค์กร

กฟผ. ได้ดำเนินการศึกษาทบทวนข้อมูลประเด็นจากแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนระดับสากล ความต้องการ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กฟผ. และรายงานสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อ กฟผ. มาพิจารณาร่วมกับทิศทางการดำเนินงานขององค์กร โดยมีประเด็นที่มีนัยสำคัญระดับองค์กรที่ครอบคลุมประเด็นด้าน ESG (ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental ด้านสังคม (Social) ด้านธรรมาภิบาล (Governance)) จำนวน 15 ประเด็น โดยมีความเชื่อมโยงกับ Value Chain ของ กฟผ. ดังนี้

ประเด็นสำคัญของ องค์กร	Electricity Distribution System			Customer Service and Marketing	Governance and Strategic	Innovation and New- businesses Management	Resources and Service Management System.			Digital Technology Management System	SDGs
	Planning and Energy Procurement	Construction and Maintenance	Distribution				Logistics Management	Budgeting, Accounting and Finance	Human Resource Development and Management		
ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)											
Energy Management	■	■	■							■	7 พลังงานสะอาด อย่างมี ประสิทธิภาพ  12 การบริโภค อย่าง รับผิดชอบ 
Climate Change	■	■	■		■		■				9 อุตสาหกรรม นวัตกรรม และ โครงสร้าง พื้นฐาน  13 การรับมือกับ การเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ 

ประเด็นสำคัญขององค์กร	Electricity Distribution System			Customer Service and Marketing	Governance and Strategic	Innovation and New-businesses Management	Resources and Service Management System.			Digital Technology Management System	SDGs
	Planning and Energy Procurement	Construction and Maintenance	Distribution				Logistics Management	Budgeting, Accounting and Finance	Human Resource Development and Management		
Circular Economy	■	■	■		■		■				 
ประเด็นด้านสังคม (Social)											
CRM			■	■	■						 
Community Safety		■	■	■	■						
Human Capital						■			■		
Reliability	■	■	■	■							  
Supply Chain	■	■	■	■			■	■			
Access and Affordable	■	■	■	■							 
OHS					■				■		
Stakeholder Engagement				■	■		■				
ประเด็นด้านธรรมาภิบาล (Governance)											
Transformation					■	■				■	  
Innovation					■	■				■	
Data Security					■					■	 

ประเด็นสำคัญขององค์กร	Electricity Distribution System			Customer Service and Marketing	Governance and Strategic	Innovation and New-businesses Management	Resources and Service Management System.			Digital Technology Management System	SDGs
	Planning and Energy Procurement	Construction and Maintenance	Distribution				Logistics Management	Budgeting, Accounting and Finance	Human Resource Development and Management		
GRC					■						 
Stakeholder	 หน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ  พันธมิตร	 หน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ  ชุมชน สังคม  พันธมิตร	 หน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ  ลูกค้าและผู้ใช้ไฟ  พันธมิตร	 หน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ  ลูกค้าและผู้ใช้ไฟ	 หน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ  ชุมชน สังคม  สื่อมวลชน  คณะกรรมการ  บริษัทเทคโนโลยี  คู่เทียบ	 ลูกค้าและผู้ใช้ไฟ	 พันธมิตร	 หน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ	 พนักงาน	 หน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ  พันธมิตร	



หน่วยงานกำกับดูแล
และภาครัฐ



ลูกค้าและผู้ใช้ไฟ



ชุมชน สังคม



สื่อมวลชน



พันธมิตร



คณะกรรมการ



พนักงาน



บริษัทในเครือ



คู่เทียบ

ประเด็น	ความหมาย
CRM	การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management)
Transformation	การรับมือต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจ
Innovation	การจัดการนวัตกรรม วิจัย และพัฒนาด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มศักยภาพการดำเนินธุรกิจ
Community Safety	การดูแลรักษาสุขภาพและความปลอดภัยชุมชน
Human Capital	การบริหารจัดการทุนมนุษย์
Reliability	ความมั่นคงด้านเสถียรภาพและความพร้อมจ่ายกระแสไฟฟ้า
Data Security	ความปลอดภัยของข้อมูล ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการรักษาข้อมูลลูกค้า
GRC	การกำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารความเสี่ยง และการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับ (Governance Risk and Compliance)
Supply Chain	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
Energy Management	การบริหารจัดการพลังงานและสินทรัพย์
Access and Affordable	การเข้าถึงระบบไฟฟ้าและราคาที่ประชาชนสามารถจ่ายได้
OHS	อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน (The Occupational Health and Safety of PEA Employee)
Stakeholder Engagement	การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ประเด็น	ความหมาย
Climate Change	การปล่อยก๊าซเรือนกระจก กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
Circular Economy	ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน และการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

การบริหารประเด็นระดับหน่วยงาน

กฟผ. ได้นำประเด็นความต้องการ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระดับหน่วยงานมาปรับปรุงการดำเนินงาน และสื่อสารให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผ่านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุย จัดกิจกรรม จัดงานเสวนา จัดประชุมหารือ ร่วมกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และได้มีการกำหนดแนวทางและช่องทางการสื่อสารกิจกรรม ข่าวสารที่เหมาะสมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ อาทิ Website E-mail รายงานประจำปี รวมถึงการสื่อสารผ่านพนักงาน เป็นต้น โดยมีผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มดังนี้

หน่วยงาน	 หน่วยงานกำกับดูแล และภาครัฐ	 ลูกค้าและผู้ถือหุ้น	 ชุมชน สังคม	 สื่อมวลชน	 พันธมิตร	 คณะกรรมการ	 พนักงาน	 บริษัทในเครือ	 คู่เทียบ
สายงานยุทธศาสตร์ (ย)	■		■	■	■			■	■
สายงานวางแผนและวิศวกรรม (วว.)	■				■				
สายงานธุรกิจและการตลาด (ธด)	■	■			■				
สายงานภาคเหนือและ ตะวันออกเฉียงเหนือ (นธ)	■		■		■				
สายงานภาคกลางและใต้ (กต)	■		■		■				
สายงานดิจิทัลและการสื่อสาร (ดท)	■				■		■		
สายงานปฏิบัติการระบบไฟฟ้า (ป)	■		■		■				
สายงานโลจิสติกส์และบริการ องค์กร (ล)					■				
สายงานบัญชีและการเงิน (บ)	■				■				

หน่วยงาน	 หน่วยงานกำกับดูแล และภาครัฐ	 ลูกค้าและผู้ใช้ไฟ	 ชุมชน สังคม	 สื่อมวลชน	 พันธมิตร	 คณะกรรมการ	 พนักงาน	 บริษัทในเครือ	 คู่เทียบ
สายงานบริหารองค์กร (บก)	■						■		
สำนักตรวจสอบภายใน (สตง.)	■				■				
ฝ่ายเลขานุการองค์กร (ผลอ.)						■			

Stakeholder Engagement Score

กฟภ. ได้มีการกำหนดเป้าหมายของตัวชี้วัดความผูกพันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและ กฟภ. (Stakeholder Engagement Score) ในระดับที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2566 มีเป้าหมายความผูกพันฯ มากกว่าร้อยละ 76.50 และมีผลความผูกพันฯ ร้อยละ 86.10 ซึ่งเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง 3 ปีติดต่อกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กฟภ. ที่ผ่านมา

ตัวชี้วัดความผูกพันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและ กฟภ.	2564	2565	2566
เป้าหมาย (ร้อยละ)	≥ 75.00	≥ 76.00	≥ 76.50
ผลการดำเนินงาน (ร้อยละ)	76.90	80.20	86.10