

แผนการดำเนินงาน
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
ประจำปี ๒๕๖๕



คำนำ

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) เป็นรัฐวิสาหกิจสาขาพลังงาน สังกัดกระทรวงมหาดไทย มีภารกิจหลักในการจัดหาและให้บริการพลังงานไฟฟ้า รวมถึงดำเนินธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้เกิดความพึงพอใจทั้งด้านคุณภาพและบริการ ควบคู่ไปกับการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อยุติการมุ่งเน้นพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาได้อย่างยั่งยืน

ที่ผ่านมา กฟภ. ได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยเสมอมา โดยได้จัดทำแผนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประจำปี 2565 และประกาศนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมและผลักดันการดำเนินงานให้เกิดขึ้นอย่างมีทิศทาง และเป็นรูปธรรม

โดยในปี 2565 แผนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประจำปี 2565 ได้รับการทบทวนโดยนำหลักการและเหตุผล นโยบาย และมาตรฐาน แนวปฏิบัติต่างๆ ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลมาใช้ ควบคู่ไปกับการวิเคราะห์ประเด็นที่สอดคล้องกับแนวทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ได้มาซึ่งการกำหนดแนวทางในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด สะท้อนถึงการตอบสนองและสื่อสารถึงการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในระดับสากล ซึ่งนอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อ กฟภ. โดยตรงแล้ว ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร และสังคมโดยรวมต่อไป

ฝ่ายสังคมและสิ่งแวดล้อม
สายงานยุทธศาสตร์

สารบัญ

หน้า

บทนำ

ข้อมูลทั่วไปขององค์กร.....	1
ที่มาของแผนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม.....	2
วัตถุประสงค์ในการจัดทำแผนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม.....	2
ขั้นตอนการจัดทำ/ทบทวนแผนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม.....	2

บทที่ 1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร

ปัจจัยภายนอกองค์กร.....	4
ปัจจัยภายในองค์กร.....	15

บทที่ 2 การกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

การระบุปัจจัยนำเข้า วิเคราะห์สภาพแวดล้อม และกำหนดกลยุทธ์	
การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม.....	20
Environmental Scanning ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม.....	21
ความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ กฟผ. และแผนการดำเนินงาน	
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม.....	23

บทที่ 3 แผนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

แผนการดำเนินงานประจำปี.....	25
-----------------------------	----

บทนำ

1. ข้อมูลทั่วไปขององค์กร

ประวัติ กฟภ.

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) หรือ Provincial Electricity Authority (PEA) ได้รับการก่อตั้งขึ้นเป็น องค์การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค องค์การเอกเทศตามพระราชกฤษฎีกาซึ่งให้ไว้เมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2497 และประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2497 โดยอยู่ภายใต้การควบคุมของกรมโยธาเทศบาล กระทรวงมหาดไทย และรัฐบาล ซึ่งมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย มีอำนาจกำกับโดยทั่วไป มีทุนประเดิมตามกฎหมาย จำนวน 5 ล้านบาท และมีการไฟฟ้าอยู่ในความดูแล จำนวน 117 แห่ง

ต่อมา กฟภ. ได้รับการสถาปนาตามพระราชบัญญัติการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พ.ศ. 2503 ณ วันที่ 28 กันยายน 2503 โดยรับช่วงภารกิจต่อจากองค์การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมาดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจของ กฟภ.

กฟภ. ดำเนินธุรกิจหลักในการจัดหา ให้บริการพลังงานไฟฟ้า และดำเนินธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องได้แก่

ธุรกิจเสริมที่ให้บริการเพื่อสนับสนุนลูกค้าของ กฟภ. หรือสนับสนุนการดำเนินงานให้บริการพลังงานไฟฟ้าทั้งในและต่างประเทศ โดยการต่อยอดทางธุรกิจจากการพัฒนาศักยภาพการใช้ทรัพยากร ความเชี่ยวชาญ และเพิ่มขีดความสามารถในด้านต่างๆ ของ กฟภ. เช่น งานก่อสร้างให้ผู้ใช้ไฟฟ้า งานตรวจสอบซ่อมแซมและบำรุงรักษา งานให้เช่าหรือใช้ทรัพย์สิน เป็นต้น

ธุรกิจใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการพลังงานไฟฟ้า ธุรกิจต่อยอดจากการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ หรือความรู้ความสามารถที่มีในการขยายการเติบโต หรือธุรกิจที่มีศักยภาพในการเติบโตในอนาคตทั้งในและต่างประเทศ โดย กฟภ. พัฒนาขึ้นเอง หรือร่วมกับพันธมิตรภาครัฐหรือภาคเอกชน พัฒนาขึ้น เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างอุตสาหกรรมไฟฟ้า และเพิ่มมูลค่าของ Portfolio ของ กฟภ. และบริษัทในเครือ

เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจทั้งด้านคุณภาพและบริการ ควบคู่ไปกับการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง และมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

พื้นที่ให้บริการ

กฟภ. รับผิดชอบจำหน่ายไฟฟ้าในพื้นที่ 74 จังหวัดของประเทศไทย ยกเว้นกรุงเทพฯ นนทบุรี และสมุทรปราการ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 99 ของพื้นที่ประเทศไทย และมีสำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่ที่เลขที่ 200 ถนนงามวงศ์วาน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

2. ที่มาของแผนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

กฟภ. ดำเนินงานภายใต้หลักธรรมาภิบาลและการจัดการที่ดี โดยรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของแผนยุทธศาสตร์ชาติ เกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ (SE-AM) ของภาครัฐ และแผนยุทธศาสตร์ กฟภ. ที่ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาอย่างเป็นระบบ ซึ่งจะนำไปสู่เป้าหมายสูงสุดคือการเป็นองค์กรที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

เพื่อให้การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ กฟภ. สามารถเกิดผลในทางปฏิบัติได้จริง การจัดทำแผนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงยึดหลักสำคัญในการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับมาตรฐาน ISO 26000 การมีนโยบายและแผนปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์ในการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความมั่นคงในดำเนินงานของกิจการ รวมถึงสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างสมดุลและยั่งยืน

3. วัตถุประสงค์ในการจัดทำแผนแม่บทด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

- 3.1 เพื่อยกระดับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมสู่มาตรฐานสากลอย่างยั่งยืน
- 3.2 เพื่อสร้างกรอบแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ขององค์กร และเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการดำเนินงานให้สามารถนำไปปฏิบัติและติดตามผลได้อย่างเป็นรูปธรรม
- 3.3 เพื่อสร้างการยอมรับ และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร จากการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบ
- 3.4 เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม ความรู้และความเข้าใจให้กับบุคลากรของ กฟภ. ควบคู่ไปกับส่งเสริมและสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมให้เกิดขึ้นภายในองค์กร

4. ขั้นตอนการจัดทำ/ทบทวนแผนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลสภาพแวดล้อมการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นความเป็นปัจจุบันและความถูกต้องของข้อมูล ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

4.1.1 ปัจจัยภายนอกองค์กรที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน โดยควรมีปัจจัยที่สำคัญอย่างน้อย ได้แก่

- แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทั้งทางด้านเทคโนโลยี สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร
- มาตรฐาน นโยบาย แนวปฏิบัติว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในระดับสากล

- นโยบาย แนวปฏิบัติ แผนการดำเนินงานของภาครัฐ การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ (SE-AM)
 - ความต้องการ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญขององค์กร
- 4.1.2 ปัจจัยภายในองค์กรที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน โดยควรมีปัจจัยที่สำคัญอย่างน้อย ได้แก่
- วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัฒนธรรม และค่านิยมองค์กร
 - ยุทธศาสตร์องค์กร ประเด็นสำคัญเพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน
 - นโยบาย แนวปฏิบัติของผู้บริหาร

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล และกำหนดกลยุทธ์

- 4.2.1 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมการดำเนินงานทั้งภายนอกและภายใน และสภาพปัญหาต่างๆ
- 4.2.2 กำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานจากผลการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.2.3 กำหนดเป้าหมาย ตัวชี้วัดหลัก และระยะเวลาในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

4.3 การจัดทำแผนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย

- 4.3.1 บริบทการดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- 4.3.2 ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์องค์กร
- 4.3.3 วัตถุประสงค์
- 4.3.4 เป้าหมายของแผนงาน และตัวชี้วัด
- 4.3.5 ขั้นตอน กิจกรรม และระยะเวลาในการดำเนินงาน
- 4.3.6 งบประมาณ
- 4.3.7 ผู้รับผิดชอบ

4.4 การอนุมัติแผน และการนำไปปฏิบัติ

- 4.4.1 เสนอผู้บริหารระดับสูง พิจารณาให้ความเห็นชอบแผนการดำเนินงาน
- 4.4.2 เสนอคณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืนพิจารณาอนุมัติแผนการดำเนินงาน และคณะกรรมการ กฟผ. เพื่อทราบต่อไป
- 4.4.3 แจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบ และนำไปปฏิบัติ

บทที่ 1

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร

กฟภ. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับบริบทและการดำเนินงานขององค์กร เพื่อใช้เป็นปัจจัยนำเข้าในการจัดทำ/ทบทวนแผนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ กฟภ. โดยวิเคราะห์แบบ Top Down จากภาพใหญ่ลงมาที่ภาพเล็ก วิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภายนอก และภายในองค์กร รายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยภายนอกองค์กร

1.1 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทั้งทางด้านเทคโนโลยี สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร

1.1.1 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบในทุกด้านต่อโลก (Mega Trends) ได้แก่

- การเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน (Growing Sustainability) จากความตื่นตัวในปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้ทุกองค์กรต้องคำนึงถึงแนวทางการจัดการอย่างยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือในทุกระดับภูมิภาค เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน
- การก้าวกระโดดของเทคโนโลยี (Technology Advancement) ความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของทุกคน รวมทั้งการดำเนินงานต่างๆ ขององค์กรที่ต้องนำเทคโนโลยีเข้ามาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อีกทั้งเรื่องความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security) การวิเคราะห์ข้อมูล (Predictive Data Analytics) ที่จะเข้ามามีบทบาทในการทำธุรกิจในโลกยุคปัจจุบัน รวมถึงอินเทอร์เน็ต ที่ก่อให้เกิดรูปแบบธุรกิจใหม่ ส่งผลให้ความต้องการของผู้บริโภคไร้ขีดจำกัด และรูปแบบการดำเนินธุรกิจขององค์กรขยายออกไปได้อย่างกว้างขวางและไร้พรมแดน
- การเติบโตของสังคมเมือง (Urbanization) เมืองใหญ่ในประเทศต่างๆ มีการเจริญเติบโตและพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ดึงดูดคนให้เข้ามาอาศัยในชุมชนเมืองมากขึ้น การเติบโตนี้จะทำให้มุมมองของธุรกิจต่างไปจากเดิม เช่น จาก B2B, B2C กลายเป็น B2U (Business to Urban) โดยเกิดธุรกิจขึ้นมากมายในชุมชนเมืองเพื่อรองรับประชาชนทั้งในเรื่องของการบริการ สุขภาพ อาหารที่สะอาด
- สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Health and Wellness) รวมถึงสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ผู้คนจะมีชีวิตยืนยาวขึ้นซึ่งเป็นผลมาจากการให้ความสำคัญด้านสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดี ในขณะเดียวกัน ภัยคุกคามจากโรคอุบัติใหม่

ก็เป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบในวงกว้าง แนวโน้มนี้จะทำให้เกิดการพัฒนาด้าน
วิทยาการทางการแพทย์และสุขภาพต่างๆ ในอนาคต

- กลุ่มสังคม (Social Trend and Future Society) แนวโน้มของกลุ่มสังคมใน
อนาคต คนในสังคมจะถูกแบ่งกลุ่มและจัดประเภทออกเป็นต่างๆ ถูกขับเคลื่อน
จากคอนเทนต์เพิ่มขึ้น การติดต่อสื่อสารและการรวมกลุ่มของคนมีความเฉพาะ
มากขึ้น และเกิดการแชร์ข้อมูลระหว่างกันมากขึ้น
- การเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานโลก (Micro Supply Chain) ความก้าวหน้าของ
เครือข่ายดิจิทัล (Digital Network) ทำให้การสื่อสารและการขนส่งทั่วโลก
ไร้รอยต่อ (Borderless Logistics) รวมถึงความพยายามในการใช้ทรัพยากร
อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด (Resource Utilization) ทำให้เกิดรูปแบบการดำเนิน
ธุรกิจที่สามารถจัดหาสิ่งต่างๆ ที่ต้องการ ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนหรือปริมาณเท่าใด
บนโลกใบนี้ได้โดยง่าย การผลิตในอนาคตจะสามารถปรับเปลี่ยนสายการผลิตได้
อย่างรวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า และสามารถผลิต small lot ทั่ว
วัตถุดิบได้จาก Supplier ทั่วโลก

(ที่มา: <https://www.bangkokbanksme.com/en/mega-trend-businesses-should-study>)

1.1.2 รายงานความเสี่ยงโลกประจำปี 2564 (Global Risks Report 2021)

สภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum) ได้เผยแพร่รายงานความเสี่ยง
โลกประจำปี 2564 ซึ่งกล่าวถึงความเสี่ยงที่มีต่อเมืองและความเป็นอยู่ของผู้อยู่อาศัย
ประเด็นความล้มเหลวในการจัดการกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
ความเป็นปึกแผ่นของสังคมที่อยู่ในภาวะสั่นคลอน และประเด็นเกี่ยวกับเทคโนโลยี
ดิจิทัล โดยรายงานได้ชี้ว่า เมืองแต่ละเมืองมีวิธีการจัดการกับสภาพปัญหาที่แตกต่าง
กันไป อย่างไรก็ตามควรให้ความสำคัญกับ “การเติบโต นวัตกรรม ความเป็นปึกแผ่น
ในสังคม และการพัฒนาที่ยั่งยืน” โดยนอกจากต้องพัฒนาเมืองให้สามารถรองรับ
ความหนาแน่นของคน และจัดการกับประเด็นเทคโนโลยีดิจิทัลที่รวดเร็วและ
ครอบคลุมทุกคนแล้ว ปัจจัยสำคัญในการพัฒนาพื้นที่เมืองให้มีความยั่งยืน จะต้อง
คำนึงถึงการวางแผนการพัฒนาที่รอบคอบ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและ
ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ไปจนถึงการใช้พลังงานหมุนเวียน
ตลอดจนคงไว้ซึ่งการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและบริการสาธารณะที่จำเป็น

(ที่มา: <https://www.sdgmove.com/2021/01/27/urbanization-risks/>)

1.1.3 รายงานแนวโน้มสำคัญเพื่อจะบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนประจำปี 2564 (5 SDGs Mega Trends 2021)

สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (Global Compact
Network Thailand: GCNT) ในฐานะเครือข่ายท้องถิ่นของ United Nations
Global Compact: UNGC ได้คัดเลือก 5 ประเด็นโดดเด่นที่เกี่ยวกับความยั่งยืน
เพื่อสร้างความตระหนักรู้ในการร่วมแก้ไขปัญหาสังคมระดับโลก และสนับสนุนต่อ
การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ได้แก่

- โอกาสในวิกฤติของธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (Business and Human Right: Opportunity in crisis) สถานการณ์ COVID-19 ส่งผลกระทบโดยตรงต่อแรงงานที่ต้องเผชิญความเสี่ยงที่สูงขึ้น ขาดความมั่นคงทางการเงินและอำนาจต่อรอง ซึ่งมีโอกาสสูงที่จะก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำระหว่างคนจนกับคนรวยมากขึ้น สิ่งที่ต้องกระทำจำเป็นต้องทำ คือ การเคารพสิทธิมนุษยชนตามกฎหมายขั้นพื้นฐาน การดำเนินมาตรการปกป้องแรงงานให้ครอบคลุมถึงแรงงานในห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะองค์กรใหญ่ ต้องทบทวนโมเดลธุรกิจของตนเองและบริหารจัดการการมีส่วนร่วมในระดับโลกให้ดีขึ้นด้วย
- นวัตกรรมเกี่ยวกับสุขภาพจะเป็นตัวช่วยในความปกติใหม่ (Innovation for health will be impactful in the new normal) ในยุค COVID-19 เรื่องของนวัตกรรมที่มีความสำคัญมากยิ่งขึ้น ซึ่งหากองค์กรไม่ให้ความสำคัญและปรับตัวเพื่อสร้างนวัตกรรม จะมีความเป็นไปได้สูงที่องค์กรจะสูญเสียความสามารถทางการแข่งขัน ด้วยความตระหนักและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป
- COVID-19 กระตุ้นการเงินและการลงทุนที่ยั่งยืน (COVID-19 accelerates ESG trends) แม้การลงทุนในภาพรวมจะชะลอตัว แต่องค์กรที่สามารถระบุประเด็นที่มีความสำคัญต่อความยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะส่งผลต่อศักยภาพในการดำเนินธุรกิจขององค์กรได้อย่างโดดเด่น และองค์กรที่คำนึงถึงปัจจัยทางด้านสังคมและมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี จะสามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีกว่าองค์กรที่ไม่ได้คำนึงถึงเรื่องดังกล่าว
- การฟื้นตัวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Recovery) การหยุดชะงักของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เป็นส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) โดยเป็นช่วงเวลาสำคัญของการขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ซึ่งทุกประเทศทุกเมือง รวมถึงสถาบันการเงินจะต้องดำเนินการตามแผน เพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนให้เท่ากับศูนย์ภายในปี 2050
- ความท้าทายที่มากขึ้นในการสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียน (Challenges for the Circular Economy) สถานการณ์ COVID-19 ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของขยะพลาสติกปริมาณมาก แต่อัตราการนำทรัพยากรกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่กลับมีอัตราลดลง องค์กรสามารถสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายเศรษฐกิจหมุนเวียนได้ในหลายด้าน การสร้างนวัตกรรมใหม่ที่สามารถนำทรัพยากรกลับมาใช้ จนถึงความร่วมมือกับภาครัฐในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการเก็บขยะพลาสติก การพัฒนาตลาด secondary markets เพื่อนำของเสียกลับมาใช้ใหม่ (ที่มา: <https://thaipublica.org/2021/02/gcnt-5-sdgs-mega-trends-2021/>)

1.2 มาตรฐาน นโยบาย แนวปฏิบัติด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในระดับสากล

1.2.1 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs)

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เป็นกรอบทิศทาง การพัฒนาของโลกที่องค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) กำหนดขึ้น เพื่อให้ประเทศต่างๆ นำไปปฏิบัติให้บรรลุผลสำเร็จในระยะเวลา 15 ปี (พ.ศ. 2558 – 2573) ประกอบด้วย 17 เป้าหมาย



โดยเป้าหมายทั้ง 17 ข้อ สะท้อน 3 เสาหลักของมิติความยั่งยืน คือ มิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงมิติสันติภาพ และมิติเรื่องหุ้นส่วนการพัฒนา ที่เชื่อมโยงทุกมิติของความยั่งยืนไว้ด้วยกัน รวมเป็นทั้งสิ้น 5 มิติ โดย UN ได้แบ่งเป้าหมาย ทั้ง 17 ข้อออกเป็น 5 กลุ่ม (5 Ps) ประกอบด้วย

- People (มิติสังคม): ครอบคลุมเป้าหมายที่ 1, 2, 3, 4 และ 5
- Prosperity (มิติเศรษฐกิจ): ครอบคลุมเป้าหมายที่ 7, 8, 9, 10 และ 11
- Planet (มิติสิ่งแวดล้อม): ครอบคลุมเป้าหมายที่ 6, 12, 13, 14 และ 15
- Peace (มิติสันติภาพและสถาบัน): ครอบคลุมเป้าหมายที่ 16
- Partnership (มิติหุ้นส่วนการพัฒนา): ครอบคลุมเป้าหมายที่ 17

1.2.2 มาตรฐานสากลด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ISO 26000

องค์การนานาชาติว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization: ISO) ได้พัฒนามาตรฐาน ISO 26000 ขึ้น เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้แก่องค์กรทุกประเภท ในการตอบสนองต่อความต้องการของสังคมที่ให้ความสำคัญกับการประกอบการอย่างรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น



Social responsibility: **7** core subjects



ISO 26000 ประกอบด้วยข้อเสนอแนะที่ให้หน่วยงานนำไปปฏิบัติโดยสมัครใจ ไม่ใช่ข้อกำหนด (Requirements) โดยประกอบด้วย 7 หลักการ (7 Principles) และแนวปฏิบัติ 7 หัวข้อหลัก (7 Core Subjects) ดังนี้

- **หลักการ (7 Principles)** เป็นแนวทางพื้นฐานที่สำคัญสำหรับการดำเนินการและการบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร ประกอบด้วย
 1. ความรับผิดชอบที่สามารถตรวจสอบได้ (Accountability)
 2. ความโปร่งใส (Transparency)
 3. การปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม (Ethical Behavior)
 4. การคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Respect for Stakeholder Interests)
 5. การเคารพต่อหลักนิติธรรม (Respect for the Rule of Law)
 6. การเคารพต่อแนวปฏิบัติสากล (Respect for International Norms of Behavior)
 7. การเคารพต่อสิทธิมนุษยชน (Respect for Human Right)

- **หัวข้อหลัก (7 Core Subjects)** เป็นแนวปฏิบัติที่ช่วยให้องค์กรเข้าใจถึงสิ่งที่ควรจะได้ชัดเจนขึ้น ประกอบด้วย
 1. การกำกับดูแลองค์กร (Organizational Governance) (Subclause 6.2)*
 2. สิทธิมนุษยชน (Human Rights) (Subclause 6.3)*
 3. การปฏิบัติด้านแรงงาน (Labor Practices) (Subclause 6.4)*
 4. การดูแลสิ่งแวดล้อม (Environment) (Subclause 6.5)*
 5. การดำเนินงาน/ปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรม (Fair Operating Practices) (Subclause 6.6)*
 6. ความใส่ใจต่อผู้บริโภค (Consumer Issues) (Subclause 6.7)*
 7. การมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน (Community Involvement and Development) (Subclause 6.8)*

*(หัวข้อย่อยตาม ISO 26000)

1.2.3 กรอบการรายงานความยั่งยืน (GRI Standards)

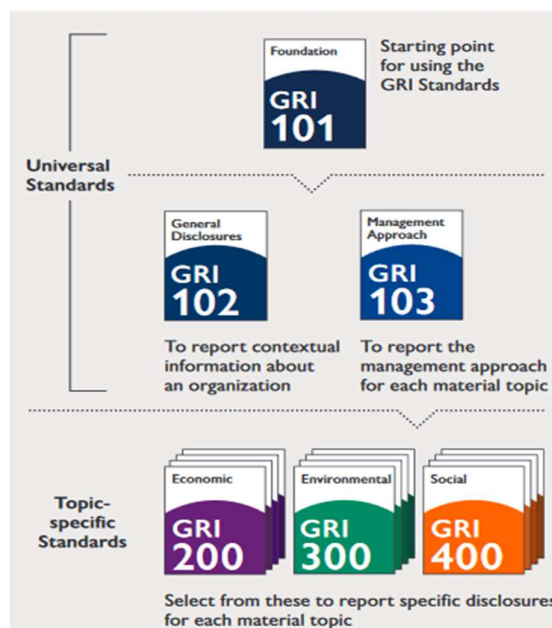
กรอบการรายงานความยั่งยืน (GRI Standards) ฉบับล่าสุด ถูกพัฒนาขึ้นโดย คณะกรรมการมาตรฐานความยั่งยืนระดับโลก (GSSB) เป็นมาตรฐานสากลที่ช่วยให้ องค์กรสามารถระบุแนวคิด เป้าหมาย พัฒนาการ และผลการดำเนินงานด้าน สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลองค์กรให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับทราบ ได้ อย่างชัดเจนและเปรียบเทียบได้

GRI Standards ไม่ได้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อเป็นเพียงกรอบการรายงาน สำหรับใช้ในการ สื่อสารเท่านั้น แต่ได้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อสนับสนุนการวางแผนกลยุทธ์ในระยะยาว โดยทำหน้าที่เหมือนเป็นรายการตรวจสอบ (Checklist) ที่ช่วยให้องค์กรเห็นช่องว่าง (Gap) ระหว่างการดำเนินธุรกิจกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่า โดยเมื่อองค์กรเข้าใจว่าต้องดำเนินการอย่างไรที่จะปิดช่องว่างเหล่านั้น ก็จะ ทำให้เกิดกระบวนการพัฒนา เพื่อนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร และลด ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

เนื้อหา หลักการ และรูปแบบการรายงานตามกรอบการรายงานความยั่งยืน (GRI Standards) ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้



Overview of the set of GRI Standards



- ข้อมูลพื้นฐานในการรายงาน (Universal Standards) ได้แก่ ข้อมูลองค์กร การกำกับดูแลกิจการ กลยุทธ์องค์กร ความเสี่ยง การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Analysis) ประเด็นสำคัญของธุรกิจ (Material Aspects) และแนวทางการบริหารจัดการ (Management Approach)
- ข้อมูลเฉพาะที่ครอบคลุมประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Topic-specific Standards)

1.3 นโยบาย แนวปฏิบัติ แผนการดำเนินงานของภาครัฐ การประเมินผล การดำเนินงานรัฐวิสาหกิจตามระบบประเมินผลใหม่ (SE-AM)

1.3.1 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580)

ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่างๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนตามหลักธรรมาภิบาล มีวิสัยทัศน์ คือ “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วย การพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยประกอบด้วยยุทธศาสตร์ 6 ด้าน ได้แก่

- ด้านความมั่นคง มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญ คือ ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข
- ด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญ คือ ยกระดับศักยภาพในหลากหลายมิติ
- ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญ คือ พัฒนาคนในทุกมิติและทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ
- ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม มีเป้าหมายการพัฒนา ที่สำคัญ คือ สร้างความเป็นธรรม ลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ
- ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญ คือ เติบโต สมดุล ยั่งยืน ทั้งเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิต
- ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญ คือ ภาครัฐของประชาชน เพื่อประชาชน และประโยชน์ส่วนรวม

1.3.2 กรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566 – 2570

การวางกรอบทิศทางการพัฒนาประเทศในระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 มีจุดประสงค์เพื่อพลิกโฉมประเทศไทยหรือเปลี่ยนแปลงประเทศขนานใหญ่ (Thailand's Transformation) โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อพลิกโฉมประเทศไปสู่เศรษฐกิจสร้างคุณค่า สังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน (Hi-Value and Sustainable Thailand) ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 4 ด้าน ดังนี้

- เศรษฐกิจมูลค่าสูงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (High Value-Added Economy)
- สังคมแห่งโอกาสและความเสมอภาค (High Opportunity Society)

- วิถีชีวิตที่ยั่งยืน (Eco-Friendly Living)
- ปัจจัยสนับสนุนการพลิกโฉมประเทศ (Key Enablers for Thailand's Transformation)

1.3.3 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 – 2564

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 เป็นแผนระยะ 5 ปีที่เป็นกรอบในการจัดทำแผนของหน่วยงานต่างๆ ในทุกระดับ โดยในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ได้ยึดคนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนา เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอนาคตของประเทศไทยปี พ.ศ. 2579 ภายใต้วิสัยทัศน์ตามกรอบยุทธศาสตร์ 20 ปี ซึ่งประกอบด้วย 10 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความเป็นธรรม ลดความเหลื่อมล้ำในสังคม
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเติบโตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน
- ยุทธศาสตร์ที่ 5 การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติ เพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่ง และยั่งยืน
- ยุทธศาสตร์ที่ 6 การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประพฤติดมิชอบและธรรมาภิบาลในสังคมไทย
- ยุทธศาสตร์ที่ 7 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์
- ยุทธศาสตร์ที่ 8 การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม
- ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ
- ยุทธศาสตร์ที่ 10 ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา

1.3.4 แผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2560 – 2564 ของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.)

กรอบยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจมีเป้าหมายและ ทิศทางในการพัฒนารัฐวิสาหกิจภาพรวมใน 5 ด้าน ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 กำหนดบทบาทรัฐวิสาหกิจให้ชัดเจน เพื่อเป็นเครื่องมือสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของประเทศ มีแนวทางในการพัฒนาโดยกำหนดบทบาทและทิศทางการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ โดยคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงในอนาคตที่อาจทำให้ภารกิจและงานของรัฐวิสาหกิจเปลี่ยนแปลงไป เช่น เทคโนโลยีและโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นต้น
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 บริหารแผนการลงทุนให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของประเทศ มีแนวทางในการพัฒนาโดยจัดทำแผนการลงทุนที่ชัดเจน สอดคล้องกับบทบาทและทิศทางตามยุทธศาสตร์ โดยนำแนวทางการใช้ทรัพยากรร่วมระหว่างรัฐวิสาหกิจ (Synergy) มาประกอบการพิจารณา
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างความแข็งแกร่งทางการเงิน เพื่อความยั่งยืนในระยะยาว มีแนวทางในการพัฒนาโดยให้มีประมาณการผลประกอบการและฐานะ

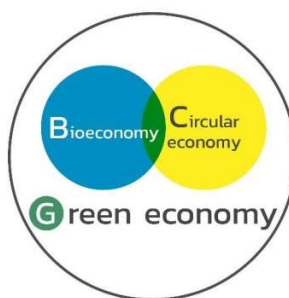
ทางการเงินระยะ 5 ปี โดยให้มีการเสนอแนวทางการสร้างความแข็งแกร่งทางการเงินให้สามารถดำเนินการตามบทบาทได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- ยุทธศาสตร์ที่ 4 สนับสนุนการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการพัฒนาธุรกิจและการบริหารจัดการ มีแนวทางในการพัฒนาโดยให้รัฐวิสาหกิจจัดทำแผนรองรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลง (Disruptive Technology) รวมถึงการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องมาใช้ประโยชน์ในการผลิตและการบริการทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ พัฒนาระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพ
- ยุทธศาสตร์ที่ 5 ส่งเสริมระบบธรรมาภิบาลให้มีความโปร่งใสและมีคุณธรรม มีแนวทางในการพัฒนาโดยให้รัฐวิสาหกิจทบทวนระบบการบริหารจัดการและโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับบทบาทและภารกิจตามหลักเกณฑ์การบริหารจัดการองค์กรที่ดีและหลักธรรมาภิบาลสากล มีระบบการบริหารความเสี่ยง ปรับปรุงการให้บริการ การจัดการข้อร้องเรียน การจัดซื้อจัดจ้างที่มีประสิทธิภาพ และมีกระบวนการบริหารงานบุคคลที่มีความโปร่งใส และยุติธรรม

1.3.5 BCG Model

BCG Model เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวมใน 3 มิติ ได้แก่

- **Bio Economy เศรษฐกิจชีวภาพ** มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเน้นการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง
- **Circular Economy เศรษฐกิจหมุนเวียน** คำนึงถึงการนำวัสดุต่างๆ กลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด
- **Green Economy เศรษฐกิจสีเขียว** เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจที่ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการพัฒนาเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ต้องพัฒนาควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคม และการรักษาสิ่งแวดล้อมได้อย่างสมดุลให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนไปพร้อมกัน



ความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว โดยวางแผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564 – 2570 ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม มียุทธศาสตร์ในการดำเนินงาน 4 ด้าน ประกอบด้วย

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความยั่งยืนของฐานทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพด้วยการจัดสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์

- ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็งด้วยทุนทรัพยากร อัตลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีสมัยใหม่
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 การยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมภายใต้เศรษฐกิจ BCG ให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเสริมสร้างความสามารถในการตอบสนองต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก

โดยมีเป้าหมายและตัวชี้วัดในการดำเนินงาน ดังนี้

- เพิ่มอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วยตัวชี้วัด ได้แก่ มูลค่า GDP สัดส่วนผลิตภัณฑ์และบริการมีมูลค่าสูงเพิ่มขึ้น การเพิ่มขึ้นของรายได้เศรษฐกิจฐานราก เป็นต้น
- ลดความเหลื่อมล้ำของสังคม ประกอบด้วยตัวชี้วัด ได้แก่ ลดความเหลื่อมล้ำทางรายได้ ผู้ประสบปัญหาขาดแคลนอาหารและทุพโภชนาการลดลง ชุมชนมีความสามารถในการพึ่งพาตนเองด้านพลังงานเพิ่มขึ้น เป็นต้น
- สร้างความยั่งยืนของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยตัวชี้วัด ได้แก่ ลดการใช้ทรัพยากร ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพิ่มพื้นที่ป่า เป็นต้น
- การพึ่งพาตนเอง ประกอบด้วยตัวชี้วัด ได้แก่ ผู้ได้รับการพัฒนาให้มีทักษะที่สูงขึ้นเพิ่มขึ้น สตาร์ทอัพและผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับ BCG เพิ่มขึ้น ดุลการชำระเงินทางเทคโนโลยีขาดดุลลดลง การนำเข้าผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์และสุขภาพลดลง เป็นต้น

1.3.6 ระบบการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจตามระบบประเมินผลใหม่ (State Enterprise Assessment Model: SE-AM)

คณะกรรมการประเมินผลงานรัฐวิสาหกิจในฐานะคณะกรรมการผู้ทำหน้าที่รับผิดชอบการดำเนินการตามระบบประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ได้พัฒนาเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ระบบประเมินผลฯ เป็นเครื่องมือในการผลักดันผลสัมฤทธิ์การดำเนินการของรัฐวิสาหกิจให้ได้มาตรฐานที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ



โดยในปี 2561 คณะกรรมการประเมินผลงานรัฐวิสาหกิจได้มีมติในการประชุม ครั้งที่ 2/2561 เห็นชอบในหลักการของกรอบแนวทางการปรับปรุงระบบประเมินผล การดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ โดยนำระบบประเมินผลของ สคร. ที่ใช้อยู่เดิม 2 ระบบ คือ ระบบบริหารจัดการองค์กร และระบบประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ (ระบบ SEPA) มาบูรณาการร่วมกันให้เหลือเป็น 1 ระบบ เรียกว่าระบบ State Enterprise Assessment Model (ระบบ SE-AM) โดยได้กำหนดกรอบแนวทางการประเมินผล การดำเนินงานรัฐวิสาหกิจเป็น 2 ส่วน ดังนี้

- ผลการดำเนินงาน (Key Performance Area) ได้แก่
 1. การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ เช่น ยุทธศาสตร์ชาติ, นโยบายรัฐบาล, แผนยุทธศาสตร์ของรัฐวิสาหกิจ ฯลฯ
 2. ผลการดำเนินงานที่สำคัญ (Key Result) เช่น ผลการดำเนินงานตามภารกิจที่สำคัญ, แผนงานโครงการที่สำคัญที่สะท้อนประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ผลสัมฤทธิ์ ฯลฯ โดยเป็นการพิจารณากำหนดตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย ของคณะกรรมการจัดทำบันทึกข้อตกลงการประเมินผล การดำเนินงาน รายสาขา (SubPAC)
- ด้าน Core Business Enablers ประกอบด้วยการประเมินผล 8 ด้าน ได้แก่
 1. ด้านการกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร
 2. ด้านการวางแผนเชิงกลยุทธ์
 3. ด้านการบริหารความเสี่ยง และการควบคุมภายใน
 4. ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า
 5. ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล
 6. ด้านการบริหารทุนมนุษย์
 7. ด้านการจัดการความรู้และนวัตกรรม
 8. ด้านการตรวจสอบภายใน

2. ปัจจัยภายในองค์กร

2.1 Environmental Scanning

2.1.1 SWOT Analysis ของ กฟภ.

Strength	Weakness	Opportunity	Threat
1. โครงข่ายระบบไฟฟ้าที่ครอบคลุมทั่วทั้งพื้นที่เขตความรับผิดชอบ โดยมีแผนปรับปรุงการเพิ่มประสิทธิภาพและความเชื่อถือได้อย่างต่อเนื่อง 2. มีฐานข้อมูลลูกค้าจำนวนมากและกระจายครอบคลุมทั่วทั้งพื้นที่เขตความรับผิดชอบ 3. มีสำนักงานให้บริการครอบคลุมทั่วทั้งพื้นที่เขตความรับผิดชอบ 4. บุคลากรมีความเชี่ยวชาญในธุรกิจบริการระบบจำหน่ายไฟฟ้า 5. โครงสร้างองค์กรเอื้อต่อการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงธุรกิจ และมีหน่วยงานที่ส่งเสริมการเป็น Digital Utility 6. ความน่าเชื่อถือ/การยอมรับในตรา กฟภ. 7. การพัฒนาโครงข่ายไฟฟ้าอัจฉริยะ (Smart Grid) ที่เป็นต้นแบบในการยกระดับการดำเนินงานของ กฟภ. ในอนาคต	1. ระบบจำหน่ายไฟฟ้าแรงต่ำยังไม่สามารถรองรับโครงสร้างอุตสาหกรรมไฟฟ้าและ Disruptive Technology ที่เปลี่ยนแปลงไป 2. การใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์และการบริหารจัดการข้อมูล (Data Analytic) อยู่ในระดับเริ่มต้น 3. ขาดบุคลากรที่มีทักษะในการดำเนินธุรกิจที่มีการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น 4. การใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการขององค์กรยังไม่เต็มศักยภาพ 5. การบริหารสินทรัพย์ (Asset Management) ยังไม่เต็มศักยภาพ โดยเฉพาะในอนาคตที่มีการลงทุนที่สำคัญเพิ่มสูงขึ้น	1. โครงสร้างอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ที่ส่งผลต่อโอกาสทางธุรกิจที่ครอบคลุม Value Chain ของอุตสาหกรรมไฟฟ้า 2. ทิศทางของแผน PDP ที่มุ่งเน้นการสร้างความมั่นคงระบบไฟฟ้า การพัฒนาระบบส่งไฟฟ้า รวมถึงการเพิ่มสัดส่วนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน 3. นโยบายรัฐที่ส่งเสริมความต้องการใช้ไฟฟ้า เช่น นโยบายธุรกิจยานยนต์ไฟฟ้า โครงการรถไฟ 3 สนามบิน โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ที่เอื้อต่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ และการเติบโตทางเศรษฐกิจ 4. นโยบาย Smart Grid สนับสนุนการดำเนินงานในการพัฒนาโครงข่ายไฟฟ้าอัจฉริยะ 5. โอกาสในการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ และเครือข่ายความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชน 6. นโยบายรัฐที่สนับสนุนโอกาสในการเข้าร่วมลงทุนกับภาคเอกชน (PPP) 7. นโยบายภาครัฐ ที่ส่งเสริมการใช้ดิจิทัล เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการให้บริการ 8. นโยบาย DATA Governance จากรัฐบาลที่มุ่งเน้นการสร้างแนวปฏิบัติที่ดีในการบริหารจัดการและกำกับดูแลข้อมูลที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล 9. โอกาสในการร่วมลงทุนกับ SPP IPS เพื่อขยายขอบเขตธุรกิจด้านน้ำ	1. การปรับโครงสร้างตลาดไฟฟ้าเป็นตลาดซื้อขายไฟฟ้าเสรี 2. ผลกระทบต่อระบบจำหน่ายจากนโยบายภาครัฐที่ส่งเสริม DG (Distributed Generation) และ EV มากขึ้น 3. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ใช้ไฟฟ้าไปสู่ Prosumer นำไปสู่รูปแบบการให้บริการที่เปลี่ยนแปลงไป 4. ความมั่นคงปลอดภัยของเทคโนโลยีดิจิทัล (Cyber Security) และ พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) 5. ความไม่แน่นอนของการปรับโครงสร้างค่าไฟฟ้าอาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการ 6. ข้อจำกัดจากกฎระเบียบและนโยบายภาครัฐที่จำกัดการทำธุรกิจของรัฐวิสาหกิจ 7. พฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันเปลี่ยนแปลงไปของ Stakeholders (New Normal)

2.1.2 Strategic Advantage, Strategic Challenge, Core Competency ของ กฟภ.

Strategic Advantage: SA ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์	Strategic Challenge: SC ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์	Core Competency: CC ความสามารถพิเศษขององค์กร
- ความมั่นคงของระบบจำหน่าย และความพร้อมในการขยายระบบจำหน่ายไปยังเขตพื้นที่พิเศษ - ประสิทธิภาพของบุคลากรในการดำเนินธุรกิจหลัก - การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการยกระดับการให้บริการ - โครงสร้างองค์กรที่มีหน่วยงานรับผิดชอบต่อตรงด้านลูกค้า และกานำองค์กรไปสู่ Digital Utility - โครงการและนโยบายภาครัฐที่ส่งผลต่อโอกาสทางธุรกิจของ กฟภ. เช่น นโยบาย Smart Grid โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) นโยบายในการสนับสนุนการลงทุนร่วมกับเอกชน (PPP) เป็นต้น	- Business Alignment ระหว่าง กฟภ. กับบริษัทในเครือไม่ชัดเจน - ส่งเสริมการใช้ Core Competency ขององค์กรเพื่อวิเคราะห์ต่อ ยอดในเชิงธุรกิจ - ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรและเครื่องมือ ให้มี Future Core Competency เพื่อรองรับตลาดซื้อขายไฟฟ้าเสรี และธุรกิจดิจิทัลในอนาคต - ส่งเสริมการผลักดันนวัตกรรมขององค์กร เพื่อนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบริการ - อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์มีแนวโน้มลดลง โดยยังขาดการวิเคราะห์ถึง Potential Business ที่มีศักยภาพ - การยกระดับและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ทั้งธุรกิจหลักและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง	- ความสามารถพิเศษในปัจจุบัน - บริหารจัดการ และบริการระบบจำหน่ายพลังงานไฟฟ้าที่มีความครอบคลุม มีประสิทธิภาพ มั่นคงปลอดภัย เชื่อถือได้ - การให้บริการระบบไฟฟ้าที่ครบวงจรอย่างมีมาตรฐานและสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ - ความสามารถพิเศษที่จำเป็นในอนาคต - ความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจหลักให้รองรับตลาดซื้อขายไฟฟ้าเสรี - ความสามารถในการดำเนินงานและทักษะของบุคลากรเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในอนาคต - การวิเคราะห์ข้อมูลแบบ Big Data Analytics

2.2 Strategic Direction

2.2.1 Vision, Mission, Value ของ กฟภ.



Vision

วิสัยทัศน์

กฟภ. เป็นองค์กรชั้นนำที่ทันสมัยในระดับภูมิภาค มุ่งมั่นให้บริการพลังงานไฟฟ้า และธุรกิจเกี่ยวเนื่องอย่างครบวงจรที่มีประสิทธิภาพ เชื่อถือได้ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจ และสังคมอย่างยั่งยืน



Mission

ภารกิจ

จัดหาให้บริการพลังงานไฟฟ้า และดำเนินธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจทั้งด้านคุณภาพและบริการ โดยการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

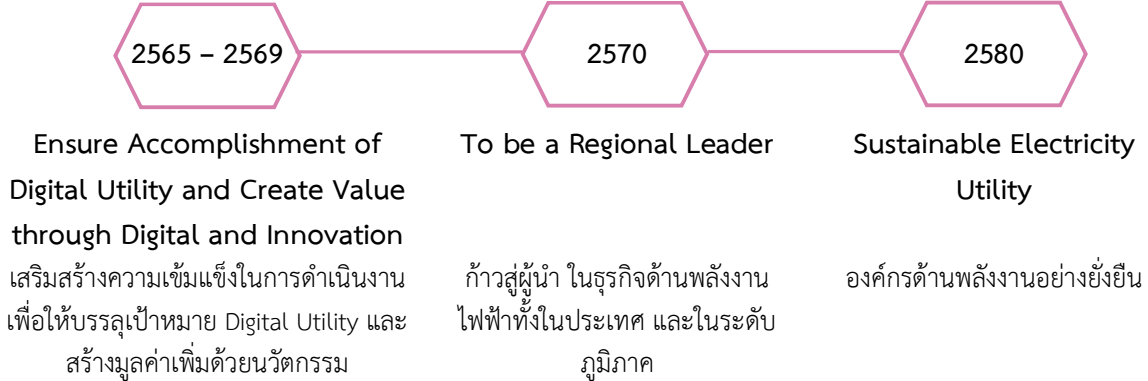


Value

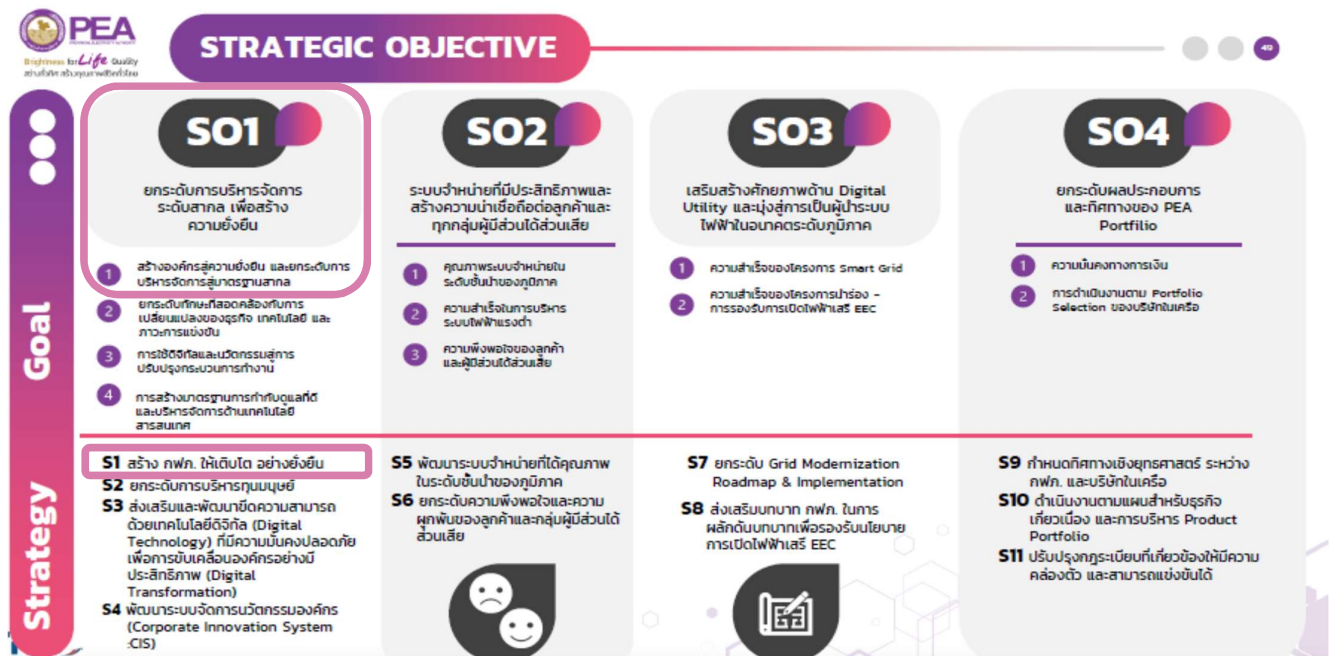
ค่านิยม

ทันโลก บริการดี มีคุณธรรม

2.2.2 Strategic Positioning ของ กฟภ.



2.2.3 Strategic Objectives และ Strategies ของ กฟภ.



วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของ กฟภ. ประกอบด้วย 5 วัตถุประสงค์ โดยส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม คือ

- วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objectives) ที่ SO1 ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการระดับสากล เพื่อสร้างความยั่งยืน โดยมีเป้าหมาย (Goals) เพื่อสร้างองค์กรสู่ความยั่งยืน และยุทธศาสตร์การบริหารจัดการสู่มาตรฐานสากล
- ยุทธศาสตร์ที่ S1 สร้าง กฟภ. ให้เติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยกลยุทธ์ (Tactics) ตัวชี้วัดระดับองค์กร (Corporate KPIs) และแผนงาน (Initiatives) ที่เกี่ยวข้องดังนี้

Tactics กลยุทธ์	Corporate KPIs ตัวชี้วัดระดับองค์กร	Initiatives แผนงาน
OC1 วิเคราะห์ GAP และแนวทาง การผลักดันองค์กร สู่ความยั่งยืน	ได้รับรางวัลระดับ นานาชาติหรือการ รับรองมาตรฐานด้าน ความยั่งยืน	แผนงานยกระดับการดำเนินงานด้าน ความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อมสู่มาตรฐานสากลอย่าง ยั่งยืน
OC2 สนับสนุนการ ใช้พลังงานอย่างมี ประสิทธิภาพ	ค่าแฟคเตอร์ของค่า ประสิทธิภาพเชิง นิเวศเศรษฐกิจ (Eco- Efficiency) ตาม แนวทาง ISO14045	แผนงานยกระดับการเพิ่ม ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco-Efficiency)

2.2.4 นโยบายผู้ว่าการ

● P เติบโตพร้อมพันธมิตร

People : บุคลากร

สร้างระบบบริหารและพัฒนาทุนมนุษย์ เพื่อนำศักยภาพของพนักงานมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร มีการ Up-Skill Re-Skill รวมถึงสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับการทำงาน สร้างบรรยากาศการทำงานร่วมกันอย่างมีความสุข โดยให้ผู้บริหารเป็นต้นแบบ และพนักงานมีความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วม เพื่อให้ทุกคนในองค์กรเป็น PEA Citizen

Partner : พันธมิตร

แสวงหาพันธมิตร คู่ค้า คู่ความร่วมมือทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนรายใหม่ทั้งในและต่างประเทศ ร่วมทุนกับพันธมิตรในธุรกิจผลิต ส่ง จำหน่าย บำรุงรักษา ปฏิบัติการทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงรักษาความสัมพันธ์กับพันธมิตร คู่ค้า คู่ความร่วมมือเดิม เพื่อร่วมกันสร้างคุณค่าให้กับองค์กรและสังคม

Profit : กำไร

เพิ่มและพัฒนาการให้บริการในธุรกิจพลังงานไฟฟ้าและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง รวมถึงวางแผนการเงินในอนาคตอย่างมั่นคงและมุ่งเน้นรักษาสภาพคล่องของกระแสเงินสด ตลอดจนเลือกการลงทุนโครงการต่างๆ อย่างเหมาะสม

● E สานต่อภารกิจหลัก

Experience : สร้างเสริมประสบการณ์ลูกค้า

สร้างเสริมประสบการณ์ลูกค้า ตลอดทั้งเส้นทางเดินของลูกค้า (Customer Journey) โดยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมลูกค้าและรูปแบบการให้บริการที่มุ่งเน้นเข้าสู่การให้บริการแบบดิจิทัลมากขึ้น รวมถึงสร้างนวัตกรรมลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) ให้เกิดขึ้นกับพนักงาน

Enhancement : การเพิ่มประสิทธิภาพ

ยกระดับขีดความสามารถของระบบจำหน่ายไฟฟ้าให้สามารถเทียบเคียงประเทศชั้นนำ โดยมุ่งเน้นการทำงานแบบอัตโนมัติ ใช้ทรัพยากรมนุษย์น้อยที่สุด บริหารจัดการทรัพย์สินในระบบจำหน่ายให้เกิดประโยชน์สูงสุด เร่งรัดขยายเขตระบบไฟฟ้าให้ภาคการเกษตรและครัวเรือนที่ไม่มีไฟฟ้าใช้ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชน

Ecosystem : ระบบนิเวศ

ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โดยมีระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมถึงการร่วมสร้างคุณค่าสู่สังคม (CSV) พัฒนาสู่ความยั่งยืน ไปพร้อมกันทั้งระบบนิเวศทางธุรกิจของ PEA รวมถึงยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยต่อชุมชน

● **A ผลักดันด้วยเทคโนโลยี**

Agile : ว่องไว

สร้างความคล่องตัวให้กับองค์กร โดยมีการทำงานแบบ Cross Functional Team ให้ทีมมีอำนาจในการตัดสินใจ ดำเนินการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร และกระบวนการทำงานภายใน จัดการงานที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์กับองค์กร ปรับปรุงระเบียบหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องให้ทันสมัย

Adopt : ปรับใช้

แสวงหาเทคโนโลยีดิจิทัลที่สามารถนำมาปรับใช้งานกับองค์กร เช่น Big Data, AI, IoT, Machine Learning, Blockchain, 5G ผ่านหน่วยงานดิจิทัล สร้างความร่วมมือเพื่อแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีกับหน่วยงานอื่น รวมถึงการบ่มเพาะนวัตกรรมภายในองค์กร ต่อยอดระบบจัดการความรู้ KM

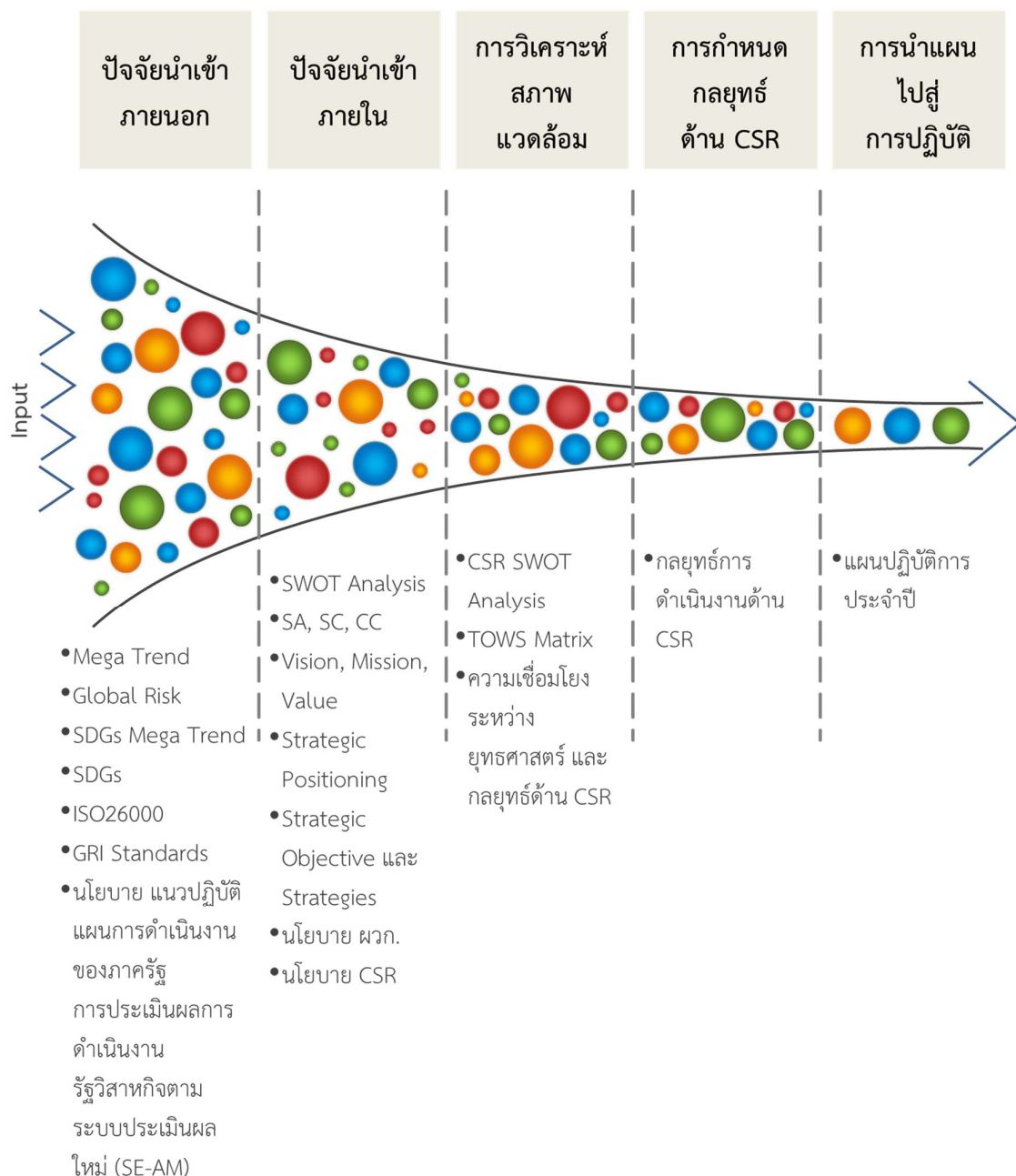
Alignment : การวางแนวทาง

บูรณาการการทำงานของทุกหน่วยงาน ทุกระดับ ให้ทำงานอย่างสอดคล้องประสานกันในทิศทางเดียวกัน ผ่านระบบประเมินผลและสื่อสารภายในที่มีประสิทธิภาพ ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับชั้น มีเป้าหมายในการทำงานร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมาย PEA

บทที่ 2

การกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงาน ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

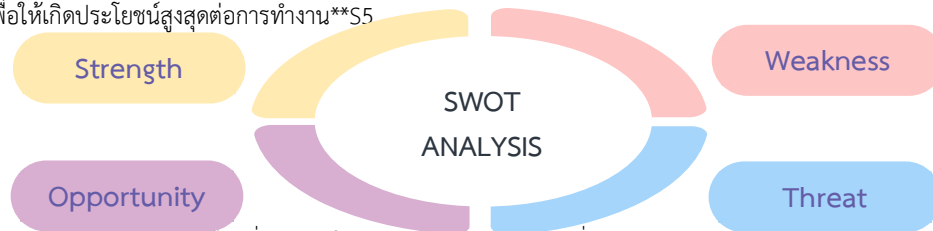
1. การระบุปัจจัยนำเข้า วิเคราะห์สภาพแวดล้อม และกำหนดกลยุทธ์ การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม



2. Environmental Scanning ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

2.1 SWOT Analysis

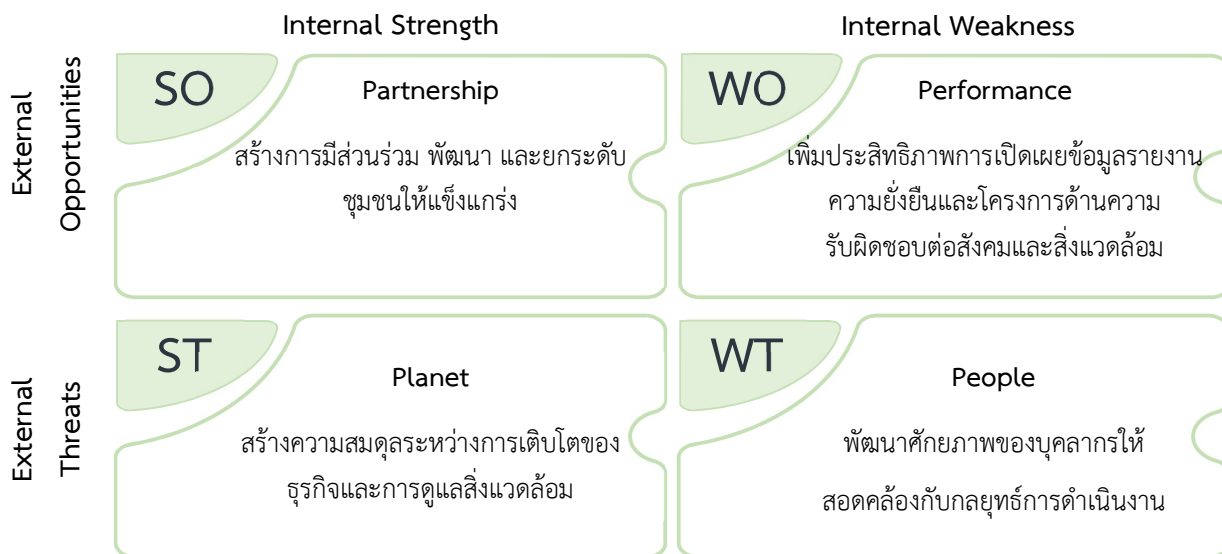
- | | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> บุคลากรมีความเชี่ยวชาญในธุรกิจบริการระบบจำหน่ายไฟฟ้า * ความน่าเชื่อถือ/การยอมรับในตรา กฟภ. * องค์กรมีความตื่นตัวและให้ความสำคัญในเรื่องการดำเนินงานเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนยุทธศาสตร์ กฟภ. (RS,OC) **S1 มีโครงสร้างผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยตรง **S2 นโยบายผู้บริหารที่สนับสนุนเรื่องการสร้างคุณค่าร่วมสู่สังคม (CSV) รวมถึงยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยต่อชุมชน **S3 นโยบายผู้บริหารที่สนับสนุนเรื่องสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับการทำงาน**S3 บุคลากรในหน่วยงานมีความพร้อมในการปรับเปลี่ยนหน้าที่/การดำเนินงานเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการทำงาน**S5 | <ol style="list-style-type: none"> การใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์และบริหารจัดการข้อมูล (Data Analytic) อยู่ในระดับเริ่มต้น* การใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และการให้บริการขององค์กรยังไม่เต็มศักยภาพ* ระบบงานด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมยังขาดความชัดเจนและเป็นระบบ **S4 บุคลากรขาดทักษะ/ความเข้าใจในด้านแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม**S6 คนในองค์กรยังขาดความเข้าใจที่ตรงในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม**S7 |
|--|---|



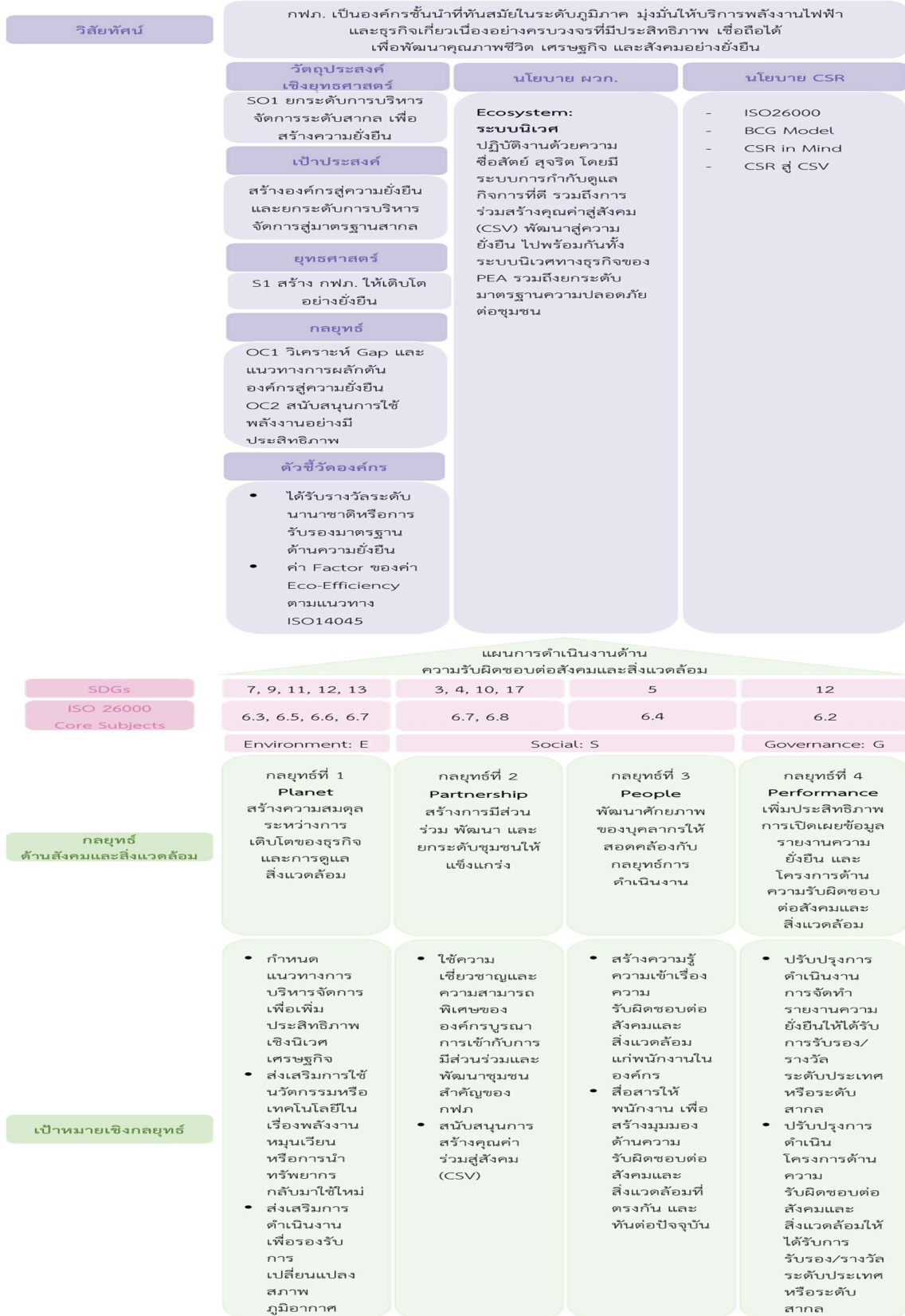
- | | |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> โครงสร้างอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ที่ส่งผลต่อโอกาสทางธุรกิจที่ครอบคลุม Value Chain ของอุตสาหกรรมไฟฟ้า* ทิศทางของแผน PDP ที่มุ่งเน้นการสร้างความมั่นคงระบบไฟฟ้า การพัฒนาระบบส่งไฟฟ้า รวมถึงการเพิ่มสัดส่วนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน* โอกาสในการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ และเครือข่ายความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชน* นโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมการใช้ดิจิทัล เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการให้บริการ/นำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตและบริการทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ * การสนับสนุนเรื่องการนำทรัพยากรกลับมาใช้ การสร้างนวัตกรรมที่สามารถนำทรัพยากรมาใช้ใหม่ รวมถึงความร่วมมือกับภาครัฐในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นเพื่อนำของเสียกลับมาใช้ใหม่ *** P กระแสการสนับสนุนเรื่องการปรับตัวให้พร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมถึงการใช้พลังงานหมุนเวียน *** S การเข้ามาของเทคโนโลยีใหม่ ทำให้การสื่อสารประชาสัมพันธ์ต่างๆ เกิดขึ้นได้รวดเร็วยิ่งขึ้น *** T | <ol style="list-style-type: none"> การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ใช้ไฟฟ้าไปสู่ Prosumer นำไปสู่รูปแบบการให้บริการที่เปลี่ยนแปลงไป* พฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันเปลี่ยนแปลงไปของ Stakeholder (New Normal)* โรคอุบัติใหม่ส่งผลต่อแรงงานที่ต้องเผชิญความเสี่ยงสูงขึ้น ขาดความมั่นคงทางการเงินและอำนาจต่อรอง ***E มุมมองของคนรุ่นใหม่ต่อระบบงาน ที่ต้องการความรวดเร็ว มีมาตรฐาน เป็นรูปธรรม เป็นธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้ *** S <p>ความล้มเหลวในการจัดการปัญหาสภาพภูมิอากาศ *** E*</p> |
|---|---|

* ที่มาจาก SWOT องค์กร ** ที่มาจาก 7s Model : McKinsey *** ที่มาจาก PESTLE Analysis

1.2 TOWS Matrix



3. ความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ กฟภ. และแผนการดำเนินงานด้าน ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม



ตัวชี้วัด	- ค่า Factor 1.0508 - ปริมาณก๊าซ CO₂ ที่ลดได้ อย่างน้อย 30,221.96 kgCO₂eq - ปริมาณการกักเก็บ CO₂ อย่างน้อย 101.37 TCO₂eq	โครงการ CSR สู่ CSV อย่างน้อย 1 โครงการ	ร้อยละ 80 ของ พนักงานที่รับรู้ด้าน ความรับผิดชอบต่อสังคม และ สิ่งแวดล้อม (CSR) ของ กฟภ.	ได้รับรางวัล หรือได้รับการรับรอง รายงาน ความยั่งยืน ระดับใน ประเทศ หรือ ต่างประเทศ อย่างน้อย 2 รางวัล
แผนปฏิบัติการประจำปี	แผนปฏิบัติการประจำปี			
	- แผนงานยกระดับการเพิ่มประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ - โครงการ PEA รักษ์น้ำ สร้างฝาย - โครงการ PEA LED เพื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม - โครงการ PEA พลังงานสะอาดเพื่อชุมชน - โครงการ PEA ปลุก ดูแล รักษ์ป่า - โครงการพัฒนาสำนักงาน กฟภ. ให้เป็นสำนักงานสีเขียว (Green Office)	- โครงการ 1 ตำบล 1 ช่างไฟฟ้า - โครงการชุมชนปลอดภัยใช้ไฟ PEA - แผนงานพัฒนาการสร้างความคุ้มค่าร่วมสู่สังคม (CSV) ของ กฟภ.	แผนงานพัฒนาการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม (CSR) ของ กฟภ.	- แผนงานจัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปี ของ กฟภ. ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล - แผนงานเข้าร่วมประกวด โครงการ CSR ระดับประเทศ และนานาชาติ

บทที่ 3

แผนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อ สังคมและสิ่งแวดล้อม

กฟภ. แปลงกลยุทธ์สู่การปฏิบัติผ่านแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
ประจำปี 2565 โดยประกอบไปด้วย 4 กลยุทธ์ 12 แผนงาน/โครงการ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1

Planet

สร้างความสมดุลระหว่างการเติบโตของธุรกิจ
และการดูแลสิ่งแวดล้อม

1. แผนงานยกระดับการเพิ่มประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ
2. โครงการ PEA รักษา น้ำ สร้างฝาย
3. โครงการ PEA LED เพื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
4. โครงการ PEA พลังงานสะอาดเพื่อชุมชน
5. โครงการ PEA ปลุก ดูแล รักษาป่า
6. โครงการพัฒนาสำนักงาน กฟภ. ให้เป็นสำนักงานสีเขียว (Green Office)

กลยุทธ์ที่ 2

Partnership

สร้างการมีส่วนร่วม พัฒนา และยกระดับ
ชุมชนให้แข็งแกร่ง

7. โครงการ 1 ตำบล 1 ช่างไฟฟ้า (CSR สู่ CSV)
8. โครงการชุมชนปลอดภัยใช้ไฟ PEA
9. แผนงานยกระดับโครงการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) สู่การสร้างคุณค่าร่วมให้กับสังคม (CSV)

กลยุทธ์ที่ 3

People

พัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้สอดคล้องกับ
กลยุทธ์การดำเนินงาน

10. แผนงานพัฒนาการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ของ กฟภ.

กลยุทธ์ที่ 4

Performance

เพิ่มประสิทธิภาพการเปิดเผยข้อมูลรายงาน
ความยั่งยืน และโครงการด้านความ
รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

11. แผนงานจัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปีของ กฟภ. ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล
12. แผนงานเข้าร่วมประกวดโครงการ CSR ระดับประเทศ และนานาชาติ

แผนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

แผนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ กฟภ. ประจำปี 2565

กลยุทธ์ที่ 1

Planet สร้างความสมดุลระหว่างการเติบโตของธุรกิจและการดูแลสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายเชิงกลยุทธ์

1. กำหนดแนวทางการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ
2. ส่งเสริมการใช้นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีในเรื่องพลังงานหมุนเวียน หรือการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่
3. ส่งเสริมการดำเนินงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ตัวชี้วัด

1. ค่า Factor 1.0508
2. ปริมาณก๊าซ CO₂ ที่ลดได้ อย่างน้อย 30,221.96 kgCO₂eq
3. ปริมาณการกักเก็บ CO₂ อย่างน้อย 101.37 TCO₂eq

แผนงาน/โครงการ	กิจกรรม	ช่วงเวลา	ผลผลิต Output	ผลลัพธ์ Outcome	งบประมาณ (ล้านบาท)	ผู้รับผิดชอบ
1. แผนงานยกระดับการเพิ่มประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ	1. ทบทวนตัวชี้วัด การเก็บข้อมูล และแผนการดำเนินงานปี 2564 2. จัดประชุมชี้แจงแนวทางการประเมินฯ 3. รวบรวมข้อมูลตามแนวทางการวัดและประเมินฯ ตามแนวทาง ISO 14045 4. ประมวลผลและวิเคราะห์ผลฯ 5. รายงานผลฯ	ไตรมาส 1-4	ค่า Factor 1.0508	ปริมาณ CO ₂ ที่ลดได้	1.100	กคส. ฝสส.
2. โครงการ PEA รักษา น้ำ สร้าง ฝาย	สร้างฝายกักเก็บน้ำและชะลอน้ำในพื้นที่รับผิดชอบ โดยใช้วัสดุคอนกรีตขารุดและอุปกรณ์ไฟฟ้าที่เสื่อมสภาพ	ไตรมาส 1-4	6 แห่ง	จำนวนครัวเรือนที่ได้รับประโยชน์	3.030	กคส. ฝสส.

แผนงาน/โครงการ	กิจกรรม	ช่วงเวลา	ผลผลิต Output	ผลลัพธ์ Outcome	งบประมาณ (ล้านบาท)	ผู้รับผิดชอบ
3. โครงการ PEA LED เพื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ปรับปรุงระบบไฟฟ้าและเปลี่ยนหลอดประหยัดพลังงาน LED ให้กับแหล่งท่องเที่ยวและชุมชน เช่น วัด ศาสนสถาน สถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น ในพื้นที่ให้บริการของ กฟภ.	ไตรมาส 1-4	4 แห่ง	ปริมาณ CO ₂ ที่ลดได้ อย่างน้อย 18,783.20 kgCO ₂ eq	8.000	กคส. ฝสส.
4. โครงการ PEA พลังงานสะอาดเพื่อชุมชน	1. สนับสนุนและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้ เป็นต้นแบบการใช้พลังงานสะอาด 2. สนับสนุนพลังงานสะอาดในการจัดการน้ำ เพื่อการเกษตรให้กับชุมชน 3. สนับสนุนเรือไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์และ จุด Charging Station	ไตรมาส 1-4	2 แห่ง 6 แห่ง 1 แห่ง	ปริมาณ CO ₂ ที่ลดได้ อย่างน้อย 11,438.76 kgCO ₂ eq	7.810	กคส. ฝสส.
5. โครงการ PEA ปลุก ดูแลรักษป่า	สนับสนุนการปลูกป่าทดแทนในพื้นที่ขยายเขตระบบไฟฟ้าของ กฟภ. และปลูกต้นไม้ร่วมกับชุมชน	ไตรมาส 1-4	6 แห่ง	ปริมาณการกักเก็บ CO ₂ อย่างน้อย 101.37 TCO ₂ eq	0.500	กคส. ฝสส.
6. โครงการพัฒนาสำนักงาน กฟภ. ให้เป็นสำนักงานสีเขียว (Green Office)	1. คัดเลือกสำนักงาน กฟภ./อาคารเข้าร่วมโครงการ 2. ตรวจสอบประเมินและติดตามการดำเนินงาน	ไตรมาส 1-4	กฟภ./อาคาร ได้รับการรับรอง 70 แห่ง	ปริมาณ CO ₂ ที่ลดได้ อย่างน้อยเท่ากับฐาน	2.245	กพส. ฝสส.

กลยุทธ์ที่ 2 **Partnership สร้างการมีส่วนร่วม พัฒนา และยกระดับชุมชนให้แข็งแกร่ง**

เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ 1. ใช้ความเชี่ยวชาญและความสามารถพิเศษขององค์กรบูรณาการเข้ากับการมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชนสำคัญของ กฟภ
2. สนับสนุนการสร้างคุณค่าร่วมสู่สังคม (CSV)

ตัวชี้วัด 1. โครงการ CSR สู่ CSV อย่างน้อย 1 โครงการ

แผนงาน/โครงการ	กิจกรรม	ช่วงเวลา	ผลผลิต Output	ผลลัพธ์ Outcome	งบประมาณ (ล้านบาท)	ผู้รับผิดชอบ
1. โครงการ 1 ตำบล 1 ช่างไฟฟ้า (CSR สู่ CSV)	1. ร่วมมือกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน และกรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น จัดอบรมช่างไฟฟ้าประจำตำบล โดยมีหลักสูตร - ช่างเดินสายไฟฟ้าภายในอาคาร ระดับ 1 - ช่างติดตั้งระบบ EV Charging Station - ช่างติดตั้งระบบ Solar Pump - ช่างติดตั้งระบบ Solar Rooftop	ไตรมาส 1-4	ไม่น้อยกว่า 800 คน	จำนวนผู้ผ่านการอบรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของจำนวนผู้เข้าอบรมทั้งหมด	8.000	กคส. ผสส.
2. โครงการชุมชนปลอดภัยใช้ไฟฟ้า PEA	1. ให้ความรู้เรื่องการใช้ไฟฟ้าอย่างประหยัดแก่เด็กนักเรียนประถมศึกษา ถึง มัธยมศึกษาตอนต้น 2. อบรมการใช้ไฟฟ้าเบื้องต้นแก่นักศึกษาอาชีวศึกษาระดับ ปวช. และ ปวส. สาขาช่างไฟฟ้า	ไตรมาส 1-4	ไม่น้อยกว่า 2,400 คน	จำนวนผู้ผ่านการอบรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของจำนวนผู้เข้าอบรมทั้งหมด	7.804	กคส. ผสส.

แผนงาน/โครงการ	กิจกรรม	ช่วงเวลา	ผลผลิต Output	ผลลัพธ์ Outcome	งบประมาณ (ล้านบาท)	ผู้รับผิดชอบ
	3. มอบให้แก่ จนท.หน่วยงานปกครองท้องถิ่น ผู้นำชุมชน ประชาชนทั่วไป 4. ปรับปรุงระบบไฟฟ้าให้กับโรงเรียนตำรวจ ตระเวนชายแดน					
3. แผนงานยกระดับโครงการ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม (CSR) สู่การ สร้างคุณค่าร่วมให้กับสังคม (CSV)	1. ศึกษาแนวทางการพัฒนาการสร้างคุณค่าร่วม (CSV) 2. จัดทำแนวทางการสร้างคุณค่าร่วม (CSV) 3. เผยแพร่ สื่อสาร แนวทางการสร้างคุณค่าร่วม (CSV) 4. รายงานผล พร้อมเสนอแนะแนวทาง การ พัฒนาแก่ผู้บริหาร	ไตรมาส 1-4	ร้อยละ 100 ของ ความสำเร็จตาม แผนงาน	โครงการ CSR สู่ CSV อย่างน้อย 1 โครงการ	1.546	กพส.ฟสส.

กลยุทธ์ที่ 3

People พัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การดำเนินงาน

เป้าหมายเชิงกลยุทธ์

1. สร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แก่พนักงานในองค์กร
2. สื่อสารให้พนักงาน เพื่อสร้างมุมมองด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ตรงกัน และทันต่อปัจจุบัน

ตัวชี้วัด

1. ร้อยละ 80 ของพนักงานที่รับรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ของ กฟภ.

แผนงาน/โครงการ	กิจกรรม	ช่วงเวลา	ผลผลิต Output	ผลลัพธ์ Outcome	งบประมาณ (ล้านบาท)	ผู้รับผิดชอบ
1. แผนงานพัฒนาการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ของ กฟภ.	1. ศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) 2. จัดทำแนวทางการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) 3. เผยแพร่ สื่อสารแนวทางการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) 4. รายงานผล พร้อมเสนอแนะแนวทางการพัฒนาแก่ผู้บริหาร	ไตรมาส 1-4	ร้อยละ 100 ของความสำเร็จตามแผนงาน	ร้อยละ 80 ของพนักงานที่รับรู้แนวทาง การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)	3.625	กพส. ฝสส.

กลยุทธ์ที่ 4

Performance เพิ่มประสิทธิภาพการเปิดเผยข้อมูลรายงานความยั่งยืนและโครงการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายเชิงกลยุทธ์

1. ปรับปรุงการดำเนินงานการจัดทำรายงานความยั่งยืนให้ได้รับการรับรอง/รางวัล ระดับประเทศหรือระดับสากล
2. ปรับปรุงการดำเนินโครงการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมให้ได้รับการรับรอง/รางวัล ระดับประเทศหรือระดับสากล

ตัวชี้วัด

1. ได้รับรางวัล หรือได้รับการรับรองรายงานความยั่งยืนในระดับประเทศหรือต่างประเทศอย่างน้อย 2 รางวัล

แผนงาน/โครงการ	กิจกรรม	ช่วงเวลา	ผลผลิต Output	ผลลัพธ์ Outcome	งบประมาณ (ล้านบาท)	ผู้รับผิดชอบ
1. แผนงานจัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปีของ ก.พ. ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล	1. ประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของ ก.พ. (Materiality Matrix) ปี 2565 2. รวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำเนื้อหารายงานความยั่งยืน ประจำปี 2564 3. จัดทำรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2564 ฉบับภาษาไทย 4. สอบทาน/ขอรับการรับรองรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2564 5. แปลรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2564 เป็นภาษาอังกฤษ 6. ขออนุมัติจัดทำเนื้อหารายงานความยั่งยืน ประจำปี 2565 7. รายงานผลการดำเนินงาน พร้อมเสนอแนะแนวทางการพัฒนาแก่ผู้บริหาร	ไตรมาส 1-4	ร้อยละ 100 ของความสำเร็จตามแผนงาน	ได้รับรางวัล หรือได้รับการรับรองรายงานความยั่งยืนในระดับประเทศหรือต่างประเทศอย่างน้อย 1 รางวัล/รับรอง	3.200	กพส. ฝสส.

แผนงาน/โครงการ	กิจกรรม	ช่วงเวลา	ผลผลิต Output	ผลลัพธ์ Outcome	งบประมาณ (ล้านบาท)	ผู้รับผิดชอบ
2. แผนงานแผนงานเข้าร่วม ประกวดโครงการ CSR ระดับประเทศและนานาชาติ	เข้าร่วมประกวดโครงการด้าน CSR ระดับประเทศ และนานาชาติ อย่างน้อยจำนวน 1 โครงการ	ไตรมาส 1-4	ร้อยละ 100 ของ ความสำเร็จตาม แผนงาน	ได้รับรางวัล หรือ ได้รับการรับรอง โครงการ CSR ในระดับประเทศ หรือต่างประเทศ อย่างน้อย 1 รางวัล/รับรอง	0.500	กคส. ฝสส.

กองแผนและพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม
ฝ่ายสังคมและสิ่งแวดล้อม
สายงานยุทธศาสตร์
โทร 0 2590 9917