

ตารางการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียบนห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ช่องทางการสื่อสาร/ สร้างEngagement	ประเด็นความต้องการและ ความคาดหวัง	สิ่งที่บริษัทฯ ตอบสนอง
<p>ลูกค้า : ผู้ค้ำน้ำมันตามมาตรา 7 และลูกค้าอุตสาหกรรม</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • แบบสำรวจความพึงพอใจลูกค้า • การประชุมออนไลน์และ On site • พบลูกค้าในโอกาสที่เหมาะสม • การส่ง email, Line, โทรศัพท์ 	<ul style="list-style-type: none"> • ราคาที่เหมาะสม • มีสินค้าพอเพียง ทันการจำหน่าย • ฝากเก็บตามกฎหมาย • มาตรฐานคุณภาพตามที่ลูกค้ากำหนด 	<ul style="list-style-type: none"> • พิจารณาปริมาณการซื้อ • ปรับปรุงระบบการผลิตให้ต้นทุนลดลง • จัดหาค้างเก็บสำรองที่พอเพียง • ประสานจัดทำแผนการรับสินค้า ล่วงหน้า • ปรับปรุงคุณภาพให้ได้ตามมาตรฐานสากล หลากหลายเกรด เพื่อใช้ได้ทุกอุตสาหกรรม
<p>ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • การประชุมสามัญประจำปี • การนำเสนอข้อมูลแก่นักลงทุนและผู้ถือหุ้น เช่น Opportunity Day, Analyst Meeting และ Roadshow • การตอบข้อซักถามผ่าน IR call และ Email • การเผยแพร่ข้อมูลบนเว็บไซต์บริษัท 	<ul style="list-style-type: none"> • ผลประกอบการที่ดี การจ่ายเงินปันผลในระดับที่น่าพอใจต่อเนื่อง • การจัดการโอกาสและความเสี่ยงองค์กร • การจัดการนวัตกรรมเพื่อการขยายธุรกิจให้เติบโตต่อเนื่อง • การปล่อยก๊าซเรือนกระจก • ความโปร่งใสในการดำเนินงาน 	<ul style="list-style-type: none"> • จ่ายเงินปันให้ผู้ถือหุ้นอย่างเหมาะสมกับผลดำเนินงาน • เปิดเผยแผนความเสี่ยง • ร่วมลงทุนในนวัตกรรมสีเขียวตามแผนต่อเนื่อง • บริหารจัดการเพื่อลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้เป็นไปตามเป้าหมาย • ส่งเสริมการปฏิบัติตามหลักกำกับดูแลกิจการที่ดี
<p>พนักงาน</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • แบบสำรวจEngagement • Leadership Activities เช่น Town hall • การพูดคุยการประเมินผล • การนำIT มาใช้ในการบริหารงาน • คณะกรรมการสวัสดิการ 	<ul style="list-style-type: none"> • การชื่นชมให้คุณค่า (Recognition& Communication) จากผู้บริหาร • การประเมินผลงาน • Outing /กิจกรรมพักผ่อน ประจำปี • ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน 	<ul style="list-style-type: none"> • การอบรม Supervisory • นำระบบมาใช้ในการบริหารงานบุคคลและการประเมินผล • จัดให้มีกิจกรรมผู้บริหารพบพนักงานเป็นประจำ • มีการตั้ง Engagement score เป็น KPI องค์กร • มีการอบรมด้านความปลอดภัยเป็นประจำ

ตารางการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียบนห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (ต่อ)

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ช่องทางการสื่อสาร/ สร้างEngagement	ประเด็นความต้องการและ ความคาดหวัง	สิ่งที่บริษัทฯ ตอบสนอง
 <p>ชุมชนรอบโรงงานระยะ 2.5-5 กม.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • คุยผ่านผู้นำชุมชน อสม. โรงพยาบาล ส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล พระผู้ใหญ่บ้าน ครู • พนักงานชุมชนสัมพันธ์ / การ • ลงพื้นที่พูดคุยทำกิจกรรมกับชุมชน • ช่องทางการสื่อสาร / รับข้อ ร้องเรียน คือ โทรศัพท์ , Line • กล่องรับความคิดเห็น ที่ลานรับซื้อ 	<ul style="list-style-type: none"> • สนับสนุนการตรวจสุขภาพ/ส่งเสริมสุขภาพ ให้กับประชาชน ผู้สูงอายุและติดเตียง • การแก้ปัญหาภัยแล้ง/น้ำท่วม • ต้องการให้บริษัทฯ ช่วยลดต้นทุนการผลิต 	<ul style="list-style-type: none"> • ร่วมกับโรงพยาบาลจัดตรวจสุขภาพชุมชน/ ส่งเสริมสุขภาพให้กับประชาชน ผู้สูงอายุและผู้ป่วยติดเตียง • บริจาคน้ำดื่ม / น้ำการเกษตร • ช่วงน้ำท่วมจะประสานกับชุมชนเรื่องปริมาณการปล่อยน้ำที่บำบัดแล้วที่เหมาะสม • แจกสารปรับปรุงดินให้เกษตรกรที่อยู่รอบสถานประกอบการลดค่าน้ำเพื่อการเกษตร • สนับสนุนกิจกรรมที่ผู้นำชุมชนเสนอมา
 <p>เจ้าหน้าที่</p>	<ul style="list-style-type: none"> • การประชุมระหว่างผู้บริหารของบริษัทกับเจ้าหน้าที่ • การเผยแพร่ข้อมูลผ่านรายงานประจำปีและเว็บไซต์ของบริษัท 	<ul style="list-style-type: none"> • ความคืบหน้าของโครงการต่างๆ เป็นไปแผนงานที่วางไว้ • การดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (sustainability) และตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี • การจัดการผู้ดัดจริต • การจัดการโอกาสและความเสี่ยงองค์กร 	<ul style="list-style-type: none"> • ปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญาเงินกู้ และหุ้นกู้ได้อย่างเคร่งครัด • ปฏิบัติตามกฎหมายเกณฑ์ของสถาบันการเงิน • ซึ่งออกโดยหน่วยงานภาครัฐ อย่างเคร่งครัด • ตอบข้อซักถาม/ให้ข้อมูล แก่เจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อเมื่อมีข้อสงสัยได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว
 <p>คู่แข่งทางการค้า</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ติดตามผลการดำเนินงานสภาพตลาด • ศึกษาข้อมูลคู่แข่งผ่านรายงานทางการเงิน 	<ul style="list-style-type: none"> • ดำเนินกิจการด้วยความ โปร่งใสภายใต้การค้าและการแข่งขันที่เป็นธรรม • ให้ความร่วมมือและประสานงาน กับคู่แข่งในประเด็นที่ภาครัฐขอความร่วมมือ 	<ul style="list-style-type: none"> • ดำเนินกิจการด้วยความ โปร่งใสภายใต้การค้าและการแข่งขันที่เป็นธรรม

ตารางการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบนห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (ต่อ)

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ช่องทางการสื่อสาร/ สร้างEngagement	ประเด็นความต้องการและ ความคาดหวัง	สิ่งที่บริษัทฯ ตอบสนอง
<p>คู่ค้าวัตถุดิบ</p> 	<ul style="list-style-type: none"> โทรศัพท์ Email Line มีการประชุมอย่างสม่ำเสมอ ไปเยี่ยมคู่ค้า ทำวิจัยทดลองสินค้าบางชนิดร่วมกัน 	<ul style="list-style-type: none"> การจ่ายเงินที่รวดเร็วตรงเวลา มีการดำเนินงานที่เป็นระบบ รวดเร็ว การสั่งและจัดส่งสารเคมีในปริมาณที่คุ้มทุนเพื่อประหยัดค่าขนส่ง มีการดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่องแม้ในสภาวะวิกฤต การตรวจรับวัตถุดิบที่หน้าโรงผลิต 	<ul style="list-style-type: none"> BBGI (ฉะเชิงเทรา) มีระบบการจ่ายด้วยบัตร cash card ทำให้เกษตรกรที่มาจำหน่ายสินค้าสามารถเบิกเงินสดด้วยบัตรได้ ไม่ต้องรอรับเงินสดจากแคชเชียร์โรงงาน แจ้งให้โรงผลิตอ่อน CPO ก่อนส่งเพื่อป้องกันความล่าช้าในการขนถ่าย CPO ดำเนินงานด้าน operation อย่าง ยืดหยุ่น และ แก้ไขปัญหาพร้อมกัน จัดให้มีการซื้อแบบสัญญาและซื้อเป็น Spot อย่างสม่ำเสมอ มีการประกาศราคาให้ทราบเป็นประจำ
<p>ภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแลในท้องถิ่น</p> 	<ul style="list-style-type: none"> การพบปะ ชี้แจง พุดคุยและเข้าร่วมโครงการของหน่วยงานราชการ จดหมาย email โทรศัพท์ line 	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามกฎหมาย หรือดีกว่าที่กฎหมาย กำหนด และไม่มีการร้องเรียน มีส่วนร่วมดูแลสังคมและชุมชน มีมาตรการดูแลพนักงานและชุมชนใกล้เคียง เกี่ยวกับ Covid-19 มีระบบการจัดการความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมที่ดีของโรงงาน ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและรวดเร็ว และสนับสนุนโครงการของหน่วยงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ระบบการจัดการความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมของโรงงานไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน และการเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการสะท้อนความคิดเห็น หรือข้อร้องเรียนกับโรงงานตรง ร่วมกับหน่วยงานรัฐในท้องถิ่นทำกิจกรรม เช่น การร่วมสนับสนุนการตรวจสุขภาพชุมชน นำส่งข้อมูลที่ถูกต้องแก่หน่วยงาน