



# PTTGC

## บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)

SET: สีนค้ำอุตสาหกรรม / ปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์

<http://www.pttggroup.com>

### ธุรกิจหลัก

เป็นผู้นำธุรกิจปิโตรเคมีและการกลั่นครบวงจร  
ทั้งในประเทศและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้  
โดยมีหน่วยธุรกิจหลัก 8 หน่วย เช่น  
กลุ่มผลิตภัณฑ์โอเลฟินส์ ผลิตภัณฑ์อะโรมาติกส์  
ผลิตภัณฑ์โพลีเมอร์ เป็นต้น

### การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทมีมาตรการตอบสนองและรับมือ COVID-19 (Priority Response to COVID-19) โดยให้ความสำคัญในเรื่อง **ความปลอดภัยของพนักงาน** เป็นอันดับแรก โดยสร้าง Recognize ให้แก่ผู้บริหารและพนักงานทั้งองค์กร และมีการกำหนดเป้าหมายร่วมกันที่จะป้องกันและควบคุมไม่ให้เกิดการติดเชื้อขึ้นในองค์กร หรือ Zero COVID-19 Case in GC พร้อมทั้งผนวกวัฒนธรรมองค์กร 4Core Behaviors มาช่วยให้การป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้ผลเป็นอย่างดี โดยมีระบบ IT และ Knowledge Management รวมถึงการสื่อสารเข้ามาสนับสนุนการดำเนินการบริหารจัดการภาวะวิกฤตให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อป้องกันและควบคุม COVID-19 เช่น มาตรการการปฏิบัติตัวและระบุประเทศ/พื้นที่เสี่ยง จัดทำ Screening Survey Online กำหนดมาตรการทำความสะอาดพื้นที่ส่วนกลาง มาตรการ Work From Home และพักเหลื่อมเวลาทำงาน เป็นต้น สำหรับพื้นที่โรงงานซึ่งถือเป็นพื้นที่อ่อนไหว บริษัทได้มีการกำหนดมาตรการดูแลพนักงานที่ประจำห้อง Control เป็นพิเศษ เช่น จัดสถานที่พักให้มีรถบริการรับส่ง รวมทั้งมีคู่มือในการปฏิบัติตัวสำหรับพนักงานและครอบครัว เป็นต้น



### การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

บริษัทมีมาตรการสำหรับป้องกันและควบคุม COVID-19 ตั้งแต่แรกเริ่มภาวะวิกฤต โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการป้องกันและควบคุมโรค COVID-19 ประกอบด้วยผู้รับผิดชอบในหน่วยงานต่าง ๆ และผู้เชี่ยวชาญ เฉพาะด้านดำเนินงานร่วมกันและช่วยให้การตัดสินใจของบริษัทมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเชื่อมโยงกับคณะกรรมการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Steering Committee) ซึ่งมี CEO เป็นประธาน ทั้งนี้ คณะกรรมการป้องกันและควบคุมโรค COVID-19 มีการรายงานสถานการณ์และผลการดำเนินงานต่อผู้บริหารใน Management Committee เป็นประจำทุกสัปดาห์

พร้อมกันนี้ บริษัทมีกระบวนการสื่อสารแนวทางการบริหารจัดการองค์กรและการรับมือภาวะวิกฤต COVID-19 ให้แก่พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ได้แก่ มีการสื่อสารมาตรการรับมือ COVID-19 และการดำเนินงานต่าง ๆ ผ่านทาง CEO Townhall, CEO VDO Clip, CEO Podcast, Banner และ GC Website รวมทั้งได้เปิดช่องทางการสื่อสารผ่านทาง Hotline, E-mail และ Line Official อีกด้วย นอกจากนี้ การสื่อสารภายในประเทศแล้ว บริษัทยังได้เผยแพร่ CEO VDO การดำเนินงานในการรับมือ COVID-19 ใน Website ของ United Nations Global Compact

### การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทให้ความสำคัญในการดูแลความปลอดภัยของ “พนักงาน” เป็นสิ่งแรก โดยเริ่มจากการสื่อสารให้ผู้บริหาร และพนักงานตระหนักและปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยทั้งพื้นที่ทำงานในสำนักงานและโรงงาน ซึ่งในช่วงแรกของสถานการณ์ บริษัทได้มีมาตรการ Flexible Working Hour ให้พนักงานในสำนักงาน และเมื่อสถานการณ์แพร่ระบาด COVID-19 อยู่ในระดับรุนแรงขึ้น บริษัทได้ปรับความเข้มข้นของมาตรการให้พนักงานสามารถ Work From Home มากกว่า 90%

สำหรับพนักงานในโรงงาน บริษัทได้กำหนดมาตรการที่เข้มข้นเนื่องจากเป็นหัวใจสำคัญให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่อง สำหรับพนักงานที่ทำงานเป็นกะจะต้องได้รับการ Quarantine ทั้งหมด ซึ่งบริษัทได้จัดที่พักที่โรงแรมและรถรับ-ส่งโดยเฉพาะ นอกจากนี้ มีการตั้งเป้า “Zero COVID-19 Case in GC” และได้พัฒนา Application “Fight COVID-19” เพื่อติดตามและเฝ้าระวังสุขภาพของพนักงานทั้งองค์กร ซึ่งพนักงานทุกคนให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลเป็นอย่างดี ทำให้ปัจจุบันพนักงานทั้งในและต่างประเทศ ลูกจ้างชั่วคราว รวมถึงผู้รับเหมาก่อสร้างกว่า 20,000 คน ไม่พบการติดเชื้อ COVID-19

แม้ปัจจุบันระดับความรุนแรงของวิกฤตในประเทศจะลดลง แต่บริษัทยังคงมีมาตรการให้พนักงานในสำนักงานทำงานจากที่บ้าน 70% ของพนักงานทั้งหมด และมีแนวคิดจะใช้มาตรการนี้อย่างถาวร เนื่องจากที่ผ่านมาพนักงานได้แสดงให้เห็นว่าถึงจะทำงานจากที่บ้าน แต่การทำงานยังเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งค่าใช้จ่ายของทั้งพนักงานและบริษัทยังลดลง รวมถึงช่วยลดความแออัดลดมลพิษ และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเดินทางมาทำงานอีกด้วย

อย่างไรก็ดี แม้ว่าบริษัทจะให้พนักงานทำงานที่บ้านแต่ยังคงมีมาตรการดูแลพนักงานควบคู่ไปด้วย โดยจัดโครงการให้พนักงานยืมเก้าอี้ที่ทำงานไปใช้ที่บ้านได้ รวมทั้งมีบริการให้ช่างของบริษัทเข้าไปวัดความสว่างในบ้านและให้คำแนะนำเพื่อปรับความสว่างให้เหมาะสมกับการทำงาน อีกทั้งยังมีการแจ้งข้อควรปฏิบัติในการทำงานจากที่บ้านเพื่อให้เกิดสมดุลในการทำงาน ซึ่งมาตรการต่าง ๆ เหล่านี้สัมฤทธิ์ผลได้ดีเนื่องจากพนักงานทุกคนตระหนักถึงความสำคัญของเรื่องดังกล่าว และได้ถูกปลูกฝังด้วยวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมให้พนักงานเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน รวมถึงทัศนคติเชิงบวกและการเปิดใจยอมรับของพนักงานทุกคนที่พร้อมเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นด้วยพลังที่ยิ่งใหญ่

นอกจากนี้ ยังได้มีการติดต่อและแลกเปลี่ยนการดำเนินงานเพื่อรับมือวิกฤตและป้องกัน COVID-19 กับ “คู่ค้า” ที่ Wuhan Youji พาร์ทเนอร์ของบริษัทจากเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน ซึ่งได้แนะนำมาตรการต่าง ๆ ทั้งสำหรับพนักงาน ผู้รับเหมา การเดินทาง และการติดตามต่าง ๆ ที่เข้มขันให้แก่บริษัท ถือเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์อย่างมาก บริษัทจึงมีความคิดที่จะนำข้อมูลเหล่านี้มา Sharing ให้กับผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ต่อไปเช่นกัน ทำให้เห็นว่าความ**ร่วมมือและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียจะก่อให้เกิดประโยชน์เป็นอย่างไร และขยายผลความสำเร็จในภาพรวมของประเทศต่อไป** โดยบริษัทมีการสื่อสารสร้าง Visibility และความเข้าใจกับผู้มีส่วนได้เสีย (Investor, Partners, etc.) เช่น COVID Information Hub ใน GC website เป็นต้น เพื่อดูแลตลอดทั้ง Supply Chain และผู้มีส่วนได้เสียให้ฝ่าฟันวิกฤตไปด้วยกัน

อีกทั้ง บริษัทมีส่วนร่วมใน “การช่วยเหลือสังคมและประเทศไทย” ด้วยการนำจุดเด่นทั้ง 3 ด้านได้แก่ **ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม และพันธมิตร** มาสร้างประโยชน์ให้กับสังคม โดยเริ่มจากชุมชนที่ใกล้เคียงในระยอง บริษัทได้มอบหน้ากากผ้า Upcycling ให้กับภิกษุสามเณร บริจาคเสื้อกาวน์พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งให้กับโรงพยาบาล และบริจาคเจลแอลกอฮอล์ล้างมือให้กับชุมชนต่าง ๆ

พร้อมกันนี้ มีส่วนร่วมในระดับจังหวัดและระดับประเทศโดยการสนับสนุนการผลิตอุปกรณ์ป้องกันทางการแพทย์ให้กับโรงพยาบาลตั้งแต่จุดคัดกรองไปจนถึงการทำหัตถการผู้ป่วยที่มีอาการติดเชื้อเข้าขั้นวิกฤต เช่น

- PE Gown (Disposable Gown) เป็นนวัตกรรมทางด้านเคมีภัณฑ์และพลาสติกของบริษัท
- อุปกรณ์ที่เกิดจากโครงการความร่วมมือกับพันธมิตร เช่น การผลิตชุดอุปกรณ์ป้องกันระดับสูงสำหรับบุคลากรทางการแพทย์ ร่วมกับคณะแพทยศาสตร์วชิรพยาบาล มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช การพัฒนาตู้โควิคเคลียร์ (CoviClear) ลดความเสี่ยงไวรัส COVID-19 ร่วมกับคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล การพัฒนาหุ่นยนต์แบ่งปัน ร่วมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ สถาบันวิทยสิริเมธี มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช และกลุ่มบริษัทโพลิโพลิม เพื่อนำไปช่วยเหลือทางการแพทย์ นอกจากนี้จับมือกับกลุ่มบริษัทไทยเบฟ พันธมิตรสำคัญรายใหญ่จัดทำเจลแอลกอฮอล์ ภายใต้แบรนด์เจลโค (GelCo) เพื่อมอบให้กับอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ผู้ซึ่งเป็นนักรบด่านหน้าในการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัส เป็นต้น

ในสถานการณ์ที่มีความวิกฤตแบบนี้ บริษัทได้น้อมนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ โดยใช้ความรู้และความเข้าใจต่าง ๆ ใช้ **Know How ของคนไทย** ยึดหลักความพอเพียง **ทำได้ ไม่ต้องแพงมาก** เช่น น้ำยาฉีดฆ่าเชื้อโรค ซึ่งสารเคมีหลักที่ช่วยฆ่าเชื้อโรคคือ ซิลเวอร์นาโน แต่สารองค์ประกอบที่ช่วยให้ติดเสื่อนั้น ได้แก่ เอทานอลเอมีน (Ethanolamine) ซึ่งกลุ่มบริษัทเป็นผู้ผลิตรายเดียวในเมืองไทยและช่วงเวลาดังกล่าวนำเข้าสารดังกล่าวได้ยาก บริษัทจึงได้ร่วมคิดค้นและนำมาผสมจนสามารถนำไปใช้ได้ เป็นต้น

### การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัททางยุทธศาสตร์ขององค์กรตั้งรับ New Normal โดยเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลงไปและมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ บริษัทร่วมกันระดมสมองมองหาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดจาก New Normal ซึ่งจะกระทบกับธุรกิจ โดยการวิเคราะห์และประเมิน New Normal ในด้าน Macro Trends, Social & Consumer Behavior, Sustainability และ Organization เพื่อหาคำตอบว่าอะไรคือสิ่งที่บริษัทยังเดินหน้าต่อไปได้หรืออะไรคือสิ่งที่บริษัทต้องปรับเปลี่ยนและเพิ่มเติมจากเดิม ซึ่งบริษัทยังคงเดินหน้าตามกลยุทธ์ 3 เรื่องหลักโดยมีการเปลี่ยนแนวทางบางออกไปตามบริบทที่เหมาะสม ได้แก่

**1 “Step CHANGE” การกำบ้านเราให้แข็งแรง:** บ้านเราคือไม่ใช่เมืองไทยอย่างเดียว แต่คือทั้งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ดังนั้น หลังจากวิกฤตในครั้งนี้ บริษัทมุ่งเน้นไปที่การผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงขึ้นไป (High Value Product) เช่น จากเดิมที่เน้นผลิตแคปซูลพลาสติก ปรับเปลี่ยนเป็นบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับ Health Care เพิ่มขึ้น เป็นต้น

**2 “Step OUT” การขยายธุรกิจไปในต่างประเทศ:** บริษัทใช้เวลาในช่วงวิกฤตทบทวนทุกโครงการ และพิจารณาปรับแผนและระยะเวลาของการดำเนินโครงการให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เช่น บางโครงการต้องทำให้เร็วขึ้น หรือบางโครงการต้องชะลอไป เป็นต้น และมีการเข้าซื้อกิจการหรือควบรวมกิจการในต่างประเทศ (Mergers and Acquisitions) เพื่อต่อยอดธุรกิจ

**3 “Step UP” การยกระดับสู่ธุรกิจยั่งยืน:** เป็นเรื่องที่บริษัทให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยหลังวิกฤตบริษัทยังคงมุ่งเน้นด้านความยั่งยืนและเข้มข้นมากขึ้น โดยบูรณาการการดำเนินงานด้านความยั่งยืนทั้งองค์กรรวมทั้งขยายผลไปสู่ Value Chain มากขึ้น เช่น การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตเพื่อช่วยลดมลพิษและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ในการสร้างความยั่งยืนผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการ Upcycling the Oceans Thailand โครงการ Chula Zero Waste โครงการต้นแบบการบริหารจัดการขยะพลาสติกครบวงจรในพื้นที่อุทยานแห่งชาติ โครงการส่งพลาสติกกลับบ้าน และโครงการ Upcycling Upstyling เป็นต้น

**สิ่งที่สำคัญที่สุดขององค์กร คือ “พนักงาน” ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีค่าที่สุด** บริษัทได้วางแผนพัฒนาบุคลากรองค์กรและวัฒนธรรมองค์กรให้สอดคล้องกับสถานการณ์และ New Normal ที่จะเกิดในอนาคต นอกจากนี้ บริษัทยังคงมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจไปพร้อมกับการสร้างความสมดุลของ 3 มิติ หรือ 2E1S (Economic-Environmental-Social) เพื่อให้เกิดความยั่งยืนด้วยเชื่อว่าหากโครงสร้างทางสังคมและสิ่งแวดล้อมมีความพร้อม การพัฒนาธุรกิจและระบบเศรษฐกิจของประเทศจะเกิดเสถียรภาพอย่างยั่งยืนต่อไป