



ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน: ลูกค้ำ การตลาดและฉลากผลิตภัณฑ์

Customer							
GRI	ข้อมูลที่สำคัญ	หน่วย	OR Performance				Target
			2021	2022	2023	2024	
-	Product Recalls						
	จำนวนของประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีการถูกเรียกคืน	จำนวน	0	0	0	0	-
	ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการเรียกคืนผลิตภัณฑ์	บาท	0	0	0	0	-
	รายได้ ⁽¹⁾	บาท	515,744,923,339	793,462,675,285	772,694,958,334	726,842,933,265	-
	ร้อยละค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการเรียกคืนผลิตภัณฑ์ต่อรายได้รวม	ร้อยละของรายได้	0	0	0	0	-
GRI 416-1 (2016)	Assessment of the health and safety impacts of product and service categories						
	ร้อยละของหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญซึ่งมีการประเมินผลกระทบด้านสุขภาพและความปลอดภัยเพื่อการปรับปรุง	ร้อยละของผลิตภัณฑ์และบริการ	100	100	100	100.00	-
GRI 416-2 (2016)	Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services						
	จำนวนเหตุการณ์ทั้งหมดของการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบและ/หรือหลักปฏิบัติโดยสมัครใจเกี่ยวกับผลกระทบด้านสุขภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และบริการ	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	- เหตุการณ์ที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบส่งผลให้มีการปรับหรือลงโทษ	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	- เหตุการณ์ที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ส่งผลให้เกิดการเตือน	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	- เหตุการณ์ที่ไม่ปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณ	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services breakdown by OR business units						
	ธุรกิจน้ำมัน (PTT Station)	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	- เหตุการณ์ที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบส่งผลให้มีการปรับหรือลงโทษ	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	- เหตุการณ์ที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ส่งผลให้เกิดการเตือน	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	- เหตุการณ์ที่ไม่ปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณ	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	ธุรกิจน้ำมัน (ก๊าซหุงต้ม) ⁽²⁾	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	- เหตุการณ์ที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบส่งผลให้มีการปรับหรือลงโทษ	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	- เหตุการณ์ที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ส่งผลให้เกิดการเตือน	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	- เหตุการณ์ที่ไม่ปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณ	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	ธุรกิจน้ำมัน (ธุรกิจหล่อลื่น)	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	- เหตุการณ์ที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบส่งผลให้มีการปรับหรือลงโทษ	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	- เหตุการณ์ที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ส่งผลให้เกิดการเตือน	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	- เหตุการณ์ที่ไม่ปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณ	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	ธุรกิจค้าปลีก (ร้านค้าปลีก อเมซอน)	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	- เหตุการณ์ที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบส่งผลให้มีการปรับหรือลงโทษ	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	- เหตุการณ์ที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ส่งผลให้เกิดการเตือน	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	- เหตุการณ์ที่ไม่ปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณ	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-



ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน: ลูกค้า การตลาดและฉลากผลิตภัณฑ์

Customer							
GRI	ข้อมูลที่สำคัญ	หน่วย	OR Performance				Target
			2021	2022	2023	2024	
GRI 417-2 (2016)	ธุรกิจค้าปลีก (ร้านค้าเพื่อ อเมซอน)	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	- เหตุการณ์ที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบส่งผลให้มีการปรับหรือลงโทษ	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	- เหตุการณ์ที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ส่งผลให้เกิดการเตือน	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	- เหตุการณ์ที่ไม่ปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณ	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
GRI 417-3 (2016)	ธุรกิจค้าปลีก (ร้านค้าเพื่อ อเมซอน)	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	-	-
	- เหตุการณ์ที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบส่งผลให้มีการปรับหรือลงโทษ	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	- เหตุการณ์ที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ส่งผลให้เกิดการเตือน	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
	- เหตุการณ์ที่ไม่ปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณ	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0	0	-
-	Customer Using Online Service/Platform						
	ร้อยละของลูกค้าทั้งหมดที่ใช้บริการออนไลน์/แพลตฟอร์มการขาย ^[3]	ร้อยละของลูกค้าออนไลน์	85.76	85.25	85.86	86.00	-
	ร้อยละของรายได้ที่เกิดขึ้นทางออนไลน์ (เช่น ผ่านการขายตรง การโฆษณา)	ร้อยละของลูกค้าออนไลน์	70.34	66.73	69.22	79.70	-
-	Satisfaction Measurement						
	คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า ^[4]	คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า	91	92	94	93	92
	ขอบเขตของข้อมูล ^[5]	ร้อยละของลูกค้าที่ได้รับแบบประเมิน	100	100	100	100	-

หมายเหตุ:

N/A (Not Applicable): ข้อมูลดังกล่าวไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของ OR

No Data ไม่มีข้อมูล

[1] รายได้จากการขายสินค้าและบริการ รวมถึง รายได้อื่นๆ , กำไรขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน, และกำไรขาดทุนจากตราสารอนุพันธ์

[2] ขอบเขตการรายงานธุรกิจ LPG ครอบคลุมเฉพาะลูกค้า Business-to-Customer (B2C)

[3] ขอบเขตการรายงานร้อยละของลูกค้าทั้งหมดที่ใช้บริการออนไลน์/แพลตฟอร์มการขาย ครอบคลุม Business-to-Business (B2B) ซึ่งครอบคลุม ธุรกิจ LPG, ธุรกิจเชิงพาณิชย์ (ลูกค้าอุตสาหกรรม, ผลิตภัณฑ์พิเศษ, การจัดหา), PTT Station, ธุรกิจ Cafe Amazon และธุรกิจผลอื่น

[4] ความครอบคลุมของข้อมูล คำนวณจากจำนวนลูกค้าที่ทำการส่งแบบสำรวจ (ทั้งที่ตอบแบบสอบถามและไม่ได้ตอบแบบสอบถาม) หารด้วยจำนวนลูกค้าทั้งหมด

[5] การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า สํารวจจากกลุ่มลูกค้า Business-to-Business (B2B)