

บทที่ 4

การประชาสัมพันธ์...

บทบาทของไทยออยล์ในเรื่องของสิ่งแวดล้อม

"หลักการสำคัญประการหนึ่งของการประชาสัมพันธ์คือ การสร้างภาพพจน์ที่ดีขององค์การ การสร้างภาพพจน์ที่ดีเป็นพื้นฐานของการสร้างความเชื่อมั่น การสร้างความเข้าใจ และการแก้ไขปัญหายามเกิดวิกฤตการณ์" (พรทิพย์ วรภิกขุภาทร, บรรณาธิการ 2533 : 62)

ดังนั้น เรื่องของภาพพจน์จึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะสามารถจะส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของหน่วยงานได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยามที่เกิดเหตุวิกฤตการณ์ขึ้น ถ้าหน่วยงานได้สร้างสมภาพพจน์ที่ดีมาโดยตลอด การรับมือกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นกับหน่วยงานย่อมเป็นสิ่งที่ง่ายต่อการแก้ไข

ความสำคัญของการป้องกันชื่อเสียงและการมีบทบาททางสังคมของหน่วยงาน

ชื่อเสียงของหน่วยงานว่าได้ทำอะไรไปบ้างก็ต้องมีการบอกกล่าวผลงานให้ประชาชนทราบด้วยวิธีการเผยแพร่ข่าวสารไปยังประชาชน เมื่อประชาชนเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์การหรือหน่วยงานแล้วจะทำให้เกิดความร่วมมือและสนับสนุนทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น

"การสร้างชื่อเสียงและการปกป้องชื่อเสียงของหน่วยงานมิให้เสื่อมเสียมีความสำคัญมาก เพราะถ้าชื่อเสียงดี มีประชาชนให้ความไว้วางใจแล้ว มีความเชื่อมั่นและมีความชอบ ตรงกันข้ามหากประชาชนไม่ชอบไม่ให้การสนับสนุน การดำเนินงานของสถาบันแล้วจะทำให้การดำเนินงานของสถาบันเป็นไปด้วยดีได้ด้วยความยากลำบาก" (ชัยนันท์ นันทพันธ์, 2532 : 91)

กิจกรรมที่หน่วยงานหรือสถาบันดำเนินการอยู่ต้องแสดงออกถึงความซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบและการพัฒนาสังคมโดยเผยแพร่ออกไปสู่มวลชนทางวิทยุ โทรทัศน์ และทางหนังสือพิมพ์

เหล่านี้คือการสร้างชื่อเสียงของหน่วยงานโดยทั่วไป

วิธีการสร้างชื่อเสียงนั้น จะต้องมีการเผยแพร่ถึงคุณงามความดีของสถาบันหรือหน่วยงานเพื่อเรียกร้องความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน สร้างสรรค์ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับประชาชน การหาทางเพิ่มพูนจุดแข็งกลุ่มประชาชน เพื่อให้เสื่อมเสียศรัทธา เชื่อถือ และหนึ่งในวิธีการนี้ก็คือการทำ "การประชาสัมพันธ์สร้างสรรค์" โดยเฉพาะอย่างยิ่งการยึดหลักการที่จะให้หน่วยงานได้มีบทบาททางสังคม

การมีบทบาททางสังคม

ด้วยการดำเนินการให้หน่วยงานได้มีการประพฤติปฏิบัติ การเสียสละ อุทิศ บริจาคช่วยเหลือ แก่ส่วนรวมหรือสังคมในยามที่สังคมเดือดร้อน ต้องการความช่วยเหลือ การช่วยเหลือไม่จำเป็นต้องช่วยด้วย เงินเสมอไป อาจจะเป็นการช่วยด้วยกำลังกาย แรงงาน ความคิด ความรู้ ประโยชน์อื่น ๆ ก็ได้ ทั้งนี้ เพื่อ เป็นการแสดงออกของความร่วมมือเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่แสดงน้ำใจความรับผิดชอบต่อสังคมหรือการคืนกำไรให้แก่ สังคม เป็นการสร้างความสัมพันธ์ เผยแพร่ชื่อเสียงเกียรติคุณของหน่วยงานไปยังสังคมและประชาชน

* หลักสำคัญในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ คือ การประชาสัมพันธ์ต้องสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา ความเชื่อมั่นในความบริสุทธิ์ใจในการดำเนินการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการให้ข่าว แถลงข่าว การดำเนินการ ฯลฯ ให้เกิดขึ้นกับประชาชนให้ได้เสียก่อน และที่สำคัญยิ่งไปกว่านั้นก็คืออารักขาความเชื่อถือ เลื่อมใสศรัทธาที่ไว้อย่างให้เสื่อมคลาย และให้เกิดการแพร่ขยาย ถ่ายทอดศรัทธาไปยังประชาชนกลุ่มอื่นให้ กว้างขวางออกไป >

ทำไมธุรกิจจึงต้องมีการประชาสัมพันธ์

บริษัท ห้างร้าน จะอยู่ในสังคมไม่ได้หากไม่ได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชน ถ้าประชาชนไม่ เข้าใจ ไม่รู้จัก บริษัทหรือห้างร้านนั้นๆ บริษัท ห้างร้านนั้นก็ย่อมจะไม่ได้รับการสนับสนุนจากพนักงานและ ประชาชน ปัญหาที่ควรปรับปรุงแก้ไขคือ ความสัมพันธ์ ความเข้าใจกันอยู่ตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้บริษัท ห้างร้านจึงมีความจำเป็นต้องมีการดำเนินการประชาสัมพันธ์ เพื่ออารักขาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดี เพื่อ เสถียรภาพและการดำเนินกิจการของบริษัทร้านค้า

การบรรลุเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ

การประชาสัมพันธ์ในการบริหารธุรกิจการค้าจะกว้างขวางเพียงใด ขึ้นอยู่กับขนาดและประเภทของ ธุรกิจนั้นๆ เช่น ธุรกิจขนาดใหญ่ และมีวิธีการดำเนินงานสลับซับซ้อนก็ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ที่มีวิธี สลับซับซ้อนอย่างกว้างขวางมากขึ้นเป็นเงาตามตัว ตรงกันข้าม ถ้าเป็นธุรกิจที่มีการดำเนินการขนาด ย่อมหรือเล็กลงมา การประชาสัมพันธ์ก็มีความสลับซับซ้อนน้อยลง

วัตถุประสงค์ของประชาสัมพันธ์ธุรกิจการค้า

คณะกรรมการศึกษาและวิจัยแห่งสมาคมการประชาสัมพันธ์ของสหรัฐอเมริกา ได้ประมวลความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ตามโครงการการประชาสัมพันธ์ของบริษัทการค้าใหญ่ๆ รวม 25 บริษัท ได้แนวความคิดสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ของบริษัทต่างดังกกล่าวได้ดำเนินไป โดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อส่งเสริมและดำรงไว้ซึ่งชื่อเสียงเกียรติคุณและฐานะ (good will) ของบริษัท
 2. เพื่อชี้แนะทางการบริหารให้เป็นประโยชน์แก่สาธารณะและสังคมส่วนรวม
 3. เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจ และยอมรับโครงการดำเนินการของบริษัท เพื่อช่วยเพิ่มพูนการดำเนินการให้ได้มากขึ้น
 4. เพื่อให้พนักงาน เจ้าหน้าที่ของบริษัทได้มีความเข้าใจ ทราบเรื่องราวต่างารวมทั้งการดำเนินงานของบริษัท
 5. เพื่อแสดงถึงภารกิจความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม และรับผิดชอบต่อระบบเศรษฐกิจของสังคมประเทศชาติ
 6. เพื่อช่วยส่งเสริมให้ระบบธุรกิจเสรี (free enterprise system) ยืนยงคงอยู่อย่างมั่นคง
 7. เพื่อส่งเสริมการศึกษา ความรู้ความเข้าใจ ในเรื่องธุรกิจและทางเศรษฐกิจให้แก่ประชาชน
 8. เพื่อสำรวจตรวจสอบกระแสประชามติและประเมินท่าที ความรู้สึกของประชาชนที่มีต่อบริษัท เพื่อนำผลการสำรวจนั้นไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายโครงการดำเนินงานของบริษัท
 9. เพื่อเป็นการโฆษณาเผยแพร่บริษัท
- (วิจิตร อวษกุล, 2526 : 261-262)

ทำไมปัจจุบันธุรกิจการค้าจึงหันมาเน้นการประชาสัมพันธ์มากกว่าการโฆษณา

เพราะการประชาสัมพันธ์เหมาะกับธุรกิจที่มีความต้องการประกอบธุรกิจ อันยาวนานยังยืนอยู่ในสังคม ต้องการสร้างชื่อเสียง เกียรติคุณ ความยกย่อง เลื่อมใสจากประชาชน

ข้อบกพร่องของการโฆษณาที่มักพบอยู่เสมอก็คือ แทนที่จะเป็นเพียงการเชิญชวนหรือชักจูงให้ประชาชนเกิดความ "อยากจะใช้" หรือ "ซื้อบริการ" ได้มีลักษณะของการโฆษณาชวนเชื่อ (propaganda) มีลักษณะหลอกลวง จิตยโฆษณาเกินความจริง นั่นคือผู้ฟังหรือประชาชนที่มีความรู้สึกนึกคิดเกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย ราคาแพง เห็นว่าเป็นการหลอกลวง ทำให้ขาดความเชื่อถือ ส่งผลเสียต่อการประชาสัมพันธ์ในด้านภาพพจน์ (image) ของบริษัทห้างร้านที่สร้างสมมานานปี

สำหรับไทยออยล์เอง ในฐานะที่เป็นบริษัทโรงกลั่นน้ำมันสมบูรณ์แบบที่ใหญ่ที่สุด การสร้างและรักษาภาพพจน์ของบริษัทฯ ผ่านงานประชาสัมพันธ์จึงเป็นเรื่องสำคัญยิ่ง โดยจะศึกษาได้จากบทบาทของไทยออยล์ที่มีต่อเรื่องสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของกระบวนการกลั่น เรื่องของตัวผลผลิต คือ น้ำมัน จนถึงเรื่องของการสนับสนุนส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ ที่มีส่วนช่วยในการป้องกันและระดมทรัพยากรรักษาสิ่งแวดล้อม และก่อนที่จะได้ศึกษาถึงบทบาทนั้นๆ เราควรจะได้มามองถึงหลักการในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของบริษัทไทยออยล์ จากัด อย่างกว้างๆ เสียก่อน

หลักการการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของบริษัทฯ

นโยบายประชาสัมพันธ์

1. สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบริษัทฯ กับกลุ่มเป้าหมาย
2. ส่งเสริมภาพพจน์ของบริษัทฯ ในฐานะที่เป็นองค์กรที่มีความเป็นพลเมืองดี (Good Corporate Citizen) ที่หาประโยชน์ให้แก่สังคมส่วนรวม

กลุ่มเป้าหมาย

1. ผู้ถือหุ้น
2. หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ ฯลฯ
3. สื่อมวลชน / ผู้นำความคิด
4. นักเรียน / นักศึกษา
5. พนักงาน
6. ชุมชนรอบโรงกลั่น / สาธารณชนทั่วไป

ภาพพจน์ต้องประสงค์ (Desired Image)

"ไทยออยล์เป็นองค์กรที่มีการบริหารงานที่ทันสมัย และมีประสิทธิภาพ ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิตดูแลพนักงานอย่างดี และเป็นพลเมืองดี"

การดำเนินงาน: ไทยออยล์กับสิ่งแวดล้อม

ความรับผิดชอบต่อของค์การสังคมในฐานะเป็นหน่วยหนึ่งของสังคมย่อมเป็นเหตุผลสำคัญประการหนึ่งในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

"ความรับผิดชอบต่อของค์การสังคมที่มีต่อสังคม ถือเป็นภาระหน้าที่ของการเป็นพลเมืองดี ซึ่งจะต้องปฏิบัติ เพราะการที่ของค์การสังคมอยู่ได้ก็เพราะได้ใช้หรือแสวงหาผลประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่นั้น ดังนั้นจึงควรที่ของค์การหรือหน่วยงานนั้น จะได้แสดงน้ำใจและความรับผิดชอบต่อที่พึ่งกระทำอันเป็นประโยชน์ต่อสังคม" (จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์, 2534 : 21)

ซึ่งไทยออยล์ก็ได้แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมากในเรื่องของการรณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งนอกจากจะเป็นบทบาทที่มีความเหมาะสมอยู่แล้วกับการดำเนินงานของบริษัท ก็ยังเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจ และความต้องการของสังคมในปัจจุบันที่มีความกระตือรือร้นที่จะให้มลภาวะต่างๆ ทางสิ่งแวดล้อมหมดหายไป

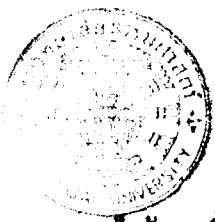
จากมาตรการสำคัญในการประกอบการของบริษัท นอกจากจะมีมาตรการด้านความปลอดภัย และด้านการประหยัดพลังงานแล้ว ก็ยังมีมาตรการด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่บริษัท ยึดถือเป็นนโยบายสำคัญประการหนึ่งด้วย การควบคุมคุณภาพสิ่งแวดล้อมของโรงกลั่นน้ำมันไทยออยล์ สามารถแบ่งรายละเอียดออกได้เป็น 2 ส่วนดังนี้

ระบบบำบัดมลสารของโรงกลั่น

ในการดำเนินการกลั่นน้ำมันของโรงกลั่น นอกจากจะได้ผลิตภัณฑ์น้ำมันสำเร็จรูปที่ต้องการแล้ว ยังมีสิ่งเจือปนอื่นๆ ที่ไม่ต้องการ หรือที่เรียกว่ามลสาร บ่อยที่สุดสภาพแวดล้อมด้วย ซึ่งเจ็ดที่วับแล้วจะอยู่ในรูปของน้ำทิ้งและอากาศเสียเป็นส่วนใหญ่

มลสารที่เจือปนในน้ำทิ้งได้แก่ น้ำมัน, สารอินทรีย์ (เช่น เมอแคปเทน, ฟีนอล, ครีซอล, ฯลฯ) และสารอนินทรีย์ต่างๆ (เจ็ดเฉพาะอย่างยิ่งสารประกอบกำมะถัน เช่น ไฮโดรเจนซัลไฟด์; H_2S และสารประกอบไนโตรเจน เช่น แอมโมเนีย; NH_3) มลสารเหล่านี้มีแหล่งกำเนิดส่วนใหญ่มาจากน้ำมันดิบและกระบวนการผลิตน้ำมัน รวมทั้งกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต

สำหรับมลสารที่ปล่อยออกทางอากาศที่สำคัญ คือ ก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO_2) และก๊าซไนโตรเจนออกไซด์ (NO_x) นอกจากนี้ยังมีก๊าซอื่นๆ ระบายออกมาด้วย เช่น ก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ (CO)



เป็นต้น ซึ่งก๊าซเหล่านี้ส่วนใหญ่มีแหล่งกำเนิดมาจากการเผาไหม้ของเชื้อเพลิงในกระบวนการกลั่นน้ำมันและ
ผลิตก๊าซ

โรงกลั่นไทยออยส์ได้ตระหนักถึงคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่อาจเสื่อมลงเนื่องจากมลสารดังกล่าว จึงได้มีการจัดการเพื่อควบคุมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ดังต่อไปนี้

1. คุณภาพน้ำทิ้ง โรงกลั่นได้จำแนกประเภทของน้ำทิ้งออกตามระดับการปนเปื้อนและชนิดของสารที่เจือปน เพื่อสะดวกในการบำบัดด้วยวิธีการต่างๆ ตามความเหมาะสม เช่น น้ำทิ้งจากกระบวนการผลิตซึ่งถือว่ามี การปนเปื้อนของสารต่างๆ มากที่สุด จะต้องได้รับการบำบัดเป็นพิเศษ ulyenขั้นตอนจะผ่านเข้าสู่หน่วย Sour Water Stripper เพื่อกำจัด H_2S และ NH_3 ในน้ำทิ้งออกก่อนเข้าสู่ระบบบำบัดน้ำเสีย (Effluent Treatment Plant หรือ ETP) ซึ่งประกอบด้วยหน่วยต่างๆ ได้แก่

- หน่วยกำจัดน้ำมัน (API Separator) เพื่อแยกน้ำมันที่ปนมากับน้ำทิ้ง ซึ่งอยู่ในรูปของตะกอน และน้ำมันลอยผา ulyenใช้เครื่องมือกลกวาดแยกออกจากน้ำ

- บ่อเติมอากาศ (Oxidation Tank) เป็นการเติมอากาศเข้าไปในน้ำทิ้งเพื่อกำจัดสารประกอบบางประเภทที่หลงเหลือในน้ำ

- บ่อกำจัดสารแขวนลอย (Flocculation Tank) ulyenการเติมสารเคมีบางชนิด เพื่อให้ตะกอนแขวนลอยต่างๆ จับตัวมีขนาดใหญ่ขึ้นและแยกออกจากน้ำ จากนั้นจึงเข้าบ่อแยกตะกอน (Dissolved Air Flootation) ซึ่งอาศัยฟองอากาศเล็กๆ พุงตะกอนให้ลอยสู่ผิวน้ำและใช้เครื่องมือกลปาดออก

- หน่วยบำบัดน้ำเสียโดยอาศัยจุลินทรีย์ (Biotreater) ซึ่งจะย่อยสลายสารอินทรีย์ต่างๆ ที่ยังเหลืออยู่ในน้ำทิ้ง

สำหรับน้ำทิ้งจากกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีการปนเปื้อนน้อยกว่าก็จะได้รับการบำบัดด้วยขั้นตอนที่น้อยกว่า ulyenผ่านน้ำเสียเข้าสู่บ่อกักน้ำ (Surge Pond) เพื่อส่งต่อไปยังหน่วยบำบัดอีกชุดหนึ่งของระบบ ETP ซึ่งได้ติดตั้งอุปกรณ์แยกน้ำมันไว้ ทั้งนี้ขึ้นกับประเภทของน้ำเสีย ซึ่งมีชนิดและปริมาณของสารปนเปื้อนในระดับต่างๆ กัน

นอกจากนี้ โรงกลั่นได้จัดเตรียมระบบรับน้ำทิ้งที่ปนเปื้อนน้ำมันจากห้องเรือที่มาเทียบท่าของโรงกลั่น (Oily Water Reception Facilities) เพื่อนำเข้าบำบัดในระบบ ETP ก่อนปล่อยสู่ทะเลด้วย

2. คุณภาพอากาศ การลดปริมาณก๊าซ SO₂ ที่ปล่อยสู่บรรยากาศ ซึ่งส่วนใหญ่มาจากการเผาไหม้ของ น้ำมันเชื้อเพลิงและก๊าซเชื้อเพลิงในกระบวนการผลิตของโรงกลั่นนั้น ต้องควบคุมที่ปริมาณของกำมะถันใน เชื้อเพลิงดังกล่าว ซึ่งโรงกลั่นได้สร้างหน่วยแยกสารประกอบกำมะถันออกจากก๊าซเชื้อเพลิง เรียกว่า ADIP Treating Unit โดยหน่วย ADIP นี้จะดูดซับก๊าซ H₂S ที่เจือปนในก๊าซเชื้อเพลิงก่อนที่จะนำไปใช้ ปริมาณก๊าซ SO₂ ที่เกิดจากการเผาไหม้จึงลดลงอย่างมาก สำหรับก๊าซ H₂S ที่แยกออกมาจะถูกนำ เข้าหน่วยแยกกำมะถัน (Sulphur Recovery Unit) เพื่อเปลี่ยนรูปจากก๊าซ H₂S ให้เป็นธาตุกำมะถัน จะเห็นว่า นอกจากจะสามารถลดผลกระทบด้านคุณภาพอากาศแล้ว ยังมีผลพลอยได้อื่นๆ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่ง ของการผลิตด้วย

นอกจากนี้ โรงกลั่นได้สร้างปล่องระบายไอเสียสูงถึง 140 เมตร ซึ่งมีความสูงเพียงพอที่จะกระจาย ก๊าซต่างๆ ที่มาจากการเผาไหม้ของเชื้อเพลิงที่ใช้ในกระบวนการกลั่น และการดำเนินงานอื่นๆ ของ โรงกลั่นให้เจือจางลงอย่างมาก ซึ่งนับว่าช่วยลดผลกระทบลงได้อีกทางหนึ่ง

2

การติดตามตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อม



โรงกลั่นใหม่เพียงแต่ควบคุมและลดปริมาณมลสารต่างๆ ที่ปล่อยสู่สภาพแวดล้อมให้เป็นไปตามมาตรฐาน ที่สำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ และกระทรวงอุตสาหกรรมกำหนดไว้เท่านั้น แต่ยังสามารถดำเนินการตรวจวัดคุณภาพน้ำทั้ง น้ำทะเล และอากาศเป็นระยะๆ พร้อมทั้งติดตามการเปลี่ยนแปลงคุณภาพสิ่งแวดล้อมอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อดำรงรักษาคุณภาพของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ในสภาพที่ดีตลอดไป

ระบบควบคุมมลภาวะตามที่ได้กล่าวมานั้น บริษัทฯ ได้ลงทุนไปเป็นเงินมูลค่ากว่า 500 ล้านบาท และเป็นระบบที่ทันสมัยที่สุดในกลุ่มอุตสาหกรรมปิโตร เลียมในปัจจุบัน

จึงเห็นได้ว่าไทยออยล์ตระหนักถึงผลกระทบต่างๆ ที่เกิดจากการดำเนินงานของตน ไม่ได้ละเลยหรือหลีกเลี่ยงปัญหาแต่อย่างใด หากแสดงความรับผิดชอบด้วยการลงมือทำ และต้องเป็นการทำที่ดีที่สุดด้วย ซึ่ง ณ จุดนี้ ก็เป็นส่วนหนึ่งของหลักเกณฑ์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างสรรคภาพพจน์ที่ดีของบริษัทฯ

สำหรับไทยออยล์เอง ก็ได้ทำการประชาสัมพันธ์บทบาทของตนออกไป ส่วนใหญ่จะเป็นไปในลักษณะของข่าวเผยแพร่ วิทยุซีแฉงและบอกกล่าวให้สาธารณชนทั่วไปได้ทราบว่าไทยออยล์ได้ดำเนินการอะไรลงไปบ้างในเรื่องของสิ่งแวดล้อม วิทยุเฉพาะเกี่ยวกับทางด้านโรงกลั่น และได้มีการติดตั้งระบบใหม่ฯ อะไรเพิ่มเติมบ้างในอันที่จะเข้ามาเสริมในด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้แล้ว ทางโรงกลั่นก็ได้มีการจัดนำกลุ่มผู้มาหมู่บ้าน ผู้ใหญ่บ้าน นายอำเภอ ชาวบ้านที่อยู่รอบๆ โรงกลั่น เข้าเยี่ยมชมการดำเนินงานของโรงกลั่นด้วย เพื่อเป็นการให้ประชาชนผู้เกี่ยวข้องและสนใจได้มีโอกาสเข้ามาสัมผัสและมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง เพราะได้เห็นถึงการดำเนินงานต่างๆ ด้วยตนเอง รวมถึงได้รับความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับโรงกลั่นไทยออยล์ด้วย ซึ่งในส่วนนี้ก็จะช่วยเสริมความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมาย ผู้ซึ่งจะมีส่วนในการรับเอาความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนถึงความประทับใจที่ได้รับจากไทยออยล์ ไปเผยแพร่อีกด้วย ทำให้การดำเนินงานของไทยออยล์อยู่ในความยอมรับและความเชื่อถือของประชาชนทั่วไป

บทบาทของไทยออยล์ในเรื่องของสิ่งแวดล้อมมิได้จำกัดอยู่ในเรื่องของโรงกลั่นแต่อย่างใด แต่ได้ครอบคลุมไปในส่วนของการสนับสนุน ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ในการณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อมอีกด้วย เช่น เป็นสมาชิกของสมาคมสร้างสรรคไทย ให้การสนับสนุนกิจกรรมของมูลนิธิราชพฤกษ์ จนถึงเป็นผู้ร่วมสนับสนุน (sponsor) ในการจัดพิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์สัตว์ป่า ฯลฯ

และเกี่ยวกับทางด้านสื่อสิ่งพิมพ์เช่นกัน ตามแต่ระยะเวลาและโอกาสที่เหมาะสม ไทยออยล์ก็จะลงโฆษณา โดยเป็นรูปแบบของการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งในระยะหลังๆ นี้ แนวคิดส่วนใหญ่ก็จะเน้นไปในเรื่องของสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการกระตุ้นและสนับสนุนการตื่นตัวของสังคมที่มีต่อเรื่องนี้ให้มากขึ้น ซึ่งรูปแบบ หรือ แนวคิดที่นำเสนอ ก็จะออกมาในลักษณะที่หลากหลาย เช่น เทคโนโลยี กับ สิ่งแวดล้อม / ต้นไม้ กับ ชีวิต เป็นต้น

และบทบาทของไทยออยล์ในเรื่องของสิ่งแวดล้อมที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ ไทยออยล์ได้เป็นหนึ่งในผู้บุกเบิกแรกเริ่มที่ส่งผลต่อการจัดตั้ง "กลุ่มอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของวงการอุตสาหกรรมน้ำมัน" / "Oil

Industry Environmental Safety Group (IESG)" เมื่อประมาณ 20 ปีที่แล้ว โดยมีเจตนาารมณ์ร่วมกันดังนี้ คือ สมาชิกกลุ่มอนุรักษ์สภาพแวดล้อม ของวงการอุตสาหกรรมน้ำมัน จะร่วมมือกันปกป้องและอนุรักษ์สภาพแวดล้อมทั้งทางอากาศ น้ำ และดิน มิให้ได้รับผลกระทบทางมลภาวะจากการปฏิบัติการทางธุรกิจของกลุ่มสมาชิกในพื้นที่ประเทศไทย

กลุ่มอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของวงการอุตสาหกรรมน้ำมัน ซึ่งเกิดขึ้นด้วยข้อตกลงความร่วมมือระหว่างบริษัทน้ำมันต่างๆ มีความเป็นมาที่สำคัญดังนี้

พ.ศ. 2511 ได้มีการตกลงกันอย่างไม่เป็นทางการ ระหว่างโรงกลั่นน้ำมันของบริษัทเอสซีจี กับบริษัทไทยออยล์ ที่ศรีราชา ในการให้ความช่วยเหลือและร่วมมือซึ่งกันและกัน ทั้งในด้านวัสดุอุปกรณ์และกำลังคน ในการกำจัดคราบน้ำมันหก ณ บริเวณท่าเรือของทั้งสองบริษัท

พ.ศ. 2513 วันที่ 18 มีนาคม มีการประชุมกันอย่างเป็นทางการในระดับผู้บริหารของบริษัทศาลเท็กซ์ เอสซีจี เซลล์ ซันมิท และไทยออยล์ ตกลงให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการขึ้นจากตัวแทนของบริษัททั้ง 5 เพื่อทำหน้าที่ประสานงานร่วมกัน ในการป้องกันและกำจัดน้ำมันหกทางทะเล ซึ่งอาจนับได้ว่าปี พ.ศ. 2513 เป็นปีแห่งการก่อตั้งกลุ่มฯ ในช่วงเวลานั้น ได้มีตัวแทนจากบริษัท ไทยขนส่งน้ำมัน และรัมบิล เข้าร่วมเป็นคณะกรรมการด้วย โดยตัวแทนจากบริษัทเอสซีจีรับทำหน้าที่เป็นประธานคณะกรรมการคนแรก และตกลงกันว่าประธานคณะกรรมการจะหมุนเวียนเปลี่ยนกันตามกลุ่มสมาชิกวาระละ 1 ปี จากนั้นได้เริ่มดำเนินการร่างข้อระเบียบและกฎเกณฑ์ต่างๆ ในการให้ความช่วยเหลือและร่วมมือซึ่งกันและกัน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับอุปกรณ์ในการกำจัดคราบน้ำมัน และมีการจัดตั้งคณะกรรมการ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มกรุงเทพฯ กลุ่มศรีราชา และกลุ่มภาคใต้ แต่ละกลุ่มมีขอบเขตการรับผิดชอบในพื้นที่การปฏิบัติงานของตน

พ.ศ. 2521 องค์การเชื้อเพลิงร่วมเข้าเป็นสมาชิก ซึ่งต่อมาได้เปลี่ยนเป็นการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2522

พ.ศ. 2524 กรมการพลังงานทหารเข้าร่วมเป็นสมาชิก

พ.ศ. 2525 บริษัทซันมิท เลิกกิจการในประเทศไทย สิ้นสุดการเป็นสมาชิก

พ.ศ. 2526 บริษัทไทยเซลล์ฯ เข้าร่วมเป็นสมาชิก

พ.ศ. 2528 บริษัท บางจากปิโตรเลียม เข้าร่วมเป็นสมาชิก

พ.ศ. 2531 บริษัท บริติช ปิโตรเลียม (บีพี) เข้าร่วมเป็นสมาชิก

พ.ศ. 2532 บริษัท ไทยขนส่งน้ำมัน ร่วมกิจการกับ ไทยออยล์

ปัจจุบัน เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า กลุ่มอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของวงการอุตสาหกรรมน้ำมัน หรือที่เรียกกันย่อๆ ว่า IESG คือผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของประเทศไทย

การดำเนินงาน:

ให้ความสนใจต่อการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของประเทศไทย

- ให้ความร่วมมือกับส่วนราชการ องค์กร และภาคอุตสาหกรรมอื่น ๆ ในประเทศไทย เกี่ยวกับการควบคุมมลภาวะ
- ชี้แจงและแนะนำให้สมาชิกกลุ่ม ทราบถึงกฎระเบียบของทางราชการ ในการที่จะปกป้องสภาวะแวดล้อมทั้งทางน้ำ ดิน และอากาศ ตลอดจนการรบกวนจากของเสีย แสง และเสียง
- สนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการลดมลภาวะ
- จัดให้มีการรวมกลุ่มคณะกรรมการ ตามพื้นที่การปฏิบัติงานของสมาชิกกลุ่มในประเทศไทย และติดตามการทำงานของกลุ่มย่อยดังกล่าว เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามความมุ่งหมายของกลุ่ม
- แนะนำวิธีการและเตรียมแผนการกำจัดคราบน้ำมันที่หก
- พิจารณาและแนะนำความเป็นไปได้ในการให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน
- แจ้งให้สมาชิกกลุ่มทราบถึงอุปกรณ์ป้องกันมลภาวะต่างๆ ที่มี และบุคลากรที่ดูแลรับผิดชอบตามหน่วยงานของสมาชิก
- จัดให้มีการฝึกอบรมเพื่อความพร้อมและประสิทธิภาพในการจัดการกับน้ำมันหกหรือมลภาวะอื่น ๆ

ดังนั้น การเป็นสมาชิกของกลุ่ม IESG จึงเป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งที่เข้ามาเพิ่มบทบาทให้กับไทยอยยล์ในเรื่องของสิ่งแวดล้อม พร้อมกับเพิ่มความสัมพันธ์อันดีระหว่างไทยอยยล์กับส่วนราชการและองค์กรต่างๆ ที่ร่วมเป็นสมาชิกอยู่ด้วย

ส่วนในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำมันที่โรงกลั่นผลิตออกมาเพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้า นั้น เป็นไปตามนโยบายของรัฐ ซึ่งปัจจุบัน รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในประเทศเป็นอย่างมาก จนทำให้รัฐบาลแก้ไขเปลี่ยนแปลงนโยบายพลังงานหลายประการ เพื่อบรรเทาปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นพิษให้ลดลง เช่น กำหนดให้มีการเปลี่ยนแปลงคุณภาพของน้ำมันสำเร็จรูป อาทิเช่น ลดปริมาณสารตะกั่วในน้ำมันเบนซินให้น้อยลง ส่งเสริมให้ใช้น้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ปรับปรุงคุณภาพของน้ำมันดีเซลโดยการลดปริมาณกำมะถันและจุดกลั่น พร้อมทั้งกำลังดำเนินการลดปริมาณกำมะถันในน้ำมันเตา เป็นต้น รัฐบาลประกาศลดกำมะถันในน้ำมันดีเซลจากเดิมที่กำหนดให้มีได้สูงสุดไม่เกิน 1.0% อดยน้ำหนัก (1% wt) ก็ลดลงเหลือ 0.5% wt ทั้งยังกำหนดจะลดจุดเดือด (ในการกลั่นน้ำมันดีเซล) ที่การระเหยร้อยละ 90 ซึ่งรัฐบาลกำหนดและประกาศโดยกระทรวงพาณิชย์ (Boiling point at 90% recovery) ให้เหลือเพียง 357°C ภายในเดือนกันยายน 2535 (ซึ่งปัจจุบันยังขึ้นอยู่กับ 370°C)

ทางด้านไทยออยล์ ในฐานะที่เป็นผู้ผลิตที่ใหญ่ที่สุดของประเทศก็ได้พยายามที่จะสนองตอบเจตนาารมณ์ของรัฐบาลอย่างเต็มกำลังความสามารถ โดยในขณะนี้ยังไม่มีโรงกลั่นในประเทศแห่งใดที่จะสามารถผลิตน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วได้เอง ต้องอาศัยการนำเข้าจากต่างประเทศทั้งหมด ทว่าไทยออยล์ได้มีการมองการณ์ไกลอยู่ตลอดเวลา เพราะได้วางแผนการดำเนินงานก่อสร้าง TOC 4 (หน่วยกลั่นที่ 4) และติดตั้งอุปกรณ์สำคัญ คือ Continuous Catalyst Regeneration Platformer หรือ CCR Platformer (ซึ่งเป็นหน่วยที่สำคัญมาก เนื่องจากสามารถเพิ่มค่าออกเทนน้ำมันได้ถึง 100-102 ออกเทน) ให้แล้วเสร็จประมาณเดือนมิถุนายน 2535 หลังจากนั้น ในเดือนกันยายน 2535 ไทยออยล์ก็พร้อมจะผลิตน้ำมันไร้สารตะกั่วออกจำหน่ายในท้องตลาดได้ทันที

ส่วนน้ำมันดีเซล ปัจจุบัน กำลังการผลิตน้ำมันดีเซลภายในประเทศรวมทั้งหมดประมาณ 480 ล้านลิตร/เดือน ขณะที่ความต้องการของผู้ใช้มีมากกว่ากำลังที่ผลิตได้ คือประมาณ 800 ล้านลิตร/เดือน ซึ่งประเทศไทยมีการนำเข้าน้ำมันดีเซลมาโดยตลอด ปี 2534 นับถึงไตรมาสที่สาม เรามีการนำเข้าน้ำมันดีเซลเฉลี่ยเดือนละ 370 ล้านลิตร

สำหรับไทยออยล์ซึ่งเป็นโรงกลั่นที่มีกำลังผลิตสูงที่สุดในประเทศ จะผลิตน้ำมันดีเซลออกสู่ตลาดประมาณเดือนละ 200 ล้านลิตร หรือ เพียง 48% ของกำลังการกลั่นภายในประเทศ ปัจจุบันไทยออยล์ผลิตน้ำมันดีเซลที่ 90% ด้วยอุณหภูมิการกลั่น 355°C และมีปริมาณกำมะถัน 0.5% wt ซึ่งเป็นข้อกำหนดคุณภาพน้ำมันดีเซลหมุนเร็วที่ใช้เฉพาะของไทยออยล์เท่านั้น และนับว่ามีความเข้มงวดกว่าที่ทางราชการกำหนดไว้คือ 357°C โดยแม้ว่าการสนองนโยบายของรัฐด้วยการผลิตดีเซลที่ลดจุดเดือดลง จะทำให้ผลิตภัณฑ์น้ำมันดีเซลของไทยออยล์หายไป 5-7% และมีการนำเข้าน้ำมันดีเซลจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นโดยรวมแล้ว ไทยออยล์ก็ยังคงตระหนักถึงความสำคัญของการลด หรือ ขจัดปัญหามลพิษบนท้องถนน ที่กำลังโจมตีหลายสภาวะแวดล้อมให้เสื่อมสลายอยู่ทุกวันมากกว่า ซึ่งก็เห็นได้ว่าไทยออยล์ได้พยายามอย่างสุดความสามารถที่จะดำเนินงานของคณาที่อยู่ในสภาวะที่สอดคล้องและเกื้อกูลกันกับความต้องการของสังคม เป็นการแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบของบริษัทฯ ที่มีอยู่อย่างสูง

นอกจากนี้แล้ว ก็ยังมีการประชาสัมพันธ์ภายใน คือมีการลงบทความ ข่าวคราวความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และการดำเนินงานของบริษัทฯ เองในเรื่องนี้ให้พนักงานได้ทราบ และเกิดความเข้าใจพอที่จะเผยแพร่ข่าวสารของบริษัทฯ ออกไปให้เป็นที่ยอมรับของคณาภายนอกหน่วยงานได้ ทั้งนี้โดยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ภายใน เช่น วารสาร "อัคนี" และแผ่นพับต่างๆ เป็นต้น