



# บางจากฯ และผู้มีส่วนได้เสีย

## การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ ได้มีการปรับปรุงกระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ขององค์กรให้สอดคล้องกับสถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลก โดยมีการวางแผนเพื่อพัฒนาแนวทาง/กรอบความคิดที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ทั้งเรื่อง การสำรวจสภาพแวดล้อมของธุรกิจ (Business Environment Scanning) การจัดทำฐานข้อมูล (Big Data) การประเมินภาพจำลอง (Scenario) และความเสี่ยงที่ผ่านการประเมินผลได้ผลเสียอย่างรอบด้าน (Intelligent Risks) และในช่วงปลายปี 2561 มีการทบทวนการระบุและจัดลำดับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียสำคัญขององค์กร (Disclosure 102-42) ให้ครบถ้วนและครอบคลุมกับการขยายกลุ่มธุรกิจตลาดที่มากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าและคู่ค้า เพื่อเตรียมการเก็บข้อมูลจากผู้รับผิดชอบและนำข้อมูลมาใช้ประกอบการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในปี 2562 ต่อไป โดยมีกระบวนการดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสีย ดังแผนภาพ

ผลการดำเนินงานเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียในรายงานฉบับนี้ เป็นการดำเนินงานตลอดปี 2561 ที่บริษัทฯ ยังคงใช้การจำแนกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ออกเป็น 9 กลุ่มเช่นเดิม (Disclosure 102-40) ได้แก่ พนักงาน คู่ค้า ลูกค้า ผู้ถือหุ้น สังคมและชุมชน สื่อมวลชน เจ้าหนี้ หน่วยงานราชการ และคู่แข่งทางการค้า ซึ่งมีหน่วยงานรับผิดชอบ อัตรากำลัง อำนาจหน้าที่ ช่องทางการสื่อสารและการตอบสนองทั้งเชิงกลยุทธ์ระยะยาว และระดับแผนงานย่อยระยะสั้น เพื่อให้เป็นไปตามแผนองค์กร และสอดคล้องกับความสนใจ ความคาดหวังและความต้องการ (Interest, Concern and Expectation) ของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มอย่างชัดเจน ซึ่งในปี 2561 บริษัทฯ ได้มีวิธีการดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสียในหลากหลายรูปแบบ ดังนี้

### สื่อมวลชน

1. การจัดแถลงข่าว/ Press Release
2. การเยี่ยมเยียนสื่อมวลชนทุกไตรมาส
3. Press Tour
4. การจัดสัมมนาพิเศษในวาระต่างๆ ตามที่แต่ละสื่อต้องการ



### เจ้าหนี้

1. การประชุมนักวิเคราะห์
2. การพบปะหารือ
3. การเยี่ยมชมกิจการ



### คู่แข่งทางการค้า

1. การติดตามผลการดำเนินงานสภาพตลาดจากข้อมูลกรมธุรกิจพลังงาน
2. การศึกษาข้อมูลคู่แข่งผ่านรายงานทางการเงินและนำเสนอผู้เกี่ยวข้อง
3. การร่วมมือและประสานงานร่วมกันกับคู่แข่งในประเด็นที่ภาครัฐขอความร่วมมือ
4. การติดตามข่าวสาร และกิจกรรมทางการตลาด
5. การให้ข้อมูลทางการตลาดที่ไม่กระทบคู่แข่ง



### หน่วยงานราชการ

1. การพบปะ ชี้แจง พุดคุย
2. การเข้าร่วมโครงการของหน่วยงานราชการ
3. การพุดคุยระหว่างการเยี่ยมชมกิจการ



# การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสีย (Disclosure 102-43)

## พนักงาน

1. การสำรวจและประเมินความผูกพันพนักงาน
2. Engagement Ambassador และกิจกรรมสร้างความผูกพันพนักงาน
3. ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฯ พบพนักงานทุกไตรมาส
4. การจัดให้มีกล่องรับความคิดเห็น CEO Box และการตอบข้อสงสัยผ่านอีเมลหรือเสียงตามสาย
5. การสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ภายในองค์กร
6. การสำรวจ Lifestyle Survey พนักงาน
7. คณะกรรมการลูกจ้าง

## สังคมและชุมชน

1. การประเมินผลความต้องการและความผูกพันชุมชนประจำปี
2. การทำ Focus Group ของกลุ่มชุมชน (ผู้นำชุมชน)
3. พนักงานชุมชนสัมพันธ์/ การลงพื้นที่พูดคุย
4. การสัมมนาคณะกรรมการชุมชน/การประชุมคณะกรรมการสถานศึกษา/การประชุมร่วมกับคณะกรรมการสหกรณ์ การเกษตร
5. ช่องทางสื่อสารอื่นๆ/ รับร้องเรียน โทรศัพท์สายตรง/ ป้ายบอร์ดประชาสัมพันธ์

## ลูกค้า

1. การจัดสัมมนาคู่ค้าประจำปี
2. การจัดประชุมผลการปฏิบัติงานประจำเดือน
3. การสำรวจความพึงพอใจ/ ความต้องการ/ ความคาดหวังคู่ค้า
4. การเยี่ยมลูกค้าในพื้นที่

## ผู้ถือหุ้น

1. การประชุมสามัญประจำปี
2. IR Activity เช่น Analyst meeting/ Roadshow/ Site visit/ Company visit/ Conference call/ SET Opportunity Day/ SET in the city
3. การหารือ พูดคุย สอบถาม ตอบคำถาม รับฟังข้อเสนอแนะผ่านการประชุม โทรศัพท์ email และ website
4. IR Website/ IR material เช่น ND&A, e-News letter รายไตรมาส ซึ่งมีบทสัมภาษณ์มุมมองของผู้บริหาร

## ลูกค้า

1. การสำรวจการเป็นสถานีบริการน้ำมันที่ลูกค้านำเสนอต่อยี่ห้อต่างๆ (Net Promoter Score: NPS)
2. การสำรวจความต้องการ/ ความพึงพอใจลูกค้า
3. Call Center
4. BCP's Line Official & Social Media
5. BCP's Club Card
6. BCP's Mobile Application
7. พนักงานบริการหน้าลาน

## ลูกค้าอุตสาหกรรม/ ลูกค้ากลุ่มน้ำมันเครื่อง

1. ผู้แทนการตลาด/ ผู้จัดการ
2. การสัมมนากลุ่มลูกค้าธุรกิจต่างๆ
3. พนักงานบริการด้านเทคนิค/ให้คำปรึกษาผลิตภัณฑ์

## ลูกค้าเข้าพื้นที่ในสถานีบริการ

1. การประชุมร่วมกับพันธมิตร
2. การสำรวจพื้นที่หน้างานจริงร่วมกันพันธมิตร
3. การแลกเปลี่ยนข้อมูลทำเลที่มีศักยภาพ



## สถานีบริการน้ำมัน (ผู้ประกอบการสถานีบริการ/ สหกรณ์การเกษตร/ บก. บางจากกรีนแก)

1. ผู้แทนการตลาด/ ผู้จัดการ
2. การประชุมกลุ่มย่อยรายเดือน/ ไตรมาส
3. ส่วนบริหารประสบการณ์ลูกค้า/ ส่วนบริหารลูกค้าสัมพันธ์/ ส่วนประกันคุณภาพและปรับปรุงเครือข่าย/ ส่วนพัฒนาพื้นที่ธุรกิจค้าปลีกสถานีบริการ
4. การประชุมประจำปีของสหกรณ์
5. คณะกรรมการ CO-OP DC
6. การประชุมผู้จัดการสถานีบริการ
7. การสัมมนาพนักงานบริการ
8. Line Group สำหรับผู้ประกอบการ
9. Call Center
10. การสำรวจความพึงพอใจ

สีของอักษรแสดงความถี่ในการดำเนินงาน (Disclosure 102-43)

- เป็นประจำ/ สม่ำเสมอ/ ทุกเดือน
- รายไตรมาส
- รายปี

ผลการดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder)	ความคาดหวัง/ความต้องการ (Disclosure 102-44)	สิ่งที่ยุทธศาสตร์ตอบสนอง ปี 2561 (Disclosure 102-43)
 <p><b>พนักงานประจำ*</b> *บริษัทว่าจ้างพนักงานแบบสัญญาประจำและเต็มเวลาเท่านั้น ไม่มีการจ้างแบบชั่วคราว (Part Time) รวมถึงไม่มีการจ้างงานแบบ Self-employed และไม่มีการเปลี่ยนแปลงอัตรากำลังตามฤดูกาล</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ระบบการประเมินผลงานประจำปี</li> <li>2. โอกาสทางอาชีพ</li> <li>3. การชมเชยและการให้รางวัล</li> <li>4. การจัดการคนเก่งและบุคลากร</li> <li>5. หัวหน้างานโดยตรง (การสอนงาน การให้ Feedback การให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ การพูดคุยเรื่องการทำงาน จุดแข็ง จุดอ่อนและการพัฒนา)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 สื่อสารและให้คำปรึกษาเรื่องหลักเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน การปรับระดับ และวิธีการประเมินผลงานครบทุกหน่วยงาน</li> <li>1.2 ขยายการใช้ระบบประเมินแบบ 360 องศาให้ครอบคลุมตั้งแต่ระดับ Senior Manager (ผู้จัดการอาวุโส) ขึ้นไป</li> <li>2.1 การจัดทำโครงสร้าง Job Family ตามลักษณะ Technical Competency และ Soft Skill เพื่อให้พนักงานทราบถึงเส้นทางการเติบโตในอนาคตของตนเองและผลักดันให้เกิดการเรียนรู้มากขึ้น</li> <li>2.2 Trusted Leader ให้เทคนิคการสื่อสารแก่ Manager เพื่อสื่อสารกับพนักงานของตนเองในเรื่อง การประเมิน เกณฑ์การประเมิน และ Career path</li> <li>3.1 ศึกษาการบริหารค่าตอบแทนให้สอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการของพนักงานรุ่นใหม่และการจ่ายค่าตอบแทนระยะยาว ส่งผลให้มีการปรับโครงสร้างเงินเดือน และมีความยืดหยุ่นมากขึ้น</li> <li>4.1 จัดทำเกณฑ์การคัดเลือกพนักงานที่ผ่านการพิจารณาผลการปฏิบัติงาน ชัดความสามารถที่เหมาะสม ผลการประเมินสมรรถนะ และทักษะเชิงผู้นำด้วย Assessment Center เป็น Talent Pool ซึ่งจะได้รับการพัฒนาพิเศษ และอยู่ในแผนสืบทอดตำแหน่งที่เป็น Critical Position</li> <li>5.1 จัดทำ Leadership Tips &amp; Tools ให้กับระดับหัวหน้างานและมุ่งเน้นการพูดคุย one on one</li> <li>5.2 โครงการจัดอบรม Coaching and Feedback</li> </ol>
 <p><b>ชุมชนและสังคม</b></p>	<p><b>ชุมชนและสังคมระยะใกล้</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การดำเนินงานธุรกิจด้วยความปลอดภัย</li> <li>2. การดูแลคุณภาพสิ่งแวดล้อม</li> <li>3. การรับรู้ข้อมูลด้านความปลอดภัยและการปฏิบัติเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน</li> <li>4. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 มีระบบจัดการความปลอดภัยเชิงรุกโดยยกระดับมาตรฐานระบบความปลอดภัย (PSM)</li> <li>1.2 การเปิดบ้านเยี่ยมชมโรงงานเพื่อสร้างความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายที่อาศัยใกล้พื้นที่โรงงาน</li> <li>2.1 มีระบบจัดการสิ่งแวดล้อมเชิงรุก โดยนำระบบ Carbon Footprint, Water Footprint, 3Rs มาใช้ในกระบวนการทำงาน</li> <li>2.2 การเฝ้าระวังสิ่งแวดล้อมเชิงรุก โดยเพิ่มการติดตั้งสถานีตรวจวัดคุณภาพอากาศในบรรยากาศ (AQMs : Air Quality Monitoring System) และป้ายแสดงคุณภาพสิ่งแวดล้อมออนไลน์ (LED Board) รอบโรงงาน</li> <li>3.1 จัดให้มีการทบทวนแผนฉุกเฉิน การซ้อมดับเพลิง การอบรมปฐมพยาบาลเบื้องต้น (CPR และ AED) ร่วมกับสำนักงานเขตพระโขนง ชุมชนรอบโรงงาน โรงเรียนและคอนโดมิเนียม</li> <li>4.1 จัดโครงการให้ชุมชน 8 ด้าน ได้แก่ ด้านการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัย ด้านคุณภาพชีวิต ด้านเศรษฐกิจ ด้านกีฬา ด้านความสัมพันธ์ และด้านสาธารณประโยชน์ ครอบคลุมทุกช่วงวัย</li> </ol>



## เป้าหมาย ปี 2561

## ผลลัพธ์ ปี 2561

## แผนงานในอนาคต

<ol style="list-style-type: none"> <li>เป้าหมายพนักงานเข้าร่วมการสำรวจความผูกพันพนักงานมีคะแนนสูงขึ้นกว่าปี 2560 (ปี 2560 ร้อยละ 99.75)</li> <li>คะแนนความผูกพันพนักงาน ร้อยละ 64</li> <li>อัตราการเลื่อนตำแหน่ง ของพนักงานที่เป็น Talent ในตลาดมีอัตราส่วน ร้อยละ 10 - 15</li> <li>อัตราการลาออกพนักงานไม่เกิน ร้อยละ 5 เทียบธุรกิจ Oil &amp; Gas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>พนักงานเข้าร่วมการสำรวจความผูกพันพนักงานสูงสุดเป็นประวัติการณ์ ร้อยละ 99.84</li> <li>ผลสำรวจความผูกพันพนักงาน ประจำปี 2561 โดยภาพรวมเท่ากับ ร้อยละ 69 เพิ่มขึ้นจากปี 2560 โดยมีประเด็นที่สำคัญดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ระบบการประเมินผลงานประจำปี เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 58 จากเดิมร้อยละ 46</li> <li>- โอกาสทางอาชีพ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 52 จากเดิมร้อยละ 46</li> <li>- การชมเชยและการให้รางวัล เพิ่มขึ้น เป็นร้อยละ 52 จากเดิมร้อยละ 49</li> <li>- การจัดการคนเก่งและบุคลากร เพิ่มขึ้น เป็นร้อยละ 51 จากเดิมร้อยละ 44</li> <li>- หัวหน้างานโดยตรง เพิ่มขึ้นร้อยละ 62 จากเดิมร้อยละ 52</li> </ul> </li> <li>อัตราการเลื่อนตำแหน่ง ร้อยละ 13.92</li> <li>อัตราการลาออกพนักงาน ร้อยละ 3.55 ลดลงจากปี 2560</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>การจัดทำโครงสร้าง Job Family ตามลักษณะ Technical Competency และ Soft Skill เพื่อให้พนักงานทราบถึงเส้นทางการเติบโตในอนาคตของตนเอง และผลักดันให้เกิดการเรียนรู้มากขึ้น จะแล้วเสร็จในปี 2562</li> </ol>
<ol style="list-style-type: none"> <li>ริเริ่มโครงการใหม่ตามระบบ PSM 2 เรื่อง</li> <li>คุณภาพอากาศที่ตรวจวัด อยู่ในค่ามาตรฐาน 100%</li> <li>ดำเนินการประเมิน และ ทวนสอบ Carbon Footprint</li> <li>ควบคุมให้การจัดการของเสีย เป็นไปตามหลัก 3Rs</li> <li>จัดกิจกรรมอบรมและซ้อมอพยพหนีไฟ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้งต่อโรงเรียน หรือต่อคอนโด</li> <li>จัดกิจกรรมทบทวนแผนปฏิบัติการ ถูกเงิน/แผนอพยพกับชุมชนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง</li> <li>ผลประเมินความพึงพอใจงานชุมชนสัมพันธ์ในมิติต่างๆ อย่างน้อย ร้อยละ 84.4</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>อบรมให้กับผู้เกี่ยวข้องเพื่อวางระบบ การตรวจสอบคุณภาพ (QA) และ ความพร้อมใช้ของอุปกรณ์ (MI) เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้บรรลุเป้าหมาย ด้านความปลอดภัยไม่มีอุบัติเหตุถึงขั้น หยุดงานช่วงซ่อมบำรุงใหญ่</li> <li>คุณภาพอากาศที่ตรวจวัดโดย Third Party อยู่ในค่ามาตรฐาน 100% (ทุกพารามิเตอร์ดีกว่าค่ามาตรฐาน ร้อยละ 20)</li> <li>ได้รับการรับรอง Carbon Footprint</li> <li>ดำเนินการตามหลัก 3Rs ครบถ้วน</li> <li>จัดกิจกรรมอบรม ทบทวน และ ซ้อมอพยพหนีไฟกับ 8 ชุมชน 19 โรงเรียน และ 14 คอนโด</li> <li>ผลประเมินงานชุมชนสัมพันธ์ในมิติต่างๆ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความพึงพอใจ ร้อยละ 98</li> <li>- สะท้อนความเป็นมิตร ร้อยละ 77.2</li> <li>- เป็นประโยชน์ ร้อยละ 75.8</li> <li>- รู้สึกปลอดภัย ร้อยละ 75.1</li> <li>- ความเชื่อมั่น ร้อยละ 75.1</li> <li>- ความผูกพัน ร้อยละ 76.2</li> </ul> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>สำรวจและรับฟังความคิดเห็นของชุมชน กลุ่มเป้าหมายเพื่อทราบความต้องการของชุมชนในด้านต่างๆ</li> <li>ทบทวนและปรับปรุงกิจกรรม ในโครงการต่างๆ ให้สอดคล้องกับ ความต้องการของชุมชนและบรรลุ เป้าหมายขององค์กร</li> <li>ประชาสัมพันธ์/เผยแพร่ข้อมูลการทำกิจกรรมในโครงการชุมชนสัมพันธ์ ต่างๆ ของบริษัทฯ ให้ทั้งคนภายใน และภายนอกองค์กรรับรู้</li> </ol>



ชุมชนและสังคม

**ชุมชนและสังคมระยะไกล (เยาวชน)**

1. การจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยอาจเปลี่ยนรูปแบบได้
2. ร่วมพัฒนาโรงเรียนและยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักเรียน

- 1.1 ปรับรูปแบบโครงการ Bangchak Green Blood เพื่อประกวดนวัตกรรมด้านสิ่งแวดล้อม-พลังงาน และสินค้าชุมชน กับนักเรียนระดับมัธยมศึกษา
- 1.2 จัดประกวด Bangchak YY Contest ร่วมกับ AIT เพื่อค้นหาธุรกิจเพื่อสังคมที่ตอบสนองต่อ SDGs กับนักศึกษาระดับอุดมศึกษา
- 2.1 จัดโครงการอ่านออกเขียนได้ ง่ายนิดเดียวกับนักเรียนที่มีปัญหาอ่านไม่ออกเขียนไม่ได้ ในระดับประถมศึกษา ในพื้นที่ อ.พนมสารคาม จ. ฉะเชิงเทรา

**ชุมชนและสังคมระยะไกล (เกษตรกร)**

1. ความรู้และการสนับสนุน เพื่อพัฒนาตนเอง ให้ครอบครัว มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น
2. ช่องทางในการกระจายสินค้า
3. สร้างรายได้เพิ่มจากการแปรรูปผลิตภัณฑ์

- 1.1 จัดโครงการบริหารจัดการน้ำด้วยปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับเกษตรกรในลุ่มน้ำป่าสัก มีการจัดฝึกอบรม ติดตามเยี่ยมบ้านเกษตรกรเพื่อออกแบบพื้นที่ตามหลักกสิกรรมธรรมชาติ
- 2.1 พัฒนาพื้นที่และสื่อสารประชาสัมพันธ์พื้นที่ให้รับรู้ โดยวงกว้างผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย
- 3.1 ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน สร้างมูลค่าเพิ่ม



ลูกค้า

**ลูกค้า (ผู้รับเหมา / ผู้ส่งมอบ)**

1. ความชัดเจนของงาน-สินค้าและบริการที่ต้องการ
2. ความรวดเร็วในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง

- 1.1 จัดสัมมนาลูกค้าประจำปี เพื่อสื่อสารแนวทางการทำงานของบริษัท รวมถึงรับฟังข้อคิดเห็นจากลูกค้า
- 1.2 เสริมความร่วมมือระหว่างทีมงานจัดซื้อและพนักงานเจ้าของเรื่อง โดยการจัดประชุมร่วมกันกับกลุ่มธุรกิจ โรงกลั่นฯ และกลุ่มธุรกิจการตลาด เพื่อให้เข้าใจความต้องการร่วมกันทั้งสองฝ่าย กำหนดขอบเขตงานที่ถูกต้อง ชัดเจน และมีข้อมูลครบถ้วน
- 2.1 วางแผนในการทำงานร่วมกันระหว่างทีมงานจัดซื้อและพนักงานเจ้าของเรื่อง เพื่อให้ได้สัญญาทันในเวลา เหมาะสมสำหรับการเริ่มงานของลูกค้า
- 2.2 จัดตั้งคณะทำงานโครงการ Approved Vendor list แบ่งกลุ่ม Vendor ที่มีศักยภาพโดดเด่น เพื่อลดขั้นตอนการพิจารณาเข้าร่วมประกวดราคา

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เยาวชนมีความรู้ด้านนวัตกรรมและสิ่งแวดล้อมเพื่อลดผลกระทบจากภาวะโลกร้อน อย่างน้อย 80,000 คนต่อปี</li> <li>2. เยาวชนมีความรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและธุรกิจเพื่อสังคมที่ตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) อย่างน้อย 600 คนต่อปี</li> <li>3. นักเรียนเข้าร่วมโครงการอ่านออกเขียนได้อย่างน้อย 800 คนต่อปี</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีนักเรียนกว่า 200 คน เสนอนวัตกรรมด้านสิ่งแวดล้อมกว่า 46 ผลงาน และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน 19 ผลงาน โดยสร้างการเรียนรู้และจิตสำนึกผ่านโซเชียลมีเดียให้กับเยาวชนในวงกว้างกว่า 121,196 คน</li> <li>2. นักศึกษากว่า 600 คนจาก 19 มหาวิทยาลัยทั่วประเทศ ร่วมสร้างสรรค์ธุรกิจเพื่อสังคมกว่า 80 ผลงานและได้รับการต่อยอดจนทำธุรกิจได้จริง 2 ผลิตภัณฑ์ คือ ธุรกิจถุงเพาะชำจากยางพารา อุปกรณ์ลดความร้อนในเครื่องปรับอากาศ</li> <li>3. นักเรียนเข้าร่วมโครงการอ่านออกเขียนได้ 682 คน</li> </ol>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สร้างต้นแบบ “เกษตรกรบ้านสุข” ในลุ่มน้ำป่าสัก และพื้นที่ใกล้เคียง</li> <li>2. เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ในพื้นที่ ต.แก่งมะกรูดตลอดปีเป็น 50,000 คน</li> <li>3. ส่งเสริมการปลูกพืชอินทรีย์ทดแทนข้าวโพด และแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกล้วย 3 ชนิด</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. จัดอบรมหลักกสิกรรมธรรมชาติ และพัฒนาพื้นที่เกษตรกรรมยั่งยืน ด้วยกรอบออกแบบพื้นที่เพื่อการจัดการน้ำ ด้วยโคกหนองนา จำนวน 9 ราย พื้นที่ 32 ไร่</li> <li>2. ร่วมงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวต่างๆ ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ทำให้ช่วงเทศกาลปีใหม่มีนักท่องเที่ยวในพื้นที่ ต.แก่งมะกรูดถึง 45,000 คน</li> <li>3. ส่งเสริมการปลูกอ้อยชนิดคั้นน้ำเพื่อส่งขายในสหกรณ์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วย แบรินด์ “สะกุ่มซ่า” ในพื้นที่ ต.แก่งมะกรูด อ.บ้านไร่ จ.อุทัยธานี สร้างรายได้กว่า 23,000 บาท ให้กับชุมชน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลอดปี</li> <li>2. พัฒนาศูนย์เรียนรู้แก่นมะกรูด พื้นที่ต้นแบบศาสตร์พระราชา</li> </ol>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ทำให้ลูกค้าให้ความสนใจเข้าร่วมเสนอราคามากขึ้น และเกิดการแข่งขันทางราคา</li> <li>2. จัดหาคู่ค้าที่มีศักยภาพมากขึ้น ส่งผลให้คะแนนความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของลูกค้ามากกว่า ร้อยละ 80</li> <li>3. ลดปริมาณงานที่จัดหาเกินระยะเวลาที่กำหนดได้ ร้อยละ 100</li> <li>4. บริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ (Cost Saving) รวม 280 ล้านบาท ซึ่งได้มาจากการพัฒนา Category Strategy Project มากกว่า 70 ล้านบาท</li> <li>5. คู่ค้าในกลุ่มที่มีมูลค่าการค้ากับบริษัทฯ ในวงเงินซื้อจ้างต่ำกว่า 500,000 เหรียญสหรัฐ. เชื้อมั่นและตอบรับแนวปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้า 29 ราย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สามารถกำหนดลักษณะสินค้าบางรายการให้มีมาตรฐานและทันสมัย ทำให้ลูกค้าให้ความสนใจเข้าร่วมเสนอราคามากขึ้น และเกิดการแข่งขันทางราคา</li> <li>2. จัดหาคู่ค้าที่มีศักยภาพมากขึ้น ส่งผลให้คะแนนความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของลูกค้าเท่ากับ ร้อยละ 80.36</li> <li>3. ลดปริมาณงานที่จัดหาเกินระยะเวลาที่กำหนดได้ ร้อยละ 65</li> <li>4. บริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ (Cost Saving) รวม 640 ล้านบาท ซึ่งมาจากการพัฒนา Category strategy Project มากกว่า 70 ล้านบาท</li> <li>5. คู่ค้าในกลุ่มที่มีมูลค่าการค้ากับบริษัทฯ ในวงเงินซื้อจ้างต่ำกว่า 500,000 เหรียญสหรัฐ. เชื้อมั่นและตอบรับแนวปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้าครบ 29 ราย</li> </ol>	<p>แผนการปรับปรุงให้บรรลุตามเป้าในการลดปริมาณงานที่จัดหาเกินระยะเวลาที่กำหนดได้ ร้อยละ 100 คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประสานงาน และร่วมมือกันระหว่างทีมงานจัดซื้อ พนักงานเจ้าของเรื่อง และคู่ค้า เพื่อหารือและสรุปร่วมกันเรื่องลักษณะของสินค้า และขอบเขตการให้บริการในงานนั้นๆ อย่างชัดเจน</li> <li>2. หากพบงาน Shopping Card (ใบขอซื้อ/จ้าง) ที่ขอบเขตงานไม่ชัดเจน หรือมีข้อมูลสำคัญไม่ครบถ้วน จะทำการส่งคืนงานในระบบ เพื่อให้พนักงานเจ้าของเรื่องแก้ไขให้ถูกต้องก่อน</li> </ol>



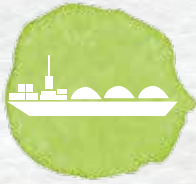


ลูกค้า

**ลูกค้าขนส่งน้ำมันทางรถยนต์**

1. มีรายได้ จากปริมาณงานจัดส่งที่เหมาะสม เป็นธรรม และมั่นคง
2. ทิศทางการทำสัญญาจ้างเหมาะสมส่งน้ำมันทางรถยนต์ ในรอบต่อไป
3. การพัฒนาคู่ค้าร่วมกัน มีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดี

- 1.1 เน้นการขนส่งด้วยรถขนาดใหญ่ (กึ่งพ่วง) และพัฒนาระบบการจัดส่ง 24 ชั่วโมง รวมถึงการขนส่งเที่ยวกลับ (Backhaul)
- 1.2 จัดงานให้ระยะทางการจัดส่งเฉลี่ยใกล้เคียงกันในพื้นที่จัดส่งที่มีลูกค้าหลายราย
- 1.3 จัดส่งจากคลังน้ำมันบางจากแทนคลังน้ำมันบางปะอิน และคลังน้ำมันสมุทรสาครเพิ่มระยะจัดส่งให้ลูกค้า
- 2.1 จัดการประมูลหรือเจรจาผู้ค้ารายเดิมในการจัดหาทดแทนสัญญาเดิมให้รวดเร็วขึ้น
- 2.2 จัดการประมูลงานทดแทนสัญญาที่จะหมดอายุโดยใช้ระบบประมูล e-auction ซึ่งเป็นรูปแบบมาตรฐานและโปร่งใส
- 3.1 จัดประชุมประจำเดือนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อพัฒนาระบบงานร่วมกัน
- 3.2 ปรับปรุงคลังน้ำมัน ห้องทำงานผู้รับเหมาขนส่งโรงอาหารของคลังน้ำมันบางปะอิน และระบบ Unloading เอทานอลและบี 100 ที่คลังน้ำมันบางจาก



**ผู้รับเหมาขนส่งทางเรือ**

1. มีรายได้จากค่าขนส่งที่เหมาะสมและเป็นธรรม
2. การปรับปรุง พัฒนาระบบบริหารงานร่วมกัน
3. ไม่เกิดอุบัติเหตุ น้ำมันหกรั่วไหล และลดปริมาณการสูญหายของน้ำมันจากการปฏิบัติงานขนส่งน้ำมัน รวมถึงลดจำนวนครั้งที่เรือชำรุดเสียหายจนไม่สามารถให้บริการขนส่งน้ำมันได้

- 1.1 บริษัท มีการเจรจาต่อรองและตกลงร่วมกันกับผู้รับเหมาเพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสม และกำหนดจำนวนเที่ยวเรือขั้นต่ำในแต่ละเดือนก่อนเซ็นสัญญา
- 2.1 พัฒนาระบบบริหารงานจัดส่งโดยการติดตามการขนส่งผ่านระบบกล้องวงจรปิด (CCTV) และระบบ GPS 24 ชั่วโมง
- 2.2 จัดทำรายงาน Terminal Feedback ร่วมกันทุกเดือนเพื่อตรวจสอบความพร้อมของเครื่องจักร อุปกรณ์ความปลอดภัยและการปฏิบัติงานของเรือขนส่ง
- 2.3 ประเมินประสิทธิภาพของบริษัทเรือขนส่งร่วมกันด้วยระบบ TMSA (Tanker Management and Self Assessment) เพื่อตรวจสอบมาตรฐานการบริหารงานและตรวจสอบความปลอดภัยของเรือขนส่งให้เป็นไปตามมาตรฐานระบบบริหารความปลอดภัย (International Safety Management)
- 2.4 ดำเนินการซ่อมแผนฉุกเฉินกรณีเกิดน้ำมันหกรั่วไหลที่เรือ FSU (Floating Storage Unit)
- 3.1 จัดทำรายงาน Safety Dialogue เพื่อถ่ายทอดความรู้ด้านความปลอดภัยในการทำงานให้แก่บริษัทเรือขนส่งเป็นประจำทุกเดือน



**ลูกค้าจัดหาวัตถุดิบในการผลิต**

1. ความคาดหวังด้านผลตอบแทนที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและบริการ
2. การจัดหาที่เป็นธรรมและโปร่งใส
3. ความสม่ำเสมอในการซื้อวัตถุดิบ
4. การชำระเงินค่าสินค้า/บริการที่ตรงเวลา
5. ความร่วมมือทางธุรกิจอย่างยั่งยืน
6. มีความยืดหยุ่นและราบรื่นในการดำเนินงานด้าน Operation การรับวัตถุดิบ

1. มีการจัดการประชุมจัดซื้อน้ำมันดิบรายเดือนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารการ Trade ในตลาดน้ำมัน และแจ้งความต้องการจัดซื้อน้ำมันดิบให้แก่ผู้ค้ารับทราบ เพื่อทำความเข้าใจร่วมกันก่อนการจัดซื้อน้ำมันดิบ
2. ประสานงานคุยกับผู้ค้าระหว่างการซื้อขาย และการทำ Operation
3. บริษัทชำระเงินค่าสินค้าตรงตามกำหนดเวลา

## เป้าหมาย ปี 2561

## ผลลัพธ์ ปี 2561

## แผนงานในอนาคต

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประสิทธิภาพการจัดส่งน้ำมันให้ลูกค้า ร้อยละ 80</li> <li>2. ข้อร้องเรียน 0.9 เรื่อง/พันเที่ยว</li> <li>3. สัดส่วนใช้รถพ่วงเพิ่มขึ้นปีละ ร้อยละ 2</li> <li>4. ผู้รับเหมาขนส่งเที่ยวกลับ 600 เที่ยว</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. จัดส่งน้ำมันไปลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>2. ข้อร้องเรียน 0.5 เรื่อง/พันเที่ยว</li> <li>3. สัดส่วนการใช้รถขนาดใหญ่ (กึ่งพ่วง) เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 30 เป็นร้อยละ 35</li> <li>4. ผู้รับเหมาขนส่งเที่ยวกลับ (โครงการ Backhaul) 700 เที่ยว</li> <li>5. บริหารสัญญาขนส่งของลูกค้าทุกราย ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (เฉลี่ยร้อยละ 80)</li> <li>6. ผู้รับเหมาขนส่งมีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดีขึ้นจากห้องทำงานและบริเวณสำนักงาน เป็นสัดส่วนและขนาดเหมาะสมมากขึ้น</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. นำผลการสำรวจความต้องการของลูกค้าขนส่งปี 2561 มาทำแผน</li> </ol>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ขนส่งน้ำมันดิบเพื่อเตรียมเข้ากลั่นได้ทันตามแผนการกลั่น</li> <li>2. ไม่มีข้อร้องเรียนการจัดส่งน้ำมันไม่ทันตามกำหนด</li> <li>3. ปริมาณน้ำมันดิบที่สูญหายจากการขนส่ง (Intransit Loss) เท่ากับร้อยละ 0.58 (on Delivery Volume)</li> <li>4. ไม่มีการรั่วไหลของน้ำมันและสารเคมี อย่างมีนัยสำคัญ (มากกว่า 100 บาร์เรล/ครั้ง)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สามารถขนส่งน้ำมันดิบเพื่อเตรียมเข้ากลั่นได้ทันตามแผนการกลั่น</li> <li>2. ไม่มีข้อร้องเรียนการจัดส่งน้ำมันไม่ทันตามกำหนด</li> <li>3. ปริมาณน้ำมันดิบที่สูญหายจากการขนส่ง (Intransit Loss) เท่ากับร้อยละ 0.56 (on Delivery Volume) ซึ่งทำให้ดีกว่าเป้าหมาย</li> <li>4. ไม่มีการรั่วไหลของน้ำมันและสารเคมี อย่างมีนัยสำคัญ (มากกว่า 100 บาร์เรล/ครั้ง)</li> </ol>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความพึงพอใจของลูกค้าที่ประเมินได้ คะแนนเต็ม 5 คะแนน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าอยู่ในเกณฑ์ดี คิดเป็น 4.9 คะแนน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประสานงานกับลูกค้าอย่างใกล้ชิดให้มากขึ้น เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ทั้งสองฝ่ายนำมาซึ่งความพึงพอใจของลูกค้า</li> </ol>





**ลูกค้า  
สถานีบริการน้ำมัน**

- บจก. บางจากกรีนเนท
- ผู้ประกอบการสถานีบริการ (Dealer)
- สหกรณ์การเกษตรฯ



**ลูกค้าทั่วไป**

1. ผลประกอบการที่ดีขึ้นและเหมาะสม
2. การสนับสนุนและดูแลมาตรฐานสถานีบริการให้มีความพร้อมในการแข่งขัน และเน้นการทำการตลาดให้มากขึ้น
3. ขยายธุรกิจอื่นๆ (Non-oil business) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น
4. โปรแกรมส่งเสริมการขาย การโฆษณาที่มีประสิทธิภาพ
5. การบริการจัดส่งน้ำมันตรงเวลาครบถ้วน ไม่สูญหายและป้องกันการทุจริต

1. ภาพลักษณ์ของยี่ห้อสถานีบริการและความปลอดภัยในสถานีบริการ
2. สถานที่ตั้งของสถานีบริการ
3. ความเพียงพอและความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวก
4. ความหลากหลายของร้านค้า และแบรนด์ของร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/ร้านขายสินค้าอื่นๆ ภายในสถานีบริการ
5. การให้บริการที่ดีและรวดเร็ว รวมถึงความสุภาพของพนักงานบริการ
6. โปรโมชัน การเติมน้ำมัน ร้านค้า

- 1.1 ปรับปรุงศักยภาพของผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาผลประกอบการ โดยการระดมความคิดเห็นของผู้จัดการหน้าลานในการวางแผนแก้ปัญหาเกี่ยวกับลูกค้า การจัดอบรมพนักงานหน้าลาน และรณรงค์การทำ Service Warm Up ก่อนเข้ากะ
- 1.2 จัดโครงการ Refresh สถานีบริการประเภท COCO (Company Own Company Operate) เพื่อเพิ่มยอดขาย
- 1.3 ติดตั้ง Automation Point Of Sale ของสถานีบริการน้ำมัน และจัดทำคู่มือการใช้งานระบบ EDC POS ของสถานีบริการน้ำมันเพื่อช่วยให้การบริหารงานที่ผู้จำหน่ายน้ำมันมีความคล่องตัวขึ้น
- 2.1 พัฒนาเครื่องมือการขายให้กับสถานีบริการ เช่น BCP Prepaid Card
- 2.2 จัดกิจกรรมและการฝึกอบรมให้กับพนักงานหน้าลานเพื่อให้พนักงานมีการทบทวนงานบริการและข้อมูลที่ต้องสื่อสารกับลูกค้า
- 2.3 โครงการรางวัลบริการเหนือความคาดหวังสำหรับพนักงานบริการ
- 2.4 นำระบบ AOS (Automatic Order System) มาใช้ประกอบการนำคำสั่งซื้อที่มีมาใช้บริหารระบบคลังของบริษัท บางจากกรีนเนท จำกัด
- 3.1 พัฒนารูปแบบ และธุรกิจอื่น (Non-oil business) เพิ่มขึ้น เพื่อสร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการ
- 4.1 จัดรายการส่งเสริมการขายต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นยอดขายในลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น โครงการบัตรสมาชิก การออกผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ
- 4.2 จัดกิจกรรมโปรโมต High Margin Product ที่ตอบสนองความต้องการลูกค้า ได้แก่ พรีเมียมดีเซล, Rebranding น้ำมันหล่อลื่น FURiO, น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 E85
- 5.1 พัฒนาระบบติดตามรถขนส่งน้ำมัน เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดตามและป้องกันการทุจริตในขนส่ง

- 1.1 นำเกณฑ์สถานีบริการน้ำมันต้นแบบด้านนวัตกรรมและสิ่งแวดล้อม (Inno-Green Station) ของมูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย มาใช้พัฒนาสถานีบริการ
- 1.2 มาตรการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการผ่าน Mystery Shopper เพื่อควบคุมมาตรฐานการดูแลบริการและภาพลักษณ์ และ Mobile Lab Test เพื่อตรวจสอบคุณภาพน้ำมัน
- 1.3 พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้ตรงความต้องการ เช่น Hi-Premium Diesel S, E20S, น้ำมันหล่อลื่น FURiO
- 2.1 ขยายสถานีบริการน้ำมันบางจากมาตรฐานไปในทำเลที่ยังขาด
- 3.1 นำเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มความสะดวกให้ลูกค้า โดยพัฒนาสถานีบริการตู้จ่ายแบบแขวนสำหรับสถานีบริการที่มีพื้นที่น้อย
- 4.1 พัฒนารูปแบบ และธุรกิจอื่นๆ (Non-oil business) เพิ่มขึ้น เช่น การพัฒนามินิมาร์ท SPAR ปรับปรุงรูปแบบ และร้านกาแฟอินทนิล
- 5.1 ปรับปรุงงานบริการให้เป็นมาตรฐาน ด้วย SOP

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. รักษาส่วนแบ่งการตลาดค้าปลีก อันดับที่ 2 ที่ร้อยละ 15.5</li> <li>2. คะแนน Mystery Shopper สถานีบริการที่อยู่ในระดับดีมาก และ ระดับดี มากกว่า ร้อยละ 75</li> <li>3. ขยายมินิมาร์ท SPAR 30 สาขา, ร้านกาแฟอินทนิล 200 สาขา</li> <li>4. ข้อร้องเรียนการขนส่ง 3.5 เรื่อง ต่อหนึ่งพื้นที่วิ่ง</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ยอดขายตลาดขายปลีกเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5.1 ขณะที่ตลาดรวม ขยายตัวประมาณร้อยละ 2.7</li> <li>2. รักษาส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับ 2 เท่ากับร้อยละ 15.6 (ปี 2560 อยู่ที่ร้อยละ 15.4)</li> <li>3. ยอดจำหน่ายต่อสถานีบริการมาตรฐาน อยู่ที่ 496 พันลิตร/เดือน/สถานีบริการ ซึ่งลดลงร้อยละ 2.7 ขณะที่ ภาพรวมตลาดลดลงร้อยละ 4.1</li> <li>4. ขยายสถานีบริการประเภท COCO (Company Own Company Operate) จำนวน 11 สาขา</li> <li>5. คะแนน Mystery Shopper อยู่ในระดับดีมาก และระดับดี ร้อยละ 80</li> <li>6. ขยายมินิมาร์ท SPAR 13 สาขา ร้านกาแฟอินทนิล 149 สาขา</li> <li>7. พัฒนารูทกิจเสริมในสถานีบริการโดยการเพิ่มร้านค้าต่างๆ 280 สาขา และมีพันธมิตรรายใหม่เพิ่มขึ้นอีก 71 ราย</li> <li>8. ยอดขายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 และ E85 เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.5 และ 15.6 เทียบกับปีที่ผ่านมา</li> <li>9. ยอดขายพรีเมียมดีเซลผ่านสถานีบริการ จำนวน 1.9 ล้านลิตรต่อเดือน</li> <li>10. ข้อร้องเรียนในการขนส่ง 0.5 เรื่อง ต่อหนึ่งพื้นที่วิ่ง</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. พัฒนารูปแบบและพันธมิตรทางธุรกิจอื่นๆ (Non-oil business) เพิ่มขึ้น เพื่อสร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการ</li> <li>2. ขยายมินิมาร์ท SPAR 20 สาขา ร้านกาแฟอินทนิลอีก 200 สาขา</li> <li>3. พัฒนาสถานีบริการตามแนวคิด Greenovative Service Station</li> </ol>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. พัฒนาสถานีบริการน้ำมันต้นแบบ ด้านนวัตกรรม และสิ่งแวดล้อม 6 แห่ง</li> <li>2. รักษาสถานีบริการที่มีอันดับคะแนน NPS ที่ 1 ร่วม</li> <li>3. ขยายสถานีบริการน้ำมันทั่วประเทศ 80 สาขา</li> <li>4. ขยายมินิมาร์ท SPAR 30 สาขา, ร้านกาแฟอินทนิล 200 สาขา</li> <li>5. คะแนน Mystery Shopper สถานีบริการที่อยู่ในระดับดีมาก และ ระดับดี มากกว่า ร้อยละ 75</li> <li>6. พัฒนาระบบบัตร Bangchak GreenMiles และระบบ CRM ผ่าน Mobile Application ให้แล้วเสร็จ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สถานีบริการน้ำมันบางจากฯ ผ่านเกณฑ์ระดับ Platinum ของ Inno-Green Station จำนวน 6 แห่ง</li> <li>2. สามารถรักษาระดับคะแนน NPS Score ร้อยละ 71.5 ไม่แตกต่างจากอันดับที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญ</li> <li>3. ขยายสถานีบริการ ให้ครอบคลุมทั่วประเทศได้ 74 สาขา</li> <li>4. ลูกค้าสามารถเลือกเติมน้ำมันได้ง่ายขึ้น</li> <li>5. พัฒนารูทกิจเสริมในสถานีบริการโดยการเพิ่มร้านค้าต่างๆ 280 สาขา และมีพันธมิตรรายใหม่เพิ่มขึ้นอีก 71 ราย</li> <li>6. ขยายมินิมาร์ท SPAR 13 สาขา, ร้านกาแฟอินทนิล 149 สาขา</li> <li>7. คะแนน Mystery Shopper อยู่ในระดับดีมาก และระดับดี ร้อยละ 80</li> <li>8. มีสถานีบริการเข้าร่วมโครงการ Flagship Service Station Standard 25 สาขาทั่วประเทศ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สร้างประสบการณ์และนวัตกรรมสีเขียวอย่างต่อเนื่อง</li> <li>2. ขยายสถานีบริการเพิ่มขึ้นอีก 70 สาขา</li> <li>3. ขยายมินิมาร์ท SPAR 20 สาขา, ร้านกาแฟอินทนิลอีก 200 สาขา</li> <li>4. เพิ่มพันธมิตรทางธุรกิจ</li> <li>5. พัฒนาสถานีบริการตามแนวคิด Greenovative Service Station</li> <li>6. พัฒนาระบบ CRM นำมาวิเคราะห์ความต้องการลูกค้า</li> </ol>



ลูกค้าอุตสาหกรรม/  
ลูกค้ากลุ่มน้ำมันเครื่อง



ลูกค้าเช่าพื้นที่ในสถานบริการ

1. สั่งซื้อสะดวก จัดส่งรวดเร็ว ราคาถูก
2. สนับสนุนอุปกรณ์สำหรับรับ-จ่าย น้ำมันเครื่อง
3. การบริการด้านเทคนิค การบริการของผู้แทนการตลาด การบริการเสริมหลังการขาย/ การซ่อมแผนฉุกเฉิน
4. รายการส่งเสริมการขายที่มีต่อเนื่อง
5. ความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน

1. การขยายสาขาร่วมกันที่มากขึ้น สำหรับแบรนด์เดิม
2. การสร้างพันธมิตรที่สามารถขยายไปพร้อมกับสถานีบริการใหม่ ได้ครวละหลายสาขา
3. การทำ Cross Promotion ร่วมกัน

- 5.2 พัฒนา Flagship Service Station Standard โดยจัดโครงการแม่บ้าน 24 ชั่วโมง และโครงการบริการทันใจใน 3 นาที
- 5.3 เพิ่มความถูกต้อง และรวดเร็วในการรับชำระเงิน โดยติดตั้งเครื่องรูดบัตร (EDC) ให้เชื่อมต่อ (Link) กับระบบ POS ซึ่งจะ Auto ดึงข้อมูลการเติม จากตู้จ่าย ลดความผิดพลาด ลดโอกาสทุจริต และตรวจสอบย้อนหลังได้
- 6.1 การพัฒนาและการเพิ่มสิทธิประโยชน์ของ Bangchak GreenMiles เช่น การพัฒนาระบบบัตรสมาชิกใหม่ การพัฒนาระบบการแลกแต้มสมาชิกให้ง่ายขึ้น การเพิ่ม New Benefit Partners ใหม่ และการพัฒนา Mobile Application ให้รองรับ Function ของบัตรสมาชิก

- 1.1 เพิ่มวิธีชำระเงินด้วยบัตรเครดิต
- 1.2 เพิ่มช่องทาง Online และรวมรายการส่งเสริมการขายให้ End user online ช่วง 11/11 และ 12/12
- 1.3 เพิ่มจุดบริการ FURiO Care สำหรับ End user
- 1.4 เพิ่มการเสนอขาย Fleet Card ในส่วนที่ลูกค้าต้องเติมเพิ่มจากคลัง/จุดจ่ายน้ำมันของลูกค้า
- 1.5 ปรับปรุงวงเงินและเทอมชำระให้เหมาะสม
- 2.1 การให้ยืมอุปกรณ์จ่ายน้ำมันเชื้อเพลิงและหล่อลื่น รวมถึงบริการซ่อมบำรุงอุปกรณ์รับ-จ่ายน้ำมัน
- 3.1 การแนะนำและให้ความรู้ด้านเทคนิคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น HSD B20 รวมถึงการแนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลูกค้า
- 3.2 การให้บริการตรวจสอบน้ำมันหล่อลื่นใช้แล้ว
- 3.3 ปรับปรุงอัตราค่าล้างของเจ้าหน้าที่บริการด้านเทคนิค ในการกระจายการติดต่อกับกลุ่มลูกค้าได้ใกล้ชิดมากขึ้น รวมถึงการติดต่อกับลูกค้าใหม่
- 4.1 จัดรายการ Trade Promotion ตลอดปี
- 5.1 จัดสัมมนาลูกค้าอุตสาหกรรมกลุ่มต่างๆ และจัดประชุม Dealer เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

- 1.1 นำเสนอทำเลที่ตรงตามแผนขยายสาขาของแบรนด์
- 2.1 นำข้อเสนอแนะ และความต้องการของแบรนด์ มาทำให้เป็นรูปธรรม
- 3.1 จัดประชุมทุกไตรมาส เพื่ออัปเดตข้อมูลร่วมกัน และเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี



	<p>9. ยอด Download Bangchak Mobile Application 502 พันครั้ง</p> <p>10. พัฒนาพันธมิตรสิทธิประโยชน์สมาชิกใหม่ 39 ราย</p>	
<p>1. ลูกค้ายอดสาขากรรมเปิดบัญชีใหม่ มากกว่า 100 ราย</p> <p>2. ลูกค้ายอดน้ำมันเครื่องรถบรรทุก เปิดบัญชีใหม่ มากกว่า 20 ราย</p> <p>3. ลูกค้า Fleet card ใหม่เริ่มซื้อ มากกว่า 20 รายต่อปี</p> <p>4. ยอดขายน้ำมันหล่อลื่นสำเร็จรูป เพิ่มขึ้น ร้อยละ 38</p>	<p>1. ลูกค้ายอดสาขากรรมเปิดบัญชีใหม่ 290 ราย</p> <p>2. ลูกค้ายอดน้ำมันเครื่องรถบรรทุก เปิดบัญชีใหม่ 28 ราย</p> <p>3. เพิ่มการซื้อ Fleet card มากกว่า 20 ราย/ปี</p> <p>4. ภาพรวมความพึงพอใจต่อการใช้บริการ อยู่ในระดับพอใจอย่างยิ่ง ร้อยละ 70</p> <p>5. ลูกค้าส่วนใหญ่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักใช้ผลิตภัณฑ์บางจาก ร้อยละ 88</p> <p>6. ยอดขายน้ำมันหล่อลื่นสำเร็จรูปเพิ่มขึ้น ร้อยละ 17</p>	<p>1. ปรับเขตการขายลูกค้ายอดสาขากรรม โดยเพิ่มผู้รับผิดชอบน้ำมันหล่อลื่นของส่วนงานและเพิ่มผู้แทนขาย outsource</p> <p>2. ออกผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงให้เหมาะสมกับการใช้งานของลูกค้า</p>
<p>1. บริหารจัดการพื้นที่ในสถานีบริการให้เกิดประโยชน์สูงสุดภายในรูปแบบธุรกิจใหม่เพื่อเติมเต็มบริการให้ครบวงจร</p>	<p>1. จัดหาร้านค้าสำหรับพื้นที่ว่างในสถานีบริการ ได้ทันแผนการเปิดสถานีบริการ</p> <p>2. สนับสนุนธุรกิจและร้าน Local brand ให้ขยายสาขาในสถานีบริการเพิ่มขึ้น 5 สาขา</p> <p>3. โน้มน้าวพันธมิตรทางธุรกิจรายใหม่ที่เดิมเคยมีข้อกังวลในการขยายสาขาในสถานีบริการ</p> <p>4. พันธมิตรใหม่ที่เริ่มเปิดสาขาและสามารถขยายสาขาได้อย่างรวดเร็ว</p>	<p>1. บริหารจัดการพื้นที่ในสถานีบริการให้เกิดประโยชน์สูงสุดภายในรูปแบบธุรกิจใหม่เพื่อเติมเต็มบริการให้ครบวงจร</p>

ผู้มีส่วนได้เสีย  
(Stakeholder)

ความคาดหวัง/ความต้องการ  
(Disclosure 102-44)

สิ่งที่บริษัทตอบสนอง ปี 2561  
(Disclosure 102-43)



**หน่วยงานราชการ**

- หน่วยงานราชการส่วนกลาง
- หน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่น

1. การปฏิบัติตามกฎหมายหรือดีกว่าที่กฎหมายกำหนด
2. ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การอยู่ร่วมกับชุมชนอย่างยั่งยืน
3. ระบบการจัดการความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมที่ดีของโรงงาน
4. ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลอย่างรวดเร็ว และสนับสนุนโครงการของหน่วยงานราชการ

- 1.1 ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้อง โปร่งใส
- 1.2 ตรวจสอบการปฏิบัติงานของส่วนงานต่างๆ ภายในบริษัทให้ถูกต้องโปร่งใสตามที่กฎหมายกำหนด ผ่านโครงการการตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมาย (Legal Assessment และ SHEE Audit)
- 1.3 ชี้แจงหรือนำส่งข้อมูลที่ถูกต้องแก่หน่วยงานราชการภายในระยะเวลาที่กำหนด
- 1.4 ควบคุมคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้ดีกว่ามาตรฐานที่กฎหมายกำหนด
- 1.5 ควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนขาย
- 2.1 มีหน่วยงานสร้างความผูกพันชุมชนผ่านการจัดกิจกรรมชุมชน 8 ด้าน
- 3.1 ระบบการจัดการตามมาตรฐาน ISO 14001 และ OHSAS 18001
- 4.1 ร่วมมือกับภาครัฐในการส่งเสริมการดำเนินโครงการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 4.2 สนับสนุนโครงการของภาครัฐ เช่น การปรับปรุงป้อมตำรวจ บริเวณซอยสุขุมวิท 62



**ผู้ถือหุ้น**

- ผู้ถือหุ้นรายใหญ่
- ผู้ถือหุ้นรายย่อย
- กองทุน / สถาบัน

1. ผลตอบแทนที่สูงขึ้น (Capital Gain)
2. การจ่ายเงินปันผลในระดับที่น่าพอใจ มีการจ่ายสม่ำเสมอ
3. ผลประกอบการที่ดี และเติบโตอย่างต่อเนื่อง มั่นคง
4. ความคืบหน้าของโครงการต่างๆ เป็นไปตามแผนงาน
5. เป้าหมายและทิศทางการขยายธุรกิจของบริษัทฯ ในอนาคตที่ชัดเจน และลงทุนในธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนในระดับที่เหมาะสม
6. การดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability)

- 1.1 บริหารจัดการให้โรงงาน มีอัตราการผลิตเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงต่อเนื่อง
- 2.1 จ่ายเงินปันผลอย่างเหมาะสม และมีอัตราการจ่ายใกล้เคียงกับบริษัทอื่นที่ประกอบธุรกิจเดียวกัน
- 3.1 เพิ่มช่องทางการสื่อสารให้ผู้ถือหุ้นได้ติดตามและรับทราบข้อมูลของบริษัทฯ มากขึ้น
- 3.2 ปรับปรุงเว็บไซต์ของนักลงทุนสัมพันธ์ให้มีความทันสมัย ข้อมูลครบถ้วน ใช้งานง่าย และเพิ่มช่องทางการสื่อสาร online ผ่านโปรแกรม chatbot
- 3.3 จัดทำ Factsheet / Company Profile เพื่อเป็นข้อมูลให้กับผู้ถือหุ้น และนักลงทุนได้รู้จักธุรกิจของบริษัทฯ และผลประกอบการของบริษัทฯ
- 4.1 จัดกิจกรรมสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจใหม่ๆ ที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยเข้าไปลงทุนให้กับนักลงทุนสถาบัน
- 5.1 จัดกิจกรรมให้ผู้บริหารได้พบผู้ถือหุ้นรายใหญ่/รายย่อย เช่น การจัด Opportunity Day หรือการออกบูธในงาน SET in the city หรือการจัดโครงการเยี่ยมชมกิจการให้ผู้ถือหุ้นรายย่อย
- 5.2 เพิ่มความถี่ในการพบนักลงทุน ไม่ว่าจะเป็นการจัด Roadshow ทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเข้าร่วม Conference หรือ Event ต่างๆ เช่น Analyst Meeting ทุกไตรมาส เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักลงทุน
- 6.1 บริหารงานตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ได้แก่ มาตรฐานของเศรษฐกิจพอเพียง ISO 26000 UNGC และ DJSI

## เป้าหมาย ปี 2561

## ผลลัพธ์ ปี 2561

## แผนงานในอนาคต

<ol style="list-style-type: none"> <li>ยื่นคำขอต่ออายุใบอนุญาตทุกใบ ให้แล้วเสร็จก่อนใบอนุญาตนั้นๆ หมดอายุ</li> <li>รักษาการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับ Green Industry Level 5 อย่างต่อเนื่อง</li> <li>จำนวนข้อร้องเรียนจากหน่วยงานราชการ เรื่องคุณภาพสิ่งแวดล้อมเป็น 0</li> <li>ส่งรายงานต่างๆ ที่กฎหมายกำหนด ต่อหน่วยงานราชการ โดยมีข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วนและทันเวลา</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการโรงงาน อย่างต่อเนื่อง</li> <li>ได้รับการรับรอง Green Industry Level 5 อย่างต่อเนื่อง</li> <li>ควบคุมคุณภาพสิ่งแวดล้อมได้ อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน ทำให้ในปี 2561 จำนวนข้อร้องเรียนด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมจากหน่วยงานราชการเป็น 0</li> <li>ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ในความรับผิดชอบของส่วนงานครบถ้วน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ติดตามกฎหมายต่างๆ ที่มีการประกาศ ใช้ใหม่ หรือแก้ไขในรายละเอียด เพื่อให้บริษัทฯ ปฏิบัติสอดคล้องตาม กฎหมายอย่างต่อเนื่อง และครบถ้วน</li> <li>ตรวจสอบการปฏิบัติงานของส่วนงาน ต่างๆ ภายในบริษัทให้ถูกต้อง โปร่งใส ตามที่กฎหมายกำหนดผ่านโครงการ การตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมาย (Legal Assessment และ SHEE Audit)</li> <li>ร่วมมือกับภาครัฐในการส่งเสริม การดำเนินโครงการที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อมในโครงการใหม่ๆ รวมถึงสนับสนุนโครงการของรัฐอื่นๆ ตามที่เกี่ยวข้องและเหมาะสม</li> </ol>
<ol style="list-style-type: none"> <li>ได้รับการจัดอันดับคะแนนจาก ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในการพิจารณารางวัล SET Awards อยู่ในเกณฑ์ดี-ดีมาก เกี่ยวกับการ ดำเนินกิจกรรมด้านนักลงทุนสัมพันธ์ ซึ่งให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วม ของทั้งองค์กร</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ได้รับรางวัลดีเด่นด้านนักลงทุนสัมพันธ์ จาก SET Awards 2018</li> <li>ได้รับรางวัล Asian Excellence Recognition Awards 2018 : Best Investor Relations Company</li> <li>ได้รับความสนใจมาร่วมกิจกรรม Site visit ทุกปี</li> <li>ได้รับรางวัล The Asset Corporate Awards 2018: Best Investor Relations Team - Highly Comanded</li> <li>ได้รับการเชิญให้ไป Roadshow จาก หลักทรัพย์ต่างๆ ทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ</li> <li>TSR Avg. 3-yrs: ร้อยละ 4.41</li> <li>ผลประเมินความพึงพอใจจากการ ให้ข้อมูล/ให้บริการแก่ผู้ถือหุ้นรายย่อย ร้อยละ 80 ของผู้ประเมิน มีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ดี-ดีมาก</li> <li>ได้รับรางวัล 3G CSR Award 2018 และ 3G Sustainability of Performance Award 2018 จากงาน 3G Award 2018</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>เพิ่มความเข้มข้นในการดำเนินงาน ด้านนักลงทุนสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม นักลงทุนสัมพันธ์ ทั้งประเภทกิจกรรม ความดี และช่องทางสื่อสาร ให้ครอบคลุมกลุ่มนักลงทุนให้มากขึ้น</li> <li>เพิ่มระดับคุณภาพของการให้ข้อมูล ของบริษัทฯ ที่ครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน ใน IR Webpage พร้อมทั้งปรับปรุง รูปแบบการนำเสนอให้มีความทันสมัย และสะดวกต่อการเข้าถึงข้อมูล</li> <li>เพิ่มการเข้าถึงกลุ่มนักลงทุนฝั่ง Sell side ให้มากขึ้น เพื่อได้ทราบความต้องการ และมุมมองที่มีต่อบริษัทฯ เพื่อนำมา สื่อสารให้คณะกรรมการ / ผู้บริหาร ได้รับทราบ</li> </ol>



ผู้มีส่วนได้เสีย  
(Stakeholder)

ความคาดหวัง/ความต้องการ  
(Disclosure 102-44)

สิ่งที่บริษัทตอบสนอง ปี 2561  
(Disclosure 102-43)



**สื่อมวลชน**

สื่อกระแสหลักและโซเชียลมีเดีย

- หนังสือพิมพ์
- นิตยสาร
- โทรทัศน์
- วิทยุ
- สื่อออนไลน์

1. ข้อมูลความคืบหน้าของกิจการ ข้อมูลด้านธุรกิจพลังงานในภาพรวม ตลอดจนแผนการเติบโตและขยายธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
2. การนัดสัมภาษณ์พิเศษ ผู้บริหารระดับสูง นอกเหนือจากงานแถลงข่าวปกติ เพื่อให้ได้ประเด็นเฉพาะที่สื่ออื่นๆ ต้องการทำ สกู๊ปข่าวพิเศษ เพื่อให้มีข่าวเดียวที่แตกต่างจากสื่ออื่นๆ
3. ให้ผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้ให้ข้อมูล และแสดงวิสัยทัศน์ทางด้านธุรกิจพลังงานและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในข่าว และสร้างแรงจูงใจในการติดตามข่าวสาร

- 1.1 จัดแถลงข่าวและจัดทำข่าวแจก (Press Release) อย่างสม่ำเสมอ
- 1.2 ตอบสนองต่อความต้องการของสื่อในทุกเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัทและส่วนรวม
- 2.1 สนับสนุนกิจกรรมของสื่อมวลชนที่ทำเพื่อส่วนรวม และสนับสนุนเนื้อหาในโอกาสวันครบรอบของสื่อ เพื่อสร้างความผูกพันที่ดีต่อกัน
- 2.2 เยี่ยมเยือนสื่อในสายธุรกิจพลังงานและสายที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งร่วมงานในสถานการณ์ต่างๆ



**เจ้าหนี้**

- สถาบันการเงิน
- ผู้ถือหุ้นกู้

1. ปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงตามสัญญาเงินกู้และหุ้นกู้

- 1.1 ปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญาเงินกู้และหุ้นกู้ได้อย่างเคร่งครัด
- 1.2 ปฏิบัติตามกฎหมายของสถาบันการเงิน ซึ่งออกโดยหน่วยงานภาครัฐอย่างเคร่งครัด
- 1.3 ตอบข้อซักถามแก่เจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อ เมื่อมีข้อสงสัยได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว
- 1.4 พาเยี่ยมชมกิจการของบริษัทฯ เพื่อให้เกิดความมั่นใจ ในผลการดำเนินงานและความสัมพันธ์อันดีกับสถาบันการเงิน



**คู่แข่งทางการค้า**

บริษัทพลังงาน / บริษัทค้าน้ำมันอื่นๆ

1. ดำเนินกิจการด้วยความโปร่งใส ภายใต้การค้าและการแข่งขันที่เป็นธรรม

- 1.1 ดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องภายใต้การแข่งขันตามกลไกการค้าเสรี

<p>1. เพิ่มมูลค่าข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (Media Value) จากปี 2560</p>	<p>1. ได้รับการเผยแพร่ข่าวสารขององค์กรในสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการดำเนินงานกับสื่อมวลชนได้อย่างเหมาะสมและผูกพัน</p> <p>2. มูลค่าข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (Media Value) เพิ่มขึ้น 20% จากปี 2560</p> <p>3. ข้อมูลข่าวสารได้รับการเผยแพร่อย่างถูกต้องและครบถ้วน</p>	<p>1. ตอบสนองต่อความต้องการของสื่อในทุกเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัทฯ และส่วนรวมอย่างต่อเนื่อง</p>
<p>1. การประเมินภาพรวมการตอบสนองความต้องการของสถาบันการเงิน ผู้ให้กู้เฉลี่ยอยู่ในระดับสูง</p> <p>2. การประเมินระดับการปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญาเงินกู้ การให้ข้อมูล และการให้ความร่วมมืออื่นๆ อยู่ในระดับสูง-สูงมาก</p>	<p>1. ภาพรวมการตอบสนองความต้องการของสถาบันการเงิน ผู้ให้กู้เฉลี่ยอยู่ในระดับสูง</p> <p>2. การปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญาเงินกู้ การให้ข้อมูล และการให้ความร่วมมืออื่นๆ อยู่ในระดับสูง-สูงมาก</p>	<p>1. ปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงตามสัญญาเงินกู้และหุ้นกู้อย่างเคร่งครัด</p>
<p>1. จำนวนข้อร้องเรียน 0 เรื่อง</p>	<p>1. จำนวนข้อร้องเรียนด้านลบหรือข่าวสารด้านลบ ในการแข่งขันกับคู่แข่ง 0 เรื่อง</p> <p>2. ไม่มีข้อร้องเรียนจากคู่แข่งในส่วนของการค้าขายอย่างไม่เป็นธรรม</p>	<p>1. ดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องภายใต้การแข่งขันตามกลไกการค้าเสรี</p>