

การพัฒนาสินค้าและบริการอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการพัฒนาสินค้าและบริการตามแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างมีส่วนร่วมและยั่งยืน เพื่อพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของสังคมไทย ปี 2565 ประเทศเริ่มมีการฟื้นตัวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ประกอบกับสถานการณ์อุปทานน้ำมันยังตึงตัวจากสถานการณ์ขัดแย้งระหว่างรัสเซียและยูเครนที่ยังคงยืดเยื้อ และกลุ่มโอเปกพลัสไม่สามารถเพิ่มปริมาณการผลิตน้ำมันได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ส่งผลให้ประเทศอยู่ภายใต้ภาวะราคาน้ำมันสูง ซึ่งบริษัทฯ มีการตรึงราคาน้ำมันเพื่อช่วยเหลือประชาชน ส่งผลให้มีราคาน้ำมันที่ต่ำกว่าคู่แข่งในบางช่วง นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการจัดทำโครงการ “ลิตรละบาท” มอบคูปองส่วนลดการเติมน้ำมัน กลุ่มแก๊สโซฮอล์ทุกชนิด บนหน้าหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ เพื่อลดค่าครองชีพให้กับประชาชนอีกทางหนึ่ง บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นที่จะพัฒนาศักยภาพและขยายธุรกิจ Non-Oil รวมถึงเร่งเดินหน้าขยายความร่วมมือกับพันธมิตรด้านธุรกิจร้านอาหารชั้นนำ และร้านอาหารสตรีทฟู้ด เพื่อรองรับวิถีชีวิตยุคใหม่ให้ลูกค้าได้มีมอรร้อยอย่างสะดวก รวดเร็วและง่ายขึ้น โดยปัจจุบันมีร้านอาหารแบบเคอริอ่ายเปิดให้บริการเพิ่มเติมในสถานีบริการน้ำมันบางจาก รวมไปถึงร่วมขยายสาขาธุรกิจเสริม Non-Oil ที่สถานีบริการน้ำมันบางจากกับพันธมิตรต่างๆ เช่น แบรินด์ “ซัฟเวีย”, “กาโตว์ เฮาส์” เป็นต้น สำหรับสมาชิกบางจาก บริษัทฯ มุ่งขยายฐานลูกค้าและเพิ่มทางเลือกให้กับสมาชิกมากขึ้น ผ่านการร่วมมือกับพันธมิตรต่างๆ เช่น โอนคະແນน บางจากไปเอไอเอสพอยท์, แลกแทนส่วนลด ‘บางจาก พอยท์เพย์’ ใช้พอยท์ช่วยจ่ายได้แล้วที่ร้านค้าดูเงิน, โอนคະແນนบางจากเป็นคະແນน MAAI, เปลี่ยนพอยท์เป็นกองทุน อีกทั้งบริษัทฯ ยังคงพัฒนาสถานีบริการ Unique Design ที่นำความต้องการของลูกค้ามาผสมผสานกับการออกแบบสถานีบริการที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละพื้นที่ เพื่อส่งมอบประสบการณ์และนวัตกรรมสีเขียวรูปแบบใหม่ให้กับลูกค้า

ตามเป้าหมายที่จะเป็นแบรนด์สถานีบริการน้ำมันอันดับหนึ่งในใจผู้บริโภค บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญต่อการรับฟังความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มลูกค้าและกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย ลูกค้าทั่วไป (End Users), ลูกค้า B2B (Business-to-Business), กลุ่มผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน (Dealer) และกลุ่มผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันชุมชน (COOP) เป็นต้น โดยในปี 2565 คุณภาพของสินค้าและบริการ ยังคงเป็นประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่บริษัทฯ มุ่งเน้นที่จะตอบสนอง โดยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง และยกระดับคุณภาพบริการในสถานีบริการน้ำมัน เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีภายใต้แนวคิด “Your Greenovative Destination” และใช้มาตรฐานสากล Net Promoter Score (NPS) ร่วมกับการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นเครื่องมือในติดตามผลการดำเนินงาน การควบคุมคุณภาพการบริการภายใต้ Standard Service Procedure เป็นตัววัดประสิทธิภาพการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีมีคุณภาพสู่ลูกค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ โดยมีกระบวนการตรวจสอบมาตรฐานงานบริการ (Service Audits) แบบสุ่มโดยตัวแทน และไม่เปิดเผยตัว (Mystery Shopper) ตรวจสอบตั้งแต่ขั้นตอนการบริการ การดูแลสภาพสถานีบริการ รวมถึงการใช้รถตรวจสอบคุณภาพงานบริการ และคุณภาพน้ำมันเคลื่อนที่ ณ สถานีบริการน้ำมันบางจากทั่วประเทศ (Mobile Training & Lab) อีกทั้งยังมีการพัฒนาระบบ Mobile Application Survey และ QR Code Survey ท้ายสลิปบัตรสมาชิก ที่ให้สมาชิกสามารถประเมินความพอใจได้ทันทีหลังใช้บริการโดยได้พัฒนาปรับปรุงข้อคำถามเรื่องความรวดเร็วซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยด้านงานบริการที่ลูกค้าให้ความสำคัญ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทฯ ได้ส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพให้กับผู้มีส่วนได้เสีย



เป้าหมายระยะยาว ปี 2030



มุ่งสู่แบรนด์สถานีบริการน้ำมันอันดับ 1 ในใจผู้บริโภค โดยมีตัวชี้วัดเป็น Net Promoter Score (NPS)



ผลักดันยอดขายผ่านสถานีบริการให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับ 2



พัฒนานานบริการ สถานีบริการ และธุรกิจ Non-Oil ผ่านสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน



ขยายสถานีบริการปีละ 60-80 สาขาทั่วประเทศ โดยพัฒนาสถานีบริการแบบ Unique Design เพิ่มเป็น 190 สาขา จากปัจจุบันมีอยู่ 74 สาขา (ณ ธ.ค. 2565)



พัฒนา และยกระดับสถานีบริการน้ำมันชุมชนให้เทียบเท่ากับสถานีบริการน้ำมันมาตรฐาน



พัฒนาผลิตภัณฑ์เชื้อเพลิงคุณภาพสูงให้สอดคล้องกับเทคโนโลยียานยนต์ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



พัฒนาแบรนด์ และคุณภาพผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นอย่างต่อเนื่อง



ส่งเสริมประสบการณ์งานบริการที่ดีผ่านมาตรฐานบริการพิเศษให้ผู้ใช้บริการ



พัฒนาบัตรสมาชิกบางจาก (Bangchak Green Miles) สู่ The Best Loyalty Program ให้ตรงความต้องการของผู้บริโภค

กลยุทธ์

บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และประสบการณ์ภายใต้แนวคิด “Your Greenovative Destination” เพื่อเป็นผู้นำในการพัฒนานวัตกรรมสีเขียวผ่านสินค้า บริการต่างๆ และธุรกิจ Non-Oil ในสถานีบริการน้ำมัน “บางจาก” เพื่อเป็นจุดหมายปลายทางที่จะเติมเต็มความต้องการของลูกค้า และมุ่งสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยใช้สมรรถนะหลัก 1) ตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสีย 2) จัดหา พัฒนา และสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ทั้งผลิตภัณฑ์น้ำมัน, Non-Oil และงานบริการให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว และ 3) ดำเนินธุรกิจร่วมกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างยั่งยืน โดยมีกลยุทธ์สำคัญ คือ

Customer Empathy

Your Greenovative Destination

Greenovative Products



เป็นผู้นำในการนำเสนอผลิตภัณฑ์น้ำมันคุณภาพสูงที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และติดตั้งสิ่งแวดล้อมด้วยน้ำมันมาตรฐาน Euro 5

Network Management



ขยายสาขาสถานีบริการและพัฒนารูปแบบสถานีบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า มุ่งเน้นพื้นที่ที่มีความต้องการใช้น้ำมันเพิ่มขึ้นต่อเนื่องและสร้างผลประโยชน์ที่คุ้มค่าต่อการลงทุนให้พันธมิตร

Non-Oil Offerings



ตอบโจทยความต้องการลูกค้าในปัจจุบันและอนาคตด้วยร้านค้า Non-Oil ที่พัฒนาร่วมกับพันธมิตร รวมถึงเทคโนโลยีสำหรับอนาคต (EV Charger)

Digital Experience



สร้างความใกล้ชิดกับลูกค้าผ่านประสบการณ์ดิจิทัลที่ทำให้รู้จักและรู้จักลูกค้าเป็นเพื่อนสนิท

Green Sustainability



สร้างธุรกิจที่เติบโตต่อเนื่องพร้อมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม

การดำเนินงานปี 2565

1. Greenovative Products

เป็นผู้นำในการนำเสนอผลิตภัณฑ์น้ำมันคุณภาพสูงที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และดีต่อสิ่งแวดล้อมด้วยผลิตภัณฑ์หลัก 3 ประเภท ได้แก่ น้ำมันมาตรฐาน Euro 5 ได้แก่ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 S EVO และน้ำมันไฮพรีเมียมดีเซลเอส (Hi-Premium Diesel S) ที่มีปริมาณกำมะถันต่ำกว่ามาตรฐาน Euro 4 และได้รับการออกแบบสำหรับเครื่องยนต์มาตรฐาน Euro 5 รุ่นใหม่ รวมถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ล่าสุด Hi-Premium 97 ซึ่งจุดเด่นนอกเหนือ 97 สูงที่สุดสำหรับน้ำมันกลุ่มแก๊สโซฮอล์ (E10) ในไทย เป็นหนึ่งเดียวในกลุ่มพรีเมียมแก๊สโซฮอล์ที่ได้มาตรฐานสากล Euro 5 และผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่น โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญดังนี้



- ได้มีการเปิดตัวจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ล่าสุด คือ Hi-Premium 97 ซึ่งจุดเด่นนอกเหนือ 97 สูงที่สุดสำหรับน้ำมันกลุ่มแก๊สโซฮอล์ (E10) ในไทย และเป็นหนึ่งเดียวในกลุ่มพรีเมียมแก๊สโซฮอล์ที่ได้มาตรฐานสากล Euro 5 เหมาะสำหรับกลุ่มผู้ใช้รถพรีเมียมที่ต้องการน้ำมันออกเทนสูงเป็นพิเศษ ตลอดจนตอบโจทย์ที่ต้องการเพิ่มสมรรถนะและยืดอายุเครื่องยนต์
- ผลักดันการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เชื้อเพลิงชีวภาพที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เมื่อเทียบกับเชื้อเพลิงทั่วไปอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการผลักดันการขายน้ำมัน Gasohol E20 S EVO ผ่านสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง E20 จำนวน 955 สาขา และสถานีบริการที่จำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง E85 จำนวน 376 สาขา (ณ ธ.ค. 2565) โดยสามารถทำส่วนแบ่งการตลาดผลิตภัณฑ์ E20 และ E85 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และครองอันดับ 2 ของตลาด
- พัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นตามมาตรฐานสากล โดยได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001 ระบบการบริหารจัดการคุณภาพ และได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO/TS 16949 ระบบการบริหารจัดการคุณภาพสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ ระบบการจัดการคุณภาพสากล โดยในปี 2565 สามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นเป็นร้อยละ 10.1 จากร้อยละ 9.9 ในปีก่อน (ณ ธ.ค. 2565)

2. Network Management

ขยายสาขาสถานีบริการและพัฒนารูปแบบสถานีบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า มุ่งเน้นพื้นที่ที่มีความต้องการใช้น้ำมันเพิ่มขึ้นต่อเนื่องและสร้างผลประกอบการที่คุ้มค่าต่อการลงทุนให้พันธมิตร

- Innovative Service Stations: นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างๆ มาพัฒนาสถานีบริการ สภาพแวดล้อมในสถานีบริการ และธุรกิจ Non-Oil
- ปรับปรุงภาพลักษณ์สถานีบริการในรูปแบบ Unique Design Service Stations โดยส่งมอบประสบการณ์ในการใช้บริการผ่านการออกแบบ การพัฒนาพันธมิตรธุรกิจ Non-Oil โดยบริษัทฯ มีสถานีบริการรูปแบบ Unique Design จำนวน 74 สาขา (ณ ธ.ค. 2565) ซึ่งประกอบไปด้วย 5 รูปแบบ ได้แก่ Modern, Innovation, Eastern, Western, และ Fantasy
- ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ พัฒนา EV Charger ในสถานีบริการน้ำมันบางจาก บนเส้นทางหลัก เพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของรถยนต์พลังงานไฟฟ้า (EV) ทั้งสิ้น 179 สาขา (ณ ธ.ค. 2565) เป็นสถานีบริการน้ำมันที่ให้บริการ EV Charger มากที่สุด ครอบคลุมทุกภูมิภาคทุกทิศทั่วไทย เป็นเพื่อนร่วมเดินทางเคียงข้างผู้ใช้รถ EV ในทุกเส้นทาง
- พัฒนาสถานีบริการที่มีมาตรฐานบนทำเลถนนสายหลัก โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า
- สนับสนุนการปรับปรุงมาตรฐาน และภาพลักษณ์ของสถานีบริการให้พร้อมในการแข่งขันทั้งด้านโครงสร้าง และงานบริการ จำนวน 140 แห่ง (ณ ธ.ค. 2565)



3. Non-Oil Offerings

ตอบใจห้ความต้งการของลูกค้ท้งในปัจจุบันและอนาคตด้วยร้านค้ Non-Oil ที่พัฒนาโดยบางจากฯ และพันธมิตรต้งๆ รวมไปถ้ถึงเทคโนโลยีสำหรับอนาคต (EV Charger)

- พัฒนาโมเดลธุรกิจใหม่ “บางจาก Food Truck” จับมือแบรนด์ชั้นนำเปิดให้บริการในสถานีบริการน้ำมัน สะดวกสบายในรูปแบบ Grab & Go ตอบรับวิถีชีวิตคนเมืองในยุค New Normal ท้งสิ้น 25 สาขา (ณ ธ.ค. 2565)
- ขยายธุรกิจ Non-Oil ในสถานีบริการน้ำมันเพิ่มขึ้นจากเดิมเพื่อความสะดวกของลูกค้ อาทิ ธุรกิจร้านกาแฟ ภายใต้แบรนด์ “อินทนิล” เป็น 1,002 สาขา (ณ ธ.ค. 2565) ร้านชาวมโซ่มุ่ DAKASI (ดาคาซึ) ซึ่ง บางจาก ริเทิล ได้รับสิทธิ์ขยายธุรกิจและบริหารสาขาในสถานีบริการน้ำมันบางจากทั่วประเทศ จำนวน 51 สาขา (ณ ธ.ค. 2565) และพันธมิตรทางธุรกิจ ที่ให้บริการร้านสะดวกซื้อแบรนด์ “ท็อปส์ เดลี่” “แฟมิลีมาร์ท” “มินิบักซี่” และ “ลอร์ว้สัน” เป็น 15 สาขา 17 สาขา 133 สาขา และ 1 สาขา ตามลำดับ (ณ ธ.ค. 2565)
- บริหารจัดการพื้นที่ในสถานีบริการให้เกิดประโยชน์สูงสุดภายใต้รูปแบบธุรกิจใหม่เพื่อเติมเต็มบริการให้ครบวงจรยิ่งขึ้น เช่น ธุรกิจคาร์แคร์ ภายใต้แบรนด์ “Wash Pro” “FURiO Care” “Green Wash” “Trye Care” และขยายสาขาร่วมกับพันธมิตร เช่น B-Quick รวมถึงธุรกิจ Food Kiosk/Truck Food ร้านอาหาร ร้านซักอบรีด ธุรกิจขนส่งสินค้า และตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ เป็นต้น

4. Digital Experience

สร้างความใกล้ชิดกับลูกค้ผ่านประสบการณ์ดิจิทัลทำให้อู้จักและรู้ใจลูกค้เป็นเพื่อนสนิท

- ขยายเครือข่ายลูกค้บัตร Fleet Card และ Pre-Paid Card เพื่อเพิ่มยอดขายผ่านสถานีบริการ
- นำระบบ Digital Payment มาใช้สำหรับการชำระเงิน พร้อมสะสมคะแนนสมาชิกในสถานีบริการน้ำมัน ร้านอินทนิลทุกสาขา และร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมันโดยการสแกน QR Code เพื่อชำระเงินผ่าน Applicationทุกธนาคาร ซึ่งช่วยลดการสัมผัสเงินสด และรักษาระยะห่างระหว่างลูกค้และพนักงานผู้ให้บริการ เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นต่อผู้ที่จะเข้ามาใช้สถานีบริการ นอกจากนี้ยังได้พัฒนาการบริการเติมน้ำมันแบบไม่ต้องลดกระจก และจ่ายเงินด้วย QR code เพื่อลดความเสี่ยงติดเชือ่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคในปัจจุบัน

- ร่วมกับสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (Thailand Environment Institute: TEI) พัฒนาเกณฑ์การออกแบบสถานีบริการภายใต้แนวคิด Inno-Green Station ที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม มีการใช้นวัตกรรมที่มีความปลอดภัย และดูแลคุณภาพชีวิตของลูกค้ทุกกลุ่มผ่านการออกแบบสถานีบริการตามหลักอารยสถาปัตยกรรม โดยในปี 2565 มีสถานีที่พัฒนาได้ตามเกณฑ์ดังกล่าว จำนวน 72 สถานี (ณ ธ.ค. 2565) หรือมีทั้งหมด 200 สถานี ณ ปัจจุบัน
- พัฒนาระบบสมาชิกบัตรบางจาก นอกเหนือจากสิทธิประโยชน์ “ขึ้นเท่าไร? คืนเท่านั้น” และระบบสนับสนุนการดูแลสิ่งแวดล้อมของสมาชิก เช่น ต้นไม้ของคุณ ตะกร้าบุญที่สมาชิกสามารถบริจาคคะแนนให้กับหน่วยงานการกุศลต้งๆ ได้ตลอดเวลา ท้งยังได้พัฒนาโครงการต้งๆ เพิ่มขึ้นเพื่อขยายฐานลูกค้ เช่น โอนคะแนนบางจากไปเอไอเอสพอยท์, แลกแทนส่วนลด ‘บางจาก พอยท์เพย์’ ใช้พอยท์ช่วยจ่ายได้แล้วที่ร้านค้ถูงเงิน, โอนคะแนนบางจากเป็นคะแนน MAAI, เปลี่ยนพอยท์เป็นกองทุน
- พัฒนาระบบ Application BCP Link ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการเข้าถึงข้อมูลสำคัญได้อย่างทันท่วงที เช่น ระบบคำสั่งซื้อน้ำมันอัตโนมัติ (Auto Ordering System: AOS) และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น ระบบ Smart P&L (ระบบฐานข้อมูลเพื่อการประเมินประสิทธิภาพการบริหารจัดการสถานีบริการ)
- พัฒนาระบบ Online Training สำหรับพนักงานบริการหน้าลาน และผู้ประกอบการ เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลกระบวนการทำงานที่สำคัญได้ทุกที่ทุกเวลา



5. Green Sustainability

สร้างธุรกิจที่เติบโตต่อเนื่องพร้อมกับสังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ยังคงขับเคลื่อนโครงการสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมร่วมกับลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง ผ่านโครงการต่างๆ อาทิ

- **โครงการเติมน้ำมันปั่นน้ำใจ** เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่ปี 2540 และจัดทำอย่างต่อเนื่องโดยรับซื้อผลผลิตทางการเกษตรและ/หรือสินค้านวัตกรรมจากเกษตรกรและผู้ประกอบการ SME มามอบให้กับลูกค้าที่มาเติมน้ำมัน เป็นการสนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการ SME ในช่วงที่ราคาสินค้าทางการเกษตรตกต่ำโดยเปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วม
- **โครงการจ้างงานผู้พิการและผู้สูงอายุ** (ในตำแหน่งที่เหมาะสม) สนับสนุนคุณค่าและคุณภาพชีวิตของคนในสังคม รวมถึงให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนสินค้าที่ผลิตโดยกลุ่มผู้พิการ โดยมีการจ้างงานและให้โอกาสกลุ่มผู้สูงอายุและผู้พิการเข้ามาทำงานในสถานบริการน้ำมัน โดยแบ่งเป็นผู้สูงอายุ 146 คน และผู้พิการ 26 คน รวมถึงมีการจ้างงานภายใต้บริษัท บางจากกรีน จำกัด ซึ่งแบ่งเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ 2 คน (สำนักงานใหญ่ 1 คน และสาขาร้านกาแฟอินทนิล 1 คน) และผู้พิการ 3 คน (สำนักงานใหญ่ 1 คน และสาขาร้านกาแฟอินทนิล 2 คน) (ณ ธ.ค. 2565)
- **โครงการฝึกสวนครัวไร้สารในสถานบริการ** โดยนำพื้นที่ที่ไม่เกิดประโยชน์ด้านหลังสถานบริการ มาสร้างแปลงปลูกผักสวนครัวเพื่อลดภาระค่าอาหารให้กับพนักงานให้บริการ และต่อยอดเป็นของแถมค่าขอบคุณให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ รวมถึงได้นำความรู้ในการปลูกผักสวนครัวไปแลกเปลี่ยนความรู้ให้กับชุมชน และโรงเรียนรอบสถานบริการบางจาก
- **ธุรกิจร้านกาแฟอินทนิล ผู้นำของธุรกิจกาแฟที่ “เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม”** ด้วยการรณรงค์ลดการใช้พลาสติกผ่านโครงการ “นำแก้วมาเอง” ปัจจุบัน ร้านกาแฟอินทนิลเป็นผู้นำของร้านกาแฟที่ใช้ BIO Packaging ชนิด PLA (Polylactic Acid) ทั้งฝาและแก้วกาแฟที่ผลิตจากพืช โดยย่อยสลายได้ตามธรรมชาติทั้งหมด รวมถึงใช้ฝาแบบพร้อมดื่มที่ไม่ต้องใช้หลอด เพื่อลดปัญหาการเกิดขยะพลาสติก และมลพิษจากการกำจัดขยะ จนเป็นร้านกาแฟที่ใช้ Bioplastic มากที่สุด เป็นอันดับ 1 ของ ASEAN นอกจากนี้ยังร่วมกับกรมป่าไม้ในโครงการ “แก้วเพาะกล้า” โดยรับแก้วเครื่องดื่มอินทนิลใช้แล้ว เพื่อนำมาใช้เพาะชำต้นกล้าไม้ทดแทนการใช้ถุงพลาสติกดำ เพื่อลดการสร้างขยะและมีส่วนร่วมในการเพิ่มพื้นที่สีเขียว

- **โครงการศึกษาความเป็นได้ในการใช้เครื่องปรับอากาศพลังงานแสงอาทิตย์** ในร้านอินทนิลและดาคาซี โดยเริ่มทำการติดตั้งในร้านอินทนิลและดาคาซีจำนวน 16 สาขา (ณ ธ.ค. 2565) โดยมีแผนจะขยายการติดตั้งเพิ่มเติมในปีต่อไป
- **โครงการส่งเสริมประเพณีไทย** สร้างประสบการณ์แก่ลูกค้า และรณรงค์ให้ลูกค้าเห็นถึงความสำคัญต่อประเพณีไทยที่ดีต่างๆ อาทิ จัดรายการส่งเสริมการขายในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ กิจกรรมมอบกระถางให้ลูกค้าในวันลอยกระทง พร้อมจัดพื้นที่สำหรับรับสงฆ์พระพุทธรูป
- **โครงการของหายได้คืนที่ป้อมบางจาก** เพื่อสร้างความประทับใจ และความไว้วางใจในการใช้บริการที่สถานีบริการบางจาก ผ่านการปลูกฝังจิตสำนึกความซื่อสัตย์ของพนักงานบริการ ให้ดูแล และส่งคืนทรัพย์สินที่ผู้ใช้บริการลืมไว้ในสถานบริการ
- **โครงการช่วยเหลือรถเสียฉุกเฉิน (Road Side Assistant)** ปลูกฝังวัฒนธรรมในการให้ความช่วยเหลือแก่พนักงานบริการในสถานบริการ โดยให้บริการช่วยเหลือผู้ใช้รถทั่วไปที่ต้องการความช่วยเหลือเบื้องต้น เช่น เปลี่ยนยาง และพ่วงแบตเตอรี่ เป็นต้น
- **โครงการสมาชิกบางจากร่วมปั่นน้ำใจ** ส่งเสริมให้ไม่รู้จักสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกบางจากได้ช่วยเหลือสังคม โดยลูกค้าสามารถบริจาคคะแนนสะสมจากการเติมน้ำมันและการซื้อสินค้าในเครือบางจาก เพื่อแลกเป็นเงินบริจาคร่วมกับส่วนที่บริษัทฯ บริจาคสมทบเพิ่มเติม โดยมอบให้กับองค์กรสาธารณประโยชน์ อาทิ มูลนิธิแพทย์อาสาสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี มูลนิธิรามธิบดี และสภากาชาดไทย เป็นต้น เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม



ผลลัพธ์จากการดำเนินงาน

สถานีบริการน้ำมันบางจากเป็นแบรนด์ที่สามารถรักษาระดับ 1 ร่วม จากคะแนน Net Promoter Score (NPS) ตั้งแต่ปี 2560-2565 (ข้อมูลจากการสอบถามผู้ใช้น้ำมันมากกว่า 1,500 คน ทั่วประเทศ สํารวจโดยบริษัทวิจัยภายนอก)

	หน่วย	ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565
NPS Score	ร้อยละ	77.5	71.5	76.1	81.3	77.5	73.5
NPS Score	ลำดับ	อันดับ 1 (ร่วม)	อันดับ 1 (ร่วม)	อันดับ 1 (ร่วม)	อันดับ 1 (ร่วม)	อันดับ 1 (ร่วม)	อันดับ 1 (ร่วม)
ยอดจำหน่ายน้ำมันใส ผ่านสถานีบริการ	ล้านลิตร/เดือน	317.7	333.8	355.7	348.7	339.7	385.2
ยอดขายเฉลี่ย	พันลิตร/เดือน/สถานี บริการมาตรฐาน	509.8	496.0	497.7	458.5	421.6	445.2
การขยายสถานีบริการ	จำนวน	61	74	48	45	57	72

ปริมาณการลดก๊าซเรือนกระจกจากการเติมน้ำมันผ่านบัตรสมาชิกบางจาก (หน่วย : ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565
196,828	215,469	232,146	197,737	190,716	211,076