

การพัฒนาสินค้าและบริการอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการพัฒนาสินค้าและบริการตามแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างมีส่วนร่วมและยั่งยืน เพื่อพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของสังคมไทย ปี 2566 ประเทศได้กลับเข้าสู่สถานการณ์ปกติหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ที่ผ่านมา ในปีนี้ ได้มีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในประเทศ คือ การเลือกตั้ง ทำให้ได้มาซึ่งรัฐบาลชุดใหม่ ประกอบกับสถานการณ์โลกที่อุปทานน้ำมันยังตึงตัวจากสถานการณ์ขัดแย้งระหว่างรัสเซียและยูเครนที่ยังคงยืดเยื้อ และกลุ่มโอเปกพลัสลดปริมาณการผลิตน้ำมันได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ส่งผลให้ประเทศอยู่ภายใต้ภาวะราคาน้ำมันสูง รวมถึงสงครามระหว่างอิสราเอล-ปาเลสไตน์ นอกจากนี้ ยังมีเหตุการณ์ภายในองค์กรที่สำคัญ ซึ่งก็คือ บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท บางจาก ศรีราชา จำกัด (มหาชน) (ชื่อเดิม บริษัท เอสโซ่ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงชื่อ เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2566) เพื่อสร้างความมั่นคงทางพลังงานให้แก่คนในประเทศ ทำให้ต้องทำแผนรองรับต่างๆ เพื่อให้บริการอย่างเข้าถึงและเข้าใจ รวมถึงเพื่อสร้างความเชื่อมั่นทั้งในส่วนของลูกค้าปัจจุบันของบางจาก และฐานลูกค้าใหม่ไม่ว่าจะเป็นในด้านของการเปลี่ยนแบรนด์สถานีบริการ คุณภาพของผลิตภัณฑ์/งานบริการต่างๆ และการพัฒนาสถานีบริการน้ำมันอย่างครอบคลุม เช่น ธุรกิจ Non-Oil การสร้างประสบการณ์ดิจิทัลให้แก่ลูกค้า การแข่งขันกับคู่แข่งและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ในปี 2566 บริษัทฯ ได้ออกมาตรการช่วยเหลือประชาชนในด้านราคาเสมอมาผ่านการจัดทำโครงการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น “ขึ้นเท่าไหน คินเท่านั้น” สมาชิกได้คะแนนพิเศษเพิ่มเมื่อเติมน้ำมันที่สถานีบริการบางจากในวันแรกที่ปรับราคาขึ้น โดยชำระค่าน้ำมันเต็มจำนวนตามราคาที่ปรับขึ้นใหม่และรับส่วนต่างราคาน้ำมันที่ปรับขึ้นคินเป็นคะแนนสะสมพิเศษ เพื่อช่วยเหลือประชาชนอีกทางหนึ่ง, “ลดราคาน้ำมันเกรดพรีเมียมลิตรละ 7 บาท” เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงในราคาที่สามารเอื้อถึง รวมถึงการปรับตัวตามสถานการณ์นโยบายต่างๆ ของภาครัฐ เช่น การตรึงราคาหรือมาตรการลดราคาน้ำมัน เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นที่จะพัฒนาศักยภาพและขยายธุรกิจ Non-Oil รวมถึงเร่งเดินหน้าขยายความร่วมมือกับพันธมิตรด้านธุรกิจ

ร้านอาหารแบรนด์ชั้นนำ รวมถึงนำเสนอร้านค้าท้องถิ่น เพื่อรองรับวิถีชีวิตยุคใหม่ให้ลูกค้าได้มีมอรรอยได้หลากหลายอย่างสะดวก รวดเร็วและง่ายขึ้น โดยปัจจุบันมีร้านอาหารแบบเครือข่ายเปิดให้บริการเพิ่มเติมในสถานีบริการน้ำมันบางจาก รวมไปถึงร่วมขยายสาขาธุรกิจเสริม Non-Oil ที่สถานีบริการน้ำมันบางจากกับพันธมิตรต่างๆ เช่น แรนด์ “Jones Salad”, “Gateaux House” เป็นต้น

สำหรับสมาชิกบางจาก บริษัทฯ มุ่งขยายฐานลูกค้าและเพิ่มทางเลือกให้กับสมาชิกมากขึ้น ผ่านการร่วมมือกับพันธมิตรต่างๆ เช่น โอนคะแนนบางจาก ไป เอไอเอสพอยท์, แลกแทนส่วนลด “บางจาก พอยท์เพย์” ใช้พอยท์ช่วยจ่ายได้แล้วที่ร้านค้าเงิน, โอนคะแนนบางจากเป็นคะแนน MAAI, เปลี่ยนพอยท์เป็นกองทุน อีกทั้งบริษัทฯ ยังคงพัฒนาสถานีบริการ Unique Design ที่นำความต้องการของลูกค้ามาผสมผสานกับการออกแบบสถานีบริการที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละพื้นที่ เพื่อส่งมอบประสบการณ์และนวัตกรรมสีเขียวรูปโฉมใหม่ให้กับลูกค้า ตามเป้าหมายที่จะเป็นแบรนด์สถานีบริการน้ำมันอันดับหนึ่งในใจผู้บริโภค บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญต่อการรับฟังความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มลูกค้าและกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย ลูกค้าทั่วไป (End Users), ลูกค้า B2B (Business-to-Business), กลุ่มผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน (Dealer) และกลุ่มผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันชุมชน (COOP) เป็นต้น

โดยในปี 2566 คุณภาพของสินค้าและบริการยังคงเป็นประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่บริษัทฯ มุ่งเน้นที่จะตอบสนอง โดยการใช้ นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง และยกระดับคุณภาพบริการในสถานีบริการน้ำมัน เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีภายใต้แนวคิด **“Your Greenovative Destination”** เพื่อพัฒนาสถานีบริการน้ำมันให้เป็นจุดหมายของการใช้ชีวิตประจำวันของคนทุกวัยอย่างสร้างสรรค์ เพื่อวิถีชีวิตที่ยั่งยืน และใช้สำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นเครื่องมือเฝ้าติดตามผลการดำเนินงาน การควบคุมคุณภาพ



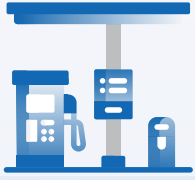


การบริการภายใต้ Standard Service Procedure เป็นตัววัดประสิทธิภาพการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีมีคุณภาพสู่ลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ โดยมีกระบวนการตรวจสอบมาตรฐานงานบริการ (Service Audits) แบบสุ่มโดยตัวแทน และไม่เปิดเผยตัว (Mystery Shopper) ตรวจสอบตั้งแต่ขั้นตอนการบริการ การดูแลสภาพสถานีบริการ รวมถึงการใช้รถตรวจสอบคุณภาพงานบริการและคุณภาพน้ำมันเคลื่อนที่ ณ สถานีบริการ

บางจากทั่วประเทศ (Mobile Training & Lab) อีกทั้งยังมีการพัฒนาระบบ Mobile Application Survey และ QR Code Survey ท้ายสลิปบัตรสมาชิก ที่ให้สมาชิกสามารถประเมินความพอใจได้ทันทีหลังใช้บริการ โดยได้พัฒนาปรับปรุงข้อความเรื่องความรวดเร็วซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยด้านงานบริการที่ลูกค้าให้ความสำคัญ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทฯ ได้ส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพให้กับผู้มีส่วนได้เสีย



เป้าหมายปี 2573



1

มุ่งสู่แบรนด์สถานีบริการน้ำมัน
อันดับหนึ่งในใจผู้บริโภค

2

ผลักดันยอดขายผ่านสถานีบริการ
ให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีส่วนแบ่ง
การตลาดเป็นอันดับ 2

3

เป็นผู้นำในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันดีเซล
ผ่านสถานีบริการ และผลักดันการจำหน่าย
กลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำมันเกรดพรีเมียมอย่างต่อเนื่อง

4

พัฒนางานบริการ สถานีบริการ
และธุรกิจ Non-Oil
ผ่านสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ
ของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

5

ขยายสถานีบริการปีละ 40-50 สาขาทั่วประเทศ
โดยพัฒนาสถานีบริการแบบ Unique Design
ให้ครอบคลุม จากปัจจุบันมีอยู่ 87 สาขา
(ณ เดือนธันวาคม 2566)

6

ขยายธุรกิจร้านกาแฟอินทนิล
มากกว่า 2,500 สาขา
ทั้งในสถานีบริการน้ำมันบางจากและนอกสถานีบริการ
ครอบคลุม Strategic Location ทุกภูมิภาคทั่วประเทศไทย
และในกลุ่มประเทศ ASEAN



7

พัฒนาและยกระดับ
สถานีบริการน้ำมันชุมชน
ให้เทียบเท่ากับสถานีบริการ
น้ำมันมาตรฐาน

8

พัฒนาผลิตภัณฑ์เชื้อเพลิง
คุณภาพสูง
ให้สอดคล้องกับเทคโนโลยียานยนต์
และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

9

พัฒนาแบรนด์และ
คุณภาพผลิตภัณฑ์
น้ำมันหล่อลื่น
อย่างต่อเนื่อง



10

ส่งเสริมประสบการณ์
งานบริการที่ดีผ่านมาตรฐาน
งานบริการพิเศษให้ผู้ใช้บริการ

11

พัฒนาบัตรสมาชิกบางจาก
(Bangchak GreenMiles) สู่ The Best Loyalty
Program ที่ตรงความต้องการและความคาดหวัง
ของผู้บริโภค



กลยุทธ์

บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และประสบการณ์ภายใต้แนวคิด “Your Greenovative Destination” เพื่อเป็นผู้นำในการพัฒนานวัตกรรมสีเขียวผ่านสินค้า บริการต่างๆ และธุรกิจ Non-Oil ในสถานีสบริการน้ำมัน “บางจาก”

เพื่อเป็นจุดหมายปลายทางที่จะเติมเต็มความต้องการของลูกค้า และมุ่งสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยใช้สมรรถนะหลัก 1) ตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสีย 2) จัดหา พัฒนา และสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ที่นวัตกรรมที่น้ำมัน, Non-Oil และงานบริการให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว และ 3) ดำเนินธุรกิจร่วมกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างยั่งยืน โดยมีกลยุทธ์สำคัญ คือ



Greenovative Products

เป็นผู้นำในการนำเสนอผลิตภัณฑ์น้ำมันคุณภาพสูงที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และดีต่อสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทฯ มีความพร้อมในการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์น้ำมันทุกชนิดที่จำหน่ายผ่านสถานีบริการบางจากตามมาตรฐานยูโร 5 ในช่วงต้นปี 2567



Network Management

ขยายสาขาสถานีบริการและพัฒนารูปแบบสถานีบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า มุ่งเน้นพื้นที่ที่มีความต้องการใช้น้ำมันเพิ่มขึ้นต่อเนื่องและสร้างผลประกอบการที่คุ้มค่าต่อการลงทุนให้พันธมิตร



Non-Oil Offerings

ตอบโจทยความต้องการลูกค้าในปัจจุบันและอนาคตด้วยร้านค้า Non-Oil ที่พัฒนาร่วมกับพันธมิตร รวมถึงเทคโนโลยีสำหรับอนาคต (EV Charger)



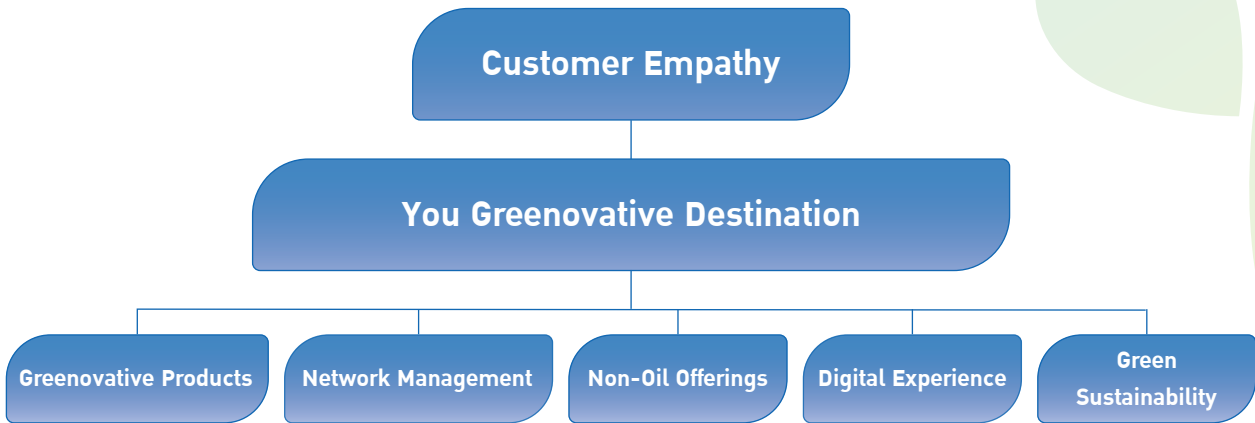
Digital Experience

สร้างความใกล้ชิดกับลูกค้าผ่านประสบการณ์ดิจิทัลทำให้รู้จักและรู้จักลูกค้าเป็นเพื่อนสนิท



Green Sustainability

สร้างธุรกิจที่เติบโตต่อเนื่องพร้อมกับสังคมและสิ่งแวดล้อม



การดำเนินงานปี 2566

1. Greenovative Products



เป็นผู้นำในการนำเสนอผลิตภัณฑ์น้ำมันคุณภาพสูงที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและดีต่อสิ่งแวดล้อมด้วยผลิตภัณฑ์น้ำมันมาตรฐานยูโร 5 ที่มีปริมาณกำมะถันต่ำกว่ามาตรฐานยูโร 4 สามารถช่วยลดการปล่อยก๊าซไฮโดรคาร์บอนและออกไซด์ของไนโตรเจน ลดปัญหาฝุ่นละอองขนาดเล็กหรือ PM 2.5 ส่งผลให้ลดผลกระทบต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โดยในปี 2566 บริษัทฯ มีจำนวนผลิตภัณฑ์น้ำมันมาตรฐานยูโร 5 ที่จำหน่ายทั้งหมด 3 ชนิด คิดเป็นร้อยละ 33 จากผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่จำหน่ายผ่านสถานีบริการบางจาก ได้แก่ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 S EVO, น้ำมันไฮพรีเมียมดีเซลเอส (Hi-Premium Diesel S) ที่ได้รับการออกแบบสำหรับเครื่องยนต์มาตรฐานยูโร 5 รุ่นใหม่ และผลิตภัณฑ์ใหม่ล่าสุด Hi Premium 97 ซึ่งจุดเด่นออกเทน 97 สูงที่สุดสำหรับน้ำมันกลุ่มแก๊สโซฮอล์ (E10) ในไทย เป็นหนึ่งเดียวในกลุ่มพรีเมียมแก๊สโซฮอล์ที่ได้มาตรฐานสากลยูโร 5 ทั้งนี้ในปลายเดือนธันวาคม 2566 น้ำมันทุกชนิดที่จำหน่ายจากโรงกลั่นน้ำมันบางจาก พระโขนง ได้รับการปรับปรุงสูตรให้เป็นมาตรฐานยูโร 5 เพื่อเตรียมความ

พร้อมตอบรับนโยบายภาครัฐในการบังคับใช้มาตรฐานยูโร 5 ตั้งแต่ต้นปี 2567 เป็นต้นไป รวมถึงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นคุณภาพสูง โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญดังนี้

- การผลักดันการจำหน่ายผลิตภัณฑ์พรีเมียมของบางจาก (Hi-Premium Diesel S และ Hi Premium 97) ผ่านแคมเปญต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการขยายสถานีบริการที่จำหน่ายน้ำมันเกรดพรีเมียม กิจกรรมสุ่มรางวัลลดราคาผลิตภัณฑ์พรีเมียมลิตรละ 7 บาท และกิจกรรมเติมน้ำมันพรีเมียมของบางจากครบ 2,000 บาท ได้รับคูปองส่วนลดเติมน้ำมัน 100 บาท เพื่อใช้เป็นส่วนลดในการเติมน้ำมันครั้งถัดไป เพื่อเพิ่มโอกาสให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงของบางจาก เป็นต้น
- ผลักดันการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เชื้อเพลิงชีวภาพที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เมื่อเทียบกับเชื้อเพลิงทั่วไปอย่างต่อเนื่อง โดยยังเน้นการผลักดันการขายน้ำมัน Gasohol E20 S EVO ผ่านสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง E20 จำนวน 1,024 สาขา และสถานีบริการที่จำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง E85 จำนวน 229 สาขา (ณ เดือนธันวาคม 2566) โดยสามารถรักษาส่วนแบ่งการตลาดผลิตภัณฑ์ E20 และ E85 เป็นอันดับ 2 ของตลาด
- พัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นตามมาตรฐานสากล โดยได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001 ระบบการบริหารจัดการคุณภาพ และได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO/TS16949 ระบบการบริหารจัดการคุณภาพสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ระบบการจัดการคุณภาพสากล โดยในปี 2566 สามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นเป็นร้อยละ 10.9 จากร้อยละ 10.1 ในปีก่อน

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 87 สาขา ซึ่งประกอบไปด้วย 6 รูปแบบ ได้แก่ Modern, Innovation, Eastern, Western, Thai-inspired และ Fantasy
- ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจพัฒนา EV Charger ในสถานีบริการน้ำมันบางจาก เพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของรถยนต์พลังงานไฟฟ้า (EV) ทั้งสิ้น 265 แทนจ่าย 890 หัวจ่าย เป็นสถานีบริการน้ำมันที่ให้บริการ EV Charger มากที่สุดครอบคลุมทุกภูมิภาคทุกทิศทั่วไทย เป็นเพื่อนร่วมเดินทางเคียงข้างผู้ใช้รถ EV ในทุกเส้นทาง
- พัฒนาสถานีบริการที่มีมาตรฐานบนทำเลถนนสายหลัก โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า
- การเปลี่ยนตราสัญลักษณ์ “เอสโซ่” เป็น “บางจาก” (Rebranding) ซึ่งดำเนินการแล้วเสร็จทั้งสิ้น 273 สถานี
- สนับสนุนการปรับปรุงมาตรฐานและภาพลักษณ์ของสถานีบริการให้พร้อมในการแข่งขันทั้งด้านโครงสร้างและงานบริการ จำนวน 120 แห่ง

3. Non-Oil Offerings

ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต ด้วยร้านค้า Non-Oil ร่วมกับพันธมิตรแบรนด์ชั้นนำต่างๆ รวมไปถึงเทคโนโลยีสำหรับอนาคต (EV Charger)

- ขยายธุรกิจ Non-Oil ทั้งในและนอกสถานีบริการน้ำมันเพิ่มขึ้นจากเดิมเพื่อความสะดวกของลูกค้า อาทิ ธุรกิจร้านกาแฟภายใต้แบรนด์ “อินทนิล” เป็น 1,020 สาขา ร้านขนมไข่มุก DAKASI (ดาคาสี) ซึ่งบริษัท บางจาก รีเทล จำกัด ได้รับสิทธิ์ขยายธุรกิจและบริหารสาขาในสถานีบริการน้ำมันบางจากทั่วประเทศ จำนวน 31 สาขา และพันธมิตรทางธุรกิจที่ให้บริการร้านสะดวกซื้อแบรนด์

“ท็อปส์ เดลี่” “แฟมิลีมาร์ท” “มินิบิ๊กซี” และ “โลว์สัน” เป็น 15 สาขา 15 สาขา 134 สาขา และ 2 สาขา ตามลำดับ

- บริหารจัดการพื้นที่ในสถานีบริการให้เกิดประโยชน์สูงสุดภายใต้รูปแบบธุรกิจใหม่เพื่อเติมเต็มบริการให้ครบวงจรยิ่งขึ้น เช่น ธุรกิจอาหารร่วมกับแบรนด์ชั้นนำ เช่น “Jones Salad” “Gateaux House”, ธุรกิจคาร์แคร์ ภายใต้แบรนด์ “FURiO Care” “Green Wash” “Tyre Plus” “Wizard” “Autoclik” เป็นต้น และขยายสาขาร่วมกับพันธมิตร เช่น B-Quik รวมถึงกลุ่มธุรกิจ Lifestyle ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นร้านสะดวกซื้อ เช่น “Code Clean”, ธุรกิจขนส่งสินค้า และตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ เป็นต้น

4. Digital Experience

สร้างความใกล้ชิดกับลูกค้าผ่านประสบการณ์ดิจิทัล ทำให้รู้จักและรู้จักลูกค้าเป็นเพื่อนสนิท

- ขยายฐานลูกค้าสมาชิกบางจากกรีนโมลส์ เครือข่ายลูกค้าบัตร Fleet Card และ Pre-Paid Card เพื่อเพิ่มยอดขายผ่านสถานีบริการ
- นำระบบ Digital Payment มาใช้สำหรับการชำระเงินพร้อมสะสมคะแนนสมาชิกในสถานีบริการน้ำมัน ร้านอินทนิลทุกสาขา และร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมัน โดยการสแกน QR Code เพื่อชำระเงินผ่าน Application ทุกธนาคาร ซึ่งช่วยลดการสัมผัสเงินสดและรักษาระยะห่างระหว่างลูกค้าและพนักงานผู้ให้บริการ เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นต่อผู้ที่เข้ามาใช้สถานีบริการ
- ขยายสถานีบริการที่รองรับระบบ Digital Payment ใช้สำหรับการชำระเงิน ทั้งสิ้น 1,275 สาขา พร้อมสะสมคะแนนสมาชิกในสถานีบริการ ร้านกาแฟอินทนิลทุกสาขา และร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการ
- ร่วมกับสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (Thailand Environment Institute: TEI) พัฒนาเกณฑ์การออกแบบสถานีบริการภายใต้แนวคิด Inno-Green Station ที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม มีการใช้นวัตกรรมที่มีความปลอดภัยและดูแลคุณภาพชีวิตของลูกค้าทุกกลุ่มผ่านการออกแบบสถานีบริการตามหลักอารยสถาปัตย์ โดยในปี 2566 มีสถานีที่พัฒนาได้ตามเกณฑ์ดังกล่าวจำนวน 58 สถานี หรือมีทั้งหมด 258 สถานี ณ ปัจจุบัน



- พัฒนาระบบสมาชิกบัตรบางจาก นอกเหนือจากสิทธิประโยชน์ “ขึ้นเท่าไหร่ คั้นเท่านั้น” และระบบสนับสนุนการดูแลสิ่งแวดล้อมของสมาชิก เช่น ต้นไม้ของคุณ กระจก้าบุญ ที่สมาชิกสามารถบริจาคคะแนนให้กับหน่วยงานการกุศลต่างๆ ได้ตลอดเวลา ทั้งยังได้พัฒนาโครงการต่างๆ เพิ่มขึ้น เพื่อขยายฐานลูกค้า เช่น โอนคะแนนบางจาก ไป เอไอเอสพอยท์, แลกแทนส่วนลด “บางจาก พอยท์เพย์” ใช้พอยท์ช่วยจ่ายได้แล้วที่ร้านค้าถุงเงิน, โอนคะแนนบางจาก เป็นคะแนน MAAI, เปลี่ยนพอยท์เป็นกองทุน



- พัฒนาระบบ Application BCP Link ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการเข้าถึงข้อมูลสำคัญได้อย่างทันท่วงที เช่น ระบบคำสั่งซื้อน้ำมันอัตโนมัติ (Auto Ordering System: AOS) และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น ระบบ Smart P&L (ระบบฐานข้อมูลเพื่อการประเมินประสิทธิภาพการบริหารจัดการสถานบริการ)
- พัฒนาระบบ Online Training สำหรับพนักงานบริการหน้าลาน และผู้ประกอบการ เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลกระบวนการทำงานที่สำคัญได้ทุกที่ทุกเวลา

5. Green Sustainability



สร้างธุรกิจที่เติบโตต่อเนื่องพร้อมกับสังคมและสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ ยังคงขับเคลื่อนโครงการสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมร่วมกับลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่องผ่านโครงการต่างๆ อาทิ

- โครงการเติมน้ำมันปันน้ำใจ** เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่ปี 2540 และจัดทำอย่างต่อเนื่องโดยรับซื้อผลิตผลทางการเกษตรและ/หรือสินค้าวันัตกรรมจากเกษตรกรและผู้ประกอบการ SME มามอบให้กับลูกค้าที่มาเติมน้ำมันเป็นการสนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการ SME ในช่วงที่ราคาสินค้าทางการเกษตรตกต่ำโดยเปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วม
- โครงการจ้างงานผู้พิการและผู้สูงอายุ** (ในตำแหน่งที่เหมาะสม) สนับสนุนคุณค่าและคุณภาพชีวิตของคนในสังคม รวมถึงให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนสินค้าที่ผลิตโดยกลุ่มผู้พิการ โดยมีกรจ้างงานและให้โอกาสกลุ่มผู้สูงอายุและผู้พิการเข้ามาทำงานในสถานีบริการน้ำมัน โดยแบ่งเป็นผู้สูงอายุ 84 คน (อายุ 60 ปีขึ้นไป) คน และผู้พิการ 26 คน รวมถึงมีการจ้างงานภายใต้บริษัท บางจากรีเทล จำกัด ซึ่งแบ่งเป็นผู้สูงอายุ 1 คน และผู้พิการ 4 คน
- โครงการฝึกสวนครัวไร้สารในสถานบริการฯ** โดยนำพื้นที่ที่ไม่เกิดประโยชน์ด้านหลังสถานบริการ มาสร้างแปลงปลูกผักสวนครัวเพื่อลดภาระค่าอาหารให้กับพนักงานให้บริการและต่อยอดเป็นของแถมค่าขอบคุณให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ รวมถึงได้นำความรู้ในการปลูกผักสวนครัวไปแลกเปลี่ยนความรู้ให้กับชุมชน และโรงเรียนรอบสถานบริการบางจาก
- ธุรกิจร้านกาแฟอินทิล ผู้นำของธุรกิจกาแฟที่ “เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม”** ด้วยการเลือกใช้เมล็ดกาแฟ Organic Arabica 100% บริการให้แก่ลูกค้า อินทิลเป็นผู้นำในการรณรงค์ลดการใช้พลาสติก ผ่านโครงการ “ลูกค้านำแก้วมาเอง” รับส่วนลดในการซื้อเครื่องดื่ม ปัจจุบันร้านกาแฟอินทิลเป็นผู้นำของร้านกาแฟที่ใช้ BIO Packaging ชนิด PLA (Polylactic Acid) ทั้งแก้วกาแฟและฝา ผลิตจากพืชสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ 100% รวมถึงการเลือกใช้ฝาแบบยกดื่มได้โดยไม่ต้องใช้หลอด เพื่อตัดวงจรการเกิดขยะพลาสติกและมลพิษจากการกำจัดขยะจนอินทิลเป็นร้านกาแฟที่ใช้ Bioplastic มากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของ ASEAN นอกจากนี้ ยังร่วมกับกรมป่าไม้ในโครงการ “แก้วเพาะกล้า” โดยรับคืนแก้วเครื่องดื่มอินทิลที่ใช้แล้ว เพื่อส่งต่อให้กรมป่าไม้ นำมาใช้เพาะชำกล้าไม้ทดแทนการใช้ถุงพลาสติกดำ เพื่อลดการสร้างขยะและนับเป็นการยืดอายุการใช้ประโยชน์ของพลาสติกย่อยสลาย ซึ่งนับเป็นการให้ลูกค้าอินทิลมีส่วนร่วมในการปลูกป่าเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับโลกของเราผ่านโครงการนี้ ซึ่งดำเนินการต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2564

- **โครงการใช้เครื่องปรับอากาศพลังงานแสงอาทิตย์ในร้านอินทนิลและดาคาซี** โดยเริ่มทำการติดตั้งในร้านอินทนิลและดาคาซีจำนวน 34 สาขา โดยมีแผนจะขยายการติดตั้งเพิ่มเติมในปีต่อไป
- **โครงการส่งเสริมประเพณีไทย** สร้างประสบการณ์แก่ลูกค้า และรณรงค์ให้ลูกค้าเห็นถึงความสำคัญต่อประเพณีไทยที่ดีต่างๆ อาทิ จัดรายการส่งเสริมการขายในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ กิจกรรมมอบกระชงให้ลูกค้าในวันลอยกระทง พร้อมจัดพื้นที่สำหรับรดน้ำพระพุทธรูป
- **โครงการของหายได้คืนที่ปั้มน้ำมันบางจาก** เพื่อสร้างความประทับใจและความไว้วางใจในการใช้บริการที่สถานีบริการบางจาก ผ่านการปลูกฝังจิตสำนึกความซื่อสัตย์ของพนักงานบริการ ให้ดูแลและส่งคืนทรัพย์สินที่ผู้ใช้บริการลืมไว้ในสถานีบริการ
- **โครงการช่วยเหลือรถเสียฉุกเฉิน (Road Side Assistant)** ปลูกฝังวัฒนธรรมในการให้ความช่วยเหลือแก่พนักงานบริการในสถานีบริการ โดยให้บริการช่วยเหลือผู้ใช้รถทั่วไปที่ต้องการความช่วยเหลือเบื้องต้น เช่น เปลี่ยนยาง และ พ่วงแบตเตอรี่ เป็นต้น
- **โครงการสมาชิกบางจากร่วมปันน้ำใจ** สู่การให้ไม่รู้จักสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกบางจากได้ช่วยเหลือสังคม โดยลูกค้าสามารถบริจาคคะแนนสะสมจากการเติมน้ำมัน และการซื้อสินค้ากลุ่มบริษัทบางจาก เพื่อแลกเปลี่ยนเงินบริจาคร่วมกับส่วนที่บริษัทฯ บริจาคสมทบเพิ่มเติม

โดยมอบให้กับองค์กรสาธารณประโยชน์ อาทิ มูลนิธิแพथ์อาสาสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี มูลนิธิธรรมาธิปไตย และสภาอากาศไทย เป็นต้น เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม ฯลฯ

- **โครงการ “ทอดไม่ทิ้ง” รับซื้อน้ำมันพืชใช้แล้วจากประชาชน และพันธมิตรแบรนด์ชั้นนำสำหรับนำไปผลิต SAF (Sustainable Aviation Fuel)** โดยได้มีการเปิดจุดรับซื้อที่สถานีบริการน้ำมันบางจากทั่วประเทศ โครงการทอดไม่ทิ้งจะช่วยลดปัญหาการใช้ น้ำมันทอดซ้ำ การทิ้งน้ำมันไม่ถูกสุขลักษณะ รวมถึงสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับน้ำมันประกอบอาหารที่ใช้แล้ว และที่สำคัญโครงการ “ทอดไม่ทิ้ง” เปรียบเสมือนการช่วยสร้างห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนให้แก่ น้ำมันพืชใช้แล้ว ขณะที่การผลิต SAF 1 ล้านลิตร จะช่วยลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ได้ 80,000 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี



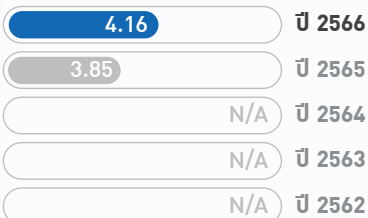
ผลลัพธ์จากการดำเนินงาน

โดยในปี 2566 ได้มีการใช้การประเมิน Customer Satisfaction ร่วมด้วย (มีการปรับการวิเคราะห์ ซึ่งเริ่มประเมินตั้งแต่ปี 2565) เพื่อวัดความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสถานีบริการน้ำมันแบรนด์ต่างๆ (ข้อมูลจากการสอบถามผู้ใช้น้ำมันมากกว่า 1,810 คนทั่วประเทศ สํารวจโดยบริษัทวิจัยภายนอก)



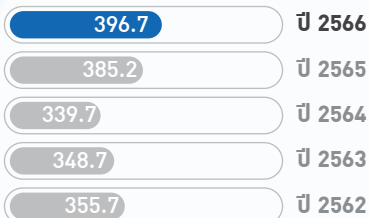
Customer Satisfaction

(หน่วย : Avg)



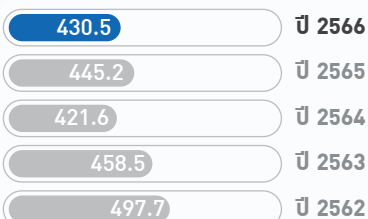
ยอดจำหน่ายน้ำมันใสผ่านสถานีบริการ

(หน่วย : ล้านลิตร/เดือน)



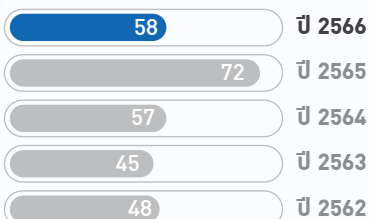
ยอดขายเฉลี่ย

(หน่วย : พันลิตร/เดือน/สถานีบริการมาตรฐาน)



การขยายสถานีบริการน้ำมัน

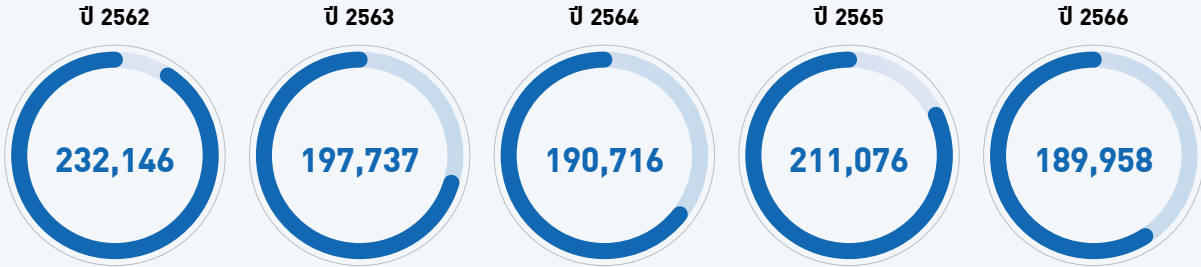
(หน่วย : สาขา)





ปริมาณการลดก๊าซเรือนกระจกจากการเติมน้ำมันผ่านบัตรสมาชิกบางจาก

(หน่วย : ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)



การบริหารความสัมพันธ์และความรับผิดชอบต่อลูกค้า

บริษัทฯ มีการบริหารความสัมพันธ์ทั้งในเชิงรุกและเชิงรับกับลูกค้า ผ่านกลุ่มผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันของบริษัท บางจาก กรีนเนท จำกัด (BGN), Dealer, ร้านอินทนิล, สถานีบริการน้ำมันสหกรณ์ (CO-OP) ตามกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจการตลาดมุ่งเน้น การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ยกกระดับคุณภาพบริการในสถานีบริการ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีภายใต้แนวคิด “Your Greenovative Destination”

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

1. การพัฒนากลไกการสื่อสารสองทิศทางระหว่างลูกค้าและบริษัทฯ

1.1 ลูกค้าสถานีบริการทั่วไป

บริษัทฯ มีช่องทางติดต่อกับลูกค้า ได้แก่ Call Center 1651, Facebook, Email, Website, Line Official, Line@, Live Chat และ Bangchak Mobile Application โดยใช้ระบบจัดเก็บข้อมูลและประมวลผลทุกช่องทาง การติดต่อ สามารถติดต่อลูกค้ากลับ กรณีคู่สายเต็มหรือลูกค้าติดต่อหลังเวลาทำการผ่านระบบ Call Back และติดตามความเห็นของลูกค้าผ่านทางสื่อออนไลน์อื่นๆ เช่น เว็บไซต์พันทิปและ Facebook ของบางจาก เพื่อรวบรวม

ข้อมูลในการปรับปรุงการบริการ

การประเมินความพึงพอใจ

บริษัทฯ มีช่องทางให้ลูกค้าประเมินความพึงพอใจหลากหลายช่องทาง เช่น การประเมินผ่านระบบโทรศัพท์ผ่านระบบไอเอส อัดโนมิติหลังการใช้บริการ สำหรับสมาชิกบัตรบางจากสามารถประเมินผ่านระบบ Mobile Survey และสลิปของสมาชิกบางจากเพิ่มอีกหนึ่งช่องทาง ครอบคลุมการให้บริการในสถานีบริการและธุรกิจ Non-Oil นอกจากนี้ยังได้รับข้อมูลความพึงพอใจจากลูกค้าจากช่องทางอื่นๆ ได้แก่ การประเมินจากองค์กรภายนอก การวิจัยทางการตลาดประจำปี การจัดทำ Focus Group กับกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการตลาด เป็นต้น โดยบริษัทฯ มีการสุ่มข้อร้องเรียน สอบถาม คำชมเชย การส่งเสริมการขายและคำแนะนำบริการ ส่งไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปปรับปรุงการบริการ รวมถึงการให้รางวัลแก่พนักงานที่ได้รับคำชมเชยจากลูกค้าเพื่อเป็นขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงาน

ในปี 2566 บริษัทฯ ได้รับเรื่องร้องเรียนและข้อเสนอแนะเพิ่มขึ้นจากปี 2565 โดยลูกค้านิยมใช้ช่องทางออนไลน์ เว็บไซต์, อีเมล, Facebook, LINE@ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 19 จากร้อยละ 8 ในปี 2565 เนื่องจากการเปิดช่องทางในการรับข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะเพิ่มขึ้นจากเดิม ประกอบกับมีจำนวนสถานีบริการน้ำมันเพิ่มขึ้น โดยผลการประเมินความพึงพอใจต่อการตอบสนองต่อข้อร้องเรียน และเสนอแนะและการกลับมาใช้บริการของลูกค้าเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้