

Highlight

การดำเนินงานด้านความยั่งยืนของ OR ประจำปี 2566



การกำกับดูแล
การบริหารจัดการความเสี่ยง
และการดำเนินธุรกิจที่
สอดคล้องตามกฎหมาย



นวัตกรรม
และเทคโนโลยี
สำหรับทุกคน



การพัฒนาชุมชน
และสังคม
อย่างมีส่วนร่วม



การตอบสนองต่อ
การเปลี่ยนแปลง
สภาพภูมิอากาศ

Highlight

การกำกับดูแล การบริหารจัดการความเสี่ยง และการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องตามกฎหมาย



การขับเคลื่อนธุรกิจ

การกำกับดูแล การบริหารจัดการความเสี่ยง และการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องตามกฎหมาย (Governance, Risk Management and Compliance: GRC) เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจไปพร้อมกับเสริมสร้างรากฐานให้ธุรกิจดำเนินงานได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ทั้งนี้ OR ตระหนักดีว่า หากปราศจากการกำกับดูแลที่ดีและเป็นระบบ อาจทำให้เกิดความเสียหายต่อธุรกิจทั้งในแง่ของผลกระทบทางการเงินและชื่อเสียง จึงให้ความสำคัญของการบริหารจัดการดังกล่าว เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของ OR ประกอบด้วยรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่หลากหลาย ทั้งธุรกิจ Mobility ธุรกิจ Lifestyle กลุ่มธุรกิจ Global กลุ่มธุรกิจ Innovation ดังนั้น OR จึงกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการที่ครอบคลุมทั้ง 3 ประเด็น เพื่อเป็นกรอบในการกำกับดูแลกิจการที่ดีทั่วทั้งองค์กรและบริษัทในกลุ่ม เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต และการกำกับดูแลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎหมาย พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม





โอกาสและความท้าทาย

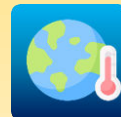
การกำกับดูแล การบริหารจัดการ ความเสี่ยง และการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องตามกฎหมาย เป็นสิ่งสำคัญในการตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อีกทั้งแสดงถึงความโปร่งใสในการดำเนินการธุรกิจ เนื่องจากปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีความท้าทายมากขึ้น เช่น การแข่งขันในตลาด วิกฤตการณ์ และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ดังนั้น GRC จึงถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารจัดการองค์กร โดยต้องมั่นใจได้ว่าสามารถลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจจากกรณีการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย และเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการความเสี่ยงในการดำเนินงาน

กลยุทธ์การดำเนินงาน

มีกิจกรรมสำคัญในเรื่องของ GRC เช่น การสร้างคณะกรรมการที่มองดูการบริหารจัดการด้าน GRC เช่น กลุ่มงานการบริหารจัดการกิจการ, คณะกรรมการการปฏิบัติตามกฎระเบียบ, คณะกรรมการจัดการความเสี่ยง เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีนโยบายที่ดีเกี่ยวกับการบริหารจัดการกิจการที่ดี, การจัดการความเสี่ยง, การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ, การป้องกันฉ้อโกงและการทุจริต รวมถึงการรายงานเรื่องการทุจริตและการปฏิบัติตามกฎระเบียบของบริษัท อีกทั้ง OR ยังพยายามรวมแนวคิดด้านการบริหารจัดการเชิงสิ่งแวดล้อม สังคมและการบริหารเผยแพร่ (ESG) เข้าสู่การดำเนินการธุรกิจ โดยมุ่งหวังที่จะทำให้กรรมการผู้บริหาร และพนักงานปฏิบัติตามเป็นแนวทางเพื่อสนับสนุนบริษัทด้วยการบริหารจัดการกิจการที่ดี, การจัดการที่ยอดเยี่ยม, จรรยาบรรณธุรกิจ, ความโปร่งใสและความสามารถในการตรวจสอบได้

นอกจากนี้ OR ยังได้กำหนดตัวชี้วัดประสิทธิภาพของผู้บริหาร (CEO KPIs) เกี่ยวกับเรื่องที่เกี่ยวข้องกับด้านการกำกับดูแล ความเสี่ยง และการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องตามกฎหมาย (Governance, Risk, and Compliance: GRC) ผ่านตัวชี้วัดด้านความเป็นผู้นำ (Leadership KPIs) โดยการวัดความสามารถในการนำบริษัทฯ ให้ได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับในวงกว้างอย่างเป็นที่ประจักษ์ขององค์กรชั้นนำในประเทศไทยในการดำเนินงานโดยครอบคลุมทั้ง GRC (10% จากเกณฑ์การประเมิน 100%)





เป้าหมายระยะยาว (Long-term target)

1

Zero non-compliance

เป้าหมาย 2023

กรณีของการทุจริตหรือ
การไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย เท่ากับ 0

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

จำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับแจ้ง

จำนวนเรื่องร้องเรียนที่อยู่ในระหว่างการ
สอบสวนในปีที่รายงาน

จำนวนเรื่องที่พบการกระทำผิด

2563

2564

2565

2566

15

14

18

13

3

1

1

1

3

1

1

2

หมายเหตุ:

- ข้อมูลปี 2563 เป็นข้อมูลจากฝ่ายตรวจสอบภายในของ OR และปี 2564 เป็นต้นไป มีการเปลี่ยนแปลงโดยมอบหมายให้ฝ่ายธรรมาภิบาลองค์กรเป็นผู้รับผิดชอบ
- จากการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องของ OR เพื่อสนับสนุนการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการดำเนินงานตามกฎหมายเกณฑ์ ทำให้ตลอดปี 2566 พบว่า การดำเนินธุรกิจของ OR ไม่มีการละเมิดกฎหมาย ส่งผลให้ไม่มีเหตุการณ์หรือค่าปรับที่เกิดจากการดำเนินงานที่ละเมิดกฎหมายทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

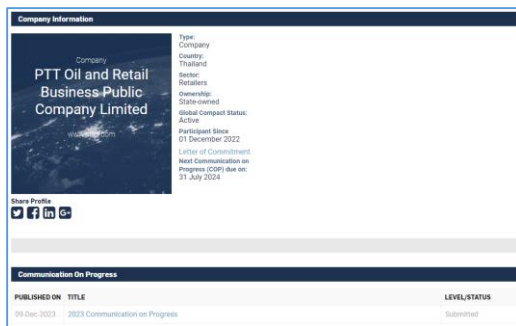




โครงการและผลการดำเนินงานที่โดดเด่น

Governance

- OR เข้าร่วมเป็นสมาชิก UNGC (United Nations Global Compact Membership) ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2565



(The Declaration of Intent for Participation.)

- ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดีระดับดีเลิศ (Excellence CG Scoring) จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนประจำปี 2566 (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies 2023: CGR) ซึ่งมาจากการพิจารณา 4 ด้าน ได้แก่ สิทธิของผู้ถือหุ้นและการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนได้ และการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสและความรับผิดชอบของคณะกรรมการ จากสมาคมส่งเสริมสถานะกรรมการบริษัทไทย (IOD) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.)



(ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดีระดับดีเลิศ (Excellence CG Scoring))





โครงการและผลการดำเนินงานที่โดดเด่น

Risk Management

เพื่อให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของกระบวนการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน และเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจในด้านการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในให้กับผู้บริหารและพนักงานเพื่อนำไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการกำหนดให้การบริหารความเสี่ยงเป็นหัวข้อหนึ่งของหลักสูตรการอบรมพนักงานใหม่ (OR Orientation) ประจำปีด้วย OR จัดการฝึกอบรมเพื่อให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างถูกต้องตามข้อกำหนด กฎระเบียบองค์กร (Compliance) โดยดำเนินการ ดังนี้

- การให้ความรู้ด้านการบริหารความเสี่ยงสำหรับบุคลากรในตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหารขึ้นไป ผ่านหลักสูตรอบรม Risk Management Program for Corporate Leader (RCL) ซึ่งจัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors: IOD) อย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในบทบาทและความรับผิดชอบในการกำกับดูแลกิจการด้านการบริหารความเสี่ยง
- การจัดการฝึกอบรม เพื่อให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของกระบวนการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน และเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจในด้านการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในให้กับผู้บริหารและพนักงานเพื่อนำไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- การอบรม Risk Management ให้กับทุกสายงานและหน่วยงานขึ้นตรง เพื่อใช้ในการจัดทำ Business Unit Risk / Project Risk / การวิเคราะห์ความเสี่ยงของหน่วยงาน / การจัดทำ Workflow Process and Process Control Plan
- การจัดการอบรม Risk Management และ Internal Control ให้กับผู้บริหารหรือพนักงานที่ไปปฏิบัติงาน Secondment บริษัทในกลุ่ม OR ในฐานะผู้บริหารสูงสุดขององค์กร / CFO / กรรมการบริษัท / Overseas Pool ในหลักสูตร Company Management Program

ตัวอย่างหลักสูตรอบรมด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ OR ดำเนินการเมื่อปี 2566

หลักสูตร	กลุ่มเป้าหมาย	สรุปข้อเสนอแนะจากการฝึกอบรม
Risk Management and Internal Control (Orientation)	พนักงานเข้าใหม่ จำนวน 175 คน	พนักงานใหม่มีความรู้ความเข้าใจ ในการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน เพื่อเป็นพื้นฐานในการทำงาน
Risk Management	หน่วยงานกลยุทธ์ของทุกสายงานและหน่วยงานขึ้นตรง จำนวน 53 คน	ผู้เข้าอบรมมีความรู้ความเข้าใจใน การบริหารจัดการความเสี่ยงมากขึ้น
Risk Management and Internal Control (หลักสูตร Company Management Program)	ผู้บริหารหรือพนักงานที่ไปปฏิบัติงาน Secondment บริษัทในกลุ่ม OR ในฐานะผู้บริหารสูงสุดขององค์กร / CFO / กรรมการบริษัท / Overseas Pool จำนวน 32 คน	ผู้เข้าอบรมมีความรู้ความเข้าใจใน การบริหารจัดการความเสี่ยงมากขึ้น



โครงการและผลการดำเนินงานที่โดดเด่น

Compliance

1. จัดตั้งฝ่ายกฎหมายองค์กร (Corporate Legal Department) แยกออกมาจากหน่วยงานกฎหมาย (Legal Department) เมื่อปี 2566 เพื่อให้บริการงานกฎหมายที่เกี่ยวกับบริษัท (Corporate Law) ให้แก่ OR และ บริษัทในกลุ่ม OR อีกทั้งเป็นศูนย์กลางในการกำกับดูแลกฎระเบียบ (Compliance) รวบรวมกฎระเบียบ ประเมินความเสี่ยง สนับสนุนหน่วยงานต่าง ๆ ให้สามารถดำเนินการตามแนวทางที่กำหนดตลอดจนติดตาม ตรวจสอบ รายงานต่อผู้บริหารสูงสุดและคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง และรับผิดชอบงานแผนกลยุทธ์ และ บริหารงานงบประมาณของหน่วยงานกฎหมายของ OR ให้สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร
2. คณะกรรมการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Collective Action Against Corruption: CAC) ได้มีมติรองรับฐานะการเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทยอย่างเป็นทางการ สำหรับการยื่นขอรับรองครั้งแรกของ OR เมื่อเดือนกรกฎาคม 2566



(พิธีมอบประกาศนียบัตร CAC ณ วันที่ 7 ธันวาคม 2566)

Highlight

นวัตกรรมและเทคโนโลยีสำหรับทุกคน



การขับเคลื่อนธุรกิจ

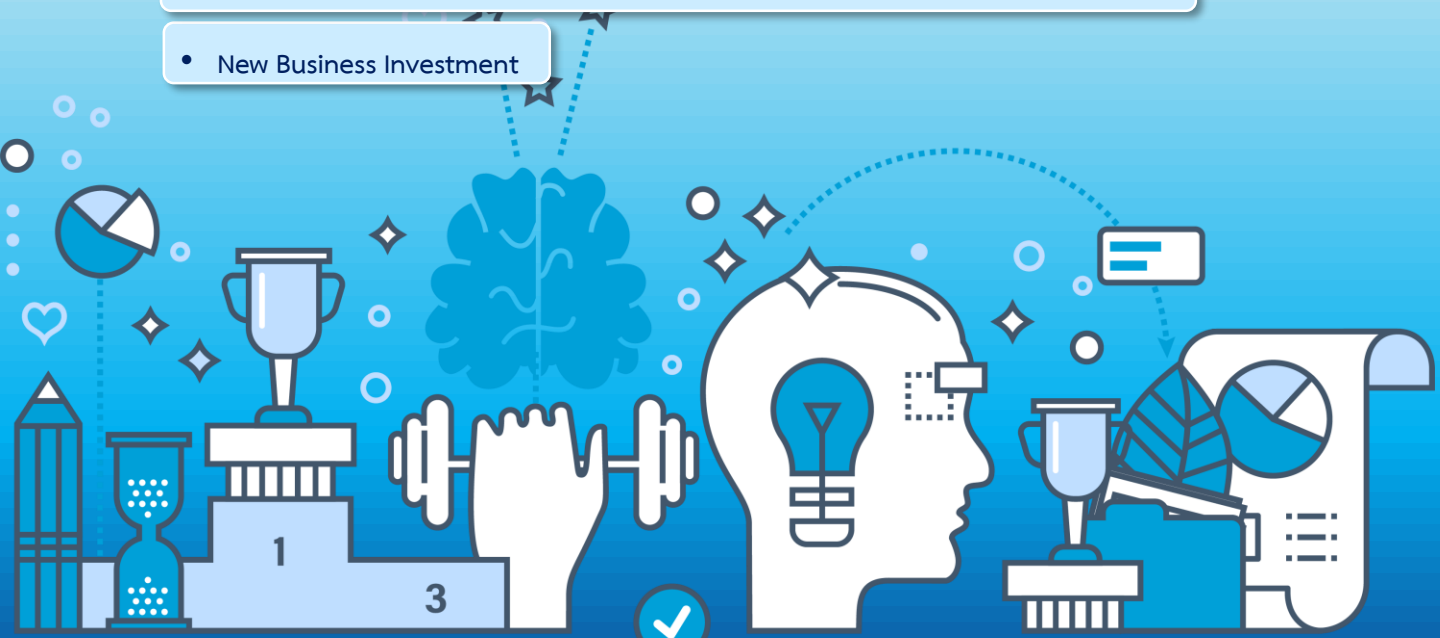
ในยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการขับเคลื่อนธุรกิจ การแข่งขันและโอกาสในการเติบโตจึงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและก้าวกระโดด หลากหลายธุรกิจล้วนแล้วแต่พัฒนาและนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีอันมีประโยชน์มาใช้ขับเคลื่อนการดำเนินงาน ลดขั้นตอน ระยะเวลา รวมไปถึงต้นทุน อีกทั้งแสวงหาโอกาสในการเติบโต

OR จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีที่คำนึงถึงผู้คนและสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ และกำหนดวิธีการดำเนินธุรกิจใหม่ ๆ ควบคู่ไปกับการออกผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคให้ได้สูงสุด สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินงาน ‘OR SDG’ ประกอบด้วย S:SMALL โอกาสเพื่อคนตัวเล็กผ่านการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน, D:DIVERSIFIED โอกาสเพื่อการเติบโตทุกรูปแบบ ผ่านศักยภาพของ OR ที่จะเป็น Platform ในการกระจายโอกาสทางธุรกิจที่หลากหลายและครอบคลุม พร้อมเติบโตไปด้วยกัน, G:GREEN โอกาสเพื่อสังคมสะอาดผ่านการส่งเสริมธุรกิจทุกประเภทของ OR ให้เป็นธุรกิจสีเขียว เพื่อสนับสนุนให้เกิดสังคมคาร์บอนต่ำอย่างยั่งยืน

เป้าหมายด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีเป็นหนึ่งในเป้าหมายองค์กรที่ถูกระบุอยู่ในตัวชี้วัดผลการดำเนินงานขององค์กร (Corporate KPI) รวมถึงผนวกอยู่ในตัวชี้วัดของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO KPI) โดยมีรายละเอียดตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- Digital Driven Organization (ผ่าน Digital Platform และ Digital Infrastructure)

- New Business Investment



Highlight

Innovation and Technology for ALL



Driving the Business

In an era where technology plays a crucial role in driving business, competition as well as growth opportunities are emerging rapidly and exponentially. Various businesses are developing and applying appropriate innovations and technologies to drive their operations to reduce procedures, time, and costs, while also improving opportunities for growth.

For this reason OR has been placing importance on developing innovation and technology that considers society and the environment along with sustainable business operations. This is by ensuring the efficient application of innovations and determining new business operational process along with introducing products that meet the ultimate needs of consumers to conform with the “OR SDG” operational guidelines, making up of:



S: Small

Opportunities for the “small people” through business operations that are carried out in parallel with the improvement to the quality of life as well as the well-being of the community..



D: Diversified

Opportunities for all manners of growth through OR’s capability to become a platform for the distribution of diverse and comprehensive business opportunities with the readiness to grow together..



G: Green

Opportunities for a clean society through the promotion of all types of OR to be Green businesses so as to promote a sustainable low-carbon society..

Goals involving innovation and technology are included with OR corporate goals that are specified in the corporate performance indicators (Corporate KPI) as well as being included in the Chief Executive Officer’s KPI (CEO KPI) with details of the KPI including:



Digital Driven Organization (via Digital Platform and Digital Infrastructure)



New Business Investment



โอกาสและความท้าทาย

นวัตกรรมและเทคโนโลยีรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้น (Disruptive Technology) และการพฤติกรรมของผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้เสียที่เปลี่ยนแปลงไปมีส่วนสำคัญในการกระตุ้นให้ทุกธุรกิจปรับตัวและสร้างนวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มให้ได้รับความสะดวกสบาย มีสินค้าและบริการที่หลากหลาย นอกจากนี้ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญกับคุณค่าของสินค้าและบริการมากขึ้น ดังนั้นหากธุรกิจไม่สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงนี้ อาจส่งผลกระทบต่อสถานะทางการเงินในอนาคตและกลายเป็นความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจได้

กลยุทธ์การดำเนินงาน

OR มีความมุ่งมั่นในการเป็น Digital Driven Organization โดยมีการอบรมหลักสูตรด้านดิจิทัล (Digital Competency) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของพนักงานในองค์กร ทั้งในด้านการรอบความคิด (Mindset) ความรู้ (Knowledge) และทักษะ (Skills) รวมถึงมีแผนการดำเนินงาน Digital Transformation ต่าง ๆ เช่น การสร้างและปรับปรุง Digital Infrastructure สำหรับการดำเนินธุรกิจ การพัฒนา Digital Platform เพื่อสนับสนุนการให้บริการรูปแบบ Online to Offline (O2O) การใช้ Digital Technology เพื่อสนับสนุนการตลาดและการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันให้ดียิ่งขึ้น เป็นต้น

OR ยังแสวงหาโอกาส ผลักดัน และเร่งการสร้างธุรกิจใหม่ ๆ (New Business Investment) ที่ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้น รวมถึงการสร้างต้นแบบ (Prototype) นวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อทดสอบการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การแก้ไขปัญหาสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ก่อนขยายผลเป็นธุรกิจใหม่ต่อไป

นอกจากนี้ OR มีการลงทุนในรูปแบบ Corporate Venture Capital (CVC) ทั้งลงทุนผ่านกองทุน Venture Capital และการลงทุนโดยตรงใน Startup โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ OR เข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ ที่สามารถนำมาสนับสนุนธุรกิจต่าง ๆ ในระบบนิเวศของ OR ในปัจจุบัน หรือการพัฒนาต่อยอดสู่ธุรกิจใหม่สำหรับ OR ในอนาคต ควบคู่กับการสร้างผลตอบแทนทางการเงินจากการลงทุนในระดับที่ทำให้ port การลงทุนใน CVC ของ OR มีเงินหมุนเวียนสำหรับการลงทุนได้เบ็ดเสร็จในตัวเอง (Financial Self-sustainability) อีกด้วย



เป้าหมายระยะยาว (Long-Term Target)

1

จำนวนผู้บริโภคที่ใช้งาน Digital Platform ของ OR 14 ล้านราย ภายในปี 2573

2

สัดส่วนคู่ค้าที่ใช้ประโยชน์จาก Digital Platform หรือ Digital Solution ของ OR 100% ในปี 2573

เป้าหมายปี 2566

- เพิ่มจำนวนผู้บริโภคที่ใช้งาน Digital Platform ของ OR ให้ถึง 0.8 ล้านราย
- สัดส่วนคู่ค้าที่ใช้ประโยชน์จาก Digital Platform หรือ Digital Solution ของ OR 11.7%

โครงการและผลการดำเนินงานที่โดดเด่น

xplORE ดิจิทัลแพลตฟอร์มหลักของ OR

Digital to Revenue เป็นหนึ่งในกลยุทธ์หลักของ OR แอปพลิเคชัน xplORE จึงถูกพัฒนาขึ้นให้เป็นดิจิทัลแพลตฟอร์มหลักของ OR เพื่อรวมศูนย์การส่งมอบประสบการณ์ที่ดียิ่งต่อไปให้กับลูกค้า ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ส่งต่อธุรกรรมจากออนไลน์แพลตฟอร์มไปยังร้านค้าของกลุ่ม OR และพันธมิตรบนโลกออฟไลน์ (O2O: Online to Offline) เช่น พิทีที สเตชั่น พิโต ออโต้ คาเฟ่เมซอน จิฟฟี่ โอ้กะजू เป็นต้น OR เปิดตัวแอปพลิเคชัน xplORE อย่างเป็นทางการในเดือนสิงหาคม 2566 เริ่มให้บริการด้วยฟีเจอร์พื้นฐานและมีการรวมแอปพลิเคชันต่าง ๆ ของ OR ที่ทำหน้าที่ส่งมอบประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกันให้เข้ามาให้บริการบน xplORE เช่น บลูการ์ด บลูคอนเนค ฯลฯ และมีแผนงานในการพัฒนาฟีเจอร์อื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อดึงดูดและสร้างความน่าสนใจให้กับแพลตฟอร์ม รวมถึงการพัฒนาศักยภาพของฟีเจอร์พื้นฐานที่มีอยู่ในปัจจุบันให้มีขีดความสามารถสูงขึ้น ปัจจุบัน xplORE มุ่งเน้นการตอบโจทย์ลูกค้าในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางและธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจที่ OR มีความชำนาญ และในอนาคตจะขยายขอบข่ายการให้บริการไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายของ OR อาทิ ธุรกิจไลฟ์สไตล์ ท่องเที่ยว สุขภาพและความงาม ฯลฯ นอกจากนี้ xplORE ยังกำหนดแผนงานในการมุ่งสู่การทำ Data Monetization เพื่อร่วมผลักดันกลยุทธ์ Digital to Revenue ในภาพรวมของ OR ให้บรรลุเป้าหมายอีกด้วย

ฟีเจอร์หลักของ xplORE

- Deal: คุ้มครองส่วนลดราคาพิเศษจากร้านค้าจากร้านค้าแบรนด์ OR และพันธมิตร
- Pass: ตัวกิจกรรมและความบันเทิงต่างๆ
- Reservation: จองตั๋วเครื่องบิน จองคิวร้านอาหาร จากคู่ค้าพันธมิตร
- Searching: ค้นหาสถานีบริการ PTT Station พร้อมแจ้งราคาน้ำมัน
- Mission: ร่วมทำภารกิจด้วยกิจกรรมที่หลากหลาย พร้อมรับคะแนน หรือรางวัลพิเศษ
- Wallet: กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ใช้จ่ายเงินได้ทั้งร้านค้าในเครือ OR และร้านค้าพันธมิตร ที่รองรับการชำระเงินในรูปแบบ Thai QR
- Reward: สะสมคะแนน Blue Card และใช้คะแนนแลกสิทธิพิเศษจากร้านค้าชั้นนำ โอนคะแนน ถอนรางวัล แลกคะแนนร่วมกิจกรรม/ แลกรับของขวัญรางวัลมากมาย



ผลลัพธ์และประโยชน์ของโครงการ

1. เพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าและสร้างประสบการณ์การมีส่วนร่วมกับ OR ที่ดียิ่งขึ้น
2. ปริมาณการซื้อสินค้าผ่าน xplORe ที่ถูกส่งไปยังร้านค้าแบบออฟไลน์ของ OR เพิ่มขึ้น
3. ลูกค้าใหม่ที่สมัครเป็นสมาชิก xplORe มีการใช้จ่ายทั้งในแพลตฟอร์ม xplORe และร้านค้าออฟไลน์ของ OR
4. เป็นช่องทางสร้างรายได้ใหม่ของ OR

ตัวชี้วัดสำคัญ (KPI)

1

จำนวนผู้บริโภคที่ใช้
งาน Digital
Platform (สะสม)

ผลการดำเนินงาน

2563 2564 2565 2566

N/A* N/A* N/A* 0.54
ล้านราย

หมายเหตุ: ปี 2563 – 2565 ยังไม่เริ่มดำเนินการ

เป้าหมายปี
2566

0.8
ล้านราย

เป้าหมายปี
2573

14 ล้าน
ราย



งานเปิดตัว
xplORe Application





ORZON Ventures คือ กองทุน Venture Capital ที่จัดตั้งขึ้นโดยความร่วมมือของ OR และ 500 Global มีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาโอกาสการลงทุนในบริษัทสตาร์ทอัพด้าน Mobility & Lifestyle ที่มีศักยภาพทั้งในประเทศไทยและกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อให้ OR เข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ ที่สามารถนำมาสนับสนุนธุรกิจต่าง ๆ ในระบบนิเวศของ OR ในปัจจุบัน หรือการพัฒนาต่อยอดสู่ธุรกิจใหม่สำหรับ OR ในอนาคต รวมทั้งยกระดับในการสร้างและส่งเสริมธุรกิจสตาร์ทอัพผ่านการสนับสนุนจาก OR ด้วยความมุ่งหวังว่าการสร้างพันธมิตรและการพัฒนาธุรกิจใหม่ ๆ ร่วมกันจะช่วยให้ธุรกิจและประเทศสามารถเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน

โดยกองทุนนี้มีทีมงาน “500 Global” ที่มีความเชี่ยวชาญด้านสตาร์ทอัพเป็นผู้บริหารกองทุน ศึกษารายละเอียดของ ORZON Ventures เพิ่มเติม ได้ที่ <https://www.orzon.ventures/>

ทั้งนี้ ในปี 2566 ที่ผ่านมา ORZON Ventures ได้ลงทุนในธุรกิจสตาร์ทอัพเพิ่มเติม อาทิ

APX (Asia Pallet Express) แพลตฟอร์มการขนส่งที่ทันสมัยด้วยบริการขนส่งสินค้าแบบไม่เต็มคัน หรือ Less-than-Truckload (LTL) โดย APX มีเป้าหมายที่จะสร้างเครือข่ายขนส่งทางถนนที่เชื่อมต่อกันในประเทศไทย และภูมิภาคอาเซียน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง ลดการปล่อยก๊าซ CO2 และจำนวนรถบรรทุกบนท้องถนนในระยะยาว อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ [Link APX ระดมทุน ORZON Ventures รอบ Pre-Series A มุ่งเป้าพัฒนาโซลูชันการขนส่งทางรถบรรทุก พร้อมบุกตลาด SEA \(pttor.com\)](#)



SLEEK EV แปรนติ์ชั้นนำในการผลิตรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าสัญชาติไทย – สิงคโปร์ ซึ่งมีแนวทางการขับเคลื่อนธุรกิจอย่างยั่งยืนในราคาที่เอื้อมถึงได้ภายใต้แนวคิด 'Sustainability must be affordable' โดย SLEEK EV ตั้งใจจะเร่งการเปลี่ยนผ่านสู่ยานยนต์ไฟฟ้าในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทั้งนี้ รถจักรยานยนต์ถือเป็นยานพาหนะที่ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย และสามารถเปลี่ยนไปใช้พลังงานไฟฟ้าได้ง่าย ซึ่งจะช่วยขับเคลื่อนให้การใช้ EV เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายในประเทศไทยได้เร็วยิ่งขึ้น อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ [Link](#)

- https://www.pttor.com/th/news_detail/ORZON-Ventures-ประกาศลงทุนใน-SLEEK-EV-ตั้งเป้า-ขยายการผลิต-ขับเคลื่อนวงการมอเตอร์ไซค์ไฟฟ้าสู่ระดับภูมิภาค
- OR จับมือ SLEEK EV ศึกษาโอกาสทางธุรกิจในรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า พร้อมพัฒนาความร่วมมือการใช้ยานยนต์ไฟฟ้าตอบโจทย์สังคม สิ่งแวดล้อม (pttor.com)





ในปี 2566 OR - สปสช. – คลินิก (Clicknic) ร่วมกันเปิดโครงการต้นแบบ (Prototype) “โอบอ้อมคลินิก” คลินิกการพยาบาลและการผดุงครรภ์ในพีทีที สเตชั่น ตอบโจทย์แนวคิดให้บริการด้านสาธารณสุขรูปแบบใหม่ ผสมผสานเข้ากับการให้บริการพบแพทย์ทางไกล(Telemedicine) เพื่อยกระดับการให้บริการด้านสุขภาพ และเพิ่มโอกาสการเข้าถึงบริการด้านสุขภาพขั้นพื้นฐานในประเทศ โดยเปิดให้บริการ “โอบอ้อมคลินิก” แห่งแรกภายในพื้นที่สถานีบริการ พีทีที สเตชั่น สาขาหนองแขม กรุงเทพมหานคร

OR ต้องการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณสุขของประเทศ โดยใช้จุดแข็งของเครือข่าย พีทีที สเตชั่น ที่มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศในการยกระดับการให้บริการด้านสุขภาพ สอดคล้องกับกลยุทธ์ของ OR ในการขยายขอบเขตกลุ่มธุรกิจไลฟ์สไตล์ไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ Health & Wellness โดยมุ่งเน้นการให้บริการผู้ป่วยกลุ่มบัตรทอง ซึ่งเป็นกลุ่มใหญ่ในประเทศ ให้สามารถรับบริการสาธารณสุขปฐมภูมิ (Primary Care) เพื่อรักษาการเจ็บป่วยเบื้องต้น อาการเจ็บป่วยไม่รุนแรงโดยให้บริการในรูปแบบ Omni-channel ผสมผสานรูปแบบ Offline และ Online อย่างครบวงจร โดยได้รับความร่วมมือจาก สปสช. ในการดูแลสิทธิในการเบิกจ่ายและเชื่อมต่อข้อมูลการเบิกจ่ายค่ารักษาของผู้ป่วยสิทธิบัตรทอง และมีทีมแพทย์คุณภาพที่พร้อมให้คำปรึกษาและให้บริการผู้ป่วยผ่านระบบทางไกล (Telemedicine & Health Care Platform) อย่างมีประสิทธิภาพ

โครงการดังกล่าวเป็นต้นแบบ (Prototype) นวัตกรรมเชิงพาณิชย์ เพื่อทดสอบการตอบสนองความต้องการของลูกค้า พร้อม ๆ กับการแก้ไขปัญหาสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจของ OR ที่มุ่งสร้างคุณค่าและให้ความสำคัญกับการดูแลผู้คน ชุมชน และสังคม อีกทั้งยังสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของ OR คือ “Empowering All toward Inclusive Growth” หรือ “เติมเต็มโอกาสเพื่อทุกการเติบโต ร่วมกัน” เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และเติบโตอย่างเข้มแข็งยั่งยืนอย่างแท้จริง อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ [Link OR – สปสช. – คลินิก ร่วมเปิด “โอบอ้อมคลินิก” สาขาแรก ใน “พีทีที สเตชั่น” เสริมจุดแข็งธุรกิจไลฟ์สไตล์ ยกระดับการให้บริการด้านสุขภาพและเพิ่มโอกาสการเข้าถึงการให้บริการด้านสาธารณสุขอย่างทั่วถึงในอนาคต \(pttor.com\)](#)



เปิดตัว “โอบอ้อมคลินิก”



Facebook page:

โอบอ้อม คลินิกการพยาบาลและการผดุงครรภ์



line:

@clicknic

Highlight

การพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างมีส่วนร่วม



การขับเคลื่อนธุรกิจ

สังคมและชุมชนเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญสำหรับ OR และ OR ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างมีส่วนร่วม โดยสะท้อนในวิสัยทัศน์ขององค์กร ในการเติมเต็มโอกาส เพื่อทุกการเติบโตร่วม และเป็นหนึ่งในเสาหลักสำคัญในกลยุทธ์ SDG ของ OR ภายใต้กลยุทธ์ 'S - Small' คือการสร้างโอกาสเพื่อคนตัวเล็ก ผ่านการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน

เพื่อเป็นการผลักดันให้เกิดการดำเนินการด้านการพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างมีส่วนร่วมเป็นรูปธรรมและโดยมีประสิทธิภาพ OR ได้กำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงานขององค์กร (Corporate KPI) ที่วัดผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างมีส่วนร่วม ซึ่งผนวกอยู่ในตัวชี้วัดของผลการดำเนินงานผู้บริหาร (Executive KPI) โดยมีรายละเอียดตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- ยกระดับคุณภาพชีวิตและสร้างชุมชนน่าอยู่ 4%
- การสร้างการเติบโตและกระจายความมั่งคั่งสู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4%

อ่านกลยุทธ์พัฒนาสังคมและชุมชนเพิ่มเติมในบท
'การพัฒนาชุมชนและสังคม' [คลิก](#)





โอกาสและความท้าทาย

หาก OR ไม่สามารถรักษาการยอมรับจากสังคม (social license to operate) อาจพบความท้าทายในการดำเนินกิจกรรมธุรกิจ เช่น การประท้วงจากชุมชนรอบพื้นที่ดำเนินการที่นำไปสู่การชะงักทางธุรกิจ ความท้าทายในการดึงดูดพนักงาน ลูกค้า และนักลงทุน เป็นต้น



กลยุทธ์การดำเนินงาน

OR ขับเคลื่อนการดำเนินโครงการเพื่อสังคม จากแนวทางแบบ CSR สู่นแนวทาง CSV โดยบูรณาการประเด็นด้านการพัฒนาสังคมและชุมชนเข้าสู่วิสัยทัศน์และกลยุทธ์องค์กร เพื่อสร้างสรรค์โครงการที่ส่งผลกระทบทางบวกแก่สังคมและธุรกิจพร้อม ๆ กัน เช่น โครงการ Café Amazon for Chance โครงการการจัดหาเมล็ดกาแฟจากชุมชน และโครงการไทยดีดี โดยมุ่งเน้นบรรลุเป้าหมายตาม OR SDG ทั้งนี้ OR วางระบบในการสำรวจความคิดเห็นและความคาดหวังของชุมชนและสังคม ออกแบบโครงการโดยเน้นความร่วมมือระหว่างบริษัทฯ และชุมชน และใช้ทรัพยากรของบริษัทฯ เช่น ทรัพยากรทางการเงิน หรือความเชี่ยวชาญของพนักงาน อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ทางสังคมที่สูงที่สุด นอกจากนี้ ดำเนินการวัดผลเป็นรูปธรรมเพื่อประเมินแนวทางการดำเนินงานที่ดีและควรขยายต่อ รวมถึงข้อปรับปรุงที่ควรนำไปพัฒนาต่อไป อ่านเพิ่มเติมในบท “การพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างมีส่วนร่วม” [คลิก](#)

เป้าหมายระยะยาว
(Long-Term Target)

1

Living Community จำนวนชุมชนรอบพื้นที่ธุรกิจของ OR ที่ได้รับการยกระดับความเป็นอยู่ทั้งในพื้นที่ธุรกิจและชุมชนรอบพื้นที่ธุรกิจ

2

ค่าความแข็งแกร่งของแบรนด์ (Brand Strength) สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกลุ่มสังคมและชุมชน ตามที่วัดโดย Brand Health Check

3

จำนวนสาขา Café Amazon for Chance

Indicator			
2563	2564	2565	2566
N/A	12,228 ชุมชน	14,441 ชุมชน	15,017 ชุมชน
57.4 คะแนน	71.5 คะแนน	57.1 คะแนน	57.1 คะแนน
12 สาขา	15 สาขา	60 สาขา	279 สาขา

เป้าหมายระยะยาว

>17,000 ชุมชน หรือ
13 ล้านชีวิตภายใน 2573

อยู่ในระดับ 70 คะแนน
ขึ้นไป ภายใน 2573

500 สาขา ภายในปี
2569



โครงการและผลการดำเนินงานที่โดดเด่น

OR มุ่งมั่นในการขับเคลื่อนโครงการเพื่อสังคมที่ตรงต่อปัญหาและความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียในสังคม โดยดำเนินโครงการที่เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียได้มีส่วนร่วมในทุกกิจกรรม ซึ่งโครงการเพื่อสังคมที่มีความโดดเด่นที่ดำเนินการโดย OR ที่ถูกนำมาเป็นกรณีศึกษาในปี 2566 คือ โครงการจัดหาเมล็ดกาแฟจากชุมชน (Community Coffee Sourcing: CCS) และโครงการไทยเด็ด โดยกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และกลุ่มเกษตรกรที่มีผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ โดย OR มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่วิสาหกิจชุมชนในหลายมิติ เช่น การเพิ่มมูลค่าสินค้า การทำการตลาด การยกระดับมาตรฐานสินค้า และการดำเนินธุรกิจที่คำนึงต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น โดยทั้ง 2 โครงการได้เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 จนถึงปัจจุบัน คือ พ.ศ. 2566 เป็นระยะเวลากว่า 6 ปี ดังนั้น เพื่อเป็นการชี้ให้เห็นถึงผลลัพธ์และผลกระทบจากการดำเนินโครงการเพื่อสังคมโดย OR การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) จึงมีความจำเป็นในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในรูปของตัวเงิน ซึ่งการประเมินนี้ได้รับการประเมินจากคณะที่ปรึกษาจากสถาบันศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยผลการประเมินของโครงการกรณีศึกษาทั้ง 2 โครงการ เป็นดังนี้

SROI (Coffee Sourcing) โครงการจัดหาเมล็ดกาแฟจากชุมชน (Community Coffee Sourcing : CCS)



โครงการจัดหาเมล็ดกาแฟจากชุมชน เริ่มดำเนินโครงการเดือนกันยายน พ.ศ. 2560 โดยมีกิจกรรมการจัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) การซื้อขายเมล็ดกาแฟกะลา ภายใต้กระบวนการปลูกและการผลิตกาแฟระบบอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติระหว่าง บริษัท สานพลัง วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด กับกลุ่มเกษตรกร เพื่อรับซื้อเมล็ดกาแฟจากเกษตรกร ไปใช้ในการผลิตกาแฟในร้านค้า คาเฟ่ อเมซอน ของ OR ทั้งนี้ สำหรับเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับการจ่ายส่วนบวกเพิ่ม (Advantage) และการจัดอบรมหลักสูตรต่าง ๆ โดยเป็นหลักสูตรอบรมที่ตรงตามความต้องการกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ เพื่อสร้างองค์ความรู้ตั้งแต่กระบวนการปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยวผลผลิต และการแปรรูปกาแฟ นอกจากการเสริมสร้างศักยภาพในการปลูกและขายกาแฟให้แก่เกษตรกรท้องถิ่นแล้ว โครงการ CCS ยังมีส่วนสำคัญในการเพิ่มทางเลือกจัดหาวัตถุดิบเมล็ดกาแฟในการประกอบธุรกิจ คาเฟ่ อเมซอน ของ OR อีกด้วย ซึ่งปัจจุบัน เมล็ดกาแฟของโครงการ CCS มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 10-15 ของตลาดเมล็ดกาแฟของ คาเฟ่ อเมซอน ทั้งหมด

ในปัจจุบัน โครงการ CCS มีกลุ่มเกษตรกรเข้าร่วมโครงการจำนวน 19 กลุ่ม 330 คน ประเมินการพื้นที่ปลูกกาแฟ 1,114 ไร่ ประเมินการส่งกาแฟจำหน่ายให้กับบริษัท 400 ตัน โดยผลกระทบและผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโครงการ CCS พบว่า โครงการได้สร้างผลกระทบแก่สังคม และสิ่งแวดล้อม เป็นมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 60 ล้านบาท โดยมีดัชนี SROI เท่ากับ 1.48 หากพิจารณาเชิงธุรกิจด้านเดียว พบว่า จากการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวได้สร้างผลกระทบด้านเศรษฐกิจ เป็นมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) หรือมูลค่าผลประโยชน์สุทธิจำนวน 26 ล้านบาท โดยมีดัชนี ROI เท่ากับ 1.21 จากผลการประเมินแสดงให้เห็นว่า การที่บริษัท OR สนับสนุนงบประมาณดำเนินโครงการ CCS ได้ก่อให้เกิดผลประโยชน์แก่สังคม และสิ่งแวดล้อมแล้วในปัจจุบัน

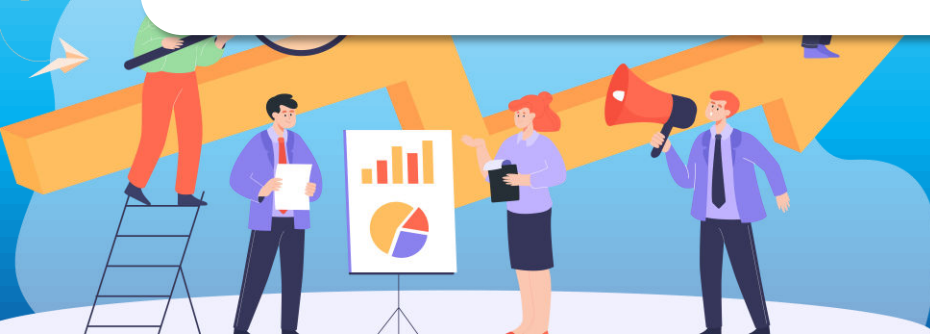


ผลผลิต (Outputs):

- กลุ่มเกษตรกร 19 กลุ่ม มีรายได้จากการจำหน่ายกาแฟให้กับบริษัท สานพลัง วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
- กลุ่มเกษตรกรจำนวน 896 คน ได้รับองค์ความรู้จากการอบรม ได้แก่ องค์ความรู้การปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยว และการแปรรูปเมล็ดกาแฟ ทั้งหมด 12 หลักสูตร จำนวน 26 ครั้ง

ผลลัพธ์ (Outcomes): กรณีธุรกิจ ESG SROI = 1.48 (ข้อมูลโครงการปี 2560 – 2566)

- เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟมีตลาดรับซื้อที่แน่นอน เนื่องจากทำ MOU การซื้อขายเมล็ดกาแฟกะลา ภายใต้กระบวนการปลูกและการผลิตกาแฟระบบอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติระหว่าง บริษัท สานพลัง วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด กับกลุ่มเกษตรกร ทำให้กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟมีตลาดรับซื้อที่แน่นอน และมีความมั่นคงทางรายได้ ทั้งนี้ ที่ผ่านมากลุ่มเกษตรกรได้มีรายได้จากโครงการฯ มูลค่า 163 ล้านบาท
- สร้างอำนาจการต่อรองตลาด โดยวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตกาแฟบ้านสามสูงมีอำนาจต่อรองตลาดภายนอกร้อยละ 30 โดยสามารถจำหน่ายกาแฟให้กับพ่อค้าคนกลางในราคาที่สูงกว่า จำหน่ายให้ บริษัท สานพลัง วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด จำนวน 15 บาท/กิโลกรัม
- ลดค่าใช้จ่ายในครัวเรือน เนื่องจากการปลูกกาแฟร่วมกับป่าไม้ ไม้ผล ทำให้เกษตรกรสามารถลดค่าใช้จ่ายในการซื้อผัก ผลไม้มาบริโภคในครัวเรือน
- แรงงานกลับคืนสู่ชุมชน จากการที่กลุ่มเกษตรกรมีคุณภาพชีวิตที่ดี ส่งผลให้แรงงานที่ทำงานในเมือง หรือทำงานภายนอกชุมชนได้กลับมาใช้ชีวิต ประกอบอาชีพในชุมชนของตน ส่งผลให้ลดปัญหาทางสังคมที่เกิดจากครอบครัว
- พฤติกรรมการเผาพื้นที่เพื่อใช้ทำการเกษตรลดลง จากการส่งเสริมการปลูกกาแฟในพื้นที่บ้านผาลังส่งผลให้เกษตรกรบ้านผาลังได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการปลูกพืชจากการปลูกข้าวโพด (ที่มีการเผา) ไปเป็นการปลูกกาแฟ (ประมาณร้อยละ 30 ของพื้นที่ทั้งหมด) ซึ่งเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่
- เกิดความตระหนักในการอนุรักษ์ป่าไม้ เนื่องจากในกระบวนการรับซื้อกาแฟ บริษัท สานพลัง วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด มีการจ่ายส่วนบวกเพิ่ม (Advantage) ให้กับเกษตรกรที่ปลูกกาแฟแบบอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยพิจารณาจากเกณฑ์การให้ราคาส่วนต่างเพิ่มที่ระบุไว้ใน MOU
- การคงอยู่ของระบบนิเวศป่าต้นน้ำ การที่เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟมีพฤติกรรมการปลูกกาแฟที่อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้ระบบนิเวศพื้นที่ลุ่มน้ำชั้นที่ 1 เอ และการบริการของระบบนิเวศ (Ecosystem Services) ในพื้นที่ป่าต้นน้ำ ยังคงมีความอุดมสมบูรณ์
- ลดการใช้สารเคมีในการปลูกกาแฟ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟบ้านผาลังมีปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการปลูกกาแฟ โดยลดการใช้สารเคมีในการปลูกกาแฟ ทำให้ระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ดีขึ้น





ประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย:

- กลุ่มเกษตรกรมีความมั่นคงทางรายได้
- เกิดความมั่นคงทางอาหารในชุมชน
- ชุมชนเกิดการรวมกลุ่ม สร้างความเข้มแข็งในชุมชน
- แรงงานกลับคืนสู่ชุมชน ลดปัญหาทางสังคมที่เกิดจากครอบครัว เกิดความสงบสุขในชุมชน
- ยกระดับคุณภาพชีวิตชุมชน ส่งผลให้ชุมชนมีความยั่งยืน
- เกษตรกรในชุมชนมีศักยภาพในการทำเกษตรกรแบบยั่งยืน
- ปกป้องการเกิดไฟป่า หมอกควันจากฝุ่นละอองขนาดเล็ก PM2.5
- ระบบนิเวศป่าต้นน้ำ ความหลากหลายทางชีวภาพ และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ยั่งยืน

ผลลัพธ์ (Outcomes): กรณีธุรกิจ ESG SROI = 1.48 (ข้อมูลโครงการปี 2560 – 2566)

- บริษัทสร้างผลประโยชน์เชิงธุรกิจเกื้อกูลสังคม สามารถสร้างรายได้จากการขายเมล็ดกาแฟตลอดโครงการ รวมประมาณ 27 ล้านบาท (มูลค่าผลประโยชน์สุทธิ ณ ปีฐาน 2560)

(ค่า SROI)

= 1.48

(ข้อมูลโครงการปี 2560 – 2566)





ไทยเด็ด

โครงการไทยเด็ด เริ่มดำเนินโครงการในปี พ.ศ. 2561 เกิดจากการรวมตัวของพันธมิตรหน่วยงานภาครัฐ ที่มีเจตนารมณ์ร่วมกันในการสนับสนุนและผลักดันเศรษฐกิจฐานรากของประเทศให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน ผ่านการเสริมสร้างศักยภาพทางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ผู้ประกอบการ SMEs ทั้งในด้านการผลิต การตลาด และการค้าขาย OR มีบทบาทสำคัญในการให้พื้นที่ในสถานบริการพีทีที สเตชั่น และ คาเฟ่ อเมซอน ซึ่งมีอยู่ทั่วประเทศ มาเป็นช่องทางการจำหน่ายให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน ทำให้ผู้ประกอบการชุมชนในพื้นที่ทั่วประเทศมีโอกาสได้เข้าถึงตลาดและผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น ในขณะเดียวกัน การดำเนินโครงการนี้ยังสนับสนุนเป้าหมายในเชิงธุรกิจของ OR ในการเสริมสร้างแบรนด์สถานบริการ พีทีที สเตชั่น และ คาเฟ่ อเมซอน และเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า จึงเป็นโครงการที่ตอบโจทย์เป้าหมายเชิงธุรกิจของสถานบริการ พีทีที สเตชั่น และ คาเฟ่ อเมซอน พร้อมกับการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการดำเนินโครงการ ณ ปี พ.ศ. 2566 พบว่า ยังไม่เกิดผลกระทบอย่างคุ้มค่า เนื่องจากการขับเคลื่อนของโครงการนี้ มีการลงทุนในการประชาสัมพันธ์ในสินค้าสูงถึง 40 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2566 ซึ่งผลลัพธ์จากการโฆษณาจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างความรับรู้ให้แก่ผู้บริโภคอย่างน้อย 3 ปี ดังนั้น เมื่อพิจารณาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่คาดว่าจะเกิดขึ้นใน 3 ปีข้างหน้า หลังจากที่มีการประชาสัมพันธ์สินค้าของโครงการแล้วจึงจะเกิดความคุ้มค่าในการลงทุน

จากการศึกษาครั้งนี้ นำมาสู่ข้อเสนอแนะต่อการขับเคลื่อนโครงการแก่ OR คือ มุ่งเน้นการสร้างโอกาสให้แก่วิสาหกิจชุมชนและ SMEs ที่ยังไม่เข้มแข็งในด้านการตลาด ควรสร้างความร่วมมือและเครือข่ายผู้ประกอบการ ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในการยกระดับมาตรฐานสินค้า และต้องดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ





ผลผลิต (Outputs):

- วิสาหกิจชุมชน/ผู้ประกอบการ (SMEs) ที่เข้าร่วมโครงการจำนวน 338 ราย ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร เครื่องดื่ม เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ และของใช้

ผลลัพธ์ (Outcomes):

- วิสาหกิจชุมชน/ผู้ประกอบการ (SMEs) มีช่องทางการตลาดในการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น ส่งผลให้จำหน่ายสินค้าได้เพิ่มขึ้น โดยมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าผ่านโครงการไทยเด็ด มูลค่า 29.8 บาท
- รายได้จากการจำหน่ายสินค้าผ่านร้านไทยเด็ด/กิจกรรมของ OR จำนวน 15.1 บาท
- รายได้จากการจำหน่ายสินค้าผ่านร้าน Café Amazon จำนวน 14.7 บาท
- ยกระดับสินค้าเพื่อเข้าสู่ระบบการผลิตที่มีมาตรฐาน เพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบในท้องถิ่นให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง
- ขยายกำลังการผลิตสินค้า ส่งผลให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น เช่น แรงงานคนในชุมชน แรงงานผู้สูงอายุ เป็นต้น
- เกิดการรับซื้อวัตถุดิบของคนในชุมชนมากขึ้น
- ขยายเครือข่ายกลุ่มการผลิตสินค้าไปยังชุมชนอื่น ๆ หรือพื้นที่ใกล้เคียง
- ผู้บริโภคเข้าถึงผลิตภัณฑ์ประจำท้องถิ่นได้ง่าย และผลิตภัณฑ์ที่ให้เลือกซื้อมีความหลากหลาย

ประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย:

- วิสาหกิจชุมชน/ผู้ประกอบการ (SMEs) มีรายได้เพิ่มขึ้น เกิดความมั่นคงทางรายได้
- ยกระดับผลิตภัณฑ์ประจำท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง
- สร้างโอกาสต่อยอดให้กับผลิตภัณฑ์ประจำท้องถิ่น
- เกิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน/สังคม
- เกิดการรวมกลุ่ม สร้างความเข้มแข็งในชุมชน
- ยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ส่งผลให้ชุมชนมีความยั่งยืน





โออาร์ สานเส้นใย (พลาสติก) ห่มภัยหนาว

โครงการ โออาร์ สานเส้นใย (พลาสติก) ห่มภัยหนาว เกิดขึ้นจากการเล็งเห็นโอกาสในการนำจุดแข็งและ Asset ทางธุรกิจของ OR และบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (GC) คือความเชี่ยวชาญและทรัพยากรในการแปลงพลาสติกมาใช้ใหม่ เพื่อต่อยอดเป็นผลประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยโครงการฯ นี้เริ่มจากการรณรงค์ให้พนักงานบริษัทในกลุ่ม ปตท. และสาธารณชนบริจาคขวดพลาสติกใช้แล้วตามจุดรับบริจาคที่ตั้งตามสถานบริการ พีทีที สเตชั่น 20 แห่ง รวมถึงจุดรับบริจาคที่สำนักงาน ปตท. และโรงเรียนในโครงการ แยก แลก ยืม School Camp รวมเป็น 26 แห่ง เมื่อได้รับขวดพลาสติกใช้แล้ว OR ได้ร่วมมือกับ GC ในการแปลงขวดพลาสติกใช้แล้วให้เป็นสายนี ก่อนที่จะนำสายนี้อย่างกล่าวให้แก่วิสาหกิจชุมชนเพื่อใช้ในการทอผ้าห่ม ท้ายสุด OR ได้ดำเนินการบริจาคผ้าห่มให้แก่ผู้ประสบภัยหนาวในภาคเหนือและภาคอีสาน นับว่าเป็นโครงการที่สร้างผลประโยชน์ตลอดทุกขั้นตอนของการดำเนินการ ตั้งแต่การปลูกฝังพฤติกรรมแยกขยะในผู้บริจาค การสร้างรายได้ให้แก่วิสาหกิจชุมชนที่ทำการทอผ้า การส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้แก่ผู้ประสบภัยหนาวที่ได้รับผ้าห่มบริจาค ตลอดจนการลดขยะพลาสติก

ผลลัพธ์และประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย:

- ปลูกฝังพฤติกรรมแยกขยะและนำขวดพลาสติกไปรีไซเคิล โดยได้รับขวดพลาสติกทั้งหมด 357,026 ขวดจากผู้บริจาค
- สร้างรายได้ให้แก่วิสาหกิจชุมชน มูลค่า 3.26 ล้านบาท ซึ่งวิสาหกิจชุมชนนี้มีสมาชิก 63 คน
- ส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้แก่ผู้ประสบภัยหนาว โดยบริจาคผ้าห่ม 16,000 ผืน ให้แก่ผู้ประสบภัยหนาว
- ลดขยะพลาสติก คิดเป็นการหลีกเลี่ยงก๊าซเรือนกระจก 7.114 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



OR ผนึกกำลังการบริจาคขวดพลาสติกใช้แล้วโดยมีการประชาสัมพันธ์ภายในกลุ่ม รวมถึงประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์



โครงการฯ ได้รับผลตอบรับที่ดีและความร่วมมือจากองค์กรต่าง ๆ เช่น THAI OBAYASHI และมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



โครงการ แยก แลก ยืม School Camp

1. หลักการและเหตุผล:

ด้วยปัจจุบันนี้ทั่วโลกได้ให้ความสำคัญกับเรื่อง ภาวะโลกรวน (Climate Change) รวมทั้งประเทศไทยที่หลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนมีนโยบายดำเนินงานมิใช่ในมิติเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่ยังควบคู่ไปกับการดูแล สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) หรือ โออาร์ นอกจากแสวงหาการเติบโตด้านการดำเนินธุรกิจน้ำมันและค้าปลีกแล้ว โออาร์ยังมีวิสัยทัศน์และพันธกิจในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการดูแล สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม อย่างยั่งยืน ตามเป้าหมายองค์กร OR 2030 Goals

2. วัตถุประสงค์โครงการ:

- 2.1 เพื่อปลูกฝังพฤติกรรมและสร้างความตระหนักรู้ด้านการจัดการขยะที่เหมาะสมแก่เยาวชน ซึ่งจะเป็นเมล็ดพันธุ์ที่สำคัญในการต่อยอดในระดับชุมชน สังคม และประเทศ
- 2.2 เพื่อสนับสนุนการพัฒนากิจกรรมและจัดเก็บขยะอย่างเป็นระบบ โดยใช้ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้เป็นส่วนหนึ่งในการวัดประสิทธิภาพ
- 2.3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับโรงเรียนและชุมชน ในการสร้างนวัตกรรมทางสังคมเพื่อการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

จากการดำเนินโครงการในปี 2565 OR ได้คัดเลือกโรงเรียน รุ่นที่ 1 พร้อมกับพัฒนาครู และนักเรียนของโรงเรียน โดยมีโรงเรียนรุ่นที่ 1 ที่เข้าร่วมกิจกรรมกับโครงการจนถึงปัจจุบัน จำนวน 12 โรงเรียน จาก 9 จังหวัดทั่วประเทศ และในปีนี้อาร์ โดยได้เปิดรับสมัครครูเข้าแข่งขัน รุ่นที่ 2 ซึ่งมีผู้สมัครเข้าร่วมโครงการฯ จำนวนกว่า 1,000 โรงเรียน จากทั่วประเทศ โดยมีโรงเรียนที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกจากคณะกรรมการ จำนวน 33 โรงเรียน ใน 4 ภูมิภาค ประกอบด้วย ภาคกลาง 10 โรงเรียน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 11 โรงเรียน ภาคใต้ 6 โรงเรียน และ ภาคเหนือ 6 โรงเรียน รวมครูรุ่นที่ 1 และ รุ่น 2 จำนวนทั้งหมด 90 คน

ทั้งนี้ โรงเรียนรุ่นที่ 1 ที่ผ่านการคัดเลือกโดยมีนโยบายการลดขยะ และกิจกรรมฐานการเรียนรู้ที่ถูกใจกรรมการที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่

1. รางวัลชนะเลิศ โรงเรียนชุมชนบ้านพ่อนวิทยา จ.ลำปาง
2. รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 โรงเรียนบ้านบางละมุง จ.ชลบุรี
3. รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 โรงเรียนชุมชนบ้านกุดเป่ง จ.อุบลราชธานี

และโรงเรียนรุ่นที่ 2 ที่มีกระบวนการบริหารจัดการขยะโดดเด่น โดยมีเกณฑ์การวัดปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดลงจากกิจกรรมอย่างชัดเจน พร้อมสิ่งประดิษฐ์ที่สร้างสรรค์ใช้งานได้จริง 3 อันดับแรก ได้แก่

1. รางวัลชนะเลิศ โรงเรียนบ้านนาสองเหมือง จ.มุกดาหาร
2. รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 โรงเรียนบ้านห้วยนกกก จ.ตาก
3. รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 โรงเรียนบ้านดงข่อม จ.กำแพงเพชร



สำหรับรางวัลชนะเลิศ รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 และรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 จากทั้ง 2 รุ่น จะได้รับโล่ ประกาศเกียรติคุณ พร้อมเงินรางวัลจำนวน 50,000 บาท 30,000 บาท และ 20,000 บาท ตามลำดับ นอกจากนี้ ทั้ง 45 โรงเรียนยังได้รับทุนสนับสนุนโครงการโรงเรียนละ 10,000 บาท สำหรับใช้วางแผน และจัดทำแนวทางการบริหารจัดการขยะในโรงเรียน อีกทั้งยังได้เข้าร่วมเรียนรู้กับผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ชำนาญการจากกรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนได้รับโอกาสให้ส่งผลงานเข้าร่วมโครงการ Low Emission Support Scheme หรือ LESS Award ในปี 2567 เพื่อรับใบประกาศเกียรติคุณ ในการมีส่วนร่วมช่วยลดหรือกักเก็บก๊าซเรือนกระจก ผ่านการประเมินจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) อีกด้วย



Highlight

การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

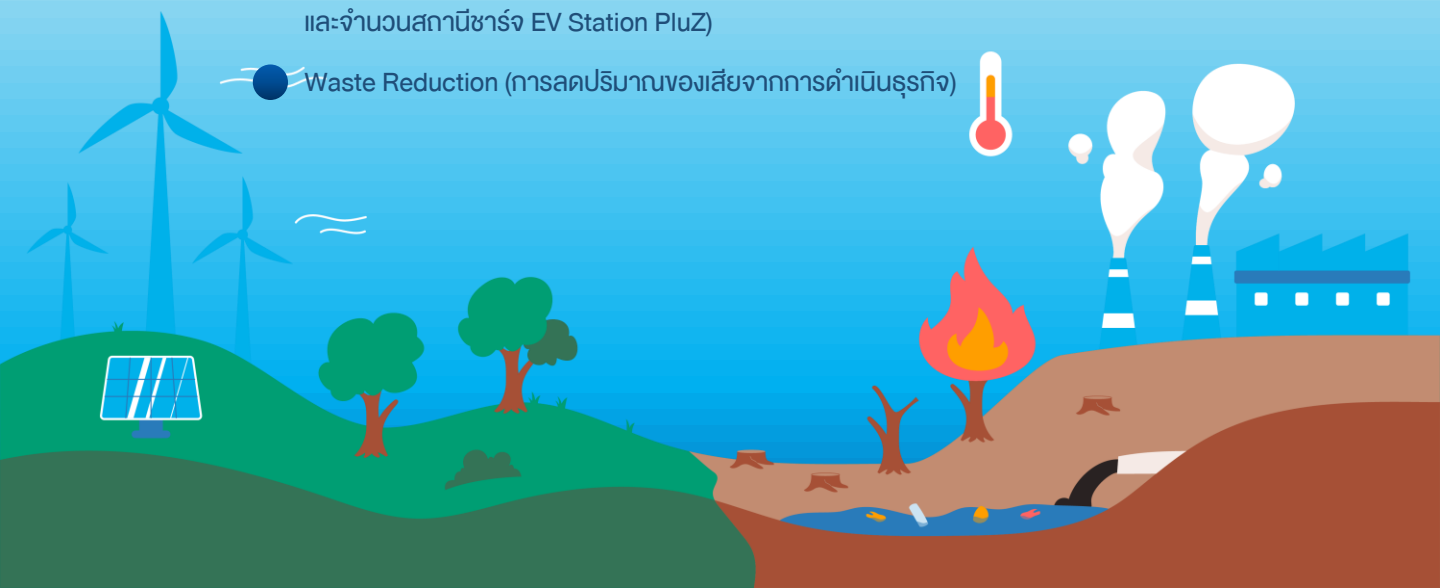


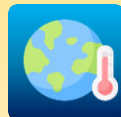
การขับเคลื่อนธุรกิจ

ปัญหาภาวะโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทวีความรุนแรงและส่งผลกระทบต่อวิถีการดำเนินชีวิตของคนและสิ่งมีชีวิต ทำให้ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยให้ความสำคัญต่อปัญหาดังกล่าว จึงเกิดการผลักดันทั้งรูปแบบการขอความร่วมมือและกำหนดกฎหมายที่เข้มข้นขึ้น OR ในฐานะผู้ดำเนินธุรกิจน้ำมันและธุรกิจค้าปลีก เล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหาดังกล่าว จึงกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินงาน OR SDG (S - Small, D - Diversified, G - Green) หรือการสร้างอนาคตที่ยั่งยืนในแบบฉบับของ OR เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย OR 2030 Goals ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการสร้างโอกาสเพื่อสังคมสะอาด ส่งเสริมธุรกิจสีเขียว เพื่ออนาคตสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน (Green) โดยมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนให้เกิดสังคมคาร์บอนต่ำอย่างยั่งยืน และบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ภายในปี 2573 ตลอดจนมุ่งสู่การบรรลุการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ภายในปี 2593 เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการแก้ไขปัญหาและลดผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจากการดำเนินธุรกิจ

นอกจากนี้ OR ได้มีการกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงานขององค์กร (Corporate KPI) ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผนวกอยู่ในตัวชี้วัดของผลการดำเนินงานผู้บริหาร (Executive KPI) โดยมีรายละเอียดตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- Carbon Neutral Pathway (ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมถึงปริมาณคาร์บอนเครดิตที่ได้จากการดำเนินโครงการ)
- Operational Eco-Efficiency (ความเข้มข้นของการใช้พลังงานสะอาด, การติดตั้ง Solar Rooftop, และจำนวนสถานีชาร์จ EV Station PluZ)
- Waste Reduction (การลดปริมาณของเสียจากการดำเนินธุรกิจ)





โอกาสและความท้าทาย

OR ในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจ น้ำมันและการค้าปลีก เป็นบริษัท Flagship ของกลุ่ม ปตท. มุ่งแสวงหาโอกาสใหม่ในการดำเนินธุรกิจ คิดค้นและพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการ ต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนผ่านไปสู่สังคมคาร์บอนต่ำ สอดรับกับนโยบายของประเทศไทย และระดับสากล ในการร่วมกันลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของการเพิ่มการใช้พลังงานหมุนเวียนที่มากขึ้น การแสวงหาทางเลือกในการใช้เทคโนโลยีที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่น้อยลง อาทิ รถยนต์ไฟฟ้า รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการเลือกซื้อกาแฟที่ปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่น้อยลง (Low Carbon Coffee) ทั้งหมดนี้เป็นทั้งความท้าทายและโอกาสของ OR ในการขยายการเติบโตของธุรกิจ พร้อมกับการยกระดับภาพลักษณ์ของแบรนด์ OR ให้เป็นที่ดึงดูดนักลงทุนที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและต้องการที่จะสนับสนุนธุรกิจอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์การดำเนินงาน

OR จัดทำกลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศ (Climate Strategy) และกำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อให้เกิดการผลักดันและกำกับดูแลการบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงการประเมินความเสี่ยงและโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งครอบคลุมกระบวนการวิเคราะห์ภายใต้สมมติฐานต่าง ๆ (Climate Scenario Analysis) ตามแนวทางของ Task Force on Climate-related Financial Disclosure (TCFD) และเพื่อทำความเข้าใจถึงความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทั้งทางกายภาพ (Physical Risk) และความเสี่ยงระหว่างช่วงเปลี่ยนผ่านไปสู่สังคมคาร์บอนต่ำ (Transition Risk) เพื่อเดินทางสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) โดยอ้างอิงแนวทางตามหลักการกำหนดเป้าหมายทางวิทยาศาสตร์หรือ SBTi (Science-Based Target Initiative)

Governance

แต่งตั้งหน่วยงานกำกับดูแล

Identifying climate-related risks and opportunity and assessing financial impact

ระบุความเสี่ยงและโอกาส รวมถึงประเมินผลกระทบด้านการเงิน (Financial Impact) ที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจ

Action to increase the resilience of OR's businesses strategy

กำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจเพื่อปรับตัวสำหรับความเสี่ยงและโอกาสที่เป็นผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

Risk Management

การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

Matric and Target

การตั้งเป้าหมายและกำหนดตัวชี้วัด





เป้าหมายระยะยาว (Long-Term Target)

- 1** ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 และ Scope 2) จากกิจกรรมในการดำเนินธุรกิจให้มากกว่า 1 ใน 3 ภายในปี 2573 (เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2565)
- 2** ลดสัดส่วนการใช้พลังงานในรูปแบบดั้งเดิมให้มากกว่า 1 ใน 3 ภายในปี 2573 (เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2565)
 - ติดตั้ง Solar Panel ในปี 2573 ให้มีกำลังการผลิตสะสม 20.044 MWp
- 3** ขยายเครือข่ายสถานีชาร์จ EV Station PluZ 7,000 จุด ภายในปี 2573 (DC Connector)

เป้าหมาย 2566

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อม (Scope 1 และ Scope 2) ในปี 2566 ไม่เกิน ไม่เกิน 28,900 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

- ติดตั้ง Solar Panel ในปี 2566 ให้มีกำลังการผลิตสะสม 14.165 MWp
- สัดส่วนการใช้พลังงานของสถานประกอบการ (Energy Consumption) ไม่เกินเป้าหมายกำหนด

ขยายเครือข่ายสถานีชาร์จ EV Station PluZ ในปี 2566 จำนวน 1,702 หัวชาร์จ (DC Connector)





โครงการและผลการดำเนินงานที่โดดเด่น

Solar Panel

จากเป้าหมาย OR 2030 Goals ด้าน Healthy Environment OR ได้ผลักดันการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) ภายในสถานประกอบการของ OR เช่น การติดตั้ง Solar Rooftop พื้นที่ PTT Station กลุ่มโรงงานธุรกิจไลฟ์สไตล์ (OASYS) คลังปิโตรเลียม/น้ำมัน/ก๊าซ และร้าน Café Amazon เป็นต้น จำนวนสะสม 156 แห่ง และมีแผนที่จะขยายไปยังสาขาอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ OR ยังส่งเสริมให้ผู้แทนจำหน่ายสถานีบริการน้ำมัน PTT Station ซึ่งเป็นหนึ่งในห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ของ OR ติดตั้ง Solar Rooftop ภายใน PTT Station โดย OR ได้ผนึกกำลังความร่วมมือกับสถาบันการเงิน เพื่อนำร่องโครงการสินเชื่อและ Service Provider ด้าน Solar Rooftop ให้แก่ผู้แทนจำหน่ายฯ เพื่อช่วยผลักดัน LNG ให้สังคมไทยเข้าสู่สังคมคาร์บอนต่ำอย่างยั่งยืน (Low Carbon Society) โดยในปี 2566 มีผู้แทนจำหน่ายสถานีบริการน้ำมัน PTT Station ที่ได้รับสินเชื่อเพื่อติดตั้ง Solar Rooftop จำนวนทั้งสิ้น 14 สาขา ซึ่งจะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการลดก๊าซเรือนกระจก Scope 3 ได้ จากนั้นในเชิงพาณิชย์ ยังมีการติดตั้งระบบพลังงานหมุนเวียนจำนวนทั้งสิ้น 25 สาขาซึ่งสนับสนุนภาพเอกชนอื่น ๆ ในการใช้พลังงานหมุนเวียน

ตัวชี้วัดสำคัญ (KPI)

1 การใช้พลังงานจากแสงอาทิตย์ในสถานประกอบการของ OR สะสม: Solar Rooftop Establishment (MWp)

2 การใช้พลังงานจากแสงอาทิตย์สำหรับเฟรนไชส์และดีลเลอร์ สะสม: Solar Rooftop Establishment (MWp)

3 ติดตั้งระบบพลังงานหมุนเวียนในเชิงพาณิชย์

ผลการดำเนินงาน

2563	2564	2565	2566
1.058	1.449	1.449	12.783
0.072	0.072	0.072	0.938
-	-	1.209	15.804

เป้าหมายปี 2566

เป้าหมายปี 2573

14.165

20.044

1.620

มีการผลักดันอย่างต่อเนื่อง

0

มีการผลักดันอย่างต่อเนื่อง





PTT Green Station - PTT Station แพลกชิป ถนนวิภาวดี 62

OR เปิดตัว PTT Station แพลกชิป ริมถนนวิภาวดี 62 ในเดือน พฤษภาคม 2566 ซึ่งใช้แนวคิด “Green” เพื่อให้เป็นสถานที่ต้นแบบในอนาคตของ Green Station ที่แสดงตัวตนผ่าน Ecosystem เครือข่ายธุรกิจของ OR

PTT Station แพลกชิปแห่งนี้ มีจุดเด่นคือ มีพื้นที่สำหรับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ประมาณ 4,000 – 5,000 ตารางเมตร เพิ่มขึ้นจากสถานีบริการน้ำมัน PTT Station ทั่วไป ที่มีพื้นที่สำหรับร้านค้าปลีก ประมาณ 500 – 1,000 ตารางเมตร

โดยภายในประกอบด้วย ร้านค้าปลีกหลากหลายประเภทภายใต้แบรนด์ธุรกิจ Lifestyle ของ OR

อีกหนึ่งจุดเด่นที่สำคัญทางด้าน G-GREEN คือ การเป็นพื้นที่นำร่องในด้านการใช้พลังงานหมุนเวียน 100% ภายในสถานีบริการ ผ่านการใช้พลังงานทางเลือกจากแสงอาทิตย์ (Solar Rooftop) ซึ่งมีกำลังการผลิตสูงถึง 578 กิโลวัตต์สูงสุด (kWp) พร้อมระบบกักเก็บพลังงานด้วยแบตเตอรี่ (Battery Energy Storage System หรือ BESS) ด้วยความจุ 160 กิโลวัตต์ชั่วโมง (kWh) ที่มีระบบการจัดการพลังงานอัจฉริยะ ที่ทำให้ PTT Station สามารถใช้พลังงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งเป็นความร่วมมือในการพัฒนาระหว่าง OR และ Nuovo Plus ประกอบกับการซื้อพลังงานหมุนเวียนในรูปแบบการใช้เอกสารสิทธิ์ เพื่อยืนยันการใช้พลังงานหมุนเวียนหรือ REC (Renewable Energy Certificate) ให้ครอบคลุมและมั่นใจว่าพลังงานที่ใช้ในสถานีบริการเป็นพลังงานหมุนเวียน 100%

นอกจากนี้ ยังมีการดำเนินงานอื่น ๆ ที่สำคัญร่วมด้วยเพื่อช่วยสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 3) ภายในพื้นที่ PTT Station แพลกชิป ถนนวิภาวดี 62 ได้แก่ การใช้ผลิตภัณฑ์ Upcycling เช่น แก้วอีมานั่งใน PTT Station ซึ่งผลิตมาจากส่วนผสมของกระป๋องน้ำมันหล่อลื่นใช้แล้วที่เก็บกลับจาก FIT Auto การจัดการของเสียอย่างครบวงจร เช่น การรวบรวมน้ำมันพืชที่ใช้แล้วจากร้าน Texas Chicken ไปผ่านกระบวนการ Recycle เพื่อผลิตเป็นน้ำมันไบโอดีเซล (B100) การรวบรวมขยะเศษอาหารจากร้านค้าปลีกเข้าสู่เครื่องย่อยสลายขยะเศษอาหารอัตโนมัติเพื่อผลิตเป็นปุ๋ยอินทรีย์และนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป การรวบรวมขยะที่สามารถ Recycle ได้ จากถัง แยก แลก ยืม และร้านค้าปลีกเพื่อนำไปจัดการอย่างถูกวิธีผ่าน Youเทิร์น Platform นอกจากนี้ ร้าน Café Amazon ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ PTT Station แพลกชิป ถนนวิภาวดี 62 ได้มีการออกแบบภายใต้แนวคิด Café Amazon Concept Store โดยมีการใช้วัสดุทดแทนที่มีกระบวนการใช้ทรัพยากรในการผลิตอย่างมีคุณค่าสูงสุด หรือ Circular Economy ในการตกแต่งในร้าน รวมถึงออกแบบให้มีการใช้พลังงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งส่งผลให้ได้รับการรับรองมาตรฐานอาคารสีเขียว (Leadership in Energy and Environmental Design: LEED)



PTT Station แพลกชิป ถนนวิภาวดี 62



โครงการปลูกป่า 2 ล้านไร่ กลุ่ม ปตท.



OR ร่วมผนึกกำลังภาคีกับกลุ่ม ปตท. พร้อมกับภาครัฐ กรมป่าไม้ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ร่วมลงนามบันทึกความเข้าใจด้วยความร่วมมือ โครงการปลูกป่า 2 ล้านไร่ ทั้งนี้โครงการดังกล่าว เป็นความร่วมมือของภาครัฐและเอกชน ทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ เช่น การสนับสนุนงานวิจัยและแบ่งปันข้อมูลเชิงวิชาการ การปลูกป่าใหม่และฟื้นฟูป่าเสื่อมโทรม ป่าอนุรักษ์ ป่าสงวนแห่งชาติ อุทยานแห่งชาติเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ป่าชุมชน และป่าชายเลน โดย OR ได้มีการปลูกป่าใหม่และปลูกเสริมป่าเข้าร่วมกับกรมป่าไม้ จำนวน 1,500 ไร่ และการบำรุงรักษาป่าชุมชนร่วมกับมูลนิธิแม่ฟ้าหลวง จำนวน 8,100 ไร่ เพื่อเพิ่มพื้นที่ดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และแหล่งกักเก็บคาร์บอน รวมไปถึงสนับสนุนเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ในปี 2573 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ในปี 2593 อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวทางการสร้างอนาคตที่ยั่งยืนผ่าน OR SDG



OR และบริษัทในกลุ่ม ปตท. จับมือภาครัฐและภาคีเครือข่าย
เร่งปลูกป่าเพิ่ม 2 ล้านไร่ มุ่งบรรลุเป้า
Net Zero Emissions ปี 2050





โครงการความร่วมมือการพัฒนาและลงทุนผลิตน้ำมันเชื้อเพลิงอากาศยานยั่งยืน (Sustainable Aviation Fuel: SAF)

นอกจากนี้ OR ยังร่วมมือกับบริษัทในกลุ่ม ปตท. และการบินไทย ลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) เรื่องการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงอากาศยานแบบยั่งยืน (Sustainable Aviation Fuel : SAF) เพื่อศึกษาพัฒนาและลงทุนผลิตน้ำมันเชื้อเพลิงอากาศยานแบบยั่งยืน (SAF) โดยเริ่มเติมน้ำมันเชื้อเพลิงอากาศยานแบบยั่งยืน (SAF) ให้กับเที่ยวบินนำร่องของการบินไทย เส้นทางภูเก็ต-กรุงเทพฯ ณ ท่าอากาศยานภูเก็ต เพื่อแสดงถึงการตระหนักใน ความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและการร่วมมือดำเนินการอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมในช่วงเดือนธันวาคม 2566 แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการขับเคลื่อนธุรกิจ โดยการขยายผลไปสู่ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่า และสอดคล้องกับแนวทาง OR SDG ในด้าน "G" หรือ "GREEN" ที่มุ่งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ครอบคลุมตลอดทั้งการดำเนินธุรกิจ และเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาด สร้างสิ่งแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์ เพื่อตอบโจทย์เป้าหมาย OR 2030 อย่างมีประสิทธิภาพ

