

HIGHLIGHTS

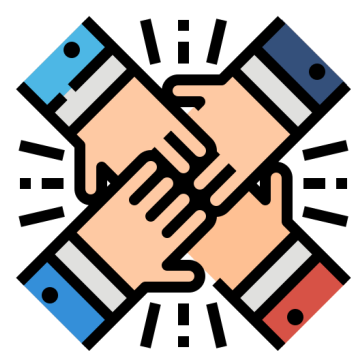
การดำเนินงานด้านความยั่งยืนของ **OR**
ประจำปี **2564**



- ✓ การสร้างคุณค่าสู่สังคม
- ✓ นวัตกรรมและการเติบโตทางธุรกิจ
- ✓ การดำเนินธุรกิจตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน
- ✓ ประสิทธิภาพของลูกค้าและการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์
- ✓ กิจกรรมเพื่อชุมชนสังคมในสถานการณ์ COVID-19

การสร้างคุณค่าสู่สังคม

ความสำคัญ



การสร้างคุณค่าสู่สังคม เป็นอุดมการณ์ที่ OR ยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติมาโดยตลอด เนื่องจากรูปแบบการดำเนินงานทางธุรกิจของ OR ที่มีความใกล้ชิดกับสังคมและชุมชน ดังนั้น OR จึงให้ความสำคัญการสร้างความสัมพันธ์อันดีร่วมกับการพัฒนาชุมชนในพื้นที่เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของ OR ในการเป็นบริษัทไทยชั้นนำระดับโลกที่ดำเนินธุรกิจควบคู่กับการสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมและชุมชน ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม รวมถึงการยกระดับคุณภาพชีวิตและเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้แข็งแกร่งต่อการเป็นรากฐานเศรษฐกิจของประเทศ ตลอดจนการสร้างคุณค่าร่วมให้เกิดแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างสมดุล

เป้าหมายระยะยาว



จำนวนชั่วโมงจิตอาสาที่บุคลากรใช้ในการพัฒนาชุมชน และ/หรือ ช่วยเหลือชุมชนยามวิกฤติ

3,022 ชั่วโมง



เงินบริจาคและสนับสนุน (Sponsor) จัดเตรียมงบประมาณ 16.6 ล้านบาท ในปี 2564

12.32 ชั่วโมง
(ไม่นับรวมการบริจาคช่วยเหลือ COVID-19)



จำนวนโครงการ CSR ที่กำหนดแผนการดำเนินการเท่ากับ 21 โครงการ ในปี 2564 (จำนวน 248 กิจกรรม)

16 โครงการ
(จำนวน 186 กิจกรรม)



คะแนนความพึงพอใจของกิจกรรมที่ทำในพื้นที่รอบคลังปิโตรเลียม คลังน้ำมัน และคลังก๊าซ

4.78 คะแนน
จากคะแนนเต็ม 5.00



การลงทุนเพื่อสังคม จัดเตรียมงบประมาณ 8.08 ล้านบาท ในปี 2564

4.56 ล้านบาท

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน

แนวคิด"การพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจชุมชนทั่วประเทศ"

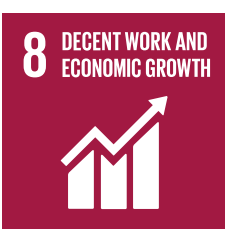
โออาร์ ยึดมั่นในแนวคิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนและสังคม ทั้งในด้านความเป็นอยู่ การศึกษา ศิลปวัฒนธรรม กีฬา และศาสนา ตลอดจนแสวงหาแนวทางการแก้ไข ปัญหา การลดผลกระทบ และข้อกังวลที่อาจมีสาเหตุมาจากการดำเนินธุรกิจของ OR ที่เหมาะสมร่วมกัน โดยเป็นไปตามระเบียบ กฎหมาย สอดคล้องกับหลักปฏิบัติสากล ทำให้ชุมชนและสังคมมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง และมีทัศนคติที่ดีต่อ OR นอกจากนี้ OR ได้เปิดโอกาสให้ผู้ด้อยโอกาส ชุมชน และ/หรือสังคม ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Business Value Chain) เพื่อพัฒนาความเท่าเทียม ยกระดับคุณภาพชีวิต และสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนอย่างต่อเนื่องในวงกว้าง ทั้งนี้ OR มุ่งเน้นการดำเนินโครงการเพื่อสังคมที่สอดคล้องกับเป้าหมายการลงทุนทางสังคมของกลุ่ม ปตท. และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ 5 เป้าหมาย ได้แก่



เป้าหมายที่ 4: การศึกษาที่เท่าเทียม โดยการสนับสนุนการโครงการด้านการศึกษาให้กับชุมชนรอบพื้นที่ปฏิบัติงาน อาทิ ชุมชนรอบคลังปิโตรเลียม การจัดอบรมพัฒนาความรู้ทางวิชาชีพด้านการปลูกและผลิตกาแฟให้มีคุณภาพแก่เกษตรกร



เป้าหมายที่ 7: พลังงานสะอาดที่ทุกคนเข้าถึงได้ โดยการสนับสนุนลดส่วนการใช้พลังงานสะอาดในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ



เป้าหมายที่ 8: การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการสรรหาและบริหารจัดการ พนักงาน



เป้าหมายที่ 10: การลดความเหลื่อมล้ำ โดยการจ้างงานผู้พิการ ผู้สูงอายุ ตลอดจนผู้ด้อยโอกาสอื่น ๆ



เป้าหมายที่ 13: การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยมีบทบาทดำเนินการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในการดำเนินธุรกิจของ OR และสนับสนุนการให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยธรรมชาติ

โครงการหรือผลการดำเนินงาน ที่โดดเด่นประจำปี 2564

โครงการ Café Amazon for Chance

โครงการ Café Amazon for Chance เป็นหนึ่งในโครงการวิสาหกิจชุมชนที่นำความสำเร็จของธุรกิจ Café Amazon มาสร้างคุณค่าให้กับสังคมผ่าน บริษัท สานพลัง วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด โดยมุ่งเน้นการพัฒนาอาชีพของผู้พิการทางได้ยิน ทางสติปัญญา รวมถึงทหารพิการและผู้สูงอายุ ภายใต้แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่นำจุดแข็งของธุรกิจมาช่วยแก้ปัญหาและพัฒนาสังคมได้อย่างยั่งยืน จากข้อมูลพบว่าผู้พิการทางการได้ยินเป็นกลุ่มผู้พิการที่มีมากเป็นอันดับ 2 รองจากผู้พิการทางร่างกาย และเป็นกลุ่มเปราะบางที่ได้รับการจ้างงานต่ำกว่าวุฒิการศึกษา OR จึงดำเนินการจัดให้ผู้พิการทางการได้ยินและผู้สูงอายุซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้เข้าร่วมโครงการการอบรมหลักสูตรบาริสต้าที่ศูนย์ฝึกอบรม Amazon Inspiring Campus (AICA) ตามมาตรฐานของร้าน Café Amazon และเข้าฝึกงานที่ร้าน Café Amazon for Chance สาขาสำนักกอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา ก่อนเริ่มปฏิบัติงานจริง รวมถึงมีการออกแบบร้านให้เหมาะสมกับการทำงานของผู้พิการทางได้ยินและผู้สูงอายุ โดยมีห้องพัก อุปกรณ์ช่วยเหลือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ฉุกเฉิน ตลอดจนการนำนวัตกรรมเครื่องบดกาแฟดิจิทัลแบบใหม่ (Hybrid Machine) มาใช้ เพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มความรวดเร็วในการทำงาน นอกจากนี้ยังนำเครื่องชำระเงินระบบ 2 หน้าจอ (Duo Screen POS) มาใช้เพื่อลดความผิดพลาดของการสั่งซื้อสินค้า

เป้าหมายโครงการ

ขยายและปรับเปลี่ยนร้าน Café Amazon เป็น Café Amazon for Chance (ส่งเสริมการจ้างงานผู้ด้อยโอกาส ประมาณ 3-4 คน/สาขา)

20 สาขา
ภายในปี 2564

60 สาขา
ภายในปี 2567

100 สาขา
ภายในปี 2569

ตัวชี้วัดทางสังคมและสิ่งแวดล้อม

สามารถสร้างอาชีพและรายได้ให้กับผู้พิการและผู้สูงอายุ ดังนี้



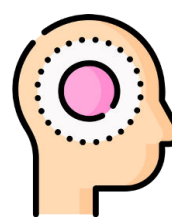
ผู้พิการทางการได้ยิน

- สร้างอาชีพ 20 อัตรา
- สร้างรายได้ 11,520,000 บาท



ผู้สูงอายุ

- สร้างอาชีพ 14 อัตรา
- สร้างรายได้ 8,064,000 บาท



ผู้พิการด้านสติปัญญา

- สร้างอาชีพ 2 อัตรา
- สร้างรายได้ 1,152,000 บาท



ทหารพิการและครอบครัว

- สร้างอาชีพ 2 อัตรา
- สร้างรายได้ 1,728,000 บาท

ขยายและปรับเปลี่ยนร้าน Café Amazon เป็น Café Amazon for Chance เพื่อเพิ่มอัตราการจ้างงานสร้างอาชีพและรายได้ให้กับผู้พิการและผู้สูงอายุ โดยในปี 2564 มีจำนวนทั้งสิ้น 4 สาขา

ตัวชี้วัดผลประโยชน์ทางธุรกิจ

35
ล้านบาท

รายได้จากการขายสินค้าและบริการในปี 2564 ของร้าน Café Amazon for Chance ในประเทศไทย

โครงการไทยเด็ด

โครงการไทยเด็ด เริ่มขึ้นเมื่อปี 2561 เพื่อพัฒนาและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เป็นของดี ของเด็ด ทั่วประเทศไทย รวมถึงการสร้างโอกาสให้กับเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการ SMEs ทั่วประเทศได้เติบโตอย่างยั่งยืนตามแนวคิดการดำเนินธุรกิจ Social Inclusiveness ของ OR ที่ต้องการสร้างประโยชน์ให้กับสังคมชุมชน โดยเปิดโอกาสให้สังคมชุมชน และ SMEs ไทยได้พัฒนาผลิตภัณฑ์และขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าร่วมกับ OR อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของประเทศให้มีความเข้มแข็งด้วย โดยแบ่งโครงการไทยเด็ด ออกเป็น 3 โครงการย่อย ดังนี้

มุมไทยเด็ด

มุมขายของฝากที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นภายในสถานีบริการน้ำมัน PTT Station โดยเชิญผู้แทนจำหน่ายสถานีบริการน้ำมัน PTT Station มาคัดเลือกสินค้าของวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ SMEs ภายใต้กิจกรรม “ไทยเด็ด Matching Day” เพื่อนำสินค้าไปจัดจำหน่ายภายในสถานบริการน้ำมันฯ ของตนเอง ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายตลาด และเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ SMEs ที่เข้าร่วมโครงการฯ

ตลาดไทยเด็ด

การเปิดตลาดขนาดใหญ่ภายในสถานีบริการน้ำมัน PTT Station ที่เข้าร่วมโครงการฯ ให้เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนรอบ ๆ สถานีบริการน้ำมัน PTT Station นำผลิตผลเกษตร อาหาร และสินค้าต่าง ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาจัดจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรง

ตู้ ปณ. ไทยเด็ด

จุดบริการพิเศษในการจัดจำหน่ายสินค้าของชุมชน และสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบ E-Commerce (สั่งผ่านจุดบริการและ ปณ. ส่งสินค้าถึงบ้าน)

นอกจากนี้ โครงการไทยเด็ด นับว่าเป็นอีกหนึ่งโครงการสำคัญที่สนับสนุนสังคมชุมชนตามแนวคิดการพัฒนาสถานีบริการน้ำมัน PTT Station ของ OR ให้เป็นศูนย์กลางชุมชน หรือ “Living Community” ที่เป็นพื้นที่สร้างคุณค่าและประโยชน์ให้กับสังคมชุมชน และสิ่งแวดล้อม การเป็นจุดพักผ่อนและอำนวยความสะดวกด้วยการมีสินค้าและบริการที่ครบครัน ตลอดจนการแบ่งปันพื้นที่อย่างสร้างสรรค์ เพื่อเป็นสื่อกลางที่จะมอบคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้กับชุมชนได้อย่างแท้จริง

เป้าหมายโครงการ

พัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนและสังคมผ่านโครงการไทยเด็ด ช่วยส่งเสริม Inclusive Growth ส่งเสริมชุมชน กระจายรายได้ ผ่านกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง อาทิ



การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าชุมชน ผ่าน มุมสินค้าไทยเด็ด และ ร้านจำหน่ายสินค้าชุมชนแบรนด์ไทยเด็ด



การคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ SMEs เข้าร่วมโครงการ และการร่วมพัฒนาสินค้าชุมชนเพิ่มเติม



การพัฒนาระบบสั่งซื้อสินค้าไทยเด็ด เพื่อให้ผู้แทนจำหน่ายฯ ที่เข้าร่วมมุมสินค้าไทยเด็ด และ ร้านจำหน่ายสินค้าชุมชนแบรนด์ไทยเด็ดสามารถสั่งซื้อสินค้าไทยเด็ดไปวางจำหน่ายผ่านช่องทางการสั่งซื้อแบบออนไลน์ได้



การพัฒนาสินค้าชุมชนที่อยู่ใกล้สถานีบริการน้ำมัน PTT Station ทั้งด้านการผลิตและคุณภาพสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการตลาดและช่องทางการจำหน่าย ปีละ 5-10 สินค้า

ตัวชี้วัดทางสังคมและสิ่งแวดล้อม

- วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ SMEs มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการเข้าร่วมโครงการไทยเด็ด โดยนับตั้งแต่ดำเนินโครงการจนถึงปัจจุบัน มีจำนวนวิสาหกิจชุมชนจำนวนและผู้ประกอบการ SMEs ทั้งหมด 238 ราย

- โครงการไทยเด็ดสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้กับวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ SMEs ในปี 2564 เท่ากับ 21.78 ล้านบาท
- ขยายมุมไทยเด็ดและร้านจำหน่ายสินค้าชุมชนแบรนด์ไทยเด็ด ใน PTT Station ทั้งหมดประกอบด้วยมุมไทยเด็ด 116 แห่ง และร้านค้าไทยเด็ด 7 แห่ง
- สนับสนุนและต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นสินค้าไทยเด็ด Select ทั้งหมด 3 รายการ

ตัวชี้วัดผลประโยชน์ทางธุรกิจ

- ไม่ก่อให้เกิดการหยุดชะงักในการดำเนินธุรกิจ
- ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการ PTT Station แต่ละแห่งมากขึ้น

โครงการวิจัยและพัฒนาการปลูกและการผลิตกาแฟระบบอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงเลอตอ อ.แม่ระมาด จ.ตาก)

OR ร่วมมือกับมูลนิธิโครงการหลวง และ ปตท. ร่วมลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) โครงการวิจัยกาแฟฯ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงเลอตอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก เพื่อขับเคลื่อนโครงการพัฒนาการปลูกและการผลิตกาแฟภายใต้ระบบอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีเป้าหมายที่สำคัญของโครงการ ได้แก่ การสร้างชุมชนต้นแบบการปลูกและผลิตกาแฟมาตรฐาน GAP ภายใต้ระบบอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วนเกษตร และหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมีแผนการดำเนินงาน ตามกรอบระยะเวลาการในปี 2564 - 2568 ทั้งสิ้น 4 แผนงานได้แก่

การวิจัย พัฒนาการปลูกและผลิตกาแฟอะราบิกาให้มีคุณภาพ

การส่งเสริมการปลูก การถ่ายทอดความรู้ และการพัฒนามาตรฐาน

แผนการพัฒนาทักษะอาชีพ วิสาหกิจชุมชน และพัฒนาชุมชนเข้มแข็ง

แผนงานจัดการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

OR คาดหวังว่า โครงการดังกล่าว จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยทำให้เกิดการพัฒนาประสิทธิภาพการเพาะปลูกกาแฟโดยไม่ทำลายป่า ปรับปรุงกระบวนการผลิตเมล็ดกาแฟให้เป็นกาแฟสาร (Green Bean: เมล็ดกาแฟดิบที่ผ่านการสีเอากะลาออกพร้อมที่จะคั่วแล้ว) โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม การสร้างวิสาหกิจชุมชนให้สามารถขายเมล็ดกาแฟได้ด้วยตนเองเพื่อสร้างรายได้ ตลอดจนช่วยสนับสนุนการขายเมล็ดกาแฟดิบ (อะราบิกา) กับเกษตรกรชาวเขา ซึ่งเป็นเกษตรกรที่อยู่ภายใต้พื้นที่ดูแลของสถานีเกษตรหลวงและศูนย์พัฒนาโครงการหลวงประมาณ 30 แห่ง ให้มีช่องทางการจำหน่ายเมล็ดกาแฟสู่ตลาด จึงกำหนดบทบาทหน้าที่ตามภารกิจดังต่อไปนี้

มูลนิธิโครงการหลวง



ส่งเสริมการวิจัย พัฒนาการปลูกและผลัดกาแฟอะราบิกาให้มีคุณภาพ



ส่งเสริมการผลิตและถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับเกษตรกรในโครงการฯ เพื่อส่งเสริมการปลูกกาแฟ การแปรรูปผลผลิตกาแฟ ตลอดจนการใช้ประโยชน์จากของเหลือ

บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)



พัฒนาชุมชนเข้มแข็งทักษะอาชีพและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อปลูกและผลิตกาแฟด้วยวิธีผสมผสานตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง รวมถึงเพื่อพัฒนาศักยภาพและเสริมสร้างขีดความสามารถในการบริหารจัดการ



ส่งเสริมการจัดการสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน)



พัฒนามาตรฐานการปลูกและผลิตกาแฟที่มีคุณภาพในระบบอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้ได้ผลผลิตกาแฟที่มีคุณภาพยิ่งขึ้น



พัฒนามาตรฐานการผลิตและการแปรรูปผลผลิตกาแฟคุณภาพ เพื่อพัฒนาและยกระดับกระบวนการแปรรูปผลผลิตกาแฟของเกษตรกรให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล



ส่งเสริมการตลาดผลผลิตกาแฟ เพื่อสนับสนุนช่องทางจำหน่ายเมล็ดกาแฟ พัฒนาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ และสร้างมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนเพื่อประชาสัมพันธ์ผลสัมฤทธิ์และองค์ความรู้การดำเนินของโครงการสู่สาธารณะชน

เป้าหมายโครงการ



ปลูกกาแฟในพื้นที่โครงการ 5 สายพันธุ์ ในปี 2566



การกำหนดเกณฑ์สำหรับการปลูกกาแฟที่เหมาะสมกับโครงการฯ ในปี 2564



เกษตรกรกลุ่มเป้าหมายสามารถวิเคราะห์ศักยภาพและปัญหาที่เกิดขึ้นในระดับครัวเรือนและชุมชน (Self-recognition) ในปี 2565

ตัวชี้วัดทางสังคมและสิ่งแวดล้อม

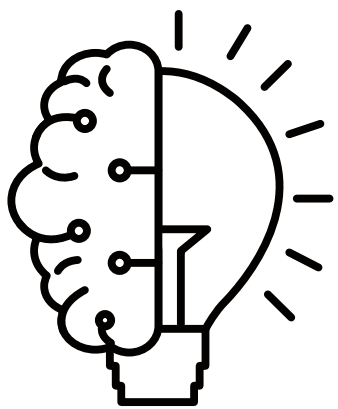
- ส่งเสริมการปลูกกาแฟภายใต้ระบบอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ 200 ไร่ และพัฒนาความรู้ให้เกษตรกรกว่า 40 ราย ให้สามารถปลูกและผลิตกาแฟให้ได้กาแฟที่มีคุณภาพ

ตัวชี้วัดผลประโยชน์ทางธุรกิจ

- สร้างความเชื่อมั่น และความสัมพันธ์อันดีให้กับชุมชน
- เมล็ดกาแฟที่ได้จากโครงการฯ มีคุณภาพที่ดีและเป็นไปตามมาตรฐานตามที่กำหนด

นวัตกรรมและการเติบโตทางธุรกิจ

ความสำคัญ



ในปีที่ผ่านมา องค์กรธุรกิจหลายแห่งทั่วโลกได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้บริโภค และส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจทั้งด้านบวกและด้านลบ ซึ่งวิกฤตการณ์ดังกล่าวทำให้ OR ตระหนักถึงความเสี่ยงและโอกาสจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง รวมถึงการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว (Disruptive Technology) ทำให้ OR มุ่งมั่นคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคที่รวดเร็วและตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิตในรูปแบบวิถีใหม่ โดยแนวคิดที่ว่าหากธุรกิจมีการเตรียมความพร้อมและมีการจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ดีย่อมได้เปรียบในการเพิ่มสมรรถนะในการดำเนินธุรกิจและความสามารถในการแข่งขัน และก้าวสู่ตำแหน่งผู้นำในระดับประเทศทั้งในภาวะปกติ และภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด โดยจะมุ่งสู่ระดับสากลต่อไป

เป้าหมายระยะยาว



มุ่งมั่นพัฒนาให้เกิดนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลาย และนำมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ และการยกระดับคุณภาพชีวิตอย่างเหมาะสม สามารถสร้างประโยชน์ให้กับลูกค้า ลูกค้า หรือ สังคม และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

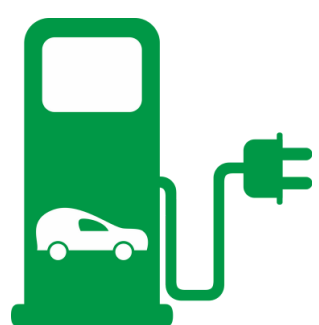
8 โครงการ
โครงการนวัตกรรมและเทคโนโลยี

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน

ภายใต้พันธกิจและเป้าหมายการดำเนินธุรกิจของ OR (OR 2030 Goals) ที่มุ่งเน้นการสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจพลังงานแบบผสมผสานเพื่อการเคลื่อนที่อย่างไร้รอยต่อ (Mobility) การสร้างทางเลือกสำหรับการดำเนินชีวิตแบบครบวงจรเพื่อตอบสนองวิถีการใช้ชีวิตทุกรูปแบบ (Lifestyle) ตลอดจนการแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อยกระดับสู่นวัตกรรมในแบบฉบับ OR (OR Innovation) OR จึงมุ่งเน้นการส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลาย และนำมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจและการยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสม ภายใต้แนวคิดการเติบโตร่วมกัน “นวัตกรรมและเทคโนโลยีสำหรับทุกคน”

โดยในปี 2564 OR ดำเนินโครงการที่นำนวัตกรรมมาช่วยตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนี้

โครงการหรือผลการดำเนินงาน ที่โดดเด่นประจำปี 2564



โครงการ EV Application

จากกระแส “รถยนต์ไฟฟ้า (Electrical-Vehicle)” ที่หลากหลายประเทศต่างตื่นตัวและหันมาให้ความสำคัญ ทั้งในรูปแบบกฎหมายเกื้อหนุนรถยนต์ไฟฟ้า และการยกเลิกผลิตรถยนต์ที่ใช้น้ำมัน ที่มีจุดมุ่งหมายหลักเดียวกันคือแก้ไขปัญหามลพิษ ผนวกกับพันธกิจและเป้าหมาย 2030 ของ OR ที่มุ่งเน้นการสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจพลังงานแบบผสมผสานเพื่อการเคลื่อนที่อย่างไร้รอยต่อ (Mobility) การสร้างทางเลือกสำหรับการดำเนินชีวิตแบบครบวงจรเพื่อตอบโจทย์การใช้ชีวิตทุกรูปแบบ (Lifestyle) ตลอดจนการแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อยกระดับสู่สังคมในแบบฉบับ OR (OR Innovation) นอกเหนือจากการพัฒนาและขยาย EV Station หรือสถานีบริการชาร์จไฟฟ้า OR ได้พัฒนาแอปพลิเคชัน EV Application ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกและสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์และพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ที่เน้น Contactless Convenient Concise และ Connectivity อย่างครบวงจรภายในแอปพลิเคชันเดียว ตั้งแต่ข้อมูลจุดบริการ EV Station ทั่วประเทศ วิธีการใช้ชาร์จไฟฟ้า การจองคิวล่วงหน้า ตลอดจนการชำระเงินและการออกใบกำกับภาษีเต็มรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์

ผลลัพธ์และประโยชน์ของโครงการ



ลดการบริหารจัดการเงินสดของการปฏิบัติการหน้างาน ให้มีความสะดวก ถูกต้องมากยิ่งขึ้น และเงินเข้าที่ส่วนกลางเพียงรูปแบบเดียว (Online)



ศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น และนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรม และสินค้าที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น



ลดระยะเวลาบริการและการสัมผัสกับพนักงานบริการ สำหรับผู้บริโภคยุคใหม่และสถานการณ์ COVID-19 ที่ผู้ใช้บริการสามารถบริการตนเองได้



โครงการเครื่องรับบัตร ไร้สาย (EDC mobile)

จากแนวคิดและพันธกิจของ OR ในการสร้างทางเลือกสำหรับการดำเนินชีวิตแบบครบวงจรเพื่อตอบโจทย์การใช้ชีวิตทุกรูปแบบ (Lifestyle) ตลอดจนการเพิ่มโอกาสกลุ่มลูกค้าใหม่และความแตกต่างจากคู่แข่ง OR จึงได้นำนวัตกรรมเครื่องรับบัตรไร้สาย (EDC Mobile) ที่ช่วยให้การรับชำระเงินด้วยบัตร มีความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง ปลอดภัย และช่วยเพิ่มความพึงพอใจให้ผู้บริโภคมากขึ้น อาทิ ผู้ใช้บริการสามารถชำระค่าน้ำมันโดยไม่ต้องให้ผู้ให้บริการเติมน้ำมันนำบัตรไปชำระที่แคชเชียร์ นอกจากนี้ยังช่วยลดความผิดพลาดจากการนำบัตรไปทำรายการสลับกัน โดยในปี 2564 มี PTT Station 501 แห่ง ที่ใช้เครื่องรับบัตรไร้สาย (EDC Mobile) และมีแผนงานที่จะขยายจำนวน PTT Station ที่ใช้เครื่องรับบัตรไร้สาย ต่อไปในอนาคต

ผลลัพธ์และประโยชน์ของโครงการ



ประหยัดเวลาในการชำระบัตรได้มากถึงร้อยละ 15 ของการชำระบัตรแบบเดิม (หรือประหยัดเวลาในการชำระบัตรกว่ารูปแบบเดิม โดยสามารถลดเวลาของการให้บริการลูกค้าที่เข้ามาเติมน้ำมันใน PTT Station ได้เฉลี่ย 1 นาที 30 วินาทีต่อครั้ง)



ลดความผิดพลาดจากการใช้บัตรทำรายการสลับกัน

โครงการการชำระเงิน
ออนไลน์ (Payment
Gateway)

จากธุรกิจค้าขายออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนวิกฤตแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ที่ส่งผลให้ธุรกิจออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้น ซึ่งธุรกิจหลายแห่งปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดไปจนถึงช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้เป็นในรูปแบบออนไลน์เพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน ทั้งบริการสั่งอาหารออนไลน์ เว็บไซต์ซื้อขายสินค้าออนไลน์ และเว็บไซต์ E-commerce ที่ส่งผลให้ความต้องการในการทำธุรกรรมผ่านระบบออนไลน์เติบโตมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ OR จึงทำการศึกษาและพัฒนาการดำเนินงานของระบบรับชำระเงินออนไลน์ (Payment Gateway) ซึ่งเป็นระบบชำระเงินออนไลน์ที่เชื่อมต่อกับธนาคารโดยตรง หรือผ่านตัวกลางที่ไม่ใช่ธนาคาร อาทิ Paypal Omise และอื่น ๆ ซึ่งระบบดังกล่าวจะทำให้ผู้บริโภคสามารถชำระค่าบริการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัย รวมถึงค่าธรรมเนียมต่อรายการที่ค่อนข้างต่ำกว่าการชำระเงินปกติ

ผลลัพธ์และประโยชน์ของโครงการ



ลดปริมาณการเก็บรักษาเงินในรูปแบบเงินสดซึ่งมีความเสี่ยงต่อการสูญหาย โจรกรรม และอื่นๆ รวมถึงสามารถลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการปกติ



ลดค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรม



ศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น เพื่อพัฒนานวัตกรรมและสินค้าที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น



ประยุกต์ใช้กับ Business Model ของ OR เอง เช่น บน EV Platform Application หากระบบการรับชำระผ่าน Gateway ของธนาคารยังไม่รองรับ

โครงการระบบวิเคราะห์
ข้อมูลเชิงพื้นที่ (Geo-
analytics Tool)

ภายใต้พันธกิจของ OR ที่มุ่งเน้นการสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจพลังงานแบบผสมผสานเพื่อการเคลื่อนที่อย่างไร้รอยต่อ (Seamless Mobility) การสร้างทางเลือกสำหรับการดำเนินชีวิตแบบครบวงจรเพื่อตอบสนองโจทย์การใช้ชีวิตทุกรูปแบบ (All Lifestyles) OR จึงได้ศึกษาและต่อยอดระบบวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ (Geo-analytics Tool) หรือโปรแกรมจำลองทางคณิตศาสตร์ที่สามารถเรียนรู้ และวิเคราะห์ศักยภาพของทำเลที่ดินที่จะจัดตั้งสถานีบริการ โดยใช้หลักการการเรียนรู้ด้วยตนเองของคอมพิวเตอร์ (Machine Learning)

จากข้อมูลแหล่งต่างๆ เช่น ข้อมูลประชากรในพื้นที่ ที่ตั้งสถานที่สำคัญ (Point of Interest: POI) สถิติปริมาณรถ ยอดขายจากสถานีบริการ ที่มีลักษณะทำเลคล้ายคลึงกัน ตลอดจนสามารถวิเคราะห์ประมาณการยอดขายผลิตภัณฑ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งการนำเทคโนโลยีดังกล่าวมาใช้จะช่วยให้ OR สามารถวิเคราะห์รูปแบบการตลาดและผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม ด้วยผลการวิเคราะห์ที่มีความถูกต้อง แม่นยำมากกว่าการใช้ประสบการณ์ของพนักงานในการวิเคราะห์เท่านั้น

ผลลัพธ์และประโยชน์ของโครงการ



เพิ่มความแม่นยำในการวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งมากถึง 77 % หากเปรียบเทียบกับการวิเคราะห์ที่ใช้ประสบการณ์ของพนักงานในการวิเคราะห์เท่านั้น (Geo-analytics Tool มีความแม่นยำ 70 %)



ขยายเครือข่าย PTT Station ในทำเลศักยภาพได้ เนื่องจากมีการใช้ข้อมูลที่แสดงถึงความหนาแน่นของชุมชนในบริเวณโดยรอบทำเลที่เสนอ ส่งผลให้สามารถวิเคราะห์ทำเล สำหรับการเติบโตของธุรกิจ Non-oil ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



วิเคราะห์ผลกระทบจากการเปิด PTT Station ที่ใกล้เคียงกับ PTT Station เดิมที่เปิดบริการอยู่แล้ว เนื่องจากหากเปิดในทำเลดังกล่าว จะมีการขายผลิตภัณฑ์ให้กลุ่มลูกค้าเดียวกัน ส่งผลให้ยอดขายของ PTT Station เดิมลดลง

โครงการจัดรับ-ส่ง-ฝากสินค้าแบบไร้พนักงาน (Boxsi : Manless Delivery & Deposit Box)

จากแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจซื้อขายสินค้าออนไลน์ (e-Commerce) และรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบออนไลน์-ออฟไลน์ (Online-to-Offline Business: O2O Business) อีกทั้งสอดคล้องกับพันธกิจของ OR ในการสร้างทางเลือกสำหรับการดำเนินชีวิตแบบครบวงจรเพื่อตอบโจทย์การใช้ชีวิตทุกรูปแบบ (All Lifestyles) ประกอบกับวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ที่ทำให้เกิดมาตรการการรักษาระยะห่างทางสังคม จึงได้ศึกษาและทดลองธุรกิจบริการตู้รับฝาก และส่งสินค้า ที่เชื่อมต่อกับบริการส่งสินค้าของ Flash Express เพื่อให้ผู้ใช้งาน สามารถรับ-ส่งพัสดุ ผ่านตู้ Boxsi แทนการไปที่สาขา เพื่อลดระยะเวลาการเดินทางของผู้ใช้งาน เพิ่มความสะดวกสบาย และเป็นการรักษาระยะห่างทางสังคม ลดโอกาสการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19

ผลลัพธ์และประโยชน์ของโครงการ



เป็นการทดลองการดำเนินธุรกิจใหม่ของ OR



เพิ่มช่องทางการรับส่งสินค้าสำหรับใช้บริการรับส่งพัสดุ (Express)



เป็นโอกาสในการต่อยอดขายสินค้าของ OR แบบ O2O ในอนาคต



โครงการพัฒนาระบบ Café Amazon Application

ด้วยวิถีชีวิตและพฤติกรรมประจำวันของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไป Café Amazon จึงได้เปิดตัวแอปพลิเคชัน “Café Amazon Application” ด้วยจุดประสงค์ ที่ต้องการให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายในการสั่งกาแฟ ลดเวลาการเข้าคิวที่ร้าน และลดโอกาสการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 โดยนับตั้งแต่เปิดให้บริการผ่านแอปพลิเคชันเมื่อ กรกฎาคม 2564 ปัจจุบันมีลูกค้าใช้บริการทั้งสิ้น 60,991 ราย(ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธ.ค. 64) ซึ่งมีฟังก์ชันการให้บริการ ได้แก่ การสั่งเครื่องดื่มล่วงหน้าโดยสามารถระบุเวลารับของ การจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันและสามารถรับเครื่องดื่มได้ทันทีเมื่อถึงร้าน การนำเสนอโปรโมชั่นพิเศษ และการค้นหาร้าน Café Amazon สาขาที่อยู่ใกล้เคียงลูกค้า

ผลลัพธ์และประโยชน์ของโครงการ



เพิ่มความสะดวกสำหรับลูกค้าในการสั่งซื้อ และการชำระเงินในรูปแบบ Cashless



สามารถวิเคราะห์ความชอบของลูกค้าแบบ Personalized และนำเสนอโปรโมชั่นที่ตรงกับความชื่นชอบของลูกค้าเฉพาะบุคคลได้



ลูกค้าสามารถรับเครื่องดื่มได้ทันทีเมื่อไปถึงร้าน โดยมีโปรแกรมภายในแอปพลิเคชันที่ช่วยคำนวณระยะเวลาในการเดินทาง และระบบสามารถแจ้งเตือนให้พนักงานทำเครื่องดื่มให้เสร็จก่อนลูกค้าเดินทางมารับ โดยไม่ต้องกังวลเรื่องรสชาติที่จะเปลี่ยนแปลงจากการที่น้ำแข็งภายในเครื่องดื่มละลาย

โครงการพัฒนาระบบ Franchise Portal & Communication

Café Amazon นับเป็นธุรกิจแฟรนไชส์ที่ได้ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมาอย่างยาวนาน รวมถึงเป็นที่สนใจจากผู้ประกอบธุรกิจในการซื้อแฟรนไชส์เพื่อเปิดร้านทำธุรกิจ จึงทำให้มีจำนวนสาขาอยู่มากภายในประเทศ ดังนั้นการรักษามาตรฐาน และพัฒนาคุณภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญ OR จึงได้มีการพัฒนาระบบ Franchise Portal & Communication เพื่อให้เกิดการสื่อสารที่รวดเร็วและง่ายต่อการเข้าถึง โดยภายในระบบมีการแสดงข่าวสารประชาสัมพันธ์ เช่น ผลิตภัณฑ์ใหม่ แคมเปญใหม่ และข่าวสารการฝึกอบรมต่าง ๆ ที่ต้องการให้ร้านสาขา หรือตัวแทนจำหน่าย (Dealer) รับทราบ มีการแสดงข้อมูลการตรวจประเมินร้านค้า (Audit Information) ได้แก่ คะแนนการตรวจประเมิน คะแนนจาก Mystery Shopper และข้อมูลข้อร้องเรียนจากลูกค้า เพื่อให้ร้านสาขาเกิดพัฒนาปรับปรุงอยู่เสมอ มีระบบ Chatbot เพื่อช่วยในการตอบคำถามทั่วไป มีระบบแจ้งเตือน (Warning Alert) เช่น การจ่ายค่าเช่า การปรับปรุงร้าน นอกจากนี้ยังสามารถสั่งซื้อสินค้า หรือแจ้งซ่อมอุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ ของร้าน Café Amazon ได้ รวมทั้งมีแบบสอบถามเพื่อให้ ร้านสาขาสามารถให้ข้อเสนอแนะ และแสดงความคิดเห็นกลับมายัง OR ได้

ผลลัพธ์และประโยชน์ของโครงการ



เกิดการสื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว และง่ายขึ้นระหว่าง OR ร้านสาขา และตัวแทนจำหน่าย



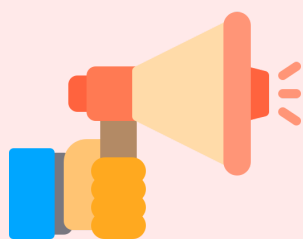
ทำให้การบริหารจัดการร้านสาขามีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพและการให้บริการ

การดำเนินธุรกิจ ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ความสำคัญ

OR ให้ความสำคัญต่อการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า ตามหลักเศรษฐกิจ
หมุนเวียน (Circular Economy) ตั้งแต่ขั้นตอนการเลือกวัตถุดิบ การ
ออกแบบผลิตภัณฑ์ การจัดการของเสีย ตลอดจนวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life
Cycle) เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เกิดประสิทธิภาพ
สูงสุด ลดปัญหาสิ่งแวดล้อม และทำให้การพัฒนาธุรกิจเป็นไปอย่างยั่งยืน

ผลกระทบ
ต่อองค์กร



ชื่อเสียง
(Reputation)

เป้าหมายระยะยาว



ลดปริมาณขยะในโรงครัวเมล็ดกาแฟและนำกลับ
มาเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าต่อยอดได้ 40%
ภายในปี 2568

อยู่ในขั้นตอนการศึกษา



เพิ่มจำนวนสาขาร้าน Café Amazon Circular
Living จำนวน 20 สาขา ภายในปี 2568

3 สาขา

ผลการดำเนินงาน ปี 2564

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน

OR มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่สนับสนุนให้เกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า
ไปพร้อมกับการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม จึงนำหลักการดำเนินธุรกิจตามหลักเศรษฐกิจ
หมุนเวียน ภายใต้แนวคิด BCG (Bio-Economy Circular-Economy Green-Economy)
อันได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว โดยนำเสนอผ่านธุรกิจ
ร้าน Café Amazon ซึ่งดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับความใส่ใจในสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม
โดยที่ผ่านมา OR มุ่งมั่นในการเป็นส่วนหนึ่งที่ดำเนินกิจกรรมลดการเกิดของเสีย โดยเริ่มจาก
การลดปริมาณการใช้พลาสติกจากการขายสินค้า การนำของเสียกลับเข้ากระบวนการแปรรูป
เป็นของใช้ตกแต่งภายในร้าน Café Amazon ผ่านกระบวนการ Upcycling จำหน่ายให้แก่
ลูกค้า B2C (Business to Customer) และจำหน่าย เฟอร์นิเจอร์ ของใช้ และวัสดุตกแต่งแก่
ลูกค้าแฟรนไชส์ B2B (Business to Business) เพื่อสร้างความรับผิดชอบในกระบวนการ
ผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ของใช้
(Supplies Use) ภายในร้าน ให้เป็นวัสดุที่ย่อยสลายได้โดยธรรมชาติ เพื่อลดภาระการจัดการ
ด้านสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ OR มุ่งเน้นการดำเนินโครงการเพื่อสังคมที่สอดคล้องกับเป้าหมายการลงทุนทางสังคมของกลุ่ม ปตท. และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ 2 เป้าหมาย ได้แก่



เป้าหมายที่ 12: การผลิตและบริโภคที่รับผิดชอบ โดยมีบทบาทดำเนินการลดของเสียโดยกระบวนการลดการใช้ (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำมาแปรรูปใช้ใหม่ (Recycle) และสนับสนุนรูปแบบการผลิตและบริโภคที่ยั่งยืนยิ่งขึ้นของผลิตภัณฑ์



เป้าหมายที่ 13: การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยมีบทบาทดำเนินการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในการดำเนินธุรกิจของ OR และสนับสนุนการให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยธรรมชาติ

โครงการหรือผลการดำเนินงาน ที่โดดเด่นประจำปี 2564

โครงการ “ขวด แลก ยืม”

โครงการ “ขวด แลก ยืม” เกิดจากการต่อยอดโครงการ “แยก แลก ยืม” ที่ได้เริ่มดำเนินการมาก่อนตั้งแต่ปี 2559 โดยนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการรับคืนขวดพลาสติกรีไซเคิลรูปแบบ Polyethylene Terephthalate (PET) ณ ตู้รับคืนขวดพลาสติกรีไซเคิลอัตโนมัติ หรือ RVM (Reverse Vending Machine) ที่ติดตั้งภายใน PTT Station เพื่อนำขวดที่ได้รับมาเพิ่มประโยชน์และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผู้ให้ (ผู้บริโภคที่มาร่วมแยกขยะ) และผู้รับ (ชุมชน และประเทศ) โดยในปัจจุบันได้ทดลองในจุดติดตั้งนำร่อง จำนวน 4 สาขา ซึ่งมุ่งหวังที่จะกระตุ้นให้เกิดการรับรู้มูลค่าของขยะรีไซเคิล และจูงใจให้ผู้บริโภคร่วมกันคัดแยกขยะอย่างถูกต้อง พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึก

และพฤติกรรมในการเป็นจุดเริ่มต้นในการรักษาสิ่งแวดล้อมผ่านเทคโนโลยี สร้างสรรค์คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และการขับเคลื่อนโลกให้ก้าวหน้าไปพร้อม ๆ กันอย่างยั่งยืน โดยปัจจุบันสามารถรวบรวมขวดพลาสติกได้ประมาณ 6,350 กิโลกรัม ซึ่งขวดที่ได้รับการคัดแยกแล้ว จะถูกเข้าสู่โรงงานแปรรูปเพื่อแปลงสภาพพลาสติกเป็นผลิตภัณฑ์ Upcycling เช่น เส้นใยรีไซเคิลเพื่อนำกลับมาผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนต่อไป

4

จำนวนตู้ที่ติดตั้ง
ภายในปี 2564

6,350

น้ำหนักขวดพลาสติกรวม
ภายในปี 2564

โครงการ Waste to Value: Upcycling Products for B2C

โครงการ Waste to Value: Upcycling Products for B2C เป็นแนวคิดที่มีการนำวัสดุจากผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ถูกใช้งานแล้ว เพื่อสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค โดยในปี 2564 OR ได้ดำเนินการขยายสาขาร้านในรูปแบบ “Café Amazon Circular Living” และเริ่มจำหน่ายผลิตภัณฑ์ Upcycling ให้แก่ลูกค้า B2C (Business to Customer) รวมถึงลูกค้าแพรสโซส์ B2B (Business to Business) ได้แก่



เสื้อพนักงาน ผ้ากันเปื้อน และโซฟา

โดยการนำแก้วและขวดพลาสติก PET บรรจุเครื่องดื่มที่ผ่านการใช้งานแล้วมา ย่อยเป็นชิ้นเล็ก ๆ ผ่านกระบวนการให้ความร้อนที่อุณหภูมิประมาณ 180-220 องศาเซลเซียสเพื่อให้พลาสติกหลอมละลาย จากนั้นดึงออกมาเป็นเส้นใยรีไซเคิลโดยใช้เครื่องรีดพลาสติก ส่งให้โรงงานสิ่งทอ ออกแบบรูปแบบการทอ นำไปทอเป็นผืนผ้า และตัดเย็บออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ โดยในปี 2564 มีปริมาณการใช้แก้วพลาสติก เพื่อผลิตเป็นเสื้อพนักงานและผ้ากันเปื้อน จำนวน 1.8 ตัน และขวดน้ำพลาสติก เพื่อผลิตโซฟา จำนวน 1.7 ตัน



ผนังตกแต่งภายในร้าน

โดยการนำถุงฟอยล์บรรจุเมล็ดกาแฟที่ผ่านการใช้งานแล้ว มาบดอัดและขึ้นรูป กลายเป็นแผ่น Eco-Board ตกแต่งสีสันทันให้สวยงาม และนำมาติดตั้งเป็นผนังภายในร้าน Café Amazon โดยปี 2564 มีปริมาณถุงฟอยล์ที่นำมาใช้ จำนวน 1.2 ตัน



โต๊ะ ตู้ และชั้นวางของ

โดยการนำเยื่อหุ้มกาแฟ มาอบและไล่ความชื้น จากนั้นขึ้นรูปเป็นแผ่นแล้ว ประกอบเป็นโต๊ะ ตู้ และชั้นวางของ ที่มีความแข็งแรงและทนทานต่อการใช้งาน



กระถางสวนแนวตั้ง

โดยการนำเกลลอนนมพลาสติกที่ใช้แล้ว มาบดเป็นชิ้นเล็ก ๆ และผ่านความร้อนที่อุณหภูมิ 180-200 องศาเซลเซียส เพื่อผลิตเป็นเม็ดพลาสติกรีไซเคิล จากนั้นนำมาผสมสีตามที่ต้องการและให้ความร้อนอีกครั้งเพื่อให้พลาสติกหลอมเหลว และใช้แรงดันฉีดพลาสติกเหลวเข้าแม่พิมพ์รูปกระถางเพื่อนำมาใช้ตกแต่งภายในร้าน Café Amazon



เพดาน

โดยการนำถาดพลาสติกชนิด Polystyrene ที่ใช้ไม่ได้แล้วถูกนำมาบดเป็นชิ้นเล็ก ๆ และผ่านความร้อนที่อุณหภูมิ 180-200 องศาเซลเซียส ผลิตออกมาเป็นเม็ดพลาสติกรีไซเคิล หลังจากนั้นนำไปผสมกับเม็ดสีเพื่อให้ได้สีที่ต้องการและขึ้นรูป เพื่อนำมาออกแบบและติดตั้งเป็นเพดานภายในร้าน Café Amazon

เป้าหมายโครงการ



มีสาขาร้านในรูปแบบ Café Amazon Circular Living จำนวน 3 สาขา



จำหน่ายผลิตภัณฑ์ Upcycling จำนวน 10 SKUs



มีรายได้จากการจำหน่าย Furniture ของใช้ และวัสดุตกแต่งที่ทำมาจากการ Upcycle จำนวน 18,000,000 บาท

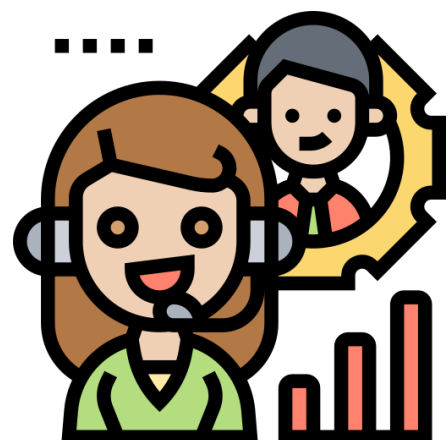
โครงการ “พลาสติก (คีน) สุข” (Plastic Reborn)

โครงการ “พลาสติก (คีน) สุข” (Plastic Reborn) เป็นความร่วมมือการจัดการด้านขยะตามหลัก เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ระหว่าง OR กับ บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (GC) ผ่านเครือข่าย PTT Station นำร่อง ทดลองติดตั้งถังพลาสติก (คีน) สุข (หรือ Drop Point) เพื่อสร้างพฤติกรรมคัดแยกขยะพลาสติกแบบยึดและแข็งที่ถูกต้อง โดยนำพลาสติกที่ได้จากโครงการ

ความร่วมมือๆ มาใช้เป็นวัตถุดิบให้กับโรงงานรีไซเคิลของ GC หรือโรงงานรีไซเคิลคู่ค้าอื่น ๆ ของ GC เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับขยะพลาสติก พร้อมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์ นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน และในเชิงธุรกิจต่อไป นอกจากนี้ในปี 2564 PTT Station ยังได้เชิญชวนให้ผู้บริโภคนำขวดพลาสติก PET หรือขวดพลาสติกใสใช้แล้วมาส่งที่ ตู้พลาสติก (คีน) สุข ที่ PTT Station ที่ร่วมโครงการ สำหรับนำไปผลิตเป็นชุด PPE ผ่านโครงการ “แยกขวด ช่วยหมอ” ซึ่งเป็นการต่อยอดจาก “โครงการพลาสติก (คีน) สุข” เพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้บุคลากรทางการแพทย์ ตามแนวคิดการเป็น Living Community หรือ PTT Station ที่เป็นศูนย์กลางของชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมระหว่าง PTT Station คู่ค้า และคนในชุมชน โดยปัจจุบันได้เปิดพื้นที่ตั้ง ตู้พลาสติก (คีน) สุข ใน PTT Station ทั้งสิ้น 26 สาขา โดยขวดพลาสติกใสใช้แล้วที่รวบรวมได้จะถูกนำมาล้างทำความสะอาดและแปรรูปเป็นเส้นใยรีไซเคิล ก่อนเข้าสู่กระบวนการทอเป็นผ้าพร้อมเคลือบสารสะท้อนน้ำ แล้วนำมาตัดเย็บเป็นชุด PPE สามารถนำไปซักและนำกลับมาใช้ใหม่ได้ถึง 20 ครั้ง (Reusable PPE) มีการตั้งเป้าหมายส่งมอบชุด PPE ให้แก่มูลนิธิคณะกนต์คณศิริ มหาวิทยาลัยมหิดล และวิทยาลัยแพทยศาสตร์นานาชาติจุฬาภรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อนำไปบริจาคในพื้นที่ขาดแคลน ขึ้นท่าจำนวน 5,000 ชุด ซึ่งจากการดำเนินโครงการที่ผ่านมาสามารถรวบรวมขวดพลาสติกได้ 106,670 กิโลกรัม และผลิตชุด PPE ส่งมอบแล้วจำนวน 6,345 ชุด

ประสบการณ์ของลูกค้า และการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์

ความสำคัญ



ความภาคภูมิใจของธุรกิจ ของ OR คือ การสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าซึ่งเป็นกุญแจหลักของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ โดยการบริหารจัดการความสัมพันธ์ของลูกค้าที่มีประสิทธิภาพตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอยู่ตลอดเวลาและทันสมัย ช่วยให้ OR สามารถเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้า และความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทและลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น และเกื้อหนุนให้บริษัทฯ เติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

เป้าหมายระยะยาว



ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการใน
ด้านข้อร้องเรียน มากกว่าหรือเท่ากับ
4.90

4.80 คะแนน

ผลประเมิน 12 เดือน คะแนนเต็ม 5.00



CRC Handled Call Rate มากกว่า
หรือเท่ากับ 97%

89.29%

Handled Call Rate 12 เดือน

หมายเหตุ: สาเหตุที่ Handled Call Rate ลดลง เนื่องจาก

- โปรโมชัน เติบโตความสดชื่น เติมน้ำมันทุกชนิด 600 บาท รับส่วนลดเมซอน 15 บาท (ตั้งแต่วันที่ 1 ต.ค. - 30 พ.ย. 64)
- Blue Card แจก Personalized Campaign สำหรับสมาชิก Blue Card ที่ไม่มีรายการสะสม/แลกคะแนน 2 ปีขึ้นไป
- Blue Card ส่ง SMS แจกคะแนนหมดอายุ ส่งผลให้ลูกค้าติดต่อมาเพื่อสอบถาม และออกบัตรใหม่เพื่อแลกคะแนน
- Web/App Blue Card ปิดฟังก์ชันการลงทะเบียน/Reset Password ลูกค้าจึงติดต่อเข้ามาเพื่อให้ 1365 ดำเนินการให้
- ลูกค้าสอบถามคะแนนหมดอายุและรายละเอียดการแลกคะแนน
- ลูกค้าติดต่อเพื่อลงทะเบียนบัตร เนื่องจาก Web/App Blue Card ปิดฟังก์ชันการลงทะเบียน



ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) มากกว่าหรือเท่ากับ 95%

91%

ความพึงพอใจของลูกค้า



ความพึงพอใจของผู้บริโภค (Consumer Satisfaction) มากกว่าหรือเท่ากับ 96%

96%

ความพึงพอใจของผู้บริโภค



ความพึงพอใจของผู้บริโภค (Consumer Satisfaction) มากกว่าหรือเท่ากับ 96%

42.3%

ส่วนแบ่งทางการตลาด น้ำมันใส่ในภาพรวม อันดับ 1 (พิจารณาจากปริมาณจำหน่ายน้ำมันเบนซินและน้ำมันดีเซล ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2564 จากข้อมูลของกรมธุรกิจพลังงาน)

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน

OR ตระหนักดีว่าการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป็นกุญแจหลักแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ จึงมีความมุ่งมั่นที่จะบริหารคำสั่งซื้อและลูกค้าสัมพันธ์อย่างมืออาชีพที่เป็นไปตามมาตรฐานระดับสากล และเนื่องจาก OR มีหน่วยธุรกิจที่หลากหลาย จึงกำหนดให้มีการบริหารจัดการลูกค้าแยกตามหน่วยธุรกิจ เพื่อให้มั่นใจว่าจะสามารถรับฟังเสียงสะท้อนจากลูกค้าได้อย่างทั่วถึง ทำให้การต่อยอดการพัฒนาสินค้าและบริการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ตรงวัตถุประสงค์ และรักษาไว้ซึ่งความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ OR ยังมีการยกระดับการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าและผู้บริโภคประจำปี (Customer and Consumer Experience Uplift) เพื่อนำผลสำรวจ และข้อเสนอแนะที่ได้รับจากลูกค้าและผู้บริโภคมาพัฒนาปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการ รวมถึงมีการพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อให้รองรับกับกิจกรรมการตลาดในรูปแบบที่ทันสมัยมากยิ่งขึ้น โดยมีระบบการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของ OR ได้แก่



ระบบ Customer Relationship Management (CRM) และ Knowledge Management (KM) เป็นระบบบริหารจัดการและเข้าถึงข้อมูลของลูกค้า มีการจัดเก็บประวัติการติดต่อของลูกค้า เพื่อสามารถให้บริการและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคลได้อย่างรวดเร็ว และช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า



Contact Center 1365 เป็นช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียน ข้อเสนอแนะ ชมเชย ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลแก่ลูกค้าแบบครบวงจรตลอด 24 ชั่วโมง ที่มีระบบตอบรับอัตโนมัติ และระบบ Self Service ที่อำนวยความสะดวกรวดเร็วให้แก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียพึงพอใจด้วยการจัดการแบบมืออาชีพและระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย



E-service เป็นช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ให้ลูกค้าสั่งซื้อ ชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง ผ่านอินเทอร์เน็ตและโมบายแอปพลิเคชัน พร้อมทั้งพัฒนาระบบ Franchisee Mall สำหรับการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) เพื่อโต้ตอบกับลูกค้าผ่านโซเชียล ทดแทนการส่งข้อมูลผ่าน SMS เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน

โครงการหรือผลการดำเนินงาน ที่โดดเด่นประจำปี 2564

การจัดตั้งโครงสร้างหน่วยงาน Field Consultant เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ของร้านสาขาแฟรนไชส์

หน่วยงาน Field Consultant เป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นในปี 2564 มีทำหน้าที่ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการดำเนินงานของร้านสาขาแฟรนไชส์ Café Amazon เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพใน 4 ด้านหลัก ดังนี้

- ตรวจสอบมาตรฐานของแบรนด์และตรวจสอบการดำเนินงานและการบริหารจัดการเพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบเชิงลบรวมถึงติดตามแก้ไขข้อร้องเรียนต่าง ๆ ที่เกิดต่อสาขาแฟรนไชส์
- ให้คำแนะนำในการปฏิบัติงานหน้าร้านอย่างมีประสิทธิภาพ
- ผลักดันยอดขายให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง
- สื่อสารข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับร้านสาขาแฟรนไชส์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ เจ้าหน้าที่หน่วยงาน Field Consultant 1 คน จะดูแลรับผิดชอบสาขาแฟรนไชส์จำนวน 20 สาขา โดยจะมีการเพิ่มเจ้าหน้าที่หน่วยงานฯ ให้เพียงพอตามจำนวนร้านสาขาที่ขยายเพิ่มขึ้นในแต่ละปี นอกจากนี้ยังมีผู้จัดการหน่วยงานฯ ทำหน้าที่กำกับดูแลและให้คำแนะนำ เพื่อให้ธุรกิจในระบบแฟรนไชส์สามารถบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นมาตรฐานเดียวกัน รวมทั้งยังมีการวัดผลการ

ดำเนินงานของหน่วยงานฯ ได้แก่ ประเมินคะแนนความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยการส่งลูกค้านิรนาม หรือ Mystery Shopper เข้าตรวจสอบแบบคุณภาพการและการบริการของร้านสาขาแบบไม่เปิดเผยตัว ซึ่งมีการเข้าตรวจสอบและกำหนดเกณฑ์การประเมินดังนี้

- ร้านสาขาที่มีคะแนนการตรวจประเมิน Standard Audit ดีเยี่ยม (ร้อยละ 99-100)
- ร้านสาขาที่มีคะแนน Standard Audit ไม่ผ่านเกณฑ์ของรอบตรวจที่ผ่านมา (คะแนน < ร้อยละ 75)
- ร้านสาขาที่มีคะแนนด้านการบริการจาก Mystery Shopper ต่ำกว่าเกณฑ์
- ร้านสาขาที่ได้รับข้อร้องเรียนเร่งด่วนจากผู้บริโภค ฯลฯ
- การเข้าตรวจสอบเฉพาะกิจตามนโยบายต่าง ๆ ที่ OR กำหนด[ERM1] [ERM1]รบกวน OR ยืนยันว่ามีการใช้เกณฑ์การตรวจประเมินดังนี้ ในปี 2564 หรือไม่

การพัฒนารูปแบบการนำเสนอ รายงาน (Power BI Dashboard) เพื่อการจัดการเสียงของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

Power BI คือ ซอฟต์แวร์ด้าน Business Intelligence (BI) ที่มีคุณสมบัติโดดเด่นในการสรุปผลข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) ซึ่งการพัฒนารูปแบบการนำเสนอรายงาน (Power

BI Dashboard) จะทำให้เกิดความสะดวก
สำหรับการปฏิบัติงานของพนักงานภายใน OR
รวมทั้งสามารถรวบรวมรายงานข้อร้องเรียน
ต่าง ๆ ที่ได้รับจากลูกค้า ทำให้การเข้าถึงข้อมูล
และการตอบสนองลูกค้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว
และมีประสิทธิภาพ โดยปี 2564 OR มีการ
พัฒนา Power BI เป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่

1

การพัฒนารูปแบบการนำเสนอ
รายงานการบริหารจัดการเสียงตาม
มุมมองของลูกค้า (Voice of
Customer Perspective) โดยมีการจัด
ทำ BI Dashboard เพื่อเชื่อมต่อข้อมูล
เสียงของลูกค้า ทำให้สามารถตรวจ
ติดตามเสียงของลูกค้าได้แบบ Real
Time และจัดทำรายงานแบ่งแยกตาม
มุมมองที่แตกต่างกัน โดยการนำเสนอ
รายงานจะมีการระบุประเภทเรื่องที่ได้
รับจาก VOC ผ่านช่องทาง Contact
Center 1365 ได้แก่ เรื่องที่ลูกค้า
ต้องการติดต่อ เรื่องสอบถาม เรื่องร้อง
เรียน เรื่องที่ลูกค้าเข้าใจผิด ข้อเสนอ
แนะ และข้อชมเชย โดยมีการระบุพื้นที่
ที่ได้รับเรื่อง มีการจัดกลุ่มของเรื่องต่าง
ๆ ออกตามประเภทเรื่องหลัก เช่น การ
บริการ สินค้า การส่งมอบ ธรรมาภิ
บาล อาชีวอนามัย ความปลอดภัย และ
สิ่งแวดล้อม เป็นต้น รวมทั้งมีการระบุ
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการตอบ
สนอง/ แก้ไข ต่อเรื่องต่าง ๆ

2

การพัฒนารูปแบบการนำเสนอ
รายงานคุณภาพงานของเจ้าหน้าที่
Call Center (Agent Performance)
และมีการแสดงข้อมูลเป็นแบบราย
เดือน และรายปี เพื่อให้หน่วยงานใช้
เป็นข้อมูลในการติดตามและประเมิน
ประสิทธิภาพการให้บริการ Contact
Center ได้ แบ่งแยกเป็น

- ด้านปริมาณ (Quantity) เช่น
จำนวนสายทั้งหมด จำนวนสายที่
สามารถให้บริการได้ (Handled
Call Rate) และจำนวนสายที่ผ่าน
ระบบการกระจายสายอัตโนมัติ
และรอรับการให้บริการอยู่ในคิว
แต่ลูกค้าวางสาย หรือสายหลุด
ก่อนได้รับการบริการ (Abandoned
Call Rate) เป็นต้น

- ด้านคุณภาพ (Quality) เช่น คะแนน
ประเมินคุณภาพสาย (Quality Agent)
อัตราการทำงานของเจ้าหน้าที่รับสาย
(Agent Utilization) โดยวัดจาก
เปอร์เซ็นต์ของเวลาที่เจ้าหน้าที่ว่าง
เพื่อรอสายลูกค้า หรือวัดจากเวลา
ทำงานทั้งหมดต่อวัน และคะแนนความ
พึงพอใจของลูกค้า (Customer
Satisfaction Score) เป็นต้น

โครงการ e Confirm ลดระยะเวลา การจัดส่งข้อมูลให้ลูกค้า (SMS & E-Mail)

OR ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาระบบการ
จัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง
จึงได้เข้าร่วมประกวด "Contact Center
Thailand Standard Award" ที่จัดโดยสมาคม
การค้าธุรกิจศูนย์บริการทางโทรศัพท์ไทย (Thai
Contact Center Trade Association: TCCTA)
โดยส่งโครงการ "e Confirm ลดระยะเวลาการจัด
ส่งข้อมูลให้ลูกค้า (SMS & E Mail)" เข้าร่วม
ประกวดในประเภท "The Best Effective
Software Contact Center" และได้รับรางวัล
"Silver Under 100 Seats" ซึ่งโครงการนี้
เป็นการพัฒนาระบบจัดส่งข้อมูลให้ลูกค้าผ่าน
ช่องทางเอสเอ็มเอส (SMS) และอีเมล (E-Mail)
เพื่อพัฒนาการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว
และมีประสิทธิภาพมากขึ้น ประกอบด้วย

1

การออกแบบระบบใหม่ (System
Design) ได้แก่ การปรับเปลี่ยน SMS
Gateway เพื่อแก้ไขปัญหา SMS ค้าง
เพิ่มช่องทางการส่ง SMS สำหรับแก้
ปัญหาคอขวดโดยเฉพาะในช่วง Peak
Time รวมทั้งแก้ไขปัญหาการส่ง SMS
ซ้ำ

2

ออกแบบ Function ที่ต้องการใช้
ในระบบใหม่ ได้แก่ การออกแบบวิธีการจัด
ส่ง (E-Confirm Method) สำหรับ SMS
และ E-mail ใน 3 รูปแบบ คือ Manual
Auto และ Application Programming
Interface (API)

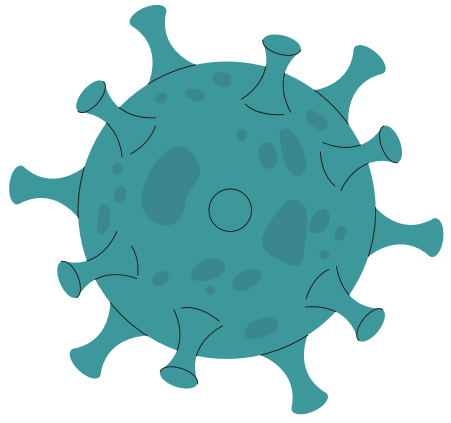


การอบรมสอนการใช้งานและกำหนดมาตรฐาน (Training Standardize) ประกอบด้วย การจัดทำคู่มือการใช้งาน การจัดทำมาตรฐานการทำงาน และการฝึกอบรมให้กับผู้ใช้งานที่เกี่ยวข้อง ผลที่ได้รับจากการพัฒนาระบบดังกล่าว ได้แก่

- ลดระยะเวลาในการจัดส่งข้อมูลให้ลูกค้า ซึ่งปกติการจัดส่ง SMS จะมีความล่าช้ามากในช่วง Peak Time โดยสามารถลดเวลาลงได้ 1,449 ชั่วโมง/ปี
- ลดความผิดพลาด (Error) ในการจัดส่งข้อมูลผ่าน SMS โดยก่อนปรับปรุงเท่ากับ 19.1% และหลังปรับปรุงเท่ากับ 9%
- ลดจำนวนขั้นตอนที่ต้องดำเนินการตั้งค่าช่องทางการส่งแบบ Manual
- ลดค่าการขนส่งจากการ Order ผิดให้กับลูกค้า ซึ่งสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายที่จะสูญเสียลงได้ 84,000 บาท/ปี
- เพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยหลังจากปรับปรุงแล้วลูกค้ามีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นจาก 91% เป็น 92%

จากการพัฒนาดังกล่าวช่วยให้ OR มีความได้เปรียบในการแข่งขัน และตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว อีกทั้งยังเป็นการรักษามาตรฐานลูกค้า สร้างการเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

กิจกรรมเพื่อสังคมชุมชนใน สถานการณ์ COVID-19



OR COVID-19 Responses – Together for Betterment

เป็นระยะเวลากว่า 2 ปีที่วิกฤต COVID-19 ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และการดำรงชีวิตของทุกคน ในช่วงเวลาที่ยากลำบากนี้ OR ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยบรรเทาความเดือดร้อนเพื่อสร้างทุกวันที่ดีขึ้นให้กับสังคมไทย โดยได้ช่วยเหลือหน่วยงานสาธารณสุข โรงพยาบาล ชุมชน และผู้ที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 ในหลายรูปแบบผ่านโครงการต่าง ๆ และผ่านการบริจาคเงิน สิ่งของอุปโภคบริโภค อุปกรณ์ทางการแพทย์ เครื่องใช้ที่จำเป็นสำหรับโรงพยาบาล เป็นต้น

พื้นที่บริการฉีดวัคซีน PTT Station พระราม 2 ขาออก



OR ร่วมกับสำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร และสภาหอการค้าไทย จัดพื้นที่ในสถานบริการ พีทีที สเตชั่น พระราม 2 ขาออก (กม. 12) เป็นพื้นที่สำหรับการฉีดวัคซีน COVID-19 พร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับบุคลากรทางการแพทย์และอาสาสมัคร รองรับผู้ใช้บริการวัคซีนได้ถึงวันละ 1,500 ราย ถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่

จะช่วยให้ประชาชนได้รับวัคซีนโดยเร็วซึ่งจะช่วยลดอัตราการติดเชื้อและความรุนแรงของโรค รวมทั้งยังช่วยทำให้เกิดภูมิคุ้มกันหมู่ขึ้น โดยได้เริ่มให้บริการฉีดวัคซีนตั้งแต่วันที่ 7 มิถุนายน - 15 พฤศจิกายน 2564

โครงการส่งกำลังใจ..สู้ไปด้วยกัน #ORStayStrongTogether



OR จัดทำกล่องชุดยาและเวชภัณฑ์ทางการแพทย์ “tOgetheR Box” สำหรับผู้ป่วย COVID-19 ที่แยกกักตัวที่บ้าน (Home Isolation) รวม 20,000 ชุด มูลค่า 10,000,000 บาท เพื่อส่งมอบให้กับโรงพยาบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังร่วมกับ โครงการ Primary Care Hub “ComCOVID-19 FM CoCare” OR จัดพื้นที่ในสถานบริการ PTT Station 17 แห่ง เป็นศูนย์กระจายยาสำหรับผู้ป่วย COVID-19 เพื่อให้ผู้ป่วยที่รักษาตัวที่บ้าน เข้าถึงยาได้อย่างรวดเร็ว พร้อมสนับสนุนน้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับอาสาสมัครที่นำยาไปส่งให้กับผู้ป่วยด้วย



OR ยังได้ร่วมบริจาคเงินและสิ่งของจำเป็น เช่น บัตรน้ำมัน พีทีที สเตชั่น พรีเมียมการ์ด สินค้าจาก Café Amazon Texas Chicken และ Jiffy ก๊าซหุงต้ม ปตท. รวมทั้งอุปกรณ์ทางการแพทย์

เติมเต็มความห่วงใยเพิ่มพลังใจ ให้เหล่าอาสา



อาสาสมัครด้านสาธารณสุขเป็นกำลังสำคัญในการต่อสู้กับวิกฤต COVID-19 เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปปฏิบัติหน้าที่ดูแลประชาชนของอาสาสมัครสาธารณสุข OR ร่วมกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ผู้ปฏิบัติการสถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ (สพฉ.) และอาสาสมัครสาธารณสุขกรุงเทพมหานคร (อสส.) จัดโครงการ “เติมเต็มความห่วงใย เพิ่มพลังใจให้เหล่าอาสา” โดยอาสาสมัครสาธารณสุขที่เข้ารับบริการเติมน้ำมันเชื้อเพลิงที่ PTT Station และชำระเงินผ่านบัตร Smart Card อสม. สพฉ. และ อสส. จะได้รับส่วนลดค่าน้ำมันเชื้อเพลิงลิตรละ 80 สตางค์ โดยจำกัดวงเงินไม่เกินท่านละ 1,000 บาท/บัตร/เดือน รวม 1,000,000 ลิตร

มาตรการ วัด เว้น ใจ วิธีใหม่ ยุค New Normal



OR กำหนดมาตรการ วัด เว้น ใจ เพื่อความปลอดภัยในการรับบริการของลูกค้า และ

พนักงานผู้ให้บริการในสถานบริการ “วัด” อุณหภูมิพนักงาน หากอุณหภูมิสูงเกิน 37.5 °C จะต้องไปพบแพทย์ทันทีโดยไม่ต้องปฏิบัติหน้าที่ และจะวัดอุณหภูมิลูกค้าก่อนเข้าใช้บริการร้านค้าในสถานี “เว้น” พนักงานจะต้องเว้นระยะห่างกับรถของลูกค้าและระหว่างพนักงานด้วยกันเองอย่างน้อย 1 เมตร ใช้การแจ้งหมายเลขโทรศัพท์เพื่อสะดวกแนบบัตร Blue Card เว้นการสัมผัสเงินสดและบัตรเครดิตโดยตรง และเพิ่มทางเลือกการชำระเงินผ่าน QR Payment และ EDC Mobile เพื่อลดการสัมผัส เพิ่มความสะดวก รวดเร็วและปลอดภัย ระหว่างการใช้บริการในสถานบริการ ซึ่งปัจจุบันมีสถานบริการที่ติดตั้ง EDC Mobile แล้ว 500 แห่ง ทั่วประเทศ “ใจ” พนักงานจะให้บริการเติมน้ำมันโดยใช้เวลาประมาณ 4 นาที และจะขอความร่วมมือให้ลูกค้าใช้เวลาในสถานีไม่เกินคร่าวละ 1 ชั่วโมง



"มาตรการฟิต" ช่วง COVID-19 ช่วยกัน ลดเสี่ยง เลี่ยงเชื้อ



ศูนย์บริการยานยนต์ FIT Auto กำหนด "มาตรการฟิต" สำหรับการให้บริการดูแลรถยนต์แบบ "ลดความเสี่ยง" แต่ยังคงคุณภาพการให้บริการดั้งเดิม เพื่อสร้างความปลอดภัยสูงสุดให้กับลูกค้า ประกอบด้วย

มาตรการที่ 1: 7 การป้องกันขั้นสูงสุดที่ศูนย์บริการ FIT Auto ทุกสาขา

- สวมหน้ากากอนามัย ขณะอยู่ในพื้นที่ศูนย์บริการ
- วัดอุณหภูมิ ณ จุดคัดกรองเบื้องต้นสำหรับลูกค้าทุกคน รวมถึงพนักงานต้องเข้าวัดอุณหภูมิวันละ 2 ครั้ง เพื่อป้องกันความเสี่ยง
- ขอความร่วมมือลูกค้าลงทะเบียนเข้าใช้บริการผ่าน "แอปพลิเคชัน ไทยชนะ"
- จำกัดจำนวนผู้เข้าใช้บริการ และเว้นระยะห่างในการเข้าใช้บริการอย่างน้อย 1 - 2 เมตร
- ทำความสะอาดจุดที่มีการสัมผัสร่วมกันด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อทุก ๆ 3 ชั่วโมง
- ติดตั้งจุดให้บริการเจลแอลกอฮอล์สำหรับพนักงานที่ให้บริการรถยนต์ของลูกค้าทั้งก่อนและหลังการให้บริการ
- บริการจองคิวผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อลดการพบปะลูกค้าท่านอื่น และลดเวลาในการเข้าใช้บริการที่สาขา

มาตรการที่ 2: ลดจับเงินสด ลดเสี่ยงติดเชื้อ รับส่วนลดเพิ่ม รับชำระเงินผ่าน Blue Connect และ QR Code

มาตรการที่ 3: เช็ดฆ่าเชื้อ ผู้ใช้บริการ FIT Auto ที่นำรถเข้ามารับบริการตรวจเช็คสภาพรถ จะได้รับบริการเช็ดฆ่าเชื้อ COVID-19 บริเวณ 4 จุดเสี่ยงบนรถยนต์ ได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย

"FIT Auto ขอส่งกำลังใจให้คุณหมอและบุคลากรทางการแพทย์"

ศูนย์บริการยานยนต์ FIT Auto ได้จัดทำโครงการดังกล่าวโดยให้บริการฟรี 3 รายการ ได้แก่ บริการอบโอโซนฆ่าเชื้อโรค ขจัดกลิ่น ตรวจสภาพรถยนต์ 35 รายการ และเช็ดฆ่าเชื้อ COVID-19 ตามจุดสำคัญ 4 จุด มูลค่ารวม 899



บาท สำหรับบุคลากรทางการแพทย์ที่นำรถเข้าใช้บริการที่ศูนย์บริการยานยนต์ FIT Auto ทุกสาขา ตั้งแต่ 25 เมษายน - 31 พฤษภาคม 2564 เพื่อเป็นการส่งกำลังใจและ

ลดความเสี่ยงในการใช้ยานพาหนะสำหรับกลุ่มคนดังกล่าว นอกจากนี้ FIT Auto ได้สนับสนุนการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันหล่อลื่น PTT Lubricants



ให้แก่สถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ เพื่อช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายการดูแลบำรุงรักษาเครื่องยนต์สำหรับรถยนต์ที่ใช้ปฏิบัติภารกิจเพื่อประชาชนท่ามกลางสถานการณ์ COVID-19 รวมทั้งสิ้น 150 คัน พร้อมด้วยบริการตรวจสภาพรถยนต์ และบริการพ่นและอบฆ่าเชื้อภายในรถยนต์ ถือเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ "ส่งกำลังใจ..สู้ไปด้วยกัน" #ORStayStrongTogether

“FIT Auto สนับสนุนคนไทยร่วมใจฉีดวัคซีน”



ในช่วงวันที่ 1 - 30 มิถุนายน 2564 ศูนย์บริการยานยนต์ FIT Auto ได้มอบบริการฟรีแก่ผู้ที่ได้รับวัคซีนป้องกัน COVID-19 โดยบริการดังกล่าวประกอบไปด้วยบริการออปชันฆ่าเชื้อโรค (มูลค่า 399 บาท

และบริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องเป็นลมยางไนโตรเจน (มูลค่า 200 บาท) เพียงแสดงหลักฐานการฉีดวัคซีนเป็นใบรับรอง หรือแอปพลิเคชันหมอพร้อมที่ FIT Auto ทุกสาขา เพื่อร่วมส่งเสริมให้คนไทยพร้อมใจกันฉีดวัคซีนเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19

“FIT Auto มอบประกันภัยโควิด-19 และประกันภัยอุบัติเหตุ ค้ำครอง 30 วัน สูงสุด 100,000 บาท สำหรับลูกค้าทุกรายที่มี ยอดชำระในการซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่ FIT Auto”



เนื่องจากช่วงไตรมาสที่ 2 ของปีเป็นช่วงที่ประชาชนเดินทางเป็นจำนวนมากมีเทศกาลสำคัญประกอบกับสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ซึ่งมี

ความเสี่ยงทั้งการเกิดอุบัติเหตุและการติดเชื้อ ศูนย์บริการยานยนต์ FIT Auto เห็นความสำคัญดังกล่าว จึงได้มีการร่วมกับทิพยประกันภัยในการมอบประกัน COVID-19 และประกันภัยอุบัติเหตุ ตั้งแต่ 1 เมษายน - 30 มิถุนายน 2564 ที่ FIT Auto ทุกสาขา

“FIT FOR FIGHT โปรจากใจให้คนไทยกลับมาฟิต”



เนื่องด้วยในไตรมาสที่ 4 ซึ่งเป็นอีกหนึ่งช่วงเทศกาลที่จะมีการเดินทางสูงในรอบปีและเป็นช่วงที่มีการสนับสนุนให้ประชาชนได้เข้ารับวัคซีนป้องกัน COVID-19 อย่างต่อเนื่อง ศูนย์บริการยานยนต์ FIT Auto จึงได้ร่วมมือกับทิพยประกันภัยในการมอบ ประกันคุ้มครองผลข้างเคียงวัคซีน สูงสุด 100,000 บาท หรือประกันภัยอุบัติเหตุ สำหรับลูกค้าทุกรายที่มียอดชำระในการซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่ FIT Auto ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2564 - 15 มกราคม 2565

“FIT Auto ชวนมอบความห่วงใยและดูแลความปลอดภัยให้ตัวคุณและคนที่คุณรัก รับสิทธิ์ ประกันแพ้วัดขึ้น



เนื่องด้วยในเดือน สิงหาคมเป็นช่วงเทศกาลวันแม่ ศูนย์บริการยานยนต์ FIT Auto จึงได้มีการจัดแคมเปญพิเศษร่วมกับบริษัททิพยประกันภัยด้วย

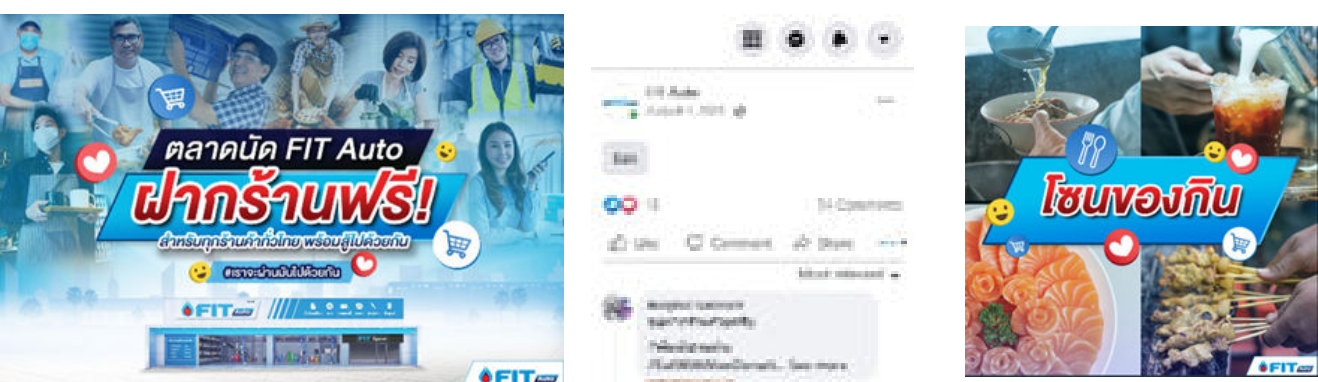
การมอบประกันภัยแพ้วัดขึ้น ค้ำครองสูงสุด 100,000 บาท สำหรับลูกค้าและคุณแม่ (2 คน ต่อ 1 ใบเสร็จ) เมื่อมาใช้บริการที่ FIT Auto ตั้งแต่วันที่ 9-31 สิงหาคม 2564 ที่ FIT Auto ทุกสาขา

“FIT Auto ห่วงใย ร่วมสู้ภัย COVID-19”



ร่วมส่งมอบน้ำยาฆ่าเชื้อเบนซาโคเนียมคลอไรด์ (Benzalkonium Chloride หรือ BKC) จำนวน 50 ถัง รวมทั้งสิ้น 225 ลิตร พร้อมกระบอกฉีดน้ำขวดสเปรย์ จำนวน 450 ชิ้น ให้แก่สำนักงานเขตคลองเตย สำหรับนำไปใช้เช็ดหรือฉีดพ่นในสถานที่ต่าง ๆ เพื่อยับยั้งเชื้อโรค แบคทีเรีย เชื้อรา และเชื้อไวรัส เพิ่มความปลอดภัยและลดการแพร่ระบาดของเชื้อโรค ในช่วงที่สถานการณ์การของโรค COVID-19 กลับมาแพร่ระบาดมากขึ้น

“โครงการ ตลาดนัด Online ฝากร้านฟรี ผ่านหน้าเพจ Facebook FIT Auto”



เพื่อให้ประชาชนทั่วไปหรือ SME รายย่อย สามารถฝากร้านฟรีที่ได้โพสหน้าเพจ FIT Auto ซึ่งมีผู้ติดตามมากกว่า 245,000 คน (ในช่วงระยะเวลานั้น) เพื่อเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ร้านค้ารายย่อยเพื่อให้มีโอกาสนในการขายมากขึ้น อีกทั้งยังมีการนำข้อมูลที่ประชาชนทั่วไปมาฝากร้านนั้นขึ้นประชาสัมพันธ์เพิ่มใน LIVE 9.9 ของ FIT Auto เพิ่มเติมอีกด้วย ซึ่งถือเป็นอีกช่องทางการช่วยเหลือประชาชนให้ผ่านสถานการณ์ดังกล่าวไปด้วยกัน

โครงการ “Mask เก่า แลก Mask ใหม่”



OR และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน Zero Waste บางละมุง เล็งเห็นว่าหน้ากากอนามัยที่ใช้แล้วซึ่งเป็นขยะติดเชื้อ

ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 อาจก่อให้เกิดปัญหาขยะสะสมส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสุขอนามัย จึงได้ให้ความรู้และเชิญชวนคนในชุมชนเข้าร่วมโครงการ “Mask เก่า แลก Mask ใหม่” โดยหน้ากากอนามัยที่ใช้แล้วจำนวน 50 ชิ้นสามารถแลกหน้ากากอนามัยใหม่ได้ 10 ชิ้นโครงการนี้ได้รับความร่วมมือจากเทศบาลตำบลบางละมุง และโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบางละมุง เป็นภาคีเครือข่ายในการกำจัดหน้ากากอนามัยที่ใช้แล้วอย่างถูกสุขลักษณะ ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ OR และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน Zero Waste บางละมุง ได้ส่งมอบหน้ากากอนามัยใหม่แล้วกว่า 10,000 ชิ้น รวมทั้งได้เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ ในการแยกขยะติดเชื้อ การดูแลชุมชนให้สะอาดถูกสุขลักษณะ ลดโอกาสการแพร่เชื้อโรค และยังเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายในการซื้อหน้ากากอนามัยใหม่ของคนในชุมชน

การแบ่งปันคือการให้ที่ยั่งยืน

OR ช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบจากวิกฤต COVID-19 ทั้งในและต่างประเทศผ่านการบริจาคเงิน สิ่งของ และเครื่องใช้จำเป็นให้กับโรงพยาบาลและผู้มีส่วนได้เสียในทุกพื้นที่ดำเนินธุรกิจ อาทิ

- โครงการ PTT Station เต็มเต็มความห่วงใยร่วมช่วยไทยพ้นวิกฤต COVID-19 โดย OR ร่วมกับผู้แทนจำหน่ายสถานีบริการ PTT Station ทั่วประเทศ ร่วมใจบริจาคเงินกว่า 23 ล้านบาท ให้กับโรงพยาบาล และหน่วยงานสาธารณสุขที่ดูแลผู้ป่วย COVID-19 ทั่วประเทศ

- OR สมทบกองทุนชัยพัฒนาสู้ภัยโควิด 19 (และโรคระบาดต่างๆ) สนับสนุนการจัดสร้างห้องระบบแลกเปลี่ยนอากาศ แรงดันลบแบบสมบูรณ์ (True Negative Pressure) และการพัฒนาห้องผู้ป่วย ปกติเป็นห้อง Semi ICU เพื่อป้องกัน บุคลากรทางการแพทย์และผู้ป่วยให้กับ โรงพยาบาลชลบุรี โรงพยาบาลปทุมธานี โรงพยาบาลบางละมุง โรงพยาบาลพระนครศรีอยุธยา และโรงพยาบาลสระบุรี รวม 20 ห้อง เป็นเงิน 10,000,000 บาท ทั้งนี้ ห้อง Semi ICU ดังกล่าว สามารถปรับห้องให้เป็นได้ทั้ง แรงดันบวกและแรงดันลบ ในช่วงวิกฤต COVID-19 ห้องแรงดันลบจะใช้รองรับผู้ป่วยติดเชื้อทางอากาศ และในช่วงหลัง วิกฤต COVID-19 สามารถปรับให้เป็น ห้องแรงดันบวก เพื่อใช้รองรับผู้ป่วย ภูมิคุ้มกันต่ำ อาทิ ผู้ป่วยโรคมะเร็ง ผู้ป่วยโรคภูมิแพ้ รวมถึงผู้ป่วยจาก อุบัติเหตุและผู้สูงอายุ
- โครงการ คิดถึง ส่งถึง เป็นโครงการที่ OR ร่วมกับ Flash Group และกลุ่มธุรกิจ TCP เพื่อบรรเทาความเดือดร้อน ผ่านการส่งมอบอาหารและเครื่องดื่มให้กับชุมชนที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 ในเขตกรุงเทพฯ ปริมณฑล และ จังหวัดอื่น ๆ รวมแล้วกว่า 20 พื้นที่
- โครงการ “ปฏิบัติการเพื่อฆ่าเชื้อไวรัสโควิด-19 ให้พื้นที่ชุมชน” โดยคลังปิโตรเลียมบางจาก ได้ดำเนินการฉีดพ่นละอองน้ำยาขนาดเล็ก พร้อมกับใช้งานหุ่นยนต์รังสี UV-C ในการฉีดพ่น ให้แก่ชุมชนรอบพื้นที่ปฏิบัติการ เพื่อฆ่าเชื้อโรคและลดการระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19
- Café Amazon ห่วงใยบุคลากรทางการแพทย์ โดยได้ส่งผลิตภัณฑ์ เช่น กาแฟดริป ขนมจาก SMEs & OTOP และเจลแอลกอฮอล์ เพื่อเป็นกำลังใจในการ

ปฏิบัติหน้าที่ให้กับบุคลากรทางการแพทย์ ซึ่งเป็นผู้ที่ต้องทำงานอย่างหนักในการดูแลรักษาผู้ป่วยที่มีจำนวนมาก

- OR สนับสนุนก๊าซหุงต้ม ปตท. โดย OR ร่วมกับผู้แทนจำหน่ายก๊าซหุงต้ม ปตท. สนับสนุนถังก๊าซหุงต้ม ปตท. ขนาด 48 กิโลกรัม จำนวน 20 ใบต่อเดือน ตั้งแต่เดือนกันยายน ถึงเดือนตุลาคม 2564 พร้อมผ้ากันเปื้อนดีต่อใจ จำนวน 100 ชิ้น เพื่อใช้ในการประกอบอาหารสำหรับแจกจ่ายให้แก่ชุมชน ผู้กักตัว ผู้ป่วย บุคลากรด้านหน้า และบุคลากรทางการแพทย์ ที่ต้องการความช่วยเหลือในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 นอกจากนี้ยังสนับสนุนก๊าซหุงต้ม ปตท. สำหรับฌาปนกิจศพผู้เสียชีวิตจาก COVID-19 อีกด้วย
- OR ช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 OR ได้ร่วมสนับสนุนการช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 ในพื้นที่คลองเตย รวมงบประมาณทั้งสิ้น 1,289,000 บาท ผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ วัดสะพานสูง (ศูนย์พักคอยผู้ป่วย) การท่าเรือ (จุดคัดกรองผู้ป่วย) และมูลนิธิดวงประทีป โดยสนับสนุนงบประมาณในการจัดเตรียม ศูนย์พักคอยผู้ป่วย แอลกอฮอล์ น้ำดื่ม กาแฟดริป ถังขยะติดเชื้อ ก๊าซหุงต้ม นอกจากนี้ได้สนับสนุนบัตรน้ำมัน พีทีที สเตชั่น พรีเมียมการ์ด สำหรับรับ-ส่งผู้ตรวจหาเชื้อมูลค่า 50,000 บาท ถูยยังชีพ จำนวน 2,000 ชุด และชุด PPE จำนวน 100 ชุด ให้กับสำนักงานเขตคลองเตย