



SUCHAT

RAMARCH

PRESIDENT

PTT Oil and Retail Public Company Limited
(OR)

Business Drives in Line with...



Sustainability

Empowering All
toward Inclusive Growth



SEAMLESS MOBILITY

- Fossil-based
- New Energy - based
- OR Space

ALL LIFESTYLES

- Food & Beverage
- Health & Wellness
- Tourism

OUR ECOSYSTEM

OR INNOVATION

GLOBAL MARKET

Progress of OR 2030 GOALS



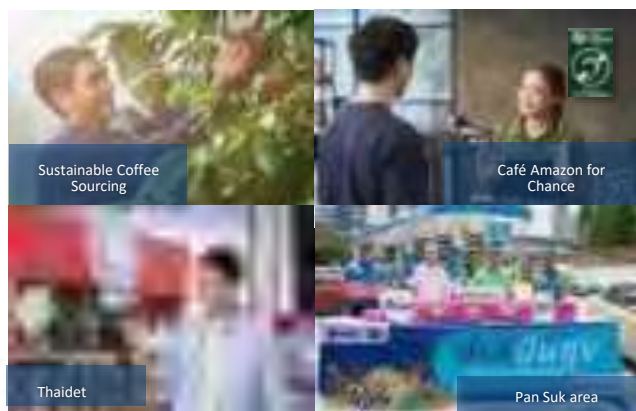
LIVING COMMUNITY

> 17,000 ชุมชน

LIVING COMMUNITY



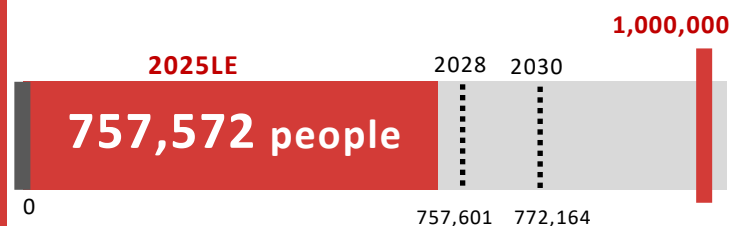
To Achieve 2030 Goals



ECONOMIC PROSPERITY

> 1,000,000 บาท

ECONOMIC PROSPERITY



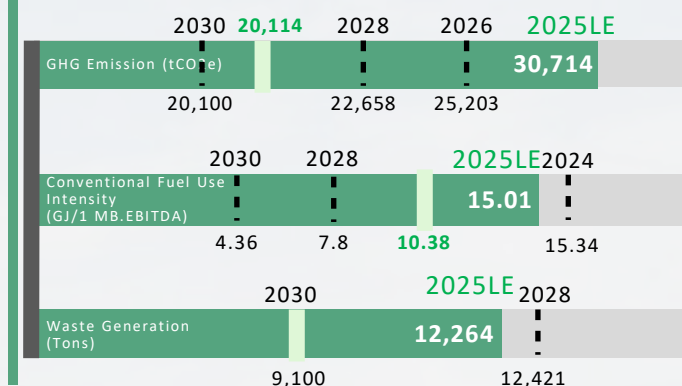
To Achieve 2030 Goals



HEALTHY ENVIRONMENT

> 1/3

HEALTHY ENVIRONMENT



To Achieve 2030 Goals



Embedding ESG in Business

For Sustainable Growth Alongside Society and the Environment



"ไทยเด็ด"

ริเริ่มขึ้นที่สถานี PTT เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของชุมชนท้องถิ่น



>490 ผู้ประกอบการในชุมชน
>120 MB (รายได้รวม)
>1,200 products
82 Green products



"พื้นที่ป็นสุข"

การจัดสรรพื้นที่ให้บริการโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ณ PTT Station สำหรับเกษตรกรท้องถิ่นในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์



"แยก แลก เทิร์น x ไม่เทรวม"

การส่งเสริมการใช้พื้นที่ทางกายภาพเป็นจุดรองรับการคัดแยกขยะเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม



3.5 ตัน (ปริมาณขยะที่เก็บได้)



Upcycling แกลลอนที่ใช้แล้ว

นำมาทำเป็นวัสดุตกแต่ง (wood plastic furniture) ในร้าน FIT Auto



100% ของกระป๋องน้ำมันหล่อลื่นถูกเก็บกลับ

31 branches

"เซฟโลก เซฟรถ เพื่ออนาคตน้องๆ"

แปรรูปแกลลอนใช้แล้วเป็นชุดโต๊ะ-เก้าอี้นักเรียน และมอบให้แก่โรงเรียนที่ขาดแคลนทั่วประเทศ



140 sets

Total ลดปริมาณขยะลงได้



>38 tons

Used Lube to Alternative Fuel Oil

เป็นการจัดเก็บน้ำมันหล่อลื่นใช้แล้วจากศูนย์บริการยานยนต์ FIT Auto ทุกสาขาทั่วประเทศ ไปผ่านกระบวนการ เพื่อนำกลับมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เชื้อเพลิงทางเลือกอีกครั้ง



>560 tons



Sustainable Coffee Project

บูรณาการการศึกษาเกี่ยวกับการเพาะปลูกกาแฟ การฟื้นฟูทรัพยากรป่าไม้ และการซื้อขายแบบแฟร์เทรดที่โปร่งใส



5 provinces covering

>7,000 tons green coffee beans purchased volume

Café Amazon for Chance

การเสริมสร้างศักยภาพให้แก่ผู้ด้อยโอกาส ผ่านการสร้างโอกาสการจ้างงานในอาชีพการรับซื้อ

>390 Employment



Advancing Eco-Friendly Aviation

OR ร่วมกับ บางกอกแอร์เวย์ส นำร่องใช้น้ำมันเชื้อเพลิงอากาศยานแบบยั่งยืน (SAF) ที่ผลิตในประเทศไทยเป็นครั้งแรก สำหรับเที่ยวบินเชิงพาณิชย์ระหว่างประเทศ เพื่อยกระดับการบินที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



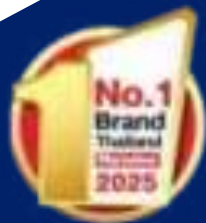
1 July 25

เริ่มใช้งานจริง ที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

Certified ISCC EU and ISCC CORSIA



Marketeer No.1
Brand Thailand 2025



OR was awarded the top consumer brand recognition in 5 business categories:
Cafe Amazon, PTT Lubricants, PTT Station, EV Station Pluz, and LPG

EAKKACHAI TANGSANGAMVISAI

VICE PRESIDENT,
OIL RETAIL STRATEGY AND MARKETING

PTT Oil and Retail Public Company Limited
(OR)



1.1

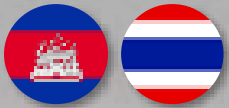
IN THE CONTEXT OF
AN ECONOMIC
SLOWDOWN



**STRATEGIC
TOPICS**

Challenges from *Global & Thailand*

Geopolitical



- Challenges from operational disruptions and high costs
- Potential loss due to efforts to balance supply



- Oil price volatility and supply chain disruption
- Potential hike in oil legal reserve

**RISING GEOPOLITICAL TENSIONS HAVE DISRUPTED
TRADE AND INVESTMENT FLOWS**

Reciprocal Tariffs



- Global economic slowdown
- Global supply chain disruption
- Chinese products are in oversupply in Thai and global markets
- Decline in international trade and investment
- Slowing global demand

UNCERTAINTY IN WORLD ECONOMY

Thailand's GDP Down Trend



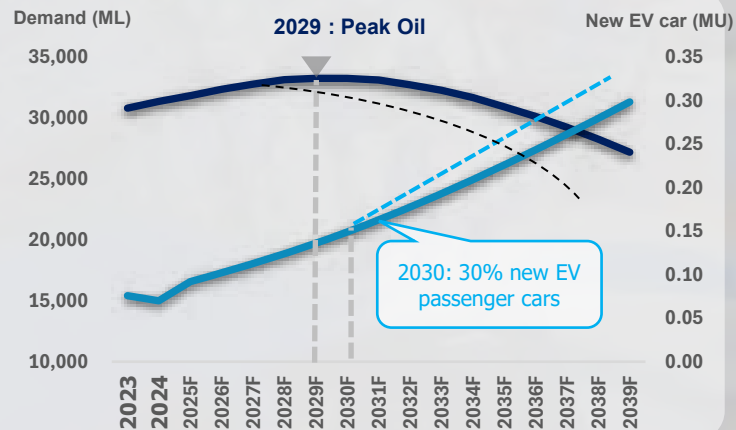
- The market growth remains limited
- Low chance of success in new investments

**THAILAND'S ECONOMY FACES A LOW-GROWTH
TRAJECTORY**

Challenges from *Market*

Energy Transition

National Oil Demand vs. New EV Car

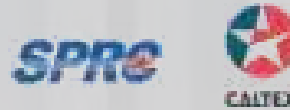


Peak oil is projected to occur by **2029**.

EV as a **substitution strategy** for oil

PREPARE ADAPTIVE CAPABILITIES TO MANAGE
ENERGY TRANSITION

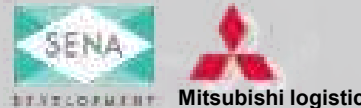
Strategic Partnership



- Enhance competitiveness and expand vertically for long-term growth.



- Diversify into beverage sector and enhance market expansion and distribution efficiency



- Enables the exchange of expertise in logistics operations and real estate development.

EMPOWERING BUSINESS GROWTH BY
SYNERGIZED CAPABILITIES

Digital Transformation



“Scaling AI for Success”

- AI-driven Customer Application
- Demand forecast for Energy Products



- The 1 : AI analyzes consumer behavior
- Central Retail : “Tops Chef Bot” adopts AI for beyond customer experiences

LEVERAGE TECHNOLOGY
TO UNLOCK BUSINESS
GROWTH POTENTIAL

OR Ecosystem

Customer Touchpoint through Physical and Digital Platform

3.9M

Daily Traffic

Target:

5M

petstation

Right model to expand

petstation

- Expansion
- Brand love
- Quality
- Trust

Café Amazon

Complete Value chain

Expansion & Platform for all

B2B Sector

Strengthen Value chain and Remodel



OR Health & Wellness

found & found

Food Operator

Budget Hotel

OR Physical Platform

Portfolio Management

OUR ECOSYSTEM

MOBILITY

LIFESTYLE

Optimization

Organization Effectiveness

OR Digital platform

blue
Plus Together



Build Supply Chain and Operational Efficiencies

Know Customers & Deliver Excellent Experiences

Unlock New Revenue



8.7M

Members

Target:

14M

OR STRATEGIC TOPICS IN 2025



TODAY'S STRATEGIC FOCUS



M&A

Strategic
Partner

Digital & Data
- Driven Business

AI Revolution

Platform-Based &
Ecosystem Business

Agile & Resilient
Organization

Business
New Normal

+

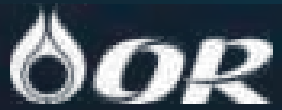
Uncertainty



This turning point reshaped our strategy



VUCA



Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity

BANI

Brittle, Anxious, Nonlinear and Incomprehensible

RUPT

Rapid, Unpredictable, Paradoxical and Tangled

TUNA

Turbulent, Uncertain, Novel and Ambiguous

Polycrisis

Multi-dimensional, Interconnected and Systemic impact



Physical Platform

Renovate



เกาะจ่าย Tapered



ห้องน้ำ



Highway Sign



ไฟส่องสว่าง



Intelligence New Station



New station

Compact Model

Convert Competitor



Build Trust



มั่นใจ

หัวจ่ายมาตรฐาน



อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน



อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน



อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน



อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

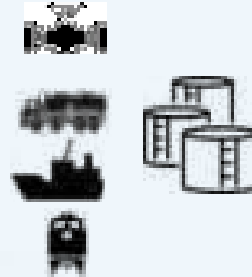
มั่นใจ น้ำมันและคุณภาพบริการ



Market Share from 35% to 39%

OPTIMIZATION

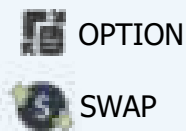
Optimize Logistic Mode



Manage Inventory



Hedging



Cost Management



Optimize cost-efficiency to support business growth and sustainability

EV Station Pluz



Platform for All

- Ensure service stability
- Expand the B2B customer base

~225,000 Members

based on a registered EV car of 180,000 units.
as of Q1 2025

Expand charging every 50 kilometers



2024 989 Locations
77 Provinces

2030 7,000 DC
Connectors

10 Locations Cover all major roads



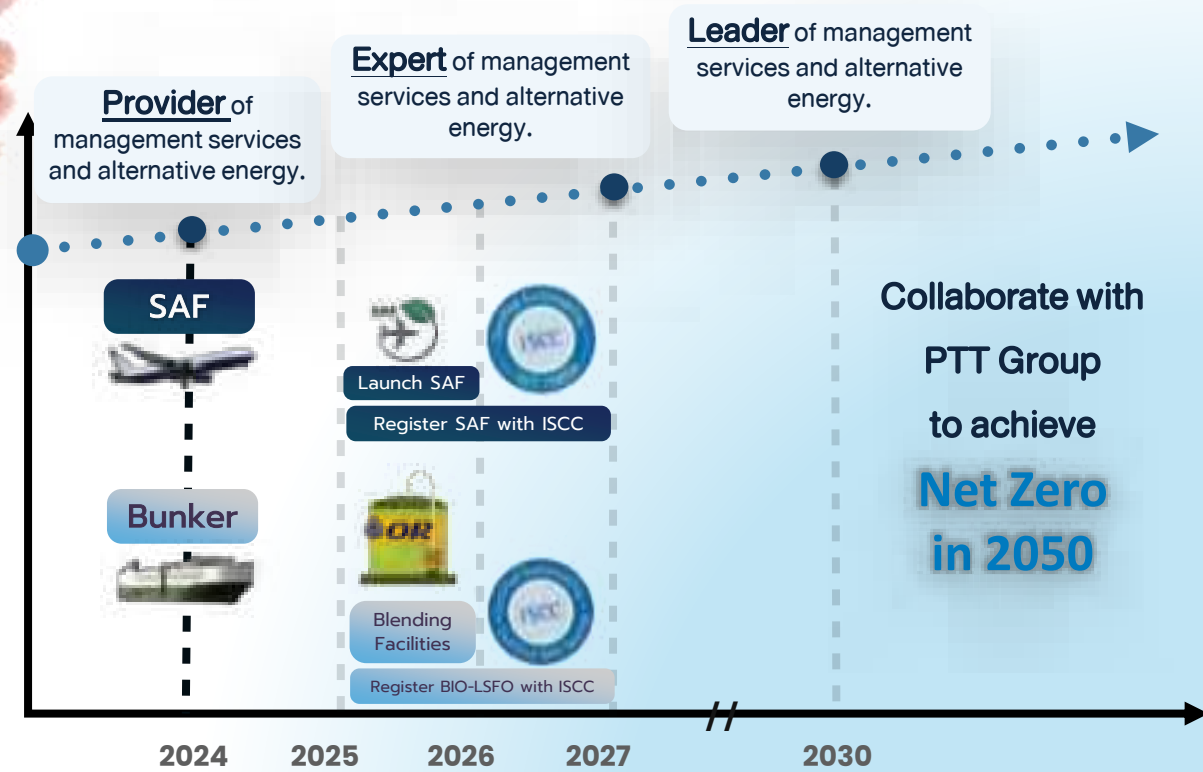
Increase time spent to OR Ecosystem 10,000
– 14,000 hours per day



EV Leading Brand market Share **No. 1**



Alternative Energy and energy as a service (EaaS)



Secure Supply Strategy

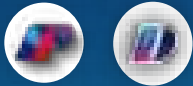
Surplus Management

SEA is Net Oil Importer

Infrastructure Investment & New Products/Market

New Country / New Business with local Partner

Thailand Surplus Supply

Post-CFP (28E) = **229 kb/d**

- Ensure Competitive Feedstock via P1 Project
- Drive D1 Project for domestic products



Logistic Advantage

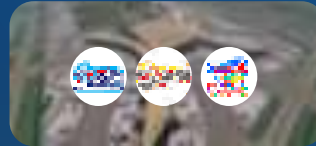
SEA Oil Deficit

= **832 kb/d**

Oil Consumption per Capita

 1.02 bbl./yr.
(5-yr demand CAGR. = 2.0%)
Oil Deficit = **48 kb/d**
 2.09 bbl./yr.
(5-yr demand CAGR. = 2.0%)
Oil Deficit = **25 kb/d**
 1.50 bbl./yr.
(5-yr demand CAGR. = 2.0%)
Oil Deficit = **291 kb/d**

Other potential importer



New Phnom Penh Airport Aviation Fuel Service



New Flagship Store & New Head Office



LPG Terminal at Ream



New Product LPG & Asphalt



- New Petroleum Terminal for LPG in 2028



- JET A-1 & FO in 2029
- Mogas & HSD in 2034

Unit: ML

Lube	LPG	Jet A-1	Asphalts
0.86	47.89	100.00	4.20

Unit: ML

Lube	LPG	Jet A-1	Asphalts
2.53	233.30	200.00	13.29

2024

2025

2026

2027

2028

2029

2030

Strategic Movement

via Strategic Local Partner

1) Infrastructure Investment

2) New Products & New Market

Oversea Employee pool

Capital Investment

Brand

Synergy & Collaboration



OR Partnership Level

OR Ecosystem

1. Customer touch points
2. Optimize Investments
3. Maximize time spends



~ 2,300 to ~ 2,800 Stations

3.9 M to 5M Daily Traffic Visitors



To Fulfill OR Ecosystem with Strategic Partners

(Scalability & Sizable)

“Developer” “Health & Wellness”
“Food & Beverage” “Hotel”

Retail Space



To become

“Leading Retail Developer”

- Customized business model tailored to OR’s identity
- Start with a small-scale Quickhub model on a 2 rai (3,200 sqm)
- Scalable and ready for expansion

F&B Partners



To become a

“F&B Partners”

- Seeking strategic partners
- OR as an Asset Owner

Health & Wellness



To become a

“One-stop Solution”

- Seeking strategic partners
- Prototype in and out PTT Station to find winning model for scaling

Hotel



To become OR Network

“A Must-stop Destination”

- Offering affordable hotel stays priced at 750–900 Baht per night, with 40–79 rooms per location.
- Where safety, ease, cleanliness, and value come together
- A complete ecosystem with 24-hour food and energy solutions.

Driven by Strategic Partners

Highlight Outcomes



EV Station PluZ



2023
1,618
DC Connectors

2024
2,356
DC Connectors



In 2025, Expand **EV Hub**
10 Station*

1. PTT Station สาขาสุพรรณบุรี
2. PTT Station สาขาหัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์
3. PTT Station สาขาสีคิ้ว จ.รัตนนครราชสีมา
4. PTT Station สาขาเขาหลวง จ.นครศรีธรรมราช
5. PTT Station สาขาแยกหาดจอมเทียน จ.ชลบุรี
6. PTT Station สาขาบ้านไผ่ จ.ขอนแก่น
7. PTT Station สาขาร่วมใจบริการ (2002) อ.นางรอง จ.บุรีรัมย์
8. PTT Station สาขาขามเฒ่า จ.พิจิตร
9. PTT Station สาขาท่ามะขาม จ.ชุมพร
10. PTT Station สาขาไชยา (ขาขึ้น) จ.สุราษฎร์ธานี



Platform for All

~**225,000** Members
based on a registered EV
car of 180,000 units.
as of Q1 2025



เปิดใช้งานเมื่อ
3 ธ.ค. 2024!



Build Trust



PTT Station เข้าร่วม “โครงการหัวใจจ่าย
เชื่อเพลิงมาตรฐาน” ของกรมการค้าภายใน

100%
PTT Station เข้าร่วม
โครงการฯ

เข้าร่วมจำนวน **2,340** สถานีทั่วประเทศ
ได้รับการรับรองแล้ว **2,167** สถานี

ผ่านการรับรองระดับสีเงิน **105** สถานี



สถานีที่เข้าร่วมโครงการฯ จะต้องส่งรายงานผลการทดสอบ
น้ำมันของตน ให้กรมการค้าภายใน เดือนละ 2 ครั้ง เป็นเวลา
6 เดือน และหลังจากนั้นให้ส่งรายงานผลการทดสอบน้ำมันให้
กรมเดือนละครั้ง ทุกเดือน



หากสถานีใดดำเนินการได้
ถูกต้องครบถ้วน จะให้การ
ยกระดับป้ายสัญลักษณ์เป็นสี
เงิน (Silver)



หากปฏิบัติตามเงื่อนไขถูกต้องจน
ครบ 2 ปี จะได้รับการยกระดับป้าย
สัญลักษณ์เป็นสีทอง (Gold)
ตามลำดับ

Sustainable Aviation Fuel (SAF)



OR partners with Bangkok Airways to pioneer
**the first use of Thailand-produced
Sustainable Aviation Fuel (SAF)**

Certified ISCC EU and ISCC CORSIA

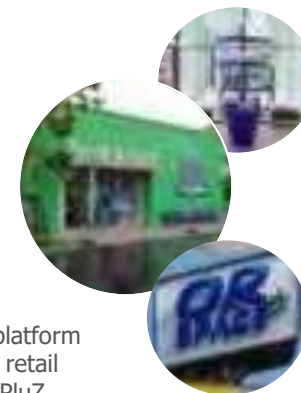


Build OR Ecosystem

H&W business

12 Branches*

Found & Found stores



The retail mixed-use platform
serves the public with retail
space and EV Station PluZ.

3 Branches*

*Data as of Q2/2025

Virtual Bank



ได้รับอนุญาตจัดตั้ง **Virtual
Bank** โดยธนาคารแห่งประเทศไทย
ภายในปี 2025!

*Data as of Q2/2025

WANWISA SUSUPHAUS

VICE PRESIDENT,
SUSTAINABILITY, QUALITY, SAFETY,
HEALTH AND ENVIRONMENT

PTT Oil and Retail Public Company Limited
(OR)



OR's Climate Mitigation & Adaptation

1.2

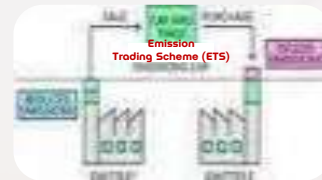
Climate Change



In order to manage climate risk and reduce GHG along value chain, OR integrated climate risk & opportunity into the business strategy as a part of **Mobility & Lifestyle** in accordance with the guidelines of the **Task Force on Climate-related Financial Disclosure (TCFD)**.

Risks

Oil and gas



- **Physical Risk:** Flood
- **Transition Risk:** Climate Change Act. (Carbon Tax & ETS), and Fossil Fuel Demand Change

Mitigation & Adaptation



Preparing a Carbon Credit Trading System



Carbon Tax Awareness

Coffee Value Chain



- **Physical Risk:** Drought
- **Transition Risk:** Customer preference shift to low carbon



Diversified Sourcing



Amazon Park

- Research and Development (R&D)
- Sustainable / Smart Farming



Carbon Footprint Products

In order to manage climate risk and reduce GHG along value chain, OR integrated climate risk & opportunity into the business strategy as a part of **Mobility & Lifestyle** in accordance with the guidelines of the **Task Force on Climate-related Financial Disclosure (TCFD)**.

Opportunities

Oil and gas



- **Opportunity:** Low Carbon Products & Services

Coffee Value Chain



- **Opportunity:** Carbon neutral coffee

Mitigation & Adaptation



Biofuels/Alternative Fuels



EV Station PluZ & EV Station PluZ "Charging HUB"



Carbon Footprint Products



Café Amazon Go Green (Upcycling & Bio-packaging)

ESG Data Platform ●

Collect ESG Data along 3 Frameworks

Objectives



- Platform สำหรับเก็บข้อมูลด้านความยั่งยืนทั้ง 3 มิติ E S และ G ตาม มาตรฐานและ **Framework GRI/DJSI/FTSE Russell**
- เพื่อเป็นศูนย์รวมฐานข้อมูลด้านความยั่งยืนของ OR
- เพื่อเพิ่ม Accuracy และ Data Governance ของข้อมูลด้านความยั่งยืนโดยใช้ระบบ Approval Flow
- เพื่อเตรียมความพร้อมและรองรับการรายงานข้อมูลตาม GHG ให้สอดคล้องกับ **พ.ร.บ.การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ** ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต
- เพื่อเก็บข้อมูลสำหรับรายงานตามมาตรฐาน IFRS S2



2023
Get Requirement
& Development

2024
Internal
Go-live

Risk Assessment and Plan



Climate Risk Assessment Model ●●

To assess the physical risks related to OR



ดำเนินการ Run Model พื้นที่เสี่ยง เช่น พื้นที่น้ำท่วม (Flood) และ พื้นที่น้ำแล้ง (Drought) Aqueduct/WRI

- เพื่อจัดทำแผนป้องกันในพื้นที่เสี่ยงจากภัยพิบัติ
- เพิ่มเรื่องพื้นที่เสี่ยงจากภัยพิบัติซ้ำซาก (เช่น น้ำท่วม) เป็นหนึ่งในหลักเกณฑ์การพิจารณาการลงทุนสำหรับการคัดเลือกพื้นที่ (Location) ในการลงทุนใหม่ ๆ

Business Continuous Management Plan ●

To manage climate crisis (BCP/BCM)



แผนการรับมือกรณีเกิดผลกระทบด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

Infrastructure Resilience ●



ออกแบบสถานประกอบการใหม่ เพื่อปรับตัวต่อภัยธรรมชาติ

Diversify Portfolio and Sourcing



Found & Found
ร้านขายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม



OR Space



Diversify Sourcing

To minimize uncertainty of raw material acquisition (Domestic & Import)

Apply Internal Carbon Pricing (ICP)

Objectives ●



- ส่งเสริมแรงจูงใจในการพิจารณาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในการตัดสินใจ (Decision Making)
- ส่งเสริมการลงทุนที่มีการปล่อยคาร์บอนต่ำ
- ส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

Scope to Apply ICP: GHG Scope 1 and 2



Solar Rooftop Project



Energy Efficiency Project



PTT Group Net Zero Target Commitment ●●

- กลุ่ม ปตท. ได้จัดตั้งคณะกรรมการเฉพาะกิจในการจัดทำแผนแม่บทและแผนการดำเนินงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจก กลุ่ม ปตท. (PTT Group Decarbonization Masterplan and Execution Roadmap Steering Committee หรือ G-Decarbon)
- **โดยดำเนินการศึกษาการจัดทำ PTT Group Decarbonization Masterplan and Execution Roadmap ครอบคลุมการดำเนินงานตั้งแต่ต้นจนถึงปลายทางของกลุ่ม ปตท.** และบันทึกข้อตกลงการพัฒนาธุรกิจและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีไฮโดรเจนคาร์บอนต่ำของกลุ่ม ปตท. เพื่อร่วมกันศึกษาความเป็นไปได้ในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม คำนวณทางเศรษฐศาสตร์ และความสามารถในการแข่งขัน



Sustainable Supply Chain Management

Sustainable Supply Chain Processes ●

OR มีกระบวนการบริหารจัดการผู้ค้าของ OR ประกอบด้วย 6 ส่วน



Supplier Sustainable Code of Conduct

เพื่อระบุมาตรฐานในการทำงานที่ผู้ค้าของ OR ควรปฏิบัติตามตลอดการดำเนินงานธุรกิจ

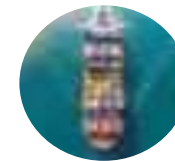


ISCC Standard for Sustainability Product ●●

ISCC: International Sustainability and Carbon Certification

Objectives

- เพื่อเป็นการสนับสนุนนโยบายการใช้เชื้อเพลิงอากาศยานยั่งยืน (Sustainable Aviation Fuel: SAF) ในภาคการบินของประเทศไทย
- เพื่อเตรียมความพร้อมและรองรับแผนบังคับใช้เชื้อเพลิงอากาศยานยั่งยืน SAF 1% ในปี 2569 สำหรับสายการบินออกจากไทยโดยสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT)



ISCC EU
BIO-LSFO
(Low Sulfur Fuel Oil)

2024
Scope: Trader



2025
Scope: Trader with Storage



ISCC CORSIA
Sustainable
Aviation Fuel: SAF

2024- 2025
Scope: Trader with Storage



OR ร่วมมือกับ GC เพื่อศึกษาโอกาสทางการตลาดและกลยุทธ์การขาย SAF และร่วมพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีที่ยั่งยืนสำหรับผสม SAF โดยนำกระบวนการ **Co-Processing มาใช้ในอุตสาหกรรมการบินเป็นครั้งแรก** เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีและธุรกิจน้ำมัน เชื้อเพลิง รองรับนโยบายการบังคับใช้ SAF และสนับสนุนอุตสาหกรรมการบินที่ยั่งยืนของประเทศไทย

Transportation Management



EV Truck Transportation ●

โครงการ Green Logistics for Café Amazon Project

ทดลองระบบการขนส่งสินค้าระยะไกล (Long-haul transportation) ด้วย EV Truck เป็นเจ้าแรกของประเทศไทย เพื่อขนส่งเมล็ดกาแฟดิบจากต้นทางที่โกดังเก็บเมล็ดกาแฟของ OR อำเภอเมื่อง จังหวัดเชียงใหม่ มายังปลายทางที่โกดังเก็บเมล็ดกาแฟที่ศูนย์ธุรกิจไลฟ์สไตล์คาเฟ่เมซอน (OASYS) อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อทดสอบความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี และความเป็นไปได้ในทางธุรกิจ โดยใช้เครือข่ายสถานีชาร์จ EV Station Plus ของ OR



Modal Shift Transportation

Investment on Pipeline Transportation



Reduce **GHG Emission** of Upstream transportation

Over **21,000** (tCO₂e per year)

Customer Awareness & Communication

Carbon Tax Awareness (OR x CU x กรมสรรพสามิต) ●



โครงการ Green Travel with Biofuel ●

เชิญชวนให้ลูกค้าเปลี่ยนมาใช้ยาน้ำมันที่มีส่วนผสมของเชื้อเพลิงชีวภาพทดแทนน้ำมันเชื้อเพลิงชนิดพื้นฐาน ซึ่งจะช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากภาคการขนส่งได้



สื่อสาร สร้างการรับรู้ และสร้างความตระหนักต่อลูกค้า ผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้เสีย

Carbon Footprint Products & Carbon Footprint Reduction ●



GHG Communication ●

to Suppliers, Dealers, and Franchisee to reduce GHG be Ready for Climate Change Act.



Progress of OR 2030 GOALS



Expand the EV Station PluZ

Highlight in the last year!

Charging point nationwide



Readiness for Seamless Energy Transition

Driving Sustainable Returns



Driving Business Growth

Investments in Green

Business and Products

To help reduce greenhouse gas emissions throughout the value chain

Reinforce GREEN Portfolio of Business and Investment

2,576

DC CONNECTORS*

Covering main routes, communities, tourist destinations, and high-potential areas nationwide



Over 30,000 tCO₂e
(tons of carbon dioxide equivalent)*

The amount of greenhouse gas emissions reduced through the use of electric vehicles (EVs)

*Performance as of Q2/2025



OR's GHG Emissions Profile

Metric tonnes CO₂ equivalents

20232024

Scope 1

Direct GHG emissions

stationary combustion (e.g.. fuels, heating sources)
*mobile combustion (e.g.. car, vans, trucks)

4,9985,137



0.01 %

Scope 2

Indirect GHG emissions

The generation of purchased energy
(e.g, purchased electricity, steam, heat
and cooling.)

28,41022,587⁽¹⁾



0.03 %

Total GHG Scope 1 & 2

33,40827,724

Scope 3

Other Indirect GHG emissions

From activities of the organization,
occurring from sources that they do not
own or control.

66,356,737⁽²⁾87,169,234⁽³⁾



99.96 %

Notes
Data as 2023

(1) The amount of GHG scope 2 is market-based.
(2) The public document relevant GHG scope 3 is only Category 11: Use of sold product.
(3) The public document relevant GHG scope 3 includes Category 1, 4, 6,11, and 14.

Target

GHG Scope 1&2

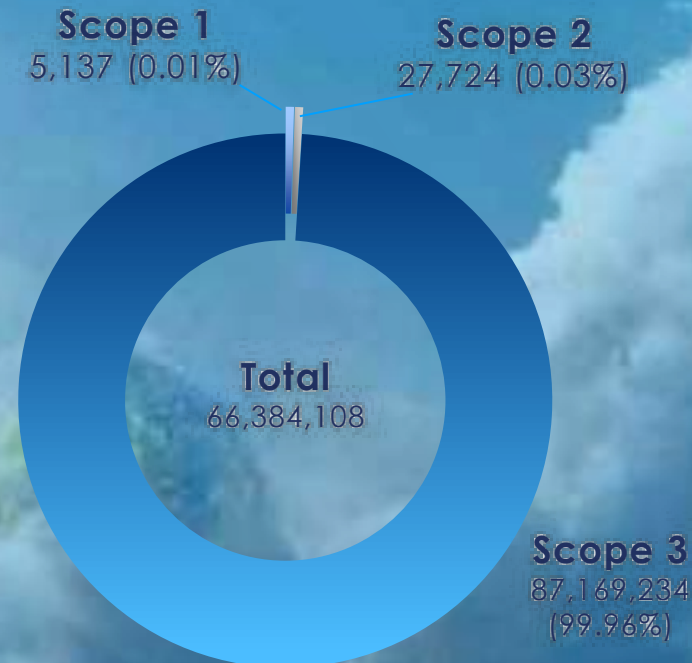


HEALTHY
ENVIRONMENT

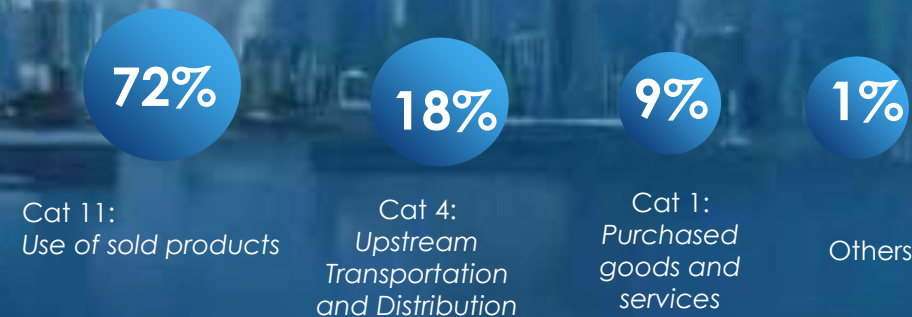
Reduce greenhouse gas
emissions, increase the
proportion of clean
energy and Reduce the
amount of waste
produced by

>1/3
compared
to 2022 levels

GHG Scope 1 & 2 & 3 Portion



GHG Scope 3 Portion



Outcomes of **3R** Climate Strategy**R**educe

Solar Rooftop Establishment
 Development
 Increase using Renewable Energy



2023
12.78
MWp

2024
17.59
MWp

Target 2030
20.044
MWp

Energy Efficiency (EE) Project

2023
Assessment

2024
6,460
EJ



Energy Efficiency
 - JICA Group Energy Team
 - 2023-2024

Renewable Energy Certificate (REC)

Purchasing renewable energy in the form of
 Renewable Energy Certificate (REC) to confirm
 the use of renewable energy



2023
1,903
MWp

2024
18,077
MWp

Remove

Forestry

Royal Forest Department
 Mae Fah Luang Foundation

1,500 Rai
 8,100 Rai



2024
9,600
Rai

Target 2030
10,000
Rai

Carbon Credit



2024
14,203
TonCO₂/year

1 Year Data from 18 (18.30) well
 10,203 TonCO₂/year
 Green Trust with 8000
 4,000 TonCO₂/year

Reinforce

EV STATION



2023
1,618
DC Connectors

2024
2,356
DC Connectors



Expanding

2023
36.5
MWp

2024
38.9
MWp

Some Rooftop for Residential
 Solar Rooftop for Commercial

Reinforce

Carbon Footprint Products

Approved manufacturer from the
 Thailand Greenhouse Gas
 Management Organization (TGO)



- the Carbon Footprint of Products
 (CFP) label for 12 items

- the Carbon Footprint Reduction
 label (CFR), or the "Reduced
 Global Warming Label," for 3 items

2024

CFP 12
Items

CFR 3
Items

Sustainable Aviation Fuel (SAF)

SAF was tested on pilot flights
 with corporate partners



2023-2024
3 MOU
With partners



THAI | Thai Smile | Thai AirAsia

Thai Airways is the first Bangkok-based
 Bangkok Airways is the first Bangkok-based
 Thai Smile Air is the Bangkok-based

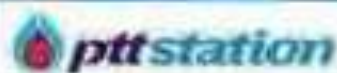
2025
The 1st use of Thai
 produced SAF
 With partner

Certified ISCC EU and ISCC COCEN



1 July 25
 Commencing at
 Suvarnabhumi Airport

OR's Climate Mitigation (Cont')



หมวก แหวน ซีล

การนำหมวก แหวน ซีล
จากปั๊ม PTT Station

- หมวก แหวน ซีล
- หมวก แหวน ซีล : QC 100% (100%)
- หมวก แหวน ซีล : 100%



น้ำมันดิบ



การนำน้ำมันดิบ
จากปั๊ม PTT Station
มาทำเป็นน้ำมัน



PTT Green Station

การนำน้ำมันดิบจาก
ปั๊ม PTT Station
มาทำเป็นน้ำมัน



Bin-Materials & Recycle Packaging



การนำวัสดุ
จากปั๊ม PTT Station
มาทำเป็นวัสดุ

สินค้า

การนำวัสดุ
จากปั๊ม PTT Station
มาทำเป็นวัสดุ



Café Amazon Circular Living Store



การนำวัสดุ
จากปั๊ม PTT Station
มาทำเป็นวัสดุ

Café Amazon for Earth

การนำวัสดุ
จากปั๊ม PTT Station
มาทำเป็นวัสดุ



Sustainable Packaging

การนำวัสดุจากปั๊ม
มาทำเป็นวัสดุ



โครงการ มูลนิธิ รณรงค์ เพื่อลดขยะ



การนำวัสดุจากปั๊ม
มาทำเป็นวัสดุ



Wood Plastic Composite

การนำวัสดุจากปั๊ม
มาทำเป็นวัสดุ



Used Lube to AFO

การนำวัสดุจากปั๊ม
มาทำเป็นวัสดุ



Scrap LPG Cylinder Recycling



การนำวัสดุจากปั๊ม
มาทำเป็นวัสดุ



OR
CE
Projects

CHONGMAS THAYAKORN

VICE PRESIDENT,
OIL RETAIL STRATEGY AND MARKETING

PTT Oil and Retail Public Company Limited
(OR)



1.3

AI Utilization



Moving towards becoming a “Digital Driven Organization”

DIGITAL & INNOVATION Transformation

Unleashing OR's Digital Blueprint through 6 Digital Themes (6Ds) to Achieve 3 Strategic Objectives;

1 Know Customers & Deliver Excellent Experiences

Create **Customer Satisfaction** & **Sale Maximization** via

D1 Digital Consumer/Customer Landscape

To understand Consumer / customer through up-to-date transaction-based insights



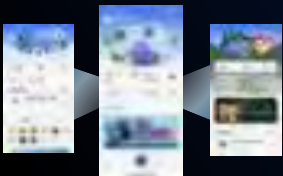
D2 Intelligent Site/Outlet

To recognize customers and provide the exceptional experiences



D3 Digital Channels (App, Wallet) & Loyalty

To connect customers via digital channels & grow their values through loyalty



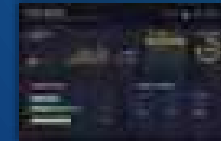
Front-End

2 Build Supply Chain and Operational Efficiencies

Drive **Competitive Advantage** through **End-to-End Value Chain**

D4 Digital Supply Chain

To optimize end-to-end supply chain operations and operating costs



D5 Cloud Optimization & Enterprise Solutions

To modernize tech foundation and optimize cost



3 Unlock New Revenue

Connect **Back-end Data** to explore **New Business** opportunities

D6 Diversify – New Revenue

To monetize existing assets and capabilities to create new revenues

- Virtual Bank
- Media Business
- Energy as a Service



Back-End

Total Cost of Ownership

~ 4.9 THB Bn

During 2025-2030

With Total Uplift

~ 7 THB Bn / Yr

from 2030 onwards

“Uplift our future through Digital Evolution”

Remark : Base on team analysis and initial investment evaluation

Know Customers & Deliver Excellent Experiences

Driving business through data;

Create **Customer Satisfaction** & **Sale Maximization** via 3Ds

D1

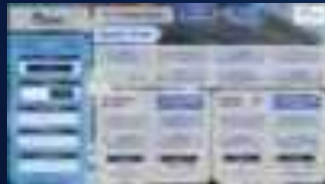
Digital Consumer/Customer Landscape
(Prototype of Customer/Consumer dashboard)



Oil (Phase 1)
go live
in Apr 2025



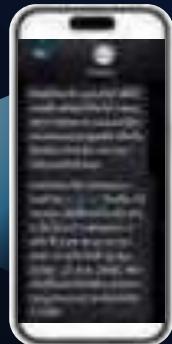
Café Amazon
go live in Oct 2025



EV (Phase 1)
go live
in Nov 2025

D2

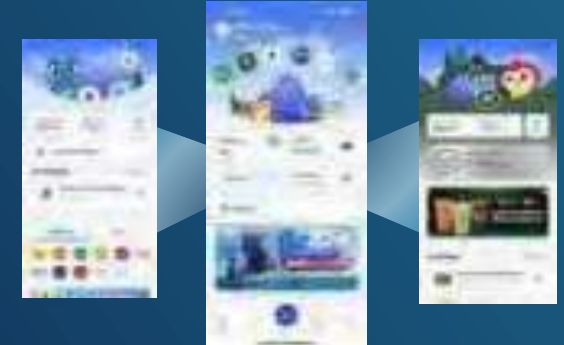
Intelligent Site/Outlet
To recognize customers and provide the exceptional experiences through **intelligent station**. **Geo-Analytics** to improve location selection & opportunity and provide station insight.



Rollout to
+100 stations
by end of 2025

D3

Digital Channels (App, Wallet) & Loyalty
To connect customers via digital channels
& grow their values through loyalty



- Increased Members from **8.3M** (2024) to **8.9M** (6M 2025).
- Elevate personalization experience through **PMC** and **NBO**
- Added **F&F**, **EV**, and **LPG** brands to the landing page, extending OR's business connectivity.
- New feature coming year-end: **"Self-Serve"** service.



Build Supply Chain and Operational Efficiencies

Driving business through data;



Drive **Competitive Advantage** through **End-to-End Value Chain**

D4

Digital Supply Chain

To optimize end-to-end supply chain operations and operating costs through several initiatives

Sourcing

Operation

Distribution



- Implement Project **Value Chain Control Tower**
- Building Prototype of **Interactive Dashboard** for decision making

D5

Cloud Optimization & Enterprise Solutions

To modernize tech foundation and optimize cost



Unlock unparalleled IT Scalability and cost efficiency

By embedding GenAI and automation into Enterprise applications and upgrading to cloud-based infrastructure

Cloud Optimization

Enhance existing cloud infrastructure and modernize Legacy applications to unlock greater cost-efficiency, reliability, and scalability



Cloud Infrastructure



Legacy Application Modernization

Enterprise Solutions

Embed GenAI and automation into core functions To streamline routine tasks such as financial reporting and documentation



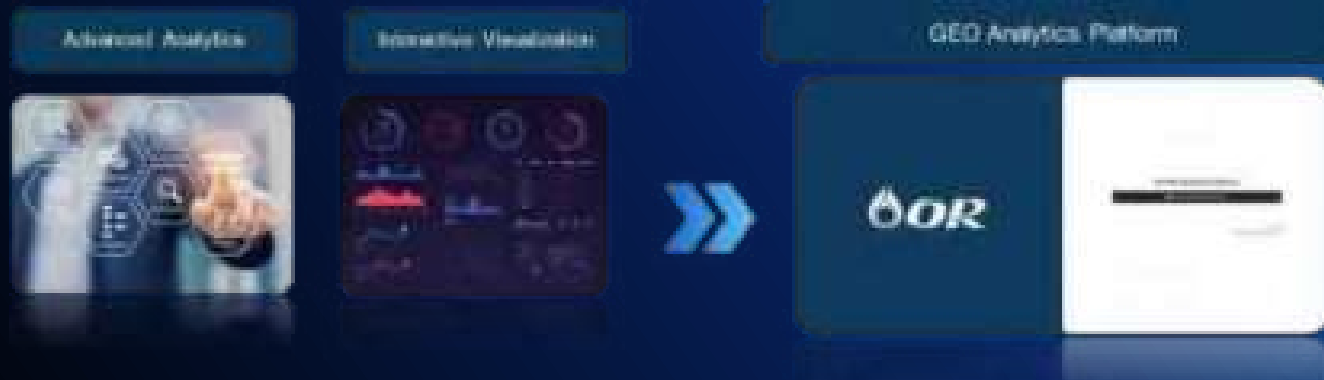
GenAI Business Intelligence



Data Analytics COE

OR GEO Analytics Platform

เปิดใช้งานอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2567



การคาดการณ์ (Data Forecasting)

OR Geo Analytics สามารถช่วยในการคาดการณ์ (Data Forecast) การเติบโตของสถานีบริการน้ำมัน และช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้งของสถานีบริการน้ำมันใหม่ (New Station Location Decision) โดยพิจารณาจากข้อมูลในอดีต (Historical Data) และแนวโน้ม (Trend) ของพื้นที่ (Area) ที่สนใจ (Target Area) เป็นต้น

วิเคราะห์การเติบโตของพื้นที่บริการ (Service Area Growth Analysis)

OR Geo Analytics สามารถช่วยในการวิเคราะห์การเติบโตของพื้นที่บริการ (Service Area Growth Analysis) โดยพิจารณาจากข้อมูลในอดีต (Historical Data) และแนวโน้ม (Trend) ของพื้นที่ (Area) ที่สนใจ (Target Area) เป็นต้น

การวิเคราะห์พื้นที่บริการ (Service Area Analysis)

OR Geo Analytics สามารถช่วยในการวิเคราะห์พื้นที่บริการ (Service Area Analysis) โดยพิจารณาจากข้อมูลในอดีต (Historical Data) และแนวโน้ม (Trend) ของพื้นที่ (Area) ที่สนใจ (Target Area) เป็นต้น

การแนะนำตำแหน่งที่ตั้ง (Location Recommendation)

OR Geo Analytics สามารถช่วยในการแนะนำตำแหน่งที่ตั้ง (Location Recommendation) โดยพิจารณาจากข้อมูลในอดีต (Historical Data) และแนวโน้ม (Trend) ของพื้นที่ (Area) ที่สนใจ (Target Area) เป็นต้น

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ (Feasibility Analysis)

OR Geo Analytics สามารถช่วยในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ (Feasibility Analysis) โดยพิจารณาจากข้อมูลในอดีต (Historical Data) และแนวโน้ม (Trend) ของพื้นที่ (Area) ที่สนใจ (Target Area) เป็นต้น

การวิเคราะห์ประชากร (Demographic Analysis)

OR Geo Analytics สามารถช่วยในการวิเคราะห์ประชากร (Demographic Analysis) โดยพิจารณาจากข้อมูลในอดีต (Historical Data) และแนวโน้ม (Trend) ของพื้นที่ (Area) ที่สนใจ (Target Area) เป็นต้น

Future Roadmap



ในปี 2026 ตาม 6 Digital Themes โครงการ OR GEO Analytics ได้มีแผนจะขยายไปยังธุรกิจที่อยู่ภายใต้การดำเนินงานของ OR อาทิเช่น OR Space, LPG outlet เป็นต้น ซึ่งอยู่ภายในธีม **D2 : Intelligent Site/Outlet**

Benefits

1

ยกระดับความแม่นยำในการวางแผนเปิดร้านค้าใหม่



ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก

- สามารถระบุทำเลที่ตอบโจทยความต้องการของชุมชนได้อย่างแท้จริง
- ส่งผลให้ร้านค้าที่เปิดใหม่สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ลดความเสี่ยงจากการเลือกทำเลที่ไม่มีศักยภาพ ซึ่งอาจนำไปสู่การ

สูญเสียทรัพยากรโดยไม่จำเป็น

2

ลดระยะเวลาในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์



การวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรวดเร็วและแม่นยำ ช่วยเสริมประสิทธิภาพในการตัดสินใจเลือกทำเลศักยภาพ

- ลดการใช้ทรัพยากรทั้งด้านเวลา แรงงาน และพลังงาน
- ส่งผลให้กระบวนการวางแผนและพัฒนาโครงการมีความยั่งยืนยิ่งขึ้น

ลดเวลาในการดำเนินงานได้มากถึง 1,344 ชั่วโมงต่อปี

3

เพิ่มความคุ้มค่าในการลงทุนและสร้างมูลค่าให้กับองค์กร



การตัดสินใจลงทุนที่มีข้อมูลรองรับอย่างรอบด้านช่วยลดความเสี่ยงทางธุรกิจและส่งเสริมผลตอบแทนที่ยั่งยืน

สร้างผลตอบแทนจากการลงทุน
ROI สูงถึง 6.96 เท่า
คิดเป็นมูลค่ากว่า 1.9 ล้าน

ไม่เพียงแต่สร้างประโยชน์ให้กับ OR เท่านั้น แต่ยังส่งผลดีต่อเศรษฐกิจในระดับชุมชน ผ่านการสร้างงาน สร้างรายได้ และการพัฒนาพื้นที่อย่างยั่งยืน

Next Best Offer

Overview

“Next Best Offer” คือการผสมผสานของ **Artificial Intelligence, Machine Learning** และ **Marketing Automation** เพื่อสร้างโมเดล data science ที่สามารถเข้าใจลูกค้าในระดับบุคคลได้อย่างลึกซึ้ง เช่น

- วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งานของลูกค้าแต่ละราย
- รู้ว่าลูกค้าชื่นชอบผลิตภัณฑ์ใด ใช้บ่อยแค่ไหน และผ่านช่องทางใดของ OR
- นำข้อมูลเชิงลึกเหล่านี้ไปใช้ในการนำเสนอแคมเปญที่ “ตรงใจที่สุด” สำหรับแต่ละคน

ด้วยแนวคิดนี้ ลูกค้าจะได้รับข้อเสนอที่ดีที่สุดในเวลาที่เหมาะสม ผ่านช่องทางที่พวกเขาใช้งานจริง – นี่คือที่มาของชื่อ Next Best Offer เพราะมันไม่ใช่แค่ข้อเสนอทั่วไป แต่คือ “**ข้อเสนอที่ดีที่สุดสำหรับคุณโดยเฉพาะ**”

โดยโครงการนี้อยู่ภายใต้ธีม **D3 : Digital Channels (App, Wallet) & Loyalty**

Future Roadmap

- พัฒนาโมเดล Brand Affinity (Lube,LPG) และ Product Affinity
- NBO ขยายไปยังสมาชิก 9 ล้านราย
- เริ่มใช้ข้อมูลจากโมเดลต่าง ๆ plug-in ใน NBO

Overview



Next Best Offer

Data and Analytics Models





#Campaign

1003



255



319



280



32



68



49



Delivered

13.87M

Member



Enrollment

5.18M

Member



Conversion

0.78M

Member

5.7%



Revenue Uplift

431.60M

Baht



Cost

10.52M

Baht



ROI

560%

Intelligent Station

Overview

“เปลี่ยนทุกการเลี้ยวเข้ามาเป็นโอกาสทางการตลาด” ด้วยระบบ Intelligent Station ที่ผสานพลังของ AI Model, AI CCTV และ Marketing Automation เพื่อจดจำป้ายทะเบียนรถลูกค้าแบบเรียลไทม์ ส่งข้อมูลสู่ฐานสมาชิก blueplus+ และมอบแคมเปญการตลาดแบบเฉพาะบุคคลทันทีที่ลูกค้าเข้ามายังสถานีบริการ – สร้างประสบการณ์ที่ตรงใจ พร้อมเพิ่มโอกาสในการขายอย่างแม่นยำ ซึ่งโครงการนี้ยังอยู่ภายในทีม **D2 : Intelligent Site/Outlet**



AI Model
Development



Devices and Infra.
Setup & Deployment



AI CCTV
Customer Recognition

Overview

blue
Plus Together



Marketing
Automation

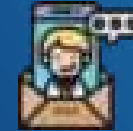
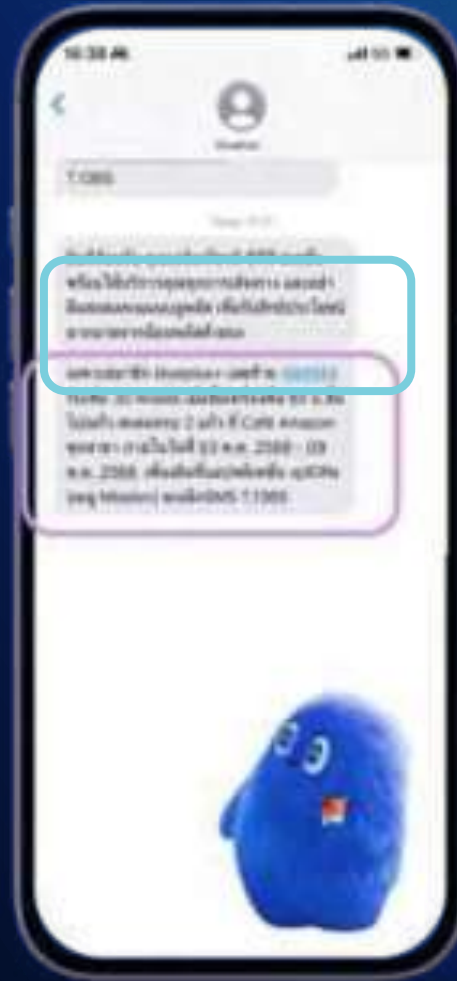


Real - Time
Personalization
Campaign



Insight data &
Dashboard

Benefits



Greeting

ยินดีต้อนรับ คุณเฉลิมเกียรติ พิทธิ สเดชั่น
พร้อมให้บริการคุณทุกการเดินทาง และอย่า
ลืมสะสมคะแนนบลูพลัส เพื่อรับสิทธิประโยชน์
มากมายจากนิตอนพลัสด้วยนะ



Personalization Campaign

เฉพาะสมาชิก blueplus+ เลขท้าย 494944

รับเพิ่ม 30 คะแนน เมื่อซื้อเครื่องดื่ม 60 บ.ขึ้นไป/แก้ว สะสมครบ 2 แก้ว ที่ Café Amazon
ทุกสาขา ภายในวันที่ 03 พ.ค. 2568 - 09
พ.ค. 2568 เพิ่มเติมที่แอปพลิเคชัน xplORe
(เมนู Mission) ยกเลิกSMS T.1365

ตัวอย่าง SMS ที่ลูกค้าได้รับจากโครงการ

OR GEO Analytics Platform

Benefits

1

**Digitalize
PTT STATION**

2

**Collection
Customer Data
(C360)**

3

**Recognize
Customer**

4

**Real - Time
Personalization
Campaign**

Value Chain Control Tower (VCCT)

To optimize end-to-end supply chain operations and operating costs through several initiatives

VCCT is an integrated platform to sense, orchestrate and respond to near-term events impacting OR's value chain from inbound supply to B2B and B2C operations



Value Chain Dashboard (Extend Product for Phase 1)

Selected Predictive Analytic/Simulation model

Automated Data Integration (for Predictive Analytic/Simulation model)

Organizational Readiness

for Sustainable Digital Transformation

สร้างความตระหนักรู้และการเตรียมความพร้อมให้กับพนักงาน

2024

OR Digital Day จัดการแข่งขันโครงการ **TECH SPARK: DATA HACKATHON** และเปิดมุมมอง พร้อมกับเทคโนโลยีทั้งด้าน Digital, AI และ Digital Transformation



2025

AI Governance e-learning สร้างความเข้าใจและแนวทางกำกับดูแลการใช้งาน AI รวมทั้งวัดผลทดสอบความรู้ความเข้าใจ

- ดำเนินการผ่านระบบการจัดการอบรม OR LMS

Target 90%

AI Survey ร่วมออกแบบอนาคตการทำงานของ OR ด้วย AI กับแบบสอบถาม เพื่อสำรวจการใช้งานและความสนใจในการนำ AI มาเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานประจำปี 2568

- เพื่อคัดเลือกตัวแทนพนักงานไปสู่ AI Bootcamp & Case Competition

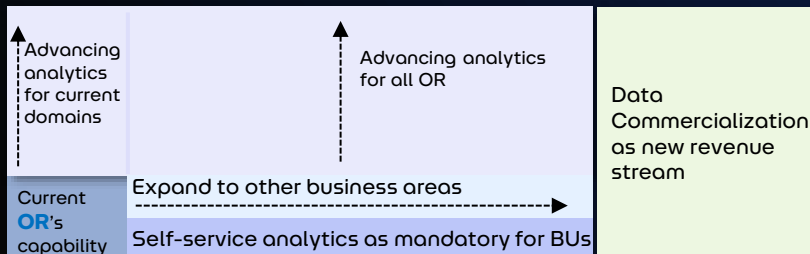
FUTURE

AI Bootcamp & Case Competition จัดการเรียนรู้ การประยุกต์ใช้งาน **การสร้าง Use-case** ผ่าน Bootcamp และการแข่งขันด้วย **Case Competition** เพื่อสร้าง AI Roadmap ให้กับ OR



เตรียมทีมงานเพื่อก้าวสู่ Digital & Innovation Transformation

OR's Current Situation: OR มีแนวโน้มต้องการด้านข้อมูลทั้งปัจจุบันและอนาคต เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจ



Data & AI COE ถูกจัดตั้งเพื่อเป้าหมาย 3 ประการ...

- 1 ขยาย Capacity เพื่อรองรับความต้องการภายใน OR
- 2 สร้าง Capability รองรับฟังก์ชันใหม่ ๆ และยกระดับความก้าวหน้าของ Use-case
- 3 พัฒนาความสามารถของบุคลากรทั่วไปให้สามารถขับเคลื่อน Analytics พื้นฐานได้ด้วยตนเอง

Organizational Readiness

for Sustainable Digital Transformation



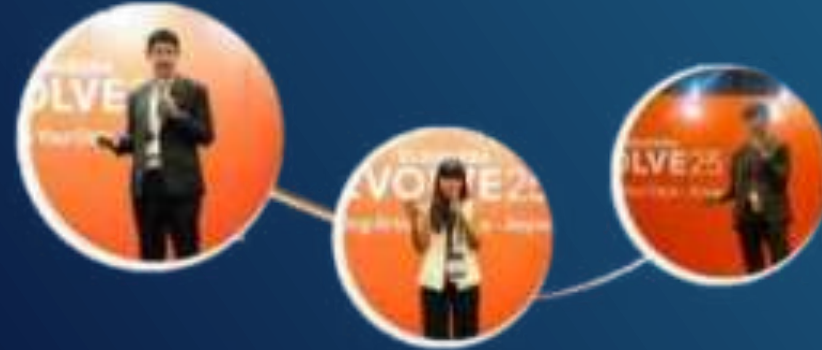
ผลักดันและดึงศักยภาพ
ของพนักงานด้านดิจิทัล

**OR สร้างประวัติศาสตร์ครั้งสำคัญ
คว้ารางวัลชนะเลิศในเวทีแห่งภูมิภาค Asia Pacific**



WINNER สาขา BUSINESS INNOVATION ON HYBRID
AND INFRASTRUCTURE MODERNIZATION
ในงาน Cloudera Evolve25
ณ ประเทศสิงคโปร์

ด้วยการวางรากฐานด้าน Data **เพื่อต่อยอดสู่ AI in Business**
อย่างมีประสิทธิภาพ OR ได้รับการยกย่องให้เป็นองค์กรที่มีนวัตกรรมโดดเด่น
ที่สุดในสาขานี้ท่ามกลางการนำเสนอจากองค์กรชั้นนำทั่วภูมิภาค



ผลงานที่ส่งเข้าประกวดคือโซลูชัน Next Best (NBO) ในรอบสุดท้าย OR
ได้รับคัดเลือกให้เป็นตัวแทนประเทศไทย ร่วมนำเสนอแนวคิดกับองค์กร
ระดับแนวหน้า

โดยเป็น **องค์กรไทยองค์กรแรก** ที่คว้ารางวัลชนะเลิศในสาขานี้!



PONGSAK PHATTARAMEATEVINYU

VICE PRESIDENT,
UPSTREAM COFFEE BEANS
VALUE CHAIN MANAGEMENT

PTT Oil and Retail Public Company Limited
(OR)





1.4

Other Material Topic

Community Development and
Social Collaboration

Sustainable Coffee Project

Challenges from *Global & Thailand*

Flood & Drought & Extreme Weather



- ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ถือเป็นความท้าทายที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ
- ส่งผลกระทบต่อพื้นที่เพาะปลูกและปริมาณผลผลิตทางการเกษตร เช่น ผลผลิตเมล็ดกาแฟดิบ
- OR ดำเนินธุรกิจ Café Amazon หวังโซ่อุปทานของธุรกิจ อาจได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงดังกล่าว

RISKS FROM CLIMATE CHANGE

Social Inequality



- การทำเกษตรเชิงเดี่ยวที่ให้มูลค่าผลตอบแทนต่อไร่น้อย เกิดการบุกรุกพื้นที่ป่า และการเผาในพื้นที่โล่งสร้างผลกระทบ ทางด้านสิ่งแวดล้อม เป็นวงกว้าง
- เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟต้องการตลาดที่มั่นคง รับซื้อผลผลิตด้วยราคาที่เป็นธรรม (Fair Price) สามารถสร้างอาชีพที่ยั่งยืนและไม่สร้างผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม

UNCERTAINTY IN WORLD ECONOMY



โอกาส
= สิทธิ

โอกาส ให้เกษตรกร จำหน่ายเมล็ดกาแฟในราคาที่ เป็นธรรม
โอกาส พร้อมได้รับความรู้ ในการปลูกกาแฟอย่างยั่งยืน

สิทธิ ในการประกอบอาชีพ เพื่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดี



และไม่ว่าจะเป็น **คนไทย** หรือ **เกษตรกรชาวเขา** OR มอบโอกาส...

ผ่านโครงการ **Sustainable Coffee Project**

- พัฒนาการปลูกและการผลิตกาแฟภายใต้ระบบอนุรักษ์
ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน
- จัดซื้อเมล็ดกาแฟในระบบราคาที่เป็นธรรม
- การตั้งจุดรับซื้อเมล็ดกาแฟจากเกษตรกรโดยตรง
ณ โรงแปรรูปเมล็ดกาแฟที่อำเภอเบตง จ.ยะลา

ปี 2558 – 2568 ปริมาณรวม > 7,160 ตัน
มูลค่า > 1,440 ล้านบาท

Next Step...



OR เปิดประตูสู่โอกาสใหม่

สร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างอนาคตที่ยั่งยืน
(โครงการแปรรูปกาแฟและการเรียนรู้
Café Amazon Park อ.เมืองลำปาง จ.ลำปาง)



เพราะทุกคนมีโอกาสดังรงชีวิตในตาคนรัก
OR จึงสร้างโอกาส...

เพื่อสังคมสะอาด

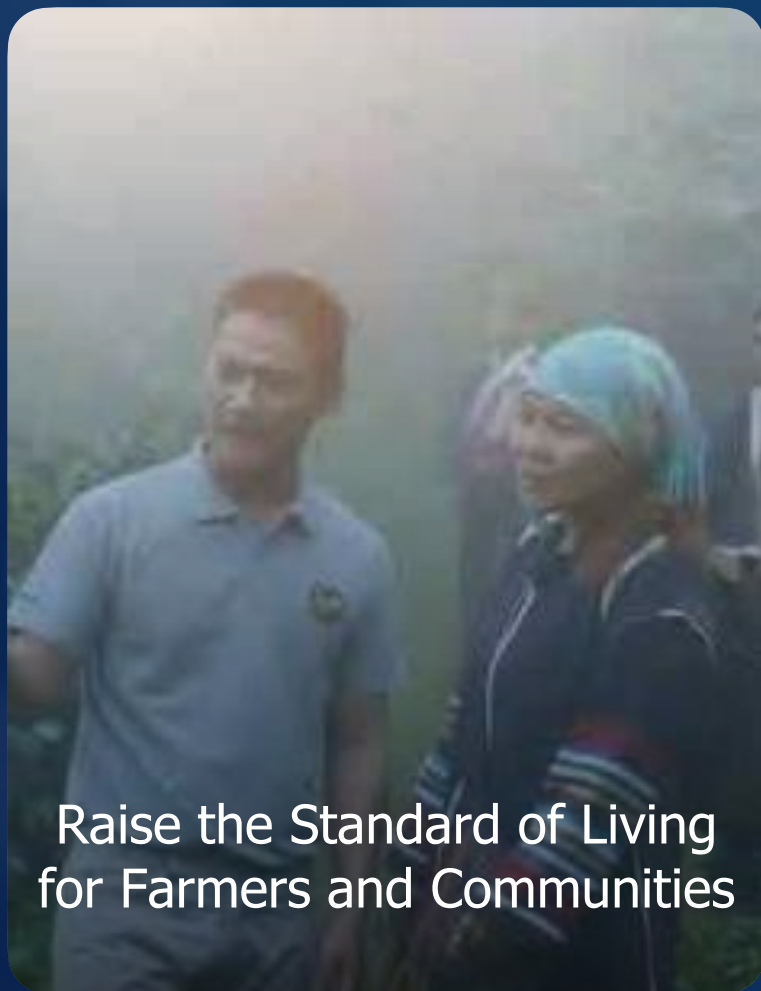
อนุรักษ์ป่าต้นน้ำ | ลด PM2.5 | สร้าง Biodiversity



Sustainable Coffee Project



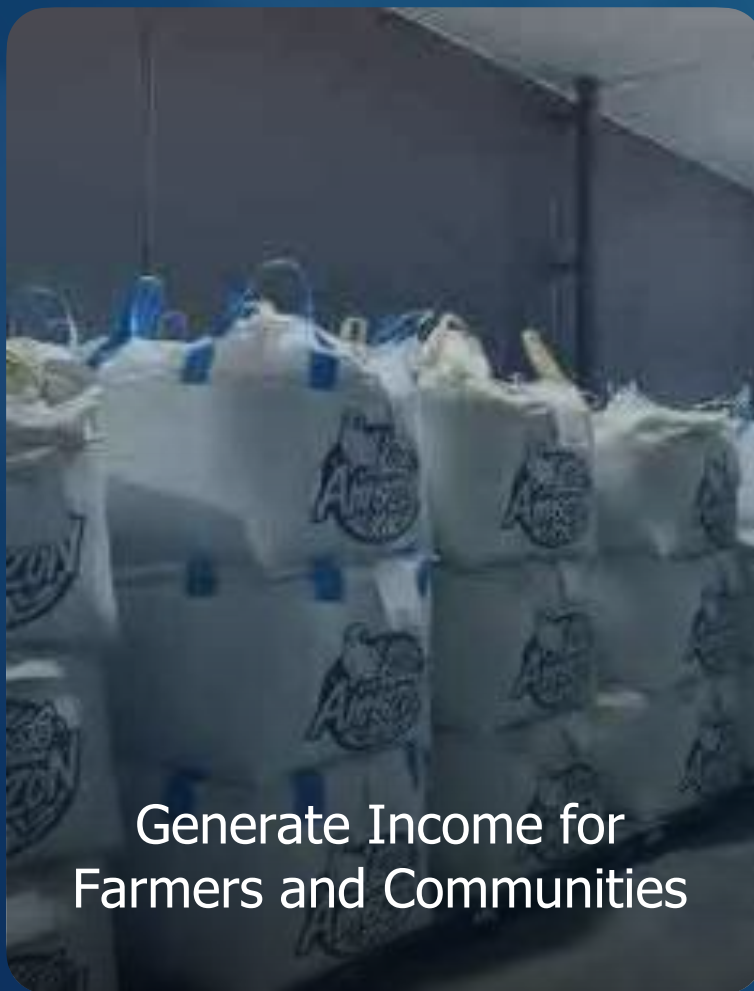
Living Community



Raise the Standard of Living
for Farmers and Communities



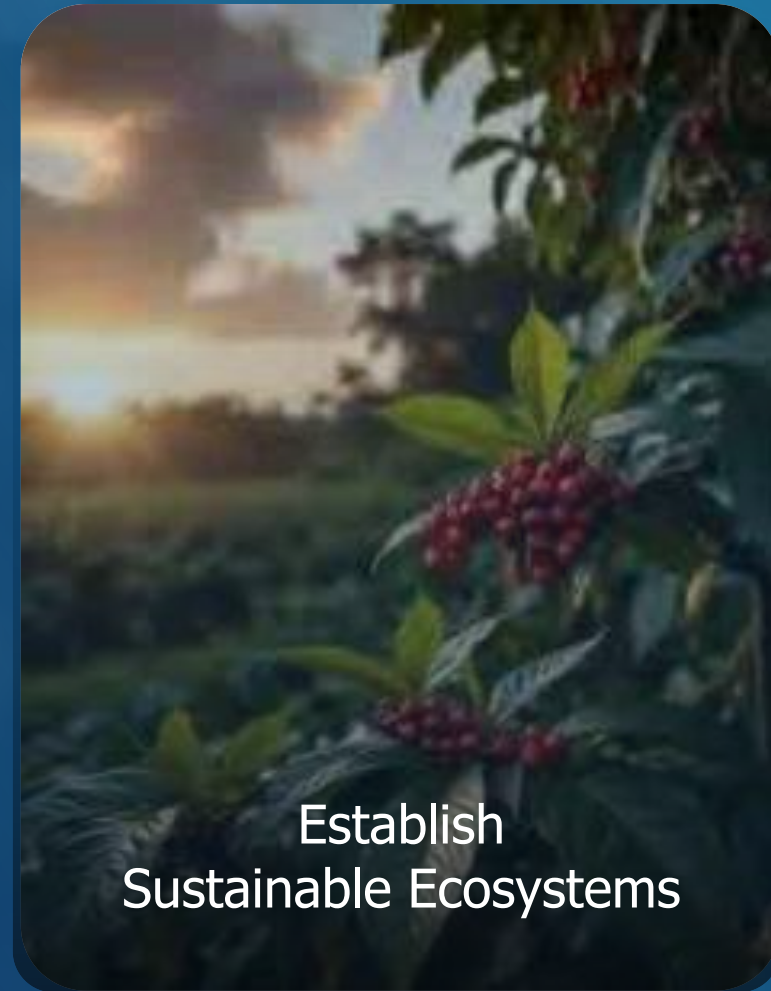
Economic Prosperity



Generate Income for
Farmers and Communities



Healthy Environment



Establish
Sustainable Ecosystems

Sustainable Coffee Project

Create opportunities, fostering an inclusive environment and growing together towards a sustainable future.



COFFEE VALUE CHAIN



1 โรงเพาะกล้า

- เริ่มนำไปปลูกในไร่เมื่อมี 6-8 คู่ใบ
- ระยะเวลาเพาะประมาณ 6 เดือน

2 ไร่กาแฟ



3 การเก็บกาแฟเชอรี่

- เก็บเชอรี่มีความสุข 90% ขึ้นไปสังเกตได้จาก
- เปลือกสีแดงสดหรือเหลืองสด
 - เปลือกมีความนิ่ม
 - ใช้แรงน้อยในการเด็ดขั้ว

4 โรงสีเปียก/โรงหมัก

- การสีเปลือกกาแฟเชอรี่เป็นกาแฟกะลา การแปรรูปมี 3 กระบวนการหลัก
- แบบแห้ง (ตากแห้งทั้งกาแฟเชอรี่)
 - แบบฮันนี่ (สีเปลือกเชอรี่ -> ตาก)
 - แบบเปียก (สีเปลือกเชอรี่ -> หมักล้างเมือก -> ตาก)



8 ร้านกาแฟ

7 โรงคั่ว

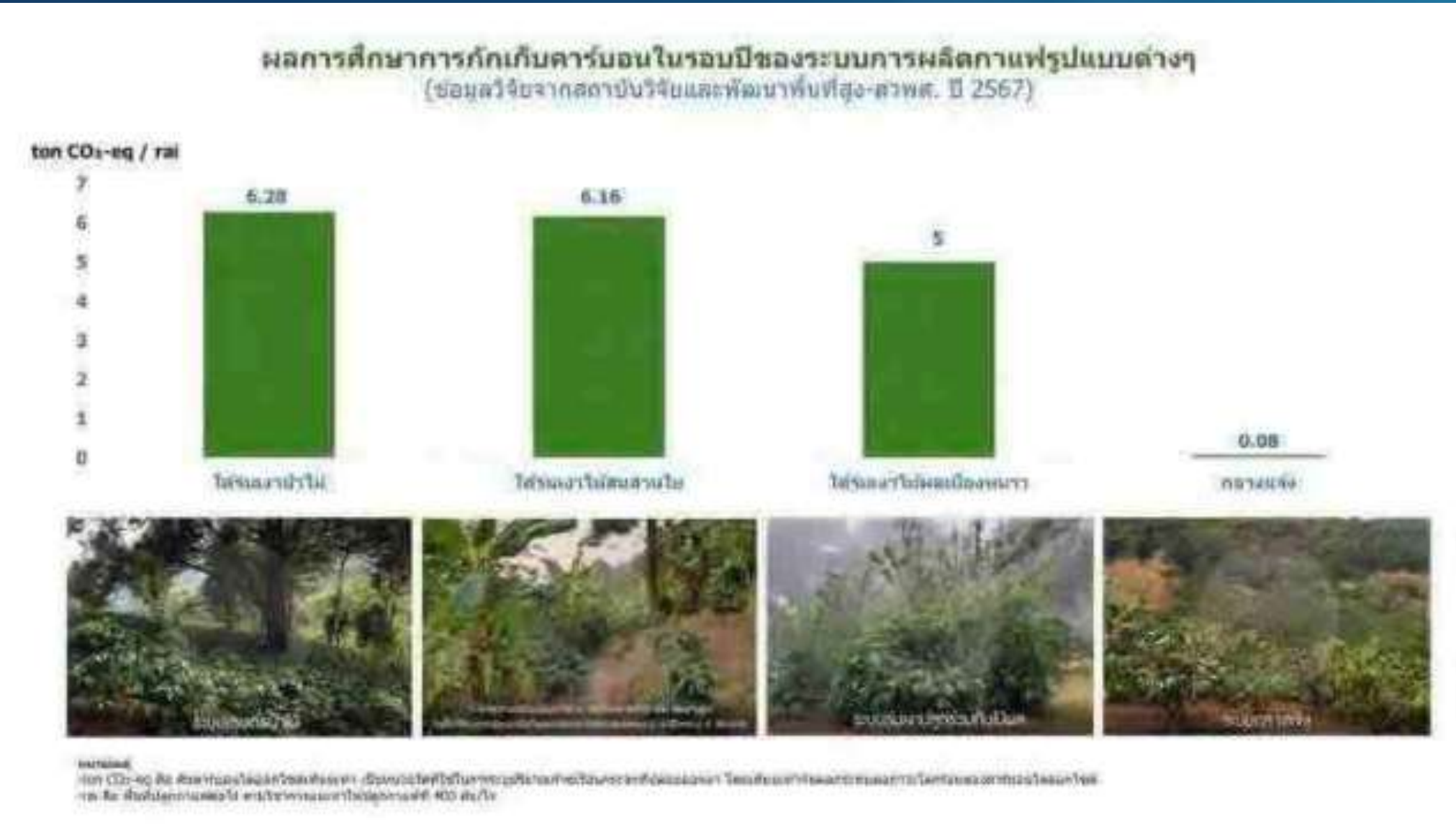
- กาแฟคั่วในระดับต่าง ๆ

6 โรงสีแห้ง

- สีเปลือกกาแฟกะลาหรือเชอรี่แห้งเป็นกาแฟสาร

5 โรงตาก/โรงอบ

Carbon Captures in Difference Coffee Plantation Types





Coffee Processing



① Cherry
(เชอรี่)

② Parchment
(กะลา)

③ Green
(สาร)

Café Amazon Standard

Sustainable Coffee Project



Living Community

ยกระดับคุณภาพชีวิต



Economic Prosperity

เป็นตลาดที่มีผล



Healthy Environment

สร้างระบบนิเวศกาแฟที่ยั่งยืน

Café Amazon Standard

SR

Social Responsibility

รับผิดชอบต่อสังคม

EA

Economic Accountability

ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ

EC

Environmental Conservation

การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

Café Amazon Standard

SR

Social Responsibility
ความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน

การปฏิบัติงานที่ไม่ขัดต่อกฎหมาย ครอบคลุม
ความเป็นอยู่ สาธารณูปโภค และความปลอดภัย

7 38

หัวข้อหลัก หัวข้อย่อย

EA

Economic Accountability
ความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ

ผลผลิตได้มาตรฐาน
ตรวจสอบแหล่งที่มาได้ และทำงานเป็นกลุ่ม

4 18

หัวข้อหลัก หัวข้อย่อย

EC

Environmental Conservation
การดูแลสิ่งแวดล้อม

การดูแลสิ่งแวดล้อมในทุกขั้นตอน
ตั้งแต่ก่อนการเก็บเกี่ยว ถึงหลังการเก็บเกี่ยว

9 60

หัวข้อหลัก หัวข้อย่อย



แนวทางการตรวจประเมิน

เอกสารหลักฐาน สิ่งกีดขวาง สัมภาษณ์

Sustainable Coffee Sourcing

งานพัฒนาองค์ความรู้และการผลิตกาแฟตามสภาพปัญหาจริง



งานรับซื้อผลผลิตกาแฟจากเกษตรกร



เกษตรกรพื้นที่บ้านปางขอน-ผาลัง อ.เมือง จ.เชียงราย

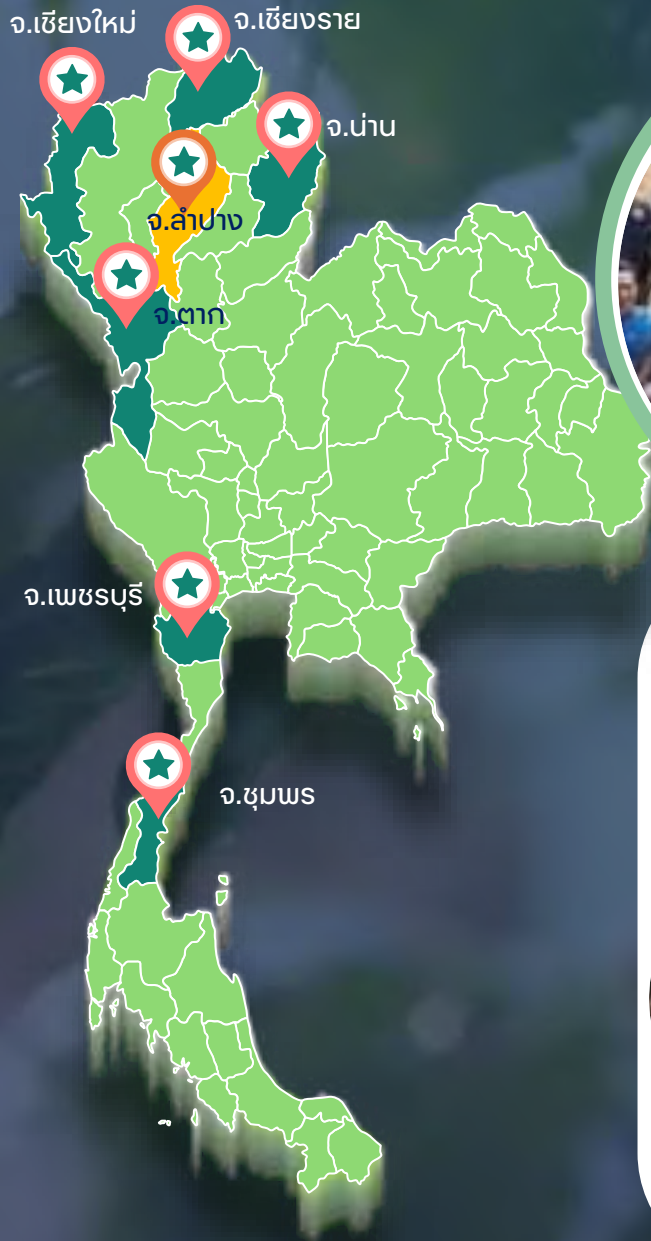
Sustainable Coffee Sourcing

งานสนับสนุนต้นกล้า โรงเรือน และ แคร์ตาคที่ได้มาตรฐาน



เกษตรกรพื้นที่ อ.ป๋าว จ.น่าน

Outcomes from the Sustainable Coffee Sourcing



ผลการดำเนินงานถึงปี 2025

มีพื้นที่ดำเนินการ **7 จังหวัด***

ครอบคลุม 21 พื้นที่

จำนวนเกษตรกรกว่า 700 ราย

** เป็นตลาดรับซื้อผลผลิตให้เกษตรกรของโครงการหลวงอีก กว่า **800 ราย**
มีเกษตรกรเป็นสมาชิกจัดรับซื้อและโรงแปรรูปกาแฟเชียงใหม่ กว่า **440 ราย**



สนับสนุนการรับซื้อกาแฟสารให้เกษตรกร (Fair Trade)

2023	2024	2025
6,192	7,027	7,164*
ตัน	ตัน	ตัน

คิดเป็นมูลค่าที่ช่วยเหลือชุมชน

2023	2024	2025
1,167	1,418	1,443*
ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท

ข้อมูลทั้งหมดเป็นตัวเลขสะสม ตั้งแต่ปี 2015
*Data as of Q2/2025

สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร

2023	2024	2025
1,450	1,500	1,596*
ครัวเรือน	ครัวเรือน	ครัวเรือน

โรงแปรรูปเมล็ดกาแฟ จ. เชียงใหม่

เป็นจุดรับซื้อเมล็ดกาแฟ
กะลาอะราบิก้าจาก
เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ
โดยตรงในพื้นที่ภาคเหนือ

เปิดดำเนินการในปี 2024



Café Amazon Products from Sustainable Coffee Sourcing



Sustainable Coffee Sourcing and SROI



โครงการวิเคราะห์ผลกระทบทางสังคม และผลตอบแทนทางสังคม (SIA & SROI)

โครงการจัดหาเมล็ดกาแฟจากชุมชน (Community Coffee Sourcing)

สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การประเมิน
SROI
ธุรกิจ ESG
= 1.48



2 DIRECT PURCHASE FROM FARMER



จุดรับซื้อและโรงแปรรูปเมล็ดกาแฟ Café Amazon
อ.แม่วาง จ.เชียงใหม่

OPERATION OVERVIEW



Process
การรับซื้อ



Process
Operation

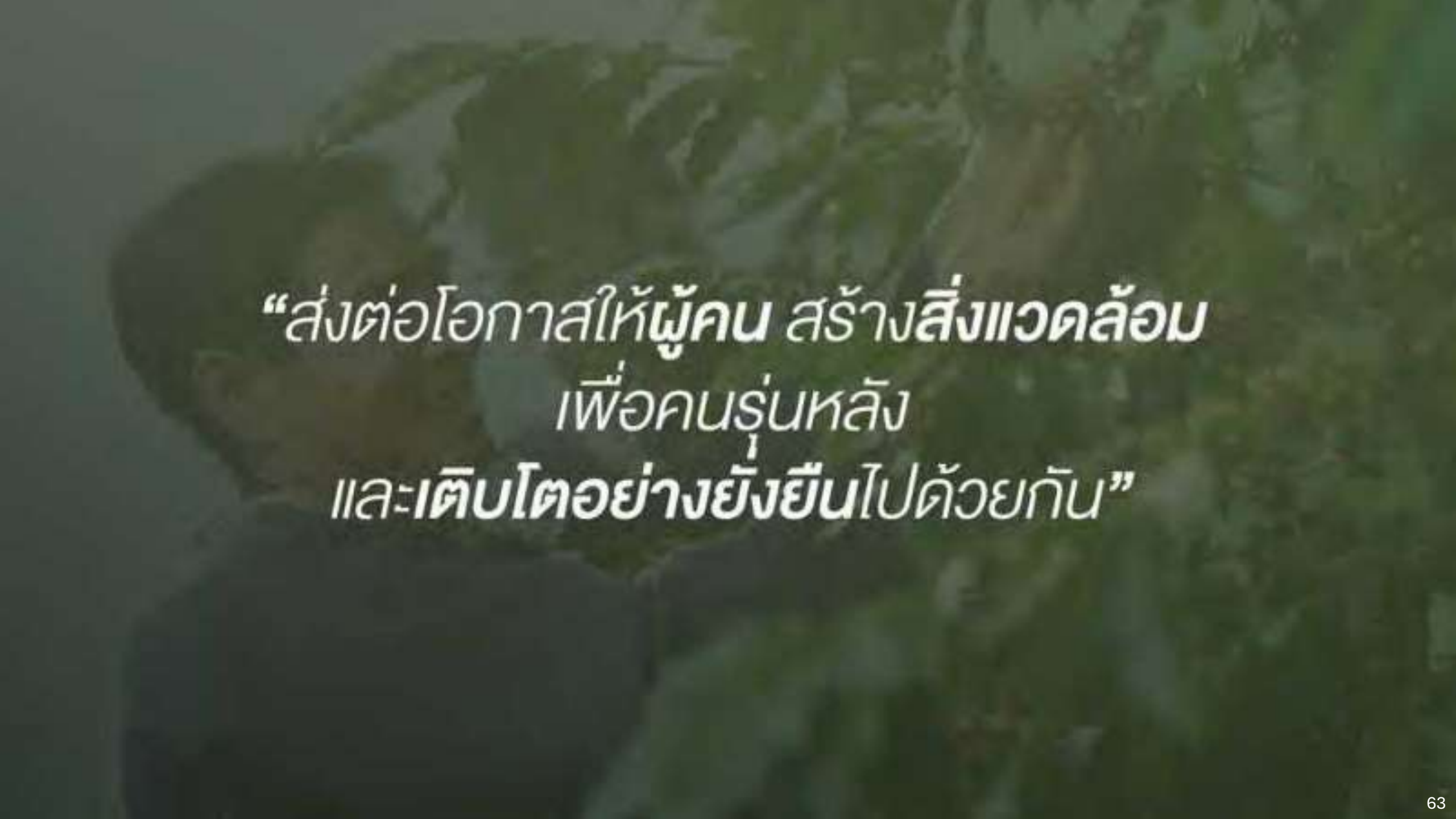


Ware
House



Logistic
to OASYS





“ส่งต่อโอกาสให้คุณ สร้างสิ่งแวดล้อม
เพื่อคนรุ่นหลัง
และเติบโตอย่างยั่งยืนไปด้วยกัน”



**EMPOWERING ALL TOWARD
INCLUSIVE GROWTH**

OR เติบโตโอกาส เพื่อทุกคนเติบโต ร่วมกัน

*Harnessing OR
competencies to support,
fulfill, and elevate*

*Sustainable growth
with Living Community,
Healthy Environment, and
Economic Prosperity*

*Moving forward with
strong determination and
leaving no one behind*

*6 groups of
OR stakeholders*

Appendix

"EMPOWERING ALL TOWARD INCLUSIVE GROWTH"

Quick-win Strategy



MALL

การสร้างโอกาสเพื่อคนตัวเล็ก

OR มุ่งดำเนินธุรกิจควบคู่กับการยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน



DIVERSIFIED

การสร้างโอกาสเพื่อการเติบโตทุกรูปแบบ

OR มุ่งเน้นการสร้างโอกาสเพื่อการเติบโตทุกรูปแบบผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ของ OR



GREEN

การสร้างโอกาสเพื่อสังคมสะอาด

มุ่งสร้างสิ่งแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์
OR ส่งเสริมธุรกิจทุกประเภทให้เป็นธุรกิจสีเขียว เพื่อสนับสนุนให้เกิดสังคมคาร์บอนต่ำอย่างยั่งยืน

OR 2030 GOALS



LIVING COMMUNITY

ยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนครอบคลุมทั้งในพื้นที่ธุรกิจ และชุมชนรอบพื้นที่ธุรกิจ

>17,000 ชุมชน
หรือมากกว่า 12 ล้านชีวิต



ECONOMIC PROSPERITY

สร้างการเติบโต อาชีพ และ กระจายความมั่งคั่งสู่คู่ค้า ผู้ถือหุ้น
ผู้ประกอบการขนาดย่อม พนักงาน

>1,000,000 ราย
เติบโตไปพร้อมกับเรา



HEALTHY ENVIRONMENT

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ลดปริมาณขยะที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ เพิ่มปริมาณการใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพิ่มการใช้พลังงานสะอาด

>1/3
เมื่อเทียบกับปี 2022

Carbon Neutrality
ในปี 2030 และ
Net Zero ในปี 2050

OR's Mobility Value Chain

Upstream



Oil Extraction & Exploration



Biodiesel & Ethanol producer



Refinery Plant

Own operation



Oil & Gas Terminals



PTT Stations



LPG filling plants EV Station PluZ



Customers / Consumers



Dealer & Franchisee



Aviation



Marine

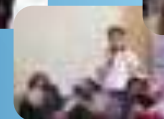


Direct Customers

Café Amazon Value Chain

Coffee Sourcing

Sustainable Coffee Sourcing (SCS)

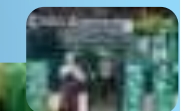


Roasting Plant & Distribution



Lifestyle Business Center (OASYS)

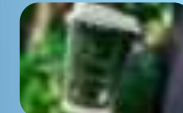
Store



Café Amazon Circular Living Store & Café Amazon for Chance

Consumer

Eco-Friendly Packaging



OR โครงสร้างการถือหุ้น

บริษัทย่อย

บริษัทร่วม

การร่วมค้า

เงินลงทุนอื่น



KEY HIGHLIGHTS
6M25



SALES REVENUE

349,588
MM



EBITDA

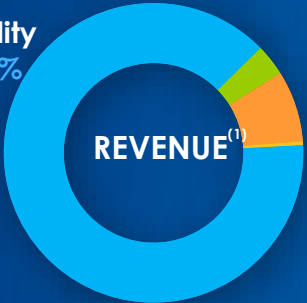
11,036
MM



NET INCOME

6,611
MM

Mobility
88.5%



Lifestyle
3.2%

Global
7.0%

Other
0.2%

REVENUE⁽¹⁾



2,768
STATIONS



2,576
DC CONNECTORS

1,285
LOCATIONS



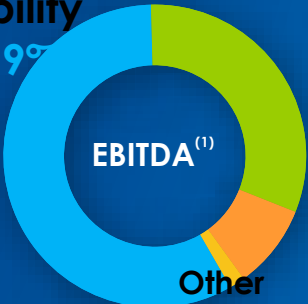
4,944
OUTLETS

227
MILLION CUPS



2,436
OUTLETS

Mobility
59.9%



Lifestyle
32.5%

Global
9.3%

Other
-1.7%

EBITDA⁽¹⁾

PARTNERS / BRANDS



ORZON



40.1%

OIL
MARKET
SHARE⁽²⁾

Notes:
(1) Before elimination
(2) Total products excluding the amount of fuel oil sold to the Electricity Generating Authority of Thailand Source: Department of Energy Business, Ministry of energy

ผลการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของ OR ประจำปี 2024 (OR Double Materiality)

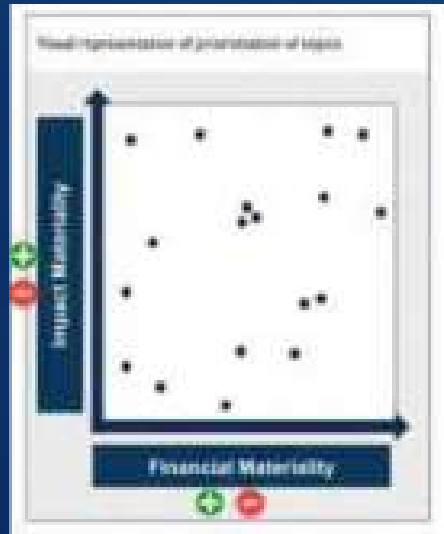


การประเมินผลกระทบและจัดลำดับประเด็นสำคัญ

Impact Materiality (แกน Y)

Impact to OR's Stakeholder

- สัมภาษณ์ ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก จำนวน 16 ราย
- แบบสอบถามออนไลน์ พนักงานภายใน จำนวน 413 ราย



Impact to OR's Business

- สัมภาษณ์ผู้บริหาร OR จำนวน 5 ท่าน

Financial Materiality (แกน X)

OR Double-Materiality 2024

Value-Creation

1. การพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างมีส่วนร่วม
2. การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
3. การกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง และการปฏิบัติตามกฎหมาย

Strengthen

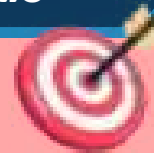
4. การดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสีย
5. การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม
6. การพัฒนาและการดูแลคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน
7. การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

Fundamental

8. การดูแลผลิตภัณฑ์และบริการ
9. การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย
10. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
11. เศรษฐกิจหมุนเวียน
12. นวัตกรรมและเทคโนโลยีสำหรับทุกคน
13. ความหลากหลายทางชีวภาพ
14. การเคารพสิทธิมนุษยชน
15. ภาพลักษณ์ขององค์กรที่ยั่งยืน
16. การรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

สิ่งที่ต้องดำเนินการในแต่ละระดับ

ระดับที่ 1: Value Creation



- Input to set strategic or STS initiative
- Set as corporate KPIs and CEO KPIs
- Long-term target and Progress of Material issue reporting
- Management approach
- Data collection (minimum 3 years) and data verification by Third Party
- Highlight case of material issue

ระดับที่ 2: Strengthen



- Input to set strategic or STS initiative
- Management approach
- Set a plan for improvement
- Data collection (minimum 3 years) and data verification by Third Party

ระดับที่ 3: Fundamental



- Management Approach : รูปแบบ Business as Usual
- เก็บรวบรวมข้อมูลตามตัวชี้วัดที่กำหนด



ประกาศนโยบาย การบริหารจัดการความยั่งยืน (Sustainability Management Policy)

*OR และบริษัทในกลุ่ม OR มีความมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจตามวิสัยทัศน์ **“เติมเต็มโอกาส เพื่อทุกการเติบโตร่วมกัน”** ตามแนวทางการพัฒนาความยั่งยืน เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างสมดุล โดยมีผลการปฏิบัติงานเป็นเลิศ มีความโปร่งใส พัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ดูแลและรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ให้เป็นไปตามแนวทางการบริหารจัดการความยั่งยืนของกลุ่ม ปตท. ยุทธศาสตร์ชาติ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs) ประกอบด้วย 3 ด้าน ดังนี้



ด้านสิ่งแวดล้อม: รักษาความหลากหลายทางชีวภาพ ควบคุมลด และบรรเทาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สนับสนุนการอนุรักษ์พลังงาน เพิ่มสัดส่วนพลังงานสะอาด ประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ให้ความสำคัญกับการกำจัดขยะ และของเสีย ควบคุมการสูญเสียผลิตภัณฑ์จากธุรกิจค้าปลีก และส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน



ด้านสังคม: คำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน สิทธิแรงงาน ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในการทำงาน พัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ไม่เลือกปฏิบัติ สร้างโอกาสทางอาชีพในท้องถิ่น ผู้ด้อยโอกาส คนพิการ และกลุ่มเปราะบางอย่างเท่าเทียมกัน สร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน และร่วมพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน



ด้านบรรษัทภิบาล: มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนด ทั้งในประเทศและประเทศที่ OR ดำเนินธุรกิจ ต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน แข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรม เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส ให้ความสำคัญต่อความมั่นคงปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า บริหารความเสี่ยงเพื่อความต่อเนื่องทางธุรกิจ สนับสนุนสัมพันธ์มีตรทางธุรกิจและผู้ประกอบการรายย่อย