

ปตท.บินสูง สู่อันดับระดับโลก

เขว้โง่งน้เ่มองคู่แข่งคือ ‘ตัวเอง’



ฮเขว้โง่งน้เ่มองคู่แข่งคือ ‘ตัวเอง’ ปตท. คือเจ้ายุทธจักรแห่งวงการน้ำมันค้าปลีก ด้วยการปรับภาพลักษณ์เปลี่ยนรูปลักษณะปั้มที่ดูสะอาดตาสะดุดใจ โดยจะสังเกตได้จากปั้มที่เกิดขึ้นใหม่ของปตท.นั้น มีความสะอาดสวยงามชวนแก่การเข้าใช้บริการ สร้างความอึดใจให้แก่ผู้ประกอบการที่ใช้แบรนด์อื่นเป็นอย่างยิ่ง เพราะฐานลูกค้าเปลี่ยนมาใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของปตท.เป็นจำนวนมาก

แน่นอนว่าการพัฒนาสถานีบริการน้ำมันของหน่วยธุรกิจน้ำมัน ปตท. ใช้เวลาดำเนินงานมาอย่างยาวนานมิได้ใช้เวลาแค่ชั่วข้ามคืน โดยมีการวางแผนพัฒนาขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง

ด้านการตลาดค้าปลีก (Retail Marketing) ปตท.จัดจำหน่ายเชื้อเพลิงผ่านเครือข่ายสถานีบริการน้ำมันของปตท. ซึ่งมีอยู่ทั่วประเทศกว่า 1,200 แห่ง โดยพัฒนาสถานีบริการ ปรับภาพลักษณ์ใหม่ครบวงจรในรูปแบบ PTT Park พร้อมขยายธุรกิจค้าปลีกในสถานีบริการ อีกทั้งยังเป็นผู้นำการค้นคว้าและพัฒนาพลังงานทดแทนพร้อมจำหน่ายเป็นรายแรกของประเทศทั้ง “น้ำมันแก๊สโซฮอล์” “น้ำมันดีเซล-ปาล์มบริสุทธิ์” และ “น้ำมันไบโอดีเซล” โดยปตท. ได้พัฒนา “น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 E85” เพื่อจำหน่าย ณ สถานีบริการของปตท. เพื่อให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ปตท. ได้ทำหน้าที่รักษาระดับราคาน้ำมันมิให้ผู้บริโภคได้รับความเดือดร้อนในขณะที่ราคาน้ำมันในตลาดโลกสูงขึ้น ด้วยการชะลอการปรับขึ้นราคาน้ำมันขายปลีกช้ากว่าผู้ค้าน้ำมันรายอื่นเพื่อรับภาระแทนผู้บริโภค ทำให้ ปตท. ครองใจผู้บริโภคโดยมีส่วนแบ่งการตลาดในระดับสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งอย่างต่อเนื่อง

เนื่องนับตั้งแต่ปี 2536 เป็นต้นมา

นายปรัชญา ภูญาวัฒน์ ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการกลุ่มธุรกิจปิโตรเลียมขั้นปลาย และรองกรรมการผู้จัดการใหญ่ หน่วยธุรกิจน้ำมัน ปตท.เปิดเผยว่า ปัจจุบันส่วนแบ่งทางการตลาดหรือมาเกิดแชร์ของธุรกิจค้าปลีกน้ำมันในประเทศของปตท.อยู่ที่ 35.7% โดยมีสถานีบริการอยู่ทีกว่า 1,200 แห่ง และสถานีบริการที่กำลังจะเปิดใหม่นั้นจะใหญ่มาก กล่าวคือ จะมีร้านค้าครบวงจร เพื่อเพิ่มความต้องการในการใช้บริการ

และถ้าคุณเป็นคนช่างสังเกตจะสังเกตเห็นว่า ตอนนี้ สถานีบริการน้ำมันของเจ้าอื่นค่อนข้างเจียบเหง่า แต่ทางปตท.ของเรากลับคึกคักเป็นอย่างมาก สำหรับในเรื่องทิศทางของแบรนด์ ปตท.ว่าจะไปในทิศทางใดนั้น เติมเรามุ่งขยายแต่น้ำมัน ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์แรก ต่อมาเริ่มมีสิ่งอื่นที่ลูกค้าต้องการเข้าไปใช้บริการภายในสถานีบริการมากขึ้น (ประชาชนคาดหวังความสะดวกสบายในการใช้ชีวิต)

“ตอนนี้ทาง ปตท.เราแข่งกับตัวเอง โดยมองหาสิ่งที่จะเป็นประโยชน์แก่ลูกค้าเป็นหลัก และแน่นอนมันก็จะ เป็นประโยชน์กับทั้งสองฝ่ายทั้งทางลูกค้าและทางเรา เราไม่มุ่งเน้นมาร์เก็ตแชร์ แต่มุ่งเน้นให้ปั้มของเราเป็นปั้มระดับพรีเมียมให้หมด ลูกค้าเข้ามาแล้วต้องได้รับการบริการอย่างสูงสุด”

นายปรัชญา กล่าวเสริมว่า ขณะนี้แบรนด์อะเมซอน มีความเติบโตและขายได้ โดยมีการเน้นการควบคุมมาตรฐาน ปตท.เรามุ่งเน้นการดูแลลูกค้าเป็นอย่างสูง เช่น ในเรื่องราคาน้ำมันนั้นจะสังเกตเห็นว่าเราจะปรับราคาน้ำมันช้ากว่าเจ้าอื่นๆ เพื่อให้ลูกค้าได้มีการปรับตัว ในส่วนของน้ำมันหล่อลื่น ตอนนี้เราเป็นเบอร์ 1 เหนือ

กว่าเจ้าอื่นๆ เรียบร้อยแล้ว โดยมีมาร์เก็ตแชร์อยู่ที่ 32%

การตลาดพาณิชย์ (Commercial Marketing) ปตท.จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิงน้ำมันหล่อลื่น และผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมพิเศษอื่นๆ ให้กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม บริษัทสายการบิน การเดินเรือขนส่ง เรือประมง หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกค้าก๊าซหุงต้ม รวมถึงจัดจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศ เพื่อร่วมสร้างศักยภาพทางธุรกิจแก่ลูกค้า ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนกว่า 1,400 ราย โดยปตท.ได้สร้างอุปกรณ์ในการเก็บสำรองเชื้อเพลิงหรืออำนวยความสะดวกอื่นๆ รวมทั้งให้บริการแนะนำเรื่องการประหยัดพลังงานและความปลอดภัยอีกด้วย

ในการดำเนินงานเพื่อให้ธุรกิจน้ำมันบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพเต็มที่ ปตท.ได้จัดให้มีการบริหารและปฏิบัติการคลังและการจัดหาและจัดส่งปิโตรเลียมเพื่อเพิ่มศักยภาพให้ธุรกิจเข้มแข็งขึ้น

นอกจากนั้น ยังมีการลงทุนและการร่วมทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจน้ำมันทั้งภายในและภายนอกประเทศ

วันนี้ ปตท. มิได้มองแค่การทำการค้าภายในประเทศเท่านั้น แต่ในอนาคตอันใกล้เราคาดหวังว่าเราจะสามารถขยายฐานของสถานีบริการในต่างประเทศ เพื่อจุดหมายในการก้าวสู่การเป็นแบรนด์ระดับโลก

นายวิทยา หวังจิตตารักษ์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ การตลาดขายปลีก กล่าวเกี่ยวกับทิศทางและกลยุทธ์ตลาดขายปลีก ปตท.ปี 2552 ว่า ปตท.อาสาให้อะไรที่คนอื่นไม่มีและเป็นผู้นำในการให้ประชาชนได้อะไรมากกว่าในอดีต พร้อมกันนั้นยังพร้อมเปลี่ยนภาพลักษณ์จากอดีตเน้นยอดขายและการมีสถานีบริการมากๆทำให้ธุรกิจน้ำมันค้าปลีกไม่มีมาตรฐาน ปัจจุบันมุ่งเน้นขายปลีก มีจำนวนเครือข่ายเหมาะสมและครอบคลุมปรับภาพลักษณ์ วาง Lay-out เน้นการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ และพัฒนาธุรกิจค้าปลีก อนาคต ยกกระดับเหนือคู่แข่ง ทุกสถานีมีมาตรฐาน สร้างรายได้จาก Oil/ Non-Oil มุ่งเน้นผู้บริโภค และเติบโตอย่างยั่งยืน

ในเรื่องวิสัยทัศน์เราเป็นผู้นำตลาดค้าปลีกน้ำมันที่มีภาพลักษณ์ของสถานี

บริการและคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดในประเทศ สร้างผลตอบแทนบนความสำเร็จทางธุรกิจของผู้แทนจำหน่ายและการยอมรับของสังคมไทย ทีมงานค้าปลีกขอเป็นหัวทอกในการพัฒนาไปพร้อมกับการพัฒนาประเทศ

นายวิทยา กล่าวต่อว่า สำหรับภาระกิจและเป้าหมายของเราคือ การต่อยอดธุรกิจจากภาพลักษณ์ที่ดีของสถานบริการ วางเป้าครองส่วนแบ่งตลาดและส่วนแบ่งผู้บริโภคสูงสุดสำหรับทุกผลิตภัณฑ์เชื้อเพลิงและน้ำมันหล่อลื่น พร้อมเป็นผู้นำในการกำหนดมาตรฐานและทิศทางอุตสาหกรรม (Trendsetter) อีกทั้งยังใส่ใจสิ่งแวดล้อมและชุมชน โดยเน้นธุรกิจในสถานบริการที่เติบโตอย่างยั่งยืน

คำกล่าวที่ว่า **“ยกระดับจากอดีตสู่ปัจจุบันเพื่ออนาคต”** คงไม่มากเกินไปในช่วงนี้ ที่จะหาคำบรรยายใดมากล่าวถึงปตท. แต่อย่างว่าเมื่อมีบวกก็ยอมมีลบเสมอหลายฝ่ายยังคงมีความเคลือบแคลงใจสงสัยในนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาน้ำมันในประเทศ และยังคงตั้งข้อคำถามข้อสงสัยมากมายว่า ทำไมประเทศไทยของเรายังต้องใช้น้ำมันในราคาที่แพงเกินกว่าความเป็นจริงอย่างมาก ทั้งที่ในบางขณะที่ราคาน้ำมันในตลาดโลกปรับตัวลดลง ราคาน้ำมันในบ้านเรากลับไม่ลดลงตามไปด้วย ไม่รู้ว่าผู้รับผิดชอบจะอ้างว่าอย่างไร หรือตอบคำถามแก่ผู้ข้องใจให้กระจ่างได้ทางไหน ในทางตรงข้าม เมื่อมีการปรับขึ้นของราคาน้ำมันในตลาดโลก ทำไมผู้เกี่ยวข้องในการกำหนดราคาน้ำมันในประเทศจึงได้ช่วยตัวกันไว้อย่างปรอท มั่นนำคิดใหม่

ปตท.ปรับภาพลักษณ์ของสถานบริการแล้ว อย่าลืมปรับภาพลักษณ์เรื่องความจริงใจด้วยนะจ๊ะประชาชนชาวไทย เข้าวารอยู่

