



วารสาร
บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน)
ปีที่ 27 ฉบับที่ 2 / เดือนพฤษภาคม 2562



โลกเปลี่ยน เราแค่ปรับ ไปกับ CTO บุรณิน รัตนสมบัติ

04

Moving Around

สัมภาษณ์พิเศษ

บุรณิน รัตนสมบัติ

CTO: Chief Transformation
Officer

20

PTTOR Global

ก้าวสู่ Leading

Thai Global Brand

ในดินแดนกับพู่ชา

30

Mr. Adman

เจาะลึกเบื้องหลัง...

ภาพยนตร์โฆษณา

PTT UltraForce

Diesel Premium

CONTENTS

03
PTTOR Q & A

04
MOVING
AROUND

10
UPDATE &
TREND

12
PTTOR TO
SHARE

14
PTTOR
SUPPORT &
SHARE

16
HIGH SPEED

18
CRM CONER

20
PTTOR
GLOBAL

22
PTTOR
SOCIETY

24
ENERGY
GURU

26
MARKETING
FOCUS &
SUCCESS
QUOTE

27
WELLNESS

28
CAFÉ
AMAZON
COOL

30
MR. ADMAN

32
PTT STATION
NAVIGATOR

34
FIX & FIT
AUTO

35
COOL GAME

EDITOR'S TALK

พลังไทยฉบับพฤษภาคมนี้ เรามีสาระน่าสนใจมากมายมาฝากเช่นเคย เพื่อให้ทุกท่านได้รับทราบข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของ PTTOR ไปพร้อม ๆ กัน เริ่มด้วยเรื่องเด่นประจำฉบับกับบทบาทใหม่ของคนคุ้นเคย คุณบุรณิ รัตนสมบัติ ในตำแหน่งที่ไม่เคยมีมาก่อน “ผู้อำนวยการโครงการเพิ่มระดับขีดความสามารถ เพื่อศักยภาพในการแข่งขัน” หรือ CTO: Chief Transformation Officer ผู้ที่จะมาถือหางเสือ Transform PTTOR ให้พร้อมเติบโตอย่างก้าวกระโดด ด้วยการยึดหลักการสั้น ๆ คม ๆ ที่ว่า “โลกเปลี่ยน เราแค่ปรับ” มาดูกันว่าคุณบุรณิ ได้วางแผนปรับเปลี่ยน PTTOR ไว้อย่างไรกันบ้างในคอลัมน์ Moving Around

ส่วนสาระประโยชน์เพื่อเพิ่มมุมมองในการดำเนินธุรกิจของทุกท่านเราก็มี มาให้อ่านกันแบบเนื่อ ๆ เช่น ความสำคัญของ Big Data ที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพ การแข่งขัน ในคอลัมน์ Update & Trend, Free WiFi เครื่องมือสร้างกลยุทธ์ การตลาด...ต้นทุนต่ำแต่สุดคุ้มค่า ในคอลัมน์ Marketing Focus ส่วนคอลัมน์ PTTOR Global พาคุณมารู้จักกับบริษัท พีทีที (กัมพูชา) จำกัด ที่บัดนี้ได้ก้าวสู่ การเป็น Leading Thai Global Brand ในดินแดนกัมพูชาเรียบร้อยแล้ว

ส่วนเรื่องไลฟ์สไตล์เราก็คัดสรรเรื่องน่ารู้ที่เป็นประโยชน์มาฝากในคอลัมน์ Wellness “ติดหวาน” ต้นเหตุสารพัดโรค และยังมีคอลัมน์ท่องเที่ยว PTT Station Navigator ชมของเด่น ชิมของดีในแต่ละท้องถิ่นทั่วไทย โดยไกด์ กิตติศักดิ์ดีที่เป็นผู้ประกอบการและพันธมิตรประจำถิ่นของ PTTOR นั่นเอง สำหรับฉบับนี้จะพาเที่ยวเมืองสุพรรณบุรีในอีกมุมที่ทุกท่านอาจไม่เคยเห็น รับรอง ว่าเป็นอีกเส้นทางที่น่าท่องเที่ยวมาก ๆ และยังมีเรื่องราวดี ๆ ที่เราคัดสรรมาฝาก อีกมากที่ทุกท่านไม่ควรพลาด มาติดตามกันได้เลยครับ

...We are progress partner

วารสารบริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) ปีที่ 27 ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2562

ที่ปรึกษา

จิราพร ขาวสวัสดิ์

บรรณาธิการบริหาร

ราชสุดา รังสิยากุล

บรรณาธิการ

ภัคพร ฉันทนาการ / กรรณิการ์ ศรีสุพรรณ / นภัทรชนม์ กรธนาเศรษฐ์ / พัลยมล สมสุทธิ / อนุรักษ์ สีละพร / วชิรพร โสถ์ปิณฑะ / โสภณ ลิมเจริญ

กองบรรณาธิการ

กมลวรรณ วงศ์วิชัย / ธราธิป นันทศิริ / กรวรรณ สังข์มงคล / นพดล ดาวแสงสว่าง / อธิวัฒน์ รัตนาร / ไศรดา บุญมาพร / สันต์ศิริ สุนทรนันท์ / รุ่งการ รักษาอุบล / สลิลทิพย์ ปิตีสุวรรณ์รัตน์ / สันต์สกล สุนทรนันท์ / ปิยะมิตร แสงวิจิตร / จิรเดช ญาณไพศาล / ตากเพชร เลขาวิจิตร / กมลทิพย์ โชติยะทุกะณะ / ศิลา พิทยอภิธา / ณพวุฒิ บุญศิริ / ศศิเมธ เปรมานัน / สิริวรรณ ลิมเจริญ

จัดทำโดย

ฝ่ายสื่อสารองค์กร บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน)
555/2 อาคาร EnCo A ชั้น 6 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

เลขออก: ดับบ หรือแจ้งปัญหาการจัดส่ง

phanlayamon.s@pttor.com / work032003@yahoo.com

ออกแบบและผลิตโดย

บริษัท เอิร์ด อายุ 1999 จำกัด / โทร. 02-279-5860



www.pttor.com

วารสารพลังไทย เป็นวารสารแฉวงพลังงานสำหรับผู้นำ PTTOR มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับนโยบายและการดำเนินงานของ PTTOR เพิ่มพูนความรู้ในด้านต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการบริหารธุรกิจ รวมถึงเป็นสื่อสัมพันธ์เสริมสร้างความเข้าใจ ส่งเสริมและพัฒนาสำนึกร่วมกันในการสร้างคุณค่าร่วมให้เกิดแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างสมดุล

วารสารฉบับนี้ พิมพ์ด้วยหมึกถั่วเหลือง บนกระดาษ Green Offset ซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เมื่อได้เข้ามาใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมัน PTT Station อะไรที่ทำให้คุณประทับใจ?

เพราะสถานีบริการน้ำมัน PTT Station มีสถานีกระจายอยู่ครบ 77 จังหวัด ความประทับใจและความรู้สึกดี ๆ เมื่อได้เข้ามาใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ย่อมเกิดขึ้นอย่างหลากหลายและมากมายในทุกวัน

เราจึงอยากให้คุณเขียนเรียงลำดับจาก 1 ถึง 3 ซึ่ง 1 จะเป็นสิ่งที่ท่านประทับใจต่อสถานีบริการน้ำมัน PTT Station มากที่สุด และหากใครมีความประทับใจอื่น ๆ อีกก็เขียนมาเพิ่มเติมได้เลยนะคะ ทางเรายินดีรับฟังอย่างรอบด้าน เพื่อให้ความประทับใจเหล่านี้คงอยู่ และนำไปสู่การพัฒนาอย่างตรงใจ และตรงกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุดครับ

...แล้วมารอลุ้นกันกับ “ของรางวัลสุดพิเศษ” สำหรับผู้ที่ส่งคำตอบมาร่วมสนุกกันครับ

- | | |
|---|--|
|  ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการน้ำมัน PTT Station |  การบริการของพนักงาน |
|  รูปแบบของสถานีบริการน้ำมัน PTT Station |  ความรวดเร็วในการบริการของพนักงาน |
|  จำนวนของสถานีบริการน้ำมัน PTT Station |  การให้ข้อมูลของพนักงาน |
|  ความเพียงพอของที่จอดรถ |  จำนวนของห้องน้ำ |
|  การจราจรในสถานี |  ความสะอาดของห้องน้ำ |
|  ความหลากหลายของร้านค้าหรือสินค้าต่าง ๆ |  อื่น ๆ โปรดระบุ |
|  การมีบรรยากาศที่ดีของเจ้าของสถานี | |

สแกนที่นี่



ก็ส่งคำตอบ
ได้เหมือนกัน!

2 ช่องทางเขียนคำตอบเด็ด ๆ แล้วส่งมาได้ตามสะดวก ดังนี้

- **ทางไปรษณีย์บัตร** ส่งมาที่ วารสารพลังไทย (วงเล็บด้วยว่า PTTOR Q & A)
555/2 อาคาร EnCo A ชั้น 6 ถนนวิภาวดีรังสิต
แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
- **ถ่ายรูปและส่ง eMail** มาที่: sopon_l@pttor.com

สำหรับ Q & A ในฉบับที่แล้ว กับคำถามที่ว่า “อยากให้ PTTOR มีธุรกิจ Non – Oil ใหม่อะไรบ้าง?” คำตอบที่มาเป็นอันดับ 1 คือ “โรงแรมและที่พัก” อันดับ 2 คือ “ร้านขายยา” และอันดับ 3 คือ “ร้านตัดผม” แล้วยังมีไอเดียเด็ดๆ อีกมากมาย เช่น ร้านขายของพรีเมียม PTTOR ศูนย์การเรียนรู้เพื่อสร้างอาชีพให้กับชุมชน หรือ แม้กระทั่ง Co – Working Space พื้นที่ให้เขาทำออฟฟิศ เป็นต้น

ยินดีกับ
คุณสาริอะ มะเด็ง
จ.ภูเก็ต

ที่ได้รับรางวัล

Godji T – Shirt

เสื้อยืดสุดเท่...พร้อมจัดส่ง
ให้ถึงบ้านเลยครับ



สอบถามเพิ่มเติมได้ที่ www.pttor.com/contact

โลกเปลี่ยน เราแค่ปรับ ไปกับ CTO

บุรณิน รัตนสมบัติ

Moving Around ฉบับนี้ เราพาคุณมาพบกับบุคคลสำคัญอีกท่านหนึ่งของ PTTOR ซึ่งเราเชื่อว่าเป็นที่รู้จักคุ้นเคยของทุกท่านเป็นอย่างดีอยู่แล้ว คุณบุรณิน รัตนสมบัติ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่วางแผน PTTOR ที่ในวันนี้ ท่านจะมาพบกับพวกเราในอีกหนึ่งบทบาทที่ท่านดูแลควบคู่อยู่ อันเป็นตำแหน่งใหม่ล่าสุดของ PTTOR ที่ไม่เคยมีผู้ใดเคยรับตำแหน่งนี้มาก่อน นั่นคือ ผู้อำนวยการโครงการเพิ่มระดับขีดความสามารถเพื่อศักยภาพในการแข่งขัน หรือ **CTO: Chief Transformation Officer** เป็นบทบาทของผู้ขับเคลื่อนสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับ PTTOR เพื่อให้ PTTOR เป็นองค์กรที่มีความคล่องตัวสูงในการปรับเปลี่ยนตัวเอง (Agile) พร้อมเติบโตอย่างก้าวกระโดดในทุกสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ ซึ่งตำแหน่ง CTO นี้ นับเป็นอีกหนึ่งความท้าทายของคุณบุรณินเลยทีเดียว



ความสามารถสะท้อนเป็นผลงานหลากหลาย

คุณบุรณิน ผ่านการทำงานมาแล้วในเกือบทุกมิติทั้งในเชิงกว้างและเชิงลึก ในเชิงกว้าง ท่านเคยดำรงตำแหน่งผู้จัดการฝ่าย สำนักกรรมการผู้จัดการใหญ่และเลขาธิการ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) รวมถึงเคยรับผิดชอบงานแผนกลยุทธ์ทั้งด้านธุรกิจและกลยุทธ์ด้านราคาสำหรับหลายผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่น้ำมันเชื้อเพลิงไปจนถึงผลิตภัณฑ์หล่อลื่น รวมถึงงานในเชิงลึกด้านการขายและการตลาด ทำให้คำว่า **“Regional Top Brand”** เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม บุกเบิกขยายธุรกิจน้ำมันและค่าปลีกไปยัง AEC เช่น ลาว กัมพูชา เมียนมา เป็นต้น นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับนวัตกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ ให้ความสำคัญกับการนำ Big Data มาเพื่อใช้ประโยชน์จากข้อมูลทั้งที่มีอยู่และข้อมูลที่ต้องกรำจำเป็นต้องมี พลิกแบรนด์ให้มีความทันสมัยด้วยเทคโนโลยี

ซึ่งก่อนการก้าวขึ้นสู่ตำแหน่ง CTO นั้น คุณบุรณินรับผิดชอบธุรกิจหล่อลื่นในตำแหน่งรองกรรมการผู้จัดการใหญ่ธุรกิจหล่อลื่นมาหลายปี และเป็นผู้มีบทบาทสำคัญทำให้แบรนด์ PTT Lubricants มีชีวิตชีวา เป็นที่ยอมรับกว้างไกลยิ่งขึ้นด้วยการขยายตลาดไปยัง 42 ประเทศ จนกระทั่งได้รับรางวัล Best Export Awards รวมทั้ง Best Thai Brand เพื่อยกยอขายทั้งน้ำมันหล่อลื่นในกลุ่มอุตสาหกรรมและกลุ่ม Hi-End Product พัฒนาแบรนด์ FIT Auto ศูนย์บริการยานยนต์ครบวงจร ซึ่งเคยตามหลังแบรนด์อื่น ให้เป็นที่ยอมรับเรื่องคุณภาพในการให้บริการ เริ่มมีชื่อเสียงโด่งดังเป็นที่ยอมรับ จนมีสาขากว่า 44 แห่งทั่วประเทศ ล่าสุดยังได้ผลักดันให้เกิดการจัดตั้งบริษัท PTTOR CHINA (Shanghai) จำกัด ขึ้น เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจหล่อลื่นและธุรกิจร้านกาแฟ คาเฟ่ อเมซอน ในตลาดประเทศจีนอีกด้วย



นอกจากงานหน้าบ้าน คุณบุรณินยังให้ความสำคัญกับงานหลังบ้านด้วยการบริหารจัดการต้นทุน ลงทุนในระบบจัดการคลังสินค้าผลิตภัณฑ์หล่อลื่น Ultimate Warehouse ให้เป็นระบบคลังอัจฉริยะ และยังได้ต่อยอดความสำเร็จของแบรนด์ PTT Lubricants เมื่อ ปตท. และ PTTOR ได้ร่วมกันเป็น Title Sponsor ในรายการแข่งขันรถจักรยานยนต์ทางเรียบระดับโลก MotoGP ภายใต้ชื่อรายการ “PTT Thailand Grand Prix” เป็นครั้งแรกในปี 2561 ทำให้แบรนด์ PTT Lubricants ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของ PTTOR ได้มีโอกาสเปิดตัวสู่สายตาของผู้ชมที่เป็นแฟนกีฬามอเตอร์สปอร์ตกว่า 200 ประเทศ ผ่านสายตาผู้ชมกว่า 800 ล้านคู่ทั่วโลก ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

ครบเครื่องขนาดนี้ เรียกได้ว่าคุณบุรณินเป็น “เด็กน้ำมัน” โดยกำเนิดอีกคนหนึ่งเลยทีเดียว และคงไม่ผิด หากจะพูดว่าคุณบุรณิน คือหนึ่งในฟันเฟืองสำคัญที่ร่วมสร้างสรรค์พัฒนา ปตท. หรือ PTTOR ในปัจจุบัน ให้เป็นแบรนด์อันดับ 1 ของประเทศไทย และเติบโตในภูมิภาคต่อไป



นักสร้างสรรค์ที่ครบเครื่องทั้งบุ๋นและบู๊

จากผลงานที่ผ่านมาเป็นเครื่องยืนยันว่าคุณบุรณินเป็นคนทำงานตัวจริงที่ครบเครื่องทั้งบุ๋นและบู๊ มีความเชี่ยวชาญทั้งภาควิชาการ ภาคการบริหาร และภาคการปฏิบัติมีแนวคิดไม่เหมือนใคร เพราะท่านคิดเสมอว่า **“การทำงานที่ดี ต้องเป็นคน Provide Solution ในการทำงาน”** ดังนั้นสิ่งที่เรามักเห็นคือ คุณบุรณินจะมาพร้อมกับ Solution ใหม่ ๆ และมีทางออกให้กับทุกปัญหาอยู่เสมอ อีกทั้งยังไม่กลัวการเปลี่ยนแปลง ด้วยเหตุนี้จึงได้รับโจทย์ให้ทำงานใหม่ ๆ ที่องค์กรไม่เคยทำมาก่อน อยู่เสมออย่างที่กล่าวมาแล้ว และเมื่อ ปตท. มีนโยบายปรับโครงสร้าง Spin-Off หน่วยธุรกิจออกมาเป็น “บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) หรือ พีทีที โออาร์” (PTTOR) และต้องดำเนินธุรกิจ ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป PTTOR จึงจำเป็นต้องเร่งปรับตัว เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ดังนั้น คุณบุรณินจึงได้รับความไว้วางใจ ให้ดำรงตำแหน่ง CTO ผู้นำที่จะมาปรับเปลี่ยนองค์กรทั้งในระดับ ภาพรวมและในระดับการปฏิบัติงานเชิงลึก

“ทุกบริษัทต้องมีการเปลี่ยนแปลง เพราะพฤติกรรมผู้บริโภค เปลี่ยนไป มีการแข่งขันมากขึ้น ทุกบริษัทต่างก็มีความกังวล เพราะเป็นช่วงที่มีความท้าทายสูง ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงในช่วงนี้ ถือว่าอยู่ในสถานะที่ยากกว่าเมื่อ 3-4 ปีที่ผ่านมา อีกทั้งยังเป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อ

ของการ Transition บางคนยังกลัวการเปลี่ยนแปลง แม้จะรู้ว่าในที่สุดจะต้องเปลี่ยนก็ตาม ดังนั้นการ Transition ครั้งนี้ จึงยังคงมี Barrier ที่เราต้องสร้างความเข้าใจให้กับทุกคน สร้างความกล้าเพื่อให้ทุกคนลุกขึ้นมาเปลี่ยนแปลงไปด้วยกันอย่างเต็มที่โดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง สร้างโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลง ทั้งคนภายในและคนภายนอกองค์กร”

“พนักงานควรรู้สึกสนุก มีความสุขกับการทำงาน ซึ่งจะทำให้สามารถสร้างผลงานที่มีประสิทธิภาพ ลูกค้า คู่ค้า ก็ยอมรับ ผูกพัน และปกป้องแบรนด์ของเราโดยอัตโนมัติ อีกทั้งยังสามารถสร้างประโยชน์ให้เกิดแก่สังคม ชุมชน และประเทศชาติได้อีกด้วย”

ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในองค์กร คือการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน โดยการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ การหาโมเดลธุรกิจใหม่ที่มีความทันสมัย สามารถตอบโจทย์ต่อผู้บริโภคได้ตรงใจมากขึ้น ทำให้องค์กรใหญ่อย่าง PTTOR สามารถทำงานทุกอย่างได้รวดเร็ว คล่องตัวในทุกความคิดและการตัดสินใจ ผลักดันคนรุ่นใหม่ให้ทำงานกับคนรุ่นใหญ่ได้อย่างลงตัว สร้างสูตรผสมใหม่ ๆ แห่งความสำเร็จขึ้นมาเพื่อต่อยอดเป็นธุรกิจที่ไม่เคยมีมาก่อน มีการเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืน

“การเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้ จะทำให้กระบวนการทำงานสั้นลง ชัดเจน เข้าใจง่าย ในมุมมองของผู้บริโภคต้องรู้สึกได้ว่า แบรนด์ของเราทันสมัย มีธุรกิจใหม่ ๆ มาตอบสนองความต้องการเขาได้มากขึ้น ส่วนในมุมมองผู้แทนจำหน่ายต้องสร้างความรู้สึกของการร่วมเป็นเครือข่าย มีการใช้ Asset ทั้งของผู้แทนจำหน่ายและของ PTTOR ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตัดสินใจบนฐานข้อมูล และตัดสินใจรวดเร็วกว่าเดิม”



สองประสานส่งเสริมสู่ความสำเร็จ

ในการรับผิดชอบควบทั้งตำแหน่งรองกรรมการผู้จัดการใหญ่ วางแผน และ CTO นี้ คุณบุรณินมองว่าทั้ง 2 หน้าที่ ต่างมีส่วนช่วยส่งเสริมซึ่งกันและกันได้เป็นอย่างดี

“การควบ 2 ตำแหน่ง ทำให้เกิดความเป็นเอกภาพในการกำหนดนโยบาย และทำให้นโยบายของทั้ง 2 งานสอดคล้องกัน สามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้จริง งานแผนคือ การกำหนดกลยุทธ์ การกำหนดทิศทางในอนาคตขององค์กร การจัดสรรเรื่องทรัพยากร รวมถึงการลงทุนในธุรกิจใหม่ ๆ การจัดสรร Portfolio การพัฒนาธุรกิจ และการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ส่วน CTO จะช่วยเสริมให้การทำงานของแผนไม่อยู่แต่เพียงบน Paper แต่เป็นการทำแผนบนพื้นฐานของการมุ่งให้เกิด Execution อันเป็นพื้นฐานให้ CTO สามารถขับเคลื่อนให้มีสิ่งใหม่ ๆ เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะเดียวกันก็สามารถสนับสนุนการทำงานของหน่วยธุรกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพเปลี่ยนบทบาทของงานแผนให้เป็น Active Partner ของคนในองค์กร ของลูกค้า และของคู่ค้า เป็นหน่วยงานแผนที่กำลังก้าวไกลตัดสินใจและช่วยผลักดันให้คนในองค์กรร่วมลุกขึ้นมาเดินไปข้างหน้าด้วยกัน”

จากแนวคิดของคุณบุรณิน “ศักยภาพของคนทำงาน” ถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนองค์กรให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ คุณบุรณินมีวิธีสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานให้พนักงานอย่างไร เพื่อร่วมกันนำพาองค์กรให้ไปถึงจุดนั้น

“ผมเชื่อว่า นกที่เกาะกิ่งไม้ ตัวนกนั้นไม่ได้มั่นใจว่ากิ่งไม้จะไม่หัก แต่มันมั่นใจในปีกของตัวเอง หากกิ่งไม้หัก นกยังสามารถบินได้ ผมเชื่อในศักยภาพของคน* แต่ละคนมีขีดความสามารถไม่เหมือนกัน มีมุมมอง มีความเก่ง แตกต่างกันไปคนละด้าน ดังนั้นเราต้องทำให้ทุกคนเชื่อมั่นว่าตนเองเป็นคนที่มีศักยภาพและดึงศักยภาพเหล่านั้นออกมาเพื่อทำงานเป็นทีม เพื่อนำความเก่งที่แตกต่างกันของแต่ละคนมาส่งเสริมซึ่งกันและกัน การสร้างแรงบันดาลใจของผมคือ จะต้องทำให้ทุกคนรู้วัตถุประสงค์ขององค์กร ทีมบริหารต้องสร้างบรรยากาศการทำงานให้สนุก ต้องแก้ปัญหาเป็น ต้องกระตุ้นให้พนักงานแต่ละคนแสดงศักยภาพของตัวเองออกมาให้ได้มากที่สุด ซึ่งการที่จะทำให้แนวคิดนี้จะสำเร็จได้ ผมจะต้องทำให้องค์กรมีความยืดหยุ่น Flat ลง มีลำดับชั้นการทำงานให้น้อยลงครับ”

* ที่มา : Charlie Wardle Quotes

ทำไมต้อง Transform

“เพราะปัจจุบันเป็นยุคที่เทคโนโลยีเข้ามาเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค โดยสิ้นเชิง องค์กรประกอบด้วยคนหลาย Generation ซึ่งมีความชอบไม่เหมือนกัน ไม่ว่าองค์กรจะเก่งหรือเคยประสบความสำเร็จมาอย่างไร ทุกองค์กรล้วนต้องปรับตัวให้มีความทันสมัย วันนี้ถึงแม้ว่าเราจะสามารถสร้างธุรกิจน้ำมันของเราให้เป็นอันดับ 1 ของประเทศได้สำเร็จแล้วก็ตาม หากแต่เราก็ยังคงต้องก้าวไปข้างหน้าต่อไป ถ้าเราไม่ปรับตัวตอนนี้ความสำเร็จที่เรามีอยู่อาจจะถดถอยลง ซึ่งการ Transform ครั้งนี้จะทำให้ PTTOR เป็นแบรนด์ที่ทันสมัย คงความเป็นหนุ่มสาวอยู่เสมอครับ”

แนวคิดในการ Transform

“ผมมองใน 4 มิติ โดยมีลูกค้าเป็นตัวตั้ง ทำอย่างไรให้ธุรกิจเรายังเติบโตได้ในอนาคต ทำอย่างไรให้มีผลตอบแทนจากการลงทุน ทำอย่างไรให้มีผลการลงทุนที่เหมาะสม และทำอย่างไรให้มีการบริหารความเสี่ยงที่รอบคอบ รัดกุม ไม่เกิดผลกระทบ แม้จะมีปัจจัยมา Disrupt ธุรกิจ สำหรับธุรกิจใหม่ หากยังเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยง เราต้องรู้ล่วงหน้า และรู้จักวิธีในการบริหารจัดการกับความเสี่ยงนั้น ๆ ก่อนที่จะส่งมอบธุรกิจนี้ให้กับผู้แทนจำหน่ายไปดำเนินธุรกิจต่อไป

คิดว่าการ Transform ในช่วงแรกนี้จะใช้เวลาสั้น ๆ ในการกำหนดทิศทางและแผนงานระยะสั้นในอีก 1-2 ปี เพื่อลูกค้าเข้ามาทำอะไรใหม่ ๆ และปรับ Portfolio ของ PTTOR ให้ธุรกิจเดิมมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ควบคู่ไปกับการขยายธุรกิจ Non-Oil ให้มีอาหารและเครื่องดื่มใหม่ ๆ มีรูปแบบการบริหารจัดการใหม่ ๆ รวมถึงการออกไปเติบโตในต่างประเทศ นอกจากนี้จะมีการลงทุนในธุรกิจใหม่ที่ PTTOR ไม่เคยทำ แต่เป็นธุรกิจที่จะมีบทบาทสำคัญต่อไปในอนาคต โดย PTTOR มีเป้าหมายในการร่วมสร้าง SMEs และ Start Up ไทยให้สามารถ Scale Up ได้ผ่านเครือข่ายสถานีบริการน้ำมัน PTT Station รวมถึงผ่านการขยายธุรกิจในต่างประเทศ และที่สำคัญคือการดึงศักยภาพของพนักงานออกมา ซึ่ง PTTOR ในวันนี้มีเด็กรุ่นใหม่ค่อนข้างมาก ดังนั้นจะอย่างไรให้พวกเขาเหล่านั้นรู้สึกสนุก มีความสุขกับการทำงาน ควบคู่ไปกับการส่งเสริมศักยภาพของผู้แทนจำหน่ายและคู่ค้า เพราะผู้แทนจำหน่ายสถานีบริการหรือเจ้าของธุรกิจในปัจจุบันนี้ ต่างก็เป็นคนรุ่นใหม่เช่นกัน การทำงานโดยนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ และผ่านความสัมพันธ์ในแบบพี่น้องหรือแบบเพื่อน โดยมีเป้าหมายคือต้องทำให้ PTTOR เป็นแบรนด์ที่ยั่งยืนและทุกคนรู้จัก”



CTO Message

“...ผมอยากให้พนักงาน PTTOR และผู้อ่านวารสารพลังไทยมั่นใจใน ศักยภาพของตัวเอง ไม่กลัวต่อการ เปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ทางธุรกิจ และพร้อมปรับตัวเพื่อ รองรับการเปลี่ยนแปลง อยากให้ ทุกคนเป็นเหมือนนกที่มั่นใจในปีก (ศักยภาพ) ของตัวเอง

โลกเปลี่ยน เราแค่ปรับครับ...”



Big Data

เพิ่มศักยภาพ การแข่งขันให้กับ PTTOR

“วันนี้พฤติกรรมของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว แล้วบริษัทของเราล่ะ ได้มีการเปลี่ยนแปลงตามลูกค้าแล้วหรือยัง?” นี่คือนโยบายที่นักการตลาดตั้งคำถามไว้อย่างน่าสนใจ

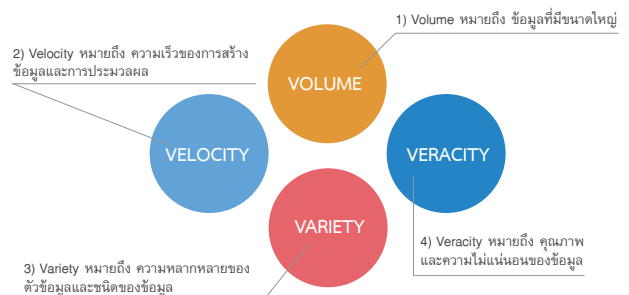


เป็นที่ทราบกันดีว่า ปัจจุบันพฤติกรรมของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง อาจด้วยเหตุผลความเร่งรีบในชีวิต เทคโนโลยีที่ทันสมัย รวดเร็ว จะทำให้องค์กรสามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ตรงใจมากขึ้น โดยเบื้องหลังสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นจาก “Big Data” หรือการจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ เพราะ “Data is The New Oil” ข้อมูลคือทรัพยากรที่มีค่าอย่างยิ่ง หากบริษัทใดสะสมข้อมูลและพฤติกรรมของลูกค้าได้มากที่สุด จะเป็นผู้ได้เปรียบในสงครามทางการตลาดยุคใหม่เสมอ

บริษัท Startup Company หรือบริษัทด้านเทคโนโลยี (Tech Company) สามารถเอาชนะบริษัทยักษ์ใหญ่ได้ไม่ยาก ก็เพราะนำเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า เรียกกันว่า Customer Experience โดยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกผ่านเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น Machine Learning (ML) โปรแกรมเรียนรู้จากข้อมูล หรือ Artificial Intelligence (AI) หรือปัญญาประดิษฐ์ที่สามารถช่วยตัดสินใจแทนมนุษย์ได้

ตัวอย่างบริษัทที่ประสบความสำเร็จก็อย่างเช่น Facebook, YouTube, Line, Uber, Grab ฯลฯ ซึ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่าง “ตรงเป้าหมาย ตรงเวลา ตรงสถานที่ และตรงใจ” (Moment of Truth) โดยใช้สิ่งที่นี้เป็นพื้นฐานเบื้องต้นที่สำคัญที่สุดคือ “ข้อมูล (Data)” ดังนั้น Big Data คือการจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ โดยมีลักษณะที่เรียกว่า 4V ดังนี้

The 4 V Characteristics of Big Data



1) Volume ข้อมูลที่มีขนาดใหญ่ 2) Velocity ข้อมูลที่เข้ามาอย่างรวดเร็ว 3) Variety ข้อมูลที่มีความหลากหลายและอยู่ในรูปแบบที่แตกต่างกัน เช่น ตัวเลข (Number) อักษร (Text) ภาพ (Picture) ฯลฯ 4) Veracity คุณภาพและความไม่แน่นอนของข้อมูล (ข้อมูลเดียวกันแต่มีรูปแบบการบันทึกที่ต่างกัน เช่น กรุงเทพฯ หรือ กทม.)

องค์กรต้องออกแบบว่าองค์กรจำเป็นต้องมีข้อมูลอะไรบ้างอะไรมีแล้วอะไรยังขาด ข้อมูลที่มีอยู่แล้วจะจัดเก็บในรูปแบบไหน ใครเป็นผู้รับผิดชอบทั้งในเรื่องการจัดเก็บและ Update ข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ ส่วนข้อมูลที่ยังไม่มี ก็ต้องหาทางว่าจะได้ข้อมูลเหล่านั้นมาได้อย่างไร เมื่อมีข้อมูลแล้วจะต้องนำข้อมูลไปวิเคราะห์เพื่อใช้งานให้เกิดประโยชน์สูงสุด เรียกกันว่า “Data Mining” หรือ “Data Analytics” โดยมีระดับความลึกของข้อมูลดังนี้

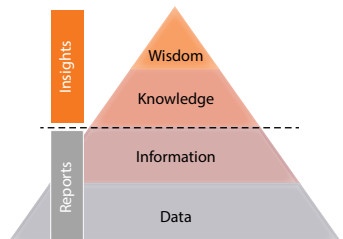
1. Data คือ ข้อมูลเริ่มต้น
2. Information คือ ข้อมูล

ที่ผ่านการวิเคราะห์เพื่อให้ความหมาย (Meaning) ในเชิงธุรกิจ และเพื่อให้เข้าใจได้ง่าย (Descriptive) เช่น รายงานเปรียบเทียบยอดขาย หรือรายงาน Top 10 สินค้าขายดี

3. Knowledge คือ ความรู้ที่เกิดขึ้นจากการเกิดขึ้นของ Information ที่มีรูปแบบ (Pattern) ซ้ำเดิม ซึ่งสามารถนำมาสร้าง Model หรือพยากรณ์เหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ (Predictive)

4. Wisdom คือ การนำ Knowledge มาใช้เพื่อตัดสินใจ (Decision Making) ได้ทันที อีกทั้งยังสามารถให้คำแนะนำว่าควรดำเนินการอย่างไรในรูปแบบของทางเลือกแต่ละทางเลือก และผลของทางเลือกที่ว่านี้จะมี Pros & Cons อย่างไร เรียกว่าข้อมูลเชิง Prescriptive

PTTOR ตระหนักถึงความสำคัญของ Big Data และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง จึงได้นำสิ่งเหล่านี้เข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินธุรกิจภายในสถานีบริการน้ำมันเป็นลำดับแรก ๆ ในไทย โดยจัดตั้งหน่วยงาน “ส่วนวิเคราะห์ข้อมูลและลูกค้าเชิงลึก (Data Analytics and Customer Insights Division)” ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค. 2560 ประกอบด้วยทีมนักวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก (Data Scientist) และทีมนักวิเคราะห์ธุรกิจ (Business Analyst) ซึ่งปัจจุบันมีขีดความสามารถในการสร้าง Model เพื่อพยากรณ์สิ่งที่จะเกิดขึ้น รวมถึงการนำข้อมูลเชิง Prescriptive ไปใช้ในการทำงานจริง



การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า (Customer Experience) นั้น จำเป็นต้องใช้การประมวลผลเบื้องหลังอย่างครบวงจรและแม่นยำ PTTOR จึงได้พัฒนาระบบ Big Data โดยรวบรวมข้อมูลตั้งแต่จากระบบ ERP ซึ่งเป็นระบบปฏิบัติการหลักขององค์กร (ระบบงาน SAP) ข้อมูลระบบ Point of Sales (POS) ของสถานีบริการน้ำมัน PTT Station กว่า 1,600 แห่ง ร้าน Café Amazon กว่า 2,500 แห่ง ข้อมูลสมาชิกบัตร PTT Blue Card (มากกว่า 4 ล้านราย) ระบบฐานข้อมูลลูกค้า (MKIS System) ข้อมูลระบบ Geographic Information System (GIS) และข้อมูลภายนอกอื่น ๆ (External Data) เช่น ข้อมูลการจราจร (Traffic Data) เป็นต้น เพื่อนำมาประมวลผลและวิเคราะห์ในหลากหลายมิติ อาทิ การแบ่งกลุ่มลูกค้าตามพฤติกรรม (Customer Segmentation) การวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค (Product Affinity) การสร้าง Model เพื่อค้นหา Customer Insight และ Fraud Detection การทำ Machine Learning เพื่อหา Correlation และ Forecasting สำหรับตัวแปรที่มีความสำคัญ เช่น วิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลชนิดผลิตภัณฑ์น้ำมัน ข้อมูลธุรกิจเสริม (Non - Oil) ข้อมูลสมาชิก PTT Blue Card ข้อมูลสถานีบริการหรือร้านค้าที่ใช้บริการบ่อย ข้อมูลชำระเงิน ตลอดจนวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อขยายสถานีบริการน้ำมัน PTT Station และ Café Amazon อย่างเหมาะสม เพื่อนำผลไปใช้ในการทำการตลาดของทั้งกลุ่มลูกค้าธุรกิจ (B2B) และผู้บริโภค (B2C) เพื่อทำโปรโมชันที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าเป็นรายบุคคล (Personalized Campaign) ที่ตรงใจ มองตลาดได้แม่นยำมากขึ้น

ทั้งนี้ PTTOR ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาศักยภาพในการเข้าถึงและวิเคราะห์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยมีแผนในการเก็บข้อมูลจาก Social Media, Video Analytics, Internet of Things (IoT) ซึ่งอยู่ในรูปแบบ Unstructured Data ที่มีความสำคัญมากขึ้นในปัจจุบัน เพื่อให้ทราบถึง Customer Insight ได้ลึกซึ้งขึ้น รู้จักพฤติกรรมลูกค้าได้รวดเร็ว มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ถือเป็นการสร้างความได้เปรียบที่สำคัญในการแข่งขันในยุคปัจจุบันอีกด้วย

What Happens with PTTOR in each Day?



หากมีข้อสงสัยหรือข้อเสนอแนะ สามารถติดต่อ
มาได้ที่ Bigdata@pttor.com แล้วพบกับใหม่ในฉบับหน้า



“ฮั่วเซ่งฮง ติ่มชำ”

มารู้จักตำนานความอร่อย
จากเยาวราช

“ฮั่วเซ่งฮง ติ่มชำ” เป็นแบรนด์ที่ต่อยอดจากร้านอาหารฮั่วเซ่งฮง เพื่อเป็นร้านอาหารจานด่วนประเภทติ่มชำ ในปี 2556 ซึ่งต้องการที่จะนำ “ตำนานความอร่อยจากเยาวราช” ไม่ว่าจะเป็น ซาลาเปา ติ่มชำ ขนมอบ อาหารจานเดียว เครื่องดื่ม มาเสริมฟูลูกค้าในปัจจุบันที่มีความเร่งรีบมากขึ้น แต่ยังคงต้องการอาหารที่อร่อยและมีคุณภาพ เพื่อเติมพลังให้กับร่างกายในทุก ๆ วัน

ฮั่วเซ่งฮง มีความหมายว่า สามัคคี สำเร็จ เพื่องฟู มีเป้าหมายคือการทำธุรกิจอาหารประเภทติ่มชำ ให้เป็นหนึ่งในใจผู้บริโภค

ฮั่วเซ่งฮง ติ่มชำ เริ่มเปิดสาขาแบบร้าน Stand Alone ในห้าง Fashion Island สาขาแรก เมื่อปี พ.ศ. 2556 และได้เล็งเห็นโอกาสจากการขยายพื้นที่เมือง ซึ่งสถานีบริการน้ำมัน PTT Station ก็ได้ขยายสาขาอย่างครอบคลุมทุกพื้นที่เช่นกัน ฮั่วเซ่งฮง ติ่มชำ จึงได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการเติมเต็มความต้องการของผู้บริโภคตามแนวคิด Living Community

ซาลาเปาและติ่มชำเป็นอาหารที่ตอบโจทย์ชีวิตที่ต้องการความรวดเร็ว ราคาเข้าถึงได้ ฮั่วเซ่งฮง ติ่มชำ จึงขยายธุรกิจเพื่อเติมเต็มไลฟ์สไตล์ของกลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้ จึงได้ขยายสาขาเปิดบริการในสถานีบริการน้ำมัน PTT Station สาขาบ่อปลาท่าระหัด จังหวัดสุพรรณบุรี ในปี พ.ศ. 2557 เป็นสาขาแรก

สำหรับเมนูแนะนำให้ลองก็คือ ซาลาเปาไส้หมูแดง หมูสับไข่เค็ม ครีมน้ำตาล ลาวาไข่เค็ม ขนมจีบกุ้ง ทาร์ตไข่ ข้าวหมูสับปลาเค็ม ซาด้าบ้วย นอกจากนี้ ยังมีเมนูตามเทศกาลที่ขายดี อย่างเช่น ซาลาเปาลาวาทุเรียน รวมถึงการออกเมนูใหม่ทุก ๆ ไตรมาส

- ติดตามฮั่วเซ่งฮง ติ่มชำ กันได้ที่ www.facebook.com/huasenghongdimsum
- สนใจแฟรนไชส์ติดต่อได้ที่ 02-196-5050

...“ฮั่วเซ่งฮง ติ่มชำ” อร่อยดี มีคุณภาพ...จาก
ตำนานแห่งเยาวราช

Hua Seng Hong
Dim Sum

ช่วงเวลาของความอร่อย
15 เม.ย. 62 - 15 มิ.ย. 62

เนื้อไก่บ่ม

Good Protein

ซาลาเปาไก่

22 บาท/1ใบ

TRANS FAT FREE
Transfat Free Dough

No Preservatives

Soft Dough

QR Code

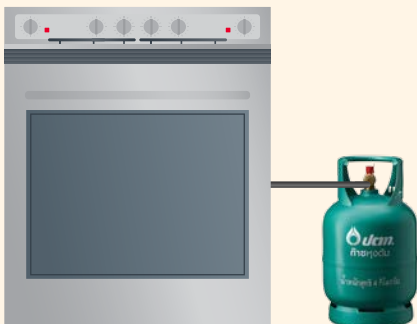
f i LINE@ huasenghongdimsum

ระยะเวลาจำหน่าย: 15 เม.ย. 62 - 15 มิ.ย. 62
หรือจนกว่าสินค้าจะหมด
*อาหารและภาชนะในภาพใช้เพื่อการโฆษณาเท่านั้น



โครงการให้ความรู้ระบบ **ความปลอดภัย** ของ **คลังปิโตรเลียมลำปาง** เรื่องการใช้ก๊าซอย่างถูกวิธี และ **ซ่อมเตาแก๊สหุงต้มในครัวเรือน**

คลังปิโตรเลียมลำปาง เป็นคลังน้ำมันและคลังก๊าซปิโตรเลียมเหลวที่มีระบบความปลอดภัยได้มาตรฐาน ตั้งอยู่ถนนไอรวยลำปาง - จาว ตำบลชมพู อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยมีชุมชนล้อมรอบ เป็นศูนย์กลางการเก็บน้ำมันและก๊าซปิโตรเลียมเหลวที่มีความปลอดภัยสูง มั่นใจได้ในทุกระบบขั้นตอน



ตลอดเดือนมีนาคมถึงตุลาคม พ.ศ. 2562 คลังปิโตรเลียมลำปาง ได้ดำเนินกิจกรรมร่วมกับชุมชนรอบพื้นที่ปฏิบัติการ จำนวนทั้งสิ้น 6 ชุมชน (รวม 480 คน) อาทิ ชุมชนนาแก้วเหนือ ชุมชนกลางทุ่ง เป็นต้น ภายใต้ชื่อ “โครงการให้ความรู้ระบบความปลอดภัยของคลังปิโตรเลียมลำปาง เรื่องการใช้แก๊ซอย่างถูกวิธีและซ่อมเตาแก๊ซหุงต้มในครัวเรือน” โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับคลังปิโตรเลียมลำปาง เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของ PTTOR ระบบความปลอดภัยของคลัง
2. การให้ความรู้ความปลอดภัยการใช้แก๊ซหุงต้มในครัวเรือน และการดับเพลิงเบื้องต้นอย่างถูกวิธี
3. การซ่อมเตาแก๊ซหุงต้มในครัวเรือน เช่น การเปลี่ยนสายปรับแรงดันและการทำความสะอาดหัวเตา เป็นต้น โดยมีการแจกแบบสอบถามเพื่อประเมินผลความพึงพอใจของโครงการฯ และนำมาปรับปรุงการดำเนินงานโครงการฯ ต่อไป

นอกจากโครงการที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว PTTOR ยังได้ให้การสนับสนุนกิจกรรมที่เป็นประโยชน์กับชุมชนในจังหวัดลำปางอีกหลายโครงการ เพื่อรักษาศิลปวัฒนธรรม และเพื่อให้ชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น อาทิ การสืบสานประเพณีตีทองปู่จวนครลำปาง การมอบทุนการศึกษาให้แก่นักเรียนในพื้นที่รอบคลังปิโตรเลียมลำปาง โครงการอาสาสาสุข เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องฟรี โครงการตรวจสอบความปลอดภัยแก๊ซหุงต้ม เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้ PTTOR ได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของสังคมชุมชนจังหวัดลำปางอย่างแท้จริง



ptt MOTORSPORT 1

คว้าอันดับ

Blancpain GT World Challenge Asia 2019

การแข่งขันรถยนต์ Supercar ทางเรียบที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของเอเชีย



แนวคิด The Moving Innovation นวัตกรรมเพื่อการขับเคลื่อน PTT Lubricants จึงมุ่งเน้นการพัฒนาด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ บริการ และขีดความสามารถในการปรับตัว เพื่อให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในศักยภาพ และคุณภาพสินค้าของแบรนด์ PTT Lubricants มากขึ้น



TANART SATHIENTHIRAKUL
AND
PHILIP HAMPRECHT

ABSOLUTE RACING TEAM

การเข้าร่วมการแข่งขันรถยนต์ทางเรียบ GT Championship ที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของเอเชีย ภายใต้ชื่อ “บลองค์แปง จีที เวิลด์ ชาเลนจ์ เอเชีย (Blancpain GT World Challenge Asia)” ในปี 2019 นี้ถือเป็นหนึ่งในเป้าหมายของ PTT Lubricants ในการพิสูจน์คุณภาพผลิตภัณฑ์หล่อลื่นแบรนด์ไทย ที่พร้อมก้าวต่อไปในระดับโลก ภายใต้ชื่อ PTT Motor Sport

Blancpain GT World Challenge Asia เป็นการแข่งขันรถยนต์ประเภทมินิเอ็นดูรานซ์ จากการแข่งขันซูเปอร์คาร์ประเภทจีที 3 และจีที 4 โดยไฮไลต์อยู่ที่รถแข่งซูเปอร์คาร์ชั้นนำของโลกหลากหลายแบรนด์ อาทิ ลัมโบร์กินี ซูราคาน จีที 3, ออดี้ อาร์ 8 แอลเอ็มเอส, แม็คคลาเรน 650 เอส จีที 3, เฟอร์รารี 488 จีที 3, แอสตัน มาร์ติน วี 12 แวนแทจ จีที 3, ปอร์เช่ 911 จีที 3, บีเอ็มดับเบิลยู เอ็ม 6 จีที 3, เมอร์เซเดส-เอเอ็มจี จีที 3 ฯลฯ

Blancpain GT ฤดูกาลนี้ประเดิมสนามแรกไปเมื่อวันที่ 5 – 7 เมษายน ที่ผ่านมา ณ ประเทศมาเลเซีย ด้วยรถแข่งทั้งหมด 30 คัน โดยเฉพาะในรุ่น จีที 3 นั้นมีรถร่วมแข่งขันถึง 25 คัน เป็นสถิติใหม่ของสนามเซปิง อินเตอร์เนชันแนล เซอร์กิต โดยจะแข่งขันกัน 60 นาที บนสนามที่มีความยาว 5.543 กม. ผลการแข่งขัน คือ นักแข่งสังกัด PTT Motor Sport สามารถคว้าอันดับที่ 1 มาได้ทั้ง 2 Race นั่นคือ Jeffrey Lee & Alessio Picariello ทีม Craft-Bamboo Racing กับบรเดมอร์เซเดส-เอเอ็มจี จีที 3 ใน Race แรก และท็อป - ธนาตย์ เสนิดิระกุล นักแข่งไฟแรงชาวไทยที่เหยียบคันเร่งปอร์เช่ 911 จีที 3 เข้าวินใน Race 2 ได้อย่างสวยงามและน่าภาคภูมิใจ



Blancpain GT World Challenge Asia มีการแข่งขันตลอดปี 2019 รวมทั้งหมด 6 สนาม โดยมีเจ้าภาพทั้งหมด 5 ประเทศ ได้แก่ มาเลเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ จีน และไทย โดยไทยรับเป็นเจ้าภาพในสนามที่ 2 ของการแข่งขัน ณ สนามเซปิง อินเตอร์เนชันแนล เซอร์กิต จังหวัดบุรีรัมย์ กับระยะทางยาว 4.554 กม. ระหว่างวันที่ 11 - 12 พฤษภาคม 2562 โดยจะเป็น Race 3 และ 4 ของฤดูกาล โดยแข่งขัน Race ละ 60 นาที

...รับรองว่า ศักยภาพของคนไทยและผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ PTT Lubricants จะสามารถขับเคลื่อนและสู้กับแข่งระดับโลกชาติอื่น ๆ ได้อย่างสนุกและภาคภูมิใจอย่างแน่นอน

Social Media กับ ความคิดเห็น ...เรื่องสำคัญที่ต้องใส่ใจ



สวัสดีค่ะ ท่านผู้อ่านที่เคารพทุกท่าน กลับมาพบกันอีกครั้งนะคะ กับ CRM Corner เชื่อว่าหลาย ๆ ท่านคงเริ่มรู้สึกได้ถึงอากาศอันร้อนระอุในช่วงนี้กันแล้วอย่างแน่นอน ทุกท่านอย่าลืมดูแลตัวเอง ดื่มน้ำสะอาดให้เพียงพอ เพื่อชดเชยการสูญเสียน้ำในร่างกาย และหลีกเลี่ยงการทำกิจกรรมกลางแจ้งที่ร้อนจัดเป็นเวลานาน หรือหากจำเป็นต้องอยู่กลางแจ้ง อย่าลืมหาเครื่องป้องกัน เช่น หมวก ร่ม และเสื้อผ้าที่สามารถระบายเหงื่อได้ดีมาใส่กันด้วยนะคะ

นอกเหนือจากอากาศที่ร้อนระอุแล้ว ปัจจุบันการแสดงออกเรื่องความคิดเห็นในโลก Social ก็ถือได้ว่ามีความร้อนระอุไม่แพ้กัน





คงจะปฏิเสธไม่ได้ว่าในสังคมยุคดิจิทัลนี้ โลกของเราเสมือนถูกย่อให้เล็กลงด้วยเทคโนโลยีต่าง ๆ การสื่อสารมีการพัฒนาไปอย่างก้าวไกล ทำให้การรับรู้ข่าวสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูลเป็นไปได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น แน่นอนว่าวิวัฒนาการเหล่านี้ ก่อให้เกิดประโยชน์และความสะดวกสบายต่อการใช้ชีวิตประจำวันของเรา ทว่าการเปลี่ยนแปลงนี้สามารถส่งผลกระทบมากมายตามมาได้เช่นกัน ทีมงานลูกค้าสัมพันธ์มั่นใจว่า คุณผู้อ่านต้องเคยพบเห็น หรือแม้กระทั่งเป็นส่วนหนึ่งในบทสนทนาเกี่ยวกับการดำเนินงาน หรือคุณภาพสินค้า และการให้บริการของธุรกิจต่าง ๆ บนโลกออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการแสดงความคิดเห็นในกระดานเว็บไซต์ หรือตามโพสต์ในทวีตเตอร์และเฟซบุ๊ก หากการพูดคุยนั้นเป็นไปในเชิงบวกย่อมส่งผลดีต่อแบรนด์ แต่หากความคิดเห็นนั้นเป็นไปในเชิงลบ แบรนด์จำเป็นต้องเร่งแก้ไขเพื่อป้องกันผลกระทบรุนแรงที่จะเกิดขึ้น

CRM Corner ฉบับนี้ จึงขอนำสาระที่น่าสนใจเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค ในการแสดงความเห็นเชิงลบบน Social Media มาฝากกันค่ะ

งานวิจัยชื่อ “พฤติกรรมแสดงความคิดเห็นเชิงลบ และความคาดหวังต่อการตอบกลับจากแบรนด์บนสื่อสังคมของคนไทย” จากคณะนิเทศศาสตร์ การตลาด มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย พบว่ามากกว่า 80% ของคนไทยที่แสดงความเห็นเชิงลบบน Social Media มีวัตถุประสงค์คือต้องการดักเตือนแบรนด์และชี้แจงปัญหาที่พบ รวมถึงเตือนคนใกล้ตัวในการเลือกใช้แบรนด์ และมากกว่า 78% ของคนไทยคิดว่า การร้องเรียนบนช่องทางออนไลน์จะได้รับความสนใจจากแบรนด์มากกว่าช่องทางอื่น

ผลการวิจัยระบุว่า คนไทยส่วนมากต้องการให้แบรนด์แก้ไขปัญหาดด้วยความจริงใจ ควบคู่ไปกับการปรับปรุงพัฒนาสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้น โดยส่วนใหญ่คาดหวังให้แบรนด์ออกมาชี้แจงข้อเท็จจริง พร้อมทั้งให้คำแนะนำและแนวทางการแก้ไขปัญหาแก่ผู้บริโภคอย่างสุภาพและรวดเร็ว ซึ่งจากผลวิจัย 99.30% ของคนไทยจะยังคงใช้สินค้าและบริการต่อไป หากได้รับการตอบกลับหรือการแก้ไขปัญหาจากทางแบรนด์

จากผลการศึกษา ลูกค้าที่มาแสดงความเห็นเชิงลบผ่านช่องทางต่าง ๆ ก็เพราะต้องการสื่อสารกับแบรนด์โดยตรง ดังนั้นแบรนด์จำเป็นต้องให้ความสำคัญ และตอบกลับความคิดเห็นเชิงลบเหล่านั้นมากกว่าที่จะหลีกเลี่ยง

1365 Contact Center ทีมงานลูกค้าสัมพันธ์ เล็งเห็นถึงความสำคัญและมุ่งมั่นที่จะรับฟัง ช่วยเหลือทุกเสียงของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นมาจากระบบช่องทางออฟไลน์หรือออนไลน์ ทีมงานลูกค้าสัมพันธ์เชื่อว่า การแก้ไขสถานการณ์ปัญหาให้ลูกค้าที่ดี ไม่ใช่แค่การขอโทษเพียงอย่างเดียว เรามีการประสานงาน ติดตามผลการดำเนินการ รวมทั้งผลักดันให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องคิดค้นวิธีการป้องกันการเกิดปัญหาในระยะยาว เพื่อลดการเกิดข้อร้องเรียนซ้ำนอกจากนี้เรายังนำเสียงของลูกค้าส่งต่อไปยังผู้บริหาร ให้สามารถนำข้อมูลมาต่อยอดพัฒนาสินค้าและบริการของเราต่อไป เพื่อให้ผู้บริโภคและคู่ค้ามั่นใจได้ถึงศักยภาพและคุณภาพในธุรกิจของเราค่ะ

สำหรับ CRM Corner ฉบับหน้าทีมงานจะมีเรื่องราวสาระดี ๆ อะไรมาฝาก อย่าลืมติดตามอ่านกันในฉบับต่อไปนะคะ สุดท้ายนี้หากคุณผู้อ่าน ท่านใดไม่ได้รับความสะดวก หรือมีข้อเสนอแนะ - ดิชม ทางทีมงานลูกค้าสัมพันธ์ยินดีรับฟัง เพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการ โดยสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชม.

- โทรศัพท์: 1365
 - eMail: 1365@pttor.com
 - Fax: 02-239-7762
 - www.pttor.com
- ผ่านเมนู Contact us

เพราะทุกเสียงของท่าน
มีคุณค่าต่อเราเสมอ
1365 Contact Center
ทีมงานลูกค้าสัมพันธ์
ยินดีให้บริการค่ะ



ก้าวสู่ Leading Thai Global Brand ในดินแดนกัมพูชา



ประเทศกัมพูชา อยู่ในทำเลที่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งจัดว่าเป็นจุดยุทธศาสตร์ที่ดีมาก มีทางออกทะเลและพรมแดนติดกับ 3 ประเทศคือ ไทย ลาว และเวียดนาม สามารถรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของภูมิภาคได้เป็นอย่างดี กัมพูชาเป็นประเทศที่มีอารยธรรมเก่าแก่ เป็นที่รู้จักดีทั่วโลก นั่นคือ นครวัด นครธม มรดกโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวหลายล้านคน ปัจจุบันกัมพูชาเป็นประเทศใหม่ที่เปี่ยมไปด้วยศักยภาพ มีจำนวนประชากรกว่า 16 ล้านคน มีเศรษฐกิจที่เติบโตรวดเร็วเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก คาดว่าในอีก 5 ปีข้างหน้า เศรษฐกิจจะเติบโตประมาณ 7% ต่อปี

สำหรับ PTTOR ได้เข้าไปในกัมพูชาเมื่อ 26 ปีที่แล้ว ในปี พ.ศ. 2535 เริ่มโดยธุรกิจขายน้ำมันอากาศยานและดีเซลจากประเทศไทย ผ่านบริษัท The Continental Indochine Import Export Co., Ltd. (CIL) โดยขายให้แก่หลายหน่วยงานขององค์กรสหประชาชาติ เช่น The United Nations Transitional Authority in Cambodia (UNTAC) และ The United Nations Advance Mission in Cambodia (UNAMIC) เป็นต้น หลังจากนั้น พ.ศ. 2538 ได้จัดตั้งสำนักงานตัวแทนอย่างเป็นทางการขึ้น พัฒนาเครือข่ายธุรกิจค้าปลีก เริ่มจากเปิดสถานีบริการน้ำมันจำนวน 6 แห่ง ซึ่งประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี

หลังจากนั้นอีก 5 ปี ผู้บริหารของหน่วยงานที่รับผิดชอบในขณะนั้น นำโดยคุณฉัตรชาติ จารุจินดา ได้เล็งเห็นอนาคตทางธุรกิจระยะยาวและมั่นใจในเสถียรภาพทางการเมืองของกัมพูชา จึงได้จัดตั้งบริษัท พีทีที (กัมพูชา) จำกัด หรือ PTT (Cambodia) Co., Ltd. (PTTCL) ขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2543 ได้โอนกิจการและทรัพย์สินของบริษัท CIL มายัง PTTCL ทั้งหมด รวมถึงคลังน้ำมันและสัญญาเช่าคลังด้วย





PTTCL ดำเนินธุรกิจขายและเติมน้ำมันอากาศยานในสนามบินหลายแห่งต่อเนื่องจาก CIL หลังจากนั้นก็ได้เริ่มการขยายสาขาสถานีบริการน้ำมัน โดยนำเทคโนโลยี Knowhow ด้านการวิศวกรรมก่อสร้างและการบริการที่มีมาตรฐานเดียวกันกับประเทศไทยไปใช้ ผู้บริโภคชาวกัมพูชาจึงให้การยอมรับในมาตรฐานสามารถแข่งขันกับบริษัทน้ำมันชั้นนำจากชาติตะวันตกได้ ปัจจุบันสถานีบริการน้ำมัน PTT Station จำนวน 68 แห่ง ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 3 โดยขายน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีคุณภาพสูงจากประเทศไทยผ่านระบบ Supply & Logistics ของคลังน้ำมัน 5 แห่ง

อีกหนึ่งธุรกิจที่น่าประทับใจมาก ๆ ของ PTTCL คือ คาเฟ่ อเมซอน ที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูงในเวลาไม่ถึง 5 ปี ธุรกิจนั้นบุกเข้าไปในตลาดกัมพูชา ปัจจุบัน คาเฟ่ อเมซอน เป็นแบรนด์อันดับหนึ่งในธุรกิจร้านกาแฟ เป็นที่ยอมรับในหมู่ผู้บริโภครุ่นใหม่ทั่วประเทศ ซึ่งต้องยกเครดิตให้กับความสามารถและวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร PTTCL ปัจจุบันจึงมีร้านกาแฟ คาเฟ่ อเมซอน จำนวน 119 สาขา มีการออกแบบร้านของลูกค้าแฟรนไชส์ (DODO) ที่หลากหลายหรูหรา สร้างความน่าสนใจได้ เกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า

และเนื่องจากผู้บริโภคใหม่มีความต้องการความสะดวกมากขึ้น ทำให้เกิดโอกาสทางธุรกิจร้านสะดวกซื้อ PTTCL จึงได้นำร้าน Jiffy จาก PTTTRM ในประเทศไทย ไปเปิดในสถานีบริการน้ำมัน PTT Station และสามารถขยายอย่างรวดเร็ว ถือว่า PTTCL เป็นผู้สร้างมาตรฐานใหม่ในธุรกิจนี้ จนสามารถแข่งขันคู่แข่งรายใหญ่อย่าง Caltex และ TOTAL ได้ ปัจจุบันกัมพูชามีร้านสะดวกซื้อ Jiffy จำนวน 40 สาขา

สำหรับธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างน่าชื่นชมที่สุดของ PTTCL คือธุรกิจขายและบริการเติมน้ำมันอากาศยาน โดยเป็นแชมป์ครองตลาดมาเป็นเวลานานตั้งแต่เริ่มตั้งบริษัท สามารถให้บริการเติมน้ำมันอากาศยานพาณิชย์ได้ที่สนามบินนานาชาติหลัก 3 แห่งของกัมพูชาคือ พนมเปญ เสียมราฐ และสีหนุวิลล์ มียอดขายรวมในปี 2018 เท่ากับ 148 ล้านลิตร คิดเป็นส่วนแบ่งตลาด 58% เป็นอันดับหนึ่งของประเทศ สร้างความภาคภูมิใจให้แบรนด์ PTTCL เป็นอย่างยิ่ง

ความสำเร็จต่าง ๆ ของ PTTCL คงจะไม่เกิดขึ้น หากปราศจากบุคลากรที่มีความสามารถอย่างต่อเนื่องทั้งในอดีตและปัจจุบัน ซึ่งได้ทุ่มเทแรงกายแรงใจในการสร้างธุรกิจมาจนถึงปัจจุบัน

ปัจจุบัน PTTCL มีพนักงานทั้งสิ้น 186 คน ภายใต้การนำของ Managing Director คนใหม่ไฟแรง คุณบุญมา พนธกรกุล และพนักงานชาวไทยจาก PTTOR จำนวน 6 ท่าน บริหารงานด้วยความมุ่งมั่นอย่างเต็มที่ เติบโตอย่างไม่หยุดยั้งในการทำให้ PTTCL เป็นแบรนด์ของกัมพูชา เพื่อตอบสนองวิสัยทัศน์ของ PTTOR ที่จะก้าวไปสู่การเป็น Leading Thai Global Brand





PTTOR สนับสนุนกรวยยางจราจรและน้ำดื่ม คาเฟ่ อเมซอน สร้างความปลอดภัยบนท้องถนน ในช่วงสงกรานต์ ปี 2562

คุณสุชาติ ระมาศ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่การตลาดขายปลีก PTTOR มอบกรวยยางจราจรและน้ำดื่ม คาเฟ่ อเมซอน ให้กับคุณพันธุ์ศักดิ์ สัตยเทวา ผู้อำนวยการกองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวง เพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มความปลอดภัยด้านการจราจรให้กับประชาชนในช่วงเทศกาลสงกรานต์ ปี 2562 ณ อาคาร ปตท. สำนักงานใหญ่

PTT Station ภาคเหนือแจกหน้ากากอนามัย N95 ห่วงใยสุขภาพผู้บริโภค

ส่วนขายภาคเหนือ ร่วมกับผู้แทนจำหน่ายกลุ่มสถานีบริการน้ำมัน PTT Station ภาคเหนือตอนบน จัดกิจกรรมแจกหน้ากากอนามัย N95 ให้แก่ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน PTT Station ที่ร่วมโครงการฯ ในจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย พะเยา ลำพูน ลำปาง น่าน แพร่ เพื่อแสดงความห่วงใยต่อสุขภาพของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากฝุ่น PM 2.5 ตั้งแต่วันที่ 6 เมษายน 2562 เป็นต้นมา





พิธีทัก โออาร์ สืบสานประเพณี “การประกวด ตีกลองปู่จา” ซึ่งถวายเป็นพระราชทานต่อเนื่อง เป็นปีที่ 18

คุณจิราพร ขาวสวัสดิ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ PTTOR และคุณสุรพล บุรินทราพันธุ์ รองผู้ว่าราชการจังหวัดลำปาง ร่วมงาน “สลุงหลวง กลองใหญ่ ปีใหม่เมืองนครลำปาง ประจำปี 2562” และ “การประกวดการ ตีกลองปู่จานครลำปาง” ซึ่งถวายเป็นพระราชทานสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ในรัชกาลที่ 9 โดยจัดต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 18 ระหว่างวันที่ 9 - 13 เมษายน 2562 ณ ช่วงนคร อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

การตีกลองปู่จาเป็นประเพณีท้องถิ่นอันทรงคุณค่าของลำปางที่เกือบสูญหายไป PTTOR ซึ่งมีวิสัยทัศน์ในการมุ่งดำเนินธุรกิจควบคู่กับการสร้างคุณค่าให้เกิดแก่สังคมและชุมชน จึงได้ให้การสนับสนุนการฟื้นฟูและอนุรักษ์การตีกลองปู่จามาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2545 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากเยาวชนและชุมชนท้องถิ่น จนกลายเป็นงานประเพณีประจำปี รวมถึงช่วยปลูกจิตสำนึกให้คนไทยมาอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมประเพณีการตีกลองปู่จา อีกทั้งยังเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเพื่อชมศิลปะอันทรงคุณค่าของชาวลำปางซึ่งถือเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญที่มีส่วนช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้แก่จังหวัด และยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลปีใหม่ไทยอีกด้วย

FIT Auto ร่วมกับ อาคเนย์ประกันภัย มอบ สิทธิพิเศษให้ลูกค้าคุ้มครองอุบัติเหตุส่วนบุคคล ภายใต้แคมเปญ FIT Holiday เื่อ 5 คั้ม มูลค่าสูงสุด 100,000 บาท ผ่านแอปพลิเคชัน S Plus+

คุณชุมพล สุรพิทยานนท์ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ธุรกิจหล่อลื่น PTTOR และคุณภาณณ์ เชิดวิศว์พันธุ์ รองกรรมการผู้จัดการสายงานการตลาด บริษัท อาคเนย์ประกันภัย จำกัด (มหาชน) ร่วมจัดโปรโมชั่นสุดคุ้มรับหน้าร้อน ณ ศูนย์บริการยานยนต์ FIT Auto มอบความคุ้มครองประกันอุบัติเหตุทุกเส้นทางให้กับลูกค้าของ FIT Auto ภายใต้แคมเปญ “FIT Holiday เื่อ 5 คั้ม” โดยมอบสิทธิพิเศษเมื่อซื้อสินค้าและบริการที่ศูนย์บริการยานยนต์ FIT Auto ทุกสาขาทั่วประเทศ

ผู้สนใจสามารถลงทะเบียนรับสิทธิความคุ้มครองประกันอุบัติเหตุฟรีสูงสุด 100,000 บาท ระยะเวลา 30 วัน ได้ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2562 – 15 พฤษภาคม 2562 เพียงสแกน QR Code ผ่านแอปพลิเคชัน S Plus+ เพื่อรับสิทธิพิเศษมากมายให้คุณได้กินเที่ยว ช้อปปิ้ง จบในแอปเดียว สอบถามเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.pttfitauto.com/th/promotions/155366228212846> หรือ โทร. 1365





พลิกวิกฤตเป็นโอกาส!

PM 2.5 แก่ได้...ถ้าช่วยกัน

ปัญหาฝุ่น PM 2.5 จะเป็นปัญหาสำหรับประเทศไทยไปเสียแล้ว โดยเป็นปัญหามันก่อนคุณภาพชีวิตของคนไทยอย่างมาก สร้างความวิตกกังวลว่า หากปัญหานี้ยังคงไม่ได้รับการแก้ไข ในอนาคตต่อไปเราจะอยู่กันอย่างไรร?

นักวิชาการอย่าง รศ.ดร.พิสุทธิ เพียรมนกุล ภาควิชาวิศวกรรมสิ่งแวดล้อม คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีมุมมองที่น่าสนใจและเสนอแนะว่า หากสังคมไทยร่วมกันพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส ช่วยกันแก้ปัญหามัน PM 2.5 อย่างจริงจัง เป็นองค์กรรวม ปัญหานี้ก็จะดีขึ้นในระยะยาวอย่างแน่นอน โดย รศ.ดร.พิสุทธิ อธิบายถึง 4 สาเหตุใหญ่ ๆ ของฝุ่นละออง PM 2.5 ที่เกิดขึ้นว่ามีสาเหตุหลัก ดังนี้

- **แหล่งกำเนิด** ได้แก่ การเผาป่าและการเผาในที่โล่ง ทั้งที่เกิดขึ้นในประเทศไทย และหมอกควันที่ข้ามแดนมาจากประเทศเพื่อนบ้าน ในกรณีของเชียงใหม่ที่ติดอันดับ 1 ของโลก นอกจากนี้ยังเกิดจากการจราจรจากรถติด และการใช้น้ำมันดีเซลที่ทำให้เกิดควันดำ การสร้างมลพิษจากกิจกรรมต่าง ๆ เช่น สูบบุหรี่ เผากระดาษ ปิ้งย่างอาหาร ฯลฯ และจากโรงงานอุตสาหกรรม โรงงานไฟฟ้า ซึ่งฝุ่นละอองจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับมาตรฐานของโรงงาน
- **สภาพอากาศปิด** เป็นปัจจัยทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นเอง และพบทั่วไปในหลายประเทศ
- **สภาพพื้นที่ไม่อำนวยให้ลมถ่ายเท** เช่น กรุงเทพฯ มีลักษณะเป็นแอ่งกระทะ เต็มไปด้วยตึกล้อมรอบ ลมจึงไม่สามารถพัดผ่านได้สะดวกเหมือนพื้นที่โล่ง
- **ขนาดของพื้นที่สีเขียวมีไม่เพียงพอ** เช่น ในกรุงเทพฯ มีสัดส่วนพื้นที่สีเขียวไม่ถึง 3 ตร.ม./คน ต่ำกว่ามาตรฐานขององค์การอนามัยโลก ซึ่งอยู่ที่ 9 ตร.ม./คน



“เมื่อสาเหตุใหญ่ ๆ มาเจอกัน จึงทำให้เกิดปัญหาฝุ่นละอองขนาดเล็ก ซึ่งเป็นปัญหาที่สะสมมานาน ดังนั้นเราต้องแก้ปัญหาให้ครบทั้ง 4 สาเหตุ จะแก้ข้อใดข้อหนึ่งปัญหาย่อมไม่หมดไป เช่น แก๊สสภาพอากาศที่ย่อมทำไม่ได้ เพราะอากาศปิดเป็นธรรมชาติของโลก และยากที่จะบอกว่าแหล่งกำเนิดใดก่อฝุ่นมากกว่ากัน เพราะหากโรงงานอุตสาหกรรมหรือโรงไฟฟ้าได้มาตรฐาน ก็ย่อมดีกว่าการเผาในที่โล่งหรือจากสาเหตุการใช้น้ำมันดีเซล การกำหนดให้รถวิ่งวันคู่วันคี่แต่ไม่เพิ่มพื้นที่สีเขียว ลองนึกดูว่าต้นไม้หายไปนานแค่ไหนแล้ว ก็คงแก้ไขปัญหาก็หมดไปไม่ได้ แต่ต้องแก้ที่สาเหตุทั้งหมดไปพร้อมกัน”

PM 2.5 กับ AQI ต่างกันอย่างไร?

- PM 2.5 คือค่าความเข้มข้นของฝุ่นที่มีขนาดเล็กกว่า 2.5 ไมครอน (0.0025 มิลลิเมตร) ที่วัดออกมาในหน่วยไมโครกรัมต่อลูกบาศก์เมตร ($\mu\text{g}/\text{m}^3$) โดยกำหนดไว้ว่า ความเข้มข้นที่มีผลกระทบต่อสุขภาพคือ 50 ($\mu\text{g}/\text{m}^3$) (เฉลี่ย 24 ชม.)
- AQI (Air Quality Index) เป็นค่าตัวเลขที่ใช้แสดงคุณภาพอากาศ (ไม่มีหน่วย) เมื่อ AQI มากกว่า 100 จะหมายถึงคุณภาพอากาศที่เริ่มไม่ดี อย่างไรก็ตาม การวัดค่าฝุ่นละอองขนาดเล็กจะแม่นยำ 100% ต่อเมื่อเข้าห้องปฏิบัติการเท่านั้น

อ้างอิง: <https://www.thebangkokinsight.com/>

เมื่อเข้าใจถึงสาเหตุแห่งปัญหาแล้วว่าทุกคนล้วนมีส่วน ทำให้เกิดปัญหา PM 2.5 ทุกคนจึงควรตระหนักว่าปัญหานี้เป็นเรื่องของทุกคน ไม่ใช่ของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ที่สำคัญต้องเข้าใจว่าปัญหานี้ไม่สามารถแก้ไขให้หมดไปภายใน 1 - 2 วัน เพราะเป็นปัญหาที่สะสมมานาน

“อย่าไปตื่นตกใจจน Panic ต้องเข้าใจว่าปัญหาฝุ่นละออง PM 2.5 เกิดจากทุกปัจจัยและสะสมมานาน จะดูดฝุ่นกลับลงมาให้หมดไปจากประเทศไทยภายในวันเดียวคงทำไม่ได้ แต่คนไทยต้องใช้โอกาส PM 2.5 ทำอะไรดี ๆ ต้องตื่นรู้และแสวงหาความรู้อยู่เสมอ รวมถึงดูแลตัวเองให้มากขึ้น มองเรื่องราวเชิงบวก แก้ไขปัญหาที่ต้นเหตุแบบองค์รวมไปพร้อมกันทุกด้านด้วยความร่วมมือของทุกคน ปัญหาย่อมคลี่คลายและดีขึ้นในระยะยาว หน่วยงานต่าง ๆ ต้องลงมาแก้ปัญหาอย่างจริงจัง มีการตรวจจับวันต่ออย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน ส่วนภาคเอกชนเองก็สามารถใช้โอกาสนี้ทำโครงการหรือกิจกรรมดี ๆ เพื่อสังคมในการช่วยลดปัญหาฝุ่นละออง เช่น ปลุกต้นไม้ในเมือง”

ดังนั้น PM 2.5 คือโอกาสของประเทศที่ทุกคนจะช่วยกันแก้ปัญหาระยะยาว เพียงเริ่มต้นลงมือทำ แม้ปัญหายังไม่สามารถหมดไปอย่างเบ็ดเสร็จ แต่ทุกคนสามารถช่วยกันได้กับการ **“เรียนรู้วันนี้ เรียนรู้โอกาสที่จะทำให้ดีขึ้น”**

TIPS ป้องกันฝุ่น PM 2.5

- ใส่หน้ากากกันฝุ่น N95 เมื่ออยู่กลางแจ้ง หรือใช้ผ้าชุบน้ำปิดจมูก ซึ่งจะป้องกันได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น
- ปิดประตูหน้าต่าง ป้องกันฝุ่นเข้าบ้าน ถ้าปิดไม่ได้ให้ใช้ผ้าชุบน้ำทำเป็นม่านปิดแทน
- ผู้ที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยง เช่น ผู้สูงอายุ ผู้หญิงตั้งครรภ์ เด็กเล็ก ฯลฯ ให้อยู่ภายในอาคารจะดีที่สุด
- ดื่มน้ำมาก ๆ และหากมีอาการผิดปกติ เช่น หายใจติดขัดหรือจะหมดสติ ให้รีบไปพบแพทย์

อ้างอิง: กรมควบคุมโรค
https://ddc.moph.go.th/th/site/office_newsview/view/2655



FREE WiFi

เครื่องมือสร้าง กลยุทธ์ การตลาด... ต้นทุนต่ำ แต่สุดคุ้มค่า



ทุกวันนี้ ที่ใดมีบริการ WiFi ให้ใช้ฟรี ที่นั้นย่อมดึงดูดให้คนเข้าร้านได้มากกว่า และใช้เวลาอยู่ในร้านนานขึ้น เพิ่มโอกาสในการขายได้อีกด้วย เช่น ร้านกาแฟ ร้านอาหาร โรงแรม ฯลฯ เพราะทุกวันนี้ลูกค้าไม่ได้มาแค่ซื้อสินค้าหรือบริการเท่านั้น แต่ยังมาใช้เพื่อทำงานหรือพักผ่อนหย่อนใจไปในเวลาเดียวกัน แต่ประโยชน์ของ Free WiFi สำหรับผู้ประกอบการไม่ได้มีเพียงเท่านั้น

หากจะพูดว่า Free WiFi เป็นเครื่องมือในการทำการตลาดที่ต้นทุนต่ำ...แต่สุดคุ้มค่าก็ไม่ผิด เพราะสามารถเก็บข้อมูลลูกค้าได้โดยตรงจากการล็อกอินเข้าใช้งาน WiFi ในสถานประกอบการของคุณ ซึ่งข้อมูลเหล่านั้นก็คือข้อมูลสำคัญที่สามารถนำมาพัฒนากลยุทธ์ต่อยอดธุรกิจต่อไป...แล้วเราจะได้ข้อมูลลูกค้ามาได้อย่างไรล่ะ?

ผู้ประกอบการสามารถกำหนดรูปแบบการเข้าใช้ WiFi โดยให้ผู้ใช้บริการกรอกข้อมูลล็อกอินเพื่อเชื่อมต่อ WiFi ได้หลายแบบ เช่น ผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค Facebook, Instagram, Twitter หรือระบุชื่อ นามสกุล เบอร์โทรศัพท์หรืออีเมลได้ ข้อมูลเหล่านี้จะถูกส่งไปเก็บที่ฐานข้อมูลของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่คุณเลือกใช้ และสามารถเรียกดูผ่าน Dashboard Online ได้ Real - Time ซึ่งเป็นการเป็นการสรุปข้อมูลต่าง ๆ ของผู้ให้บริการ WiFi นั้นเอง วิธีนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการจำแนกข้อมูลลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกของผู้ใช้บริการ

ข้อมูลที่ได้สามารถนำมาวิเคราะห์พฤติกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายและวางแผนการตลาดได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการจัดโปรโมชั่น การเลือกสื่อให้ถูกต้องตรงใจลูกค้า นำเสนอสิ่งที่ตอบโจทย์มีความแม่นยำ เพื่อดึงดูดให้กลับมาใช้บริการอีก ตามหลักกลยุทธ์การตลาด 5.0 ที่สามารถเข้าถึง และตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลได้อย่างแท้จริง

การให้บริการ WiFi ฟรียังสามารถส่งเสริมแบรนด์ของคุณให้เป็นที่จดจำมากขึ้น ด้วยการสร้างโลโก้ หรือโฆษณาพิเศษต่าง ๆ ได้โดยตรงในหน้าล็อกอิน WiFi บนหน้าจอสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต ที่ลูกค้าใช้งานได้อีกด้วย

จะเห็นว่าการให้บริการ WiFi ฟรีให้ลูกค้ามีข้อดีมากมาย เป็นเครื่องมือที่เพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดได้ง่าย ๆ โดยไม่ต้องลงทุนสูง อย่างไรก็ตาม ความสามารถในการจัดเก็บ วิเคราะห์ข้อมูลผู้ให้บริการ ย่อมขึ้นอยู่กับศักยภาพของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่คุณเลือกใช้ด้วย

“

“...ผมเน้นการทำงานเป็นทีม ถ้าเกิดการผิดพลาดขึ้นจะต้องรับผิดชอบทั้งทีม พอได้รับคำชมได้รับคำชมทั้งทีม เราอยู่ด้วยกันต้องช่วยกัน และถ้ามีปัญหาผมใช้การสื่อสารโดยตรง จะไม่สื่อสารผ่านบุคคลอื่น จึงสามารถแก้ปัญหาได้เร็ว เพื่อให้บริการที่ได้ใจลูกค้า...”

คุณสุพร จันทรหัสโต

ผู้บริหารสถานีบริการน้ำมัน PTT Station
สาขา อ.พรชัยวัฒน์ จ.อ่างทอง

”



อ้างอิง: <https://www.9experttraining.com/articles/การทำ-dashboard-ด้วย-excel>,
<https://www.smethailandclub.com/marketing-4328-id.html>,
https://truebusiness.truecorp.co.th/solutions-marketing-smart-wifi_th.html

ติดหวาน

ต้นเหตุสารพัดโรค

คุณเป็นคนหนึ่งหรือเปล่า? ที่ชอบกินหวาน เป็นชีวิตจิตใจ ทั้งอาหาร ขนม เครื่องดื่ม ต้องเลือกหวาน ๆ เข้าไว้ เพราะเมื่อได้ลิ้มรสหวานแล้วจะรู้สึกสดชื่น แต่ถ้าขาดไปจะรู้สึกหงุดหงิด จิตตก ถ้าเป็นแบบนี้ คุณ “ติดหวาน” เข้าแล้ว

มีข้อมูลที่น่าตกใจจากกรมอนามัยว่า คนไทยกินหวานหนักมาก เพราะปริมาณน้ำตาลที่ร่างกายควรได้รับต้องไม่เกิน 6 ช้อนชาต่อวัน แต่จากข้อมูลของ Global Agricultural Information Network ปี 2557 พบว่าคนไทยกินน้ำตาลถึง 28.4 ช้อนชาต่อวัน ซึ่งสูงกว่าค่ามาตรฐานถึง 4.7 เท่า แคลอรีต่อขนาด 325 มิลลิลิตร (1 กระป๋อง) ก็มีน้ำตาล 8 ช้อนชาเข้าไปแล้ว บางทีเราคิดว่าไม่ได้กินน้ำตาลมาก แต่ลืมไปว่าข้าว ก๋วยเตี๋ยว ขนมปัง ฯลฯ ล้วนเป็นคาร์โบไฮเดรตที่จะถูกเปลี่ยนเป็นน้ำตาลด้วย

แล้วทำไมเราจึง “ติดหวาน” นั่นก็เพราะความหวานจะทำให้สมองหลั่งสารสื่อประสาทในสมอง “เซโรโทนิน” เพิ่มขึ้น ทำให้รู้สึกเป็นสุข หายเครียด จึงทำให้เราเสพติดรสหวานนี้ ในขณะที่เมื่อน้ำตาลปริมาณมากเข้าสู่กระแสเลือด ก็จะไปกระตุ้นฮอร์โมนอินซูลินให้พุ่งขึ้นเพื่อลดระดับน้ำตาลในเลือด เมื่อสูงเกินไปจะทำให้ระดับน้ำตาลในเลือดตึงลง เกิดอาการน้ำตาลตก ทำให้รู้ “โหย” ยิ่งอยากได้น้ำตาลอีกมากขึ้น ๆ และเมื่อร่างกายหลั่งสารอินซูลินออกมามากเกินไป ๆ จะทำให้ผลดีอินซูลินได้น้อยลงในระยะยาว จนเกิดโรคเบาหวานขึ้น...มาดูกันว่าถ้าติดหวานจะนำมาซึ่งโรคอะไรกันบ้าง

• **โรคเบาหวานชนิดที่ 2** อย่างที่กล่าวไว้ อินซูลินจะถูกหลั่งจากตับอ่อนเพื่อรักษาระดับน้ำตาลในเลือด เมื่อกินหวานติดต่อกัน ร่างกายจะดื้ออินซูลิน ไม่สามารถควบคุมน้ำตาลได้อีก กลายเป็นโรคเบาหวานได้



• **ฟันผุ** น้ำตาลคืออาหารชั้นดีของแบคทีเรียในปาก ทำให้แบคทีเรียเติบโตและเพิ่มจำนวนขึ้น แล้วยังมีโรคเหงือกตามมา

• **โรคหัวใจและหลอดเลือด** กินน้ำตาลมากทำให้คลอเรสเตอรอลและไตรกลีเซอไรด์สูงขึ้น และไปเกาะอยู่ตามผนังหลอดเลือด ทำให้หลอดเลือดตีบหรือหลอดเลือดหัวใจตีบหรือแตก กลายเป็นอัมพฤกษ์ อัมพาต หัวใจวายและเสียชีวิต



• **โรคอ้วน** เมื่อร่างกายใช้พลังงานจากน้ำตาลไม่หมด จะเปลี่ยนรูปเป็นไขมันสะสมตามส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย เช่น ในช่องท้อง พุง ต้นแขน ต้นขา สะโพก คนกินหวานจึงอ้วนเอา ๆ

• **โรคเมอเร็ง** ไขมันสะสมในช่องท้องจะสร้างฮอร์โมนที่กระตุ้นให้เกิดเมอเร็ง เช่น เมอเร็งเต้านมและเมอเร็งลำไส้ อีกทั้งยังต้องการน้ำตาลเป็นพลังงานมากกว่าเซลล์ปกติของร่างกาย เมอเร็งจึงตื่นตัวและลุกลามได้ง่าย

• **โรคตับ** ตับจะทำหน้าที่สังเคราะห์น้ำตาลเป็นไกลโคเจน SOS เก็บไว้ที่ตับ การกินน้ำตาลมาก ตับจึงทำงานหนัก ในระยะยาวจะทำให้เป็นโรคไขมันพอกตับ

SOS



• **แก่เร็ว** เพราะน้ำตาลจะเข้าไปทำลายเซลล์โดยการจับตัวกับคอลลาเจน ทำให้ผิวแห้งสูญเสียความยืดหยุ่น ไม่สดใสแก่เร็ว และอาจเป็นโรคความจำเสื่อมตอนสูงอายุอีกด้วย

เมื่อทราบเช่นนี้แล้ว ใครที่ติดหวานควรลดปริมาณอาหารที่มีน้ำตาลและคาร์โบไฮเดรตให้น้อยลง ถ้าสนใจตนเองได้ยอมตัดต่อสุขภาพแน่นอน และไม่ต้องห่วงว่าจะขาดพลังงาน เพราะนอกจากน้ำตาลแล้ว โยเกิร์ตและโปรตีนจากเนื้อสัตว์ นมหรือถั่วต่าง ๆ ก็ยังเป็นแหล่งพลังงานของร่างกายได้เป็นอย่างดีไม่แพ้ตาลเลย



อ้างอิง: <https://sukkaphap-d.com/โรคที่เกิดจากการกินหวาน>
<http://nanasara1.blogspot.com/2009/11/2-1.html>
<https://www.honestdocs.co/sugar-addiction-and-sweeteners>



ฟิตัก โออาร์ รุดตลาดเอเชีย เปิดคาเฟ่ อเมซอน สาขาที่ 3 ในโอมาน

พร้อมขยายเพิ่มเป็น 10 สาขา ในปี 2562
ตั้งเป้าสู่แบรนด์ระดับโลก



คุณอรรถพล ฤกษ์พิบูลย์ ประธานกรรมการ PTTOR คุณจิราพร ขาวสวัสดิ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ PTTOR คุณสุวัฒน์ แก้วสุข เอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงมัสกัต ประเทศโอมาน Mr.David Kalife ซีอีโอ บริษัท โอมาน ออยล์ มาร์เก็ตติ้ง คอมพานี จำกัด (Oman Oil Marketing Company หรือ OOMCO) พร้อมด้วยผู้บริหารจาก OOMCO ร่วมพิธีเปิดคาเฟ่ อเมซอน สาขาที่ 3 ของประเทศโอมาน ณ สถานีบริการน้ำมันโอมาน ออยล์ มาร์เก็ตติ้ง คอมพานี สาขา มัสกัต เอกซ์เพรสเวย์ (Muscat Expressway)

คุณอรรถพล กล่าวว่า กลุ่ม ปตท. โดย PTTOR มีความยินดีเป็นอย่างยิ่งที่ได้รับเกียรติในการเป็นพันธมิตรร่วมกับ OOMCO ซึ่งเป็นบริษัทน้ำมันแห่งชาติของประเทศโอมาน มีสถานีบริการน้ำมันทั่วประเทศกว่า 200 สาขา การเปิดคาเฟ่ อเมซอน อย่างเป็นทางการนี้ ถือเป็นสาขาที่ 3 ในประเทศโอมาน และยังมีแผนงานร่วมกันในการขยายสาขาเพิ่มอีก 7 สาขา รวมเป็น 10 สาขา ภายในปี 2562 นี้ โดยยังคงรักษาเอกลักษณ์ในการเป็น “กรีน โอเอซิส” ไว้เช่นเดียวกับทุกสาขาของคาเฟ่ อเมซอน ทั้งในและต่างประเทศ ทั้งนี้ คาเฟ่ อเมซอน เป็นธุรกิจ Non - Oil ประเภทแรกๆที่ OOMCO ได้คัดเลือกเข้ามา เพื่อเติมเต็มความต้องการและสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้บริโภคชาวโอมาน ภายในสถานีบริการน้ำมันของ OOMCO ให้มีความหลากหลายครบครันมากยิ่งขึ้น



คาเฟ่ อเมซอน เป็นแบรนด์ที่ PTTOR พัฒนาขึ้นเองตั้งแต่ปี 2545 โดยเริ่มต้นให้บริการภายในสถานีบริการน้ำมัน PTT Station เพื่อเติมเต็มการให้บริการ คลายความเมื่อยล้า เติมความสดชื่นให้กับผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มคนเดินทาง โดยได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดีตลอด 15 ปีที่ผ่านมา ปัจจัยที่ทำให้คาเฟ่ อเมซอน ประสบความสำเร็จ ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ คือรสชาติที่เข้มข้น ถูกปาก สามารถเติมความสดชื่นให้กับทั้งนักเดินทางและผู้บริโภคทั่วไปได้เป็นอย่างดี ภายใต้บรรยากาศที่ร่มรื่นและเป็นธรรมชาติ อีกทั้งยังเข้าถึงได้ง่าย

โดยปัจจุบันคาเฟ่ อเมซอน มีสาขาทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมกว่า 2,600 สาขา โดยประมาณ 2,400 สาขา อยู่ในประเทศไทยกว่า 80% ดำเนินการโดยแฟรนไชส์ซี เพื่อสร้างการเติบโตให้กับ SMEs ไทย และอีกประมาณ 200 สาขา อยู่ในต่างประเทศ ได้แก่ โอมาน กัมพูชา ลาว ฟิลิปปินส์ เมียนมา และญี่ปุ่น โดยในปี 2562 นี้ พีทีที โออาร์ มีแผนการขยายสาขาคาเฟ่ อเมซอน ไปยังประเทศอื่น ๆ เพิ่มเติมอีกหลายประเทศ เพื่อผลักดันให้คาเฟ่ อเมซอน มุ่งสู่ความเป็นโกลบอล แบรนด์ ในอนาคตอันใกล้ต่อไป



เจาะลึกเบื้องหลัง...ภาพยนตร์โฆษณา PTT UltraForce Diesel Premium

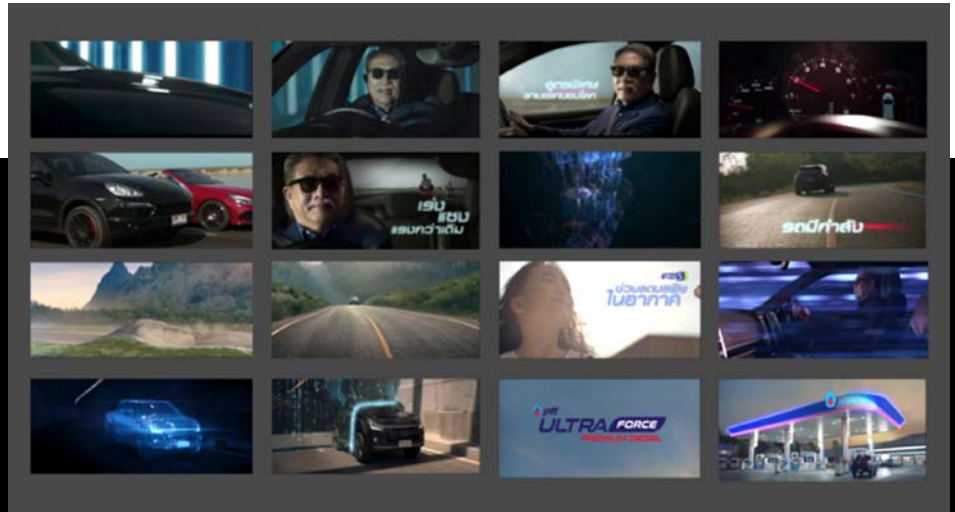


ในโลกแห่งยานยนต์ที่ขับเคลื่อนกันอย่างดุเดือด
ทุกวันนี้จะปฏิเสธไม่ได้เลยว่า น้ำมันดีเซลคือตัวแปรสำคัญ
ที่สุดที่จะทำให้ชีวิตของผู้คนขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้
อย่างมีประสิทธิภาพ

สถานีบริการน้ำมัน PTT Station จึงเห็นความสำคัญและมุ่งมั่น
ที่จะพัฒนาสูตรน้ำมันที่ดีที่สุดเสมอมา และในปีนี้นักบริการน้ำมัน
PTT Station ก็พร้อมแล้วที่จะก้าวสู่การเป็นผู้นำด้านคุณภาพน้ำมัน
โดยเฉพาะน้ำมันดีเซลสูตรพรีเมียม PTT UltraForce Diesel Premium
ที่ได้คิดค้นมาเพื่อคนไทยโดยเฉพาะ

สถานีบริการน้ำมัน PTT Station เปิดตัวแคมเปญภาพยนตร์
โฆษณาชุดใหม่ ซึ่งได้รับการยืนยันจากผู้เชี่ยวชาญด้านรถยนต์ของ
เมืองไทย อ.พัฒนเดช อาสาสรรพกิจ มาคอนเฟิร์มเพื่อพิสูจน์ถึง
ศักยภาพความต่างที่เต็มเปี่ยมของ PTT UltraForce Diesel Premium
ที่ให้ความต่างตั้งแต่ครั้งแรกที่เติมถึง 4 ประการด้วยกัน คือ

1. มีสารเติมแต่งสูตรพิเศษรายแรกของโลก
2. ค่าซีเทนสูงสุดเท่าที่เครื่องยนต์ต้องการ ทำให้รถแรงแรง
แซงกว่าเดิม
3. High Additive ทำให้หัวฉีดสะอาดตั้งแต่ครั้งแรกที่เติม
ส่งผลให้รถมีกำลัง
4. เป็นน้ำมันมาตรฐาน Euro5 ช่วยลดมลพิษในอากาศ



ใครยังไม่เคย
ดูภาพยนตร์โฆษณา
สามารถเข้าไปดูทาง

PTTOR
Youtube
Channel นะ



เรื่องราวของภาพยนตร์โฆษณาถูกเล่าผ่านสีสันและลูกเล่นของการบอกเล่าว่า ไม่ว่ารถรุ่นใดก็ตามเมื่อได้เติม PTT UltraForce Diesel Premium จะให้ความรู้สึกราวกับกำลังขับซิ่งรถหรู ประกอบกับรายละเอียดของภาพยนตร์โฆษณาที่สวยงาม และการเล่าเรื่องที่นำตื่นเต้นที่ต้องบอกว่า อยากให้ทุกท่านได้ชมจริง ๆ ว่าตอนจบของภาพยนตร์โฆษณานี้จะออกมาเป็นอย่างไร

ความรู้สึกพิเศษนี้ จะไม่มีใครอธิบายความรู้สึกต่างได้ดีเท่ากับการที่คุณได้ไปทดลองจริง ๆ ด้วยสัมผัสของตัวเองที่ สถานีบริการน้ำมัน PTT Station

...แรงต่าง คอนเฟิร์ม เติมเลย!



Text & Photo: หนู่ม - เฉลิมชัย ดันสิงห์ แชมป์รายการแฟนพันธุ์แท้ ท่องเที่ยวไทย

ซาร์จพลังสุดซึลล์ ...ต้องเที่ยวสุพรรณ



ใน 77 จังหวัด หากจะให้นึกถึงจังหวัดหนึ่งที่ถูกพัฒนามาจากคนพื้นที่จริงๆ ผมว่า “สุพรรณบุรี” น่าจะเป็นชื่อที่หลายคนนึกถึงเป็นอันดับแรก ๆ

ก็ถึงขนาดมีเรื่องเล่าแซวกันว่า เมื่อข้าบรถเข้าเขตเมืองนี้ ถนนหนทางสะดวกสบาย เรียกได้ว่าแกว่วที่วางไว้ในรถ น้ำไม่กระเด็นหกเลยสักหยด (ฮา) แต่ในเรื่องที่พูดเล่น ๆ แบบนี้ ย่อมแฝงด้วยความจริงอยู่ไม่น้อย เพราะคนพื้นที่อย่าง “คุณยอร์ช - สรชิต สุจิตต์” ผู้บริหารสถานีบริการน้ำมัน PTT Station สาขาหลักเมืองฉวางพณิชนย์ อำเภอมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ก็ยืนยันถึงสิ่งเหล่านี้ได้เช่นกัน

“...สุพรรณบุรีเราถูกพัฒนาจากคนพื้นที่จริงๆ จังๆ ง่าย ๆ เติบโตมาอย่างเป็นระบบ เพื่อให้มีทิศทางและเกิดความยั่งยืนให้ได้ครับ...” คุณยอร์ชเป็นคนสุพรรณบุรีโดยกำเนิด และเริ่มทำธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน PTT Station สาขาหลักเมืองฉวางพณิชนย์ มาได้ประมาณ 4 ปี ซึ่งทำเลนี้ถือเป็นแลนมาร์คของเมืองเหนือเลยก็ว่าได้ เพราะอยู่ตรงข้ามกับ “พิพิธภัณฑ์สุพรรณภูมิคุ้มกร หรืออุทยานมังกรสวรรค์” แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม โดดเด่นด้วยมังกรขนาดใหญ่ สถานที่ภายในก็ผสมผสานความเป็นจีนได้อย่างลงตัวในทุกตารางเมตร



“...สถานีบริการน้ำมัน PTT Station หลักเมืองของผมหาง่ายมาก (ยิ้ม) และเลยจากนี้ไปก็ไกลเดี๋ยวก็จะถึงวัดป่าเลไลยก์ เอาเป็นว่าถ้าไม่ได้มา แปลว่ามาไม่ถึงสุพรรณบุรี (หัวเราะ)...” ดังนั้นจึงมีผู้คนมาราบไหว้ “หลวงพ่อดโต พระพุทธรูปปางป่าเลไลยก์” ด้วยความศรัทธาแทบไม่ขาดสาย ในอดีตวัดนี้อยู่กลางป่า จนเมื่อพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้มาปฏิสังขรณ์จนมีสภาพดีขึ้น รวมอายุวัดนี้ก็ประมาณ 830 ปีแล้ว



คุยกันไปกันมาก็รู้ว่าคุณยอร์ชชอบสายธรรมะพอสมควร และเมื่อเรามารู้จัก “วัดพระนอน” ก็ Amazing ขึ้นไปอีก เพราะพระพุทธรูปที่นี่ “นอนหงาย” โดยมีขนาดเท่าคนราว ๆ 2 เมตร แตกต่างจากพระทั่วไปที่นอนตะแคง นับว่าเป็นวัดแรก ๆ ของไทยที่มีลักษณะแบบนี้ โดยท่านอนนี้ไปคล้ายกับพระนอนที่เมืองกุสินารา สถานที่ปรินิพพานของพระพุทธเจ้าในอดีต

“...คุณหนุ่ม? ว่าจะไปเที่ยวบ้านเพื่อนผมก่อนไหม ใกล้ ๆ นี่เอง” คุณยอร์ชพูดตบทวนผมกำลังเดินถ่ายรูปเพลิน ๆ แต่ผมสนใจเรื่องเที่ยว...ไปอยู่แล้ว (ฮา) สำหรับบ้านเพื่อนที่ว่าก็คือ “นาเฮียไข่” ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย ถือกำเนิดจากเฮียไข่ - พิชัย เจริญธรรมรักษา ที่มุ่งหวังให้ชาวนาไทยมีเม็ดเงินสู่ชาวนาที่ดีได้มาตรฐาน ส่งผลถึงคนไทยได้กินข้าวที่มีคุณภาพ รวมถึงรักษาภูมิปัญญาและต่อยอดการทำนาให้พัฒนามากยิ่งขึ้น เปิดอย่างเป็นทางการเมื่อปี 2558 ภายใต้การดูแลของคุณนิทัศน์ ลูกชายเฮียไข่ เพื่อนคุณยอร์ชนั่นเอง



พื้นที่สีเขียว ๆ ของข้าวไทยสุดลูกหูลูกตา ทำให้แดดแรง ๆ กลางหน้าร้อนผ่อนคลายเป็นโดยปริยาย ยังได้เดินขึ้นไปชมวิวบน “หอเตือนภัยชาวนา” ที่สูงประมาณ 15 เมตร ก็ได้พบกับไฮเดียดี ๆ ของคุณนิทัศน์ที่นำข้าวที่มีใบสีม่วงมาแซมกับข้าวใบสีเขียว จนกลายเป็นลูกเล่นน่ารัก ๆ เมื่อมองจากมุมสูงแบบนี้ครับ

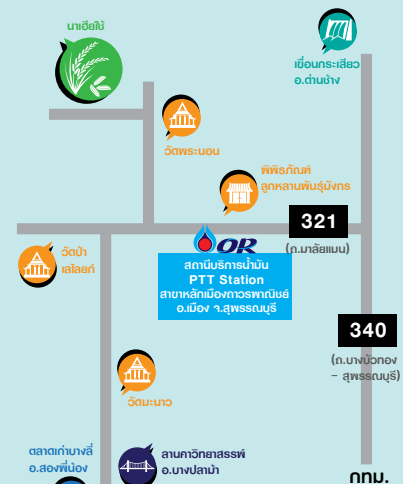
เราใช้เวลาที่นี้กันพอควร ก่อนจะขับรถย้อนไปในเส้นทางที่คุณยอร์ชเรียกว่าสายน้ำแห่งวัฒนธรรม ซึ่งเต็มไปด้วยวิถีชีวิตผู้คนในยุคที่ทุกคนต้องใช้เรือในการล่องแม่น้ำท่าจีนไปยังอำเภอต่าง ๆ ของสุพรรณบุรี เข้าไปยังพระนครหรือกรุงเทพนั่นเอง...เริ่มจากการเอาฤกษ์เอาชัยสร้างรูปปั้น “หลวงพ่อบ๊วย วัดมะนาว” พระเกียรตินี้เป็นเป็นที่เคารพนับถือของชาวบ้าน โดยถนนนี้จะเคียงไปกับแม่น้ำ ผ่านชุมชนอายุร้อยปีของอำเภอบางปลาม้า และมีโรงเรียนเก่าแก่ที่ชื่อว่า “ลานควาวิทยาสรรพ์” ที่สร้างมาตั้งแต่ พ.ศ. 2473 ถือเป็นตึกเรียนอาคารไม้ที่สวยงามที่สุดในสุพรรณบุรี จนถึงอำเภอสองพี่น้อง หรือ “ตลาดบางลี่” ที่เต็มไปด้วยการค้าขายในแบบเดิม ๆ พร้อมกับรถสองแถวสีแดง ประจำอำเภอที่หาได้ยากแล้วในเมืองไทย จอดอยู่กลางตลาดได้รู้ที่ที่เปิดตอนบ่ายแก่ ๆ ยันตี 4 เลยครับ

ในช่วงขากลับมาที่สถานีบริการน้ำมัน PTT Station สาขาหลักเมืองถาวรพานิษฐ์ คุณยอร์ชเล่าให้ฟังถึงเชือกกระเสียวที่อำเภอ



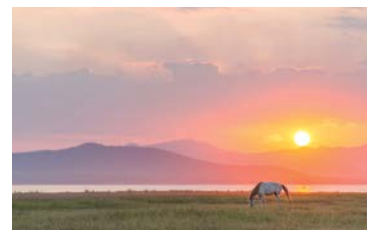
How to

จาก กทม. มุ่งหน้าทางหลวงหมายเลข 340 (บางบัวทอง - สุพรรณบุรี) เมื่อถึงตัวเมืองสุพรรณบุรี เลี้ยวซ้ายเข้าสู่ถนนมาลัยแมน (ทางหลวงหมายเลข 321) ประมาณ 3 กม. ก็จะพบกับสถานีบริการน้ำมัน PTT Station สาขาหลักเมืองถาวรพานิษฐ์ ที่เป็นจุดเริ่มต้นของทริปนี้ รัศมีระยะทางรวมประมาณ 80 กม.



ด้านข้างว่า “...ตอนเย็น ๆ พระอาทิตย์ตกสวยมาก ถ้าคุณหนุ่มมีเวลาน่าจะลองไปดู...” เชิญกันขนาดนี้ ไม่ไปก็จะกระไรอยู่ แล้วก็ไปไปตามที่เจ้าถิ่นพูดครับ พระอาทิตย์ตกที่สวยไม่แพ้ใคร ผมจึงนั่งมองดวงอาทิตย์ที่ค่อย ๆ ลับขอบฟ้า เป็นการปิดท้ายวันแห่งการท่องเที่ยว ชาร์จพลังแบบสุดชิลล์ได้เป็นอย่างดี

...แล้วพบกับการเดินทางครั้งใหม่ใน IIUU PTT Station Navigator เล่มหน้าครับ



ขอขอบคุณ

คุณยอร์ช - สรชิต สุจิตต์ ผู้บริหารสถานีบริการน้ำมัน PTT Station สาขาหลักเมืองถาวรพานิษฐ์ อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี และทีมงานทุกท่านที่อำนวยความสะดวกและประสานงานเป็นอย่างดีครับผม





FIT Auto

มันดี...อย่างไร?

ปีนี้เป็นปีที่ FIT Auto เริ่มเติบโตมากขึ้น เพิ่มครบ 4 ปีไปเมื่อปลายปี 2561 ปัจจุบันเปิดให้บริการมาแล้ว 44 สาขา และปลายปีนี้จะเห็น FIT Auto เพิ่มขึ้นอีกกว่า 6 สาขา รวมแล้วเป็น 50 สาขา...จันเรามาทำความรู้จักกันดีกว่าว่า FIT Auto มันดีอย่างไร?

• ง่าย...หาสะดวก

ด้วยกลยุทธ์ทำเลที่ตั้ง คือตั้งอยู่ในสถานีบริการน้ำมัน PTT Station ที่สังเกตเห็นง่าย ช่วยตอกย้ำความครบครันของบริการต่าง ๆ ทั้งเช็คสภาพรถหรือดูแลยาง ในอนาคตยังมีแผนขยายไปยังห้างสรรพสินค้า กลุ่มไฮเปอร์มาร์เก็ต และต่างจังหวัดอีกด้วย

• แตกต่าง...อย่างโดนใจ

จากวันแรกที่แบรนด์ FIT Auto ศึกษาพฤติกรรมความต้องการ และนำปัญหาของลูกค้ามาเป็นจุดศูนย์กลาง (Customer's Pain Points) ทำให้วันนี้ FIT Auto มีจุดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น รู้ว่าเราต้องการจะมอบอะไรให้กับลูกค้า โดยมาตรฐานของศูนย์บริการนั้นเป็น Norm ในรูปแบบของการให้บริการยานยนต์แบบ Fast Fit ไปเรียบร้อยแล้ว

• เชี่ยวชาญ...บริการจากใจ

สิ่งที่ช่วยสร้าง Loyalty และ Engagement คือความใส่ใจในการบริการอย่างแท้จริง เราจะเน้นและฝึกแนวโดยสร้าง Passion ในการให้บริการ ตั้งแต่ทีมบริหารไปจนถึงพนักงานศูนย์ฯ เพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ดีอย่างสม่ำเสมอให้กับลูกค้าทุกท่าน ในแบบ **"FIT Auto... เชี่ยวชาญ บริการจากใจ"**

สำหรับลูกค้าที่เคยผ่านไปผ่านมาในสถานีบริการน้ำมัน PTT Station และเห็นมี FIT Auto อยู่ใกล้บ้าน หากอยากลองใช้บริการ FIT Auto ก็ยังดีเป็นอย่างยิ่ง ลูกค้าสามารถจองบริการตรวจเช็คสภาพรถยนต์ 30 รายการได้**ฟรีเลย**

#FITAuto #เชี่ยวชาญบริการจากใจ

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม Ins. **1365 กด 17**



<http://www.pttfitauto.com/>

<https://www.facebook.com/FITAutoThailand/>

เข้าเดือนพฤษภาคมแบบนี้...น้อง (น้ำ) ฝนควรจะมาแล้ว แต่เหมือนจะผัดนัด เพราะหลายจังหวัดของเรากียังร้อนอยู่ดี 555 ฉบับเรามีเกมง่าย ๆ คลายร้อนมาให้เล่นกัน กับ “พา (เพน) กวิน...กลับบ้าน” เพราะทาง ขั้วโลกหนาว ๆ แบบนี้เส้นทางเหมือนกันไปหมดเลย...กวินง

กติกา:

แค่ลากเส้นทางที่ถูกต้องให้ เพนกวินกลับถึงบ้านเท่านั้นเอง
หมวดขต 24 พ.ค. 62
 (โดยยึดวันประทับตราไปรษณียากรเป็นหลัก)

ได้คำตอบแล้ว...เขียนลงไปรษณียบัตรที่อยู่ ภายในเล่ม หรือส่งคำตอบมาได้ที่

sopon_l@pttor.com

แล้วรอลุ้นผู้ที่ตอบถูกต้องและโชคดี 15 ท่าน ในฉบับหน้า พร้อมกับของรางวัลสุดน่ารักจาก PTTOR ที่พร้อมจัดส่งให้ถึงหน้าบ้านเลย!



เฉลยเกม รถคันไหนเพื่อนไป?...หาให้เจอ! / เม.ย. 62



รายชื่อผู้โชคดี 15 ท่านที่ได้รับรางวัล

กระเป๋าสะพาย Godji สุดคุล

- | | |
|-------------------------------|-------------------|
| 1. ด.ช.ธีปานนท์ กัลยาธิ | จ.เชียงใหม่ |
| 2. คุณเจนจิรา เสลภูมิ | จ.ลำปาง |
| 3. คุณพัชราพรรณ เสี่ยมศักดิ์ | จ.อำนาจเจริญ |
| 4. คุณสุรัชย์ สุรีย์พงษ์ | จ.นนทบุรี |
| 5. คุณสิริพร อุดมศรี | จ.อุทัยธานี |
| 6. คุณวิลาวัลย์ พึ่งรักษา | จ.สมุทรสาคร |
| 7. คุณธัญญา สุขประเสริฐ | จ.นครสวรรค์ |
| 8. คุณวิฑูรวิทย์ ปิยะณัฒน์กุล | จ.ชุมพร |
| 9. คุณศิริสุข แก้วเกิด | จ.ประจวบคีรีขันธ์ |
| 10. คุณณัฏย์ วิรุฬห์เพชร | จ.ชลบุรี |



- | | |
|---------------------------|-----------------|
| 11. คุณสมจิตร เรืองฤทธิ์ | จ.ฉะเชิงเทรา |
| 12. คุณสุพรรณิ ยานตรี | จ.นครศรีธรรมราช |
| 13. คุณสุธิสา เป๊ะพานิชย์ | จ.ร้อยเอ็ด |
| 14. คุณแสงเทียน แก้วงาม | จ.นครราชสีมา |
| 15. คุณสุพิตา เจริญยิ่ง | จ.กรุงเทพฯ |

* สแกนสิทธิ์การเปลี่ยนแปลงของรางวัล โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

รวยทอง ทัวดิ่ง
ทุกทิศทั่วไทย

“แจกหนัก 7 ภาค
ภาคละ 30 เส้น”

แค่สมัครบัตร หรือใช้ทุก 10 คะแนนลุ้นทอง



สมัครฟรีที่
 pttstation

วันที่ 1 เม.ย. 62 – 30 มิ.ย. 62

สมัครบัตร PTT Blue Card รับ 1 สิทธิ์ลุ้น หรือ สมาชิกบัตร PTT Blue Card ใช้ 10 คะแนน แลรับ 1 สิทธิ์ลุ้น
รายละเอียดเพิ่มเติม โทร. 1365 Contact Center หรือ www.pttbluecard.com