



วารสาร
บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน)
ปีที่ 27 ฉบับที่ 3 / เดือนมิถุนายน 2562



BRAND STRATEGY AND DIGITAL MARKETING DIVISION

หน่วยงานใหม่ของ PTTOR
ส่วนกลยุทธ์การบริหารสินค้าและการตลาดดิจิทัล

04

Moving Around
Brand Strategy
and Digital
Marketing Division
สร้างกลยุทธ์ บรรลุเป้าหมาย
การตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล

09

PTTOR Insight
PTT UltraForce
Diesel B10
แรง คู่คุณค่า รักษาสิ่งแวดล้อม
พร้อมดูแลเกษตรกรไทย

30

Mr. Adman
Texas Chicken
แจกบิสกิตฟรี!
ฉลอง Biscuit Day

CONTENTS

04 MOVING AROUND	08 PTTOR Q & A	09 PTTOR INSIGHT
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

สวัสดีครับ เวลามาผ่านไปรวดเร็วยิ่งนัก ไม่ทันไรก็เข้าสู่เดือน 6 กลางปีกันแล้ว จะว่าไปนี่เป็นปีที่ PTTOR เริ่มเติบโตขึ้นในหลาย ๆ ด้านอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งวารสารพลังไทยก็ได้นำความเคลื่อนไหวทางธุรกิจ และข่าวสารมาอัพเดททุกท่านให้เท่าทันไปกับ PTTOR เสมอมา

เช่นเดียวกับกับเรื่องเด่นประจำฉบับนี้ เราขอแนะนำให้คุณรู้จักกับหน่วยงานน้องใหม่ล่าสุดที่ก่อตั้งขึ้นภายใต้ร่มของ PTTOR นั่นก็คือ ส่วนกลยุทธ์การบริหารตราสินค้าและการตลาดดิจิทัล (ดต.ตปช.) มาดูกันว่า หน่วยงานน้องใหม่นี้จะมีบทบาทสำคัญใน PTTOR อย่างไร ติดตามได้ในคอลัมน์ Moving Around

ส่วน PTTOR Global เล่มนี้ พาทุกท่านไปเปิดโลกในประเทศที่ได้ชื่อว่ามีเกาะมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลกกับ ฟิทิพีฟิลิปปินส์ ที่ใช้เวลาเพียง 2 ทศวรรษก็สามารถก้าวสู่การเป็นแบรนด์ชั้นนำ และกวาดรางวัลระดับประเทศของฟิลิปปินส์มาแล้วมากมาย จากนั้นพาทุกท่านบินต่อไปยังเกาะเล็ก ๆ ที่มีความทันสมัยที่สุดกับการเปิดตัว Café Amazon 2 สาขาใหม่ในสิงคโปร์ที่ Jewel Changi Airport และ Jurong Point ไปดูกันว่าจะโมเดิร์นขนาดไหนในคอลัมน์ Café Amazon Cool

สำหรับคอลัมน์ที่ห้ามพลาดเด็ดขาดในฉบับนี้คือ CRM Corner เพราะมีข้อคิดเด็ด ๆ เพื่อก้าวสู่การเป็นนักบริหารเกรด A ตามแบบฉบับของสุดยอด CEO แคนาดาที่ยูทีย “โนโบรู โคยามา” มาฝากกัน แล้วเติมแนวคิดการตลาดอีกสักนิดกับ Marketing Focus เรื่อง “ธุรกิจค้าปลีกต้องปรับตัวอย่างไรให้เติบโตได้ท่ามกลางกระแสออนไลน์” ส่วนประเด็นพลังงานโลกจะนำเสนอความน่าสนใจของศักยภาพในการผลิตน้ำมันของสหรัฐฯ จาก Energy Independence สู่อำนาจ Energy Dominance และกำลังจะขยับฐานะเป็นผู้ผลิตน้ำมันอันดับหนึ่งของโลก ทำได้อย่างไร Energy Guru จะเฉลยให้คุณทราบกัน

นอกจากนี้ยังมีเรื่องดี ๆ อีกมากที่ไม่ควรพลาด เช่น รู้ไว้ก่อน ปลอดภัยกว่าจาก “โรคในหน้าฝน” และปิดท้ายด้วยเรื่องท่องเที่ยวเติมสุนทรีย์ให้ชีวิต คราวนี้เที่ยวใกล้ ๆ กรุง “เมืองนนท์” แต่รู้ไหมว่ามีสถานที่ท่องเที่ยวสโลว์ไลฟ์ไม่แพ้ที่ไหน ติดตามได้ในคอลัมน์ PTT Station Navigator ครับ

...We are progress partner

วารสารบริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) ปีที่ 27 ฉบับที่ 3 เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2562

ที่ปรึกษา

จิราพร ขาวสวัสดิ์

บรรณาธิการบริหาร

ราชสุดา รังสิยากุล

บรรณาธิการ

ภัคพร ฉันทอนาคาร / กรรณภช ศรีสุพรรณ / นภัทรชนม์ กรธนวรรณเศรษฐ์ / พัลลยมล สมสุทธิ / อนุรักษ์ สีละพร / วชิรพร โสถลิปิณฑะ / ไสภณ ลิ่มเจริญ

กองบรรณาธิการ

ณัฐพล ชูจิตารมย์ / สุรินทร์ กิตติพิบูล / กรวรรณ สังข์มงคล / อธิวัฒน์ รัตนกร / ชราธิป นันทศรี / ณัฐวรรณ ศิริไพศาลพิพัฒน์ / ปิยฉัตร แสงวิจิตร / จิรเดช ญาณไพศาล / กมลทิพย์ โชติกะทุกกะณะ / ศิดลา พิทยอภิธา / สิริวรรณ ลิ่มเจริญ / เชษฐ กัญจนเชษฐ์

จัดทำโดย

ฝ่ายสื่อสารองค์กร บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน)

555/2 อาคาร EnCo A ชั้น 6 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

เลขหมาย: ดชม หรือแจ้งปัญหาการจัดส่ง

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

ออกแบบและผลิตโดย

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



www.pttor.com

วารสารพลังไทย เป็นวารสารดวงพลังงานสำหรับผู้แทนจำหน่าย PTTOR มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายและการดำเนินงานธุรกิจของ PTTOR เพิ่มพูนความรู้ในด้านต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการบริหารธุรกิจ รวมถึงเป็นสื่อสัมพันธ์เสริมสร้างความเข้าใจ ส่งเสริมและพัฒนาสำนึกส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าร่วมให้เกิดแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างสมดุล

วารสารฉบับนี้ พิมพ์ด้วยหมึกถั่วเหลือง บนกระดาษ Green Offset ซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



ทีฆายุกา โหตุ มหาราชินี

งามมีงขวัญ พระบารมี ดิถีสมัย
งามจริยวัตร ทรงปฏิบัติ ด้วยซัตติยา
งามเฉลิมรัฐ ฉัตรแก้ว วชิรราชย์
งามพระยศ ยิ่งยงคู่ องค์ภูมินทร์

งามพระเกียรติ เกริกไกร ไปทั่วหล้า
งามพัชรสุธา บรมราชินี ศรีแผ่นดิน
งามวโรกาส ภาควุมิใจ ไทยทุกถิ่น
งามสิริไสภิน ขอพระองค์ ทรงพระเจริญฯ

ด้วยเกล้าด้วยกระหม่อม

ข้าพระพุทธเจ้า คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน
บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน)



Brand Strategy and Digital Marketing Division

ส่วนกลยุทธ์การบริหาร
ตราสินค้าและการตลาดดิจิทัล

หน่วยงานใหม่แห่ง PTTOR ผู้สร้างกลยุทธ์ บสรุุป้าหมายการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล

เป็นที่ทราบกันดีว่า การตลาดในปัจจุบันได้พัฒนาไปสู่เป้าหมายที่ต้องตอบโจทย์ความต้องการลูกค้าแบบเฉพาะเจาะจงเป็นรายบุคคล เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดสู่ความภักดีในแบรนด์นั้น ๆ การทำการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัลจึงมีความสำคัญที่จะขาดไม่ได้เสียแล้ว เห็นได้จากการมีเอเจนซี่ให้บริการด้าน Digital Marketing เกิดขึ้นมากมาย เพื่อทำหน้าที่วางกลยุทธ์การขายหรือกิจกรรมต่าง ๆ ให้ตรงใจตามไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค โดยได้ข้อมูลที่แม่นยำจากการวิเคราะห์ Big Data นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายทางการตลาดที่วางไว้ในที่สุด

บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) หรือ PTTOR เล็งเห็นว่า การตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล (Digital Marketing) เป็นการทำตลาดที่นำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วย เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคหรือลูกค้ามากยิ่งขึ้น ทำให้สามารถทำการตลาดได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ (Mass Market) ลดลง ดังนั้นจึงเปิดหน่วยงานน้อง

ใหม่ที่มาทำหน้าที่นี้โดยเฉพาะคือ ส่วนกลยุทธ์การบริหารตราสินค้าและการตลาดดิจิทัล (ต.ต.ปสร.) รับผิดชอบในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดดิจิทัล เพื่อใช้ในการดำเนินกิจกรรมการตลาดของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า โดยมีหน้าที่

- กำหนดกลยุทธ์ด้านลูกค้า (Customer Strategy) ในด้านการสร้างประสบการณ์ลูกค้า เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกันของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ภายใต้หน่วยธุรกิจน้ำมัน
- กำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Strategy) ในด้านการนำเทคโนโลยีและช่องทางใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ในกิจกรรมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับประสบการณ์ของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม (Customer Experience) ภายใต้หน่วยธุรกิจน้ำมัน
- ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก เพื่อออกแบบแคมเปญการตลาดเฉพาะบุคคล (Personalized Campaign) ของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ภายใต้การบริหารของ PTTOR

ด้วยหน้าที่หลักเหล่านี้ทำให้ในวันนี้ส่วนกลยุทธ์การบริหารตราสินค้าและการตลาดดิจิทัล จึงดำเนินการเสริมประสิทธิภาพการตลาดให้กับตราสินค้าและบริการภายใต้ PTTOR ในหลากหลายมิติพร้อมกัน ได้แก่

- CUSTOMER EXPERIENCE STRATEGY: พัฒนากลยุทธ์การบริหารประสบการณ์ผู้บริโภคของ PTT Station, Café Amazon, PTT Blue Card และ FIT Auto เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้บริโภคในทุก Touch Point ทั้ง Online, Offline และ On Location (Omni Channel)
- PERSONALIZED MARKETING CAMPAIGN: วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคผ่านบัตรสมาชิก PTT Blue Card ทั้งในแง่ประเภทของสินค้าและบริการที่ใช้ความถี่และการใช้จ่ายของผู้บริโภค เพื่อออกแบบและนำเสนอกิจกรรมการตลาดในรูปแบบเฉพาะบุคคล (Personalized Marketing Campaign) ให้แก่สมาชิก PTT Blue Card ผ่านช่องทาง eMail, SMS และ PTT Blue Card Mobile Application
- CASHLESS PAYMENT MARKETING: กำหนดกลยุทธ์การทำการตลาดเพื่อตอบสนองสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ดังนี้

1. Co-Brand Credit Card

กำหนดกลยุทธ์การทำการตลาด ร่วมกับธนาคารและองค์กรชั้นนำ รวมถึงร้านค้าต่าง ๆ บริหารจัดการกิจกรรมการตลาด โดยมุ่งเน้นการพัฒนาบัตรให้เป็น “Lifestyle Credit Card” เพื่อสร้างประสบการณ์และความประทับใจ ด้วยการมอบสิทธิประโยชน์สูงสุดที่ตรงกับไลฟ์สไตล์ของลูกค้าแต่ละกลุ่ม

2. QR Payment

กำหนดกลยุทธ์การทำการตลาดร่วมกับธนาคารและองค์กรชั้นนำ บริหารจัดการกิจกรรมการตลาด เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายผ่าน QR Payment

3. Credit Card Promotion

กำหนดกลยุทธ์การทำการตลาดร่วมกับธนาคารและองค์กรชั้นนำ บริหารจัดการกิจกรรมการตลาด เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายผ่านบัตร



- DIGITAL SIGNAGE: กำหนดกลยุทธ์การทำการตลาดผ่านระบบ Digital Signage บริหารจัดการพื้นที่สื่อโฆษณาบน Digital Signage ให้แก่ธุรกิจภายใน PTTOR และหน่วยงานภายนอก เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและสร้างรายได้ให้กับธุรกิจ

ทั้งนี้ สิ่งสำคัญในการทำ Personalized Marketing Campaign ให้ตรงใจลูกค้าคือ การเข้าใจลูกค้า ดังนั้นสิ่งที่จะเข้ามาช่วยตอบโจทย์การทำ Marketing แบบ Customer-Based คือการทำ Big Data Analytics

Personalized Marketing Campaign จะต้องสอดคล้องกับ Customer Life Cycle ของสมาชิกแต่ละราย ซึ่งมีพฤติกรรมและความต้องการที่แตกต่างกัน ตั้งแต่การสร้างการรับรู้ ทดลองใช้สินค้าและบริการ ผ่านแคมเปญแนะนำ New Product, Welcome และ Grand Opening Campaign รวมทั้ง First Purchase Campaign เพื่อกระตุ้นการซื้อสินค้าและบริการในกลุ่มลูกค้าใหม่ ในส่วนของลูกค้าที่เคยใช้สินค้าและบริการแล้ว จะมีการนำเสนอแคมเปญ Cross Sell, Up Sell และ Increase Frequency เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการ และสร้างการทดลองใช้สินค้าและบริการอื่น ๆ ในธุรกิจของ PTTOR ให้หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้จะนำเสนอแคมเปญ Repeat Purchase เพื่อกระตุ้นเตือนให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการป้องกันการจากไปของลูกค้าด้วยแคมเปญ Churn Prevention และ Win Back

Personalized Marketing Campaign ที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค เป็นกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์ทางธุรกิจในการช่วยเพิ่มความถี่ใน

การเข้าใช้บริการ เพิ่มยอดการใช้จ่าย ต่อยอดระหว่างธุรกิจต่าง ๆ ลดอัตราการจากไปของลูกค้า สร้างฐานลูกค้าประจำ และเพิ่มโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เมื่อผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ที่ดีจะก่อให้เกิดความภักดีและผูกพันกับธุรกิจในที่สุด อย่างไรก็ตาม การที่สามารถบรรลุเป้าหมายนี้ได้ ต้องเกิดจากการร่วมมือกันของส่วนงานต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องสำหรับใช้ในการวางกลยุทธ์ที่แม่นยำ ดังนี้

- ส่วนบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า ซึ่งดูแลในส่วนของ PTT Blue Card เนื่องจาก PTT Blue Card เป็นแหล่งที่มาของข้อมูลที่สำคัญ ข้อมูลทุกการใช้จ่ายของสมาชิกผ่านเครื่อง POS รวมถึงพฤติกรรมจากการใช้ PTT Blue Card Mobile Application ถูกเก็บรวบรวมไว้ในระบบ Big Data

- ส่วนวิเคราะห์ข้อมูลและลูกค้าเชิงลึก ทีม Big Data และทีม Data Analytics นำข้อมูลสมาชิก PTT Blue Card ทั้งหมดมาวิเคราะห์ โดยการแบ่งกลุ่มลูกค้าหรือ Segmentation จากพฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้า เพื่อค้นหา Customer Insight

- จากนั้นส่วนกลยุทธ์การบริหารตราสินค้าและการตลาดดิจิทัล จะนำข้อมูลสมาชิก PTT Blue card มาวิเคราะห์ และออกแบบกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมกับพฤติกรรม และความต้องการเฉพาะบุคคลของสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ (Personalized Marketing Campaign)

แม้ว่าการดำเนินการต่าง ๆ ของส่วนกลยุทธ์การบริหารตราสินค้าและการตลาดดิจิทัล ในปัจจุบันจะมีความครอบคลุม แต่การตลาดดิจิทัลไม่เคยหยุดนิ่ง เพราะต้องวิ่งไปตามไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา



ด้วยวิสัยทัศน์ของส่วนกลยุทธ์การบริหารตราสินค้าและการตลาดดิจิทัล จึงได้วางแผนพัฒนาการดำเนินงานในอนาคตไว้อีกมาก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับการตลาดดิจิทัลของ PTTOR ให้แกร่งยิ่งขึ้น เช่น

- MARKETING AUTOMATION PLATFORM พัฒนาระบบเทคโนโลยีในการทำการตลาดอัตโนมัติ ที่ช่วยวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า และจัดการส่งแคมเปญไปให้กับคนที่ใช่ในเวลาที่เหมาะสม และผ่านช่องทางที่ใช้โดยอัตโนมัติ
- LIFESTYLE & PAYMENT APPLICATION พัฒนา Lifestyle & Payment Application ที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคในการซื้อสินค้าในเครือ PTTOR เพื่อตอบสนองสังคมไร้เงินสด

- OMNI-CHANNEL STRATEGY สร้างประสบการณ์ที่ไร้รอยต่อให้กับลูกค้า โดยการเชื่อมโยงช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ให้เป็นหนึ่งเดียวกัน โดยในแต่ละช่องทางต้องมีบริการ ข้อมูลและประสบการณ์ที่เหมือนกัน

จะเห็นว่าด้วยหน้าที่รับผิดชอบด้านการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล การดำเนินงานอย่างจริงจังในหลายมิติ รวมถึงวิสัยทัศน์แห่งอนาคตของส่วนกลยุทธ์การบริหารตราสินค้าและการตลาดดิจิทัล จึงกล่าวได้ว่า เป็นหน่วยงานที่มาเติมเต็มศักยภาพให้กับ PTTOR มีความเข้มแข็งด้านการตลาดอย่างสมบูรณ์ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญของการรักษาความเป็นแบรนด์อันดับหนึ่งในใจของคนไทยอย่างมั่นคงนั่นเอง









ส่วนกลยุทธ์การบริหารตราสินค้าและการตลาดดิจิทัล

กิจกรรมการตลาดรูปแบบใด? ที่คุณชอบมากที่สุด

เราเชื่อว่าการตลาดที่ดี คือการทำให้โดนใจกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ดังนั้น Q&A ฉบับนี้จึงอยากให้คุณทุกท่าน...บอกเราหน่อยว่า “กิจกรรมการตลาดแบบไหนที่ชอบมากที่สุด” โดยเรียงลำดับจาก 1 ถึง 3 ซึ่ง 1 จะเป็นกิจกรรมที่ท่านถูกใจมากที่สุด

หากใครมีไอเดียดี ๆ เกี่ยวกับกิจกรรมอื่น ๆ อีกก็แนะนำกันมาได้เลยนะครับ...ไม่แน่ว่า กิจกรรมครั้งถัดไป อาจมาจากผู้อ่านวารสารพลังไทยของเราก็เป็นได้!

...แล้วมารอลุ้นกันกับ “ของรางวัลสุดพิเศษ” สำหรับผู้ที่ส่งคำตอบมาร่วมสนุกกันครับ

-  คะแนนสะสม
-  คู่มือช่างโชค
-  ของแจก / ของแถม
-  ส่วนลดต่าง ๆ
-  Cash Back
-  อื่น ๆ โปรดระบุ

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

สแกนที่นี่



ก็ส่งคำตอบได้เหมือนกัน!

สำหรับ Q&A ในฉบับที่แล้ว กับคำถามที่ว่า “เมื่อได้เข้ามาใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมัน PTT Station...อะไรที่ทำให้คุณประทับใจ” คำตอบมีดังนี้

อันดับ 1 คือ “รูปแบบของสถานีบริการน้ำมัน PTT Station”

อันดับ 2 คือ “จำนวนของสถานีบริการน้ำมัน PTT Station”

อันดับ 3 คือ “ความหลากหลายของร้านค้าหรือสินค้าต่าง ๆ”

นอกจากนี้ร้านกาแฟ Café Amazon ยังติดอันดับคำตอบมาด้วยนะครับผม

ยินดีกับ

คุณสุพรรณิ ย่านวาร
จ.นครศรีธรรมราช



ที่ได้รับรางวัล **KMVQ Godji สุดแนว...**
ไปใส่กันเถ้ ๆ ...พร้อมจัดส่งให้ถึงบ้านเลยครับ

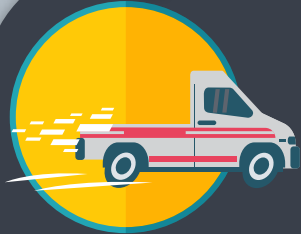
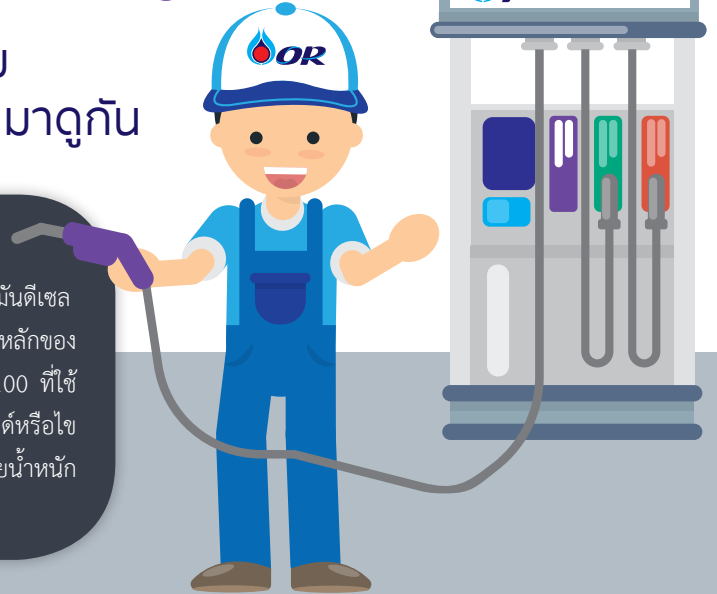
สอบถามเพิ่มเติมได้ที่ www.pttor.com/contact

PTT UltraForce Diesel B10

แรงแจกคุ้มค่า รักษาสิ่งแวดล้อม
พร้อมดูแลเกษตรกรไทย...อย่างไร? มาดูกัน

ทำความรู้จัก...ดีเซล B10

กระทรวงพลังงานประกาศให้น้ำมันดีเซลหมุนเร็ว B10 เป็นน้ำมันดีเซลเกรดมาตรฐานของไทยเพิ่มขึ้นอีก 1 ประเภท และให้เป็นน้ำมันประเภทหลักของไทยในปี 2564 ทดแทนน้ำมันดีเซลหมุนเร็ว B7 สำหรับไบโอดีเซล B100 ที่ใช้เป็นส่วนผสมของน้ำมันดีเซลหมุนเร็ว B10 จะลดปริมาณโมโนกลีเซอไรด์หรือไขให้ต่ำลง จากเดิมไม่สูงกว่าร้อยละ 0.7 ปรับเป็นไม่สูงกว่าร้อยละ 0.4 โดยน้ำหนัก ส่งผลให้น้ำมันดีเซลหมุนเร็ว B10 มีคุณภาพดีขึ้น



แรงแจก

- มีสารเพิ่มค่าซีเทน ทำให้เครื่องยนต์มีกำลังแรงมากขึ้น
- ค่ารถยนต์ให้การรับรองว่าสามารถใช้น้ำมันดีเซลหมุนเร็ว B10 ได้ 12 ยี่ห้อ รวม 944 รุ่น (ตรวจสอบได้จากประกาศของกรมธุรกิจพลังงาน)

คุ้มค่า

- คุ้มค่า ลดค่าใช้จ่าย เพราะน้ำมันดีเซลหมุนเร็ว B10 ราคาถูกกว่าน้ำมันดีเซลธรรมดา 1 บาท/ลิตร
- ป้องกันการอุดตันของหัวฉีด ทำให้ประหยัดน้ำมันมากขึ้น



รักษาสิ่งแวดล้อม

- น้ำมันดีเซลหมุนเร็ว B10 มีการเผาไหม้สมบูรณ์ ลดวันดำได้ถึงร้อยละ 42
- ลดฝุ่นขนาดเล็ก PM 2.5 ได้ร้อยละ 3.5 จึงช่วยลดมลพิษและรักษาสิ่งแวดล้อม

ดูแลเกษตรกรไทย

- การนำไบโอดีเซล B100 มาผลิตเป็นน้ำมันดีเซลหมุนเร็ว B10 ช่วยบรรเทาสถานการณ์น้ำมันปาล์มดิบล้นตลาดและราคาตกต่ำ จึงช่วยเหลือเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันได้เป็นอย่างดี



สำหรับในระยะแรก PTTOR จะจำหน่ายน้ำมันดีเซลหมุนเร็ว B10 ในสถานีบริการน้ำมัน PTT Station ในภาคใต้ และภาคตะวันออก
นี่แหละ...แรงแจกคุ้มค่า รักษาสิ่งแวดล้อม พร้อมดูแลเกษตรกรไทย ไปกับ “PTT UltraForce Diesel B10”

TECHNOLOGY & INNOVATION

5 อันดับยอดฮิต ดิจิทัล ทรานส์ฟอร์มเมชัน ปี 2019

5G เกิดมาคู่มือถือ

5G นวัตกรรมเครือข่ายความเร็วไร้สาย ใช้สัญญาณคลื่นความถี่สูงถึง 73,000 MHz ทำให้การเชื่อมต่อและการดาวน์โหลดข้อมูลได้รวดเร็วยิ่งขึ้น เช่น ดาวน์โหลดหนัง 3 มิติ ได้ภายใน 1 นาที และยังรวมถึงอุปกรณ์ทุกชนิดที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ก็สามารถใช้ 5G ได้ โดยทางบริษัท Qualcomm ผู้ผลิตอุปกรณ์โทรคมนาคมรายใหญ่ ได้เปิดตัวชิปโมเด็ม 5G ที่สามารถรองรับนวัตกรรมนี้แล้ว



Clouds พื้นที่มหาศาสตร์ ช่วยประหยัดต้นทุน

เสมือนคอมพิวเตอร์ที่เราใช้งานกันอยู่ มีฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ที่ใช้ประมวลผลและเก็บข้อมูล โดยคลาวด์มีทั้งบริการแบบใช้งานประมวลผล หรือให้บริการพื้นที่จำนวนมาก และมีสัญญาณอินเทอร์เน็ต ก็สามารถทำงานได้แบบ Real-Time ช่วยลดค่าใช้จ่ายการลงทุนด้านฮาร์ดแวร์ รวมถึงการซ่อมบำรุงต่าง ๆ



Chatbots ตอบแทนคนจริง

หุ่นยนต์ที่ทำหน้าที่ตอบข้อความอัตโนมัติด้วยชุดข้อมูลสำเร็จรูป ใช้กันมากในแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น ร้านออนไลน์ เว็บไซต์ประกัน เพราะคุ้มกว่าการจ้างคน โดย Chatbot มีประสิทธิภาพการตอบได้ตลอดเวลา



Blockchain เครือข่ายที่ตัด คนกลางออกไป

เป็นระบบโครงข่ายในการเก็บบัญชีธุรกรรมออนไลน์ ที่เก็บสถิติทางการเงินและสินทรัพย์อื่น ๆ ในอนาคต โดยไม่มีตัวกลางคือสถาบันการเงิน ทำให้ต้นทุนถูกลงและอาจจะส่งผลให้สถาบันการเงินไม่จำเป็นอีกในอนาคต หากเทคโนโลยีนี้เข้ามาแทนที่ได้อย่างสมบูรณ์



AI ใกล้เคียงชีวิตเรา ยิ่งกว่าที่คิด

Artificial Intelligence (AI) หรือปัญญาประดิษฐ์ เป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่มีความฉลาด เป็นสมองอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อทำงานทุกอย่างได้เหมือนมนุษย์ และเป็นผู้ช่วยในทุก ๆ ด้าน โดยนิตยสาร Forbes ระบุว่าภายในปี 2019 ธุรกิจใหญ่กว่าร้อยละ 40 จะนำ AI มาใช้ภายในองค์กร เพื่อลดค่าใช้จ่ายแทนการจ้างคน และจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อหลายสาขาอาชีพ

ที่มา: • <https://www.forbes.com/sites/danielnewman/2018/09/11/top-10-digital-transformation-trends-for-2019/#10eb86553c30>
• <https://www.marketingoops.com/reports/understand-what-is-5g/>

ENVIRONMENT



จะเกิดอะไรขึ้น ถ้าโลกร้อนขึ้น 1.5 °C

คณะกรรมการระหว่างรัฐบาลว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (IPCC) เตือนว่าโลกเรามีเวลาถึงปี 2030 เท่านั้นที่จะหยุดยั้งปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ มิเช่นนั้นอาจสายเกินแก้ เพราะอุณหภูมิเฉลี่ยทั่วโลกจะร้อนขึ้นถึง 1.5 องศาเซลเซียส ทำให้โลกต้องเผชิญกับภัยแล้ง ไฟป่า น้ำท่วม วิกฤตขาดแคลนอาหาร และอีกมากมาย ส่งผลให้คนล้มตายและเจ็บป่วยอีกเป็นจำนวนมาก สถาบัน Global Change แห่งมหาวิทยาลัยควีนส์แลนด์ในออสเตรเลีย จึงแนะนำว่า การจำกัดการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิที่ 0.5 องศาเซลเซียส ตั้งแต่วันนี้จะทำให้โลกสามารถรักษาสภาพระบบนิเวศที่เป็นอยู่ไว้ได้ต่อไปอย่างยาวนาน

ที่มา:

- https://edition.cnn.com/2018/10/07/world/climate-change-new-ipcc-report-wxc/index.html?utm_term=link&utm_medium=social&utm_content=2018-10-08T04%3A01%3A05&utm_source=fbCNNi
- <https://apnews.com/5e2cdfc6db8429d96fd3b3b91b880d6>
- <https://thestandard.co/un-report-on-global-warming-carries-life-or-death-warning/>



เคนยา ใช้กฎหมายห้ามใช้ ถุงพลาสติกเข้มงวดที่สุดในโลก

สาธารณรัฐเคนยา แม้เป็นประเทศกำลังพัฒนา แต่ให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างมาก เพราะมีการบังคับใช้กฎหมายห้ามใช้ถุงพลาสติกชนิดที่ใช้ครั้งเดียวทิ้งมาตั้งแต่ปี 2017 โดยมีโทษจำคุกสูงสุดถึง 4 ปี หรือปรับสูงสุดราว 1.25 ล้านบาท เพราะเคนยาต้องเผชิญกับปัญหาขยะพลาสติกล้นเมืองทำลายสิ่งแวดล้อม เกิดมลพิษ น้ำท่วม โดยตั้งแต่เริ่มใช้กฎหมายนี้เพียงปีแรกสามารถลดการใช้ถุงพลาสติกไปได้ 100 ล้านใบ ส่วนผู้ที่เดินทางเข้าประเทศเคนยาโดยที่มีถุงพลาสติกติดมาด้วย ก็จะต้องทิ้งถุงพลาสติกไว้ที่สนามบิน ปัจจุบันหลายประเทศในแอฟริกา เช่น รวันดา มอริเตเนีย และเอริเทรีย ก็มีกฎหมายห้ามใช้ถุงพลาสติกเช่นกัน

ที่มา: <https://www.bbc.com/thai/features-46187370>



เปิดตัวใหญ่แคมเปญแห่งปี PTT Blue Card รอยทองทั่วถึง ทุกที่ทั่วไทย ยกร้านทองขึ้นรถแห่ทั่วประเทศ ขนสิทธิ์ลุ้นสร้อยคอกทองคำ 100 กว่าเส้น เสิร์ฟถึงบ้าน!

PTT Blue Card แจกหมึก แจกจริง ทั่วถึง 7 ภาค ภาคละ 30 เส้น รวมสร้อยคอกทองคำ 210 เส้น เพื่อลูกค้า ทั่วประเทศ เพียงสมัครบัตร PTT Blue Card หรือสมาชิก ปัจจุบันใช้ทุก 10 คะแนน แลกกับสิทธิ์ลุ้นสร้อยคอกทองคำ



งานนี้ถึงกับยกร้านทองจำลองขึ้นรถคันพิเศษ เพื่อให้บริการรับสมัคร บัตรสะสมแต้ม PTT Blue Card พร้อมสิทธิ์ลุ้นเป็นเจ้าของสร้อยคอกทองคำ ฟรี ๆ เลขพันที่ สมัครก็ฟรี แถมยังได้ลุ้นทองฟรี ๆ ใครเห็นรถทองคำนี้ที่ไหน... รีบพุ่งตรงเข้าไปเลย!!

ความพิเศษของรถคันนี้คือ "ให้บริการสมัครบัตร PTT Blue Card ครบวงจร" เหมือนคุณได้ไปสมัครด้วยตัวเองที่สถานีบริการน้ำมัน PTT Station โดยจะมีทีมงานคุณภาพคอยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าทุกคน เพื่อให้การสมัครบัตร PTT Blue Card เรียบร้อยและเป็นไปอย่างราบรื่น การันตีว่าลูกค้าทุกคนที่เดินเข้ามาจะได้รับบัตรและสิทธิ์ลุ้นทองกลับบ้านไปแน่นอน

รถคันนี้จะวิ่งเป็นเวลา 45 วันทั่วประเทศ กว่า 20 จังหวัด ไม่ว่าจะอยู่ใกล้หรือไกล ก็มีโอกาสมารับบัตร PTT Blue Card และรับสิทธิ์



ลุ้นทองได้เลย โครเจอที่ไหน ให้รีบพุ่งตัวเข้าไป เพราะนั่นคือโอกาสรับสิทธิ์รวยทองของคุณ!
เห็นก่อน สมัครก่อน มีสิทธิ์ลุ้นก่อน...แล้วอย่าลืมถ่ายรูปแล้วแชร์ให้เพื่อนด้วยล่ะ!

สำหรับใครยังไม่มีบัตรก็สมัครได้เลย หรือจะแนะนำเพื่อน ๆ ให้มาสมัครกันได้ที่
สถานีบริการน้ำมัน PTT Station ทุกสาขาทั่วประเทศ หรือสมัครทางออนไลน์ที่
www.pttbluecard.com โดยมีสิทธิ์ลุ้นทองจนถึง 30 มี.ย. 62 เท่านั้น สอบถามรายละเอียด
เพิ่มเติม โทร. 1365

...คอยติดตามกิจกรรมดี ๆ และสิทธิประโยชน์อื่น ๆ อีกมากมาย ได้ที่
www.pttbluecard.com

#PTTBlueCard

#รวยทองทั่วถึงทุกทีศกวัยไทย



PTTOR ฟันเสียงก้องปู้จาที่จางหาย ให้กระหึ่มก้องเขलगคนครตลอด 18 ปี

เป็นเวลา 18 ปี มาแล้วที่ PTTOR โดยคลังปิโตรเลียมลำปาง ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดลำปาง ได้ร่วมมือกับทางจังหวัดลำปางและภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ดำเนินการฟื้นฟูและอนุรักษ์ประเพณีตีก้องปู้จา ประเพณีที่ก้องกังวานคุณค่าของชาวลำปางมาอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2544 เพื่อร่วมฟื้นฟูและสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีนี้มิให้สูญหายไปหรือถูกลืมเลือนไป

“ก้องปู้จา” หรือ “กลองบูชา” ในภาษากลาง ในสมัยก่อนนิยมทำขึ้นจากไม้มะม่วงป่า เพราะให้เสียงดังไกล เดิมชาวล้านนาใช้ตีเพื่อปลุกขวัญกำลังใจทหารก่อนออกรบ ต่อมาเมื่อสังคมสงบสุขครั้งที่วัดยังเป็นศูนย์รวมจิตใจของชุมชน ก้องปู้จาถูกใช้ตีเพื่อให้สัญญาณบอกเหตุต่าง ๆ ในชุมชนหรือเรียกประชุม กระทั่งพัฒนามาใช้ตีเพื่อบอกให้ชุมชนรู้ว่าวันรุ่งขึ้นจะเป็นวันพระ หรือตีเพื่อถวายเป็นพุทธบูชาแด่พระรัตนตรัยและองค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าหลังพระสวดเทศนาธรรมในวันพระ ดังนั้นรูปแบบการตีก้องปู้จาจึงมีความหลากหลายแตกต่างกันไปตามแต่วาระและวัตถุประสงค์ ถือเป็นประเพณีท้องถิ่นดั้งเดิมที่มีคุณค่าของจังหวัดลำปางมาแต่เก่าก่อน

แต่ทว่าเสียงก้องปู้จาเกือบจางหาย จากข้อกำหนดมากมายที่มีมาแต่ในอดีต เช่น ผู้ตีต้องเป็นชายที่เคยบวชเป็นพระหรือเณรมาก่อนเท่านั้น ห้ามผู้หญิงตี และตีได้เฉพาะวันโกนกับวันพระเท่านั้น ความถี่ในการตีจึงน้อยลง เมื่อกาลผ่านไปก้องปู้จาจึงเริ่มร้างราคนตี คนเคยตีก็แก่เฒ่าลง และมีเครื่องขยายเสียงเข้ามาแทนที่ ก้องปู้จาจึงเริ่มถูกลืมไว้ตามวัดวาอาราม เป็นเพียงเครื่องดนตรีศักดิ์สิทธิ์ที่เคยอยู่คู่สังคมของคนล้านนา





ในปี 2544 PTTOR ร่วมกับสมาคมชาวเหนือ จังหวัดลำปาง จัดการแข่งขันตีกลองปู้จาขึ้นเป็นครั้งแรกในเทศกาลสงกรานต์ ในชื่อ “มหัศจรรย์ก้องปู้จา ล้านนาไทย” ซึ่งด้วยพระราชทาน “สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง” สามารถสร้างกระแสตื่นตัวรื้อฟื้นกลองปู้จาขึ้นมาได้เป็นครั้งแรก ในช่วงต่อมาการแข่งขันตีกลองปู้จาถูกผนวกเข้ากับเทศกาลปีใหม่เมืองเช่นเดียวกับงานสลุงหลวง แต่คงใช้ชื่องาน “มหกรรมก้องปู้จา จังหวัดลำปาง” กระทั่งปัจจุบันได้ใช้ชื่องาน “สลุงหลวง กลองใหญ่ ปีใหม่เมืองนครลำปาง ประจำปี 2562” และยังคงมี “การประกวดการตีกลองปู้จา นครลำปาง” ซึ่งด้วยพระราชทาน “สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง” เช่นเดิม ระหว่างวันที่ 9 – 13 เมษายน 2562 ณ ช่วงนคร อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

ในการอนุรักษ์และฟื้นฟูประเพณีตีกลองปู้จา นอกจากการจัดแข่งขันตีกลองปู้จาแล้ว PTTOR ยังได้รับการสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มาตลอด 18 ปีที่ผ่านมา เพื่อกระตุ้นให้เยาวชนรุ่นใหม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมสานต่อองค์ความรู้และอนุรักษ์อย่างจริงจังต่อไป เช่น สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลำปาง สภาวัฒนธรรมจังหวัดลำปาง สภาวัฒนธรรมอำเภอเครือข่ายวัฒนธรรมจังหวัดลำปาง สมาคมชาวเหนือ ส่วนกิจกรรมที่จัดขึ้น ได้แก่ การแข่งขัน

ตีกลองปู้จา ค่ายเยาวชน พีทีที โออาร์ อนุรักษ์ประเพณีตีกลองปู้จา นครลำปาง 13 อำเภอเพื่ออนุรักษ์ประเพณีตีกลองปู้จา การจัดสร้างโองก้องปู้จาเขากลางคันคร พร้อมก้องปู้จา 9 ชุด เพื่อผู้สนใจได้มาศึกษาเรียนรู้และชมความงามแห่งวัฒนธรรมประเพณีอันทรงคุณค่า

ก้องปู้จาถือเป็นกลองศักดิ์สิทธิ์ต้องตีให้ถูกต้องตามประเพณี จึงถูกสอนโดยครูก้องปู้จา ประชาชนท้องถิ่นเป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้และศิลปะการตีไปสู่ลูกหลาน กระทั่งเกิดความตระหนัก รักและหวงแหน ภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของตัวเองได้สำเร็จ



ประเพณีก้องปู้จาจึงได้ฟื้นคืนกลับมาอีกครั้ง ตามเจตนารมณ์ของ PTTOR ที่มุ่งหวังเป็นส่วนหนึ่งของชาวลำปาง ร่วมฟื้นฟูและสืบสานประเพณีก้องกันนี้ได้บรรลุผลเป็นรูปธรรมแล้ว อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล “สลุงหลวง กลองใหญ่ ปีใหม่เมืองนครลำปาง” ทุกปีอีกด้วย



ค่ายเยาวชน พีทีที โออาร์ อนุรักษ์ประเพณีตีกลองปู้จา

ผลพวงจากงาน “มหัศจรรย์ก้องปู้จา ล้านนาไทย” ในปี พ.ศ. 2544 ที่สร้างกระแสให้ก้องปู้จาฟื้นคืนชีพขึ้นมา ทางจังหวัดลำปางจึงจัดโครงการค่ายเยาวชน พีทีที โออาร์ อนุรักษ์ประเพณีตีกลองปู้จาขึ้นทุกปีต่อเนื่องเป็นปีที่ 16 แล้ว โดยได้คัดเลือกเยาวชนจาก 13 อำเภอในจังหวัดลำปาง อำเภอละ 10 คน รวม 130 คน มาเข้าค่ายอบรมความรู้เรื่องก้องปู้จา ใช้เวลาทั้งสิ้น 3 วัน 2 คืน โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิให้ความรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ฝึกปฏิบัติ 5 ฐาน จัดการทดสอบและประเมินผล พร้อมทั้งมอบเกียรติบัตร เพื่อเป็นการรับรองถึงทักษะความรู้ของเยาวชน และจัดประกวดขึ้นเป็นประจำทุกปี



จากก้องกลายเป็นกลอง

เพื่อลดการทำลายธรรมชาติและลดงบประมาณในการทำกลองจากไม้จริงเพื่อใช้ในการอบรม 13 อำเภอ PTTOR จึงมอบถังน้ำมันเครื่องบินขนาด 200 ลิตร พร้อมสนับสนุนงบประมาณในการจัดทำ โดยสลากลองได้นำไม้มาหุ้มรอบถัง ขึ้นหน้ากลองด้วยหนังวัวและหนังควาย ให้คุณภาพเสียงที่อยู่ในเกณฑ์ดีนำไปแจกจ่ายใช้ฝึกอบรมอย่างทั่วถึง

PTT Lubricants จับมือ CPAC

ก้าวเข้าสู่การเป็นผู้นำร่วมกัน
ในอุตสาหกรรมก่อสร้างอย่างเต็มตัว



เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคมที่ผ่านมา สายงานธุรกิจหล่อลื่น ได้จัดพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือด้านผลิตภัณฑ์หล่อลื่น ระหว่าง บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) หรือ PTTOR และ บริษัท ผลิตภัณฑ์และวัตถุก่อสร้าง จำกัด หรือ CPAC จากความสำเร็จที่ PTTOR ได้ทำวิจัยร่วมกับ CPAC มาเป็นเวลานานกว่า 2 ปี เพื่อตอบสนองและแก้ปัญหาของผู้ใช้งานในกลุ่มอุตสาหกรรมก่อสร้าง จนสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำมันทาแบบ “MOLDERA CX1” ได้เป็นผลสำเร็จ และจัดจำหน่าย โดย CPAC ทั่วประเทศ

“MOLDERA CX1” เป็นผลิตภัณฑ์น้ำมันทาแบบคอนกรีตชนิดน้ำมันล้วนผลิตจากน้ำมันหล่อลื่นพื้นฐานคุณภาพสูง ไม่มีส่วนผสมของสารทำละลาย (Solvent) ช่วยให้น้ำมันทาแบบยึดเกาะแบบหล่อได้ดีเยี่ยม ไม่ไหลย้อย ป้องกันการเกาะติดของชิ้นงานขณะแกะออกจากแม่แบบ ป้องกันการเกิดสนิมได้ดี ไม่ทิ้งคราบต่าง ไม่มีไอระเหย และไม่มีกลิ่นฉุน พร้อมด้วยส่วนผสมของสารเพิ่มคุณสมบัติพิเศษ ช่วยลดการเกิดรูพรุน





และรูตามดที่ผิวของคอนกรีต ส่งผลให้ชิ้นงานคอนกรีต มีผิวที่เรียบเนียนและมีสีผิวคอนกรีตที่สม่ำเสมอ เหมาะสำหรับงานก่อสร้างทั้งในร่มและกลางแจ้ง ไม่ว่าจะเป็นอาคารบ้านพักอาศัย และชิ้นส่วนโครงสร้าง คอนกรีตสำหรับงานสาธารณูปโภคขนาดใหญ่ อาทิ ชิ้นส่วนคานสะพานคอนกรีตอัดแรง ชิ้นส่วนผนัง คอนกรีตอัดแรงสำหรับอุโมงค์โครงการรถไฟใต้ดิน และชิ้นส่วนโครงสร้างเสาคอนกรีตอัดแรงสำหรับ สะพานข้ามแม่น้ำ

การร่วมลงนามในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ร่วมกันในการผลักดันการเปลี่ยนจากการใช้ผลิตภัณฑ์หล่อสีกทาแบบเบรนต์อื่น มาเป็นเบรนต์ CPAC MOLDERA CX1 ในกลุ่มลูกค้าของเครือ SCG และเพื่อสร้างความร่วมมือ อันดี (Synergy) ระหว่างกัน ร่วมผลักดันให้หน่วยงานในบริษัทในเครือ SCG เห็นถึงคุณภาพและศักยภาพของ PTT LUBRICANTS ซึ่งสามารถต่อยอดไปยังอุตสาหกรรมในประเทศไทยและต่างประเทศได้อีกในภายภาคหน้า นับเป็น ก้าวที่สำคัญ และเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีสำหรับการบุกตลาดหล่อสีกทาแบบต่อไป

สวัสดีค่ะท่านผู้บริหารสถานีที่เคารพทุกท่าน CRM Corner ฉบับนี้ก็ทีมงานลูกค้าสัมพันธ์มีแนวทางการทำงานสำหรับผู้บริหารที่น่าสนใจมาฝากกันค่ะ โดยขอหยิบยกหลักคิดบางส่วนจากหนังสือ “วัน ๆ เขาทำอะไรกันถึงได้เป็นประธานบริษัท” เขียนโดยประธานบริษัทมหาชน “คุณโนโบรุ โคยามา” CEO ชื่อดังในประเทศญี่ปุ่น ที่ได้รับรางวัลทางด้านการบริหารมากมาย การันตีด้วยหลักสูตรที่มีผู้บริหารทั่วญี่ปุ่นยอมจ่ายเงินกว่า 300,000 บาท เพียงเพื่อติดตามถือกระเป๋าให้คุณโนโบรุ

ก้าวสู่ นักบริหารเกรด A จาก 3 แนวคิด...ในแบบของ CEO โนโบรุ โคยามา

หลักสูตรนี้ผู้บริหารจากบริษัทอื่น ๆ จะได้เดินถือกระเป๋าให้คุณโนโบรุ และติดตามไปทำงานตลอด 3 วัน โดยจะเรียนรู้ผ่านการเข้าร่วมการประชุม การเยี่ยมลูกค้า การทำงานกับเพื่อนและลูกน้อง รวมไปถึงเวลาพักผ่อนด้วย เช่น การพักผ่อนเช้า เย็น ควบคู่กับ เป็นต้น แม้ว่ามูลค่าจะสูงถึง 300,000 บาท แต่ผู้บริหารจากหลายบริษัทต่างให้ความสนใจกับหลักสูตรนี้ และมีการจองคิวกันข้ามปีเพื่อให้ได้เข้าเรียน

สำหรับหนังสือเล่มนี้ “วัน ๆ เขาทำอะไรกันถึงได้เป็นประธานบริษัท” คุณโนโบรุได้ตัดแปลงเนื้อหาจากหลักสูตรนี้ ออกมาเป็นหลักการทำงาน 40 ข้อ โดยแบ่งกลุ่มผู้บริหารเป็น 3 ระดับคือ “เกรดเอ เกรดบี และเกรดซี” เกิดเป็น 3 แนวทางที่น่าสนใจดังนี้



ที่มาภาพหนังสือ : <http://www.twipu.com>

1

ทำไมร้านอาหารที่มีเมนูแนะนำแค่ "1 อย่าง" ถึงทำกำไรได้มากกว่าร้านที่มีเมนูถึง "10 อย่าง": ดังเช่น ผู้บริหารเกรตเอ คิดเมนู 1 อย่าง เกรตบี คิดเมนู 3 อย่าง และเกรตซี คิดเมนู 10 อย่าง

คำอธิบาย: ผู้บริหารส่วนมากเชื่อว่า การมีสินค้าและบริการหลากหลายจะทำให้มียอดขายที่สูง เนื่องจากรองรับความต้องการได้มากกว่า ทว่าหลักการที่ถูกต่อนั้น คุณโนโบรุแนะนำว่า ผู้บริหารควรจะต้องคัดเลือกสินค้าและบริการที่เป็นจุดแข็งเพียง 1 อย่างเท่านั้น เพื่อทุ่มเทกับสิ่งนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด และต้องตั้งใจความต้องการสูงสุดของลูกค้าให้แตก สรรวจจุดแข็งจุดอ่อนของเราเพื่อค้นหาว่าสิ่งใดควรจะทำให้มีความสำคัญและพัฒนาต่อไปอย่างแท้จริง

2

กุศโลบายให้ความสำคัญกับกิจกรรมสร้างสรรค์ของบริษัทมากกว่างาน: ดังเช่น ผู้บริหารเกรตเอ จะเข้าร่วมกิจกรรมอย่างเต็มใจ เกรตบี จะเข้าร่วมกิจกรรมอย่างไม่เต็มใจ และเกรตซี จะไม่เข้าร่วมกิจกรรมเลย

คำอธิบาย: ตำแหน่งและระดับงานทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับพนักงานเกิดช่องว่าง การทำงานต่าง ๆ จึงไม่มีประสิทธิภาพ คุณโนโบรุระบุว่าการสร้างสรรค์กับพนักงานนอกเวลางานเป็นโอกาสที่ดีในการลดช่องว่างนี้ รวมถึงการพาพนักงานไปพักผ่อนตามโรงแรมร้านอาหาร ย่อมจะทำให้ทั้งตัวผู้บริหารและพนักงานเอง สามารถเรียนรู้เกี่ยวกับบริษัทได้ดีขึ้น ต่อยอดเกิดไอเดียใหม่ ๆ และนำมาประยุกต์ใช้กับบริษัทได้เป็นอย่างดี

3

ลดอัตราการลาออก โดยการชมพนักงานวันละกว่า 1 ชั่วโมง: ดังเช่น ผู้บริหารเกรตเอ จะกล่าวชมอย่างต่อเนื่อง เกรตบี จะให้กำลังใจอย่างต่อเนื่อง และเกรตซี จะตำหนิลูกน้องอย่างต่อเนื่อง

คำอธิบาย: เมื่อมีการลาออกบ่อย ๆ ผู้บริหารมักคิดว่า เกิดจากพนักงานที่ไม่มี ความอดทน ปรับตัวไม่ได้ แต่คุณโนโบรุกลับเชื่อว่า การที่พนักงานลาออก มีสาเหตุหลักมาจากความรู้สึกที่ไม่ได้รับการยอมรับ หรือถูกจับผิดตลอดเวลา เปรียบได้กับการไม่เคยกล่าวชื่นชมเมื่อพนักงานทำดี แต่พอทำพลาดกลับตำหนิไม่ยั้ง ดังนั้น คุณโนโบรุเองจึงให้ความสำคัญกับสิ่งนี้ โดยเขาจะรีบจับบันทึกทันทีเมื่อพบเห็นสิ่งดี ๆ พร้อมกับ การกล่าวชมเชยพนักงานถึงวันละ 1 ชั่วโมง เพื่อให้พวกเขาารู้สึกถึงการเป็นที่ยอมรับ และได้รับการดูแลเอาใจใส่จากผู้บริหารเป็นอย่างดี โดยคำชมนี้ไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องที่ยิ่งใหญ่ อาจเป็นแค่เรื่องที่ลูกน้อง ตัดผมมาแล้วรู้สึกดีขึ้น ก็สามารถชมเชยกันได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้คุณโนโบรุระบุว่าให้ความสำคัญ เป็นอย่างมาก

จาก 3 แนวคิดข้างต้น ทีมงานลูกค้าสัมพันธ์เชื่อว่า ผู้บริหารจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้พัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ รวมทั้งพัฒนาศักยภาพพนักงานได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังมีแนวคิดของคุณโนโบรุที่เป็นประโยชน์อีกมากมาย โดยสามารถอ่านเพิ่มเติมได้จากหนังสือ “วัน ๆ เขาทำอะไรกันถึงได้เป็นประธานบริษัท” นะคะ

สำหรับ CRM Corner ฉบับหน้าทีมงานจะมีเรื่องราวสาระดี ๆ อะโรมาฟาก อย่าลืมติดตามกันในฉบับต่อไปนะคะ สุดท้ายนี้หากคุณผู้อ่านท่านใดไม่ได้รับความสะดวก หรือมีข้อเสนอแนะ - ดีชม ทางทีมงานลูกค้าสัมพันธ์ยินดีรับฟัง เพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการ โดยสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชม. ผ่านช่องทางดังนี้

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

เพราะทุกเสียงของท่าน
มีคุณค่าต่อเราเสมอ
1365 Contact Center
ทีมงานลูกค้าสัมพันธ์
ยินดีให้บริการค่ะ

2 ทศวรรษ

พีทีที ฟิลิปปินส์

สู่ความเป็นเลิศที่ดีในวันนี้และอนาคต

สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ เป็นประเทศหมู่เกาะในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตั้งอยู่ติดมหาสมุทรแปซิฟิก ซึ่งอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล แบ่งเป็น 3 หมู่เกาะหลัก คือ Luzon Visayas และ Mindanao มีประชากรประมาณ 105 ล้านคน GDP รวม 9.2 ล้านล้านเปโซ อัตราการเติบโตเฉลี่ย 6.20% ต่อปี นับเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางด้านศิลปวัฒนธรรม และความสวยงามทางธรรมชาติมากที่สุดประเทศหนึ่งในกลุ่มประเทศเศรษฐกิจใหม่ในอาเซียน

พีทีที ฟิลิปปินส์ เริ่มทำธุรกิจในปี พ.ศ. 2539 โดยร่วมทุนกับบริษัท Coastal Corporation ซึ่งเป็นบริษัทพลังงานจากประเทศสหรัฐอเมริกา ทำการจัดตั้งบริษัทร่วมลงทุน 4 บริษัทในฟิลิปปินส์ เพื่อดำเนินธุรกิจการค้า น้ำมัน โดยการนำเข้าผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม บริหารและจัดการคลังน้ำมัน จัดหาจัดส่งน้ำมัน

อากาศยาน บริหารจัดการท่อส่งน้ำมันระหว่างคลัง Subic และ Clark และดำเนินธุรกิจค้าปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงและหล่อลื่น ต่อมาในปี พ.ศ. 2546 Coastal Corp. ขายหุ้นในสองบริษัทร่วมทุนให้กับพีทีทีทั้งหมด ตั้งแต่นั้นมา พีทีทีฟิลิปปินส์ ก็ได้มุ่งเน้นในเชิงการตลาดค้าปลีก คำส่งคำพาณิชย์ อากาศยาน และหล่อลื่นเป็นหลัก



ปัจจุบัน พีทีที ฟิลิปปินส์ มีสถานีบริการน้ำมัน PTT Station ทั้งหมดรวม 161 สาขา ส่วนใหญ่อยู่บนเกาะลูซอน ซึ่งเป็นเกาะหลักที่กรุงมะนิลาตั้งอยู่ นอกจากนั้นยังมีเครือข่ายสถานีบริการน้ำมัน PTT Station บนเกาะเซบูด้วย คลังน้ำมันหลักตั้งอยู่ที่อ่าวซูบิก ซึ่งเป็นคลังอิมพอร์ต และมีคลังลูกอยู่บนเกาะเซบูในตอนกลางของหมู่เกาะ Visayas บริษัทฯ กำลังมีแผนจะเปิดทำการคลังน้ำมันใหม่ในช่วงสิ้นปีนี้ เพื่อให้บริการลูกค้าในลูซอนได้ดียิ่งขึ้น และรองรับการขยายตัวอย่างรวดเร็วในภูมิภาคนี้

พีทีที ฟิลิปปินส์ นำเสนอขายผลิตภัณฑ์น้ำมันและหล่อลื่นคุณภาพสูงแก่ลูกค้าอุตสาหกรรมหลากหลายประเภท เช่น เหมืองแร่ ภาคอุตสาหกรรมบริษัทขนส่ง และบริษัทพลังงานหลายแห่ง รวมทั้งให้บริการด้านเทคนิคที่จำเป็น เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้ผลิตภัณฑ์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดอีกด้วย ตัวอย่างความสำเร็จที่น่าชื่นชมคือในช่วงเวลา 20 ปีที่ผ่านมา พีทีที ฟิลิปปินส์ ได้เป็นเพื่อนร่วมเส้นทางการเจริญเติบโตเติบโตของสายการบิน Cebu Pacific Air ซึ่งเป็นบริษัทสายการบิน Low Cost ที่เริ่มก่อร่างสร้างธุรกิจขึ้นมาแข่งกับสายการบินรายใหญ่ จนปัจจุบันได้กลายเป็นสายการบินภายในประเทศอันดับหนึ่ง โดย พีทีที ฟิลิปปินส์ ได้มีส่วนสำคัญในความสำเร็จนี้ จากการที่ได้ส่งน้ำมันอากาศยานคุณภาพสูงให้ตรงเวลาและมีประสิทธิภาพเสมอมา

ปี พ.ศ. 2559 พีทีที ฟิลิปปินส์ ได้นำร้านกาแฟ คาเฟ่ อเมซอน เข้ามาเปิดกิจการ ด้วยการนำกาแฟสดจากธรรมชาติ ความหลากหลายของรสชาติเครื่องดื่ม เพื่อสร้างความน่าตื่นเต้นและสร้างความแตกต่าง สำหรับเป็นทางเลือกใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของคอกาแฟชาวฟิลิปปินส์ได้เป็นอย่างดี โดยปัจจุบันมีร้านกาแฟ คาเฟ่ อเมซอน ทั้งหมด 11 สาขา ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในสถานีบริการน้ำมัน PTT Station

ในด้านการบริหารที่เป็นเลิศ พีทีที ฟิลิปปินส์ ได้สร้างมาตรฐานที่ดีสำหรับการกำกับและดูแลกิจการ โดยในปี พ.ศ. 2559 ได้รับรางวัลการจัดการธรรมาภิบาลดีเด่น จากมูลนิธิพัฒนาบุคลากรของฝ่ายแรงงานของการนิคมซูบิกเบย์ และได้รับการยอมรับจากหลากหลายบริษัท ในแง่ของการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณค่าและมีคุณภาพ และขับเคลื่อนองค์กรสู่ความเป็นเลิศ ล่าสุดได้รับรางวัลนายจ้างดีเด่นแห่งปี จากสมาคมการจัดการบุคลากรของประเทศฟิลิปปินส์อีกด้วย

นับเป็นเรื่องราวความสำเร็จอีกบทหนึ่งของการดำเนินธุรกิจระดับนานาชาติของ PTTOR ที่ได้มีบริษัทสาขาในเครือข่ายอยู่ในประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งทำธุรกิจได้จนประสบความสำเร็จ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดี สามารถช่วยเสริมสร้างแบรนด์ของ PTTOR ให้เป็นที่รู้จัก และยอมรับในเวทีนานาชาติ ในภูมิภาค AEC อันจะส่งผลให้ความฝันที่แบรนด์ PTTOR จะเติบโตไปเป็น Global Brand นั้นกลายเป็นความจริงได้ในอนาคตอันใกล้ต่อไป





ผู้บริหารและพนักงาน PTTOR ร่วมถวายพระพร ชัยมงคล เนื่องในพระราชพิธีบรมราชาภิเษก

คุณจิราพร ขาวสวัสดิ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ PTTOR และพนักงาน PTTOR ร่วมถวายพระพรชัยมงคล เนื่องในพระราชพิธีบรมราชาภิเษก พุทธศักราช 2562 ณ โถงอาคารสำนักงานพระโขนง นอกจากนี้ยังได้ร่วมแสดงข่าวโครงการและกิจกรรมเฉลิมพระเกียรติของ PTTOR ในงาน “เทิดไถ่องค์ราชัน น้อมเกล้าศิระกราน” และร่วมแปรอักษรเลข ๑๐ ซึ่งร่วมกับกลุ่ม ปตท. เพื่อเฉลิมพระเกียรติถวายราชสักการะแด่พระบาทสมเด็จพระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ ๑๐ ณ อาคาร ปตท. สำนักงานใหญ่



PTTOR สนองนโยบายกระทรวงพลังงาน เพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมัน จำหน่ายน้ำมันดีเซลหมุนเร็ว B20 ให้กับกลุ่มรถกระบะ

ดร.ศิริ จิระพงษ์พันธ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงาน และคุณจิราพร ขาวสวัสดิ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ PTTOR สนับสนุนการจำหน่ายน้ำมันดีเซลหมุนเร็วที่มีส่วนผสมของไบโอดีเซล B100 ตั้งแต่ B3 และ B5 จนถึง B7 B10 และ B20 ในปัจจุบัน โดยได้จำหน่ายน้ำมันดีเซลหมุนเร็ว B20 ให้กับกลุ่มลูกค้าขนส่ง รถโดยสารสาธารณะ ขสมก. บขส. และรถกระบะ ภายในสถานีบริการน้ำมัน PTT Station เป็นรายแรกของประเทศ

กลุ่มลูกค้าขนส่งที่เติบโตขึ้นและจำนวนสถานีบริการ PTT Station ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้น้ำมันดีเซลหมุนเร็ว B20 มีแนวโน้มการใช้มากขึ้น โดยใช้น้ำมันปาล์มดิบไปกว่า 6,500 ตัน โดยมีแผนขยายจำนวนสถานีบริการน้ำมัน PTT Station ที่จำหน่ายน้ำมันดีเซลหมุนเร็ว B20 จาก 33 แห่ง เป็น 100 แห่ง ภายในปี 2562



PTTOR STS Workshop มุ่งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน

คุณจิราพร ขาวสวัสดิ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ PTTOR และผู้บริหาร PTTOR ร่วมแลกเปลี่ยนแนวคิดและกำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจของ PTTOR ประจำปี 2562 ในงานสัมมนา “PTTOR STS Workshop” ณ โรงแรมรามารการ์เด็นส์ โดยมุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างการเติบโตของธุรกิจในอนาคตอย่างยั่งยืน



ภายในงานได้รับเกียรติจากผู้บริหาร PTTOR และผู้เชี่ยวชาญ บริษัทหลักทรัพย์ ทีเอสโก้ จำกัด และบริษัท McKinsey & Company มาร่วมบรรยายและแลกเปลี่ยนความรู้ นอกจากนี้ยังมีการเปิดตัว “โครงการ Triple Up” ซึ่งจะเป็นกลไกหลักที่สำคัญในการขับเคลื่อนสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับ PTTOR และช่วยผลักดันให้ PTTOR เติบโตอย่างก้าวกระโดดอีกด้วย

PTTOR Family Day 2019

PTTOR จัดงาน PTTOR Family Day 2019 เพื่อสานสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน พนักงาน และครอบครัว ณ ซาฟารี เวิลด์ โดยมี คุณจิราพร ขาวสวัสดิ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ PTTOR เข้าร่วมงาน ร่วมกับพนักงานและครอบครัวกว่า 800 คน ภายในงานคุณจิราพรได้กล่าวขอบคุณทุกคนที่ทุ่มเทปฏิบัติหน้าที่ด้วยความมุ่งมั่นและเสียสละ โดยได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวเป็นอย่างดี ทำให้งานสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายตลอดระยะเวลาเกือบ 1 ปีที่ผ่านมา กิจกรรมในครั้งนี้ มีทั้งการแสดงโชว์ ชมสัตว์แสนรู้ และมีนิคอนเสิร์ตจากศิลปินดัง ETC รวมถึงการแจกของขวัญที่ระลึกมากมาย ถือเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่ตั้งใจจัดขึ้นเพื่อแทนคำขอบคุณ และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวของชาว PTTOR ทุกคน

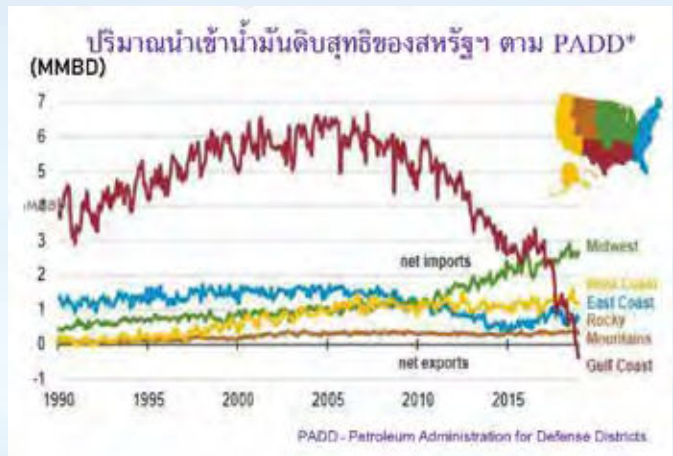


อุตสาหกรรมพลังงานสหรัฐฯ กับการเปลี่ยนผ่านจาก ENERGY INDEPENDENCE สู่ ENERGY DOMINANCE

สหรัฐฯ ผู้บริโภคน้ำมันรายใหญ่ที่สุดของโลก ด้วยอุปสงค์ในปี พ.ศ. 2561 กว่า 19.8 MMBD (ประมาณ 20% ของอุปสงค์โลก) และนำเข้าน้ำมันดิบสูงสุดที่ 13.5 MMBD ในปี พ.ศ. 2549 อย่างไรก็ตาม เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าส่งผลให้ปริมาณการผลิตน้ำมันจากชั้นหินดินดานหรือ Shale Oil ในสหรัฐฯ เติบโตอย่างรวดเร็วจาก 2 ล้านบาร์เรลต่อวันในปี พ.ศ. 2554 สู่ระดับ 8 ล้านบาร์เรลต่อวันในปี พ.ศ. 2561 ส่งเสริมให้สหรัฐฯ บรรลุนโยบายพึ่งพาตนเองด้านพลังงาน (Energy Independence) กล่าวคือลดปริมาณนำเข้าน้ำมัน

Energy Information Administration (EIA) จึงคาดว่าสหรัฐฯ มีแนวโน้มส่งออกน้ำมันดิบมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันผู้ผลิตน้ำมันรายใหญ่ อาทิ ExxonMobil และ Chevron หันมาลงทุนผลิต Shale Oil เช่นกัน และเมื่อวันที่ 13 เม.ย. 62 Chevron ก็ประสบความสำเร็จขณะบริษัท Occidental ในการซื้อหุ้นบริษัท Anadarko ซึ่งเป็นเจ้าของแหล่งผลิต Shale Oil ที่ Permian Basin นอกจากนี้บริษัทชั้นนำอีกหลายรายอยู่ระหว่างการก่อสร้างท่อขนส่งและทำส่งออกน้ำมันบริเวณ U.S. Gulf Coast เมื่อแล้วเสร็จจะสามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้น EIA จึงมองว่าสหรัฐฯ จะส่งออกน้ำมันดิบได้ถึง 6 MMBD ในปี พ.ศ. 2562 (ปี พ.ศ. 2557 ส่งออก 2 MMBD)

การส่งออกน้ำมันดิบของสหรัฐฯ ทาง U.S. Gulf Coast เดิมใช้เรือบรรทุกน้ำมันชนิด Suezmax (บรรทุกน้ำมัน 1 MMB) ส่งออกไปโรงกลั่นต่างประเทศ หากจะส่งออกน้ำมันเพิ่มขึ้นก็ต้องใช้เรือ VLCC (บรรทุกน้ำมัน 2 MMB) เทียบท่าส่งออกรับน้ำมันครั้งแรกไม่เต็มลำ (Partial Loading) เพื่อป้องกันปัญหาเรือเกยตื้น และใช้การขนถ่ายน้ำมันระหว่างกลางทะเล (Ship to Ship Lightering หรือ STS) โดยใช้เรือขนาดเล็กรับน้ำมันจากท่าลำเลียงน้ำมันที่เหลือลงเรือ VLCC



การทำ STS จึงทำให้ค่าขนส่งเพิ่มขึ้นจากการจ้างเรือขนาดเล็ก ค่าดำเนินการเทียบเรือกลางทะเล และค่าเสียเวลารอรับน้ำมัน ข้อจำกัดนี้ทำให้เกิดการลงทุนเปลี่ยนระบบสูบน้ำมันที่ทำส่งออก Louisiana Offshore Oil Port (LOOP) จากเดิมที่เป็นท่ารับน้ำมันดิบ (Single Point Mooring หรือ SPM) ให้สามารถส่งออกน้ำมันดิบให้เรือ VLCC ได้ โดยการเทียบท่าครั้งเดียวเพื่อลดค่าขนส่ง ทั้งนี้ LOOP ส่งออกน้ำมันดิบครั้งแรกในปี พ.ศ. 2561 ให้กับเรือ VLCC จำนวน 11 เทียว ปริมาณน้ำมันรวม 22 MMB ส่งออกไปยังจีนและอินเดีย

การไหลบ่าของ Shale Oil สู่อเซียที่เป็นตลาดสำคัญ เกิดเป็นการกดดันราคาน้ำมันดิบ ส่งผลให้ประเทศผู้ส่งน้ำมันเป็นสินค้าออกหรือ OPEC (OPEC ผลิตที่ 30.02 ล้านบาร์เรลต่อวัน ในเดือน มี.ค. 62 หรือประมาณ 30% ของปริมาณการใช้ทั่วโลก) ตัดสินใจใช้มาตรการควบคุมปริมาณการผลิตแก้ปัญหาราคาน้ำมันตกต่ำ

วันที่ 7 ธ.ค. 61 การประชุมของกลุ่ม OPEC และ Non OPEC นำโดยรัสเซีย ที่กรุงเวียนนา ประเทศออสเตรีย ได้ข้อสรุปว่าจะลดปริมาณการผลิตน้ำมัน 1.2 ล้านบาร์เรลต่อวัน ตั้งแต่ ม.ค. - มิ.ย. 62 โดยสมาชิก OPEC ลด 800,000 บาร์เรลต่อวัน (ไนจีเรียและลิเบียได้รับการยกเว้น เพราะมีเหตุการณ์ไม่สงบในประเทศ) ขณะที่ประเทศ Non OPEC ได้ร่วมลดกำลังการผลิตน้ำมันในปีนี้เป็นครั้งแรก 400,000 บาร์เรลต่อวัน

การสนธิกำลังของกลุ่มผู้ผลิตข้างต้น ได้รับการสนับสนุนจากผู้นำชาติส่งออกน้ำมันรายใหญ่ ได้แก่ สมเด็จพระราชาธิบดี Salman bin Abdulaziz Al Saud แห่งซาอุดีอาระเบีย กับประธานาธิบดี Vladimir Putin แห่งรัสเซีย ต่างให้คำมั่นระหว่างการสนทนาทางโทรศัพท์ในเดือน ก.พ. 62ว่าจะสนับสนุนความร่วมมือในตลาดพลังงาน หนึ่งคณะกรรมการร่วมทางเทคนิค (Joint Technical Committee) ซึ่งรายงานระดับความร่วมมือ (Compliance Rate) ม.ค. - มิ.ค. 62 เพิ่มขึ้นจาก 83% สู่ระดับ 89% และ 155% ตามลำดับ ส่งผลให้ราคาน้ำมันปรับเพิ่มขึ้น

สหรัฐฯ จึงมีปฏิกริยากับภาวะราคาน้ำมันขาขึ้น เพราะเกรงว่าจะลดรัฐเศรษฐกิจ ประธานาธิบดี Donald Trump จึงแสดงความเห็นนี้ทาง Twitter เป็นระยะ ๆ กดดัน OPEC เมื่อราคาน้ำมันดิบเพิ่มสูงขึ้น และรัฐสภา

สหรัฐฯ ซึ่งกำลังพิจารณาร่างกฎหมาย No Oil Producing and Exporting Cartels Act หรือ NOPEC ที่เปิดช่องให้สหรัฐฯ สามารถฟ้องร้องผู้ผลิตน้ำมัน โดยเฉพาะกลุ่มประเทศสมาชิก OPEC ที่พยายามควบคุมราคาน้ำมันตามกฎหมายต่อต้านการผูกขาด (Antitrust)

การออกกฎหมายที่มุ่งเป้าหมายซาอุดีอาระเบียโดยตรง ทำให้หมดความอดทน จึงประกาศกร้าวช่วงต้นเดือน เม.ย. 62ว่าจะเลิกกำหนดราคาน้ำมันเป็นเงินดอลลาร์สหรัฐฯ ทันทีที่กฎหมาย NOPEC บังคับใช้ ซึ่งจะบั่นทอนเศรษฐกิจและการเมืองของสหรัฐฯ เพราะเป็นการเร่งกระบวนการเลิกใช้เงินดอลลาร์ หรือ De-Dollarization ที่นานาชาติเห็นว่า การสะสมเงินดอลลาร์มากเกินไป ไม่เป็นผลดีต่อเสถียรภาพเศรษฐกิจตัวเองในระยะยาว

สหรัฐฯ จะสูญเสียผลประโยชน์ เพราะเปิดช่องให้เงินสกุลอื่นทำหายเงินดอลลาร์สหรัฐฯ กลายเป็นเงินสากลสำหรับธุรกิจพลังงาน (มีส่วนทำให้ดอลลาร์มีมูลค่าในตลาดโลกเกินกว่าความจริง) ด้านการเมือง ประเทศที่ถูกสหรัฐฯ คว่ำบาตร โดยเฉพาะผู้ส่งออกน้ำมัน อาทิ อิหร่าน เวเนซุเอลา และรัสเซีย จะหันไปขายน้ำมันเป็นสกุลเงินอื่น ซึ่งจะช่วยลดผลกระทบจากมาตรการนี้ของสหรัฐฯ

ทั้งนี้ การส่งออกน้ำมันของสหรัฐฯ เกือบจะหมดทางเศรษฐกิจ โดยลดการขาดดุลการค้า เพิ่มการจ้างงานในประเทศ ทั้งยังสร้างเสถียรภาพตลาดน้ำมันโลกจากภาวะอุปทานน้ำมันตึงตัว เพราะชาติส่งออกน้ำมันที่ถูกคว่ำบาตร อาทิ ลิเบีย อนึ่งในตลาดน้ำมันถือว่าสหรัฐฯ สามารถผลิตน้ำมัน เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนที่เพิ่มขึ้น (Marginal Barrel) มีผลต่อทิศทางของตลาด และขยับฐานะเป็นผู้ผลิตน้ำมันอันดับหนึ่งของโลก แทนที่รัสเซียและซาอุดีอาระเบีย





ธุรกิจค้าปลีกต้องปรับตัวอย่างไร? ให้เติบโตได้ท่ามกลางกระแสอนไลน์

หลายปีที่ผ่านมาธุรกิจออนไลน์หรือ Online Platform กลายเป็นช่องทางการตลาด และขายสินค้าได้เติบโตโดดเด่นกว่าร้านค้าปลีก Offline ทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังจากการเข้ามาของกลุ่ม E-Marketplace (ตลาดกลางค้าปลีกออนไลน์) อย่างจีน รวมถึงการรุกตลาดอย่างจริงจังของ Modern Trade ทำให้ภาพรวมตลาดออนไลน์ของไทยขยายตัวรวดเร็ว แข่งขันกันรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ กลายเป็นโจทย์ที่ท้าทายของผู้ค้าปลีกหน้าร้านรายย่อยว่า...จะอยู่อย่างไร? คำตอบก็คือ “ต้องเร่งปรับตัว เพื่อให้ธุรกิจสามารถแข่งขันและอยู่รอดได้ต่อไป”

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และแนะนำวิธีปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ โดยคาดว่าในอีก 5 ปี ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าแบบ Online ควบคู่กับ Offline มากขึ้น แต่การซื้อแบบ Offline อย่างเดียวจะลดลง ภาพรวมการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกจึงทวีความรุนแรง เผชิญความยากมากขึ้น และนับจากนี้จะไม่มียุคสำเร็จเหมือนก่อน ดังนั้นผู้ค้าปลีกที่อยู่บนแพลตฟอร์ม Online และ Offline ต้องปรับตัวเพื่อรับการเปลี่ยนแปลงนี้ ด้วยการสร้าง “Value Added” ให้กับสินค้า เช่น

- สร้างความแตกต่างให้กับสินค้า โดยเน้นตลาด Niche Market และต่อยอดไปสู่สินค้าที่เจาะตลาดเฉพาะบุคคลมากขึ้น (Individual Market) เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคา เพราะถ้ายังเน้นขายสินค้าที่ไม่แตกต่างกัน มีขายอยู่ทุกที่ สุดท้าย “ราคา” จะเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจของผู้บริโภค
- รักษาคุณภาพและการให้บริการที่สร้างความประทับใจ หรือสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าแต่ละราย (Customized Experience) เพราะการให้บริการ ความใส่ใจ ถือเป็นกลยุทธ์ที่จะช่วยให้ผู้ค้าปลีกแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ได้ เพิ่มโอกาสในการซื้อซ้ำ บอกต่อกัน และแชร์ข้อมูล ทำให้ได้ลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นด้วย

ผู้ประกอบการค้าปลีกไม่ควรหยุดนิ่ง ต้องปรับตัวให้เป็น “Next Best Choice” อยู่เสมอ เนื่องจากพฤติกรรมของลูกค้าเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อาจเริ่มด้วยการปรับจากสิ่งที่ถนัดก่อน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกพิเศษต่อสินค้าหรือแบรนด์ หรือรู้สึกแตกต่างจากรายอื่น ๆ หลังจากธุรกิจเริ่มแข็งแกร่งขึ้น ก็ค่อยขยายไปยังการให้บริการเสริมอื่น ๆ ในสเกลที่ใหญ่ขึ้น



5 Tips ปรับตัว SME ค้าปลีกไทย

- สร้างความแตกต่างให้สินค้า
- เจาะตลาด Niche Market
- เจาะตลาดสินค้ารายบุคคล
- รักษาคุณภาพสินค้าเสมอ
- สร้างบริการที่ประทับใจ

แหล่งข้อมูล: https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Pages/Retail-Business-Survival_Online-Age.aspx



“

...ให้แนวทางการทำงานและใช้ชีวิตเหมือนกันครับ คือเริ่มต้นด้วยมิตรภาพ รู้คุณค่า และให้ความเป็นธรรม ทั้งลูกค้า พนักงาน คู่ค้า รวมถึงครอบครัวด้วย เรียนรู้ต่อเนื่อง และรักษาสมดุล เพื่อให้ทุกส่วนมีความสุขเป็นอย่างแรก แล้วความสำเร็จจะเป็นผลพลอยได้ที่ดีครับ...

คุณอุสิต อังศุไพศา
ผู้บริหารสถานีบริการน้ำมัน PTT Station
สาขา หจก. ศรีสุราไพศา จ.พิษณุโลก

”

รู้ไว้ก่อน ปลอดภัยกว่า...จาก โรคในหน้าฝน

เมื่อเข้าสู่ฤดูฝน อากาศเย็นและมีความชื้นสูง จึงเป็นช่วงที่มักมีการระบาดของหลาย ๆ โรค เพื่อป้องกันไม่ให้เจ็บป่วย ทั้งคนที่แข็งแรงอยู่แล้วและกลุ่มเสี่ยง เช่น เด็ก คนสูงอายุ ผู้ป่วยโรคเรื้อรัง หญิงตั้งครรภ์ จึงต้องดูแลสุขภาพกันให้มากที่สุดหน่อย

กองควบคุมโรคติดต่อ สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร รณรงค์ให้ความรู้และวิธีป้องกันโรคในหน้าฝน เพื่อให้เรารู้ก่อน ป้องกันได้ จึงปลอดภัยกว่า เกี่ยวกับโรคติดต่อต่าง ๆ ดังนี้



โรคติดต่อระบบทาง
เดินหายใจ เกิดจาก
เชื้อไวรัสหรือแบคทีเรีย

ได้แก่ โรคหวัด ไข้หวัดใหญ่ คออักเสบ หลอดลมอักเสบ ปอดอักเสบหรือปอดบวม

การป้องกัน: พักผ่อนให้เพียงพอ สวมหน้ากากอนามัย หลีกเลี่ยงการอยู่ในสถานที่ที่มีคนมาก ๆ



โรคติดต่อระบบ
ทางเดินอาหารและน้ำ

ได้แก่ โรคอุจจาระร่วง อาหารเป็นพิษ บิด อหิวาตกโรค

การป้องกัน: รับประทานอาหารที่ปรุงสุกใหม่ ๆ ล้างผักและผลไม้ให้สะอาด ล้างมืออยู่เสมอ



โรคที่เกิดจากยุง
และสัตว์ต่าง ๆ
เป็นพาหะ

• **โรคไข้เลือดออก** มีอยู่หลายเป็นพาหะ เมื่อโดนกัดประมาณ 5-8 วัน จะมีไข้สูง คล้ายเป็นหวัด แต่ไม่ไอ ไม่มีน้ำมูก ปวดศีรษะ ปวดตัว มีจุดแดงเล็ก ๆ ตามแขน ขา อาจมีเลือดกำเดาไหล และอาจช็อกได้



โรคมือ เท้า ปาก

เกิดจากเชื้อเอนเทอโรไวรัส พบบ่อยในทารก และเด็กเล็ก โดยได้รับเชื้อจากของที่เปื้อนสารคัดหลั่ง (น้ำมูก น้ำลาย) ของผู้ที่ติดเชื้อ ทำให้มีไข้ เจ็บปาก มีแผลอักเสบที่ลิ้น มีผื่นแดงที่จะกลายเป็นตุ่มพองใส และแตกออกเป็นหลุมตื้น ๆ

การป้องกัน: หมั่นล้างมือบ่อย ๆ และไม่นำมือสกปรกหรือของเล่นเข้าปาก

• **โรคใช้สมองอักเสบ เจอี** มีอยู่ราคาญเป็นพาหะ พบตามแหล่งน้ำพุร้อน อาจจะไม่มีอาการ แต่ถ้ามีอาการจะมีไข้สูง ปวดศีรษะมาก คลื่นไส้อาเจียนหรือมีอาการทางสมอง และอัมพาตได้

การป้องกัน: ทั้ง 2 โรคอย่าให้ถูกยุงกัด ทำลายแหล่งเพาะพันธุ์ยุง ปิดภาชนะเก็บกักน้ำต่าง ๆ ให้มิดชิด

• **โรคเลปโตสไปโรซิสหรือโรคฉี่หนู** เกิดจากเชื้อแบคทีเรียที่อยู่ในฉี่หนู สุนัข สัตว์ฟันแทะต่าง ๆ เชื้อจะอยู่ในดินโคลนที่ชื้นแฉะ โดยจะเข้าทางผิวหนังที่มีบาดแผล หลังได้รับเชื้อราว 2 สัปดาห์ จะมีไข้สูง ปวดกล้ามเนื้อรุนแรง คอแข็ง มีผื่นที่เพดานปาก ระยะท้าย ๆ อาจมีตับและไตวายด้วย

การป้องกัน: ควรใส่รองเท้าบูทเมื่อเดินย่ำน้ำ เพื่อป้องกันเชื้อเข้าสู่ทางบาดแผล



โรคที่เกิด
ในภาวะน้ำท่วม



• **โรคตาแดง** เป็นเชื้อไวรัสที่อยู่ในน้ำตาและขี้ตา ติดต่อกันโดยสัมผัสหรือใช้ของส่วนตัวร่วมกัน

การป้องกัน: อย่าใช้มือ แขน หรือผ้าสกปรกเช็ดตา ให้ใช้น้ำสะอาดเท่านั้น

• **โรคน้ำกัดเท้า** เกิดจากเชื้อรา เพราะเดินลุยน้ำท่วมขังบ่อย ๆ หรือใส่รองเท้าอับชื้น

การป้องกัน: ใส่รองเท้าบูทหากต้องเดินลุยน้ำ และให้รีบเช็ดเท้าให้แห้งหลังจากเปียกน้ำ

เพื่อหลีกเลี่ยงการเจ็บไข้ได้ป่วยในหน้าฝนนี้ จึงต้องดูแลตัวเองให้แข็งแรงอยู่เสมอ บางโรคก็ยังมีวัคซีนป้องกันก็ควรฉีดกันไว้ก่อน หากมีอาการป่วยก็อย่าชะล่าใจ ควรไปหาหมอเพื่อตรวจและรักษาแต่เนิ่น ๆ ก็จะช่วยให้หายได้เร็ว หรือลดความรุนแรงของโรคลงได้มาก

เปิดแล้ว

Café Amazon สาขาใหม่ที่สิงคโปร์

Jewel Changi Airport และ Jurong Point

เมื่อวันที่ 11 และวันที่ 30 เมษายน 2562 ที่ผ่านมา บริษัท PTTOR Singapore PTE. LTD. ได้กำหนดเปิดร้านกาแฟ Café Amazon สาขา Jewel Changi Airport และสาขา Jurong Point สาธารณรัฐสิงคโปร์ ทั้งนี้การลงทุนของบริษัท PTTOR Singapore PTE. LTD. เป็นการดำเนินการธุรกิจเปิดร้าน Café Amazon ในรูปแบบ Single Unit Franchise จำนวน 2 สาขา โดยออกแบบร้านกาแฟ Café Amazon ให้มีความแตกต่างไปจากรูปแบบที่ใช้ในประเทศไทย แต่ยังคงรักษาไว้ซึ่ง Brand Positioning ในการเป็น Green Oasis เพื่อให้เหมาะสมกับตลาดผู้บริโภคสิงคโปร์ ที่เน้นความทันสมัย ชอบความพิเศษ และใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งจะช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของแบรนด์ Café Amazon ไปสู่สากล (Global Brand) แก่ Café Amazon เนื่องจากสิงคโปร์มีชาวต่างชาติที่มาประกอบธุรกิจเป็นจำนวนมาก และได้รับการยอมรับจากทั่วโลก

Jewel Changi A

สำหรับร้านกาแฟ Café Amazon สาขาที่ 1 Jewel ตั้งอยู่ที่ชั้น 4 Jewel Changi Airport ติดกับสนามบิน Changi Airport โดยเป็นชั้น Kid & Lifestyle รวมทั้ง Changi Experiential Center, Yotel (Smart Space Hotel) ลักษณะเด่นของร้านกาแฟ Café Amazon สาขานี้ คือ อยู่ใกล้กับจุดชมวิวของ Jewel Changi Airport โดยสาขานี้มีเครื่องดื่ม Nitro Cold Brew และยังมีอาหารและเบเกอรี่ที่น่าสนใจ รสชาติยอดเยี่ยม เช่น สาคานญาเค้ก และ BAGEL ขาวยีกด้วย



Jurong Point



airport



ส่วนร้านกาแฟ Café Amazon สาขาที่ 2 Jurong Point ตั้งอยู่ชั้น 2 ของ Jurong Point ห้างสรรพสินค้าใหญ่ที่เป็นแหล่งรวมอาหาร เครื่องดื่ม และร้านค้าปลีกแฟชั่นต่าง ๆ โดยมีร้านอาหารที่มีชื่อเสียงจำนวนมากดำเนินธุรกิจอยู่ในห้างแห่งนี้ ได้แก่ KOI thé, 4 Fingers Crispy Chicken และ Ya Kun Kaya Toast

และนี่ก็เป็นหนึ่งในความสำเร็จของการก้าวไปสู่สากลของ Café Amazon กาแฟในดวงใจของพวกเราชาว PTTOR

Texas Chicken

แจกบิสกิตฟรี! ฉลอง Biscuit Day



Texas Chicken ประเทศไทย ร่วมฉลองวัน Biscuit Day ด้วยการแจกบิสกิตให้กับคนที่เกิดวันที่ 14 พ.ค. ปีใดก็ได้ อายุเท่าไรก็รับบิสกิตไปจำนวนเท่านั้น!! สถิติอายุสูงที่สุดคือ อายุ 89 ปี ได้รับบิสกิตไปจำนวน 89 ชิ้น! สุดมาก! Adman เก็บภาพมาฝากกันด้วยครับ

สำหรับ Biscuit Day มีต้นกำเนิดจากประเทศสหรัฐอเมริกา ทุกวันที่ 14 พ.ค. ของทุกปีที่สหรัฐอเมริกา กำหนดให้เป็นวันบิสกิตเดย์ Honey Butter Biscuit เป็น Signature Menu ของร้าน Texas Chicken เมนู Honey Butter Biscuit ไม่ใช่แค่กรุบกรอบชิ้นนอก แต่ยังเนียนนุ่มอร่อย เพราะทำสด อบสดใหม่ทุกวัน หอมกรุ่นจากเตาด้วยกลิ่น



89 YRS The oldest



4 YRS The youngest



เนยและน้ำผึ้งขึ้นดี (...Adman ไปทานมาแล้ว) จะทานคู่กับไก่ทอด หรือจะทานเป็นของหวาน เมื่อสั่ง Short Cake (ของหวานขึ้นชื่อ! บิสกิตอุ่น ๆ ราวด้วยไอศกรีมจะเลือกเป็นราดซอสช็อกโกแลตหรือสตอร์วเบอร์รี่...อร่อยเข้ากันดี) บิสกิตของ Texas Chicken จึงเป็นคู่ซี้ที่เข้ากันได้ดี กับกับเมนูใดก็อร่อย

กิจกรรม Biscuit Day เมื่อวันที่ 14 พ.ค. 62 จัดขึ้นที่ร้าน Texas Chicken ทุกสาขา โดย

1. โครที่มิวันคล้ายวันเกิดตรงกับ Biscuit Day 14 พ.ค. เพียงแสดงบัตรประชาชนที่ร้าน รับบิสกิตไปเลยตามจำนวนอายุ

2. สำหรับลูกค้าที่ได้เกิดตรงกับ Biscuit Day มีโปรโมชั่น ซื้อบิสกิต 4 ชิ้น ฟรี 2 ชิ้น

Biscuit Day ปีแรกในประเทศไทยมีผู้ให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก ร้าน Texas Chicken ทุกสาขา รวมแจกบิสกิตให้กับลูกค้าไปถึง 992 คน ลูกค้าอายุน้อยที่สุด 4 ขวบ และลูกค้าอายุมากที่สุดคือ 89 ปี

ติดตามความอร่อยได้ที่นี้เลย



Texas Chicken Thailand

#TexasChicken #BiscuitDay

Note :

- Biscuit ในที่นี่จะหมายถึง Honey Butter Biscuit แต่สำหรับประเทศอังกฤษ Biscuit จะใช้เรียกขนมแผ่น ๆ คล้ายคุกกี้ ทานกับชาหรือกาแฟ
- Texas Chicken เปิดให้บริการที่สหรัฐอเมริกาตั้งแต่ ค.ศ. 1952 มีจำนวนสาขากว่า 1,500 สาขา ใน 23 ประเทศทั่วโลก



Text & Photo: หนุม - เฉลิมชัย ต้นสิงห์ แชมป์รายการแฟนพันธุ์แท้ ทองเที่ยวไทย

One Day Trip

เที่ยวสโลว์ไลฟ์...ในถิ่นนนท์

จังหวัดคู่แฝดที่ติดกับกรุงเทพฯ อย่างแยกกันไม่ออกอีกที่หนึ่งก็คือ “นนทบุรี”

เพราะความเจริญและถนนหนทางที่สะดวกสบายใน พ.ศ. นี้ ทำให้นนทบุรีไม่แตกต่างจากเมืองหลวง แต่สิ่งที่ยังคงมีเสน่ห์แบบสโลว์ไลฟ์ก็อยู่ก็คือ ธรรมชาติเขียว ๆ ทุ่งนาสวย ๆ และวิถีชุมชนแบบเดิม ๆ ที่ยังหาได้โดยไม่ยากนัก คอนเฟิร์มโดย “คุณอ้อย - อมรรวรรณ เย็นประเสริฐ” ผู้บริหารสถานีบริการน้ำมัน PTT Station สาขาประดับดาวรูป อำเภอบางเกร็ง จังหวัดนนทบุรี คนพื้นที่ทะเบียนบ้านนนทบุรี...ตัวจริง! เสียงจริง!

สถานีบริการน้ำมัน PTT Station สาขาประดับดาว ถือกำเนิดขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2552 ไล่เลี่ยกับการสร้างถนนราชพฤกษ์ที่ตัดขึ้นมาใหม่ “...ที่มองไว้ว่า อากาศบริสุทธิ์ที่ตอบโจทย์กับชีวิตเราที่มีที่ดินติดถนน แล้วคิดว่าตอนนี้น่าจะเป็ถนนเส้นหลักในอนาคต และมันก็เป็นจริงๆ (หัวเราะ) คือจะคล้าย ๆ เส้นเลียบเมืองของทุกจังหวัดคะ แต่ถนนนี้จะต่อเนื่องมาจากตลิ่งชันของกรุงเทพฯ เชื่อมได้ 2 จังหวัด (ยิ้ม) ทำให้จุดนี้มีลูกค้าแวะเข้ามาตลอด...” คุณอ้อยแนะนำต่อว่า หากเอาตรงนี้เป็นจุดศูนย์กลาง แล้วตีรัศมีออกไปในระยะ 10 กม. จะได้สัมผัสกับเสน่ห์เดิมๆ แบบนนทบุรีที่มีสถานที่ท่องเที่ยวดี ๆ ไม่แพ้จังหวัดอื่นเลย

ถนนเส้นเล็กและเส้นใหญ่ทำให้ถูกเชื่อมต่อกันหมด อย่าง “เส้นทางไทรมา” ที่เลียบไปกับแม่น้ำเจ้าพระยา พร้อม ๆ กับความสะดวกสบายของรถไฟฟ้า แต่ก็ยังแฝงไปด้วยวิถีชุมชนคนนนท์แบบดั้งเดิม ที่โดดเด่นมาก ๆ ก็คือ “โบสถ์สี่ชมพู วัดเพลง” สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2553 (วัดนี้ถูกทิ้งร้างมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา) เพื่อถวายเป็นอนุสรณ์แด่รัชกาลที่ 5 จึงใช้สีชมพู ซึ่งเป็นสีประจำวันพระราชสมภพของพระองค์ จึงเป็นโบสถ์แห่งเดียวไทยที่เป็นสีชมพูทั้งหลัง และยังเป็นวัดพัฒนาตัวอย่างอีกด้วย

ขณะขับรถไปอีกสถานที่หนึ่ง สายตาผมมองไปเห็นตึกแนววินเทจ ลักษณะคล้ายโฮมออฟฟิศ “...มีคาเฟ่เก๋ ๆ อยู่ใต้ตึกด้วยนะคะ ชื่อว่าบางกอกคอฟฟี่...” คุณอ้อยเหมือนอ่านใจออกกว่าจะถามอะไร (หัวเราะ) ผมจึงขอเลี้ยวเข้าไปสั่งกาแฟเย็นดับร้อนในช่วงบ่าย ๆ ภายในร้านถูกตกแต่งในแนววินเทจ สีสนิมสไต ดูแล้วสดชื่น โดยมีโปสเตอร์ของโรงภาพยนตร์เก่า ๆ ของเมืองไทยอยู่ตามผนังอย่างสวยงาม





เที่ยวเมืองกาญจน์...



ฉบับนี้ FIT Auto ขอพาเที่ยวกันบ้าง...ประเดิมกันที่แรก “กาญจน์บุรี” ด้วยที่ตั้งไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนัก อีกทั้งการคมนาคมก็สะดวก และข่าวดีวันนี้ FIT Auto เพิ่งเปิดใหม่ สาขาท่ามะขาม อยู่ในสถานีบริการน้ำมัน PTT Station เยื้องกับสนามกีฬากลางจังหวัด มีโปรโมชั่นต้อนรับเปิดศูนย์ใหม่ เช่น เปลี่ยนน้ำมันเครื่องแถมไส้กรองช้อย่าง 3 แกรม 1 รับไปใช้บริการได้เลย! พร้อมแล้วก็ออกเดินทางกันเลยจ้า...ในแบบ “เดิน / ท่อง / เที่ยว”



เดิน...ป่าเดินเขา: ใครสายลุยต้องไปเดิน “เขาช้างเผือก” ของอุทยานแห่งชาติทองผาภูมิให้ได้ เพราะเป็นป่าที่สมบูรณ์มาก ทำให้มีสัตว์ป่าและพรรณไม้หายากอยู่ ณ ที่แห่งนี้



ท่อง...น้ำตก: ถ้าคลาสสิกที่สุด ๆ ต้องเป็น “น้ำตกห้วยแม่ขมิ้น” ในเขตอุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ ด้วยเอกลักษณ์ทางธรรมชาติที่สวยงาม มีสภาพเป็นป่าสมบูรณ์ เป็นภูเขา มีสัตว์ป่าชุกชุม และมีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญหลายแห่ง เช่น น้ำพุร้อน ถ้ำ และทะเลสาบ เป็นต้น



เที่ยว...วัด: วัดดังตอนนี้ต้องยกให้กับ “วัดถ้ำเสือ” ในอำเภอท่าม่วง โดดเด่นสวยงามด้วยพระพุทธรูปปางประทานพรที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัด ท่ามกลางทุ่งนาที่กว้างไกลสุดลูกหูลูกตา



...นี่เป็นแค่ตัวอย่าง! แต่เมืองกาญจน์ยังมีที่เที่ยวยกอีกเพียบ เพราะมีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศเลย มาอีกหลายรอบก็เที่ยวไม่หมด (ฮา)

สำหรับหน้าฝนนี้ก็อย่าลืมเช็คใบปิดน้ำฝนและยางรถยนต์ให้อยู่ในสภาพที่ดีที่สุด เพื่อความปลอดภัย หรือจะแวะมาตรวจเช็คสภาพรถยนต์ฟรี 30 รายการที่ “FIT Auto สาขาท่ามะขาม” ก็ได้ รวมถึง FIT Auto อีก 50 สาขาทั่วประเทศ พร้อมต้อนรับทุกท่านด้วยห้องรับรองลูกค้าที่สะดวกสบาย บริการเครื่องดื่มฟรี หรือเลือกที่จะนั่งชิลล์ในร้าน Café Amazon ก็ตามสะดวกเลยจ้า

#FITAuto #เชี่ยวชาญบริการจากใจ



สอบถามรายละเอียด
เพิ่มเติม โทร. **1365 กด 17**

<http://www.ptffitauto.com/>
<https://www.facebook.com/PTFAutoThailand/>

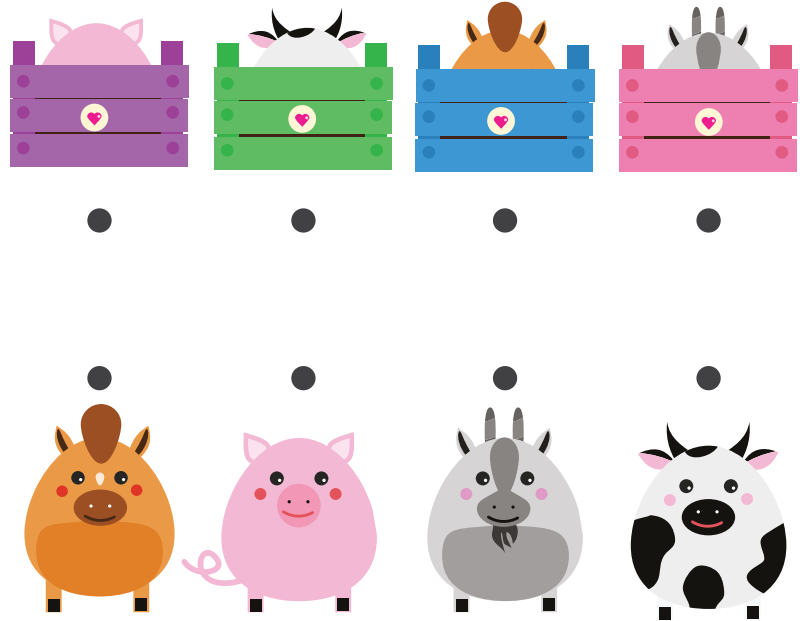
คู่นี้... คอกนั้น... ของใครดี

เพลอแป็บเดียว...ก็เข้ากลางป้ออย่างรวดเร็วกับเดือนมิถุนายน ใครจะหยิบจับทำอะไร? ก็ต้องรีบทำกันนะครับผม...

จั้นคราวนี้เรามาเล่นเกมหย็บๆ จับๆ กันก่อนดีกว่ากับ “คู่นี้...คอกนั้น...ของใครดี”ฮืมมมมมม 4 คู่นี้จับคู่ยังโง่งนี่น่าาาา

กติกา :

แค่ลากเส้นจับคู่เจ้า 4 ตัว ...หมูป่า...หมูบ้าน...แพะ...วัว เข้าคอกพวกเขาให้ถูกต้อง แค่นั้นเอง...ไม่งงนะ :)

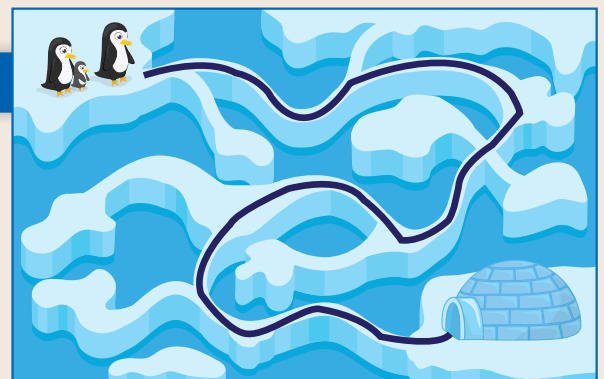


ได้คำตอบแล้ว...เขียนลงไปรษณียบัตรที่อยู่ภายในเล่ม หรือส่งคำตอบมาได้ sopon_l@pttor.com แล้วรอลุ้นผู้ที่ตอบถูกต้องและโชคดี 15 ท่าน ในฉบับหน้า พร้อมกับซองรางวัลสุดน่ารักจาก PTTOR ที่พร้อมจัดส่งให้ถึงหน้าบ้านเลย! **หมดเขต 24 มิ.ย. 62** (โดยยึดวันประทับตราไปรษณียากรเป็นหลัก)

เจอลงเกม พา (IWN) ก 5 น...กลับบ้าน / พ.ค. 62



รายชื่อผู้โชคดี 15 ท่านที่ได้รับรางวัล
Godji Bag สีสันจืดจืด!



- | | | | | | |
|-----------------------------|--------------|-----------------------------|-------------|-------------------------------|-------------------|
| 1. คุณรุ่งทิวา ทมอช้าง | จ.เชียงใหม่ | 6. คุณดารารพร ต้นอนุกุล | จ.อุดรดิตถ์ | 11. คุณนงลักษณ์ มูลอ้าย | จ.ตาก |
| 2. คุณรุ่งรัตน์ บุญเสริม | จ.ชัยนาท | 7. คุณสุจินต์ ทิพย์ลักษณ์ | จ.พัทลุง | 12. คุณจิตรา สุวรรณวิจิตร | จ.ศรีสะเกษ |
| 3. คุณสรีภา สุจิตต์ | จ.สุพรรณบุรี | 8. คุณชนันพร โกยสมบูรณ์ | จ.สงขลา | 13. คุณวราพร บุญหนุน | จ.สุรินทร์ |
| 4. คุณเนาวรัตน์ อดิวิรรณกุล | จ.นครพนม | 9. คุณวินิศา ศรีเมือง | จ.เพชรบุรี | 14. คุณชนม์นิตติ์ ไชยสิงห์ทอง | จ.พระนครศรีอยุธยา |
| 5. คุณกุลธิดา อินสม | จ.แพร่ | 10. คุณจินตมา ศรีวีรานวัฒน์ | จ.กรุงเทพฯ | 15. ด.ช.ณัฐพงศ์ วัฒนพงศ์พิศาล | จ.บุรีรัมย์ |

* สงวนสิทธิ์การเปลี่ยนแปลงของรางวัล โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

เมนูข้าวสุดฮิต



เริ่มต้นที่
65
บาท

ข้าวยำไก่กรอบ **New!**

ข้าวไก่ทอด
เทอริยากิ



ข้าวไก่ทอด
ซีเม่า