

กนกพร จารุกุลวนิช

นำ ‘เพียว’ ฟ่วงล้อมศึกค้าน้ำมัน

สัมภาษณ์

หลักราคาน้ำมันตลาดโลกต่ำกว่า 50% และยืนราคาเฉลี่ยที่ 50-55 เหรียญสหรัฐ/บาร์เรลนั้น ทำให้ความต้องการใช้น้ำมันขยายตัวมากขึ้น ตลาดค้าปลีกน้ำมันที่แข่งขันดุเดือดอยู่แล้ว ยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้น ผู้ค้ารายใหญ่แห่ขยายสถานีบริการเพื่อรักษาและเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด ผู้ค้าน้ำมันรายเล็กหาวิธีตั้งรับสุดสุด ในเมื่อเป็นคู่แข่งแล้วเสี่ยงก็เปลี่ยนมาเป็นพันธมิตรทางธุรกิจแทน “ประชาชาติธุรกิจ” สัมภาษณ์ “กนกพร จารุกุลวนิช” กรรมการผู้จัดการ บริษัท เพียวพลังงานไทย จำกัด ที่ร่วมมือกับบริษัท เอสโซ่ (ประเทศไทย) จำกัด เปลี่ยนสถานีบริการน้ำมันเพียวมาอยู่ภายใต้แบรนด์เอสโซ่

สถานการณ์ก่อนจับมือเอสโซ่

หลังจากบริษัท อาร์พีซีจี จำกัด (มหาชน) เดิมคือบริษัท ระยองเพียวริไฟเออร์ จำกัด (มหาชน) ในฐานะบริษัทแม่ ได้มีปัญหาฟ้องร้องกับบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ประเด็นการซื้อ-ขายคอนเดนเสท ทำให้โรงกลั่นต้องหยุดเดินเครื่องมาตั้งแต่ปี 2555 ส่งผลให้อาร์พีซีจีเหลือเพียงธุรกิจค้าปลีกน้ำมันผ่านสถานีบริการน้ำมันเท่านั้น ในขณะที่เพียวต้องแก้ปัญหาด้วยการสั่งซื้อน้ำมันจากโรงกลั่นอื่นแทน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากโรงกลั่นน้ำมันของเอสโซ่ และหากย้อนไปถึงช่วงปลายปี 2541 ที่ต้องเผชิญปัญหาวิกฤตต้มยำกุ้ง ธุรกิจน้ำมันก็แยเหมือนกันหมดทั้งวงการ ช่วงนั้นมองว่าเมื่อเพียวเป็นบริษัทน้ำมันของคนไทยก็ยิ่งอยากให้ธุรกิจที่เจ้าของคือคนไทยได้

เดินหน้าต่อไป จึงได้เข้ามาช่วยเหลือ
ดีเซลเลอร์ ใน 2 วิธี คือ เช่าที่ดินต่อใน
กรณีที่ไม่ต้องการทำต่อและร่วมลงทุน
กับดีเซลเลอร์ ในช่วงนั้นถือว่าเพียงขยาย
สถานีบริการน้อยมาก

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาเกิดการ
เปลี่ยนแปลงมาก จากเดิมที่เน้นจำหน่าย
น้ำมัน ก็มาให้ความสำคัญกับธุรกิจ
เสริม (nonoil) แทน เพราะกำไรดีกว่า
ขายน้ำมัน ซึ่งตอนนั้นเพียงมองว่าจะ
ทำอะไรให้มีรายได้เพิ่มขึ้น แต่ด้วย
ข้อจำกัดของพื้นที่มีเครือข่ายสถานี
บริการน้อย ทำให้การหาพันธมิตรด้าน
ธุรกิจเสริมเป็นเรื่องยาก ที่สำคัญหาก
เพียงขายน้ำมันอย่างเดียว “ไม่รอด”
เพราะผู้ค้าน้ำมันรายใหญ่ต่าง
ก็ขยายสถานีและมีเครือ
มือใหม่ ๆ มาช่วยรักษา
ฐานลูกค้า เช่นใช้บัตร
สะสมแต้ม

เป็นดีเซลเลอร์เอสโซ่

เพียงเริ่มคิดว่าจะทำ
อย่างไรให้ธุรกิจยังเดิน
หน้าต่อไปได้ มาลงตัวตรง
ที่เปลี่ยนมาเป็นดีเซลเลอร์
ให้เอสโซ่แทน เพราะ
เอสโซ่เป็นผู้ซัพพลาย
น้ำมันให้เพียงอยู่แล้ว
และด้วยความแข็งแกร่ง
ของแบรนด์เอสโซ่ รวมถึง
เครือข่ายของสถานีบริการที่

มีกว่า 600 สาขาทั่วประเทศ ประกอบ
กับเอสโซ่ก็ต้องการขยายสถานีบริการ
เช่นกัน สำหรับสถานีบริการน้ำมันของ
เพียงที่มีอยู่ 50 แห่งจะถูกเปลี่ยนเป็น
แบรนด์เอสโซ่แทน และคาดว่าจะปรับ
เปลี่ยนให้ครบทั้งหมดภายใน
ปี 2561



ข้อดีของการเป็นดีเซลเลอร์ให้กับเอสโซ่
คือ เป็นแบรนด์ที่แข็งแกร่งค่อนข้างดีจุด
ซึ่งมีพันธมิตรที่จับมือกันอยู่แล้ว เช่น
เทสโก้ โลตัส บิ๊กซี แมคโดนัลด์ หรือแม้
กระทั่งเบอร์เกอร์คิง และแฟมิลี่มาร์ท
ซึ่งจะทำให้เพียงมีรายได้อื่น ๆ ที่นอก
เหนือจากการขายน้ำมัน

ขยายสถานีบริการเพิ่มอีก

นอกจากนี้เพียงยังเตรียมขยายสถานี
บริการเพิ่มอีก 50 แห่ง คาดว่าจะใช้เงิน
ลงทุน 1,000 ล้านบาท ซึ่งเท่ากับว่าเพียง
จะเป็นดีเซลเลอร์ใหญ่ของเอสโซ่ ที่มั่นใจ
ว่าจะขยายได้อีก 50 แห่งนั้น เนื่องจาก
มีเจ้าของที่ดินทำสถานีบริการหลายราย
ที่ไม่ต้องการทำต่อ เพียงจะขอซื้อที่ดิน
หรือเช่าช่วงต่อเพื่อขยาย เพราะเรามี
ความพร้อมและความเชี่ยวชาญในการ
บริหารอยู่แล้ว ทั้งนี้การเปลี่ยนมาอยู่
ภายใต้แบรนด์เอสโซ่ ทำให้เพียงเชื่อมั่น
ว่าจะเพิ่มยอดขายเพิ่มถึง 100% และ
ยอดจำหน่ายน้ำมันผ่านสถานีบริการโดย
เฉลี่ยน่าจะมากกว่า 250,000-300,000
ลิตร/เดือน/แห่ง ได้

ทิศทางราคาน้ำมันโลก

คาดการณ์ว่าราคาน้ำมันตลาด
โลกน่าจะยืนราคาเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 50
เหรียญสหรัฐ/บาร์เรล และไม่น่าจะขึ้น
ไปแตะระดับสูงที่ 100 เหรียญสหรัฐ/
บาร์เรลแน่นอน จากราคาน้ำมันที่ยืน
ราคาต่ำ ส่งผลให้ความต้องการใช้น้ำมัน
ในประเทศยังคงขยายตัวต่อเนื่อง