

# น้ำมันหล่อลื่น 6หมื่นล้านบาท

• ‘เซลล์’ รุกกหนักออนไลน์-เบอร์รองผู้ดูแลอีกซีกคู่ชีพซ้อปสู่ปตท.

น้ำมันหล่อลื่นแข่งเดือด เบอร์รองทำชน  
ผู้นำตลาด “เซลล์” รุกกหนักออนไลน์ ขยายผ่าน  
สาขาค้า พร้อมผนึกกำลังบี-คิว กระจายสินค้า  
140 สาขาทั่วประเทศ “ด้านปิโตรนาส, เอนออส,  
ฮาโวลีน, อีเดมิตซี เล็งผู้ดูแลอีกซีกคู่ชีพ ซ้อป ปูพรม  
สร้างแบรนด์

ตลาดน้ำมันหล่อลื่น  
ในประเทศไทย มีปริมาณ  
การขายประมาณ 600 ล้าน  
ลิตรต่อปี หรือคิดเป็นมูลค่า  
ตลาดกว่า 6 หมื่นล้านบาท  
ซึ่งแต่ละปีจะมีอัตราการ  
เติบโตต่อเนื่อง ตั้งแต่ 5  
-10% โดยมีผู้นำในตลาดคือ  
ปตท.

การเป็นผู้นำในตลาด  
ของปตท. มีปัจจัยสนับสนุน  
ไม่ว่าจะเป็นความแข็งแกร่ง  
ด้านผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุม  
ทุกเซกเมนต์ ทั้งรถเก๋ง, ปิกอัพ  
และล่าสุดได้เปิดตัวน้ำมัน  
หล่อลื่นสำหรับรถจักรยาน  
ยนต์ทั้งแบบ 2 จังหวะ และ  
4 จังหวะ ประการต่อมาคือ  
แคมเปญลดแลกแจกแถม  
อาทิ ซื่อน้ำมันหล่อลื่นแถม  
หูฟังบลูทูธ, ลำโพงเจบีแอล,  
บัตรเติมน้ำมัน

ปัจจัยสำคัญอีกข้อ  
หนึ่งคือ ช่องทางการขายที่  
แข็งแกร่ง ด้วยจำนวนสถานี  
บริการน้ำมันมากกว่า 1,729  
แห่ง อีกทั้งยังขยายผ่าน FIT  
AUTO ซึ่งเป็นศูนย์บริการ  
รถยนต์ครบวงจร ภายใต้การ

บริหารงานของปตท. ที่ปัจจุบัน  
เปิดให้บริการ 32 แห่ง รวม  
ไปถึงการขายผ่านออนไลน์  
อย่างสาขาค้า

ส่วนเซลล์ ที่เคลมว่า  
เป็นเบอร์ 1 ในตลาดโลกนั้น  
ในประเทศไทยถือว่ายังเป็น  
เบอร์รอง อย่างไรก็ตาม เซลล์  
ได้มีการงดกลยุทธ์การขาย  
เต็มสูบ ทั้งการขายผ่าน  
ช่องทางออนไลน์ “สาขาค้า”  
พร้อมทั้งอัดแคมเปญสำหรับ  
ลูกค้าที่ซื้อ อาทิ ฟรีของ  
สมนาคุณ กระเป่าเป้-น้ำมัน  
หล่อลื่น, ส่งฟรีถึงบ้าน, ลุ้น  
เติมน้ำมันฟรีที่สถานีบริการ  
เซลล์, ส่งซ้อออนไลน์และ  
สามารถเปลี่ยนถ่ายได้ที่  
สถานีบริการใกล้บ้าน ส่วน  
แคมเปญปกติในสถานี  
บริการได้แจก เครื่องจัมพ์  
สตาร์ทรถยนต์แบบพก  
พา เพียงลูกค้าซื้อและเปลี่ยน  
ถ่ายน้ำมันเครื่องเซลล์  
เฮลิคส์ ตั้งแต่วันนี้จนถึง  
28 กุมภาพันธ์ 2561 นอกจากนี้  
นั้นแล้วยังได้จับมือกับบี-คิว  
ที่มีจำนวนสาขา กว่า 140  
แห่งทั่วประเทศ

# เกาะกลยุทธ

## แบรนด์น้ำมันหล่อลื่น

### Jan./ptt

- ขายผ่านลาซาด้า, FIT AUTO, สถานีบริการทั่วประเทศ

### เอสโซ่/โมบิล 1

- ขายผ่านโมบิล 1 เซ็นเตอร์ 300 แห่งทั่วประเทศ

### อพอลโล/อิดเมิตซี

- ขายผ่านบี-ควิก, เตรียมเปิดเอ็กซ์คลูซีฟซีอ็อป

### ปิโตรนาส

- เปิด Lupe Expert, รุกมาร์เก็ตติ้งออนไลน์

### เชลล์/เชลล์ เอลิกซ์

- ขายผ่านลาซาด้า, จับมือบี-ควิก, สถานีบริการทั่วประเทศ

### คาลเท็กซ์/ฮาโวลีน

- เพิ่มสินค้ากลุ่มมอเตอร์ไซค์, เปิดฮาโวลีน ออโต้ โปส และ โบล์ โปส

### เอนออส

- เปิดเอนออส การาจ, ทำกิจกรรม ณ จุดขาย

ร้าน กราฟ

ที่มา : "ฐานเศรษฐกิจ" รวบรวม

“เป้าหมายของเรา คือการมอบผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด และมอบความสะดวกสบายให้กับลูกค้า ดังนั้นในแง่การขยายช่องทางการจัดจำหน่าย เราจึงวางแผนให้ครอบคลุม ล่าสุดได้ร่วมมือกับบี-ควิก ในการนำน้ำมันหล่อลื่นเชลล์ เอลิกซ์ เพื่อวางจำหน่ายในศูนย์บริการปิโตรนาส 140 แห่งทั่วประเทศ” นางสาววีรรา ตระกูลบุญ กรรมการบริหาร ธุรกิจน้ำมันหล่อลื่น ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ กล่าว และว่า

ขณะที่น้ำมันหล่อลื่นแบรนด์อื่นๆต่างมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่ไม่แตกต่างกันนัก โดยเฉพาะการริเริ่มเปิดเอ็กซ์คลูซีฟ ซีอ็อป ของตนเอง ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างแบรนด์

“ปิโตรนาสมีแผนงานเปิดเอ็กซ์คลูซีฟ ซีอ็อป ภายใต้ชื่อ Lupe Expert โดยตั้งเป้า 10 สาขาภายในสิ้นปีนี้ ซึ่งเบื้องต้นได้ทดลองเปิดสาขาแรกที่หาดใหญ่ ขณะที่การขายผ่านออนไลน์นั้น บริษัทยังไม่มีแผน เพราะในช่องทางการขายแบบปกติ

ยังไม่ครอบคลุม เนื่องจากเราเพิ่งเข้ามาทำตลาดได้ไม่กี่ปี แต่อย่างไรก็ตามเราจะใช้ออนไลน์ในการสื่อสารตลาด มีการนำเสนอคอนเทนต์ต่างๆผ่านโซเชียล เพราะปัจจุบันพฤติกรรมของลูกค้ามีการใช้โซเชียลกันอย่างแพร่หลาย” นายพิภพ พลเสน ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ปิโตรนาส อินเตอร์เนชันแนล มาร์เก็ตติ้ง (ประเทศไทย) จำกัด

แบรนด์ผู้นำจากญี่ปุ่น “เอนออส” ที่รุกตลาดอย่างหนัก นอกจากจะเปิดตัวสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่องแล้วยังขยายช่องทางการจำหน่ายจาก 750 แห่งเป็น 1,000 แห่งและเดินหน้าเปิดเอ็กซ์คลูซีฟ ซีอ็อป ภายใต้ชื่อ “เอนออส การาจ” ที่คาดว่าจะเปิดได้ครบ 30 แห่งตามที่ได้ตั้งเป้าไว้

นายสุวิทย์ ตรึงจิตวิลาส ผู้จัดการฝ่ายขายและการตลาด น้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เอนออส บริษัท เจเอ็กซ์ นิปปอนออยล์ แอนด์ เอเนอจี (ประเทศไทย) จำกัด เปิดเผยว่า การจำหน่ายน้ำมันหล่อลื่นจำเป็นที่จะต้องมีส่วนบริการ-มีช่างที่มีความเชี่ยวชาญในการเปลี่ยนถ่าย ดังนั้นบริษัทจึงให้ความสำคัญและมีการเปิดเอ็กซ์คลูซีฟซีอ็อป ที่ช่างจะมีโน๊ว ชาวทั้งด้านผลิตภัณฑ์ว่าสินค้าประเภทไหนเหมาะสมกับรถของลูกค้า รวมไปถึง

การเปลี่ยนถ่ายที่ถูกต้อง ขณะเดียวกันยังให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรม ณ จุดขาย มีแจกของแถม สร้างการรับรู้แบรนด์

“เรามีแผนจะขยายร้านเอเนออส การาจ เพิ่มแน่นอน แต่ตอนนี้ยังไม่ได้ข้อสรุปว่าควรเพิ่มกี่แห่ง ส่วนการขายผ่านออนไลน์ เรามองว่าการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันหล่อลื่นยังต้องอาศัยช่าง ดังนั้นลูกค้ายังงี้ก็ต้องเข้ามาที่ร้านหรือที่อู่ ขณะที่ภาพรวมของการแข่งขันในตลาดน้ำมันหล่อลื่นในปีนี มองว่ายังดุเดือด เพราะมีแบรนด์ต่างๆเข้ามาในตลาดมากมาย มีทั้งถูกและแพง ซึ่งขึ้นอยู่กับลูกค้าว่าต้องการสินค้าแบบไหน” นายสุวิทย์ กล่าว และว่า

ส่วนแบรนด์อื่นๆในตลาดที่ให้ความสำคัญกับศูนย์บริการแบบเอ็กซ์คลูซีฟ ซ็อบ และเริ่มเปิดให้บริการ อาทิ ฮาโวลีน ก็เริ่มเปิดศูนย์บริการ ภายใต้ชื่อ “ฮาโวลีน ออโต้ โปร” สำหรับรถยนต์ 10 แห่ง และโบด์ โปร สำหรับรถจักรยานยนต์ 10 แห่ง ขณะที่อพอลโล ไทย ที่จำหน่ายแบรนด์ อีเดมิตซี ที่ปัจจุบันจำหน่ายผ่านบี-คิก และอู่ทั่วไป ก็มีแผนที่จะเปิดเอ็กซ์คลูซีฟ ซ็อบ เป็นของตัวเองในเร็ววัน

เรียกได้ว่าโหมกันทุกช่องทาง โดยเฉพาะการขยายจุดขายทั้งแบบเดิมและแบบออนไลน์ ประกอบกับปัจจัยแวดล้อมอื่นๆไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจดี กำลังซื้อผู้บริโภคฟื้นตัว ตลาดรถยนต์เติบโต พร้อมนโยบาย EEC ทั้งหมดนี้จะส่งให้การแข่งขันดุเดือดแน่นอน และมูลค่าตลาดน้ำมันหล่อลื่นในไทยปีนี้จะทะลุ 8.5 หมื่นล้านบาท หรือคิดเป็นปริมาณกว่า 800 ล้านลิตร ■