

สัมภาษณ์

ก้าวหน้าไปอย่างมาก ขนาดเครื่องยนต์เล็ก
ลง แต่ยังคงให้สมรรถนะการขับขี่ที่ดี ให้
แรงม้า และแรงบิดสูง ประหยัดน้ำมัน และ
ลดมลพิษทางอากาศ
อย่างไรก็ตาม เครื่องยนต์เบนซินประเภท

‘บูรณิน รัตนสมบัติ’

กลยุทธ์น้ำมันเครื่อง‘ปตท.’

เข้ามานั่งประจำการในตำแหน่งผู้ช่วย
กรรมการผู้จัดการใหญ่ ธุรกิจหล่อลื่น
บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ได้ 3 ขวบ
ปี ด้วยวิสัยทัศน์อันกว้างไกลของ ‘บูรณิน
รัตนสมบัติ’ ทำให้วันนี้ น้ำมันเครื่อง
“ปตท.” ได้รับการยอมรับในระดับสากล
ล่าสุดยังถือเป็นผู้ประกอบการรายแรก
ในประเทศไทยที่จำหน่ายน้ำมันเครื่อง
เบนซิน มาตรฐานล่าสุด API SN PLUS

Turbo GDI อาจมีโอกาสเกิดปัญหาการชิง
จุดระเบิดที่รอบเครื่องยนต์ต่ำ น้ำมันเครื่อง
ปตท. เพอร์ฟอร์มา ซูเปอร์ ซินเธติก SAE
0W-20 มาตรฐาน API SN PLUS ช่วย
ป้องกันการชิงจุดระเบิดก่อนให้ลดลงได้
4 เท่า

◆ **สถานะตลาดน้ำมันเครื่อง**
แข่งขันกันรุนแรงเป็นปกติตลอดเวลา
ด้วยเพราะมีแบรนด์สินค้าตั้งแต่ระดับทั่วไป



‘ข่าวสด ยานยนต์’ มีโอกาสได้พูดคุยเรื่อง
ราวต่างๆ จากนั้นไปของกลุ่มน้ำมันเครื่อง
ปตท.

◆ **จุดเด่นของน้ำมันเครื่องตัวใหม่**
ผลิตภัณฑ์น้ำมันเครื่อง ปตท. เพอร์
ฟอร์มา ซูเปอร์ ซินเธติก SAE 0W-20
มาตรฐาน API SN PLUS เป็นผลมาจาก
การที่บริษัทต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่
รองรับเทคโนโลยี เครื่องยนต์เบนซิน
ประเภท Turbo GDI ที่มีเทคโนโลยี

จนถึงไฮเอนด์เป็นจำนวนมาก นับเฉพาะ
แบรนด์ของบริษัทน้ำมันมีมากกว่า 100
แบรนด์

น้ำมันเครื่องทั่วไปเน้นที่ราคา ส่วนระดับ
ไฮเอนด์นำเสนอในเรื่องของประสิทธิภาพ
การปกป้องเครื่องยนต์ เนื่องจากลูกค้ากลุ่ม
นี้ให้ความใส่ใจดูแลรักษารถยนต์เป็นพิเศษ

◆ **แผนการรุกตลาดของปตท.**
เมื่อปีที่แล้วบริษัทมียอดขายน้ำมันเครื่อง
รวม 175 ล้านลิตร แบ่งเป็นสำหรับยานยนต์



60% และสำหรับอุตสาหกรรม 40% โดย
มาจากตลาดในประเทศ 85% และส่งออก
15% ขณะที่ในปีนี้ตั้งเป้าเพิ่มยอดขายเป็น
190 ล้านลิตร วางแผนที่จะปรับเพิ่มยอด
ขายในส่วนของการส่งออกให้มากขึ้น

ซึ่งปัจจุบันได้เข้าไปเปิดตลาดแล้วใน
40 ประเทศ ลูกค้าในประเทศเหล่านี้มอง
ว่า ปตท.เป็นแบรนด์ระดับอินเตอร์
เนชั่นแนล แต่มีราคาที่สามรถเข้าถึงได้
ง่ายกว่า นอกจากนี้ ยังได้เข้าไปก่อตั้ง
บริษัทในประเทศจีน ที่เมืองเซียงไฮ้
เนื่องจากมองว่าเป็นตลาดที่มีรถยนต์เป็น
จำนวนมาก

◆ **กลยุทธ์การทำตลาดในประเทศ**
ที่มุ่งเน้นอย่างหนักคือกลุ่มน้ำมันเครื่อง
สังเคราะห์ 100% เพราะได้ตั้งเป้าที่จะปรับ
เพิ่มสัดส่วนยอดขายให้เพิ่มขึ้นจาก 5%
เป็น 10% ภายในสิ้นปีเพื่อให้เป็นตัวเลข
เดียวกับตลาดรวม โดยจะรุกเข้าไปในกลุ่ม
พาสตีฟิต และอู่รถยนต์ตามหัวเมืองใหญ่
นอกจากนี้ยังมองเห็นโอกาสในการเข้าไป
ขยายตลาดกลุ่มน้ำมันเครื่อง เครื่องยนต์
ดีเซล ในกลุ่มธุรกิจโลจิสติกส์