



กลุ่มธุรกิจการตลาด บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)



การได้รับรางวัล TQC ในครั้งนี้ถือเป็นความภาคภูมิใจของพนักงานทุกคนที่ร่วมแรงร่วมใจปรับเปลี่ยนและผลักดันให้กลุ่มธุรกิจการตลาด พัฒนางองค์กรตามแนวทาง TQA ต่อไปอย่างไม่หยุดนิ่ง โดยมีจุดประสงค์เพื่อทำให้องค์กรเกิดการเรียนรู้และพัฒนาไปอย่างยั่งยืน และทางกลุ่มธุรกิจฯ จะนำรายงานป้อนกลับจากผู้ตรวจประเมิน มาปรับปรุงองค์กรต่อไป เพื่อเติมเต็มประสบการณ์ ผ่านสินค้าและบริการต่างๆ ในสถานบริการน้ำมัน “บางจาก” รวมถึงกิจการและบริการอื่นๆ และมุ่งสู่การพัฒนาธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สร้างประสบการณ์ที่ดีในการบริการ และมีส่วนร่วมในการดูแลสังคมสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนต่อไป

คุณสมชัย เตชะวณิช
ประธานเจ้าหน้าที่การตลาด
และรองกรรมการผู้จัดการใหญ่



ลักษณะองค์กร

กลุ่มธุรกิจการตลาด (MKBG) จัดตั้งขึ้น เพื่อดูแลรับผิดชอบธุรกิจการพัฒนาจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิงผ่านสถานีบริการ ซึ่งถือเป็นรายได้หลักของ MKBG มากกว่า 95% ของรายได้ทั้งหมด นอกจากนี้ MKBG ยังมุ่งมั่นในการสร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้าและสร้างความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของสังคม ภายใต้วิสัยทัศน์ Evolving Greenovative Experience ผ่านกลไกการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการ เริ่มตั้งแต่ 1) การพัฒนาและจัดหาผลิตภัณฑ์ที่ตรงความต้องการและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 2) การบริหารคลังและขนส่งน้ำมันเชื้อเพลิง ให้มีความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ 3) การพัฒนาพันธมิตร ทั้งกลุ่มผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน (Dealers) ผู้ประกอบการธุรกิจเงินนอกออยล์ (Non-Oil) และพันธมิตรอื่นๆ ในสถานีบริการน้ำมันให้มีการดำเนินการที่สอดคล้องไปในแนวทางเดียวกันกับองค์กรระดับเครือข่ายอุปทานในการจำหน่ายน้ำมัน 4) การบริหารกระบวนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และการบริหารประสบการณ์ลูกค้า ส่งมอบบริการที่ตรงกับความคาดหวังลูกค้าด้วยสถานีบริการมากกว่า 1,200 แห่งทั่วประเทศ

สิ่งสำคัญที่มีผลต่อวิธีการดำเนินงาน

ภายใต้วิสัยทัศน์ Evolving Greenovative Experience MKBG ดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับ 3 มิติสำคัญคือ 1) Green Experience ส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่เหนือความคาดหวังของลูกค้าพร้อมไปกับการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม ภายใต้เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ในการเป็นสถานีบริการอันดับหนึ่งในใจของลูกค้า 2) Green Innovation แสวงหาและพัฒนานวัตกรรมที่สร้างมูลค่าให้ลูกค้าและธุรกิจเพื่ออำนวยความสะดวกสบายของลูกค้า 3) Green Sustainability การสร้างธุรกิจที่เติบโตอย่างต่อเนื่องไปพร้อมกับสังคมและสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงผลประโยชน์ของสังคมเป็นส่วนสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์

Evolving Greenovative Experience



Green Experience

ส่งมอบผลิตภัณฑ์ บริการ ที่เหนือความคาดหวังของลูกค้า และดีต่อสิ่งแวดล้อม



Green Innovation

แสวงหาและพัฒนานวัตกรรมที่สร้างมูลค่าให้ลูกค้าและธุรกิจ



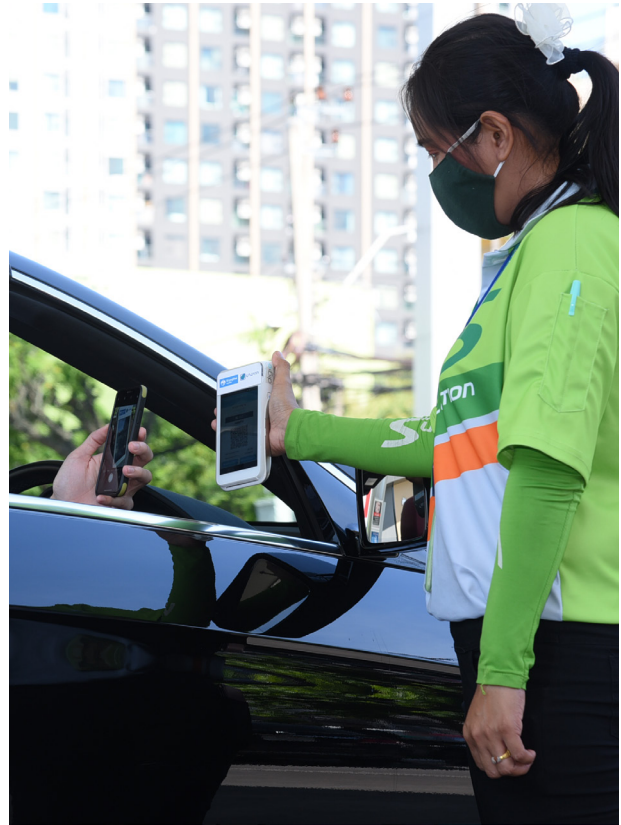
Green Sustainability

การสร้างธุรกิจที่เติบโตอย่างต่อเนื่องไปพร้อมกับสังคมและสิ่งแวดล้อม

ความท้าทายสำคัญ ต่อองค์กรเพชชีน

ธุรกิจการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านสถานีบริการเผชิญความท้าทายหลายด้าน โดย MKBG วิเคราะห์ความท้าทายเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญเป็นปัจจัยนำเข้าในกระบวนการจัดทำแผนกลยุทธ์องค์กรและกำหนดวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ อาทิเช่น

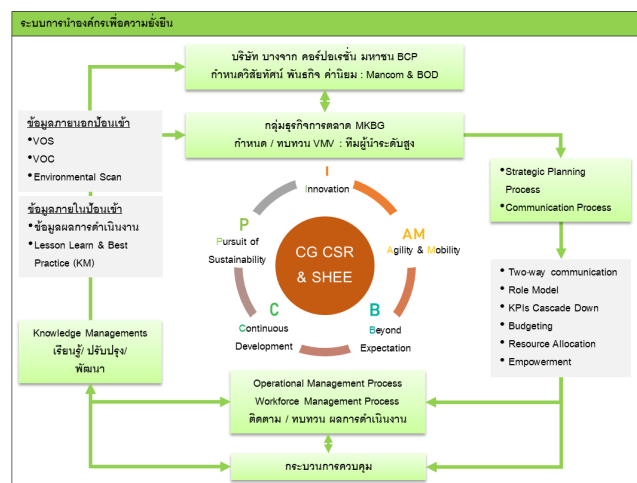
- นโยบายรัฐบาล เช่น การส่งเสริมพลังงานทดแทนชนิดใหม่ๆ
- การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างๆ เช่น EV Car, Solar Rooftop, Energy Storage
- ความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เปลี่ยนแปลงไป
- การแข่งขันในธุรกิจที่รุนแรงขึ้น
- แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่างๆของโลก (Mega Trends) เช่น สถานการณ์สิ่งแวดล้อมโลกที่รุนแรงขึ้น, การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรไปสู่สังคมสูงอายุ
- Digital Revolution ที่เข้ามาเปลี่ยนวิถีชีวิต กระบวนการ หรือวิธีการจัดการเรื่องต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น
- ความผันผวนของต้นทุนราคาน้ำมันในตลาดโลก



การนำองค์กร

MKBG ทบทวน วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยม ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลภายใน และข้อมูลภายนอก เช่น ผลการดำเนินการที่ผ่านมา ทิศทางของธุรกิจ ความคาดหวังของพนักงาน ความรู้ขององค์กร ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความคาดหวังลูกค้า ทิศทางและแนวโน้มของสถานการณ์และความเสี่ยงด้านต่างๆ ทั้งด้านธุรกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม ก่อนเข้าสู่กระบวนการกำหนดกลยุทธ์ และกำหนดเป็นเป้าหมาย ทิศทางกลุ่มธุรกิจระยะสั้น ระยะยาว และแผนปฏิบัติการต่อไป อีกทั้งมีการกระบวนกรในการติดตามประเมินผลความสำเร็จเป็นประจำทุกปี ที่ผ่านมามีผู้นำระดับสูง มีความมุ่งมั่นที่จะส่งมอบประสบการณ์การใช้บริการที่ตรงความคาดหวังของลูกค้า ผ่านการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์พลังงานสะอาดคุณภาพสูง ด้วยการผลักดันการจำหน่ายพลังงานทดแทน ที่ช่วยลดการปล่อย CO2 จากการเผาไหม้ต่อลิตร สูงที่สุด ไปพร้อมกับการสนับสนุนเกษตรกรผู้ปลูกอ้อย มันสำปะหลัง และ ปาล์มน้ำมัน และยังได้สร้างความมีส่วนร่วมในการดูแลสังคม และสิ่งแวดล้อมร่วมกับลูกค้าผ่านการพัฒนา Mobile Application Feature “ต้นไม้ของคุณ” เพื่อผลักดันการเติมเชื้อเพลิงที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม ที่แสดงค่า CO2 ที่ลดได้จากพฤติกรรมเติมน้ำมัน พลังงานทดแทนของลูกค้า โดยนำมาเป็นคะแนนสำหรับกิจกรรมพิเศษ เช่น ขวณลูกค้ามาจัดแรลลี่ปลูกป่า นอกจากนี้ยังมีโครงการนำสินค้าชุมชนสินค้าเกษตรลดราคาจัดรายการส่งเสริมการขาย

ให้กับลูกค้าที่มามีความมุ่งมั่น ในสถานีบริการ ช่วยกระจายรายได้และยังเป็นการโปรโมทสินค้าชุมชนมาอย่างต่อเนื่อง หรือโครงการรักษาสันติสุข ที่สร้างความรับผิดชอบในฐานะผู้สร้างขยะพลาสติกจากการแจกน้ำ รับบริจาคขวดน้ำ PET มารีไซเคิล และผลักดันพันธมิตรบนออย ในสถานีบริการน้ำมันช่วยลดการใช้ขยะพลาสติก เช่น การใช้ Bio Packaging ของร้านอินทนิล



กลยุทธ์

MKBG ออกแบบกระบวนการจัดทำกลยุทธ์ไว้ 3 ระดับซึ่งแต่ละระดับต้องการข้อมูลป้อนเข้า เครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูล วิธีการสังเคราะห์กลยุทธ์และผู้มีส่วนร่วมที่แตกต่างกันออกไป โดยการจัดทำกลยุทธ์ทั้ง 3 ระดับประกอบด้วย 1) ระดับ Business Unit (BU) เพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ระยะ 5 ปี และทิศทางกลยุทธ์ที่ใช้ 2) ระดับ Tactical Plan (TP) คือกระบวนการสังเคราะห์แผนระยะยาว 5 ปี เพื่อสนับสนุนให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ และมีการพิจารณาทบทวนทุกปีให้สอดคล้องกับปัจจัยภายในและภายนอก 3) ระดับ Action Plan (AP) แผนปฏิบัติการระยะสั้น 1 ปี เป็นการวางแผนปฏิบัติงานของกระบวนการที่สนับสนุนเพื่อบรรลุตามเป้าหมายในปีนั้นๆ และในระหว่างปีจะมีการติดตามปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของ MKBG

อย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้ในการปรับแผน Action Plan และ Resource Allocation ได้อย่างคล่องตัวและสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป อย่างพลิกโฉม เช่น สถานการณ์ที่ภาครัฐออกนโยบายการสนับสนุนการจำหน่าย B20 และ B10 ทำให้ MKBG ดำเนินการปรับแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำมันดีเซล B20 ได้อย่างทันท่วงที จึงได้พัฒนาน้ำมัน Hi-Diesel B20S เป็นผู้ค้ารายแรกในไทยที่ใส่สารเพิ่มคุณภาพน้ำมัน ทำให้เครื่องยนต์ทำงานได้เต็มประสิทธิภาพ หรือการสร้างนวัตกรรมระบบรับชำระค่าสินค้าและบริการแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Bangchak Digital Payment) ลดการสัมผัส ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคช่วงโควิด-19 อย่างทันท่วงที เป็นต้น

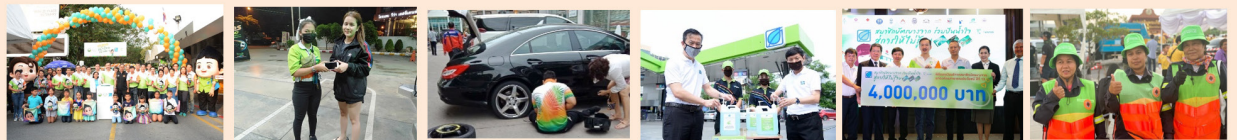
In Process



“ผู้นำ EURO5”

“ร่วมแบ่งปันสู่สังคม”

“ลดขยะจากการดำเนินงาน”



After Process

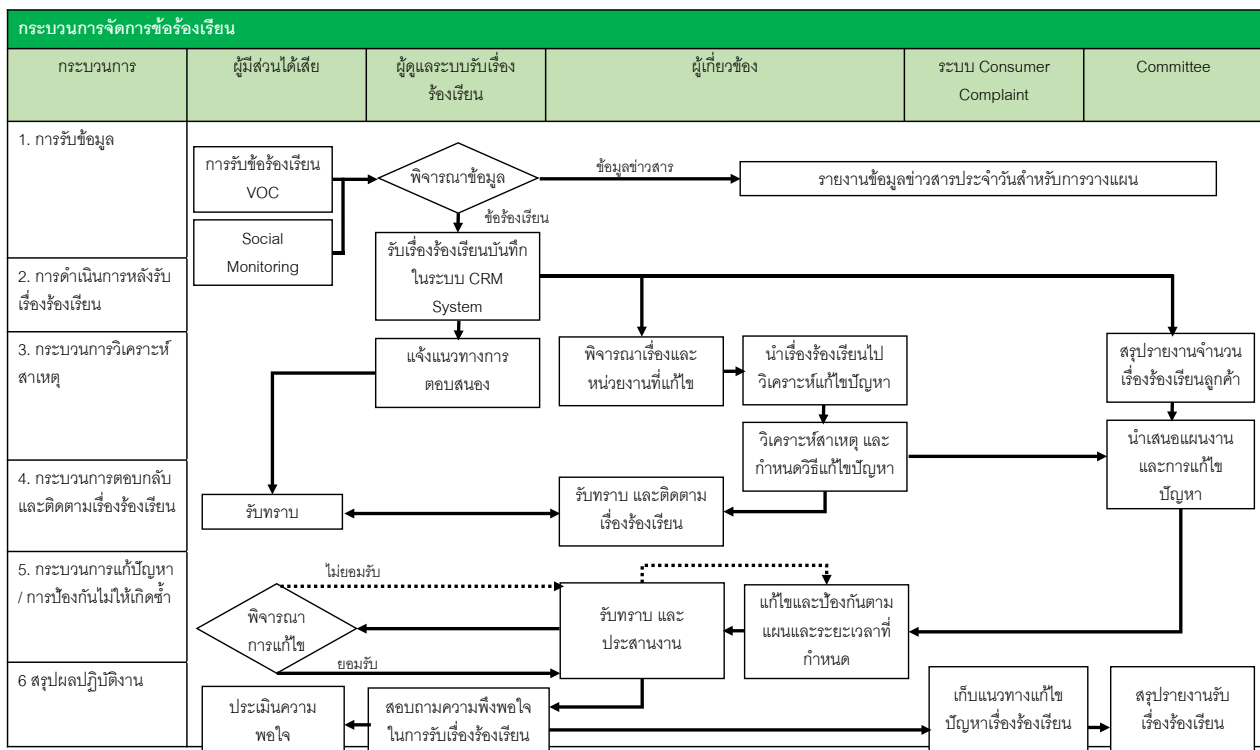
ลูกค้า

MKBG ให้ความสำคัญกับการส่งมอบประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า โดยจำแนกกลุ่มลูกค้าที่สำคัญเป็น 2 กลุ่มหลัก เพื่อใช้ในการกำหนด แนวทางการออกแบบข้อกำหนดผลิตภัณฑ์และบริการ แนวทาง การบริหารความสัมพันธ์ของกลุ่มลูกค้า ให้เหมาะสมกับความแตกต่าง ของพฤติกรรม และ Lifestyle เช่น

- ลูกค้ากลุ่ม Urban Lifestyle ส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ที่มีการเจริญเติบโตสูง ให้ความสำคัญต่อการดูแลสิ่งแวดล้อม การบริการที่รวดเร็ว ทำให้ MKBG พัฒนาผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง เช่น น้ำมัน E20S และ น้ำมัน Hi- Premium Diesel S มาตรฐานยูโร 5 หรือการพัฒนาสิทธิประโยชน์ ผ่านโปรแกรมสมาชิกบางจาก ในกลุ่ม Lifestyle เช่น ส่วนลดร้านค้าพันธมิตร หรือการพัฒนา Digital Payments เพื่อลดระยะเวลาในการบริการ เป็นต้น
- ลูกค้ากลุ่ม Upcountry Lifestyle ส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ต่างจังหวัด มีแนวโน้มการใช้น้ำมันดีเซลมากกว่า เน้นความคุ้มค่า ทำให้ MKBG ผลิตภัณฑ์น้ำมันดีเซลที่มีความคุ้มค่า เช่น น้ำมันดีเซล B20 และ B10 รวมถึงพัฒนาสถานีบริการน้ำมันที่เหมาะสมกับลักษณะรถยนต์ของลูกค้า เช่น สถานีบริการสำหรับรถขนาดใหญ่

MKBG กำหนดวิธีการรับฟัง ปฏิสัมพันธ์ สังเกตลูกค้าและวิเคราะห์ข้อมูล ในรูปแบบการสื่อสาร ที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มลูกค้า เพื่อใช้เป็น ข้อมูลป้อนเข้าในกระบวนการนำองค์กร กำหนดกลยุทธ์ตาม การปรับปรุง กระบวนการ ด้วยช่องทางการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า Voice of Customers (VOC) ซึ่งอยู่ทั้งในรูปแบบลูกค้าสื่อสารมายังองค์กร เช่น การรับเรื่องร้องเรียนผ่านศูนย์บริการลูกค้า (Call Center/Hotline) การแสดงความคิดเห็นในการวิจัย และลูกค้าไม่ได้สื่อสารมายัง องค์กรโดยตรง เช่น การทำ Environmental Scanning เพื่อคาดการณ์ การใช้ น้ำมันในอุตสาหกรรม พฤติกรรมการใช้บริการ การใช้ระบบ Social Monitoring ติดตามการแสดงความคิดเห็นในสื่อสาธารณะ ให้ครอบคลุมลูกค้าทุกกลุ่ม

โดย MKBG มีกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ เพื่อนำมา ปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติการ ผ่านการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา และ นำเสนอแนวทางการแก้ไขข้อร้องเรียน มีการกำหนดเป้าหมายระยะเวลา ในการติดตามปัญหาและปิดเรื่องภายใน 2 วันทำการหลังจากรับเรื่อง เพื่อเรียกความเชื่อมั่นของลูกค้ากลับมา และมีการประเมินความพึงพอใจ ลูกค้า หลังจากได้รับการแก้ไขข้อร้องเรียน



การปฏิบัติการ

MKBG มีระบบการปรับปรุงกระบวนการทำงานผนวกกับหลักการ PDCA เป็นพื้นฐานสำคัญเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์และผลการดำเนินการ นอกจากนี้ยังได้หาโอกาสปรับปรุงเทียบเคียงจากระบบมาตรฐานที่เป็นสากล เช่น เกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ (TQA) เป็นต้น ในสถานการณ์ที่ธุรกิจมีความผันผวน MKBG ได้ให้ความสำคัญกับการปรับปรุงกระบวนการทำงานเน้นการลดต้นทุนในกระบวนการให้ได้สูงสุดผ่านแนวคิด Business Process Redesign โดยกำหนดให้การปรับปรุงกระบวนการทำงานเป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินการของพนักงานทุกระดับ เชื่อมโยงกับการประเมินผลงานประจำปี ทำให้สามารถลดต้นทุน ค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงาน ลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อน

เกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ MKBG ให้ความสำคัญกับการดำเนินการด้านการรักษาความปลอดภัยของระบบสารสนเทศและด้านไซเบอร์ เพื่อรักษาข้อมูลความลับของลูกค้าและองค์กร รวมไปถึง ความปลอดภัยด้านอาชีวอนามัย สิ่งแวดล้อม และพลังงาน ครอบคลุมความปลอดภัยในพื้นที่คลังน้ำมัน และการขนส่งตามมาตรฐาน ISO 45001:2018, ISO 14001:2015 และ ISO 50001:2018 และความปลอดภัยในสถานีบริการน้ำมัน ตั้งแต่การออกแบบก่อสร้างสถานีบริการที่ปลอดภัยตามมาตรฐานกฎหมาย จนถึงมาตรฐานในการบริหารจัดการสถานีบริการของผู้ประกอบการ และการซ่อมแผนฉุกเฉินเพื่อให้ธุรกิจดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง





กลุ่มธุรกิจการตลาด

บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

สำนักงานใหญ่ : 2098 อาคารเอ็ม ทาวเวอร์ ชั้น 8 ถนนสุขุมวิท

แขวงพระโขนงใต้ เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร 10260