

เอสโซ่

เติบโตด้วย

วัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง

“เราไม่ได้เพิ่งเจอวิกฤตแบบนี้ครั้งแรก มีวิกฤตเกิดขึ้นหลายครั้งแล้วตั้งแต่ที่เราดำเนินกิจการมา แต่ครั้งนี้น่าจะเป็นครั้งที่ร้ายแรงและส่งผลกระทบต่อมาก แต่เรามีจุดแข็งเรื่องการจัดการบริหารความเสี่ยง หรือ Risk Management เราจึงสามารถเปลี่ยนความกังวลต่างๆ ให้กลายเป็นแผนงานที่นำมาปฏิบัติได้ ซึ่งความกังวลเหล่านั้นเราวางไว้ให้เป็น Worst Case Scenario คือคิดว่าทุกเรื่องที่จะเกิดขึ้น หากอยู่ในสถานการณ์เลวร้ายที่สุดจะเป็นอย่างไร เรามีการคิดล่วงหน้า และวางแผน Business Continuity Plan หรือ BCP มารองรับ ซึ่งแนวคิดนี้เป็นโครงสร้างที่แข็งแกร่ง และเราฝึกซ้อมกันเป็นประจำแม้ในช่วงที่ไม่มีวิกฤต เราจึงมีความพร้อมพอสมควรที่จะรับมือกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น” ดร.อดิศักดิ์ แจ้งกมลกุลชัย ประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการ บริษัท เอสโซ่ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) และ Thailand Lead Country Manager บริษัทในเครือเอ็กซอนโมบิลในประเทศไทย ซึ่งนับเป็นคนไทยคนแรกที่ได้ดำรงตำแหน่งนี้กล่าวถึงการทำงานด้วยกระบวนการที่พร้อมรองรับทุกวิกฤตที่จะผ่านเข้ามา รวมถึงวิกฤตโควิด-19 ที่เกิดขึ้นในครั้งนี้

ExxonMobil



ดร.อดิศักดิ์ แจ้งกมลกุลชัย
ประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการ
บริษัท เอสโซ่ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
และ Thailand Lead Country Manager
บริษัทในเครือเอ็กซอนโมบิลในประเทศไทย

นับเป็นเวลากว่า 125 ปี
ที่เอสโซ่และบริษัทในเครือเอ็กซอนโมบิล
ในประเทศไทยมีส่วนร่วมในการเติบโตทางธุรกิจ
และสังคมเคียงคู่ประเทศไทย ผ่านวิกฤตมา
นับครั้งไม่ถ้วน แต่สิ่งที่ทำให้ยังคงแข็งแกร่ง
และเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง คือการเป็นองค์กร
ซึ่งมีวัฒนธรรมแข็งแกร่งในเรื่องของ
การเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา รวมทั้งถอดรหัส
บทเรียนต่างๆ แล้วนำมาปรับใช้กับกระบวนการ
ทำงานตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

เอ็กซอน โมบิล คอร์ปอเรชั่น ถือเป็นบริษัทด้านพลังงาน
ชั้นนำระดับโลก ซึ่งมีบริษัทในเครือหลักๆ ในประเทศไทย
คือ บริษัท เอสโซ่ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ซึ่งดำเนิน
ธุรกิจการกลั่นน้ำมัน และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมัน
ผ่านสถานีบริการเอสโซ่ น้ำมันเครื่องโมบิล และเคมีภัณฑ์
บริษัท เอ็กซอนโมบิล จำกัด ดำเนินงานศูนย์ธุรกิจระดับโลก
Global Business Center อยู่ในกรุงเทพฯ และให้บริการทาง
ธุรกิจแก่บริษัทในเครือเอ็กซอนโมบิลทั่วโลกกว่า 60 ประเทศ
และบริษัท เอ็กซอนโมบิล เอ็กซ์โพลเรชั่น แอนด์ โพรดักชัน
โคราซ อิงค์ ซึ่งขุดเจาะและผลิตก๊าซธรรมชาติที่ อ.น้ำพอง
จ.ขอนแก่น และร่วมลงทุนในแหล่งผลิตก๊าซธรรมชาติที่
อ.ภูซำม จังหวัดอุดรธานี ซึ่งสำหรับเอ็กซอนโมบิลใน
ประเทศไทย มีพนักงานรวมกันกว่า 3,000 คน และมีการ
เติบโตอย่างต่อเนื่อง



แม้ ดร.อดิศักดิ์ จะเพิ่งเข้ารับตำแหน่งในช่วงต้นเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นช่วงที่เริ่มเกิดวิกฤตครั้งนี้แต่ด้วยประสบการณ์ในการทำงานตลอดระยะเวลา 28 ปีที่ผ่านมาในบริษัทในเครือของเอ็กซอน โมบิล คอร์ปอเรชั่น ทำให้สามารถเตรียมแผนรับมือกับวิกฤตได้เป็นลำดับและมีประสิทธิภาพ โดยมองเหตุการณ์ไว้ล่วงหน้า เมื่อเริ่มมีสัญญาณจึงไม่รอให้เกิดวิกฤตร้ายแรง เอสโซ่มีความพร้อมในด้านระบบการทำงานที่บ้านเตรียมไว้รองรับอยู่แล้ว เมื่อวิกฤตการณ์มาถึง การทำงานที่บ้านจึงเป็นไปอย่างราบรื่นและไม่ทำให้ Productivity ลดลง

ปัจจัยส่วนหนึ่งที่ทำให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น ดร.อดิศักดิ์ เสริมว่า ส่วนหนึ่งเกิดจากการสื่อสารที่ดีอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการอำนวยความสะดวกแก่พนักงานที่ต้องทำงานที่บ้านอย่างเต็มประสิทธิภาพ

“สิ่งสำคัญคือเรื่องของการสื่อสาร ซึ่งเรามองว่าเป็นเรื่องที่สำคัญมากในสถานการณ์เช่นนี้ เรายังมีการสื่อสารกันอย่างต่อเนื่องกับพนักงานทั้งกลุ่มที่ทำงานที่บ้านและที่ทำงาน เพื่อให้พนักงานได้รับรู้สถานการณ์และข้อควรปฏิบัติในการทำงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา พนักงานของเราจึงรู้ข้อมูลทุกชั้นทุกตอนอย่างชัดเจนและโปร่งใสทำให้เข้าใจว่าเกิดอะไรขึ้น

The New Normal เป็นเรื่องที่หลายธุรกิจพูดถึงในช่วงที่เกิดวิกฤตโควิด-19 ทางเอสโซ่ได้มีการปรับตัวเพื่อรับกับวิถีชีวิตแบบใหม่หรือ **New Normal** ไว้เช่นเดียวกัน

ด้านการให้บริการทางธุรกิจและผลิตภัณฑ์ ส่วนของธุรกิจขายปลีก เอสโซ่ยังคงมุ่งดำเนินแผนกลยุทธ์ในการขยายเครือข่ายสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่อย่างต่อเนื่อง รวมถึงส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงลูกค้าผ่านบัตรเอสโซ่โมบิลิตี้ เพื่อมอบสิทธิประโยชน์สูงสุดจากการเติมน้ำมัน

“เราเฝ้าติดตามความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่จะปรับเปลี่ยนไปในยุค **New Normal** และพร้อมปรับแผนการตลาดให้ตอบโจทย์ความต้องการดังกล่าว สร้างมูลค่าสูงสุด และประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าของเรา โดยเราจะมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ เช่น การจ่ายเงิน การแลกส่วนลด โดยไม่ต้องสัมผัสหรือ **Contactless** และสำหรับส่วนของน้ำมันเครื่องในแบรนด์โมบิล เราตระหนักดีว่าลูกค้าให้ความสำคัญเรื่องสุขอนามัยและปลอดภัยโควิด-19 เราจึงได้มีการเพิ่มมาตรฐานความปลอดภัยด้วยอุปกรณ์ฆ่าเชื้อ ทั้งที่ศูนย์โมบิล 1 เซ็นเตอร์ และโมบิลเอ็กซ์เพรส ”

ด้านการบริหารบุคคล เอสโซ่พัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ซึ่ง ดร.อดิศักดิ์ มองว่าในวิกฤตแบบนี้การ Reskill และ Upskill เป็นเรื่องสำคัญ เอสโซ่ต้องการให้พนักงานมีความสุขในการทำงานและพร้อมช่วยให้ทุกคนเติบโต โดยเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมนำเสนอการพัฒนางานให้ดีขึ้น ในหลายๆ ครั้ง กิจกรรมเหล่านี้มาจากกรริเริ่มของพนักงานเอง

นอกจากนี้ เอสโซ่ ยังนำระบบการทำงานแบบ Agile เข้ามาใช้ เพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วด้วยเช่นเดียวกัน

“เราอยู่ในโลกของ **VUCA** คือมีความผันผวน (**Volatility**) ไม่แน่นอน (**Uncertainty**) ซับซ้อน (**Complexity**) และคลุมเครือ (**Ambiguity**) ดังนั้นสิ่งสำคัญคือทุกคนในองค์กรเข้าใจลำดับความสำคัญของงาน ปรับเปลี่ยนลำดับความสำคัญ เพื่อตอบสนองกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป คนของเราพร้อมที่จะเปิดใจและปรับตัวอยู่ตลอดเวลา”

ในฐานะที่เป็นบริษัทพลังงานชั้นนำระดับโลก การนำเทคโนโลยีเข้ามารองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปเป็นเรื่องสำคัญเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดี ให้ความปลอดภัย และสะดวกสบายสำหรับผู้บริโภค

เอสโซ่มีการลงทุนพัฒนาในโครงการด้าน Digital technology เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เช่น ในธุรกิจขายปลีกมีการพัฒนา LINE Official Account LINE@EssoThailand ให้สามารถบริการลูกค้าได้มากขึ้น ทั้งค้นหาที่ตั้งสถานีบริการ ขอความช่วยเหลือกรณีรถเสียฉุกเฉิน สะสมคะแนนแลกส่วนลดน้ำมันเชื้อเพลิงและน้ำมันเครื่อง รวมถึงการร่วมแลกคะแนนสิทธิพิเศษกับพันธมิตรทางธุรกิจ และการเพิ่มช่องทางการชำระเงินผ่าน QR Payment ที่สถานีบริการเอสโซ่ เพื่อลดการสัมผัสเงินสด

ส่วนของลูกค้า B2B เอสโซ่พัฒนาระบบ Customer Experience Digital Platform ที่ช่วยในการทำงานและการวิเคราะห์ลูกค้าเพื่อทราบถึงไลฟ์สไตล์และสามารถให้บริการที่เข้าถึงลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น สำหรับ Mobil 1 Center and Mobil Express มีการพัฒนาโปรแกรม Mobil Rewards ผ่าน LINE เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของเครือข่าย และทำกิจกรรมการตลาดให้ตอบโจทย์ลูกค้า

สุดท้ายส่วนของโรงกลั่นน้ำมันเอสโซ่ ศรีราชา มีการนำระบบการทำงานแบบ Digital Manufacturing และนำเทคโนโลยีต่างๆ มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานอย่างจริงจังตั้งแต่ปี 2019

เป้าหมายและแผนการทำงานในครึ่งปีหลัง เอสโซ่มุ่งให้ความสำคัญในเรื่องของ Business Resilience หรือการปรับตัวเพื่อพลิกฟื้นสถานการณ์การดำเนินงานและในเชิงรุกมากขึ้น

“เราต้อง **Aggressive** มากขึ้นโดยเฉพาะเรื่องของการขยายผ่านทางสถานีบริการเอสโซ่ เราเอาเรื่องของดิจิทัลเข้ามาช่วยเสริมให้แบรนด์เราแข็งแกร่งและทันสมัยมากขึ้น ท่ามกลางการแข่งขันที่เข้มข้น เศรษฐกิจหดตัวลงจากโควิด-19 แต่เราจะต้องผลักดันการดำเนินธุรกิจให้เติบโตต่อไปข้างหน้า โดยการเข้าถึงและตอบโจทย์ความต้องการลูกค้าเพิ่มขึ้น ข้อดีจะตกอยู่ที่ผู้บริโภคซึ่งจะมีประโยชน์มากมายออกมาให้เลือก ปีนี้เราตั้งเป้าหมายสถานีบริการเอสโซ่จาก 647 แห่ง เป็น 670 และเพิ่มให้ถึง 700 แห่งในปีหน้า ส่วนเรื่องการใช้เงินเรามีการพิจารณาอย่างรัดกุมและให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น”

วิกฤตที่เกิดขึ้นในครั้งนี้ ดร.อดิศักดิ์ เสริมว่า การสร้าง Branding เป็นสิ่งสำคัญเพื่อสะท้อนถึงประสิทธิภาพ และความสามารถในการตอบโจทย์ต่อความต้องการของลูกค้า เอสโซ่และบริษัทในเครือเอ็กซอนโมบิลในประเทศไทยวาง Vision ไว้โดยเน้นแนวคิดที่ว่า เอสโซ่เป็นองค์กรที่ “เติมเต็มพลังชีวิต ด้วยประสบการณ์พลังงานที่เหนือกว่า หรือ **Power Life with Premier Energy Experience**” ดังนั้นท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง เราจึงให้ความสำคัญต่อ Core Values ซึ่งเป็นพื้นฐานวัฒนธรรมองค์กรที่สำคัญและทำให้ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย การปฏิบัติงานอย่างมีจรรยาบรรณทางธุรกิจ (Integrity) ด้วยความใสใจสนับสนุนซึ่งกันและกัน รวมถึงชุมชนสังคมโดยรวม (Care) นอกจากนั้น เรายังมีความกล้าคิดกล้าทำ สร้างความแตกต่างเพื่อสิ่งที่ดีขึ้น (Courage) ด้วยมาตรฐานระดับสูงอย่างมีวินัย (Excellence) รวมทั้งมีการปรับเปลี่ยนอย่างเหมาะสม (Resilience) ผู้การปฏิบัติงานเป็นเลิศทั้งในด้านการให้บริการ และผลิตภัณฑ์

“เราเชื่อว่า ด้วยวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่งของเรา จะนำเราไปสู่ความสำเร็จที่แข็งแกร่งต่อไปในอนาคต”

