

ปณท ปรับโฉมแบรนด์รับยุทธศาสตร์อาเซียน

ไม่ว่าจะผ่านมาก็รัฐบาล"ปณท"ได้รับการยกตัวอย่างการเป็นองค์กรที่ปรับตัวเพื่อความอยู่รอดได้อย่างที่รัฐวิสาหกิจสายก.ไอซีทีที่อื่น ๆ ต้องดูเป็นตัวอย่างล่าสุด ไปรษณีย์ไทยยังพัฒนาก้าวต่อไป สมองยุทธศาสตร์อาเซียน ผนึกประเทศในกลุ่มพร้อมประเทศยักษ์ใหญ่ในเอเชีย ปรับโฉมที่ทำการรองรับการสั่งซื้อสินค้าอีคอมเมิร์ซ ก่อนกระจายสินค้าข้ามประเทศส่งตรงถึงมือลูกค้าปลายทาง ขณะที่ทำการในไทยต่อยอดเป็นเอเยนต์การท่องเที่ยวให้บริการข้อมูลพร้อมคุ้มครองส่วนลดค่าบริการที่พัก ร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการ นางสาวอานุสรวิจิตต์มีตรภาพ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) กล่าวว่า ปณท เดินหน้าปรับโฉมที่ทำการไปรษณีย์ รัับนโยบายอาเซียน ทั้งรวมถึงประเทศการค้าขนาดใหญ่ในเอเชีย เช่น จีน ฮองกง อินเดีย ญี่ปุ่น และเกาหลี เพื่อรองรับการสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บ หรืออีคอมเมิร์ซ ด้วยการส่งสินค้ารวดเร็ว ทั้งในส่วนที่ทำการปรับเป็นเคาน์เตอร์ สั่งซื้อ สินค้าในกลุ่มประเทศที่ร่วมมือกัน เป็น "ช้อป ทุ โฟสต์" ซึ่งข้อตกลงของยุทธศาสตร์อาเซียน รวมถึงประเทศยักษ์ใหญ่เหล่านี้ได้สร้างโอกาสทางการตลาดให้ ปณท ทั้งเป็นการส่งเสริมเกษตรไทยให้มีแหล่งกระจายสินค้าเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ เป็นไปตามทิศทาง ปณท ปี 2553 ที่จะสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น ด้วยการนำกลยุทธ์ตลาดมาสร้างบริการหลากหลาย รวมเครือข่ายเดิมที่มี ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อปรับเปลี่ยนการรับรู้ของลูกค้าให้เข้าถึงบริการที่รวดเร็ว ตามกำหนดเวลา สิ่งของไม่เสียหาย "ในช้อป ทุ โฟสต์ ของกลุ่มประเทศพันธมิตร จะจัดส่งสินค้าที่ผ่านเว็บไซต์ ทั้งเป็นแหล่งขายสินค้าที่ระลึกระหว่างประเทศ ขณะเดียวกันจะจัดส่งสินค้าทั้งผ่านเว็บ และที่มาเลือกซื้อถึงมือผู้รับปลายทาง ลักษณะ Door to Door Delivery ตามอัตราค่าบริการกำหนดในแต่ละประเทศ" สินค้าที่เน้นปูพรมตลาดจีน จะเป็นสินค้าที่โดดเด่น ประเทศอื่นลอกเลียนแบบไม่ได้ อาทิเช่นผลไม้ยอดนิยมอย่างมังคุด บรระจูนแพ็คเกจสวยงาม และป้องกันความเสียหายจากการขนส่งเป็นอย่างดี ส่วนสินค้าในช้อป ทุ โฟสต์ ไทยเริ่มนำสินค้าที่ระลึกอย่างเช่นพระเครื่องในฮองกง มาจัดจำหน่ายให้พุทธศาสนิกชนแล้ว ทั้งนี้ บริการดังกล่าวจะมีประสิทธิภาพอย่างเต็มที่ จำเป็นต้องพัฒนาและนำเทคโนโลยีไอที มาปรับใช้เสริมศักยภาพบริการรองรับยุคดิจิทัล ซึ่งภายหลังจากเคาน์เตอร์อัตโนมัติให้บริการมา 5-6 ปีแล้ว ปณท.อยู่ระหว่างเตรียมนำระบบซอฟต์แวร์ เชื่อมโยงทุกบริการได้สมบูรณ์ก็จะให้บริการเป็นตัวแทน หรือเซอร์วิส เอเยนซี กับธนาคาร และนายหน้าประกันภัยได้ รวมถึงเป็นหน้าร้าน (เอาท์เล็ต) กระจายสินค้าชุมชนได้อีกทางหนึ่ง นางสาวอานุสรวิจิตต์กล่าวว่า การสร้างรายได้กลุ่มการขนส่งให้เติบโตขึ้น เน้นบริการขนส่งสินค้าอีคอมเมิร์ซในประเทศด้วย เพราะลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าทางเว็บไซต์แล้ว ย่อมต้องการได้รับสินค้าตามวัน เวลา ที่ระบุไว้ ที่ผ่านมา ปณท เน้นการส่งสินค้าลักษณะปีทูซี หรือธุรกิจถึงผู้บริโภคทั่วไป จากปี 2553 จะเน้นการส่งสินค้าแบบ "ปีทูบี" คือ ระหว่างภาคธุรกิจด้วยกัน ตอบสนองการค้าอีคอมเมิร์ซครบวงจร อนาคตจะขยายตลาดกลุ่มขนส่ง เพื่อสร้างรายได้ทดแทนกลุ่มสื่อสาร ที่มีรายได้หลักดั้งเดิมของ ปณท จากแนวโน้มทั่วโลกการส่งจดหมาย พัสดุภัณฑ์มีอัตราการเติบโตของรายได้ลดลง จากความนิยมใช้การสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ปณท จะเน้นตลาดการท่องเที่ยว ด้วยการพัฒนาเอาท์เล็ต ปณท ให้ข้อมูลท่องเที่ยว พร้อมส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวให้เติบโต อาทิเช่น ให้บัตรใช้บริการ หรือบัตรลดราคา ที่พักรวมหรือร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการ มอบให้แก่นักท่องเที่ยวที่ติดต่อยังที่ท่า

การไปรษณีย์ ส่วนข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่เข้าร่วมโครงการนักท่องเที่ยวสามารถตรวจสอบได้เองทางเว็บไซต์
ปณท ปัจจุบัน ปณท ยังเน้นการรักษาระดับรายได้จากตลาดสีเขียว 77% ของรายได้รวมเกือบ 1.2 หมื่นล้านบาท
รายได้เดือน ม.ค.-ก.ย.ปีนี้ มี 11,199 ล้านบาท ลดลง 1,907 ล้านบาท หากเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว มี
กำไรสุทธิ 450 ล้านบาท ปีนี้คาดว่าจะมีกำไรไม่ถึง 1,000 ล้านบาท ตามที่ตั้งเป้า

แหล่งข่าว : <http://www.norsorpor.com/ข่าว/> วันที่ข่าว : 04 มกราคม 2553