รายงานผลการเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามภารกิจของ ปณท ปี 2566

ประเด็นหรือเรื่องในการมีส่วนร่วม :

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) และ บริษัท ขนส่ง จำกัด (บขส.) ผนึกเครือข่ายยานพาหนะ - เส้นทางเดินรถ บริการขนส่ง "ฮับทูฮับ" ช่วยกระจายสินค้า พร้อมเพิ่มทางเลือกการขนส่งให้สะดวกอีกขั้น

สรุปข้อมูลของผู้มีส่วนร่วม :

ดร.ดนันท์ สุภัทรพันธ์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และ ดร.สัญลักข์ ปัญญ์วัฒนลิขิต กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ขนส่ง จำกัด ร่วมลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ณ ห้องประชุม 1 ชั้น 4 อาคารสถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพ (จตุจักร) เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2566

ผลจากการมีส่วนร่วม :

ตามที่คณะรัฐมนตรีเห็นชอบทบทวนมติ ครม. เมื่อวันที่ 21 ต.ค. 2502 เรื่องการเดินรถขนส่งต่างจังหวัด จากเดิมให้ บขส. รับภาระเฉพาะเดินรถโดยสาร เป็นให้มีภารกิจด้านการขนส่งผู้โดยสารและการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ ตามที่กระทรวงคมนาคมเสนอ และให้ บขส. พิจารณาแนวทางการดำเนินธุรกิจ ร่วมกับ ปณท เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสำหรับเป็นทางเลือกในการให้บริการประชาชน

ดังนั้น ปณท และ บขส. จึงได้หารือและตกลงร่วมกันที่จะร่วมมือ พัฒนา ส่งเสริม สนับสนุน และ บูรณาการการทำงานร่วมกัน โดยใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและเครือข่าย ของทั้งสองหน่วยงานที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยเมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2566 บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ร่วมลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) กับ บริษัท ขนส่ง จำกัด เพื่อผนึกความร่วมมือให้บริการการฝากส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ ผ่านความชำนาญด้านเส้นทาง ยานพาหนะ และจุดให้บริการในรูปแบบการส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์จากศูนย์กระจายสินค้าหนึ่งไปยังศูนย์กระจายสินค้าอีกแห่งหนึ่ง หรือ Hub to Hub โดยความร่วมมือดังกล่าวเป็นการใช้ทรัพยากรของทั้ง ปณท และ บขส. ให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกับกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยที่จะมีทางเลือกและความมั่นใจกับการฝากส่งสิ่งของที่มากกว่าเดิม และตอบโจทย์ปริมาณการฝากส่งสิ่งของและเทรนด์การส่งด่วนที่ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การนำผลจากการมีส่วนร่วมไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงาน :

สามารถดำเนินงานตามแนวคิด Sharing Economy ซึ่งทั้ง ปณท และ บขส. นับเป็นผู้ที่มีความชำนาญด้านเส้นทาง มีเครือข่ายและยานพาหนะที่สามารถรองรับการขนส่งได้ทั่วประเทศ ทั้งนี้การส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์จากศูนย์กระจายสินค้าหนึ่งไปยังศูนย์กระจายสินค้าอีกแห่งหนึ่ง หรือ Hub to Hub และการส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์จากศูนย์กระจายสินค้าหนึ่งส่งมอบให้กับผู้รับปลายทาง หรือ Hub to Door โดยในปี 2566 จะเริ่มต้นด้วยการดำเนินงานแบบแรกคือ Hub to Hub ซึ่งเป็นการนำพัสดุภัณฑ์ที่ฝากส่งกับ บขส. มาส่งผ่านรถยนต์ขนส่งของไปรษณีย์ไทยไปยังศูนย์กระจายสินค้าต่าง ๆ ในภาพรวมคาดว่าจะมีปริมาณงานขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 350 ชิ้น / เที่ยว (ไป – กลับ) หรือ 10,500 ชิ้น/ เดือน สำหรับรถขนส่งของ บขส. 1 คัน และตอบโจทย์กับกลุ่มสินค้าประเภทเกษตรกรรม อาหาร สิ่งของขนาดพิเศษ อีคอมเมิร์ซ ฯลฯ ที่ต้องการกระจาย - จำหน่ายสินค้าในพื้นที่อื่น ๆ ด้วย

ไปรษณีย์ไทย
Thailand Post
บขส
พิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่าง
บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และ บริษัท ขนส่ง จำกัด
วันพุธที่ ๘ มีนาคม ๒๕๖๖ ณ ห้องประชุม ๑ ชั้น ๔ อาคารสถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพ (จตุจักร)

พิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่าง
บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และ บริษัท ขนส่ง จำกัด

ประเด็นหรือเรื่องในการมีส่วนร่วม :

ไปรษณีย์ไทยผนึกกำลังทริพเพิล ไอเสริมทัพสร้างจุดแข็งขนส่งข้ามแดนครบวงจร ขยายเส้นทางส่งสินค้าไปจีนด้วยรถไฟลาว-จีน

สรุปข้อมูลของผู้มีส่วนร่วม :

ดร.ดนันท์ สุภัทรพันธ์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และ นายทิพย์ ดาลาล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ทริพเพิล ไอ โลจิสติกส์ จำกัด (มหาชน)

ผลจากการมีส่วนร่วม :

สามารถส่งเสริมการค้าข้ามพรมแดนไปยังปลายทางจีน ไปรษณีย์ไทยได้ขยายเส้นทางใหม่ในการให้บริการขนส่งสินค้าทางไปรษณีย์ด้วยการขนส่งทางรางโดยรถไฟลาว-จีน สู่เมืองคุนหมิง เฉิงตู ฉงชิ่ง และกวางโจว รองรับการส่งออกสินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการในไทย อาทิ ผลไม้ทั้งในรูปแบบผลไม้สด ผลไม้แห้งแช่เย็นและแช่แข็ง ชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ อะไหล่รถยนต์ เม็ดพลาสติก แผ่นวงจรพิมพ์ เป็นต้น ช่วยลดระยะเวลาจัดส่งสินค้าและลดต้นทุนค่าขนส่งช่วยให้ผู้ประกอบการวางแผนการจัดส่งสินค้าได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยวางแผนเปิดให้บริการ 1 เม.ย. 66

การนำผลจากการมีส่วนร่วมไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงาน :

สามารถให้บริการระหว่างประเทศของไปรษณีย์ไทยในการส่งสินค้าข้ามแดนเพื่อเพิ่มทางเลือกในการขนส่งสินค้าแก่ผู้ประกอบการได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจากเดิมเราให้บริการขนส่ง 3 รูปแบบ คือ ทางอากาศ (Air) ทางบก (Road) และทางภาคพื้น/ทางเรือ (Surface) โดยในระยะแรกของการให้บริการจะเน้นที่กลุ่มผู้ส่งออกผลไม้สดเป็นหลัก อาทิ โรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้ง) โรงงาน/บริษัทส่งออก/แปรรูปผลไม้ ซึ่งปัจจุบันผลไม้ไทยเป็นที่นิยมและมีปริมาณความต้องการส่งออกไปยังปลายทางจีนจำนวนมากทั้งทุเรียน มังคุด (ภาคตะวันออก) มะพร้าว (ภาคตะวันตก) ลำไย (ภาคเหนือ) และ ส้มโอ (ภาคกลาง) เป็นต้น ถือเป็นการตอกย้ำภารกิจการขนส่งของไปรษณีย์ไทยที่เป็นผู้เปิดเส้นทางให้ผู้ประกอบการสามารถขยายช่องทางการขนส่งสินค้าไปยังผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วยศักยภาพด้านเครือข่ายการขนส่งที่ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศและทั่วโลก โดยการขนส่งทางรางจะช่วยให้ผู้ประกอบการประหยัดเวลาขนส่งสินค้า และประหยัดต้นทุนในการขนส่งได้ถึง 25-30% เมื่อเทียบกับการขนส่งทางบกด้วยรถบรรทุก เช่น หากส่งทุเรียนด้วยรถบรรทุกจากจันทบุรีไปคุนหมิงจะใช้ระยะเวลา 7-10 วัน หากขนส่งทางรางจะเหลือระยะเวลาเพียง 5 วัน เท่านั้น

ประเด็นหรือเรื่องในการมีส่วนร่วม :

ไปรษณีย์ไทย จับมือ ดีป้า เปิดตัวโครงการ CONNEXION มุ่งสร้างคอนเทนต์ครีเอเตอร์ – อินฟลูเอนเซอร์ พร้อมต่อยอดส่งเสริมอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซไทยผ่าน ThailandPostMart

สรุปข้อมูลของผู้มีส่วนร่วม :

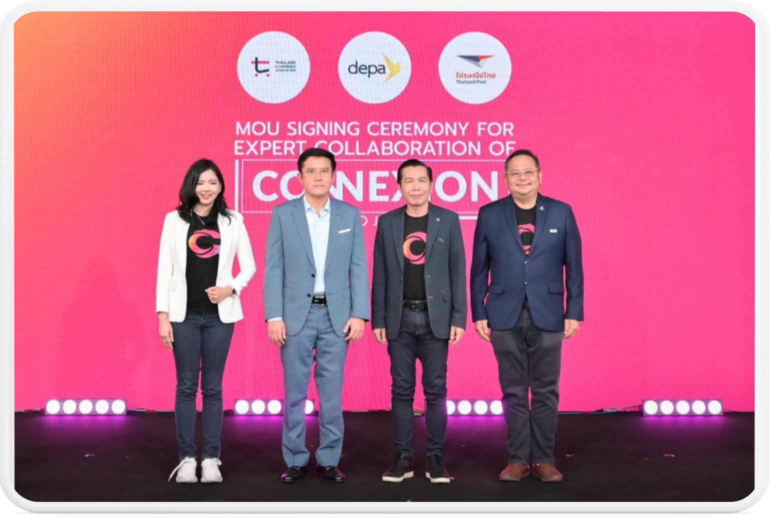
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม โดย สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa) ร่วมกับ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และหน่วยงานพันธมิตร

ผลจากการมีส่วนร่วม :

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa) สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย และ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) เมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2566 เพื่อให้การสนับสนุนโครงการ CONNEXION ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ภายใต้แนวคิด DIGITAL INFINITY – ดิจิทัลไม่มีที่สิ้นสุด ซึ่งโครงการมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับองค์ความรู้ พัฒนาทักษะชุดใหม่ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลแก่ประชาชนไทยโดยเฉพาะผู้ว่างงานและนักศึกษาจบใหม่ที่กำลังหางานให้มีความพร้อมต่อการประกอบอาชีพใหม่ในยุคดิจิทัลที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซไทยอย่าง Digital Content Creator และ Digital Influencer ผ่านทาง แพลตฟอร์ม CONNEXION (www.depa.connexion.com) และแพลตฟอร์ม Etailligence ซึ่งในการนี้ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้สนับสนุนสินค้าจาก ThailandPostMart สำหรับการอบรมในหลักสูตร Digital Content Creator และหลักสูตร Digital Influencer ด้วย

การนำผลจากการมีส่วนร่วมไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงาน :

สามารถขับเคลื่อนธุรกิจอีคอมเมิร์ซและสนับสนุนให้ประชาชนชาวไทยได้พัฒนาต่อยอดอาชีพผ่านแพลตฟอร์ม ThailandPostMart ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมสินค้าของดีจากแหล่งชุมชนท้องถิ่นของไทยที่จะช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจชุมชนเติบโตมากยิ่งขึ้นด้วยการสนับสนุนสินค้าจาก ThailandPostMart สำหรับการอบรมในหลักสูตร Digital Content Creator และหลักสูตร Digital Influencer ซึ่งจะเปิดรับผู้เรียนไม่น้อยกว่า 24,800 ราย เรียนรู้ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติจากผู้เชี่ยวชาญในแวดวง และผลักดันให้เกิดการรีวิว หรือการสร้าง Storytelling ให้กับสินค้าไม่น้อยกว่า 200,000 รายการ



MOU SIGNING CEREMONY FOR
EXPERT COLLABORATION OF
depa