

ຜະລິດຕະພັນທາງໄປສະນີ

ສະຫະພາບໄປສະນີ ໄດ້ນຳພາທະນາ ແລະປັບປຸງ “ຜະລິດຕະພັນໄປສະນີແບບດັ່ງເດີມ” ເພື່ອເຮັດໃຫ້ຜະລິດຕະພັນໄປສະນີມີຄຸນນະພາບສູງ ເຊື່ອຖືໄດ້ ແລະທັນສະໄໝ ຕອບສະໜອງກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າທົ່ວໂລກ. ຊຶ່ງສະຫະພາບໄປສະນີສາກົນໄດ້ ແບ່ງຜະລິດຕະພັນ ໃຫ້ເໝາະສົມກັບເຄື່ອງຝາກປະເພດຕ່າງໆ.

ຜະລິດຕະພັນທາງໄປສະນີ¹ ຖືກກຳນົດຂຶ້ນໂດຍສະຫະພາບໄປສະນີສາກົນ ກິນ ຊຶ່ງແມ່ນບັນດາສິ່ງຂອງຕ່າງໆທີ່ມາຝາກໃນລະບົບໄປສະນີ ຂອງສະຫະພາບໄປສະນີສາກົນ ຊຶ່ງປະກອບມີ 3 ປະເພດ ດັ່ງນີ້:

1. ໄປສະນີຜັບ (Letters)

ເຖິງແມ່ນວ່າປະລິມານຈົດໝາຍຈະຫຼຸດລົງໃນຊ່ວງທົດສະວັດທີ່ຜ່ານມາ ແຕ່ຜະລິດຕະພັນໄປສະນີເຫຼົ່ານີ້ ຍັງຄົງມີສ່ວນແບ່ງລາຍໄດ້ຈາກໄປສະນີຜັບເປັນຈຳນວນຫຼາຍ, ຕາມຂໍ້ມູນຂອງສະຫະພາບໄປສະນີສາກົນ ໄປສະນີຜັບຍັງຄົງຄິດເປັນປະມານ 40% ຂອງລາຍໄດ້ຈາກໄປສະນີທົ່ວໂລກ ໂດຍມີການແລກປ່ຽນສິ່ງຂອງໄປສະນີຜັບ 313 ພັນລ້ານລາຍການໃນຊ່ວງປີ 2017 ພຽງປີດຽວ.

ໄປສະນີຜັບ ກໍ່ປ່ຽນແປງໄປຕາມການຂະຫຍາຍຕົວຂອງການຄ້າເອເລັກໂຕຼນິກ, ປະລິມານ 80% ຂອງເຄື່ອງຝາກທາງໄປສະນີ ທີ່ເກີດຈາກການຄ້າອິຄອມເມີສໃນປະຈຸບັນ ມີນ້ຳໜັກບໍ່ເກີນ 2 ກິໂລ ແລະຜ່ານການສັງລວມປະລິມານການຮັບຝາກ ແມ່ນຢູ່ໃນຮູບແບບການສົ່ງຈົດໝາຍ ການເພີ່ມມູນຄ່າຂອງບໍລິການໄປສະນີຜັບ ຈະຊ່ວຍຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າທີ່ຕ້ອງການບໍລິການລະຫວ່າງປະເທດທີ່ແຂງແກ່ນ ແລະຮັກສາການເຕີບໂຕຂອງທຸລະກິດອິຄອມເມີສໄວ້ໄດ້.

ເພື່ອຊ່ວຍໃຫ້ໝັ້ນໃຈ ໃນຄຸນນະພາບການບໍລິການໃນລະດັບສູງ ທີ່ສອດຄ່ອງກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າ, ສະຫະພາບໄປສະນີສາກົນໄດ້ສ້າງລະບຽບ ແລະຂໍ້ບັງຄັບກ່ຽວກັບການແລກປ່ຽນຈົດໝາຍ ກຳນົດມາດຕະຖານການຈັດສົ່ງທົ່ວໄປສຳຫຼັບໄປສະນີລະຫວ່າງປະເທດ ແລະດຳເນີນໂຄງການພັດທະນາໄປສະນີຜັບ ເພື່ອຊຸກຍູ້ຕະຫຼາດ.

2. ພັດສະດຸໄປສະນີ (Parcels)

ຕະຫຼາດພັດສະດຸລະຫວ່າງປະເທດ ກຳລັງຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງວ່ອງໄວ ທ່າແຮງທີ່ຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງນີ້ມີທ່າອ່ຽງທີ່ດີ ເມື່ອພິຈາລະນາເຖິງໂອກາດທີ່ໄດ້ຮັບຈາກການພັດທະນາອິຄອມເມີສໃນປະຈຸບັນ ອຸປະສັກທາງການຄ້າທີ່ຫຼຸດລົງ ແລະກະແສໂລກາພິວັດຂອງທຸລະກິດ ແລະການຜະລິດ ຍັງຊຸກຍູ້ຄວາມຕ້ອງການ ຜະລິດຕະພັນພັດສະດຸລະຫວ່າງປະເທດ ທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນອີກດ້ວຍ.

ເພື່ອຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ປະກອບການ ແລະຄວາມຄາດຫວັງທີ່ປ່ຽນແປງຕະຫຼອດເວລາຂອງລູກຄ້າ ໄດ້ຢ່າງມີປະສິດທິພາບ ສະຫະພາບໄປສະນີສາກົນ ກໍ່ດຳເນີນການປັບຄຸນນະພາບການບໍລິການທົ່ວໂລກ ແລະຍົກລະດັບພາບລັກ ແລະໂປຼໄຟລຂອງພັດສະດຸໄປສະນີ ຊຶ່ງໄດ້ຮັບການອອກແບບມາເປັນພິເສດ ເພື່ອຊຸກຍູ້ການຂະຫຍາຍຕົວຂອງສ່ວນແບ່ງການພັດທະນາຂອງການໄປສະນີ ໃນຕະຫຼາດພັດສະດຸລະຫວ່າງປະເທດ.

3. ຜະລິດຕະພັນໄປສະນີແບບປະສົມ (Integrating Postal Products)

ແມ່ນເຄື່ອງຝາກປະເພດຕ່າງໆ ທີ່ບໍ່ໄດ້ກຳນົດເຂົ້າໃນ 2 ປະເພດຂ້າງເທິງ ດ້ວຍການເປີດຕົວຜະລິດຕະພັນແບບບຸລະນາການໃນປີ 2018. ເປັນຄັ້ງທຳອິດ ທີ່ສະຫະພາບໄປສະນີສາກົນໄດ້ນຳໃຊ້ແນວທາງບຸລະນາການຢ່າງ

¹ <https://www.upu.int/en/universal-postal-union/activities/physical-services/postal-products>

ເຕັມຮບແບບໃນການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ ແລະຮັບປະກັນການຕັດສິນໃຈທີ່ວ່ອງໄວຍິ່ງຂຶ້ນກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນ ເພື່ອຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດ.

ພາກໄປສະນີໃນທົ່ວໂລກກຳລັງປະເຊີນກັບຄວາມທ້າທາຍຄືກັນກັບປະລິມານຈົດໝາຍທີ່ຫຼຸດລົງ ຄວບຄູ່ໄປກັບການເພີ່ມຂຶ້ນແບບທະວີຄູນຂອງສິ່ງຂອງໄປສະນີທີ່ເປັນສິນຄ້າ. ຕະຫຼາດໄປສະນີ ແລະພັດສະດໄປສະນີຂ້າມແດນທີ່ອື່ນຕົວ ມີການແຂ່ງຂັນກັນສູງ ແລະມີການກະຈາຍຕົວສູງ ຜືນທີ່ທາງການຕະຫຼາດມີການປ່ຽນແປງຢ່າງຫຼວງຫຼາຍໃນຊ່ວງສອງທົດສະວັດທີ່ຜ່ານມາ.

ໜຶ່ງໃນຄວາມທ້າທາຍທີ່ສະຫະພາບໄປສະນີປະເຊີນໜ້າກ່ຽວກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າ ແລະຄຸນລັກສະນະຂອງຜະລິດຕະພັນ ຄື ການຫາວິທີທີ່ຈະຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດດ້ວຍເຫດແລະຜົນປັບປຸງໃຫ້ທັນສະໄໝ ແລະບູລະນາການເຂົ້າກັບກອບຜະລິດຕະພັນທີ່ມີຢູ່ເດີມ. ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມໃນຖານະເປັນສ່ວນໜຶ່ງໃນພາກອຸດສະຫະກຳທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການແລກປ່ຽນສິນຄ້າຂ້າມແດນ, ຜູ້ປະກອບການຕ້ອງຄຳນຶງເຖິງຜະລິດຕະພັນຂອງຕົນມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບຂໍ້ກຳນົດດ້ານພາສີ ຄວາມປອດໄພ ແລະກົດລະບຽບທີ່ເກີດຂຶ້ນໃໝ່ແບບໃດ.

ນອກຈາກນີ້ ດ້ວຍຄວາມຄາດການການຂະຫຍາຍຕົວທົ່ວໂລກຫຼາຍກວ່າ 10% ຕໍ່ປີ ອີຄອມເມີສຂ້າມແດນຈຶ່ງເປັນແຫຼ່ງທີ່ມາຂອງຄວາມອາດສາມາດສຳຫຼັບພາກໄປສະນີ ແນວໃດກໍຕາມ ອຸປະສັກຕໍ່ການຂະຫຍາຍຕົວຂອງຕະຫຼາດໄປສະນີ ຄື ຄວາມຊັບຊ້ອນຂອງກຸ່ມຜະລິດຕະພັນໄປສະນີ ທີ່ເຮັດໃຫ້ພາກໄປສະນີບໍ່ສາມາດໃຊ້ປະໂຫຍດຈາກໂອກາດທີ່ກຳລັງຂະຫຍາຍຕົວຈາກອີຄອມເມີສໄດ້ຢ່າງເຕັມເມັດເຕັມໜ່ວຍ.ດັ່ງນັ້ນ ແຜນພັດທະນາຜະລິດຕະພັນໄປສະນີແບບບູລະນາການ (IPP) ຂອງສະຫະພາບໄປສະນີ ຈຶ່ງໄດ້ອອກແບບມາເພື່ອທຳລາຍອຸປະສັກດັ່ງກ່າວ, ຊຶ່ງຈຸດມັ່ງໝາຍຫຼັກຂອງ IPP ຄືການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນທາງໄປສະນີແບບຄົບວົງຈອນ ແລະລະບົບຄ່າຕອບແທນທີ່ຝຽງພໍ ແລະແຂ່ງຂັນໄດ້ ຊຶ່ງຄອບຄຸມຕົ້ນທຶນໃນການຈັດສົ່ງ, ໃນທາງກັບກັນ ຈະສ້າງຄວາມໝັ້ນໃຈໄດ້ວ່າ ໂອກາດທີ່ສ້າງຂຶ້ນຈາກການຄ້າເອເລັກໂຕຼນິກ ຈະສາມາດນຳມາໃຊ້ ໂດຍບັນດາປະເທດສະມາຊິກຂອງສະຫະພາບໄປສະນີທັງໝົດໄດ້.