



คำสั่ง คณะกรรมการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

ที่ ๓๕๖/๒๕๖๔

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการด้านกลยุทธ์ขับเคลื่อนการตลาดและการสื่อสาร

เพื่อให้การดำเนินงานด้านการตลาดและการสื่อสารของ ปณท สามารถสร้างรายได้ให้ไป
ตามเป้าหมาย โดยมุ่งเน้นงานด้านการสื่อสารการตลาดและสื่อสารองค์กรให้มีความชัดเจนและมีประสิทธิภาพ
พร้อมทั้งเพื่อให้การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับ Core Business Enablers ด้านที่ ๔ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและ
ลูกค้า (Stakeholder & Customer : SCM) เป็นไปตามเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจระบบ
SE – AM ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมและมีคะแนนผลประเมินที่สูงขึ้น ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการ ปณท
ครั้งที่ ๑๑/๒๕๖๔ วันที่ ๑๖ พฤศจิกายน ๒๕๖๔ จึงให้ยกเลิกคณะกรรมการด้านกลยุทธ์ขับเคลื่อนการตลาด
และการสื่อสารตามคำสั่ง คณะกรรมการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ ๓๑๘/๒๕๖๓ ลง ณ วันที่ ๒๔ สิงหาคม
๒๕๖๓ และให้แต่งตั้งคณะกรรมการด้านกลยุทธ์ขับเคลื่อนการตลาดและการสื่อสาร ประกอบด้วย

- | | | |
|--|------------------|------------------------|
| ๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกก์ | ภทรธนกุล | ประธานคณะกรรมการ |
| ๒. ศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ | สถาปิตานนท์ | อนุกรรมการ |
| ๓. นายนาคิม | ชาเวียร์ ชาลฮานี | อนุกรรมการ |
| ๔. รองศาสตราจารย์ ดร.สรารัฐ | อนันตชาติ | อนุกรรมการ |
| ๕. กรรมการผู้จัดการใหญ่ | | อนุกรรมการ |
| ๖. ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (สายงานกลยุทธ์และการขับเคลื่อนองค์กร) | | อนุกรรมการ |
| ๗. ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (สายงานธุรกิจองค์กร) | | อนุกรรมการและเลขานุการ |
| ๘. รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ (ด้านธุรกิจไปรษณีย์) | | ผู้ช่วยเลขานุการ |
| ๙. รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ (ด้านสื่อสารองค์กรและการตลาด) | | ผู้ช่วยเลขานุการ |

โดยให้คณะกรรมการด้านกลยุทธ์ขับเคลื่อนการตลาดและการสื่อสารมีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

- กำกับดูแลการดำเนินงานตามระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise Assessment Model : SE – AM) ด้านที่ ๔ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder & Customer : SCM) และติดตามผลการดำเนินงานดังกล่าว
- กำกับดูแลนโยบาย ทิศทาง และแผนงาน การสร้างแบรนด์ “ไปรษณีย์ไทย” ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

๓. กำกับดูแลกลยุทธ์ขับเคลื่อนการตลาด การสื่อสารการตลาด และการสื่อสารองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ สร้างรายได้และดัชนีชี้วัดความภักดีของลูกค้า (Net Promoter Score) ให้เป็นไปตามเป้าหมาย และติดตามผลการดำเนินงานทางการเงินและ Net Promoter Score หลังจากได้ดำเนินการตามแนวทาง/กลยุทธ์ ข้างต้น
 ๔. บูรณาการดำเนินงานด้านการสื่อสารการตลาด และการสื่อสารองค์กร ให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านการตลาดให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
 ๕. ขับเคลื่อนการดำเนินงานให้เป็นไปตามกลยุทธ์ที่กำหนดให้สัมฤทธิ์ผลโดยเร็ว
 ๖. ดำเนินการตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการ ปณท
- โดยให้คณะอนุกรรมการฯ รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานให้คณะกรรมการ ปณท ทราบเป็นระยะๆ ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ ๑๖ พฤศจิกายน ๒๕๖๔ เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๒๕ ธันวาคม ๒๕๖๔

ร. งาม...

(นายรัฐพล ภัคดีภูมิ)

ประธานกรรมการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

ไปรษณีย์ไทย
THAILAND POST