***สกู๊ปข่าวประชาสัมพันธ์***

**เอสซีจี โลจิสติกส์ พลิกธุรกิจ ฝ่าเหนือคลื่นดิสรัปท์**

**เชื่อมั่น Change จะนำไปสู่ Chance สร้างโอกาสธุรกิจใหม่ๆ**

คลื่นธุรกิจดิจิทัลที่มาพร้อมกับการทำลายล้างธุรกิจเก่า หรือดิสรัปท์ (Disrupt) นำไปสู่การสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ ซึ่งหากใครไม่พร้อมปรับตัว ก็ย่อมจะถูกละความสนใจจากผู้บริโภคที่แสวงหาความต้องการแบบใหม่ๆและทันใจเสมอ เช่นเดียวกับธุรกิจโลจิสติกส์ที่เสี่ยงต่อการถูกดิสรัปท์และแทนที่ด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้ภาพของการบริการด้านการขนส่งในอดีตแตกต่างจากปัจจุบันอย่างเห็นได้ชัด และมีผู้ให้บริการหน้าใหม่เข้ามาท้าชิงกับผู้ให้บริการแบบเดิมตลอดเวลา

**เอสซีจี โลจิสติกส์** ซึ่งให้บริการโลจิสติกส์มาตั้งแต่ปี 2540 ก็ได้มีการปรับเปลี่ยนจากหน่วยงานปฏิบัติการที่ให้บริการการขนส่งสินค้าของเอสซีจี ไปสู่การให้บริการกลุ่มลูกค้าธุรกิจ (Business to Business - B2B) กระทั่งขยายการบริการสู่ลูกค้าทั่วไป (Business to Consumer- B2C) โดยการพลิกรูปแบบโมเดลธุรกิจให้มีความหลากหลายของการบริการ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน หรือที่เรียกว่าเป็นการปรับเปลี่ยน (Change) หรือดิสรัปท์ตัวเอง อสซีจีจึงต้องเห็นได้ชัด และมีิดเพื่อสร้างโอกาส (Chance) แทนการปล่อยให้เกิดวิกฤติ (Crisis)

**ไพฑูรย์ จิรานันตรัตน์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอสซีจี โลจิสติกส์ แมเนจเม้นท์ จำกัด** เปิดมุมมองธุรกิจโลจิสติกส์ในปัจจุบันว่าเติบโตอย่างรวดเร็ว จากเดิมที่เติบโตเท่ากับอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจหรือผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ไปสู่การเติบโตที่สูงกว่าจีดีพี ซึ่งเป็นผลมาจากการเติบโตของตลาด พร้อมกับภาคธุรกิจโลจิสติกส์ที่มีการปรับตัวพัฒนาโมเดลการบริการใหม่ จึงทำให้เอสซีจี โลจิสติกส์ เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงในตลาด

“ธุรกิจโลจิสติกส์เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีโอกาสจะถูกดิสรัปท์ เอสซีจี โลจิสติกส์จึงต้องเปลี่ยนแปลงตัวเอง (Change for Chance) เพื่อสร้างโอกาสธุรกิจใหม่ๆ เพราะเชื่อว่าในวิกฤติมักมีโอกาสเสมอ เราจึงมีทั้งธุรกิจ B2B และ B2C เป็นบริการใหม่ๆ ด้านการขนส่งอย่างครบวงจร”

ผู้นำธุรกิจโลจิสติกส์ของเอสซีจี กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงตัวเองครั้งสำคัญว่า ต้องคิดว่าเทคโนโลยีดิจิทัลจะมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ เพื่อให้มีความแม่นยำและลดการผิดพลาด ขณะเดียวกันก็มุ่งส่งเสริมให้เกิดการเพิ่มทักษะในการทำงาน (Up-Skill, Re-Skill) ของพนักงาน โดยพนักงานในองค์กรที่ต้องปรับเปลี่ยนหน้าที่การทำงานเมื่อมีเทคโนโลยีแทนที่ จะได้รับการพัฒนาทักษะผ่านหลักสูตรพิเศษที่เรียกว่า 70-20-10 หมายถึง การมุ่งเน้นการฝึกปฏิบัติจากการทำงานจริง ร้อยละ 70 การทำงานโดยมีการให้คำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ร้อยละ 20 และการเรียนรู้ทฤษฎีในการทำงานอีกร้อยละ 10

“การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงาน ทำให้เอสซีจีมุ่งพัฒนาและเพิ่มทักษะของพนักงานด้วยการขยายและปรับเปลี่ยนบทบาทหน้าที่ของพนักงาน เช่น เสริมศักยภาพทางด้านขาย (Sale) เพื่อให้สามารถช่วยเพิ่มยอดขายให้บริษัทได้ แต่ก็ต้องยอมรับว่างานขายไม่ได้เหมาะกับทุกคน ฉะนั้น อีกส่วนจึงเป็นการพัฒนาพนักงานให้ทำหน้าที่ควบคุมเทคโนโลยีแทนการนั่งคีย์ข้อมูลแบบเดิม”

ขณะเดียวกันก็ต้องเพิ่มความหลากหลายด้านการบริการ เช่น การทำโลจิสติกส์กับกลุ่มลูกค้า B2B ที่เอสซีจี โลจิสติกส์ ได้ร่วมกับ “PSA International” หนึ่งในผู้ให้บริการท่าเรือที่ใหญ่ที่สุดของโลกจากสิงคโปร์ เพื่อให้บริการนำเข้าและส่งออกสินค้า รวมถึงคลังสินค้า โดยจะมีการปรับเปลี่ยนการทำงานให้ใกล้ชิดกับลูกค้ามากขึ้น เพื่อสอบถามปัญหา (Pain Point) และนำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุดและครบวงจร (Solution)

ด้านการบริการธุรกิจ B2C เป็นการบริการด้านการขนส่งให้กับลูกค้ารายย่อย ซึ่งเป็นสินค้าขนาดเล็ก และเป็นธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตสูงที่มาพร้อมกับกระแสธุรกิจซื้อขายออนไลน์ (อีคอมเมิร์ซ) แต่ก็ถือเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันอย่างดุเดือด (Red Ocean) ซึ่งมีทั้งผู้เล่นหน้าใหม่และหน้าเก่า รวมถึงผู้เล่นที่เตรียมเข้ามาแข่งขันในอนาคต จึงต้องมีการปรับตัวให้รองรับกับการแข่งขัน

เอสซีจี โลจิสติกส์ จึงได้ขยายมาให้บริการด้านธุรกิจขนส่งแบบ B2C ภายใต้ชื่อ **“เอสซีจี เอ็กซ์เพรส”** โดยได้ผนึกกำลังกับผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจขนส่งพัสดุย่อย “ยามาโตะ เอเชีย” จากญี่ปุ่น เพื่อให้บริการขนส่งพัสดุย่อยแบบเร่งด่วนภายในประเทศ โดยหัวใจของการบริการอยู่ที่การขนส่งสินค้าให้ถึงมือของผู้บริโภคปลายทางอย่างรวดเร็วและตรงเวลา

การให้บริการของเอสซีจี เอ็กซ์เพรส ถือเป็นบริการใหม่ของเอสซีจี โลจิสติกส์ ที่ได้เข้ามาแข่งขันในตลาดช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา แต่มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว จากปีแรกที่มียอดขาย 40 ล้านบาท เพิ่มเป็น 600 ล้านบาทในปี 2019 ด้วยการเชื่อมต่อการบริการที่ตอบโจทย์กลุ่มผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์ ซึ่งถือเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่กำลังเติบโตกับผู้บริโภคปลายทาง นับเป็นจุดพลิกสำคัญทำให้เอสซีจี เอ็กซ์เพรส ซึ่งเป็นหน้าใหม่ในวงการอยู่รอดได้ท่ามกลางการแข่งขันรุนแรง

นอกจากนี้ เอสซีจี โลจิสติกส์ ยังได้จับมือกับสตาร์ทอัพดาวรุ่งของไทย “MyCloud Fulfillment” เพื่อให้บริการ Fulfillment ที่ช่วยจัดการเรื่องการเก็บ การแพ็ค การส่งสินค้า รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า สำหรับพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์ ซึ่งนับเป็นการกระโดดจาก Red Ocean สู่ Blue Ocean ที่ช่วยสร้างการเติบโตไปพร้อมกันและผลักดันให้สตาร์ทอัพไทยเกิดเป็นยูนิคอร์นตัวแรกของไทยที่มีมูลค่าของธุรกิจ 1,000 ล้านเหรียญสหรัฐ

“ลูกค้าที่เป็นพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์เก่งด้านการผลิตสินค้า และการตลาด แต่งานหลังบ้านที่เป็นเรื่องปวดหัว เช่น การเก็บสินค้า การนับสต็อก การขนส่ง เอสซีจีจะเข้าไปช่วยบริการให้ตอบโจทย์อย่างครบวงจร ตั้งแต่การจัดเก็บสินค้า การแพ็คสินค้า ขนส่ง วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า เพื่อให้ธุรกิจ และลูกค้าเติบโตไปพร้อมกัน”

**สำหรับผู้สนใจสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับบริการของเอสซีจี โลจิสติกส์ ได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ 02-586-6777 หรือ** [**www.scglogistics.co.th**](http://www.scglogistics.co.th) **/ Facebook : scglogistics / Line : @SCGLFULFILLMENT และสามารถติดตามข่าวสารอื่นๆ ของเอสซีจีได้ที่** [**https://scgnewschannel.com**](https://scgnewschannel.com) **/ Facebook: scgnewschannel / Twitter: @scgnewschannel หรือ Line@: @scgnewschannel**

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*