

บทที่ 6

สรุปและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุป

จากการศึกษาถึงข้อมูลและภาพรวมโดยทั่วไปของธุรกิจโลจิสติกส์ในประเทศไทย รวมถึงการวิเคราะห์โครงสร้างตลาด พฤติกรรมการแข่งขัน ความสามารถในการแข่งขัน และศักยภาพของธุรกิจโลจิสติกส์ของไทยในบทที่ 4 และ 5 สามารถสรุปได้ดังนี้

การจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ นอกจากจะสามารถสร้างกำไร ลดต้นทุนการผลิต และสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทและของประเทศโดยรวมให้ดีขึ้นแล้ว ยังเป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประเทศได้อีกด้วย โลจิสติกส์จึงมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของไทยเป็นอย่างมาก แต่แนวคิดเรื่องการจัดการโลจิสติกส์ได้เริ่มเข้ามามีบทบาทกับการบริหารจัดการของสถานประกอบการและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของไทยเมื่อไม่นานมานี้เอง เพราะประเทศไทยต้องเผชิญกับปัญหาการสูญเสียขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศคู่แข่ง ซึ่งการจัดการโลจิสติกส์ที่ไม่มีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยหนึ่งของปัญหานี้ โดยปัจจุบันจะพบว่ามีจำนวนผู้ที่ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของประเทศ ที่ทำการจดทะเบียนและมีรายละเอียดในการให้บริการทั้งสิ้น 215 ราย โดยแบ่งออกเป็นบริษัทของคนไทยจำนวน 150 รายและบริษัทต่างประเทศจำนวน 65 ราย และเป็นที่น่าสังเกตว่าทุนจดทะเบียนของบริษัทที่เป็นของคนไทยกลับมีเพียง ร้อยละ 47.4 ของมูลค่าทุนจดทะเบียนทั้งหมด

เมื่อพิจารณาจากโครงสร้างตลาดของธุรกิจโลจิสติกส์ของไทยตามขอบเขตการศึกษา 29 ราย นั้น กล่าวได้ว่า โครงสร้างตลาดของธุรกิจโลจิสติกส์ของไทยเป็นตลาดแบบกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition) โดยมีการกระจุกในระดับปานกลาง และอาจมีการผูกขาดอยู่บ้างในกลุ่มของธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีสัดส่วนของจำนวนสินทรัพย์สูงกว่าในกลุ่มของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้การแข่งขันส่วนใหญ่มักจะเป็นการแข่งขันในเรื่องของราคาการให้บริการเป็นสำคัญ ส่วนการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคานั้นพบว่าเป็นการแข่งขันทางด้านเทคโนโลยี บุคลากร และการส่งเสริมการขายต่างๆ ที่ธุรกิจขนาดใหญ่จะได้เปรียบมากกว่า แต่การกระจุกตัวที่มีแนวโน้มลดลงมาเรื่อยๆ รวมถึงอุปสรรคในการเข้าและออกจากตลาดที่มีไม่มากนัก ทำให้ในอนาคตธุรกิจโลจิสติกส์จะมีการแข่งขันกันมากขึ้นโดยเฉพาะกับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก

จากการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโลจิสติกส์ของไทย โดยพิจารณาจาก ปัจจัยทางด้านต่างๆ ดังนี้ Factors Condition, Demand Condition, Related and Supporting Industries, Context for Firm Strategy & Rivalry, Role of Government และ Chance พบว่าปัจจัย ภายในที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโลจิสติกส์ของไทยนั้น คือ

1. มีต้นทุนค่าเนิการที่สูงกว่าบริษัทต่างชาติ เพราะบริษัทต่างชาตินั้น ได้รับการอุดหนุน จากบริษัทแม่ มีการ Dumping Price โดยการเอากำไรจาก Freight Transportation มาอุดหนุนงานโล จิสติกส์ด้านอื่นๆ เพื่อแข่งขันกับธุรกิจของไทย

2. ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจ ในการจัดการโลจิสติกส์อย่างเป็นระบบ

3. ขาดความรู้และการจัดการเชิงกลยุทธ์ รวมถึงความเข้าใจในการที่จะรับมือกับการ แข่งขันในธุรกิจระดับโลก ซึ่งมีขีดความสามารถที่เหนือกว่า ทั้งด้านเครือข่าย ต้นทุน เทคโนโลยี ทุน

4. ขาดเทคโนโลยีและเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่จะเข้ามาใช้ในการจัดการและให้บริการใน ลักษณะที่เป็น E-Logistics

5. ปัญหาด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธุรกิจของไทยเสียเปรียบบริษัทต่างชาติ บริษัทข้ามชาติจะมีความได้เปรียบในด้านที่ไม่ต้องทำการตลาด เพราะงานจะเป็น Nominated จาก ต่างประเทศ กดดันให้ธุรกิจอุตสาหกรรมไทยต้องใช้บริการจาก Logistics Provider ข้ามชาติ ซึ่งจะมี การทำ Global Contract ไว้อยู่แล้ว รวมถึงประสบการณ์และชื่อเสียงในการทำงานที่มีมากกว่าธุรกิจโล จิสติกส์ที่เป็นของไทย

6. ขาดเครือข่ายทางธุรกิจในระดับโลก เนื่องจากโลจิสติกส์ได้กลายเป็น International Logistics ลักษณะอุตสาหกรรมไทย จะไม่เป็น Relocation Industries ไปต่างประเทศ ทำให้ธุรกิจของ ไทยขาด ความเป็นเครือข่ายในระดับนานาชาติ โดยมีปัจจัยดังนี้

1) อุตสาหกรรมของไทยส่วนใหญ่เป็น Exporter ฐานการผลิตอยู่ในประเทศ

2) การ Relocation ของอุตสาหกรรมต่างชาติ อาศัยความได้เปรียบและอาศัยมาตรการของ BOI จะมีการ Nominated Logistics Provider ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้มีผู้ให้บริการของคนไทยใน ระดับ Logistics Provider หรือ 3PL จำนวนน้อยราย และมักจะอ่อนแอ เมื่อเทียบกับธุรกิจ Logistics & Provider ข้ามชาติ

ส่วนปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโลจิสติกส์ของไทย ได้แก่

1. กลไกการทำงานของภาครัฐ ปัจจุบันยังไม่มีเจ้าภาพกลางในการพัฒนาโลจิสติกส์ทำให้เกิดปัญหาไม่มีการบูรณาการเป้าหมาย แผนงาน/โครงการ และงบประมาณ

2. ที่ผ่านมาหน่วยงานภาครัฐยังขาดการใช้มาตรการที่ช่วยยกระดับความสามารถของ Logistics Service Provider อย่างแท้จริง

3. กฎระเบียบและบริการของภาครัฐ ปัจจุบันยังไม่มีกฎระเบียบภาครัฐที่เอื้อต่อการจัดการโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น กฎหมายศุลกากร / สรรพากร กฎระเบียบ กำหนดเวลาขนส่ง พิธีการทางการค้า ระบบ Single Window

4. ผู้ให้บริการยังคงขาดความรู้ความเข้าใจในธุรกิจบริการโลจิสติกส์

5. ปัญหาทางการเมือง และเหตุการณ์ความไม่สงบจากการก่อการร้ายภายในประเทศ อันจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์ที่สูงขึ้นจากการรับประกันความปลอดภัยของสินค้า

6. โครงสร้างพื้นฐานและระบบสนับสนุนอื่นๆ

- ระบบขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบของไทยยังมีการเชื่อมโยงที่ไม่มีประสิทธิภาพ
- เส้นทางทางการค้าการขนส่งของไทยที่เชื่อมสู่ต่างประเทศยังมีจำกัด
- ขาดศูนย์กระจายสินค้าสำหรับสินค้าบางประเภท เช่น สินค้าเกษตร ทำให้ผู้ขนส่งคิดค่าระวางสูงเกินควรเพื่อชดเชยการขาดทุนจากการไม่มีสินค้าเที่ยวกลับ

จากการพิจารณาปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันของธุรกิจโลจิสติกส์ของไทยนั้นจะเห็นได้ว่า ความสามารถในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจต่างชาติยังคงต่ำอยู่มาก ทั้งนี้ เพราะปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายในก็ดี รวมถึงปัญหาจากปัจจัยสนับสนุนภายนอกที่ยังไม่เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินงานธุรกิจโลจิสติกส์ของไทย แต่อย่างไรก็ตาม ทางหน่วยธุรกิจโลจิสติกส์ของไทยก็ไม่ได้นิ่งนอนใจกับปัญหาที่เกิดขึ้น ดังจะเห็นได้จากการพัฒนาทางด้านการจัดการ ด้านบุคลากร และเทคโนโลยีที่เริ่มมีเพิ่มขึ้นในธุรกิจโลจิสติกส์ขนาดกลางของไทย รวมถึงหน่วยงานภาครัฐที่ด้วางแผนพัฒนาระบบโลจิสติกส์ให้พร้อมต่อการรองรับการแข่งขันที่จะรุนแรงมากขึ้นในอนาคต โดยมียุทธศาสตร์ในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ 6 ด้าน ดังนี้ 1.โครงสร้างพื้นฐาน 2.ระบบการเชื่อมโยงข้อมูลและฐานข้อมูล 3.ความสามารถในการบริหารจัดการโลจิสติกส์ 4.ธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ 5. การเชื่อมโยงทางการค้ากับภูมิภาค และ 6.กฎหมายข้อบังคับนโยบายและกระบวนการให้บริการของรัฐ

และจากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ได้สอดคล้องกับการศึกษาทางด้านศักยภาพของธุรกิจโลจิสติกส์ของไทย ที่มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางถึงต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับศักยภาพของธุรกิจโลจิสติกส์ที่เป็นเฟรนไชส์ต่างชาติ โดยพบว่า ผลการดำเนินงานส่วนใหญ่ บริษัทที่เป็นเฟรนไชส์ต่างชาติมีผลการดำเนินงานที่ดีกว่าของบริษัทของคนไทย ไม่ว่าจะเป็นด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านการบริหารงานภายใน และด้านการเรียนรู้และการเติบโต โดยมีเพียงแค่ช่องทางการติดต่อลูกค้าและงบประมาณทางเทคโนโลยี ที่บริษัทของไทยมีค่าปัจจุบันเทียบเท่ากับบริษัทที่เป็นเฟรนไชส์ต่างชาติ

และเมื่อดูผลการดำเนินงานในส่วนของคุณสมบัติที่ไม่ใช่ตัวเลข จากการวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) พบว่า ธุรกิจโลจิสติกส์ที่เป็นเฟรนไชส์ต่างชาติมีช่องว่างระหว่างศักยภาพที่เป็นอยู่กับเป้าหมายที่กำหนดไว้ น้อยกว่าธุรกิจโลจิสติกส์ของคนไทย

6.2 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

ภาพของธุรกิจโลจิสติกส์ของไทยโดยรวมแล้วยังต้องมีการสนับสนุน ส่งเสริม และพัฒนาเป็น อย่างมาก โดยเฉพาะผู้ประกอบการไทยที่ยังคงมีศักยภาพปานกลางและศักยภาพต่ำอยู่เป็นจำนวนมาก เมื่อเทียบกับผู้ประกอบการต่างประเทศแล้ว โดยงานบริการหลักของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ราย เล็กๆ นั้นมีลักษณะการให้บริการที่เกี่ยวกับการขนส่งเพียงอย่างเดียว ซึ่งมีการแข่งขันกันมากและมี ผลตอบแทนที่น้อย เมื่อเทียบกับการให้บริการแบบครบวงจร (Third Party Logistics) โดยผู้ ให้บริการโลจิสติกส์จะดูแลงานโลจิสติกส์ของลูกค้าอย่างเบ็ดเสร็จครอบคลุมทั้งเรื่องการจัดเก็บดูแล และบริหารคลังสินค้า งานบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้ายที่เป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับผู้ใช้บริการ ผู้ ทำการศึกษาจึงขอเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาธุรกิจโลจิสติกส์ของไทยให้มีศักยภาพมากขึ้น ดังนี้

1. ควรมีการรณรงค์ เน้นให้ใช้โลจิสติกส์ไทย เหมือนกับการรณรงค์ส่งเสริมสินค้าไทย และมีหน่วยงานของรัฐให้ส่งเสริมโลจิสติกส์ไทย เหมือนกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมด้านการเกษตร หรืออื่นๆ เพื่อเป็นการกระตุ้น ด้านการตลาดให้กับผู้ประกอบการไทยที่เข้า โครงการ

2. การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึง Software ทั้งเพื่อการจัดการที่ ให้บริการเช่น Inventory Management ในราคาถูก โดยภาครัฐอาจเป็นผู้จัดทำและจำหน่ายให้ ผู้ประกอบการไทย

3. การสนับสนุนแหล่งเงินทุน รัฐจะต้องมีการกำหนดให้ธนาคารพาณิชย์ หรือธนาคาร การเงินของรัฐมีการกำหนดเงื่อนไข การปล่อยสินเชื่อให้กับธุรกิจประเภท Logistics Provider โดยหาก ยังใช้เกณฑ์เดียวกับภาคอุตสาหกรรม ก็ไม่สามารถที่จะให้ผู้ประกอบการไทยเข้าได้ถึงแหล่งเงินทุน (SME Bank ในทางปฏิบัติก็ใช้วิธีเดียวกับธนาคารพาณิชย์)

4. การพัฒนาความรู้ของบุคลากร ให้ผู้ประกอบการ Subcontractor และผู้ประกอบการ Logistics Provider ไม่ว่าจะอยู่โครงสร้างแบบใด สามารถสมัครเข้าร่วมโครงการพัฒนา Logistics Provider ซึ่งอาจจะเป็นการขึ้นทะเบียน License Logistics Provider โดยให้การอบรมความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับการบริหารโลจิสติกส์

5. **เร่งพัฒนาศักยภาพของผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ** โดยเริ่มทำโครงการนำร่องเพื่อผลักดันให้เกิดการกลุ่มผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการรวมตัวกันเป็น Clustered Supply Chain (เช่น ส่งเสริมการทำ Supply Chain ในกลุ่มสินค้าข้าว ผักผลไม้ ฯลฯ)

6. **เร่งรัดการเชื่อมโยงระบบขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (Multimodal Transport)** ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะจุดสำคัญ อาทิ สนามบินสุวรรณภูมิ ท่าเรือแหลมฉบัง และ ICD ที่ต้องมีการเปลี่ยนรูปแบบขนส่ง

7. **พิจารณาจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า/ศูนย์รับจอร์จวางสินค้า** (ทั้งการขนส่งภายในประเทศและระหว่างประเทศ) เพื่อลดปัญหาการขนส่งสินค้าเที่ยวไปและกลับไม่สมดุล และช่วยลดต้นทุนค่าขนส่งที่สูญเปล่า

8. **สร้าง/ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาระบบฐานข้อมูล** ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการจัดการโลจิสติกส์

6.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษาโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจโลจิสติกส์ของประเทศไทยในครั้งนี้ได้ศึกษาด้านโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมแข่งขัน แต่ไม่ได้ทำการศึกษาถึงผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ของไทย ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาถึงผลการดำเนินงานควบคู่ไปกับโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันเนื่องจากทั้ง 3 ส่วนจะมีอิทธิพลซึ่งกันและกันตามแนวคิดโครงสร้างพฤติกรรม และผลการดำเนินงาน (Structure, Conduct and Performance) อันจะทำให้การศึกษาธุรกิจโลจิสติกส์มีความสมบูรณ์มากขึ้น

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการกำหนดขอบเขตในการศึกษาโดยเลือกเอากลุ่มตัวอย่างที่มีการให้บริการงานโลจิสติกส์ 3 งาน คือ งานขนส่งสินค้า, งานจัดเก็บ ดูแลและบริหารคลังสินค้า และงานให้บริการพิธีการต่างๆ ที่เกี่ยวกับงานโลจิสติกส์ ซึ่งถือว่าเป็นตัวแทนของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ของไทยส่วนน้อย ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาถึงผู้ประกอบการโลจิสติกส์ส่วนใหญ่ที่มีการให้บริการทางด้านการขนส่งเป็นหลัก เพื่อจะได้แสดงถึงภาพรวมที่แท้จริงของธุรกิจโลจิสติกส์ของไทย

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะมีการเปรียบเทียบระหว่างธุรกิจโลจิสติกส์ของไทยกับธุรกิจโลจิสติกส์ของต่างประเทศว่ามีศักยภาพต่างกันมากน้อยอย่างไร เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาธุรกิจโลจิสติกส์ของไทยให้แข่งขันกับต่างชาติได้