

แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์
ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้

โดย

นายพิศาล รัชกิจประการ
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท อามา มารีน จำกัด (มหาชน)

นักศึกษาวិทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 65
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2565 - 2566

หนังสือรับรอง

วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ได้อนุมัติให้เอกสารวิจัย เรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้” ลักษณะวิชา สังคมจิตวิทยา ของ นายพิศาล รัชกิจประการ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร การป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 65 ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2565 - 2566

พลโท

(ชาติชาย ชัยเกษม)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ

บทคัดย่อ

เรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้

ลักษณะวิชา สังคมจิตวิทยา

ผู้วิจัย นายพิศาล รัชกิจประการ **หลักสูตร** วปอ. **รุ่นที่** 65

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย 2) ศึกษาปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐของประเทศไทย และ 3) เสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ จากงานวิจัย เอกสารทางวิชาการและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์นักวิชาการภาครัฐ ผู้ประกอบการ ผู้ใช้บริการระบบขนส่งและโลจิสติกส์ และบุคลากรด้านโลจิสติกส์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสังเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี หลักการต่างๆ สรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย มีดังนี้ 1) การรับรู้และมุมมองที่เหมือนกัน 2) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน 3) มีความสนใจหรือผลประโยชน์ร่วมกัน 4) การมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคนในเครือข่าย 5) มีการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน 6) มีการเกื้อหนุนพึ่งพากัน 7) มีปฏิสัมพันธ์กันในเชิงแลกเปลี่ยน และ 8) รูปแบบของรูปแบบเครือข่ายการให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ส่วนปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐของประเทศไทย มีดังนี้ 1) ปัญหาด้านประสิทธิภาพของระบบขนส่งและโลจิสติกส์ 2) ปัญหาผู้ประกอบการโลจิสติกส์ในประเทศไทย 3) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า 4) การปรับปรุงด้านโครงสร้างพื้นฐาน 5) ขาดแหล่งเงินทุน 6) ความมั่นคงภายในประเทศและการขยายตัวของธุรกิจการให้บริการด้านโลจิสติกส์ 7) ขาดความร่วมมืออย่างจริงจังขององค์กร 8) การขาดแคลนบุคลากรด้านโลจิสติกส์ 9) การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ 10) การสนับสนุนด้านการพัฒนาบุคลากร 11) อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ไทยมีการแข่งขันกันสูง และ 12) ผลกระทบจากโซ่อุปทานสินค้า สำหรับแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มีดังนี้ 1) การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน (HW : Hardware) 2) การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ (SW : Software) 3) การพัฒนาบุคลากร (PW : Peopleware) 4) ความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการ 5) สนับสนุนการสร้างปัจจัยเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน 6) ผู้ประกอบการไทยต้องปรับตัวโดยการพัฒนาคุณค่าของการให้บริการ (value-added service) และยกระดับเป็น e-logistics 7) การจัดการโลจิสติกส์ 8) ส่งเสริมการพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ 9) พัฒนาระบบอำนวยความสะดวกทางการค้า 10) ยกระดับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ให้ได้การรับรองคุณภาพระดับ

มาตรฐานสากล 11) สนับสนุนการสร้างเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย และสร้างพันธมิตรกับผู้ประกอบการในระดับภูมิภาค และ 12) พัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย

ข้อเสนอแนะ รัฐบาลควรส่งเสริมผู้ให้บริการโลจิสติกส์สู่การเป็นผู้ให้บริการแบบครบวงจร จัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษานักลงทุนไทยในประเทศภูมิภาคอาเซียน และส่งเสริมการดำเนินการด้านโลจิสติกส์ Green & Safety Logistics

Abstract

Title Guidelines for Developing the Potential of Logistics Service Providers in Thailand to be able to Compete Sustainably
Field Social - Psychology
Name Mr. Pisan Ratchakitprakarn **Couse** NDC **Class** 5

The study of guidelines for developing the potential of logistics service providers in Thailand to be able to compete sustainably aimed to: 1) study the needs of Thailand's logistics service provider potential development, 2) study problems and obstacles in developing the potential of logistics service providers, both private and public sectors in Thailand, and 3) propose guidelines for developing the potential of Thailand's logistics service providers to be able to compete sustainably. The researcher had collected secondary data from research papers, academic documents and related literature while primary information was collected from interviews with government academics, entrepreneurs, users of transportation and logistics systems and logistics personnel. Data was then analyzed by using content analysis including synthesized theories and principles as well. The results of the study could be summarized as follows:

The results showed that the needs for developing the potential of Thailand's logistics service providers were as follows: 1) having the same perception and perspective, 2) having a common vision, 3) having common interest or benefits, 4) involvement of all members of the network, 5) mutual reinforcement, 6) having interdependent support, 7) having an exchange interaction, and 8) the form of a network of logistics services between countries. As for the problems and obstacles in developing the potential of logistics service providers, both private and public sectors in Thailand, were as follows: 1) transportation and logistics efficiency problems, 2) problems of logistics operators in Thailand, 3) trade facilities, 4) infrastructure improvements, 5) lack of funding sources, 6) domestic security and expansion of the logistics service business, 7) lack of sincere cooperation of the organization, 8) lack of logistics personnel, 9) information technology support, 10) personnel development support, 11) Thailand's logistics industry was highly competitive, and 12) impact from Product Supply Chain. The guidelines for developing the potential of logistics service providers in Thailand to be able to compete sustainably were as follows: 1) development of infrastructure (HW: Hardware), 2) information technology development (SW : Software), 3) personnel

development (PW : Peopleware), 4) cooperation between entrepreneurs, 5) supporting the creation of factors to increase competitiveness, 6) Thai entrepreneurs must adapt by developing the value of service (value-added service) and upgrading to e-logistics, 7) logistics management, 8) promote service development and expand the network of logistics service providers efficiently, 9) develop trade facilitation system, 10) raise the level of logistics service providers to meet international quality standards, 11) support the creation of a network of Thai logistics service providers and build alliances with regional entrepreneurs, and 12) developing the potential of Thai logistics service providers.

Suggestions: The government should promote logistics service providers to become integrated service providers by establishing Thai Investor Advisory Center in ASEAN countries and promote the implementation of Green & Safety Logistics as well.

คำนำ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้” ครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2560 – 2564) โลจิสติกส์ การจัดการโลจิสติกส์ คุณภาพการให้บริการ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ประสิทธิภาพของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ กฎหมายและมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัย ขอขอบคุณ พลเอก ราเมศวร์ สันติบุตร และนาวาเอกหญิง ฉันทินี โพธิ์เอี้ยง ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ทั้งในแง่ของสาระ แนวคิด และระเบียบวิธีวิจัย ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนสำเร็จ ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ และขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ในวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักรทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ คำแนะนำและกำลังใจแก่ผู้วิจัยจนสำเร็จการศึกษา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ สำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนและรับมือกับสภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้น และสามารถพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน และกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศไทยต่อไป

(นายพิศาล รัชกิจประการ)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 65

ผู้วิจัย

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงขึ้นมาได้ด้วยความกรุณาของ พลเอก ราเมศวร์ สันติบุตร และนาวาเอกหญิง ฉันทน์ โพธิ์เอี้ยง อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ทั้งในแง่ของสาระ แนวคิด และระเบียบวิธีวิจัย ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนสำเร็จ ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ และขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ในวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักรทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ คำแนะนำ และกำลังใจแก่ผู้วิจัยจนสำเร็จการศึกษา

ขอขอบพระคุณนักวิชาการภาครัฐด้านการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ ผู้ประกอบการเกี่ยวกับระบบขนส่งและโลจิสติกส์ ผู้ให้บริการระบบขนส่งและโลจิสติกส์ และบุคลากรด้านโลจิสติกส์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้กรุณาสละเวลา ตอบแบบสัมภาษณ์ให้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ขอขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ น้องๆ ทุกท่าน ที่ให้คำแนะนำ คอยช่วยเหลือเป็นกำลังใจด้วยดีตลอดมา

ขอขอบคุณบิดา มารดา และครอบครัว ที่ให้ความช่วยเหลือ และคอยเป็นกำลังใจให้กับผู้วิจัยในการศึกษาจนสำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี และคุณประโยชน์อันใดที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแต่บิดา มารดา ครูอาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้สั่งสอนและประสิทธิ์ประสาทวิชาการทุกแขนง เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการปฏิบัติงานและเกิดประโยชน์แก่ประเทศชาติต่อไป

(นายพิศาล รัชกิจประการ)

นักศึกษาวិทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 65

ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ค
คำนำ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
วิธีดำเนินการวิจัย	4
ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย	4
คำจำกัดความ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2560 – 2564)	8
แนวคิดเกี่ยวกับโลจิสติกส์	17
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์	27
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ	31
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ	34
แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพของผู้ให้บริการโลจิสติกส์	38
กฎหมายและมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง	43
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	43
กรอบแนวคิดของการวิจัย	47
สรุป	48

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 สภาพปัจจุบันในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ของประเทศไทย	52
สถานการณ์ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย	52
องค์ประกอบและรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย	61
สรุป	69
บทที่ 4 แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย	72
วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ของประเทศไทย	72
กำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถ แข่งขันได้อย่างยั่งยืน	76
สรุป	81
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	83
สรุป	83
ข้อเสนอแนะ	87
บรรณานุกรม	90
ภาคผนวก	95
แบบสัมภาษณ์	96
ประวัติย่อผู้วิจัย	97

ณ

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3-1	กิจกรรมโลจิสติกส์และธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยในภาพรวม	56

ญ

สารบัญญภาพ

แผนภาพที่

2-1

ระดับของผู้ให้บริการโลจิสติกส์

หน้า

39

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของการศึกษา

ปัจจุบันธุรกิจโลจิสติกส์เป็นธุรกิจบริการที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการในภาคการผลิตมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจในระดับประเทศ เป็นส่วนสำคัญต่อกลไกการค้าโลก ได้มีการเปลี่ยนแปลงทำให้การค้าในปัจจุบันเป็นการค้าแบบเสรี การแข่งขันมีความรุนแรงมากขึ้น อีกทั้งความก้าวหน้าในเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้มีการเชื่อมต่อระหว่างข้อมูลข่าวสารและการเคลื่อนย้ายสินค้าที่รวดเร็วธุรกิจต่างๆ จำเป็นต้องกำหนดกลยุทธ์เกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างมีระบบ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันได้ การจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพจะต้องมีการวางแผน การปฏิบัติและการควบคุมการย้ายวัสดุและสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดการใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าภายใต้ต้นทุนที่ต่ำที่สุด และสามารถสร้างความพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ท่ามกลางการแข่งขันทางการค้าที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ การแสวงหาตลาดวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีต้นทุนต่ำที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้รวมถึงความสามารถในการจัดส่งสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยระยะเวลาในการจัดส่งสั้นที่สุดถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะผลักดันให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้จะเห็นได้ว่าการขนส่งสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยการสร้างความสะดวกทั้งด้านเวลาและสถานที่ส่งผลให้บริษัทที่มีการจัดการการขนส่งที่ดี สามารถสร้างมาตรฐานได้ว่าจะมีสินค้าเพียงพอที่จะจัดจำหน่าย ณ สถานที่ และเวลาที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานของความสามารถในการแข่งขัน (นิมิต ศิริवार, 2554)

ระบบโลจิสติกส์ เป็นระบบที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายวัสดุหรือสินค้าที่เกี่ยวข้องกับทางธุรกิจ มีจุดประสงค์เพื่อช่วยให้การเคลื่อนย้ายสินค้าทั้งระบบมีความต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ โดยมีการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การบริการลูกค้า การดำเนินงานตามคำสั่งซื้อของลูกค้า การคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า การบริหารสินค้าคงคลัง กิจกรรมการขนส่ง การบริหารคลังสินค้า กระบวนการจัดการสินค้าที่ถูกส่งกลับคืน การจัดซื้อ การจัดเตรียมอะไหล่และชิ้นส่วนการเลือกที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้า การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบและสินค้า บรรจุภัณฑ์ และการติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์ (ฐาปนา บุญหล้า, 2555) ซึ่งระบบโลจิสติกส์มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเนื่องจากเป็นกลไกที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ (ไสตาทิกต์ วงศ์โกมลเชษฐ์, 2558) สำหรับการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศนั้นจะมีผู้ให้บริการโลจิสติกส์เป็นตัวกลางระหว่าง ผู้นำเข้าและผู้ส่งออกเพื่อดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทางด้านโลจิสติกส์แทนผู้นำเข้าหรือผู้ส่งออก อาทิเช่น การเป็นตัวแทนจัดการการขนส่งระหว่างประเทศ เป็นผู้ให้บริการทางด้านบรรจุภัณฑ์ การจัดการคลังสินค้า เป็นผู้บริหารโซ่อุปทานแบบครบวงจร และการเป็นที่ปรึกษาในการนำเข้าส่งออก เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์สามารถให้บริการได้สองแบบ คือ ให้บริการในกิจกรรม โลจิสติกส์แบบครบวงจร และให้บริการเฉพาะบางส่วนของกิจกรรมโลจิสติกส์ (ธนิต โสรรัตน์, 2550) แต่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์

ในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก ส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยเสียเปรียบผู้ประกอบการต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทย เนื่องจากผู้ประกอบการต่างชาติมีความน่าเชื่อถือทางด้านประสิทธิภาพการดำเนินงานมากกว่าผู้ประกอบการไทย (โสศากิต์ วงศ์โกมลเชษฐ์, 2558)

จากสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ จึงต้องให้ความสำคัญกระบวนการปรับปรุงการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มิฉะนั้นหมดโอกาสที่จะประกอบธุรกิจต่อไปได้ (ไชยยศ ไชยมั่นคง และมยุขพันธ์ ไชยมั่นคง, 2550) การพัฒนาบุคลากรด้านโลจิสติกส์จึงมีความสำคัญ เพราะการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และเข้าสู่ยุคสังคมที่ใช้เทคโนโลยีบุคลากรด้านโลจิสติกส์จะต้องมีการพัฒนาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อลดต้นทุนและสร้างมูลค่าเพิ่มในระบบโลจิสติกส์ของธุรกิจ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้นเป็นการเพิ่มพูน ทักษะความรู้ ความสามารถตลอดจนอุทิศตัวบุคลิกภาพ การปรับตัวและการคิดริเริ่มของทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กรผ่านกระบวนการศึกษาฝึกอบรม (ชุติกานุญณ์ ศรีวิบูลย์, 2557) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ประกอบด้วยกิจกรรมหลักคือ 1) การฝึกอบรมและการพัฒนา 2) การพัฒนาสายอาชีพ 3) การพัฒนาองค์กรกระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การออกแบบกิจกรรมพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การนำกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ไปปฏิบัติจริง และการประเมินผลกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (สุธินี ฤกษ์ขำ, 2557) การวางแผนทรัพยากรบุคคล เป็นงานสำคัญที่ผู้บริหารองค์กรและผู้บริหารด้านทรัพยากรบุคคลต้องปฏิบัติด้วยความเข้าใจใส่ใจการวางแผนทรัพยากรบุคคลเป็นกระบวนการต่อเนื่องที่ผู้เกี่ยวข้องต้องดำเนินการปรับปรุงและพัฒนา (เดชา เดชะวิวัฒนศาล, 2559)

กลไกการค้าโลกได้มีการเปลี่ยนแปลง การค้าระหว่างประเทศมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว อยู่ภายใต้ยุคโลกาภิวัตน์ นโยบายการเปิดเสรีการค้า บทบาทของผู้ให้บริการที่จะมาช่วยให้ผู้ประกอบการนำเข้า ส่งออก ได้บรรลุเป้าหมายทางการค้า โดยเข้ามาเสริมศักยภาพให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้วิจัยได้มีแนวคิดในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยในการบริหารธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์เป็นกระบวนการทำงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การดำเนินการ และการควบคุมการทำงานขององค์กร รวมทั้งการบริหารจัดการข้อมูลและธุรกรรมทางการเงินที่เกี่ยวข้อง ให้เกิดการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บ การรวบรวม การกระจายสินค้า วัสดุดิบ ชิ้นส่วนประกอบ และการบริการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยคำนึงถึงความต้องการ และความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญเป็นการบริหารงานโดยการใช้เครือข่ายเป็นหลัก รวมทั้งปัจจุบันได้เกิดวิกฤติพลังงานและการแข่งขันทางเศรษฐกิจอย่างเข้มข้นทั่วโลก การพัฒนาการบริหารเครือข่ายการให้บริการโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพนั้นมีความสำคัญขึ้นเป็นทวีคูณเพราะจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการได้ต้นทุนโลจิสติกส์ที่ลดลง ส่งมอบบริการได้ตรงตามความต้องการ เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้เพื่อยกระดับความสามารถผู้ให้บริการโลจิสติกส์และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริการโลจิสติกส์ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ อันจะส่งผลดีต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและระดับโลกได้อย่างยั่งยืน และยังเป็นแนวทางให้สมาคมองค์กรที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน และภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์ เพื่อให้สอดคล้องกับการ

เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลกเทคโนโลยีและตรงกับความต้องการของตลาดผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐของประเทศไทย
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ นักวิชาการภาครัฐด้านการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ ผู้ประกอบการเกี่ยวกับระบบขนส่งและโลจิสติกส์ ผู้ใช้บริการระบบขนส่งและโลจิสติกส์ และบุคลากรด้านโลจิสติกส์ รวมจำนวน 15 คน

3. ขอบเขตด้านเวลา

เริ่มทำการวิจัยในช่วงเดือนธันวาคม 2565 – พฤษภาคม 2566

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูล

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ดำเนินการโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก นักวิชาการภาครัฐด้านการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ ผู้ประกอบการเกี่ยวกับระบบขนส่งและโลจิสติกส์ ผู้ใช้บริการระบบขนส่งและโลจิสติกส์ และบุคลากรด้านโลจิสติกส์ รวมจำนวน 15 คน

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ดำเนินการโดยศึกษาจากตำราและเอกสารต่างๆ

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการวิเคราะห์เปรียบเทียบ และสังเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี หลักการต่างๆ

3. การนำเสนอข้อมูล

นำเสนอข้อมูลแบบรายงานวิจัยเชิงพรรณนา และวิเคราะห์ นำเสนอแนวคิดใหม่ๆ จากการศึกษาวิจัย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้ทราบองค์ประกอบและรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย
2. ได้ทราบปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย
3. ได้แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

คำจำกัดความ

การบริหารจัดการโลจิสติกส์

หมายถึง

กระบวนการทำงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การดำเนินการ และการควบคุมการทำงานขององค์กร รวมทั้งการบริหารจัดการข้อมูลและธุรกรรมทางการเงินที่เกี่ยวข้องให้เกิดการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บ การรวบรวม การกระจายสินค้าวัตถุดิบชิ้นส่วนประกอบและบริการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดโดยคำนึงถึงความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์

หมายถึง

กลุ่มของบุคคลหรือผู้ประกอบการที่มี (Logistics Service Provider : LSP) ลักษณะการดำเนินธุรกิจในการจัดการกิจกรรมทั้งหมดหรือบางส่วนของกิจกรรมโลจิสติกส์ หรือเป็นตัวแทนการให้บริการกิจกรรมต่างๆ ทางด้านโลจิสติกส์

ทั้งภาครัฐและเอกชนเช่น การขนส่ง การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการพิธี การศุลกากร และให้คำปรึกษาเกี่ยวกับกิจกรรมโลจิสติกส์ เป็นต้น โดยมีลักษณะเป็นองค์กรภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญและสามารถในการรับหน้าที่จัดการกับกิจกรรมดังกล่าวได้ดีกว่าองค์กรผู้ว่าจ้างดำเนินการด้วยตนเอง ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์จะปฏิบัติงานภายใต้สัญญาเพื่อแลกเปลี่ยนกับค่าธรรมเนียมหรือผลประโยชน์เป็นการตอบแทน

ผู้ให้บริการขนส่งสินค้า

หมายถึง

ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ครอบคลุมงาน (Transportation Services) ทางโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านการขนส่งสินค้าทั้งภายใน และส่งออกนอกประเทศรวมถึงภาครัฐและเอกชน

ผู้ให้บริการคลังสินค้า หมายถึง

ผู้ให้บริการพัก เก็บรักษา ดูแลและบริหาร (Warehousing ervices) คลังสินค้า รวมถึงการให้บริการติดสลากสินค้าหรือบริการด้านบรรจุภัณฑ์ และการกระจายสินค้า กิจกรรมของคลังสินค้า ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการจัดเก็บโดยไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพหรือแตกหักเสียหาย

ผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่าง

หมายถึง

ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นธุระจัดการขนส่งสินค้าประเทศ(International Freight Forwarder) ระหว่างประเทศ รวมถึงภาครัฐและเอกชนตั้งแต่ต้นทางไปจนถึงปลายทางแทนผู้นำเข้าและผู้ส่งออก ตั้งแต่การจองระวางเรือ การบรรจุสินค้า การขนส่ง การดำเนินพิธีการขาเข้าและขาออก การจัดการเกี่ยวกับเอกสารส่งออก และนำเข้า เป็นต้น

ตัวแทนออกของ

หมายถึง

ตัวแทนของผู้นำเข้าและผู้ส่งออกในการ (Customs Brokerage Services) ดำเนินพิธีการศุลกากรแทนผู้นำเข้าและผู้ส่งออก ซึ่งเป็นเจ้าของสินค้า

ผู้ให้บริการพัสดุและ

หมายถึง

ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุและไปรษณีย์ภัณฑ์ไปรษณีย์ภัณฑ์ (Courier and Postal Services) เป็นการให้บริการอย่างรวดเร็ว โดยให้บริการแบบ Door-to-door โดยสินค้าส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่มีขนาดเล็ก น้ำหนักเบา ผู้ให้บริการพัสดุและไปรษณีย์ภัณฑ์จะมีการให้บริการที่ครบวงจรทั้งในเรื่องทำการขนส่งและการทำพิธีการศุลกากร

ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่าง

หมายถึง

ผู้ให้บริการบริหารจัดการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ประเทศที่ครอบคลุมการให้บริการด้านการบริหารจัดการขนส่งสินค้าทางทะเลทางอากาศและทางบก ให้บริการทั้งการนำเข้าและการส่งออก รวมถึงการให้บริการด้านพิธีการศุลกากร และให้บริการคลังสินค้าได้ทั้งในประเทศต้นทางและประเทศปลายทาง ซึ่งผู้ให้บริการมีพาหนะหรือทรัพย์สินเป็นของตนเองหรือไม่ก็ได้ โดยเน้นการใช้เครือข่ายเป็นหลัก เพื่อช่วยให้ผู้ใช้บริการมีต้นทุนที่แข่งขันได้ ส่งมอบได้ตามเวลาที่กำหนด ผู้รับปลายทางพึงพอใจกับบริการเป็นสำคัญ

เครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์

หมายถึง

กลุ่มผู้ให้บริการที่มีการเชื่อมโยงกันทางธุรกิจระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการขยายธุรกิจให้กว้างขึ้น และมีการช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย รวมทั้งมีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเครือข่ายประกอบด้วยเครือข่ายภายในหน่วยงาน จะเป็นขยายเครือข่ายธุรกิจภายในหน่วยงานภายในประเทศและภายนอกประเทศ โดยมีนโยบายการบริหารที่เหมือนกันไปในทิศทางเดียวกัน และเครือข่ายภายนอกหน่วยงาน จะเป็นการร่วมมือในการดำเนินการธุรกิจโดยมีเครือข่ายธุรกิจที่ต่างกันร่วมกันดำเนินการธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

ผู้จัดการด้านโลจิสติกส์

หมายถึง

บุคคลทำหน้าที่ในการบริหารธุรกิจ กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการหรืออื่นๆ มีอำนาจสูงสุดในการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจด้านโลจิสติกส์

การขนส่งสินค้า

หมายถึง

การเคลื่อนย้ายสินค้า หรือการรับและส่งมอบสินค้า ณ สถานที่ที่ได้ตกลงกันไว้

ประสิทธิภาพของการขนส่งสินค้า

หมายถึง

การดำเนินงานขนส่งสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเร็ว (Speed) 2) ด้านการประหยัด (Economy) 3) ด้านความปลอดภัย (Safety) 4) ด้านความสะดวกสบาย (Convenient) และ 5) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ ผู้วิจัยได้รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2560 – 2564)
2. แนวคิดเกี่ยวกับโลจิสติกส์
3. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์
4. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ
5. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ
6. แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพของผู้ให้บริการโลจิสติกส์
7. กฎหมายและมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
9. กรอบแนวคิดของการวิจัย
10. สรุป

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2560 – 2564)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2560) รายงานเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2560 – 2564) ไว้ดังนี้

วิสัยทัศน์ “ยกระดับระบบโลจิสติกส์ของประเทศ สนับสนุนการเป็นศูนย์กลางทางการค้า การบริการ การลงทุนในภูมิภาคอาเซียน เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน” โดยมีวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ดังนี้

1. เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการในการเก็บเกี่ยวมูลค่าเพิ่มจากห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Enhancement) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์
2. ยกระดับประสิทธิภาพระบบอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Facilitation Enhancement) ให้ได้มาตรฐานสากล
3. พัฒนาปัจจัยสนับสนุน (Capacity Building and Policy Driving Factors) อาทิ พัฒนาบุคลากรด้านโลจิสติกส์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคเอกชนในการพัฒนาระบบกำลังคน พัฒนาระบบติดตามและประเมินผลการพัฒนาด้านโลจิสติกส์ของประเทศ

เป้าหมาย ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันด้านโลจิสติกส์ การอำนวยความสะดวกทางการค้ามีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ไทยมีศักยภาพการประกอบธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ และบุคลากรด้านโลจิสติกส์ได้รับการพัฒนาให้มีผลิตภาพสูงขึ้น

ตัวชี้วัด

1. ดัชนีความสามารถในการแข่งขันด้านโลจิสติกส์ของประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ดีขึ้นในปี 2563 (อันดับดัชนีวัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ระหว่างประเทศของธนาคารโลก (International LPI))
2. ประสิทธิภาพการอำนวยความสะดวกทางการค้าของประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ดีขึ้นในปี 2564 (อันดับด้านการค้าระหว่างประเทศของธนาคารโลก (Trading Across Borders))
3. ต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศไทยคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 12 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ณ ราคาประจำปี ในปี 2564 (สัดส่วนต้นทุนโลจิสติกส์ต่อ GDP)
4. จำนวนธุรกรรมการให้บริการการนำเข้าและส่งออกด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นร้อยละ 100 ในปี 2564

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาเพิ่มมูลค่าระบบห่วงโซ่อุปทาน

เพื่อพัฒนาและยกระดับมาตรฐานระบบการบริหารจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานให้ได้มาตรฐานสากล สนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสามารถบริหารจัดการตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานจนถึงจุดจำหน่ายสินค้าสู่ผู้บริโภคได้ ประกอบด้วย

1.1 กลยุทธ์ที่ 1 ยกระดับการบริหารจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานภาคเกษตรกรรมและภาคอุตสาหกรรมให้ได้มาตรฐาน

1.1.1 ภาคเกษตรกรรม

กำหนดหน่วยงานเจ้าภาพหลักเพื่อกำกับดูแลห่วงโซ่อุปทานภาคการเกษตรที่สำคัญตลอดห่วงโซ่อุปทาน เช่น โซ่อุปทานข้าว โซ่อุปทานมันสำปะหลัง โซ่อุปทานอ้อย โซ่อุปทานปาล์ม น้ำมัน โซ่อุปทานผักและผลไม้ เป็นต้น ให้สามารถบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เป็นทิศทางเดียวกันอย่างมีเอกภาพ สนับสนุนและพัฒนากระบวนการจัดการผลผลิตในฟาร์ม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานการเกษตร สร้างโซ่คุณค่าให้แก่เกษตรกร สถาบันเกษตรกร และผู้ประกอบการ ตั้งแต่ระดับฟาร์มจนถึงมอบสินค้าเกษตรถึงผู้บริโภค (Logistics Management from Farm to Fork) เสริมสร้างศักยภาพของสถาบันเกษตรกรให้เป็นกลไกหลัก ในการบริหารจัดการและเชื่อมโยงเครือข่ายระบบการผลิต การตลาด การเงิน และภาคการผลิตอื่นที่เกี่ยวข้อง ปรับโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์การเกษตรให้สามารถใช้ประโยชน์ร่วมกันในชุมชนหรือระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่การผลิต อาทิ การสร้างศูนย์รวบรวมคัดแยก ตกแต่งคุณภาพ แปรรูป บรรจุภัณฑ์และกระจายผลผลิตของชุมชน สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมและเครื่องจักรสมัยใหม่ในกระบวนการผลิต กระบวนการเก็บเกี่ยวกระบวนการหลังการเก็บเกี่ยว และพัฒนาระบบโซ่ความเย็น (Cold Chain System) เพื่อลดความสูญเสียที่เกิดขึ้นทั้งกระบวนการ ลดต้นทุนตลอดห่วงโซ่การผลิต และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ สนับสนุนเกษตรกรสถาบันเกษตรกร ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อลดการกระทบหรือทำให้ผลิตภัณฑ์บอบช้ำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร รวมทั้งการเตรียมแผนบริหารจัดการความเสี่ยงที่จะมีผลกระทบต่อภาคการเกษตร

1.1.2 ภาคอุตสาหกรรม

ยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานในภาคอุตสาหกรรมให้ได้มาตรฐานสากล สนับสนุนผู้ประกอบการพัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและซอฟต์แวร์บริหารจัดการโลจิสติกส์ภายในองค์กร โดยเฉพาะอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Industries: SMIs) เพื่อให้ผู้ประกอบการมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ส่งเสริมความร่วมมือการบริหารจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานในการพัฒนาไปสู่ระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานเชิงดิจิทัล เพื่อเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลระหว่างองค์กรตลอดโซ่อุปทาน สร้างความเป็นมืออาชีพการบริหารห่วงโซ่อุปทานธุรกิจรองรับการเป็นอุตสาหกรรมระดับมาตรฐานสากล ธุรกิจสมัยใหม่และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการพัฒนาเชิงพื้นที่การจัดการโลจิสติกส์ การสร้างเครือข่ายและการเชื่อมโยงแหล่งวัตถุดิบ แหล่งผลิต และตลาด เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งด้านการผลิต การจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics) และส่งเสริมการเตรียมแผนบริหารจัดการโลจิสติกส์เพื่อรองรับกรณีฉุกเฉินและการบริหารความเสี่ยงทางธุรกิจ นอกจากนี้ ในภาคบริการที่สำคัญ อาทิ ภาคบริการท่องเที่ยวโดยพัฒนาการอำนวยความสะดวก การขนส่งไปยังแหล่งท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว สนับสนุนการแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านข่าวสาร (Information Flow) และด้านการเงิน (Financial Flow) รวมทั้งส่งเสริมการสร้างเครือข่ายของผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวในการสร้างสรรค์กิจกรรมและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1.2 กลยุทธ์ที่ 2 เชื่อมโยงการค้าสู่รูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce)

พัฒนาศักยภาพสถาบันการเกษตร ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) ให้สามารถค้าขายสินค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมืออาชีพ เพื่อขยายตลาด สร้างโอกาสทางธุรกิจ ส่งเสริมพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม สถาบันการเกษตร และสหกรณ์ภาคการเกษตร ในการปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจ การค้า การบริการ การเข้าถึงตลาดผู้บริโภค และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้ประกอบการด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ บ่มเพาะและเป็นที่ปรึกษาแก่ผู้ประกอบการให้สามารถค้าขายสินค้าออนไลน์อย่างครบวงจรทั้งแบบ B2B B2C และ C2C จัดทำคู่มือสำหรับการค้าขายออนไลน์ ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ผลิตสินค้าหรือผู้ประกอบการสามารถเชื่อมโยงการค้าสู่ตลาดออนไลน์ (E-marketplace) ทั้งระดับประเทศและระดับโลก พร้อมเพิ่มประสิทธิภาพการจัดส่งสินค้าระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคโดยตรงด้วยการเชื่อมโยงกับผู้ให้บริการขนส่งสินค้าออนไลน์ทั้งแบบผู้ให้บริการขนส่ง (E-delivery) และผู้ให้บริการคลังสินค้าพร้อมจัดส่ง (E-fulfillment) สนับสนุนการเพิ่มประสิทธิภาพและความปลอดภัยของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-payment) ลดเงื่อนไขหรือกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการนำระบบมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ ควรเตรียมความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานด้านระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการเพื่อรองรับการค้ารูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1.3 กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Providers: LSPs) ให้สามารถแข่งขันได้

1.3.1 ยกระดับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ให้ได้การรับรองคุณภาพระดับมาตรฐานสากลผู้ประกอบการสามารถแข่งขันด้วยการยกระดับประสิทธิภาพและมาตรฐานการให้บริการโลจิสติกส์เทียบเคียงผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ เช่น การได้รับการรับรอง AEO (Authorized Economic Operator) สำหรับ Customs Brokers เป็นต้น ส่งเสริมผู้ให้บริการโลจิสติกส์สู่การเป็นผู้ให้บริการแบบครบวงจร เช่น การบริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบระหว่างประเทศ การบริการขนส่งทางถนนระหว่างประเทศ เป็นต้น รวมถึงการสร้างมาตรฐานการขนส่งสินค้า การประกันภัย และพัฒนาการให้บริการโลจิสติกส์ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ อาทิ ระบบบริหารจัดการขนส่ง ระบบการบริหารจัดการรถเที่ยวเปล่า และระบบตรวจสอบติดตามสินค้า

1.3.2 สนับสนุนการสร้างเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยโดยสนับสนุนมาตรการทางภาษี มาตรการทางการเงินให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยโดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในการลงทุนและสร้างเครือข่ายธุรกิจในอนาคต อาทิ ประเทศในกลุ่ม CLMV (Cambodia-Laos-Myanmar-Vietnam) ส่งเสริมการสร้างพันธมิตรหรือความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไทย โดยการสร้างพันธมิตรการค้าระหว่างผู้ประกอบการ และระหว่างผู้ประกอบการไทยกับเจ้าของสินค้าหรือผู้ส่งออก เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการไทย

1.3.3 จัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษานักลงทุนไทยในประเทศภูมิภาคอาเซียนผลักดันให้มีการจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษานักลงทุนไทยในต่างประเทศเพื่อให้บริการข้อมูลและคำแนะนำแก่ภาคเอกชนไทยในการลงทุนและการประกอบธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ จัดทำฐานข้อมูลรายชื่อนักธุรกิจและบริษัทในต่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อธุรกิจในประเทศนั้นๆ รวมทั้งรวบรวมข้อมูลสถิติต่างๆ ที่จะประโยชน์แก่ผู้ประกอบการส่งเสริมการค้าและการดำเนินกิจการด้านโลจิสติกส์ที่มีความปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green & Safety Logistics)

1.3.4 สนับสนุนความรู้แก่ผู้ประกอบการให้ตระหนักถึงความปลอดภัยและความสำคัญของผลกระทบของการดำเนินการต่อสภาพสิ่งแวดล้อมของโลก ใช้กลไกทางภาษี และกฎหมายเพื่อสร้างแรงจูงใจและลดภาระทางต้นทุนให้แก่ผู้ประกอบการไทย อาทิ สนับสนุนการใช้พลังงานทางเลือกในการขนส่งทางถนน สนับสนุนการปรับเปลี่ยนรูปแบบการขนส่ง (Modal Shift) สู่การขนส่งทางรางและทางน้ำ การจัดทำ Carbon Credit เพื่อป้องกันและควบคุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas) รวมไปถึงให้ความรู้ทางด้านการทำโลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics) สำหรับ Waste Management

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าและเครือข่ายโลจิสติกส์ให้เชื่อมโยงตลอดทั้งต้นทางและปลายทางพร้อมส่งเสริมและพัฒนาระบบห่วงโซ่อุปทานเส้นทางการค้าที่สนับสนุนซึ่งกันและกันระหว่างประเทศในกลุ่ม CLMV และความเชื่อมโยงกับจีน สนับสนุนการปรับเปลี่ยนรูปแบบการขนส่งสู่รูปแบบการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (Multimodal) ที่สามารถลดต้นทุนโลจิสติกส์ ประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการอำนวยความสะดวกทางการค้าให้สอดคล้องกับมาตรฐานการค้าโลก ประกอบด้วย

2.1 กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านขนส่งและเครือข่ายโลจิสติกส์ตามเส้นทางยุทธศาสตร์เพื่อเชื่อมโยงอนุภูมิภาคและเป็นประตูการค้า

2.1.1 สนับสนุนการปรับเปลี่ยนรูปแบบการขนส่งสู่การขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ส่งเสริมการปรับเปลี่ยนรูปแบบการขนส่ง (Shift Mode) และการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (Multimodal) เพื่อลดต้นทุนการขนส่งและเพิ่มประสิทธิภาพบริการขนส่งและเครือข่ายโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงตลอดทั้งต้นทางและปลายทางของเส้นทางโลจิสติกส์ ได้แก่

2.1.1.1 ทางราง พัฒนาและปรับปรุงโครงข่ายรถไฟขนาดทาง 1 เมตร ให้เป็นโครงข่ายหลักในการขนส่งสินค้าของประเทศ ก่อสร้างทางคู่บนเส้นทางทางการขนส่งที่หนาแน่น เชื่อมโยงการขนส่งสินค้าระบบรถไฟสายรอง (Feeder Line) จากพื้นที่เศรษฐกิจ ด่านชายแดนสำคัญ และเขตอุตสาหกรรมเข้ากับโครงข่ายรถไฟหลักของประเทศ และการพัฒนาระบบรางเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาค ตลอดจนเพิ่มศักยภาพการขนส่งทางรางด้วยการจัดหาหัวรถจักรและแคร่บรรทุกให้เพียงพอกับความต้องการ และเพิ่มบทบาทภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการให้บริการที่หลากหลายมากขึ้น

2.1.1.2 ทางน้ำ ใช้ประโยชน์ท่าเรือภูมิภาคที่มีอยู่ในปัจจุบัน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันศึกษาแนวทางการบริหารจัดการ การส่งเสริมการตลาด การพัฒนาด้านอุปสงค์ของท่าเรือชายฝั่งและท่าเรือแม่น้ำที่มีอยู่ สนับสนุนการใช้อุปกรณ์ยกขนที่ทันสมัยในท่าเรือสำคัญ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ประโยชน์โครงสร้างพื้นฐานที่ได้ลงทุนไปให้สนับสนุนการขนส่งเชื่อมโยงทางน้ำภายในประเทศ และเป็นท่าเรือสนับสนุน (Feeder Port) ให้กับท่าเรือน้ำลึกแหลมฉบัง การพัฒนาและบริหารจัดการพื้นที่หลังท่า และสร้างโครงข่ายเชื่อมโยงการขนส่งระหว่างท่าเรือ การขนส่งทางรางและทางถนน การเชื่อมโยงโครงข่ายระหว่างท่าเรือภายในประเทศและต่างประเทศ ยกกระดับมาตรฐานการให้บริการของท่าเรือน้ำลึกแหลมฉบังให้ทัดเทียมกับท่าเรือชั้นนำในภูมิภาค รวมทั้งเตรียมความพร้อมของท่าเรือแหลมฉบังให้เป็นจุดนำเข้า-ส่งออกสินค้าของกลุ่มประเทศ CLMV เพื่อช่วยสนับสนุนโครงการเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศ อาทิจ โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor Development: EEC)

2.1.2.3 ทางอากาศ ส่งเสริมการพัฒนาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานดอนเมือง และท่าอากาศยานอุตะเถา ตามแผนแม่บท ขยายขีดความสามารถของระบบท่าอากาศยานภูมิภาคต่างๆ เพื่อเตรียมความพร้อมรับปริมาณความต้องการขนส่งสินค้าที่เพิ่มมากขึ้น ปรับปรุงระบบการบริหารจัดการท่าอากาศยานเพื่อรักษาคุณภาพความปลอดภัย ความพร้อมของอุปกรณ์การอำนวยความสะดวกต่อผู้โดยสารและสินค้า และการเผชิญเหตุฉุกเฉิน ให้ได้มาตรฐานสากลและสอดคล้องกับข้อตกลงความร่วมมือระหว่างประเทศ

2.1.2 สร้างเครือข่ายโลจิสติกส์ตามเส้นทางยุทธศาสตร์และการเชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อนบ้านปรับปรุงแนวสายทางที่มีความสำคัญลำดับสูงต่อการขนส่งภายในประเทศไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน ส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อพัฒนาเส้นทางเศรษฐกิจเชื่อมโยงการค้า การบริการ และการลงทุน พัฒนาโครงข่ายทางพิเศษและทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองบริเวณด่านการค้าและประตูการค้าที่สำคัญ พิจารณาเส้นทางที่เหมาะสมเชื่อมโยงการขนส่งระหว่างฝั่งทะเลตะวันตกและตะวันออก โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ และคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติภายในประเทศ ปรับปรุงถนนสายหลักเชื่อมโยงฐาน

การผลิตไปสู่ประตูการค้าและขยายขีดความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรตามความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ เช่น ด้านชายแดน ท่าเรือ และท่าอากาศยาน เป็นต้น เพื่อรองรับปริมาณการเดินทางและขนส่งสินค้าที่เพิ่มขึ้นจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

2.1.3 พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและศูนย์บริการโลจิสติกส์ พัฒนากิจกรรมด้านโลจิสติกส์ อาทิ ศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้า คลังสินค้าปลอดอากร สถานีขนส่งสินค้า ท่าเรือ บก ย่านเก็บกองและขนถ่ายตู้สินค้า รวมทั้งการจัดหาอุปกรณ์การยกขนตู้สินค้าทางรถไฟในแนวเส้นทางยุทธศาสตร์ที่สามารถเชื่อมโยงกับฐานการผลิตอุตสาหกรรม โดยเฉพาะบริเวณพื้นที่อุตสาหกรรมตามแนวระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก และแนวระเบียงเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ ตะวันออก-ตะวันตก และฐานเกษตรกรรมของประเทศ ไปยังประตูการค้าหลักของประเทศโดยเฉพาะบริเวณท่าอากาศยาน ท่าเรือระหว่างประเทศ และด้านการค้าที่สำคัญ รวมทั้งส่งเสริมให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการลงทุนพัฒนาและให้บริการศูนย์บริการโลจิสติกส์ต่างๆ เช่น จุดพักรถบรรทุก ศูนย์กระจายสินค้า ศูนย์เปลี่ยนถ่ายรูปแบบการขนส่ง เป็นต้น

2.1.4 พัฒนาพื้นที่เมืองชายแดนเพื่อสนับสนุนการขนส่งและโลจิสติกส์ เร่งรัดการวางผังเมืองในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษและจัดรูปแบบการพัฒนาพื้นที่บริเวณด่านชายแดนสำคัญ เพื่อให้สามารถสนับสนุนการค้า การลงทุน และการอำนวยความสะดวก พร้อมพัฒนาเส้นทางเลียบเมืองและเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างเมืองสำคัญในภูมิภาคเพื่อรองรับการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการค้า ส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมโลจิสติกส์และธุรกิจโลจิสติกส์โดยสนับสนุนผู้ประกอบการในพื้นที่เพื่อสร้างชุมชนโลจิสติกส์ (Logistics Community) ให้สามารถเก็บเกี่ยวมูลค่าเพิ่มจากกิจกรรมนำเข้า-ส่งออกสินค้าบริเวณด่านชายแดนได้ พัฒนาจุดผ่านแดนสำคัญที่มีศักยภาพทางการค้าให้เป็นด่านถาวรที่ได้มาตรฐานสากล พร้อมสนับสนุนความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการพัฒนาด่านถาวรให้ได้มาตรฐานสากลเช่นกัน นอกจากนี้ควรกำหนดหน่วยงานกำกับดูแลบูรณาการการพัฒนาและการใช้พื้นที่ด่านชายแดนเพื่อความเป็นเอกภาพในการบริหารจัดการด่านชายแดน สามารถกำหนดความสอดคล้องโครงการพัฒนาของแต่ละหน่วยงาน และแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ได้

2.2 กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาระบบ NSW ให้สมบูรณ์ เร่งรัดการจัดตั้งหน่วยงานบริหารจัดการส่วนกลางระบบ NSW เพื่อทำหน้าที่พัฒนา บริหารจัดการ และดูแลระบบส่วนกลางการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างภาครัฐ (G2G) และระหว่างภาครัฐและเอกชน (G2B) โดยเร็ว สามารถเชื่อมโยงระบบเครือข่ายข้อมูลในกระบวนการนำเข้าส่งออกและโลจิสติกส์ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ในลักษณะเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว ครอบคลุมทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน (G2B) ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงระบบ ASEAN Single Window (ASW) ได้อย่างสมบูรณ์ และเตรียมความพร้อมขยายการเชื่อมโยง NSW ไปสู่ระบบ Port Community System ทั้งท่าเรือแหลมฉบัง ท่าเรือกรุงเทพฯ และท่าอากาศยานสุวรรณภูมิต่อไป

2.3 กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนากระบวนการโลจิสติกส์ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ สนับสนุนการปรับลดขั้นตอนกระบวนการนำเข้าส่งออก ขั้นตอนกระบวนการทำงานของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวกับการนำเข้าส่งออก การออกใบอนุญาตและใบรับรองให้เป็นแบบอิเล็กทรอนิกส์และไร้เอกสารตามแนวทางการให้บริการแบบ Single Window และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล

โดยเฉพาะสินค้านำร่อง 5 ชนิด ได้แก่ น้ำตาล ข้าว ยางพารา สินค้าแช่แข็ง และวัตถุดิบอันตรายให้แล้วเสร็จโดยเร็วและขยายการปรับลดขั้นตอนกระบวนการนำเข้าส่งออกสู่สินค้าชนิดอื่นๆ ต่อไป เร่งจัดทำมาตรฐานรหัสพิกัด รหัสสถิติและรหัสสินค้าของทุกหน่วยงานให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน (Harmonized Codes) และพัฒนาระบบรองรับคำขอลิเกททรอนิกส์แบบหน้าต่างเดียว (Single Window Entry) เพื่อรองรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลแบบฟอร์มคำขอร่วมแบบอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงานภาครัฐ รวมทั้งปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบและกลไกขับเคลื่อนที่เกี่ยวข้องในการอำนวยความสะดวกทางการค้าให้สอดคล้องตามความตกลงด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Facilitation Agreement: TFA) และมาตรฐานทางการค้าที่จะมีผลบังคับใช้กับประเทศสมาชิกขององค์การการค้าโลก (WTO) เพื่อสนับสนุนกิจกรรมโลจิสติกส์ โดยเฉพาะที่ประตูการค้าสำคัญ อาทิ ท่าอากาศยาน ท่าเรือ และด่านชายแดน และผลักดันการออกกฎหมายบังคับใช้ในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประเทศ

2.4 กลยุทธ์ที่ 4 เร่งแก้ไขอุปสรรคการค้าระหว่างประเทศ ส่งเสริมการเจรจาการค้าระหว่างประเทศทั้งระดับทวิภาคีและพหุภาคี กำหนดหน่วยงานหลักและทำที่ที่ชัดเจนของไทยและเน้นการเจรจาเชิงรุกเพื่อขจัดอุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศ ทั้งมาตรการทางภาษี (Tariffs) และมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (Non-tariff barriers-NTBs) เช่น การเปลี่ยนแปลงกฎหมายหรือนโยบายทางการค้าของประเทศหรือกลุ่มประเทศคู่ค้า การเปลี่ยนแปลงมาตรการทางภาษี มาตรการด้านการขนส่ง มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการค้าระหว่างประเทศผ่านกรอบความตกลงระหว่างประเทศทั้งในระดับอนุภูมิภาค ภูมิภาค และระดับโลก โดยเฉพาะกับประเทศคู่ค้าชายแดน เพื่อให้การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย (LSPs) เกิดความสะดวกคล่องตัวและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านโลจิสติกส์

เร่งรัดการพัฒนาบุคลากรด้านโลจิสติกส์ ให้มีคุณภาพมาตรฐาน สร้างความเป็นมืออาชีพ และยกระดับมาตรฐานวิชาชีพด้านโลจิสติกส์ สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคเอกชนในการพัฒนากำลังคน ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ และพัฒนาระบบติดตามและประเมินผลการพัฒนาด้านโลจิสติกส์ของประเทศ

3.1 กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนามาตรฐานวิชาชีพโลจิสติกส์ การเพิ่มผลิตภาพแรงงานโดยหน่วยงานภาครัฐร่วมดำเนินการกับภาคเอกชนปรับปรุงกรอบหลักสูตรการศึกษาสาขาโลจิสติกส์ระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษาให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล สนับสนุนการจัดตั้งสถาบันและศูนย์พัฒนาบุคลากรโลจิสติกส์ที่ทันสมัยและได้มาตรฐาน พร้อมมีผู้ทรงคุณวุฒิเป็นวิทยากรมืออาชีพในการถ่ายทอดความรู้ด้านโลจิสติกส์ สนับสนุนองค์กรกำกับดูแลวิชาชีพ มาตรฐานและการประเมินคุณภาพการพัฒนาบุคลากรด้านโลจิสติกส์ และพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเพื่อบริหารการพัฒนาบุคลากรที่ได้มาตรฐานและเป็นปัจจุบัน

3.2 กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาบุคลากรด้านโลจิสติกส์ให้มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล ผลิตบุคลากรด้านโลจิสติกส์ทั้งระดับต้นน้ำและปลายน้ำในทุกสาขาอาชีพให้มีความเป็นมืออาชีพและมีจริยธรรม พัฒนาคู่มือบุคลากรและวางแผนจัดการกำลังคนด้านโลจิสติกส์ให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจ เน้นการฝึกอบรมวิชาชีพเฉพาะหรือเทคนิคเฉพาะด้านครอบคลุมตั้งแต่

กระบวนการจัดซื้อ กระบวนการจัดเก็บ กระบวนการขนส่ง และกระบวนการดำเนินการเพื่อให้สินค้าถึงมือลูกค้า เช่น บุคลากรคลังสินค้า บุคลากรด้านพิธีการศุลกากร บุคลากรด้านการขนส่งสินค้าทางถนน ทางอากาศยาน ทางรถไฟ และทางเรือ เป็นต้น สนับสนุนความร่วมมือกับเครือข่ายภาคเอกชน ในการฝึกอบรมในระดับปฏิบัติงาน และพัฒนาระบบส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงานเพื่อให้กำลังคนด้านโลจิสติกส์มีคุณภาพ มาตรฐาน และคำนึงถึงความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน

3.3 กลยุทธ์ที่ 3 วิจัยและพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีด้านโลจิสติกส์ ส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมสนับสนุนการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีด้านโลจิสติกส์ โดยสนับสนุนมาตรการการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐที่เอื้อต่อการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องพร้อมกำหนดให้มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่ภาครัฐ ภาคเอกชนและสถาบันศึกษา ใช้มาตรการทางการเงินหรือมาตรการส่งเสริมการลงทุนให้ภาคเอกชนเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมสนับสนุนการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อทดแทนการนำเข้า สร้างนวัตกรรมของตนเอง และเพิ่มประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์ของประเทศ อาทิ ระบบคลังสินค้าอัตโนมัติ ระบบบริหารจัดการและติดตามการขนส่งสินค้า ระบบตรวจสอบย้อนกลับ ระบบหุ่นยนต์อัตโนมัติ อุปกรณ์หุ่นยนต์ อุปกรณ์ยกขน และอุปกรณ์ซ่อมบำรุงที่ใช้ในกิจกรรมโลจิสติกส์ นวัตกรรมในกระบวนการผลิต กระบวนการเก็บเกี่ยว กระบวนการหลังการเก็บเกี่ยว และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อลดการกระแทกและบอบช้ำในระหว่างการขนส่งสินค้าของภาคการเกษตร

3.4 กลยุทธ์ที่ 4 ประเมิน/ติดตามข้อตกลงความร่วมมือระหว่างประเทศและพัฒนาฐานข้อมูล เพื่อประเมินผลการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศติดตามการเปลี่ยนแปลงด้านข้อตกลงและความร่วมมือระหว่างประเทศทั้งระดับทวิภาคี พหุภาคีในภูมิภาคและนานาชาติที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาโลจิสติกส์ของประเทศไทย อาทิ ความตกลงด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าขององค์การการค้าโลก และความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (Regional Comprehensive Economic Partnership : RCEP) เพื่อเป็นข้อมูลสำคัญในการเตรียมการปรับปรุงและวางแผนการพัฒนาพร้อมเพิ่มความสามารถของระบบติดตามประเมินผลการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศ โดยจัดทำระบบฐานข้อมูลกลางและระบบตัวชี้วัดที่มีประสิทธิภาพที่สามารถเชื่อมโยงและใช้ประโยชน์ร่วมกันได้ในแต่ละหน่วยงาน เพื่อช่วยติดตามประเมินผลการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศ อาทิ ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ด้านการเกษตร อุตสาหกรรม หรือพาณิชย์ รวมทั้งการติดตามประเมินผลการดำเนินงานของหน่วยงานตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อรายงานต่อคณะกรรมการ กบส.

ในการวิจัยครั้งนี้ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องคือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาเพิ่มมูลค่าระบบห่วงโซ่อุปทาน ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ได้แก่ 1) ยกระดับการบริหารจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานภาคเกษตรกรรมและภาคอุตสาหกรรมให้ได้มาตรฐาน 2) เชื่อมโยงการค้าสู่รูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) 3) พัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Providers : LSPs) ให้สามารถแข่งขันได้

แนวคิดเกี่ยวกับโลจิสติกส์

1. ความหมายของโลจิสติกส์

ธนิต โสรัตน์ (2550 : 7) กล่าวว่า โลจิสติกส์ (Logistics) หมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำใดๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ รวมถึงการเคลื่อนย้าย จัดเก็บ และกระจายสินค้าจากแหล่งที่ผลิต (Source of Origin) จนสินค้าได้มีการส่งมอบไปถึงแหล่งที่มีความต้องการ (Source of Consumption) โดยกิจกรรมดังกล่าวจะต้องมีลักษณะเป็นกระบวนการแบบบูรณาการโดยเน้นประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมีเป้าหมายในการส่งมอบแบบทันเวลา (Just in Time) และเพื่อลดต้นทุนโดยมุ่งให้เกิดความพอใจแก่ลูกค้า (Customers Satisfaction) และมีการส่งเสริมเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการ ทั้งนี้ กระบวนการต่างๆ ของระบบ Logistics จะต้อง มีลักษณะปฏิสัมพันธ์ที่สอดคล้องประสานกัน ในอันที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน

โกศล ศีลธรรม (2551) กล่าวว่า โลจิสติกส์ หมายถึง กระบวนการวางแผนการดำเนินงานและการควบคุมอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการเคลื่อนย้าย คน สินค้าที่นำกลับมาใช้ใหม่ วัสดุดิบ หรือสินค้าสำเร็จรูป ผ่านกระบวนการผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูป การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการคลังสินค้า กระบวนการสั่งซื้อ การบรรจุภัณฑ์และการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้า โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การกระจายสินค้าทั้งระบบเป็นระบบเดียวกัน กำหนดกลยุทธ์ด้านโลจิสติกส์ในส่วนของสินค้าใช้แล้วเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ การจำกัดของเสีย การขนถ่ายสินค้าขากลับ การซ่อมบำรุงและการวางแผนเครือข่ายของระบบโลจิสติกส์ เพื่อให้สามารถลดต้นทุนการกระจายสินค้าและเพิ่มประสิทธิภาพการกระจายสินค้าไปยังลูกค้า โดยสินค้าไปถึงสถานที่ที่กำหนดได้ทันเวลาที่ต้องการอยู่ในสภาพพร้อมใช้งานในปริมาณที่ครบถ้วนถูกต้องด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุด เพิ่มระดับการบริการที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

รวีพร คุเจริญไพศาล (2552 : 278) โลจิสติกส์ หมายถึง กระบวนการต่างๆ ของการกระจายสิ่งของ เครื่องอุปโภคบริโภคและกำลังสนับสนุนไปยังหน่วยงานต่างๆ ของทหารที่ตั้งอยู่จุดยุทธศาสตร์หรือเรียกว่า กระบวนการลำเลียงพลและอุปกรณ์ต่างๆ ในวงการธุรกิจ คำว่า “โลจิสติกส์” หมายถึง กระบวนการวางแผน การลงมือทำและการควบคุมที่มีประสิทธิผลและประสิทธิภาพตลอดจนประหยัดต้นทุนในทุกขั้นตอนของการผลิตจนถึงส่งมอบสินค้า นั่นคือ ตั้งแต่การได้มา การเก็บรักษาวัสดุดิบ วัสดุดิบถึงสำเร็จรูป และสินค้าสำเร็จรูป รวมไปถึงการกระจายสินค้า การจัดการขนส่ง การจัดการคลังสินค้า การส่งมอบสินค้า ถึงมือผู้บริโภคหรือลูกค้า โดยจุดมุ่งหมายที่สำคัญคือ เพื่อตอบสนองให้ลูกค้าพอใจสูงสุด และมีต้นทุนต่ำที่สุด

วิศิษฐ์ วัฒนานุกูล (2552) กล่าวว่า โลจิสติกส์ หมายถึง กระบวนการวางแผนการดำเนินการเพื่อควบคุมประสิทธิภาพการไหลเวียนของสินค้าและบริการ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การจัดการหาวัสดุดิบ การจัดการคลังสินค้า การบริหารต้นทุน การขนส่ง ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) ไปจนถึงจุดที่สินค้าหรือบริการถึงมือผู้บริโภค

ฐาปนา บุญหล้า และนางลักษณ์ นิमितภูวดล (2555 : 26) กล่าวว่า โลจิสติกส์ หมายถึง กระบวนการวางแผนปฏิบัติงาน และการควบคุมสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ทั้งล่วงหน้า และย้อนกลับของการเคลื่อนย้ายและการจัดเก็บสินค้า การบริการ และสารสนเทศ

ที่เกี่ยวข้องตั้งแต่จุดกำเนิดจนถึงจุดการบริโภคสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าการจัดการโลจิสติกส์จัดเป็นองค์ประกอบของการจัดการซัพพลายเชน (Supply Chain Management)

ประจวบ กล่อมจิตร (2556) กล่าวว่า โลจิสติกส์ หมายถึง ระบบการจัดส่งสินค้า ข้อมูลและทรัพยากรจากต้นทางไปยังผู้บริโภคตามความต้องการของลูกค้า โลจิสติกส์เกี่ยวข้องกับการผสมผสานของข้อมูล การขนส่ง การบริหารวัสดุคงคลัง การจัดการวัตถุดิบ และการบรรจุหีบห่อโลจิสติกส์เป็นช่องทางหนึ่งของโซ่อุปทานที่เพิ่มมูลค่าของการใช้ประโยชน์เวลาและสถานที่

สรุปได้ว่า โลจิสติกส์ หมายถึง กระบวนการวางแผนที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บวัตถุดิบสินค้า ข้อมูลข่าวสารไปยังสถานที่ส่งมอบด้วยความถูกต้องอย่างทันเวลาและมีต้นทุนรวมที่สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้าและบริการ

2. กิจกรรมโลจิสติกส์

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2550) ระบุว่า จำแนกกิจกรรมโลจิสติกส์ไว้จำนวน 15 กิจกรรม ไว้ดังนี้

- 2.1 งานบริการลูกค้า
- 2.2 การวางแผนเกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้งของอาคารโรงงานคลังสินค้า
- 2.3 การพยากรณ์และการวางแผนอุปสงค์
- 2.4 การจัดซื้อจัดหา
- 2.5 การจัดการสินค้าคงคลัง
- 2.6 การจัดการวัตถุดิบ
- 2.7 การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ
- 2.8 การบรรจุหีบห่อ
- 2.9 การดำเนินการกับคำสั่งซื้อของลูกค้า
- 2.10 การขนของและการจัดส่ง
- 2.11 โลจิสติกส์ย้อนกลับ
- 2.12 การจัดการกับช่องทางจัดจำหน่าย
- 2.13 การกระจายสินค้า
- 2.14 คลังสินค้าและการเก็บสินค้าเข้าคลัง
- 2.15 กิจกรรมการแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ แต่หากพิจารณาแล้วการจัดการ

โลจิสติกส์ประกอบด้วยกิจกรรม 4 ด้าน ได้แก่ การจัดการกระจายสินค้า (distribution management) การจัดการสินค้าคงคลัง (inventory management) การจัดการขนส่ง (transportation management) และการจัดการสารสนเทศ (information management)

ธนิต โสรรัตน์ (2550) กล่าวว่า กิจกรรมของโลจิสติกส์นั้นจะมีลักษณะที่ประกอบไปด้วยกระบวนการต่างๆ มากมาย ซึ่งต่างทำหน้าที่ในการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมของการผลิตและการตลาดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายซึ่งกล่าวไว้ข้างต้น กิจกรรมของโลจิสติกส์กิจกรรมของโลจิสติกส์ประกอบไปด้วย ดังนี้

1. การขนส่งและการเคลื่อนย้ายสินค้า (Transportation & Moving) รวมทั้งเกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ (Packaging)

2. ตัวแทนในการบริหารการจัดส่งและการขนส่ง ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ (Domestic and International Transportation)

3. กระบวนการ Clearing สินค้าและพิธีการทางศุลกากร (Customs Broker)

4. การบริหารจัดการคลังสินค้าภายใน (Inventory Management) และงานที่เกี่ยวข้องกับ Flow ของสินค้าแรงงานและให้บริการอุปกรณ์เครื่องมือที่จำเป็นในการเก็บรักษาสินค้า

5. การบริการคลังสินค้าสาธารณะ (Public Warehouse Provider) และการกระจายสินค้า (Distribution Center)

6. การบริการท่าเรือ การจัดการสถานที่บรรจุสินค้า การจัดการสถานีขนส่ง การได้สัมปทานที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง

7. กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมูลค่าเพิ่มทางการตลาดให้กับลูกค้า (Market Value Added) ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด การเป็นตัวแทนในการจัดจำหน่าย การกำหนดความต้องการของการตลาด และจัดการคำสั่งซื้อ (Market Ordering) การให้ข้อมูลเพื่อคาดคะเนและพยากรณ์การขาย (Sale Forecasting) การแบ่งบรรจุสินค้าและบรรจุภัณฑ์ การจัดเรียงสินค้าในห้างสรรพสินค้า ฯลฯ

8. การประสานงานกับฝ่ายผลิต (Cooperative with Production) เพื่อประโยชน์ในการจัดการระบบโลจิสติกส์ของกระบวนการการผลิตสินค้า หรืองานสนับสนุนการผลิตอื่นๆ เช่น การป้องกันอุบัติเหตุการบริหารงานเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพสินค้าหรือ (Quality Control : QC) ฯลฯ

9. การจัดการข้อมูลข่าวสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ

ค่านาย อภิรัชญาสกุล (2555) กล่าวว่า กิจกรรมการจัดการโลจิสติกส์อันมุ่งไปที่การคลังสินค้าจะมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. การกำหนดหน้าที่ในการจัดการที่เป็นขั้นตอนตามลำดับเป็นกระบวนการในดำเนินงาน ซึ่งผู้บริหารจะต้องเป็นผู้กระทำ โดยมีการจัดโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ของบุคลากร รวมถึงการกำหนดกิจกรรมต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับการบรรลุเป้าหมาย พร้อมทั้งส่งมอบอำนาจหน้าที่ไปยังผู้รับผิดชอบเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดสินค้าที่เก็บรักษาอยู่ในคลังสินค้าเกิดความเสียหายสูญหายและเสื่อมสภาพ

2. การจัดวางสินค้าอย่างเป็นระบบและมีระเบียบในพื้นที่เก็บรักษา ทำให้สินค้าอยู่ในสภาพพร้อมสำหรับการจัดส่งออกไป เพื่อจำหน่ายหรือใช้งานตามความมุ่งหมาย เนื่องจากสินค้าบางอย่างมีความจำเป็นต้องแยกประเภทของสินค้าก่อนเพื่อความสะดวกในการเก็บรักษาในคลังสินค้า จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบเพื่อเป็นผลทำให้ดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

3. สินค้าแต่ละชนิดต้องมีการจัดเก็บในคลังสินค้าอย่างเหมาะสม ซึ่งต้องมีการแยกประเภทของสินค้าอย่างชัดเจนมีการรักษาสินค้าให้อยู่ในสภาพเดิมพร้อมใช้งานเสมอการเคลื่อนย้ายสินค้าต้องมีความระมัดระวังและถูกต้อง ทั้งนี้ เพื่อเป็นการบูรณาการทรัพยากรต่างๆ ให้การดำเนินงานกิจการคลังสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของคลังสินค้าแต่ละประเภทที่กำหนดไว้สินค้าต้องเก็บไว้ในพื้นที่ที่ได้วางแผนไว้ คลังสินค้าและกิจกรรม

การจัดเก็บจึงรองรับความต้องการในการเก็บสินค้าในกิจกรรมโลจิสติกส์ มีหน้าที่กำหนดพื้นที่ที่ต้องการการวางแผนการจัดเก็บในคลังสินค้า การออกข้อกำหนดของคลังสินค้า การเพิ่มหรือสร้างสต็อกทดแทน กิจกรรมนี้ ไม่เหมือนกับการควบคุมสินค้าในคลังสินค้า เพราะว่าเป็นการนำข้อมูลจากกิจกรรมในการปฏิบัติงานในคลังสินค้ามาใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับวิธีการจัดเก็บสินค้าในคลังสินค้า

4. ในโลกของการทำงานถ้าสินค้าสามารถผลิตและขนส่งให้ลูกค้าทันทีที่ไม่จำเป็นต้องมีสินค้าคงคลัง เพราะสินค้าคงคลังเป็นตัวที่รองรับในระบบการให้บริการลูกค้า โดยจากลูกค้าภายในบริษัทคือ สนับสนุนการผลิตแก่โรงงานหรือสนับสนุนการตลาดจากโรงงานไปยังลูกค้าภายในบริษัทคือ สนับสนุนการลงทุนด้านสินค้าคงคลังสามารถนำไปใช้เพื่อกิจกรรมอย่างอื่นได้ แต่ถ้าสินค้าคงคลังยังมีความจำเป็น ในกรณีที่ไม่มีความแน่นอนของความต้องการจากลูกค้า ดังนั้น ระดับสินค้าในคลังสินค้าที่ดีที่สุด จำเป็นต้องมีการควบคุม เพราะทำให้ต้นทุนในการเก็บรักษาที่ดีที่สุด โดยสามารถรักษาระดับการให้บริการแก่ลูกค้าและการเปลี่ยนแปลงในการผลิต จึงจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการคลังสินค้า เพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินงานตามที่ได้วางแผนไว้เกี่ยวกับการเก็บรักษาและคงสภาพของสินค้าให้เหมือนกับที่รับเข้ามา ทั้งปริมาณและคุณภาพ

5. การออกแบบผังโรงงานหรือคลังสินค้าที่ดีที่สุดคือ การมีระยะทางการเคลื่อนที่ของการขนถ่ายวัสดุระหว่างกิจกรรมหรือระหว่างหน่วยงานน้อยที่สุด การเคลื่อนย้ายสินค้าโดยจะรวมถึงการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ สินค้าสำเร็จรูป สินค้าคงคลังในระหว่างการผลิตและสินค้าสำเร็จรูปภายในโรงงานและคลังสินค้า การเคลื่อนย้ายสินค้า ประกอบด้วย การคัดเลือกอุปกรณ์ นโยบายการทดแทน กระบวนการเลือกหยิบสินค้า การจัดเก็บและนำสินค้าออกจากคลังสินค้า ซึ่งการนำเอาระบบโลจิสติกส์มาใช้ในการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือทดแทนการเคลื่อนย้ายที่ไม่ทำให้เกิดมูลค่าและหาทางที่จะลดต้นทุน จึงเป็นเป้าหมายของการจัดการโลจิสติกส์

6. การส่งมอบสินค้าเป็นการสนับสนุนกิจกรรมในระบบโลจิสติกส์ เป็นการไหลของสินค้าที่มีทิศทางให้กับฝ่ายผลิตหรือลูกค้า ซึ่งจะต้องส่งมอบสินค้าให้ตรงกับความต้องการทั้งจำนวนของสินค้า สินค้ามีสภาพดีพร้อมใช้งานความถูกต้องของสถานที่และเวลาในการส่งมอบ ซึ่งจะต้องมีกระบวนการคัดเลือกสินค้าและระบบการจัดส่งให้กับลูกค้า ด้วยหน้าที่นี้ทำให้คลังสินค้ามีบทบาทต่อการส่งมอบสินค้าสำเร็จรูปจากสายการผลิตไปสู่ลูกค้า

กิจกรรมโลจิสติกส์สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ ด้วยกันคือ ระดับจุลภาค (Micro Level) และระดับมหภาค (Macro Level) ซึ่งทั้งสองระดับมีความสัมพันธ์กันคือ กิจกรรมโลจิสติกส์ระดับจุลภาคเป็นปัจจัยของโลจิสติกส์ระดับมหภาค และเป็นกลไกในการขับเคลื่อนขบวนการหรือกิจกรรมย่อยที่เกิดขึ้นในระดับองค์การ ในขณะที่โลจิสติกส์มหภาคจะเป็นการจัดการขบวนการหรือกิจกรรมย่อยที่เกิดขึ้นในระดับองค์การ ในขณะที่โลจิสติกส์มหภาคจะเป็นการจัดการขบวนการหรือกิจกรรมย่อยที่เกิดขึ้นในระดับองค์การอุตสาหกรรมและระดับประเทศ เป็นต้น โดยทุกกิจกรรมภาพรวมที่เกิดขึ้นในระดับองค์การอุตสาหกรรมและระดับประเทศ เป็นต้น โดยทุกกิจกรรมจะเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายของวัตถุดิบสินค้า ข้อมูลและบริการ ตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงจุดของการบริโภคขั้นสุดท้าย เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งกิจกรรมโลจิสติกส์ระดับจุลภาคประกอบด้วย 13 กิจกรรมดังต่อไปนี้ (Stock and Lambert, 2001)

1. การบริการลูกค้า (Customer Service) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการให้บริการแก่ลูกค้าตั้งแต่การส่งสินค้าที่ถูกต้อง ถูกสถานที่ ตรงเวลาและตามเงื่อนไขที่กำหนดแต่ต้องมีต้นทุนต่ำที่สุด เพื่อสร้างความพอใจสูงสุด
2. การพยากรณ์ความต้องการสินค้า (Demand Forecasting) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งถือได้ว่าเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญเพราะเป็นกิจกรรมที่จะสร้างผลกำไรหรือทำให้บริษัทขาดทุนในการดำเนินการ
3. การจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory Management) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารสินค้าคงคลัง ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบการเงินที่เกิดจากการถือครองสินค้าของบริษัทซึ่งสินค้าคงคลังเหล่านั้นถือว่าเป็นต้นทุนของบริษัท
4. การสื่อสาร (Logistics Communication) เป็นกิจกรรมการสื่อสารภายในบริษัท ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ และลูกค้าหรือทั้งระบบโซ่อุปทาน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่รวดเร็ว และถูกต้องรวมทั้งการควบคุมสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ เช่น การนำระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange : EDI) เข้ามาใช้
5. การจัดการวัตถุดิบ (Material Handling) เป็นกิจกรรมการขนถ่ายสินค้าทั้งวัตถุดิบ และสินค้าระหว่างการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป โดยจะต้องพยายามลดการขนถ่ายระยะระยะทางการขนส่ง ลดจำนวนสินค้าระหว่างการผลิตตลอดขวด (Bottle Neck) และลดของเสียต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน
6. กระบวนการการสั่งซื้อสินค้า (Order Processing) จะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการจัดการคำสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าที่มีเข้ามาโดยจะต้องพยายามดำเนินการให้รวดเร็วที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งสามารถนำระบบคอมพิวเตอร์ และการจัดการธุรกิจเชิงอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาช่วยในการจัดการ
7. การบริหารคลังสินค้า (Warehousing and Storage) เป็นกิจกรรมการบริหารคลังสินค้า อาทิ การจัดพื้นที่ในคลังสินค้า ระดับของสินค้าคงคลัง อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ที่จำเป็นในการดำเนินกิจกรรมภายในคลังสินค้า เป็นต้น
8. การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) คือ กิจกรรมการจัดการเรื่องของการบรรจุภัณฑ์ของสินค้า ทั้งนี้ในแง่ของการตลาด คือ การบ่งบอกถึงรายละเอียดของสินค้า การสร้างการรับรู้ เป็นต้น และในแง่ของการจัดการโลจิสติกส์ อาทิ การป้องกันตัวสินค้าไม่เกิดความเสียหาย การจัดวางสินค้าในคลังสินค้า หรือบนชั้นจำหน่ายให้สามารถจัดการได้ง่าย เป็นต้น
9. การเลือกที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้า (Plant and Warehouse site Selection) เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการเลือกที่ตั้งของโรงงานและคลังสินค้า โดยจะต้องให้ความสำคัญกับความใกล้ – ไกล ของแหล่งวัตถุดิบและลูกค้าเพื่อสะดวกในการเข้าถึง มีระยะทางการขนส่งไม่ไกลเกินไปและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
10. การจัดซื้อวัตถุดิบ (Procurement) เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการจัดซื้อและจัดหาวัตถุดิบ และบริการทั้งในส่วนของการเลือกผู้จำหน่ายวัตถุดิบและบริการ ช่วงเวลาในการสั่งซื้อวัตถุดิบ ปริมาณ และการสร้างความสัมพันธ์กับผู้จำหน่ายวัตถุดิบเหล่านั้น

11. การจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics) เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการจัดการสินค้าที่ถูกส่งคืน และสินค้าที่เสียหาย

12. การขนส่ง (Traffic and Transportation) เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการขนส่งจากแหล่งผลิตไปจนถึงลูกค้าคนสุดท้ายอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยต้องนำส่งสินค้าในปริมาณที่ถูกต้องตามที่กำหนด และมีสภาพสมบูรณ์พร้อมทั้งต้องตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ด้วย

13. การสนับสนุนด้านอะไหล่และบริการ (Parts and Service Support) คือ เป็นกิจกรรมสนับสนุนการผลิต ทั้งในส่วนของเครื่องมือ อะไหล่และการให้บริการที่มีความพร้อมและรวดเร็ว เมื่อเครื่องจักรเกิดชำรุดเสียหาย เพื่อไม่ให้สายการผลิตต้องหยุดชะงัก

3. ความสำคัญและบทบาทของโลจิสติกส์

ภายใต้บริบทของการแข่งขันเสรีก่อให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงทำให้ภาคธุรกิจและภาคการผลิตต้องมีการใช้กลยุทธ์ในการแข่งขัน ภายใต้ความกดดันของต้นทุนและความต้องการที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความจำเป็นที่ภาคการค้าจะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการส่งมอบสินค้าและบริการทั้งก่อนและหลังการขาย จะต้องมีการบูรณาการทั้งกับซัพพลายเออร์ และกับลูกค้าอย่างเป็นบูรณาการ ทั้งในแง่ประสิทธิภาพและประสิทธิผล ภายใต้ห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่จุดเริ่มต้นของการผลิตสินค้า (Origin Source) จนไปถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย (Customer Source) โดยนับความหมายของโลจิสติกส์มีส่วนสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) และการเคลื่อนย้ายสินค้าให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า (Demand Pull) ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจภายใต้ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Core Competitiveness) ทำให้ศาสตร์แห่งโลจิสติกส์เป็นที่น่าสนใจและนำมาประยุกต์ใช้ในองค์การธุรกิจอย่างที่ไม่เคยมีศาสตร์ใดในโลกเคยเป็นมาก่อน โดยประเทศซึ่งพัฒนาแล้ว ได้เริ่มนำกระบวนการจัดการด้วยโลจิสติกส์มาใช้ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1980 ปัจจุบันต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศเหล่านี้ต่ำกว่าประเทศไทยถึง 1 เท่า โดยได้มีการนำไปใช้ในหลายๆ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ เช่น งานด้านจัดซื้อ งานที่เกี่ยวข้องกับงานบริการลูกค้า (Customer Service) งานคลังสินค้าและกระจายสินค้า งานบรรจุภัณฑ์ การขนส่งและการส่งมอบสินค้า ฯลฯ

ความสำเร็จในการทำตลาดทั้งในระดับประเทศและในระดับสากลจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการส่งมอบและการกระจายสินค้าภายใต้การขนส่งทางไกลระหว่างประเทศ ซึ่งนอกเหนือจากมีเงื่อนไขทางเวลา (Time Utility) ยังมีเงื่อนไขการขนส่งที่สามารถจะแข่งขันกับประเทศคู่แข่งซึ่งอาจจะมีที่ตั้งอยู่ใกล้กับลูกค้า (Place Utility) ซึ่งทำให้ความได้เปรียบด้านต้นทุนขนส่ง ซึ่งเป็นปัจจัยที่ลูกค้า บริษัทและซัพพลายเออร์ จะต้องมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มเข้ามาอยู่ในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน เพื่อผนึกกำลังในการร่วมมือทางธุรกิจ (Business Synergy) โดยใช้การบริหารจัดการระบบการรับ-ส่งสินค้าและบริการทั้งที่เป็นวัตถุดิบในประเทศและที่นำเข้าจากต่างประเทศให้มีการไหลเวียนในการส่งมอบจัดการขนส่ง บรรจุ และจัดเก็บสินค้าและการกระจายสินค้าจนถึงผู้รับคนสุดท้าย ภายใต้ประสิทธิภาพของความเร็ว ต้นทุน และคุณภาพ ซึ่งภาคธุรกิจจะต้องมีการกำหนดเป็นยุทธศาสตร์และแผนการจัดซื้อและการส่งมอบที่มีความสัมพันธ์กับพื้นที่ของการขนส่ง กล่าวคือ จะต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับยานพาหนะขนส่งไม่ว่าจะเป็นรถบรรทุกหรือ

บริการขนส่งทางเรือก็ตาม จะต้องสามารถใช้พื้นที่ได้เต็มพิกัด (Space Utility) รวมทั้งลดการขนส่งที่วิ่งเปล่าไม่มีสินค้าเพื่อให้เกิดการลดต้นทุนด้านการขนส่ง อีกทั้งจะต้องมีการกำหนดปริมาณการจัดซื้อให้มีความสัมพันธ์กับการผลิตและการส่งมอบเพื่อให้สินค้าคงคลังมีจำนวนน้อยที่สุด

การที่โลจิสติกส์จะนำไปประยุกต์ใช้ในภาคการค้าและอุตสาหกรรม จะต้องมีการนำไปเป็นกลไกในการทำให้ต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้กับตลาดโลก จึงควรหลีกเลี่ยงการสั่งซื้อหรือการนำเข้าสินค้าปริมาณครั้งละจำนวนมาก ซึ่งนอกเหนือจะเป็นภาระในการเก็บรักษาingg ก่อให้เกิดต้นทุนด้านการเงินในรูปแบบของดอกเบี้ย และค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสินค้า รวมถึงสภาพคล่องทางธุรกิจการส่งมอบสินค้าหรือกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการรับสินค้าจะต้องมีแผนงานในการประหยัดทั้งเชิงต้นทุนต่อระยะเวลา ช่องว่างของการรอรับสินค้า (Lead Time GAP) รวมทั้งการจัดปัญหาความผิดพลาดต่างๆ ซึ่งจะมีผลต่อการล่าช้าของการจัดส่งสินค้าบริการข้อมูลข่าวสารระหว่างหน่วยงานต่างๆ ภายในบริษัท ซึ่งทั้งหมดจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนรวมถึงการส่งมอบที่ซ้กช้า หรือการส่งมอบก่อนเวลาจะทำให้เกิดต้นทุนที่ไม่จำเป็น เช่น สินค้าคงคลังเกินความจำเป็น รวมทั้ง การเสียโอกาสทางการค้า ซึ่งสามารถคำนวณเป็นตัวเงินหรือต้นทุนที่อยู่ในตัวสินค้า

บทบาทของโลจิสติกส์ มีดังนี้ (วิศิษฐ์ วัฒนากุล, 2552)

1. ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในกระบวนการด้านโลจิสติกส์และการจัดการซัพพลายเชนของธุรกิจ
2. ทำให้ธุรกิจสามารถปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงจากการเปิดเสรีทางการค้า และสามารถเพิ่มกิจกรรมสำคัญเพื่อสนับสนุนการขายสินค้าและบริการ
3. ช่วยเพิ่มอรรถประโยชน์ด้านเวลาและสถานที่สำหรับลูกค้า เมื่อต้องการบริโภคหรือนำไปใช้เพื่อการผลิต ด้วยต้นทุนที่กำหนดไว้
4. สามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารมาประยุกต์ใช้ เพื่อช่วยลดระยะเวลาการดำเนินงานในขั้นตอนต่างๆ ของกระบวนการผลิตไปจนถึงมือผู้ขายและผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
5. เสริมสร้างอำนาจการแข่งขันเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดการประสานงานกันอย่างต่อเนื่องในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

4. บทบาทของโลจิสติกส์ทางการค้า

ธนิต โสรัตน์ (2550) กล่าวว่า การแข่งขันเสรีก่อให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรง ทำให้ภาคธุรกิจและภาคการผลิตต้องมีการใช้กลยุทธ์ในการแข่งขัน ภายใต้ความกดดันของต้นทุนและความต้องการที่หลากหลาย และเปลี่ยนแปลงเป็นพลวัต ความจำเป็นที่ภาคการค้าจะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกันกับการส่งมอบสินค้า และบริการทั้งก่อนและหลังการขาย จะต้องมีการบูรณาการทั้งกับซัพพลายเออร์ แลกับลูกค้าอย่างเป็นบูรณาการ ทั้งในแง่ประสิทธิภาพและประสิทธิผล ภายใต้ห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่จุดเริ่มต้นของการผลิตสินค้า (Origin Source) จนไปถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย (Customer Source) โดยนับความหมายของโลจิสติกส์มีส่วนสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) และการเคลื่อนย้ายสินค้าให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า (Demand Pull) ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจภายใต้ยุทธศาสตร์ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Core Compettiveness) ทำให้ศาสตร์แห่งโลจิสติกส์เป็นที่สนใจและ

นำมาประยุกต์ใช้ในองค์กรธุรกิจอย่างไม่เคยมีศาสตร์ใดในโลกเคยเป็นมาก่อน โดยประเทศซึ่งพัฒนาแล้ว ได้เริ่มนำกระบวนการจัดการด้วยโลจิสติกส์มาใช้ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1980 ปัจจุบันต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศเหล่านี้ต่ำกว่าประเทศไทยถึง 1 เท่า โดยได้มีการนำไปใช้ในหลายๆ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์เช่น งานด้านจัดซื้อ งานที่เกี่ยวข้องกับงานให้บริการลูกค้า (Customer Service) งานคลังสินค้า และการกระจายสินค้า งานบรรจุภัณฑ์ การขนส่ง และการส่งมอบสินค้า ฯลฯ

ความสำเร็จในการทำตลาดทั้งในระดับประเทศและในระดับสากลจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการส่งมอบ และการกระจายสินค้า ภายใต้การขนส่งทางไกลระหว่างประเทศ ซึ่งนอกเหนือจากมีเงื่อนไขทางเวลา (Time Utility) ยังมีเงื่อนไขการขนส่งที่สามารถจะแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง ซึ่งอาจจะมีที่ตั้งอยู่ใกล้กับลูกค้า (Place Utility) ซึ่งทำให้ความได้เปรียบด้านต้นทุนขนส่ง ซึ่งเป็นปัจจัยที่ลูกค้าบริษัท และซัพพลายเออร์ จะต้องมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มเข้ามาอยู่ในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน เพื่อผนึกกำลังในการร่วมมือทางธุรกิจ (Business Synergy) โดยใช้การบริหารจัดการระบบการรับ – ส่งสินค้า และบริการทั้งที่เป็นวัตถุดิบในประเทศ และที่นำเข้ามาจากต่างประเทศให้มีการไหลลื่นในการส่งมอบจัดการขนส่ง บรรจุ จัดเก็บสินค้า และการกระจายสินค้าจนถึงผู้รับคนสุดท้าย ภายใต้ประสิทธิภาพของความเร็ว ต้นทุน และคุณภาพ ซึ่งภาคธุรกิจจะต้องมีการกำหนดเป็นยุทธศาสตร์และแผนการจัดซื้อและการส่งมอบที่มีความสัมพันธ์กับพื้นที่ของการขนส่ง กล่าวคือ จะต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับยานพาหนะขนส่ง ไม่ว่าจะเป็รถบรรทุกหรือบริการขนส่งทางเรือก็ตาม จะต้องสามารถใช้พื้นที่ได้เต็มพิกัด (Space Utility) รวมทั้งลดการขนส่งที่เปลืองค่าใช้จ่ายไม่จำเป็น เพื่อให้เป็นการลดต้นทุนด้านการขนส่ง อีกทั้งจะต้องมีการกำหนดปริมาณการจัดซื้อให้มีความสัมพันธ์กับการผลิต และการส่งมอบเพื่อให้สินค้าคงคลังมีจำนวนน้อยที่สุด

การที่โลจิสติกส์จะนำไปประยุกต์ใช้ในภาคการค้า และอุตสาหกรรมจะต้องมีมาตรการนำไปเป็นกลไกการทำให้มีต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้กับตลาดโลก จึงควรหลีกเลี่ยงการสั่งซื้อหรือการนำเข้าสินค้าปริมาณครั้งละจำนวนมาก ซึ่งนอกเหนือจะเป็นภาระในการเก็บรักษา ยังก่อให้เกิดต้นทุนด้านการเงินในรูปแบบของดอกเบี้ย และค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสินค้ารวมถึงสภาพคล่องทางธุรกิจการส่งมอบสินค้าหรือกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการรับสินค้าจะต้องมีแผนงานในการประหยัดทั้งเชิงต้นทุนต่อระยะเวลาช่องว่างของการรอรับสินค้า (Lead Time GAP) รวมทั้งการขจัดปัญหาความผิดพลาดต่างๆ ซึ่งจะมีผลต่อการล่าช้าของการจัดส่งสินค้า บริการข้อมูลข่าวสารระหว่างหน่วยงานต่างๆ ภายในบริษัท ซึ่งทั้งหมดจะส่งผลกระทบต่อต้นทุน รวมถึง การส่งมอบที่ชักช้า หรือการส่งมอบก่อนเวลาจะทำให้เกิดต้นทุนที่ไม่จำเป็น เช่น สินค้าคงคลังเกินความจำเป็น รวมทั้งการเสียโอกาสทางการค้า ซึ่งสามารถคำนวณเป็นตัวเงิน หรือต้นทุนที่อยู่ในตัวสินค้า

บทบาทของโลจิสติกส์ยังนำไปใช้ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าเป็นกิจกรรมทางโลจิสติกส์ที่ต้องการปฏิสัมพันธ์ทั้งกายภาพและสื่อสารที่เป็นการสื่อสารด้านโลจิสติกส์ (Logistics Communication) ตลอดทุกหน่วยงานในโซ่อุปทานทั้งหน่วยงานภายในองค์กรและนอกองค์กร เพื่อให้การส่งมอบสินค้าถูกต้องไปสู่ลูกค้าตามเวลา และเงื่อนไขที่ได้ตกลงกับลูกค้าทางโลจิสติกส์ที่ต้องการปฏิสัมพันธ์ทั้งกายภาพ และสื่อสารที่เป็นการสื่อสารด้านโลจิสติกส์ (Logistics Communication) ตลอดทุกหน่วยงานในโซ่อุปทานทั้งหน่วยงานภายในองค์กรและนอกองค์กร เพื่อให้การส่งมอบสินค้าถูกต้องไปสู่ลูกค้าตามเวลา และเงื่อนไขที่ได้ตกลงกับลูกค้า

5. บทบาทของโลจิสติกส์ต่อเศรษฐกิจ

ธูาปนา บัญหล้า และนงลัษณณ์ นลมีตภูวตล (2555 : 21) ได้กล่าวว้า ความมั่งคั่งของลูกค้านั้นจะนำป้ไปสู่การเพิ่มผลผลิตมวลรวมประชาชาติและการขยายตัวทางการตลาดระหว่างประเทศทั้งในด้าสินค้ และบรลการ ส่งผลให้เกดการกระจายของสินค้ไปย้งลูกค้อย่างทั่วถึงทุกมุมโลกองค้กรรฐรลจลมีการเพิ่มขนาดและความซ้บซ้อนมากขึ้น เพื่อบรรลู่ถึงความท้หายในการขยายตลาดและความหลากหลายของสินค้และบรลการ จลมีการปรบเปล่ยนจากสายการผลิตสินค้ชนิดเดยวเป็นสายการผลิตสินค้ที่มีความหลากหลายแทน ดล้งนั้น การกระจายสินค้จากจุดกำเนิดไปจนถึงลูกค้รายสุดท้ยจลกลายเป็นองค้ประกอบส้าคัญขนาดใหญ้ของผลผลิตมวลรวมประชาชาติหรือ (Gross Nation Product : GNP) มูลค้ของสินค้ และบรลการซ้บซ้อนท้ยท้หมดที่ผลิตซ้บในระยยะเวลาหน้งโดยใช้ทร้พยาการที่ค้บในประเทคน้ันๆ เป็นเจ้าของ โดยไม่ค้บว่าผลิตในประเทหรือนอกประเท

ส้าหรับประเทที่แสดงถึงบทบาทของโลจลสติกส์ต่อระบบเศรฐรลจลได้ย้งชัดเจนค้คือ สหรัฐอเมริกา เพราะเมื่อพลการณามีของค้ GNP ของสหรัฐ้า พบว้า ในป้ พ.ศ. 2552 นั้น โลจลสติกส์มีสนบสนุนถึง 9.50% โดยประมาณ ท้้งนี้เนอองจากค้ใช้จ่ายในการด้าเนินการโลจลสติกส์ของสหรัฐ้าส่วใหญ่สามารถนำมาค้บวณเป็นมูลค้ GNP ของประเทได้ รายละเอยดค้ใช้จ่ายที่นำมาค้บวณมีรายละเอยด ดล้งนี้

1. ต้นทุนการขนส่งสินค้และบรลการ (Transportation Cost) เป็นค้ใช้จ่ายของเจ้าของจลการที่รับด้าเนินการจยย้ายสินค้จากแหล่งผลิตไปย้งปลายทาง หรือผู้บรลค้ซ้บซ้อนท้ยท้หมด ท้้งนี้ ในการค้บวณจะพลการณเฉพาะค้ใช้จ่ายที่เกดจากการขนส่งสินค้เท่านั้น ไม่รวมถึงค้ใช้จ่ายที่เกดจากการขนส่งผู้โดยสาร

2. ต้นทุนการบริหารคลังสินค้ (Warehousing Cost) ประกอบด้วยต้นทุนที่เกดซ้บจากจลการมการใช้บรลการในด้าบคลังสินค้ การจ้ดเก็บสินค้ การเลอองสถานที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้

3. ต้นทุนการถือครองสินค้ (Inventory Carrying Cost) ประกอบด้วย ต้นทุนในการถือครองสินค้หรือค้เสียโอกาสที่เงินทุนไปจมอยู่ในสินค้

4. ค้ใช้จ่ายการบริหารจ้ดการ (Administration Cost) ประกอบด้วย ต้นทุนการให้บรลการลูกค้ ต้นทุนการรับค้สั่งซ้บ ต้นทุนต่อปรลมาณการสั่งซ้บ

แนวค้ดเกยว้กับการจ้ดการโลจลสติกส์

1. ความหมายของการจ้ดการโลจลสติกส์

ทว้ศ้กดี เทพพลท้กษ้ (2548 : 14-15) ได้ให้ความหมายของการจ้ดการโลจลสติกส์ว้า หมายถึง การวางแผนและกรอบการทำงานในการเคลอ่ยนย้ายสินค้และข้อมูลของรฐรลจล การจ้ดการโลจลสติกส์ที่มีประลลลทธิภพและประลลลทธิผลจะช่วยให้องค้กรมีควมได้เปรยบในการแข่งซ้บ

Christopher (1998 : 57) ได้ให้ความหมายของการจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management) ว่าหมายถึง การจัดการเชิงกลยุทธ์ในการจัดซื้อจัดหา การเคลื่อนย้าย และจัดเก็บ วัสดุดิบ ชิ้นส่วนและสินค้าคงคลัง ตลอดทุกหน่วยขององค์กร โดยผ่านช่องทางการตลาดเพื่อสร้าง ประโยชน์สูงสุดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในด้านต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ

จากความหมายข้างต้น สรุปได้ว่า การจัดการโลจิสติกส์ หมายถึง กระบวนการ ทำงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การดำเนินการ และการควบคุมการทำงานขององค์กร รวมทั้งการบริหารจัดการข้อมูลและธุรกรรมทางการเงินที่เกี่ยวข้อง ให้เกิดการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บ การรวมรวมการกระจายสินค้า วัสดุดิบ ชิ้นส่วนประกอบ และการบริการ ให้มีประสิทธิภาพ และ ประสิทธิภาพสูงสุดโดยคำนึงถึงความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ ซึ่งการจัดการโลจิสติกส์ เป็นส่วนหนึ่ง

2. การบริหารจัดการโลจิสติกส์

รุธิร์ พนมยงค์ (2547) กล่าวว่าการบริหารจัดการโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของการ บริหารจัดการระบบโซ่อุปทาน (Supply Chain) ที่มีกระบวนการในการวางแผน การนำเสนอ และ การควบคุมการไหลทั้งไปและกลับอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล รวมถึงการเก็บรักษาสินค้า บริการ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกันตั้ง แต่จุดเริ่มต้นจนถึงจุดของการบริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการ ของลูกค้า ซึ่งโลจิสติกส์ประกอบไปด้วยสาระสำคัญ 6 องค์ประกอบ ดังนี้

1. การบริหารจัดการโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารระบบโซ่อุปทาน อธิบาย ได้ว่าโลจิสติกส์เป็นการบริหารจัดการระบบภายในองค์กรเท่านั้น ในขณะที่การบริหารโซ่อุปทานจะ เป็นการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร

2. การวางแผน การนำแผนไปปฏิบัติและการควบคุมปัจจัย (Plan, Implement, And Control) หัวใจสำคัญในการจัดการโลจิสติกส์ คือ ระบบจะต้องมีการวางแผนการนากิจกรรม ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้

3. การบริหารจัดการโลจิสติกส์จะต้องมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ และข้อมูล อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ซึ่งจะส่งให้องค์กรสามารถควบคุม และลดต้นทุนต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้

4. การเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ และข้อมูลในระบบจะมีการไหลทั้งไปและกลับ (Forward & Reverse Flow) เช่น เมื่อมีการขายสินค้า จะต้องมียระบบที่สามารถรองรับกับสินค้าที่ถูกส่งกลับคืน มาเพื่อซ่อมแซมหรือทำลาย เป็นต้น จึงจะทำให้กระบวนการไหลของระบบเป็นไปอย่างสมบูรณ์

5. เป็นการกำหนดขอบเขตของการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ซึ่งการบริหารจัดการ โลจิสติกส์เป็นการบริหารจัดการ เริ่มต้นที่การจัดซื้อวัตถุดิบหรืออุปกรณ์ต่างๆ จนถึงกิจกรรมที่สิ้นสุด ตามหน้าที่ขององค์กร เช่น การจัดจำหน่าย เป็นต้น

6. สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ (Satisfy Customer's Requirement) เป็นสิ่งสำคัญที่สุดของการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ดังนั้นการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ที่ดีนั้น จะต้องบรรลุเป้าหมาย 2 ประการ ประกอบด้วย 1) ความสามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ (Meet Customer's Requirement) 2) สามารถควบคุมต้นทุนในระบบได้ (Cost Control)

ไชยยศ ไชยมั่นคง และมยุขพันธ์ ไชยมั่นคง (2550 : 29-32) กล่าวถึงการบริหารจัดการโลจิสติกส์ไว้ดังนี้

1. แนวคิดเชิงระบบ (System Concept) วิธีการจัดการโลจิสติกส์เชิงระบบ (Logistics System Approach) เป็นจุดเริ่มต้นการพัฒนางานโลจิสติกส์ โดยทำให้มีความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมและปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อกัน ระบบเป็นอนุกรมของตัวแปรหรือองค์ประกอบหรือส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกันและมีความสัมพันธ์กัน แนวคิดเชิงระบบเป็นวิธีการจัดการที่พิจารณาแต่ละหน้าที่หรือกิจกรรมว่าเกี่ยวข้องกันอย่างไร ความเกี่ยวข้องนั้นส่งผลกระทบต่อทางลอบอย่างไร การมองทั้งระบบและมุ่งผลงานโดยรวมจะทำให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากกว่าที่แต่ละหน้าที่หรือกิจกรรมมุ่งประโยชน์สูงสุดของตน เพราะการบรรลุเป้าหมายของกิจกรรมหนึ่งอาจเกิดผลทางลบกับกิจกรรมอื่นได้ทำให้ผลงานโดยรวมไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้นการจัดการโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพจึงควรที่จะพิจารณาเลือกใช้แนวคิดเชิงระบบในการบริหารจัดการ

2. แนวคิดเชิงต้นทุนรวม (Total Cost Concept) แนวคิดเชิงระบบนำไปสู่แนวคิดเชิงต้นทุนรวม โดยแนวคิดเชิงต้นทุนรวมจะประเมินกิจกรรมโลจิสติกส์โดยใช้ต้นทุนเป็นตัววัด การวัดต้นทุนจะไม่ใช้ต้นทุนต่ำสุดของแต่ละกิจกรรมเพราะมีความขัดแย้งกัน เช่น ฝ่ายการเงินต้องการให้ต้นทุนสินค้าคงคลังน้อยที่สุด ซึ่งจะบรรลุเป้าหมายด้วยการสั่งซื้อปริมาณน้อยในแต่ละครั้ง การสั่งซื้อปริมาณน้อยมีผลต่อต้นทุนการขนส่ง การขนส่งปริมาณน้อยอัตราค่าระวางจะสูง ซึ่งฝ่ายรับผิดชอบงานขนส่งจะไม่เห็นด้วยเพราะทำให้ต้นทุนขนส่งของบริษัทสูง ขณะที่ฝ่ายการขนส่งก็ต้องการแสดงผลงานด้วยการยืนยันที่จะให้มีการขนส่งเต็มยานพาหนะ (Full Truck Load : TL) ซึ่งค่าระวางต่อหน่วยต่ำแต่ก็จะทำให้ต้นทุนสินค้าคงคลังสูง หรือฝ่ายการตลาดต้องการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยความรวดเร็ว ซึ่งจะบรรลุผลได้ก็ด้วยการมีคลังสินค้าจำนวนมากและการผลิตแบบครั้งละปริมาณน้อย (Lean Production) การมีคลังสินค้าหลายแห่งทำให้ต้นทุนสินค้าคงคลังสูง ซึ่งฝ่ายการเงินก็จะไม่เห็นด้วยในขณะที่การผลิตแบบ Lean ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยจะสูงซึ่งฝ่ายผลิตก็จะไม่เห็นด้วยเช่นกัน จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่านโยบายของฝ่ายที่จะทำให้ต้นทุนต่ำสุดนั้นไม่ได้เป็นหลักประกันว่าต้นทุนรวมโลจิสติกส์ของบริษัทจะต่ำสุด ทั้งนี้เพราะต้นทุนรวมไม่ได้พิจารณาที่ต้นทุนของกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งต่ำสุดเพราะต้นทุนกิจกรรมหนึ่งมีผลกระทบต่อต้นทุนของอีกกิจกรรม องค์กรจึงต้องใช้ต้นทุนโลจิสติกส์รวมเป็นตัววัด นั่นคือต้นทุนแต่ละกิจกรรมรวมกันแล้วให้น้อยหรือต่ำที่สุด

3. แนวคิดการพิจารณาระหว่างได้กับเสีย (Trade-Offs Concept) แนวคิดนี้มองว่ากิจกรรมโลจิสติกส์มีปฏิสัมพันธ์กัน นโยบายของฝ่ายหนึ่งจะมีผลกระทบต่ออีกฝ่ายหรือหลายฝ่าย เมื่อฝ่ายหนึ่งมีนโยบายลดต้นทุนจะมีผลให้ต้นทุนกิจกรรมโลจิสติกส์ของอีกฝ่ายหรือหลายฝ่ายสูงขึ้น นั่นคือได้อย่างเสียอย่าง แนวคิดนี้แนะนำให้พิจารณาหาจุดแลกระหว่างได้กับเสีย (Trade-Offs) ที่ต้นทุนรวมโลจิสติกส์ต่ำสุด

3. แนวทางการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2559) รายงานว่า รัฐบาลได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาตามด้านโลจิสติกส์ โดยเน้นความเชื่อมโยงอย่างมีประสิทธิภาพเป็นหลัก เพื่อเป็นการลดต้นทุนให้แก่ผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์ของไทย ซึ่งจะเป็นปัจจัยหลักในการแข่งขันในระดับภูมิภาค

ประเทศไทยนั้น มีความได้เปรียบในเชิงภูมิศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคม จะเป็นปัจจัยหลักในการผลักดันให้อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ของประเทศไทยนั้น มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นไปอีก ซึ่งจะทำให้โลจิสติกส์ของไทยก้าวสู่มาตรฐานสากล และสามารถยกระดับให้เป็น ศูนย์กลางโลจิสติกส์ (Logistics Hub)

แนวทางการศึกษาวิจัยเพื่อทำการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งได้มีการมุ่งเน้นที่จะศึกษาพื้นที่เศรษฐกิจกลุ่มความร่วมมืออนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS) ซึ่งจะเป็นการเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมทางบกระหว่างประเทศเพื่อนบ้านให้สามารถเชื่อมโยงกันอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งยังจะเป็นการเชื่อมโยงจากนครคุนหมิง ประเทศจีนลงไปถึงอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลาเพื่อให้สามารถเชื่อมโยงไปยังเขตความร่วมมืออนุภาคว่าด้วยแผนงานพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย มาเลเซีย-ไทย (Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle : IMT-GT) อีกด้วย

รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับนโยบายการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งของประเทศเพื่อการพัฒนาให้อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ สามารถปรับตัวในการแข่งขันในระดับภูมิภาค โดยปัจจุบันอยู่ในระหว่างการดำเนินการตามโครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบคมนาคมขนส่ง พ.ศ. 2556 – 2563 โดยมีวงเงินลงทุน 2 ล้านบาท ทั้งนี้ เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพในเชิงโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพ สร้างความพร้อมและความได้เปรียบในการแข่งขันในภูมิภาคและเกิดประโยชน์เชื่อมโยงเศรษฐกิจสูงสุด

4. ประโยชน์ของการจัดการโลจิสติกส์

คำทำนาย อภิปรัชญาสกุล (2550 : 16) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการจัดการโลจิสติกส์ ดังนี้

- 4.1 สามารถลดต้นทุน และสร้างกำไรทางธุรกิจ
- 4.2 เป็นเครื่องมือสำคัญในการแข่งขันทางธุรกิจ
- 4.3 เปลี่ยนการทำงานจากแบบหน้าที่เป็นกระบวนการแทน
- 4.4 ประสานงานให้บรรลุเป้าหมาย และนโยบายขององค์กร
- 4.5 ทำให้งานที่เกี่ยวข้องกับฝ่ายอื่นที่ต้นทุนสูงสามารถลดต้นทุนได้
- 4.6 ก่อให้เกิดการใช้ทรัพย์สินที่คุ้มค่ามากกว่าเดิม
- 4.7 เพิ่มประสิทธิภาพในการบริการลูกค้า
- 4.8 สร้างสัมพันธ์ลูกค้าภายใน และภายนอกองค์กร
- 4.9 ทำให้เกิดความรวดเร็วในการสื่อสารอันเนื่องมาจากเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 4.10 เป็นพื้นฐานของการเจริญเติบโตของธุรกิจ

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ

1. ความหมายของคุณภาพการบริการ

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2545 : 14-15) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการไว้ว่า หมายถึง ความสอดคล้องกันของความต้องการของผู้รับบริการ หรือระดับความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ อันทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับ

สมบัติ สาสีเสาร์ (2545 : 21) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการไว้ว่า หมายถึง บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการได้ และทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการไว้ว่า หมายถึง การบริการที่ดีเลิศตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้า จนทำให้เกิดความพึงพอใจ และเกิดความจงรักภักดี

บุษดี แก้วกันยา (2548 : 11) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการไว้ว่า หมายถึง การบริการที่เป็นไปตามมาตรฐานที่เหมาะสม ปราศจากข้อผิดพลาด และส่งผลให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีต่อการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำ ผู้รับบริการจะถูกใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการในสถานที่และในรูปแบบที่ต้องการ

2. คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อธุรกิจ

ธีรกิติ นวรัตน์ ฯ อยุธยา (2547 : 183 – 186) กล่าวว่า คุณภาพในการให้บริการ จากการศึกษาของ Parasuraman และคณะ พบว่า ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่เขาได้รับเรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived Service Quality)” กับ “บริการที่รับรู้ (Perceived Service)” ซึ่งก็คือ ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เขาได้รับบริการแล้วนั่นเอง ในการประเมินคุณภาพของการบริการดังกล่าวนี้ ลูกค้ามักจะพิจารณาจากเกณฑ์ที่เขาคิดว่ามีความสำคัญ 10 ประการ ดังต่อไปนี้

2.1 Reliability (ความไว้วางใจ) ความสามารถที่จะให้บริการตามที่ได้สัญญา กับลูกค้าไว้ได้อย่างถูกต้อง โดยที่มิต้องมีผู้ช่วยเหลือ

2.2 Tangibles (สิ่งที่สามารถจับต้องได้) ลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงานและวัสดุที่ใช้ในการสื่อสารต่างๆ

2.3 Responsiveness (การสนองตอบลูกค้า) ความเต็มใจที่จะให้บริการอย่างรวดเร็ว และยินดีที่จะช่วยเหลือลูกค้า

2.4 Credibility (ความน่าเชื่อถือ) ความซื่อสัตย์เชื่อถือได้ของผู้ให้บริการ

2.5 Security (ความมั่นคงปลอดภัย) ปราศจากอันตรายความเสี่ยงและความลี้ลับสงสัย

2.6 Access (ความสะดวก) สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก และสามารถติดต่อสื่อสารได้ง่าย

2.7 Communication (การสื่อสาร) การรับฟังลูกค้าและให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่ลูกค้า โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าสามารถเข้าใจได้

2.8 Understanding the Customer (ความเข้าใจลูกค้า) พยายามที่จะทำความรู้จักและเรียนรู้ความต้องการของลูกค้า

2.9 Competence (ความสามารถ) ความรู้และทักษะที่จำเป็นของพนักงานในการให้บริการลูกค้า

2.10. Courtesy (ความสุภาพและความเป็นมิตร) คุณลักษณะของพนักงานที่ติดต่อกับลูกค้าในการแสดงออกถึงความสุภาพเป็นมิตร เกรงใจ และให้เกียรติลูกค้า

ในการวิจัยครั้งต่อมาคณะผู้วิจัยทั้ง 3 คนดังกล่าวข้างต้นพบว่า มีระดับของความสัมพันธ์ (Degree of Correlation) กันเองระหว่างตัวแปรดังกล่าวค่อนข้างสูง จึงปรับเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของบริการใหม่ให้เหลือเกณฑ์อย่างกว้างทั้งหมด รวม 5 ประการดังต่อไปนี้

1. Reliability (ความไวใจ หรือความน่าเชื่อถือ) ความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำ (Accurate Performance) การให้บริการตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า และบริการที่ให้ทุกครั้ง มีความสม่ำเสมอ ทำให้ลูกค้ารู้สึกที่น่าเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการ สามารถให้ความไว้วางใจได้ (Dependable)

2. Assurance (ความมั่นใจ) ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ (Competence) มีความสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า (Courtesy) มีความซื่อสัตย์ และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า (Credibility) และความมั่นคงปลอดภัย (Security)

3. Tangibles (สิ่งที่สามารถจับต้องได้) ลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงาน และวัสดุที่ใช้ในการสื่อสารต่างๆ

4. Empathy (ความใส่ใจ) สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อได้ง่าย (Easy Access) ความสามารถในการติดต่อสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจได้ (Good Communication) ความเห็นอกเห็นใจ และเข้าใจลูกค้า (Customer Understanding)

5. Responsiveness (การสนองตอบลูกค้า) ความเต็มใจที่จะให้บริการทันที (Promptness) และให้ความช่วยเหลืออย่างดี (Helpfulness)

ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการก็เพื่อตอบสนองต่อความจำเป็นของตนเอง ซึ่งลูกค้าจะทำการประเมินผลลัพธ์หลังจากการซื้อมาเปรียบเทียบกับความคาดหวัง ถ้าผลลัพธ์ที่ได้ตรงกับความคาดหวังลูกค้าก็จะได้รับความพึงพอใจ แต่ถ้าไม่ตรงต่อความคาดหวังก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ เมื่อผู้บริโภคเกิดความจำเป็นก็มักจะต้องหาหนทางเพื่อตอบสนองต่อความจำเป็นนั้น ๆ โดยสิ่งที่จำเป็นจะหมายถึงสิ่งใดก็ตาม (อาจจะมียูปร่างหรือไม่มียูปร่างก็ได้) ที่ลูกค้าขาดแคลน (Lack) แล้วมีความเดือดร้อน (Lost) คุณภาพการให้บริการจึงมีความสำคัญมากต่อธุรกิจที่ต้องการมุ่งสู่ความสำเร็จตามที่ Martin (1995) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพการบริการมีความสำคัญ ด้วยเหตุผล 4 ประการ ได้แก่

1. การเจริญเติบโตของธุรกิจ การดำเนินธุรกิจ ในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการบริการ หากมีการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการบริการจะส่งผลให้ธุรกิจเติบโตอย่างรวดเร็ว

2. การแข่งขันทางธุรกิจ การบริการถือเป็นกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้เพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน หากธุรกิจใดมีการบริการที่ดีตรงกับความต้องการและก่อให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้าก็จะทำให้เกิดการกลับมาใช้บริการ ความภักดีต่อสินค้า จนกระทั่งก่อให้เกิดการบอกต่อแบบปากต่อปาก

3. ความต้องการของลูกค้าที่มีมากขึ้น ในปัจจุบันลูกค้ามีการรับรู้ข่าวสารได้จากแหล่งต่างๆ มากมายจึงก่อให้เกิดความคาดหวังที่สูงขึ้น ในการตัดสินใจซื้อสินค้าในแต่ละครั้งนอกจากจะคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าว่าเหมาะสมกับราคาหรือไม่แล้ว ยังคำนึงถึงคุณภาพของการให้บริการอีกด้วย

4. คุณภาพการให้บริการสะท้อนถึงสถานะของธุรกิจ เนื่องจากคุณภาพของการบริการที่ดีส่งผลต่อการซื้อซ้ำและกลับมาใช้บริการอีก

นอกจากจะสามารถรักษารฐานลูกค้าเดิมไว้ได้แล้วยังก่อให้เกิดกลุ่มลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้นอีกด้วย ส่งผลให้สถานะของธุรกิจเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นเรื่อยๆ คุณภาพของการบริการถือว่าเป็นสิ่งที่สามารถควบคุมได้ยากเนื่องจากมีความไม่แน่นอนของการบริการ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยของผู้ให้บริการเป็นหลัก แต่คุณภาพของการบริการสามารถสร้างขึ้นได้จากการศึกษาความจำเป็น (Needs) และความคาดหวังที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากการบริการเพื่อนำมาปรับปรุงการบริการให้ตรงกับความต้องการ (Requirements) ของลูกค้ามากที่สุด

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ

1. ความหมายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์

ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ หมายถึง ผู้ให้บริการภายนอกเป็นกลุ่มของบุคคลหรือผู้ประกอบการภายนอกซึ่งมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในงานหนึ่งงานใดซึ่งมีความสามารถที่จะเข้ารับบทบาทการทำงานนั้นๆ ได้ดีกว่าองค์กรจะดำเนินการด้วยตนเองภายใต้สัญญาเพื่อแลกเปลี่ยนกับค่าธรรมเนียมหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับเป็นการตอบแทน โดยผลลัพธ์ที่ได้จากการว่าจ้างผู้ให้บริการภายนอก ควรจะดีกว่าองค์กรจะดำเนินการเอง ทั้งในด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ การให้ผู้ประกอบการที่ให้บริการภายนอกปฏิบัติงานที่มีความสำคัญน้อยกว่าไปทำ โดยองค์กรเลือกที่จะดำเนินงานเฉพาะงานที่มีความสำคัญและคุ้มค่ากว่า การเลือกใช้ผู้ให้บริการภายนอกเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับการจัดการความสมดุลของต้นทุน เวลา กับเงินที่ต้องจ่าย โดยทั่วไปผู้ให้บริการโลจิสติกส์ แบ่งออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่

1.1 ผู้จัดหาบริการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider: LSP) หรือ (Asset Based Logistics : 2PL) ซึ่งก็คือ การจัดการด้านการปฏิบัติงานโลจิสติกส์แบบดั้งเดิม เช่น การขนส่งและคลังสินค้า บริษัทที่ไม่มียานพาหนะหรือคลังสินค้าเป็นของตนเองหรือมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานหรือโครงสร้างพื้นฐาน เหตุผลหลักคือ เพื่อลดต้นทุนหรือลดการลงทุนในการซื้อสินทรัพย์

1.2 ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลำดับที่ 3 (Third Party Logistics : 3PL/TPL หรือ Forwarding Logistics หรือ Contract Logistics) คือ กิจกรรมต่างๆ ที่กระทำโดยผู้ให้บริการโลจิสติกส์

ในนามของผู้ส่งของโดยประกอบด้วยอย่างน้อย การบริการการจัดการและการปฏิบัติการทางด้านการขนส่งและการจัดการสินค้าคงคลัง

Coyle et al. (2003) ได้นิยามว่า ผู้ให้บริการซึ่งกระทำกิจกรรมทั้งหมดหรือบางส่วนของกิจกรรมโลจิสติกส์ รวบรวมหลากหลายบริการ อาทิเช่น บริการด้านการขนส่ง ด้านคลังสินค้า การกระจายสินค้า บริการด้านการเงิน นอกจากนี้ยังรวมถึงการจัดการ และการให้ทางออกในการแก้ไขปัญหาทางด้านซัพพลายเชน

ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลำดับที่ 3 หมายถึง ผู้ทำธุรกิจโลจิสติกส์เกี่ยวกับการรับจ้างบริหาร ควบคุม และจัดส่งสินค้าให้แก่บริษัทเดินเรือ โดยประกอบด้วยกิจกรรมหลากหลายและบริการอย่างครบวงจร ซึ่งต้องมีการเชื่อมโยง และรับช่วงต่อการขนส่งในแต่ละโหมดขนส่งสินค้าจากต้นทางจนถึงจุดหมายปลายทาง

1.3 การบริหารจัดการโลจิสติกส์อย่างผู้นำ (Lead Logistics Management : LLM) คือ แนวคิดที่มีการวิวัฒนาการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลำดับที่ 3 สำหรับการตอบสนองในด้านการให้บริการที่ดีกว่า ตรงตามความต้องการของลูกค้า และสามารถจัดการและบริหารงานโลจิสติกส์ที่มีความซับซ้อนได้มากกว่า การควบคุมและการแจ้งข้อมูลในห่วงโซ่อุปทาน ครอบคลุมไปถึงการให้บริการด้านเทคโนโลยี และการจัดการด้านธุรกิจด้วย

1.4 รูปแบบการจัดการแบบร่วมกัน (Joint Operation Model : JOM) คือ การให้บริการที่มีความเชี่ยวชาญการจัดการบริหารโซ่อุปทาน มีการกระจายความเสี่ยง มีแนวทางการแก้ไขปัญหาหรือการปรับปรุงอย่างลึกซึ้ง มีระบบเทคโนโลยีก้าวหน้า เป็นการพัฒนาเพื่อรองรับตลาด หัวใจของความสำเร็จในส่วนนี้คือ เทคโนโลยีทางด้านข่าวสาร ข้อมูลและระบบผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ หมายถึง บุคคลหรือองค์กรที่แสดงตัวต่อสาธารณะว่าเป็นผู้ให้บริการจัดการขนส่งเพื่อค่าตอบแทนในทางการค้า โดยรับผิดชอบการขนส่งสินค้าจากสถานที่รับมอบไปยังปลายทางและดำเนินการตามต้องการของผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ เช่น Freight Forwarder, Ocean Transportation International, Customs House Agent, Customs Broker, Shipping and Forwarding-Agent หรือผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เป็นต้น (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2560)

2. ความเป็นมาของธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ

การค้าระหว่างประเทศเริ่มต้นจากการค้าขายระหว่างประเทศที่มีอาณาเขตติดกัน การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศขณะนั้นใช้วิธีการขนส่งทางบกและทางน้ำ เจ้าของสินค้าสามารถจัดส่งสินค้าด้วยตัวเองต่อมาเมื่อการติดต่อสื่อสารและเทคโนโลยีการขนส่งได้มีการพัฒนามากขึ้น ผู้ประกอบการมีความต้องการที่จะส่งสินค้าไปในประเทศที่ห่างไกลมากขึ้น บางครั้งผู้ประกอบการไม่สามารถดำเนินการจัดส่งด้วยตนเอง ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าระหว่างประเทศมีความจำเป็นที่จะต้องใช้บริการหลายอย่าง โดยติดต่อกับผู้ให้บริการหลายรายและหลายขั้นตอน ธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศจึงจัดสร้างเพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2560) ในช่วงเริ่มต้นการให้บริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศเป็นผู้กระทำแทนผู้ส่งออกหรือผู้นำเข้าในการจัดการให้มีการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศไปถึงผู้รับปลายทางเท่านั้น แต่ในปัจจุบันผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศบางกลุ่มได้ขยายขอบเขตการ

ให้บริการไปจนถึงการทำหน้าที่เป็นตัวแทนเรือหรือเป็นตัวการผู้ขนส่งเอง ให้บริการจัดซื้อจัดหาสินค้า วางแผนการผลิต จัดการขนส่ง บริหารจัดการคลังสินค้า การเก็บรักษาสินค้า การกระจายสินค้าคงคลัง จัดการสินค้ารับคืน และจัดส่งย้อนกลับ จัดการข้อมูลข่าวสารและเอกสารที่เกี่ยวข้องให้กับผู้ใช้บริการอีกด้วย (ปริญทร์ บุตรเจริญ, 2552)

3. บทบาทหน้าที่ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ

ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศมีหน้าที่ตรวจสอบ กำหนดวันและสถานที่ที่ตรวจเช็คสินค้าในเรือ เตรียมใบตราส่งเพื่อให้ตัวแทนของเจ้าของเรือ ทำหน้าที่ในการหาสินค้ามาลงเรือซึ่งจะได้ค่าตอบแทนจากค่าระวางสินค้าที่หามาได้ ปกติแล้วจะทำหน้าที่ประกาศตารางเดินเรือ จัดเตรียมและส่งหนังสือไปยังลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับเวลาเดินเรือ พร้อมทั้งลงนามและออกใบตราส่งแทนผู้ขนส่ง มอบแก่ผู้ส่งสินค้าหรือตัวแทนของผู้ส่ง จัดส่งสินค้าเพื่อนำไปไว้ข้างเรือ จัดการเรื่องเอกสารเกี่ยวกับพิธีการศุลกากร พร้อมทั้งชำระค่าธรรมเนียมต่างๆ สำหรับสินค้าดังกล่าว และเมื่อสินค้าได้รับการบรรจุลงเรือเรียบร้อยแล้วก็จัดการรับและส่งใบตราส่งที่มีการลงนามเรียบร้อยแล้วให้แก่ผู้ส่งสินค้าต่อไป นอกจากนี้ยังอาจดำเนินการอื่นที่เกี่ยวข้องกับการรับจัดส่งสินค้าระหว่างประเทศ เช่น การเก็บรักษาสินค้าในคลังสินค้า การตรวจสอบสินค้า และการเรียกให้ชำระค่าสินค้า เป็นต้น

ปริญทร์ บุตรเจริญ (2552) กล่าวว่า ต่อมาผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศได้มีการพัฒนาความสามารถในการให้บริการที่กว้างขึ้นกว่าเดิม เพื่อให้บริการลูกค้าแบบเบ็ดเสร็จในที่เดียว (One Stop Service) โดยลดความยุ่งยากในการส่งออกและนำเข้าจึงทำให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง

ทวิศักดิ์ สุวรรณเกิด (2555) กล่าวว่า สามารถสรุปความสามารถในการให้บริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศได้ ดังนี้

1. ตัวแทนออกของ (Customer Broker) เป็นตัวแทนออกของให้กับผู้ส่งสินค้าหรือผู้รับสินค้า
2. ตัวแทนในการรับส่งสินค้า (Forwarding Business) เป็นตัวแทนในการบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศโดยดำเนินการในฐานะเป็นตัวแทนของผู้ส่งออกหรือผู้นำเข้า
3. ผู้ขนส่ง (Transport Provider) เป็นตัวแทนหรือเป็นผู้ขนส่งสินค้าเอง ให้บริการรับขนส่งสินค้าทางทะเล ทางถนน และทางอากาศ
4. ผู้บรรจุหีบห่อ (Packing) รับผิดชอบการจัดบรรจุหีบห่อ รวมไปถึงบรรจุภัณฑ์
5. คลังสินค้า (Warehouse) ให้บริการด้านโกดังหรือโรงเก็บสินค้า
6. การบรรจุสินค้าเข้าสู่ตู้สินค้า (Stevedoring) ให้บริการทางด้านแรงงาน คนงานเพื่อบรรจุสินค้าเข้าสู่ตู้คอนเทนเนอร์
7. ให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (Multimodal Transport)
8. ให้บริการโลจิสติกส์ (Logistics Service) จากต้นทางไปถึงปลายทาง

9. ที่ปรึกษา (Business Consultant) เป็นผู้ให้คำปรึกษาเชิงธุรกิจให้แก่ผู้นำเข้าและส่งออก

4. ขอบเขตการให้บริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (2554) กล่าวถึงขอบเขตการให้บริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ดังนี้

4.1 ให้บริการแบบผู้รับจัดการขนส่งระหว่างประเทศแบบดั้งเดิม เป็นนายหน้าที่มีค่าตอบแทนโดยการกระทำการในนามของผู้นำเข้าและส่งออก เช่น การขนส่งสินค้าขึ้นลงเรือหรือการรับค่าสินค้าแทนผู้ใช้บริการและดำเนินการทางเอกสาร เป็นต้น โดยอาจจะเป็นการให้บริการรับจัดการขนส่งสินค้าทางบก ทางอากาศ หรือทางทะเล โดยการให้บริการแบบผู้รับจัดการขนส่งระหว่างประเทศแบบดั้งเดิม ประกอบไปด้วย ให้บริการเลือกเส้นทาง วิธีการขนส่ง และผู้ขนส่งที่เหมาะสม จองระวางบรรทุกยานพาหนะของผู้ขนส่งที่เลือกใช้บริการ ทำการส่งสินค้า ดำเนินการผ่านพิธีศุลกากรขาออกหรือขาเข้าแล้วแต่กรณีว่าผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศนั้นเป็นตัวแทนของผู้ส่งออกหรือผู้รับของจ่ายค่าภาษีอากร ค่าธรรมเนียม และค่าใช้จ่ายต่างๆ ให้กับศุลกากรและหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกและนำเข้า และจัดทำเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง อาทิ ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าจ่ายค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายต่างๆ รวมทั้งค่าระวางการขนส่งแล้วแต่กรณีว่าผู้ส่งออกหรือผู้รับของเป็นผู้จัดหาผู้ขนส่ง รับใบตราส่งที่ลงนามแล้วจากผู้ขนส่ง และส่งเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งให้กับผู้ส่งของเพื่อให้ผู้รับของต่อไป และในกรณีที่ผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทำการแทนผู้รับของก็จะให้บริการรับและตรวจสอบเอกสารทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้านั้น ติดตามดูแลการขนส่งตลอดเส้นทางผ่านทางผู้ขนส่งและตัวแทนในต่างประเทศ ไม่ว่าจะกรณีที่ทำการแทนผู้ส่งของหรือผู้รับของให้บริการรับสินค้าจากผู้ขนส่ง และแจ้งให้ผู้รับของทราบเพื่อส่งสินค้าที่ดำเนินการตามขั้นตอนต่างๆ เรียบร้อยแล้วให้กับผู้รับของ และให้ความช่วยเหลือผู้ส่งของหรือผู้รับของในการเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้ขนส่ง

4.2 ให้บริการแบบผู้ประกอบการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (Multimodal Transport Operation : MTO) ซึ่งเป็นการให้บริการรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศโดยใช้วิธีการขนส่งตั้งแต่สองแบบขึ้นไป อาทิ การขนส่งทางบกกับทางทะเล และการขนส่งทางบกกับทางอากาศ

4.3 ให้บริการแบบผู้ขนส่งสาธารณะชนิดที่ไม่มีเรือเป็นของตนเอง (Non-Vessel Operation Common Carrier : NVOCC) โดยในกรณีนี้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศกระทำการในฐานะเป็นผู้ขนส่งสินค้าเอง แต่ไม่ได้มียานพาหนะขนส่งเป็นของตนเอง ใช้วิธีการจ้างเหมา ยานพาหนะของผู้ขนส่งรายอื่น ในการให้บริการลักษณะนี้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ จะออกใบตราส่งของตนเอง (House Bill of Lading) ให้กับผู้ใช้บริการ

4.4 การให้บริการแบบผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (Logistic Provider) ซึ่งเป็นการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ โดยให้บริการตั้งแต่จัดซื้อจัดหา ทำการขนส่งสินค้าจากแหล่งผลิตของผู้ส่งของไปยังสถานที่ของผู้รับของและให้บริการเก็บรักษาสินค้าคงคลังได้ด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพของผู้ให้บริการโลจิสติกส์

1. ความหมายผู้ให้บริการโลจิสติกส์

ค่านาย อภิปรัชญากุล (2559) ได้นิยามไว้ว่า ประสิทธิภาพในด้านการขนส่งไว้ว่าการมุ่งมั่นและพัฒนาให้การขนส่งมีคุณภาพ มีมาตรฐาน จนนำไปสู่การขนส่งที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง การใช้ความพยายามในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อย่างมุ่งมั่นจนนำไปสู่ผลงานที่ดี อย่างมีประสิทธิภาพ

ธนิต โสรัตน์ (2548) ได้ให้ความหมายในส่วนของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ว่า ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ คือ ผู้ที่เป็นบุคคลการภายนอกของบริษัทที่มาเสนอเพื่อทำหน้าที่ทาง โลจิสติกส์ แทนองค์กร อาจเพียงแค่บางกิจกรรมหรือทุกกิจกรรมโลจิสติกส์ขององค์กร และสามารถแบ่งระดับของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่

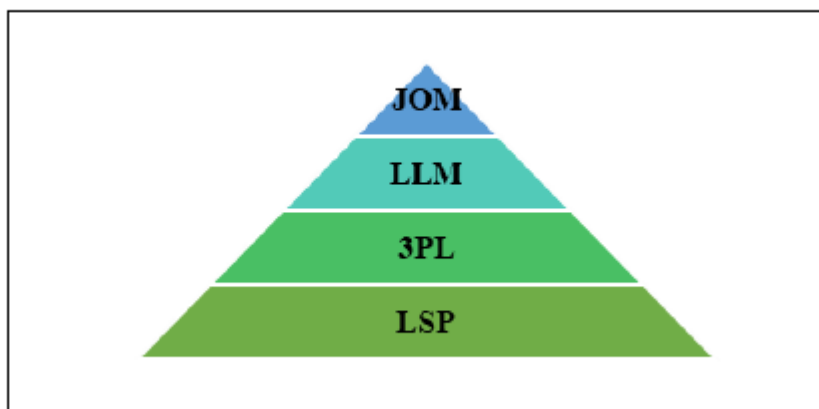
1.1 ผู้จัดหาบริการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider : LSP) หมายถึง การจัดการด้านการปฏิบัติงานโลจิสติกส์แบบดั้งเดิม โดยไม่มีการลงทุนในสินทรัพย์เป็นของตนเอง

1.2 ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลำดับที่ 3 (Third Party Logistics : 3PL) คือ ผู้ที่กระทำกิจกรรมต่างๆ แทนผู้ขนส่ง ซึ่งจะกระทำกิจกรรมทั้งหมดหรือบางส่วนของกิจกรรม โลจิสติกส์ รวมไปถึงการจัดการและการแก้ไขปัญหาทางด้านซัพพลายเชน

1.3 การบริหารจัดการโลจิสติกส์อย่างผู้นำ (Leader Logistics Management : LLM) เป็นแนวคิดที่พัฒนาจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลำดับที่ 3 สามารถให้บริการลูกค้าได้ตรงตามความต้องการ และสามารถจัดการและบริหารงานโลจิสติกส์ที่มีความซับซ้อนได้มากกว่า

1.4 รูปแบบการจัดการแบบร่วมกัน (Joint Operation Model : JOM) คือ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่มีความชำนาญในการบริการจัดการโซ่อุปทาน มีการกระจายความเสี่ยง และแก้ไขปัญหาหรือการปรับปรุงอย่างลึกซึ้ง รวมทั้งมีการนำเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามาบูรณาการใช้

แผนภาพที่ 2 - 1 ระดับของผู้ให้บริการโลจิสติกส์



ที่มา : ธนิต โสรัตน์, 2548.

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2551) รายงานว่า เมื่อพิจารณาประเภทของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ตามการถือครองของทรัพย์สินโดยทั่วไปแล้ว สามารถแบ่งได้เป็น 5 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่

1. Asset Logistics Service Provider ผู้ประกอบการที่มีทรัพย์สินเป็นของตัวเอง หรือ Third Party Logistics (3PL) ผู้ที่ทำหน้าที่ให้บริการขนส่งสินค้าของบุคคลที่หนึ่ง ไปส่งยังบุคคลที่สอง ซึ่งจะมีทรัพย์สินเป็นของตัวเอง เช่น คลังสินค้า สายการบิน ท่าเรือ ศูนย์กระจายสินค้า เป็นต้น

2. Non-Asset Logistics Service Provider ผู้ประกอบการที่ไม่มีทรัพย์สินเป็นของตนเอง หรือ Freight Provider เป็นผู้ให้บริการช่วง คลังสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า หรือผู้รับจัดการขนส่งผู้ให้บริการประเภทนี้บางรายก็สามารถให้บริการแบบเบ็ดเสร็จในงานด้านโลจิสติกส์ได้ (Integrated Logistics Service)

3. Forth Party (4PL) ผู้รับจัดการธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ เป็นผู้ให้บริการแบบไม่มีทรัพย์สิน ซึ่งจะทำการเช่าทรัพย์สินมาเพื่อทำธุรกิจหลักหรือให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (MTO) แต่ในงานบางอย่างก็จะไปจ้าง 3 PL มาดำเนินการแทน

4. Integrated Logistics Service Provider ผู้ให้บริการแบบเบ็ดเสร็จในงานที่เกี่ยวกับการให้บริการโลจิสติกส์เป็นการผสมผสานแบบ Asset และ Non-Asset เข้าด้วยกัน คุณสมบัติสำคัญคือเป็น Lead Integrate Logistics Service แต่จะไม่ทำหน้าที่เป็น Subcontract

5. Multimodal transport Operation (MTO) ผู้ให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ ซึ่งจะมีรูปแบบการใช้อยานพาหนะตั้งแต่ 2 ประเภทขึ้นไป

การดำเนินงานของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่ต้นนั้น จะใช้หลักการความถูกต้อง 5 ประการเป็นแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าในแง่ของโลจิสติกส์ ดังนี้

1. Rights Item ตัวสินค้าที่ถูกต้อง
2. Rights Quantity ปริมาณสินค้าที่ถูกต้อง
3. Rights Time มีสินค้าในเวลาที่ต้องการ
4. Rights Place มีสินค้าอยู่ในสถานที่ที่ต้องการ

5. Rights Price /Cost สินค้ามีราคา / ต้นทุนที่ถูกต้อง

โดยคำว่าถูกต้องในที่นี้ หมายถึง ถูกต้องตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะมีผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการ (พูนลาภ ทิพชาติโยธิน, 2552)

ค่านาย อภิปรัชญาสกุล (2553) ได้จำแนกคุณสมบัติของประสิทธิภาพในการขนส่ง (Efficiency of Transportation) ออกเป็น 5 ข้อ อันได้แก่

1. ความรวดเร็ว (Speed) การขนส่งที่รวดเร็วจะส่งผลให้สินค้าและบริการไปถึงมือลูกค้าได้ทันต่อความต้องการ สินค้ามีความสดและมีคุณภาพที่ดี ในด้านการเดินทางก็เช่นเดียวกัน การขนส่งที่รวดเร็วจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ

2. การประหยัด (Economy) การขนส่งที่มีประสิทธิภาพจะทำให้เกิดการประหยัดต้นทุน เมื่อต้นทุนต่ำลง ผู้ประกอบกิจการก็จะสามารถลดค่าบริการลง ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดการประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่งและค่าบริการโดยสาร

3. ความปลอดภัย (Safety) ถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญในการขนส่ง ไม่ว่าจะความปลอดภัยของผู้โดยสาร ความปลอดภัยของสินค้าจากความสูญเสียวหรือเสียหาย รวมทั้งความปลอดภัยของยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งด้วย

4. ความสะดวกสบาย (Convenient) การขนส่งที่มีประสิทธิภาพนั้น จะต้องสร้างความสะดวกสบายให้แก่ผู้ใช้บริการ ทั้งการขนส่งผู้โดยสารและการขนส่งสินค้า ในด้านการขนส่งสินค้านั้น นั่นก็คือการมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่พร้อมนำมาใช้ในการเคลื่อนย้ายได้ทันที

5. ความน่าเชื่อถือ (reliability) เป็นเรื่องที่สำคัญอีกประการหนึ่ง เนื่องจากการขนส่งที่ดีจำเป็นจะต้องมีกำหนดเวลาที่แน่นอน ตรงต่อเวลา และขนส่งครบจำนวน

2. ลักษณะการบริการโลจิสติกส์

นระ คมนามูล (2550) ได้กล่าวถึง ลักษณะธุรกิจโลจิสติกส์ในด้านบริการ การที่จะสร้างและทำธุรกิจแบบโลจิสติกส์ในด้านบริการ มี 4 ลักษณะ คือ

2.1 แบบภายในประเทศ การขนส่งภายในประเทศหากการกันเป็นแบบขนส่งทั่วๆ ไป และแบบส่งร่วมแต่ยังไม่ถึงมือลูกค้าโดยตรง ทุกวันนี้มีพัฒนาการออกแบบตัวรถบรรทุกให้มีความสะดวกและทันสมัยมากขึ้น และคงอีกไม่นานนัก จะมีนักลงทุนสร้างเครือข่ายสาขาศูนย์โลจิสติกส์แต่ละภูมิภาคหลายสาขา เพื่อให้ได้รับสินค้าทั้ง ขาไปและขากลับ เพื่อเป็นการลดต้นทุนและเพิ่มรายได้ ซึ่งส่วนหนึ่งจะทำให้ค่าขนส่งมีราคาถูกลงได้บ้าง การก่อสร้างคลังสินค้าแบบลักษณะโลจิสติกส์จะต้องจ้างวิศวกร ซึ่งมีความรู้ด้านโลจิสติกส์พอควร ทั้งนี้ เพื่อออกแบบให้มีความสะดวกปลอดภัยทันสมัย และกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกให้ครบถ้วน ในการที่จะประกอบกิจการของแต่ละสาขานั้นๆ รวมทั้ง การใช้คอมพิวเตอร์ระบบออนไลน์ทั้ง ในกิจกรรมของบริษัทและที่จะขยายไปถึงลูกค้าแต่ละรายด้วย การจัดเก็บรักษา การคัดเลือกและแยกหรือรวมสินค้าเพื่อให้เกิดความสะดวกในการที่จะส่งของในคราวต่อไป

2.2 แบบสากลระหว่างประเทศ (การส่งออกและนำเข้าสินค้า) การขนส่งสินค้าออกและสินค้าเข้าคือเมื่อสินค้าพร้อมที่จะส่งออกจากโกดัง หรือคลังสินค้าของโรงงานแล้วหมายถึงว่ามีภาระผูกพัน เป็นมาตรฐานเพื่อการส่งออกและพร้อมด้วยใบอนุญาตต่างๆ

2.3 งานโครงการขนาดใหญ่ งานก่อสร้างโครงการขนาดใหญ่ที่ต้องใช้เครื่องกลหนัก หรือโรงงานอุตสาหกรรมหนักที่ต้องมีเครื่องจักรน้ำหนักมาก อีกทั้งยังเกี่ยวข้องกับการขนส่งวัสดุ ก่อสร้างหรือวัตถุดิบสำหรับการผลิตจำนวนมาก การรับงานขนส่งเคลื่อนย้ายเครื่องกลและเครื่องจักร ขนาดหนักและวัสดุนี้ต้องใช้วิศวกรรมคิดคำนวณ สำรวจเส้นทาง วางแผนการทำงานโดยละเอียด ซึ่งงานลักษณะนี้จะต้องเขียนรายงาน ขั้นตอนในการที่จะทำงานและความเป็นไปได้อย่างละเอียดเสนอต่อ เจ้าของงาน โดยใช้ระบบโลจิสติกส์มาช่วยในการจัดการและบริหารวางแผนงานต่างๆ ทั้งนี้ เพื่อช่วยให้งานนั้นมีความราบรื่นด้วยดี

2.4 การขนส่งพืชเกษตร ผลไม้ และสัตว์น้ำการขนส่งลักษณะนี้จำเป็นต้องใช้ รถบรรทุกแบบมิดชิด มีการควบคุมอุณหภูมิ เช่น ประมาณ 24 องศาสำหรับพืชเกษตร ทั้งนี้แล้วแต่ พืชผักแต่ละชนิด และแช่แข็งสำหรับสัตว์น้ำ การออกแบบภายในรถบรรทุกจะต้องมีชั้น และช่องวาง สินค้าเพื่อป้องกันความเสียหายจากการซ้อนทับกัน หรือใส่ภาชนะบรรจุพลาสติกโดยสามารถซ้อนกัน ได้ภาชนะบรรจุที่ได้มาตรฐานสามารถใช้ได้ทั้ง การส่งภายในประเทศและการส่งออกต่างประเทศ ด้วย สำหรับการขนส่งสินค้าเกษตรกรรมในปริมาณมากที่ใช้การขนส่งทางน้ำ ถ้าเป็นการส่งออกก็จะ ใช้เรือลอมซึ่งสามารถเข้าไปเทียบท่าเรือเดินสมุทรได้โดยตรง

3. ลักษณะผู้ให้บริการโลจิสติกส์

Gary (2001) กล่าวว่า ปัจจุบันนี้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ได้มีการพัฒนารูปแบบให้ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทำให้เกิดรูปแบบใหม่ๆ ได้แบ่งผู้ให้บริการโลจิสติกส์ออกได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

3.1 ผู้จัดหาบริการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider: LSP) คือ การ จัดการด้านการปฏิบัติงานโลจิสติกส์แบบดั้งเดิม เช่น การขนส่งและคลังสินค้า แต่ไม่มียานพาหนะหรือ คลังสินค้าเป็นของตนเอง หรือมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานหรือโครงสร้างพื้นฐานเท่านั้น เหตุผลหลักที่เหลือ คือ เพื่อลดต้นทุนหรือลดการลงทุนในการซื้อสินทรัพย์

3.2 ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลำดับที่ 3 (Third Party Logistics: 3PL) คือ กิจกรรม ต่างๆ ที่กระทำโดยผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเภทนี้ให้บริการกิจกรรมโลจิสติกส์ที่หลากหลายมากขึ้น เช่น มีบริการด้านขนส่งด้วยรถบรรทุก ให้บริการคลังสินค้า มีระบบการบริหารจัดการกระจายสินค้า บริหารจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการบรรจุภัณฑ์สินค้า การทำพิธีการทางศุลกากรเพื่อการนำเข้า ส่งออกสินค้า และการจองระวางขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เป็นต้น

3.3 การบริหารจัดการโลจิสติกส์อย่างผู้นำ (Lead Logistics Management : LLM) คือ แนวคิดที่มีการวิวัฒนาการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลำดับที่ 3 สำหรับการตอบสนองในด้านการ ให้บริการที่ดีกว่า ตรงตามความต้องการของลูกค้า และสามารถจัดการและบริหารงานโลจิสติกส์ ที่มีความซับซ้อนได้มากกว่า การควบคุมและการแจ้งข้อมูลในห่วงโซ่อุปทาน ครอบคลุมไปถึงการ ให้บริการด้านเทคโนโลยี และการจัดการด้านธุรกิจด้วย

3.4 รูปแบบการจัดการแบบร่วมกัน (Joint Operation Model : JOM) คือ การ ให้บริการที่มีความเชี่ยวชาญการจัดการบริหารห่วงโซ่อุปทาน มีการกระจายความเสี่ยง มีแนวทางการ

แก้ไขปัญหาคือการปรับปรุงอย่างลึกซึ้ง มีระบบเทคโนโลยีก้าวหน้า เป็นการพัฒนาเพื่อรองรับตลาด หัวใจของความสำเร็จในส่วนนี้คือ เทคโนโลยีทางด้านข่าวสาร ข้อมูลและระบบ

ผู้วิจัยสรุปว่าการแบ่งระดับการให้บริการด้านโลจิสติกส์ข้างต้นทำให้ เห็นถึงความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจนี้ทำให้ผู้ใช้บริการได้เลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่เหมาะสมกับกิจกรรมของผู้ใช้บริการ มีงานวิจัยที่แสดงให้เห็นวิวัฒนาการ (Haapanen and Vepsalainen, 1999) ของการใช้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ซึ่งจากเดิมกิจกรรมโลจิสติกส์นั้น ทางองค์กรได้ดำเนินการด้วยตนเองซึ่งจากวิวัฒนาการด้านการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพและเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีการพัฒนามากขึ้นทำให้เกิดการให้บริการจากบุคคลอื่นภายนอกองค์กร ที่สามารถดำเนินการกิจกรรมบริการด้านโลจิสติกส์ได้ดีกว่าการดำเนินการโดยใช้ทรัพยากรและการจัดการขององค์กรของตนเอง จึงมีการใช้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์อื่นมาดำเนินการแทนมีความสอดคล้องกับ Alpha Research Consortium สถาบันวิจัยของประเทศออสเตรเลียที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไว้ในปี 2004 ในหัวข้อเรื่อง Characteristics, Strategies and Trends for 3PL/4PL in Australia ที่มีการแสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการของกิจกรรมผู้ให้บริการโลจิสติกส์ นั้น ได้เริ่มขึ้น ในปี ค.ศ. 1970-1980 ที่ในช่วงเวลานั้นการดำเนินการด้านโลจิสติกส์ของลูกค้าจะเป็นการดำเนินการด้วยตนเอง ต่อมาในปี ค.ศ. 1980-1990 เริ่มมีการใช้บริการการจัดจ้าง (Outsourcing) ในกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ และเมื่อเข้าสู่ปี ค.ศ. 1990-2000 เริ่มเกิดผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่ เรียกว่า ผู้ให้บริการบริหารจัดการและประสานงานระหว่างลูกค้า (Fourth Party Logistics : 4PL) ที่ให้บริการหลากหลายมากขึ้น และเมื่อเข้าสู่ปี ค.ศ. 2000 ถึงปัจจุบันมีการพัฒนาด้านการเชื่อมโยงโครงข่ายกิจกรรมในทุกด้านด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์มีความสามารถเพิ่มขึ้น ตามไปด้วย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

กฎหมายและมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ความตกลงว่าด้วยการอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Facilitation Agreement: TFA) เป็นความตกลงขององค์การการค้าโลก (WTO) ที่เป็น Multilateral Agreement ใช้กับทุกประเทศสมาชิกทั่วโลก เพื่อลดระยะเวลาและลดต้นทุนการค้าระหว่างประเทศที่เกิดจากความล่าช้า ปรับพิธีการขนส่งสินค้าข้ามแดน พิธีการศุลกากร และข้อกำหนด/กฎระเบียบของหน่วยงานกำกับต่างๆ ให้เป็นสากล โดยสมาชิก WTO บรรลุความตกลง TFA ในเดือนธันวาคม 2556 และเริ่มลงสัตยาบันตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2557 เป็นต้นมา สำหรับประเทศไทยได้ให้สัตยาบันลำดับที่ 22 เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2558 ทั้งนี้ ความตกลงมีผลบังคับใช้แล้วตั้งแต่วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2560 เมื่อสมาชิกให้สัตยาบันครบ 2 ใน 3 หรือ 110 จาก 164 ประเทศ

WTO TFA มี 24 บทบัญญัติ (Article) แบ่งออกเป็น 143 บทบัญญัติย่อย ประเทศไทยแจ้งบทบัญญัติที่พร้อมปฏิบัติทันทีที่ความตกลงฯ มีผลบังคับใช้ (Category A) จำนวน 131 บทบัญญัติย่อย และบทบัญญัติที่ต้องใช้เวลาในการปรับตัว (Category B) จำนวน 12 บทบัญญัติย่อย ซึ่งต้องแจ้งวันที่สามารถดำเนินการได้ (Definitive Date) แก่ WTO Trade Facilitation Committee

ภายใน 1 ปี (วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2561) โดย Definitive Date สามารถยืดระยะมากกว่าวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2561 ได้ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณารายละเอียดบทบัญญัติของความตกลงฯ ในทางปฏิบัติยังมีประเด็นที่ประเทศไทยไม่มีความพร้อม จึงจำเป็นต้องเร่งดำเนินการให้เป็นไปตามข้อกำหนดเพื่อป้องกันการกีดกันทางการค้าที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กาญจนา สิตา โฆษิตัญญูลิทธิ (2555) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยมีการใช้บริการโลจิสติกส์ซึ่งยังคงเลือกใช้อยู่และมีแนวโน้มเพิ่มจำนวนการให้บริการมากขึ้น ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกจ้างผู้ให้บริการด้านการขนส่งเป็นหลัก และผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เลือกใช้บริการองค์กรของผู้ให้บริการที่เป็นบริษัทข้ามชาติ เนื่องจากเชื่อมั่นว่า ผู้ประกอบการที่เป็นองค์กรของ บริษัทข้ามชาติมีศักยภาพมากกว่าองค์กรของคนไทย ทั้งด้านคุณภาพการให้บริการเทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้านเงินลงทุนและเครือข่ายกับองค์กรของผู้ใช้บริการเอง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะองค์กรของผู้ให้บริการในด้านทุนจดทะเบียน ขอบเขตการให้บริการ ระยะเวลาดำเนินกิจการ ขนาดขององค์กรที่แตกต่างกันจะมีการเลือกผู้ให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และจากผลการทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะองค์กร ผู้ให้บริการที่มีต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการพบว่า ลักษณะองค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านทุนจดทะเบียน ขอบเขตการให้บริการ สัญชาติ ขนาดขององค์กรก็มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการที่เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่เป็นผู้ให้บริการสัญชาติไทยจะเลือกผู้ให้บริการสัญชาติไทยเพิ่มมากขึ้น เมื่อผู้ใช้บริการได้รับปัจจัยด้านการบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการบริการและด้านพนักงานที่มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะด้านการบริการ และจากข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างสรุปว่า องค์กรผู้ให้บริการไทยควรมีการพัฒนาศักยภาพขององค์กรให้มีความเชี่ยวชาญเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีจำนวนรายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ทิวพงษ์ ทองนาค (2556) ได้ศึกษาความพึงพอใจการเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ กรณีศึกษา : นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง ผลการวิจัยพบว่า บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยองแบ่งตามขนาดขององค์กร ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ มีความคิดเห็นและให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะการให้บริการโลจิสติกส์โดยรวมในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน และผลการศึกษาความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์โดยรวมแตกต่างกัน โดยองค์กรขนาดกลางให้ความสำคัญในด้านราคาโดยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขององค์กรขนาดกลางที่ให้ความสำคัญทางด้านราคาเพราะถือเป็นการประหยัดต้นทุนการผลิตและยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันให้กับองค์กรที่ทำให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจลักษณะเดียวกันได้ และอาจรวมถึงการขยายธุรกิจเพื่อให้เติบโตขึ้นไปได้อย่างมั่นคง

ญาณิกา ทวีพงศ์ศักดิ์ (2558) ได้ศึกษาระบบสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับคัดเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ กรณีศึกษา : ธุรกิจผลิตรองเท้า ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาครั้งนี้เพื่อสร้าง

ระบบสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการคัดเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ 4 ราย โดยใช้กระบวนการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) เพื่อให้ได้เกณฑ์และค่าน้ำหนักของเกณฑ์ จากนั้นจึงใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงโอบล้อมข้อมูล (DEA) ประเมินประสิทธิภาพของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ โดยมีปัจจัยนำเข้าเป็นราคาเฉลี่ยต่อหน่วย และปัจจัยผลผลิตคือ คะแนนจากการประเมินตามเกณฑ์และค่าน้ำหนักของเกณฑ์จากตัวแบบการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น ประกอบด้วย การตรงต่อเวลา ระยะเวลาในการส่งมอบ ความถี่ในการส่งมอบ การส่งมอบเร่งด่วนและการตรวจสอบสถานะ ซึ่งมีค่าน้ำหนักเป็น 0.337, 0.134, 0.229, 0.216 และ 0.084 ตามลำดับ ผลการประเมินด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงโอบล้อมข้อมูล พบว่าผู้ให้บริการโลจิสติกส์รายที่ 1 มีค่าประสิทธิภาพเป็น 1 ผู้ให้บริการโลจิสติกส์รายที่ 2 มีค่าประสิทธิภาพเป็น 0.598 ผู้ให้บริการโลจิสติกส์รายที่ 3 มีค่าประสิทธิภาพเป็น 0.088 และผู้ให้บริการโลจิสติกส์รายที่ 4 มีค่าประสิทธิภาพเป็น 0.071 ดังนั้น ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพจึงมีเพียง 1 ราย คือ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์รายที่ 1 ส่วนผู้ให้บริการโลจิสติกส์อีก 3 ราย ไม่ถือว่ามีประสิทธิภาพ

ธราทร ภูมิรุ่งเรือง (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยใช้กระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (AHP) ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจคัดเลือกที่ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ให้ความสำคัญที่สุดอันดับที่หนึ่งต้นทุน (น้ำหนัก 0.384) เพราะผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ได้คำนึงถึงต้นทุนการผลิตเป็นหลักและพยายามหาวิธีลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลงเพื่อต่อสู้กับคู่แข่งที่อยู่ในตลาด อันดับที่สองเวลา (น้ำหนัก 0.383) เพราะผู้ใช้บริการโลจิสติกส์มีรูปแบบการผลิตแบบทันเวลา (JIT) การส่งมอบวัตถุดิบ งานที่อยู่ระหว่างกระบวนการผลิต และสินค้า จะมีรูปแบบการขนส่งเริ่มต้นจากผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ส่งยังผู้ประกอบการรถยนต์ด้วยส่งไปยังลูกค้า เพราะฉะนั้นเรื่องเวลาจึงมีความสำคัญมากมีอาจจะผิดพลาดได้ และอันดับที่สามความน่าเชื่อถือ (น้ำหนัก 0.233) ผู้ใช้บริการต้องการผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่มีความน่าเชื่อถือต้องมีความสามารถดูแลสินค้าในระหว่างการขนส่งให้ได้ ได้แก่ สินค้าอยู่ในสภาพเรียบร้อย หีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์ไม่ชำรุด ฉีกขาด หรือเสียหาย

อารยา คงสุนทร (2561) ได้ศึกษา การพัฒนารูปแบบการบริหารเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนารูปแบบการบริหารเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ โดยการสนทนากลุ่ม ในภาพรวมพบว่า มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยรูปแบบการบริหารเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ประกอบด้วย 1) ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในการบริหารเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ 2) ปัจจัยนำเข้าที่สำคัญในการบริหารเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ 3) กระบวนการที่สำคัญในการบริหารเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 3.1) ด้านการจัดการเครือข่ายธุรกิจ มี 5 องค์ประกอบ 3.2) ด้านการจัดการคุณภาพเครือข่ายมี 5 องค์ประกอบ และ 3.3) ด้านการจัดการความร่วมมือขององค์กรในเครือข่าย มี 2 องค์ประกอบ 4) ผลผลิตของการบริหารเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ และ 5) ผลลัพธ์ของการบริหารเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ประกอบด้วย 2 ด้าน จากนั้นได้นำรูปแบบการบริหารเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ มาพัฒนาคู่มือการบริหารเครือข่ายธุรกิจ

ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ และให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ประเมินความเที่ยงตรง และความเหมาะสมของคู่มือ ซึ่งผลการประเมินมีความพึงพอใจต่อคู่มือการบริหารผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และการจัดสัมมนาประชาสัมพันธ์รูปแบบการบริหารเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ พบว่า ผู้เข้าร่วมประชุมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อการจัดประชาสัมพันธ์รูปแบบโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

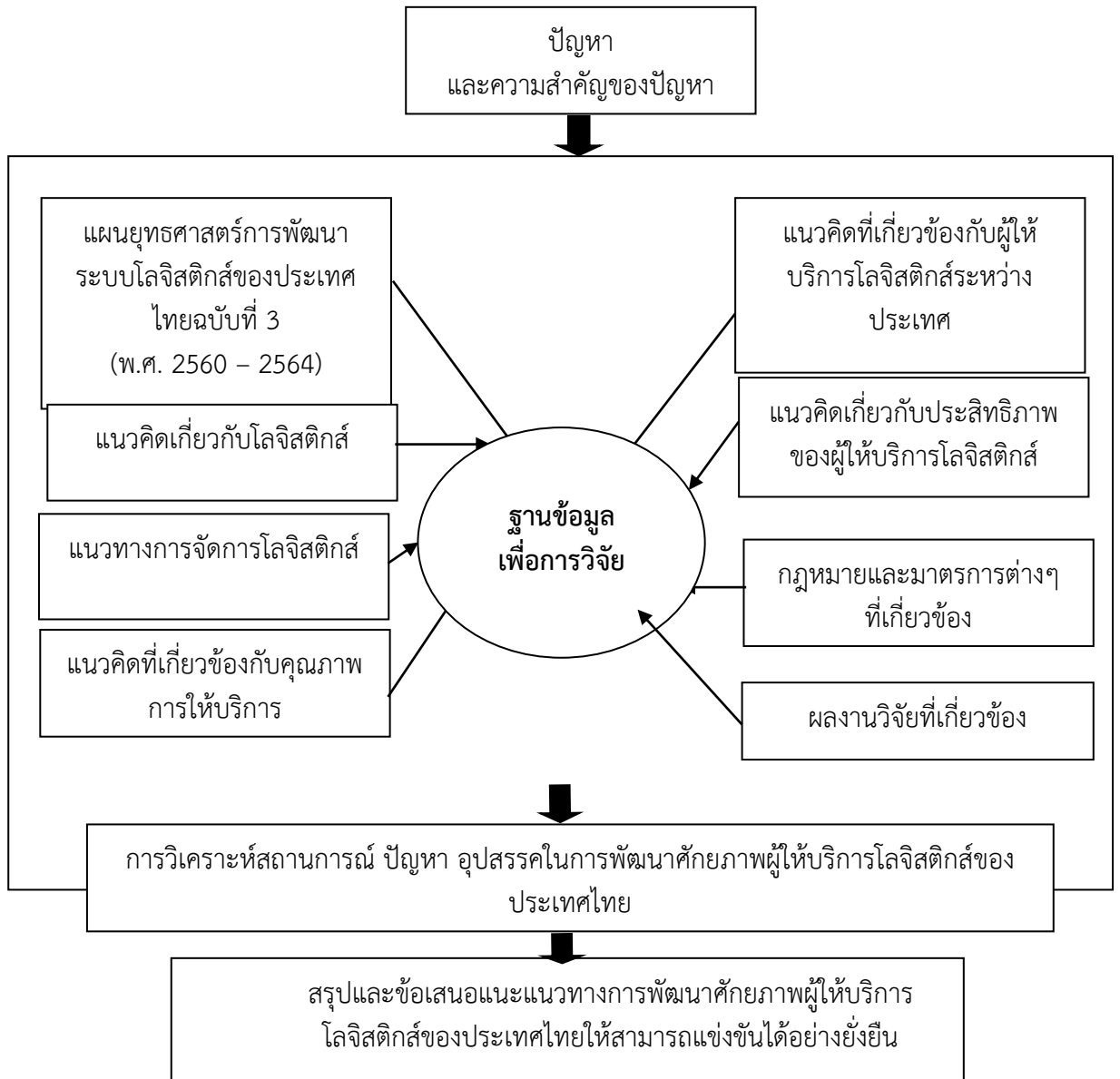
จากรูปแบบการบริหารเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ สรุปได้ว่า องค์ประกอบทั้ง 5 องค์ประกอบ สามารถนำไปใช้กำหนดนโยบายเพื่อการบริหารเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศได้จริง รวมถึงสามารถนำไปปรับใช้ในธุรกิจที่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่ใกล้เคียงกันได้ต่อไป

ศศิธร สุวรรณศรี (2562) ได้ศึกษาประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าจากท่าเรือแหลมฉบังของธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐที่มีผลต่อประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าจากท่าเรือแหลมฉบังของธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภค และปัจจัยด้านการดำเนินงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าจากท่าเรือแหลมฉบังของธุรกิจ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ได้แก่ ยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งต่อ รองลงมาเป็นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้และการจัดการเส้นทางการขนส่ง

ศิริพร เลิศยิ่งยศ (2562) ได้ศึกษาศักยภาพการให้บริการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ให้บริการโลจิสติกส์กลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้าในจังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า 1) ศักยภาพการให้บริการโลจิสติกส์สีเขียวด้านการจัดการขนส่งสีเขียวสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญ และปัจจัยสาเหตุด้านการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและแรงผลักดันจากภายนอกส่งผลกระทบต่อศักยภาพการให้บริการโลจิสติกส์สีเขียวอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ และ 2) แนวทางพัฒนาศักยภาพการให้บริการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ให้บริการขนส่งกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้าในจังหวัดนครราชสีมาพบว่า รัฐบาลควรมีบทบาทสำคัญสนับสนุนการพัฒนาด้านโลจิสติกส์อย่างจริงจัง ด้วยการมีหน่วยงานที่รับผิดชอบและให้คำปรึกษาด้านการให้บริการโลจิสติกส์สีเขียว และกิจการควรพัฒนาตนเองด้วยการส่งเสริม สนับสนุนให้บุคลากรในหน่วยงานเห็นความสำคัญของการนำแนวคิดการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวมาใช้พัฒนาการดำเนินงานให้มีความเป็นมืออาชีพ และส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมดำเนินงานแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ด้านการให้บริการโลจิสติกส์สีเขียวตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ แบบครบวงจรซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและนำมาประยุกต์เป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังนี้



สรุป

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย ให้สามารถแข่งขันได้” ผู้วิจัยได้รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2560 – 2564) มีวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ดังนี้ 1) เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการในการเก็บเกี่ยวมูลค่าเพิ่มจากห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Enhancement) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ 2) ยกระดับประสิทธิภาพระบบอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Facilitation Enhancement) ให้ได้มาตรฐานสากล และ 3) พัฒนาปัจจัยสนับสนุน (Capacity Building and Policy Driving Factors) อาทิ พัฒนาบุคลากรด้านโลจิสติกส์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคเอกชนในการพัฒนาระบบกำลังคน พัฒนาระบบติดตามและประเมินผลการพัฒนาด้านโลจิสติกส์ของประเทศไทยโดยมีเป้าหมายคือ ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันด้านโลจิสติกส์ การอำนวยความสะดวกทางการค้ามีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ไทยมีศักยภาพการประกอบธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ และบุคลากรด้านโลจิสติกส์ได้รับการพัฒนาให้มีผลิตภาพสูงขึ้น ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ ดังนี้ 1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาเพิ่มมูลค่าระบบห่วงโซ่อุปทาน 2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก 3) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านโลจิสติกส์ สำหรับการวิจัยครั้งนี้ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องคือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาเพิ่มมูลค่าระบบห่วงโซ่อุปทาน ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ได้แก่ 1) ยกระดับการบริหารจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน ภาคเกษตรกรรมและภาคอุตสาหกรรมให้ได้มาตรฐาน 2) เชื่อมโยงการค้าสู่รูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) 3) พัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Providers: LSPs) ให้สามารถแข่งขันได้ แนวคิดเกี่ยวกับโลจิสติกส์ โลจิสติกส์เป็นกระบวนการวางแผนที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายการจัดเก็บวัตถุดิบสินค้า ข้อมูลข่าวสารไปยังสถานที่ส่งมอบด้วยความถูกต้องอย่างทันเวลาและมีต้นทุนรวมที่สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้าและบริการ กิจกรรมโลจิสติกส์ประกอบด้วยกิจกรรมจำนวน 15 กิจกรรม ดังนี้ 1) งานบริการลูกค้า 2) การวางแผนเกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้งของอาคารโรงงานคลังสินค้า 3) การพยากรณ์และการวางแผนอุปสงค์ 4) การจัดซื้อจัดหา 5) การจัดการสินค้าคงคลัง 6) การจัดการวัตถุดิบ 7) การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ 8) การบรรจุหีบห่อ 9) การดำเนินการกับคำสั่งซื้อของลูกค้า 10) การขนของและการจัดส่ง 11) โลจิสติกส์ย้อนกลับ 12) การจัดการกับช่องทางจัดจำหน่าย 13) การกระจายสินค้า 14) คลังสินค้าและการเก็บสินค้าเข้าคลัง และ 15) กิจกรรมการแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ การจัดการโลจิสติกส์ประกอบด้วยกิจกรรม 4 ด้าน ได้แก่ การจัดการกระจายสินค้า (distribution management) การจัดการสินค้าคงคลัง (inventory management) การจัดการขนส่ง (transportation management) และการจัดการสารสนเทศ (information management) ความสำเร็จในการทำตลาดทั้งในระดับประเทศและในระดับสากล จำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญต่อการส่งมอบและการกระจายสินค้าภายใต้การขนส่งทางไกลระหว่างประเทศซึ่งนอกเหนือจากมีเงื่อนไขทางเวลา (Time Utility) ยังมีเงื่อนไขการขนส่งที่สามารถจะแข่งขันกับประเทศคู่แข่งซึ่งอาจจะมีที่ตั้งอยู่ใกล้กับลูกค้า (Place Utility) ซึ่งทำให้ความได้เปรียบด้านต้นทุนขนส่ง ซึ่งเป็นปัจจัยที่ลูกค้า บริษัทและซัพพลายเออร์ จะต้องมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มเข้ามาอยู่ในโซ่อุปทานเดียวกัน เพื่อผนึกกำลังในการร่วมมือทางธุรกิจ (Business Synergy) โดยใช้การ

บริหารจัดการระบบการรับ-ส่งสินค้าและบริการทั้งที่เป็นวัตถุดิบในประเทศและที่นำเข้ามาจากต่างประเทศให้มีการไหลลื่นในการส่งมอบจัดการขนส่ง บรรจุ และจัดเก็บสินค้าและการกระจายสินค้า จนถึงผู้รับคนสุดท้าย ภายใต้ประสิทธิภาพของความเร็ว ต้นทุน และคุณภาพ ซึ่งภาคธุรกิจจะต้องมีการกำหนดเป็นยุทธศาสตร์และแผนการจัดซื้อและการส่งมอบที่มีความสัมพันธ์กับพื้นที่ของการขนส่ง กล่าวคือ จะต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับยานพาหนะขนส่งไม่ว่าจะเป็น รถบรรทุกหรือบริการขนส่งทางเรือก็ตาม จะต้องสามารถใช้พื้นที่ได้เต็มพิกัด (Space Utility) รวมทั้งลดการขนส่งเที่ยวเปล่าไม่มีสินค้าเพื่อให้เกิดการลดต้นทุนด้านการขนส่ง อีกทั้งจะต้องมีการกำหนดปริมาณการจัดซื้อให้มีความสัมพันธ์กับการผลิตและการส่งมอบเพื่อให้สินค้าคงคลังมีจำนวนน้อยที่สุด

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ คุณภาพบริการเป็นความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการในสถานที่และในรูปแบบที่ต้องการ เกณฑ์ที่มีความสำคัญ 10 ประการในการให้บริการมีดังนี้ 1) Reliability (ความไว้วางใจ) ความสามารถที่จะให้บริการตามที่ได้สัญญาไว้ได้อย่างถูกต้อง โดยที่มิต้องมีผู้ช่วยเหลือ 2) Tangibles (สิ่งที่สามารถจับต้องได้) ลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงานและวัสดุที่ใช้ในการสื่อสารต่างๆ 3) Responsiveness (การสนองตอบลูกค้า) ความเต็มใจที่จะให้บริการอย่างรวดเร็ว และยินดีที่จะช่วยเหลือลูกค้า 4) Credibility (ความน่าเชื่อถือ) ความซื่อสัตย์เชื่อถือได้ของผู้ให้บริการ 5) Security (ความมั่นคงปลอดภัย) ปราศจากอันตรายความเสี่ยง และความลึกลับสงสัย 6) Access (ความสะดวก) สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก และสามารถติดต่อสื่อสารได้ง่าย 7) Communication (การสื่อสาร) การรับฟังลูกค้าและให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่ลูกค้า โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าสามารถเข้าใจได้ 8) Understanding the Customer (ความเข้าใจลูกค้า) พยายามที่จะทำความรู้จักและเรียนรู้ความต้องการของลูกค้า 9) Competence (ความสามารถ) ความรู้และทักษะที่จำเป็นของพนักงานในการให้บริการลูกค้า และ 10) Courtesy (ความสุภาพและความเป็นมิตร) คุณลักษณะของพนักงานที่ติดต่อกับลูกค้าในการแสดงออกถึงความสุภาพเป็นมิตร เกรงใจ และให้เกียรติลูกค้า

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ หมายถึง ผู้ให้บริการภายนอกเป็นกลุ่มของบุคคลหรือผู้ประกอบการภายนอกซึ่งมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในงานหนึ่งงานใดซึ่งมีความสามารถที่จะเข้ารับบทบาทการทำงานนั้นๆ ได้ดีกว่าองค์กรจะดำเนินการด้วยตนเองภายใต้สัญญาเพื่อแลกเปลี่ยนกับค่าธรรมเนียมหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับเป็นการตอบแทน โดยผลลัพธ์ที่ได้จากการว่าจ้างผู้ให้บริการภายนอก ควรจะดีกว่าองค์กรจะดำเนินการเอง ทั้งในด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ การให้ผู้ประกอบการที่ให้บริการภายนอกปฏิบัติงานที่มีความสำคัญน้อยกว่าไปทำ โดยองค์การเลือกที่จะดำเนินงานเฉพาะงานที่มีความสำคัญและคุ้มค่างกว่า การเลือกใช้ผู้ให้บริการภายนอก เป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับการจัดการความสมดุลของต้นทุน เวลา กับเงินที่ต้องจ่าย โดยทั่วไปผู้ให้บริการโลจิสติกส์ แบ่งออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ 1) ผู้จัดหาบริการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider: LSP) หรือ (Asset Based Logistics : 2PL) 2) ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลำดับที่ 3 (Third Party Logistics : 3PL/TPL หรือ Forwarding

Logistics หรือ Contract Logistics) 3) การบริหารจัดการโลจิสติกส์อย่างผู้นำ (Lead Logistics Management : LLM) 4) รูปแบบการจัดการแบบร่วมกัน (Joint Operation Model : JOM) สำหรับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศเป็นบุคคลหรือองค์กรที่แสดงตัวต่อสาธารณะว่าเป็นผู้ให้บริการจัดการขนส่งเพื่อค่าตอบแทนในทางการค้า โดยรับผิดชอบการขนส่งสินค้าจากสถานที่รับมอบไปยังปลายทางและดำเนินการตามต้องการของผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ เช่น Freight Forwarder, Ocean Transportation International, Customs House Agent, Customs Broker, Shipping and Forwarding-Agent หรือผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ การดำเนินงานของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่ดีนั้น จะใช้หลักการความถูกต้อง 5 ประการเป็นแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าในแง่ของโลจิสติกส์ ดังนี้ 1) Rights Item ตัวสินค้าที่ถูกต้อง 2) Rights Quantity ปริมาณสินค้าที่ถูกต้อง 3) Rights Time มีสินค้าในเวลาที่ต้องการ 4) Rights Place มีสินค้าอยู่ในสถานที่ที่ต้องการ 5) Rights Price /Cost สินค้ามีราคา / ต้นทุนที่ต้องการ สำหรับคุณสมบัติของประสิทธิภาพในการขนส่ง (Efficiency of Transportation) ออกเป็น 5 ข้อ อันได้แก่ 1) ความรวดเร็ว (Speed) 2) การประหยัด (Economy) 3) ความปลอดภัย (Safety) 4) ความสะดวกสบาย (Convenient) และ 5) ความน่าเชื่อถือ (reliability) ส่วนผู้ให้บริการโลจิสติกส์ออกได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้ 1) ผู้จัดหาบริการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider: LSP) 2) ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลำดับที่ 3 (Third Party Logistics: 3PL) 3) การบริหารจัดการโลจิสติกส์อย่างผู้นำ (Lead Logistics Management: LLM) และ 4) รูปแบบการจัดการแบบร่วมกัน (Joint Operation Model: JOM)

กฎหมายและมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ความตกลงว่าด้วยการอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Facilitation Agreement: TFA) เป็นความตกลงขององค์การการค้าโลก (WTO) ที่เป็น Multilateral Agreement ใช้กับทุกประเทศสมาชิกทั่วโลก เพื่อลดระยะเวลาและลดต้นทุนการค้าระหว่างประเทศที่เกิดจากความล่าช้า ปรับพิธีการขนส่งสินค้าข้ามแดน พิธีการศุลกากร และข้อกำหนด/กฎระเบียบของหน่วยงานกำกับต่างๆ ให้เป็นสากล โดยสมาชิก WTO บรรลุความตกลง TFA ในเดือนธันวาคม 2556 และเริ่มลงสัตยาบันตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2557 เป็นต้นมา สำหรับประเทศไทยได้ให้สัตยาบันลำดับที่ 22 เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2558 ทั้งนี้ ความตกลงมีผลบังคับใช้แล้วตั้งแต่วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2560 เมื่อสมาชิกให้สัตยาบันครบ 2 ใน 3 หรือ 110 จาก 164 ประเทศ

บทที่ 3

สภาพปัจจุบันในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย

ในการศึกษาสภาพปัจจุบันในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยครั้งนี้ เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยโดยมีลำดับการศึกษา ดังนี้

1. สถานการณ์ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย
2. องค์ประกอบและรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย
3. สรุป

สถานการณ์ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย

1. ภูมิหลัง/ลักษณะธุรกิจ

การค้าบริการในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา มีการเจริญเติบโตค่อนข้างมาก ทั้งมูลค่าตลาดจำนวนผู้ประกอบการ และประเภทธุรกิจในแต่ละสาขาบริการได้มีการแตกกิจกรรมย่อยออกไปอีกหลากหลายมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ในการเจรจาเพื่อเปิดตลาดการค้าบริการระหว่างกันจำเป็นต้องมีความชัดเจนในสาขาบริการต่างๆ ดังนั้น เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในระหว่างประเทศสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) จึงได้กำหนดสาขาบริการออกเป็น 12 สาขา ซึ่งในแต่ละสาขายังจำแนกออกเป็นสาขาย่อยหรือกิจกรรมต่างๆ ลงไปอีกโดยให้สอดคล้องกับที่ United Nation (U.N.) กำหนดตาม Provisional Central Product Classification (CPC) ในส่วนของสาขาบริการโลจิสติกส์ เนื่องจากเป็นบริการที่บูรณาการบริการหลายสาขาไว้ด้วยกัน เช่น บริการขนส่ง สื่อสาร จัดจำหน่ายและบริการธุรกิจ ในปัจจุบันยังไม่มีกำหนดขอบเขตของบริการ โลจิสติกส์ไว้อย่างชัดเจน ภายใต้ WTO ก็ยังไม่ได้กำหนดขอบเขตของบริการนี้ที่แน่นอนเช่นกัน แต่ Friends of Logistics ได้เสนอเกณฑ์การเปิดตลาดเพื่อให้ประเทศสมาชิกผูกพันเปิดตลาดบริการโลจิสติกส์ (แต่เน้นเฉพาะโลจิสติกส์สำหรับสินค้าเท่านั้น) โดยแบ่งประเภทของบริการที่เกี่ยวข้องด้านโลจิสติกส์เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1.1 บริการโลจิสติกส์หลักสำหรับสินค้า (Core Freight Logistics) ประกอบด้วยบริการยกขนสินค้า บริการคลังสินค้า ตัวแทนขนส่ง จัดตารางขนส่ง บริการอื่นๆ ที่สนับสนุนการขนส่ง (เช่น บริการตรวจสอบค่าน้ำหนัก บริการจัดเตรียมเอกสารขนส่ง เป็นต้น)

1.2 บริการโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้อง (Related Freight Logistics) แบ่งเป็น บริการขนส่ง (Freight Transport Services) ประกอบด้วย ขนส่งสินค้าทางทะเล ทางน้ำภายในประเทศ ขนส่งทางอากาศ และบริการให้เช่าอากาศยานพร้อมลูกเรือ ทางถนน ทางราง และบริการโลจิสติกส์อื่นๆ (Other Related Logistics Services) เช่น การทดสอบทางเทคนิคและวิเคราะห์สินค้า การจัดส่งพัสดุ ตัวแทนนายหน้า บริการค้าส่งและค้าปลีก

1.3 บริการโลจิสติกส์ที่ไม่มีใช้กิจกรรมหลัก (None-Core Freight Logistics) ประกอบด้วย บริการคอมพิวเตอร์และที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ บริการบรรจุภัณฑ์ บริการที่ปรึกษาด้านการจัดการโลจิสติกส์ บริการอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น

สำหรับภายใต้กรอบอาเซียน มีการกำหนดแผนงานรวมกลุ่มบริการโลจิสติกส์อาเซียน (Roadmap for the Integration of Logistic Services) ในแผนงานประกอบด้วย 5 มาตรการ ดังนี้

1. การเปิดเสรีบริการโลจิสติกส์อย่างมีนัยสำคัญ
2. การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของอาเซียน
3. การเพิ่มความสามารถให้กับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของอาเซียน เช่น การสนับสนุนการพัฒนาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสาขาบริการโลจิสติกส์ การพัฒนาฐานข้อมูลผู้ให้บริการโลจิสติกส์เพื่อนำไปสู่การสร้างเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์อาเซียน

4. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เช่น การส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์ความเป็นเลิศด้านโลจิสติกส์อาเซียน

5. การเสริมสร้างสาธารณูปโภคและการลงทุนสำหรับการขนส่งต่อเนื่องในหลายรูปแบบ เช่น การพัฒนาโครงข่ายเส้นทางการค้าหลักของอาเซียนอย่างไรก็ตาม ในการเจรจาเพื่อเปิดเสรีบริการโลจิสติกส์ของอาเซียน ซึ่งเป็นหนึ่งในสาขาเร่งรัดของการรวมกลุ่มหรือ Priority Sector ที่ได้กำหนดเป้าหมายของการเปิดเสรีไว้อย่างชัดเจนว่า อนุญาตให้นักลงทุนอาเซียนที่เข้ามาประกอบธุรกิจถือหุ้นได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 49 ในปี 2551 จากนั้นเพิ่มเป็นไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 ในปี 2553 และไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ในปี 2556 นั้น ครอบคลุมกิจกรรมบริการโลจิสติกส์ 11 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้า ดังนี้

1. บริการยกขนสินค้าที่ขนส่งทางทะเล (Maritime Cargo handling services : CPC 741)
2. บริการโกดังและคลังสินค้า (Storage & Warehousing services : CPC 742)
3. บริการตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้า (Freight transport agency services : CPC 748)
4. บริการเสริมอื่นๆ3 (Other auxiliary services : CPC 749)
5. บริการจัดส่งพัสดุ (Courier Services4 : CPC 7512**)
6. บริการด้านการบรรจุภัณฑ์ (Packaging Services: CPC 876)
7. บริการบริหารจัดการพิธีการศุลกากร (Customs clearance services)5
8. บริการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ ไม่รวมขนส่งภายในประเทศ (International Maritime Freight Transportation excluding Cabotage : CPC 7212)
9. บริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศ (Air Freight Services)
10. บริการขนส่งสินค้าทางรางระหว่างประเทศ (International rail freight transport services : CPC 7112)

11. บริการขนส่งสินค้าทางถนนระหว่างประเทศ (International road freight transport services : CPC 7213)

2. ภาพรวมและสถานะของบริการโลจิสติกส์ไทย

ระบบโลจิสติกส์เป็นปัจจัยสนับสนุนการยกระดับความสามารถทางการแข่งขันทางการค้าการลงทุนของประเทศเพราะโลจิสติกส์ถือเป็นต้นทุนสำคัญของผู้ประกอบการทั้งที่อยู่ในภาคเกษตร อุตสาหกรรมและบริการ อย่างไรก็ตามการพัฒนาาระบบโลจิสติกส์ของไทยยังอยู่ในขั้นเริ่มต้น คือ เน้นการจัดส่งสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคเป็นหลัก ในขณะที่ประเทศพัฒนาแล้วอย่างออสเตรเลีย สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกาอยู่ในขั้นก้าวหน้า คือ การบูรณาการระบบโลจิสติกส์ตั้งแต่การจัดซื้อวัตถุดิบจนกระทั่งผลิตสินค้าแล้วเสร็จ และส่งมอบไปสู่ผู้บริโภคด้วยเหตุนี้ จึงพบว่าต้นทุนโลจิสติกส์ของไทยยังสูงอยู่เมื่อเทียบกับประเทศคู่ค้าอื่นๆ โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับสิงคโปร์ และมาเลเซีย ซึ่งเป็นสมาชิกอาเซียนเหมือนกัน ก็ยังมีการพัฒนาโลจิสติกส์ก้าวหน้ากว่า

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยเป็นครั้งแรกเมื่อพฤษภาคม 2548 ต่อมา ได้มีการปรับปรุงรายละเอียดเพิ่มเติมและคณะรัฐมนตรีได้มีมติให้ความเห็นชอบแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย (2550-2554) เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2552 ที่กำหนดให้ประเทศไทยมีระบบโลจิสติกส์ที่ได้มาตรฐานสากลเพื่อสนับสนุนการเป็นศูนย์กลางธุรกิจและการค้าของภูมิภาคอินโดจีน โดยมุ่งลดต้นทุนโลจิสติกส์ (Cost Efficiency) เพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) และเพิ่มความปลอดภัยและความเชื่อถือในกระบวนการนำส่งสินค้าและบริการ (Reliability and Security) รวมทั้งการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจจากอุตสาหกรรมโลจิสติกส์และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ดังนี้

1. การปรับปรุงประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์ในภาคการผลิต
2. การเพิ่มประสิทธิภาพระบบขนส่งและโลจิสติกส์
3. การพัฒนาธุรกิจโลจิสติกส์
4. การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า
5. การพัฒนาข้อมูลและกำลังคนด้านโลจิสติกส์

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในฐานะเลขานุการคณะกรรมการพัฒนาระบบการบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการของประเทศ (กบส.) ได้จัดแบ่งโครงสร้างของบริการโลจิสติกส์ไทย ออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. การขนส่งสินค้า ครอบคลุมงานทางโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านการขนส่งสินค้าทั้งภายในและส่งออกนอกประเทศ ในรูปแบบต่างๆ ทั้งทางถนน รถไฟ ทะเลและอากาศ
2. การจัดเก็บสินค้า ดูแล และบริหารคลังสินค้าและการให้บริการติดสลากสินค้าหรือบริการด้านบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งการกระจายสินค้า

3. บริการด้านพิธีการต่างๆ ที่เกี่ยวกับงานโลจิสติกส์ ครอบคลุมงานพิธีการศุลกากร
4. บริการงานโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการเสริม
5. บริการพัสดุและไปรษณีย์ภัณฑ์

ทั้งนี้ จากรายงานการศึกษาโครงการศึกษาการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ไทย 2552 โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พบว่า ธุรกิจบริการโลจิสติกส์คิดเป็นร้อยละ 3.3 ของ GDP มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในปี 2551 ประมาณ 300,000 ล้านบาท

สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจบริการโลจิสติกส์ในประเทศไทยในปัจจุบัน อาจจำแนกได้เป็น 5 กลุ่มหลัก คือ ผู้ประกอบการขนส่งทางบก ขนส่งทางน้ำ ขนส่งทางอากาศ ตัวแทนออกของและตัวแทนขนส่ง และคลังสินค้า ซึ่งเป็นบริษัทที่จดทะเบียนไว้กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำนวนกว่า 10,000 บริษัท และกว่าร้อยละ 80 เป็น SMEs ที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาท และทำธุรกิจแบบดั้งเดิม บริหารงานแบบครอบครัว และส่วนใหญ่ให้บริการด้านโลจิสติกส์เท่านั้น (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2555)

3. ธุรกิจโลจิสติกส์

3.1 ความสำคัญของโลจิสติกส์

การพัฒนาโลจิสติกส์ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี มีเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่มุ่งสู่ผลสัมฤทธิ์ในปี 2579 โดยการยกระดับศักยภาพโลจิสติกส์ทั้งระบบ และเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจบริการโลจิสติกส์ ผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางของโลจิสติกส์ในอนุภูมิภาคและภูมิภาคอาเซียน มุ่งสู่การเป็นประเทศที่มีรายได้สูงและพร้อมเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วภายในปี 2579 นอกจากนี้ ยังสนับสนุนให้เกิดการใช้พลังงานในภาคขนส่งที่มีประสิทธิภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมุ่งเน้นให้ต้นทุนระบบโลจิสติกส์ของประเทศอยู่ในระดับที่แข่งขันได้ในระดับสากล

3.2 สถานการณ์โลจิสติกส์ไทยในปัจจุบัน

คาดว่าในปี 2566 ภาคโลจิสติกส์ของไทยจะขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากปัจจัยเรื่องการผ่อนปรนภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในหลายประเทศทั่วโลก ประกอบกับการส่งออกสินค้าที่ขยายตัว รวมถึงธุรกิจ e-Commerce ที่ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องเพิ่มทางเศรษฐกิจในกิจกรรมโลจิสติกส์และธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย ในภาพรวม รายละเอียดดังตารางที่ 3-1 (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2565)

3.3 โอกาสของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย

3.3.1 เส้นทาง BRI เปิดโอกาสทางการค้าในภูมิภาคอาเซียน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะใน ลาว เวียดนาม กัมพูชา และไทย เมื่อสำเร็จแบบไร้รอยต่อแล้ว จะเกิดมูลค่าเพิ่มและกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับภูมิภาคในภาพรวมอย่างมาก โดยเฉพาะประเทศสมาชิกความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (RCEP)

3.3.2 โลจิสติกส์สำหรับขนส่งสินค้าฮาลาล ซึ่งเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มและมีโอกาสขยายตัวสูง ตลาดโลจิสติกส์ฮาลาล (Halal Logistics) เป็นตลาดที่มีความน่าสนใจ ซึ่งธุรกิจโลจิสติกส์เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้การส่งออกของสินค้าฮาลาลไทยขยายตัว หากผู้ประกอบการไทยสามารถศึกษาการจัดการสินค้าตามหลักฮาลาล

ตารางที่ 3 - 1 กิจกรรมโลจิสติกส์และธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยในภาพรวม

ประเภทนิติบุคคล	จำนวนนิติบุคคลนับตามสถานะแบบสะสม (ราย)	มูลค่าทุนจดทะเบียนคิดตามสถานะแบบสะสม (ล้านบาท)
ธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์	33,091	419,720.39
การขนส่งทางบกและระบบท่อลำเลียง	24,086	171,432.13
การขนส่งทางน้ำ	764	106,411.01
การขนส่งทางอากาศ	250	33,541.74
การขนถ่ายสินค้า	694	11,344.64
คลังสินค้า	882	46,309.68
การบริหารจัดการเกี่ยวกับสินค้า	1,719	30,807.89
ตัวแทนผู้รับจัดการขนส่งสินค้า	4,559	18,670.44
ตัวแทนออกของอื่นๆ	137	1,202.87

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2565.

4. การพัฒนาในอนาคตของระบบโลจิสติกส์

การพัฒนาาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยในระยะต่อไปจำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลา โดยภาครัฐควรสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการจัดทำการบริหารความเสี่ยงทางธุรกิจ โดยเฉพาะการเตรียมเส้นทางการขนส่งและโลจิสติกส์สำรองในกรณีฉุกเฉินได้อย่างมีประสิทธิภาพ สนับสนุนความเชื่อมโยงของภาคธุรกิจขนส่งภายใต้ความปกติใหม่ที่ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญเรื่องความสะอาดความปลอดภัยและการดูแลสุขภาพมากขึ้น โดยควรให้ความสำคัญต่อการสนับสนุนการดำเนินการด้านโลจิสติกส์ที่มีความปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green & Safety Logistics)

สำหรับภาคเอกชน ควรปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการคลังสินค้าให้สามารถรองรับการดำเนินธุรกิจในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อาทิ การจัดให้มีพื้นที่จัดเก็บสินค้าระหว่างการผลิต (Work in Process) เพื่อรอการผลิตขั้นสุดท้าย ตามความต้องการของผู้บริโภค การพัฒนา

คลังสินค้าสู่การบริการคลังสินค้าพร้อมจัดส่ง (Fulfillment) รองรับปริมาณสินค้าตามการขยายตัวของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งตั้งศูนย์กระจายสินค้าส่วนภูมิภาค (Regional Distribution) ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการขนส่งแบบถึงมือผู้รับ (Door-to-Door) ที่เพิ่มขึ้นและลดต้นทุนการขนส่งสินค้า

ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนให้การดำเนินการของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ไทยให้สามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากสภาวะการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป คือ การใช้โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ โดยเฉพาะระบบการจัดเก็บและเชื่อมโยงข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้ประกอบการนำมาใช้เป็นเครื่องมือประกอบการวิเคราะห์ ติดตาม ประเมินผล และวางแผนการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการคลังสินค้าและการขนส่ง รวมทั้งนำไปใช้จัดทำแบบจำลองธุรกิจโลจิสติกส์ (Logistics Simulation Model) เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลอดจนปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจไปสู่ B2C (Business to Consumer) ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสนับสนุนการเชื่อมโยงการค้าสู่รูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้สามารถขยายโอกาสทางการตลาดสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไปใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) รวมทั้งเร่งปรับปรุงกฎระเบียบให้สามารถรองรับและลดเงื่อนไข ที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-payment)

นอกจากนี้ การสร้างเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย และสร้างพันธมิตรกับผู้ประกอบการในระดับภูมิภาค เป็นแนวทางหนึ่งที่สำคัญสำหรับการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ในธุรกิจขนส่งทั้งในระดับประเทศและระหว่างประเทศ โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยเข้าไปร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการในประเทศเพื่อนบ้าน การจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันโดยเฉพาะในภาวะฉุกเฉิน รวมทั้งสนับสนุนมาตรการทางการเงินและมาตรการทางภาษีให้แก่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยในการลงทุนและสร้างเครือข่ายธุรกิจในอนาคต ตลอดจนปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจไปสู่แนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรร่วมกันและลดต้นทุนธุรกิจ รวมทั้งการประกอบการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ที่อยู่บนพื้นฐานการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตามที่กฎหมายกำหนดซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญ ในการเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างความยั่งยืนให้แก่ ธุรกิจโลจิสติกส์ไทย

จากที่กล่าวมาในข้างต้น ประเทศไทยควรใช้โอกาสและศักยภาพในการรับมือกับการแพร่ระบาดของโรคในการเตรียมความพร้อมและวางแนวทางการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ ให้สอดคล้องสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่จะเปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้ประเทศไทยมีความสามารถที่จะแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพในระดับสากล อย่างไรก็ตามการขับเคลื่อนการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจโลกยังมีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนสูง และในสภาวะการณ์ต่อจากนี้จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกันของทุกภาคส่วน ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการ ในการพัฒนาขับเคลื่อนระบบโลจิสติกส์ให้สามารถสนับสนุนการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืน (กองยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์, 2563)

ธุรกิจคลังสินค้าปี 2565-2567 มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องตามการทยอยฟื้นตัวของภาคการผลิตและภาคส่งออก การเติบโตของธุรกรรมการซื้อขายสินค้าออนไลน์และโลจิสติกส์ รวมถึง

การพัฒนาโครงการในนิคมอุตสาหกรรม พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษและระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก ตลอดจนการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานและเส้นทางคมนาคมของภาครัฐซึ่งเชื่อมโยงพื้นที่ระหว่างภูมิภาค ปัจจัยข้างต้นช่วยหนุนความต้องการเช่าพื้นที่คลังสินค้าเพื่อเป็นศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าไปยังพื้นที่ต่างๆ เพิ่มขึ้น รวมถึงจูงใจให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ลงทุนขยายธุรกิจเพื่อรองรับอุปสงค์ที่เติบโต ทั้งนี้ ทิศทางการเติบโตของคลังสินค้าแต่ละประเภทจะมีความแตกต่างกัน ขึ้นกับปัจจัยแวดล้อมเฉพาะของธุรกิจคลังสินค้านั้น การแข่งขันมีแนวโน้มรุนแรงขึ้นจาก 1) การลงทุนขยายพื้นที่คลังสินค้าให้เช่าต่อเนื่องของผู้ประกอบการรายใหญ่ และ 2) การขยายการลงทุนของผู้ประกอบการรายใหม่ ทั้งจากกลุ่มธุรกิจอื่นโดยเฉพาะอสังหาริมทรัพย์ และผู้ประกอบการต่างชาติ นอกจากนี้ การขยายพื้นที่เช่าในบางทำเล อาจผลักดันให้อุปทานส่วนเกินสูงขึ้น ทำให้การปรับขึ้นค่าเช่าทำได้จำกัด

ปี 2565-2567 ธุรกิจคลังสินค้าให้เช่ามีแนวโน้มเติบโตตามทิศทางเศรษฐกิจที่ทยอยฟื้นตัวโดยเฉพาะภาคส่งออกและภาคการค้าในประเทศ ส่งผลให้ผู้ประกอบการโดยเฉพาะรายใหญ่มีแนวโน้มลงทุนขยายพื้นที่คลังสินค้าเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง จึงอาจมีอุปทานส่วนเกินของพื้นที่ให้เช่าในบางทำเล ทำให้การแข่งขันด้านราคารุนแรงขึ้น ขณะที่การปรับขึ้นค่าเช่าทำได้จำกัด ธุรกิจคลังสินค้าทั่วไป : รายได้มีแนวโน้มเติบโตดีกว่าคลังสินค้ารูปแบบอื่น โดยเฉพาะคลังสินค้าที่อยู่ในทำเลที่มีศักยภาพหรืออยู่ในทำเลที่เป็นศูนย์กลางกระจายสินค้า (Hub) เช่น BMR และ EEC (ชลบุรี ระยอง และ ฉะเชิงเทรา) อย่างไรก็ตาม อุปทานที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากผู้ประกอบการรายใหญ่และรายใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่เข้ามาลงทุนคลังสินค้าสมัยใหม่จึงอาจกระทบคลังสินค้าแบบดั้งเดิมและกลุ่ม SMEs ทำให้สูญเสียส่วนแบ่งตลาด ขณะที่การปรับขึ้นค่าเช่าทำได้จำกัดเฉพาะบางพื้นที่ ผู้ประกอบการจึงมีแนวโน้มปรับตัวโดยหาพันธมิตรทางธุรกิจหรือร่วมทุนกับกิจการข้ามชาติหรือทุนไทยขนาดใหญ่ เพื่อเสริมความแข็งแกร่งและลงทุนปรับโมเดลธุรกิจสู่คลังสินค้าสมัยใหม่ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสการรับรู้รายได้ในระยะยาว

ธุรกิจคลังสินค้าแช่เย็น/แช่แข็ง (ห้องเย็น) : รายได้มีแนวโน้มทรงตัวถึงชะลอลง ตามความต้องการเก็บรักษาสินค้าประเภทผักสด ผลไม้ ไม้ตัดดอก และสินค้าประมง แรงกดดันด้านอุปทานคลังสินค้าส่วนเกินทำให้ผู้ประกอบการมีอำนาจต่อรองกับลูกค้าต่ำ อย่างไรก็ตาม ทิศทางการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป อาหารแช่เย็นแช่แข็งที่คาดว่าจะฟื้นตัวตามภาวะเศรษฐกิจ ยังเป็นปัจจัยบวกต่อธุรกิจ

ธุรกิจคลังสินค้าธัญพืช (ไซโล) : รายได้มีแนวโน้มผันผวน ตามปริมาณผลผลิตเกษตรที่ขึ้นกับสภาพดินฟ้าอากาศ ขณะที่อุปทานส่วนเกินยังมีจำนวนมาก จึงอาจกดดันให้ผู้ประกอบการต้องใช้กลยุทธ์ด้านราคาเพื่อรักษาลูกค้า เพิ่มความเสี่ยงต่อการทำกำไรของธุรกิจ

คลังสินค้า (Warehouse) หมายถึง อาคารที่ใช้เก็บรักษาหรือรับฝากสินค้าระหว่างรอการเคลื่อนย้ายเพื่อสนับสนุนการผลิต (กรณีจัดเก็บวัตถุดิบ ส่วนประกอบและชิ้นส่วนต่างๆ) และการกระจายสินค้า (กรณีจัดเก็บสินค้าสำเร็จรูป) ให้กับผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานและลูกค้า การให้บริการคลังสินค้าให้เช่าจึงเป็นธุรกิจบริหารงานโลจิสติกส์ที่มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจต่างๆ ทั้งกระบวนการผลิต การค้า และการขนส่ง

คลังสินค้าให้เช่าในประเทศ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) คลังสินค้าแบบดั้งเดิม (Traditional warehouse) มีสัดส่วนมากกว่า 95% ของจำนวนคลังสินค้าทั่วประเทศ ส่วนใหญ่เน้นบริการพื้นที่เช่า โดยมีระบบสาธารณูปโภค/สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน อาทิ ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และระบบรักษาความปลอดภัย และ 2) คลังสินค้าสมัยใหม่ (Modern warehouse) ให้บริการพื้นที่เช่าที่รองรับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและระบบโลจิสติกส์ครบวงจร ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการคลังสินค้า (อาทิ ระบบจัดเก็บ ระบบตรวจนับ และระบบตรวจสอบสินค้าคงคลัง) และเอื้อต่อการจัดหา จัดเรียงและขนถ่ายสินค้าสู่กระบวนการกระจายสินค้า รวมถึงการใช้แรงงานคนน้อยลง จึงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เช่าได้มากขึ้น ปัจจุบันมีผู้ประกอบการบางส่วนปรับเปลี่ยนรูปแบบมาเป็นคลังสินค้าสมัยใหม่มากขึ้นเพื่อเพิ่มฐานลูกค้าและเป็นช่องทางสร้างรายได้จากบริการเสริมอื่นๆ นอกเหนือจากค่าเช่าพื้นที่ นอกจากนี้ ยังมีการปรับปรุงโครงสร้างอาคารให้ได้มาตรฐาน (อาทิ มาตรฐาน LEED : Leadership in Energy and Environmental Design) และมีการลงทุนพัฒนาระบบอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อมภายในอาคาร รวมถึงการวางโครงสร้างอาคารที่คำนึงถึงการป้องกันภัยพิบัติ (เช่น น้ำท่วม และแผ่นดินไหว เป็นต้น) คลังสินค้ายกพื้นและเพดานสูงเพื่อจัดเก็บได้มากขึ้นกว่าเดิม ขณะเดียวกันก็ขนถ่ายได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น ฯลฯ

การดำเนินธุรกิจคลังสินค้าในไทยอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการกำกับคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น (สังกัดกระทรวงพาณิชย์) ผู้ให้บริการคลังสินค้ามีทั้งที่เป็นหน่วยงานในสังกัดรัฐ คือ องค์การคลังสินค้า (อคส.) หน่วยงานเอกชนที่อยู่ภายใต้การกำกับและสนับสนุนของรัฐ ได้แก่ สหกรณ์การเกษตรและผู้ประกอบการคลังสินค้าเอกชนที่มีสถานะเป็นนิติบุคคล

โดยภาพรวมการแข่งขันของธุรกิจคลังสินค้ามีแนวโน้มรุนแรงขึ้น ผลจาก 1) การลงทุนขยายพื้นที่ให้เช่าต่อเนื่องของผู้ประกอบการรายใหญ่ (อาทิ บมจ. ดับบลิวเอชเอ คอร์ปอเรชั่น บมจ. สวนอุตสาหกรรมวินโคสท์ บมจ. เฟรเซอร์สพร็อพเพอร์ตี้ และบมจ. ไวส์ โลจิสติกส์) โดยเฉพาะคลังสินค้าทั่วไป จึงมีอุปทานส่วนเกินเพิ่มขึ้นในบางทำเล ทำให้การปรับขึ้นค่าเช่าทำได้ไม่มาก และ 2) การขยายการลงทุนของผู้ประกอบการรายใหม่ทั้งจากกลุ่มธุรกิจอื่นโดยเฉพาะอสังหาริมทรัพย์ ผู้ประกอบการต่างชาติ และผู้ประกอบการร่วมทุนระหว่างกันเพื่อขยายขอบเขตบริการด้านโลจิสติกส์ที่ครอบคลุมถึงบริการด้านคลังสินค้า (เช่น บริษัท ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ กับ บมจ. เจดับเบิลยูดี อินโฟโลจิสติกส์ ร่วมทุนจัดตั้งบริษัท แอลฟา อินดัสเทรียล โซลูชั่น เพื่อพัฒนาพื้นที่คลังสินค้าและโรงงานให้เช่ารวม 1 ล้านตารางเมตร ช่วงปี 2565-2569 และ บมจ. แอสสิริ ร่วมกับบริษัท พรอสเพค ดีเวลลอปเม้นท์จัดตั้งบริษัท บีเอฟทีแอสต บางปะกง เพื่อพัฒนาคลังสินค้าและโรงงานให้เช่าในพื้นที่อำเภอวังน้อย โดยจะเปิดเฟสแรก 1.1 แสนตารางเมตรในปี 2566) นอกจากนี้ข้อจำกัดด้านผังเมืองที่กำหนดพื้นที่เฉพาะสำหรับการสร้างคลังสินค้า อาทิ ผังเมืองพื้นที่สีเขียว (ที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม) ไม่สามารถสร้างอาคารรวบรวมผลผลิต/ห้องเย็นที่มีขนาดเกินกว่า 2,000 ตารางเมตร นับเป็นอุปสรรคต่อการลงทุนขยายธุรกิจคลังสินค้าในบางพื้นที่ ผู้ประกอบการจึงควรเร่งปรับปรุงประสิทธิภาพของธุรกิจ อาทิ การเสริมระบบเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการตั้งแต่ขั้นวางแผนสินค้า ระบบขนถ่ายวัสดุ ระบบลำเลียงและระบบการบริหารจัดการต่างๆ รวมไปถึงการปรับรูปแบบเป็นคลังสินค้า

สมัยใหม่ระบบอัตโนมัติ (Automated warehouse) ซึ่งเพิ่มความได้เปรียบด้านพื้นที่และช่วยประหยัดแรงงาน ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้และตอบสนองการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจ

องค์ประกอบและรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย

1. ศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์

ศักยภาพมีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการที่จะนำองค์กรให้บรรลุผลสำเร็จ หากองค์กรใดมีศักยภาพต่ำก็ต้องรีบพัฒนาให้องค์กรตนเองมีศักยภาพให้ดีขึ้นและส่วนหนึ่งที่สำคัญก็คือการพัฒนาศักยภาพขององค์กรว่า การทำให้องค์กรมีศักยภาพที่ดีขึ้น ต้องมุ่งมั่น และให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานในประเด็นใดบ้าง โดยผู้ประกอบการที่มีการให้บริการด้านโลจิสติกส์จะต้องเข้าใจและแสวงหาแนวทางในการพัฒนาองค์กรให้สามารถดำเนินงานได้ภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ศักยภาพเป็นพลังหรือคุณสมบัติที่แฝงอยู่ในสิ่งต่างๆ สามารถพัฒนาให้ปรากฏเป็นที่ประจักษ์ได้ คนที่มีศักยภาพคือคนที่มีความสามารถซ่อนอยู่ภายใน หากได้รับการส่งเสริมอย่างเต็มที่และถูกทาง ความสามารถสูงสุดก็จะปรากฏขึ้น ในทำนองเดียวกันหากองค์กรใดที่มีศักยภาพมีความสามารถซ่อนอยู่ภายในองค์กร หากได้รับการพัฒนาและส่งเสริมอย่างถูกต้องเหมาะสมยอมทำให้องค์กรนั้นสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้มีผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งนักวิชาการกล่าวถึงความหมายของศักยภาพไว้ในลักษณะที่สอดคล้องกัน ศักยภาพเป็นความสามารถ ความพร้อมหรือคุณสมบัติที่แฝงอยู่ในองค์กรหรือหน่วยงาน ซึ่งสามารถทำให้ปรากฏหากได้รับการพัฒนา หรือกระตุ้นจากภายนอก อันจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ความสำเร็จ และบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ ทั้งนี้หากพิจารณาการดำเนินงานผู้ประกอบการในภาคธุรกิจ ศักยภาพคือพลังความคิด ซึ่งถือเป็นพลังอำนาจที่ยิ่งใหญ่ หากรู้จักวิธีการพัฒนาศักยภาพนั้น พลังดังกล่าวก็จะถูกนำมาใช้ในการคิดวิเคราะห์เพื่อแก้ปัญหาต่างๆ การฝึกฝนให้ได้มีความคิดที่แปลกใหม่ มีการเรียนรู้อยู่ตลอดเวลาจะทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ รู้ถึงแนวทางหรือวิธีการในการจัดการกับปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นก่อให้เกิดความสำเร็จในการทำงาน และนำมาซึ่งความสามารถในการแข่งขันทั้งในระดับประเทศ และในระดับโลก

ศักยภาพระดับองค์กร (Organizational Potential) หมายถึง ความสามารถขององค์กรที่แฝงอยู่ในองค์กรหรือหน่วยงาน ในการดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใดเพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยพัฒนาให้องค์กรเหล่านั้น สามารถนำทรัพยากรมาทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสมโดยองค์กรจะเกิดศักยภาพในระดับองค์กรได้นั้น ผู้บริหารจะต้องพิจารณาจากปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่

1. นโยบายการบริหารงาน (Management Policy) หมายถึง กรอบการปฏิบัติงาน และแนวทางการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งกำหนดขึ้นเพื่อช่วยในส่วนต่างๆ ขององค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการขององค์กร โดยเฉพาะการกำหนดนโยบายในด้านต่างๆ เช่น ด้านการตลาด การเงิน การบริหารสินค้าคงคลัง ระบบการขนส่ง โดยการกำหนดนโยบายจะต้องมีความเหมาะสม และมีประสิทธิภาพเพียงพอ จะสามารถนำทรัพยากรขององค์กรที่มีอยู่มาใช้ได้อย่างเต็ม และนำมาซึ่งความสามารถในการแข่งขัน

2. โครงสร้างขององค์กร (Organizational Structure) หมายถึง กรอบโครงสร้างขององค์กรที่กำหนดงาน กลุ่มงานและความสัมพันธ์ของงานไว้ องค์กรที่มีโครงสร้างเป็นอุปสรรคต่อการทำงาน เช่น โครงสร้างซับซ้อน ลำดับชั้น การประสานงานหลายขั้นตอน ขาดเอกภาพในการทำงาน ก็จะก่อให้เกิดการตัดสินใจที่ล่าช้าและขาดประสิทธิภาพในการตอบสนองในการแก้ปัญหาการบริการลูกค้า และการปรับตัวให้สามารถแข่งขันได้ โดยทั้งนี้ โครงสร้างขององค์กรจะต้องได้รับการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัย เพื่อสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

3. ผลการดำเนินงาน (Operation Results) หมายถึง การดำเนินงานที่ไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ ผลการดำเนินงานที่ไม่สามารถทำให้ธุรกิจอยู่ได้จะต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไข โดยด่วน โดยผู้บริหารจะต้องทำการวิเคราะห์ปัญหาอย่างเป็นระบบและดำเนินการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และกำหนดแนวทางในการแก้ไข ป้องกันให้เหมาะสมเพื่อมิให้ปัญหาเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและบานปลายไปยังส่วนอื่นๆ ขององค์กร และยังเป็นแนวทางในการวางแผนสำหรับการพัฒนาการดำเนินงานในอนาคต เพื่อให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

4. พนักงาน (Employees) หมายถึง ทรัพยากรมนุษย์เป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญที่สุดในการดำเนินงานของทุกองค์กร ทรัพยากรที่มีปัญหาและขาดความพร้อมจะสร้างความอ่อนแอและความสูญเสียให้กับองค์กรได้ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งการที่หน่วยงานหรือองค์กรใด มีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ ในการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับการดำเนินงานและเป้าหมายขององค์กรนั้น ย่อมนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ ทั้งนี้การดำเนินงานด้านบุคลากรอย่างเหมาะสม จะช่วยส่งเสริมความสำเร็จขององค์กร โดยจะต้องบูรณาการการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับทิศทางเชิงกลยุทธ์ขององค์กร (เข้มพร สุ่มมาตย์, 2553 : 14-15)

การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ ในส่วนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ก็ยังได้ประโยชน์ไม่เต็มที่เพราะต้นทุนการขนส่งสินค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีสูงกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ วิสาหกิจขนาดใหญ่มีศักยภาพในการขนส่งสามารถขนส่งได้เป็นจำนวนมากๆ ประหยัดต้นทุนได้ ในขณะที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องขนส่งคละรวมกับผู้อื่น ทำให้ต้นทุนสูงกว่า และเสียเวลามากกว่า โดยในเรื่องนี้รัฐบาลควรจะมีนโยบายให้หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยบริหารจัดการ เพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ประโยชน์เต็มที่จากแนวคิดในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย (นิมิตร ศิริवार, 2554 : 21)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้กำหนดความหมายศักยภาพการประกอบโลจิสติกส์ หมายถึง ความสามารถในการแข่งขันที่ประกอบด้วยความพร้อมในการบริหารจัดการที่ดีทันสมัยในทุกกิจกรรมของโลจิสติกส์และมีประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ที่สร้างความพึงพอใจให้กับ

ผู้ให้บริการด้านความสะดวก ความประหยัด ความปลอดภัย และความรวดเร็ว จึงจะสามารถนำไปพัฒนาการประกอบธุรกิจด้านอื่นๆ ได้อย่างยั่งยืน

2. ความร่วมมือด้านโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการ

ระบบโลจิสติกส์ เป็นหนึ่งในกิจกรรมพื้นฐาน ที่ต้องเร่งส่งเสริมเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน เนื่องจากระบบโลจิสติกส์เป็นกิจกรรมต้องการการสนับสนุนในหลายๆ รูปแบบ เช่น การพัฒนาระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพ การกำหนดอัตราภาษีที่ส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ การสร้างเครือข่ายของอุตสาหกรรมต่อเนื่อง การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะกิจกรรมการให้บริการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Outsourcing) ที่มีการเติบโตขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากหลายบริษัทพยายามที่จะลดค่าใช้จ่ายที่เกิดจากกิจกรรมที่ไม่ใช่กิจกรรมหลักที่มีความเชี่ยวชาญ รวมถึงความจำเป็นในการปรับเปลี่ยนขนาดของบริษัทให้มีขนาดที่เหมาะสม จากช่องว่างดังกล่าวจึงเป็นโอกาสทางธุรกิจในการให้บริการด้านโลจิสติกส์มีการพัฒนารูปแบบที่หลากหลายในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

อัจฉราภรณ์ พิชญากานต์ (2551 : 31-33) กล่าวว่า มีการกำหนดระดับของธุรกิจการให้บริการด้านโลจิสติกส์เป็นรูปแบบหนึ่งของธุรกิจที่เป็นทางเลือกและมีแนวโน้มการเติบโตที่มากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งมีรายละเอียดการแบ่งอันดับ ดังนี้

1. อันดับที่ 1 บริษัทปฏิบัติกิจกรรมด้านโลจิสติกส์เอง (In-House Logistics หรือ In Sourcing Logistics หรือ Reverse Outsourcing) ซึ่งหมายถึงการที่บริษัทปฏิบัติกิจกรรมด้านโลจิสติกส์เองด้วยทรัพยากรภายในของบริษัท ซึ่งจะต้องมีระบบขนส่ง ระบบการจัดเก็บ รวมถึงต้องมีพนักงานที่ทำหน้าที่ปฏิบัติงานดังกล่าว การใช้รูปแบบการจัดการในลักษณะนี้จะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเมื่อบริษัทนั้นๆ ต้องให้ความสำคัญกับกิจกรรมดังกล่าวอย่างมาก

2. อันดับที่ 2 Logistics Services Provider (LSP) หรือ Asset-base Logistics (2PL) เป็นรูปแบบการจัดการที่พัฒนามาจากรูปแบบแรกเนื่องจากบริษัทต้องการลดการลงทุนในสินทรัพย์ หรือเนื่องมาจากความไม่พร้อมของบริษัท เช่น ระบบขนส่ง กระบวนการผลิต การจัดเก็บสินค้า จึงทำให้เกิดการจ้างงานจากภายนอกให้มาจัดการในกิจกรรมดังกล่าว รวมถึงแรงงานจากภายนอกที่บริษัทจ้างเข้ามาแต่ไม่ใช่เป็นพนักงานที่อยู่ภายใต้การดูแลของบริษัท

3. อันดับที่ 3 Third Party Logistics (3PL/TPL) หรือ Forwarding Logistics หรือ Contract Logistics มีลักษณะคล้ายกับการร่วมมือเป็นพันธมิตรด้านโลจิสติกส์ (Logistics Alliance or Strategic Alliance) ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่เกิดขึ้นระหว่างบริษัทและผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ไม่เพียงแต่เฉพาะการจัดการงานด้านโลจิสติกส์ แต่ยังครอบคลุมถึงการแบ่งปันและส่งถ่ายข้อมูล ความเสี่ยงและผลประโยชน์ร่วมกับภายใต้เงื่อนไขทางสัญญาว่าจ้างงาน (Contract) ที่มีการกำหนดระยะเวลาชัดเจน 3PL คือ ผู้ทำหน้าที่เป็นคนกลางระหว่างความสัมพันธ์ของผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งคนกลางระหว่างความสัมพันธ์ของผู้ซื้อ และผู้ขายซึ่งคนกลางดังกล่าวไม่มีความรับผิดชอบ ความเสี่ยงทางการค้า (Commercial Risk) ที่อาจเกิดขึ้นจากกิจกรรมเฉพาะ แต่จะถูกทำสัญญาการจัดจ้างให้ดูแลกิจกรรมบางอย่างเท่านั้น เช่น การขนสินค้า (Physical Handling of the Goods) บริการด้านแรงงาน การบรรจุ คลังสินค้า หรือกิจกรรมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

จากนิยามที่มีความหมายที่กว้างซึ่งดูเหมือนว่าจะเป็นคำที่ใช้ทั่วไป เพื่อให้ครอบคลุมกิจกรรมทุกอย่างในโซ่อุปทาน ด้วยเหตุนี้ความซับซ้อนในการใช้บริการของ 3PL จึงมีมาก ดังนั้นจึงเป็นที่มาของกลุ่มธุรกิจ 4PL เพื่อเข้ามาช่วยในการจัดระบบที่มีความซับซ้อนยุ่งยากนั้นต่ออีกช่วง

4. อันดับที่ 4 Fourth Party Logistics (4PL/FPL) หรือ Supply Chain Logistics หรือ Lead Logistics Provider เป็นรูปแบบที่พัฒนาต่อมาจาก 3PL เพื่อให้เกิดการตอบสนองความต้องการที่ซับซ้อนของลูกค้าได้ดีขึ้น โดยอาศัยเครือข่ายการจัดการที่เป็นระบบ ครอบคลุมขอบข่ายของ 3PL โดยเฉพาะงานด้านการให้บริการเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) และการบริหารงานด้านกระบวนการจัดการทางธุรกิจ (Business Process Management) ในที่นี้ 4PL จะถูกกำหนดว่าเป็นจุดแรกและที่ติดต่อจุดเดียว (Single Point Contact) บริหารจัดการกิจกรรมโซ่อุปทานทั้งหมดให้แก่ลูกค้า ซึ่งบริหารและรวบรวม (Integrate) การใช้ทรัพยากรทุกประเภท รวมถึงการดูแลควบคุมหน้าที่ของ 3PL ตลอดทั้งโซ่อุปทาน โดยคำนึงถึงการตอบสนองต่อตลาดเดียว (Global Market) เกิดข้อได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ และสร้างความสัมพันธ์แบบยั่งยืน

5. อันดับที่ 5 Fifth Party Logistics (5PL) เป็นธุรกิจที่ถูกพัฒนาเพื่อการให้บริการตลาดธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (e-Business Market) ซึ่งทั้งผู้จัดหา 3PL และ 4PL เหล่านี้จะทำการบริหารผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายในโซ่อุปทานผ่านทางการค้าอิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) โดยกุญแจสำคัญที่จะประสบความสำเร็จในด้านนี้คือ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

จากงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยสรุปว่าการแบ่งระดับการให้บริการด้านโลจิสติกส์ ข้างต้นทำให้เห็นถึงความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจนี้แต่ในปัจจุบันก็ยังไม่มีการกำหนดที่ชัดเจนว่าประเภทของการให้บริการโลจิสติกส์มีทั้งหมดกี่ประเภทในอุตสาหกรรมที่ต่างกัก็ส่งผลให้มีการใช้ระบบการจัดการทางโลจิสติกส์ที่ต่างกันเพื่อให้เหมาะสมกับกิจกรรมของตนความคาดหวังที่มีต่อผู้ให้บริการโลจิสติกส์มีเป้าหมายสำคัญในการบริหารจัดการโลจิสติกส์คือ การลดต้นทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งค่าใช้จ่ายและเวลาที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ เช่น การลดจำนวนสต็อกสินค้า ลดขั้นตอนและเอกสารในการประสานงานเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน เช่น รถ และคลังสินค้า ลดระยะเวลาและความผิดพลาดในกระบวนการผลิตและส่งมอบงาน เป็นต้น และการเพิ่มคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าให้สูงเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เช่น การส่งมอบงานได้รวดเร็วขึ้น การติดตามตรวจสอบสถานะสินค้าได้สะดวกขึ้น การปรับเปลี่ยนและความหลากหลายของสินค้าทำได้ดีขึ้น การบริการที่สุภาพและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น การประสานงานผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้วยรูปแบบข้อมูลที่สอดคล้องกับระบบบัญชีของลูกค้ามากขึ้น เป็นต้น

กลยุทธ์สำคัญที่บริษัทต่างๆ เริ่มหันมาให้ความสนใจมากขึ้น คือ การ Outsource งานที่ไม่ใช่ธุรกิจหลักขององค์กรให้ผู้เชี่ยวชาญภายนอกมาดำเนินการให้กิจกรรมที่มักจะเลือก Outsource ในเบื้องต้นคือ การขนส่งและการกระจายสินค้า โดยมีปัจจัยผลักดันที่สำคัญ คือ กระแสโลกาภิวัตน์ การจัดหาวัตถุดิบจากต่างประเทศและการขยายตลาดสินค้าไปในประเทศต่างๆ ทำให้ต้องมีการขยายงานด้านการขนส่งและกระจายสินค้า ซึ่งท่ามกลางการแข่งขันทางการค้า การเลือกที่จะไม่ลงทุนในกิจกรรมที่ไม่จำเป็น แต่ยังคงการรักษาความสามารถในการแข่งขัน และความยืดหยุ่นในการประกอบการณ์นั้น ทำให้ความต้องการ Outsource ในกิจกรรมสนับสนุนด้านการขนส่งและคลังสินค้ามีมากขึ้นเป็นลำดับ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์หลายรายยินดีที่จะลงทุน/ปรับปรุงกองรถ คลังหรือศูนย์

กระจายสินค้า อุปกรณ์และเทคโนโลยี และกำลังคนของตนเพื่อให้บริการลูกค้าในลักษณะ “ออกแบบมาเฉพาะเพื่อคุณ” (Tailoredsolution/Custommade) มากขึ้น ด้วยเช่นกันแนวความคิดสำคัญของผู้เลือกใช้บริการคือองค์กรควรจะต้องสามารถลดค่าใช้จ่ายจากการ Outsource ให้ผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์มาดำเนินงานแทนองค์กรได้ เนื่องจากการลงทุนของผู้ให้บริการโลจิสติกส์เป็นการลงทุนไว้ให้บริการกับลูกค้ามากมายทำให้สามารถประหยัดต้นทุนในการดำเนินการได้มากกว่าที่ผู้ผลิตหรือจำหน่ายสินค้าจะลงทุนและดำเนินการเพื่อกิจการของตนเองเท่านั้น (Economies of Scale and Better Utilization of Resources) และยังคงคาดหวังว่าจะใช้ศักยภาพและความชำนาญพิเศษหรือเทคโนโลยีสมัยใหม่ต่างๆ ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ มาเป็นประโยชน์ในการเพิ่มระดับคุณภาพหรือความหลากหลายของงานบริการให้กับลูกค้าอีกด้วย อย่างไรก็ตาม การจะ Outsource กิจกรรมใดออกไปให้บุคคลภายนอกดำเนินการคงสร้างความกังวลใจอยู่พอสมควร ลักษณะของการ Outsource นั้น หมายถึงองค์กรจะไม่ดำเนินกิจกรรมนั่นเอง แต่ต้องกำกับดูแลให้ผลการดำเนินงานออกมาตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ควรจะต้องเข้ามาศึกษาวิเคราะห์กระบวนการและข้อมูลที่เกี่ยวข้องขององค์กรเพื่อร่วมออกแบบปรับปรุงงานเพื่อให้สามารถใช้ศักยภาพของผู้ให้บริการได้สอดคล้องกับความต้องการขององค์กรด้วย

หลายองค์กรในต่างประเทศนั้นพนักงานที่ทำงานอยู่ในระบบปฏิบัติการจำนวนมากอาจไม่ใช่พนักงานของบริษัทแต่เป็นบุคลากรที่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ส่งมาดำเนินการให้ ความกังวลของบริษัทก่อนและหลังการ Outsource ที่มีต่อผู้ให้บริการโลจิสติกส์ใน 7 เรื่อง ได้แก่ เรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศ บริการต่อคุณภาพ ไม่มีความรู้ความสามารถเพียงพอ การไม่ยอมรับจากพนักงาน ความเชื่อมโยงนี้ต่อผู้ให้บริการ การต้องพึ่งพากับผู้ให้บริการรายใดรายหนึ่ง และขาดอำนาจในการควบคุมสั่งการ ผลการวิจัยปรากฏว่าความกังวลต่างๆ เหล่านี้ส่วนใหญ่ลดน้อยลงไปอย่างชัดเจนภายหลังที่องค์กรได้เริ่มมี การ Outsource ไปแล้วระยะหนึ่ง ยกเว้นเรื่อง เทคโนโลยีสารสนเทศ และบริการต่อคุณภาพที่ยังคงสร้างความกังวลใจอยู่มากและผู้ให้บริการควรต้องมีการปรับปรุงพัฒนาอย่างจริงจังต่อไป (อัจฉริภรณ์ พิชญกานต์, 2551: 35-36)

3. รูปแบบการบริหารเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ พบว่าสามารถจำแนกเนื้อหาได้เป็น 8 ส่วน ดังนี้

3.1 การรับรู้และมุมมองที่เหมือนกัน (Common Perception) ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงทัศนะอย่างหลากหลาย ดังนี้ ควรมีเป้าหมายร่วมกัน ต่างฝ่ายต่างได้ผลประโยชน์ร่วมกัน ถ้าฝ่ายหนึ่งได้ฝ่ายหนึ่งไม่ได้ก็จะทำงานร่วมกันไม่ได้นาน บางครั้งอาจมีมุมมองที่แตกต่างแต่สามารถชี้แจงได้โดยใช้หลักการ ทฤษฎี หลักฐานที่สนับสนุน หรือบุคลากรทางวิชาการ ต้องมองถึงวิสัยทัศน์เดียวกัน สู่จุดหมายเดียวกัน มีมุมมองที่เหมือนกัน ใกล้เคียงกัน หรือมีมุมมองร่วมกัน จึงจะบริหารไปในทิศทางเดียวกันอาจจะแตกต่างกันบ้างแต่ต้องไปในทิศทางเดียวกัน เพราะหากมีมุมมองที่ไม่เหมือนกันเครือข่ายก็อาจจะมีปัญหาได้ การคิดเหมือนกัน คู่กันรู้เรื่อง ถือเป็นสิ่งสำคัญในภาพรวมต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันต้องมีการตกลงเป็นพาร์ทเนอร์กัน ไม่เป็นคู่แข่งกัน มีการควบคุมต้นทุนได้ มองลูกค้าเราเหมือนลูกค้าเขาลูกค้าเขาเหมือนลูกค้าเรา มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนให้เห็นว่าต่างคนต่างเก่งและ

ต้องเติบโตไปด้วยกัน อาทิ การให้บริการ Apple หรือ Samsung มุมมองทั้งเครือข่ายก็ต้องมองไปในทิศทางเดียวกัน เช่น การโต้ตอบ Email ของลูกค้าควรจะได้ตอบภายในกี่ชั่วโมง กี่วัน ก็ต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องมีมุมมองที่ต้องการจะขยายงานเพื่อครอบคลุมเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ไม่ใช่เพียงแค่ระดับประเทศเท่านั้น อีกทั้งยังต้องการที่จะพัฒนาการบริการให้ครบวงจรเหมือนกัน ด้วยการเชื่อมต่อกับพันธมิตรในเครือข่าย โดยมีความเชื่อว่าการประกอบธุรกิจด้านการให้บริการโลจิสติกส์จะสามารถช่วยผู้ประกอบการซึ่งในที่นี้ก็คือลูกค้าบรรลุปเป้าหมายตามความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่เพียงแต่มุ่งเน้นผลประโยชน์ส่วนตนอย่างเดียว โดยต้องมีมุมมองทั้งมุมเราและมุมเขา นั่นคือการมองทั้งสองมุม

3.2 การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Common Vision) ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงทัศนคติอย่างหลากหลายดังนี้ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกันถือเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญมากที่สุดที่จะส่งผลให้การสร้างเครือข่ายประสบความสำเร็จ บางสถานการณ์องค์กรอาจมีวิสัยทัศน์ในภาพรวมที่แตกต่างกัน แต่มีวิสัยทัศน์ร่วมบางประการ ก็ส่งผลให้สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายได้ ดังนั้น การจะเชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือบุคลากรจำเป็นต้องมีวิสัยทัศน์เดียวกัน มีวิสัยทัศน์ร่วมกัน หรือมองไปในจุดเดียวกัน เพื่อที่จะเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน ไม่เป็นคู่แข่งกัน ต้องนำแผนทั้งหมดมาคุยกันว่าระยะสั้นระยะยาวเป็นอย่างไรเพื่อถามถึงข้อเสนอแนะหรือประเด็นแนวทางที่จะไปในทางเดียวกัน โดยอาจมีการกำหนด KPI เพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมได้ส่วนเสีย มีรางวัลที่คุ้มค่า และงานจะต้องผูกกับเป้าหมาย มีการแลกเปลี่ยนความคิดและความแข็งแกร่งร่วมกัน การสร้างวิสัยทัศน์ อาทิ ให้บริการเป็นเลิศ ให้บริการลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง สมาชิกในเครือข่ายก็ต้องปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดขึ้นอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ต้องมีมุมมองที่ต้องการจะขยายงานเพื่อครอบคลุมเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ไม่ใช่เพียงแค่ระดับประเทศเท่านั้น อีกทั้งยังต้องการที่จะพัฒนาการบริการให้ครบวงจร ด้วยการเชื่อมต่อกับพันธมิตรในเครือข่ายและมีความเชื่อมั่นต่อการประกอบธุรกิจการให้บริการโลจิสติกส์เหมือนกัน

3.3 มีความสนใจหรือผลประโยชน์ร่วมกัน (Mutual Interests/benefits) ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงทัศนคติอย่างหลากหลาย ดังนี้ สมาชิกจะต้องมีความสนใจหรือผลประโยชน์ร่วมกันอย่างชัดเจนทุกส่วนมีผลประโยชน์ร่วมกัน แต่ต้องอยู่ภายใต้ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ตามหลักการต่อความซื่อสัตย์ โดยไม่มองว่าใครได้มากกว่าหรือน้อยกว่า ถ้าหากคิดไม่เหมือนกันก็จะเกิดปัญหาในการทำงานร่วมกัน จึงต้องมีการพูดคุยกันเรื่องความรับผิดชอบ จำเป็นต้องมีการตกลงกันให้ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการลงทุนหรือการแบ่งผลประโยชน์ หากมีแนวทางรวมถึงมาตรฐานที่ชัดเจนก็จะช่วยให้ระบบภาคอุตสาหกรรมเดินไปในแนวทางเดียวกันได้

3.4 การมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคนในเครือข่าย (Stakeholders Participation) ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงทัศนคติอย่างหลากหลาย ดังนี้ การมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคนในเครือข่ายถือเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญมากองค์ประกอบหนึ่ง เนื่องจากสมาชิกทุกคนในเครือข่าย ไม่ว่าจะเป็นองค์กรขนาดเล็กหรือใหญ่ พนักงานระดับปฏิบัติการหรือผู้บริหาร ล้วนแล้วแต่ต้องมีส่วนร่วมในการบริหารเครือข่าย การแสดงความคาดหวัง หรือการจัดประชุม เพื่อให้สมาชิกในเครือข่ายมีความสัมพันธ์กันในลักษณะของความไว้วางใจต่อกัน มีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน อาทิ มาตรฐานธุรกิจ ความต้องการของลูกค้า อันจะส่งผลต่อคุณภาพและขนาดของเครือข่ายธุรกิจดังกล่าว

3.5 มีการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (Complementary Relationship) ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงทัศนคติอย่างหลากหลาย ดังนี้ การเสริมสร้างซึ่งกันและกันมีความจำเป็นและสำคัญเป็นอย่างมากในการบริหารเครือข่าย เนื่องจากเป็นการเสริมจุดด้อยของสมาชิก ซึ่งอาจใช้วิธีการแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อสร้างจุดแข็งและลบจุดอ่อนของกันและกัน สร้างความเป็นมืออาชีฟให้กับสมาชิกในเครือข่ายหากมองว่าเป็นพันธมิตรกัน ก็จะพยายามช่วยเหลือกัน บางครั้งงานมีปัญหาที่จะไม่ได้มองว่าส่วนที่มีปัญหาเป็นของฝ่ายใด นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงการพัฒนาและเสริมสร้างความรู้ความสามารถอย่างต่อเนื่อง ด้วยการช่วยเหลือแนะนำและแบ่งปันโดยเริ่มจากในสิ่งที่เครือข่ายยังขาดและต้องการอยู่อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

3.6 มีการเกี่ยวพันพึ่งพากัน (Interdependent) ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงทัศนคติอย่างหลากหลายดังนี้ การเกี่ยวพันพึ่งพากันเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการบริหารเครือข่าย เนื่องจากความสัมพันธ์ของธุรกิจเป็นไปในลักษณะที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน อยู่ในห่วงโซ่เดียวกัน จึงต้องมีการพูดคุยและตกลงถึงการแนวทางในการเกี่ยวพันพึ่งพากัน หากสมาชิกมีปัญหาจึงต้องมีการช่วยเหลือสนับสนุน ส่งเสริมซึ่งกันและกัน เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยหากองค์กรขนาดใหญ่สามารถสร้างฐานรวมกับองค์กรขนาดเล็กเพื่อที่จะช่วยพัฒนาองค์กรขนาดเล็กได้ ทั้งนี้สมาชิกในเครือข่ายจะต้องมีการเกี่ยวพันกันเพื่อความแข็งแรงของเครือข่าย อันจะนำมาซึ่งความสามารถในการแข่งขันของเครือข่าย

3.7 มีปฏิสัมพันธ์กันในเชิงแลกเปลี่ยน (Interaction) ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงทัศนคติอย่างหลากหลาย ดังนี้ การมีปฏิสัมพันธ์กันในเชิงแลกเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญและความจำเป็นอย่างมาก เนื่องจากสมาชิกจะได้เข้าใจ มีส่วนร่วม และสนับสนุนการดำเนินงานของเครือข่ายได้ โดยอาจจัดทำในรูปแบบของการพูดคุย การฝึกอบรมแลกเปลี่ยนความรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการทำงานหรือการประชุมประจำปี มีรูปแบบ ระบบการจัดการเอกสาร และจัดทำอย่างสม่ำเสมอ อาจจัดทำข้อมูลเปรียบเทียบเชิงตัวเลข เพื่อให้สมาชิกเห็นถึงความสำคัญในการบริหารเครือข่าย ทั้งนี้ต้องมีการพูดคุยถึงปัญหาในเชิงธุรกิจ ปัญหาการให้บริการ หรือแนวคิดการให้บริการใหม่ ๆ ที่จะช่วยเสริมสร้างเครือข่าย

3.8 รูปแบบของรูปแบบเครือข่ายการให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงทัศนคติอย่างหลากหลาย ดังนี้ ธุรกิจโลจิสติกส์มีความหลากหลายเป็นอย่างมาก เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการขนส่ง ธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ครบวงจรจะสามารถตอบสนองลูกค้าได้เป็นอย่างดี เนื่องจากลูกค้าต้องการบริการแบบครบวงจร ถึงแม้ว่าจะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมก็ตาม การสร้างเครือข่ายจึงต้องศึกษาองค์ประกอบหลักของการใช้บริการ เนื่องจากธุรกิจแบบครบวงจรจะมีความซับซ้อน รูปแบบการบริหารเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศนั้นจึงต้องสามารถนำเสนอในลักษณะของ Model ที่สามารถคำนวณต้นทุนและสามารถนำเสนอลูกค้าหรือเครือข่ายได้ โดยกลุ่มต่างๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องในระบบโลจิสติกส์ จะต้องมีเป้าหมายในการทำงานร่วมกัน มีวิสัยทัศน์ร่วมกัน มีความสนใจหรือผลประโยชน์ร่วมกันหรือสามารถแบ่งกันได้อย่างลงตัว โดยต้องมีการสื่อสารและการประสานงานที่ดี จึงจำเป็นต้องมีการกำหนดนโยบาย แนวคิด การบริหารจัดการทั้งระบบงานและบุคลากร การระบุนำหน้าหน้าที่ความรับผิดชอบ การจัดระบบเทคโนโลยีทั้งฝั่งสมาชิกและลูกค้า การจัดระบบสารสนเทศ การเชื่อมโยงการสร้างความร่วมมือ การสร้างความเป็นมืออาชีฟในการบริหาร การสร้างความเป็นผู้นำ กำหนดกฎเกณฑ์หรือกฎระเบียบอย่างชัดเจน การแลกเปลี่ยนความรู้

การจัดกิจกรรมสัมพันธ์ในเครือข่าย ภายใต้จรรยาบรรณที่เข้มข้น โดยต้องเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกระดับตั้งแต่ระดับปฏิบัติการไปจนถึงระดับบริหาร มีส่วนร่วมในการบริหารเครือข่าย มีความเสริมสร้างซึ่งกันและกัน มีการพึ่งพากันทั้งด้านองค์ความรู้ ข้อมูล การเงินมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน เช่น ความรู้ความสามารถด้านการบริหารงานโลจิสติกส์และซัพพลายเชน การบริหารโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ และมีความรู้ด้านกฎหมาย มีข้อมูลสนับสนุนการบริหารงานแบบครบวงจรแบบบูรณาการ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป 1) การรับรู้และมุมมองที่เหมือนกัน (Common Perception) พบว่าการมีเป้าหมายร่วมกัน วิสัยทัศน์เดียวกัน จุดมุ่งหมายร่วมกัน มุมมองร่วมกัน เพื่อการเติบโตไปด้วยกัน 2) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Common Vision) พบว่า ต้องมีการตกลงร่วมกัน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ 3) มีความสนใจหรือผลประโยชน์ร่วมกัน (Mutual Interests/benefits) พบว่า ทุกส่วนมีผลประโยชน์ร่วมกัน ต้องตกลงกันให้ชัดเจนที่สุด เพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้ง 4) การมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคนในเครือข่าย (Stakeholders Participation) พบว่า ต้องมีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน มีส่วนร่วมตั้งแต่ระดับปฏิบัติการไปจนถึงบริหาร 5) มีการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (Complementary Relationship) พบว่า ต้องมีการเสริมสร้างจุดอ่อนจุดแข็งซึ่งกันและกัน 6) มีการเกื้อหนุนพึ่งพากัน (Interdependent) พบว่า ควรมีการเกื้อหนุนกัน เพื่อให้เกิดความร่วมมือกันในองค์กร 7) มีปฏิสัมพันธ์กันในเชิงแลกเปลี่ยน (Interaction) พบว่า มีการพูดคุยประชุมแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน และ 8) รูปแบบของรูปแบบการบริหารเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศพบว่า การมีวิสัยทัศน์และนโยบายร่วมกัน การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศใช้ทั้งเครือข่ายและลูกค้ามีเครือข่ายที่ดี สามารถใช้บริการได้ ช่วยกันสนับสนุนส่งเสริมซึ่งกันและกัน มีการตกลงเรื่องผลประโยชน์ที่ลงตัวกัน และมีการเสริมสร้างจุดอ่อนจุดแข็งซึ่งกันและกัน เพื่อความเข้มแข็งในองค์กร

สรุป

ในการศึกษาสภาพปัจจุบันในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยครั้งนี้ เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย สรุป ดังนี้

สถานการณ์ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย ระบบโลจิสติกส์เป็นปัจจัยสนับสนุนการยกระดับความสามารถทางการแข่งขันทางการค้าการลงทุนของประเทศเพราะโลจิสติกส์ถือเป็นต้นทุนสำคัญของผู้ประกอบการทั้งที่อยู่ในภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของไทยยังอยู่ในขั้นเริ่มต้น คือ เน้นการจัดส่งสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคเป็นหลัก ในขณะที่ประเทศพัฒนาแล้วอย่าง ออสเตรเลีย สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกาอยู่ในขั้นก้าวหน้า คือ การบูรณาการระบบโลจิสติกส์ตั้งแต่การจัดซื้อวัตถุดิบจนกระทั่งผลิตสินค้าแล้วเสร็จและส่งมอบไปสู่ผู้บริโภคด้วยเหตุนี้ จึงพบว่าต้นทุนโลจิสติกส์ของไทยยังสูงอยู่เมื่อเทียบกับประเทศคู่ค้าอื่นๆ สถานการณ์โลจิสติกส์ไทยในปัจจุบัน คาดว่าในปี 2566 ภาคโลจิสติกส์ของไทยจะขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากปัจจัยเรื่องการผ่อนคลายได้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในหลายประเทศทั่วโลก ประกอบกับการส่งออกสินค้าที่ขยายตัว รวมถึงธุรกิจ e-Commerce ที่ยังคง

เติบโตอย่างต่อเนื่องเพิ่มทางเศรษฐกิจในกิจกรรมโลจิสติกส์และธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย ในภาพรวม ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนให้การดำเนินการของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ไทย ให้สามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป คือ การใช้โครงสร้างพื้นฐานด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ โดยเฉพาะระบบการจัดเก็บและเชื่อมโยงข้อมูล ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้ประกอบการนำมาใช้เป็นเครื่องมือประกอบการวิเคราะห์ ติดตาม ประเมินผล และวางแผนการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการคลังสินค้าและการขนส่ง รวมทั้งนำไปใช้จัดทำ แบบจำลองธุรกิจโลจิสติกส์ (Logistics Simulation Model) เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปรับ กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลอดจน ปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจไปสู่ B2C (Business to Consumer) ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสนับสนุนการเชื่อมโยงการค้าสู่รูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้สามารถ ขยายโอกาสทางการตลาดสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไปใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) รวมทั้งเร่งปรับปรุงกฎระเบียบให้สามารถรองรับและลดเงื่อนไข ที่เป็น อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-payment)

องค์ประกอบและรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย ศักยภาพมีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการที่จะนำองค์กรให้บรรลุผลสำเร็จ หากองค์กรใดมีศักยภาพต่ำ ก็จะต้องรีบพัฒนาให้องค์กรตนเองมีศักยภาพให้ดีขึ้นและส่วนหนึ่งที่สำคัญก็คือ การพัฒนาศักยภาพ ขององค์กรว่า การทำให้องค์กรมีศักยภาพที่ดีขึ้น ต้องมุ่งเน้น และให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานใน ประเด็นใดบ้าง โดยผู้ประกอบการที่มีการให้บริการด้านโลจิสติกส์จะต้องเข้าใจ และแสวงหาแนวทาง ในการพัฒนาองค์กรให้สามารถดำเนินงานได้ภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง และต้องเผชิญกับการ แข่งขันที่รุนแรงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ศักยภาพระดับองค์กร เป็นความสามารถขององค์กรที่แฝงอยู่ใน องค์กรหรือหน่วยงาน ในการดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใดเพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์และ เป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยพัฒนาให้องค์กรเหล่านั้น สามารถนำทรัพยากรมาทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสมโดย องค์กรจะเกิดศักยภาพในระดับองค์กรได้นั้น ผู้บริหารจะต้องพิจารณาจากปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ 1) นโยบายการบริหารงาน 2) โครงสร้างขององค์กร 3) ผลการดำเนินงาน 4) พนักงาน

ระบบโลจิสติกส์ เป็นหนึ่งในกิจกรรมพื้นฐาน ที่ต้องเร่งส่งเสริมเพื่อสร้างความได้เปรียบ แข็งการแข่งขัน เนื่องจากระบบโลจิสติกส์เป็นกิจกรรมต้องการการสนับสนุนในหลายๆ รูปแบบ เช่น การพัฒนาระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพ การกำหนดอัตราภาษีที่ส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ การ สร้างเครือข่ายของอุตสาหกรรมต่อเนื่อง การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะกิจกรรมการให้บริการด้าน โลจิสติกส์ (Logistics Outsourcing) ที่มีการเติบโตขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากหลายบริษัทพยายามที่จะลดค่าใช้จ่ายที่เกิดจาก กิจกรรมที่ไม่ใช่กิจกรรมหลักที่มีความเชี่ยวชาญ รวมถึงความจำเป็นในการปรับเปลี่ยนขนาดของ บริษัทให้มีขนาดที่เหมาะสม จากช่องว่างดังกล่าวจึงเป็นโอกาสทางธุรกิจในด้านบริการด้านโลจิสติกส์ มีการพัฒนารูปแบบที่หลากหลายในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เป้าหมายสำคัญในการ บริหารจัดการโลจิสติกส์คือ การลดต้นทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งค่าใช้จ่ายและเวลาที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ เช่น การลดจำนวนสต็อกสินค้า ลดขั้นตอนและเอกสารในการประสานงาน เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้

ประโยชน์ในทรัพย์สิน เช่น รถ และคลังสินค้า ลดระยะเวลาและความผิดพลาดในกระบวนการผลิตและส่งมอบงาน เป็นต้น และการเพิ่มคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าให้สูงเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เช่น การส่งมอบงานได้รวดเร็วขึ้น การติดตามตรวจสอบสถานะสินค้าได้สะดวกขึ้น การปรับเปลี่ยนและความหลากหลายของสินค้าทำได้ดีขึ้น การบริการที่สุภาพและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น การประสานงานผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้วยรูปแบบข้อมูลที่สอดคล้องกับระบบบัญชีของลูกค้ามากขึ้น เป็นต้น

รูปแบบการบริหารเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ มี ดังนี้ 1) การรับรู้และมุมมองที่เหมือนกัน 2) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน 3) มีความสนใจหรือผลประโยชน์ร่วมกัน 4) การมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคนในเครือข่าย 5) มีการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน 6) มีการเกื้อหนุนพึ่งพากัน 7) มีปฏิสัมพันธ์กันในเชิงแลกเปลี่ยน และ 8) รูปแบบของรูปแบบเครือข่ายการให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ พบว่า การมีวิสัยทัศน์และนโยบายร่วมกัน การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศใช้ทั้งเครือข่ายและลูกค้ามีเครือข่ายที่ดี สามารถใช้บริการได้ ช่วยกันสนับสนุนส่งเสริมซึ่งกันและกัน มีการตกลงเรื่องผลประโยชน์ที่ลงตัวกัน และมีการเสริมสร้างจุดอ่อนจุดแข็งซึ่งกันและกันเพื่อความเข้มแข็งในองค์กร

บทที่ 4

แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ของประเทศไทย

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย” โดยในบทที่ 4 เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ศึกษาปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐของประเทศไทย และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ โดยมีลำดับการศึกษา ดังนี้

1. วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย
2. กำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้
3. สรุป

จากการศึกษา สภาพปัจจุบันในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย ที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 3 และผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้ 1) นักวิชาการภาครัฐด้านการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ 2) ผู้ประกอบการเกี่ยวกับระบบขนส่งและโลจิสติกส์ 3) ผู้ใช้บริการระบบขนส่งและโลจิสติกส์ และ 4) บุคลากรด้านโลจิสติกส์ ซึ่งสรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ได้ ดังนี้

วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย

ผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย มีดังนี้

1. ปัญหาด้านประสิทธิภาพของระบบขนส่งและโลจิสติกส์ อันประกอบไปด้วยปัญหา คอขวดของโครงข่ายถนนในพื้นที่โดยรอบประตูการค้าหลักและในระบบการขนส่งสินค้าทางรถไฟ สิ่งอำนวยความสะดวกในการรวบรวมและการกระจายสินค้าไม่เพียงพอและไม่มีประสิทธิภาพ
2. ปัญหาของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ในประเทศไทย อันประกอบไปด้วยผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยส่วนใหญ่มีขนาดเล็กมีความสามารถในการแข่งขันต่ำและมักอยู่ในงานที่สร้างมูลค่าเพิ่มต่ำ การระดมทุนและเงินทุนหมุนเวียนยังเป็นปัญหาสำคัญของ SME ไทยและผู้ประกอบการโดยทั่วไปยังขาดวิสัยทัศน์ในระยะกลางถึงระยะยาว
3. ปัญหาของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า มีขั้นตอนการจัดเตรียมเอกสารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมากซึ่งเป็นภาระต้นทุนที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Non-value Added Cost) แก่ผู้ประกอบการ
4. ปัญหาการปรับปรุงด้านโครงสร้างพื้นฐาน โดยการสร้างรถไฟฟ้าวางคู่และขอการสนับสนุนควรมีข้อจำกัดด้าน กฎ ระเบียบ การผ่านแดน การเสียค่าธรรมเนียม กฎข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

การขนส่งสินค้าเป็นแบบสากลที่เป็นมาตรฐานโดยขอให้มีการบังคับใช้ที่สอดคล้องกันตามข้อกำหนดดังกล่าวเพื่อให้เกิดความยุติธรรมแก่ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

5. ขาดแหล่งเงินทุนเนื่องจากกิจกรรมธุรกิจการให้บริการด้านโลจิสติกส์ต้องการการลงทุนที่สูงมาก การเข้าถึงแหล่งลงทุนมีความยุ่งยากมีเงื่อนไขที่ซับซ้อน การได้รับเงินทุนต้องมีสินทรัพย์ที่มากพอจึงจะได้สินเชื่อมาลงทุน การเปิดเสรีการรองรับเข้าสู่ AEC มีการอนุญาตให้ต่างประเทศเข้ามาลงทุนการถือหุ้นเงินลงทุนได้ร้อยละ 70 จะส่งผลด้านการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ลงทุนด้วยเงินทุนจากการสร้างกำไรสะสม จึงเป็นอุปสรรคหรือข้อจำกัดของการขยายการแข่งขันได้อย่างเต็มตัว ถ้ามีการเอื้อประโยชน์ในการเข้าถึงแหล่งลงทุนที่ง่ายและสะดวกขึ้น จะส่งผลดีก่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทย

6. ความมั่นคงภายในประเทศส่งผลต่อนโยบายการดำเนินการและการขยายตัวของธุรกิจการให้บริการด้านโลจิสติกส์ เมื่อเกิดปัญหาทางด้านการเมืองหรือการเปลี่ยนแปลงที่มีการต่อต้านหรือการประท้วง ย่อมส่งผลกระทบต่อภาระของธุรกิจด้านการให้บริการโลจิสติกส์สำหรับโครงการใหญ่ ส่งผลต่อการนำเข้าและส่งออก สุดท้ายส่งผลการเติบโตเศรษฐกิจที่มีการขยายตัวไม่ต่อเนื่องและล่าช้า

7. ขาดความร่วมมืออย่างจริงจังขององค์กร สมาคมด้านโลจิสติกส์ และหลายองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านโลจิสติกส์ ที่มีทิศทางการทำงานที่ไม่สอดคล้องกัน แต่ละองค์กรจะมีความแตกต่างกันไม่มีทิศทางที่สอดคล้องกันเสมือนต่างคนต่างทำ กลุ่มองค์กรดังกล่าวที่มีการประชุมหารือกันภายใน สมาชิกทำการตกลงกันมีมติการประชุมอย่างชัดเจนแล้วมีบางสมาชิกที่ปฏิบัติงานที่มีความแตกต่างขัดกับข้อตกลงหรือไม่ปฏิบัติตามมติข้อตกลง อันเนื่องมาจากประเด็นหลักของผลประโยชน์ และจากพฤติกรรมส่วนตนที่ไม่ยึดตามคำสัญญา ขาดคุณธรรมและจริยธรรมของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์

8. การขาดแคลนบุคลากรที่มีความสามารถด้านโลจิสติกส์ ถึงแม้จะมีหลักสูตรการเรียนการสอนมีการเปิดสาขาวิชาด้านโลจิสติกส์หลายหลักสูตรทั้งระยะสั้นและระยะยาวทั้งในระดับมหาวิทยาลัยจำนวนมากก็ตาม มีบุคลากรจำนวนมากที่จบมาก็ไม่สามารถปฏิบัติงานได้ดีจากประสบการณ์การรับพนักงานที่จบใหม่มาเพื่อต้องการขยายงาน พนักงานไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ที่มาปฏิบัติงานทำงานได้ประมาณ 2-3 เดือน ก็ขอลาออกหรือไม่สามารถผ่านการประเมิน การจบการศึกษาจากสาขาวิชาด้านโลจิสติกส์มาโดยตรงเมื่อมาทำงานจริงได้สัมผัสและรับรู้ว่าการให้บริการด้านโลจิสติกส์แล้วจะบอกว่าไม่ชอบงานด้านโลจิสติกส์ ไม่สามารถทำงานหลักได้ มีความซับซ้อนและต้องแก้ไขปัญหาที่ไม่ง่ายอย่างที่คิดสำหรับการให้บริการแบบโซลูชันแก่ลูกค้า เกิดการเสียเวลาและการลงทุนการจ้างและลงทุนอบรมเพิ่มเติม เป็นปัญหาใหญ่สำหรับประชาชนที่คิดว่าการเรียนตามกระแสแต่ไม่รู้จักจริงว่าด้านโลจิสติกส์เป็นเช่นไร นำไปสู่การพัฒนาตั้งแต่การรับนักศึกษา หรือการให้ข้อมูลแก่นักศึกษาใหม่ก่อนการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์

9. การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้เกิดระบบกลางที่เอื้อประโยชน์ในการแชร์และเชื่อมโยงข้อมูลสำหรับการบริหารจัดการงานด้านโลจิสติกส์ เป็นการส่งเสริมธุรกิจการให้บริการด้านโลจิสติกส์ให้เกิดประสิทธิภาพ

10. การสนับสนุนด้านการพัฒนาบุคลากร ส่งเสริมและจัดให้มีบริการอบรม เพื่อสร้างและพัฒนาสมรรถนะของบุคคลให้ได้ระดับมาตรฐานทั้งด้านความสามารถและเพิ่มทักษะ โดยเฉพาะหลักสูตรสำหรับการรองรับมาตรฐานความปลอดภัยและการปฏิบัติที่เหมาะสมสำหรับสินค้าอันตราย

11. อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ไทยมีการแข่งขันกันสูง โดยเฉพาะจากธุรกิจต่างชาติขนาดใหญ่ ซึ่งได้แย่งส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจไทย เนื่องจากมีความเชี่ยวชาญด้านการบริหารห่วงโซ่อุปทาน มีความเข้มแข็งด้านเครือข่าย มีโมเดลธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมและยอมขาดทุนเพื่อขยายส่วนแบ่งการตลาด ทำให้ผู้ประกอบการไทยที่มีเงินทุนจำกัดแข่งขันด้วยได้ยากต่อมา เมื่อเกิดวิกฤตโควิด ได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมโลจิสติกส์ไทย โดยเฉพาะต่อธุรกิจการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่หยุดชะงัก อย่างไรก็ตาม ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าภายในประเทศยังเติบโตได้ดี โดยเฉพาะธุรกิจซื้อขายสินค้าออนไลน์ ธุรกิจขนส่งอาหาร ธุรกิจขนส่งพัสดุแบบเร่งด่วน ตามที่เราๆ ท่านๆ ได้เห็นกันอยู่แล้ว และเมื่อมองไปข้างหน้า อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ในประเทศไทยก็มีแนวโน้มเติบโตดี โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซ ตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงต่อเนื่องจากวิกฤตโควิด ซึ่งกระตุ้นให้การซื้อขายออนไลน์ในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคเติบโตอย่างก้าวกระโดด อย่างไรก็ตาม ผู้เล่นหลักในตลาดอีคอมเมิร์ซยังคงเป็นบริษัทต่างชาติ โดยเฉพาะบริษัทสัญชาติจีน ขณะที่ผู้ประกอบการไทยทำหน้าที่ได้เพียงเป็นผู้ขนส่ง last mile (การขนส่งจากร้านค้าถึงลูกค้าโดยตรง) และต้องเผชิญกับการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรงอย่างต่อเนื่อง กระนั้นแล้วผู้ประกอบการไทยยังสามารถรับมือกับความท้าทายและคว้าโอกาสในการเติบโตได้โดย

11.1 ขยายตลาดในธุรกิจคลังสินค้าควบคุมอุณหภูมิ โดยเฉพาะกลุ่มแช่เย็น แช่แข็ง ซึ่งยังมีผู้เล่นต่างชาติไม่มากนัก โดยเน้นที่สินค้าด้านสุขภาพ อาหารคุณภาพสูงที่กำลังเป็นที่นิยมมากขึ้น (ซึ่งต้องเร่งดำเนินการก่อนที่บริษัทต่างชาติจะกลายเป็นผู้เล่นหลัก)

11.2 ขยายธุรกิจเข้าไปในกลุ่มธุรกิจสนับสนุนอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยยังมีน้อย โดยเฉพาะผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยี เช่น ผู้พัฒนา application หรือ Tech startup ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ให้ประสบความสำเร็จ

11.3 รักษาส่วนแบ่งตลาดการขนส่งทางบกแบบ Business-to-Business (B2B) ซึ่งผู้ประกอบการไทยในกลุ่ม Trucking Company ยังคงครองสัดส่วนตลาดกว่าร้อยละ 80 ของกลุ่มธุรกิจนี้ โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเกษตร สินค้าอุตสาหกรรม โดยสร้างความร่วมมือกับบริษัทต่างชาติในลักษณะเป็น sub-contract หรือ outsource การขนส่งในประเทศ โดยเฉพาะการขนส่งแบบ B2B ทางถนนที่ยังเติบโตต่อเนื่อง ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยต้องปรับตัวโดยการพัฒนาคุณค่าของการให้บริการ (value added service) และนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อยกระดับเป็น e-logistics อย่างต่อเนื่องและแน่นอนว่า ภาครัฐจำเป็นต้องเร่งทำหลายสิ่งควบคู่ไปด้วย

12. ผลกระทบจากโซ่อุปทานสินค้า ปฏิเสธไม่ได้ว่าการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 ได้สร้างความเสียหายไปยังหลายภาคส่วนในวงกว้าง ทั้งด้านสาธารณสุข สังคม และเศรษฐกิจในด้านธุรกิจ โรคติดเชื้อ COVID-19 ได้ส่งผลกระทบต่อโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของสินค้า โดยเฉพาะในส่วนต้นน้ำและปลายน้ำของโซ่อุปทาน ที่ได้รับผลกระทบมากกว่าส่วนอื่นๆ ดังนี้

12.1 ปัญหาที่เกิดขึ้นต้นน้ำ (Upstream) ของโซ่อุปทานคือ การขาดแคลนวัตถุดิบ ในภาคการผลิต โดยเฉพาะวัตถุดิบที่ต้องนำเข้ามาจากประเทศที่ได้รับผลกระทบจากโรคติดเชื้อ COVID-19 ในระดับรุนแรงจนทำให้ต้องมีการสั่งปิดโรงงาน โดยประเทศไทยจะได้รับผลกระทบกับสินค้าที่ต้องใช้วัตถุดิบที่นำเข้ามาจากประเทศจีนเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรม การผลิตสินค้าของจีน แต่ยังมีดีที่ประเทศจีนสามารถควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรคได้ เป็นอย่างดี ทำให้ไม่ส่งผลให้เกิดการสะดุดของกระบวนการผลิตสินค้าในประเทศไทยมากนัก อย่างไรก็ตาม การขยายตัวอย่างมากของอุปสงค์สำหรับวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องกับเวชภัณฑ์และสินค้าสำหรับใช้ในระบบสาธารณสุข ซึ่งกำลังเป็นที่ต้องการอย่างมากในหลายประเทศทั่วโลก ยังถือเป็นความท้าทายอย่างยิ่งต่อการจัดการโซ่อุปทาน หากสถานการณ์การแพร่ระบาดในประเทศต่างๆ ยังไม่ทุเลาลง

12.2 ปลายน้ำ (Downstream) ปัญหาส่วนใหญ่จะเกิดจากปริมาณความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคที่สูงขึ้นมากกว่าปกติเป็นช่วงๆ อันเป็นผลพวงมาจากความอ่อนไหวต่อข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภค และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรจบบจ่ายใช้สอยที่ลดความถี่ของการซื้อปั้งในแต่ละสัปดาห์ลง โดยซื้อสินค้าครั้งละมากๆ แทนเพื่อให้เพียงพอกับการใช้งานก่อนที่จะออกไปซื้อปั้งครั้งต่อไป รวมถึงการหันไปพึ่งพาการซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ล้วนเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เกิดปัญหา Bullwhip Effect อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมดังกล่าวจะไม่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตในส่วนต้นน้ำมากนัก หากผู้ผลิตตระหนักและเข้าใจถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างถูกต้อง และไม่หวั่นไหวไปกับการขยายตัวของอุปสงค์ (Demand Amplification) ที่ไม่ได้เกิดจากความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างแท้จริง เพราะในความเป็นจริงแล้วสินค้าอุปโภคบริโภคเหล่านี้มีอุปสงค์ที่ค่อนข้างคงที่เนื่องจากเป็นสินค้าที่ต้องใช้เป็นประจำ ยกเว้นสินค้าทางด้านเวชภัณฑ์ที่มีการขยายตัวของอุปสงค์อย่างแท้จริง อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมกรซื้อปั้งที่เปลี่ยนแปลงกลับสร้างความท้าทายอย่างมากให้กับกิจกรรมกรบริหารสินค้าคงคลัง ซึ่งร้านค้าต้องปรับเปลี่ยนช่วงเวลาและปริมาณการเติมเต็มสินค้าในแต่ละรอบให้มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมใหม่ของผู้บริโภคไปด้วย เพื่อให้มีปริมาณสินค้าบนชั้นวางเพียงพอต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตลอดเวลา

12.3 นอกจากนี้ มาตรการ “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” ยังทำให้ปริมาณการค้าออนไลน์ขยายตัวมากขึ้น ทั้งในส่วนของสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป ไปจนถึงอาหารปรุงสุก ซึ่งส่งผลให้กิจกรรมกรกระจายสินค้า (Physical Distribution) มีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากเมื่อไหร่ก็ตามที่คนลดปริมาณการเดินทางไปหาสินค้า สินค้าจะต้องเป็นฝ่ายเคลื่อนที่เข้าหาลูกค้าแทน จากเดิมที่ลูกค้าไปเลือกซื้อสินค้าหรือรับประทานอาหารที่ร้าน กลายเป็นการสั่งซื้อออนไลน์ เพื่อนำส่งสินค้ามาที่บ้าน ทำให้ประสิทธิภาพของการขนส่งสินค้าในช่วง Last Mile ซึ่งเป็นการขนส่งในช่วงสุดท้ายถึงมือผู้บริโภคกลายเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในช่วงวิกฤตเช่นนี้

กำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้

จากการศึกษาเอกสารวิชาการ บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ ดังนี้

1. การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน (HW : Hardware) โดยการเชื่อมโยงระบบการขนส่งทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ โดยการขยายเส้นทางต่างๆ ให้มีความพร้อม การปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานจะเกิดประโยชน์ต่อธุรกิจด้านการให้บริการอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ด้านการขนส่งอย่างแน่นอน ตลอดจนปรับปรุงสาธารณูปโภคพื้นฐานที่จำเป็นในการดำเนินการด้านโลจิสติกส์ในต่างๆ ประกอบด้วย เครื่องมือสำหรับการขนส่ง (เช่น รถบรรทุก รถไฟ เรือ และเครื่องบิน) อุปกรณ์เครื่องใช้ ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเชื่อมต่อข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนรวมถึงเครื่องทุ่นแรงชนิดต่างๆ ในการเคลื่อนย้ายสินค้า เพื่อก่อให้เกิดความสะดวก ความรวดเร็ว และการลดต้นทุนการขนส่งทางบกส่งผลต่อการเติบโตของเศรษฐกิจไทยให้สูงขึ้นส่งผลให้ GDP ของประเทศไทยดีขึ้น

เนื่องจากในปัจจุบันนี้การขนส่งทางบกถือเป็นการขนส่งที่มีต้นทุนที่สูง นอกจากนี้การดำเนินการด้านการส่งเสริมและพัฒนาอีกทั้งการสนับสนุน กฎหมายการเชื่อมโยง การบังคับใช้กฎหมาย ข้อบังคับด้านการเสียค่าธรรมเนียม การดำเนินงานด้านการขนส่งและเรื่องการผ่านแดนให้เกิดข้อกำหนดเป็นมาตรฐานสากลและขอให้เกิดการบังคับใช้ที่สอดคล้องกันตามข้อกำหนดโดยเฉพาะด้านการขนส่ง แนวทางการแก้ไขปัญหาคควรมีกฎสากลเกิดความเป็นสากลในการบังคับใช้ เพื่อให้เกิดความยุติธรรมแก่ผู้ปฏิบัติที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

2. การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ (SW : Software) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมด้านการจัดการโลจิสติกส์ การเตรียมความพร้อมสร้างความเข้าใจในการจัดการและบูรณาการข้อมูล การปรับกระบวนการทางธุรกิจและโครงสร้างองค์กร การวางแผนและการจัดการอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ โดยการนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการ ขั้นตอนต่างๆ เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินงาน สามารถตรวจสอบได้ และมีการจัดทำระบบฐานข้อมูลที่เชื่อมโยงการดำเนินการด้านการส่งเสริม และสนับสนุน เพื่อให้เกิดความคล่องตัว สามารถเข้าใช้งานได้ง่ายที่เอื้อประโยชน์ในการแชร์และเชื่อมโยงข้อมูลสำหรับการบริหารจัดการงานด้านอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ เป็นการส่งเสริมธุรกิจการให้บริการด้านอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ให้เกิดประสิทธิภาพ และการสนับสนุนการสร้างเครือข่ายสร้างความสัมพันธ์ที่ภาครัฐบาลเป็นผู้ควบคุม กำกับดูแลมีมาตรการพิจารณาสนับสนุนผู้ประกอบการให้เกิดการสร้างความร่วมมืออย่างจริงจัง เป็นผู้ให้บริการด้านอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ที่มีคุณธรรมและจริยธรรมที่มีทิศทางการทำงานที่สอดคล้องกัน เกิดการร่วมมือสร้างพันธมิตรดำเนินงานธุรกิจด้านการให้บริการอุตสาหกรรมโลจิสติกส์อย่างยั่งยืน โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องประสานข้อมูลข่าว และสารสนเทศต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการนำมาใช้ในการดำเนินงานด้านอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ รวมถึงโครงข่ายการเชื่อมต่อของระบบการสื่อสาร (Networks Base) ทุกรูปแบบ

3. การพัฒนาบุคลากร (PW : Peopleware) การสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรส่งเสริมและจัดให้มีบริการอบรม เพื่อสร้างและพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรมีความเป็นมืออาชีพให้ได้ระดับมาตรฐาน ทั้งด้านความสามารถและเพิ่มทักษะ โดยเฉพาะหลักสูตรสำหรับการรองรับมาตรฐานความปลอดภัย และการปฏิบัติที่เหมาะสมสำหรับสินค้าอันตราย การดำเนินการด้านการ

ส่งเสริม พัฒนาให้บุคคลมีความรู้ ทักษะการทำงาน ความชำนาญ เพิ่มให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นกำลังในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ให้บรรลุเป้าหมาย และรวมถึงการพัฒนาบุคคลเพื่อให้สามารถยกระดับการปฏิบัติของพนักงานให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในการสร้างรูปแบบการให้บริการใหม่ๆ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริการที่มีอยู่

4. ความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการแต่ละรายมีความชำนาญเฉพาะด้าน และผู้ประกอบการทุกคนไม่สามารถให้บริการได้ครบทุกด้าน และลูกค้าต้องการการบริการแบบครบวงจร การสร้างความร่วมมือกันด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ของพันธมิตรมาใช้ร่วมกันทำให้เกิดผลประโยชน์สูงสุด ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการคัดเลือกสรรหาพันธมิตรทางธุรกิจด้านอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ด้วยการสร้างความร่วมมือด้านการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทั้งภายในและภายนอกประเทศ การดำเนินงานร่วมกันแบบพันธมิตรจะเกิดประโยชน์สูงสุด ควรมีการแบ่งผลประโยชน์ตอบแทนที่ลงตัว ไม่มีใครเสียผลประโยชน์ พันมิตรต่างก็เป็นคู่ค้าซึ่งกันและกันต่างก็จะได้ผลตอบแทนที่ยุติธรรม การร่วมงานกันขึ้นอยู่กับผลงานความร่วมมือกันระหว่างพันธมิตรตามศักยภาพและทรัพยากรของบริษัทที่สามารถดำเนินการได้

5. การสนับสนุนการสร้างปัจจัยเอื้อเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน ภาครัฐบาลสามารถสร้างความเข้มแข็งให้ผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์ด้วยการส่งเสริมการรวมกลุ่มในรูปสหกรณ์หรือสมาคม เพื่อสร้างอำนาจการต่อรองและการสนับสนุนเกื้อกูลกัน การมีมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุนของผู้ให้บริการอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ทั้งในและต่างประเทศ การสนับสนุนการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศกลางหรือมีการบริหารจัดการฐานข้อมูลกลางที่สามารถใช้สำหรับการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการให้บริการอุตสาหกรรมโลจิสติกส์

6. ผู้ประกอบการไทยต้องปรับตัวโดยการพัฒนาคุณค่าของการให้บริการ (value added service) และนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อยกระดับเป็น e-logistics อย่างต่อเนื่องและแน่นอนว่า ภาครัฐจำเป็นต้องเร่งทำหลายสิ่งควบคู่ไปด้วย ซึ่งจะช่วยให้หมุดหมายของยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์เป็นจริงได้อันได้แก่

6.1 การสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจ (ecosystem) เพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม เช่น การกำกับดูแลป้องกันการทุ่มตลาด

6.2 การสนับสนุนและร่วมมือกับภาคเอกชนพัฒนาเทคโนโลยีโดยเฉพาะการเข้าถึงและวิเคราะห์ข้อมูล big data ของ startup

6.3 การสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการระดมทุนสำหรับผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพและกระบวนการผลิต เช่น transformation loan เป็นต้น

7. การจัดการโลจิสติกส์ การเลือกกลยุทธ์สำหรับการจัดการโลจิสติกส์เปรียบเสมือนการกั๊กกระดุมเม็ดแรกเวลาใส่เสื้อที่หากกั๊กผิดเม็ดจะทำให้การกั๊กกระดุมเม็ดที่เหลือผิดไปทั้งหมด ระบบโลจิสติกส์ที่ดีจึงอยู่บนพื้นฐานของการเลือกกลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ที่เหมาะสม โดยสามารถแบ่งกลยุทธ์โลจิสติกส์ออกเป็น 2 กลยุทธ์หลัก ได้แก่

7.1 กลยุทธ์ด้านประสิทธิภาพของต้นทุน (Cost Efficient) กลยุทธ์ด้านประสิทธิภาพของต้นทุน เป็นกลยุทธ์ที่มีความสอดคล้องกับแนวคิด Lean ซึ่งมุ่งเน้นการขจัดความสูญเสียน (Waste) หรือ กิจกรรมที่ไม่สร้างคุณค่า (Non-value added activity : NVA) เช่น ระยะเวลาการรอคอย ปริมาณ

สินค้าคงคลัง เป็นต้น โดยข้อจำกัดของกลยุทธ์นี้ คือการที่ไม่สามารถจัดการกับสภาวะการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้ทันนัก จึงเหมาะกับสินค้าที่มีอุปสงค์ของลูกค้าที่ค่อนข้างคงที่ คาดการณ์ง่ายและต่อเนื่อง และเป็นตลาดที่มีการแข่งขันกันด้านราคาเป็นสำคัญ

7.2 กลยุทธ์ด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) กลยุทธ์ด้านการตอบสนองของลูกค้า (Responsiveness) กลยุทธ์ด้านการตอบสนองลูกค้า เป็นกลยุทธ์ที่มีความสอดคล้องกับแนวคิด Agile ซึ่งอาศัยความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าเพื่อสร้างโอกาสในการทำกำไร โดยมุ่งเน้นการสร้างความเร็วในการตอบสนอง (Quick Response) และความยืดหยุ่น (Flexibility) ในกระบวนการด้านโลจิสติกส์ เพื่อให้สามารถปรับเปลี่ยนไปตามสภาวะการณ์ทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและคาดการณ์ยาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่ออุปสงค์ของลูกค้ามีความไม่แน่นอนสูง ทั้งนี้ กลยุทธ์ด้านการตอบสนองลูกค้า หรือ Agile จะไม่ให้ความสำคัญแก่การลดต้นทุนมากนัก หากต้องแลกมาด้วยการสูญเสียความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

8. ส่งเสริมการพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

8.1 พัฒนาผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (LSP) เน้นการฝึกอบรมและพัฒนาผู้ให้บริการโลจิสติกส์เป็นสำคัญ โดยเน้นการอบรมและพัฒนาผู้ให้บริการโลจิสติกส์เพื่อดำเนินกิจกรรมขนส่งและโลจิสติกส์ภายในประเทศ

8.2 การส่งเสริมการพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์และยกระดับมาตรฐานผู้ให้บริการโลจิสติกส์เพื่อดำเนินกิจการระหว่างประเทศ อาทิ การขนส่งชายแดน และการขนส่งไปยังประเทศภูมิภาคอาเซียน

8.3 การบริหารจัดการเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ได้แก่ ความไว้วางใจ ผลประโยชน์ที่ตกลงกันไว้อย่างเป็นธรรม มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และบุคลากรในด้านโลจิสติกส์จะต้องมีความเชี่ยวชาญด้านโลจิสติกส์และมีความสามารถทางด้านภาษาที่สามารถสื่อสารได้

8.4 การบริหารจัดการเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ได้แก่ การมีวิสัยทัศน์และนโยบายร่วมกัน การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศใช้ทั้งเครือข่ายและลูกค้า การมีเครือข่ายที่ดี สามารถใช้บริการได้ ช่วยกันสนับสนุนส่งเสริมซึ่งกันและกัน มีการตกลงเรื่องผลประโยชน์ที่ลงตัวกัน และการเสริมสร้างจุดอ่อนจุดแข็งซึ่งกันและกัน เพื่อความเข้มแข็งในองค์กร

8.5 คุณภาพมาตรฐานในการปฏิบัติงานร่วมกันในเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ได้แก่ มีระบบสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและหน่วยงานในเครือข่าย และนำมาปรับปรุงคุณภาพบริการอย่างสม่ำเสมอ มีการประเมิน วัด วิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของเครือข่าย มีเกณฑ์การควบคุมคุณภาพของเครือข่าย และหน่วยงานที่เข้าร่วมต้องได้รับการรับรองมาตรฐาน เช่น ISO 9001 Q-MARK และ AEO

8.6 การมีส่วนร่วมในเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ได้แก่ ต้องมีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน มีส่วนร่วมตั้งแต่ระดับปฏิบัติการไปจนถึงบริหาร มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี โปร่งใส ตรวจสอบได้ และคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย มีระบบการบริหารและแบ่งปันความเสี่ยงร่วมกัน มีการจัดระบบเพื่อการพัฒนาความรู้และทักษะของ

องค์กรในเครือข่าย และกำหนดวัตถุประสงค์ให้องค์กรในเครือข่ายมีการผนึกพลังร่วมในลักษณะที่ทุกฝ่ายได้ประโยชน์ด้วยกัน

9. พัฒนาระบบอำนวยความสะดวกทางการค้า การพัฒนาระบบ National Single Window (NSW) ให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกรมศุลกากรและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการผ่านพิธีการศุลกากรด้วยอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบ NSW ได้อย่างสมบูรณ์ การพัฒนาระบบการเชื่อมโยงข้อมูลใบอนุญาต ใบรับรอง หรือเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการนำเข้า การส่งออก และโลจิสติกส์ผ่านระบบ NSW ดังนี้

9.1 การพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการปรับกระบวนการงานเพื่อลดขั้นตอนและเอกสารให้รองรับการเชื่อมโยงข้อมูลผ่านระบบ NSW โดยเฉพาะการปรับกฎหมายภายในของแต่ละหน่วยงานให้รองรับการทราศกรรมด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ยังมีข้อจำกัดและเป็นไปอย่างล่าช้า ในภาพรวมผู้ประกอบการยังต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐแต่ละหน่วยงาน

9.2 รัฐบาลควรให้ความสำคัญในการพัฒนาระบบ NSW ให้สามารถเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์แบบไร้กระดาษได้อย่างสมบูรณ์ รวมทั้งผลักดันการจัดตั้งหน่วยงานถาวรเพื่อรับผิดชอบการบริหารจัดการและพัฒนาระบบ NSW เพื่อให้การพัฒนาและขยายการให้บริการระบบ NSW ของประเทศมีประสิทธิภาพมากขึ้น

10. ยกระดับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ให้ได้การรับรองคุณภาพระดับมาตรฐานสากล

ผู้ประกอบการสามารถแข่งขันด้วยการยกระดับประสิทธิภาพและมาตรฐานการให้บริการ โลจิสติกส์เทียบเคียงผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ เช่น การได้รับการรับรอง AEO (Authorized Economic Operator) สำหรับ Customs Brokers เป็นต้น ส่งเสริมผู้ให้บริการโลจิสติกส์สู่การเป็นผู้ให้บริการแบบครบวงจร เช่น การบริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบระหว่างประเทศ การบริการขนส่งทางถนนระหว่างประเทศ เป็นต้น รวมถึงการสร้างมาตรฐานการขนส่งสินค้า การประกันภัย และพัฒนาการให้บริการโลจิสติกส์ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ อาทิ ระบบบริหารจัดการขนส่ง ระบบการบริหารจัดการรถเที่ยวเปล่า และระบบตรวจสอบติดตามสินค้า

11. สนับสนุนการสร้างเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย และสร้างพันธมิตรกับผู้ประกอบการในระดับภูมิภาค เป็นแนวทางหนึ่งที่สำคัญสำหรับการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ในธุรกิจขนส่งทั้งในระดับประเทศและระหว่างประเทศ โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยเข้าไปร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการในประเทศเพื่อนบ้าน การจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันโดยเฉพาะในภาวะฉุกเฉิน รวมทั้งสนับสนุนมาตรการทางการเงินและมาตรการทางภาษี มาตรการทางการเงินให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยโดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในการลงทุนและสร้างเครือข่ายธุรกิจในอนาคต อาทิ ประเทศในกลุ่ม CLMV (Cambodia-Laos-Myanmar-Vietnam) ส่งเสริมการสร้างพันธมิตรหรือความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไทย โดยการสร้างพันธมิตรการค้าระหว่างผู้ประกอบการ และระหว่างผู้ประกอบการไทยกับเจ้าของสินค้าหรือผู้ส่งออก ตลอดจนปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจไปสู่แนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรร่วมกันและลดต้นทุนธุรกิจ รวมทั้งการประกอบการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่อยู่บนพื้นฐานการรับผิดชอบต่อ

สังคมและสิ่งแวดล้อมตามที่กฎหมายกำหนดซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความน่าเชื่อถือ เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการไทย และสร้างความยั่งยืนให้แก่ธุรกิจโลจิสติกส์ไทย

12. พัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย ดังนี้

12.1 เสริมสร้างศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ โดยสนับสนุนการดำเนินการในด้านต่างๆ ได้แก่ การใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม และ Digital Platform อาทิ Smart GPS และ Digital Sensors พัฒนาการให้บริการสำหรับสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะ อาทิ ยาและเวชภัณฑ์ สนับสนุนการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจสู่แนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) ที่ใช้ทรัพยากรร่วมกันและลดต้นทุนการดำเนินงาน การเข้าถึงฐานข้อมูลเพื่อนำไปใช้พัฒนาศักยภาพการให้บริการ และการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

12.2 ยกระดับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยสู่เวทีสากล โดยพัฒนาการให้บริการแบบครบวงจร และได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล ผลักดันการพัฒนาโมเดลธุรกิจ (Business Model) ที่ทันสมัย อาทิ การให้บริการ Cross Border Logistics การขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ และการจัดการโซ่ความเย็น ส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมและธุรกิจโลจิสติกส์ในระดับพื้นที่เพื่อสร้างชุมชนโลจิสติกส์ (Logistics Community) และสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในประเทศและภูมิภาค โดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs และ Startup

สรุป

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย” สรุปได้ ดังนี้

วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย ผู้ให้ข้อมูล ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย มีดังนี้ 1) ปัญหาด้านประสิทธิภาพของระบบขนส่งและโลจิสติกส์ 2) ปัญหาของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ในประเทศไทย 3) ปัญหาของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า 4) ปัญหาการปรับปรุงด้านโครงสร้างพื้นฐาน 5) ขาดแหล่งเงินทุนเนื่องจากกิจกรรมธุรกิจการให้บริการด้านโลจิสติกส์ต้องการการลงทุนที่สูงมาก 6) ความมั่นคงภายในประเทศส่งผลต่อนโยบายการดำเนินการและการขยายตัวของธุรกิจการให้บริการด้านโลจิสติกส์ 7) ขาดความร่วมมืออย่างจริงจังขององค์กร 8) การขาดแคลนบุคลากรที่มีความสามารถด้านโลจิสติกส์ 9) การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ 10) การสนับสนุนด้านการพัฒนาบุคลากร 11) อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ไทยมีการแข่งขันกันสูง 12) ผลกระทบจากโซ่อุปทานสินค้า

กำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ จากการศึกษาเอกสารวิชาการ บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ ดังนี้ 1) การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน (HW : Hardware) 2) การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ (SW : Software) 3) การพัฒนาบุคลากร (PW : Peopleware) 4) ความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการ 5) การสนับสนุนการสร้างปัจจัยเอื้อเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการ

แข่งขัน 6) ผู้ประกอบการไทยต้องปรับตัวโดยการพัฒนาคุณค่าของการให้บริการ (valueadded service) และนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อยกระดับเป็น e-logistics อย่างต่อเนื่อง 7) การจัดการโลจิสติกส์ 8) ส่งเสริมการพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ 9) พัฒนาระบบอำนวยความสะดวกทางการค้า 10) ยกระดับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ให้ได้การรับรองคุณภาพระดับมาตรฐานสากล 11) สนับสนุนการสร้างเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย และสร้างพันธมิตรกับผู้ประกอบการในระดับภูมิภาค และ 12) พัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย 2) ศึกษาปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐของประเทศไทย และ 3) เสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ โดยรวบรวมข้อมูลทฤษฎี จากงานวิจัย เอกสารทางวิชาการ และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ทั้งที่เป็นเอกสารจากประมวลกฎหมาย และบทความของผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์นักวิชาการภาครัฐด้านการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ ผู้ประกอบการเกี่ยวกับระบบขนส่งและโลจิสติกส์ ผู้ใช้บริการระบบขนส่งและโลจิสติกส์ และบุคลากรด้านโลจิสติกส์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการวิเคราะห์เปรียบเทียบ และสังเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี หลักการต่างๆ สรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

สรุป

จากผลการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้” สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

ตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย สรุปได้ดังนี้

สถานการณ์ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย ระบบโลจิสติกส์เป็นปัจจัยสนับสนุนการยกระดับความสามารถทางการแข่งขันทางการค้าการลงทุนของประเทศ เพราะโลจิสติกส์ถือเป็นต้นทุนสำคัญของผู้ประกอบการทั้งที่อยู่ในภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของไทยยังอยู่ในขั้นเริ่มต้น คือ เน้นการจัดส่งสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคเป็นหลัก ในขณะที่ประเทศพัฒนาแล้วอย่าง ออสเตรเลีย สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกาอยู่ในขั้นก้าวหน้า คือ การบูรณาการระบบโลจิสติกส์ตั้งแต่การจัดซื้อวัตถุดิบจนกระทั่งผลิตสินค้าแล้วเสร็จ และส่งมอบไปสู่ผู้บริโภคด้วยเหตุนี้ จึงพบว่าต้นทุนโลจิสติกส์ของไทยยังสูงอยู่เมื่อเทียบกับประเทศคู่ค้าอื่นๆ สถานการณ์โลจิสติกส์ไทยในปัจจุบัน คาดว่าในปี 2566 ภาคโลจิสติกส์ของไทยจะขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากปัจจัยเรื่องการผ่อนคลายสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในหลายประเทศทั่วโลก ประกอบกับการส่งออกสินค้าที่ขยายตัว รวมถึงธุรกิจ e-Commerce ที่ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องเพิ่มทางเศรษฐกิจในกิจกรรมโลจิสติกส์และธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย ในภาพรวม ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนให้การดำเนินการของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ไทยให้สามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป คือ การใช้โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ โดยเฉพาะระบบการจัดเก็บและเชื่อมโยงข้อมูล

ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้ประกอบการนำมาใช้เป็นเครื่องมือประกอบการวิเคราะห์ ติดตาม ประเมินผล และวางแผนการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการคลังสินค้าและการขนส่ง รวมทั้งนำไปใช้จัดทำแบบจำลองธุรกิจโลจิสติกส์ (Logistics Simulation Model) เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลอดจนปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจไปสู่ B2C (Business to Consumer) ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมืออาชีพ โดยสนับสนุนการเชื่อมโยงการค้าสู่รูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้สามารถขยายโอกาสทางการตลาดสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไปใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) รวมทั้งเร่งปรับปรุงกฎระเบียบให้สามารถรองรับและลดเงื่อนไขที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-payment)

องค์ประกอบและรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย ศักยภาพมีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการที่จะนำองค์กรให้บรรลุผลสำเร็จ หากองค์กรใดมีศักยภาพต่ำ ก็จะต้องรีบพัฒนาให้องค์กรตนเองมีศักยภาพให้ดีขึ้นและส่วนหนึ่งที่สำคัญก็คือ การพัฒนาศักยภาพขององค์กรว่า การทำให้องค์กรมีศักยภาพที่ดีนั้น ต้องมุ่งเน้น และให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานในประเด็นใดบ้าง โดยผู้ประกอบการที่มีการให้บริการด้านโลจิสติกส์จะต้องเข้าใจ และแสวงหาแนวทางในการพัฒนาองค์กรให้สามารถดำเนินงานได้ภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง และต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ศักยภาพระดับองค์กร เป็นความสามารถขององค์กรที่แฝงอยู่ในองค์กรหรือหน่วยงาน ในการดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใดเพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยพัฒนาให้องค์กรเหล่านั้น สามารถนำทรัพยากรมาทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสมโดยองค์กรจะเกิดศักยภาพในระดับองค์กรได้นั้น ผู้บริหารจะต้องพิจารณาจากปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ 1) นโยบายการบริหารงาน 2) โครงสร้างขององค์กร 3) ผลการดำเนินงาน 4) พนักงาน ระบบโลจิสติกส์ เป็นหนึ่งในกิจกรรมพื้นฐาน ที่ต้องเร่งส่งเสริมเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน เนื่องจากระบบโลจิสติกส์เป็นกิจกรรมต้องการการสนับสนุนในหลายๆ รูปแบบ เช่น การพัฒนาระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพ การกำหนดอัตราภาษีที่ส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ การสร้างเครือข่ายของอุตสาหกรรมต่อเนื่อง การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะกิจกรรมการให้บริการด้าน โลจิสติกส์ (Logistics Outsourcing) ที่มีการเติบโตขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากหลายบริษัทพยายามที่จะลดค่าใช้จ่ายที่เกิดจากกิจกรรมที่ไม่ใช่กิจกรรมหลักที่มีความเชี่ยวชาญ รวมถึงความจำเป็นในการปรับเปลี่ยนขนาดของบริษัทให้มีขนาดที่เหมาะสม จากช่องว่างดังกล่าวจึงเป็นโอกาสทางธุรกิจในด้านการให้บริการด้านโลจิสติกส์มีการพัฒนารูปแบบที่หลากหลายในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เป้าหมายสำคัญในการบริหารจัดการโลจิสติกส์คือ การลดต้นทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งค่าใช้จ่ายและเวลาที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ เช่น การลดจำนวนสต็อกสินค้า ลดขั้นตอนและเอกสารในการประสานงาน เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน เช่น รถ และคลังสินค้า ลดระยะเวลาและความผิดพลาดในกระบวนการผลิตและส่งมอบงาน เป็นต้น และการเพิ่มคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าให้สูงเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เช่น การส่งมอบงานได้รวดเร็วขึ้น การติดตามตรวจสอบสถานะสินค้าได้สะดวกขึ้น การปรับเปลี่ยนและความหลากหลายของสินค้าทำได้ดีขึ้น การบริการที่สุภาพและสอดคล้องกับความ

ต้องการของลูกค้ายิ่งขึ้น การประสานงานผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้วยรูปแบบข้อมูลที่สอดคล้องกับระบบบัญชีของลูกค้ายิ่งขึ้น เป็นต้น

รูปแบบการบริหารเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ มี ดังนี้ 1) การรับรู้และมุมมองที่เหมือนกัน 2) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน 3) มีความสนใจหรือผลประโยชน์ร่วมกัน 4) การมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคนในเครือข่าย 5) มีการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน 6) มีการเกื้อหนุนพึ่งพากัน 7) มีปฏิสัมพันธ์กันในเชิงแลกเปลี่ยน และ 8) รูปแบบของรูปแบบเครือข่ายการให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ พบว่า การมีวิสัยทัศน์และนโยบายร่วมกัน การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศใช้ทั้งเครือข่ายและลูกค้ามีเครือข่ายที่ดี สามารถให้บริการได้ ช่วยกันสนับสนุนส่งเสริมซึ่งกันและกัน มีการตกลงเรื่องผลประโยชน์ที่ลงตัวกัน และมีการเสริมสร้างจุดอ่อนจุดแข็งซึ่งกันและกันเพื่อความเข้มแข็งในองค์กร

ตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐของประเทศไทย สรุปได้ดังนี้

วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย ผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย มีดังนี้

1. ปัญหาด้านประสิทธิภาพของระบบขนส่งและโลจิสติกส์
2. ปัญหาของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ในประเทศไทย
3. ปัญหาของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า
4. ปัญหาการปรับปรุงด้านโครงสร้างพื้นฐาน
5. ขาดแหล่งเงินทุนเนื่องจากกิจกรรมธุรกิจการให้บริการด้านโลจิสติกส์ต้องการการลงทุนที่สูงมาก
6. ความมั่นคงภายในประเทศส่งผลกระทบต่อนโยบายการค้าและการขยายตัวของธุรกิจการให้บริการด้านโลจิสติกส์

7. ขาดความร่วมมืออย่างจริงจังขององค์กร
8. การขาดแคลนบุคลากรที่มีความสามารถด้านโลจิสติกส์
9. การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
10. การสนับสนุนด้านการพัฒนาบุคลากร
11. อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ไทยมีการแข่งขันกันสูง
12. ผลกระทบจากโซ่อุปทานสินค้า

ตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ สรุปได้ดังนี้

กำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ จากการศึกษาเอกสารวิชาการ บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างผู้วิจัย จึงได้นำมากำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ ดังนี้

1. การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน (HW : Hardware)

2. การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ (SW : Software)
3. การพัฒนาบุคลากร (PW : Peopleware)
4. ความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการ
5. การสนับสนุนการสร้างปัจจัยเอื้อเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน
6. ผู้ประกอบการไทยต้องปรับตัวโดยการพัฒนาคุณค่าของการให้บริการ (valueadded service) และนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อยกระดับเป็น e-logistics อย่างต่อเนื่อง
7. การจัดการโลจิสติกส์
8. ส่งเสริมการพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ
9. พัฒนาระบบอำนวยความสะดวกทางการค้า
10. ยกระดับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ให้ได้การรับรองคุณภาพระดับมาตรฐานสากล
11. สนับสนุนการสร้างเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย และสร้างพันธมิตรกับผู้ประกอบการในระดับภูมิภาค
12. พัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย ให้สามารถแข่งขันได้ ผู้ศึกษาขอเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.1 ส่งเสริมผู้ให้บริการโลจิสติกส์สู่การเป็นผู้ให้บริการแบบครบวงจร เช่น การบริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบระหว่างประเทศ การบริการขนส่งทางถนนระหว่างประเทศ เป็นต้น รวมถึงการสร้างมาตรฐานการขนส่งสินค้า การประกันภัย และพัฒนาการให้บริการโลจิสติกส์ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ อาทิ ระบบบริหารจัดการขนส่ง ระบบการบริหารจัดการรถเที่ยวเปล่า และระบบตรวจสอบติดตามสินค้า

1.2 สนับสนุนการสร้างเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย โดยสนับสนุนมาตรการทางภาษี มาตรการทางการเงินให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยโดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในการลงทุนและสร้างเครือข่ายธุรกิจในอนุภูมิภาค อาทิ ประเทศในกลุ่ม CLMV (Cambodia-Laos-Myanmar-Vietnam)

1.3 ส่งเสริมการสร้างพันธมิตรหรือความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย และผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไทย โดยการสร้างพันธมิตรการค้าระหว่างผู้ประกอบการ และระหว่างผู้ประกอบการไทยกับเจ้าของสินค้าหรือผู้ส่งออก เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการไทย

1.4 จัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษานักลงทุนไทยในประเทศภูมิภาคอาเซียนผลักดันให้มีการจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษานักลงทุนไทยในต่างประเทศ เพื่อให้บริการข้อมูล และคำแนะนำแก่ภาคเอกชนไทย

ในการลงทุนและการประกอบธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ และจัดทำฐานข้อมูลรายชื่อนักธุรกิจและบริษัทในต่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อธุรกิจในประเทศนั้นๆ รวมทั้งรวบรวมข้อมูลสถิติต่างๆ ที่จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ

1.5 ส่งเสริมการดำเนินการด้านโลจิสติกส์ที่มีความปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green & Safety Logistics) โดยสนับสนุนความรู้แก่ผู้ประกอบการให้ตระหนักถึงความปลอดภัย และความสำคัญของผลกระทบของการดำเนินการต่อสภาพสิ่งแวดล้อมของโลก ใช้กลไกทางภาษี และกฎหมายเพื่อสร้างแรงจูงใจและลดภาระทางต้นทุนให้แก่ผู้ประกอบการไทย อาทิ สนับสนุนการใช้พลังงานทางเลือกในการขนส่งทางถนน สนับสนุนการปรับเปลี่ยนรูปแบบการขนส่ง (Modal Shift) สู่การขนส่งทางรางและทางน้ำ การจัดทำ Carbon Credit เพื่อป้องกันและควบคุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas) รวมไปถึงให้ความรู้ทางด้านการทำโลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics) สำหรับ Waste Management

1.6 ภาครัฐและภาคเอกชนมีการต้องบริหารจัดการและการเตรียมความพร้อมร่วมกันเพื่อรองรับการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจชายแดนแนวใหม่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคต

1.8 พัฒนาระบบฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงานของภาครัฐให้เป็นฐานข้อมูลเดียวกันเพื่อลดความซ้ำซ้อนของการดำเนินการทางเอกสาร พิธีการต่างๆ เพิ่มการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ให้บริการให้มีความคล่องตัวมากขึ้น ลดระยะเวลาการรอคอยเอกสาร

1.7 ภาครัฐควรมีการประชุมเพื่อหารือแนวทางในการบังคับใช้นโยบาย กฎระเบียบ หรือข้อบังคับใช้ หรือ นโยบายการค้าระหว่างประเทศให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน พร้อมทั้งลดการกีดกันทางการค้าทั้งเป็นภาษี และมีใช่ภาษี และควรกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมอย่างเป็นธรรม เพื่อลดต้นทุนแก่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์

2. ข้อเสนอแนะระดับปฏิบัติการ

จากการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ ดังนี้

2.1 ด้านการสร้างความมั่นใจ (Assurance) การสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าผู้ให้บริการโลจิสติกส์ควรมีเอกสารที่รับรองถึงเรื่องการรับประกันสินค้าที่มีความเสียหายที่เกิดจากการขนส่งอย่างชัดเจน รวมถึงการสร้างมาตรฐานความปลอดภัยในการให้บริการ ทั้งมาตรฐานของ 5ส, ISO และเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงาน โดยจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานขับรถ พนักงานให้บริการ ตรวจสอบความพร้อมของพนักงานขับรถก่อนออกปฏิบัติงาน และทบทวนประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานขับรถให้สามารถปฏิบัติงานอย่างปลอดภัย รวมทั้งการอบรมสร้างทักษะให้พนักงานสามารถให้คำปรึกษาและแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า มีใจรักในการให้บริการ มีมารยาทและทัศนคติที่ดีในการบริการ

2.2 ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy) การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าโดยนำหลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM) มาใช้ เพื่อความเข้าใจความคาดหวังคุณภาพบริการที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการอย่างแท้จริง นำไปสู่การเอาใจใส่ความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้าในแต่ละรายได้ และสามารถมุ่งเน้นให้ความสนใจต่อลูกค้าในแต่ละราย รวมทั้งมีความยืดหยุ่นในการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น ความต้องการการขนส่ง

สินค้าไม่เต็มเที่ยว การจัดการขนส่งแบบรวมเกี่ยวกับลูกค้ารายอื่น มีช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการโลจิสติกส์อย่างสะดวก เพื่อขจัดและแก้ไขข้อร้องเรียนจากผู้ใช้บริการโดยเร็ว

2.3 ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ โดยเฉพาะด้านพนักงานและความพร้อมของยานพาหนะโดยรวม เนื่องจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์มีความคาดหวังสูงสุด ควรอบรมและเตรียมความพร้อมของพนักงานให้มีความเพียงพอและปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเรื่องความพร้อมของยานพาหนะที่ขนส่ง โดยเฉพาะในช่วงของฤดูกาลของทุกปี จะมีปริมาณรถขนส่งที่ไม่เพียงพอกับความต้องการ ควรมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น ระบบจัดการขนส่งสินค้า (Transportation management system : TMS) ระบบระบุตำแหน่งบนพื้นโลก (GPS) เพื่อติดตามสถานการณ์ขนส่งสินค้าและแจ้งข้อมูลให้ลูกค้าทราบได้ทันที

2.4 ผู้ประกอบการนำข้อมูลที่ได้ไปสร้างจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมและความรู้สึกเป็นเจ้าของแก่พนักงานทุกระดับเพื่อรักษาคุณภาพและมาตรฐานในการให้บริการ ซึ่งเป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เนื่องจากโอกาสที่ลูกค้าเก่าจะเพิ่มยอดการใช้บริการ ย่อมดีกว่าการที่จะเสียต้นทุนในการค้นหาลูกค้ารายใหม่

2.5 ผู้ประกอบการนำข้อมูลไปใช้ปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้รับบริการที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

2.6 สมาพันธ์และสมาคมโลจิสติกส์หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศควรมีการบริหารจัดการเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศให้มีคุณภาพ

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางสำหรับผู้สนใจที่จะทำการศึกษาในครั้งต่อไป ดังนี้

3.1 ควรมีการศึกษาวิจัยแนวทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อนำไปสู่การสร้างเสริมศักยภาพการบริหารระบบเครือข่าย

3.2 ควรศึกษาวิจัยรูปแบบกรีนโลจิสติกส์สำหรับการบริหารเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ

3.3 ควรศึกษาวิจัยหลักสูตรฝึกอบรมผู้บริหารในการสร้างเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศแบบยั่งยืนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารเครือข่าย

3.4 ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อทราบสถานการณ์ทางด้านโลจิสติกส์เทียบกับต่างชาติ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการให้บริการโลจิสติกส์ในการพัฒนาการให้บริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- โกศล ดีศีลธรรม. การจัดการบำรุงรักษาสำหรับงานอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : เอ็มแอนด์อี, 2551.
- คำทำนาย อภิปรัชญาสกุล. การจัดการคลังสินค้า. กรุงเทพฯ : ดวงกลมสมัย, 2550.
- คำทำนาย อภิปรัชญาสกุล. การจัดการขนส่งและกระจายสินค้าเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : โฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด, 2559.
- คำทำนาย อภิปรัชญาสกุล. คู่มือการคัดเลือกและติดตั้งซอฟต์แวร์การจัดการคลังสินค้า. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด, 2555.
- คำทำนาย อภิปรัชญาสกุล. โลจิสติกส์และการจัดการซัพพลายเชน : กลยุทธ์เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มกำไร. กรุงเทพฯ : โฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด, 2553.
- เจรจาการค้าระหว่างประเทศ, กรม . ธุรกิจบริการ : โลจิสติกส์. นนทบุรี : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2555.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2546.
- ชุตिकाญจน์ ศรีวิบูลย์. หลักการบริหารพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์. ดร.เพชร สำนักพิมพ์, 2557.
- ไชยยศ ไชยมั่นคง และมยุขพันธ์ ไชยมั่นคง. กลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชนเพื่อการแข่งขันในตลาดโลก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ซี.วาย.ซี.ซี.เต็ม จำกัด, 2550.
- ฐาปนา บุญหล้า. การจัดการโลจิสติกส์ : มิติซัพพลายเชน. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2555.
- ฐาปนา บุญหล้า และนางลักษณ์ นิमितถาดล. การจัดการโลจิสติกส์ : มิติซัพพลายเชน. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2555.
- เดชา เดชะวัฒนศาล. การจัดการทรัพยากรบุคคลพื้นฐานแนวคิดเพื่อการปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2559.
- ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. การจัดการลอจิสติกส์. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท, 2548.
- ธนิต โสรัตน์. การประยุกต์ใช้โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน. กรุงเทพฯ : ประชุมทองพรีนติ้ง. กรู๊ป จำกัด, 2550.
- ธนิต โสรัตน์. Logistics case study แม่น้ำโขง เส้นทางสายไหมโลจิสติกส์ยุคใหม่ของการค้าจีนอาเซียนและการปฏิรูประบบโลจิสติกส์ของจีน. กรุงเทพฯ : เราบริการ, 2548.
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. การตลาดสำหรับการบริการแนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- นโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, สำนักงาน. สถานการณ์โลจิสติกส์ของไทยในปัจจุบัน. กรุงเทพฯ : สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2565.

- ประจวบ กล่อมจิตร. โลจิสติกส์-โซ่อุปทาน : การออกแบบและจัดการเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2556.
- พูนลาภ ทิพชาติโยธิน. สำเร็จง่ายๆ ด้วย 5 Rights ในโลจิสติกส์. กรุงเทพฯ : Productivity World, 2552.
- รวีพร คูเจริญไพศาล. การกระจายช่องทางการตลาดและโลจิสติกส์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.
- รุธิร์ พนมยงค์. การจัดการโลจิสติกส์ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เวลาดีในนามบริษัท แพลน สารา จำกัด, 2547
- วิศิษฐ์ วัฒนานุกูล. การจัดการไอทีโลจิสติกส์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2552.
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. คุณภาพในงานบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริม, 2545.
- สุธินี ฤกษ์ขำ. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ : หลักการและการประยุกต์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557.
- ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, กรม. การประเมินตนเองของบริษัทที่ประกอบธุรกิจโลจิสติกส์. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2560.
- ส่งเสริมการส่งออก, กรม. คู่มือต้นแบบการให้บริการบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ. นนทบุรี : กรมส่งเสริมการส่งออก, 2554.
- โสดาภิณี วงศ์โกมลเชษฐ์, ระเบียบเศรษฐกิจอาเซียน การคมนาคมขนส่งและอุตสาหกรรมโลจิสติกส์. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี จำกัด, 2558.

วารสาร

- ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์, กอง. “การขับเคลื่อนระบบโลจิสติกส์บนความปกติใหม่ (New Normal) ภายหลังจากแพร่ระบาด ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019”. จดหมายข่าว : NEWSLETTER. ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม 2563, 2563.

วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัย

- กาญจนาลีตา โฆษิตธัญญสิทธิ์. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาการจัดการวิศวกรรมธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2555.
- เข็มพร สุ่มมาตย์. “ผลกระทบของศักยภาพภายในองค์กรและสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรที่มีต่อแรงกดดันในการทำงานและประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2553.

- ญาณิกา ทวีพงศ์ศักดิ์. “ระบบสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับคัดเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ กรณีศึกษา : ธุรกิจผลิตรองเท้า”. ปรินญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาระบบสนับสนุนการตัดสินใจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2558.
- ทวีศักดิ์ สุวรรณเกิด. “ปัจจัยองค์การแห่งการเรียนรู้ที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันทางโลจิสติกส์ในกลุ่มบริษัท MIB Holding”. ปรินญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง., 2555.
- ทิษฐพงษ์ ทองนาค. “ความพึงพอใจการเลือกใช้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ กรณีศึกษา : นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง”. ปรินญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยบูรพา, 2556.
- ธราทร ภูมิรุ่งเรือง. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยใช้กระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (AHP)”. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2559.
- นิमित ศิริवार. “ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุก เส้นทางการขนส่ง ภาคกลาง และภาคตะวันออก”. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 2554.
- บุษดี แก้วกันยา. “คุณภาพบริการงานห้องตรวจผู้ป่วยนอกประกันสังคม โรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ อุบลราชธานี”. ปรินญาธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2548.
- ปรินทร์ บุตรเจริญ. “ปัญหาทางกฎหมายในการควบคุมการประกอบการรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ”. วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชากฎหมายการค้าระหว่างประเทศ, คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2552.
- ศศิธร สุวรรณศรี. “ประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าจากท่าเรือแหลมฉบังของธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์”. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2562.
- ศิริพร เลิศยิ่งยศ. “ศักยภาพการให้บริการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ให้บริการโลจิสติกส์กลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้าในจังหวัดนครราชสีมา”. รายงานการวิจัย, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, 2562.
- สมบัติ สาสีเสาร์. “ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545.
- อารยา คงสุนทร. “การพัฒนารูปแบบการบริหารเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ”. ปรินญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2561.

อัจฉราภรณ์ พิษณุกานต์. “ความคิดเห็นต่อการจัดจ้าง FIFTH PARTY LOGISTICS มาใช้ในธุรกิจค้าปลีก”. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 2551.

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

เจรจาการค้าระหว่างประเทศ, กรม. “การเปิดเสรีโลจิสติกส์อาเซียน : โอกาส ผลกระทบ และการปรับตัวของผู้ประกอบการไทย โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน”. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก : <http://www.dtn.go.th>, 2559.

นระ คมนามูล. “ความหมายโลจิสติกส์ด้านการขนส่ง”. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก : http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?passTo=f241731bd26874e0a13071a66b4f289d&bookID=589&read=true&count=true, 2550.

พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, สำนัก, กระทรวงพาณิชย์. “ธุรกิจโลจิสติกส์”. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <https://tradelogistics.go.th/th/article/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%88%E0%B8%B2%E0%B8%B0%E0%B8%A5%E0%B8%B6%E0%B8%81/logistics-business>, 2566.

พัฒนาธุรกิจการค้า, กรม. “จำนวนนิติบุคคลธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์”. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก www.dbd.go.th, 2565.

อุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, สภา. “การนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ในการงานด้านโลจิสติกส์”. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก www.fti.or.th, 2551.

อุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, สภา. “กลุ่มธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์”. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://www.siblor.com/image/03-06-14.pdf>, 2550.

ภาษาต่างประเทศ

Books

Christopher, M. Logistics and supply chain management : strategies for reducing cost and improving service. London : Financial times, 1998.

Coyle, J. J., E. J. Bardi, and C. J. Langley. The Management of Business Logistic : a Supply Chain Perspective. 7th ed. American: Melendrez-Stapleton, 2003.

Journals

Martin, D. W. "An importance/performance analysis of service providers' perception of quality service in the hotel industry". Journal of Hospitality & Leisure Marketing. Vol.3 No.1 : 5-17, 1995.

Thesis

Gary, R. A. "Relationship Issues : The Next Generation of Logistics Outsourcing Models, Third-Party Logistics Study : Results and Findings of the 2001 Sixth Annual Study." Georgia Institute of Technology Cap Gemini Ernst & Young Ryder System. New York : Routledge, 19-20, 2001

ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้

ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสัมภาษณ์เพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้

1. ท่านคิดว่าสถานการณ์ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยเป็นอย่างไรบ้าง
.....
2. องค์ประกอบและรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยควรมีอะไรบ้าง
.....
3. ท่านคิดว่าในการให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยมีปัญหาอุปสรรคอะไรบ้าง
.....
4. ท่านคิดว่าปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับการให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยควรแก้ไขอย่างไรบ้าง
.....
5. ในการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ท่านคิดว่าปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยมีอะไรบ้าง
.....
6. ท่านคิดว่าปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยควรแก้ไขอย่างไรบ้าง
.....
7. แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ ควรทำอย่างไร
.....

ขอขอบคุณในการตอบแบบสัมภาษณ์
พิศาล รัชกิจประการ

ประวัติย่อผู้วิจัย

- ชื่อ** นายพิศาล รัชกิจประการ
- วันเดือนปีเกิด** 13 กุมภาพันธ์ 2512
- การศึกษา** ปริญญาตรี คณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมอุตสาหการ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ปริญญาโท คณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมอุตสาหการ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ประวัติการทำงานโดยย่อ**
- 2534 – 2536 ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ บริษัท วีเอสพี มารีน จำกัด
- 2536 – 2537 ผู้จัดการฝ่ายซ่อมบำรุง บริษัท ภาคใต้เชื้อเพลิง จำกัด (มหาชน)
- 2538 – 2540 ผู้จัดการโครงการ บริษัท ราชบุรี เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด
- 2541 - 2556 รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท อาม่า มารีน จำกัด
- ตำแหน่งปัจจุบัน**
- กรรมการผู้จัดการ บริษัท อาม่ามารีน จำกัด (มหาชน)
 - กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอเอ็มเอ โลจิสติกส์ จำกัด
 - ประธานกรรมการ บริษัท ทีเอสเอสเค จำกัด

สรุปย่อ

ลักษณะวิชา สังคมจิตวิทยา

เรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้

ผู้วิจัย นายพิศาล รัชกิจประการ หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 65

ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ บริษัท อาม่า มารีน จำกัด (มหาชน)

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันธุรกิจโลจิสติกส์เป็นธุรกิจบริการที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ ในภาคการผลิตมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจในระดับประเทศ เป็นส่วนสำคัญต่อกลไกการค้าโลก ได้มีการเปลี่ยนแปลงทำให้การค้าในปัจจุบันเป็นการค้าแบบเสรี การแข่งขันมีความรุนแรงมากขึ้น อีกทั้งความก้าวหน้าในเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้มีการเชื่อมต่อระหว่างข้อมูลข่าวสารและการเคลื่อนย้ายสินค้าที่รวดเร็วธุรกิจต่างๆ จำเป็นต้องกำหนดกลยุทธ์เกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างมีระบบ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันได้ การจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพจะต้องมีการวางแผน การปฏิบัติและการควบคุมการย้ายวัสดุและสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดการใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าภายใต้ต้นทุนที่ต่ำที่สุด และสามารถสร้างความพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ท่ามกลางการแข่งขันทางการค้าที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ การแสวงหาตลาดวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีต้นทุนต่ำที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้รวมถึงความสามารถในการจัดส่งสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยระยะเวลาในการจัดส่งสั้นที่สุดถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะผลักดันให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้จะเห็นได้ว่าการขนส่งสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยการสร้างความสะดวกทั้งด้านเวลาและสถานที่ส่งผลให้บริษัทที่มีการจัดการการขนส่งที่ดี สามารถสร้างมาตรฐานได้ว่าจะมีสินค้าเพียงพอที่จะจัดจำหน่าย ณ สถานที่ และเวลาที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานของความสามารถในการแข่งขัน (นิมิต ศิริवार, 2554)

ระบบโลจิสติกส์ เป็นระบบที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายวัสดุหรือสินค้าที่เกี่ยวข้องกับทางธุรกิจ มีจุดประสงค์เพื่อช่วยให้การเคลื่อนย้ายสินค้าทั้งระบบมีความต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ โดยมีการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การบริการลูกค้า การดำเนินงานตามคำสั่งซื้อของลูกค้า การคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า การบริหารสินค้าคงคลัง กิจกรรมการขนส่ง การบริหารคลังสินค้า กระบวนการจัดการสินค้าที่ถูกส่งกลับคืน การจัดซื้อ การจัดเตรียมอะไหล่และชิ้นส่วน การเลือกที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้า การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบและสินค้า บรรจุภัณฑ์ และการติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์ (ฐาปนา บุญหล้า, 2555) ซึ่งระบบโลจิสติกส์มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ เนื่องจากเป็นกลไกที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ (ไสตาทิศ วงศ์โกมลเชษฐ์, 2558) สำหรับการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศนั้นจะมีผู้ให้บริการโลจิสติกส์ เป็นตัวกลางระหว่าง ผู้นำเข้าและผู้ส่งออกเพื่อดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทางด้านโลจิสติกส์แทนผู้นำเข้าหรือผู้ส่งออก อาทิเช่น การเป็นตัวแทนจัดการการขนส่งระหว่างประเทศ เป็นผู้ให้บริการทางด้านบรรจุภัณฑ์ การจัดการคลังสินค้า

เป็นผู้บริหารโซ่อุปทานแบบครบวงจร และการเป็นที่ปรึกษาในการนำเข้าส่งออก เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์สามารถให้บริการได้สองแบบ คือ ให้บริการในกิจกรรม โลจิสติกส์แบบครบวงจร และให้บริการเฉพาะบางส่วนของกิจกรรมโลจิสติกส์ (ธนิต โสรรัตน์, 2550) แต่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก ส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยเสียเปรียบ ผู้ประกอบการต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทย เนื่องจากผู้ประกอบการต่างชาติมีความน่าเชื่อถือ ทางด้านประสิทธิภาพการดำเนินงานมากกว่าผู้ประกอบการไทย (โสดากิตต์ วงศ์โกลมเชษฐ์, 2558)

จากสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ จึงต้องให้ความสำคัญกระบวนการปรับปรุงการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มิฉะนั้นหมดโอกาสที่จะประกอบธุรกิจต่อไปได้ (ไชยยศ ไชยมั่นคง และมยุขพันธ์ ไชยมั่นคง, 2550) การพัฒนาบุคลากรด้านโลจิสติกส์จึงมีความสำคัญ เพราะการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และเข้าสู่ยุคสังคมที่ใช้เทคโนโลยีบุคลากรด้านโลจิสติกส์จะต้องมีการพัฒนาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อลดต้นทุนและสร้างมูลค่าเพิ่มในระบบโลจิสติกส์ของธุรกิจ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้นเป็นการเพิ่มพูน ทักษะความรู้ ความสามารถตลอดจนอุทิศตัว บุคลิกภาพ การปรับตัวและการคิดริเริ่มของทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กรผ่านกระบวนการศึกษา ฝึกอบรม (ชุติกัญจน์ ศรีวิบูลย์, 2557) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ประกอบด้วยกิจกรรมหลักคือ 1) การฝึกอบรมและการพัฒนา 2) การพัฒนาสายอาชีพ 3) การพัฒนาองค์กรกระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การออกแบบกิจกรรมพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การนำกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ไปปฏิบัติจริง และการประเมินผลกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (สุธินี ฤกษ์ขำ, 2557) การวางแผนทรัพยากรบุคคล เป็นงานสำคัญที่ผู้บริหารองค์กรและผู้บริหารด้านทรัพยากรบุคคลต้องปฏิบัติด้วยความเข้าใจใส่ใจการวางแผนทรัพยากรบุคคลเป็นกระบวนการต่อเนื่องที่ผู้เกี่ยวข้องต้องดำเนินการปรับปรุงและพัฒนา (เดชา เดชะวัฒนศาล, 2559)

กลไกการค้าโลกได้มีการเปลี่ยนแปลง การค้าระหว่างประเทศมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว อยู่ภายใต้ยุคโลกาภิวัตน์ นโยบายการเปิดเสรีการค้า บทบาทของผู้ให้บริการที่จะมาช่วยให้ผู้ประกอบการนำเข้า ส่งออก ได้บรรลุเป้าหมายทางการค้า โดยเข้ามาเสริมศักยภาพให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้วิจัยได้มีแนวคิดในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ โดยในการบริหารธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์เป็นกระบวนการทำงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การดำเนินการ และการควบคุมการทำงานขององค์กร รวมทั้งการบริหารจัดการข้อมูลและธุรกรรมทางการเงินที่เกี่ยวข้อง ให้เกิดการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บ การรวบรวม การกระจายสินค้า วัตถุดิบ ชิ้นส่วนประกอบ และการบริการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยคำนึงถึงความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญเป็นการบริหารงานโดยใช้เครือข่ายเป็นหลัก รวมทั้งปัจจุบันได้เกิดวิกฤติพลังงานและการแข่งขันทางเศรษฐกิจอย่างเข้มข้นทั่วโลก การพัฒนาการบริหารเครือข่ายการให้บริการโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพนั้นมีความสำคัญขึ้นเป็นทวีคูณเพราะจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการได้ต้นทุนโลจิสติกส์ที่ลดลง ส่งมอบบริการได้ตรงตามความต้องการ เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้เพื่อยกระดับความสามารถผู้ให้บริการโลจิสติกส์และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริการโลจิสติกส์ทั้งในเชิงปริมาณ และคุณภาพอันจะส่งผลดีต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและระดับโลกได้อย่างยั่งยืน และยัง

เป็นแนวทางให้สมาคมองค์กรที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน และภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลกเทคโนโลยีและตรงกับความต้องการของตลาดผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐของประเทศไทย
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ นักวิชาการภาครัฐด้านการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ ผู้ประกอบการเกี่ยวกับระบบขนส่งและโลจิสติกส์ ผู้ใช้บริการระบบขนส่งและโลจิสติกส์ และบุคลากรด้านโลจิสติกส์ รวมจำนวน 15 คน

3. ขอบเขตด้านเวลา

เริ่มทำการวิจัยในช่วงเดือนธันวาคม 2565 – พฤษภาคม 2566

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูล

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ดำเนินการโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก นักวิชาการภาครัฐด้านการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ ผู้ประกอบการเกี่ยวกับระบบขนส่งและโลจิสติกส์ ผู้ใช้บริการระบบขนส่งและโลจิสติกส์ และบุคลากรด้านโลจิสติกส์ รวมจำนวน 15 คน

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ดำเนินการโดยศึกษาจากตำราและเอกสารต่างๆ

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการวิเคราะห์เปรียบเทียบ และสังเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี หลักการต่างๆ

3. การนำเสนอข้อมูล

นำเสนอข้อมูลแบบรายงานวิจัยเชิงพรรณนา และวิเคราะห์ นำเสนอแนวคิดใหม่ๆ จากการศึกษาวิจัย

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย ให้สามารถแข่งขันได้ สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

ผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย สรุปได้ดังนี้

สถานการณ์ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย ระบบโลจิสติกส์เป็นปัจจัยสนับสนุนการยกระดับความสามารถทางการแข่งขันทางการค้าการลงทุนของประเทศ เพราะโลจิสติกส์ถือเป็นต้นทุนสำคัญของผู้ประกอบการทั้งที่อยู่ในภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของไทยยังอยู่ในขั้นเริ่มต้น คือ เน้นการจัดส่งสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคเป็นหลัก ในขณะที่ประเทศพัฒนาแล้วอย่าง ออสเตรเลีย สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกาอยู่ในขั้นก้าวหน้า คือ การบูรณาการระบบโลจิสติกส์ตั้งแต่การจัดซื้อวัตถุดิบจนกระทั่งผลิตสินค้าแล้วเสร็จและส่งมอบไปสู่ผู้บริโภคด้วยเหตุนี้ จึงพบว่าต้นทุนโลจิสติกส์ของไทยยังสูงอยู่เมื่อเทียบกับประเทศคู่ค้าอื่นๆ สถานการณ์โลจิสติกส์ไทยในปัจจุบัน คาดว่าในปี 2566 ภาคโลจิสติกส์ของไทยจะขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากปัจจัยเรื่องการผ่อนคลายได้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในหลายประเทศทั่วโลก ประกอบกับการส่งออกสินค้าที่ขยายตัว รวมถึงธุรกิจ e-Commerce ที่ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องเพิ่มทางเศรษฐกิจในกิจกรรมโลจิสติกส์และธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยในภาพรวม ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนให้การดำเนินการของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ไทยให้สามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป คือ การใช้โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ โดยเฉพาะระบบการจัดเก็บและเชื่อมโยงข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้ประกอบการนำมาใช้เป็นเครื่องมือประกอบการวิเคราะห์ ติดตาม ประเมินผล และวางแผนการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการคลังสินค้าและการขนส่ง รวมทั้งนำไปใช้จัดทำแบบจำลองธุรกิจโลจิสติกส์ (Logistics Simulation Model) เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลอดจนปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจไปสู่ B2C (Business to Consumer) ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสนับสนุนการเชื่อมโยงการค้าสู่รูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้สามารถขยายโอกาสทางการตลาดสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไปใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) รวมทั้งเร่งปรับปรุงกฎระเบียบให้สามารถรองรับและลด

เงื่อนไข ที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-payment)

องค์ประกอบและรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย ศักยภาพมีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการที่จะนำองค์กรให้บรรลุผลสำเร็จ หากองค์กรใดมีศักยภาพต่ำ ก็จะต้องรีบพัฒนาให้องค์กรตนเองมีศักยภาพให้ดีขึ้นและส่วนหนึ่งที่สำคัญก็คือ การพัฒนาศักยภาพขององค์กรว่า การทำให้องค์กรมีศักยภาพที่ดีขึ้น ต้องมุ่งเน้น และให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานในประเด็นใดบ้าง โดยผู้ประกอบการที่มีการให้บริการด้านโลจิสติกส์จะต้องเข้าใจ และแสวงหาแนวทางในการพัฒนาองค์กรให้สามารถดำเนินงานได้ภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง และต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ศักยภาพระดับองค์กร เป็นความสามารถขององค์กรที่แฝงอยู่ในองค์กรหรือหน่วยงาน ในการดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใด เพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยพัฒนาให้องค์กรเหล่านั้น สามารถนำทรัพยากรมาทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสมโดยองค์กรจะเกิดศักยภาพในระดับองค์กรได้นั้น ผู้บริหารจะต้องพิจารณาจากปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ 1) นโยบายการบริหารงาน 2) โครงสร้างขององค์กร 3) ผลการดำเนินงาน 4) พนักงาน

ระบบโลจิสติกส์ เป็นหนึ่งในกิจกรรมพื้นฐาน ที่ต้องเร่งส่งเสริมเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน เนื่องจากระบบโลจิสติกส์เป็นกิจกรรมต้องการการสนับสนุนในหลายๆ รูปแบบ เช่น การพัฒนาระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพ การกำหนดอัตราภาษีที่ส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ การสร้างเครือข่ายของอุตสาหกรรมต่อเนื่อง การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะกิจกรรมการให้บริการด้าน โลจิสติกส์ (Logistics Outsourcing) ที่มีการเติบโตขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากหลายบริษัทพยายามที่จะลดค่าใช้จ่ายที่เกิดจากกิจกรรมที่ไม่ใช่กิจกรรมหลักที่มีความเชี่ยวชาญ รวมถึงความจำเป็นในการปรับเปลี่ยนขนาดของบริษัทให้มีขนาดที่เหมาะสม จากช่องว่างดังกล่าวจึงเป็นโอกาสทางธุรกิจในด้านการให้บริการด้าน โลจิสติกส์มีการพัฒนารูปแบบที่หลากหลายในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เป้าหมายสำคัญในการบริหารจัดการโลจิสติกส์คือ การลดต้นทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งค่าใช้จ่ายและเวลาที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ เช่น การลดจำนวนสต็อกสินค้า ลดขั้นตอนและเอกสารในการประสานงาน เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน เช่น รถ และคลังสินค้า ลดระยะเวลาและความผิดพลาดในกระบวนการผลิตและส่งมอบงาน เป็นต้น และการเพิ่มคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าให้สูงเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เช่น การส่งมอบงานได้รวดเร็วขึ้น การติดตามตรวจสอบสถานะสินค้าได้สะดวกขึ้น การปรับเปลี่ยนและความหลากหลายของสินค้าทำได้ดีขึ้น การบริการที่สุภาพและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น การประสานงานผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้วยรูปแบบข้อมูลที่สอดคล้องกับระบบบัญชีของลูกค้ามากขึ้น เป็นต้น

รูปแบบการบริหารเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ มี ดังนี้ 1) การรับรู้และมุมมองที่เหมือนกัน 2) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน 3) มีความสนใจหรือผลประโยชน์ร่วมกัน 4) การมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคนในเครือข่าย 5) มีการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน 6) มีการเกื้อหนุนพึ่งพากัน 7) มีปฏิสัมพันธ์กันในเชิงแลกเปลี่ยน และ 8) รูปแบบของรูปแบบเครือข่ายการให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ พบว่า การมีวิสัยทัศน์และนโยบายร่วมกัน การใช้ระบบเทคโนโลยี

สารสนเทศใช้ทั้งเครือข่ายและลูกค้ามีเครือข่ายที่ดี สามารถใช้บริการได้ ช่วยกันสนับสนุนส่งเสริมซึ่งกันและกัน มีการตกลงเรื่องผลประโยชน์ที่ลงตัวกัน และมีการเสริมสร้างจุดอ่อนจุดแข็งซึ่งกันและกันเพื่อความเข้มแข็งในองค์กร

ผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐของประเทศไทย สรุปได้ดังนี้

วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย ผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทย มีดังนี้

1. ปัญหาด้านประสิทธิภาพของระบบขนส่งและโลจิสติกส์
2. ปัญหาของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ในประเทศไทย
3. ปัญหาของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า
4. ปัญหาการปรับปรุงด้านโครงสร้างพื้นฐาน
5. ขาดแหล่งเงินทุนเนื่องจากกิจกรรมธุรกิจการให้บริการด้านโลจิสติกส์ต้องการการลงทุนที่สูงมาก

6. ความมั่นคงภายในประเทศส่งผลต่อนโยบายการดำเนินการและการขยายตัวของธุรกิจการให้บริการด้านโลจิสติกส์

7. ขาดความร่วมมืออย่างจริงจังขององค์กร
8. การขาดแคลนบุคลากรที่มีความสามารถด้านโลจิสติกส์
9. การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
10. การสนับสนุนด้านการพัฒนาบุคลากร
11. อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ไทยมีการแข่งขันกันสูง
12. ผลกระทบจากโซ่อุปทานสินค้า

ผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ สรุปได้ดังนี้

กำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ จากการศึกษาเอกสารวิชาการ บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ ดังนี้

1. การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน (HW : Hardware)
2. การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ (SW : Software)
3. การพัฒนาบุคลากร (PW : Peopleware)
4. ความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการ
5. การสนับสนุนการสร้างปัจจัยเอื้อเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน
6. ผู้ประกอบการไทยต้องปรับตัวโดยการพัฒนาคุณค่าของการให้บริการ (value-added service) และนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อยกระดับเป็น e-logistics อย่างต่อเนื่อง
7. การจัดการโลจิสติกส์

8. ส่งเสริมการพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ
9. พัฒนาระบบอำนวยความสะดวกทางการค้า
10. ยกระดับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ให้ได้การรับรองคุณภาพระดับมาตรฐานสากล
11. สนับสนุนการสร้างเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย และสร้างพันธมิตรกับผู้ประกอบการในระดับภูมิภาค
12. พัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ ผู้ศึกษาขอเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.1 รัฐบาลควรยกระดับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ให้ได้การรับรองคุณภาพระดับมาตรฐานสากล เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถแข่งขันด้วยการยกระดับประสิทธิภาพและมาตรฐานการให้บริการโลจิสติกส์เทียบเคียงผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ เช่น การได้รับการรับรอง AEO (Authorized Economic Operator) สำหรับ Customs Brokers เป็นต้น

1.2 ส่งเสริมผู้ให้บริการโลจิสติกส์สู่การเป็นผู้ให้บริการแบบครบวงจร เช่น การบริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบระหว่างประเทศ การบริการขนส่งทางถนนระหว่างประเทศ เป็นต้น รวมถึงการสร้างมาตรฐานการขนส่งสินค้า การประกันภัย และพัฒนาการให้บริการโลจิสติกส์ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ อาทิ ระบบบริหารจัดการขนส่ง ระบบการบริหารจัดการรถเที่ยวเปล่า และระบบตรวจสอบติดตามสินค้า

1.3 สนับสนุนการสร้างเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย โดยสนับสนุนมาตรการทางภาษี มาตรการทางการเงินให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในการลงทุนและสร้างเครือข่ายธุรกิจในอนาคต อาทิ ประเทศในกลุ่ม CLMV (Cambodia-Laos-Myanmar-Vietnam)

1.4 ส่งเสริมการสร้างพันธมิตรหรือความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย และผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไทย โดยการสร้างพันธมิตรการค้าระหว่างผู้ประกอบการ และระหว่างผู้ประกอบการไทยกับเจ้าของสินค้าหรือผู้ส่งออก เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการไทย

1.5 จัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษานักลงทุนไทยในประเทศภูมิภาคอาเซียนผลักดันให้มีการจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษานักลงทุนไทยในต่างประเทศเพื่อให้บริการข้อมูลและคำแนะนำแก่ภาคเอกชนไทยในการลงทุนและการประกอบธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ และจัดทำฐานข้อมูลรายชื่อธุรกิจและบริษัทในต่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อธุรกิจในประเทศนั้นๆ รวมทั้งรวบรวมข้อมูลสถิติต่างๆ ที่จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ

1.6 ส่งเสริมการดำเนินการด้านโลจิสติกส์ที่มีความปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green & Safety Logistics) โดยสนับสนุนความรู้แก่ผู้ประกอบการให้ตระหนักถึงความปลอดภัยและความสำคัญของผลกระทบของการดำเนินการต่อสภาพสิ่งแวดล้อมของโลก ใช้กลไกทางภาษี และกฎหมายเพื่อสร้างแรงจูงใจและลดภาระทางต้นทุนให้แก่ผู้ประกอบการไทย อาทิ สนับสนุนการใช้พลังงานทางเลือกในการขนส่งทางถนน สนับสนุนการปรับเปลี่ยนรูปแบบการขนส่ง (Modal Shift) ส่งเสริมการขนส่งทางรางและทางน้ำ การจัดทำ Carbon Credit เพื่อป้องกันและควบคุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas) รวมไปถึงให้ความรู้ทางด้านการทำโลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics) สำหรับ Waste Management

1.7 ภาครัฐและภาคเอกชนมีการต้องบริหารจัดการและการเตรียมความพร้อมร่วมกันเพื่อรองรับการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจชายแดนแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคต

1.8 พัฒนาระบบฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงานของภาครัฐให้เป็นฐานข้อมูลเดียวกันเพื่อลดความซ้ำซ้อนของการดำเนินการทางเอกสาร พิธีการต่างๆ เพิ่มการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ให้บริการให้มีความคล่องตัวมากขึ้น ลดระยะเวลาการรอคอยเอกสาร

1.9 ภาครัฐควรมีการประชุมเพื่อหารือแนวทางในการบังคับใช้นโยบาย กฎระเบียบ หรือข้อบังคับใช้ หรือ นโยบายการค้าระหว่างประเทศให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน พร้อมทั้งลดการกีดกันทางการค้าทั้งเป็นภาษี และมีใช้ภาษี และควรกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมอย่างเป็นธรรม เพื่อลดต้นทุนแก่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์

2. ข้อเสนอแนะระดับปฏิบัติการ

จากการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ ดังนี้

2.1 ด้านการสร้างความมั่นใจ (Assurance) การสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าผู้ให้บริการโลจิสติกส์ควรมีเอกสารที่รับรองถึงเรื่องการรับประกันสินค้าที่มีความเสียหายที่เกิดจากการขนส่งอย่างชัดเจน รวมถึงการสร้างมาตรฐานความปลอดภัยในการให้บริการ ทั้งมาตรฐานของ 5ส, ISO และเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงาน โดยจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานขับรถ พนักงานให้บริการ ตรวจสอบความพร้อมของพนักงานขับรถก่อนออกปฏิบัติงาน และทบทวนประสิทธิภาพการทำงาน ของพนักงานขับรถให้สามารถปฏิบัติงานอย่างปลอดภัย รวมทั้งการอบรมสร้างทักษะให้พนักงานสามารถให้คำปรึกษาและแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า มีใจรักในการให้บริการ มีมารยาทและทัศนคติที่ดีในการบริการ

2.2 ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy) การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าโดยนำหลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM) มาใช้ เพื่อความเข้าใจความคาดหวังคุณภาพบริการที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการอย่างแท้จริง นำไปสู่การเอาใจใส่ความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้าในแต่ละรายได้ และสามารถมุ่งเน้นให้ความสนใจต่อลูกค้าในแต่ละราย รวมทั้งมีความยืดหยุ่นในการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น ความต้องการการขนส่งสินค้าไม่เต็มเที่ยว การจัดการขนส่งแบบรวมเที่ยวกับลูกค้ารายอื่น มีช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการโลจิสติกส์อย่างสะดวก เพื่อขจัดและแก้ไขข้อร้องเรียนจากผู้ใช้บริการโดยเร็ว

2.3 ด้านรูปลักษณะทางกายภาพ โดยเฉพาะด้านพนักงานและความพร้อมของยานพาหนะโดยรวม เนื่องจากผู้ใช้บริการโลจิสติกส์มีความคาดหวังสูงสุด ควรอบรมและเตรียมความพร้อมของพนักงานให้มีความเพียงพอและปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเรื่องความพร้อมของยานพาหนะที่ขนส่ง โดยเฉพาะในช่วงของฤดูกาลของทุกปี จะมีปริมาณรถขนส่งที่ไม่เพียงพอกับความต้องการ ควรมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น ระบบจัดการขนส่งสินค้า (Transportation management system : TMS) ระบบระบุตำแหน่งบนพื้นโลก (GPS) เพื่อติดตามสถานการณ์ขนส่งสินค้าและแจ้งข้อมูลให้ลูกค้าทราบได้ทันที

2.4 ผู้ประกอบการนำข้อมูลที่ได้ไปสร้างจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมและความรู้สึกเป็นเจ้าของแก่พนักงานทุกระดับเพื่อรักษาคุณภาพและมาตรฐานในการให้บริการ ซึ่งเป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เนื่องจากโอกาสที่ลูกค้าเก่าจะเพิ่มยอดการใช้บริการ ย่อมดีกว่าการที่จะเสียต้นทุนในการค้นหาลูกค้ารายใหม่

2.5 ผู้ประกอบการนำข้อมูลไปใช้ปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้รับบริการที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

2.6 สมาพันธ์และสมาคมโลจิสติกส์หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศควรมีการบริหารจัดการเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศให้มีคุณภาพ

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางสำหรับผู้สนใจที่จะทำการศึกษาในครั้งต่อไป ดังนี้

3.1 ควรมีการศึกษาวิจัยแนวทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อนำไปสู่การสร้างเสริมศักยภาพการบริหารระบบเครือข่าย

3.2 ควรศึกษาวิจัยรูปแบบกรีนโลจิสติกส์สำหรับการบริหารเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ

3.3 ควรศึกษาวิจัยหลักสูตรฝึกอบรมผู้บริหารในการสร้างเครือข่ายธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศแบบยั่งยืนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารเครือข่าย

4. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อทราบสถานการณ์ทางด้านโลจิสติกส์เทียบกับต่างชาติ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการให้บริการโลจิสติกส์ในการพัฒนาการให้บริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น