

สกู๊ป หน้า 1
สมรภูมิโลจิสติกส์
โลกอขนาดยุค 4.0

แนวใหม่การเติบโตของตลาด
“อี-คอมเมิร์ซ” ★ มีต่อหน้า 5

สกู๊ป หน้า 1



สมรภูมิโลจิสติกส์

โลกอขนาดยุค 4.0

มีตัวเลขน่าสนใจ เมื่อปลายปี 2561 สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ประเมินว่ามูลค่าการซื้อขายออนไลน์ในปี 2561 อยู่ที่ 3.05 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 9-10%

คาดการณ์ว่า...จากนี้ไปจนถึงปี 2565 ตลาดอี-คอมเมิร์ซไทยน่าจะเติบโตขึ้นเฉลี่ย 22% และสัดส่วนการซื้อขายออนไลน์ที่แม้ปัจจุบันมีเพียง 3% ของยอดค้าปลีกทั้งระบบ แต่น่าเชื่อได้ว่าตลาดนี้

จะมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก ซึ่งเป็นผลมาจากพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้คนในยุค 4.0 ที่เริ่มเปลี่ยนไปจากอดีตโดยสิ้นเชิง

ความเปลี่ยนแปลงตลาดออนไลน์ที่โตวันโตคืนย่อมเป็นผลดีต่อ “บริการขนส่ง” ด้วยเช่นกัน

ขณะที่เม็ดเงินใน “ธุรกิจขนส่ง” หรือ “โลจิสติกส์” นั้น มีมูลค่ามากกว่า 200,000 ล้านบาท มีอัตราเติบโตปีละ 15-20% ถือเป็นอีกธุรกิจดาวเด่นในโลกดิจิทัลยุค 4.0 โดยหากแยกเฉพาะการจัดส่งพัสดุด่วนประเภทถึงมือผู้รับภายใน 1-2 วันนั้น...มีมูลค่าทางการตลาดไม่ต่ำกว่า 30,000 ล้านบาทในปัจจุบัน

จึงไม่แปลกใจที่จะมีผู้เล่นหน้าใหม่กระโจนเข้าสู่ตลาดนี้กันไม่ขาดสาย และนับวันจะแข่งขันดุเดือดเลือดพล่านขึ้นมากทุกที

ก่อนหน้านี้เราได้เห็นบริการ “ไลน์แมน” กระโจนลงสู่สนามจัดส่งพัสดุ...เมลด่วนราคาประหยัดตอบสนองตลาดการค้าออนไลน์ในยุค 4.0 ที่ทำเอาบรรดาวินมอเตอร์ไซค์และเมสเซนเจอร์ระส่ำกันมาแล้ว

ด้วยบริการผ่านแอป “ไลน์แมน” จะส่งอาหารจานด่วนเมนูร้านเด็ดหรือพัสดุด่วนทั้งหลายก็สามารถใช้บริการผ่านแอป “ไลน์แมน” ได้อย่างสะดวก

อีกทั้งเมื่อเชvron อีเลฟเว่น (7-11) กระโจนลงมาร่วมวงไปบุลย์ด้วยบริการ “สปีดดี 24 ชั่วโมง” โดยอาศัยจุดแข็งเครือข่ายร้านสะดวกซื้อกว่า 12,000 แห่งที่กระจายอยู่ทั่วประเทศที่ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง มีระบบกระจายสินค้าและจัดส่ง Just in time : JIT ที่แม่นยำ สะดวกรวดเร็วเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ยิ่งคงความได้เปรียบ

แม้ในช่วงแรกจะนำร่องเปิดให้บริการใน 3,700 สาขา พื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล แต่ก็ทำเอาตลาดขนส่งด่วนนี้กระเพื่อมครั้งใหญ่

แล้วล่าสุด...ก็ยังมีน้องใหม่ “ฟลช เอ็กซ์เพรส” ภายใต้อินทราเน็ต “คิดถึง ส่งถึง In mind In delivery” กระโจนลงสู่สนาม เปิดตัวด้วยบริการเหนือชั้น พร้อมรับพัสดุฟรีจากลูกค้าถึงหน้าบ้านตั้งแต่นั้นแรก (Door-to-Door) และจัดส่งถึงมือลูกค้าทั้งในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลภายใน 1 วัน

ด้วยมีจุดแข็งศูนย์กระจายสินค้าที่มีอยู่ทั่วประเทศถึง 85 แห่ง ครอบคลุมทั้ง 77 จังหวัดทั่วประเทศ และมีจำนวนพนักงานกว่า 3,000 คนที่สามารถให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว

อาจารย์ทิพย์สุดาย้ำว่า นักจัดซื้อมืออาชีพในตลาดออนไลน์มุ่งเน้นหลักการพิจารณา **ซัพพลายเออร์** เพื่อตัดสินใจซื้อสินค้า โดยพิจารณา **“TCO” (Total Cost Of Ownership; ต้นทุนและค่าใช้จ่ายรวมที่จะได้สินค้านั้นมาครอบครอง) เป็นอันดับแรก รองลงมาคือเครื่องมือ กระบวนการแบบดิจิทัล โครงสร้างและขีดความสามารถ**

ไม่เพียงเท่านั้น แฟลช เอ็กซ์เพรส ยังคว้าเอา **ดีค-เจษฎาภรณ์ ผลดี** คารามแม่เหล็กขวัญใจวัยรุ่นไปจนถึงรุ่นเดอะมาเป็นพรีเซนเตอร์ตัวงให้กับบริการใหม่ที่จะเปิดตัวให้กระหึ่ม

อาจารย์ทิพย์สุดา ไตรยราช อาจารย์ประจำหลักสูตรโลจิสติกส์สากล และการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร มองว่า ไทยแลนด์ 4.0 นับเป็นโมเดลการขับเคลื่อนเศรษฐกิจตามแนวทางสากล ซึ่งเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งหมายถึง...การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศโดยการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศหรือเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ เพื่อเพิ่มผลผลิต เพิ่มผลงาน โดยใช้เวลาน้อยลง...สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ “สินค้า” และ “บริการ” ต่างๆทำให้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆได้

“ภาครัฐได้มีนโยบายและประกาศมาตรการต่างๆเพื่ออำนวยความสะดวก และให้สิทธิประโยชน์ต่างๆแก่ภาคอุตสาหกรรม...ภาคเอกชน มีการจัดตั้งหน่วยงานหลายหน่วยงานที่สนับสนุนผู้ประกอบการ แต่... สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ด้านวิชาการ ความคิดสร้างสรรค์ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี รวมถึงการวิจัย และพัฒนาให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงในโลก”

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานครเองก็ผลักดันหลักสูตรบริหารธุรกิจเพื่อเศรษฐกิจดิจิทัลให้เกิดขึ้นเพื่อรองรับกระแสที่มีทางเลือกทั้งกลุ่มวิชาโลจิสติกส์สากลและการจัดการอุตสาหกรรม การตลาดยุคดิจิทัล การจัดการและการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล โดยเน้นโค้ชซิงสกีล(Coaching Skill) เพื่อดึงศักยภาพของ “เด็กยุคใหม่” ให้เด่นชัด มีศักยภาพมาตรฐาน ความคิดสร้างสรรค์

“โค้ชเนื้อหาที่ทันสมัยด้านเทคโนโลยีเทรนด์ใหม่ๆของโลกในอนาคต ระดับสากล เพื่อสร้างเด็กยุคใหม่ให้มีความพร้อมมีทักษะการทำงาน ที่เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศและระดับภูมิภาคได้อย่างมืออาชีพ”

ในยุคที่ตลาดค้าออนไลน์เฟื่องฟู ธุรกิจอี-คอมเมิร์ซ กำลังเติบโตอย่างก้าวกระโดดหอมหวานเช่นนี้ **คิมสันต์ ดี ประธานกรรมการบริหาร** สูงสุดของแฟลช เอ็กซ์เพรส ผู้คร่ำหวอดอยู่ในธุรกิจขนส่งต่างประเทศมานานนับสิบปี บอกว่า การพัฒนาบุคลากรเป็นสิ่งสำคัญ บริษัทได้จับมือกับสถาบันการศึกษาว่า 31 แห่ง

ตั้งศูนย์ฝึกประสบการณ์โลจิสติกส์แบบครบวงจร (Flash Express @ University Shop) ที่ มม.มหิดล, ม.ธรรมศาสตร์, ม.เกษตรศาสตร์,

ม.อัสสัมชัญ (ABAC), ม.ลาดกระบัง, ม.ศรีปทุม, ราชภัฏเชียงใหม่, ม.แม่ฟ้าหลวง, ราชภัฏสุราษฎร์ธานี, ราชภัฏพิบูลย์สงคราม, ม.ขอนแก่น และยังคงขยายศูนย์ฝึกดังกล่าวไปอีกหลายมหาวิทยาลัยในเร็วนี้...

โดยมีเป้าหมายจะขยายศูนย์เรียนรู้ให้ครบ 160 สถาบันทั่วประเทศ

อาจารย์ทิพย์สุดา ย้ำว่า นักจัดซื้อมืออาชีพในตลาดออนไลน์ มุ่งเน้นหลักการพิจารณาซัพพลายเออร์เพื่อตัดสินใจซื้อสินค้า โดยพิจารณา “TCO” (Total Cost Of Ownership ; ต้นทุนและค่าใช้จ่ายรวมที่จะได้สินค้ามาครอบครอง) เป็นอันดับแรก

รองลงมาคือเครื่องมือ กระบวนการแบบดิจิทัล โครงสร้างและขีดความสามารถของธุรกิจส่งด่วนส่งดีส่งถูก หากการบริหารงานจัดส่งแบบเร่งด่วนแบบปกติแล้วยังไม่พอ ยังต้องสร้างทางเลือกใหม่ให้ลูกค้า

“...ให้ส่งของเร็วขึ้นด้วยเทคโนโลยีในการลำเลียงสินค้าที่ล้ำสมัย นวัตกรรมของภายในประเทศที่วัดสมรรถนะได้เป็นหน่วยนาที่ ส่วนโอกาสธุรกิจบริษัทส่งด่วนน้องใหม่จะสามารถมีช่องว่าง ส่วนแบ่งการตลาดแทรกได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับไอเดียความคิดสร้างสรรค์ ฉีกกฎเดิมๆ คิดค้นโซลูชันการบริหารงานใหม่ๆทันสมัย”

แนวโน้มอนาคตการพัฒนาคุณค่าของการให้บริการหรือโซลูชันใหม่ เพื่อลดระยะเวลาด้านการจัดส่งสินค้าด้วยเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย อีกทั้งการรวมข้อมูลจากทุกหน่วยงานให้อยู่บนเทคโนโลยี “Blockchain”... ระบบโครงข่ายในการเก็บบัญชีธุรกรรมออนไลน์ การตรวจสอบสถานะแหล่งกำเนิดของสินค้า (Certificate Of Origin) สามารถระบุประเทศหรือเจ้าของกรรมสิทธิ์สินค้านั้นที่มีตัวตนที่แท้จริง

รวมถึงสามารถตรวจสอบสถานะการชำระภาษีอากร การดำเนินการพิธีการศุลกากรของสินค้าขาเข้า-ขาออกออนไลน์สำหรับธุรกิจระหว่างประเทศได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ด้วยสกุลเงินดิจิทัลในการทำธุรกรรม การค้าระหว่างประเทศและห่วงโซ่คุณค่าต่างๆ...ข้อมูลเหล่านี้จะถูกเรียกใช้ในเชิงรุกอย่างชาญฉลาด

ดังนั้น ภาคธุรกิจจึงต้องวางแผนการปรับกระบวนการ...เครื่องมือดิจิทัลให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง

เทคโนโลยีเทรนด์ใหม่ๆในอนาคตระดับสากลเป็นเรื่องที่ต้องมีกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบด้านต้นทุนและความแตกต่าง เป็นเรื่องสำคัญ นี่คือน “โลจิสติกส์โลกอนาคต”...ยุคไทยแลนด์ 4.0.