

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการแข่งขันของผู้ให้บริการโลจิสติกส์มีความรุนแรงมากขึ้น ในขณะที่ลูกค้าก็มีความต้องการหลากหลาย การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนจึงถือเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาผู้ให้บริการโลจิสติกส์ให้มีความสามารถทางการแข่งขัน (Lambert, Cooper & Pagh, 1998) ยิ่งการบริหารจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนมีประสิทธิภาพเท่าใดก็ยิ่งสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับคู่แข่งได้มากเท่านั้น การดำเนินงานของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ก็จะเกิดประสิทธิภาพและลดต้นทุนลงได้ (Gimenez & Ventura, 2005) ซึ่งประเทศไทยพยายามผลักดันและพัฒนามาตรฐานต่าง ๆ ด้านโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพตลอดมาคู่ได้จากแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโครงสร้างโลจิสติกส์ที่เกิดขึ้นของประเทศไทยนั้นเพื่อพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้มีมาตรฐานเทียบเท่าสากล (แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2560-2564) จากสิ่งที่จะต้องพัฒนาต่าง ๆ และความรุนแรงทางด้านการแข่งขันที่เกิดขึ้นทำให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์พยายามปรับตัวเพื่อให้สามารถอยู่รอดในการแข่งขันที่รุนแรงทางด้านโลจิสติกส์ให้ได้ เช่น การนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาพัฒนาระบบการทำงาน การลดต้นทุนการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพงานในกิจกรรมโลจิสติกส์ (Zhang, Weiss & Lall, 2005) การสร้างบริการให้กับลูกค้าที่มีเอกลักษณ์เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เป็นต้น ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าทำเพื่อให้การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนมีประสิทธิภาพสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Min & Mentzer, 2000) แต่ปัญหาหนึ่งในปัจจุบันของการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนที่เป็นช่องว่างของการให้บริการลูกค้าของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทยคือยังไม่สามารถให้ลูกค้า หรือผู้เข้าใช้บริการโลจิสติกส์สามารถติดตามสถานะของสินค้าได้แบบสากล กล่าวคือ เมื่อลูกค้าที่เข้าใช้บริการต้องการส่งสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยจะไม่สามารถติดตามสินค้าได้หลังจากสินค้ามาถึงท่าเรือ ท่าอากาศยาน หรือด่านศุลกากรแล้ว หรืออาจติดตามสถานะของสินค้าได้ตามรูปแบบของผู้ให้บริการโลจิสติกส์นั้น ๆ กำหนดขึ้น โดยไม่เป็นสากล (Dimitrova, 2013) ในขณะที่ประเทศที่พัฒนาแล้ว สามารถติดตาม

สถานะของสินค้าได้จากการมีรหัสสถานที่เพื่อการค้าและการขนส่ง (UN/LOCODE) (United Nations Economic Commission for Europe, 2013)

รหัสสถานที่เพื่อการค้าและการขนส่ง (UN/LOCODE: Code for Trade and Transport Locations) เป็นมาตรฐานของศูนย์สหประชาชาติเพื่อการอำนวยความสะดวกด้านการค้าและธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (United Nations Centre for Trade Facilitation and Electronic Business, UN/CEFACT) เพื่อแสดงรหัสสำหรับชื่อเรียกสถานที่ที่มีการรับส่งและขนย้ายสินค้า เช่น ท่าเรือ ท่าอากาศยาน สถานีบรรจุและแยกสินค้ากล่อง สถานีขนส่ง และตำแหน่งที่ตั้งอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขนย้ายสินค้าเพื่อประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ตามหลักมาตรฐานสากล (United Nations Economic Commission for Europe, 2013) นอกจากนี้ ยังช่วยเพิ่มความถูกต้องแม่นยำในการส่งมอบสินค้า สร้างการยอมรับและความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการจากคู่ค้าทั่วโลก และนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจในระบบเศรษฐกิจยุคใหม่ของโลก โดยปัจจุบันมีประเทศที่มีการพัฒนารหัสสถานที่เพื่อการค้าและการขนส่งและใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้า โดยใช้รหัสนี้ระบุที่อยู่ของสถานที่ขนส่งสินค้าในใบขนสินค้าแล้ว 112 ประเทศ ซึ่งประเทศคู่ค้าหลักของไทยหลายประเทศ ทั้งประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป อาเซียน สหรัฐอเมริกา จีน และญี่ปุ่น ได้ดำเนินการพัฒนารหัสดังกล่าวแล้ว ในขณะที่ประเทศไทยมีรหัสสถานที่เพื่อการค้าและการขนส่งทั้งสิ้นเพียง 213 รายการ โดยใน 203 รายการนี้ได้รับการรับรองสถานะ AA คือผ่านการรับรองจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) แล้วเพียง 94 รายการ โดยคิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 44% ในขณะที่ประเทศอื่น ๆ เช่น สหรัฐอเมริกา มีรหัส UN/LOCODE ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่รับรองสถานะผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานแห่งชาติ (National Focal Point) ของสหรัฐฯ โดยพบว่า มีรหัส UN/LOCODE มากถึง 19,000 รายการ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2561) ทำให้ประเทศไทยต้องเร่งยกระดับมาตรฐานการดำเนินการของผู้ประกอบการไทยให้ได้มาตรฐานระดับสากลเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการค้าระหว่างประเทศอย่างเป็นระบบ เชื่อมถือได้ และปลอดภัย

จากปัญหาของการมีรหัสสถานที่เพื่อการค้าและการขนส่งที่มีจำนวนน้อยของประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นรหัสหลักที่ระบุพื้นที่ ท่าเรือ ท่าอากาศยาน สถานีบรรจุและแยกสินค้ากล่อง สถานีขนส่ง เป็นต้น เมื่อสินค้ามาถึงสถานที่ดังกล่าวจะระบุตัวตนของสถานที่นั้นผ่านรหัสสถานที่เพื่อการค้าและการขนส่งได้ตามใบขนสินค้า แต่หลังจากสินค้าถูกเคลื่อนย้ายไปจากจุดขนถ่ายสินค้าหลัก ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์จะไม่สามารถติดตามสถานะของสินค้าได้และไม่สามารถเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์รายอื่นได้อย่างเหมาะสม จึงทำให้ผู้วิจัยต้องการผลักดันการพัฒนาว่ารหัสสถานที่สำหรับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ซึ่งจะเป็รหัสย่อยต่อจากรหัสหลักที่ประเทศไทยมีอยู่แล้ว เพื่อให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์มีรหัสสถานที่ที่สามารถดำเนินการในกระบวนการขนส่งและโลจิสติกส์ที่เป็นระดับสากลได้ นอกจากนี้การมีรหัสสถานที่ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์จะสามารถระบุตัวตนหรืออำนวยความสะดวกทางการค้าต่าง ๆ แล้ว หากยังสามารถให้ผู้เข้าใช้บริการโลจิสติกส์ทราบจำนวนผู้ให้บริการโลจิสติกส์ผ่านรหัสสถานที่ที่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ตั้งอยู่ได้ อันจะเป็นประโยชน์กับผู้เข้าใช้บริการ (Dimitrova, 2013) ซึ่งเคยประสบกับปัญหาที่ไม่สามารถทราบได้ว่าในสถานที่นั้น ๆ มีผู้ให้บริการโลจิสติกส์ใดบ้าง ให้บริการขนส่งสินค้าประเภทใด มีจำนวนรถกี่คัน ซึ่งทำให้มีตัวเลือกในการตัดสินใจใช้บริการมีน้อย ทำให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไม่มีทางเลือกมากนัก อีกทั้งยังไม่มีระบบการตัดสินใจช่วยเหลือเมื่อทราบผู้ให้บริการแล้ว จึงทำให้การเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในบางครั้งไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการมีรหัสสถานที่ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ผู้วิจัยจึงต้องการพัฒนาระบบการตัดสินใจคัดเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ซึ่งผ่านรหัสสถานที่เพื่อประกอบการตัดสินใจคัดเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ตามความต้องการที่เหมาะสมของผู้เข้าใช้บริการได้ และยังสามารถนำไปต่อยอดในการวิเคราะห์เพื่อช่วยในการวางแผน และกำหนดนโยบายในการส่งเสริมของภาครัฐเพื่อพัฒนาโลจิสติกส์ในภาพรวมของประเทศในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้

คำถามการวิจัย

1. การมีรหัสสถานที่ของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ในประเทศไทยจะมีประโยชน์อย่างไร
2. ระบบการตัดสินใจคัดเลือกผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ในประเทศไทยโดยพัฒนาจากรหัสสถานที่ขนส่งสินค้าเป็นอย่างไร
3. ปัจจัยในการคัดเลือกผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ในประเทศไทยมีปัจจัยอะไรบ้าง

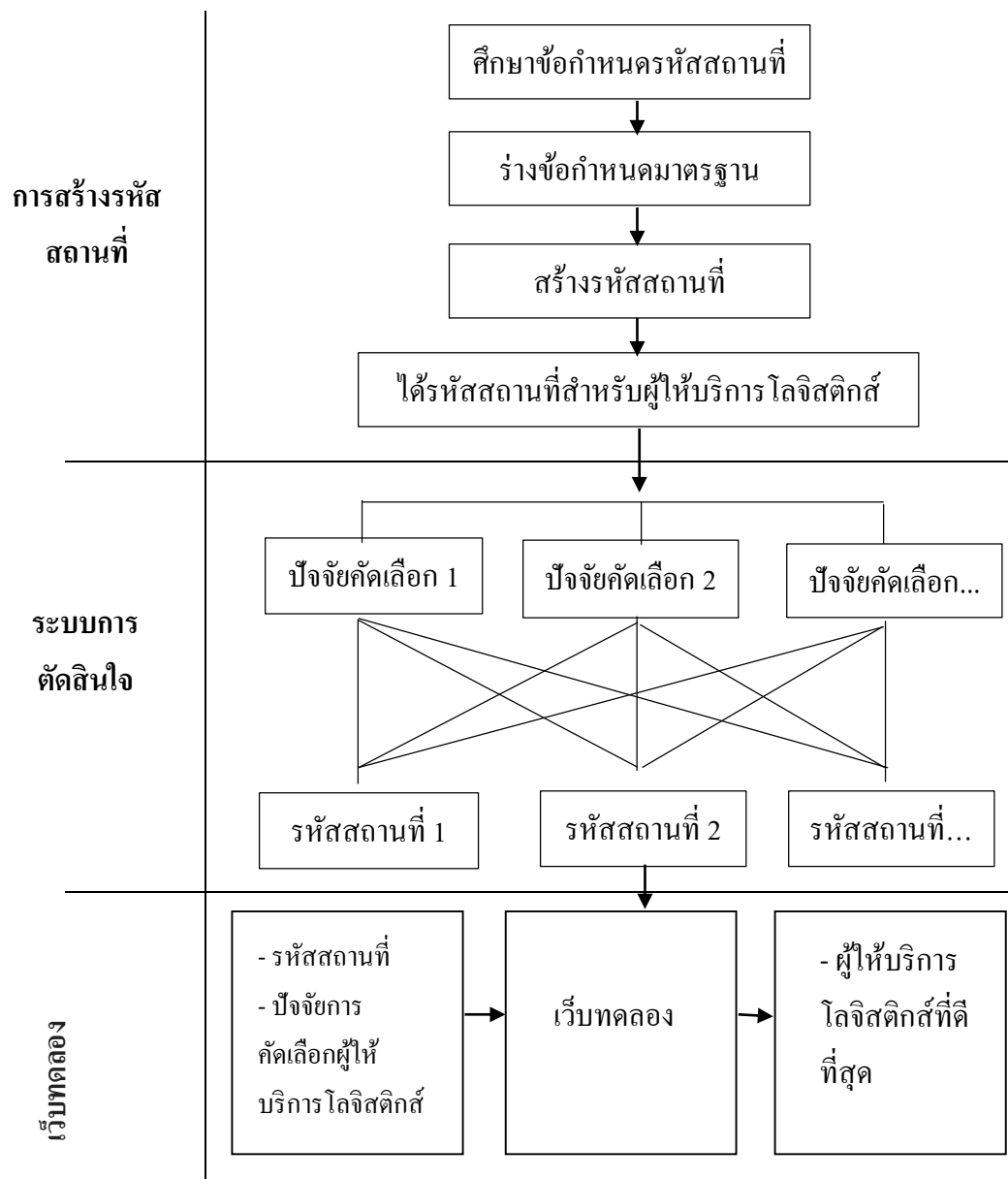
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนารหัสสถานที่ของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ในประเทศไทย
2. เพื่อพัฒนาระบบการตัดสินใจคัดเลือกผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

1. การมีรหัสสถานที่ของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์จะช่วยให้การทำธุรกรรมทางการค้าและการขนส่งสะดวก และติดตามสินค้าได้ง่ายขึ้น
2. การมีรหัสสถานที่ของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์โดยมีข้อมูลของสถานประกอบการจะช่วยให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจคัดเลือกผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ได้ง่ายขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้มีดังนี้

- ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ที่เป็นสมาชิกในสมาคมขนส่งสินค้าและโลจิสติกส์ไทย
- ผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์
- ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย ภาครัฐ เอกชน ที่เกี่ยวข้อง

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยทำการศึกษานโยบายเรื่องรหัสสถานที่ของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ ศึกษากระบวนการตัดสินใจคัดเลือกผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ และปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ของผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาพื้นที่ที่มีการขนส่งสินค้าผ่าน เช่น สถานประกอบการผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ สถานีขนส่งสินค้า สถานีขนส่งสินค้าทางรถไฟ สถานีขนส่งสินค้าทางเรือ สถานีขนส่งสินค้าทางอากาศ ด่านชายแดน เป็นต้น

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ปีการศึกษา 2562 - 2563

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เป็นระบบที่ช่วยในการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการ โลจิสติกส์โดยผ่านรหัสสถานที่ เพื่อช่วยให้ผู้ให้บริการสามารถเลือกผู้ให้บริการขนส่งสินค้าที่ตรงตามความต้องการ ในเส้นทางและต้นทุนที่เหมาะสม
2. เป็นแนวทางให้ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์เห็นถึงประโยชน์ของการมีรหัสสถานที่
3. เป็นแนวทางให้ภาครัฐไปพัฒนาต่อในการสร้างมาตรฐานสากลให้กับผู้ให้บริการขนส่งสินค้า

นิยามศัพท์เฉพาะ

รหัสสถานที่ (UN/LOCODE) หมายถึง รหัสสถานที่ที่ประกอบด้วยรหัสประเทศและชื่อตัวย่อภาษาอังกฤษของสถานที่ที่มีการเคลื่อนย้าย หรือขนส่งสินค้าผ่าน

ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ หมายถึง ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางถนน ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางเรือ ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ และผู้ให้บริการพื้นที่จัดเก็บสินค้า

ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ หมายถึง ผู้ที่ว่าจ้างให้ขนส่งสินค้าให้

ระบบการตัดสินใจ หมายถึง เป็นระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ โดยที่ระบบสนับสนุนการตัดสินใจจะช่วยให้ผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ที่ตรงตามความต้องการ โดยมีเส้นทางและต้นทุนที่เหมาะสม

การคัดเลือก หมายถึง การคัดเลือกผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ที่ผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ให้ความสำคัญต่อปัจจัยการคัดเลือกเป็นอันดับแรก

การวิเคราะห์ลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process: AHP) หมายถึง เครื่องมือในการวิเคราะห์ตัดสินใจได้อย่างแม่นยำ มีแบบแผนและกระบวนการ นำมาใช้ในกระบวนการคัดเลือกหลายรูปแบบ เช่น การคัดเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้า การคัดเลือกผู้ขาย การคัดเลือกสินค้าหรือบริการ หรือการคัดเลือกผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ เป็นต้น