

แนวทางการพัฒนาธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรสไทยสู่ความยั่งยืน

How to Develop Thai Express Delivery Business for Sustainable Survival

นิชากร ปันมณี

Nichakorn Panmanee

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Ramkhamhaeng University, Thailand

E-mail: panmanee.n@gmail.com

Received November 22, 2023; Revised January 14, 2024; Accepted March 18, 2024

บทคัดย่อ

ปัจจุบันธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรสทั่วโลกและประเทศไทยมีอัตราการเติบโตสูง โดยเป็นผลกระทบจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปจับจ่ายใช้สอยผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งต้องอาศัยการขนส่งสินค้าจากผู้ขายทั้งในประเทศและต่างประเทศไปยังผู้ซื้อ ซึ่งในปี พ.ศ. 2566 ที่ผ่านมา ตลาดธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรสในประเทศไทยมีมูลค่าสูงถึง 1.15 แสนล้านบาท อัตราการเติบโตร้อยละ 18 และประกอบกับเทคโนโลยีโลจิสติกส์ถูกพัฒนาไปอย่างมาก และทำให้การขนส่งมีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่กลับพบว่ามีผู้บริโภคที่เกิดความไม่พึงพอใจต่อธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรสในประเทศไทย ขณะเดียวกันผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรสกลับต้องประสบปัญหาการขาดทุน และการมีปัญหากับพนักงานขนส่งของตนเอง ผู้เขียนจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรสไทยสู่ความยั่งยืน และได้พบว่าแนวทางการพัฒนาด้วย SLIMC Model ซึ่งประกอบด้วย (1) นโยบายการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (S) (2) การพัฒนาคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ (L) (3) การพัฒนานวัตกรรม (I) (4) การพัฒนาด้านการบริหารจัดการ (M) และ (5) ความรับผิดชอบต่อสังคม (C) สามารถนำไปพัฒนาแนวทางแนวทางการพัฒนาธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรสไทย สู่ความยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพได้

คำสำคัญ: ธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรส; การพัฒนาสู่ความยั่งยืน; โลจิสติกส์

Abstract

The express transportation industry, both globally and in Thailand, is experiencing rapid growth due to changes in consumer behavior, such as online shopping. As a result, there is a need for efficient transportation of goods from local and international sellers to buyers. By 2023, the Thai express transportation market is projected to reach a value of 115 billion baht with an impressive growth rate of 18 percent. Despite advancements in logistics technology that have improved efficiency, there are still dissatisfied customers within the industry. Additionally, express transportation businesses face challenges, including financial losses and issues with their own transport employees. This study aims to explore sustainable development strategies for the Thai express transportation sector. The SLIMC Model provides valuable guidelines for this purpose, encompassing elements such as sustainability policies (S), enhancing logistics service quality (L), fostering innovation (I), improving management practices (M), and embracing corporate social responsibility (C). These guidelines can effectively steer the development of the Thai express transportation industry towards long-term sustainability.

Keywords: express transportation; sustainability; logistics

บทนำ

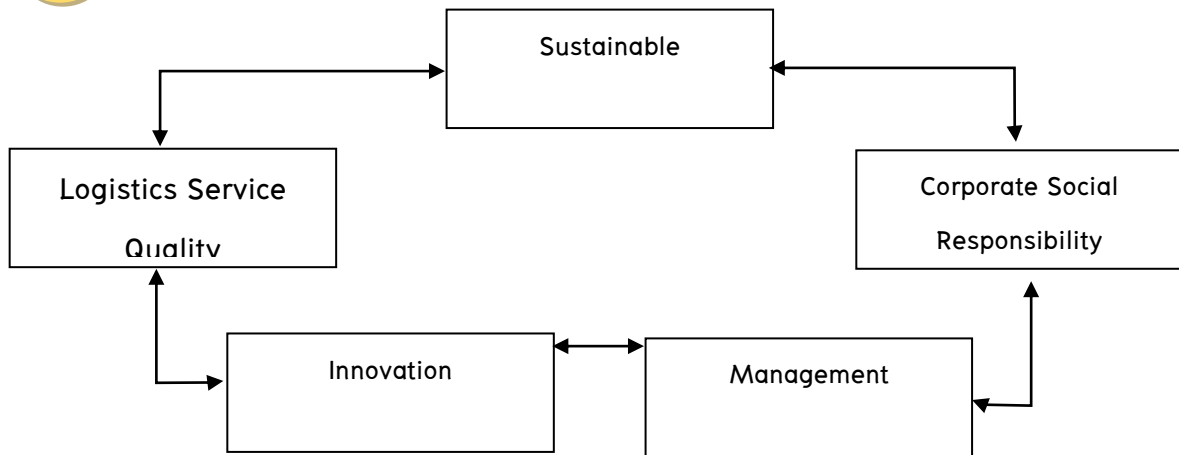
ธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรส หรือธุรกิจบริการขนส่งแบบเร่งด่วนทั่วโลกมีอัตราการเติบโตแบบก้าวกระโดดในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในประเทศไทยนั้นธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรส มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปตั้งแต่หลังวิกฤตการณ์ COVID-19 จากมาตรการปิดเมือง (Lockdown) ห้ามผู้คนสัญจรไปมา ทำให้ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ ทั้งช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และแพลตฟอร์มค้าปลีกออนไลน์ เกิดการเติบโตแบบก้าวกระโดด (Inkaew & Namahoot, 2021) โดยในปี พ.ศ. 2566 ธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรสในประเทศไทย มีมูลค่าประมาณ 1.15 แสนล้านบาท อัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 18 ตามการเติบโตของธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ และอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) ที่มีอัตราการเติบโตร้อยละ 16 เป็นผลมาจากการพัฒนาของเทคโนโลยีการขนส่ง ที่สามารถส่งสินค้าได้ถึงปลายทางในระยะเวลาสั้นลง ต้นทุนถูกลง และการขนส่งมีความถูกต้องแม่นยำมากขึ้น ขณะที่การขนส่งแบบดั้งเดิมมีอัตราการเติบโตแบบทรงตัว โดยที่ประเทศไทยมีมูลค่าตลาด และอีคอมเมิร์ซ กลุ่ม B2C สูงที่สุดในภูมิภาคอาเซียน ตลอด 6 ปีที่ผ่านมา (ศูนย์วิเคราะห์ธุรกิจ TTB, 2566)

การเติบโตของธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรสนี้กลับทำให้ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับปัญหาเรื่องการขนส่งสินค้าล่าช้า และมีปัญหาจากพนักงานส่งของและปัญหาการขาดทุน เนื่องจากต้นทุนสูงขึ้น

จากราคาน้ำมันสูงขึ้นและปัญหาค่าเงิน ซึ่งผู้ประกอบการแต่ละรายประสบปัญหาไม่แตกต่างกัน จากสถิติในปี พ.ศ. 2563 ประเทศไทยมีธุรกิจขนส่งขนาดใหญ่ ได้แก่ (1) บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (2) Kerry Express และ (3) Lazada Express ครองส่วนแบ่งทางการตลาดรวมกันมากกว่าร้อยละ 80 ของตลาดธุรกิจขนส่งพัสดุ โดยที่อีกร้อยละ 20 เป็นธุรกิจขนส่งขนาดกลางมี เช่น SCG Express, DHL E-commerce, Nim Express และ Ninja Van ส่วนหนึ่งเป็นธุรกิจขนส่งรายใหญ่จากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศไทย เช่น Flash Express และ Best Logistics (Dokbia Online, 2563)

ปัญหาของธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรส ที่เป็นปัญหารุนแรง คือปัญหาสงครามราคา (Price War) ที่ผู้ประกอบการธุรกิจแต่ละรายเลือกใช้กลยุทธ์การตัดราคาเพื่อแย่งชิงฐานลูกค้า ส่งผลระยะยาวให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกเคยชินกับราคาที่ตลาดนำเสนอ โดยไม่เต็มใจจ่ายในราคาเต็ม ถึงแม้ว่าผลที่ตามมา คือ ผู้บริโภคมีการใช้บริการมากขึ้น (ความถี่ในการใช้บริการมากขึ้น) ส่งผลให้มีปริมาณการขนส่งมากขึ้น แต่กลับไม่ช่วยลดต้นทุนให้แก่ธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรสในส่วนของการประหยัดจากขนาด กลายเป็นผลเสียมากกว่าผลดี เช่น กรณีศึกษา บริษัทเคอร์รี่ เอ็กซ์เพรส มีกลยุทธ์ในการเลือกกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นสร้างคตินี้ว่าเคอร์รี่เอ็กซ์เพรสเป็นตัวเลือกที่ดีที่สุดสำหรับการให้บริการด้านขนส่งสินค้า โดยสำรวจราคาการให้บริการของบริษัทขนส่งรายอื่น จากนั้นจึงปรับราคาหรือจัดโปรโมชั่นเพื่อให้ใกล้เคียงหรือต่ำกว่าราคาของบริษัทคู่แข่ง และสร้างคตินี้ว่าข้อเสนอของเคอร์รี่เอ็กซ์เพรสเหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้บริการที่สุด จากนั้นจึงสำรวจข้อเสนอต่าง ๆ ของบริษัทคู่แข่งรายอื่น และนำมาปรับข้อเสนอหรือจัดทำโปรโมชั่นให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด เมื่อบริษัทเคอร์รี่ เอ็กซ์เพรส ได้มีการปรับกลยุทธ์ทางด้านราคาลง ทำให้บริษัทขนส่งเอ็กซ์เพรสรายอื่นต้องหันมาปรับกลยุทธ์ของตนเองเช่นกันจึงเกิดเป็นการแข่งขันทางด้านราคาขึ้น (ปณณดา จิตรภักดี และ ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ, 2563)

เมื่อตลาดขนส่งเอ็กซ์เพรส มูลค่าตลาดสูง แต่กลับไม่สามารถทำกำไรได้เท่าที่ควรจะเป็น ผู้เขียนจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรสไทยสู่ความยั่งยืน และจากการทบทวนวรรณกรรม ผู้เขียนพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อปณทางการพัฒนาธุรกิจนี้ต้องอาศัยแนวทางในการพัฒนาปัจจัยที่เกี่ยวข้องไปพร้อม ๆ กัน ได้แก่ (1) นโยบายการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (Sustainable: S) (2) การพัฒนาคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Quality: L) (3) การพัฒนานวัตกรรม (Innovation: I) (4) การพัฒนาด้านการบริหารจัดการ (Management: M) และ (5) ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: C) หรือที่ผู้เขียนเรียกว่า “SLIMC” ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แนวทางการพัฒนาธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรสไทยสู่ความยั่งยืน

นโยบายการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (Sustainable: S)

การพัฒนาที่ยั่งยืนเริ่มเข้ามามีบทบาทในกระแสการพัฒนาสังคมโลก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 ที่ได้เรียกร้องให้ชาวโลกเปลี่ยนแปลงวิถีการดำรงชีวิตให้ปลอดภัยจากสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับข้อจำกัดของธรรมชาติ รวมทั้งได้เสนอว่ามนุษยชาติสามารถที่จะทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนขึ้นมาได้โดยที่มีแนวคิดว่าคุณค่าความยั่งยืนขององค์การจำเป็นต้องครอบคลุมถึงการดำรงอยู่อย่างยาวนาน การคงไว้ซึ่งวัตถุประสงค์ หลักการ และเป้าหมายขององค์การ ซึ่งองค์การจะต้องกำหนดให้การพัฒนากลยุทธ์ที่ยั่งยืนอันเป็นภาระหน้าที่หนึ่งที่สำคัญ (Functional) (Bateh et al., 2013) รวมถึงธุรกิจจะต้องเกิดกำไรสูงสุดด้วย ดังนั้นการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน จึงเป็นการบริหารจัดการให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรส (Steak Holder) รวมถึงสิ่งแวดล้อมให้เกิดประโยชน์สูงสุดภายใต้แนวคิด TBL (Triple Bottom Line) พิจารณาจาก 3 มิติ คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อมและด้านสังคม ที่จะต้องใช้ในกระบวนการตัดสินใจของธุรกิจ (Cantele & Zardini, 2018) ได้แก่ (1) ด้านเศรษฐกิจ: ธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรสสร้างมูลค่าเมื่อให้บริการลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์และบริการด้วยนวัตกรรม โดยการลดต้นทุนของปัจจัยการผลิตและใช้นวัตกรรมในการสร้างความแตกต่างให้กับบริการ (2) ด้านสิ่งแวดล้อม: กิจกรรมทางเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ รวมทั้งการลดลงของความหลากหลายทางชีวภาพ การสูญเสียโอโซน การปล่อยก๊าซเรือนกระจกเกิดของเสียจากผลิตภัณฑ์ และการตัดไม้ทำลายป่า (Awan et al., 2018) และ (3) ด้านสังคม: จะต้องเพิ่มการตอบสนองต่อประเด็นทางสังคมมากขึ้น

การพัฒนาคูณภาพการบริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Quality: L)

การพัฒนาคูณภาพการบริการโลจิสติกส์ มี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่สามารถจับต้องได้ เช่น วัสดุอุปกรณ์ บุคลากร

อุปกรณ์สื่อสาร เป็นต้น (2) ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability): ความสามารถในการให้บริการที่เชื่อถือได้และมีความถูกต้องแม่นยำ (3) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness): ความเต็มอกเต็มใจในการให้บริการช่วยเหลือลูกค้าได้ทันทีเมื่อลูกค้าต้องการ (4) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance): ความสามารถในการนำมาซึ่งความไว้วางใจและความมั่นใจของลูกค้า และ (5) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจลูกค้า (Empathy): การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Su et al., 2021) โดยที่ใช้ประเมินได้จากผลการให้บริการ ประกอบด้วย สภาพสินค้า การมีสินค้าพร้อมให้เลือกซื้อ และความเหมาะสมด้านเวลา ในการประเมินคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ (Murfield et al., 2017) หรือความพร้อมด้านสินค้า สภาพสินค้า การส่งคืนสินค้า และความเหมาะสมด้านเวลา

การพัฒนาด้านนวัตกรรม (Innovation: I)

การพัฒนาด้านนวัตกรรม ประกอบด้วย (1) นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) การส่งเสริมการพัฒนาและการประยุกต์ใช้ การปรับปรุงกระบวนการผลิต หรือสร้างกระบวนการผลิตใหม่ วิธีการใหม่หรือกิจกรรมใหม่ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (Ilker Murat AR., 2012) (2) นวัตกรรมบริการ (Service Innovation) การเปลี่ยนแปลง แก้ไข พัฒนาและปรับปรุงการบริการที่ดีแก่ลูกค้า หรือการบริการใหม่ (Cheng & Krumwiede, 2012) และ (3) นวัตกรรมเทคโนโลยี (Technology Innovation) การใช้เทคโนโลยีในการสร้างการเปลี่ยนแปลง กระบวนการทำงาน หรือการบริการ ให้สามารถดำเนินงานได้สะดวกสบาย และรวดเร็ว (Krishnaswamy et al., 2014) ซึ่งต้องเป็นแนวทางที่สามารถวัดผลในเชิงปริมาณได้

การพัฒนาด้านการบริหารจัดการ (Management: M)

ผู้บริหารธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรส จะต้องคำนึงถึงปัจจัยภายในองค์กรที่ควบคุมได้ (Internal environment) สำหรับบริหารธุรกิจทั้ง 8 ปัจจัย (8M in Business) ซึ่งประกอบด้วย (1) ทรัพยากรมนุษย์ (Man) (2) วิธีปฏิบัติงาน (Method) (3) ทรัพยากร (Resource) (4) เครื่องมือ (Machine) (5) การตลาด (Market) (6) ข้อมูลข่าวสาร (Message) (7)ขวัญและกำลังใจ (Morale) และ (8) ข้อมูลที่เพียงพอ (More Data) โดยแต่ละปัจจัยล้วนมีความสำคัญต่อการบริหารธุรกิจของแต่ละองค์กร ซึ่งผู้บริหารจำเป็นต้องให้ความสนใจและใส่ใจในทุกรายละเอียด ส่งเสริมและปรับปรุงพัฒนาในแต่ละปัจจัยให้ดีขึ้น โดยการดำเนินการเกี่ยวกับการบริหารจัดการนี้ จะต้องทำภายใต้แนวทางการพัฒนาธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรสไทยสู่ความยั่งยืน (เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ, 2561) เช่น นโยบายทางด้านการเงินมีการจัดสรรงบประมาณ การสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจสู่ความยั่งยืน หรือการเลือกจัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบที่สนับสนุนการทำงานตามนโยบายความยั่งยืน เช่น นวัตกรรมการลดเวลาการขนส่งที่ประหยัดน้ำมัน และช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์

ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: C)

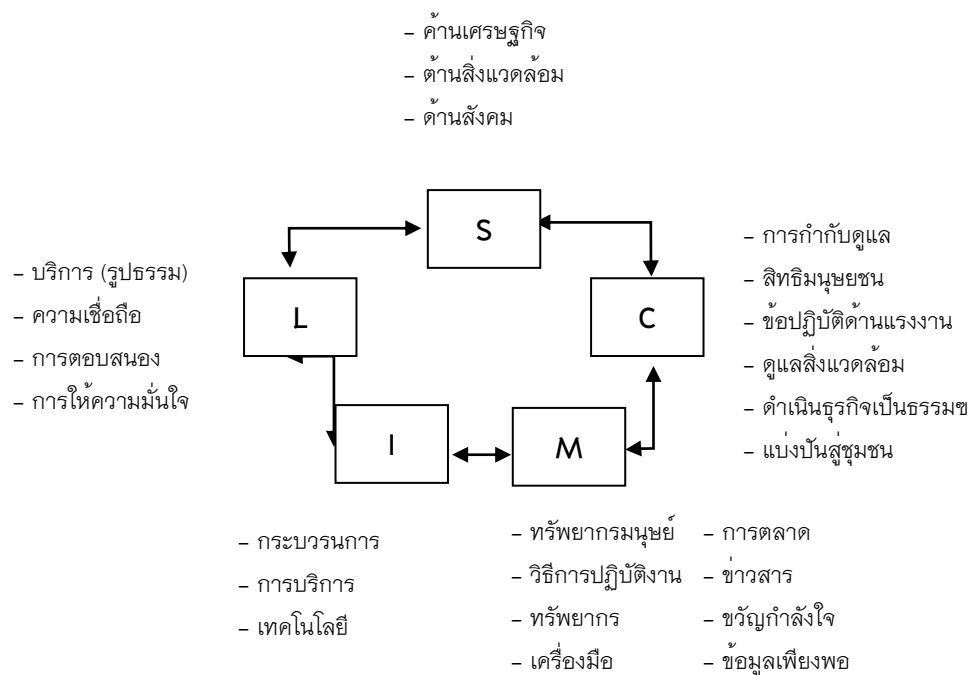
แนวทางปฏิบัติของธุรกิจหรือองค์กรที่ผู้ประกอบการตระหนักและใส่ใจกับผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และบุคลากรที่เกี่ยวข้องอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ และมีหลักธรรมาภิบาลในการควบคุม กำกับ ดูแลการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2555) ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยจะมีผลกระทบทั้งระดับใกล้และไกล (สถาบันไทยพัฒน์, 2565) ซึ่งองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ประกอบด้วย (1) การกำกับดูแลกิจการที่ดี (2) การคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน (3) ข้อปฏิบัติด้านแรงงาน (4) การดูแลสิ่งแวดล้อม (5) การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมใส่ใจต่อผู้บริโภค และ (5) การแบ่งปันสู่สังคมและชุมชน และเน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ

ผลการศึกษาเชิงประจักษ์

รูปแบบการพัฒนานวัตกรรมการให้บริการโลจิสติกส์ไทย ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ความสำเร็จในการพัฒนานวัตกรรมการให้บริการโลจิสติกส์ การบริการโลจิสติกส์ อิเล็กทรอนิกส์ การวิจัยและพัฒนา ด้านภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และคุณภาพบริการโลจิสติกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (เบญจพจน์ มีเงิน, 2563) การจัดการโลจิสติกส์เพื่อท่องเที่ยวส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว ประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวยังส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว การจัดการโลจิสติกส์เพื่อท่องเที่ยวไม่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และการจัดการโลจิสติกส์เพื่อท่องเที่ยวส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว โดยมีประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวเป็นตัวแปรส่งผ่าน (อติชัย วรธนะภูติ และคณะ, 2562) ความยืดหยุ่นในการบริการและความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ สามารถสร้างความพึงพอใจและรักษาลูกค้าในระยะยาว ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง พบว่า รูปแบบคุณภาพการบริการโลจิสติกส์และความพึงพอใจ ส่งผลต่อความภักดีเชิงเจตคติและความภักดีเชิงพฤติกรรมในทิศทางบวก โดยคุณภาพกระบวนการบริการโลจิสติกส์และคุณภาพผลการบริการโลจิสติกส์ส่งผลต่อความภักดีเชิงเจตคติ และความภักดีเชิงพฤติกรรมในทิศทางบวก โดยมีความพึงพอใจเป็นตัวแปรส่งผ่าน (กิตตินาถ นุ่นทอง และคณะ, 2562) และการจัดการอย่างยั่งยืน การมุ่งให้ความสำคัญกับตลาด และการมุ่งให้ความสำคัญกับตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อความเป็นเลิศขององค์กร ทรัพยากรองค์กรและการมุ่งให้ความสำคัญกับตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ความเป็นเลิศขององค์กรและความสามารถในการแข่งขันขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพขององค์กร และความเป็นเลิศขององค์กร และความสามารถในการแข่งขันขององค์กร มีอิทธิพลทางบวกต่อการเติบโตขององค์กร ผลจากการวิจัยมีข้อเสนอแนะให้องค์กรของห้องปฏิบัติการทดสอบในประเทศไทย (วิทยากร ภัทรเมธากุล, 2560)

องค์ความรู้

แนวทางการพัฒนาธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรสไทยสู่ความยั่งยืนด้วย SLIMC Model ประกอบด้วย (1) นโยบายการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (Sustainable: S) (2) การพัฒนาคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Quality: L) (3) การพัฒนานวัตกรรม (Innovation: I) (4) การพัฒนาด้านการบริหารจัดการ (Management: M) และ (5) ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: C) (แสดงในภาพที่ 2) มีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 2 แนวทางการพัฒนาธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรสไทยสู่ความยั่งยืนด้วย SLIMC Model

นโยบายการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (S) ประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านสังคม ที่จะต้องใช้ในกระบวนการตัดสินใจของธุรกิจ

การพัฒนาคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ (L) ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อลูกค้า และการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า

การพัฒนานวัตกรรม (I) ประกอบด้วย นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมบริการ และนวัตกรรมเทคโนโลยี

การพัฒนาด้านการบริหารจัดการ (M) ประกอบด้วย ทรัพยากรมนุษย์ วิธีปฏิบัติงาน ทรัพยากร เครื่องมือ การตลาด ข้อมูลข่าวสาร ขวัญและกำลังใจ และข้อมูลที่เพียงพอ

ความรับผิดชอบต่อสังคม (C) ประกอบด้วย การกำกับดูแลกิจการที่ดี การคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน ข้อปฏิบัติด้านแรงงาน การดูแลสิ่งแวดล้อม การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมใส่ใจต่อผู้บริโภค และการแบ่งปันสู่สังคมและชุมชน

สรุป

การให้บริการของธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรสที่ผ่านมา พบว่า ยังมีปัญหาที่ต้องปรับปรุงแก้ไขเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขัน ประสิทธิภาพด้านลบที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจของลูกค้าและพนักงานขนส่ง ปัญหาสงครามราคา และปัญหาการแบกรับต้นทุน ส่งผลให้สูญเสียโอกาสในการทำไรและขยายธุรกิจ ซึ่งปัญหาเหล่านี้มีแนวทางในการลดความรุนแรงของปัญหาหรือขจัดปัญหาให้หมดไปได้ ด้วยการใช้แนวทางการพัฒนาธุรกิจขนส่งเอ็กซ์เพรสไทยสู่ความยั่งยืนด้วย SLIMC Model ได้แก่ (1) นโยบายการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (S) (2) การพัฒนาคุณภาพการบริการ โลจิสติกส์ (L) (3) การพัฒนานวัตกรรม (I) (4) การพัฒนาด้านการบริหารจัดการ (M) และ (5) ความรับผิดชอบต่อสังคม (C) ซึ่งแนวทางดังกล่าวต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายที่มีความคำนึงถึงการสร้างผลกำไรและการเติบโตอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กิตตินาถ นุ่นทอง, ภัทรพล ชุ่มมี และ วงศ์ธีรา สุวรรณิน (2562). รูปแบบคุณภาพการบริการ โลจิสติกส์ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทย. *BU Academic Review*, 18(2), 26–41.
 สืบค้นจาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/buacademicreview/article/view/17325>
- เกียรติพงษ์ อุฒมธนะธีระ. (2561). *PDCA Cycle / วงจรการควบคุมคุณภาพ หรือวงจรเดมมิง (Deming Cycle)*. สืบค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2566, จาก <https://www.iok2u.com/index.php/article/innovation/240-pdca-cycle-deming->
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2555). *ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ*. สืบค้นเมื่อ 19 สิงหาคม 2565, จาก https://www.set.or.th/sustainable_dev/th/cg/files/2013/CGPrinciple2012Thai-Eng.pdf
- เบญจพจน์ มีเงิน. (2563). การพัฒนานวัตกรรมธุรกิจเพื่อความยั่งยืน: รูปแบบการพัฒนานวัตกรรม การให้บริการโลจิสติกส์ไทย. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(7), 92–111.
 สืบค้นจาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSBA/article/view/242224>
- ปทุมณา จิตรักญาติ และ ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ การตระหนักรู้ในตราสินค้ากับความพึงพอใจด้านราคาขนส่งพัสดุ บริษัท เคอรี่เอ็กซ์เพรส จำกัด ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 26(3), 35–55. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/psujssh/article/view/251950>
- วิทยา ภัทรเมธากุล. (2560). *ปัจจัยขับเคลื่อนที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนขององค์กรของห้องปฏิบัติการทดสอบในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- ศูนย์วิเคราะห์ธุรกิจ TTB. (2566). *TTB analytics คาดธุรกิจส่งออกปี 2566 โตต่อเนื่อง*. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2567, จาก <https://www.ttbbank.com/th/newsroom/detail/e-commerce-delivery-2566>
- สถาบันไทยพัฒนา. (2565). *ซีเอสอาร์ คืออะไร*. สืบค้นเมื่อ 19 สิงหาคม 2565, จาก https://www.thaicr.com/2005/09/blog-post_112746387637126873.html
- อดิศักดิ์ วรรณะภุติ, จันทนา แสนสุข, อภิชา นิเวศน์ และ สุตาภัทร จันทร์ประเสริฐ. (2562). *การพัฒนารูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- Ilker Murat AR. (2012). The Impact of Green Product Innovation on Firm Performance and Competitive Capability: The Moderating Role of Managerial Environmental Concern. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 62, 854–864. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.144>
- Awan, U., Kraslawski, A., & Huiskonen, J. (2018). The Impact of Relational Governance on Performance Improvement in Export Manufacturing Firms. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 11(2), 349–370 <https://doi.org/10.3926/jiem.2558>
- Bateh, J., Heaton, C., Arbogast, G. W., & Broadbent, A. (2014). Defining Sustainability in the Business Setting. *Journal of Sustainability Management*, 1(1), 1–4. <https://doi.org/10.19030/jsm.v1i1.8386>
- Cantele, S., & Zardini, A. (2018). Is Sustainability a Competitive Advantage for Small Businesses an Empirical Analysis of Possible Mediators in the Sustainability–Financial Performance Relationship. *Journal of Cleaner Production*, 182, 166–176. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.016>
- Cheng, C. C., & Krumwiede, D. (2012). The Role of Service Innovation in The Market Orientation–New Service Performance Linkage. *Technovation*, 32(7–8), 487–497. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2012.03.006>
- Dokbia Online. (2563). *ธุรกิจขนส่งพัสดุปี 2020 มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง...ท่ามกลางการแข่งขันเข้มข้นจากแรงกดดันราคา*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2566, จาก <https://www.dokbiaonline.com/post/logistic>.
- Ilker Murat AR. (2012). The Impact of Green Product Innovation on Firm Performance and Competitive Capability: The Moderating Role of Managerial Environmental Concern. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 62, 854–864. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.144>

- Inkaew, P., & Namahoot, K. N. (2021). A Structural Equation Model of Innovative Parcel Delivery in Thailand. In *National Postgraduate Student Colloquium 2021: Business Creativity and Innovation in the Age of Transformation*. Phitsanulok: Naresuan University.
- Krishnaswamy, S. et al. (2014). Conditional Density–Based Analysis of T Cell Signaling in Single–Cell Data. *Science*, 346(6213). <https://doi.org/10.1126/science.1250689>
- Murfield, M., Boone, C. A., Rutner, P., & Thomas, R. (2017). Investigating Logistics Service Quality in Omni–Channel Retailing. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 47(4), 263–296. <https://doi.org/10.1108/IJPDLM-06-2016-0161>
- Su, G., Logez, M., Xu, J., Tao, S., Villéger, S., & Brosse, S. (2021). Human Impacts on Global Freshwater Fish Biodiversity. *Science*, 371, 835–838. <https://doi.org/10.1126/science.abd3369>