

บทที่ 3

ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมยานยนต์และการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์

สภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมยานยนต์

1. พัฒนาการอุตสาหกรรมยานยนต์

อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเริ่มมาตั้งแต่ปี 2503 เมื่อจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ นายกรัฐมนตรียุคนั้นต้องการปรับปรุงตลาดอุตสาหกรรมโดยอาศัยความช่วยเหลือจากภาคเอกชนทั้งไทยและต่างประเทศเพื่อที่จะเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2505 รัฐบาลได้ออกพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุนเพื่อกิจการอุตสาหกรรม พ.ศ. 2505 ตามกฎหมายฉบับนี้ รัฐบาลได้ใช้ภาษีอากรเป็นมาตรการในการส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมยานยนต์ก็เป็นรายการหนึ่งที่ได้รับสิทธิพิเศษจนถึงกลางปี พ.ศ. 2522 มีบริษัทประกอบรถยนต์เกิดขึ้นถึง 10 บริษัท ในจำนวนนี้มีบริษัทคนไทย 4 บริษัท บริษัทที่เป็นชาวต่างประเทศ 2 บริษัท และบริษัทร่วมลงทุน 4 บริษัทดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ตารางแสดงรายชื่อโรงงานประกอบรถยนต์ในประเทศไทย พ.ศ. 2503-2522

ชื่อโรงงาน	ปีที่ก่อตั้ง	ยี่ห้อรถ
1. โรงประกอบรถชนบุรี	2504	Mercedes Benz
2. เอ็ม เอ็ม ซี สิทธิผลมอเตอร์	2504	MITSUBISHI
3. โตโยต้ามอเตอร์ (ประเทศไทย)	2505	TOYOTA
4. สยามมอเตอร์ และนิสสัน	2505	NISSAN
5. ไทยฮิโน (จำกัด)	2507	HINO
6. ชูชูกิ และมาสด้า	2509	ISUZU
7. โรงประกอบรถบางซัน	2513	HONDA, OPEL
8. โรงประกอบรถ วาย เอ็ม ซี	2516	BMW, PEUGEOT
9. ไทยสวีดิช (จำกัด)	2517	VOLVO, RENAULT
10. ไทยรุ่งเรือง	2522	DAF

ที่มา: พัชร (2540)

พัชร (2540) ได้กล่าวถึงความเป็นมาของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยว่าเริ่มจากการนำชิ้นส่วนยานยนต์ประเภท CKD (Complete Knock Down) จากยุโรปและญี่ปุ่นเข้ามาประกอบเป็นรถยนต์ ต่อมาในปี 2514 รัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมการผลิตและใช้ชิ้นส่วนยานยนต์ที่ผลิตในประเทศเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศทดแทนการนำเข้าทำให้บริษัทประกอบรถยนต์ญี่ปุ่นไม่พอใจนโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนในประเทศ เพราะชิ้นส่วนที่ผลิตภายในประเทศมีราคาสูงแต่คุณภาพต่ำผลิตล่าช้าไม่ตรงตามกำหนด บริษัทญี่ปุ่นแก้ปัญหาโดยการเชิญผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศญี่ปุ่นเข้ามาผลิตในไทย อาทิเช่น โตโยต้าเชิญนิปปอนเดนโซเข้ามาตั้งบริษัทนิปปอนเดนโซไทยแลนด์ ขึ้นในปี 2515

ในปี พ.ศ. 2521 บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนส่วนใหญ่แยกตัวออกมา เนื่องจากไม่พอใจผู้ประกอบการรถยนต์ที่ขัดขวางการเพิ่มการบังคับใช้ชิ้นส่วนโดยตรง โดยใช้ชื่อว่า สมาคมอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ซึ่งสมาคมนี้มีสมาชิกเป็นบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ทั้งเล็กและใหญ่ และมีความเข้มแข็งมาก และสำหรับผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เองก็ยังแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้ผลิตชิ้นส่วนแท่นที่ใช้ในการประกอบรถยนต์ (Original Equipment Manufacture – OEM) กลุ่มนี้จะผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงสำหรับป้อนให้แก่บริษัทผู้ประกอบรถยนต์โดยตรง และกลุ่มผู้ผลิตอะไหล่ ทดแทน (Replacement Equipment Manufacturing – REM) จะเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนที่เป็นอะไหล่ปลอม

ปี พ.ศ. 2535 รัฐบาลไทยได้เริ่มใช้นโยบายเปิดเสรีอุตสาหกรรมรถยนต์ มีการนำมาตรการต่างๆ มาใช้เพื่อให้ใช้นโยบายนี้ดำเนินไปอย่างเป็นรูปธรรม แต่ผลกระทบจากการเปิดเสรีรถยนต์ก็นำไปสู่ภาวะการขาดดุลการค้ามากขึ้น จนรัฐบาลต้องออกมาตรการควบคุมสินเชื่อบี 2538 เพื่อลดการขาดดุลบัญชีเดินสะพัดทำให้รัฐบาลไทยหันมาตั้งเป้าผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์เพื่อการส่งออก โดยโครงการได้รับความร่วมมือและประสานงานกันเป็นอย่างมากในส่วนของภาครัฐ จากสำนักงานส่งเสริมการลงทุน กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงการคลัง ในเดือนสิงหาคม 2538 สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้ร่าง ข้อเสนอโครงการส่งเสริมการส่งออกยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ปี 2539-2543 เสนอกลุยุทธ์และมาตรการส่งเสริมการส่งออก ดังนี้

1. การจัดตั้งเขตการอุตสาหกรรมส่งออก (Free Trade Zone) เพื่อวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือเป็นมาตรการกำหนดพื้นที่เฉพาะสำหรับการลงทุนเพื่อประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมายอย่างครบวงจรทั้งการผลิต การค้า และการบริการ โดยมุ่งเพื่อการส่งออกตลาดต่างประเทศเป็นสำคัญ และอีกหนึ่งมาตรการเพื่อจะขจัดขั้นตอนพิธีการ ภาระภาษีอากรทาง

ศุลกากรที่มีผลต่อต้นทุนของสินค้า และระยะเวลาการส่งมอบ ทั้งนี้จากมาตรการทั้ง 2 ประการนั้น เพื่อสนับสนุนให้เกิดฐานการส่งออกที่มีประสิทธิภาพ

2. การปรับปรุงขั้นตอนพิธีการปฏิบัติในการนำเข้าและส่งออก อย่างเช่น การนำวิธีการประเมินราคาศุลกากรและการประเมินราคาแกตต์ (GATT) มาใช้ภายในปี พ.ศ. 2539 เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมมากขึ้น ปรับปรุงการดำเนินการของรัฐบาลบางประการเพื่อให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น

3. กำหนดใช้มาตรฐานเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะมาตรฐานที่เกี่ยวกับความปลอดภัยทุกประเภทให้ได้มาตรฐานระดับสากล ได้จัดตั้งหน่วยงานให้บริการทดสอบคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และสนับสนุนภาคเอกชนในการสร้างมาตรฐานของคุณภาพและความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์ที่ส่งออก (Homologation) เพื่อสร้างความเชื่อถือต่อผู้ซื้อ

4. ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศ ขยายขอบเขตของโครงการร่วมมือทางอุตสาหกรรมของอาเซียนให้ครอบคลุมถึงการแลกเปลี่ยนเพื่อการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ด้วย

5. เปิดเสรีในการตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ในปี 2537

6. มีนโยบายส่งเสริมการลงทุนในปี 2537 หลังจากส่งเสริมครั้งสุดท้ายในปี 2514 เพื่อผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์และชิ้นส่วนเพื่อการส่งออก โดยจะให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ประกอบการที่ตั้งโรงงานในเขต 2 และ 3 ในด้านภาษีเครื่องจักร ภาษีเงินได้สำหรับการส่งออกรถยนต์ ได้รับลดหย่อนอากรขาเข้าวัตถุดิบสำหรับส่วนที่จำหน่ายในประเทศ

7. เปิดโอกาสให้นักลงทุนต่างประเทศถือหุ้นในโรงงานประกอบรถยนต์ได้ทั้งหมด

8. ยกเลิกการกำหนดรุ่นและแบบของรถยนต์ที่ประกอบในประเทศปี 2533 โดยอนุญาตให้มีการประกอบรถยนต์นั่งได้อย่างเสรี แลรัฐบาลได้ปรับอย่างค่อยเป็นค่อยไป เพื่อให้มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจน้อยที่สุด

9. ปรับโครงสร้างภาษีรถยนต์เพื่อลดการปกป้องอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศ ทำให้

เป็นอุตสาหกรรมที่ขาดประสิทธิภาพ ผู้ซื้อต้องรับภาระราคาสูง และจากแรงกดดันจากภายนอก โดยเฉพาะการเจรจาหลายฝ่ายรอบอุรุกวัย เดือน มีนาคม 2534 เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้รัฐบาลไทย ต้องเร่งปฏิรูประบบภาษีโดยด่วน และได้ปรับลดอัตราภาษีนำเข้ารถยนต์

อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยได้เติบโตอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งเศรษฐกิจเกิดภาวะวิกฤติในปี 2540 ซึ่งทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมอื่นๆ จนต้องลดจำนวนแรงงาน ปิดสายการผลิตบางส่วนและผู้ผลิตบางรายต้องปิดกิจการลง แต่อุตสาหกรรมยานยนต์สามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็วจากภาวะถดถอยภายในประเทศโดยปรับเปลี่ยนทิศทางการตลาดจากการผลิตเพื่อรองรับตลาดในประเทศเป็นการผลิตเพื่อส่งออกมากขึ้น และเมื่อระบบเศรษฐกิจของไทยเริ่มฟื้นตัว ความเชื่อมั่นของประชาชนต่อภาวะเศรษฐกิจดีขึ้น ทำให้กำลังซื้อเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ปริมาณการจำหน่ายยานยนต์ภายในประเทศขยายตัว ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญมาจากการที่ผู้ผลิตยานยนต์ของไทย มีพันธมิตรร่วมทุนเป็นผู้ผลิตรถยนต์ระดับโลกที่เข้ามาลงทุน เพื่อใช้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อการส่งออกโดยเล็งเห็นว่าประเทศไทยมีภูมิประเทศที่เหมาะสม แรงงานมีทักษะ โครงสร้างพื้นฐานที่ดี ประกอบกับมาตรการสนับสนุนต่างๆ ของรัฐบาล

อีกด้านหนึ่ง กระแสการค้าเสรีที่มากับโลกาภิวัตน์ทำให้รัฐบาลประกาศยกเลิกมาตรการ บังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ (Local Contents) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2543 ทำให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยต้องแข่งขันกับตลาดโลกทั้งด้านต้นทุนและคุณภาพ ในภาวะที่ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจเปลี่ยนแปลง ขณะเดียวกันผู้ผลิตรายใหญ่ในโลกก็รวมตัวกันเป็นกลยุทธ์การแข่งขันใหม่ในยุคที่ตลาดโลกได้กลายเป็นตลาดเดียว ผู้ผลิตรถยนต์ชั้นนำของโลกกว่า 10 บริษัท อาทิ ฮอนด้า โตโยต้า เจนเนอรัลมอเตอร์ และบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนใหญ่ อาทิ เด็นโซ สยามโตโยต้า เอ็มเอสเคแบร์ริง ต่างย้ายฐานการผลิตรถยนต์เข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น

อุตสาหกรรมยานยนต์เป็น 1 ใน 7 อุตสาหกรรมเป้าหมายในยุทธศาสตร์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ จึงนับได้ว่าอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ โดยในปี 2547-2548 อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยมีการขยายตัวทั้งในด้านการผลิต การจำหน่าย และการส่งออก อันเนื่องมาจากการเติบโตด้านเศรษฐกิจของประเทศสภาพคล่องทางการเงินที่เอื้ออำนวยและการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของค่ายยานยนต์ ตลอดจนการนำเสนอรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ ที่สนองตอบต่อความต้องการผู้บริโภคเป็นอย่างดี ทำให้

สภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ในปี 2548 มีปริมาณการผลิตรถยนต์รวม จำนวน 1,125,316 คัน เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนธันวาคม ปี 2547 มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.25

โดยภาพรวมด้วยการเติบโตสูงอย่างต่อเนื่องใน 10 ปีที่ผ่านมา อีกทั้งยังผ่านวิกฤตมาได้ อุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยจึงมีศักยภาพในการแข่งขันสูงและเหมาะสมที่สุดแล้วสำหรับการเป็นศูนย์กลางการผลิตในภูมิภาค หรือเป็นดีทรอยด์แห่งเอเชียได้ แต่ทั้งนี้ อุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยยังต้องพบอุปสรรคอีกมากมาย ทั้งในด้านการแข่งขันกับคู่แข่งที่สำคัญๆ ในโลก การแข่งขันกับองค์กรของตนเองในการพัฒนาทั้งระดับเทคโนโลยีให้ทันสมัย ทักษะหรือประสิทธิภาพของบุคลากรที่ดูเหมือนว่าจะต้องเร่งพัฒนาอย่างเร่งด่วน

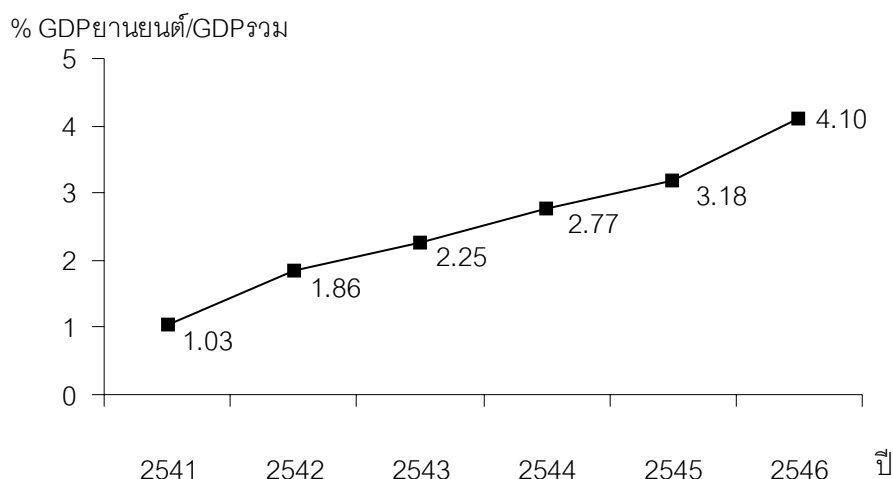
เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถด้านการผลิต และ ฝีมือของบุคลากร จึงได้รับความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษา ภาคอุตสาหกรรมทั้งรัฐ และเอกชน อาทิ สถาบันยานยนต์ สถาบันวิศวกรรมยานยนต์แห่งประเทศไทย และสถาบัน ไทย-เยอรมัน สำหรับยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถการผลิตช่างเทคนิคและวิศวกร โดยปรับเนื้อหาหลักสูตรของสถานศึกษา ทั้งในระดับอาชีวศึกษา และปริญญาตรี รวมทั้งการฝึกอบรมระยะสั้นจากฐานรายวิชา (Subject-based) เป็นฐานสมรรถนะ (Competency-based) 5 ด้าน ได้แก่ การป้อนชิ้นรูปโลหะ การตีขึ้นรูป การหล่อโลหะ การตัดเจาะเจียรนัย และการฉีดพลาสติก และให้สถานศึกษาดำเนินการในรูปแบบสมาคม (Consortium) ร่วมกับการปรับกระบวนการเรียนการสอนไปสู่รูปแบบสหกิจศึกษา และทวิภาคี รวมทั้งการให้ความสำคัญกับการวิจัยและสอนด้านการออกแบบยานยนต์ และชิ้นส่วน ส่วนยุทธศาสตร์การยกระดับมาตรฐานฝีมือและสมรรถนะของกำลังคนที่เข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมแล้ว โดยการจัดฝึกอบรมและการจัดตั้งสถาบันรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ (Vocational Qualification Standard) และมาตรฐานอาชีพ (Occupational Standard)

2. สภาพเศรษฐกิจอุตสาหกรรมยานยนต์

2.1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) และผลิตภัณฑ์มวลรวมของอุตสาหกรรมยานยนต์

หลังจากเกิดวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2540 ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศในปี 2542 ได้มีการขยายตัวต่อเนื่องมาตลอด และนับเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจค่อนข้างมาก นอกจากนี้อุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมยานยนต์ได้มีการขยายตัวในทิศทางเดียวกัน เช่น ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมจากการกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม เคมีและผลิตภัณฑ์เคมี ยางและผลิตภัณฑ์

พลาสติก ผลิตภัณฑ์จากแร่โลหะ โลหะขั้นมูลฐานและเครื่องจักรกลและอุปกรณ์ เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของผลิตภัณฑ์มวลรวมของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนผลิตภัณฑ์ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในปี 2546 มีสัดส่วนร้อยละ 4.10 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2541 เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.07 ดังรายละเอียดตามภาพ



ภาพที่ 5 สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งหมด

ที่มา: สำนักพัฒนาคุณภาพสังคมและชีวิต (2548)

2.2 การผลิตยานยนต์และชิ้นส่วน

อุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญโดยเฉพาะอุตสาหกรรมรถยนต์ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมเหล็ก พลาสติก อะลูมิเนียม ยาง และกระจก และยังส่งผลเชื่อมโยงไปสู่อุตสาหกรรมอื่นในลักษณะ ธุรกิจต่อเนื่อง (Forward Linkage) เช่น อุตสาหกรรมน้ำมัน อุตสาหกรรมขน อุตสาหกรรมซ่อมบำรุง เป็นต้น โครงสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยประกอบด้วยผู้ประกอบการหลัก 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ ผู้ประกอบรถยนต์ และผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ แต่ถ้าวรวมอุตสาหกรรมอื่นๆ และธุรกิจต่อเนื่องมีอีกเป็นจำนวนมาก จากสถิติจำนวนโรงงานของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ปี 2547 มีโรงงานที่เปิดกิจการหมวดการผลิตยานพาหนะและอุปกรณ์รวมทั้งการซ่อมยานพาหนะและอุปกรณ์ จำนวน 9,121 แห่ง จำนวนเงินลงทุน 313,082.28 ล้านบาท และในปี 2548 ระหว่างเดือน มกราคม ถึง พฤษภาคม 2548 มีจำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการ จำนวน 33 แห่ง

2.3 การตลาดของอุตสาหกรรมยานยนต์

กำลังการผลิตรถยนต์ทั่วโลกตั้งแต่ปี 2544 – 2546 ประเทศสหรัฐอเมริกายังคงเป็นผู้ผลิตรายใหญ่อันดับหนึ่ง รองอันดับสองได้แก่ประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 15 และได้ตั้งเป้าหมายในปี 2553 ว่าจะต้องเป็นผู้ผลิตรถยนต์อันดับที่ 9 ของโลก (สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์, 2548)

ตารางที่ 4 แสดงปริมาณการผลิตรถยนต์ระดับโลก

(หน่วย : ล้านคัน)

ประเทศ	ลำดับที่	2546	2545	2544
USA	1	12.59	12.24	11.41
JAPAN	2	10.47	10.26	9.78
GERMANY	3	5.62	5.48	5.69
CHINA	4	4.37	3.25	2.33
FRANCE	5	3.36	3.38	3.39
KOREA	6	3.23	3.15	2.95
SPAIN	7	3.10	2.83	2.85
CANADA	8	2.60	2.63	2.54
UK	9	1.90	1.82	1.69
BRAZIL	10	1.85	1.78	1.80
MEXICO	11	1.57	1.76	1.82
ITALY	12	1.35	1.43	1.58
INDIA	13	1.17	0.89	0.87
BELGIUM	14	0.92	0.94	1.19
THAILAND	15	0.75	0.59	0.46

ที่มา: สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ (2548)

2.3.1 ตลาดในประเทศ ในปี 2548 ปริมาณการจำหน่ายในประเทศรวม 703,405 คัน โดยแบ่งเป็น รถยนต์พาณิชยกรรมถึงรถกระบะ 1 คัน มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 509,793 คัน รองลงมาคือรถยนต์นั่ง 188,211 คัน และตั้งแต่ปี 2544 เป็นต้นมา รถยนต์พาณิชยกรรมมีปริมาณการจำหน่ายมากที่สุดเนื่องจากเศรษฐกิจมีการขยายตัว

2.3.2 ตลาดต่างประเทศ การส่งออก ตั้งแต่ปี 2544 มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องดังแสดงไว้ในตารางที่ 1 และปี 2548 มีปริมาณการส่งออกถึง 440,715 คัน ตลาดส่งออกสำหรับรถโดยสารเล็ก (Van) และรถกระบะ 10 ประเทศแรก ได้แก่ ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร อิตาลี โปรตุเกส เยอรมนี สเปน กรีซ นิวซีแลนด์ อิสราเอล และสวีเดน สำหรับตลาดส่งออกรถยนต์นั่ง 10 ประเทศ ได้แก่ เบลเยียม ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย สิงคโปร์ ใต้หวัน จีน นิวซีแลนด์ อินโดนีเซีย แอฟริกาใต้ และกัมพูชา ส่วนตลาดส่งออกชิ้นส่วนประกอบ และอุปกรณ์รถยนต์ ได้แก่ ญี่ปุ่น มาเลเซีย แอฟริกาใต้ สหรัฐอเมริกา สวีเดน ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ออสเตรเลีย ปากีสถาน และเวียดนาม

2.4 ค่าจ้างและผลิตภัณฑ์มวลรวมของอุตสาหกรรมยานยนต์และอุปกรณ์การขนส่ง

สำหรับค่าจ้างของผู้มีงานทำในอุตสาหกรรมยานยนต์โดยเฉลี่ยปี 2547 มีค่าจ้างเฉลี่ย 9,280.63 บาทต่อเดือน เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2546 ค่าจ้างโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามจากจำนวนผู้มีงานทำเพิ่มขึ้น ทำให้ค่าจ้างเฉลี่ยโดยรวมลดลง และสำหรับผู้มีงานทำในอุตสาหกรรมยานยนต์ในปี 2547 ผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงิน (In cash) เฉลี่ยเดือนละ 11,398.14 บาท

2.5 นโยบายของรัฐ

บทบาทของภาครัฐในอดีตได้เปลี่ยนเป็นบทบาทในการปกป้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศให้สามารถแข่งขันได้ และเพื่อลดจำนวนการนำเข้าและการขาดดุลการค้า แต่เมื่ออุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเริ่มมีความเข้มแข็งขึ้นและการดำเนินธุรกิจกว้างออกจากระดับภายในประเทศ ไปสู่การแข่งขันระดับภูมิภาคอาเซียน เอเชีย และระดับโลก ทำให้มีข้อถกเถียงทางการค้าจากนโยบายการค้าเสรีและปัจจุบันเข้าสู่ยุคของการค้าเสรีอย่างเต็มรูปแบบ ทำให้รัฐบาลจำเป็นต้องเปลี่ยนบทบาทจากนโยบายการปกป้องอุตสาหกรรม มาเป็นการหามาตรการสนับสนุนต่างๆ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจกลางปี 2540 อุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ได้เปลี่ยนจากการเน้นการผลิตเพื่อขายภายในประเทศ เป็นการส่งออกมากขึ้น เพื่อลดกำลังการผลิตส่วนเกินและระบายสินค้าที่ผลิต เพื่อการส่งออก เนื่องจากตลาดภายในประเทศปี 2540 หดตัวลง ร้อยละ 38 จากปี 2539 ซึ่งมียอดขายสูงสุดถึง 589,126 คัน และในปี 2541 หดตัวลง ร้อยละ 60 จากปี 2540 กระทรวงอุตสาหกรรมจึงได้กำหนดนโยบายปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมรวมถึงสาขายานยนต์ และวางแผนงานหลักในการช่วยเหลือผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยให้สามารถอยู่รอดได้โดยการจัดตั้งสถาบันเฉพาะทางคือ

สถาบันยานยนต์ให้เป็นหน่วยงานในรูปแบบเอกชนในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ตามแผนปรับโครงสร้างเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

2.6 ปัจจัยแวดล้อมที่มีผลกระทบ

2.6.1 ราคาน้ำมัน ตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมามีการผันผวนของราคาน้ำมัน โดยราคาน้ำมันมีการปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีการปรับราคาน้ำมันสูงขึ้นมากในปัจจุบัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยานยนต์ของผู้บริโภค โดยหันมาซื้อรถยนต์ขนาดเล็กที่ประหยัดพลังงานมากขึ้น หรือชะลอการซื้อรถยนต์ แต่อย่างไรก็ตามการที่ภาครัฐได้มีการปรับปรุงโครงสร้างภาษีสรรพสามิตรถยนต์ ทำให้รถยนต์บางประเภทมีภาระภาษีลดลงกว่าเดิม เป็นปัจจัยบวกที่กระตุ้นและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทำให้ตลาดยานยนต์ไทยยังคงสามารถขยายตัวได้ นอกจากนี้ได้มีการมอบหมายให้กระทรวงคมนาคม พิจารณาปรับขึ้นค่าธรรมเนียมจดทะเบียนรถยนต์อย่างประหยัดพลังงาน ซึ่งคาดว่าจะเกิดผลดีต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในระยะยาว

2.6.2 การค้าเสรี นโยบายการค้าเสรีที่อาจมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ เช่น การลดภาษีนำเข้าประเภทยานยนต์และชิ้นส่วน จากประเทศที่มีต้นทุนการผลิตต่ำ ซึ่งการตกลงการค้าเสรีที่อาจมีผลกระทบ เช่น ความตกลงเสรี ไทย-จีน การค้าเสรี ไทย-ญี่ปุ่น เป็นต้น

3. สภาพอุตสาหกรรมยานยนต์ในปัจจุบัน

ประเทศไทยถือเป็นหนึ่งในประเทศที่สามารถผลิตรถยนต์ได้ เนื่องจากมีความสามารถทั้งด้านการผลิตและคุณภาพ ตลาดภายในประเทศยังเป็นที่ต้องการ อีกทั้งรัฐบาลให้การสนับสนุน โดยเฉพาะ เมื่อพิจารณาอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงและเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์ซึ่งมีจำนวนมาก โดยอุตสาหกรรมที่สนับสนุน ได้แก่ อุตสาหกรรมหนัง อุตสาหกรรมพลาสติก อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง เป็นต้น สำหรับอุตสาหกรรมที่ต่อเนื่องคือ ภาคการค้า การท่องเที่ยว การขนส่งและภาคบริการต่างๆ จะเห็นได้จากเมื่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของอุตสาหกรรมยานยนต์ขยายตัว ผลผลิตของ อุตสาหกรรมอื่นๆ มีการเพิ่มตาม จากสถิติปี 2546 ผลิตภัณฑ์มวลรวมอุตสาหกรรมยานยนต์ขยายตัวร้อยละ 37.92 อุตสาหกรรมที่สนับสนุน เช่น กลุ่มปิโตรเคมี ขยายตัวร้อยละ 2.02 ผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก ขยายตัวร้อยละ 13.59 ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ ขยายตัวร้อยละ 24.62 โลหะขั้นมูลฐาน ขยายตัวร้อยละ 1.73 และอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ มีการขยายตัวด้วยเช่นกัน คือ

อุตสาหกรรมขายส่ง ขายปลีก ขยายตัวร้อยละ 3.55 การขนส่ง สถานที่เก็บสินค้าและการคมนาคม ขยายตัวร้อยละ 3.74 (สำนักพัฒนาคุณภาพสังคมและคุณภาพชีวิต, 2548)

3.1 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ ตามหลัก Five Force Model ของ Michael E. Porter สามารถสรุปได้ดังนี้ (สำนักพัฒนาคุณภาพสังคมและคุณภาพชีวิต, 2548)

3.1.1 การแข่งขันระหว่างธุรกิจ

ตลาดในประเทศสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ไม่มีการแข่งขันกันมากนัก เนื่องจากตลาดสามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนตามรายได้และรสนิยมของผู้บริโภค และประโยชน์ใช้สอย ส่วนตลาดต่างประเทศมีการแข่งขันกันทั้งด้านราคา รูปแบบ การบริการและคุณภาพ เนื่องจากในตลาดโลกมีผู้ผลิตที่มีศักยภาพที่มีการคิดค้นประดิษฐ์รถยนต์มานานอย่างประเทศในกลุ่มยุโรป อเมริกา จากการศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้ศึกษาและแบ่งกลุ่มตามห่วงโซ่อุปทานออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่

1. กลุ่มผู้ประกอบการยานยนต์ ประกอบด้วยผู้ประกอบการรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ โดยส่วนใหญ่เป็นบริษัทข้ามชาตินาขนาดใหญ่ เช่น โตโยต้า ฮอนด้า ผู้ประกอบการยานยนต์ส่วนมากนำเทคนิคการบริหารจัดการจากบริษัทแม่ซึ่งมีความเข้มแข็งและมีทรัพยากรมาก จึงจัดเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการจัดการทรัพยากรมนุษย์

2. กลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับ 1 โดยมากเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนขนาดใหญ่เพื่อป้อนให้ผู้ประกอบการยานยนต์โดยตรง เช่น กลุ่มบริษัทไทยซัมมิต และกลุ่มบริษัทสมบวรน์ ชิ้นส่วนที่ผลิตโดยมากมีเทคโนโลยีระดับปานกลางถึงระดับสูงและได้มาตรฐานที่ต่างประเทศยอมรับ

3. กลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับ 2 และ 3 โดยมากเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนขนาดเล็กถึงขนาดกลางซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก และผู้ผลิตกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ขาดศักยภาพในการจัดการได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมมาก

จากการศึกษาของแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยยังขาดปัจจัยหลายประการในการที่จะแข่งขันในระดับโลก โดยเฉพาะในระดับผู้ผลิตชิ้นส่วนระดับเล็กและระดับกลาง โดยประเด็นสำคัญที่อุตสาหกรรมควรคำนึงถึง คือ การทำให้บริษัทชั้นนำยังคงฐานการผลิตอยู่ใน

ประเทศไทยและยกระดับหรือเพิ่มการลงทุนในประเทศ โดยเฉพาะเมื่อจีนและอินเดียเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยเนื่องจากมีอัตราค่าแรงที่ต่ำกว่าไทยมาก นอกจากนี้การวิเคราะห์ยังชี้ให้เห็นว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนไทยมีความสามารถในการออกแบบ และการผลิตที่มีประสิทธิภาพ แข่งขันได้ในระดับโลก และถึงแม้ว่าประเทศไทยจะไม่ได้เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนระดับโลก แต่ถ้าหากได้มีการพัฒนาที่จะสามารถที่จะเป็นส่วนหนึ่งของผู้ส่งออกได้ เนื่องจากตลาดโลกเป็นตลาดที่กว้าง กลุ่มเป้าหมายมีหลากหลายกว่าตลาดในประเทศ

3.1.2 ผลิตภัณฑ์ที่สามารถทดแทนกันได้ของอุตสาหกรรมรถยนต์

สินค้าประเภทรถยนต์และชิ้นส่วนเป็นสินค้าที่หาผลิตภัณฑ์มาทดแทนได้ค่อนข้างยากเนื่องจากมีลักษณะเฉพาะ และมีประโยชน์ใช้งานที่เจาะจง หากมีสินค้าที่ทดแทนกันได้จะต่างกันที่ราคา เช่น การขนส่ง หรือ โดยสารทางเครื่องบิน มีราคาค่อนข้างสูง ส่วนการขนส่งทางน้ำ มักใช้เฉพาะสินค้าที่มีน้ำหนักและมีขนาดใหญ่ และต้องใช้เวลาในการขนส่งนาน การโดยสารรถประจำทางมีราคาถูก แต่ไม่สะดวกสบายและล่าช้า ดังนั้น จะเห็นได้ว่า รถยนต์เป็นสินค้าที่สามารถแยกกลุ่มเป้าหมายได้ค่อนข้างชัดเจนซึ่งอาจมีลักษณะค่อนข้างผูกขาด แต่อย่างไรก็ตาม ภาวะตลาดระยะยาวอาจถึงจุดอิ่มตัว เนื่องจากรถยนต์เป็นสินค้าประเภทคงทนมีอายุการใช้งานนาน

3.1.3 อำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต

กลุ่มอุตสาหกรรมที่สนับสนุนด้านวัตถุดิบอุตสาหกรรมยานยนต์ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมที่มีตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศทำให้มีตลาดกว้าง แต่อย่างไรก็ตามสินค้าที่เป็นส่วนประกอบของรถยนต์เป็นสินค้าที่เจาะจงเฉพาะลูกค้าและเป็นสินค้าคงทน กลุ่มลูกค้ามีไม่มากอาจทำให้อำนาจต่อรองน้อย จึงเป็นจุดด้อยของอุตสาหกรรมยานยนต์ บางอุตสาหกรรมเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ และบางอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมยาง เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้วัตถุดิบในประเทศ ดังนั้นโอกาสที่จะขาดปัจจัยการผลิตจึงมีน้อย เว้นแต่เป็นปัจจัยการผลิตที่นำเข้าและราคาขึ้นอยู่กับตลาดโลก

3.1.4 อำนาจต่อรองผู้ซื้อ

ผู้ซื้อสินค้ารถยนต์ ไม่ค่อยมีอำนาจต่อรอง เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีราคาเป็นตัวกำหนด และมีผู้ขายไม่กี่ราย หากผู้ซื้อที่กำลังซื้อจำนวนมากอำนาจต่อรองก็มาก อย่างไรก็ตามเนื่องจากรถยนต์เป็นสินค้าที่มีอายุการใช้งานค่อนข้างนาน ผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อจะมีการเปลี่ยนแปลงรถยนต์ค่อนข้าง

บ่อทำให้เกิดตลาดมือสองขึ้น ซึ่งเป็นตลาดหนึ่งที่ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ และเป็นเหตุให้อำนาจต่อรองของผู้ซื้อมีมากขึ้น และในปัจจุบันตลาดรถยนต์มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มี คุณภาพ และรูปแบบใหม่ ทำให้ผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการมากขึ้น

3.1.5 คู่แข่งขันรายใหม่

อุตสาหกรรมรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เวลาในการครองตลาด และเป็นสินค้าที่ต้องใช้เทคโนโลยี และทุนในการผลิตค่อนข้างสูง จึงทำให้มีคู่แข่งเข้ามาในตลาดค่อนข้างยากเว้นแต่มีผู้คิดค้นสินค้าใหม่ที่มีคุณภาพ และตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ เช่น รถประหยัดพลังงานที่สามารถสนองต่อผู้ต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งปัจจัยด้านราคาน้ำมันถือเป็นจุดอ่อนหนึ่งของอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่ทำให้ผู้บริโภคซื้อรถยนต์น้อยลง ดังนั้น หากมีผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาในตลาดหรือมีการคิดรูปแบบของสินค้าใหม่ๆ ก็จะสามารถเข้ามาแข่งขันในตลาดได้

3.2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด (SWOT ANALYSIS) สามารถสรุปได้ดังนี้ (สำนักพัฒนาคุณภาพสังคมและคุณภาพชีวิต, 2548)

3.2.1 จุดแข็ง (Strength)

1. มีศักยภาพด้านการผลิต มีผู้ผลิตรายใหญ่มาสร้างฐานการผลิตในไทย
2. ภาครัฐมีนโยบายที่ดีในการสนับสนุนอุตสาหกรรม
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์ มีความทันสมัย
4. มีฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่แข็งแกร่ง

3.2.2 จุดอ่อน (Weakness)

1. ใช้วัตถุดิบนอกประเทศเป็นส่วนใหญ่ มีความเสี่ยงด้านราคาต้นทุน
2. ขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะ ทั้งด้านการผลิตและการออกแบบ
3. หลักสูตรการผลิตบุคลากรไม่สามารถตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรม
4. มีข้อจำกัดในการส่งออก และต้องปฏิบัติตามกรอบกติกา

3.2.3 โอกาส (Opportunity)

1. มีมาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรมพื้นฐาน ที่เป็นรากฐานรองรับอุตสาหกรรม ยานยนต์ทำให้มีความพร้อมมากที่สุดประเทศหนึ่งในภูมิภาคอาเซียน ในการประกอบรถยนต์ และ ชิ้นส่วนยานยนต์
2. นโยบายการค้าเสรี จากนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการค้าเสรีภาครัฐช่วยสร้างความมั่นใจในการลงทุน และสร้างสภาวะแวดล้อมการลงทุนในประเทศ

3.2.4 ข้อยกี่ยว (Threat)

1. การรวมตัวกันของโรงงานผู้ประกอบรถยนต์กับผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีการลงทุนจากต่างประเทศจะทำให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีการลงทุนโดยคนไทยมีแนวโน้มต้องปรับตัว
2. ผู้ประกอบรถยนต์ที่เป็นการลงทุนจากต่างประเทศ มักถูกควบคุมการดำเนินงาน โดยนโยบายจากบริษัทแม่
3. การกีดกันทางการค้าจากต่างประเทศต่างๆ

สภาพทั่วไปของการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์

1. โลจิสติกส์กับอุตสาหกรรมไทย

ประเทศไทยมีระบบเศรษฐกิจและสังคมที่เชื่อมโยงและพึ่งพาการค้าสินค้า การค้าบริการ และการร่วมทุนกับต่างประเทศในระดับสูง โครงสร้างทางการค้าภายในประเทศจึงต้องปรับตัวไปตามสภาวะของการค้าระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงไป การยกระดับและการพัฒนาศักยภาพของกิจกรรมโลจิสติกส์ของสินค้าและบริการของไทยจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับภาคอุตสาหกรรม โดยกระบวนการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ที่มุ่งเน้นความอยู่รอดด้วยการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน ทั้งภาครัฐกิจ อุตสาหกรรม ผู้ส่งออกจึงต้องพัฒนาตัวเอง

โดยพยายามทำความเข้าใจกับระบบการจัดการรูปแบบใหม่ ที่เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าไปยังผู้บริโภคด้วยรูปแบบการเรียนรู้ในเรื่องการกระจายสินค้าให้ทั่วถึงอย่างรวดเร็วและทันเวลา

เมื่อพิจารณาถึงศักยภาพของธุรกิจโลจิสติกส์ไทยในปัจจุบันพบว่า ธุรกิจโลจิสติกส์เป็นกิจกรรมสนับสนุนที่นับว่ามีศักยภาพที่ดีพอสมควร โดยเฉพาะอุตสาหกรรมยานยนต์ และอุตสาหกรรมก่อสร้าง ซึ่งถือเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนที่ไทยมีความเข้มแข็ง แต่โดยภาพรวมนั้น ธุรกิจโลจิสติกส์ไทยยังคงต้องได้รับการพัฒนาอย่างจริงจังจากทั้งภาครัฐและเอกชน เนื่องจากปัจจัยที่จะเข้าสู่กระบวนการธุรกิจโลจิสติกส์อย่างเต็มรูปแบบเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ ทั้งในส่วนของความรู้ การวิจัยฐานข้อมูลต่างๆ ไม่มีความเข้มแข็งเท่าที่ควร อีกทั้งกลยุทธ์ในการดำเนินงานยังขาดความชัดเจน ส่งผลให้ในบางอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโลจิสติกส์มีการแข่งขันด้วยราคามากกว่าคุณภาพจึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงกฎหมายหรือกฎระเบียบ เพื่อให้มีผลบังคับใช้อย่างเข้มงวดและจริงจังมากขึ้น ดังนั้นธุรกิจของประเทศไทยจึงถือเป็นวาระสำคัญแห่งชาติที่ต้องเร่งดำเนินการ

จากการที่รัฐบาลได้มีนโยบายเจรจาความตกลงทางการค้าเสรีกับต่างประเทศภายใต้กรอบทวิภาคี (FTA) โดยเฉพาะการเจรจากับนานาประเทศเพื่อสร้างโอกาสทางการค้า การลงทุนภายในประเทศและระหว่างประเทศให้มากขึ้น ซึ่งการมี FTA นั้นจะเป็นเครื่องมือลดกำแพงภาษีและอุปสรรคต่างๆ ที่เป็นมาตรการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ อีกทั้งเป็นหนึ่งในแนวทางเพื่อป้องกันการเสียโอกาสในการแข่งขัน เพื่อให้การค้าระหว่างประเทศ การนำเข้า ส่งออกสามารถดำเนินการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และยังเป็นการเปิดโอกาสให้มีการลงทุนจากต่างชาติอีกด้วย

ดร. จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา ผู้เชี่ยวชาญด้านโลจิสติกส์ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ได้กล่าวในงานสัมมนาการพัฒนาและการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานที่สอดคล้องกับสถานการณ์ว่า สำหรับการเปิดเสรีทางการค้ากับประเทศจีนนั้น สิ่งที่ต้องเร่งผลักดันให้มีการดำเนินการอย่างจริงจัง คือ การขนส่งทางน้ำ ทางบกและอุตสาหกรรมในส่วนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประเทศไทยต้องการใช้กลยุทธ์แบบ Joint Venture ทำการร่วมทุนกับบริษัทในประเทศจีนหรือประเทศอื่นๆ เพื่อเข้าไปมีบทบาทในส่วน of ธุรกิจโลจิสติกส์ เนื่องจากปัจจุบันสินค้าไทยได้เข้าสู่ตลาดในประเทศจีนค่อนข้างมาก รัฐบาลจึงได้มีนโยบายการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าในมณฑลที่มีศักยภาพ ซึ่งต้องทำการศึกษาความเป็นไปได้ รูปแบบและเทคโนโลยีของศูนย์กระจายสินค้าที่จะจัดตั้งขึ้นด้วย เพื่อลดต้นทุนการกระจายสินค้าในต่างประเทศให้ต่ำลง โดยพื้นที่ทางฝั่งตะวันออก และทางตอนใต้ของจีนถูกจัดให้เป็นพื้นที่อันดับต้นๆ ที่มีศักยภาพสูง เหมาะแก่การลงทุนทำศูนย์กระจายสินค้า ขณะเดียวกันประเทศ

ญี่ปุ่นก็เป็นอีกประเทศหนึ่งที่ไทยเปิดเจรจาเสรี เพื่อโอกาสทางธุรกิจโลจิสติกส์ของประเทศ เช่น การให้บริการที่ปรึกษาด้านโลจิสติกส์ภายในประเทศ เป็นต้น (มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2549: 16-20)

2. มาตรการการพัฒนาโลจิสติกส์ไทย

2.1 แผนการบริหารจัดการโลจิสติกส์ของไทย

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ชี้แจงถึงแผนการบริหารจัดการโลจิสติกส์ของไทย ในงาน Thailand Logistics Fair 2005 ว่าควรมีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้ (วาริ, 2548: 134-142)

2.1.1 การกำหนดกรอบนโยบายและการกำกับดูแลที่ชัดเจนในเรื่องระบบโลจิสติกส์ โดยมุ่งที่การขนส่งหลายรูปแบบ (Multi-Model Transport) และเน้นการให้บริการที่เกี่ยวข้อง เช่น ศูนย์ขนถ่ายสินค้าทางบก สถานีขนส่งสินค้า บรรจุสินค้า (Container) และระเบียบพิธีการศุลกากรต่างๆ ที่คล่องตัวและทันสมัย

2.1.2 ส่งเสริมธุรกิจเอกชนที่ให้บริการโลจิสติกส์แบบครบวงจร ตั้งแต่เรื่องการวางแผนสินค้า การจัดการคลังสินค้า การเก็บรักษาสินค้า บรรจุภัณฑ์ การขนส่งและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.1.3 อำนวยความสะดวกในเรื่องการขนส่งสินค้าผ่านแดน รวมถึงการลดขั้นตอนพิธีการศุลกากร และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้

2.1.4 การกำหนดพื้นที่ (Zone) สำหรับห่วงโซ่โลจิสติกส์ และกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรม (Cluster) ต่างๆ เพื่อลดปัญหาการจราจรและสิ่งแวดล้อม

2.1.5 การยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของประเทศให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลเพื่อลดขั้นตอนการตรวจสอบสินค้าในระหว่างการขนส่ง

2.1.6 การพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า ปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่สามารถกำหนดตำแหน่งสินค้าที่อยู่ระหว่างการเดินทาง ซึ่งสามารถใช้ร่วมกันระหว่างหน่วยงานของรัฐ และธุรกิจเอกชนได้

2.1.7 การจัดทำกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ เช่น กลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขงและกลุ่มความร่วมมืออื่นในด้านศุลกากร การกำหนดมาตรฐานเรื่องพาหนะในการขนส่งสินค้าผ่านแดน เพื่อให้ระบบการขนส่งและโลจิสติกส์ของไทยสามารถเติบโตควบคู่ไปกับการค้าการลงทุนในภูมิภาค

2.2 แผนการยกระดับและพัฒนาศักยภาพโลจิสติกส์

วารี (2548: 134-142) ได้กล่าวเกี่ยวกับการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ไว้ว่าจากปัญหาราคาน้ำมันที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในปัจจุบันทำให้ทั้งภาครัฐ และเอกชนมีนโยบายการประหยัดพลังงานเกิดขึ้นมากมาย รวมทั้งภาคอุตสาหกรรมไทยก็เช่นกันที่ต้องเร่งหาวิธีแก้ไขปัญหาก็เพื่อไม่ให้ต้นทุนของการผลิตสินค้านั้นสูงขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นจึงทำให้เกิดการพัฒนาและแข่งขันกลยุทธ์ด้านโลจิสติกส์ขึ้น ทั้งด้านการให้บริการและเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อเป็นเป็นการยกระดับและพัฒนาศักยภาพโลจิสติกส์

ประเทศไทยมีระบบเศรษฐกิจและสังคมที่เชื่อมโยงและพึ่งพาการค้าสินค้า การค้าบริการ และการร่วมทุนกับต่างประเทศในระดับสูง โครงสร้างทางการค้าภายในประเทศจึงต้องปรับตัวไปตามสถานะของการค้าระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงไป การยกระดับและการพัฒนาศักยภาพของโลจิสติกส์ของสินค้าและบริการของไทยจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับภาคอุตสาหกรรม ผู้ส่งออกจึงต้องพัฒนาตัวเอง โดยพยายามทำความเข้าใจกับระบบการจัดการรูปแบบใหม่ ที่เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าไปยังผู้บริโภคด้วยรูปแบบการเรียนรู้ในเรื่องการกระจายสินค้าให้ทั่วถึงอย่างรวดเร็วและทันเวลาเพื่อก้าวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ซึ่งสามารถสรุปแผนการยกระดับและเพิ่มศักยภาพโลจิสติกส์ได้ดังนี้

2.2.1 เร่งปรับเปลี่ยนรูปแบบการขนส่งให้สมดุลและเหมาะสม โดยกระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศ เพื่อให้การค้าของไทยมีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น และสามารถพัฒนาเป็นศูนย์กลางธุรกิจในภูมิภาค โดยเริ่มจากการพัฒนาการจัดการระบบ โลจิสติกส์ และกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและทั่วถึง เพื่อสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและคุณภาพสินค้าโดยเฉพาะสินค้าเกษตรที่เน่าเสียง่ายและเป็นสินค้าหลักของประเทศ รวมถึงการรองรับภาคอุตสาหกรรมที่ขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เพื่อให้การดำเนินนโยบายดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ ปัญหาที่ต้องทำการแก้ไขอย่างเร่งด่วน คือรูปแบบการขนส่งที่ต้องปรับเปลี่ยนให้เกิดความสมดุลและเหมาะสม เนื่องจากในปัจจุบันการขนส่งมีความหนาแน่นและกระจุกตัวในการใช้รถบรรทุก ในขณะที่การขนส่งทางน้ำและระบบรางยังมีการใช้งานไม่เต็มที่ ต้นทุนการขนส่งทางบกโดยรถบรรทุกอยู่ในระดับที่สูงมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.04 บาทต่อกิโลเมตรต่อตัน ในขณะที่การขนส่งทางเรือมีต้นทุนอยู่ที่ 0.093 บาทต่อกิโลเมตรต่อตัน เท่านั้น สำหรับปัจจัยที่ทำให้การขนส่งโดยรถบรรทุกได้รับความนิยมมากนั้นเกิดมาจากการขาดระบบเชื่อมโยงระหว่างรูปแบบการขนส่งรวมถึงขั้นตอนการนำเข้าสินค้าที่ซับซ้อน

2.2.2 แยกประเภทสินค้าในการจัดส่งให้เหมาะสม ในส่วนของการจัดทำแผนบริหารจัดการโลจิสติกส์การตลาดเชิงลึกของสินค้าเป็นรายสินค้าในสินค้าประเภทต่างๆ ล้วนมีข้อจำกัดที่แตกต่างกันไป เช่น สินค้าเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว ลำไย ทุเรียน ตั้งแต่หลังเก็บเกี่ยวจากสวนไร่นา ไปยังโรงงานแปรรูปจนถึงผู้บริโภค เนื่องจากสินค้าประเภทนี้เกิดความเสียหายได้ง่าย และมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาที่ค่อนข้างน้อย จึงจำเป็นต้องขนส่งไปยังผู้บริโภคอย่างเร่งด่วนเพื่อลดต้นทุนการตลาด รักษาคุณภาพสินค้า หากนำระบบโลจิสติกส์มาใช้จะช่วยให้การขนส่งสินค้ามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.2.3 วางแผนปรับลดต้นทุนโลจิสติกส์ให้น้อยกว่าร้อยละ 19 ของ GDP จากการจัดอันดับการแข่งขันของประเทศต่างๆ ทั่วโลกในปี 2547 โดยสถาบัน International Institute for Management Development (IMD) ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับที่ 29 จาก 60 ประเทศทั่วโลกในแง่โครงสร้างพื้นฐาน และอันดับที่ 50 ในแง่ของประเทศที่มีปัญหาอันเนื่องมาจากโครงสร้างสาธารณูปโภค ส่งผลให้ต้นทุนโลจิสติกส์ของไทยสูงถึงร้อยละ 19 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ขณะที่ประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ญี่ปุ่นมีต้นทุนร้อยละ 11 สหรัฐอเมริการ้อยละ 10 และสหภาพยุโรปร้อยละ 7

จากผลการศึกษาของธนาคารโลก พบว่าต้นทุนด้านโลจิสติกส์สามารถแบ่งออกเป็นส่วนต่างๆ ได้ดังนี้ ต้นทุนด้านการขนส่ง (Transportation) ร้อยละ 39 ด้านการบริหารคลังสินค้าน้อยละ 27 การสต็อกสินค้าน้อยละ 24 การจัดซื้อร้อยละ 6 และการจัดการร้อยละ 4 สำหรับประเทศที่มีอาณาเขตที่เป็นพื้นดินขนาดใหญ่ เช่น สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย จะมีความเชี่ยวชาญด้านโลจิสติกส์ ทางบกและทางอากาศ ส่วนประเทศที่เป็นเกาะ เช่น อังกฤษ ญี่ปุ่น ฮองกง และสิงคโปร์ มักจะมีความเชี่ยวชาญด้านโลจิสติกส์ทางน้ำ โดยที่ประเทศเหล่านี้ประสบความสำเร็จในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ใน 4 ขั้นตอนหลัก เริ่มจากขั้นตอนแรก การส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค ขั้นตอนที่ 2

การเชื่อมโยงการจัดการภายในองค์กร ตั้งแต่การจัดซื้อวัตถุดิบจนถึงมือผู้บริโภค ขั้นตอนที่ 3 การเชื่อมโยงกับภายนอกองค์กร ซึ่งอยู่ในห่วงโซ่อุปทาน และขั้นตอนที่ 4 การจัดซื้อวัตถุดิบและจัดส่งสินค้าครอบคลุมทั่วโลก

ขณะนี้ประเทศไทยกำลังก้าวสู่ขั้นตอนที่ 2 ของการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ คือ การพัฒนาไปสู่การเชื่อมโยงการจัดการภายในองค์กร (Internally Integrated Logistics) ตั้งแต่การจัดซื้อวัตถุดิบไปจนถึงมือผู้บริโภค และยังต้องใช้ความพยายามอีกมากเพื่อให้ก้าวสู่ขั้นตอนที่ 3 ซึ่งได้แก่การเชื่อมโยงองค์กรต่างๆ ในห่วงโซ่อุปทานเข้าด้วยกัน (Externally Integrated Logistics) โดยคาดว่า หากสามารถดำเนินโครงการดังกล่าวได้จะช่วยลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์ของประเทศให้น้อยลง ซึ่งจะเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจของประเทศได้

2.2.4 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ตั้งเป้าหมาย 5 ปีข้างหน้าลดต้นทุนโลจิสติกส์ให้เหลือร้อยละ 15 โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศที่มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน ได้เสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศ โดยตั้งเป้าหมายภายใน 5 ปีข้างหน้า ระบบ โลจิสติกส์ไทยจะต้องมีต้นทุนที่ร้อยละ 15 ซึ่งยุทธศาสตร์ดังกล่าวได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2547 แล้ว ทั้งนี้มีการแต่งตั้งคณะทำงานด้านโลจิสติกส์จำนวน 4 ชุด จากหน่วยงานราชการและภาคเอกชน อาทิ สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร (สนข.) กระทรวงคมนาคม กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงพาณิชย์ และสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สรท.) ทำการศึกษาด้านโครงสร้างพื้นฐานและกฎหมายการพัฒนาระบบเชื่อมโยงฐานข้อมูลโลจิสติกส์ และการพัฒนาบุคลากรด้านโลจิสติกส์ โดยมีแนวทางสำคัญคือ การปรับโครงสร้างพื้นฐานและกฎหมายการพัฒนาระบบการเชื่อมโยงข้อมูล การจัดทำฐานข้อมูลโลจิสติกส์ และการเตรียมความพร้อมการพัฒนาบุคลากรโลจิสติกส์

2.2.5 พัฒนาระบบเชื่อมโยงเครือข่ายข้อมูลครบวงจร เพื่อลดต้นทุนด้านเอกสารและบุคลากร เนื่องจากประเทศไทยอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการพัฒนาโลจิสติกส์ ดังนั้นข้อมูลสำหรับการพัฒนาโลจิสติกส์ยังเป็นที่รับทราบอยู่ในวงจำกัดหรืออาจจะกระจัดกระจาย จึงจำเป็นต้องสร้างฐานข้อมูลเครือข่ายโครงสร้างพื้นฐานและระดับจุลภาค โดยทำการจัดเก็บข้อมูลต้นทุนโลจิสติกส์และสัดส่วนผลกระทบที่มีต่อมวลรวมผลิตภัณฑ์ในประเทศ (GDP) ซึ่งจำเป็นต้องสร้างแบบจำลองในการคำนวณต้นทุนดังกล่าว และสำรวจการเคลื่อนย้ายสินค้าเพื่อจะทำให้ทราบทิศทาง รูปแบบ

และปริมาณการเคลื่อนย้ายสินค้าภายในประเทศจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค โดยนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์โลจิสติกส์ในภาพรวม เพื่อที่จะเห็นช่องทางการเคลื่อนย้ายสินค้าในรูปแบบขนส่งต่างๆ คลังสินค้า และการขนถ่ายสินค้า การจัดเก็บข้อมูลอุปสงค์และอุปทานของบุคลากรด้านโลจิสติกส์ รวมไปถึงการจัดเก็บข้อมูลต้นทุนโลจิสติกส์ของแต่ละอุตสาหกรรมเพื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาประมวลผลเพื่อจัดวางแนวทางสำหรับการพัฒนาคุณภาพ และการนำข้อมูลที่ได้เชื่อมโยงระหว่างองค์กรต่อไป

ในส่วนการพัฒนาระบบการเชื่อมโยงข้อมูลเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการด้านเอกสารการค้าระหว่างประเทศ ที่ผู้ส่งออก ผู้นำเข้าต้องมีการติดต่อกับหน่วยงานราชการหลายหน่วยงาน รวมทั้งต้องกรอกข้อมูลในเอกสารต่างๆ หลายชุดทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่าย ดังนั้นการพัฒนาระบบเชื่อมโยงเครือข่ายภาครัฐเพื่ออำนวยความสะดวกด้านการค้า การนำเข้า การส่งออก และโลจิสติกส์ จะต้องมีแนวทางคือต้องมีการให้บริการที่ไม่ยึดรูปแบบการแบ่งส่วนราชการ แต่มุ่งสร้างพันธกิจในลักษณะให้บริการครบวงจรจากจุดเดียว พร้อมทั้งสร้างมาตรฐานกลางและกลไกการทำงานระหว่างระบบ เช่น มาตรฐาน ระบบข้อมูล มาตรฐานการแลกเปลี่ยนข้อมูล เพื่อเป็นพื้นฐานที่ภาคเอกชนจะพัฒนาระบบให้เป็นมาตรฐานเดียวกันต่อไป

ดังนั้น การพัฒนาระบบการเชื่อมโยงข้อมูลจึงมีเป้าหมายที่จะลดต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายด้านเอกสารและบุคลากร ลดความผิดพลาดที่เกิดจากการกรอกข้อมูล เพิ่มประสิทธิภาพ และคุณภาพบริการ ตลอดจนสร้างความเป็นสากลที่จะสามารถเชื่อมโยงข้อมูลกับต่างประเทศ

2.2.6 เพิ่มปริมาณบุคลากรรองรับการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ ในส่วนความพร้อมด้านบุคลากรนั้น เนื่องจากโลจิสติกส์เป็นเรื่องที่ยังอยู่ในวงจำกัด ผู้ชำนาญการด้านโลจิสติกส์ และหลักสูตรการเรียนการสอนวิชาโลจิสติกส์โดยตรงมีน้อย ผู้ประกอบการมีความตื่นตัวในการจัดการโลจิสติกส์ แต่ยังไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้อย่างเป็นระบบ ขณะเดียวกันภาครัฐยังขาดบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจด้านโลจิสติกส์ หรือมีความรู้เพียงเล็กน้อย สถาบันการศึกษาของไทยยังมีการเรียนการสอนเกี่ยวกับด้านนี้น้อยมาก ทั้งนี้มีสถาบันการศึกษาหลายแห่งที่เปิดหลักสูตรด้านโลจิสติกส์ เพื่อผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านนี้โดยเฉพาะ เช่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี หรือการแทรกกระบวนวิชาที่ว่าด้วยโลจิสติกส์เข้าไปในหลักสูตรปกติ เช่น คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สถาบันขนส่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นต้น

จากการประเมินศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์ของไทยไม่ได้ด้อยกว่าประเทศใดๆ เลย เพียงแต่ถ้าหากต้องการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ในระดับภูมิภาคนี้ อาจต้องมีการเตรียมการและพัฒนาในเรื่องของเทคโนโลยีให้มากยิ่งขึ้น และจำเป็นต้องจัดระเบียบโลจิสติกส์ให้เข้าสู่มาตรฐานที่สากลยอมรับให้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้แผนแม่บทที่รัฐบาลพยายามผลักดันให้เกิดเป็นรูปธรรมจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนและร่วมมือจากทุกๆ ส่วน เพราะท้ายที่สุดแล้วประโยชน์ที่ได้ก็จะตกอยู่กับประชาชนทุกคน

2.2.7 การแก้ไข กฎระเบียบการส่งออกที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาโลจิสติกส์ จากความแตกต่างในเรื่องระบบสาธารณสุข ระเบียบพิธีการศุลกากร การประสานงานในระบบราชการและระดับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การพัฒนารัฐกิจบริการด้านโลจิสติกส์ของประเทศในเอเชียมีความแตกต่างกันมาก ทั้งนี้ จากการศึกษาของธนาคารโลกพบว่าต้นทุนด้านโลจิสติกส์ด้านการขนส่งทางเลือกที่ลดลงร้อยละ 1 จะช่วยเพิ่มส่วนแบ่งทางการค้าให้ผู้ส่งออกได้ถึงร้อยละ 5 ถึง 8 และหากต้นทุนการขนส่งโดยรวมลดลงร้อยละ 10 จะช่วยเพิ่มปริมาณการค้าได้ร้อยละ 20

นอกจากปัญหาเรื่องต้นทุนโลจิสติกส์แล้วประเทศไทยยังประสบปัญหาเรื่องกฎระเบียบขั้นตอนทางราชการต่างๆ จากตัวเลขของธนาคารโลกพบว่าการผ่านพิธีการศุลกากร ณ บริเวณท่าอากาศยานและท่าเรือนับแต่วันที่สินค้าถึงท่าเรือ จนกระทั่งออกจากท่าเรือใช้เวลาประมาณ 5 วัน ขณะที่ประเทศคู่แข่งเช่น ฮองกงและสิงคโปร์ ใช้เวลาประมาณ 2 วัน มาเลเซีย 4 วัน จีนใช้ 4-5 วัน เป็นต้น ทั้งนี้รัฐบาลจำเป็นต้องระดมความคิดทุกหน่วยงานในการผลักดันแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติให้เท่ากับหลายประเทศที่ต่างพยายามจะนำพาตัวเองก้าวไปสู่จุดนั้น เพื่อลดขั้นตอนดำเนินงานเวลา ต้นทุนของผู้ประกอบการ และยังเป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้วย อีกทั้งยังสามารถลดขั้นตอนที่หลากหลายในระบบเอกสารเป็นอย่างดี ซึ่งจะนำไปสู่การขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจผ่านกลไกของการส่งออก และนำเข้าได้อีกด้วย

2.2.8 ปรับปรุงกฎระเบียบหรือกฎหมายด้านโครงสร้างพื้นฐานให้การขนส่งมีประสิทธิภาพในการเตรียมความพร้อมเพื่อพัฒนาและยกระดับด้านโลจิสติกส์ของประเทศจำเป็นที่จะต้องอิงกับระบบสาธารณสุขพื้นฐาน ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้ประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ที่มีอยู่ในปัจจุบัน อาทิ การขนส่งแบบราง และการขนส่งทางน้ำให้มีการใช้มากขึ้น ซึ่งจะช่วยประหยัดต้นทุนด้านการขนส่ง พร้อมจัดให้มีการปรับปรุงจุดเชื่อมต่อระหว่างรูปแบบ (Mode) การขนส่งให้สามารถเปลี่ยนถ่ายจากการขนส่งรูปแบบหนึ่งไปสู่อีกรูปแบบหนึ่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การขนส่งสินค้าทางบกไปยังคลังสินค้าสู่ท่าเรือ

และลงเรือสินค้าเพื่อส่งสินค้าไปยังลูกค้าได้ทันเวลา และเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด รวมไปถึงการพัฒนาเส้นทางการขนส่งให้เหมาะสมกับแต่ละอุตสาหกรรม ดังนั้นเพื่อให้โครงสร้างพื้นฐานรองรับระบบโลจิสติกส์จึงจำเป็นต้องเร่งให้มีการปรับปรุงกฎระเบียบหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้มีความชัดเจน เช่น กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจะต้องเร่งดำเนินการและให้ความร่วมมือแก้ไขอย่างจริงจัง

2.2.9 รัฐบาลจัดงบประมาณในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ระดับประเทศ ขณะนี้รัฐบาลได้มีแผนนโยบายชัดเจนในการสนับสนุนการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศให้เป็นระบบ Single Window e-Logistics ระดับประเทศซึ่งเป็นการนำระบบคอมพิวเตอร์ควบคุม และประมวลผลเข้ามาช่วยในการจัดการ เพื่อสร้างเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงานของระบบโลจิสติกส์ โดยในระบบใหญ่ขึ้นได้มีการแบ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่ 1. กลุ่มหน่วยงานการค้ากับดูแลการนำเข้าและส่งออก 2. กลุ่มธนาคารและธุรกิจประกันภัย 3. กลุ่มหน่วยงานบริการด้านการขนส่ง โดยที่ระบบต่างๆ จะเชื่อมโยงเข้าขั้นตอนการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับสินค้า เช่น พิธีการทางศุลกากร การจองระวางเรือ การจ่ายภาษี การประกันภัย การตรวจสอบใบขนส่งสินค้า โกดังสินค้า เป็นต้น แม้เป้าหมายหลักจะไม่ใช่ว่าเพื่อแข่งขันกับประเทศที่พัฒนาแล้ว แต่ก็จะสามารถช่วยลดปัญหาความซ้ำซ้อนที่หลากหลายลงได้ โดยคาดว่าระบบใหม่นี้จะช่วยลดเวลาดำเนินการของผู้นำเข้าส่งออก จากเดิม 8-10 วัน เป็น 1-3 วัน ซึ่งประหยัดเงินอย่างน้อยร้อยละ 0.5 ของมูลค่านำเข้า และส่งออกหรือประมาณ 28,500 ล้านบาทต่อปี

ทั้งนี้รัฐบาลได้วางเป้าหมายเพื่อเตรียมการในการพัฒนาโลจิสติกส์โดยใช้งบประมาณ 1,250 ล้านบาท ในการสร้างระบบ Single Window e-Logistics ซึ่งจะเริ่มใช้งานในช่วงปี พ.ศ. 2548-2550 เพื่อก่อตั้งเป้าหมายการเป็นศูนย์กลางการขนส่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือ Hub of Logistics ถึงแม้ว่าภูมิศาสตร์ที่ตั้งของประเทศไทยจะได้เปรียบ แต่ยังคงมีปัญหาหลายด้าน เช่น กฎหมายกฎระเบียบโครงข่ายการขนส่ง เป็นต้น

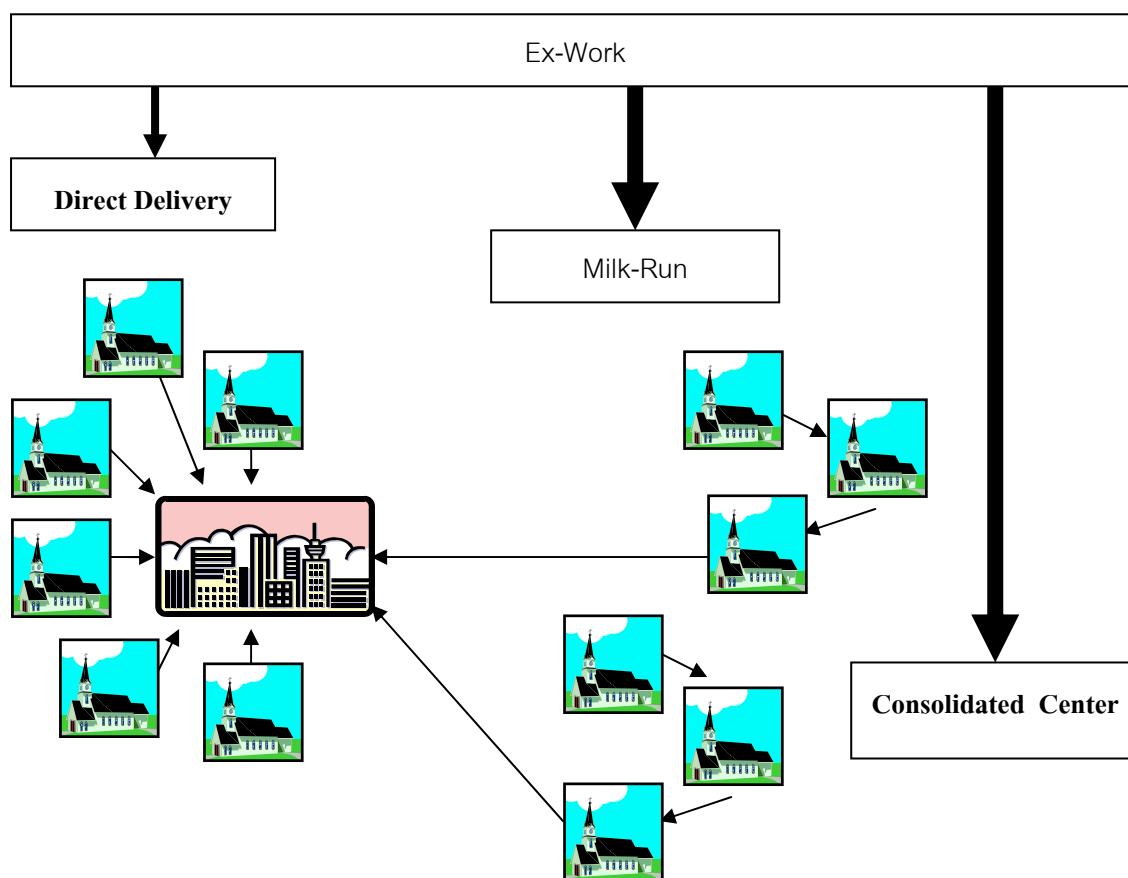
2.1.10 สนามบินสุวรรณภูมิ นครแห่งโลจิสติกส์ เมื่อมีการเชื่อมโยงด้านการค้ากับประเทศต่างๆ รูปแบบการขนส่งจะมีความแตกต่างไปจากการขนส่งในประเทศ โดยมีการขนส่งทางเรือและทางอากาศมากขึ้น ในส่วนของการขนส่งทางอากาศนั้นประเทศไทยมีความพร้อมในระดับที่ค่อนข้างสูงเนื่องจากมีการเตรียมพื้นที่ส่วนหนึ่งของสนามบินสุวรรณภูมิที่จะเปิดทำการปลายปี 2549 นี้ เพื่อดำเนินการด้านการขนส่งทางอากาศอย่างครบวงจร ทั้งการรับและส่งสินค้าด้วยระบบ

e-Logistics พร้อมคลังจัดเก็บสินค้าระยะสั้นที่มีพื้นที่รองรับกว่า 500,000 ตารางเมตร พร้อมจัดสรรพื้นที่ส่วนหนึ่งเป็นเขตปลอดอากร (Free Zone) เพื่อกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจแก่นักลงทุนเพิ่มขึ้น

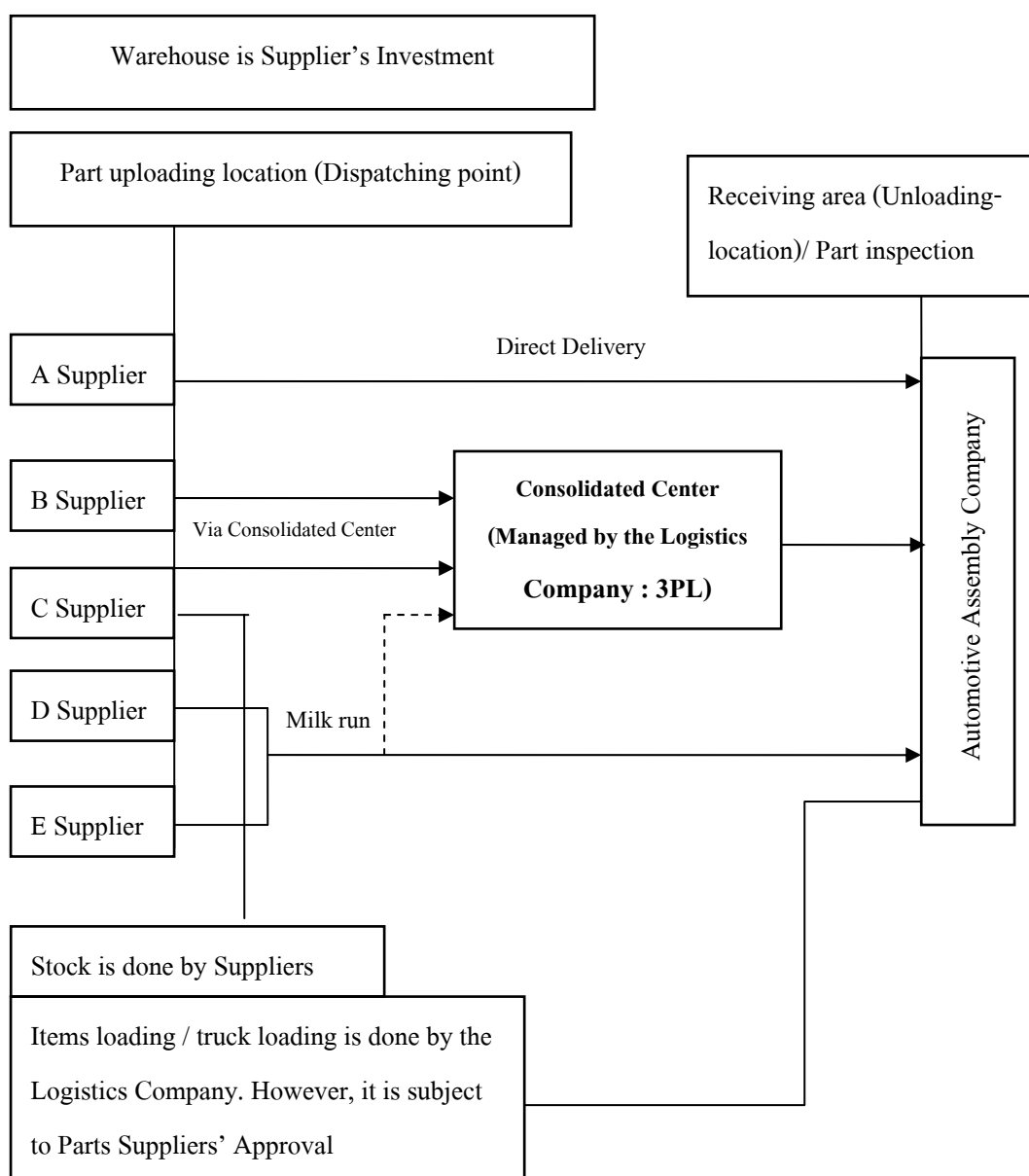
ได้มีการจัดเตรียมความพร้อมทางด้านโลจิสติกส์แก่สนามบินสุวรรณภูมิ เพื่อบูมสู่การเป็นนครโลจิสติกส์ (Logistics City) โดยกรมโยธาธิการและผังเมือง กระทรวงมหาดไทยกำหนดกรอบเชิงกายภาพไว้แล้ว โดยวางแผนโมเดลของการพัฒนาเมืองใหม่สุวรรณภูมิบนพื้นที่ 8,196 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ จังหวัดสมุทรปราการ ในอำเภอบางพลี และพื้นที่ทั้งหมดของกิ่งอำเภอบางเสาธง นอกจากนี้ยังได้รวมพื้นที่ในแขวงลาดกระบัง ทับยาว ในเขตลาดกระบังของกรุงเทพมหานครไว้ด้วย พร้อมทางเข้า ออกหลายช่องทาง เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับผู้ใช้บริการด้านต่างๆ

3. กลยุทธ์และรูปแบบระบบโลจิสติกส์ปัจจุบันในอุตสาหกรรมยานยนต์

จากการศึกษาถึงกลยุทธ์และรูปแบบการจัดการด้านโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมยานยนต์ปัจจุบัน พบว่าบริษัทผู้ผลิตรายใหญ่ เช่น นิสสัน โตโยต้า ฮิซุชิ ได้มีการจัดการบริหารระบบโลจิสติกส์ ที่เรียกว่า Ex-Work ซึ่งเป็นระบบที่ลูกค้า หรือผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในกิจกรรมโลจิสติกส์เอง และหนึ่งในกิจกรรมโลจิสติกส์ คือการขนส่งภายในประเทศที่เรียกว่า ระบบ Milk Run ถือเป็นระบบหนึ่งของการส่งมอบแบบ Just in Time โดยผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์จ้างให้บริษัทบริการด้านโลจิสติกส์ระดับ 3PL เป็นผู้ดำเนินการแทน ตัวอย่างเช่น บริษัท TNT Logistics (Thailand) VANTECH World Transport, Hi-Tech Nittsu (Thailand), NYK Logistics (Thailand) และอื่นๆ โดยสามารถอธิบาย ลักษณะการดำเนินการ และหน้าที่ความรับผิดชอบได้ดังนี้



ภาพที่ 6 ระบบการทำงานแบบ Ex-Work
ที่มา: Nissan South East Asia Co.,Ltd. (n.d.)



ภาพที่ 7 ทิศทางการไหลของหน้าที่ความรับผิดชอบของระบบการทำงานแบบ Ex-Work
ที่มา: Nissan South East Asia Co.,Ltd. (n.d.)

จากภาพที่ 6 และ 7 แสดงให้เห็นถึงลักษณะการทำงานของระบบ Ex-Work ซึ่งเดิมการขนส่งสินค้าเป็นการส่งตรงจากผู้ผลิต หรือผู้ขายไปยังผู้ประกอบการ โดยผู้ขายจะเป็นผู้ดำเนินการเอง แต่ปัจจุบันกลยุทธ์ทางโลจิสติกส์นั้นเปลี่ยนไปโดยผู้ซื้อจะเป็นผู้บริหาร และจ้างผู้อื่นดำเนินการแทน โดยขอบเขตวัตถุประสงค์ และประโยชน์ในการดำเนินกลยุทธ์ทางโลจิสติกส์สามารถสรุปได้ดังนี้

1. เพื่อเป็นส่วนสนับสนุนการสร้างภาพพจน์ให้กับลูกค้า เป็นการลดระยะเวลาในการผลิต และส่งมอบให้สั้นลง
2. เพื่อยกระดับประสิทธิภาพของกระบวนการด้านการลดปริมาณสินค้าคงคลัง (Just in time) มีการจัดส่งสินค้าเป็นประจำทุกวัน และเพิ่มความถี่ที่รวบรวมส่งตามความเหมาะสม และปรับปรุงการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์
3. เป็นการใช้ประโยชน์ของรถบรรทุกสินค้าอย่างสูงสุด บรรจุสินค้าเต็มคันรถต่อเที่ยว โดยจะกำหนดให้เป็นรถบรรทุกหกล้อ ซึ่งมีขนาดไม่ใหญ่ และเล็กจนเกินไป แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของแต่ละประเภทกิจการ และผลิตภัณฑ์ ลดจำนวนรอบจากการที่แต่ละบริษัทผู้ผลิตส่งสินค้าไปให้ลูกค้าเอง ประหยัดพลังงานและน้ำมันเชื้อเพลิง และจัดเขต จำนวนบริษัทที่ต้องเข้ารับสินค้าให้เหมาะสม
4. ทำให้ต้นทุนการขนส่งสินค้าต่ำลง จากการประหยัดที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น รวมถึงการประหยัดเวลาของผู้ประกอบการเองที่มีบริษัทรับจ้างนั้นเป็นผู้ดำเนินการติดต่อประสานงาน และติดตามแทน
5. หากสินค้าได้รับความเสียหายระหว่างการขนส่งบริษัทผู้รับจ้างบริการโลจิสติกส์ หรือขนส่งจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ เป็นการถ่ายโอนความเสี่ยงให้กับผู้รับดำเนินการซึ่งอาจจะมีความชำนาญมากกว่า
6. ความสะดวกรวดเร็วจากการติดต่อสื่อสารในระบบ อินเทอร์เน็ต และเว็บไซต์ของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์

จากรายละเอียดการดำเนินกลยุทธ์ข้างต้นจะเห็นได้ว่าเป็นอีกก้าวหนึ่งในการปรับปรุงและพัฒนาการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ไม่เคยหยุดยั้งและสิ้นสุด ทั้งนี้เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างดีที่สุด และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรด้วยนั่นเอง