

**วิถีชีวิตปกติแบบใหม่ภายหลังการระบาดใหญ่โควิด-19:
กรณีศึกษาธุรกิจยานยนต์และธุรกิจการบินกับทิศทาง
การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมขนส่งและโลจิสติกส์ไทย**

**NEW NORMAL AFTER COVID-19 PANDEMIC:
THE CASE STUDY OF AUTOMOTIVE DEALER
AND AVIATION BUSINESSES AND CHANGING
DIRECTION OF TRANSPORT AND LOGISTICS
IN THAILAND**

Received: 17 January, 2021

Revised: 28 April, 2021

Accepted: 21 May, 2021

ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์*

Taweesak Theppitak*

* รองศาสตราจารย์ ดร. และรองคณบดีด้านวิจัย ประจำคณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา

* Associate Prof. Dr. and Associate Dean for Research. Faculty of Logistics, Burapha University.

* Email: taweesak99@hotmail.com

บทคัดย่อ

โควิด-19 (COVID-19) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศและภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะ ผลกระทบต่อระบบขนส่งและโลจิสติกส์ของไทย โดยได้นำเสนอโมเดลหรือแบบจำลองของพฤติกรรมของผู้บริโภคภายหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 กับรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปของระบบขนส่งและโลจิสติกส์ โดยได้วิเคราะห์ถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงระบบขนส่งและโลจิสติกส์ในธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และธุรกิจจำหน่ายตัวเครื่องบินของไทยในอนาคต

วัตถุประสงค์งานวิจัยเพื่อศึกษาผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ต่อธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และธุรกิจจำหน่ายตัวเครื่องบิน และวิเคราะห์ถึงแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงไปของการให้บริการโลจิสติกส์โดยได้มีการเก็บข้อมูลitudinalจากการทบทวนวรรณกรรม รวมทั้งทำการสัมภาษณ์เชิงลึกธุรกิจกลุ่มเป้าหมายและจัดโฟกัสกรุ๊ปเพื่อประมวลและวิเคราะห์ผล โดยจะนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบกรณีศึกษาของสามธุรกิจเป้าหมาย ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการจัดซื้อจัดหาสินค้าของประชาชนและภาคธุรกิจทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย จะส่งผลต่อภาคการผลิตและการให้บริการของประเทศจะต้องปรับตัวและตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมขนส่งและโลจิสติกส์ไทย รวมทั้งได้เสนอแนะแนวทางการปรับตัวและการตอบสนองในเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ ซึ่งจะทำให้หน่วยงานภาครัฐที่ต้องกำหนดนโยบายสามารถนำไปใช้ในการวางแผนและการตัดสินใจในการพัฒนาระบบขนส่งและโลจิสติกส์ของประเทศ

คำสำคัญ: โควิด-19 ขนส่ง โลจิสติกส์ ภาคธุรกิจ ความปรกติรูปแบบใหม่

Abstract

The COVID-19 pandemic effects to national and regional economies around the world. In particular, it impacts to Thailand's transport and logistics system. The study proposes new model related to consumer behavior after COVID-19 pandemic with changing pattern of transport and logistics system. It examines root cause and changing trends in transport and logistics system such as car dealer, air ticket and online business.

The objective of this study is to examine effects of COVID-19 pandemic to the mentioned businesses, and to analyze future trends in logistics service providers industry. It initially reviews the related literature and collects data by using in-depth

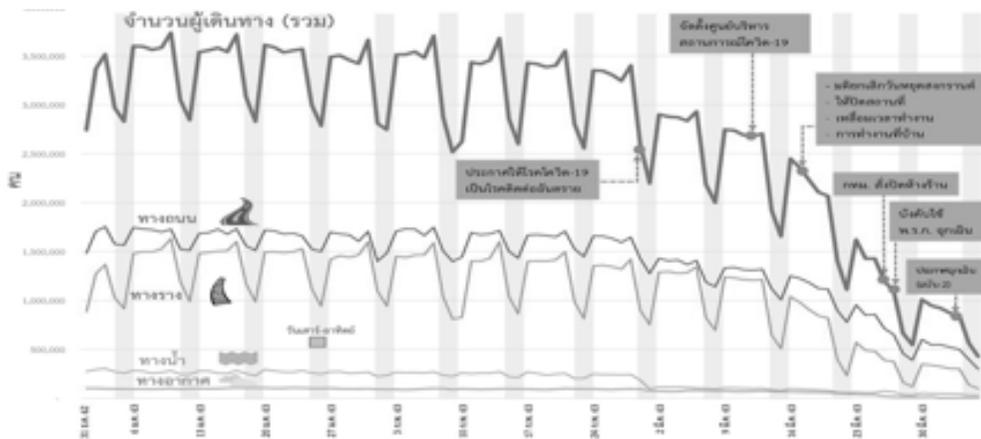
interview and focus group in three businesses. The data is systematically processed and analyzed. The case study is used to present the effects and changing trends of transport and logistics system after COVID-19. The result reveals that purchasing behavior of customer in Thailand and other countries has been changed rapidly. It directly effects to production methods and transport and logistics system respectively. The study provides recommendations both policy and practical level for adapting and response to dynamic changes. As a result, public and private sectors can apply the results for planning and decision in developing transport and logistics system.

Keywords: COVID-19, Transport, Logistics, Business, New Normal

บทนำ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์การแพร่ระบาดของอย่างรวดเร็วของโควิด-19 (COVID-19) ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และธุรกิจจำหน่ายตัวเครื่องบิน โดยยอดขายที่ลดลงของการจำหน่ายรถยนต์หรือการจำหน่ายตัวเครื่องบินแบบดั้งเดิมส่งผลให้ภาคธุรกิจต้องปรับตัวอีกทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าตามปกติก็ลดลง การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงได้ศึกษาและนำเสนอโมเดลหรือแบบจำลองของพฤติกรรมของผู้บริโภคก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 และภายหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 กับรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปของระบบขนส่งและโลจิสติกส์ รวมไปถึงการปรับตัวต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ความปกติรูปแบบใหม่หรือวิถีชีวิตปกติรูปแบบใหม่ภายหลังโรคอุบัติใหม่

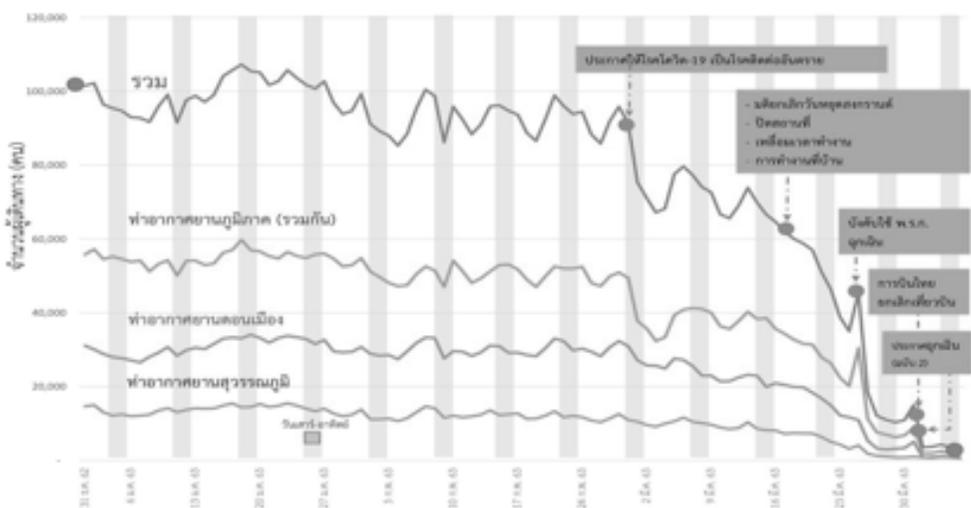
ขณะที่ การศึกษาพฤติกรรมการจัดซื้อจัดหาสินค้าของประชาชนและภาคธุรกิจทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย จะส่งผลต่อภาคการผลิตและการให้บริการของประเทศจะต้องปรับตัวและตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ย่อมส่งผลกระทบต่อทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมขนส่งและโลจิสติกส์ไทยด้วยเช่นกัน ในการศึกษาครั้งนี้จะนำเสนอโมเดลและกรณีศึกษาที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด อาทิ การเติบโตอย่างก้าวกระโดดของการค้าออนไลน์และระบบ Fulfilment Center (FC) การใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้นของระบบขนส่งด่วน รวมทั้ง ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับธุรกิจการบิน และแนวโน้มในอนาคตเพื่อให้ผู้ประกอบการขนส่ง และโลจิสติกส์จะต้องปรับตัวและตอบสนองต่อพลวัตของการเปลี่ยนแปลง ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา หรือ โควิด-19



ภาพที่ 1 สถิติจำนวนผู้เดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะตั้งแต่เดือนธันวาคม 2562 จนถึง 30 มีนาคม 2563

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม และศูนย์ปฏิบัติการฉุกเฉินด้านวิจัยและวิชาการ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563

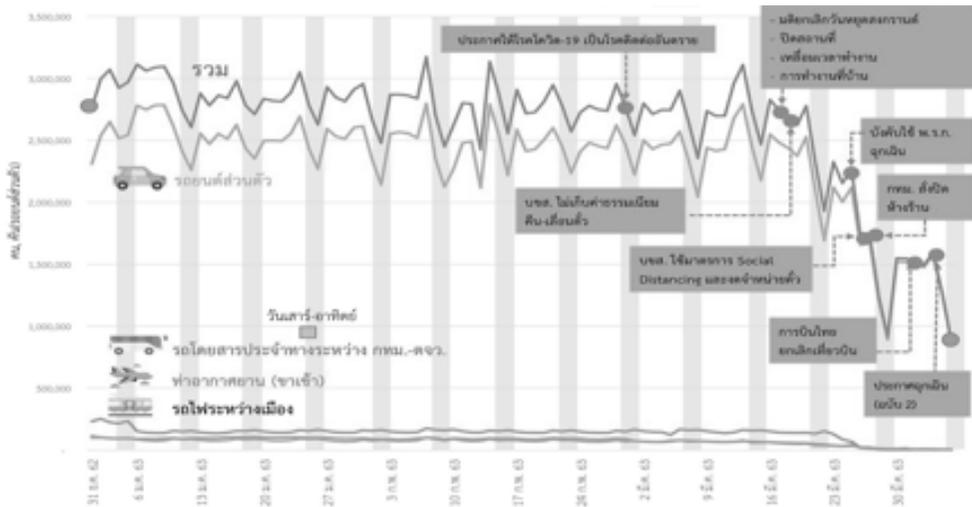
ภาพที่ 1 แสดงสถิติจำนวนผู้เดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะ โดยรวบรวมสถิติผู้เดินทางด้วยระบบขนส่งโหมดต่างๆ ได้แก่ ทางถนน ทางราง ทางน้ำ ทางอากาศ ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2562 จนถึง 30 มีนาคม 2563 ภายหลังจากมีการแพร่ระบาดของอย่างรวดเร็วของโควิด-19 ทำให้จำนวนผู้เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะในโหมดต่างๆ มีอัตราการขยายตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 2 จำนวนผู้โดยสารกับการใช้บริการขนส่งทางอากาศตั้งแต่เดือนธันวาคม 2562 จนถึงเดือนมีนาคม 2563

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม และศูนย์ปฏิบัติการฉุกเฉินด้านวิจัยและวิชาการ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563

จากภาพที่ 2 พบว่า ภายหลังจากมีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ปริมาณใช้บริการของผู้เดินทางของแต่ละสนามบินลดลงและมีอัตราการขยายตัวที่ลดลงและมีการชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งต้นเดือนมีนาคม 2563 ปริมาณผู้โดยสารส่วนใหญ่เป็นผู้โดยสารขาเข้า ซึ่งเดินทางกลับจากต่างประเทศ เมื่อพิจารณาจำนวนผู้โดยสารของแต่ละสนามบินหลักพบว่า ช่วงเวลาดังกล่าว ส่วนใหญ่จะเป็นการเดินทางภายในประเทศซึ่งมีการใช้สนามบินดอนเมือง เป็นสนามบินหลัก จนกระทั่งมีการประกาศใช้พระราชกำหนด (พรก.) สถานการณ์ฉุกเฉินในเดือนมีนาคม 2563



ภาพที่ 3 ปริมาณผู้สัญจรโดยรถยนต์ส่วนบุคคลกับระบบขนส่งสาธารณะกับการเดินทางเข้า-ออกกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2562 จนถึงเดือนมีนาคม 2563

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม และศูนย์ปฏิบัติการฉุกเฉินด้านวิจัยและวิชาการ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563

จากภาพที่ 3 พบว่า ในช่วงเดือนธันวาคม 2562 ยังไม่ได้มีการประกาศบังคับใช้ พรก. สถานการณ์ฉุกเฉิน การเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลมีปริมาณที่แกว่งตัวในกรอบแคบ ขณะที่ ระบบขนส่งสาธารณะ อาทิ รถประจำทางระหว่างกรุงเทพฯ - ต่างจังหวัด มีการแกว่งตัวในกรอบแคบเช่นกัน จนกระทั่งเดือนมีนาคม 2563 เริ่มมีการบังคับใช้ พระราชกำหนดสถานการณ์ฉุกเฉิน ทำให้การเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลและรถขนส่งสาธารณะมีอัตราการขยายตัวที่ลดลง เนื่องจากห้ามมิให้มีการสัญจรข้ามจังหวัดและมีการประกาศเคอร์ฟิวในช่วงกลางคืน



ภาพที่ 4 สถิติการจับจ่ายใช้สอยและสัดส่วนและผู้ให้บริการสั่งซื้อสินออนไลน์
ที่มา: สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) พ.ศ. 2563

จากภาพที่ 4 พบว่า ภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของอย่างรวดเร็วของเชื้อไวรัสโคโรนาหรือ โควิด-19 (COVID-19) ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและรูปแบบการสั่งซื้อสินค้า โดยปริมาณการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกหรือห้างสรรพสินค้ามีอัตราการเติบโตลดลง แต่การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น รูปแบบของพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปของระบบขนส่งและโลจิสติกส์



ภาพที่ 5 อัตราการขยายตัวการสั่งของออนไลน์และประเภทของสินค้าออนไลน์
ที่มา: <http://www.priceza.com> (ออนไลน์) พ.ศ.2563

จากภาพที่ 5 พบว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของอย่างรวดเร็วของโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างยิ่ง โดยพบว่าผู้บริโภคได้หันมาสั่งซื้อสินค้าออนไลน์แทนการออกไปซื้อปั้งหรือซื้อจากร้านค้า โดยส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคซึ่งมีการขยายตัวร้อยละ 139 หรือการสั่งซื้อหนังสือออนไลน์ เนื่องจากไม่สามารถสัญจรหรือต้องทำงานที่บ้านซึ่งมีการขยายตัวร้อยละ 105 ตามลำดับ พฤติกรรมของผู้บริโภคภายหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 จะส่งผลกระทบต่อรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปของระบบขนส่งและโลจิสติกส์ที่ต้องการรูปแบบการขนส่งที่น้อยลง รวดเร็ว สะดวก บริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการศึกษาคั้งนี้คือเพื่อศึกษาผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาหรือ โควิด-19 ต่อในธุรกิจออนไลน์ในธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และธุรกิจจำหน่ายตัวเครื่องบินและวิเคราะห์ถึงแนวโน้มที่จะเปลี่ยนไปของการให้บริการโลจิสติกส์เพื่อใช้ในการวางแผนเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ ซึ่งจะทำให้หน่วยงานภาครัฐที่ต้องกำหนดนโยบายสามารถนำไปใช้ในการวางแผนและการตัดสินใจในการพัฒนาระบบขนส่งและโลจิสติกส์ของประเทศ รวมทั้งภาคอุตสาหกรรมโลจิสติกส์สามารถใช้ในการตัดสินใจและกำหนดกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจและทำให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืน ภายหลังจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาหรือ โควิด-19

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

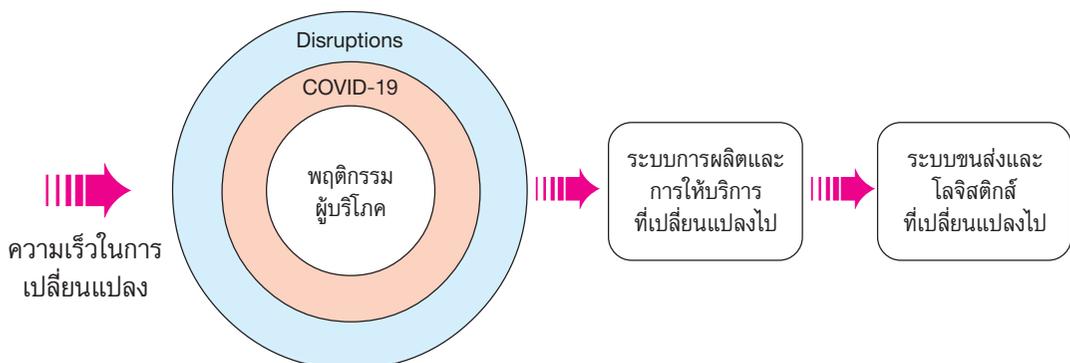
ผลการทบทวนวรรณกรรมประเด็นสำคัญจากงานวิจัยใหม่ ๆ Alon, Doepke, Olmstead-Rumsey, and Tertilt (2020) เกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 กับผลกระทบต่อภาคขนส่งและโลจิสติกส์ โดยงานวิจัยส่วนใหญ่จะอยู่ใน 3 กลุ่มใหญ่คือ การพยากรณ์การแพร่กระจายของเชื้อ COVID-19 การวิเคราะห์ผลกระทบของการแพร่กระจายของเชื้อ COVID-19 และแนวทางการปรับตัวต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดและหลังการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 โดยเฉพาะในธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และธุรกิจจำหน่ายตัวเครื่องบินของไทยในอนาคต

Baker, Farrokhnia, Meyer, Pagel, and Yannelis (2020) ได้ศึกษาและพบว่าในช่วงที่เชื้อไวรัส COVID-19 แพร่ระบาดไปทั่วทั้งโลก นักวิชาการต่างพยายามพัฒนางานวิจัยเพื่อศึกษาผลกระทบของเชื้อ COVID-19 ต่อระบบเศรษฐกิจในแง่มุมต่าง ๆ รวมทั้งด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน โดยงานวิจัยที่นำเสนอในบทความชิ้นนี้แบ่งเป็นสามหัวข้อใหญ่คือ การพัฒนาแบบจำลองของสาขาวิชาระบาดวิทยา (epidemiology) เพื่อใช้พยากรณ์การแพร่กระจายของเชื้อ COVID-19 รวมทั้งการวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นแล้วของการแพร่กระจายของเชื้อ COVID-19 กับภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ รวมทั้งด้านขนส่งและโลจิสติกส์และแนวทางการปรับตัวของภาคเศรษฐกิจต่อการแพร่ระบาดและหลังการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ต่อระบบเศรษฐกิจซึ่งงานวิจัยจะสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของประชาชนมาซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น

Baker et al. (2020) ศึกษาข้อมูลรายธุรกรรมจากบริษัทเทคโนโลยีทางการเงิน (FinTech) และพบว่าค่าใช้จ่ายของครัวเรือนในกลุ่มสินค้าปลีก อาหาร และการใช้บัตรเครดิต เพิ่มขึ้นก่อนจะลดลงอย่างชัดเจน ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวสอดคล้องกับพฤติกรรมกักตุนสินค้าในช่วงที่ไวรัสเริ่มแพร่ระบาด พฤติกรรมกักตุนพบได้ชัดในกลุ่มผู้สูงอายุมากกว่ากลุ่มที่อายุน้อยกว่า ซึ่งหมายถึงว่ากลุ่มผู้สูงอายุปฏิบัติตามคำสั่งให้กักตัวอย่างเคร่งครัดมากกว่า งานวิจัยพบว่าโรคระบาดมีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจในระยะยาว ดังนั้น นโยบายที่ช่วยลดการแพร่กระจายของเชื้อไวรัส COVID-19 ทั้งการทดสอบโรคและการกักตัวล้วนมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจเมื่อเทียบกับต้นทุนค่าเสียโอกาสของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หายไปในระยะสั้นเนื่องจากประชาชนในแต่ละช่วงอายุ อาชีพและเพศได้รับผลกระทบที่แตกต่างกัน ดังนั้นรัฐบาลจึงควรใช้มาตรการช่วยเหลืออย่างเหมาะสมต่อประชาชนในแต่ละกลุ่มโดยปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตที่ไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตตามปกติ

Theppitak, T. (2007) ได้อธิบายความหมายของ Dropshipment ว่าเป็นการนำสินค้าของคนอื่นมาขาย โดยเราสามารถบวกกำไรเข้าไปอยู่ในสินค้านั้น ๆ โดยที่เราไม่จำเป็นต้องส่งสินค้าหรือประกันสินค้าใด ๆ ว่าง่าย ๆ คือเราไปเป็นตัวกลาง โดยนำสินค้าของเจ้าของโรงงานไปขายนั่นเองสำหรับการขายของออนไลน์นั้นก็เหมือนกับการขายของทั่วไป ๆ คือต้องมีคำสั่งซื้อแล้วทำการขนส่งไปยังผู้ซื้อ ๆ แน่นอนว่าผู้ขายหลายคนอาจจะไม่มีความชำนาญด้านการขายหรือว่าอาจจะไม่มีเวลาจัดการเรื่องนี้ ๆ แต่การที่ให้ Dropship haul ค่าให้เป็นเรื่องที่หลายคนชอบทำในปัจจุบัน โดยเฉพาะการค้าขายใน eBay โดยมีข้อดีคือไม่จำเป็นต้องลงทุนมีสินค้าให้เลือกมากมาย และมีฐานข้อมูลลูกค้าเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้ง่ายต่อการทำธุรกิจใหม่ ๆ ในอนาคตและไม่จำเป็นต้องมีความเชี่ยวชาญในสินค้านั้น ๆ ไร้ความเสี่ยงในการเริ่มต้นธุรกิจ อย่างไรก็ตามโมเดลดังกล่าวก็มีข้อเสีย อาทิ ธุรกิจเล็ก ไม่สามารถทำเป็นธุรกิจที่ยั่งยืนได้ และการแข่งขันรุนแรง

กรอบแนวคิดของการศึกษา



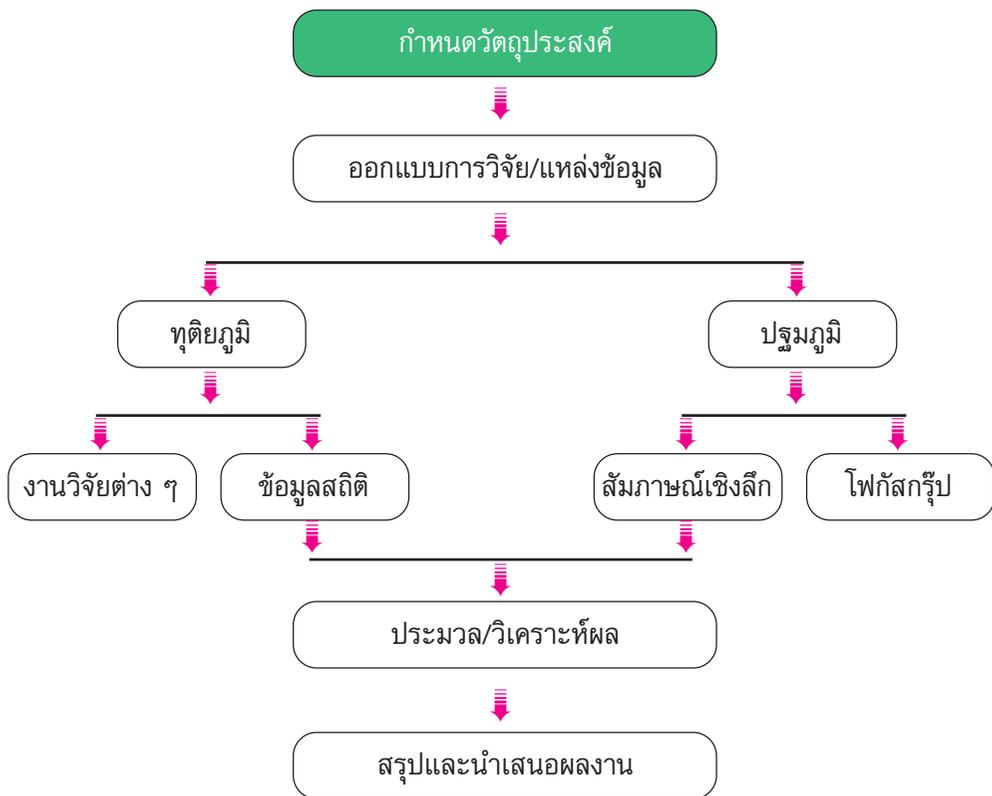
ภาพที่ 6 แบบจำลองความปกติรูปแบบใหม่ภายหลังโรคอุบัติใหม่ โควิด-19 กับทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมขนส่งและโลจิสติกส์ไทย

จากภาพที่ 6 พบว่า โดยปกติ พฤติกรรมของผู้บริโภคหรือลูกค้าในธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และธุรกิจจำหน่ายตัวเครื่องบินจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบของสินค้าและบริการต่าง ๆ แต่ในปัจจุบัน ลูกค้าต้องการสินค้าคุณภาพดี มีหลากหลายรูปแบบให้เลือก ปริมาณการซื้อไม่มาก แต่ซื้อดี รูปแบบการผลิตก็จะเปลี่ยนไปเป็นแบบ Just In Time Production ซึ่งรูปแบบของการผลิตและการบริโภคของลูกค้าที่เปลี่ยนไป ทำให้ระบบการขนส่งและโลจิสติกส์จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนเพื่อให้สอดคล้องกับสมัณนิยมและความต้องการของผู้ใช้บริการ

จากโมเดลของธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และธุรกิจจำหน่ายตัวเครื่องบิน จะพบได้ว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคหรือลูกค้าจะเป็นตัวขับเคลื่อนของซัพพลายเชน โดยผู้เล่นในซัพพลายเชนจะต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสม สอดคล้องและมีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า อย่างไรก็ตาม มีปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของลูกค้า โดยระดับของความเร็วของปัจจัยดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อ การปรับเปลี่ยนของพฤติกรรมของลูกค้าจะมีความเร็วสูงมากที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือลูกค้า รองลงมาจะเป็นการพัฒนาของเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ ในธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และธุรกิจจำหน่ายตัวเครื่องบินนั้น ผู้ผลิตจะเป็นผู้เล่นรายแรกที่จะต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าของตนเอง โดยในอดีต ลูกค้าอาจมีความต้องการของปริมาณครั้งละมาก ๆ เพื่อลดต้นทุนค่าขนส่ง การสั่งซื้อของเป็นแบบบักเก็ต แต่ในปัจจุบันลูกค้าจะมีความต้องการที่ซับซ้อน ทำให้ผู้ผลิตจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือวิธีการผลิต ผลที่ตามมาคือ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้เล่นในซัพพลายเชนก็มีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการตามพลวัตการณ์การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ได้ดำเนินการตามหลักวิชาการ โดยทำการเก็บข้อมูลจากธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และธุรกิจจำหน่ายตัวเครื่องบิน โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกระดับผู้บริหารธุรกิจละ 4 บริษัทและเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการธุรกิจละ 4 บริษัท รวมทั้งได้จัดระดมความคิดเห็นหรือโฟกัสกรุป ธุรกิจละ 1 ครั้งๆ ละ 5 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโฟกัสกรุป 15 คนและทำการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 12 บริษัท ในการคัดเลือกตัวอย่างจะใช้เป็นตัวแทนของประชากรในธุรกิจกรณีศึกษา (Sekaran, 1992, p. 375) โดยผลการสัมภาษณ์เชิงลึกและการโฟกัสกรุปจะถูกนำมาสังเคราะห์เพื่อเขียนเป็นกรณีศึกษาต่อไป



ภาพที่ 7 แนวทางการศึกษาและกระบวนการวิจัย

ภาพที่ 7 แสดงแนวทางการศึกษาและกระบวนการวิจัย โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการกำหนดโจทย์วิจัยและตั้งวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นได้ทำการออกแบบการวิจัยโดยทบทวนวรรณกรรมจากแหล่งข้อมูลทฤษฎี อาทิ บทความทางวิชาการและสถิติต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในการณศึกษาได้แก่ ธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และธุรกิจจำหน่ายตัวเครื่องบิน ทั้งก่อนและภายหลังการเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของอย่างรวดเร็วของโควิด-19 (COVID-19) เพื่อให้ทราบแนวโน้มและรูปแบบของพฤติกรรมผู้บริโภคหรือการใช้บริการของลูกค้าก่อนและหลังจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทั้งนี้เพื่อให้ทราบข้อมูลเชิงลึกและนำมาใช้ในการสังเคราะห์เป็นแบบจำลองธุรกิจได้

การศึกษาครั้งนี้ได้มีการเก็บข้อมูลโดยมีการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างธุรกิจ กรณีศึกษาทั้งในระดับผู้บริหารในระดับผู้จัดการแผนก/ฝ่าย และระดับปฏิบัติการธุรกิจในระดับหัวหน้างาน ธุรกิจละ 4 คน โดยมีประเด็นคำถามที่จะเข้าใจรูปแบบการดำเนินธุรกิจก่อนและหลังการระบาดของโควิด-19 ผลกระทบและแนวโน้มของธุรกิจทั้งในเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ แนวทางหรือมาตรการในการปรับตัวด้านโลจิสติกส์และได้มีการจัดโฟกัสกรุปธุรกิจต่าง ๆ โดยมีจำนวนผู้เข้าร่วมธุรกิจละ 5 คน ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อร่วมกันคิดเชิงวิเคราะห์ถึงแนวโน้มของธุรกิจและแนวทางการปรับตัวและตอบสนองต่อพลวัตด้านทางธุรกิจ และวิเคราะห์แนวโน้มของแบบจำลองหรือโมเดลธุรกิจของแต่ละธุรกิจ

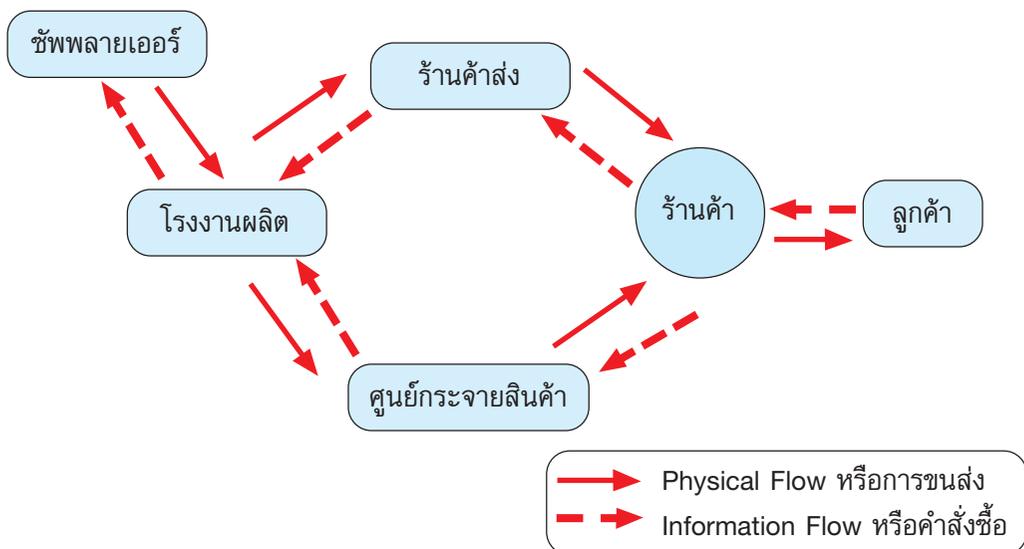
ผลการวิจัยและอภิปรายผล

งานวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาผลกระทบในธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และธุรกิจจำหน่ายตัวเครื่องบินของไทยในอนาคต ซึ่งหลายธุรกิจก็มีการปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว แต่บางธุรกิจยังขาดความสามารถในการปรับตัวและไม่สามารถตอบสนองต่อพลวัตของการเปลี่ยนแปลงนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เมื่อพิจารณาหลักการจัดการโลจิสติกส์ซึ่งจะเน้นในเรื่องการส่งหรือการไหล (Flow) ของข้อมูลสารสนเทศ (Information Flow) อาทิคำสั่งซื้อ การโต้ตอบทางไลน์หรืออีเมลหรือการโอนเงิน ซึ่งจะส่งผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) และการส่งหรือการไหลของสินค้า ซึ่งรูปแบบการส่งสินค้า (Physical Flow) จะเป็นแบบแพ็คเกจหรือการส่งปริมาณมากและการส่งจำนวนน้อยชิ้นหรือปริมาณไม่มาก ซึ่งรูปแบบการขนส่งจึงขึ้นอยู่กับปริมาณสินค้าและความเร่งด่วนในการส่งมอบสินค้า ขณะที่ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการอุปโภคบริโภคภายในประเทศ ได้ปรับโมเดลธุรกิจจาก Offline สู่ Online อย่างรวดเร็วบนแพลตฟอร์ม 'E-Commerce' และส่งผลต่อผู้ให้บริการโลจิสติกส์เห็นถึงโอกาสของการปรับโมเดลธุรกิจสู่ B2C (Business to Customer) ที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงนี้และกลายเป็น 'New normal' ในธุรกิจโลจิสติกส์ เนื่องจากการมีร้านค้าเพื่อให้บริการอาจถูกลดทอนความสำคัญลง

1. กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์

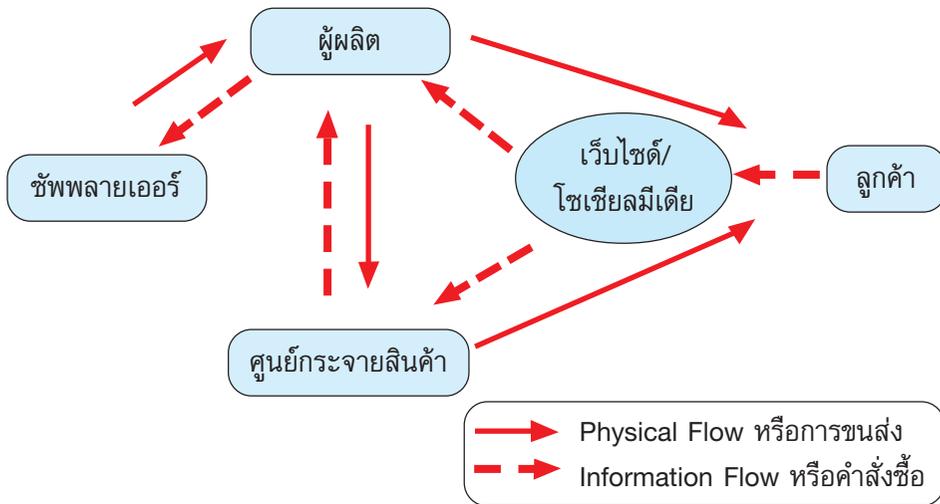
ผู้ประกอบการหลายรายพยายามปรับตัวให้อยู่รอดได้ในสถานการณ์ดังกล่าว การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าต่างๆ อาทิ เสื้อผ้า เครื่องสำอาง อุปกรณ์ใช้สอยในบ้านหรือสำนักงาน เป็นต้นผ่านทางระบบออนไลน์หรือผ่านโซเชียลมีเดียโดยมีบริการจัดส่งสินค้าจากทางร้าน ผ่านระบบขนส่งของเคอรี่ เอ็กเพรสหรือ Grab กลายเป็นหนึ่งในทางรอดที่มองเห็น แต่เพียงแต่การขนส่งสินค้าหรือการรับคำสั่งซื้อผ่านทางระบบออนไลน์ การประยุกต์ใช้ระบบการจัดการโลจิสติกส์ที่ครบวงจร กลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องพิจารณา



ภาพที่ 8 แบบจำลองการซื้อสินค้าแบบดั้งเดิม

จากภาพที่ 8 พบว่าโดยทั่วไป กระบวนการซื้อสินค้าแบบดั้งเดิมจะเริ่มต้นโดยลูกค้าจะเข้าไปซื้อสินค้าต่าง ๆ ตามร้านค้า (Retailer) ไม่ว่าจะเป็นร้านที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าหรือตั้งอยู่ทั่วไป เมื่อสินค้าหมดหรือลดน้อยลง ร้านค้าก็จะสั่งซื้อใหม่หรือสั่งซื้อเพิ่มเติมจากร้านค้าส่ง (Wholesaler) หรืออาจจะสั่งซื้อจากศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center-DC) ภายหลังจากที่ทำการสั่งซื้อแล้ว ทั้งร้านค้าหรือศูนย์กระจายสินค้าจะดำเนินการจัดส่งสินค้าไปเติมเต็มที่ร้านค้า อย่างไรก็ตาม เมื่อปริมาณสินค้าหรือสต็อกลดลง ร้านค้าส่งหรือศูนย์กระจายสินค้าก็จะทำการวางออเดอร์เพื่อส่งสินค้าไปยังโรงงานผลิตและโรงงานผลิตก็จะทำการจัดส่งสินค้าเพื่อเติมเต็มออเดอร์เหล่านั้น

ผลการศึกษาพบว่าภายใต้โมเดลดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าการส่งคำสั่งซื้อหรือการไหลของข้อมูลของลูกค้าไปยังร้านค้าและร้านค้าส่งไปยังร้านค้าส่งหรือศูนย์กระจายสินค้า และส่งต่อไปยังโรงงานผลิต รวมไปถึงซัพพลายเออร์ ข้อมูลของแต่ละผู้เล่นจะมีความซับซ้อนและผันผวนเนื่องจากผ่านผู้เล่นจำนวนมาก ขณะที่การจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าหรือผู้เล่นในแต่ละระดับ มีความซับซ้อนและซ้ำซ้อน ทำให้มีประเด็นปัญหาในการเรื่องการบริหารต้นทุนและเวลา รวมทั้งการเพิ่มคุณค่าในการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าในแต่ละระดับ

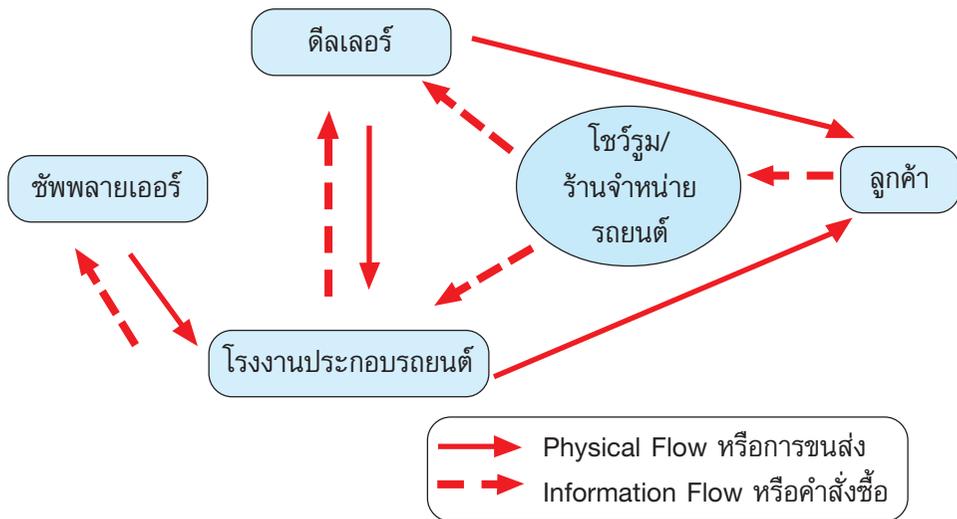


ภาพที่ 9 แบบจำลองการซื้อสินค้าออนไลน์ภายหลังโรคอุบัติใหม่ หรือโควิด-19

จากภาพที่ 9 พบว่าหลังการแพร่ระบาดอย่างรวดเร็วของโควิด-19 จะส่งผลกระทบต่อผู้เล่นต่าง ๆ ในซัพพลายเชน โดยพบว่าโมเดลของธุรกิจการสั่งซื้อสินค้าแบบออนไลน์จะได้รับความนิยมขึ้นมาทดแทนการซื้อสินค้านรูปแบบเดิม โดยจะเริ่มต้นโดยลูกค้าจะสืบค้นรายงานสินค้าและสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์หรือสื่อโซเชียลมีเดียเข้าไปซื้อสินค้าต่าง ๆ หลังจากนั้นจะมีการชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ ผ่านแพลตฟอร์มการชำระเงินออนไลน์ บัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต จากนั้นคำสั่งซื้อจะถูกส่งต่อไปยังผู้ผลิตหรือศูนย์กระจายสินค้า หลังจากการประมวลคำสั่งซื้อแล้ว ผู้ผลิตหรือศูนย์กระจายสินค้าจะส่งสินค้าไปยังลูกค้าโดยตรง โดยไม่ต้อง

ส่งกลับมาที่ผู้ให้บริการเว็บไซต์ ภายใต้โมเดลนี้ การส่งคำสั่งซื้อหรือการไหลของข้อมูลของลูกค้าไปยังไปยังเว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดีย หลังจากนั้น เว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดียจะประมวลผลและส่งคำสั่งซื้อออนไลน์ไปยังผู้ผลิตหรือศูนย์กระจายสินค้าโดยตรงซึ่งจะทำการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรง จะทำให้ลดเวลาในการส่งมอบ ลดความซับซ้อนและซับซ้อนของผู้เล่นในซัพพลายเชน (Baker et al., 2020)

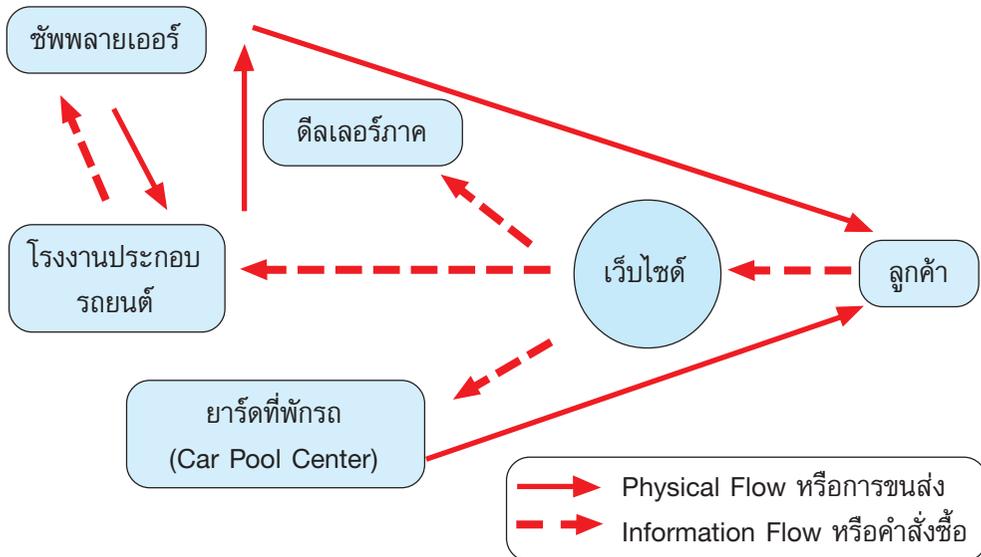
2. กรณีศึกษาธุรกิจจำหน่ายรถยนต์



ภาพที่ 10 แบบจำลองธุรกิจธุรกิจจำหน่ายรถยนต์แบบดั้งเดิม

จากภาพที่ 10 จะเริ่มต้นโดยลูกค้าจะเข้าไปซื้อรถยนต์ตามตัวแทนขาย (Dealer) หรือโชว์รูมต่าง ๆ ซึ่งอาจจะพิจารณาจากยี่ห้อ โมเดล สีหรืออุปกรณ์ต่างๆเพิ่มเติม และเมื่อลูกค้าตัดสินใจเลือกได้แล้ว ดีลเลอร์จะส่งมอบรถยนต์ที่จอดอยู่ในโชว์รูมหรือในยาร์ดที่ตั้งอยู่ในหลังโชว์รูม ในบางกรณี ลูกค้าอาจจะสั่งซื้อรถยนต์โดยจองผ่านตัวแทนขาย เมื่อได้รับรถยนต์แล้วจึงโทรแจ้งลูกค้ามารับรถยนต์ไป ทั้งนี้ เมื่อรถยนต์ในโชว์รูมหรือตัวแทนขายหมดหรือลดน้อยลงตัวแทนขาย (Dealer) หรือโชว์รูมก็จะวางคำสั่งซื้อเพิ่มเติมจากโรงงานประกอบรถยนต์ (Car Maker) ซึ่งอาจจะดึงรถยนต์ในสต็อกจากศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center-DC) มาเติมเต็มให้กับตัวแทนขาย ภายหลังจากที่ทำการสั่งซื้อแล้ว ทั้งโรงงานประกอบรถยนต์หรือศูนย์กระจายสินค้าจะดำเนินการจัดส่งสินค้าไปเติมเต็มที่ตัวแทนขาย (Dealer) หรือโชว์รูม อย่างไรก็ตาม เมื่อปริมาณสินค้าหรือสต็อกลดลง ตัวแทนขายภาค (Dealer) หรือศูนย์กระจายสินค้าก็จะทำการวางออเดอร์เพื่อส่งสินค้าไปยังโรงงานผลิตและโรงงานผลิตก็จะทำการจัดส่งรถยนต์เพื่อเติมเต็มออเดอร์เหล่านั้น สุดท้ายเมื่อปริมาณสินค้าของโรงงานผลิตลดลง โรงงานผลิตก็จะทำการวางออเดอร์เพื่อสั่งซื้อชิ้นส่วนยานยนต์จากซัพพลายเออร์และซัพพลายเออร์ก็จะทำการจัดส่งชิ้นส่วนยานยนต์ให้กับโรงงานประกอบรถยนต์เพื่อดำเนินการผลิตสินค้าต่อไป

ผลการศึกษาพบว่า การส่งคำสั่งซื้อหรือการไหลของข้อมูลของลูกค้าไปยังตัวแทนขาย (Dealer) หรือโชว์รูมและส่งไปยังศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center-DC) และส่งต่อไปยังโรงงานประกอบรถยนต์ (Car Maker) รวมไปถึงซัพพลายเออร์ ข้อมูลของแต่ละผู้เล่นจะมีความซับซ้อนและผันผวนเนื่องจากผ่านผู้เล่นจำนวนมาก



ภาพที่ 11 แบบจำลองธุรกิจจัดจำหน่ายรถยนต์ภายหลังโรคอุบัติใหม่ หรือโควิด-19

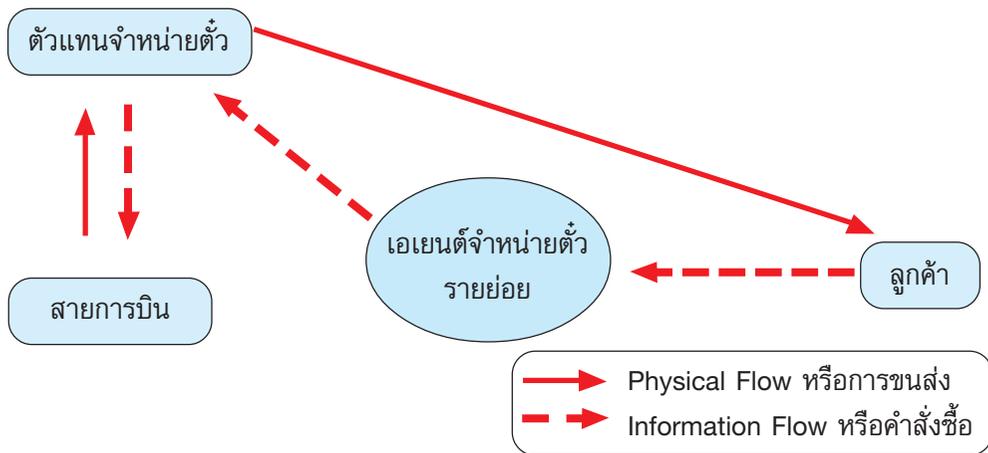
จากภาพที่ 11 พบว่าโมเดลธุรกิจจะเริ่มต้นโดยลูกค้าสามารถสืบค้นยี่ห้อ โมเดลรถ ออปชั่น รวมทั้งโปรโมชั่นของแต่ละค่ายรถได้จากเว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดีย หลังจากนั้นก็เข้าไปซื้อรถยนต์ดังกล่าว โดยสามารถชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆผ่านแพลตฟอร์มการชำระเงินออนไลน์ บัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต จากนั้นคำสั่งซื้อจะถูกส่งต่อไปยังตัวแทนขายและยาร์ดที่พักรถ (Car Pool Center) หลังจากการประมวลคำสั่งซื้อแล้ว ตัวแทนขายและยาร์ดที่พักรถจะส่งสินค้าไปยังลูกค้าโดยตรง โดยไม่ต้องส่งกลับมาที่ผู้ให้บริการเว็บไซต์ ในกรณีที่ปริมาณสินค้าของยาร์ดที่พักรถหมดหรือลดลง ยาร์ดที่พักรถก็จะส่งข้อมูลปริมาณสต็อกแจ้งไปยังโรงงานประกอบรถยนต์เพื่อทำการเติมเต็มต่อไป

ทั้งนี้ การส่งคำสั่งซื้อหรือการไหลของข้อมูลของลูกค้าไปยังเว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดีย หลังจากนั้น เว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดียจะประมวลผลและส่งคำสั่งซื้อออนไลน์ไปยังตัวแทนขายและยาร์ดที่พักรถโดยตรงซึ่งจะทำการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรง จะทำให้ลดเวลาในการส่งมอบ ลดความซับซ้อนและซับซ้อนของผู้เล่นในซัพพลายเชน โดยเฉพาะจะช่วยลดต้นทุนการดำเนินการโดยรวมลง

3. กรณีศึกษาธุรกิจการบิน

ภายใต้การออกพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินของรัฐบาล ทำให้ธุรกิจการบินของประเทศและทั่วโลกประสบปัญหาการให้บริการ เนื่องจากสำนักงานการ

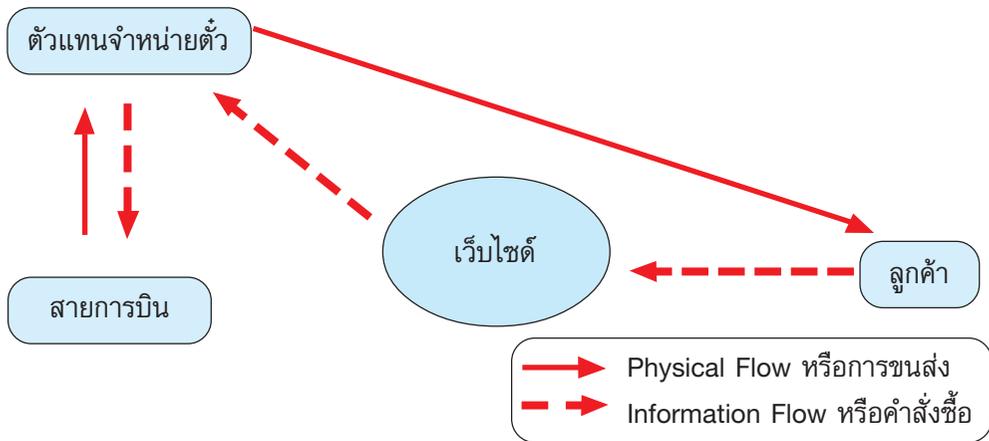
บินพลเรือนแห่งประเทศไทย ประกาศปิดสนามบินและขยายเวลาห้ามสายการบินทั่วโลกบินเข้าประเทศไทยจนถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2563 เพื่อป้องกันและควบคุมโรค COVID-19 โดยขณะนี้ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกและประเทศไทยกำลังเผชิญกับการแพร่ระบาดของโรคอุบัติใหม่ (COVID-19) ซึ่งการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างใหญ่หลวง ทำให้ประชาชนหวาดกลัวและยกเลิกการเดินทาง ส่งผลให้ปริมาณนักท่องเที่ยวหดตัวอย่างรุนแรง อีกทั้งภายหลังจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 หรือ POSTCOVID-19 แล้วก็ยังคงส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวเกิดความหวาดกลัวหรือความไม่แน่ใจ ซึ่งภาคส่วนต่างๆอาจจะมีมาตรการต่าง ๆ อาทิ การรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) หรือการใส่หน้ากากอนามัย ซึ่งอาจจะทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลง ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะต้องมีการปรับตัวครั้งใหญ่



ภาพที่ 12 แบบจำลองธุรกิจจัดจำหน่ายตั๋วเครื่องบินแบบดั้งเดิม

จากภาพที่ 12 พบว่าจะเริ่มต้นจากการที่ลูกค้าจะโทรศัพท์หรือติดต่อซื้อตั๋วเครื่องบินกับเอเจนต์จำหน่ายตั๋วรายย่อย หลังจากนั้นเอเจนต์รายย่อยจะสั่งซื้อตั๋วกับตัวแทนจำหน่ายตั๋วรายใหญ่ซึ่งจะมีโควตาจำนวนตั๋วเครื่องบินที่แน่นอนจากสายการบิน ซึ่งจะแบ่งขายให้กับเอเจนต์จำหน่ายตั๋วรายย่อยแต่ละราย เมื่อได้รับตั๋วเครื่องบินจากตัวแทนจำหน่ายตั๋วรายใหญ่แล้ว เอเจนต์จำหน่ายตั๋วรายย่อยจะส่งมอบตั๋วเครื่องบินให้กับลูกค้า

ภายใต้โมเดลดังกล่าวพบว่าการโทรศัพท์สั่งซื้อตั๋วหรือการส่งคำสั่งซื้อหรือการไหลของข้อมูลของลูกค้าไปยังเอเจนต์จำหน่ายตั๋วรายย่อยและเอเจนต์จำหน่ายตั๋วรายย่อยส่งไปยังตัวแทนจำหน่ายตั๋วรายใหญ่หรือส่งไปยังสายการบินในบางกรณีลูกค้ารายใหญ่หรือมีการสั่งซื้อตั๋วจำนวนมาก ข้อมูลของแต่ละผู้เล่นจะมีความซับซ้อนและผันผวนอยู่ตลอดเวลาเนื่องจากความไม่แน่นอนของดีมานด์และตารางการบิน ดังนั้นเพื่อให้การบริหารข้อมูลดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ จึงควรลดความซับซ้อนและจำนวนผู้เล่นในซัพพลายเชนให้สั้นลง



ภาพที่ 13 แบบจำลองธุรกิจจัดจำหน่ายตัวเครื่องบินภายหลังโรคอุบัติใหม่หรือโควิด-19

จากภาพที่ 13 พบว่าธุรกิจจัดจำหน่ายตัวเครื่องบินจะเริ่มต้นจากการที่ลูกค้าตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับวัน เวลาและตารางการบินเพื่อจะทำการจองตัวเครื่องบินผ่านเว็บไซต์ของสายการบิน ทันทีที่มีการคอนเฟิร์มการจองตัวเครื่องบินแล้ว ข้อมูลการจองจะถูกส่งออนไลน์ไปยังเอเยนต์จำหน่ายตัวและสายการบิน ในกรณีปกติ สายการบินจะมีโควต้าที่นั่งและมอบหมายเอเยนต์จำหน่ายตัวแต่ละรายได้ดำเนินการจัดจำหน่ายและถ้าเป็นลูกค้ารายใหญ่หรือมีการซื้อจำนวนมาก ก็สามารถติดต่อซื้อตัวได้จากสายการบินโดยตรง โดยตัวเครื่องบินที่จองและได้รับการคอนเฟิร์มจะถูกส่งออนไลน์ไปให้ลูกค้า ซึ่งลูกค้าสามารถสั่งปรีนตัวออกมาหรือใช้การสแกนผ่าน QR Code ณ ที่เคาเตอร์สนามบินได้เลย

ขณะที่การตรวจสอบ การจองตัวหรือสั่งซื้อตัวเครื่องบินผ่านเว็บไซต์หรือออนไลน์ จะทำให้มีการส่งข้อมูลหรือการไหลของข้อมูลของลูกค้าไปยังเอเยนต์จำหน่ายตัว โดยไม่จำเป็นต้องมีจำนวนเอเยนต์จำหน่ายตัวรายย่อยจำนวนมากซึ่งจะส่งผลให้เกิดต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น การใช้โมเดลดังกล่าวจะลดความซับซ้อนและผันผวนของข้อมูลจากความไม่แน่นอนของอุปสงค์และตารางการบิน ดังนั้นเพื่อให้การบริหารข้อมูลดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ จึงควรลดความซับซ้อนของการไหลของข้อมูลและลดจำนวนผู้เล่นในห่วงโซ่อุปทานให้สั้นลง ขณะที่การตรวจสอบที่นั่ง การจองตัวหรือการจัดส่งตัวเครื่องบินให้กับลูกค้าหรือผู้เล่นในแต่ละระดับได้ในทันทีหรือแบบ Real Time ซึ่งจะช่วยยกระดับความพึงพอใจในการบริหารต้นทุนและเวลา และเพิ่มความประทับใจให้กับลูกค้าหรือผู้ให้บริการ (Baker et al., 2020)

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดของ โควิด-19 ต่อระบบเศรษฐกิจ และจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโมเดลธุรกิจกรณีศึกษา ขณะที่หลายธุรกิจที่ไม่มีการปรับตัวให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ธุรกิจและพฤติกรรมของลูกค้าจะไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้หรือขาดความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยที่สำคัญ

ของการปรับตัวและตอบสนองต่อโมเดลธุรกิจแบบใหม่คือการรู้และเข้าใจพลวัตของการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจของตน การตระหนักถึงผลกระทบของการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงความรู้และเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมทั้งนำสิ่งที่รู้นั้นไปปรับให้เหมาะสมกับธุรกิจ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีร่วมสมัย อาทิ อินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย ทุนยนต์ บิ๊กดาต้าและปัญญาประดิษฐ์ เป็นต้นให้สอดคล้องกับธุรกิจของตน การปรับกระบวนการผลิตและโลจิสติกส์ โดยเฉพาะการนำเทคนิคหรือกลยุทธ์ด้านการผลิตหรือด้านโลจิสติกส์ที่เหมาะสมมาปรับใช้กับธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ ผลการศึกษาได้สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มที่จะเปลี่ยนไปของการให้บริการโลจิสติกส์ในส่วนต่าง ๆ อาทิ ภาคขนส่งทางบกและทางอากาศ ภาคการจัดซื้อ เป็นต้น ซึ่งผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทั้งในส่วนของภาคการขนส่ง ภาคการจัดส่งหรือคลังสินค้า รวมทั้งงานจัดซื้อ จะต้องปรับตัวไปตามรูปแบบพฤติกรรมของลูกค้าและพลวัตทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป การดำเนินงานจะสะท้อนให้เห็นถึงการคิดเชิงวิเคราะห์ในธุรกิจมากยิ่งขึ้นและมีการใช้เทคโนโลยีอัจฉริยะและระบบข้อมูลสารสนเทศอัจฉริยะเพิ่มมากขึ้น ขณะที่ภาคแรงงานในภาคโลจิสติกส์ ผู้ประกอบการหลังยุคโควิด-19 จะมีการปรับตัวโดยใช้แรงงานน้อยลงแต่มีทักษะที่หลากหลายและความเชี่ยวชาญเพิ่มมากขึ้น การให้บริการโลจิสติกส์ภายในประเทศกับต่างประเทศจะแตกต่างกันโดยระบบโลจิสติกส์ในประเทศจะเป็นการขนส่งหรือจัดส่งน้อยแต่เพิ่มความถี่ มุ่งเน้นการตอบสนองลูกค้าแบบรายคน มากกว่าให้บริการแบบคราวละมาก ๆ รูปแบบการสั่งซื้อจะเปลี่ยนจากการสั่งซื้อเป็นครั้ง ๆ หรือการวางออเดอร์ที่ละครั้งมาเป็นการเติมเต็มสินค้า (Replenishing) หรือสั่งซื้อทีเดียวแต่ทยอยมาเติมสินค้า โดยสต็อกยังอยู่ในความรับผิดชอบของผู้ขายหรือซัพพลายเออร์

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อให้ทราบถึงบริบทการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจในช่วงการระบาดของโควิด-19 และแนวทางการปรับตัวของภาคธุรกิจซึ่งได้ดำเนินการใน 3 ธุรกิจ โดยจะมุ่งเน้นการบริหารระบบโลจิสติกส์ซึ่งครอบคลุมการไหลของข้อมูลสารสนเทศ (Information Flow) และการไหลของสินค้า (Physical Flow) ซึ่งจะช่วยให้รู้และเข้าใจแนวทางการดำเนินงานและการปรับตัวของภาคเอกชนที่จะตอบสนองต่อการระบาดของโควิด-19 ดังนั้นการดำเนินการวิจัยในอนาคตจะมีสองประเด็นที่สำคัญโดยประการแรก ควรจะทำการวิจัยในธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่สำคัญ และประการที่สองคือ ควรนำเอางานวิจัยครั้งนี้ต่อยอดไปทำการสำรวจเชิงปริมาณหรือโดยใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจทัศนคติหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินธุรกิจและแนวทางการปรับตัวของธุรกิจภายหลังการระบาดของโควิด-19 เพื่อจะทำให้เกิดภาพที่กว้างและลึกในการนำมาพัฒนาองค์ความรู้ในการบริหารจัดการโลจิสติกส์ในยุคหลังการระบาดของโควิด-19 ต่อไป

บรรณานุกรม

- ศูนย์เทคโนโลยีและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม, และศูนย์ปฏิบัติการฉุกเฉินด้านการวิจัยและวิชาการ. (2563). *จำนวนผู้โดยสารกับการใช้บริการขนส่งทางอากาศตั้งแต่เดือนธันวาคม 2562 จนถึงเดือนมีนาคม 2563*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- ศูนย์เทคโนโลยีและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม, และศูนย์ปฏิบัติการฉุกเฉินด้านการวิจัยและวิชาการ. (2563). *ปริมาณผู้สัญจรโดยรถยนต์ส่วนบุคคลกับระบบขนส่งสาธารณะกับการเดินทางเข้า-ออกกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2562 จนถึงเดือนมีนาคม 2563*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- ศูนย์เทคโนโลยีและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม, และศูนย์ปฏิบัติการฉุกเฉินด้านการวิจัยและวิชาการ. (2563). *สถิติจำนวนผู้เดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะ ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2562 จนถึง 30 มีนาคม 2563*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ. (2563). *การสรุปผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของอัตราการขยายตัวการสั่งของออนไลน์และประเภทของสินค้าออนไลน์ ก่อน-หลังการแพร่ระบาดของสถานการณ์โควิด-19*. สืบค้น 10 มิถุนายน 2563, จาก <http://www.priceza.com>
- Alon, T., Doepke, M., Olmstead-Rumsey, J., & Tertilt, M. (2020). *The impact of COVID-19 on gender equality*. NBER Working Paper, 26914,1-37. Retrieved from <http://www.nber.org/papers/w26947>
- Baker, Scott R., Farrokhnia, R. A., Meyer, Steffen, Pagel, Michaela, & Yannelis, Constantine. (2020). *How does household spending respond to an epidemic? consumption during the 2020 COVID-19 pandemic*. NBER Working Paper No. 26949.
- Sekaran, Uma. (1992). *Research methods for business* (2nd ed.). New York: Wiley Press.
- Theppitak, T. (2007). *Logistics and supply chain management*. Bangkok: Expertnet Publishing.