

E-Commerce: จุดเปลี่ยนธุรกิจบริการจัดส่งสินค้าในมาเลเซีย

ธุรกิจการซื้อขายสินค้าผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือ E-Commerce ในมาเลเซีย ได้เปลี่ยนทิศทางของธุรกิจบริการไปรษณีย์และการจัดส่งสินค้าในมาเลเซีย การเจริญเติบโตของธุรกิจ E-Commerce ส่งผลดีต่อผู้ให้บริการไปรษณีย์และการจัดส่งสินค้าเดิมรวมทั้งผู้ประกอบการรายใหม่ และทำให้เกิดปรากฏการณ์ที่ผู้ประกอบการโลจิสติกส์รายเดิมมีการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจหรือควมร่วมมือกันเพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกันก็มีการแตกแขนงการให้บริการจากการเป็นผู้บริการโลจิสติกส์แบบดั้งเดิม (traditional logistics player) มาเป็นธุรกิจส่งพัสดุหรือเอกสาร (courier service business) อีกทั้งยังเกิดผู้ประกอบการที่ให้บริการตลาดเฉพาะกลุ่ม (niche player) เช่น บางรายอาจเลือกให้บริการเฉพาะการขนส่งในเขตเมือง (city logistic) หรือบางรายให้บริการขนส่งเฉพาะสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อาทิ รถพลังงานไฟฟ้า ซึ่งจะส่งผลดีต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์

ความต้องการใช้บริการจัดส่งสินค้าสำหรับธุรกิจออนไลน์ที่เพิ่มสูงขึ้นในมาเลเซีย จะทำให้เกิดบริษัทผู้ให้บริการจัดส่งสินค้าใหม่ๆ เกิดขึ้น ซึ่งรับขนส่งสินค้าที่มีปริมาณไม่มาก (small-volume shipments) บริษัทผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขนาดใหญ่ก็มีแนวโน้มที่จะขยายธุรกิจมาสู่การจัดส่งพัสดุเพื่อเพิ่มรายรับของบริษัท ในขณะที่บริษัทผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุก็นิยมมองหาหุ้นส่วนและการควมร่วมมือกันเพื่อขยายเครือข่าย ยกตัวอย่างเช่น บริษัท Pos Malaysia Bhd ซึ่งเป็นผู้ให้บริการไปรษณีย์ที่ใหญ่ที่สุดของมาเลเซีย ได้มีการหารือกับบริษัท Alibaba Group Holding Ltd. เพื่อเพิ่มบทบาทการให้บริการด้านโลจิสติกส์ในอนาคต ส่วนบริษัท GD Express Carrier Bhd (Gdex) ของมาเลเซียก็ได้ร่วมมือกับบริษัท Japan's Yamato Holding ของญี่ปุ่น ด้วยการเข้าไปถือหุ้นร้อยละ 22.84 และ Gdex ยังมีแผนจะซื้อกิจการในอีกหลายประเทศ โดยหนึ่งในประเทศเป้าหมายคือ อินโดนีเซีย

Frost & Sullivan ประเมินว่าธุรกิจ E-Commerce ของมาเลเซียจะเติบโตสูงถึงร้อยละ 33.6 ต่อปี และจะมีมูลค่าสูงถึง 5,890 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2563 จากเดิมมูลค่า 770 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2556 อย่างไรก็ตาม อุปสรรคสำคัญของธุรกิจออนไลน์ในปัจจุบันคือผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุยังมีการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในระดับต่ำ

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของ สคต.

เชิงนโยบาย - ความเคลื่อนไหวในภาคธุรกิจโลจิสติกส์ของมาเลเซียเป็นกรณีศึกษาที่ดีสำหรับประเทศไทย ซึ่งต้องการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเข้าสู่เศรษฐกิจยุคดิจิทัลโดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยผลักดันการค้าทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ โดยจะเห็นได้ว่าธุรกิจการค้าออนไลน์หรือ e-commerce จะเติบโตได้จำเป็นต้องอาศัยธุรกิจสนับสนุน (supporting industries) ที่สำคัญคือ ธุรกิจโลจิสติกส์ ซึ่งรัฐบาลควรมีการสนับสนุนผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยให้เติบโตได้หรือก้าวทันไปพร้อมๆ กันด้วย

เชิงโอกาสทางธุรกิจ - แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจโลจิสติกส์ของมาเลเซียถือเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการโลจิสติกส์ของไทยที่จะเร่งสร้างความร่วมมือหรือขยายเครือข่ายกับผู้ประกอบการโลจิสติกส์หรือผู้บริการจัดส่งพัสดุในมาเลเซีย โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กซึ่งไม่สามารถแข่งขันกับบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ที่มีระบบบริหารจัดการการขนส่งระหว่างประเทศที่ทันสมัย แต่อาจจะมี ความเชี่ยวชาญเฉพาะพื้นที่หรือสินค้า ซึ่งถือเป็นจุดแข็งที่สำคัญที่จะสร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ๆ มารองรับธุรกิจการค้าออนไลน์ ทำให้ไทยและมาเลเซียได้รับประโยชน์ร่วมกันจากธุรกิจ E-Commerce ที่เติบโตขึ้น

ที่มา: New Straits Times วันที่ 23 มกราคม 2560

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ