

ttb analytics คาดธุรกิจขนส่งพัสดุปี 2566 โตต่อเนื่อง แรงแหวน E-Commerce ด้วยมูลค่ากว่า 1.15 แสนล้านบาท สอนทางกับกำไร เน้นกลุ่มขนส่งพัสดุดังเดิม เร่งปรับตัวรับตลาดแข่งขันสูง

ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี หรือ ttb analytics ประเมินธุรกิจขนส่งพัสดุในปี 2566 มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องที่ 18% ด้วยมูลค่า 1.15 แสนล้านบาท ตามการเติบโตของตลาด E-Commerce โดยกลุ่มธุรกิจขนส่งพัสดุที่ต่อยอดมาจากธุรกิจ E-Commerce เติบโตก้าวกระโดด ขณะที่กลุ่มธุรกิจขนส่งพัสดุดังเดิมอยู่ในระดับค่อนข้างทรงตัว เน้นผู้ประกอบการขนส่งพัสดุดังเดิมรักษามาตรฐานการบริการและการจัดส่ง สร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่โดดเด่น และขยายการบริการไปยังตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) มากขึ้น

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาธุรกิจขนส่งพัสดุเป็นหนึ่งในธุรกิจบริการที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทและรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่เน้นช่องทางการกระจายสินค้าไปถึงผู้บริโภคได้เร็ว โดยในปี 2561-2562 ธุรกิจขนส่งพัสดุมูลค่าตลาดราว 4.6 หมื่นล้านบาท เติบโตเฉลี่ย 15% ต่อปี ได้รับานิสงค์จากการขยายตัวของตลาด E-Commerce ด้านการค้าปลีกและค้าส่งที่เติบโตกว่า 90% และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เทคโนโลยีเริ่มเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้คนเกือบทุกด้าน กอปรกับการสนับสนุนจากภาครัฐในการเสริมทักษะความรู้ สนับสนุนด้านการเงิน และให้คำแนะนำระเบียบต่างๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความพร้อมและสามารถรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นได้ สำหรับในช่วงปี 2563-2564 สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 กลับหนุนให้ธุรกิจขนส่งพัสดุเติบโตสูงกว่า 30% มีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 7 หมื่นล้านบาทต่อปี โดยมีผู้ประกอบการหลายรายเข้ามาลงทุนในตลาดธุรกิจขนส่งพัสดุ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หันมาใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น สะท้อนจากมูลค่าตลาด E-Commerce ด้านการค้าปลีกและค้าส่งในปี 2564 ที่เติบโตกว่า 16%

สำหรับโครงสร้างธุรกิจขนส่งในปี 2564 แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มธุรกิจขนส่งพัสดุดังเดิม มีส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ที่ 75% ซึ่งลดลงจาก 93% ในปี 2561 และกลุ่มธุรกิจขนส่งพัสดุที่ต่อยอดมาจากธุรกิจ E-Commerce มีส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ที่ 25% เพิ่มขึ้น 7% ในปี 2561 โดยกลุ่มธุรกิจขนส่งพัสดุที่ต่อยอดมาจากธุรกิจ E-Commerce เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น จากความได้เปรียบในการมีตลาด E-Commerce รองรับบริการให้บริการขนส่งสินค้าของตนเอง โดยมีการกำหนดให้ผู้ให้บริการเลือกใช้การขนส่งของช่องทาง E-Commerce นั้นๆ เป็นหลักก่อนกว่า 50% นอกจากนี้ยังมีอัตราการเติบโตของรายได้ที่เพิ่มขึ้นกว่า 4 เท่า ในช่วงปี 2562-2564 ในขณะที่กลุ่มธุรกิจขนส่งพัสดุดังเดิมกลับมีอัตราการเติบโตของรายได้ทรงตัวเฉลี่ยอยู่ที่ 16%

ทั้งนี้ ในปี 2565 หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เริ่มคลี่คลาย กิจกรรมทางเศรษฐกิจฟื้นตัวต่อเนื่อง ส่งผลให้ธุรกิจขนส่งพัสดุยังคงมีแนวโน้มเติบโต มีมูลค่าตลาดราว 9.6 หมื่นล้านบาท จากการที่ผู้คนมีความคุ้นชินกับการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ โดย ttb analytics คาดว่าในปี 2566 นี้ ธุรกิจขนส่งพัสดุจะมีมูลค่าถึง 1.15 แสนล้านบาท เติบโต 18% ตามการเติบโตของตลาด E-Commerce ที่เติบโตราว 11% แต่อาจไม่เติบโตสูงเท่าช่วงที่ผ่านมา เนื่องจากเมื่อการแพร่ระบาดของโควิด-19 คลี่คลายมากขึ้น ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อสินค้าจากช่องทางต่างๆ โดยคาดว่าลูกค้าในตลาด E-Commerce จะเริ่มถึงจุดอิ่มตัว อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการหลายรายเริ่มปรับตัวเพิ่มช่องทางการขายสินค้าทางออนไลน์ใหม่ๆ เช่น Live Commerce ผ่านสื่อออนไลน์ อีกทั้ง อาจได้ฐานลูกค้าผ่านการขายสินค้าให้ผู้บริโภคโดยตรง (B2C) เพิ่มขึ้น ซึ่งมีสัดส่วนกว่า 50% จากการที่ผู้ประกอบการที่ทำการค้าระหว่างธุรกิจกับธุรกิจด้วยกัน (B2B) มีการปรับรูปแบบการขายมาขายสินค้าโดยตรงสู่ผู้บริโภคมากขึ้น ทั้งนี้ ข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรม

ทางอิเล็กทรอนิกส์หรือ EDTA ระบุว่าประเทศไทยมีมูลค่าตลาด E-Commerce กลุ่ม B2C สูงที่สุดในอาเซียน มาตลอด 6 ปี

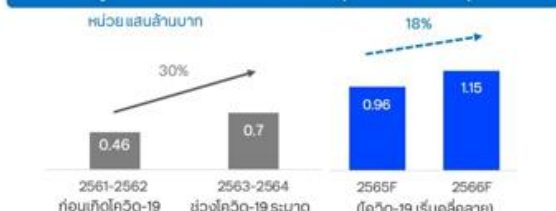
อย่างไรก็ตาม ธุรกิจขนส่งพัสดุมีการแข่งขันภายในสูง ถึงแม้จะมีรายได้ที่เติบโตต่อเนื่อง แต่มีความสามารถในการทำกำไรที่น่ากังวล เนื่องจากธุรกิจต้องพึ่งพาผู้บริโภคนเป็นหลัก ที่ผ่านมาผู้ประกอบการแต่ละรายนำกลยุทธ์ต่างๆมาใช้เพื่อดึงดูดผู้ใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการคลังสินค้าและการจัดส่ง (Fulfillment) การขยายพื้นที่การให้บริการ การขายแฟรนไชส์ และการลดราคาค่าบริการจัดส่งพัสดุ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการอาจไม่สามารถนำกลยุทธ์ด้านราคามาใช้ในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน เนื่องจากได้รับแรงกดดันจากต้นทุนการขนส่งสินค้า โดยเฉพาะราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งมีสัดส่วนราว 40% ของต้นทุนค่าขนส่งทั้งหมด ส่งผลให้ในช่วงปี 2561-2565 ผู้ประกอบการหลายราย ยังคงมีอัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) ที่ลดลงหรือขาดทุนต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจขนส่งพัสดุดั้งเดิม ในขณะที่เริ่มเห็นอัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) เป็นบวกในปี 2565 จากกลุ่มธุรกิจขนส่งพัสดุที่ต่อยอดมาจากธุรกิจ E-Commerce บางรายแล้ว

ภายใต้แรงกดดันจากการแข่งขันที่สูงขึ้น แม้ว่าทิศทาง E-Commerce จะเติบโตต่อไปตามพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ทำให้ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจขนส่งพัสดุดั้งเดิม ที่ไม่ได้มีช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ของตัวเอง จำเป็นต้องเร่งปรับตัวมากขึ้นเพื่อรักษาตลาด ในเชิงของคุณภาพมากขึ้น ในรูปของการรักษามาตรฐานการบริการและการจัดส่ง ทั้งในเรื่องคุณภาพ ระยะเวลาการจัดส่ง และการจัดการการส่งคืนสินค้าให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความประทับใจให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้ซ้ำและเกิดการบอกต่อ นอกจากนี้ยังจำเป็นต้องขยายการบริการไปยังตลาดเฉพาะกลุ่มมากขึ้น โดยเฉพาะบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า เช่น การบริการรับ-ส่งสินค้าตามความต้องการ (On-Demand Delivery Service) และการขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ เป็นต้น หรือจะเป็นการเพิ่มพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อขยายการบริการให้ครบวงจร เช่น ห้างสรรพสินค้าที่มีช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ และผู้ประกอบการรายย่อยที่มีการส่งสินค้าเป็นประจำ

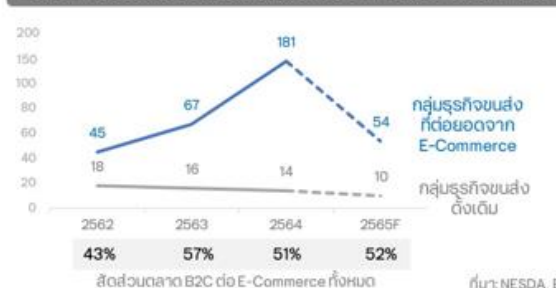
ttb analytics คาดธุรกิจขนส่งพัสดุปี 2566 โตต่อเนื่อง จากแรงหนุน E-Commerce ด้วยมูลค่ากว่า 1.15 แสนล้านบาท ส่วนทางกับกำไรและกลุ่มขนส่งพัสดุดั้งเดิมเร่งปรับตัวรับตลาดแข่งขันสูง

ttb | a.n.a.l.y.t.i.c.s

มูลค่าตลาดและการเติบโตของธุรกิจขนส่งพัสดุ



อัตราการเติบโตของรายได้ของผู้ประกอบการในธุรกิจขนส่งพัสดุ



ที่มา: NESDA, ETDA, ENLITE และ ttb analytics

ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจขนส่งพัสดุดั้งเดิม จำเป็นต้องเร่งปรับตัวมากขึ้นเพื่อรักษาตลาด ได้แก่



- 1 รักษามาตรฐานการบริการและการจัดส่งเพื่อสร้างความประทับใจให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการและเกิดการบอกต่อ
- 2 ขยายการบริการไปยังตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ให้มากขึ้น เพื่อขยายการบริการให้ครบวงจร เช่น การบริการรับ-ส่งสินค้าตามความต้องการ (On-Demand Delivery Service) และการขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ เป็นต้น
- 3 สร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่โดดเด่นเพื่อขยายการบริการให้ครบวงจร เช่น ห้างสรรพสินค้าที่มีช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ และผู้ประกอบการรายย่อยที่มีการส่งสินค้าเป็นประจำ