



## โควิดระบาดหนัก กระทบขนส่งสินค้า Online ดัดขัดชั่วคราว แต่คาดว่ารายได้ยังคงขยายตัว 19.0% ในปี 2564

CURRENT ISSUE

ปีที่ 27 ฉบับที่ 3250

วันที่ 4 สิงหาคม 2564

### ประเด็นสำคัญ

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า สถานการณ์การระบาดของโควิดที่รุนแรงขึ้น จนทำให้พนักงานขนส่งสินค้าออนไลน์บางพื้นที่ติดเชื้อ ประกอบกับการขยายมาตรการล็อกดาวน์ต่ออีก 14 วันเป็นอย่างน้อยในเดือนสิงหาคม ส่งผลกระทบชั่วคราวต่อการจัดส่งสินค้าโดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าที่เน่าเสียหรือหมดอายุง่าย เช่น กลุ่มอาหารสด ผัก ผลไม้ต่างๆ แต่สำหรับกลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร เช่น ของใช้ส่วนตัว อาหารแห้ง (เน่าเสียได้ยาก) อาจจะได้รับผลกระทบที่น้อยกว่า
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า ภาพรวมของธุรกิจขนส่งสินค้าออนไลน์ในปี 2564 นี้ แม้อำนาจจะเติบโตได้ประมาณ 19.0% หรือมีมูลค่าราว 71,800 ล้านบาท แต่เป็นการเติบโตที่ชะลอลงจากปีก่อนที่ขยายตัว 31.3% อันเป็นผลกระทบจากโควิด รวมถึงผลของราคาค่าขนส่งที่ถูกลง และหากพิจารณาถึงต้นทุนในการบริหารจัดการโดยเฉพาะที่เกี่ยวกับโควิดคาดว่าจะเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่ผู้ประกอบการอาจไม่สามารถปรับราคาค่าขนส่งเพิ่มขึ้นได้ ดังนั้น การเติบโตของรายได้ในภาพรวมที่อัตรา 2 หลัก อาจจะไม่สะท้อนถึงผลประโยชน์ที่ดีขึ้นของผู้ประกอบการทุกราย และด้วยสถานการณ์ที่ยังไม่คลี่คลาย ความเสี่ยงในการบริหารจัดการต้นทุนน่าจะยังคงมีอยู่ จึงมีความเป็นไปได้ว่าผลประกอบการสุทธิของผู้ประกอบการบางรายอาจจะประสบภาวะขาดทุน หรือผู้ประกอบการบางรายที่ยังมีกำไรก็มีแนวโน้มที่ชะลอลดตัวลง จากภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น

ธุรกิจขนส่งสินค้าออนไลน์ หรือ Last-mile delivery เป็นหนึ่งในธุรกิจที่ขยายตัวตามการเติบโตของธุรกิจ E-commerce โดยเฉพาะในช่วงที่มีการระบาดของโควิด ทำให้ผู้บริโภคกังวลในเรื่องของความปลอดภัย และงดทำกิจกรรมนอกบ้าน ส่งผลให้ผู้บริโภคต่างมีการปรับพฤติกรรมการใช้จ่ายและหันมาซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์กันมากขึ้น จึงหนุนให้ธุรกิจขนส่งสินค้าออนไลน์มีแนวโน้มเติบโตตาม

อย่างไรก็ดี ด้วยสถานการณ์การระบาดของโควิดที่รุนแรงขึ้น จนทำให้ปัจจุบันมีพนักงานขนส่งสินค้าออนไลน์ของหลายบริษัทและในหลายพื้นที่ติดเชื้อโควิด โดยเฉพาะในเขตพื้นที่สีแดงเข้ม เช่น กรุงเทพฯ นนทบุรี อโยธยา ชลบุรี ประกอบกับการขยายมาตรการล็อกดาวน์ออกไปอีกอย่างน้อย 14 วันในเดือนสิงหาคม 2564 (อาจมีการทบทวนและปรับเปลี่ยนมาตรการอีกครั้ง) จนส่งผลให้ศูนย์กระจายสินค้าที่สำคัญในบางพื้นที่ รวมถึง

#### Disclaimer

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อในความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้อันตวงประสงคเพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

## บริการทุกระดับประทับใจ

สาขาที่รับ-ส่งสินค้าบางแห่ง ทั้งที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าและนอกห้างสรรพสินค้าต้องปิดทำการชั่วคราว ในขณะที่บางสาขาที่ยังคงเปิดให้บริการได้นั้น ก็ได้รับผลกระทบเนื่องจากต้องใช้ระยะเวลาในการขนส่งสินค้าไปยังพื้นที่ปลายทางที่นานขึ้นกว่าช่วงปกติ ส่งผลให้ธุรกิจขนส่งสินค้าออนไลน์อาจได้รับผลกระทบและทำให้การจัดส่งสินค้าออนไลน์ติดขัดเป็นการชั่วคราว ประกอบกับการแข่งขันของธุรกิจที่รุนแรงขึ้น โดยเฉพาะการแข่งขันเรื่องราคาค่าขนส่งสินค้า ก็อาจทำให้ธุรกิจขนส่งในภาพรวมปีนี้แม้คาดว่าจะรายได้จะยังคงเติบโต แต่ก็เผชิญความยากลำบากในการดำเนินธุรกิจ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- **การจัดส่งสินค้าออนไลน์ในกลุ่มอาหาร (Food) น่าจะได้รับผลกระทบมากกว่าสินค้าในกลุ่มที่ไม่ใช่อาหาร (Non-food) เนื่องจากเป็นกลุ่มสินค้าที่นำเข้าง่าย ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า เมื่อระบบการจัดส่งสินค้าของธุรกิจ Last-mile delivery ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ E-commerce มีปัญหา ส่งผลกระทบต่อยอดขายสินค้าออนไลน์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าอาหาร หรือของกิน (Food) ไม่ว่าจะเป็นอาหารสด อาหารแห้ง ผัก ผลไม้ ซึ่งถือเป็นกลุ่มสินค้าจำเป็นที่คาดว่าผู้บริโภคน่าจะยังคงมีการวางแผนใช้จ่ายผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นในช่วงที่โควิดระบอบ แต่เมื่อขนส่งไม่สามารถจัดส่งสินค้าได้ หรือใช้เวลานานกว่าปกติ รวมถึงยานพาหนะที่ใช้ในการจัดส่งสินค้ากลุ่มนี้ ส่วนใหญ่ไม่ได้เอื้อต่อการจัดเก็บหรือควบคุมคุณภาพได้นาน สินค้ามีความเน่าเสียได้ง่าย จึงทำให้ได้รับผลกระทบที่ค่อนข้างมาก จนผู้ประกอบการบางราย บางพื้นที่ต้องงดรับการจัดส่งสินค้าในกลุ่มนี้เป็นการชั่วคราว**

ขณะที่กลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร (Non-food) หรือสินค้าฟุ่มเฟือย เช่น สินค้าแฟชั่น เครื่องสำอาง ของตกแต่งบ้าน เนื่องจากยอดขายได้รับผลกระทบจากกำลังซื้อของผู้บริโภคที่หดตัว และใช้จ่ายอย่างระมัดระวังมาอย่างต่อเนื่องก่อนหน้านี้ ดังนั้น สถานการณ์ดังกล่าวก็อาจจะกระทบต่อการจัดส่งสินค้ากลุ่มนี้ในระดับที่น้อยกว่า หรือหากมีคำสั่งซื้อมองว่าผู้บริโภคบางรายก็อาจจะรอสินค้าได้ อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์ดังกล่าวน่าจะเป็นปัญหาชั่วคราว และจากการเร่งแก้ปัญหาและการปรับตัวของผู้ประกอบการ ส่งผลให้สาขาในบางพื้นที่ที่ปิดทำการชั่วคราวเริ่มกลับมาเปิดทำการได้บ้าง แต่ยังคงต้องรอสินค้าที่นานกว่าช่วงปกติ

- **รายได้ของธุรกิจจัดส่งสินค้าออนไลน์ (Last-mile delivery) ในภาพรวมปี 2564 ยังคงขยายตัวได้จากการระบาดของโควิดที่ยังคงหนุนให้ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น แต่การเติบโตคาดว่าจะชะลอลงจากปีก่อนหน้าจากการแข่งขันด้านราคาค่าขนส่งสินค้า อีกทั้งยังต้องเผชิญกับต้นทุนในการดำเนินธุรกิจที่สูงขึ้น** แม้ว่าการระบาดของโควิดที่รุนแรงขึ้น จนส่งผลกระทบต่อระบบการขนส่งสินค้าให้หยุดชะงักลงเป็นการชั่วคราวในบางพื้นที่ แต่เนื่องจากผู้บริโภครยังคงกังวลกับการออกไปใช้จ่ายหรือทำกิจกรรมนอกบ้าน การประกาศล็อกดาวน์ของภาครัฐ อีกทั้งผู้ประกอบการ E-commerce มีการอัดโปรโมชั่นกันอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ผู้บริโภครยังคงใช้จ่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงต่างๆ

อย่างไรก็ดี ธุรกิจขนส่งสินค้าออนไลน์ในปัจจุบันที่แข่งขันกันรุนแรงจากจำนวนผู้เล่นในตลาดมาราย โดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคาค่าขนส่งของผู้ประกอบการรายใหญ่ ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการรายอื่นๆ ต้อง

#### Disclaimers

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อในความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละขณะเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้เป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

ปรับตัวตาม และท้ายที่สุดหากผู้ประกอบการรายใดไม่สามารถแบกรับหรือบริหารจัดการต้นทุนได้ ก็อาจจะเผชิญการแข่งขันที่ยากลำบากขึ้น ดังนั้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่า แม้ว่าการขยายตัวของธุรกิจจัดส่งสินค้าออนไลน์ (Last-mile delivery)<sup>1</sup> ในปี 2564 จะอยู่ที่ประมาณ 71,800 ล้านบาท ขยายตัว 19.0% ซึ่งเป็นการเติบโตที่ชะลอลงจากปีก่อนหน้าที่ขยายตัวถึง 31.3% แต่หากพิจารณาในส่วนของต้นทุนในการบริหารจัดการคาดว่าจะปรับเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน โดยเฉพาะต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการโควิด เพื่อสร้างความปลอดภัยและความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคและพนักงาน ต้นทุนจากการจ้างพนักงานเพิ่มขึ้น (ทดแทนพนักงานที่ติดโควิด และรองรับกับคำสั่งซื้อออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น) รวมถึงต้นทุนในการบริหารจัดการเส้นทางการส่งสินค้าใหม่ เพื่อหลีกเลี่ยงเส้นทางเดิมที่มีปัญหา ในขณะที่ต้องลดราคาค่าขนส่งให้ถูกลง เพื่อให้ธุรกิจแข่งขันได้ จึงมีความเป็นไปได้ว่าผลประกอบการของผู้ประกอบการบางรายยังคงประสบภาวะขาดทุน

### รายได้ของธุรกิจขนส่งสินค้าออนไลน์ (Last-mile delivery)

	2562p	2563p	2564f
รายได้ (ล้านบาท)	45,910	60,281	71,800
%Growth (YoY)	32.0%	31.3%	19.0%

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, SET, รายงานประจำปี รวบรวมและประมาณการโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

ดังนั้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า การเติบโตของรายได้ธุรกิจขนส่งสินค้าออนไลน์ในภาพรวมที่อัตรา 2 หลัก อาจจะไม่ได้อัดฉีดถึงผลประกอบการสุทธิที่ดีขึ้นของผู้ประกอบการได้ทุกราย และเมื่อมองไปข้างหน้า ด้วยสถานการณ์การระบาดที่ยังไม่คลี่คลาย ความเสี่ยงต่างๆ ยังคงเกิดขึ้นได้ ก็น่าจะทำให้ต้นทุนในการบริหารจัดการโควิดของผู้ประกอบการยังคงมีอยู่ ไม่ว่าจะเป็นการจัดการด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยจากโรค การกระจายศูนย์กระจายสินค้าไปยังพื้นที่ศักยภาพใหม่ๆ เพื่อกระจายความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน รวมถึงการให้บริการเรื่องของสินค้าที่ครบวงจร และหากผู้บริโภคมีความกังวลและไม่มั่นใจในเรื่องของความปลอดภัยจนทำให้มีการสำรองสินค้ามากขึ้นเพื่อลดจำนวนครั้งในการสั่งซื้อ ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อปริมาณการจัดส่งที่น้อยลงและส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจตามมา โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีข้อจำกัดในเรื่องของการบริหารจัดการต้นทุน เงินทุน และการปรับตัวที่ไม่สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์และพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ทัน ซึ่งน่าจะยังคงเผชิญความยากลำบากในการแข่งขัน

<sup>1</sup> ไม่รวมธุรกิจ Food delivery

#### Disclaimers

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อในความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้อันุมัติหรือรับรองเพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือมุ่งใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสี่ยงใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้เป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงชื่อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)