

2. การประกอบธุรกิจ

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท เอ็นซีแอล อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) (“NCL”) ประกอบธุรกิจให้บริการจัดการระบบโลจิสติก (Logistic Provider) ซึ่งได้แก่ การวางแผน, การจัดการ รวมถึงการเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้า เพื่อให้มั่นใจได้ว่ากระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าของลูกค้าจากต้นทางจะไปสู่จุดหมายปลายทางด้วยระยะเวลาที่สั้นที่สุดและด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุด โดยโครงสร้างรายได้ของบริษัทแบ่งตามลักษณะการให้บริการสามารถสรุปได้ดังนี้

รายได้	2554		2555		2556		ม.ค.-มี.ค. 2557	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากการให้บริการ								
1. การจัดการขนส่งระหว่างประเทศ								
1.1. ทางเรือ	441.51	86.33	620.16	85.20	797.94	85.26	211.93	83.57
1.2. ทางอากาศ	49.35	9.65	44.84	6.16	12.20	1.30	3.31	1.31
1.3. บริการอื่น ๆ	8.24	1.61	0.09	0.01	1.29	0.14	0.16	0.06
รวมรายได้จากการจัดการขนส่งระหว่างประเทศ	499.10	97.59	665.09	91.38	811.43	86.70	215.40	84.94
2. การขนส่งในประเทศด้วยรถหัวลาก	8.23	1.61	61.18	8.40	117.82	12.59	37.81	14.91
รวมรายได้จากการให้บริการ	507.33	99.20	726.26	99.78	929.25	99.29	253.21	99.85
รายได้อื่น ¹⁾	4.07	0.80	1.59	0.22	6.66	0.71	0.39	0.15
รายได้รวม	511.40	100.00	727.86	100.00	935.91	100.00	253.60	100.00

หมายเหตุ 1) รายได้อื่นได้แก่ กำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน, ดอกเบี้ยรับ และรายได้ค่าเช่า เป็นต้น

ลักษณะการให้บริการของบริษัทแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มหลัก คือ การให้บริการจัดการขนส่งระหว่างประเทศและการให้บริการขนส่งในประเทศ โดยแต่ละกลุ่มการให้บริการมีรายละเอียด ดังนี้

- 1) **การให้บริการจัดการขนส่งระหว่างประเทศ** ได้แก่ การเป็นผู้บริหารจัดการให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าจากจุดขนถ่ายสินค้าเพื่อส่งออกจากประเทศไทยไปยังจุดหมายปลายทางในประเทศต่าง ๆ กว่า 180 ประเทศทั่วโลก และการเป็นผู้บริหารจัดการการเคลื่อนย้ายสินค้าจากประเทศต่าง ๆ มาสู่จุดขนถ่ายสินค้าเข้าประเทศ โดยบริษัทมีการให้บริการจัดการขนส่งทั้งทางทะเลและทางอากาศ นอกจากนี้ บริษัทยังได้มีการประสานงานกับพันธมิตรในประเทศต่าง ๆ เพื่อให้สามารถให้บริการเคลื่อนย้ายสินค้าจากท่าเรือหรือสนามบินในต่างประเทศไปยังจุดหมายปลายทางที่อยู่ภายในประเทศต่าง ๆ นั้นได้อีกด้วย ทั้งนี้ รายได้จากบริการดังกล่าวนับเป็นรายได้หลักของบริษัท โดยปี 2556 และไตรมาสที่ 1 ปี 2557 บริษัทมีรายได้จากการให้บริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเท่ากับ 811.43 ล้านบาท และ 215.40 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 86.70 ร้อยละ และร้อยละ 84.94 ของรายได้รวมในแต่ละปี ตามลำดับ

ทั้งนี้ การให้บริการจัดการขนส่งระหว่างประเทศของบริษัทสามารถแบ่งตามวิธีการขนส่งได้ดังนี้

1.1) การจัดการขนส่งระหว่างประเทศทางทะเล : เป็นการขนส่งที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าที่ต้องการขนส่งสินค้าที่มีปริมาณมาก และไม่ต้องการระยะเวลาขนส่งที่รวดเร็วมากนัก เนื่องจากการขนส่งทางทะเลจะใช้ระยะเวลาเดินทางนานกว่าการขนส่งทางอากาศ แต่สามารถขนส่งสินค้าได้ครั้งละปริมาณมากจึงสามารถช่วยลดต้นทุนการขนส่งได้ ปัจจุบันบริษัทมีการให้บริการจัดการขนส่งทางทะเลครอบคลุมทั้ง 5 ทวีป ได้แก่ ยุโรป, อเมริกา, เอเชีย, ออสเตรเลีย และแอฟริกา ซึ่งครอบคลุมท่าเรือหลักของเขตการค้าสำคัญในกลุ่มประเทศต่าง ๆ ได้อย่างครบถ้วนรวมกว่า 180 แห่ง สำหรับการขนส่งสินค้าทางทะเลสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ

- การขนส่งแบบเต็มตู้คอนเทนเนอร์ (Full Container Load: FCL) เหมาะสำหรับลูกค้าที่มีปริมาณสินค้าที่มากพอที่จะเช่าตู้คอนเทนเนอร์ทั้งตู้ เพื่อบรรจุสินค้าของลูกค้าชิ้น ๆ เพียงรายเดียวโดยไม่จำเป็นต้องไปรวมแบ่งใช้ตู้คอนเทนเนอร์กับลูกค้ารายอื่น ๆ เช่น ผู้ผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก หรือผู้จัดจำหน่ายสินค้านำเข้า-ส่งออกต่างๆ โดยบริษัทจะให้บริการจัดหาตู้คอนเทนเนอร์ขนาดต่าง ๆ ที่เหมาะสม, จัดหาสายเรือตามตารางเวลาและข้อกำหนดที่ลูกค้าต้องการ, จัดการด้านเอกสารพิธีการศุลกากร รวมถึงเป็นตัวแทนในการออกสินค้าให้แก่ลูกค้า
- การขนส่งแบบไม่เต็มตู้คอนเทนเนอร์ (Less than Container Load: LCL) เหมาะสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีสินค้าไม่มากพอที่จะเช่าตู้คอนเทนเนอร์เพื่อบรรจุสินค้าของตนเองเพียงรายเดียวได้ ซึ่งส่วนใหญ่ได้แก่ผู้ประกอบการในธุรกิจให้บริการจัดการขนส่งเช่นเดียวกับบริษัทที่ไม่มีปริมาณสินค้าที่มากพอจะเช่าตู้คอนเทนเนอร์เองทั้งตู้ได้ในเวลานั้นๆ และรวมถึงกลุ่มผู้ผลิตและส่งออกสินค้าซึ่งปกติใช้บริการเช่าตู้คอนเทนเนอร์แบบเต็มตู้ แต่มีสินค้าบางส่วนที่ไม่มากพอจะเช่าตู้คอนเทนเนอร์เต็มตู้ได้ โดยบริษัทจะให้บริการรับสินค้าจากลูกค้าแต่ละรายมารวมกันและจัดสรรพื้นที่ในการบรรจุเข้าตู้คอนเทนเนอร์ที่จองไว้ ซึ่งบริษัทจะคำนวณพื้นที่และจัดวางสินค้าให้เหมาะสมกับลักษณะของสินค้าและข้อกำหนดของลูกค้าแต่ละราย เพื่อให้สินค้าของลูกค้าแต่ละรายที่มีความแตกต่างกันสามารถบรรจุลงตู้คอนเทนเนอร์เดียวกันได้อย่างปลอดภัย, ส่งได้ตามกำหนด และอยู่ภายใต้ต้นทุนที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้าแต่ละราย ทั้งนี้ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ในธุรกิจให้บริการจัดการขนส่งสินค้าเช่นเดียวกับบริษัท จึงสามารถดำเนินการเรื่องเอกสารพิธีการศุลกากรได้เอง

1.2) การจัดการขนส่งระหว่างประเทศทางอากาศ : เป็นวิธีการขนส่งระหว่างประเทศที่รวดเร็ว ใช้ระยะเวลาในการเคลื่อนย้ายสินค้าไปสู่จุดหมายปลายทางที่สั้นกว่าการขนส่งทางทะเล แต่มีต้นทุนที่สูงกว่า จึงเหมาะสำหรับการขนส่งสินค้าที่มีอายุในการเก็บรักษาสั้นหรือต้องการรักษาอุณหภูมิ เช่น ผักสดและผลไม้, สินค้าที่มีมูลค่าสูงหรือต้องการการดูแลเป็นพิเศษ เช่น อัญมณีและทองคำ รวมทั้งสินค้าที่ต้องการความรวดเร็วในการจัดส่งซึ่งมีน้ำหนักและปริมาณไม่มากนัก เช่น เอกสารและสิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ สำหรับการให้บริการแก่ลูกค้าที่ต้องการบริการขนส่งระหว่างประเทศทางอากาศนี้ บริษัทจะให้บริการจัดหาสายการบินตามตารางเวลาและข้อกำหนดที่ลูกค้าต้องการ, จัดการด้านเอกสารพิธีการศุลกากร รวมถึงเป็นตัวแทนในการออกสินค้าให้แก่ลูกค้า ทั้งนี้ ในปี 2556 และไตรมาสที่ 1 ปี 2557 บริษัทมี

รายได้จากการให้บริการขนส่งระหว่างประเทศทางอากาศเท่ากับ 12.20 ล้านบาท และ 3.31 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 1.30 และร้อยละ 1.31 ของรายได้จากการให้บริการรวมในแต่ละปี ตามลำดับ ปัจจุบันบริษัทสามารถให้บริการจัดการขนส่งทางอากาศรวมแล้วกว่า 180 ประเทศ เช่นเดียวกัน

- 1.3) **บริการอื่นๆ** : บริษัทมีการให้บริการด้านพิธีการศุลกากรและเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการเป็นตัวแทนในการออกสินค้าให้แก่ลูกค้า ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวต้องอาศัยผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านพิธีการศุลกากรและกฎระเบียบเกี่ยวกับการนำเข้า-ส่งออก เพื่อให้ลูกค้าสามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องในแต่ละประเทศได้อย่างถูกต้องและสามารถรับหรือส่งสินค้าไปยังจุดหมายปลายทางได้ตรงตามกำหนดเวลา นอกจากนี้ เพื่อเป็นการขยายขอบเขตการให้บริการแก่ลูกค้าให้ครบวงจร ในปี 2557 บริษัทจึงเริ่มให้บริการด้านคลังสินค้า โดยจัดหาคลังสินค้าที่เหมาะสมกับสินค้าและข้อกำหนดของลูกค้า รวมถึงให้บริการในการจัดการระบบบริหารสินค้าที่อยู่ในคลังแก่ลูกค้าอีกด้วย โดยปัจจุบันบริษัทมีคลังสินค้าเพื่อให้บริการ 1 แห่งที่เขตปลอดอากรวินโดสท์ ถนนบางนา-ตราด ก.ม. 52 ตำบลท่าข้าม อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ทั้งนี้ ในปี 2556 และไตรมาสที่ 1 ปี บริษัทมีรายได้จากการให้บริการอื่นๆ ดังกล่ารวมเท่ากับ 1.29 ล้านบาท และ 0.16 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 0.14 และร้อยละ 0.06 ของรายได้รวมในแต่ละปี ตามลำดับ



ตัวอย่างภาพการขนส่งระหว่างประเทศและการจัดตู้คอนเทนเนอร์

ตัวอย่างหน้าจอระบบ Log Freight

- 2) **การให้บริการขนส่งสินค้าในประเทศ** บริษัทเริ่มให้บริการขนส่งสินค้าในประเทศด้วยรถหัวลากและหางลากในปี 2554 เพื่อเป็นการขยายขอบเขตการให้บริการแก่ลูกค้าที่ใช้บริการจัดการขนส่งระหว่างประเทศกับบริษัทอยู่แล้ว และยังเป็น การขยายการทำธุรกิจโดยอาศัยความชำนาญในด้านการบริการจัดการระบบขนส่งของบริษัท เพื่อให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าที่ต้องการเคลื่อนย้ายสินค้าในประเทศทางถนนด้วยรถหัวลากและหางลากอีกด้วย ปัจจุบันบริษัทมีรถหัวลากจำนวน 50 คัน และมีหางรถสำหรับต่อกับรถหัวลากเพื่อขนสินค้าจำนวน 98 หาง โดยหางลากของบริษัทมีทั้งแบบก้างปลาซึ่งออกแบบมาสำหรับใช้วางตู้คอนเทนเนอร์ และแบบพื้นเรียบที่สามารถใช้วางตู้คอนเทนเนอร์หรือวางสินค้าโดยตรงบนหางลาก การให้บริการเคลื่อนย้ายสินค้าในประเทศของบริษัทนี้มีเส้นทางให้บริการจากโรงงานผู้ผลิตสินค้าไปยังจุดขนถ่ายสินค้าเพื่อเตรียมส่งออกจากประเทศ และจากจุดขนถ่ายสินค้าในการนำเข้าจากต่างประเทศมาสู่โรงงานหรือจุดหมายปลายทางต่างๆ ในประเทศ รวมถึงการเคลื่อนย้ายสินค้าจากต้นทางไปยังจุดหมายปลายทางต่างๆ ในประเทศตามที่ต้องการ โดยบริษัทมีจุดให้บริการรับขนส่งสินค้าในประเทศ ดังนี้

- **จุดบริการสุราษฎร์ธานี** : ตั้งอยู่ที่อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีการให้บริการขนส่งทั้งระยะทางไกลและระยะทางใกล้ โดยการขนส่งระยะทางใกล้จะใช้เวลาในการขนส่งไม่เกิน 1 วัน ได้แก่ การรับสินค้าจากโรงงานในจ.สุราษฎร์ธานีเพื่อนำไปส่งยังท่าเทียบเรือหรือสถานีรถไฟในเขตจังหวัดเดียวกัน หรือนำไปส่งที่ท่าเรือในเขตภาคใต้ เช่น ท่าเรือภูเก็ต สำหรับการขนส่งระยะทางไกลจะใช้เวลาในการขนส่งเกินกว่า 1 วัน ได้แก่ การขนส่งสินค้าจากโรงงานในจ.สุราษฎร์ธานีไปยังกรุงเทพฯ หรือจังหวัดอื่น ๆ และรับสินค้าจากจังหวัดปลายทางหรือบริเวณใกล้เคียงยกกลับมาส่งยังจังหวัดในเขตภาคใต้
- **จุดบริการแหลมฉบัง** : ตั้งอยู่ที่อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ปัจจุบันมีการให้บริการขนส่งแบบระยะทางไกล ได้แก่ การนำตู้คอนเทนเนอร์เปล่าไปรับสินค้าที่โรงงานในเขตแหลมฉบัง และนำสินค้าจากโรงงานมาส่งที่ท่าเรือแหลมฉบัง
- **จุดบริการอื่นๆ** : นอกจากจุดให้บริการทั้ง 2 แห่งดังกล่าวนี้แล้ว ภายในปี 2558 บริษัทยังมีแผนที่จะเปิดจุดให้บริการรับส่งสินค้าอีก 2 แห่ง ได้แก่ จุดให้บริการที่จังหวัดสงขลา เพื่อให้บริการรับส่งสินค้าในเส้นทางระหว่างท่าเรือแหลมฉบังและท่าเรือสงขลาหรือท่าเรือปีนัง และจุดให้บริการที่จังหวัดอุดรธานี เพื่อให้บริการรับส่งสินค้าในเส้นทางระหว่างท่าเรือแหลมฉบังและจังหวัดอุดรธานี

สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการจัดการขนส่งสินค้าในประเทศของบริษัทนี้ มีทั้งกลุ่มผู้ผลิตสินค้าในภาคเกษตรกรรม เช่น ยางพาราและข้าว และกลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้ากลุ่มอื่น ๆ เช่น เบียร์, ยางรถยนต์, อุปกรณ์ก่อสร้าง เป็นต้น ทั้งนี้ ในปี 2556 และไตรมาสที่ 1 ปี 2557 บริษัทมีรายได้จากการให้บริการขนส่งในประเทศ เท่ากับ 117.82 ล้านบาท และ 37.81 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 12.59 และร้อยละ 14.91 ของรายได้จากการให้บริการรวมในแต่ละปี ตามลำดับ



ตัวอย่างภาพรถบรรทุกทุกหัวลาก-หางลาก

ตัวอย่างหน้าจอ GPS

2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

2.2.1 กลยุทธ์การแข่งขัน

- การมีบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญ และมุ่งมั่นในการให้บริการ

การให้บริการด้านจัดการขนส่งระหว่างประเทศนั้นต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจในกฎระเบียบต่างๆ ที่บังคับใช้ในการส่งออกหรือนำเข้าและกฎหมายของประเทศต่างๆ เพราะแต่ละประเทศอาจมีข้อบังคับที่แตกต่างกัน ดังนั้น บริษัทจึงได้จัดเตรียมบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญในธุรกิจจัดการขนส่งระหว่างประเทศไว้คอยให้บริการแก่ลูกค้าโดยมีพนักงานที่ได้รับใบอนุญาตเพื่อเป็นผู้ชำนาญการสุกการประจำบริษัทถึง 2 คนคอยให้คำแนะนำแก่พนักงานในส่วนงานต่าง ๆ เพื่อจะได้นำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้องตามระเบียบและกฎหมายสุกการรวมถึงกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าของบริษัทมั่นใจได้ว่า จะสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องได้อย่างถูกต้องและสามารถรับหรือส่งสินค้าได้ตามกำหนดเวลา รวมทั้งลดปัญหาความผิดพลาดอันที่จะก่อให้เกิดความเสียหายในภายหลัง

นอกจากบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านกฎระเบียบและกฎหมายดังกล่าวแล้ว พนักงานของบริษัทยังเป็นผู้มีประสบการณ์ในการทำงานในธุรกิจจัดการขนส่งระหว่างประเทศซึ่งมีอายุการทำงานเฉลี่ยในบริษัทไม่ต่ำกว่า 5 ปี จึงสามารถให้คำแนะนำที่มาจากประสบการณ์การทำงานจริงได้ เช่น การแนะนำช่วงเวลาในการจองระวางเรือที่มีปริมาณการส่งออกน้อย หรือการจัดเรียงสินค้าจากลูกค้าหลาย ๆ รายให้อยู่ในตู้คอนเทนเนอร์เดียวกันอย่างเหมาะสมโดยใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งจะเป็นการช่วยลดต้นทุนการขนส่งให้แก่ลูกค้าได้ เป็นต้น

ทั้งนี้ นอกจากการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความชำนาญในหน้าที่ที่รับผิดชอบแล้ว บริษัทยังมุ่งเน้นการปลูกฝังค่านิยมในการทำงานให้แก่พนักงานว่า จะต้องมีความมุ่งมั่นและจริงจังต่อการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งบริษัทเชื่อมั่นว่า แนวทางการทำงานดังกล่าวนับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถสร้างสัมพันธภาพที่ดีแก่ลูกค้าของบริษัทเสมอมา

- การพัฒนาคุณภาพในการให้บริการ

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์เป็นอย่างดี เนื่องจากต้นทุนด้านโลจิสติกส์นั้นนับเป็นต้นทุนที่สำคัญอย่างหนึ่งของลูกค้า บริษัทจึงมุ่งมั่นในการพัฒนาขั้นตอนการให้บริการให้มีประสิทธิภาพสูงสุดอย่างต่อเนื่อง โดยในส่วนของธุรกิจบริการจัดการขนส่งระหว่างประเทศ บริษัทได้พัฒนาระบบ Log Freight ซึ่งเป็นระบบสารสนเทศที่สามารถเชื่อมโยงฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อจัดการเอกสารต่างๆ ที่ต้องใช้ในการดำเนินการนำเข้า-ส่งออก โดยใช้ระยะเวลาที่สั้นที่สุดส่งผลให้บริษัทสามารถจัดทำใบตราส่ง (Bill of Lading) และ ใบสั่งปล่อยสินค้า (Delivery Order) ซึ่งเป็นเอกสารสำคัญที่ต้องนำไปใช้ในการออกสินค้าได้ภายใน 1 วัน นอกจากนี้ พนักงานของบริษัทยังสามารถตรวจสอบสถานะของขั้นตอนการดำเนินการด้านเอกสารให้แก่ลูกค้าโดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ซึ่งเชื่อมโยงกับเครือข่ายส่วนกลาง จึงสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้โดยไม่มีข้อจำกัดด้านสถานที่ทำงาน

ในส่วนของธุรกิจบริการขนส่งในประเทศนั้น บริษัทได้นำระบบกำหนดตำแหน่ง (Global Positioning System: GPS) เข้ามาใช้ในการติดตามตำแหน่งรถหัวลากของบริษัท เพื่อให้สามารถตรวจสอบตำแหน่งที่อยู่และความเร็วของรถได้แบบเรียลไทม์ (Real time) ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถวางแผนเส้นทางการขนส่งและติดตามสถานะการจัดส่งสินค้าของลูกค้าได้

- การให้บริการที่ครบวงจร

บริษัทมุ่งมั่นในการนำเสนอบริการที่หลากหลายเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุมให้มากที่สุด (Total Logistic Provider) โดยเริ่มตั้งแต่การให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าในการวางแผนและจัดหาวิธีการขนส่งที่เหมาะสมกับลักษณะของสินค้าและข้อกำหนดของลูกค้า รวมถึงกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องของประเทศต่างๆ, การดำเนินการบรรจุสินค้าในตู้คอนเทนเนอร์ให้ปลอดภัยและใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด, การจัดการด้านพิธีการศุลกากรและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าสามารถส่งออกหรือรับสินค้าได้ตามกำหนด และทำหน้าที่ในการติดตามรวมถึงประสานงานกับพันธมิตรในต่างประเทศเพื่อขนส่งและกระจายสินค้าไปยังจุดหมายปลายทางในต่างประเทศ โดยบริษัทมีพันธมิตรทางการค้าซึ่งสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ครอบคลุมกว่า 180 ประเทศทั่วโลก

- การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ

จากการที่บริษัทมีการพัฒนาระบบการให้บริการอย่างต่อเนื่องและประกอบธุรกิจมานานกว่า 18 ปี ส่งผลให้บริษัทได้รับความไว้วางใจจากผู้ประกอบการบริหารจัดการขนส่งรายย่อยในประเทศที่จะมอบหมายให้บริษัทเป็นผู้ให้บริการแก่ลูกค้าของตน โดยผู้ประกอบการรายย่อยที่มีข้อจำกัดด้านขอบเขตการให้บริการนั้น สามารถนำเสนอบริการที่หลากหลายครอบคลุมให้แก่ลูกค้าของตนเองมากขึ้นโดยผ่านการใช้บริการของบริษัท ส่งผลให้ปัจจุบันบริษัทเป็นเสมือนศูนย์กลางของการรวบรวมการจัดส่งสินค้า (Center of Consolidation) ให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยต่าง ๆ เหล่านี้ ซึ่งสำหรับบริษัทแล้ว ผู้ประกอบการรายย่อยกลุ่มนี้จึงเป็นเสมือนพันธมิตรทางธุรกิจที่ทำหน้าที่รับงานจากลูกค้ารายย่อยที่กระจายอยู่ทั่วประเทศมาส่งต่อให้แก่บริษัทนั่นเอง

นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งแสวงหาพันธมิตรทางธุรกิจซึ่งเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจจัดการขนส่งในประเทศต่างๆ เพื่อที่จะทำหน้าที่เป็นตัวแทนของบริษัทในการติดต่อประสานงานเพื่อให้บริการในเขตต่างประเทศ (Agent) ปัจจุบันบริษัทมีพันธมิตรทางธุรกิจในลักษณะดังกล่าวกว่า 80 รายใน 30 ประเทศ ซึ่งทำให้บริษัทสามารถให้บริการลูกค้าได้ตั้งแต่ต้นทางในประเทศจนถึงจุดหมายปลายทางในต่างประเทศได้ครอบคลุมกว่า 180 ประเทศทั่วโลก นอกจากนี้ พันธมิตรทางธุรกิจของบริษัทยังช่วยให้ข้อมูลเกี่ยวกับโอกาสทางการตลาดในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายต่างๆ เพื่อให้บริษัทสามารถขยายฐานลูกค้าได้ และบริษัทยังสามารถขยายฐานลูกค้าโดยการเป็นผู้รับผิดชอบประสานงานเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าของพันธมิตรดังกล่าวในเขตประเทศไทยอีกด้วย

- ศักยภาพในการบริหารจัดการต้นทุน

นับตั้งแต่เริ่มประกอบธุรกิจ บริษัทสามารถสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการทั้งแก่ลูกค้าและพันธมิตรทางการค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศมาโดยตลอด ทำให้บริษัทมีการเติบโตและขยายฐานลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งการที่บริษัทมีปริมาณการขนส่งอย่างสม่ำเสมอ นั้น ส่งผลให้บริษัทสามารถเจรจากับลูกค้าต่าง ๆ เช่น สายเรือและสายการบิน เพื่อจองตารางการจัดส่งสินค้าลงเรือหรือเครื่องบินให้เป็นไปตามที่ลูกค้าต้องการ และยังสามารถเจรจาต่อรองเพื่อบริหารต้นทุนค่าระวางซึ่งนับเป็นต้นทุนหลักในการให้บริการได้ นอกจากนี้ การที่บริษัทมีพันธมิตรทางธุรกิจในประเทศต่างๆ ยังส่งผลให้บริษัทสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลการบริหารต้นทุนในการให้บริการในประเทศต่างๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดอีกด้วย

2.2.2 ลักษณะของลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของบริษัทสามารถแบ่งตามลักษณะของธุรกิจได้ดังนี้

ธุรกิจบริการจัดการขนส่งระหว่างประเทศ

บริษัทเป็นผู้ให้บริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทั้งทางเรือและทางอากาศ โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้ประกอบการเพื่อการส่งออกและนำเข้า (Exporter ,Importer) ซึ่งได้แก่โรงงานต่าง ๆ ที่เป็นผู้ผลิตสินค้า (Manufacturer) รวมถึงผู้ประกอบการที่เป็นผู้ค้าและจัดจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ (Trader, Distributor) ตัวอย่างเช่น ผู้ค้าข้าว, ยางพารา, ยางรถยนต์ และสินค้าอุปโภคบริโภคต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้มักมีปริมาณสินค้าที่จะขนส่งมากพอที่จะเช่าตู้คอนเทนเนอร์ทั้งตู้เพื่อบรรจุสินค้าของตนเองเพียงรายเดียวได้ โดยกลุ่มลูกค้าดังกล่าวมักมีการใช้บริการจัดการขนส่งทางทะเลแบบ FCL เป็นหลัก สำหรับลูกค้าในกลุ่มนี้ จะอยู่ภายใต้การดูแลของ “แผนกให้บริการบริหารและจัดการขนส่งและพิธีการกรมศุลกากร (FF)” ซึ่งอัตราการเติบโตของลูกค้าในกลุ่มนี้จะขึ้นอยู่กับอัตราการเติบโตของธุรกิจของลูกค้าแต่ละราย ทั้งนี้ ลูกค้าของบริษัทนั้นกระจายอยู่ในกลุ่มธุรกิจต่างๆ ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคการเกษตรและภาคอุตสาหกรรม
2. กลุ่มผู้ให้บริการจัดการขนส่งสินค้า (Freight Forwarder) ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจให้บริการจัดการขนส่งเช่นเดียวกับบริษัท แต่มีปริมาณการจัดส่งสินค้าไม่มากพอที่จะเช่าตู้คอนเทนเนอร์ได้ทั้งตู้ได้ กลุ่มลูกค้าดังกล่าวจึงมักใช้บริการขนส่งทางทะเลแบบ LCL กับบริษัท สำหรับลูกค้าในกลุ่มนี้จะอยู่ภายใต้การดูแลของ “แผนกให้บริการขนส่งและกระจายสินค้าระหว่างประเทศ (NVOCC)” ซึ่งการเติบโตของลูกค้าในกลุ่มนี้จะขึ้นอยู่กับอัตราการเติบโตของปริมาณการส่งออก-นำเข้าสินค้าของประเทศไทย ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจของผู้รับจัดการขนส่งรายย่อยซึ่งเป็นลูกค้าและพันธมิตรทางการค้าของบริษัทเติบโตไปด้วย

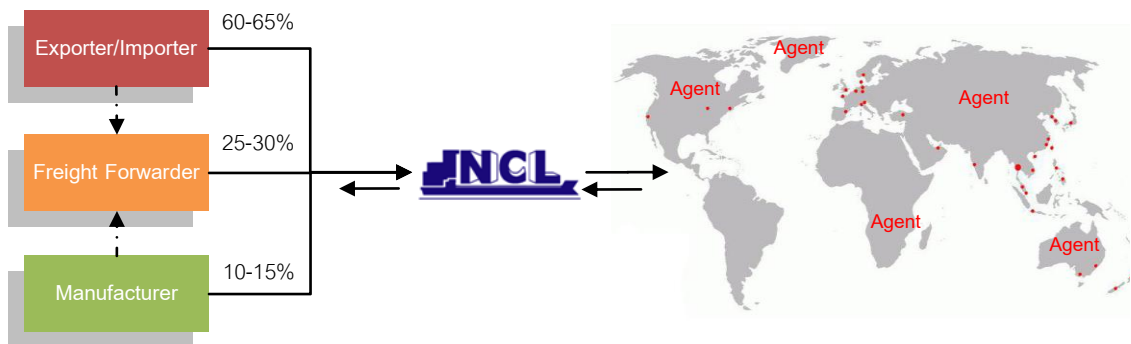
ธุรกิจบริการขนส่งในประเทศ

บริษัทเป็นผู้ให้บริการขนส่งภายในประเทศด้วยรถหัวลากและหางลากเพื่อให้บริการขนส่งสินค้าภายในประเทศ ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจนี้ได้แก่ ผู้ประกอบการในธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ ทั้งที่เป็นโรงงานผลิตสินค้า (Manufacturer) หรือผู้ค้าและผู้จัดจำหน่ายสินค้า (Trader, Distributor) ที่มีการขนส่งสินค้าไปยังจุดหมายปลายทางต่างๆ ในประเทศ ตัวอย่างเช่น ผู้ค้าข้าว, ยางพารา, ผู้จัดจำหน่ายเครื่องดื่ม, ผู้ค้าวัสดุก่อสร้าง เป็นต้น โดยลูกค้าในกลุ่มนี้จะอยู่ภายใต้การดูแลของ “แผนกให้บริการขนส่งและขนถ่ายสินค้าทางบก (Truck)” สำหรับอัตราการเติบโตของลูกค้าในกลุ่มนี้ จะขึ้นอยู่กับอัตราการเติบโตของธุรกิจของลูกค้าแต่ละราย

โครงสร้างรายได้แบ่งตามกลุ่มลูกค้า (ล้านบาท)

กลุ่มลูกค้า	2554		2555		2556		ม.ค.-มี.ค.57	
	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน
1. ธุรกิจจัดการขนส่งระหว่างประเทศ								
1.1. ผู้ประกอบการเพื่อการส่งออก/นำเข้า (Exporter/Importer)	332.47	65.53	419.72	57.79	565.60	60.87	150.85	59.57
1.2. ผู้ให้บริการบริหารจัดการขนส่ง (Freight Forwarder)	166.64	32.85	245.37	33.79	245.84	26.46	64.55	25.49
รวมรายได้จากธุรกิจจัดการขนส่ง	499.10	98.38	665.09	91.58	811.43	87.32	215.40	85.07
2. ธุรกิจขนส่งในประเทศ								
ผู้ประกอบการในธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ	8.23	1.62	61.18	8.42	117.82	12.68	37.81	14.93
รวมรายได้	507.33	100.00	726.26	100.00	929.25	100.00	253.21	100.00

ทั้งนี้ เนื่องจากลูกค้าของบริษัทนั้นกระจายอยู่ในกลุ่มธุรกิจต่างๆ ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคการเกษตรและภาคอุตสาหกรรม รวมถึงกลุ่มผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์เช่นเดียวกันกับบริษัท ส่งผลให้บริษัทไม่มีการพึ่งพิงลูกค้ารายใดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 30 ของรายได้จากการให้บริการในแต่ละปี โดยในปี 2556 และไตรมาสที่ 1 ปี 2557 บริษัทมีการให้บริการแก่ลูกค้าในสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 10 ของรายได้จากการให้บริการเพียง 1 ราย โดยมีสัดส่วนรายได้จากลูกค้าดังกล่าวเท่ากับร้อยละ 19.72 และร้อยละ 15.48 ของรายได้จากการให้บริการในปี 2556 และไตรมาสที่ 1 ปี 2557 ตามลำดับ



แผนภาพแสดงสัดส่วนรายได้จากกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่ม

2.2.3 การจัดจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยช่องทางการจำหน่ายทางตรงได้แก่ การติดต่อกับลูกค้าโดยตรงผ่านทางเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดและเว็บไซต์ www.nclthailand.com ของบริษัท โดยบริษัทมีการแบ่งส่วนงานออกเป็น 3 ส่วนตามกลุ่มของลูกค้าเพื่อทำหน้าที่ติดตามข่าวสารและนำเสนอ บริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มให้ได้มากที่สุด ซึ่งประกอบด้วย แผนก ให้บริการบริหารและจัดการขนส่งและพิธีการกรมศุลกากร (FF), แผนกให้บริการขนส่งและกระจายสินค้า ระหว่างประเทศ (NVOCC) และแผนกให้บริการขนส่งและขนถ่ายสินค้าทางบก (Truck) โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดและการขายจะเป็นผู้ทำหน้าที่ติดต่อกับลูกค้าเป้าหมายทั้งทางโทรศัพท์และการนัดหมายเข้าพบ เพื่อนำเสนอบริการ

บริษัทมีช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อมจากการแนะนำของลูกค้าเดิมที่เคยใช้บริการกับบริษัท และจากการแนะนำของพันธมิตรทางการค้าของบริษัท ซึ่งได้แก่ เอเยนต์ของบริษัทซึ่งเป็นผู้ประกอบการใน ธุรกิจจัดการขนส่งในประเทศต่าง ๆ โดยเอเยนต์เหล่านี้จะทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานในการบริการจัดการ การขนส่งในเขตประเทศที่ตนดูแลให้แก่บริษัท และในทางกลับกันก็จะแนะนำหรือมอบหมายให้บริษัทเป็นผู้ดูแลลูกค้าของเอเยนต์ดังกล่าวในการบริการจัดการขนส่งในเขตประเทศไทย ปัจจุบันบริษัทมีการจัดทำ บันทึกข้อตกลงทางธุรกิจกับเอเยนต์รวมประมาณ 80 ราย ในทั่วโลก ซึ่งการแนะนำลูกค้าใหม่ของเอเยนต์ เหล่านี้นับเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญอีกช่องทางหนึ่งของบริษัท (ดูข้อมูลเพิ่มเติมในสรุปข้อตกลง agency agreement ในหัวข้อ 5.ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ หน้า ส่วนที่2.2/5 หน้าที่5)

นอกจากช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรงและทางอ้อมดังกล่าวข้างต้นแล้วนั้น ทางบริษัทยังมี ช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าและลูกค้ารู้จักบริษัทโดยการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมต่างๆ ทั้งใน ประเทศและต่างประเทศ ซึ่งได้แก่ สมาคมหอการค้าไทย, สมาคมชิปปิ้งแห่งประเทศไทย, สมาคมขนส่ง สินค้าและโลจิสติก และ World Cargo Alliances : WCA อีกด้วย

2.2.4 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ภาพรวมธุรกิจโลจิสติกส์

โลจิสติกส์นับเป็นปัจจัยสำคัญต่อการลดต้นทุนและเพิ่มกำไรให้กับธุรกิจ โดยกระบวนการโลจิสติกส์นั้นครอบคลุมตั้งแต่กิจกรรมด้านการขนส่งและเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตมาสู่โรงงาน, การเก็บรักษา ปัจจัยการผลิตและสินค้าที่ผลิตได้ และการส่งสินค้าที่ผลิตได้กระจายไปสู่ผู้บริโภค ในปี 2555 ต้นทุนโลจิสติกส์รวมของประเทศไทยมีมูลค่าประมาณ 1,711 พันล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 14.3 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ โดยประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก คือ ต้นทุนค่าขนส่งสินค้าเป็นสัดส่วน ประมาณร้อยละ 50, ต้นทุนการเก็บรักษาสินค้าเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 40 และต้นทุนด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์เป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 10 ของต้นทุนโลจิสติกส์รวม

สำหรับ “การบริหารจัดการโลจิสติกส์” นั้น ตามนิยามของสภาการจัดการโลจิสติกส์แห่ง สหรัฐอเมริกา หมายถึง “กระบวนการทำงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน, การดำเนินการ และการ ควบคุมการทำงานขององค์กร รวมทั้งการบริหารจัดการข้อมูลและธุรกรรมทางการเงินที่เกี่ยวข้อง ให้เกิดการ

เคลื่อนย้าย, การจัดเก็บ, การรวบรวม, การกระจายสินค้า วัตถุประสงค์ ชิ้นส่วนประกอบ และการบริการ ให้มี ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยคำนึงถึงความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ” ซึ่ง ผู้ประกอบการที่ไม่สามารถบริหารจัดการกระบวนการโลจิสติกส์ได้ทั้งระบบนั้น ก็อาจใช้บริการจากผู้ ให้บริการกิจกรรมโลจิสติกส์ (Logistics Provider) เนื่องจากไม่มีความสามารถในบางขั้นตอนหรือ ดำเนินการเองแล้วไม่คุ้มค่าใช้จ่ายผู้เชี่ยวชาญในกิจกรรมเหล่านี้มารับผิดชอบแทน ซึ่งการให้บริการด้านโลจิสติกส์ในประเทศไทยสามารถแบ่งกลุ่มได้ดังนี้

ผู้ให้บริการ ¹⁾	โครงสร้างของบริการโลจิสติกส์ไทย ¹⁾				
	การขนส่ง	การจัดเก็บสินค้า	บริการด้านพิธีการต่างๆ	บริการเสริม เช่น ให้คำปรึกษา, จัดระบบสารสนเทศ	บริการพัสดุและไปรษณีย์
ผู้ประกอบการขนส่งทางบก	X				X
ผู้ประกอบการขนส่งทางน้ำ	X				X
ผู้ประกอบการขนส่งทางอากาศ	X				X
ตัวแทนออกของและตัวแทนขนส่ง			X	X	
ผู้ประกอบการคลังสินค้า		X			

ที่มา 1) รายงานธุรกิจบริการ : โลจิสติกส์ ของกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

ทั้งนี้ ผู้ให้บริการกิจกรรมโลจิสติกส์แต่ละรายสามารถให้บริการได้ครอบคลุมได้ในหลายบริการซึ่งขึ้นอยู่กับความพร้อมและศักยภาพของผู้ประกอบการแต่ละราย ดังเช่นการให้บริการของบริษัท เอ็นซีแอล อินเตอร์เนชั่นแนล โลจิสติกส์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสามารถให้บริการได้ทั้งการเป็นตัวแทนออกของและตัวแทนขนส่ง, การให้บริการขนส่งทางบก และการบริหารจัดการคลังสินค้า เป็นต้น

ภาพรวมการขนส่งสินค้าสินค้าของประเทศไทย

รูปแบบการขนส่งสินค้าของประเทศไทยนั้นประกอบด้วย 4 รูปแบบ ได้แก่

- การขนส่งทางบก ซึ่งประกอบด้วย การขนส่งทางถนน และการขนส่งทางราง
- การขนส่งทางน้ำ ซึ่งประกอบด้วย การขนส่งทางทะเล และการขนส่งทางลำนน้ำ ได้แก่ คลองและแม่น้ำ
- การขนส่งทางอากาศ
- การขนส่งทางท่อ

โดยลักษณะทั่วไปของการขนส่งแต่ละรูปแบบสรุปได้ดังนี้

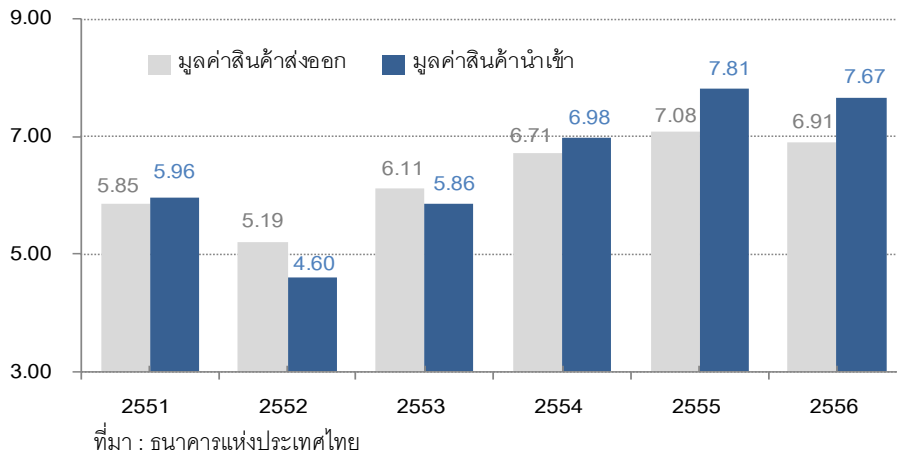
เกณฑ์	ทางเลือกการขนส่ง					
	ถนน	ราง	ลำนน้ำ	ทะเล	อากาศ	ท่อ
ประเภทสินค้า	ทั่วไป	มูลค่าต่ำ	มูลค่าต่ำ	มูลค่าต่ำ	มูลค่าสูง	ทั่วไป
ปริมาณสินค้า	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	มากที่สุด	น้อยที่สุด	มากที่สุด
ต้นทุน/หน่วย	ปานกลาง	ต่ำ	ต่ำที่สุด	ต่ำที่สุด	แพงที่สุด	ต่ำ
ระยะเวลา	เร็ว	ช้า	ช้าที่สุด	ช้าที่สุด	เร็วที่สุด	เร็วกว่า

ที่มา รายงานพัฒนาระบบการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบและการจัดการต่อเนื่องระบบโลจิสติกส์เพื่อการนำไปสู่การปฏิบัติของสำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร กระทรวงคมนาคม

การขนส่งระหว่างประเทศ

ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออก-นำเข้าปีละประมาณ 6.00 - 8.00 ล้านล้านบาท โดยสินค้าหลักที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดได้แก่ สินค้าในกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์, กลุ่มยานยนต์, กลุ่มสินค้าเกษตรแปรรูป และสินค้าเกษตร สำหรับสินค้าที่มีมูลค่าการนำเข้าสูงสุดได้แก่ ได้แก่ สินค้าในกลุ่มเชื้อเพลิง, กลุ่มเครื่องจักรและอุปกรณ์ และกลุ่มชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้า

แผนภาพแสดงมูลค่าการส่งออก-นำเข้าของประเทศไทย (หน่วย : ล้านล้านบาท)



เมื่อพิจารณาถึงรูปแบบการขนส่งสินค้าเข้าและออกจากประเทศในแต่ละปี จะพบว่ามีการใช้รูปแบบการขนส่งต่าง ๆ ดังนี้

ปริมาณการขนส่งสินค้า รวมขาเข้าและขาออก	2551		2552		2553		2554		2555	
	ล้านตัน	ร้อยละ	ล้านตัน	ร้อยละ	ล้านตัน	ร้อยละ	ล้านตัน	ร้อยละ	ล้านตัน	ร้อยละ
ทางเรือ	193.3	89.2	182.4	89.2	192.4	89.0	193.6	88.8	194.3	88.4
ทางรถยนต์	16.1	7.4	21.3	10.4	22.9	10.6	23.5	10.8	24.6	11.2
ทางเครื่องบิน	0.7	0.3	0.6	0.3	0.7	0.3	0.7	0.3	0.7	0.3
ทางรถไฟ	0.4	0.2	0.2	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0
ทางไปรษณีย์และอื่น ๆ	6.2	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
รวม	216.6	100.0	204.5	100.0	216.2	100.0	218.0	100.0	219.7	100.0

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม (รวมรวมจากกรมศุลกากร)

จากข้อมูลข้างต้นพบว่าว่าการขนส่งสินค้าทางเรือนับเป็นช่องทางหลักของการค้าระหว่างประเทศมาโดยตลอด โดยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 80-90 ของปริมาณการส่งออก-นำเข้าในแต่ละปี เนื่องจากการขนส่งทางเรือเป็นรูปแบบที่สามารถขนส่งสินค้าได้ในปริมาณมากและมีต้นทุนต่อหน่วยที่ต่ำกว่าการขนส่งรูปแบบอื่น แต่อาจจะใช้ระยะเวลาค่อนข้างนาน รูปแบบรองลงมาได้แก่การขนส่งทางบกและทางอากาศ โดยในปี 2555 ประเทศไทยปริมาณการขนส่งสินค้าทางทะเลคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 88.8 และ 88.4 ตามลำดับ

ปัจจุบันการขนส่งทางเรือระหว่างประเทศเกือบทั้งหมดจะผ่านท่าเรือหลัก 2 แห่ง ได้แก่ ท่าเรือกรุงเทพ (คลองเตย) และท่าเรือน้ำลึกแหลมฉบัง ซึ่งจากสถิติของการท่าเรือแห่งประเทศไทยพบว่าในปี 2556

มีสินค้าถึง 1.39 ล้านตู้ (ตู้ :TEU) หรือเท่ากับประมาณ 19.63 ล้านตัน และ 7.42 ล้านตู้ (ตู้: TEU) หรือเท่ากับประมาณ 67.07 ล้านตัน ผ่านท่าเรือกรุงเทพและท่าเรือแหลมฉบังตามลำดับ

หน่วย: TEU

ปริมาณสินค้าขาเข้า และขาออก	2555	2556	3 เดือนแรก ปี 2556	3 เดือนแรก ปี 2557
ท่าเรือกรุงเทพ	1,397,444	1,379,718	355,273	357,092
ท่าเรือแหลมฉบัง	7,323,883	7,421,194	1,419,875	1,868,104
รวม	8,721,327	8,800,912	1,775,148	2,225,196

ที่มา กรมท่าเรือ

การขนส่งสินค้าภายในประเทศ

การขนส่งสินค้าภายในประเทศของไทยส่วนใหญ่ยังใช้การขนส่งทางถนนเป็นหลัก เนื่องจากมีเส้นทางที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ทำให้มีความสะดวกและรวดเร็วในการกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง แม้ว่าจะมีต้นทุนการขนส่งที่สูงกว่าการขนส่งทางรางหรือทางน้ำเนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานของไทยในระบบการขนส่งทางรางหรือทางเรือชายฝั่งนั้นยังไม่เอื้ออำนวย ตั้งแต่ปี 2551 ปริมาณการขนส่งภายในประเทศโดยรวมมีปริมาณเพิ่มขึ้น ถึงแม้ในปี 2554 การขนส่งทางถนนหลายสายไม่สามารถใช้งานได้ก็ตาม

ปริมาณการ ขนส่งสินค้า	2551		2552		2553		2554		2555	
	พันตัน	ร้อยละ	พันตัน	ร้อยละ	พันตัน	ร้อยละ	พันตัน	ร้อยละ	พันตัน	ร้อยละ
ทางรถ	424.5	81.4	423.7	82.7	420.4	81.4	406.5	80.4	425.8	81.9
ทางเรือ	83.7	16.0	77.3	15.1	84.9	16.4	88.2	17.4	82.4	15.8
ทางรถไฟ	13.2	2.5	11.5	2.2	11.3	2.2	10.7	2.1	11.8	2.3
ทางเครื่องบิน	0.1	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0
รวม	521.4	100.0	512.6	100.0	516.8	100.0	505.5	100.0	520.2	100.0

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม (ประมาณการจากข้อมูลการสำรวจปริมาณการขนส่งทางถนน กรมขนส่งทางบก)

แนวโน้มธุรกิจโลจิสติกส์

ธุรกิจในกลุ่มโลจิสติกส์ของประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะนับตั้งแต่ที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยเป็นครั้งแรกในปี 2548 และยังคงมีแนวโน้มที่จะสามารถเติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ ดังนี้

- ภาครัฐให้ความสำคัญต่อการพัฒนาและส่งเสริมด้านโลจิสติกส์โดยมีการกำหนด “แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย” อย่างต่อเนื่อง ซึ่งในแผนฉบับล่าสุดประกอบด้วย 3 ภารกิจหลัก ได้แก่ 1. การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการ (Supply Chain Enhancement) 2. การยกระดับประสิทธิภาพระบบอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Facilitation Enhancement) และ 3. การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนต่าง ๆ (Capacity Building and Policy Driving Factors) ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้แก่ประเทศและบรรลุเป้าหมายในการเป็น “Logistics Hub” ของภูมิภาคอาเซียน

- ภาคธุรกิจมีการขยายฐานการผลิตและศูนย์กระจายสินค้าออกสู่ภูมิภาคต่างๆ รวมทั้งมีการขยายตัวของความเป็นเมืองออกจากส่วนกลางมากขึ้น ประกอบกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคต่าง ๆ ที่ส่งผลให้เกิดการค้าการลงทุนมากขึ้น ย่อมส่งผลให้เกิดความต้องการในการใช้บริการธุรกิจโลจิสติกส์เพิ่มขึ้นด้วย
- ภาคธุรกิจให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการโลจิสติกส์มากขึ้น เห็นได้จากการที่ต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศมีแนวโน้มลดลงจากร้อยละ 17 ของ GDP ในปี 2550 มาเป็นร้อยละ 14.3 ของ GDP ในปี 2555 นับเป็นโอกาสของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่จะนำเสนอบริการจัดการระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อช่วยลดต้นทุนให้แก่ผู้ประกอบการ
- ประเทศไทยมีจุดแข็งด้านทำเลที่ตั้งซึ่งอยู่ศูนย์กลางของภูมิภาคและมีพื้นที่ติดชายฝั่งทะเลค่อนข้างมาก โดยมีพรมแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน 4 ประเทศ ได้แก่ เมียนมาร์ ลาว กัมพูชา และมาเลเซีย และมีจังหวัดที่สามารถติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านได้ถึง 30 จังหวัด รวมทั้งสามารถเชื่อมต่อไปยังประเทศข้างเคียง เช่น เวียดนามและสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้ได้อีกด้วย ส่งผลให้กิจกรรมด้านโลจิสติกส์ของประเทศไทยยังสามารถขยายขอบข่ายการให้บริการได้อีกมาก
- ศูนย์กลางกิจกรรมการค้าของโลกมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนจากกลุ่มประเทศในซีกโลกตะวันตกมาสู่กลุ่มประเทศอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง, ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และกลุ่มประเทศในเอเชีย เนื่องจากกลุ่มประเทศดังกล่าวมีการเปิดเสรีทางการค้ามากขึ้นและมีกำลังซื้อของประชากรเพิ่มสูงขึ้น จึงเป็นโอกาสให้ประเทศไทยสามารถขยายการค้าการลงทุนไปสู่เขตการค้าใหม่ๆ นอกจากนี้ จากการศึกษาที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้ง ยังส่งผลให้ประเทศไทยได้ประโยชน์จากการเคลื่อนย้ายสินค้าระหว่างประเทศในภูมิภาคโดยใช้เส้นทางผ่านประเทศไทยมากยิ่งขึ้นอีกด้วย
- การเปิดเสรีทางการค้า การลงทุน และธุรกิจบริการ ภายในกรอบ AEC ในปี 2558 จะส่งผลให้เกิดความต้องการแลกเปลี่ยนสินค้าและทรัพยากรต่างๆ ระหว่างประเทศในภูมิภาคอาเซียนมีการขยายตัวอย่างมาก ประกอบกับแนวโน้มการผ่อนคลายกฎระเบียบด้านการคมนาคมขนส่งข้ามพรมแดนภายใต้กรอบ AEC ย่อมเป็นปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมให้ธุรกรรมด้านโลจิสติกส์เติบโตได้มากยิ่งขึ้น

ภาวะการแข่งขัน

ธุรกิจบริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

จากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการและพัฒนากิจการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติพบว่า ในปี 2554 ประเทศไทยมีผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำนวน 18,399 ราย โดยมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2548 โดยเฉลี่ยร้อยละ 3.7 ต่อปี โดยผู้ประกอบการโลจิสติกส์ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจด้านการขนส่ง รวมทั้งสิ้นประมาณ 12,000 ราย หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 66 ของกลุ่มธุรกิจโลจิสติก โดยมียอดค่าธุรกิจรวมประมาณ 459,000 ล้านบาท หรือร้อยละ 72.2 ของมูลค่าธุรกิจรวม

สำหรับผู้ประกอบการไทยในกลุ่มธุรกิจโลจิสติกส์ที่ประกอบธุรกิจใกล้เคียงกับบริษัทนั้น จากข้อมูลจำนวนสมาชิกของสมาคมชิปปิ้งแห่งประเทศไทยพบว่าทั้งสิ้น 1,076 ราย เป็นผู้ประกอบการในภาคกลาง 858 ราย, ภาคตะวันออก 55 ราย, ภาคเหนือ 49 ราย, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 30 ราย และภาคใต้ 84 ราย โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการรายย่อยที่มีการให้บริการรับจัดการขนส่งแบบไม่เต็มตู้ (LCL) หรือมีการให้บริการเพียงบางอย่าง ผู้ประกอบการเหล่านี้จึงเป็นเสมือนพันธมิตรทางธุรกิจที่ทำหน้าที่

รับงานจากลูกค้ารายย่อยที่กระจายอยู่ทั่วประเทศมาส่งต่อให้แก่บริษัทมากกว่าเป็นคู่แข่งส่วนใหญ่ประกอบกรไทยรายใหญ่ที่มีกลุ่มลูกค้าใกล้เคียงกับของบริษัทนั้นมีประมาณ 25 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการไทยประมาณ 15 รายและผู้ประกอบการต่างประเทศรวมถึงบริษัทในเครือรวมประมาณ 10 ราย อย่างไรก็ตามผู้บริหารประเมินว่า การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการไทยด้วยกันนั้นยังคงไม่รุนแรงนัก เนื่องจากตลาดของโลจิสติกส์นั้นมีขนาดใหญ่และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการทั้งหลายจึงมีทั้งการแข่งขันเพื่อเสนอบริการให้แก่ลูกค้าและในขณะเดียวกันก็มีการแลกเปลี่ยนหรือร่วมมือกันเพื่อให้สามารถบริการลูกค้าของตนด้วยเช่นกัน

ในส่วนของการแข่งขันจากผู้ประกอบการต่างชาตินั้น ผู้บริหารประเมินว่าอาจจะมี ความรุนแรงมากขึ้นภายหลังจากการเปิดเสรีสาขาบริการด้านโลจิสติกส์ภายใต้กรอบ AEC ประกอบกับการที่ประเทศไทยตั้งเป้าหมายเป็น “Logistics Hub” ของภูมิภาคนั้น จะเป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้ผู้ประกอบการต่างชาติเข้ามาแข่งขันมากขึ้น ซึ่งตั้งแต่ในปี 2556 ประเทศไทยได้มีนโยบายผ่อนคลายนโยบายระเบียบโดยการเพิ่มสัดส่วนให้ชาวต่างชาติสามารถถือครองหุ้นในธุรกิจโลจิสติกส์ได้ถึงร้อยละ 70 อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารของบริษัทเชื่อมั่นว่าผู้ประกอบการไทยยังคงมีความได้เปรียบในด้านความเชี่ยวชาญด้านระบบขนส่งและโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการที่จะบริหารจัดการต้นทุนโลจิสติกส์ให้เกิดประสิทธิภาพที่สุด ดังนั้น หากผู้ประกอบการต่างชาติต้องการที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในตลาดโลจิสติกส์ของไทย ก็น่าจะเข้ามาในรูปแบบของการร่วมทุนหรือเป็นพันธมิตรทางการค้ากับผู้ประกอบการในไทย เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายการให้บริการที่ตนในต่างประเทศกับพันธมิตรที่เป็นผู้ประกอบการไทยมากกว่า

จากการให้บริการที่หลากหลายครอบคลุมของบริษัทและบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญที่พร้อมนำเสนอทางเลือกที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้าและคู่ค้า ส่งผลให้บริษัทเชื่อมั่นว่าจะสามารถรักษาความเป็นผู้นำด้านการให้บริการจัดการขนส่งระหว่างประเทศได้ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนของปริมาณตู้คอนเทนเนอร์ที่บริษัทเป็นผู้ส่งออก-นำเข้ากับปริมาณตู้คอนเทนเนอร์ขาเข้า-ออกที่ทำเรือกรุงเทพและท่าเรือแหลมฉบัง พบว่า บริษัทมีส่วนร่วมแบ่งการตลาดของการเป็นผู้ให้บริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางทะเล ดังนี้

หน่วย: TEU

รายละเอียด	2555	2556	3 เดือนแรก 2557
ปริมาณตู้คอนเทนเนอร์ขาเข้า-ออกที่ทำเรือ ¹⁾	7,323,883	7,421,194	1,868,104
ปริมาณตู้คอนเทนเนอร์ขาเข้า-ออกที่บริษัทให้บริการ ²⁾	19,681	27,929	8,486
ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)	0.27	0.38	0.45

ที่มา : 1) กรมท่าเรือ 2) ข้อมูลจากบริษัท

ธุรกิจขนส่งภายในประเทศด้วยรถหัวลาก

ธุรกิจการให้บริการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกนั้น เป็นตลาดที่มีผู้ประกอบการจำนวนมากและส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก โดยจากข้อมูลของกรมการขนส่งทางบกพบว่า ณ สิ้นสุด 30 เมษายน 2557 ทั่วประเทศมีจำนวนผู้ประกอบการขนส่งด้วยรถบรรทุกสำหรับการรับจ้าง รวมทั้งสิ้น 17,070 ราย เป็นผู้ประกอบการในภาคกลาง 4,946 ราย, ภาคตะวันออก 2,029 ราย, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4,676 ราย, ภาคเหนือ 2,503 ราย, ภาคตะวันตก 1,847 ราย และภาคใต้ 1,069 ราย โดยจากเอกสารประกอบการสัมมนา “เสริมศักยภาพการค้าอาเซียน ด้วยคุณภาพการ

ขนส่งไทย” ซึ่งจัดขึ้นโดยกรมการขนส่งทางบก สัดส่วนของผู้ประกอบการขนาดเล็กซึ่งมีรถจำนวนไม่เกิน 10 คันนั้น มีสัดส่วนมากถึงร้อยละ 78 ในขณะที่จำนวนผู้ประกอบการขนาดกลางซึ่งมีจำนวนรถไม่เกิน 50 คัน มีอยู่ประมาณร้อยละ 16 และผู้ประกอบการขนาดใหญ่ซึ่งมีรถมากกว่า 50 คันขึ้นไปนั้น มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 6

ปัจจุบัน บริษัทมีรถหัวลากจำนวน 51 คัน และหางลากจำนวน 98 หาง โดยกลุ่มลูกค้าและจุดให้บริการหลักของบริษัทนั้นอยู่ที่จ.สุราษฎร์ธานี ซึ่งผู้บริหารประเมินว่าในเขตภาคใต้ นั้น มีผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีศักยภาพในการแข่งขันกับบริษัทเป็นจำนวนประมาณ 7-8 ราย โดยแต่ละรายมีจำนวนรถประมาณ 50-300 คัน สำหรับในเขตภาคตะวันออกซึ่งบริษัทมีจุดให้บริการอยู่ที่จังหวัดชลบุรีนั้น ผู้บริหารประเมินว่ามีผู้ประกอบการรายใหญ่อีกจำนวนมาก โดยแต่ละรายมีจำนวนรถมากกว่า 100 คัน อย่างไรก็ตาม ศักยภาพการแข่งขันในธุรกิจขนส่งนั้นขึ้นอยู่กับคุณภาพในการให้บริการและความสามารถในการจัดหาพนักงานขับรถที่มีมาตรฐาน ดังนั้น การมีจำนวนรถเพื่อให้บริการมากจึงมิใช่ปัจจัยชี้วัดว่าจะสามารถได้รับงานจากลูกค้าได้อย่างใด

ภาวะการแข่งขันโดยรวมในธุรกิจขนส่งด้วยรถบรรทุกหัวลากนั้น ผู้บริหารประเมินว่าไม่รุนแรงนักโดยจะมีการแข่งขันกันเพียงบางช่วงเวลา และในขณะเดียวกันผู้ประกอบการแต่ละรายก็สามารถเป็นพันธมิตรทางการค้ากันได้เช่นกัน โดยเมื่อผู้ประกอบการรายใดได้รับงานที่เกินกว่าความสามารถที่ตนจะให้บริการได้ ก็จะมีการติดต่อหาผู้ประกอบการรายอื่นให้มาช่วยรับงานต่อไป (Subcontract) สำหรับการให้บริการของบริษัทก็เช่นเดียวกัน โดยปัจจุบันบริษัทมีพันธมิตรทางการค้าที่มีการทำข้อตกลงร่วมกันอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรประมาณ 10 ราย

จากการพัฒนาการให้บริการด้วยการนำเอาระบบ GPS มาใช้ในการวางแผนและควบคุมคุณภาพการให้บริการ และความใส่ใจในการพัฒนามาตรฐานพนักงานขับรถของบริษัทอย่างต่อเนื่องด้วยการจัดฝึกอบรมและสร้างมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ปลอดภัยและประหยัดน้ำมัน ทำให้บริษัทเชื่อมั่นว่ามีศักยภาพเพียงพอในการแข่งขันและการขยายธุรกิจต่อไปในอนาคต

นอกจากนี้ บริษัทยังอาศัยข้อได้เปรียบจากการที่เป็นผู้ให้บริการบริหารจัดการขนส่งระหว่างประเทศ ทำให้สามารถนำเสนอบริการต่อเนื่องซึ่งเชื่อมโยงทั้งการให้บริการจัดการขนส่งระหว่างประเทศและการขนส่งภายในประเทศในลักษณะของ One-Stop-Service ได้ ซึ่งทำให้ลูกค้าสามารถใช้บริการที่หลากหลายด้านโลจิสติกส์ได้จากบริษัทเพียงแห่งเดียว

2.3 การจัดหาบริการ

2.3.1 การจัดหาและแหล่งที่มาของบริการ

ธุรกิจบริหารจัดการขนส่งระหว่างประเทศ

ในการให้บริการจัดการขนส่งระหว่างประเทศนั้น ต้นทุนบริการหลักได้แก่ ค่าระวางเรือหรือเครื่องบินซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 80-85 ของต้นทุนการให้บริการจัดการขนส่งระหว่างประเทศของบริษัท โดยบริษัทมีการจัดหาระวางเรือหรือเครื่องบินจากผู้ประกอบการขนส่งและเอเย่นต์ในต่างประเทศ ดังนี้

ระวางเรือหรือเครื่องบิน

บริษัทมีการจัดหาระวางเรือหรือเครื่องบินจากผู้ประกอบการในประเทศเป็นหลัก คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 70-75 ของต้นทุนค่าระวางรวม ซึ่งต้นทุนดังกล่าวจะมีการจ่ายชำระให้แก่ผู้ประกอบการขนส่งโดยตรงเป็นสกุลเงินบาท ในแต่ละปีบริษัทมีการจัดหาระวางเรือหรือเครื่องบินจากผู้ประกอบการขนส่งรวมแล้วกว่า 300 ราย ทั้งนี้ จากการที่บริษัทมีการจองระวางเรือหรือเครื่องบินอย่างสม่ำเสมอ จึงสามารถเจรจากับผู้ให้บริการขนส่งในการขอกำหนดราคาค่าระวางล่วงหน้าในช่วงระยะเวลาประมาณ 1-2 สัปดาห์

สำหรับในบางกรณีที่บริษัทจะต้องให้บริการจัดการการขนส่งในเขตต่างประเทศ บริษัทจะประสานงานกับเอเยนต์ซึ่งเป็นพันธมิตรในประเทศต่าง ๆ ให้เป็นผู้ช่วยดำเนินการให้ ดังนั้น ต้นทุนค่าระวางในส่วนของการให้บริการในต่างประเทศที่มีการให้บริการโดยใช้เอเยนต์นั้น จะมีการจ่ายชำระเป็นสกุลเงินต่างประเทศ โดยเอเยนต์จะเรียกเก็บค่าระวางและค่าบริการต่าง ๆ สำหรับการที่บริษัทใช้บริการเอเยนต์ในการช่วยจัดการการขนส่งดังกล่าว ซึ่งต้นทุนค่าระวางที่มีการจ่ายชำระเป็นสกุลเงินต่างประเทศนั้นคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 20-25 ของต้นทุนค่าระวางรวมของบริษัท

เอเยนต์ (Agent)

ในกรณีที่บริษัทมีการให้บริการจัดการการขนส่งในเขตต่างประเทศ เช่น การจัดการขนส่งสินค้าจากท่าเรือในต่างประเทศไปสู่จุดหมายปลายทางภายในประเทศต่างๆ บริษัทจะประสานงานกับเอเยนต์ซึ่งเป็นพันธมิตรทางการค้าที่อยู่ในต่างประเทศเพื่อช่วยดำเนินการในขั้นตอนดังกล่าว โดยเอเยนต์ของบริษัทนั้นได้แก่ผู้ประกอบการในธุรกิจจัดการการขนส่งในประเทศต่าง ๆ ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานในการบริการจัดการการขนส่งในเขตประเทศที่ตนดูแลให้แก่บริษัท รวมถึงเป็นผู้ช่วยเก็บค่าบริการให้แก่บริษัทในกรณีที่ลูกค้าของบริษัทระบุให้มีการเรียกเก็บค่าบริการที่ปลายทางในต่างประเทศ ปัจจุบันบริษัทมีการจัดทำบันทึกข้อตกลงทางธุรกิจกับเอเยนต์รวมประมาณ 80 ราย ซึ่งพร้อมช่วยดูแลการให้บริการแก่ลูกค้าของบริษัทในเขตประเทศต่างๆ กว่า 180 ประเทศทั่วโลก (ดูข้อมูลเพิ่มเติมในสรุปข้อตกลง agency agreement ในหัวข้อ 5.ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ หน้า ส่วนที่ 2.2/5 หน้า 5) ในการจ่ายชำระต้นทุนค่าระวางรวมทั้งต้นทุนค่าบริการของเอเยนต์เหล่านี้ จะมีการจ่ายชำระเป็นสกุลเงินต่างประเทศ

ธุรกิจขนส่งในประเทศ

ในการให้บริการขนส่งในประเทศนั้น ต้นทุนบริการหลักได้แก่ ค่าน้ำมัน คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 30-35 ของต้นทุนการให้บริการขนส่งในประเทศ รองลงมาได้แก่ ค่าขนส่ง ซึ่งได้แก่ ต้นทุนการว่าจ้างผู้ประกอบการขนส่งรถหัวลาก-หางลากรายอื่น (Sub-Contract) คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 10-30 ของต้นทุนการให้บริการขนส่งในประเทศ และต้นทุนเงินเดือนและเบี้ยเลี้ยงพนักงานขับรถ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 15-35 ของต้นทุนการให้บริการขนส่งในประเทศ โดยบริษัทมีการจัดหาวัตถุดิบและบริการต่าง ๆ ดังกล่าว ดังนี้

น้ำมัน

ในช่วงระยะปี 2554-2556 บริษัทมีการจัดหาน้ำมันจากผู้ค้าทั่วไปโดยบริษัทจะสั่งซื้อน้ำมัน 1 – 2 สัปดาห์ต่อครั้ง มาเก็บสำรองไว้ที่คลังน้ำมันซึ่งตั้งอยู่ที่จุดให้บริการจังหวัดสุราษฎร์ธานีและจังหวัดชลบุรี ใดก็ได้ นับตั้งแต่เดือนมิถุนายน ปี 2557 บริษัทได้มีการยกเลิกระบบการซื้อน้ำมันมาสำรองไว้ที่จุดบริการของบริษัท และเปลี่ยนมาใช้บริการระบบ “Fill&Go” กับผู้ประกอบการน้ำมันรายใหญ่รายหนึ่ง โดยระบบดังกล่าวเป็นระบบที่ควบคุมให้รถหัวลากของบริษัทจะต้องเติมน้ำมันเฉพาะที่สถานีบริการที่กำหนดเท่านั้น ส่งผลให้บริษัทสามารถควบคุมและตรวจสอบการเติมน้ำมันของรถแต่ละคันของบริษัทได้ ในส่วนของการจัดการความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาน้ำมันดีเซลซึ่งเป็นเชื้อเพลิงหลักนั้น บริษัทมีการกำหนดราคาค่าบริการกับลูกค้าโดยกำหนดเป็นขั้นบันไดซึ่งแปรผันตามระดับราคาน้ำมัน ใดก็ได้ ราคา น้ำมันดีเซลนั้นอยู่ภายใต้การควบคุมของกระทรวงพลังงาน จึงมีความผันผวนของระดับราคาค่อนข้างต่ำ

โดยในระยะ 4 ปีที่ผ่านมา ราคาน้ำมันดีเซลจะอยู่ที่ช่วงราคาประมาณ 28 - 30 บาทต่อลิตรมาโดยตลอด โดยมีเพียงช่วง 3 เดือนระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2555 ถึงเดือน เมษายน 2555 เท่านั้นที่ราคาเกินกว่า 31 บาท

ผู้ประกอบการรถบรรทุกหัวลาก-หางลาก (Sub-Contract)

ต้นทุนการว่าจ้างผู้ประกอบการขนส่งรถหัวลาก-หางลากรายอื่น (Sub-Contract) เกิดขึ้นจากการที่ในบางช่วงเวลารถของ บริษัทไม่เพียงพอที่จะให้บริการแก่ลูกค้าหรือไม่คุ้มที่จะดำเนินการเอง บริษัทจะมีการติดต่อหาผู้ประกอบการรายอื่นที่เป็นพันธมิตรทางการค้าให้มาช่วยรับงานต่อไป (Subcontract) โดยปัจจุบันบริษัทมีพันธมิตรทางการค้าที่มีการทำข้อตกลงร่วมกันอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรประมาณ 10 ราย

พนักงานขับรถ

บริษัทมีการจัดหาพนักงานขับรถโดยผ่านกระบวนการสรรหาบุคลากรของบริษัทโดยพนักงานขับรถของ บริษัทจะได้รับค่าตอบแทนทั้งแบบรายเดือนและค่าเบี่ยเลี้ยง รวมถึงมีการรับประกันรายได้ขั้นต่ำ ปัจจุบันบริษัทมีพนักงานขับรถรวมประมาณ 35-40 คน ทั้งนี้ นอกจากการสรรหาบุคลากรเพื่อทำหน้าที่พนักงานขับรถแล้ว บริษัทยังมีแผนในการร่วมกับผู้ประกอบการผลิตรถบรรทุกขนาดใหญ่และหน่วยงานราชการเพื่อจัดโครงการพัฒนาอาชีพพนักงานขับรถที่มีคุณภาพและมีความรับผิดชอบออกสู่สังคมอีกด้วย (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อ 12.ความรับผิดชอบต่อสังคม)

ทั้งนี้ เนื่องจากบริษัทมีลูกค้าและพันธมิตรทางการค้าที่หลากหลาย ส่งผลให้บริษัทไม่มีการพึ่งพิงลูกค้ารายใดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 30 ขอต้นทุนการให้บริการในแต่ละปี โดยบริษัทมีการใช้บริการจากผู้ประกอบการขนส่งทางเรือในสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 10 ของต้นทุนการให้บริการรวมในปี 2556 เป็นจำนวน 1 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.70 ของต้นทุนการให้บริการรวม และมีการใช้บริการจากผู้ประกอบการขนส่งทางเรือในสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 10 ของต้นทุนการให้บริการรวมในช่วงไตรมาสที่ 1 ปี 2557 เป็นจำนวนอีก 1 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.99 ของต้นทุนการให้บริการรวม

2.3.2 ขั้นตอนการให้บริการ

บริษัทมีขั้นตอนการให้บริการของแต่ละกลุ่มธุรกิจดังนี้

การจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

1. ลูกค้าแจ้งข้อมูลและข้อกำหนดแก่บริษัท เช่น ลักษณะสินค้า, ปริมาณ, น้ำหนัก จุดหมายปลายทาง, วันที่ต้องการส่ง และวันที่ต้องการให้ถึงจุดหมายปลายทาง เป็นต้น
2. บริษัทตรวจสอบข้อมูลและนำเสนอแผนการจัดส่งในแต่ละทางเลือกให้แก่ลูกค้า เช่น เลือกใช้เส้นทางที่ใช้ระยะเวลาสั้นที่สุดแต่มีต้นทุนสูง หรือเลือกใช้เส้นทางหนึ่งที่ต้องใช้ระยะเวลาเพิ่มขึ้นแต่มีต้นทุนต่ำกว่า เป็นต้น ซึ่งลูกค้าสามารถนำทางเลือกต่างๆ ที่บริษัทนำเสนอไปพิจารณาร่วมกับข้อกำหนดของตนก่อนตัดสินใจเลือกแผนการจัดส่งที่เหมาะสมที่สุด
3. บริษัทส่งเอกสารยืนยันรายละเอียดการจัดส่งสินค้า เช่น ข้อมูลสินค้า, ท่าเรือต้นทางและท่าเรือปลายทาง เป็นต้น เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และนัดหมายการส่งมอบสินค้ากับลูกค้า โดย

- 3.1 ในกรณีที่ลูกค้าปริมาณสินค้ามากพอที่จะบรรจุได้เต็มตู้คอนเทนเนอร์ ลูกค้าจะนำสินค้าบรรจุเข้าตู้คอนเทนเนอร์ในสถานที่ของลูกค้าแล้วจึงนำมาส่งมอบให้บริษัทที่ทำเรือ โดยบริษัทมีบริการจัดหาตู้คอนเทนเนอร์และรถขนส่งสินค้าเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า
- 3.2 ในกรณีที่ลูกค้ามีปริมาณสินค้าไม่มากพอที่จะเข้าตู้คอนเทนเนอร์ทั้งตู้ได้ ลูกค้าจะนำสินค้ามาส่งมอบให้บริษัทเพื่อบรรจุเข้าตู้ที่บริษัทจัดหา มา โดยบริษัทจะเป็นผู้จัดสรรพื้นที่และบรรจุสินค้าเข้าตู้คอนเทนเนอร์ที่ทำเรือ
- 3.3 ในกรณีที่เป็นการขนส่งทางอากาศ ลูกค้าจะนำสินค้าไปส่งมอบให้ที่ท่าอากาศยาน
4. บริษัทจัดส่งเอกสารใบตราส่ง (Bill of Lading: B/L) เพื่อนำไปใช้ในการรับสินค้า โดย
 - 4.1 จัดส่งใบตราส่งให้แก่ลูกค้า ในกรณีที่ลูกค้าเป็นผู้รับผิดชอบในการรับสินค้าที่ปลายทางเอง
 - 4.2 จัดส่งใบตราส่งให้แก่เอเยนต์ที่เป็นพันธมิตรในต่างประเทศ ในกรณีที่ลูกค้าต้องการให้บริษัทให้บริการจัดการพิธีการศุลกากรในส่วนของประเทศปลายทาง และจัดการส่งสินค้าจากท่าเรือหรือสนามบินไปยังจุดหมายปลายทางต่างๆ ในต่างประเทศ
5. ช่วยติดตามสถานการณ์จัดส่งแก่ลูกค้า รวมถึงการให้คำแนะนำในกรณีที่เกิดปัญหาระหว่างการขนส่ง เช่น ลูกค้าดำเนินพิธีการศุลกากรไม่ถูกต้อง หรือเกิดความล่าช้าในการขนส่ง เป็นต้น

การขนส่งสินค้าในประเทศด้วยรถหัวลากและหางลาก

1. ลูกค้าแจ้งข้อมูลและข้อกำหนดแก่บริษัท เช่น ลักษณะสินค้า, ปริมาณ, สถานที่รับสินค้า, จุดหมายปลายทาง, วันที่ต้องการส่ง และวันที่ต้องการให้ถึงจุดหมายปลายทาง เป็นต้น
2. บริษัทตรวจสอบตารางเดินรถและวางแผนการจัดรถ ซึ่งในกรณีที่รถของบริษัทไม่สามารถรับงานได้ บริษัทจะประสานงานไปยังผู้ขนส่งรายอื่นที่เป็นพันธมิตรทางการค้ากับบริษัทเพื่อให้นำรถมาให้บริการแก่ลูกค้าแทน
3. บริษัทส่งเอกสารแสดงรายละเอียดของรถขนส่งที่จะไปรับสินค้า เช่น ชื่อพนักงานขับรถ, เลขทะเบียนรถ ชนิดและปริมาณสินค้าที่รถคันนั้นจะรับ เป็นต้น และนัดหมายการส่งมอบสินค้ากับลูกค้า
4. พนักงานขับรถและผู้รับผิดชอบด้านทาง ตรวจสอบสินค้าขณะนำขึ้นรถและรับเอกสารส่งของ
5. เมื่อถึงจุดหมายปลายทาง ลูกค้านำสินค้าลงจากรถและตรวจสอบ
6. ลูกค้าเซ็นต์เอกสารรับสินค้าในเอกสารส่งของ

2.4 ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

ในการประกอบธุรกิจรับจัดการขนส่งระหว่างประเทศของบริษัทนั้น ไม่มีขั้นตอนการทำงานใดที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สำหรับการประกอบธุรกิจขนส่งในประเทศด้วยรถบรรทุกหัวลาก-หางลากของบริษัทนั้น อยู่ภายใต้กฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก ซึ่งกำหนดไว้ว่า รถที่จะนำมาต่ออายุทะเบียนและเสียภาษีต้องผ่านการตรวจสภาพรถจากพนักงานหรือจากสถานตรวจสภาพรถที่ได้รับอนุญาต เพื่อรับใบรับรองการตรวจสภาพรถซึ่งเป็นเอกสารที่ต้องใช้ในการจดทะเบียนหรือต่ออายุทะเบียนและเสียภาษี โดยในการตรวจสภาพรถนั้น จะครอบคลุมถึงการตรวจประสิทธิภาพล้อ, ระบบไฟ, ระดับความดังของเสียง, สภาพทั่วไป, ระบบเครื่องยนต์ และมลภาวะจากไอเสียรถยนต์ เช่น คิวดำ, ปริมาณคาร์บอนมอนอกไซด์, ไฮโดรคาร์บอน, ออกไซด์ของไนโตรเจน และสารพิษอนุภาค ซึ่งที่ผ่านมา รถบรรทุกของบริษัทสามารถผ่านการตรวจสภาพรถและได้รับการต่ออายุทะเบียนตามกำหนดทุกปีมาโดยตลอด

2.5 งานที่ยังมิได้ส่งมอบ

- ไม่มี