

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

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

รายได้	2554		2555		2556		ม.ค.-มิ.ย. 2557	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากการให้บริการ								
1. การจัดการขนส่งระหว่างประเทศ								
1.1. ทางเรือ	446.16	87.24	617.57	84.85	798.09	85.27	408.04	83.53
1.2. ทางอากาศ	49.39	9.66	44.89	6.17	12.21	1.30	6.77	1.38
1.3. บริการอื่น ๆ	3.58	0.70	2.36	0.32	1.07	0.11	1.02	0.21
รวมรายได้จากการจัดการขนส่งระหว่างประเทศ	499.13	97.60	664.82	91.34	811.38	86.69	415.83	85.12
2. การขนส่งในประเทศด้วยรถบรรทุกหัวลาก-หางลาก	8.20	1.60	61.44	8.44	117.87	12.59	68.86	14.10
รวมรายได้จากการให้บริการ	507.33	99.20	726.26	99.78	929.25	99.29	484.69	99.21
รายได้อื่น <sup>1)</sup>	4.07	0.80	1.59	0.22	6.66	0.71	3.80	0.79
รายได้รวม	511.40	100.00	727.85	100.00	935.91	100.00	488.49	100.00

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

ลักษณะการให้บริการของบริษัทแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มหลัก คือ การให้บริการจัดการขนส่งระหว่างประเทศและการให้บริการขนส่งในประเทศ โดยแต่ละกลุ่มการให้บริการมีรายละเอียด ดังนี้

- 1) **การให้บริการจัดการขนส่งระหว่างประเทศ** ได้แก่ การเป็นผู้บริหารจัดการให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าจากจุดขนถ่ายสินค้าเพื่อส่งออกจากประเทศไทยไปสู่ยังจุดหมายปลายทางในประเทศต่าง ๆ กว่า 180 ประเทศซึ่งครอบคลุมทุกเส้นทางการค้าหลักทั่วโลก และการเป็นผู้บริหารจัดการการเคลื่อนย้ายสินค้าจากประเทศต่าง ๆ มาสู่จุดขนถ่ายสินค้าเข้าประเทศ ซึ่งบริษัทมีการให้บริการจัดการขนส่งทั้งทางทะเลและทางอากาศ โดยบริษัทเป็นผู้ให้บริการจัดการขนส่งประเภทที่ไม่มีเรือหรือเครื่องบินเป็นของตนเอง แต่จะจัดหาระวางเรือหรือเครื่องบินรวมทั้งตู้คอนเทนเนอร์จากผู้ประกอบการขนส่งอื่นได้แก่ บริษัทเรือหรือสายการบิน เพื่อให้บริการแก่ลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทยังได้มีการประสานงานกับพันธมิตรในประเทศต่าง ๆ เพื่อให้สามารถให้บริการเคลื่อนย้ายสินค้าจากท่าเรือหรือสนามบินในต่างประเทศไปยังจุดหมายปลายทางที่อยู่ภายในประเทศต่าง ๆ นั้นได้อีกด้วย ทั้งนี้ รายได้จากการให้บริการดังกล่าวนับเป็นรายได้หลักของบริษัท โดย

ปี 2556 และ 6 เดือนแรก ปี 2557 บริษัทมีรายได้จากการให้บริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเท่ากับ 811.38 ล้านบาท และ 415.83 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 86.69 ร้อยละ และร้อยละ 85.12 ของรายได้รวมในแต่ละปี ตามลำดับ

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) เหมาะสำหรับลูกค้าที่มีปริมาณสินค้าที่มากพอที่จะเข้าตู้คอนเทนเนอร์ทั้งตู้ เพื่อบรรจุสินค้าของลูกค้าชิ้น ๆ เพียงรายเดียวโดยไม่จำเป็นต้องไปร่วมแบ่งใช้ตู้คอนเทนเนอร์กับลูกค้ารายอื่น ๆ เช่น ผู้ผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก หรือผู้จัดจำหน่ายสินค้านำเข้า-ส่งออกต่างๆ โดยบริษัทจะให้บริการจัดหาตู้คอนเทนเนอร์ขนาดต่าง ๆ ที่เหมาะสม, จัดหาสายเรือตามตารางเวลาและข้อกำหนดที่ลูกค้าต้องการ, จัดการด้านเอกสารพิธีการศุลกากร รวมถึงเป็นตัวแทนในการออกสินค้าให้แก่ลูกค้า
- การขนส่งแบบไม่เต็มตู้คอนเทนเนอร์ (Less than Container Load: LCL) เหมาะสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีสินค้าไม่มากพอที่จะเข้าตู้คอนเทนเนอร์เพื่อบรรจุสินค้าของตนเองเพียงรายเดียวได้ ซึ่งส่วนใหญ่ได้แก่ผู้ประกอบการในธุรกิจให้บริการจัดการขนส่งเช่นเดียวกันกับบริษัทที่ไม่มีปริมาณสินค้าที่มากพอจะเข้าตู้คอนเทนเนอร์เองทั้งตู้ได้ในเวลานั้นๆ และรวมถึงกลุ่มผู้ผลิตและส่งออกสินค้าซึ่งปกติใช้บริการเช่าตู้คอนเทนเนอร์แบบเต็มตู้ แต่มีสินค้าบางส่วนที่ไม่มากพอจะเข้าตู้คอนเทนเนอร์เต็มตู้ได้ โดยบริษัทจะให้บริการรับสินค้าจากลูกค้าแต่ละรายมารวมกันและจัดสรรพื้นที่ในการบรรจุเข้าตู้คอนเทนเนอร์ที่จองไว้ ซึ่งบริษัทจะคำนวณพื้นที่และจัดวางสินค้าให้เหมาะสมกับลักษณะของสินค้าและข้อกำหนดของลูกค้าแต่ละราย เพื่อให้สินค้าของลูกค้าแต่ละรายที่มีความแตกต่างกันสามารถบรรจุลงตู้คอนเทนเนอร์เดียวกันได้อย่างปลอดภัย, ส่งได้ตามกำหนด และอยู่ภายใต้ต้นทุนที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้าแต่ละราย ทั้งนี้ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ในธุรกิจให้บริการจัดการขนส่งสินค้าเช่นเดียวกับบริษัท จึงสามารถดำเนินการเรื่องเอกสารพิธีการศุลกากรได้เอง

ทั้งนี้ในปี 2556 และ 6 เดือนแรกปี 2557 บริษัทมีรายได้จากการให้บริการขนส่งระหว่างประเทศทางทะเลเท่ากับ 798.09 ล้านบาท และ 408.04 ล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 85.27 และร้อยละ 83.53 ของรายได้จากการให้บริการรวมในแต่ละปี ตามลำดับ

1.2) การจัดการขนส่งระหว่างประเทศทางอากาศ : เป็นวิธีการขนส่งระหว่างประเทศที่รวดเร็ว ใช้ระยะเวลาในการเคลื่อนย้ายสินค้าไปสู่จุดหมายปลายทางที่สั้นกว่าการขนส่งทางทะเล แต่มีต้นทุนที่สูงกว่า จึง

เหมาะสำหรับการขนส่งสินค้าที่มีอายุในการเก็บรักษาสั้นหรือต้องการรักษาอุณหภูมิ เช่น ผักสดและผลไม้, สินค้าที่มีมูลค่าสูงหรือต้องการการดูแลเป็นพิเศษ เช่น อัญมณีและทองคำ รวมทั้งสินค้าที่ต้องการความรวดเร็วในการจัดส่งซึ่งมีน้ำหนักและปริมาณไม่มากนัก เช่น เอกสารและสิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ สำหรับการให้บริการแก่ลูกค้าที่ต้องการบริการขนส่งระหว่างประเทศทางอากาศนี้ บริษัทจะให้บริการจัดหาสายการบินตามตารางเวลาและข้อกำหนดที่ลูกค้าต้องการ, จัดการด้านเอกสารพิธีการศุลกากร รวมถึงเป็นตัวแทนในการออกสินค้าให้แก่ลูกค้า ทั้งนี้ ในปี 2556 และ 6 เดือนแรก ปี 2557 บริษัทมีรายได้จากการให้บริการขนส่งระหว่างประเทศทางอากาศเท่ากับ 12.21 ล้านบาท และ 6.77 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 1.30 และร้อยละ 1.38 ของรายได้จากการให้บริการรวมในแต่ละปี ตามลำดับ ปัจจุบันบริษัทสามารถให้บริการจัดการขนส่งทางอากาศรวมแล้วกว่า 180 ประเทศ เช่นเดียวกัน

- 1.3) บริการอื่น ๆ : บริษัทมีการให้บริการด้านพิธีการศุลกากรและเอกสารต่าง ๆ 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 และ 6 เดือนแรกปี 2557 บริษัทมีรายได้จากการให้บริการอื่น ๆ ดังกล่าวรวมเท่ากับ 1.07 ล้านบาท และ 1.02 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 0.11 และร้อยละ 0.21 ของรายได้รวมในแต่ละปี ตามลำดับ



ตัวอย่างภาพการขนส่งระหว่างประเทศและการจัดตู้คอนเทนเนอร์

ตัวอย่างหน้าจอระบบ Log Freight

ปัจจุบัน บริษัทมีสำนักงานที่ให้บริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ 2 แห่ง ได้แก่ที่สำนักงานใหญ่ของบริษัทในกรุงเทพฯ และสำนักงานสาขาที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

- 2) การให้บริการขนส่งในประเทศ บริษัทเริ่มให้บริการขนส่งสินค้าในประเทศด้วยรถบรรทุกหัวลากและหางลากในปี 2554 เพื่อเป็นการขยายขอบเขตการให้บริการแก่ลูกค้าที่ใช้บริการจัดการขนส่งระหว่างประเทศกับบริษัทอยู่แล้ว และยังเป็น การขยายการทำธุรกิจโดยอาศัยความชำนาญในด้านการบริการจัดการระบบขนส่งของบริษัท เพื่อให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าที่ต้องการเคลื่อนย้ายสินค้าในประเทศทางถนนด้วยรถบรรทุกหัวลาก

และทางลากอีกด้วย ปัจจุบันบริษัทมีรถบรรทุกหัวลากจำนวน 50 คัน และมีทางรถสำหรับต่อกับรถบรรทุกหัวลากเพื่อขนสินค้าจำนวน 98 ทาง โดยทางลากของบริษัทมีทั้งแบบก้างปลาซึ่งออกแบบมาสำหรับใช้วางตู้คอนเทนเนอร์ และแบบพื้นเรียบที่สามารถใช้วางตู้คอนเทนเนอร์หรือวางสินค้าโดยตรงบนทางลาก การให้บริการเคลื่อนย้ายสินค้าในประเทศของบริษัทนี้มีเส้นทางให้บริการจากโรงงานผู้ผลิตสินค้าไปยังจุดขนถ่ายสินค้าเพื่อเตรียมส่งออกจากประเทศ และจากจุดขนถ่ายสินค้าในการนำเข้ามาจากต่างประเทศมาสู่โรงงานหรือจุดหมายปลายทางต่าง ๆ ในประเทศ รวมถึงการเคลื่อนย้ายสินค้าจากต้นทางไปยังจุดหมายปลายทางต่าง ๆ ในประเทศตามที่ถูกค้าต้องการ โดยบริษัทมีจุดให้บริการรับขนส่งสินค้าในประเทศ ดังนี้

- **จุดบริการสุราษฎร์ธานี :** ตั้งอยู่ที่อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีการให้บริการขนส่งทั้งระยะทางไกลและระยะทางใกล้ โดยการขนส่งระยะทางไกลจะใช้เวลาในการขนส่งไม่เกิน 1 วัน ได้แก่ การรับสินค้าจากโรงงานใน จ.สุราษฎร์ธานีเพื่อนำไปส่งยังท่าเทียบเรือหรือสถานีรถไฟในเขตจังหวัดเดียวกัน หรือนำไปส่งที่ท่าเรือในเขตภาคใต้ เช่น ท่าเรือภูเก็ต สำหรับการขนส่งระยะทางไกลจะใช้เวลาในการขนส่งเกินกว่า 1 วัน ได้แก่ การขนส่งสินค้าจากโรงงานใน จ.สุราษฎร์ธานีไปยังกรุงเทพฯ หรือจังหวัดอื่น ๆ และรับสินค้าจากจังหวัดปลายทางหรือบริเวณใกล้เคียงกลับมาส่งยังจังหวัดในเขตภาคใต้
- **จุดบริการแหลมฉบัง :** ตั้งอยู่ที่อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ปัจจุบันมีการให้บริการขนส่งทั้งแบบระยะทางไกล ได้แก่ การนำตู้คอนเทนเนอร์เปล่าไปรับสินค้าที่โรงงานในเขตแหลมฉบัง และนำสินค้าจากโรงงานมาส่งที่ท่าเรือแหลมฉบัง และแบบระยะทางไกลโดยการนำตู้คอนเทนเนอร์เปล่าไปรับสินค้าในจังหวัดแถบภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือแล้วนำสินค้ากลับมาส่งที่ท่าเรือแหลมฉบัง
- **จุดบริการอื่นๆ :** นอกจากจุดให้บริการทั้ง 2 แห่งดังกล่าวนี้แล้ว ภายในปี 2558 บริษัทยังมีแผนที่จะเปิดจุดให้บริการรับส่งสินค้าอีก 2 แห่ง ได้แก่ จุดให้บริการที่จังหวัดสงขลา เพื่อให้บริการรับส่งสินค้าในเส้นทางระหว่างท่าเรือแหลมฉบังและท่าเรือสงขลาหรือท่าเรือปีนัง และจุดให้บริการที่จังหวัดอุดรธานี เพื่อให้บริการรับส่งสินค้าในเส้นทางระหว่างท่าเรือแหลมฉบังและจังหวัดอุดรธานี

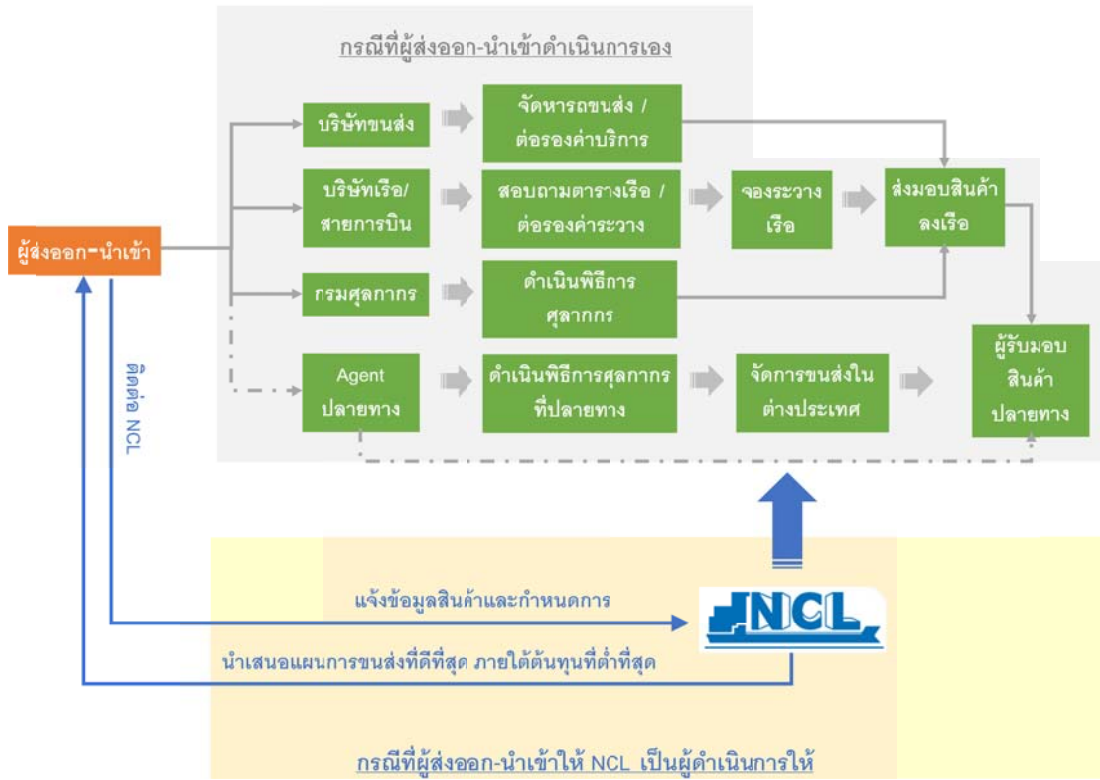
สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการจัดการขนส่งสินค้าในประเทศของบริษัทนี้ มีทั้งกลุ่มผู้ผลิตสินค้าในภาคเกษตรกรรม เช่น ยางพาราและข้าว และกลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้ากลุ่มอื่น ๆ เช่น เบียร์, ยางรถยนต์, อุปกรณ์ก่อสร้าง เป็นต้น ทั้งนี้ ในปี 2556 และ 6 เดือนแรก ปี 2557 บริษัทมีรายได้จากการให้บริการขนส่งในประเทศ เท่ากับ 117.87 ล้านบาท และ 68.86 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 12.59 และร้อยละ 14.10 ของรายได้จากการให้บริการรวมในแต่ละปี ตามลำดับ



ตัวอย่างภาพรถบรรทุกหัวลาก-ทางลาก

ตัวอย่างหน้าจอ GPS

**สรุปทางเลือกของผู้ประกอบการกรณีดำเนินการด้วยตนเอง และกรณีใช้บริการจัดการระบบโลจิสติกส์ของ NCL**



**2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน**

**2.2.1 กลยุทธ์การแข่งขัน**

- **การมีบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญ และมุ่งมั่นในการให้บริการ**

การให้บริการด้านจัดการขนส่งระหว่างประเทศนั้นต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจในกฎระเบียบต่างๆ ที่บังคับใช้ในการส่งออกหรือนำเข้าและกฎหมายของประเทศต่างๆ เพราะแต่ละประเทศอาจมีข้อบังคับที่แตกต่างกัน ดังนั้น บริษัทจึงได้จัดเตรียมบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญในธุรกิจจัดการขนส่งระหว่างประเทศไว้คอยให้บริการแก่ลูกค้าโดยมีพนักงานที่ได้รับใบอนุญาตเพื่อเป็นผู้ชำนาญการศุลกากรประจำบริษัทถึง 2 คนคอยให้คำแนะนำแก่พนักงานในส่วนงานต่าง ๆ เพื่อจะได้นำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้องตามระเบียบและกฎหมายศุลกากรรวมถึงกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าของบริษัทมั่นใจได้ว่า จะสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องได้อย่างถูกต้องและสามารถรับหรือส่งสินค้าได้ตามกำหนดเวลา รวมทั้งลดปัญหาความผิดพลาดอันที่จะก่อให้เกิดความเสียหายในภายหลัง

นอกจากบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านกฎระเบียบและกฎหมายดังกล่าวแล้ว พนักงานของบริษัทยังเป็นผู้มีประสบการณ์ในการทำงานในธุรกิจจัดการขนส่งระหว่างประเทศซึ่งมีอายุการทำงานเฉลี่ยในบริษัทไม่ต่ำกว่า 5 ปี จึงสามารถให้คำแนะนำที่มาจากประสบการณ์การทำงานจริงได้ เช่น การแนะนำช่วงเวลาในการจองระวางเรือที่มีปริมาณการส่งออกน้อย หรือการจัดเรียงสินค้าจากลูกค้าหลาย ๆ ราย

ให้อยู่ในตู้คอนเทนเนอร์เดียวกันอย่างเหมาะสมโดยใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งจะเป็นการช่วยลดต้นทุนการขนส่งให้แก่ลูกค้าได้ เป็นต้น

ทั้งนี้ นอกจากการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความชำนาญในหน้าที่ที่รับผิดชอบแล้ว บริษัทยังมุ่งเน้นการปลูกฝังค่านิยมในการทำงานให้แก่พนักงานว่า จะต้องมีความมุ่งมั่นและจริงใจต่อการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งบริษัทเชื่อมั่นว่า แนวทางการทำงานดังกล่าวนับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีแก่ลูกค้าของบริษัทเสมอมา

- การพัฒนาคุณภาพในการให้บริการ

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

ในส่วนของธุรกิจบริการขนส่งในประเทศนั้น บริษัทได้นำระบบกำหนดตำแหน่ง (Global Positioning System: GPS) เข้ามาใช้ในการติดตามตำแหน่งรถบรรทุกทุกหัวลากของบริษัท เพื่อให้สามารถตรวจสอบตำแหน่งที่อยู่และความเร็วของรถได้แบบแบบเรียลไทม์ (Real time) ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถวางแผนเส้นทางการขนส่งและติดตามสถานะการจัดส่งสินค้าของลูกค้าได้

- การให้บริการที่ครบวงจร

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



- การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ

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

นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งแสวงหาพันธมิตรทางธุรกิจซึ่งเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจจัดการขนส่งในประเทศต่าง ๆ 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 สำหรับลูกค้าในกลุ่มนี้จะอยู่ภายใต้การดูแลของ “แผนกให้บริการบริหารและจัดการขนส่งและพิธีการกรมศุลกากร (FF)” ซึ่งอัตราการเติบโตของลูกค้าในกลุ่มนี้จะขึ้นอยู่กับอัตราการเติบโตของธุรกิจของลูกค้าแต่ละราย ทั้งนี้ ลูกค้าของบริษัทนั้นกระจายอยู่ในกลุ่มธุรกิจต่างๆ ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคการเกษตรและภาคอุตสาหกรรม
2. กลุ่มผู้ให้บริการจัดการขนส่งสินค้า (Freight Forwarder) ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจให้บริการจัดการขนส่งเช่นเดียวกับบริษัท แต่มีปริมาณการจัดส่งสินค้าไม่มากพอที่จะเช่าตู้คอนเทนเนอร์ได้ทั้งตู้ได้ กลุ่มลูกค้าดังกล่าวจึงมักใช้บริการขนส่งทางทะเลแบบ LCL กับบริษัท สำหรับลูกค้าในกลุ่มนี้จะอยู่ภายใต้การดูแลของ “แผนกให้บริการขนส่งและกระจายสินค้าระหว่างประเทศ (NVOCC)” ซึ่งการเติบโตของลูกค้าในกลุ่มนี้จะขึ้นอยู่กับอัตราการเติบโตของปริมาณการส่งออก-นำเข้าสินค้าของประเทศไทย ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจของผู้รับจัดการขนส่งรายย่อยซึ่งเป็นลูกค้าและพันธมิตรทางการค้าของบริษัทเติบโตไปด้วย

### ธุรกิจบริการขนส่งในประเทศ

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

รายได้แบ่งตามกลุ่มลูกค้า (ล้านบาท)	2554		2555		2556		ม.ค.-มิ.ย.57	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
<b>1. ธุรกิจจัดการขนส่งระหว่างประเทศ</b>								
1.1. ผู้ประกอบการเพื่อการส่งออก/นำเข้า (Exporter/Importer)	332.50	65.54	395.83	54.50	528.30	56.85	266.21	54.92
1.2. ผู้ให้บริการบริหารจัดการขนส่ง (Freight Forwarder)	166.63	32.85	268.99	37.04	283.08	30.46	149.62	30.87
<b>รวมรายได้จากธุรกิจจัดการขนส่ง</b>	<b>499.13</b>	<b>98.39</b>	<b>664.82</b>	<b>91.54</b>	<b>811.38</b>	<b>87.32</b>	<b>415.83</b>	<b>85.79</b>
<b>2. ธุรกิจขนส่งในประเทศ</b>		-		-		-		-
ผู้ประกอบการในธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ (Manufacturer)	8.20	1.62	61.44	8.46	117.87	12.68	68.86	14.21
<b>รวมรายได้</b>	<b>507.33</b>	<b>100.0</b>	<b>726.26</b>	<b>100.0</b>	<b>929.25</b>	<b>100.0</b>	<b>484.69</b>	<b>100.0</b>



ทั้งนี้ เนื่องจากลูกค้าของบริษัทนั้นกระจายอยู่ในกลุ่มธุรกิจต่างๆ เป็นจำนวน 2,000 – 3,000 ราย ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคการเกษตรและภาคอุตสาหกรรม รวมถึงกลุ่มผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ เช่นเดียวกันกับบริษัท ส่งผลให้บริษัทไม่มีการพึ่งพิงลูกค้ารายใดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 30 ของรายได้จากการให้บริการในแต่ละปี โดยในปี 2556 และ 6 เดือนแรก ปี 2557 บริษัทมีการให้บริการแก่ลูกค้าในสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 10 ของรายได้จากการให้บริการเพียง 1 ราย โดยมีสัดส่วนรายได้จากลูกค้าดังกล่าว เท่ากับร้อยละ 19.72 และร้อยละ 17.41 ของรายได้จากการให้บริการในปี 2556 และ 6 เดือนแรก ปี 2557 ตามลำดับ



แผนภาพแสดงสัดส่วนรายได้จากกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่ม

### 2.2.3 การจัดจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยช่องทางการจำหน่ายทางตรงได้แก่ การติดต่อกับลูกค้าโดยตรงผ่านทางเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดและเว็บไซต์ [www.nclthailand.com](http://www.nclthailand.com) ของบริษัท โดยบริษัทมีการแบ่งส่วนงานออกเป็น 3 ส่วนตามกลุ่มของลูกค้าเพื่อทำหน้าที่ติดตามข่าวสารและนำเสนอ บริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มให้ได้มากที่สุด ซึ่งประกอบด้วย แผนก ให้บริการบริหารและจัดการขนส่งและพิธีการกรมศุลกากร (FF), แผนกให้บริการขนส่งและกระจายสินค้า ระหว่างประเทศ (NVOCC) และแผนกให้บริการขนส่งและขนถ่ายสินค้าทางบก (Truck) โดยเจ้าหน้าที่ฝ่าย การตลาดและการขายจะเป็นผู้ทำหน้าที่ติดต่อกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งทางโทรศัพท์และการนัดหมายเข้าพบ เพื่อนำเสนอบริการ

บริษัทมีช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อมจากการแนะนำของลูกค้าเดิมที่เคยใช้บริการกับบริษัท และจากการแนะนำของพันธมิตรทางการค้าของบริษัท ซึ่งได้แก่ เอเยนต์ของบริษัทซึ่งเป็นผู้ประกอบการใน ธุรกิจจัดการขนส่งในประเทศต่าง ๆ โดยเอเยนต์เหล่านี้จะทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานในการบริการจัดการ การขนส่งในเขตประเทศที่ตนดูแลให้แก่บริษัท และในทางกลับกันก็จะแนะนำหรือมอบหมายให้บริษัทเป็น ผู้ดูแลลูกค้าของเอเยนต์ดังกล่าวในการบริการจัดการขนส่งในเขตประเทศไทย ปัจจุบันบริษัทมีการจัดทำ บันทึกรายชื่อลูกค้าทางธุรกิจกับเอเยนต์รวมประมาณ 80 ราย ในทั่วโลก ซึ่งการแนะนำลูกค้าใหม่ของเอเยนต์ เหล่านี้นับเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญอีกช่องทางหนึ่งของบริษัท (ดูข้อมูลเพิ่มเติมในสรุปข้อตกลง agency agreement ในหัวข้อ 5.2 สรุปสัญญาที่สำคัญ )

นอกจากช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรงและทางอ้อมดังที่กล่าวข้างต้นแล้วนั้น ทางบริษัทยังมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าและลูกค้ารู้จักบริษัทโดยการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งได้แก่ สมาคมหอการค้าไทย, สมาคมชิปปิงแห่งประเทศไทย, สมาคมขนส่งสินค้าและโลจิสติกส์ และ World Cargo Alliances : WCA อีกด้วย

## 2.2.4 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

### ภาพรวมธุรกิจโลจิสติกส์

โลจิสติกส์นับเป็นปัจจัยสำคัญต่อการลดต้นทุนและเพิ่มกำไรให้กับธุรกิจโดยกระบวนการโลจิสติกส์นั้นครอบคลุมตั้งแต่กิจกรรมด้านการขนส่งและเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตมาสู่โรงงาน, การเก็บรักษาปัจจัยการผลิตและสินค้าที่ผลิตได้ และการส่งสินค้าที่ผลิตได้กระจายไปสู่ผู้บริโภค ในปี 2555 ต้นทุนโลจิสติกส์รวมของประเทศไทยมีมูลค่าประมาณ 1,711 พันล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 14.3 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ โดยประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก คือ ต้นทุนค่าขนส่งสินค้าเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 50, ต้นทุนการเก็บรักษาสินค้าเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 40 และต้นทุนด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์เป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 10 ของต้นทุนโลจิสติกส์รวม

สำหรับ “การบริหารจัดการโลจิสติกส์” นั้น ตามนิยามของสภาการจัดการโลจิสติกส์แห่งสหรัฐอเมริกา หมายถึง “กระบวนการทำงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน, การดำเนินการ และการควบคุมการทำงานขององค์กร รวมทั้งการบริหารจัดการข้อมูลและธุรกรรมทางการเงินที่เกี่ยวข้อง ให้เกิดการเคลื่อนย้าย, การจัดเก็บ, การรวบรวม, การกระจายสินค้า วัสดุดิบ ชิ้นส่วนประกอบ และการบริการ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยคำนึงถึงความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ” ซึ่งผู้ประกอบการที่ไม่สามารถบริหารจัดการกระบวนการโลจิสติกส์ได้ทั้งระบบนั้น ก็อาจใช้บริการจากผู้ให้บริการกิจกรรมโลจิสติกส์ (Logistics Provider) เนื่องจากไม่มีความสามารถในบางขั้นตอนหรือดำเนินการเองแล้วไม่คุ้มค่าใช้จ่ายผู้เชี่ยวชาญในกิจกรรมเหล่านี้มารับผิดชอบแทน ซึ่งการให้บริการด้านโลจิสติกส์ในประเทศไทยสามารถแบ่งกลุ่มได้ดังนี้

ผู้ให้บริการ <sup>1)</sup>	โครงสร้างของบริการโลจิสติกส์ไทย <sup>1)</sup>				
	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

## ภาพรวมการขนส่งสินค้าของประเทศไทย

รูปแบบการขนส่งสินค้าของประเทศไทยนั้นประกอบด้วย 4 รูปแบบ ได้แก่

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

โดยลักษณะทั่วไปของการขนส่งแต่ละรูปแบบสรุปได้ดังนี้

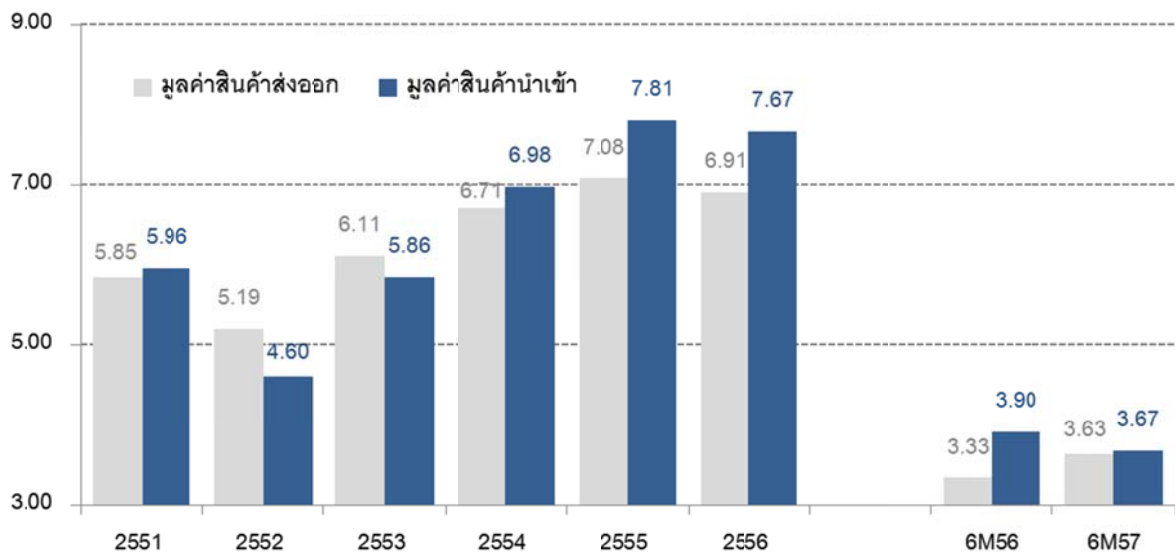
เกณฑ์	ทางเลือกการขนส่ง					
	ถนน	ราง	ลำน้ำ	ทะเล	อากาศ	ท่อ
ประเภทสินค้า	ทั่วไป	มูลค่าต่ำ	มูลค่าต่ำ	มูลค่าต่ำ	มูลค่าสูง	ทั่วไป
ปริมาณสินค้า	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	มากที่สุด	น้อยที่สุด	มากที่สุด
ต้นทุน/หน่วย	ปานกลาง	ต่ำ	ต่ำที่สุด	ต่ำที่สุด	แพงที่สุด	ต่ำ
ระยะเวลา	เร็ว	ช้า	ช้าที่สุด	ช้าที่สุด	เร็วที่สุด	เร็วกว่า

ที่มา รายงานพัฒนาระบบการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบและการจัดการต่อเนื่องระบบโลจิสติกส์เพื่อการนำแผนไปสู่การปฏิบัติของสำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร กระทรวงคมนาคม

### การขนส่งระหว่างประเทศ

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

แผนภาพแสดงมูลค่าการส่งออก-นำเข้าของประเทศไทย (หน่วย : ล้านล้านบาท)



ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

เมื่อพิจารณาถึงรูปแบบการขนส่งสินค้าเข้าและออกจากประเทศในแต่ละปี จะพบว่ามีการใช้รูปแบบการขนส่งต่าง ๆ ดังนี้

ปริมาณการส่งสินค้า 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
<b>รวม</b>	<b>216.6</b>	<b>100.0</b>	<b>204.5</b>	<b>100.0</b>	<b>216.2</b>	<b>100.0</b>	<b>218.0</b>	<b>100.0</b>	<b>219.7</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม (รวบรวมจากกรมศุลกากร)

จากข้อมูลข้างต้นพบว่า การขนส่งสินค้าทางเรือบังเป็นช่องทางหลักของการค้าระหว่างประเทศมาโดยตลอด โดยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 80-90 ของปริมาณการส่งออก-นำเข้าในแต่ละปี เนื่องจากการขนส่งทางเรือเป็นรูปแบบที่สามารถขนส่งสินค้าได้ในปริมาณมากและมีต้นทุนต่อหน่วยที่ต่ำกว่าการขนส่งรูปแบบอื่น แต่อาจจะใช้ระยะเวลาค่อนข้างนาน รูปแบบรองลงมาได้แก่การขนส่งทางบกและทางอากาศ โดยในปี 2554 และปี 2555 ประเทศไทยมีปริมาณการขนส่งสินค้าทางทะเลคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 88.8 และ 88.4 ตามลำดับ

ปัจจุบันการขนส่งทางเรือระหว่างประเทศเกือบทั้งหมดจะผ่านท่าเรือหลัก 2 แห่ง ได้แก่ ท่าเรือกรุงเทพ (คลองเตย) และท่าเรื่อน้ำลึกแหลมฉบัง ซึ่งจากสถิติของการท่าเรือแห่งประเทศไทยพบว่าในปี 2556 มีสินค้าถึง 1.38 ล้านตู้ (ตู้:TEU) หรือเท่ากับประมาณ 19.63 ล้านตัน และ 6.04 ล้านตู้ (ตู้: TEU) หรือเท่ากับประมาณ 67.07 ล้านตัน ผ่านท่าเรือกรุงเทพและท่าเรือแหลมฉบังตามลำดับ

หน่วย: TEU

ปริมาณสินค้าขาเข้า และขาออก	2555	2556	6 เดือนแรก ปี 2556	6 เดือนแรก ปี 2557
ท่าเรือกรุงเทพ	1,397,444	1,379,718	730,485	737,310
ท่าเรือแหลมฉบัง	5,926,439	6,041,476	2,933,991	3,157,963
<b>รวม</b>	<b>7,323,883</b>	<b>7,421,194</b>	<b>3,664,476</b>	<b>3,895,273</b>

ที่มา กรมท่าเรือ

#### การขนส่งสินค้าภายในประเทศ

การขนส่งสินค้าภายในประเทศของไทยส่วนใหญ่ยังใช้การขนส่งทางถนนเป็นหลัก เนื่องจากมีเส้นทางที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ทำให้มีความสะดวกและรวดเร็วในการกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง แม้ว่าจะมีต้นทุนการขนส่งที่สูงกว่าการขนส่งทางรางหรือทางน้ำเนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานของไทยในระบบการขนส่งทางรางหรือทางเรือชายฝั่งนั้นยังไม่เอื้ออำนวย ตั้งแต่ปี 2551 ปริมาณการขนส่งภายในประเทศโดยรวมมีปริมาณเพิ่มขึ้น ถึงแม้ในปี 2554 การขนส่งทางถนนหลายสายไม่สามารถใช้งานได้ก็ตาม

ปริมาณการขนส่งสินค้า	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
<b>รวม</b>	<b>521.4</b>	<b>100.0</b>	<b>512.6</b>	<b>100.0</b>	<b>516.8</b>	<b>100.0</b>	<b>505.5</b>	<b>100.0</b>	<b>520.2</b>	<b>100.0</b>

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
- ประเทศไทยมีจุดแข็งด้านทำเลที่ตั้งซึ่งอยู่ศูนย์กลางของภูมิภาคและมีพื้นที่ติดชายฝั่งทะเลค่อนข้างมากโดยมีพรมแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน 4 ประเทศ ได้แก่ เมียนมาร์ ลาว กัมพูชา และมาเลเซีย และมีจังหวัดที่สามารถติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านได้ถึง 30 จังหวัด รวมทั้งสามารถเชื่อมต่อไปยังประเทศข้างเคียง เช่น เวียดนามและสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้ได้อีกด้วย ส่งผลให้กิจกรรมด้านโลจิสติกส์ของประเทศไทยยังสามารถขยายขอบข่ายการให้บริการได้อีกมาก
- ศูนย์กลางกิจกรรมการค้าของโลกมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนจากกลุ่มประเทศในซีกโลกตะวันตกมาสู่กลุ่มประเทศอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง, ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และกลุ่มประเทศในเอเชีย เนื่องจากกลุ่มประเทศดังกล่าวมีการเปิดเสรีทางการค้ามากขึ้นและมีกำลังซื้อของประชากรเพิ่มสูงขึ้น จึงเป็นโอกาสให้

ประเทศไทยสามารถขยายการค้าการลงทุนไปสู่เขตการค้าใหม่ๆ นอกจากนี้จากการที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้ง ยังส่งผลให้ประเทศไทยได้ประโยชน์จากการเคลื่อนย้ายสินค้าระหว่างประเทศในภูมิภาคโดยใช้เส้นทางผ่านประเทศไทยมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

- การเปิดเสรีทางการค้า การลงทุน และธุรกิจบริการ ภายในกรอบ AEC ในปี 2558 จะส่งผลให้เกิดความต้องการแลกเปลี่ยนสินค้าและทรัพยากรต่างๆ ระหว่างประเทศในภูมิภาคอาเซียนมีการขยายตัวอย่างมาก ประกอบกับแนวโน้มการผ่อนคลายกฎระเบียบด้านการคมนาคมขนส่งข้ามพรมแดนภายใต้กรอบ AEC ย่อมเป็นปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมให้ธุรกรรมด้านโลจิสติกส์เติบโตได้มากยิ่งขึ้น

### กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ

ปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายที่กำกับดูแลการให้บริการโลจิสติกส์โดยเฉพาะ แต่มีกฎหมายหลายฉบับที่เกี่ยวข้องกับแต่ละกิจกรรมของการให้บริการด้านโลจิสติกส์ เช่น ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์, พระราชบัญญัติการรับขนส่งทางทะเล พ.ศ. 2534, พระราชบัญญัติการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ พ.ศ. 2548, พระราชบัญญัติจัดวางการรถไฟและทางหลวง พ.ศ. 2464, พระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ. 2522, พระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2522, พระราชบัญญัติเรือไทย พ.ศ. 2481 พระราชบัญญัติการเดินเรือในน่านน้ำไทย พ.ศ. 2456 และพระราชบัญญัติการเดินอากาศ พ.ศ. 2497 เป็นต้น สำหรับกฎหมายสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจหลักของบริษัทมีดังนี้

#### พระราชบัญญัติการรับขนส่งของทางทะเล พ.ศ.2534

พระราชบัญญัติรับขนส่งของทางทะเลคือพระราชบัญญัติที่ใช้บังคับแก่การขนส่งทางทะเลจากที่แห่งหนึ่งในราชอาณาจักรไปยังที่อีกแห่งหนึ่งนอกราชอาณาจักร โดยตามพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวกำหนดให้ผู้ขนส่งไม่ต้องรับผิดชอบในกรณีที่เกิดการสูญหาย เสียหาย หรือส่งมอบล่าช้า อันเป็นผลมาจากเหตุสุดวิสัย, อุบัติเหตุแห่งท้องทะเล, การสงคราม หรือเหตุอื่นใดตามหมวด 5 มาตรา 52 ของพระราชบัญญัตินี้ ซึ่งหมายความรวมถึงการไม่ต้องรับผิดชอบในกรณีที่เกิดความเสียหายจากความผิดของผู้ส่งของ หรือเกิดจากสภาพแห่งของนั้นเอง

ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ขนส่งต้องรับผิดชอบ พระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวได้จำกัดความรับผิดชอบของผู้ขนส่งไว้เพียง 10,000 บาทต่อ 1 หน่วยการขนส่ง หรือ กิโลกรัมละ 30 บาทต่อน้ำหนักสุทธิแห่งของนั้น แล้วแต่เงินจำนวนใดจะมากกว่า แต่ต้องไม่เกินกว่าราคาของนั้น (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ในหมวด 6 มาตราที่ 58-61)

#### ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

กฎหมายแพ่งเป็นกฎหมายเอกชนว่าด้วยเรื่องสิทธิ หน้าที่ และความสัมพันธ์ ระหว่างเอกชนต่อเอกชน ส่วนกฎหมายพาณิชย์คือกฎหมายว่าด้วยสิทธิและหน้าที่ของบุคคล อันเป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเศรษฐกิจและการค้า โดยวางระเบียบเกี่ยวพันทางการค้าหรือธุรกิจระหว่างบุคคล สำหรับในการประกอบธุรกิจให้บริการขนส่งในประเทศของบริษัทนั้น กฎหมายดังกล่าวกำหนดให้บริษัทต้องรับผิดชอบในกรณีทีสินค้าเกิดการสูญหายหรือบุบสลาย หรือส่งมอบล่าช้า เว้นแต่พิสูจน์ได้ว่าเกิดจากเหตุสุดวิสัย หรือเกิดจากสภาพแห่งของนั้นเอง หรือเกิดจากความผิดของผู้ส่ง (ดูรายละเอียดได้ในมาตราที่ 420 และ 616)

ทั้งนี้ ในการป้องกันความเสี่ยงจากการให้บริการรับขนส่งในประเทศของบริษัทนั้น บริษัทได้มีการซื้อประกันภัยสินค้าที่รับขนส่ง, ประกันภัยรถบรรทุก และประกันภัยอุบัติเหตุ ซึ่งมีทุนประกันภัยมูลค่าสูงกว่าความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้น



ในส่วนของการให้บริการจัดการพิธีศุลกากรซึ่งบริษัทได้รับมอบอำนาจจากลูกค้าให้เป็นตัวแทนในการทำการศุลกากรนั้น ตามกฎหมายดังกล่าวระบุไว้ว่า การทำตามกรอบหนังสือมอบอำนาจที่ได้รับ บริษัทก็ต้องรับผิดชอบในการดูแลตัวต่อบุคคลภายนอก เนื่องจากบริษัทอยู่ในฐานะตัวแทน ดังนั้น ผู้มอบอำนาจให้บริษัทย่อมเป็นผู้มีความผูกพันต่อบุคคลภายนอกในกิจการทั้งหลายที่ตัวแทนได้ทำไปภายในขอบเขตแห่งการมอบอำนาจนั้น (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ในตามมาตราที่ 820)

## ภาวะการแข่งขัน

### ธุรกิจบริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

จากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการและพัฒนากิจการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติพบว่า ในปี 2554 ประเทศไทยมีผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าจำนวน 18,399 ราย โดยมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2548 โดยเฉลี่ยร้อยละ 3.7 ต่อปี โดยผู้ประกอบการโลจิสติกส์ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจด้านการขนส่ง รวมทั้งสิ้นประมาณ 12,000 ราย หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 66 ของกลุ่มธุรกิจโลจิสติกส์ โดยมีมูลค่าธุรกิจรวมประมาณ 459,000 ล้านบาท หรือร้อยละ 72.2 ของมูลค่าธุรกิจรวม

สำหรับผู้ประกอบการไทยในกลุ่มธุรกิจโลจิสติกส์ที่ประกอบธุรกิจใกล้เคียงกับบริษัทนั้น จากข้อมูลจำนวนสมาชิกของสมาคมชิปปิงแห่งประเทศไทยพบว่า มีทั้งสิ้น 1,099 ราย เป็นผู้ประกอบการในภาคกลาง 875 ราย, ภาคตะวันออก 58 ราย, ภาคเหนือ 50 ราย, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 30 ราย และภาคใต้ 86 ราย โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการรายย่อยที่มีการให้บริการรับจัดการขนส่งแบบไม่เต็มตู้ (LCL) หรือมีการให้บริการเพียงบางอย่าง ผู้ประกอบการเหล่านี้จึงเป็นเสมือนพันธมิตรทางธุรกิจที่ทำหน้าที่รับงานจากลูกค้ารายย่อยที่กระจายอยู่ทั่วประเทศมาส่งต่อให้แก่บริษัทมากกว่าเป็นคู่แข่ง ส่วนผู้ประกอบการไทยรายใหญ่ที่มีกลุ่มลูกค้าใกล้เคียงกับของบริษัทนั้นมีประมาณ 25 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการไทยประมาณ 15 รายและผู้ประกอบการต่างประเทศรวมถึงบริษัทในเครือรวมประมาณ 10 ราย อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารประเมินว่า การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการไทยด้วยกันนั้นยังคงไม่รุนแรงนัก เนื่องจากตลาดของโลจิสติกส์นั้นมีขนาดใหญ่และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการทั้งหลายจึงมีทั้งการแข่งขันเพื่อเสนอบริการให้แก่ลูกค้าและในขณะเดียวกันก็มีการแลกเปลี่ยนหรือร่วมมือกันเพื่อให้สามารถบริการลูกค้าของตนด้วยเช่นกัน

ในส่วนของการแข่งขันจากผู้ประกอบการต่างชาตินั้น ผู้บริหารประเมินว่าอาจมีความรุนแรงมากขึ้นภายหลังจากการเปิดเสรีสาขาบริการด้านโลจิสติกส์ภายใต้กรอบ AEC ประกอบกับการที่ประเทศไทยตั้งเป้าหมายเป็น “Logistics Hub” ของภูมิภาคนั้น จะเป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้ผู้ประกอบการต่างชาติเข้ามาแข่งขันมากขึ้น ซึ่งตั้งแต่ในปี 2556 ประเทศไทยได้มีนโยบายผ่อนคลายนโยบายระเบียบโดยการเพิ่มสัดส่วนให้ชาวต่างชาติสามารถถือครองหุ้นในธุรกิจโลจิสติกส์ได้ถึงร้อยละ 70 อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารของบริษัทเชื่อมั่นว่า ผู้ประกอบการไทยยังคงมีความได้เปรียบในด้านความเชี่ยวชาญด้านระบบขนส่งและโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการที่จะบริหารจัดการต้นทุนโลจิสติกส์ให้เกิดประสิทธิภาพที่สุด ดังนั้น หากผู้ประกอบการต่างชาติต้องการที่จะเข้ามามีส่วนร่วมแบ่งในตลาดโลจิสติกส์ของไทย ก็น่าจะเข้ามาในรูปแบบของการร่วมทุนหรือเป็นพันธมิตรทางการค้ากับผู้ประกอบการในไทย เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายการให้บริการที่ตนในต่างประเทศกับพันธมิตรที่เป็นผู้ประกอบการไทยมากกว่า

จากการให้บริการที่หลากหลายครอบคลุมของบริษัทและบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญที่พร้อมนำเสนอทางเลือกที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้าและคู่ค้า ส่งผลให้บริษัทเชื่อมั่นว่าจะสามารถรักษาความเป็นผู้นำด้านการให้บริการจัดการขนส่งระหว่างประเทศได้ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนของปริมาณตู้คอนเทนเนอร์ที่บริษัทเป็นผู้ส่งออก-นำเข้ากับปริมาณตู้คอนเทนเนอร์ขาเข้า-ออกที่ทำเรือกรุงเทพและท่าเรือแหลมฉบัง พบว่า บริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดของการเป็นผู้ให้บริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางทะเลดังนี้

หน่วย: TEU

รายละเอียด	2555	2556	6 เดือนแรก 2557
ปริมาณตู้คอนเทนเนอร์ขาเข้า-ออกที่ทำเรือ <sup>1)</sup>	7,323,883	7,421,194	3,895,273
ปริมาณตู้คอนเทนเนอร์ขาเข้า-ออกที่บริษัทให้บริการ <sup>2)</sup>	19,681	27,929	14,981
ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)	0.27	0.38	0.38

ที่มา : 1) กรมท่าเรือ 2) ข้อมูลจากบริษัท

#### ธุรกิจขนส่งภายในประเทศด้วยรถบรรทุกหัวลาก

ธุรกิจการให้บริการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกนั้น เป็นตลาดที่มีผู้ประกอบการจำนวนมากและส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก โดยจากข้อมูลของกรมการขนส่งทางบกพบว่า ณ สิ้นสุด 31 กรกฎาคม 2557 ทั่วประเทศมีจำนวนผู้ประกอบการขนส่งด้วยรถบรรทุกสำหรับการรับจ้าง รวมทั้งสิ้น 17,409 ราย เป็นผู้ประกอบการในภาคกลาง 5,041 ราย, ภาคตะวันออก 2,081 ราย, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4,776 ราย, ภาคเหนือ 2,551 ราย, ภาคตะวันตก 1,882 ราย และภาคใต้ 1,078 ราย โดยจากเอกสารประกอบการสัมมนา “เสริมศักยภาพการค้าอาเซียน ด้วยคุณภาพการขนส่งไทย” ซึ่งจัดขึ้นโดยกรมการขนส่งทางบก สัดส่วนของผู้ประกอบการขนาดเล็กซึ่งมีรถจำนวนไม่เกิน 10 คันนั้น มีสัดส่วนมากถึงร้อยละ 78 ในขณะที่จำนวนผู้ประกอบการขนาดกลางซึ่งมีจำนวนรถไม่เกิน 50 คัน มีอยู่ประมาณร้อยละ 16 และผู้ประกอบการขนาดใหญ่ซึ่งมีรถมากกว่า 50 คันขึ้นไปนั้น มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 6

ปัจจุบัน บริษัทมีรถบรรทุกหัวลากจำนวน 50 คัน และหางลากจำนวน 98 หาง โดยกลุ่มลูกค้าและจุดให้บริการหลักของบริษัทนั้นอยู่ที่ จ.สุราษฎร์ธานี ซึ่งผู้บริหารประเมินว่าในเขตภาคใต้นั้น มีผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีศักยภาพในการแข่งขันกับบริษัทเป็นจำนวนประมาณ 7-8 ราย โดยแต่ละรายมีจำนวนรถประมาณ 50-300 คัน สำหรับในเขตภาคตะวันออกซึ่งบริษัทมีจุดให้บริการอยู่ที่จังหวัดชลบุรีนั้น ผู้บริหารประเมินว่ามีผู้ประกอบการรายใหญ่จำนวนมาก โดยแต่ละรายมีจำนวนรถมากกว่า 100 คัน อย่างไรก็ตามก็ดี ศักยภาพการแข่งขันในธุรกิจขนส่งนั้นขึ้นอยู่กับคุณภาพในการให้บริการและความสามารถในการจัดหาพนักงานขับรถที่มีมาตรฐาน ดังนั้น การมีจำนวนรถเพื่อให้บริการมากจึงมิใช่ปัจจัยชี้วัดว่าจะสามารถได้รับงานจากลูกค้าแต่อย่างใด

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

จากการพัฒนาการให้บริการด้วยการนำเอาระบบ GPS มาใช้ในการวางแผนและควบคุมคุณภาพการให้บริการ และความใส่ใจในการพัฒนามาตรฐานพนักงานขับรถของบริษัทอย่างต่อเนื่องด้วยการจัดฝึกอบรมและ

สร้างมาตรฐานการปฏิบัติงานในการขับเคลื่อนที่ปลอดภัยและประหยัดน้ำมัน ทำให้บริษัทเชื่อมั่นว่ามีศักยภาพเพียงพอในการแข่งขันและการขยายธุรกิจต่อไปในอนาคต

นอกจากนี้ บริษัทยังอาศัยข้อได้เปรียบจากการที่ เป็นผู้ให้บริการบริหารจัดการขนส่งระหว่างประเทศ ทำให้สามารถนำเสนอบริการต่อเนื่องซึ่งเชื่อมโยงทั้งการให้บริการจัดการขนส่งระหว่างประเทศและการขนส่งภายในประเทศในลักษณะของ One-Stop-Service ได้ ซึ่งทำให้ลูกค้าสามารถใช้บริการที่หลากหลายด้านโลจิสติกส์ได้จากบริษัทเพียงแห่งเดียว

## 2.3 การจัดหาบริการ

### 2.3.1 การจัดหาและแหล่งที่มาของบริการ

#### ธุรกิจบริหารจัดการขนส่งระหว่างประเทศ

ในการให้บริการจัดการขนส่งระหว่างประเทศบริษัทจะต้องจัดหาระวางเรือหรือเครื่องบินจากผู้ประกอบการขนส่งเพื่อให้บริการแก่ลูกค้า และมีการประสานงานกับพันธมิตรในต่างประเทศเพื่อช่วยในการให้บริการ โดยแหล่งที่มาของบริการต่าง ๆ ดังกล่าว มีดังนี้

##### ระวางเรือหรือเครื่องบิน

ค่าระวางเรือหรือเครื่องบินนั้นนับเป็นต้นทุนหลักในการให้บริการจัดการขนส่งระหว่างประเทศซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 80-85 ของต้นทุนการให้บริการจัดการขนส่งระหว่างประเทศของบริษัท โดยบริษัทมีการจัดหาระวางเรือหรือเครื่องบินจากผู้ประกอบการในประเทศเป็นหลัก คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 70-75 ของต้นทุนค่าระวางรวม ซึ่งต้นทุนดังกล่าวจะมีการจ่ายชำระให้แก่ผู้ประกอบการขนส่งโดยตรงเป็นสกุลเงินบาท ในแต่ละปีบริษัทมีการจัดหาระวางเรือหรือเครื่องบินจากผู้ประกอบการขนส่งรวมแล้วกว่า 300 ราย ทั้งนี้ จากการที่บริษัทมีการจองระวางเรือหรือเครื่องบินอย่างสม่ำเสมอ จึงสามารถเจรจากับผู้ให้บริการขนส่งในการขอกำหนดราคาค่าระวางล่วงหน้าในช่วงระยะเวลาประมาณ 15 – 30 วัน

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

##### เอเยนต์ (Agent)

ในกรณีที่บริษัทมีการให้บริการจัดการขนส่งในเขตต่างประเทศ เช่น การจัดการขนส่งสินค้าจากท่าเรือในต่างประเทศไปสู่จุดหมายปลายทางภายในประเทศต่าง ๆ บริษัทจะประสานงานกับเอเยนต์ซึ่งเป็นพันธมิตรทางการค้าที่อยู่ในต่างประเทศเพื่อช่วยดำเนินการในขั้นตอนดังกล่าว โดยเอเยนต์ของบริษัทนั้นได้แก่ผู้ประกอบการในธุรกิจจัดการขนส่งในประเทศต่าง ๆ ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานในการบริหารจัดการการขนส่งในเขตประเทศที่ตนดูแลให้แก่บริษัท รวมถึงเป็นผู้ช่วยเก็บค่าบริการให้แก่บริษัทในกรณีที่

ลูกค้าของบริษัทระบุให้มีการเรียกเก็บค่าบริการที่ปลายทางในต่างประเทศ ปัจจุบันบริษัทมีการจัดทำบันทึกข้อตกลงทางธุรกิจกับเอเยนต์รวมประมาณ 80 ราย ซึ่งพร้อมช่วยดูแลการให้บริการแก่ลูกค้าของบริษัทในเขตประเทศต่างๆ กว่า 180 ประเทศทั่วโลก (ดูข้อมูลเพิ่มเติมในสรุปข้อตกลง agency agreement ในหัวข้อ 5.2 สรุปสัญญาที่สำคัญ) ในการจ่ายชำระต้นทุนค่าระวางรวมทั้งต้นทุนค่าบริการของเอเยนต์เหล่านี้ จะมีการจ่ายชำระเป็นสกุลเงินต่างประเทศ

นโยบายในการคัดเลือกเอเยนต์

1. มีสถานะเป็นนิติบุคคล โดยสามารถแสดงเอกสารได้อย่างชัดเจน
2. เป็นนิติบุคคลที่ก่อตั้งมาแล้วอย่างน้อย 1 ปี หรือสามารถแสดงให้เห็นได้ว่ามีประสบการณ์ในการเป็นเอเยนต์มาก่อน โดยสามารถสอบถามหรืออ้างอิงข้อมูลการทำงานได้จากเอเยนต์ที่เป็นพันธมิตรทางการค้ากับบริษัท
3. เป็นสมาชิกของ WCA หรือองค์กรหรือสมาคมที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล หรือได้รับการแนะนำจากเอเยนต์ที่เป็นพันธมิตรทางการค้าของบริษัท
4. ยินยอมที่จะทำสัญญาอย่างเป็นทางการเป็นลายลักษณ์อักษรตามรูปแบบที่บริษัทกำหนด หรือตามรูปแบบของเอเยนต์แต่ต้องมีสาระสำคัญเทียบเท่ากับ Agency Agreement ของบริษัท พร้อมแสดงเอกสารประกอบ เช่น หนังสือจดทะเบียนบริษัท (Corporate Registration) และ สำเนาพาสปอร์ตของผู้มีอำนาจลงนามของเอเยนต์ เป็นต้น
5. Agency Agreement จะต้องลงนามโดยผู้มีอำนาจลงนามของเอเยนต์เท่านั้น

### ธุรกิจขนส่งในประเทศ

ในการให้บริการขนส่งในประเทศนั้น ปัจจุบันบริษัทมีการให้บริการโดยใช้รถบรรทุกหัวลากและหางลากจำนวน 50 หัว และ 98 หาง โดยต้นทุนหลักในการให้บริการขนส่ง ได้แก่ ค่าน้ำมัน คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 30-35 ของต้นทุนการให้บริการขนส่งในประเทศ รองลงมาได้แก่ ค่าขนส่ง ซึ่งได้แก่ ต้นทุนการว่าจ้างผู้ประกอบการขนส่งรถบรรทุกหัวลาก-หางลากรายอื่น (Sub-Contract) คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 10-30 ของต้นทุนการให้บริการขนส่งในประเทศ และต้นทุนเงินเดือนและเบี้ยเลี้ยงพนักงานขับรถ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 15-35 ของต้นทุนการให้บริการขนส่งในประเทศ

ทั้งนี้ บริษัทมีแหล่งที่มาของการจัดหารถบรรทุกและต้นทุนการให้บริการต่าง ๆ ดังนี้

รถบรรทุกหัวลากและหางลาก

บริษัทมีการจัดหารถบรรทุกหัวลากและหางลากทั้งจากการซื้อรถใหม่จากตัวแทนจำหน่ายของผู้ผลิตรถบรรทุกโดยตรง เช่น บริษัท ตรีเพชร ลีสซิ่ง อีซูซุ จำกัด และบริษัท ดायอน ออโต้โมบิล (ประเทศไทย) จำกัด เป็นต้น โดยในกรณีที่เป็นการซื้อรถที่เคยผ่านการใช้งานมาแล้วนั้น บริษัทจะดำเนินการตรวจสอบสภาพรถและอายุการใช้งานก่อนตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้ รถบรรทุกหัวลากของบริษัททุกคันมีการทำประกันภัยชั้น 1 และประกันภัยสินค้าที่รับขนส่ง ซึ่งมีทุนประกันภัยมูลค่าสูงกว่าความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น

### น้ำมัน

ในช่วงระยะปี 2554-2556 บริษัทมีการจัดหาน้ำมันจากผู้ค้าทั่วไปโดยบริษัทจะสั่งซื้อน้ำมัน 1 – 2 สัปดาห์ต่อครั้ง มาเก็บสำรองไว้ที่คลังน้ำมันซึ่งตั้งอยู่ที่จุดให้บริการจังหวัดสุราษฎร์ธานีและจังหวัดชลบุรี อย่างไรก็ตาม นับตั้งแต่เดือนมิถุนายน ปี 2557 บริษัทได้มีการยกเลิกระบบการซื้อน้ำมันมาสำรองไว้ที่จุดบริการของบริษัท และเปลี่ยนมาใช้บริการระบบ “Fill &Go” กับผู้ประกอบการน้ำมันรายใหญ่รายหนึ่ง โดยระบบดังกล่าวเป็นระบบที่ควบคุมให้รถบรรทุกหัวลากของบริษัทจะต้องเติมน้ำมันเฉพาะที่สถานีบริการที่กำหนดเท่านั้น ส่งผลให้บริษัทสามารถควบคุมและตรวจสอบการเติมน้ำมันของรถแต่ละคันของบริษัทได้ ในส่วนของการจัดการความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาน้ำมันดีเซลซึ่งเป็นเชื้อเพลิงหลักนั้น บริษัทมีการกำหนดราคาค่าบริการกับลูกค้าโดยกำหนดเป็นขั้นบันไดซึ่งแปรผันตามระดับราคาน้ำมัน อย่างไรก็ตาม ราคาน้ำมันดีเซลนั้นอยู่ภายใต้การควบคุมของกระทรวงพลังงาน จึงมีความผันผวนของระดับราคาค่อนข้างต่ำ โดยในระยะ 4 ปีที่ผ่านมา ราคาน้ำมันดีเซลจะอยู่ที่ช่วงราคาประมาณ 28 - 30 บาทต่อลิตรมาโดยตลอด โดยมีเพียงช่วง 3 เดือนระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2555 ถึงเดือน เมษายน 2555 เท่านั้นที่ราคาเกินกว่า 31 บาท

### ผู้ประกอบการรถบรรทุกหัวลาก-หางลาก (Sub-Contract)

ต้นทุนการว่าจ้างผู้ประกอบการขนส่งรถบรรทุกหัวลาก-หางลากรายอื่น (Sub-Contract) เกิดขึ้นจากการที่ในช่วงเวลาของรถของบริษัทไม่เพียงพอที่จะให้บริการแก่ลูกค้าหรือไม่คุ้มที่จะดำเนินการเอง บริษัทจะมีการติดต่อหาผู้ประกอบการรายอื่นที่เป็นพันธมิตรทางการค้าให้มาช่วยรับงานต่อไป (Sub-contract) โดยปัจจุบันบริษัทมีพันธมิตรทางการค้าที่มีการทำข้อตกลงร่วมกันอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร ประมาณ 10 ราย

### พนักงานขับรถ

บริษัทมีการจัดหาพนักงานขับรถโดยผ่านกระบวนการสรรหาบุคลากรของบริษัทโดยพนักงานขับรถของบริษัทจะได้รับค่าตอบแทนทั้งแบบรายเดือนและค่าเบี่ยเลี้ยง รวมถึงมีการรับประกันรายได้ขั้นต่ำ ปัจจุบันบริษัทมีพนักงานขับรถรวมประมาณ 35-40 คน ซึ่งโดยทั่วไปจำนวนพนักงานขับรถของบริษัทจะน้อยกว่าจำนวนรถที่มีไว้ให้บริการเนื่องจากบริษัทจะต้องสำรองรถบรรทุกส่วนหนึ่งไว้สำหรับใช้ทดแทนรถที่เข้าซ่อมบำรุงตามแผน และต้องสำรองรถไว้สำหรับลูกค้าที่ต้องการให้ทิ้งรถไว้เนื่องจากต้องใช้ระยะเวลาในการบรรทุกสินค้า ทั้งนี้ นอกจากการสรรหาบุคลากรเพื่อทำหน้าที่พนักงานขับรถแล้ว บริษัทยังมีแผนในการร่วมกับผู้ประกอบการผลิตรถบรรทุกรายใหญ่และหน่วยงานราชการเพื่อจัดโครงการพัฒนาอาชีพพนักงานขับรถที่มีคุณภาพและมีความรับผิดชอบออกสู่สังคมอีกด้วย (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อ 12. ความรับผิดชอบต่อสังคม)

ทั้งนี้ เนื่องจากบริษัทมีคู่ค้าและพันธมิตรทางการค้าที่หลากหลาย ส่งผลให้บริษัทไม่มีการพึ่งพิงคู่ค้ารายใดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 30 ของต้นทุนการให้บริการในแต่ละปี โดยบริษัทมีการใช้บริการจากผู้ประกอบการขนส่งทางเรือในสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 10 ของต้นทุนการให้บริการรวมในปี 2556 เป็นจำนวน 1 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.70 ของต้นทุนการให้บริการรวม สำหรับในช่วง 6 เดือนแรก ปี 2557 บริษัทไม่มีการใช้บริการจากคู่ค้ารายใดในสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 10 ของต้นทุนการให้บริการรวม

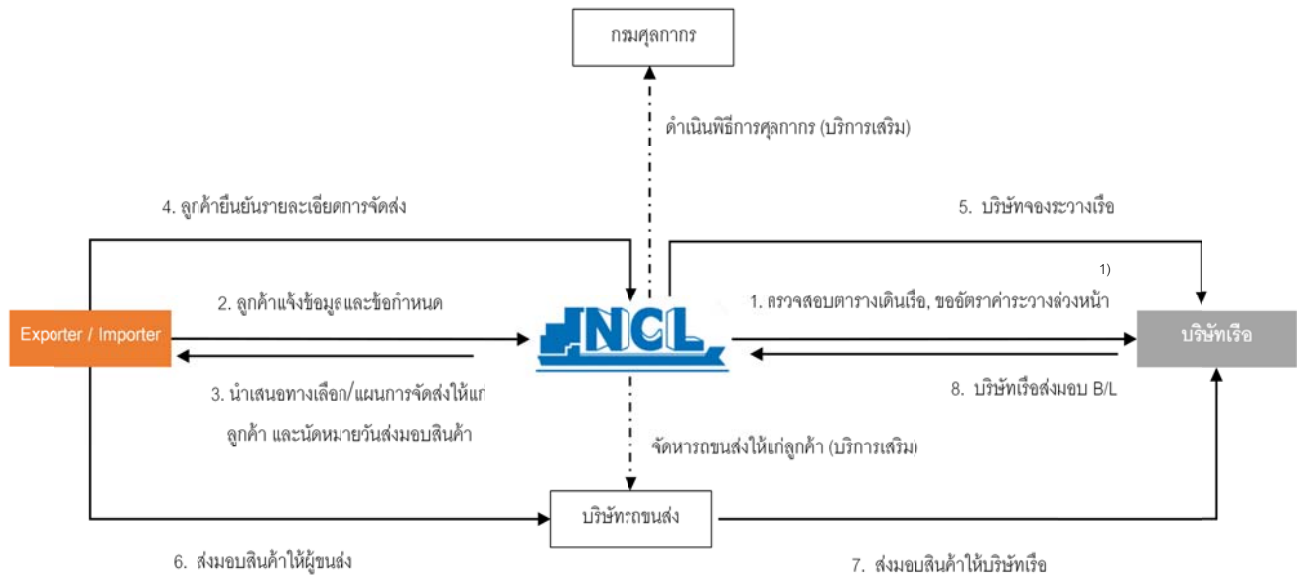
### 2.3.2 ขั้นตอนการให้บริการ

บริษัทมีขั้นตอนการให้บริการของแต่ละกลุ่มธุรกิจดังนี้

#### การจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

1. บริษัทประมาณการความต้องการจองระวางเรือ โดยสำหรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ส่งออก-นำเข้าซึ่งมักมีการขนส่งแบบเต็มตู้คอนเทนเนอร์ (FCL) นั้น บริษัทจะมีการวางแผนการขนส่งร่วมกับลูกค้าและมีการจองระวางเรือเมื่อได้รับการยืนยันจากลูกค้า สำหรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ให้บริการจัดการขนส่ง (Freight Forwarder) ซึ่งมักมีการขนส่งแบบไม่เต็มตู้คอนเทนเนอร์ (LCL) บริษัทจะมีการประมาณการความต้องการจองระวางเรือและดำเนินการจองระวางเรือล่วงหน้า จากนั้นจึงนำพื้นที่ระวางเรือที่มีไปเสนอขายให้แก่ลูกค้า
2. ลูกค้าแจ้งข้อมูลและข้อกำหนดแก่บริษัท เช่น ลักษณะสินค้า, ปริมาณ, น้ำหนัก จุดหมายปลายทาง, วันที่ต้องการส่ง และวันที่ต้องการให้ถึงจุดหมายปลายทาง เป็นต้น
3. บริษัทตรวจสอบข้อมูลและนำเสนอแผนการจัดส่งในแต่ละทางเลือกให้แก่ลูกค้า เช่น เลือกใช้เส้นทางที่ใช้ระยะเวลาสั้นที่สุดแต่มีต้นทุนสูง หรือเลือกใช้เส้นทางหนึ่งที่ต้องใช้ระยะเวลาเพิ่มขึ้นแต่มีต้นทุนต่ำกว่า เป็นต้น ซึ่งลูกค้าสามารถนำทางเลือกต่างๆ ที่บริษัทนำเสนอไปพิจารณาพร้อมกับข้อกำหนดของตนก่อนตัดสินใจเลือกแผนการจัดส่งที่เหมาะสมที่สุด
4. บริษัทส่งเอกสารยืนยันรายละเอียดการจัดส่งสินค้า เช่น ข้อมูลสินค้า, ท่าเรือต้นทางและท่าเรือปลายทาง เป็นต้น เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และนัดหมายการส่งมอบสินค้ากับลูกค้า โดย
  - ในกรณีที่ลูกค้าปริมาณสินค้ามากพอที่จะบรรจุได้เต็มตู้คอนเทนเนอร์ ลูกค้าจะนำสินค้าบรรจุเข้าตู้คอนเทนเนอร์ในสถานที่ของลูกค้าแล้วจึงนำมาส่งมอบให้บริษัทที่ทำเรือ ซึ่งโดยทั่วไปบริษัทเรือจะเป็นผู้เตรียมตู้คอนเทนเนอร์ให้ลูกค้า
  - ในกรณีที่ลูกค้ามีปริมาณสินค้าไม่มากพอที่จะเข้าตู้คอนเทนเนอร์ทั้งตู้ได้ ลูกค้าจะนำสินค้ามาส่งมอบให้บริษัทเพื่อบรรจุเข้าตู้คอนเทนเนอร์ของบริษัทเรือที่บริษัทจองระวางเรือไว้ โดยบริษัทจะเป็นผู้จัดสรรพื้นที่และบรรจุสินค้าเข้าตู้คอนเทนเนอร์ที่ทำเรือ
  - ในกรณีที่เป็นการขนส่งทางอากาศ ลูกค้าจะนำสินค้าไปส่งมอบให้ที่ท่าอากาศยาน
5. บริษัทจัดส่งเอกสารใบตราส่ง (Bill of Lading: B/L) ที่ได้รับจากบริษัทผู้ขนส่งทางเรือ/เครื่องบิน เพื่อนำไปใช้ในการรับสินค้า โดย
  - จัดส่งใบตราส่งให้แก่ลูกค้า ในกรณีที่ลูกค้าเป็นผู้รับผิดชอบในการรับสินค้าที่ปลายทางเอง
  - จัดส่งใบตราส่งให้แก่เอเยนต์ที่เป็นพันธมิตรในต่างประเทศ ในกรณีที่ลูกค้าต้องการให้บริษัทให้บริการจัดการพิธีการศุลกากรในส่วนของประเทศปลายทาง และจัดการส่งสินค้าจากท่าเรือหรือสนามบินไปยังจุดหมายปลายทางต่างๆ ในต่างประเทศ
6. ช่วยติดตามสถานะการจัดส่งแก่ลูกค้า รวมถึงการให้คำแนะนำในกรณีที่เกิดปัญหาระหว่างการขนส่ง เช่น ลูกค้าดำเนินพิธีการศุลกากรไม่ถูกต้อง หรือเกิดความล่าช้าในการขนส่ง เป็นต้น



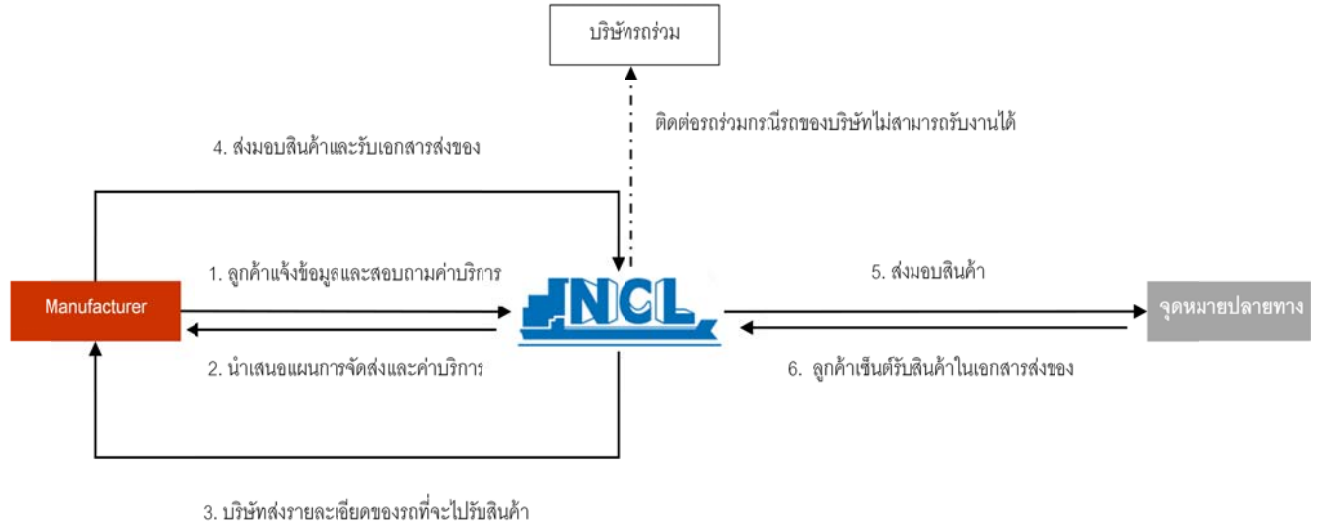


1) บริษัทจะมีการจองระวางเรือล่วงหน้าก่อนได้รับคำสั่งจากลูกค้าในกรณีเสนอบริการขนส่งแบบไม่เต็มตู้ (LCL)

การขนส่งสินค้าในประเทศด้วยรถบรรทุกหัวลากและหางลาก

1. ลูกค้าแจ้งข้อมูลและข้อกำหนดแก่บริษัท เช่น ลักษณะสินค้า, ปริมาณ, สถานที่รับสินค้า, จุดหมายปลายทาง, วันที่ต้องการส่ง และวันที่ต้องการให้ถึงจุดหมายปลายทาง เป็นต้น และสอบถามค่าบริการกับบริษัท
2. บริษัทตรวจสอบตารางเดินรถและวางแผนการจัดรถแล้วนำเสนอต่อลูกค้า ซึ่งในกรณีที่รถของบริษัทไม่สามารถรับงานได้ บริษัทจะประสานงานไปยังผู้ขนส่งรายอื่นที่เป็นพันธมิตรทางการค้ากับบริษัทเพื่อนำรถมาให้บริการแก่ลูกค้าแทน
3. บริษัทส่งเอกสารแสดงรายละเอียดของรถขนส่งที่จะไปรับสินค้า เช่น ชื่อพนักงานขับรถ, เลขทะเบียนรถ ชนิดและปริมาณสินค้าที่รถคันนั้นจะไปรับ เป็นต้น และนัดหมายการส่งมอบสินค้ากับลูกค้า
4. พนักงานขับรถและผู้รับผิดชอบต้นทาง ตรวจสอบสินค้าขณะนำขึ้นรถและรับเอกสารส่งของ
5. เมื่อถึงจุดหมายปลายทาง ลูกค้านำสินค้าลงจากรถและตรวจสอบ
6. ลูกค้าเซ็นต์เอกสารรับสินค้าในเอกสารส่งของ

สรุปขั้นตอนการให้บริการขนส่งในประเทศ



## 2.4 ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

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

## 2.5 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี