

บทที่ 2

ประวัติความเป็นมาและโครงสร้างทั่วไปของตลาดบริการ Courier

ประวัติความเป็นมา

ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศจะต้องเผชิญกับการแข่งขัน จากคู่แข่งที่มาจากภายในประเทศเช่น บรรดาผู้ผลิตภายในประเทศและการแข่งขันระหว่างประเทศ ซึ่งได้แก่บรรดาธุรกิจการค้าระหว่างประเทศด้วยกัน การแข่งขันในวงการธุรกิจการค้าระหว่างประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น^{1/} กลยุทธ์ที่น่าสนใจที่กำหนำที่สนับสนุนกิจการค้าระหว่างประเทศก็คือ การสร้างบริการต่าง ๆ ได้แก่ การขนส่งหรือการสื่อสาร การบริการการเงินและการประกันภัย และอื่นๆ บริการเหล่านี้สามารถดึงดูดธุรกิจการค้าให้เข้ามาอยู่ในศูนย์กลางที่ต้องการได้

รูปแบบของการจัดการธุรกิจการค้าระหว่างประเทศส่วนใหญ่จัดอยู่ในรูปของบริษัทข้ามชาติ (Multinational basis) ทำการเปิดสาขาหรือบริษัทในเครือเดียวกันในต่างประเทศ เพื่อทำหน้าที่ขายสินค้าหรือบริการได้ทั่วโลก หรือให้ขอบข่ายการขายมากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ธุรกิจบริการการติดต่อสื่อสารถือได้ว่าเป็นงานที่สนับสนุนการค้าระหว่างประเทศมีลักษณะเป็นวิธีการขาย (Sale Method) ไม่ว่าจะเป็นการโต้ตอบจดหมาย, การส่งข่าวสาร, ข้อมูลไปรษณีย์ และอื่นๆ การติดต่อสื่อสารในรูปแบบนี้ ต้องการความรวดเร็วแรงด่วน เพราะธุรกิจที่ติดต่อกันระหว่างประเทศต้องการการเจรจาตกลงกันอย่างรีบด่วน มันแสดงให้เห็นถึงความต้องการความก้าวหน้าของธุรกิจระหว่างประเทศ นั่นคือจุดเริ่มต้นของการเกิดบริการส่งสิ่งของทางอากาศที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเริ่มก่อตั้งโดยเอกชนในสหรัฐอเมริกา การรับส่งสิ่งของ

^{1/}Root, Franklin R., Kramer, Roland L and D' Arlin, Moarice
Y. International trade and Finance : Theory, Policy + Practice. Cium
Ohio. South - Western Publishing Company, 1966, P.605

ต่าง ๆ ของสหรัฐโดยทางอากาศนั้น อย่างช้าที่สุดจะต้องใช้เวลาเพียงข้ามคืนจะต้องถึงมือผู้รับได้ในทุกแห่งทั่วประเทศ ช้ากว่านี้ไม่ได้ จัดเป็นธุรกิจที่ใหญ่อย่างหนึ่งของประเทศ คิดเป็นวงเงินที่หมุนเวียนอยู่ได้ถึงปีละ 5,000 ล้านดอลลาร์^{2/}

ผู้ริเริ่มบริการส่งพัสดุทางอากาศรายแรกคือ เฟเดอรัล เอ็กซ์เพรส (Federal Express) ปัจจุบันมีชื่อเสียงมาก ในระยะ 8-9 ปีที่ผ่านมา รายได้ทั้งปีประมาณ 1.4 พันล้าน มีกำไรประมาณ 115 ล้านดอลลาร์ต่อปี ทำให้ราคาหุ้นของเฟเดอรัลเมื่อปี ค.ศ. 1978 มีราคาหุ้นละ 24 ดอลลาร์พุ่งสูงขึ้นในปี ค.ศ. 1984 เป็นราคาหุ้นละ 273 ดอลลาร์ ซึ่งแสดงถึงความสำเร็จของกิจการนอกจากนี้ Federal Express ยังได้ขยายกิจการแพร่หลายโดยการตั้งสำนักงานดำเนินกิจการนี้ไปทั่วโลก กิจการของ Federal ขยายไปจนกระทั่งมีเครื่องบินรับส่งเป็นของตนเองไม่ต่ำกว่า 60 ลำ หน่วยธุรกิจเอกชนรายอื่นที่มีชื่อเสียง และดำเนินงานมาเคียงคู่ Federal Express ในสหรัฐอเมริกา คือ EMERY AIR FREIGHT, DHL และ AIR BORNE หน่วยธุรกิจเหล่านี้ตั้งสาขาอย่างแพร่หลายไปทั่วโลกเช่นกัน

ในอังกฤษมีเอกชนที่ให้บริการ Couriers มากกว่า 50 หน่วยงาน DHL เป็นหน่วยงานที่ใหญ่ที่สุด EMS มีมูลค่าบริการประมาณ 15 ล้านปอนด์ในปี 1982 และ IML มีมูลค่าบริการประมาณ 11 ล้านปอนด์ ส่วนที่ DHL มีมูลค่า 18 ล้านปอนด์ในปี 1985 ในขณะที่ปี 1979 ได้ 2 ล้านปอนด์ และ SKYPAK ก็กำลังขยายงานอย่างรวดเร็ว DHL ให้บริการมากกว่า 120 ประเทศ แสดงว่าเอกชนให้บริการ Courier ได้ขอบข่ายกว้างทั่วโลก

การไปรษณีย์แห่งสหรัฐอเมริกา และกรมไปรษณีย์อังกฤษเล็งเห็นถึงความจำเป็นของการส่งข่าวสารระหว่างบริษัทต่อบริษัทซึ่งต้องอาศัยการส่งข้อมูลที่รวดเร็วแน่นอนปลอดภัยและสม่ำเสมออย่างแท้จริงในเครือข่ายภายในประเทศ ในปี ค.ศ. 1970 กรมไปรษณีย์อังกฤษจึงเปิดบริการ "DATAPOST" ส่วนการไปรษณีย์สหรัฐอเมริกาที่เปิดให้บริการ "EMS" ขึ้นในระยะแรกรับส่งภายในประเทศก่อน

^{2/}ผู้จัดการ "ส่งพัสดุทางอากาศกิจการ 135,000 ล้านบาท ของอเมริกาที่เอกชนเป็นริเริ่ม" ฉบับ มกราคม 27 , หน้า 100

ต่อมาปี ค.ศ.1971 กรมไปรษณีย์อังกฤษ และการไปรษณีย์สหรัฐอเมริกาเริ่มเปิดบริการ ไปรษณีย์ด่วนพิเศษ ระหว่างประเทศ (EMS) ขึ้นครั้งแรกระหว่าง LONDON - NEW YORK ประเทศอื่นที่เปิดบริการต่อมาคือ ประเทศ ฮังการี เปิดเมื่อ ค.ศ.1973 , บราซิล เปิดเมื่อ ค.ศ.1973 เนเธอร์แลนด์ เปิดเมื่อ ค.ศ.1973 , ฝรั่งเศส เปิดเมื่อ ค.ศ.1974 ออสเตรเลียเปิดเมื่อ ค.ศ.1974, สิงคโปร์ และ เบลเยียม เปิดเมื่อ ค.ศ.1975 ญี่ปุ่นเปิดเมื่อ ค.ศ.1975 อาร์เจนตินา เปิดเมื่อ ค.ศ.1977 และคูเวตเปิดเมื่อ ค.ศ.1977

ปัจจุบันมีประเทศต่างๆ ทั่วโลกจำนวนกว่า 80 ประเทศเข้าร่วมเปิดบริการซึ่งการไปรษณีย์ของแต่ละประเทศใช้ชื่อเรียกบริการนี้แตกต่างกันแล้วแต่จะเรียกชานชื่อกัน การเปิดบริการ EMS ระหว่างประเทศร่วมกันของแต่ละประเทศจะต้องเจรจาตกลงร่วมกันในเรื่องลักษณะสิ่งของที่ให้บริการรับส่ง ขนาดน้ำหนัก และอัตราค่าส่วนแบ่งระหว่างประเทศ พร้อมทั้งกำหนดเวลารับส่งที่แน่นอนระหว่างกัน ทั้งนี้แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับข้อตกลงของประเทศนั้น ๆ ตารางที่ 3 แสดงถึงชื่อบริการและชนิดสิ่งของที่บริการรับส่งของประเทศต่าง ๆ^{3/}

Country	Name of Service	Kind of item
<u>Western hemisphere</u>		
Argentina	Puerta a puerta	a,b
Brazil	Serca	a,b
Canada	Poste prioritaire	a
Chile	Correo Acelerado International	a
Colombia	Rapidísimo international	a,b
United States of America	EMS	a
Uruguay	Serca	a
Venezuela	Correo acelerado international	a,b

^{3/} Union Postale "The EMS on the move" . , (Switzerland : La Presse Technique SA, 1986), P.BA/1986

Country	Name of Service	Kind of item
<u>Western Europe</u>		
Belgium	Datapost	a
Country	Name of Service	Kind of item
Cyprus	Datapost	a
Denmark	EMS Kurerpost	a
Finland	EMS-Erikoispika	a
France	Chronopost	a
Germany, Fed Rep of	Datapost	a
Britain	Datapost	a
Greece	Express Mail Service	a
Ireland	Express Mail	a,b
Iceland	Forganspostur	a
Italy	CAI-Post	a
Liechtenstein	EMS	a
Luxembourg	Datapost (EMS)	a
Netherlands	Express Mail Service (EMS)	a
Norway	Express-Kurirpost	a
Portugal	EMS	a,b
Spain	Service Express International	a
Sweden	EMS-Kurerpost	a
Switzerland	EMS	a
Turkey	Acele Posta Servisi (APS)	A
<u>South Asia and Oceania</u>		
Australia	Priority Paid	a

Country	Name of Service	Kind of item
Bahrian	Barid Mumtaz	a
China (People's Rep.)	EMS	a,b
Israel	EMS	a
Japan	Business Mail Service	a,b
Korea (Rep.)	Speedpost	a,b
Kuwait	Mumtazpost	a
Malaysia	Poslaju Service	a
New Zealand	International Priority Paid	a,b
Oman	Data Post	a
Philippines	International Express Mail (EMS)	a,b
Qatar	Mumtazpost	a
Saudi Arabia	Albarid Almuntay	a
Singapore	Speedpost	a,b
Thailand	EMS	a
United Arab Emirates	Mumtazpost	a
<u>Africa</u>		
Egypt	EMS	a
Morocco	Poste rapide internationale	a,b
Senegal	Express Postal International	a
Tunisia	Rapid Poste	a
Zambia	Datapost	a
Zimbabwe	Expedited Mail Service	a

a - Letters and goods admitted

b - Letters only

สำหรับประเทศไทย ผู้ริเริ่มให้บริการ เมลด์่วน (Courier) เป็นหน่วยงานในภาคเอกชน ทำหน้าที่เป็นตัวแทน (Agent) ของบริการ Courier ที่ขยายบริการมาจากต่างประเทศ หน่วยงานเหล่านี้เป็นสื่อกลางบริการรับ-ส่งสิ่งของระหว่างผู้รับและผู้ส่งที่อยู่ต่างประเทศกับประเทศไทย การปฏิบัติงานบริการเป็นไปตามข้อกำหนดที่ได้ตกลงกันไว้ก่อนแล้ว อย่างเช่น ประเทศที่ให้บริการ ระยะเวลาในการรับส่ง ส่วนแบ่งของรายได้จากการให้บริการ และอื่น ๆ

หน่วยงานเอกชนที่ริเริ่มให้บริการ Courier ในไทยเกิดขึ้นในระยะเวลาไล่เลี่ยกัน ซึ่งแต่ละหน่วยงานก็เป็นตัวแทนของบริการ Courier ดังนี้คือ

<u>หน่วยงาน</u>	<u>จดทะเบียนให้บริการเมื่อ</u>	<u>เป็นตัวแทน</u>
TNT SKYPAK INTERNATIONAL (THAILAND) CO.,LTD.	พ.ศ.2524	TNT SKYPAK
DHL (THAILAND) CO,LTD. (GRIFFIN ASSOCIATE INC.)	พ.ศ.2525	DHL
CITY LINK EXPRESS (THAI) CO.,LTD.	พ.ศ.2526	STD
FEDERAL EXPRESS (THAILAND) CO.,LTD.	พ.ศ.2527	FEDERAL EXPRESS
ASIAN COURIER SYSTEM (THAILAND) CO.,LTD.	พ.ศ.2528	PUROLATOR LTH
LTD CO.,LTD.	พ.ศ.2528	LTH

ที่มา : กองทะเบียนธุรกิจ กรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์

ธุรกิจที่ให้บริการรับส่งสินค้า (Cargo) บางแห่งก็ให้บริการ Courier ควบคู่ไปด้วย เนื่องจากลักษณะการให้บริการรับส่งสินค้า (Cargo) และบริการ Courier มีลักษณะและวิธีการรับส่งเหมือนกัน ต่างกันตรงขนาดและน้ำหนักของสิ่งของ ถ้าเป็นบริการ Courier จะรับส่งสิ่งของที่มีน้ำหนักไม่เกิน 20 กิโลกรัม และดำเนินการรับส่งให้รวดเร็วส่งถึงมือผู้รับได้ในเวลาที่แน่นอนกว่า หน่วยงานที่ให้บริการทั้งรับส่ง (Cargo) และ Courier ในเวลาเดียวกันอย่างเช่น

PIONIER AIR FRIEGHT	ตัวแทนของ	AIR BORNE
FIVE KING GROUP INC	"	USAHA
O.C.S. THAILAND CO.,LTD.	"	OCS
WORLD EXPRESS LTD.	"	WORLD EXPRESS
BEST AIR EXPRESS	"	EMERY
COMMERCIAL TRANSPORT INTERNATIONAL CO,LTD. CTI		

ธุรกิจการบริการนี้ได้เจริญก้าวหน้าขึ้นเรื่อย ๆ จนกระทั่งปัจจุบันมีหน่วยธุรกิจที่เข้าร่วมดำเนินกิจการนี้อย่างจริงจัง ประมาณมากกว่า 20 หน่วยงาน

ส่วนการสื่อสารแห่งประเทศไทย ได้เปิดบริการ EMS ระหว่างประเทศเป็นครั้งแรกกับการไปรษณีย์สิงคโปร์ เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2526 โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้บริการบางกลุ่มที่ต้องการใช้บริการรับส่งสิ่งของระหว่างประเทศ ที่มีความสะดวกรวดเร็วและแน่นอนมากกว่าบริการไปรษณีย์ธรรมดาหรือไปรษณีย์ด่วน เพราะลักษณะบริการทั้ง 2 ประเภทหลังยังไม่รวดเร็วพอเท่าที่ผู้ใช้บริการต้องการ โดยครั้งแรกการสื่อสารแห่งประเทศไทย เปิดบริการเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร กับประเทศสิงคโปร์เท่านั้น ต่อมาก็ขยายบริการไปยังประเทศต่าง ๆ ดังแสดงในตารางที่ 4 ในขณะที่เดียวกันก็ได้พัฒนาให้บริการไปยังเขตต่าง ๆ ดังแสดงในตารางที่ 5

จะเห็นได้ว่ากาารให้บริการดังกล่าว เริ่มขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งในภาคเอกชนและการสื่อสารแห่งประเทศไทย ซึ่งลักษณะสิ่งของที่ให้บริการรับส่งไม่แตกต่างกันคือจะรับส่งสิ่งของที่มีน้ำหนักไม่เกิน 20 กิโลกรัม อย่างเช่น business papers, computer data (punched cards, tapes, magnetic tapes, magnetic disc.etc.), Shipping documents, check clearances, non negotiable documents, merchandise samples เป็นต้น

สิ่งที่ไม่อนุญาตให้ฝากส่งในบริการได้แก่ money remittances, negotiable articles, any valuable items, Perishable-biological substances, radioactive Substances, live animals เป็นต้น

ตารางที่ 4 แสดงถึงการเปิดบริการ EMS ระหว่างประเทศกับประเทศต่าง ๆ ของ กสท.

<u>วันที่เปิดบริการ</u>	<u>ประเทศ</u>
1 มกราคม 2526	Singapore
1 เมษายน 2526	- Malaysia
	- United Kingdom
16 พฤษภาคม 2526	Hong Kong
20 มิถุนายน 2526	Japan
28 พฤศจิกายน 2526	France
1 กุมภาพันธ์ 2527	Netherlands
18 กุมภาพันธ์ 2527	United States of America
2 เมษายน 2527	Taiwan
2 พฤษภาคม 2527	-People's Republic of China
	-Luxembourg
	-Republic of Korea
	-Qatar
1 มิถุนายน 2527	-Federal Republic of Germany
	-Switzerland
2 กรกฎาคม 2527	Australia
1 สิงหาคม 2527	Republic of Philippines
1 พฤศจิกายน 2527	-Egypt
	-Sweden
	-United Arab Emirates
1 กุมภาพันธ์ 2528	-Bahrain
	-Kuwait

วันที่เปิดบริการ	ประเทศ
1 เมษายน 2528	-Belgium
	-Norway
1 พฤษภาคม 2528	Greece
1 กรกฎาคม 2528	-Brazil
	-Macao
	-New Zealand
1 ตุลาคม 2528	Denmark
1 พฤศจิกายน 2528	-Italy
	-Tunisia
4 พฤศจิกายน 2528	Canada
1 เมษายน 2529	-Indonesia
	-Senegal
1 กรกฎาคม 2529	Oman
1 ตุลาคม 2529	-Brunei
	-Austria
1 มิถุนายน 2530	Turkey
1 สิงหาคม 2530	Ivory Coast
15 สิงหาคม 2530	Pakistan
16 กันยายน 2530	Djibouti
1 ธันวาคม 2530	Mali
2 มกราคม 2531	Portugal
1 กุมภาพันธ์ 2531	-Saudi Arabia
	-Bangladesh

<u>วันที่เปิดบริการ</u>	<u>ประเทศ</u>
1 มีนาคม 2531	-Ireland -Finland -India

ตาราง 5 แสดงถึงการเปิดบริการ EMS ระหว่างประเทศในเขตต่าง ๆ

<u>วันที่เปิดบริการ</u>	<u>ชื่อที่ทำการไปรษณีย์</u>	<u>รหัสไปรษณีย์</u>
1 มกราคม 2526	ศูนย์ไปรษณีย์กรุงเทพฯ	10000
	ไปรษณีย์กลาง	10500
1 มกราคม 2530	พลับพลาไชย	10100
	ราชดำเนิน	10200
	สามเสนใน	10400
15 มกราคม 2530	พัฒนาพงษ์	10506
	สำเหร่	10600
	บางกอกน้อย	10700
	พระโขนง	10110
	นานา	10112
	หลักสี่	10210
	คลองจั่น	10240
	สมุทรปราการ	10270
	บางปู	10280
	พิทยาศาสตร์	20260
	นครราชสีมา	30000
	ศูนย์ไปรษณีย์นครราชสีมา	30010

<u>วันที่เปิดบริการ</u>	<u>ชื่อที่ทำการไปรษณีย์</u>	<u>รหัสไปรษณีย์</u>
16 พฤศจิกายน 30	เชียงใหม่	50000
	ท่าอากาศยานเชียงใหม่	50005
	ภูเก็ต	83000
	สงขลา	90000
	หาดใหญ่	90110
	คอหงส์	90112
	ท่าอากาศยานหาดใหญ่	90290
	พระนครศรีอยุธยา	13000
	ปากเพรียว	18001
	ชลบุรี	20000
	บางละมุง	20150
	ระยอง	21000
	จันทบุรี	22000
	สุรินทร์	32000
	อุบลราชธานี	34000
	ขอนแก่น	40000
	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	40002
	อุดรธานี	41000
	หนองคาย	43000
	แม่ปิง	50001
	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	50002
	ศรีภูมิ	50003
	ช้างเผือก	50004
ศาลากลางเชียงใหม่	50006	

<u>วันที่เปิดบริการ</u>	<u>ชื่อที่ทำการไปรษณีย์</u>	<u>รหัสไปรษณีย์</u>
	ลำปาง	52000
	นครสวรรค์	60000
	พิษณุโลก	65000
	ราชบุรี	70000
	สุพรรณบุรี	72000
	นครปฐม	73000
	เพชรบุรี	76000
	หัวหิน	77110
	ทุ่งสง	80110
	รัชฎา	83001
	สุราษฎร์ธานี	84000
	บ้านดอน	84001
	รัถการ	90111
	ศรีภูวนารถ	90113
	ป้อมปราบ	10101
	หน้าพระลาน	10202
	ดุสิต	10300
	ราชเทวี	10401
	ประตูน้ำ	10409
	รองเมือง	10500
	สีลม	10504
	บางซื่อ	10800
	บางเขน	10900
	คลองเตย	10111

วันที่เปิดบริการ	ชื่อที่ทำการไปรษณีย์	รหัสไปรษณีย์
	สันติสุข	10113
	ยานนาวา	10120
	สวนพญู	10121
	พระประแดง	10130
	ราษฎร์บูรณะ	10140
	บางขุนเทียน	10150
	ภาษีเจริญ	10160
	บางนา	10260
	ลาดพร้าว	10310
	เพชรบุรีตัดใหม่	10311
	นนทบุรี	11000

ลักษณะสำคัญของการบริการ Courier

กิจการบริการมีลักษณะแตกต่างกับการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่ว ๆ ไป เนื่องจากบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ผู้ซื้อไม่อาจสัมผัสกับบริการก่อนที่จะตกลงใจซื้อ เหมือนกับการซื้อสินค้าทั่ว ๆ ไป ตัวแทนจะต้องทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการต้องสร้างความเชื่อถือของลูกค้าต่อบริการที่ได้รับ เช่น การสร้างสัญลักษณ์ หรือการให้คำรับรอง หรือการให้ประกันกับบริการที่จะเกิดขึ้น

ด้วยเหตุดังกล่าวการให้บริการจึงต้องให้ความสนใจและวางแผน ที่จะให้บริการมากเป็นพิเศษเพื่อให้เกิดความพอใจแก่ผู้มาใช้บริการ โดยเน้นการบริการในด้าน

1. ความรวดเร็ว และการนำจ่ายตรงเวลา
2. ขอบข่ายการให้บริการกว้าง
3. ความสะอาด บริการรับส่งสิ่งของถึงมือผู้ส่งหรือผู้รับ
4. การเอาใจใส่ใ้บริการลูกค้าเป็นพิเศษ

ผู้ให้บริการสร้างลักษณะพิเศษในการให้บริการดังกล่าว เพราะต้องการสร้างบริการให้เกิดความแตกต่างกับบริการอื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน หรือสามารถใช้แทนกันได้ อย่างเช่น ในกรณีส่งเอกสารที่ใช้บริการอาจจะเลือกใช้บริการไปรษณีย์ธรรมดา หรือไปรษณีย์ด่วนซึ่งสามารถบริการส่งสิ่งของให้ถึงมือผู้รับได้เช่นกัน แต่อาจจะต้องใช้เวลาานานกว่า หรืออาจจะไปใช้บริการโทรสารซึ่งส่งเอกสารระหว่างหน่วยงานได้และรวดเร็วกว่า

เนื่องจากการให้บริการรับส่งสิ่งของ มีบริการอื่นๆ สามารถให้บริการได้ในลักษณะใกล้เคียงกัน หรือดีกว่า ผู้ให้บริการ Courier จึงต้องสร้างความแตกต่างในด้านราคาค่าบริการ เพื่อกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการหันมาพิจารณาใช้บริการ Courier ให้มากขึ้น ซึ่งการกำหนดอัตราค่าบริการของหน่วยงานส่วนใหญ่ ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาในทางปฏิบัติคล้ายคลึงกัน คือกำหนดราคาตามต้นทุนเฉลี่ย โดยพิจารณาปัจจัยต่อไปนี้ ประกอบการกำหนดราคาด้วย คือ

1. ค่าของบริการขนส่ง (Value of service) เปรียบเทียบกับบริการอื่น ๆ ที่มีลักษณะทดแทนกันได้
2. ปริมาณสิ่งของและความสม่ำเสมอในการขนส่ง
3. ระยะทางและทิศทางของการขนส่ง
4. สภาพหรือลักษณะของสิ่งของ เช่น ขนาด หรือน้ำหนักของสิ่งของ
5. ภาวะการแข่งขันจากการบริการประเภทอื่น ๆ

ลักษณะการกำหนดอัตราค่าบริการ จะแตกต่างกันตามประเภทสิ่งของที่ส่ง และระยะทางหรือประเทศปลายทางที่รับส่ง ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ให้บริการจะกำหนดอัตราขั้นต่ำต่อน้ำหนัก 500 กรัมแรกโดยจะแบ่งประเภทสิ่งของออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. ประเภทเอกสาร (Document)
2. ประเภทสิ่งของ (Non-Document)

เพื่อเป็นการสร้างชื่อเสียงและมาตรฐานของการให้บริการ ผู้ให้บริการส่วนใหญ่จะเห็นการให้บริการประเภทเอกสารหรือสิ่งของที่ไม่ต้องเสียภาษี เพราะสิ่งของเหล่านี้จะผ่านการตรวจสอบของศุลกากรได้ง่ายกว่าและไม่ถูกกักไว้เพื่อประเมินภาษี และถ้าสิ่งของใดสูญหายหรือเสียหาย ผู้ให้บริการก็จะยอมให้เรียกร้อง (Claim) ค่าเสียหายได้ตามสัดส่วนของราคาส่งของที่กำหนดไว้หรือชดเชยให้แล้วแต่กรณี

โดยทั่วไป การให้บริการอาจจะให้บริการในลักษณะเหมาจ่ายเป็นรายเดือน หรือให้บริการโดยเสียค่าใช้จ่ายเป็นรายชิ้นก็ได้ สำหรับการเหมาจ่ายเป็นรายเดือน ผู้ใช้บริการต้องมีการวางแผนการให้บริการโดยกำหนดจำนวนชิ้น น้ำหนักและความถี่ของการฝากส่งไว้ล่วงหน้ากับ ผู้ให้บริการ โดยการทำสัญญากำหนดการฝากส่งเป็นรายเดือน การให้บริการเช่นนี้เหมาะกับผู้ใช้บริการที่มีการฝากส่งสิ่งของเป็นประจำ แต่ผู้ใช้บริการทั่วไปไม่นิยมใช้บริการลักษณะนี้ เพราะมีความยุ่งยากและไม่สามารถคาดการณ์การฝากส่งได้ล่วงหน้า

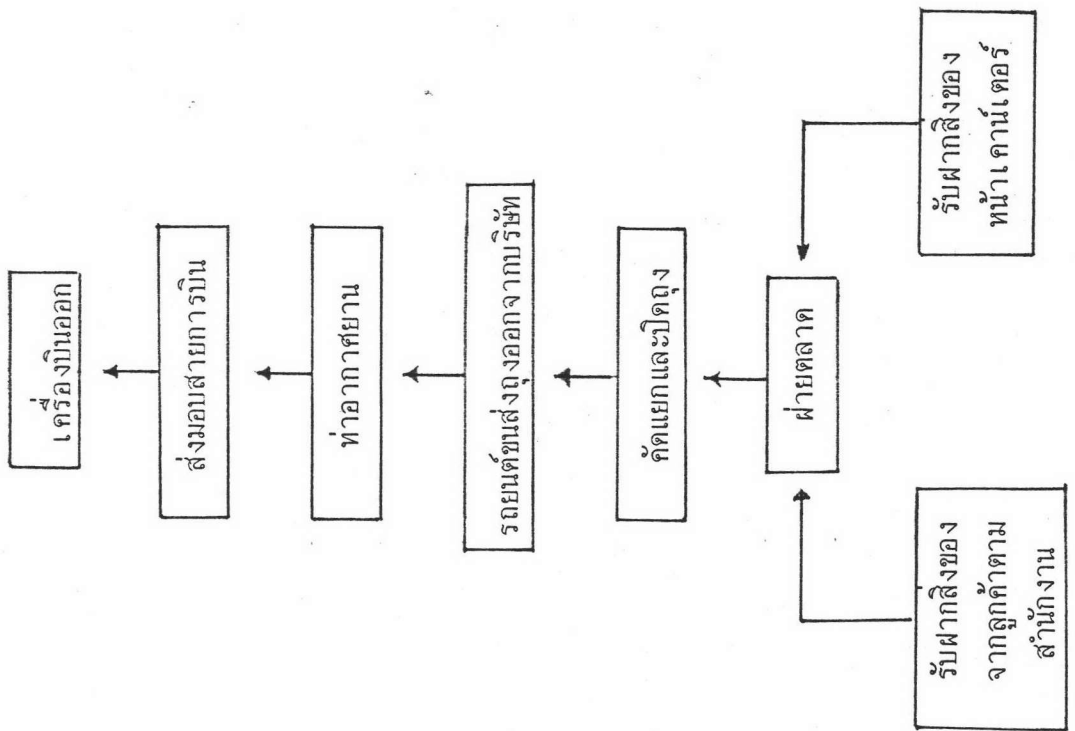
ขั้นตอนการให้บริการ

ขั้นตอนการดำเนินงานการให้บริการขนส่งระหว่างประเทศสามารถจำแนกเป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนบนภาคพื้นดินกับขั้นตอนอยู่ในอากาศหรืออยู่บนเครื่องบิน ซึ่งขั้นตอนอยู่บนเครื่องบินเป็นหน้าที่ของสายการบิน ส่วนหน่วยงานผู้ให้บริการ Courier หรือตัวแทนจะดำเนินงานบริการในขั้นตอนภาคพื้นดินตั้งแต่เมื่อผู้ส่งถึงมือผู้รับ โดยผู้ให้บริการต้นทางและปลายทางจะร่วมมือกันดำเนินงานตามระบบงานที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งลักษณะระบบงานการให้บริการของภาคเอกชนมีขั้นตอนไม่แตกต่างกัน ส่วนระบบงานของการสื่อสารแห่งประเทศไทย ก็มีลักษณะการดำเนินงานแยกออกเป็นเอกเทศจากการให้บริการไปรษณีย์ทั่ว ๆ ไป โดยเน้นความรวดเร็วทั้งรับฝากและนำจ่ายทุกขั้นตอน

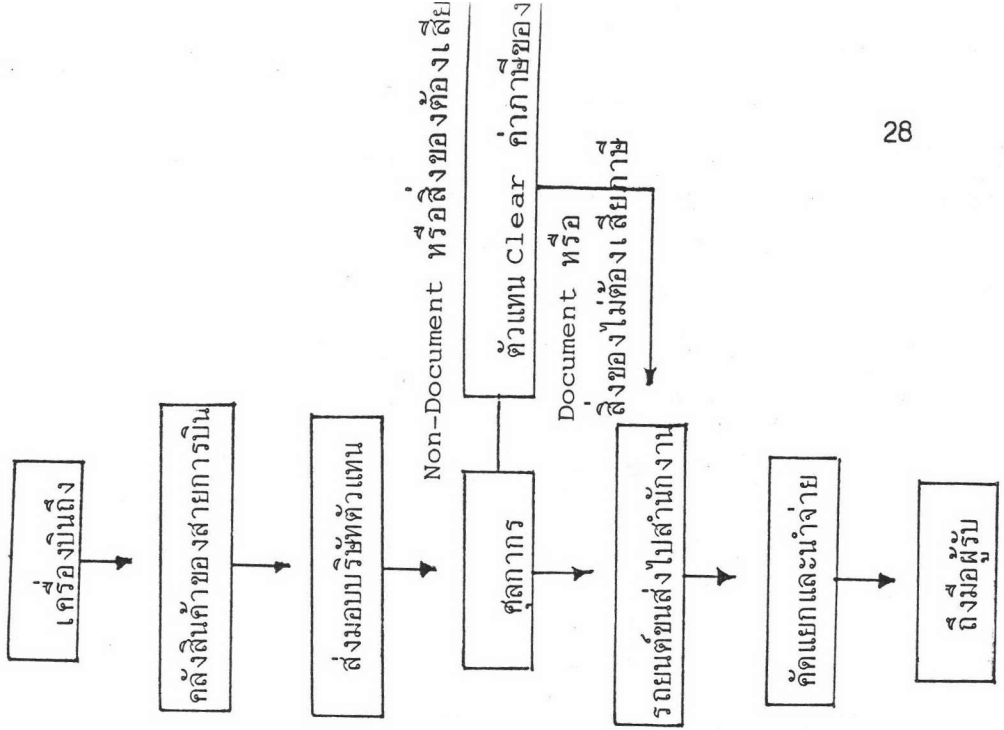
จากรูปที่ 1 และ 2 จะเห็นว่าลักษณะการดำเนินงานบริการดังกล่าวของหน่วยงานเอกชนและการสื่อสารแห่งประเทศไทย มีขั้นตอนไม่แตกต่างกันในกรณีขนส่งสิ่งของขาออกไปต่างประเทศ แต่ในกรณีขนส่งสิ่งของขาเข้ามีลักษณะแตกต่างกันในขั้นตอนที่เมื่อเครื่องบินขนส่งของถึงท่าอากาศยาน บริษัทตัวแทนเอกชนจะต้องติดต่อขอรับรองจากคลังสินค้าของสายการ

รูปที่ 1 ระบบงานบริการ Courier ของหน่วยงานเอกชน

ขาออก

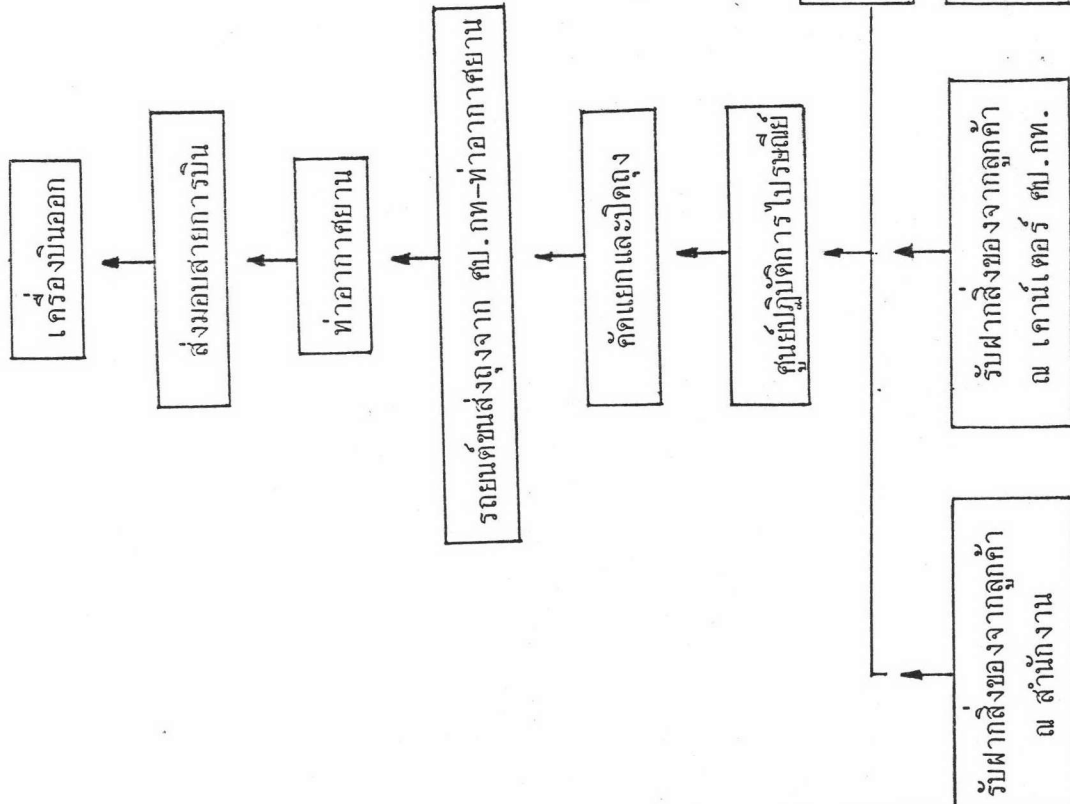


ขาเข้า

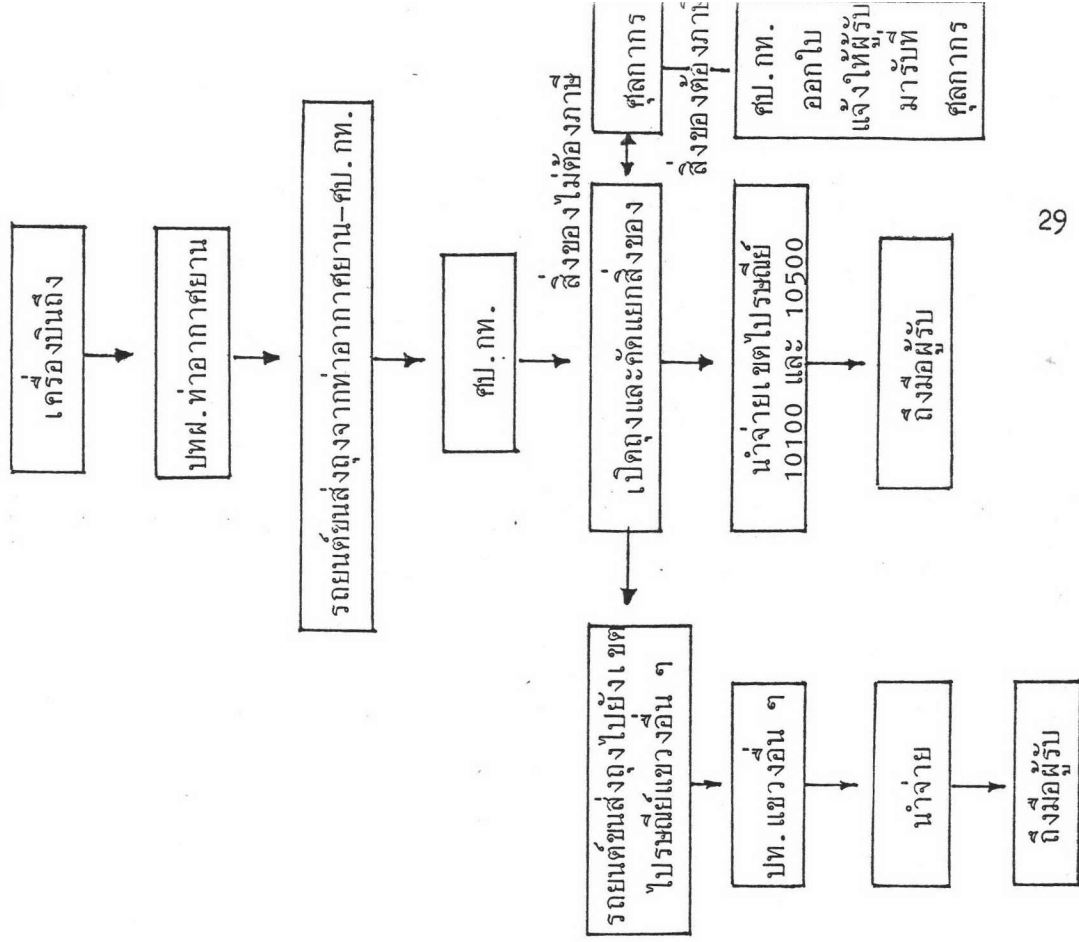


รูปที่ 2 ระบบงานบริการไปรษณีย์ด้วยพิเศษระหว่างประเทศ (EMS) ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย

ขาออก



ขาเข้า



ศป.กท. = ศูนย์ไปรษณีย์กรุงเทพ

บินของเครื่องบินนั้น ๆ และต้องผ่านด่านศุลกากร ณ ท่าอากาศยาน เพื่อตรวจสอบค่าภาษีขาเข้า ของสิ่งของแต่ละชิ้น ในกรณีที่ เป็นเอกสาร (Document) หรือของไม่ต้องเสียภาษี หรือเป็นของที่มีมูลค่าต่ำกว่า 5,000 บาท จะใช้เวลา Clear ประมาณ 3 ชั่วโมง แต่ถ้าเป็นของเสียภาษีหรือของที่มีมูลค่าระหว่าง 5,000 - 20,000 บาทจะต้องใช้เวลา Clear ภาษี ประมาณ 1 วัน และถ้าเป็นสินค้ามีมูลค่ามากกว่า 20,000 บาท จะต้องใช้เวลา Clear ประมาณ 1.5 วัน ในกรณีที่ มีเอกสารพร้อม การดำเนินการ Clear สิ่งของจะเร็วหรือช้ากว่านี้ขึ้นอยู่กับ การดำเนินงานของศุลกากร ซึ่งส่วนใหญ่บริษัทตัวแทนจะเป็นผู้จัดการเสียภาษีตามที่ศุลกากรประเมินไปก่อน แล้วเรียกเก็บจากลูกค้าภายหลัง และเมื่อ Clear สิ่งของจากด่านศุลกากรเรียบร้อยแล้วจึงคัดแยกและนำจ่ายแก่ลูกค้า ณ ที่อยู่ของลูกค้าต่อไป

ส่วนขั้นตอนการนำสิ่งของขาเข้าของการสื่อสารแห่งประเทศไทยดำเนินการตามสายทางไปรษณีย์ คือ เมื่อถูกขนส่ง EMS ถึงท่าอากาศยาน กุญแจเหล่านั้นก็จะถูกขนส่งมาไว้ที่ทำการไปรษณีย์รับฝากท่าอากาศยานเพื่อรอการขนส่ง เมื่อถึงเวลาที่กำหนดไว้ กุญแจเหล่านี้ก็จะถูกขนส่งมาที่ ศป.กท. เพื่อเปิดกุญแจและคัดแยกเพื่อนำจ่ายต่อไป แต่ในขณะที่เปิดกุญแจจะมีเจ้าหน้าที่ของศุลกากร มาตรวจสอบสิ่งของ สิ่งของใดไม่ต้องเสียภาษี ก็นำจ่ายต่อไปได้เลย แต่ถ้าสิ่งของใดต้องเสียภาษี ศุลกากร ก็จะกักของนั้นไว้เพื่อประเมินภาษีโดยเจ้าหน้าที่ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย จะออกใบแจ้งให้ผู้รับ มา Clear สิ่งของ เพื่อเสียภาษีที่ศุลกากรไปรษณีย์เอง

จากขั้นตอนการทำงานของสิ่งของขาเข้า และขาออกนี้ ไม่สามารถสรุปได้แน่ชัดว่าขั้นตอนหรือระบบงานของฝ่ายใดจะรวดเร็วกว่า ขึ้นอยู่กับการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ ซึ่งผู้ให้บริการแต่ละรายพยายามที่จะดำเนินการตัดขั้นตอนที่ยุ่งยากออก โดยจะทำการแยกสิ่งของที่ไม่เสียภาษีหรือ เอกสารและสิ่งของที่เสียภาษีออกจากกันก่อนส่ง เพื่อความสะดวกในการตรวจสอบในขั้นตอนของศุลกากร และเพื่อความรวดเร็ว ของบริการซึ่งแสดงถึงมาตรฐานของการบริการคือจะรับส่งสิ่งของถึงมือผู้รับและผู้ส่งให้ทันภายในเวลาที่กำหนด โดยเฉลี่ยแล้วผู้ให้บริการจะใช้เวลาปฏิบัติการขนส่งสิ่งของบนภาคพื้นดินมากกว่าช่วงขนส่งบนอากาศ สัดส่วนเวลาที่ใช้จะแตกต่างกันตามระยะทางประเทศปลายทาง อย่างเช่น ขนส่งจากประเทศไทยไป

ประเทศปลายทางที่อยู่ในเขตเอเชีย หรือยุโรป ผู้ให้บริการจะใช้เวลาดำเนินการเฉลี่ยประมาณร้อยละ 70-85 จะเป็นเวลาการขนส่งบนเครื่องบินในสัดส่วนน้อยกว่า คือประมาณร้อยละ 15-30 เพราะประเทศปลายทางในเขตเหล่านี้มีระยะทางใกล้และมีเครื่องบินบินผ่านโดยตรง ขั้นตอนดำเนินงานของสายการบินไม่ยุ่งยากซับซ้อน แต่ถ้าประเทศปลายทางที่ไกลออกไป เช่น ในเขตอเมริกา , แอฟริกาหรือ ออสเตรเลีย เครื่องบินจะต้องแวะประเทศอื่น ๆ ก่อน เพื่อเปลี่ยนเครื่องหรือเติมน้ำมันสัดส่วนการใช้เวลาการขนส่ง ระหว่างบนภาคพื้นดินและในอากาศจะใกล้เคียงกันผู้ให้บริการสามารถลดสัดส่วนเวลาในช่วงปฏิบัติการทางภาคพื้นดินได้เท่านั้น ในช่วงขนส่งในอากาศจะเป็นหน้าที่ของสายการบินที่ผู้ให้บริการไม่สามารถเข้าไปควบคุมได้ ดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงถึงสัดส่วนของการใช้เวลาในการขนส่งสิ่งของทางอากาศ

(หน่วย : ร้อยละ)

เขต	ประเทศ	เวลาที่สิ่งของอยู่ในอากาศ หรือเครื่องบิน (Air Time)	เวลาที่สิ่งของอยู่บน ภาคพื้นดิน (Ground Time)
เอเชีย	สิงคโปร์	12.92	87.08
	ฮ่องกง	14.17	85.83
	ญี่ปุ่น	28.33	71.67
	ไต้หวัน	17.92	82.08
	จีน (กวางตุ้ง)	21.25	78.75
ตะวันออกกลาง		9.05	90.95
ยุโรป		23.19	76.81
อเมริกาเหนือ		37.07*	62.93
อเมริกากลาง		67.08*	32.92
อเมริกาใต้		50.56*	49.44
แอฟริกา		45.28*	54.72
ออสเตรเลีย		56.46*	43.54

หมายเหตุ* ไม่มีสายการบินใดบินผ่านโดยตรง ต้องแวะฝรั่งเศสหรือฮ่องกงหรือสิงคโปร์หรืออื่น ๆ

โครงสร้างทั่วไปของตลาดบริการ Courier

ตลาดบริการมีความสำคัญเท่า ๆ กับตัวสินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภคโดยทั่วไป ไม่ว่าจะ
จะเป็นธุรกิจบริการที่มุ่งกำไรมากหรือน้อย หรือไม่มุ่งกำไรก็ตามขึ้นอยู่กับว่า กิจการนั้นเป็นของ
รัฐ หรือของเอกชน การเสนอขายบริการก็ยึดถือแนวความคิด (Concept) เดียวกันกับการ

เสนอขายสินค้าทั่วไปคือ สินค้าหรือบริการที่เป็นที่ต้องการเท่านั้นจึงจะขายได้ และยิ่งถ้ามีความต้องการมากขึ้นเท่าไรก็จะทำให้มีกำไรมากขึ้นเท่านั้น และยิ่งในเรื่องของบริการแล้ว การกำหนดราคาจะคำนึงถึงความต้องการ (Demand) เป็นใหญ่ ในขณะที่เดียวกัน การบริการเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ ดังนั้นผู้ให้บริการจำเป็นต้องทราบถึงลักษณะของผู้ใช้บริการก่อนจึงจะสามารถวางแผนการให้บริการให้สอดคล้องกับลักษณะของผู้ใช้บริการ

ลักษณะตลาดผู้ใช้บริการ

ผู้ใช้บริการ Courier ส่วนใหญ่คือผู้ที่มีกิจการที่ต้องติดต่อกับหน่วยงานที่อยู่ต่างประเทศ ซึ่งหน่วยงานทั้งหมดที่ติดต่อระหว่างประเทศจะรู้จักและใช้บริการ Courier ประมาณ ร้อยละ 71.65 ส่วนอีกร้อยละ 28.35 เป็นกิจการที่ไม่มีความจำเป็นต้องใช้เพราะดำเนินธุรกิจภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ และถ้ามีความจำเป็นต้องติดต่อกับต่างประเทศก็สามารถใช้บริการสื่อสารอื่น ๆ แทน บริการโทรเลข หรือบริการไปรษณีย์ แต่ธุรกิจเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะใช้บริการ Courier ประมาณร้อยละ 15.29 ซึ่งส่วนใหญ่ จะใช้บริการของ EMS และ DHL ร้อยละ 35.00 และร้อยละ 20.00 ตามลำดับ ดังแสดงในภาคผนวก ก ตารางที่ ก1 ถึง ก4 ตามลำดับ

สำหรับผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่ที่เลือกใช้บริการ Courier เพราะต้องการความรวดเร็วและการนำจ่ายสิ่งของถึงมือผู้รับได้ตรงเวลาที่กำหนดไว้ร้อยละ 75.22 นอกจากนี้ผู้ใช้บริการเพราะไม่ทราบขั้นตอนการรับส่งเอกสารหรือสิ่งของจึงต้องใช้บริการของ Courier เป็นตัวแทนในการรับส่งเพื่อความสะดวกและประหยัดเวลา หรือใช้เพราะต้องการความคุ้มครองการรับประกันความปลอดภัยในสิ่งของที่ส่ง

ส่วนลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ใช้บริการที่ให้บริการเป็นประจำ ร้อยละ 19.41 ใช้บริการประมาณมากกว่า 5,000 บาทต่อเดือน
2. ผู้ใช้บริการที่ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ร้อยละ 50.21 ใช้บริการประมาณ 1,000-5,000 บาทต่อเดือน

3. ผู้ใช้บริการที่ใช้บริการเป็นครั้งคราว ร้อยละ 30.38 ใช้บริการประมาณน้อยกว่า 1,000 บาทต่อเดือน

ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการมีลักษณะการใช้บริการอย่างสม่ำเสมอและใช้บริการมานานกว่า 5 ปี ร้อยละ 35.65 ประเภทธุรกิจที่ใช้คือ ประเภทการนำเข้าและการส่งออก ร้อยละ 48.26 ธุรกิจบริการ ร้อยละ 28.70 ส่วนธุรกิจประเภทอื่น ๆ เช่น กิจการผลิตและจำหน่าย สถาบันการเงินและค้าปลีกหรือค้าส่งมีส่วนการใช้ร้อยละ 11.30 3.48 และ 2.61 ตามลำดับ ผู้ใช้บริการมีขนาดธุรกิจตั้งแต่ขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 2 ล้านบาท) จนขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียนมากกว่า 5 ล้านบาท) กระจายในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่เป็นสาขาของธุรกิจอื่น ๆ ที่อยู่ต่างประเทศ ร้อยละ 48.70 โดยมีบริษัทแม่หรือสำนักงานใหญ่อยู่ในประเทศ ญี่ปุ่น อเมริกา ฮองกง ตามลำดับ ธุรกิจเหล่านี้จะเลือกใช้บริการของผู้ให้บริการเพียงแห่งเดียว ร้อยละ 53.48 และใช้บริการมากกว่า 1 แห่ง ร้อยละ 46.52 ผู้ตัดสินใจเลือกใช้ส่วนใหญ่คือเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ ร้อยละ 48.16 หรือผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ร้อยละ 36.74 ผู้ตัดสินใจเลือกเหล่านี้จะพิจารณาเลือกใช้บริการของแหล่งบริการใดโดยพิจารณาจากคุณภาพของการให้บริการและอัตราค่าบริการของผู้ให้บริการในสัดส่วนร้อยละ 32.02 และ 26.09 ตามลำดับ มีปริมาณการใช้บริการทั้งรับและส่งพอ ๆ กัน เป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 47.82 และสิ่งของที่ส่ง ร้อยละ 52.70 จะเป็นเอกสารธุรกิจ รองลงมาคือตัวอย่างสินค้า ร้อยละ 20.05 และจดหมาย ร้อยละ 15.63 ตามลำดับ ซึ่งปริมาณฝากส่งส่วนใหญ่ ร้อยละ 69.23 มีจำนวน 1-5 ชิ้นต่อเดือน น้ำหนักของสิ่งของที่ส่ง ร้อยละ 61.79 มีน้ำหนักน้อยกว่า 500 กรัมต่อชิ้น สิ่งของเหล่านี้จะส่งไปประเทศ อเมริกา สิงคโปร์ และญี่ปุ่น ร้อยละ 16.30 , 15.80 และ 14.70 ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในภาคผนวก ข ตารางที่ ข.1 ถึง ข.14 ตามลำดับ

ผู้ใช้บริการในธุรกิจแต่ละประเภทมีพฤติกรรมการใช้บริการไม่แตกต่างกันมากนักคือ ธุรกิจทุกประเภทส่วนใหญ่จะใช้บริการมานานกว่า 5 ปี ส่งสิ่งของประเภทเอกสารธุรกิจปริมาณที่ฝากส่งประมาณ 2-5 ชิ้นต่อเดือน โดยมีน้ำหนักประมาณ 251-500 กรัมต่อชิ้น และเสียค่าใช้จ่ายประมาณ 1-3000 บาทต่อเดือน ดังแสดงในภาคผนวก ข ตารางที่ ข.4, ข.15 ถึง ข.18

ตามลำดับ

ลักษณะของผู้ให้บริการ

การให้บริการ Courier เป็นบริการต่อเนื่องจากการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ (Cargo) และการขยายตัวของธุรกิจระหว่างประเทศ ส่วน EMS เป็นบริการที่ต่อเนื่องจากการให้บริการไปรษณีย์ ระหว่างประเทศ ดังนั้นจึงสามารถจำแนกผู้ให้บริการได้ 3 ประเภทคือ

1. ผู้ให้บริการภาคเอกชน ที่ดำเนินกิจการขนส่งสินค้าทางอากาศ (Cargo) และเป็นตัวแทนให้บริการ Courier ด้วย
2. ผู้ให้บริการภาคเอกชน ที่เป็นตัวแทนให้บริการ Courier อย่างเดียว
3. ผู้ให้บริการภาครัฐวิสาหกิจ ดำเนินการบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษระหว่างประเทศ (EMS)

ปัจจุบันบริการ Courier ที่ขยายบริการเข้ามาในไทยมีประมาณ 20 หน่วยงานดังปรากฏชื่อบริการดังต่อไปนี้คือ DHL, TNT SKYPAK, FEDERAL, STD (CITY LINK), EMERY, PUROLATOR, WORLD EXPRESS, AIR BRONE, OCS, GELCO, CCS, BLA, ASIAN COURIER SERVICE, LTH, DANAPAK, DPE และ USAHA ธุรกิจบริการนี้เริ่มขยายบริการเข้ามาในเมืองไทยมากกว่า 10 ปี และหน่วยงานที่เป็นตัวแทนให้บริการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีเงินทุนจดทะเบียนระหว่าง 2 แสนบาทถึง 2 ล้านบาท และบางหน่วยงานมีชาวต่างชาติร่วมทุนด้วย ดังแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงถึงทุนจดทะเบียนและหุ้นส่วนของหน่วยงานผู้ให้บริการ

ชื่อหน่วยงาน	ทุนจดทะเบียน (บาท)	สัญชาติผู้ถือหุ้น (คน)	
		ไทย	ต่างชาติ
หจก. ไพโอเนียร์แอร์เฟรค	200,000	2	-
เบส แอร์ เอ็กซ์เพรส	1,000,000	7	-
ซีดี-ลิงค์ เอ็กซ์เพรส (ไทย)	1,000,000	9	5 (สิงคโปร์)
บ. โอ ซี เอส ไทยแลนด์ จำกัด	400,000	4	3 (ญี่ปุ่น)
บ. ดีเอช แอล (ไทยแลนด์) จำกัด	600,000	8	2 (อเมริกัน)
บ. ทีเอ็นที สกายแพคอินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด	2,000,000	6	1 (ออสเตรเลีย)

ที่มา : กองทะเบียนธุรกิจ กรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์

การเข้ามาดำเนินกิจการบริการไม่จำเป็นต้องใช้เงินทุนสูงเหมือนตลาดสินค้าทั่ว ๆ ไป เพราะการบริการไม่ต้องใช้วัตถุดิบ ห้องแสดงสินค้า และไม่ต้องมีขบวนการผลิตที่ยุงยาก ผู้ให้บริการมีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานที่มีประสบการณ์เพียง 2-3 คน ก็สามารถดำเนินการให้บริการได้ ซึ่งพอจะกล่าวได้ว่าตลาดบริการไม่จำเป็นต้องเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ แต่การที่ธุรกิจจะเข้ามาดำเนินกิจการนี้ได้จะต้องติดต่อกับตัวแทนในประเทศต่าง ๆ และตกลงการให้บริการร่วมกันก่อน อย่างไรก็ตามกิจการการให้บริการ Courier จะเจริญรุ่งเรืองได้ขึ้นอยู่กับสถานะเศรษฐกิจในประเทศและประสิทธิภาพการดำเนินงานของสายการบิน ซึ่งขณะนี้สายการบินที่บินระหว่างไทยกับประเทศต่างๆ ประมาณ 39 แห่ง ทำการขนส่งทางอากาศได้เกือบทุกมุมโลก ถ้าสายการบินต่าง ๆ เหล่านี้ พัฒนาการบินได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริการก็จะดีขึ้นด้วย