



รายงานผลการตรวจสอบและติดตาม กรณีการรวมธุรกิจระหว่าง Flourish Harmony และ KLN ตามคำสั่ง กขค. ที่ 68/2564

ประจำปี 2565



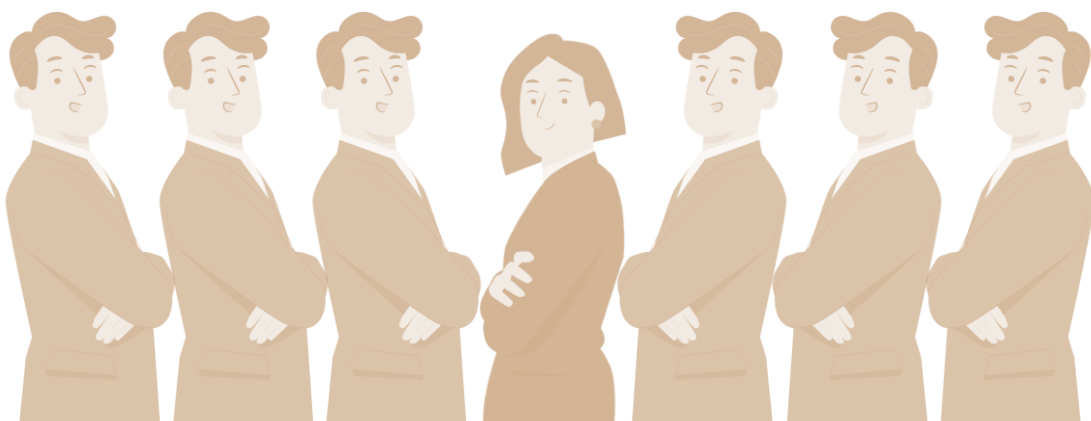
บทนำ

คณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า (กขค.) ได้มีมติเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2564 อนุญาตให้บริษัท ฟลอริช ฮาร์โมนี โฮลดิ้งส์ คอมพานี ลิมิเตด (Flourish Harmony) และบริษัท เคอร์รี่ โลจิสติกส์ เน็ตเวิร์ค ลิมิเตด (KLN) ดำเนินการรวมธุรกิจ ตามมาตรา 51 วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติ การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 พร้อมทั้งกำหนดระยะเวลาและเงื่อนไขให้ผู้ประกอบธุรกิจต้อง ปฏิบัติตาม ตามคำสั่ง กขค. ที่ 68/2564

ในการตรวจสอบการปฏิบัติตามคำสั่ง กขค. ดังกล่าว สำนักงาน กขค. ในฐานะ ฝ่ายเลขานุการ ได้ดำเนินการตรวจสอบและติดตามการปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ กขค. ได้กำหนดไว้อย่าง เคร่งครัด และมีแนวทางในการกำกับดูแลที่เข้มงวด เพื่อให้การแข่งขันเป็นไปอย่างเสรีและเป็นธรรม

ในการนี้ สำนักงาน กขค. จึงขอเผยแพร่ “รายงานผลการตรวจสอบและติดตาม กรณี การรวมธุรกิจระหว่าง Flourish Harmony และ KLN ตามคำสั่ง กขค. ที่ 68/2563 ประจำปี 2565” ฉบับนี้ต่อสาธารณชน เพื่อแสดงให้เห็นถึงความโปร่งใสของการทำหน้าที่กำกับดูแลการปฏิบัติตาม เงื่อนไขของสำนักงาน กขค.

สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า
สิงหาคม 2566



สารบัญ

	หน้า
คำสั่ง กชค. ที่ 68/2564	1
เงื่อนไขประกอบใบอนุญาตรวมธุรกิจ	2
ผลการตรวจสอบ	
• ภาพรวมการประกอบธุรกิจ ของ S.F. Express	3
• รายได้จำแนกตามกลุ่มธุรกิจของ KEX ปี 2563 2564 และ 2565	4
• รายได้จำแนกตามกลุ่มลูกค้าของ KEX ปี 2563 2564 และ 2565	5
• เครือข่ายการให้บริการของ KEX ปี 2563 2564 และ 2565	8
• การส่งเสริมการประกอบธุรกิจ SMEs ของ KEX ปี 2564	9
• การส่งเสริมการประกอบธุรกิจ SMEs ของ KEX ปี 2565	11
ผลการวิเคราะห์	12
ช่องทางการร้องเรียน	17

คำสั่ง กขค. ที่ 68/2564

ตามคำสั่งคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า (กขค.) ที่ 68/2564 ลงวันที่ 1 กรกฎาคม 2564 กขค. มีคำสั่งอนุญาตให้รวมธุรกิจระหว่างบริษัท ฟลอริช ฮาร์โมนี โฮลดิ้งส์ คอมพานี จำกัด (Flourish Harmony) และบริษัท เคอรี่ โลจิสติกส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (KLN) โดยกำหนดระยะเวลาและเงื่อนไขประกอบการอนุญาตรวมธุรกิจ

1 กำหนดให้ บริษัทที่มีสถานะเสมือนเป็นหน่วยธุรกิจเดียวกันในประเทศไทยที่ประกอบธุรกิจขนส่งพัสดุ จำนวน 2 ราย ได้แก่ บริษัท เอส.เอฟ. เอ็กซ์เพรส จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) รายงานผลการประกอบธุรกิจ โดยจำแนกตามหน่วยธุรกิจ เป็นรายไตรมาสหรือในระยะเวลาที่กำหนด ตามแบบที่สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า (สำนักงาน กขค.) กำหนด เป็นระยะเวลา 2 ปี

2 ขอความร่วมมือ บริษัท เอส.เอฟ. เอ็กซ์เพรส จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ส่งเสริมการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย

ทั้งนี้ สำนักงาน กขค. มีหน้าที่ในการตรวจสอบและติดตามการปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าวอย่างเคร่งครัด

การรวมธุรกิจ

บริษัท ฟลอริช ฮาร์โมนี โฮลดิ้งส์ คอมพานี จำกัด (Flourish Harmony) ได้ดำเนินการรวมธุรกิจกับบริษัท เคอรี่ โลจิสติกส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (KLN) เสร็จสิ้นเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2564



เงื่อนไขประกอบการอนุญาตรวมธุรกิจ

“กำหนดให้บริษัทที่มีสถานะเสมือนเป็นหน่วยธุรกิจเดียวกันในประเทศไทย ที่ประกอบธุรกิจขนส่งพัสดุ จำนวน 2 ราย ได้แก่ บริษัท เอส.เอฟ. เอ็กซ์เพรส จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) รายงานผลการประกอบธุรกิจ โดยจำแนกตามหน่วยธุรกิจ เป็นรายไตรมาสหรือในระยะเวลาที่กำหนดตามแบบที่สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า (สำนักงาน กขค.) กำหนด เป็นระยะเวลา 2 ปี”

เหตุผลของการกำหนดเงื่อนไข

เนื่องจากธุรกิจบริการขนส่งพัสดุนี้นับเป็นองค์ประกอบสำคัญของห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ของการซื้อขายสินค้าของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises หรือ SMEs) และเชื่อมโยงถึงสินค้าอุปโภคบริโภคของประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ จึงมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ และการที่ตลาดธุรกิจขนส่งพัสดุมีการกระจุกตัวสูง มีกลุ่มผู้ประกอบการซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด (Collective dominance) อยู่จำนวน 3 ราย

ทั้งนี้ จึงมีการกำหนดแบบรายงานผลการประกอบธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลการประกอบธุรกิจในตลาดขนส่งพัสดุนานาชาติเล็กและติดตามการประกอบธุรกิจของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด ในฐานะเป็นผู้ประกอบธุรกิจที่มีอำนาจเหนือตลาด ซึ่งจะช่วยให้ สำนักงาน กขค. สามารถทราบได้ถึงลักษณะการประกอบธุรกิจและการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงของตลาดขนส่งพัสดุนานาชาติเล็กในอนาคตได้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. แนวทางและมาตรการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจขนส่งพัสดุ ที่เหมาะสมกับสภาพการค้า การแข่งขันในปัจจุบัน และสัญญาณที่บ่งชี้แนวโน้มในอนาคต
2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจภาคการขนส่งพัสดุ ของประเทศไทย และการกำหนดกรอบระเบียบกฎหมายที่จำเป็นในการกำกับดูแลธุรกิจขนส่งพัสดุโดยเฉพาะ ที่สอดคล้องกับเป้าหมายเชิงนโยบายในการส่งเสริมการกระจายโอกาสทางธุรกิจ และป้องกันไม่ให้โครงสร้างตลาดกระจุกตัวมากขึ้น

การรายงาน

สำนักงาน กขค. กำหนดให้ผู้ได้รับอนุญาตรายงานข้อมูล ดังต่อไปนี้

บริษัท เอส.เอฟ. เอ็กซ์เพรส จำกัด

1. ให้รายงานงบการเงินของบริษัท เอส.เอฟ. เอ็กซ์เพรส จำกัด รายปี

บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

1. ให้รายงานข้อมูลรายได้จำแนกตามกลุ่มธุรกิจและกลุ่มลูกค้า รายไตรมาส
2. ให้รายงานข้อมูลจำนวนจุดให้บริการ ศูนย์กระจายพัสดุ และศูนย์คัดแยกพัสดุ รายปี

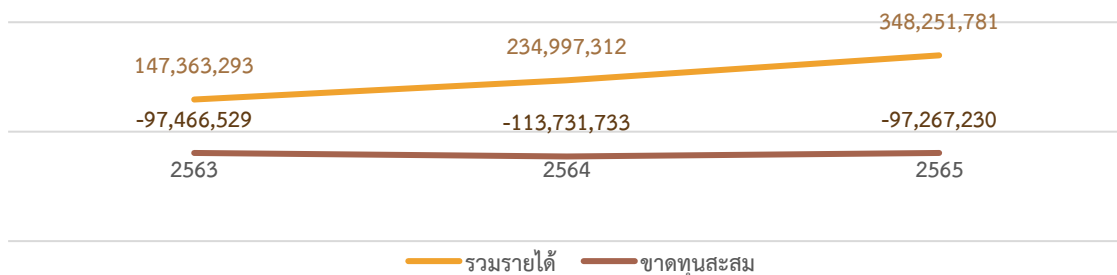


ภาพรวมของการประกอบธุรกิจ ของ S.F. ปี 2565

งบการเงินปี 2563 2564 และ 2565

	2563	2564	2565
รวมรายได้	147,363,293	234,997,312	348,251,781
รายได้จากการส่งของ	130,620,612	191,144,945	316,944,201
รายได้จากการให้บริการ	16,742,681	43,852,367	31,307,580
กำไรก่อนค่าใช้จ่าย	33,714,725	61,207,892	89,269,072
รวมค่าใช้จ่าย	(52,156,074)	(82,051,249)	(68,476,697)
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	(21,792,335)	(26,265,204)	16,464,503
ขาดทุนสะสม	(97,466,529)	(113,731,733)	(97,267,230)

รวมธุรกิจเสร็จสิ้นเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2564

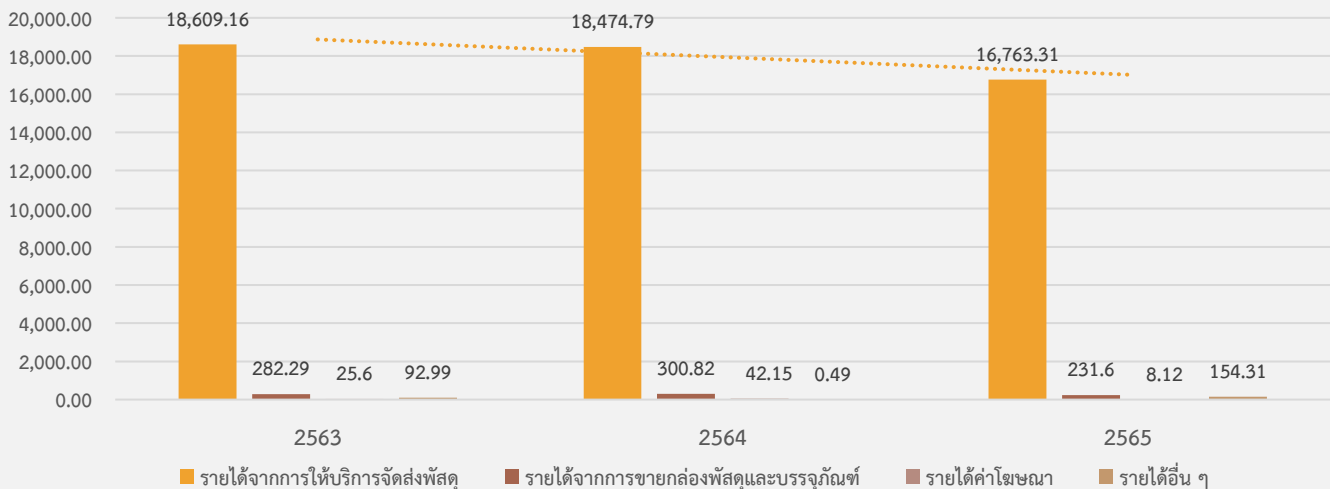
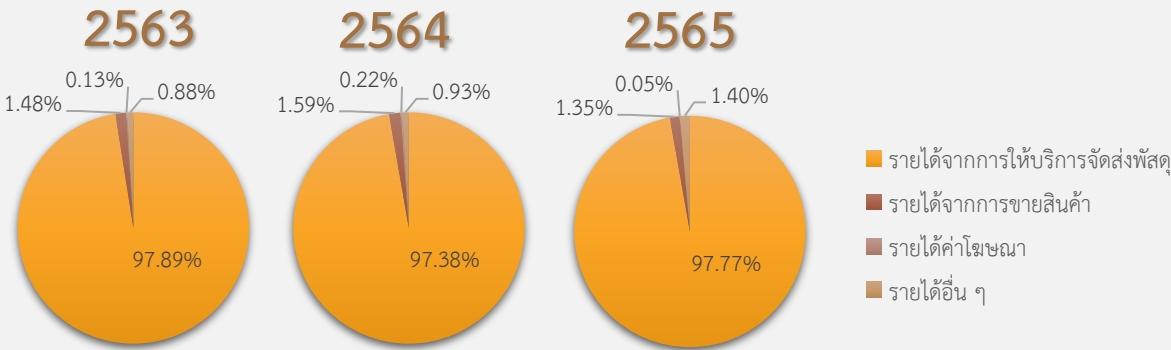


การวิเคราะห์

1. รายได้รวมของ S.F. เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญตั้งแต่ปี 2563 – 2565
2. S.F. มีรายได้หลักจากการส่งของ โดยบริการจัดส่งพัสดุด่วนไปต่างประเทศ โดยบริการ SF International Standard Express (SE) ซึ่งบริการดังกล่าวนี้ครอบคลุมหลายประเทศในภูมิภาคเอเชีย อเมริกาใต้ และอเมริกาเหนือ โดยรวมทั้งหมด 17 ประเทศปลายทาง
3. บริษัทใหญ่ (บริษัท ฟลอริช ฮาร์โมนี โฮลดิ้งส์ คอมพานี ลิมิเต็ด (Flourish Harmony)) ได้แสดงความประสงค์ที่จะให้ความสนับสนุนทางการเงินที่จำเป็นแก่บริษัท เพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องและรับผิดชอบในภาระหนี้สินของบริษัทในปัจจุบันและอนาคต

รายได้จำแนกตามกลุ่มธุรกิจ ของ KEX ปี 2563 2564 และ 2565

กลุ่มธุรกิจ	2563		2564		2565	
	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
รายได้จากการให้บริการจัดส่งพัสดุ	18,609.16	97.89	18,474.79	97.38	16,763.31	97.77
รายได้จากการขายกล่องพัสดุและบรรจุภัณฑ์	282.29	1.48	300.82	1.59	231.60	1.35
รายได้ค่าโฆษณา	25.60	0.13	42.15	0.22	8.12	0.05
รายได้อื่น ๆ ได้แก่ รายได้ค่านายหน้า รายได้ค่าบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ดอกเบี้ยรับ และอื่น ๆ	92.99	0.49	154.31	0.81	141.99	0.83
รวม	19,010.05	100.00	18,972.08	100.00	17,145.04	100.00





รายได้จำแนกตามกลุ่มลูกค้า ของ KEX ปี 2563 2564 และ 2565

รายได้จากการให้บริการจัดส่งพัสดุ



- บริการจัดส่งพัสดุภายในวันเดียว (Same-Day Delivery)
- บริการจัดส่งพัสดุก่อนเที่ยงวัน (Delivery-before-Noon)
- บริการจัดส่งพัสดุภายในวันถัดไป (Next-Day Deliver)
- บริการจัดส่งพัสดุแบบประหยัด (Economy Delivery)
- บริการรับ-ส่งพัสดุดังบ้าน (Door-to-Door)

รายได้จากการขายกล่องพัสดุและบรรจุภัณฑ์



กล่องพัสดุรักษ์โลก (Eco box) บรรจุภัณฑ์ทางเลือกใหม่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยวัสดุรีไซเคิล ร้อยละ 100 และลดการใช้น้ำหมึกได้ถึงร้อยละ 70 โดย Eco box นำเสนอในราคาที่เหมาะสม ราคาเริ่มต้น 5 บาท และเข้าถึงได้ง่าย

รายได้ค่าโฆษณา



- รายได้จากการร่วมมือกับบริษัท แรบบิท รีวอร์ดส จำกัด ในการแลกเปลี่ยนคูปองเงินสดที่นำไปใช้กับห้างสรรพสินค้า เพื่อใช้ในการแลกคะแนน Kerry point มาใช้แทนเงินสดในร้านรับส่งพัสดุของ KEX
- ได้รับส่วนแบ่งรายได้จากบริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน) จากการให้เช่าพื้นที่โฆษณาบนรถจัดส่งพัสดุ
- รายได้จากการให้บริการโฆษณาผลิตภัณฑ์และบริการตามหน้าร้าน ออนไลน์และแอปพลิเคชันของ KEX

รายได้อื่น ๆ



รายได้ค่านายหน้า รายได้ค่าบริการจัดการ รายได้ค่าบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ดอกเบี้ยรับ และอื่น ๆ

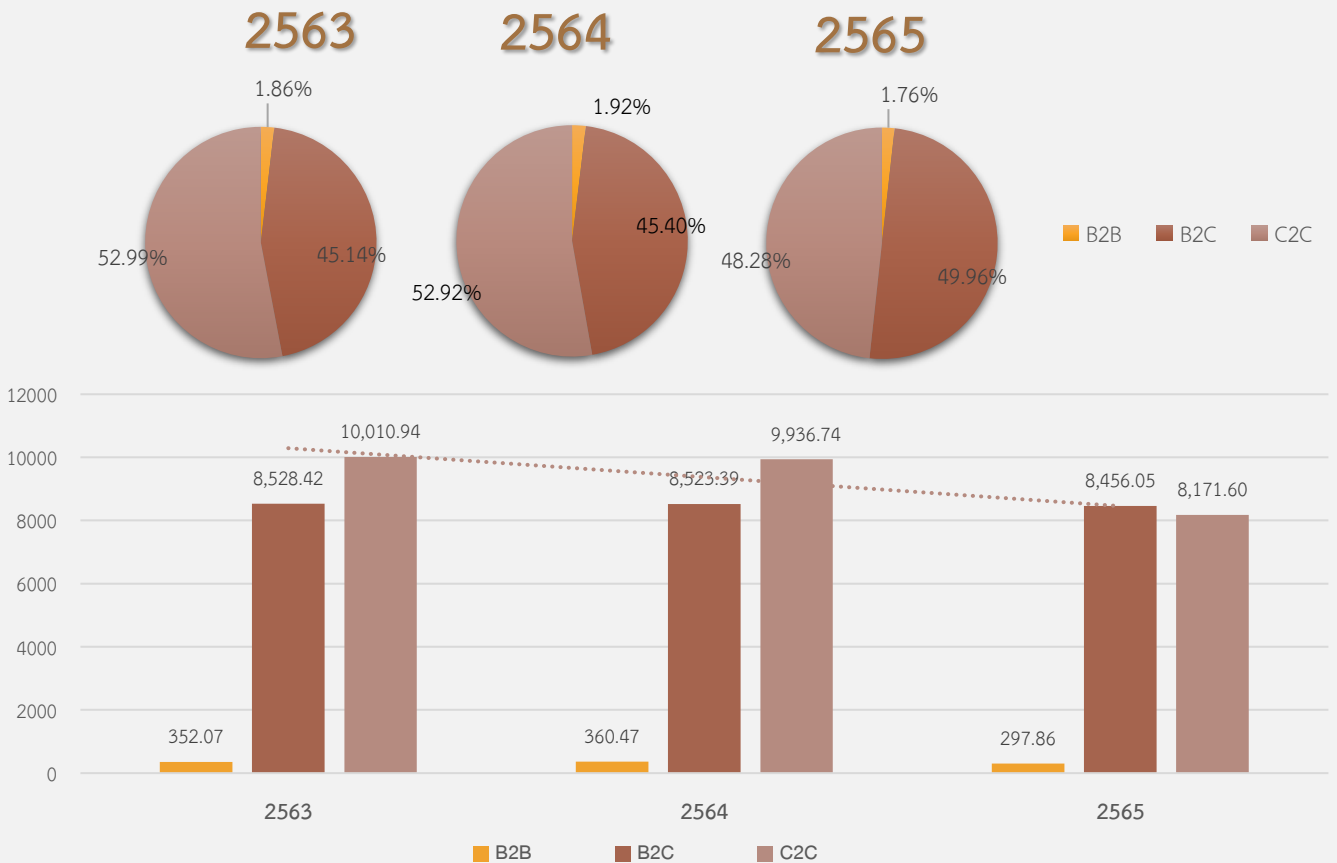
ในปี 2565 บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีรายได้รวม 17,145.04 ล้านบาท โดยลดลงจากปี 2564 จำนวน 1,827.03 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงลดลงร้อยละ 9.63 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- (1) รายได้จากการให้บริการจัดส่งพัสดุลดลงจำนวน 1,711.47 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงที่ลดลงร้อยละ 9.26
- (2) รายได้จากการขายสินค้าประเภทกล่องพัสดุและบรรจุภัณฑ์ลดลงจำนวน 69.21 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงที่ลดลงร้อยละ 23.01
- (3) รายได้ค่าโฆษณาลดลงจำนวน 34.03 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงที่ลดลงร้อยละ 80.74
- (4) รายได้อื่น ๆ ได้แก่ รายได้ค่านายหน้า รายได้ค่าบริการจัดการ รายได้ค่าบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ดอกเบี้ยรับ และอื่น ๆ ลดลงจำนวน 12.31 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงที่ลดลงร้อยละ 7.98

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีรายได้จากการประกอบธุรกิจการให้บริการจัดส่งพัสดุลดลงจากปีก่อนหน้า โดยสัดส่วนรายได้ภายหลังการรวมธุรกิจยังคงเดิม โดยเน้นด้านการจัดส่งพัสดุเป็นหลัก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับรายได้ของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ตั้งแต่ปี 2563 พบว่า รายได้รวมของบริษัทลดลงอย่างต่อเนื่อง

รายได้จำแนกตามกลุ่มลูกค้า ของ KEX ปี 2563 2564 และ 2565

กลุ่มลูกค้า	2563		2564		2565	
	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
รายได้จากการให้บริการจัดส่งพัสดุ ระหว่างหน่วยธุรกิจและหน่วยธุรกิจ (Business to Business: B2B)	352.07	1.86	360.47	1.92	297.86	1.76
รายได้จากการให้บริการจัดส่งพัสดุ ระหว่างหน่วยธุรกิจและผู้บริโภค (Business to Consumers: B2C)	8,528.42	45.14	8,523.39	45.40	8,456.05	49.96
รายได้จากการให้บริการจัดส่งพัสดุ ระหว่างผู้บริโภคและผู้บริโภค (Consumers to Consumers: C2C)	10,010.94	52.99	9,936.74	52.92	8,171.60	48.28
รวม	18,891.45	100.00	18,775.61	100.00	16,925.52	100.00





รายได้จำแนกตามกลุ่มลูกค้า ของ KEX ปี 2563 2564 และ 2565

Business to Business: B2B



KEX ให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าธุรกิจจำนวนมากที่ต้องการส่งพัสดุไปยังสำนักงาน สาขา หรือสถานที่อื่น ๆ เช่น ธนาคาร สถาบันทางการเงิน สำนักงานกฎหมาย ร้านค้าปลีก บริษัทขายตรง บริษัทโทรคมนาคม และสำนักงานทั่วไป เป็นต้น

Business to Consumers: B2C



KEX รองรับบริการบริการเกือบทุกแพลตฟอร์มโซเชียล อีคอมเมิร์ซ และช่องทางโคมซื้อปึงที่มีในประเทศไทย โดยมีบริการอีคอมเมิร์ซแบบครบวงจร ประกอบด้วยบริการขนส่งผ่านแดน (Cross-border) บริการคลังสินค้าออนไลน์ (E-Fulfillment) การจัดการส่งคืนพัสดุ และบริการเก็บเงินปลายทาง

Consumers to Consumers: C2C



KEX ให้บริการจัดส่งพัสดุและบริการเก็บเงินปลายทางแก่ผู้ค้าปลีกและลูกค้าทั่วไป โดยมีจุดให้บริการกว่า 36,000 แห่ง ประกอบด้วย ร้านรับส่งพัสดุ (Parcel shop) ตู้เก็บพัสดุ จุดให้บริการตามสถานีรถไฟฟ้า และบริการรับส่งพัสดุดังบ้าน (D2D) เป็นต้น

ในปี 2565 บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีรายได้จากการให้บริการจัดส่งพัสดุรวม จำนวน 16,925.52 ล้านบาท โดยเป็นรายได้จาก

- (1) B2B จำนวน 297.8 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนจำนวน 62.61 ล้านบาท
- (2) B2C จำนวน 8,456.05 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน จำนวน 67.33 ล้านบาท
- (3) C2C จำนวน 8,171.60 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน จำนวน 1,765.14 ล้านบาท

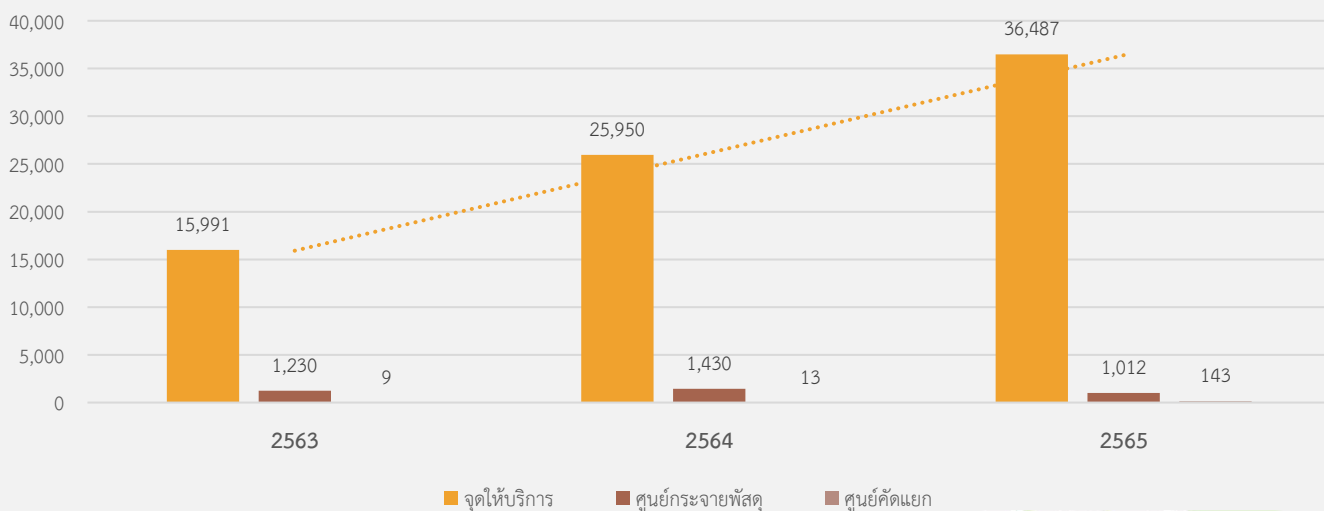
จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า สัดส่วนรายได้จากการให้บริการจัดส่งพัสดุนั้นยังคงเดิม โดยเป็นรายได้จาก B2B ประมาณสัดส่วนร้อยละ 2 ของรายได้ทั้งหมด รายได้จาก B2C ประมาณสัดส่วนร้อยละ 50 ของรายได้ทั้งหมด และรายได้จาก C2C ประมาณสัดส่วนร้อยละ 48 ของรายได้ทั้งหมด

ดังนั้น ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ภายหลังการรวมธุรกิจยังคงเดิม โดยมีกลุ่มลูกค้าในการให้บริการระหว่างผู้บริโภคและผู้บริโภค (Consumers to Consumers: C2C) และหน่วยธุรกิจและผู้บริโภค (Business to Consumers: B2C) เป็นหลัก

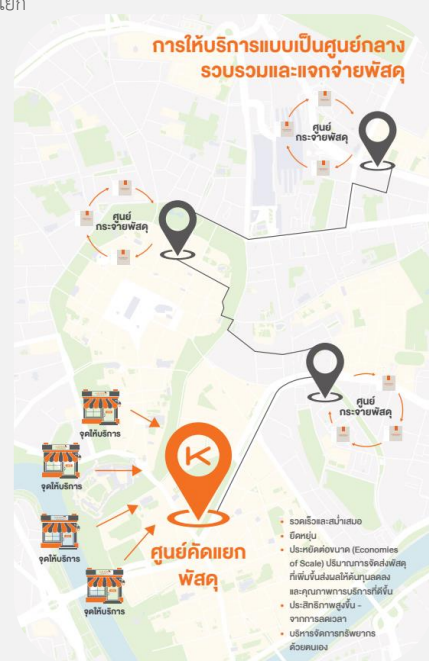
เครือข่ายบริการของ KEX ปี 2563 2564 และ 2565

KERRY
EXPRESS

เครือข่ายบริการ	2563 (แห่ง)	2564 (แห่ง)	2565 (แห่ง)
จุดให้บริการ	15,991	25,950	36,487
ศูนย์กระจายพัสดุ	1,230	1,430	1,012
ศูนย์คัดแยก	9	13	143
รวม	17,230	27,393	37,642



ในปี 2565 KEX มีจำนวนจุดให้บริการและศูนย์คัดแยกพัสดุเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีจำนวนจุดให้บริการเพิ่มขึ้นจากปี 2564 ถึง 10,537 แห่ง เป็นจำนวนทั้งหมด 36,487 แห่ง ใน 77 จังหวัด ทั่วประเทศไทย และจำนวนศูนย์คัดแยกเพิ่มขึ้นจากปี 2564 ถึง 130 แห่ง เป็นจำนวนทั้งหมด 143 แห่ง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการกระจายเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง โดย KEX มีการร่วมพันธมิตรกับแบรนด์ชั้นนำด้านการค้าปลีกจำนวนมาก เช่น Big C, CJ, Tops, Office Mate, Jiffy, Caltex, Ship Smile และ Lawson เป็นต้น เพื่อขยายจุดให้บริการจำนวนมากในระยะเวลาที่รวดเร็ว ทั้งนี้ KEX มีจำนวนศูนย์กระจายพัสดุลดลงจากปีก่อนหน้า 418 แห่ง โดยปัจจุบันมีจำนวนศูนย์กระจายพัสดุทั้งหมด 1,012 แห่ง



การส่งเสริมการประกอบธุรกิจ SMEs ของ KEX ปี 2564

1

โครงการส่งเสริมและพัฒนาระบบโลจิสติกส์ภาคการเกษตร

KEX ได้ร่วมมือกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานในการพัฒนาเกษตรกรรมและการจัดการระบบโลจิสติกส์ภาคการเกษตรตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงส่งเสริมและสนับสนุนความร่วมมือด้านการขนส่งระหว่างเกษตรกรรมกับ KEX โดยมีกิจกรรมที่เป็นการส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่เป็นกลุ่มเกษตรกร ทั้งกลุ่มที่เป็นผู้ค้าออนไลน์และออฟไลน์ ดังนี้

(1) KEX ร่วมมือกับสำนักงานเกษตรจังหวัดในแต่ละภูมิภาคทั่วประเทศ โดยสำนักงานเกษตรจังหวัดจะเป็นผู้จัดหาเกษตรกรมาเข้าร่วมโครงการ และ KEX จะให้การสนับสนุนเกษตรกรในการระบายสินค้าเกษตร เช่น ผลไม้ตามฤดูกาล และเน้นการสนับสนุนกลุ่มส่งเสริมการเกษตรในพื้นที่ต่างๆ โดย KEX จะดำเนินการจัดตั้งจุดให้บริการเฉพาะสำหรับรวบรวมและกระจายสินค้า แยกออกจากศูนย์บริการทั่วไปของ KEX เพื่อความรวดเร็วเหมาะสมในการจัดส่งสินค้าทางการเกษตร นอกจากนี้ KEX ยังเสนอส่วนลดร้อยละ 30 ให้แก่เกษตรกรที่ร่วมโครงการ และจัดให้มีรถเข้ารับสินค้าโดยทำกรณัดหมายเวลาและจุดรวบรวมพัสดุ อีกทั้ง KEX ยังให้บริการกล่องพัสดุที่ทากั้นเฉพาะสำหรับใส่ผลไม้โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายแก่เกษตรกรที่ร่วมโครงการ

(2) สำหรับเกษตรกรที่จำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์หรือช่องทางออฟไลน์อื่น ๆ ที่มีสมุทธะเป็นเกษตรกร (เล่มเขียว) KEX จะมอบส่วนลดค่าขนส่งร้อยละ 10 ให้แก่เกษตรกรดังกล่าวที่นำสมุทธะเป็นเกษตรกรและบัตรประชาชนมาแสดง ณ จุดส่งสินค้า (parcel shop) ของ KEX ในด้านองค์ความรู้ KEX ร่วมกับกรมส่งเสริมการเกษตร เพื่อให้ความรู้แก่เกษตรกรในเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสอดคล้องกับรูปแบบสินค้าด้านการเกษตรและการขนส่ง รวมถึงการบรรจุให้ถูกต้อง เพื่อให้ผู้บริโภคปลายทางได้รับสินค้าที่ยังคงคุณภาพเหมือนรับจากมือเกษตรกรเอง

ประโยชน์ของกิจกรรม

(1) ลดต้นทุนในการประกอบกิจการ จากการได้รับส่วนลดค่าบริการขนส่ง รวมไปถึงจากการอำนวยความสะดวกในเรื่องการรวบรวมและกระจายสินค้า

(2) เพิ่มโอกาสในการที่สินค้าจะเข้าถึงตัวผู้บริโภคโดยตรง จากการสนับสนุนของ KEX ทั้งในด้านการขนส่งที่รวดเร็ว และบรรจุภัณฑ์

(3) มีความรู้และความเชี่ยวชาญมากขึ้นจากกิจกรรมส่งเสริมความรู้ต่างๆ ที่ KEX จัดขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

โดยโครงการนี้เป็นโครงการที่ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือเกษตรกรทุกราย จึงไม่ทำให้เกิดข้อกังวลในด้านการแข่งขันระหว่างเกษตรกรรายใหญ่ระดับจังหวัดและเกษตรกรรายย่อยแต่อย่างใด

รายได้จากการให้บริการ

จุดให้บริการ	รายได้ (บาท)	จำนวนพัสดุ (ชิ้น)
รายได้จากการให้บริการจัดส่งที่จุดให้บริการเฉพาะที่จัดตั้ง แยกออกจากศูนย์บริการทั่วไป เพื่อจัดส่งสินค้าทางการเกษตรโดยมีส่วนลดสูงสุดร้อยละ 30 ให้แก่เกษตรกร	3,600	360
รายได้จากการให้บริการจัดส่งที่จุดส่งสินค้า (Parcel shop) สำหรับเกษตรกรที่นำสมุทธะเป็นเกษตรกรและบัตร ประชาชนมาแสดงเพื่อรับส่วนลดค่าขนส่งร้อยละ 10	5,800,000	58,000
รวม	5,803,600	58,360

การส่งเสริมการประกอบธุรกิจ SMEs ของ KEX ปี 2564

KERRY EXPRESS

2 โครงการ เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ลอยัลตี้ คลับ (Kerry Express Loyalty Club)

KEX จะมอบสิทธิประโยชน์ต่างๆ หลากหลายรูปแบบแก่สมาชิกของโครงการเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ลอยัลตี้ คลับ (Kerry Express Loyalty Club) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการ SMEs ในประเทศ เพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถประกอบธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีต้นทุนการดำเนินงานที่ลดลง โดยผู้ประกอบการสามารถสมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิกได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ภายใต้โครงการนี้ นอกจาก KEX จะจัดให้มีกิจกรรมหลากหลายรูปแบบที่มอบความสะดวกในการประกอบธุรกิจ รวมไปถึงการให้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ แก่สมาชิกแล้ว KEX ยังตั้งใจพัฒนากิจกรรมที่เน้นการส่งเสริมการประกอบกิจการของสมาชิกผู้ประกอบการ SMEs เป็นการเฉพาะ โดยมีการจัดหลักสูตรอบรมต่าง ๆ ให้แก่สมาชิก โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ E Commerce โดยวิทยากรผู้มีความรู้ และประสบการณ์ตรงในการทำธุรกิจ E Commerce อาทิ

(1) หลักสูตรการทำตลาดผ่าน online platform ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Line Facebook Instagram โดยรวบรวมทั้งวิธีการ รวมไปถึงเคล็ดลับที่สำคัญ ตั้งแต่การสร้างบัญชี เทคนิคการตั้งชื่อ วิธีการและเทคนิคในการโพสต์หรือโฆษณาให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์การทำให้คนติดตาม การดูแลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก แนะนำการใช้ฟีเจอร์ส่วนเสริม ตลอดจนกฎและนโยบายที่สำคัญของแต่ละ platform

(2) หลักสูตร Content Marketing โดยรวบรวมแนวคิด วิธีการ และเทคนิคการจัดทำคอนเทนต์ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ในเรื่องโครงสร้างและลักษณะของคอนเทนต์ที่ดี การพัฒนาคอนเทนต์ เทคนิคการเขียนพาดหัว เทคนิคการเปลี่ยนคอนเทนต์ให้เป็นยอดขาย ความแตกต่างของคอนเทนต์ในแต่ละ platform การสร้างคอนเทนต์ให้แตกต่างและตรงตามกลุ่มเป้าหมาย รวมไปถึงเครื่องมือที่สำคัญที่ใช้ในการหาไอเดียการทำคอนเทนต์

(3) หลักสูตร Photo & Video Editing เพื่อให้ความรู้แก่สมาชิกในเรื่องการใช้ การตัดต่อภาพ และวิดีโอ เพื่อส่งเสริมการขาย ตัวอย่างเช่น การแต่งรูปโปสเตอร์ขายของให้น่าสนใจ วิธีการใช้ฟอนต์ตกแต่งรูป การสร้างเทมเพลตแบรนด์เพื่อสร้าง Brand Identity การตัดต่อวิดีโอ การเก็บฟุตเทจ ตลอดจนการสร้าง Story Board และวิดีโอแบบมีอาชีพ

ประโยชน์ของกิจกรรม

- (1) สามารถนำความรู้ แนวคิด และเทคนิคที่ได้จากหลักสูตรอบรมที่ KEX จัดขึ้นไปต่อยอดในการพัฒนาธุรกิจที่มีอยู่ได้
- (2) สามารถปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางการทำการค้ามาเป็นในรูปแบบ E-Commerce ใน platform ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (3) เพิ่มความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของกิจการทั้งในด้านการโฆษณาและการทำคอนเทนต์
- (4) เพิ่มคุณภาพและความน่าสนใจของการนำเสนอสินค้าหรือบริการ จากการใช้รูปภาพหรือวิดีโอเพื่อส่งเสริมการขาย

ช่วยเหลือเกษตรกร



ช่วยเหลือ SMEs



การส่งเสริมการประกอบธุรกิจ SMEs ของ KEX ปี 2565

KERRY
EXPRESS

โครงการส่งเสริมและพัฒนาระบบโลจิสติกส์ภาคการเกษตร

KEX ได้สานต่อโครงการส่งเสริมและพัฒนาระบบโลจิสติกส์ภาคการเกษตรจากปี 2564 เฉพาะบริการจัดส่งที่จุดส่งสินค้า (Parcel shop) สำหรับเกษตรกรที่นำผลผลิตเป็นเกษตรกรและบัตรประชาชนมาแสดงเพื่อรับส่วนลดค่าขนส่งร้อยละ 10 สำหรับเกษตรกรที่จำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์หรือช่องทางออฟไลน์อื่น ๆ

รายได้จากการให้บริการ

จุดให้บริการ	รายได้ (บาท)	จำนวนพัสดุ (ชิ้น)
รายได้จากการให้บริการจัดส่งที่จุดส่งสินค้า (Parcel shop) สำหรับเกษตรกรที่นำผลผลิตเป็นเกษตรกรและบัตรประชาชนมาแสดงเพื่อรับส่วนลดค่าขนส่งร้อยละ 10	2,356,658	26,463
รวม	2,356,658	26,463

ช่วยเหลือเกษตรกร



เพิ่มขีดความสามารถและสร้างความ
เข้มแข็งด้านการจัดการระบบโลจิสติกส์แก่ภาค
การเกษตรของไทย



การเข้าถึงบริการจัดส่งสินค้าเกษตร
ที่รวดเร็ว และปลอดภัยจนถึงมือผู้บริโภค
รวมทั้งการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสม
สอดคล้อง กับรูปแบบสินค้าด้านการเกษตร

ตลาดขนส่งพัสดุนาเล็ก

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของตลาด

ปี 2565 มูลค่าตลาดขนส่งพัสดุไทยยังมีแนวโน้มขยายตัว และมีปริมาณการขนส่งพัสดุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีมูลค่าประมาณ 1.06 แสนล้านบาท และปริมาณการขนส่งเพิ่มเป็นอย่างน้อย 7 ล้านชิ้นต่อวัน* การเติบโตดังกล่าวดึงดูดผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดสถานะการแข่งขันในตลาดขนส่งพัสดุเข้มข้น โดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคาและการขยายการให้บริการ โดยผู้ประกอบการในตลาดมีวัตถุประสงค์ในการแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด โดยในปี 2565 อัตราค่าจัดส่งพัสดุเหลือเพียง 15 – 20 บาทต่อชิ้น อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการลดลงของอัตราค่าขนส่งพัสดุอาจจำกัดจากปัจจัยทางด้านต้นทุนโดยรวมที่เพิ่มสูงขึ้น

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการรายใหม่ที่เข้าสู่ตลาดอาจต้องใช้ระยะเวลานานในการเติบโต สร้างการรับรู้ของแบรนด์ และสร้างเครือข่ายการขนส่งที่แข็งแกร่งและสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการเดิมในตลาดได้ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการบางรายในตลาดอยู่ในสถานะไม่คุ้มทุนและขาดทุนอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากไม่สามารถแข่งขันได้ในตลาดที่มีสงครามราคาอย่างรุนแรง

ปี 2565 เป็นปีที่ผู้ประกอบการต่าง ๆ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศเผชิญกับปัจจัยด้านลบจากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจจากทั่วโลก

- สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างรัสเซียและยูเครน
- อัตราดอกเบี้ยนโยบายของธนาคารกลางในประเทศต่าง ๆ ที่เพิ่มสูงขึ้น เพื่อควบคุมอัตราเงินเฟ้อ
- การชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนอันเนื่องมาจากนโยบาย COVID-ZERO อันเข้มงวด
- การปรับตัวเพิ่มขึ้นของต้นทุนการดำเนินงานของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะต้นทุนค่าน้ำมัน ต้นทุนแรงงานจากการปรับค่าแรงขั้นต่ำ และต้นทุนทางการเงิน
- กำลังซื้อของประชาชนทั่วโลกยังลดลงอย่างมีนัยสำคัญ
- แม้ว่าสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เบาลงในช่วงกลางปี 2565 ที่ผ่านมา แต่ความต้องการและกำลังซื้อของผู้บริโภคยังลดลงอย่างต่อเนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจ ผู้บริโภคยังมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอยเป็นการซื้อของในร้านค้า (Offline) มากขึ้นจากการเปิดประเทศหลังสถานการณ์โควิดที่แพร่ระบาดต่อเนื่องมาเป็นเวลากว่า 2 ปี สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อธุรกิจแพลตฟอร์ม E-commerce ในประเทศไทยเป็นอย่างมาก ซึ่งส่งผลต่อเนื่องไปยังธุรกิจจัดส่งพัสดุในตลาด

ผลกระทบเชิงลบต่ออุตสาหกรรมขนส่งพัสดุที่กล่าวมาข้างต้น ส่งผลให้การเติบโตของตลาดชะลอตัว และก่อให้เกิดการแข่งขันกันด้านราคาระหว่างผู้ประกอบการในตลาดอย่างเข้มข้น สภาพตลาดดังกล่าวอาจนำไปสู่การเติบโตของตลาดที่ลดลงในปี 2566

* ข้อมูลจากศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์



ตลาดขนส่งพัสดุ

ภาพรวมของอุตสาหกรรม

การรวมธุรกิจระหว่างบริษัท ฟลอริช ฮาร์โมนี โฮลดิ้งส์ คอมพานี จำกัด (Flourish Harmony) และบริษัท เคอรี่ โลจิสติกส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (KLN) มีบริษัทที่มีสถานะเสมือนเป็นหน่วยธุรกิจเดียวกันในประเทศไทยที่ประกอบธุรกิจขนส่งพัสดุ จำนวน 2 ราย ได้แก่ บริษัท เอส.เอฟ. เอ็กซ์เพรส จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

1 การวิเคราะห์ตลาดเชิงโครงสร้าง

อุตสาหกรรมการจัดส่งพัสดุด่วนในประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีความกระจุกตัวสูง ประกอบด้วยบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ จากทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทไทยที่ให้บริการจัดส่งพัสดุด่วนรายใหญ่รองลงมาจากไปรษณีย์ไทย ทั้งในส่วนของการจัดส่งที่ส่งต่อวันโดยเฉลี่ย เครือข่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศ คุณภาพการให้บริการ รวมถึงความน่าเชื่อถือของแบรนด์ นอกจากนี้ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ยังแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่อื่น ๆ เช่น DHL Express Ninja Van SCG Express Flash Express BEST Express และ J&T Express ซึ่งผู้ประกอบการรายอื่นมีขนาดของการดำเนินธุรกิจที่เล็กลงมา และเน้นให้บริการเฉพาะกลุ่มลูกค้าหรือเฉพาะพื้นที่ด้วยการนำเสนอการให้บริการที่จำกัด

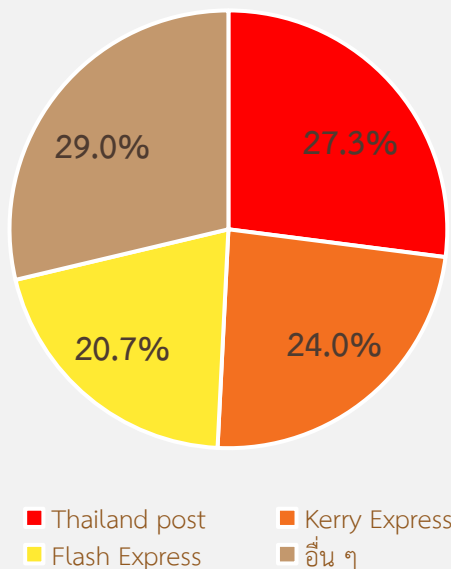
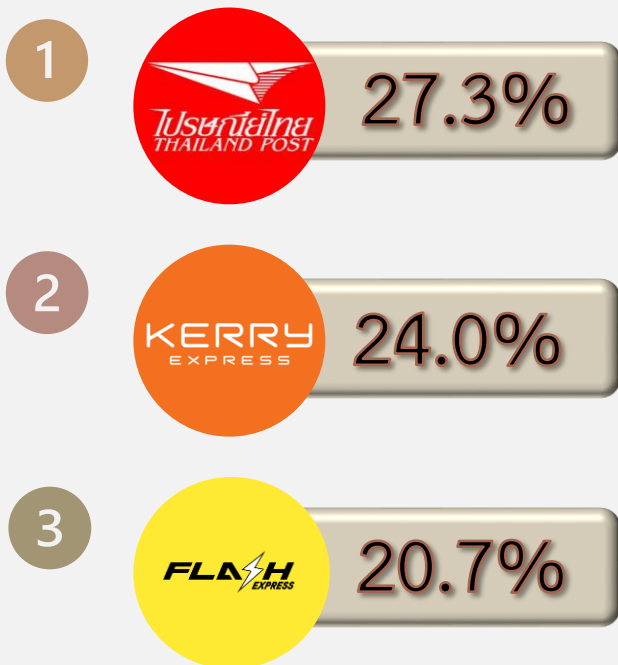
2 การวิเคราะห์ตลาดเชิงพฤติกรรม

จากการรวมธุรกิจ ผู้ประกอบการมีอำนาจตลาดมากขึ้น ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้ประกอบการประกอบธุรกิจลักษณะการกำหนดราคา หรือลักษณะการประกอบธุรกิจ (Business model) ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไป

จากการคาดการณ์ลักษณะการแข่งขันในตลาด เห็นว่า ในระยะสั้นการแข่งขันทางด้านราคาอาจทำให้ผู้ประกอบการขาดทุน จากการแข่งขันกันลดราคาเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด แต่ในระยะยาวผู้ประกอบการรายเล็กอาจไม่สามารถแข่งขันได้ในตลาดที่มีการแข่งขันด้านราคาอย่างรุนแรง และอาจเกิดความเสียหายที่ผู้ประกอบการรายใหญ่หรือผู้ที่มีอำนาจในตลาดจะได้มาซึ่งส่วนแบ่งตลาดและสามารถเพิ่มราคาได้ในที่สุด

ตลาดขนส่งพัสดุ

ส่วนแบ่งตลาด ปี 2565



จากการพิจารณาส่วนแบ่งตลาด ในปี 2565 พบว่า มีผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 รายในตลาดขนส่งพัสดุ ได้แก่ อันดับหนึ่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ประกอบธุรกิจภายใต้ชื่อ “ไปรษณีย์ไทย”) อันดับที่สอง บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (ประกอบธุรกิจภายใต้ชื่อ “เคอรี่ เอ็กซ์เพรส”) และอันดับที่สาม บริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด (ประกอบธุรกิจภายใต้ชื่อ “แฟลช เอ็กซ์เพรส”) โดยมีส่วนแบ่งตลาด 3 รายรวมกันร้อยละ 72.0 ของส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด

ทั้งนี้ ส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการ 3 รายแรกในตลาดนั้น มีจำนวนลดลงจากที่ผ่านมา เนื่องจากการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่อื่น ๆ เช่น DHL Express Ninja Van SCG Express BEST Express และ J&T Express โดยผู้ประกอบการเหล่านี้มีการขยายการให้บริการ ใช้กลยุทธ์ด้านราคา เพื่อเพิ่มปริมาณการขนส่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

* ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และรายงานประจำปีของผู้ประกอบการ คำนวณโดยสำนักงาน กขค.

ตลาดขนส่งพัสดุ

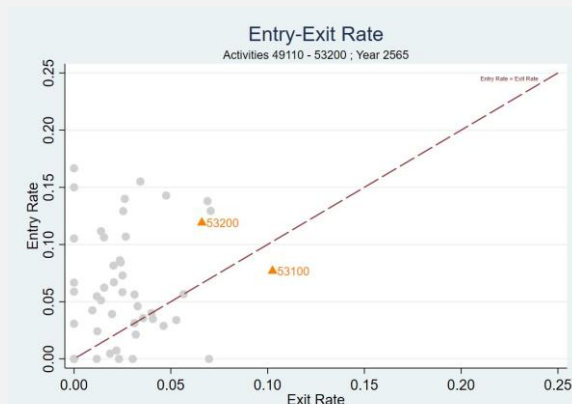
อัตราการเข้า – ออกตลาด (Entry and Exit Rate)

พิจารณาจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจในหมวดธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการขนส่งว่ามีอัตราการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ (Entry rate) และอัตราการออกจากตลาด (Exit rate) มากน้อยเพียงใด เพื่อตรวจสอบสภาพการแข่งขันในตลาดการบริการขนส่ง

ใช้ข้อมูลในหมวดธุรกิจ ณ สิ้นปี 2565 ที่การจัดประเภทธุรกิจของนิติบุคคล โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (DBD) หมวด H ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า หมวดย่อย 49 การขนส่งทางบกและการขนส่งทางท่อลำเลียง 50 การขนส่งทางน้ำ 51 การขนส่งทางอากาศ 52 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับคลังสินค้าและกิจกรรมสนับสนุนการขนส่ง และ 53 กิจกรรมไปรษณีย์และการรับส่งเอกสาร/สิ่งของ โดยพิจารณาเป็นรายการกิจกรรม 5 หลัก จำนวนทั้งสิ้น 52 ข้อมูล

แต่ละจุดในแผนภาพแสดงค่าอัตราการเข้าสู่ตลาด (Entry rate) และค่าอัตราการออกจากตลาด (Exit rate) โดยแกนตั้งแสดง Entry rate และแกนนอนแสดง Exit rate ซึ่งมีเส้น 45° กำกับไว้เพื่อแสดงถึงจุดที่ Entry rate = Exit rate และจุดที่อยู่เหนือเส้น 45° แสดงว่ากิจกรรมนั้นมีอัตราการเข้าสู่ตลาดมากกว่าอัตราการออกจากตลาด ส่วนจุดที่อยู่ใต้เส้น 45° แสดงว่ากิจกรรมนั้นมีอัตราการเข้าสู่ตลาดน้อยกว่าอัตราการออกจากตลาด

อัตราการเข้าสู่ตลาด (Entry rate) และ
อัตราการออกจากตลาด (Exit rate)



กิจกรรมการขนส่ง (ปี 2565)

กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม	Entry	Exit
53100	กิจกรรมไปรษณีย์	8%	10%
53200	กิจกรรมการรับส่งเอกสาร/สิ่งของ	12%	7%
ค่าเฉลี่ย Entry rate ปี 2565 = 6%			
ค่าเฉลี่ย Exit rate ปี 2565 = 3%			

ที่มา: คำนวณโดย TCCT จากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

จากแผนภาพ พบว่า กิจกรรมส่วนใหญ่ในหมวดธุรกิจการขนส่งและสถานที่เก็บสินค้าอยู่เหนือเส้น 45° กล่าวคือ มีอัตราการเข้าสู่ตลาดมากกว่าอัตราการออกจากตลาด แสดงให้เห็นถึงการขยายตัวและโอกาสในการแข่งขันของตลาดจากการที่มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดสูงกว่าผู้ประกอบการรายเดิมออกจากตลาด

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณากิจกรรมย่อย พบว่า กิจกรรมที่ 53100 กิจกรรมไปรษณีย์ อยู่ใต้เส้น 45° แสดงว่ากิจกรรมนั้นมีอัตราการเข้าสู่ตลาดน้อยกว่าอัตราการออกจากตลาด ส่วนกิจกรรมที่ 53200 กิจกรรมการรับส่งเอกสาร/สิ่งของ อยู่เหนือเส้น 45° แสดงว่ากิจกรรมนั้นมีอัตราการเข้าสู่ตลาดมากกว่าอัตราการออกจากตลาด อย่างไรก็ตาม ค่าเฉลี่ยการเข้าสู่ตลาดนั้นอยู่ที่ร้อยละ 6 ซึ่งมากกว่าค่าเฉลี่ยในการออกจากตลาดซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 3 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ในปี 2565 ตลาดขนส่งพัสดุมีการขยายตัวและโอกาสของผู้ประกอบการเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น เนื่องจากมีแนวโน้มที่ผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดเพิ่มมากขึ้น

ตลาดขนส่งพัสดุ

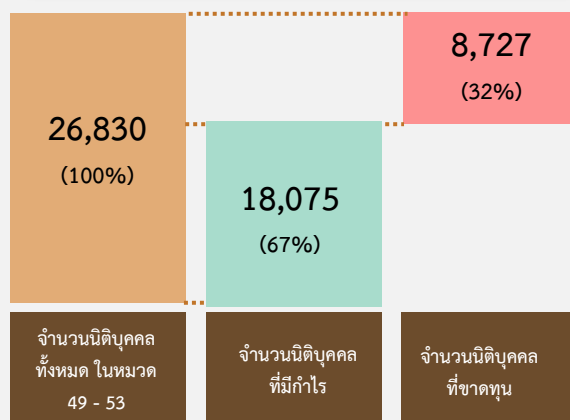
ภาพรวมผลประกอบการของผู้ประกอบธุรกิจ

พิจารณาผลการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งพัสดุว่ามีสถานะทางการเงินเป็นอย่างไร เพื่อประกอบการตรวจสอบสภาพการแข่งขันในตลาดขนส่งพัสดุ โดยพิจารณานิติบุคคลในหมวด 49 – 53 ว่ามีนิติบุคคลที่มีกำไรและนิติบุคคลที่ขาดทุนมีจำนวน สัดส่วน และอัตรานิติบุคคลที่มีกำไร (Profit rate) และอัตรานิติบุคคลที่ขาดทุน (Loss rate) เท่าใด

แต่ละจุดในแผนภาพแสดงค่าอัตรานิติบุคคลที่มีกำไร (Profit rate) และค่าอัตรานิติบุคคลที่ขาดทุน (Loss rate) โดยแกนตั้งแสดง Profit rate และแกนนอนแสดง Debt rate ซึ่งมีเส้น 45° กำกับไว้เพื่อแสดงถึงจุดที่ Profit rate = Loss rate และจุดที่อยู่เหนือเส้น 45° แสดงว่ากิจกรรมนั้นมีอัตรานิติบุคคลที่มีกำไรมากกว่าอัตรานิติบุคคลที่ขาดทุน ส่วนจุดที่อยู่ใต้เส้น 45° แสดงว่ากิจกรรมนั้นมีอัตรานิติบุคคลที่มีกำไรน้อยกว่าอัตรานิติบุคคลที่ขาดทุน

อัตรานิติบุคคลที่มีกำไร (Profit rate) และ
อัตรานิติบุคคลที่ขาดทุน (Debt rate)

สัดส่วน (ปี 2565)



ที่มา: คำนวณโดย TCCT จากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

จากแผนภาพ มีจำนวนนิติบุคคลในหมวด 49 – 53 จำนวนทั้งสิ้น 26,830 ราย โดยจำแนกเป็นนิติบุคคลที่มีกำไร 18,075 ราย คิดเป็นร้อยละ 67 และนิติบุคคลที่ขาดทุน 8,727 ราย คิดเป็นร้อยละ 32

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ในปี 2565 มีผู้ประกอบการที่มีผลประกอบการขาดทุนอยู่ส่วนหนึ่ง สะท้อนความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบธุรกิจในตลาดขนส่งพัสดุ ซึ่งต้องมโนนโยบายที่ช่วยกระตุ้นให้มีจำนวนผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ (Potential Competitor) เพิ่มขึ้น เพื่อให้การแข่งขันในตลาดขนส่งพัสดุเพิ่มขึ้นในอนาคต

ช่องทางการร้องเรียน

ยื่นหนังสือ / ร้องเรียนโดยวาจาด้วยตนเอง / ส่งเอกสารทางไปรษณีย์

สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า

อาคารจอตถ 5 ชั้น (BC) ชั้น 5 ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา

เลขที่ 120 ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210



ศูนย์รับเรื่องร้องเรียนพฤติกรรมการค้าที่ไม่เป็นธรรม



02-199-5444 (วันทำการ เวลา 8:30-16:30 น.)



Saraban@tcct.or.th



www.tcct.or.th

