

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี ที่ใช้ในการศึกษา และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศของบริษัทตัวแทนขายระวางบรรทุกสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดลำพูน ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา โดยได้ศึกษาครอบคลุมหัวข้อต่างๆ ดังนี้

๑) แนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546: 90-93) ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับธุรกิจที่ให้บริการว่าจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) 7Ps ซึ่งประกอบด้วย

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจเป็นสิ่งซึ่งจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ ผลิตภัณฑ์ (Product) ในส่วนของธุรกิจการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศนี้ หมายถึง การบริการขนส่งสินค้าทางอากาศจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งในระวางใต้ท้องของเครื่องบินในเส้นทางบินของบริษัทสายการบินต่างๆ ไปยังเมืองปลายทางในต่างประเทศที่บริษัทตัวแทนขายฯ สามารถเลือกใช้ประเภทของการบริการได้ เช่น (1) การขนส่งแบบธรรมดาทั่วไป (General Cargo) (2) บริการขนส่งแบบเร่งด่วน (Express Services) (3) บริการพิเศษสำหรับการขนส่งสินค้าภาคเกษตร (High Perishable Products) (4) การขนส่งสินค้ามีค่า (Valuable Cargo) เป็นต้น

ด้านราคา (Price) เป็นคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการ กับราคา (Price) ของบริการนั้นๆ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน ซึ่งราคา (Price) ในที่นี้จะหมายถึง อัตราค่าระวางบรรทุกสินค้าทางอากาศที่สายการบินต่างๆ อนุมัติให้กับบริษัทตัวแทนขายฯ ของตน เพื่อให้ตัวแทนขายฯ เหล่านั้นไปจัดทำราคาตลาด (Market Rate) เพื่อขายต่อให้กับลูกค้าแต่ละรายซึ่งมีความแตกต่างกัน

กันไป โครงสร้างราคาลาดนี้อาจต่ำกว่าหรือเท่ากับอัตราค่าระวางขนส่ง (Transportation Rate) ที่กระทรวงคมนาคมได้ประกาศและบังคับใช้กับสำหรับสายการบินทุกสายที่บินออกจากประเทศไทยก็ได้

ด้านช่องทางการให้บริการ (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันการตลาด และกิจกรรมที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตส่งออกไปยังตลาดเป้าหมายในต่างประเทศ โดยเป็นส่วนสำคัญของกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การบริหารคลังสินค้า การบริหารสินค้าคงคลัง สำหรับช่องทางการให้บริการนอกจากจะหมายถึง คลังสินค้าระหว่างประเทศแล้วยังรวมถึง สำนักงานขายของแต่ละบริษัทสายการบิน หรือบริษัทตัวแทนขายระวางบรรทุกสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศ (Air International Freight Forwarders) ที่ได้รับอนุมัติแต่งตั้งจากสายการบินนั้นๆ ให้เป็นตัวแทนขายฯ ซึ่งบริษัทตัวแทนขายฯ นี้จะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการจัดเที่ยวบิน ออกใบตราส่งสินค้าทางอากาศ (Air Waybills) ดำเนินพิธีการศุลกากร การบรรจุหีบห่อ การบริการรถรับส่งสินค้าและการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ส่งออก ซึ่งบทบาทของบริษัทตัวแทนขายฯ จะเป็นได้ทั้งตัวแทนขายระวางบรรทุกสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศของแต่ละสายการบิน และเป็นตัวแทนของผู้ส่งออกในเวลาเดียวกันด้วย บริษัทตัวแทนขายฯ บางรายอาจมีเครือข่ายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ สามารถให้บริการลูกค้าได้ครบวงจรในระบบลอจิสติกส์ (Logistics)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ และเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในที่นี้หมายถึง (1) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสิ่งตีพิมพ์นิตยสารการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ ข้อมูลออนไลน์ในระบบอินเทอร์เน็ตผ่าน Thai Cargo Website (2) การใช้พนักงานขาย (Personal Selling) (3) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เช่น ให้ส่วนลดพิเศษแก่ตัวแทน หรือลูกค้ารายหลักผ่านตัวแทนขายฯ (4) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) และ (5) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) คือ การส่งเสริมการตลาดโดยตรงกับผู้นำเข้าและผู้ส่งออก

ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งอื่น เป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่างๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร ซึ่งในส่วนของธุรกิจการขนส่งสินค้าทางอากาศฯ นี้ หมายถึง:

พนักงานทุกระดับที่ให้บริการด้านการปฏิบัติการ (Operation) การขายและการตลาด (Sales and Marketing) โดยพนักงานที่ได้รับการคัดเลือกจะได้รับการฝึกอบรมให้รู้จัก ระเบียบ แบบแผน ของ บริษัทฯ และความรู้ในงานเพื่อที่จะสามารถปฏิบัติงานตามมาตรฐานของบริษัทฯ ในการให้บริการ ต่อลูกค้า และมีความเข้าใจในระบบการขนทางอากาศที่เป็นสากล

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) สร้างคุณค่าให้กับลูกค้า เน้นการสร้างคุณภาพโดยรวมของการให้บริการ (TQM-Total Quality Management) ตามมาตรฐานสากล ISO 9001 : 2000 และเน้นการบริการด้วยความสุภาพ รวดเร็ว ตรงต่อเวลา มีความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ มีภาพลักษณ์ที่ดี ตลอดจนมีกระบวนการลดปัญหา ความเสียหายต่อสินค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ผู้ให้บริการควร ได้รับ

ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอน ระเบียบวิธีการและงาน ที่ปฏิบัติในการนำเสนอบริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว ทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ โดยใน ธุรกิจการขนส่งสินค้าทางอากาศนั้น จะต้องปฏิบัติตามคู่มือการปฏิบัติงานของแต่ละสายการบิน (Airlines Cargo Manual) ภายใต้กรอบของกฎหมาย และ ระเบียบของกรมศุลกากร โดยเคร่งครัด

แนวคิดการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546: 550-552) ได้อธิบายถึงวิธีการเลือกสถานที่ที่จะนำ สินค้าไปยังลูกค้าหรือสถานที่ที่ต้องการ ซึ่งจะต้องพิจารณาถึงเส้นทางการขนส่งและวิธีการขนส่ง โดยวิธีการขนส่งที่สำคัญมีดังนี้

1. การใช้รถยนต์บรรทุก (Truck) มีข้อดีคือ มีความคล่องตัวและความรวดเร็วเหมาะที่จะขนส่งสินค้าไม่มากไปตามถนนต่างๆ ได้อาณาเขตที่กว้างขวาง และยังสามารถนำสินค้าไปยังผู้รับ โดยไม่มีการขนส่งต่อระหว่างทางอีก จำนวนครั้งในการเคลื่อนย้ายสินค้าจึงน้อยกว่าการใช้รถไฟ ทำให้ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์น้อยกว่าการขนส่งโดยรถไฟ ส่วนอัตราค่าขนส่งปกติจะใกล้เคียงกับรถไฟ แต่ถ้าคิดโดยรวมแล้วจะถูกกว่า เนื่องจากสามารถขนส่งต่อไปยังที่อยู่ของผู้รับได้โดยไม่ต้องขนถ่ายต่อไปยังผู้รับ

2. การขนส่งโดยรถไฟ (Railroads) เป็นการขนส่งที่สามารถรับสินค้าปริมาณและน้ำหนัก มากๆ รวมทั้งระยะทางในการขนส่งไกลๆ และมีค่าขนส่งถูกกว่าวิธีอื่นๆ ข้อเสีย คือขาดความคล่องตัว เนื่องจากต้องใช้รถขนต่อระหว่างสถานี คลังสินค้า ไปจนถึงมือผู้รับสินค้า

3. การขนส่งทางน้ำ (Water Ways) เป็นการขนส่งที่ใช้เรือ ซึ่งเหมาะสำหรับสินค้าที่มีน้ำหนักมาก ปริมาณมากและไม่เสียหายง่าย เป็นการขนส่งที่ถูกที่สุด แต่ช้าที่สุด และทำไม่ได้

ตลอดปีโดยจะขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ ดังนั้นการขนส่งทางน้ำจึงเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นสำคัญ ของระบบการค้าระหว่างประเทศ จากรายงานของโครงการศึกษาแผนหลักการพาณิชย์นาวี ของคณะกรรมการส่งเสริมการพาณิชย์นาวี กระทรวงคมนาคม ระบุว่า “ประเทศไทยพัฒนาประเทศ โดยอาศัยการค้าระหว่างประเทศมาโดยตลอด มีการนำเข้าและส่งออกสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยมีมูลค่ามากกว่าร้อยละ 80 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) การ ขนส่งสินค้าทั้ง ขาเข้าและขาออกของไทยเป็นการขนส่งทางทะเลเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นการขนส่ง สินค้าทางทะเลจึง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันทางการค้าในตลาดโลก”

4. การขนส่งทางท่อ (Pipelines) เป็นการขนส่งที่มีลักษณะพิเศษใช้กับสินค้าบางประเภท เช่น การส่งก๊าซ และ น้ำมันดิบ

5. การขนส่งทางอากาศ (Airline) เป็นการขนส่งทางเครื่องบิน ซึ่งเป็นวิธีการขนส่งที่ ราคาแพงที่สุดแต่ถ้าพิจารณาอย่างถี่ถ้วนแล้ว การขนส่งทางอากาศจะสามารถลดค่าใช้จ่ายด้านอื่นๆ เกี่ยวกับการกระจายตัวสินค้าได้ เช่น ระยะเวลาในการเก็บเงิน ปริมาณการเก็บสินค้าคงเหลือต่ำ ทำให้ต้นทุนต่ำ ลดความเสียหายของผลิตภัณฑ์อันเกิดจากการขนส่งได้มาก

ประเภทของสินค้าที่ใช้การขนส่งทางอากาศส่วนใหญ่ ได้แก่ สินค้าทั่วไปที่ไม่ต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษ (General Cargo) สินค้าที่ต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษจากสายการบิน (Special Cargo) ตามลักษณะเฉพาะของสินค้าแต่ละชนิด ได้แก่ สัตว์มีชีวิต (Live Animal) ของเน่าเปื่อยง่าย (Perishable Cargo) เอกสารทางการทูต (Diplomatic Mail) ของมีค่า (Valuable Cargo) ของมีน้ำหนัก มาก (Heavy Cargo) ศพมนุษย์ (Human Remains) สินค้าอันตราย (Dangerous Goods) เป็นต้น

การขนส่งสินค้าทางอากาศนับว่าเป็นการขนส่งที่มีบทบาทที่สำคัญต่อการค้าระหว่าง ประเทศที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมาก ถึงแม้ว่าการขนส่งสินค้าทางอากาศจะมีปริมาณ ไม่มากเมื่อเทียบกับการขนส่งสินค้าทางทะเล แต่การขนส่งสินค้าทางอากาศนับวันมีแต่จะเพิ่มความ สำคัญมากขึ้น เพราะเป็นการขนส่งสินค้าที่มีความสะดวกและรวดเร็ว มีตารางการบินที่สม่ำเสมอ และตรงเวลา อีกทั้งยังสามารถส่งสินค้าไปได้ทั่วทุกมุมโลก เพราะมีเที่ยวบินของสายการบินต่างๆ บินไปยังประเทศต่างๆ ด้วยเครื่องบินพาณิชย์ที่ได้มีการพัฒนาและมีความสามารถรับน้ำหนัก บรรทุกได้มากขึ้นตามประเภทของเครื่องบิน (รายละเอียดดูภาคผนวก ง) เพื่อนำมาใช้ในธุรกิจ การบินให้สามารถนำส่งสินค้าไปยังจุดหมายปลายทางทั้งใกล้และไกลได้ในเวลาที่ใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ยังมีอัตราเสี่ยงต่อความเสียหายของตัวสินค้าในระหว่างขนส่งที่ต่ำมาก ตัวแปรสำคัญ ที่มีผลต่อการเลือกตัดสินใจที่จะขนส่งสินค้าทางอากาศคือสินค้ามีจำนวนไม่มาก สินค้าที่มีราคา แพง เช่น เครื่องประดับ สินค้าที่ง่ายต่อการเสียหายระหว่างการขนส่ง หรือไม่ทนต่อการขนส่งที่ใช้ เวลานาน เช่น ผักสด ผลไม้สด สินค้าเร่งด่วนที่ต้องการส่งให้ถึงมือผู้รับโดยเร็ว เช่น อะไหล่เครื่อง

จักร สินค้าที่มีสมัยนิยม เช่นเสื้อผ้าสำเร็จรูป รวมถึงสินค้าที่ส่งออกจากประเทศหรือส่งไปยังสถานที่ที่ไม่มีท่าเทียบเรือ

ปัจจุบันการค้าบนอินเทอร์เน็ตมีปริมาณเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก การซื้อขายบนอินเทอร์เน็ตนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นการซื้อขายสินค้าที่มีปริมาณไม่มาก เป็นการซื้อขายโดยตรงระหว่างผู้บริโภคกับผู้ขายสินค้า ผู้ซื้อต้องการความสะดวกและรวดเร็ว ผู้ขายจึงเลือกส่งของทางอากาศผ่านทาง Air Carrier การขนส่งในลักษณะนี้จะมีผู้ให้บริการทั้งขนาดใหญ่ซึ่งมีเครื่องบินเป็นของตนเอง และผู้ให้บริการขนาดเล็กที่ซื้อระวางมาจากสายการบินอีกต่อหนึ่ง บริการของ Air Carrier จะมีลักษณะคือเป็นบริการที่เน้นความสะดวกและรวดเร็ว สินค้าที่ฝากส่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่มีขนาดเล็กและเบา โดยจะให้บริการแบบรับ-ส่งของถึงที่ หรือ Door-to-Door โดยการรับของจากผู้ส่งที่ต้นทางดำเนินการสุดการ และส่งให้จนถึงมือผู้รับปลายทาง โดยมีการเรียกเก็บค่าบริการแบบ All in One ซึ่งส่วนใหญ่จะเรียกเก็บจากผู้ส่งออกที่ต้นทาง ผู้นำเข้าที่ปลายทางมีภาระเพียงค่าภาษีเท่านั้น และเป็นวิธีที่สะดวกและรวดเร็วที่สุด

(17) Philip Kothler (2003: 557-558) ได้อธิบายเกี่ยวกับรูปแบบการขนส่งว่านักการตลาดมีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้ระบบการขนส่ง โดยพิจารณาถึงอัตราค่าขนส่ง ความสามารถในการส่งมอบสินค้าตรงเวลา และสภาพของหีบห่อสินค้าเมื่อส่งมอบให้กับผู้รับปลายทาง นอกจากนี้ยังคำนึงถึงผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าด้วย ในการขนส่งสินค้าไปยังคลังสินค้า พ่อค้าส่ง และเจ้าของสินค้าจะเลือกรูปแบบการขนส่งที่มีความเหมาะสม เช่น การขนส่งทางรถไฟ ทางอากาศ ทางรถยนต์ ทางน้ำ หรือ การขนส่งทางระบบท่อ โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกใช้บริการ เช่น ความรวดเร็ว ความถี่ ความแน่นอน ความสามารถในการรับบรรทุก ความสะดวก ความสามารถในการติดตามสินค้าในระหว่างการขนส่งและต้นทุนค่าขนส่ง เป็นต้น รูปแบบการขนส่งที่มีความรวดเร็ว การขนส่งทางอากาศ และทางรถยนต์จะมีความได้เปรียบมากที่สุดแต่ถ้าพิจารณารูปแบบของการขนส่งที่มีต้นทุนต่ำที่สุดจะเป็นการขนส่งทางน้ำและการขนส่งทางท่อ ทั้งนี้เจ้าของสินค้าอาจเลือกระบบการขนส่งที่ผสมผสานตั้งแต่ 2 ระบบขึ้นไปก็ได้ในปัจจุบันนี้การขนส่งสินค้าจะมีการนำระบบภาชนะบรรจุ (Containerization) มาใช้ในการบรรจุสินค้า (รายละเอียดของภาชนะบรรจุทางอากาศ ภูมิภาคผนวก ง) เพื่อให้ง่ายต่อการขนถ่ายระหว่างการขนส่งตั้งแต่ 2 ระบบขึ้นไป เช่น การขนส่งเชื่อมต่อระหว่างรถไฟและรถบรรทุก (Piggyback) ทางน้ำและทางรถยนต์ (Fishyback) ทางน้ำและทางรถไฟ (Trianship) ทางอากาศและทางรถยนต์ (Airtruck) การผสมผสานของระบบการขนส่งในแต่ละรูปแบบจะมีความได้เปรียบเฉพาะที่แตกต่างกันไป ตัวอย่างเช่น ระบบการขนส่งเชื่อมต่อระหว่างรถยนต์และทางรถไฟจะมีต้นทุนโดยรวมต่ำกว่าการขนส่งโดยทางรถยนต์แต่เพียงอย่างเดียว ซึ่งรูปแบบการขนส่งในลักษณะนี้จะมีความยืด

หุ่ย่น และมีความสะดวกมากกว่าการตัดสินใจเลือกใช้รูปแบบการขนส่ง เจ้าของสินค้าบางรายอาจมีรถยนต์หรือเครื่องบินส่วนตัว (Private Carrier) เพื่อขนส่งสินค้าของตนเอง หรือ อาจเลือกใช้ใช้บริการในลักษณะการเช่าเหมาลำตามสัญญา (Contract Carrier) กับผู้ให้บริการด้านนี้เป็นการเฉพาะหรือ อาจเลือกใช้รูปแบบการบริการขนส่งโดยทั่วไป (Common Carrier) ที่มีตารางการให้บริการ (Schedule) ที่แน่นอนและมีพื้นที่ระวางพร้อมให้บริการ โดยมีอัตราค่าขนส่งในระดับมาตรฐาน

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

อัจฉราพร ศรีเกตุ (2543: 35) ได้กล่าวถึงบทบาทของบริษัทการบินไทยฯ ต่อการขนส่งสินค้าทางอากาศ ว่าบริษัทการบินไทยฯ มีบทบาทในการนำสินค้าไทยส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว และทำให้ผู้ส่งออกของไทยมีสถานะด้านการต่อรองที่ดีขึ้นกว่าเดิม ในปัจจุบันบริษัทการบินไทยฯ ได้มีการปรับปรุงโครงสร้างการบริหาร การบริการ และจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกไว้อย่างครบครัน ซึ่งการให้บริการนี้อยู่ภายใต้อาคารคลังสินค้าที่มีความทันสมัย มีอุปกรณ์เทคโนโลยีต่าง ๆ อาทิเช่น ระบบคอมพิวเตอร์ ห้องเย็น ระบบการจัดเก็บตู้คอนเทนเนอร์ ระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น เพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพมากที่สุด จากผลของการปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทยฯ ช่วยทำให้ภาพลักษณ์ของการบินไทยฯ มีความโดดเด่นขึ้น ซึ่งปัจจุบันคลังสินค้าของบริษัทการบินไทยฯ ท่าอากาศยานกรุงเทพ ได้รับการยอมรับให้เป็นศูนย์กลางการนำสินค้าเข้ามาถ่ายลำ โดยมีสายการบินต่างประเทศเข้า-ออกจากจุดนี้กว่า 60 สาย

ศรีสาตรา มะเทวิน (2545: 2-3) กล่าวว่า การเดินทางโดยทางอากาศ และการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจเนื่องจากมีความสะดวก แน่นอนรวดเร็ว และปลอดภัย เป็นที่มาอันสำคัญของรายได้เข้าประเทศ ทำให้ประชาชนงานทำ ในเชิงภูมิศาสตร์ประเทศไทยมีความได้เปรียบที่จะพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่สำคัญหลายด้านของภูมิภาค ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การบริการ การเงิน การท่องเที่ยว และการขนส่งทางอากาศ ประเทศไทยมีความได้เปรียบเช่นกัน โดยเฉพาะกรุงเทพฯ มีความได้เปรียบที่จะเป็นศูนย์กลางการขนส่งทางอากาศในภูมิภาคนี้คือ สามารถเป็นศูนย์กลางเชื่อมสำหรับการเดินทางจากทวีปยุโรปสู่ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคนี้ตลอดจนนำสู่ทวีปออสเตรเลียและญี่ปุ่น นอกจากนี้ประเทศไทยยังเป็นประตูสู่ประเทศในแถบอินโดจีน ด้วยเหตุนี้ ท่าอากาศยานกรุงเทพ และท่าอากาศยานภูมิภาค คือ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ หาดใหญ่ และภูเก็ต จึงมีบทบาทสำคัญยิ่งในการเชื่อมโยงกับนานาชาติ

คีรี ชัยชนะวงศ์ (2546: 20) ได้กล่าวถึงบริษัทตัวแทนขายระวางบรรทุกสินค้าของสายการบิน (Cargo Agents) ว่าจะต้องมีความรู้และได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับธุรกิจการขนส่งสินค้า

ทางอากาศเพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการทำงาน อุปกรณ์และเครื่องมือต่างๆที่ใช้ และรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับเครื่องบินแต่ละรุ่นแต่ละประเภท บริษัทตัวแทนขายฯในประเทศไทยมีความสามารถสูงเมื่อเทียบกับบริษัทตัวแทนฯในต่างประเทศ และสามารถแข่งขันกันในกลุ่มธุรกิจบริการขนส่งสินค้าได้ไม่ยาก ปัจจุบัน 7 ใน 10 อันดับแรกของบริษัทตัวแทนฯ ในประเทศไทยเป็นของคนไทยที่เหลือเป็นบริษัทต่างชาติในแถบเอเชียแปซิฟิก ได้แก่ ฮองกง หรือสิงคโปร์ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสามารถของคนไทยได้เป็นอย่างดี

พิทักษ์พงษ์ ฉลวยศรี (2546: 22) ได้กล่าวโดยสรุปถึงหลักการของการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (Multimodal Transportation: MT) ว่าจะเป็นการให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศแบบ Door-to-Door ที่มีรูปแบบการขนส่งอย่างน้อย 2 แบบ เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้าและมีความปลอดภัย ภายใต้ความรับผิดชอบของผู้ประกอบการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบเพียงหน่วยเดียว โดยมีแนวความคิดมาจากความต้องการอำนวยความสะดวกแก่การค้าระหว่างประเทศ ในด้านการขนย้ายสินค้า การเก็บรักษา และการขนถ่ายสินค้าตลอดเส้นทาง การขนส่ง การขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบนี้ บริษัทตัวแทนขายฯ จะเป็นผู้ให้บริการขนส่งอื่นๆ โดยที่บริษัทตัวแทนฯเหล่านั้นมิได้เป็นเจ้าของเรือ หรือ เครื่องบิน (Non-Vessel Operating Multimodal Transport Operators : NVO-MTOs) แต่ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศแบบ Door-to-Door และรับผิดชอบการขนส่งตลอดเส้นทางเช่นเดียวกัน โดยบริษัทตัวแทนฯ อาจเป็นผู้ประกอบการรถยนต์บรรทุกและเช่าช่วง หรือซื้อบริการรูปแบบอื่นๆ ที่ตนเองไม่มีเพื่อให้บริการกับลูกค้า ดังนั้นการขนส่งหลายรูปแบบจึงเป็นการประสานงานการใช้รูปแบบการขนส่งที่หลากหลายอย่างมีประสิทธิภาพ มีผลให้เกิดการแข่งขันกันมากขึ้นและมีส่วนช่วยในการลดช่องว่างของความแตกต่างด้านวัฒนธรรม ภาษา และธรรมเนียมปฏิบัติทางการค้าในแต่ละประเทศ ตัวอย่างของการขนส่งหลายรูปแบบที่บริษัทตัวแทนขายฯทั่วไปนำมาพัฒนาการให้บริการในรูปแบบของ Door-to-Door คือการให้บริการตลอดกระบวนการตั้งแต่การบรรจุหีบห่อ การขนส่งโดยรถยนต์บรรทุก เพื่อนำมาดำเนินพิธีการศุลกากร จัดการขนส่งทางอากาศ หรือทางเรือ จนถึงท่าปลายทาง และดำเนินพิธีการศุลกากรขาเข้า และขนส่ง

อรุณ บริรักษ์ (2546: 27-29) ได้กล่าวว่าการขนส่งทางอากาศ เป็นรูปแบบการขนส่งที่รวดเร็วที่สุดเมื่อเทียบกับเส้นทางอื่นๆ แต่มีค่าระวางขนส่งสูงสุดเช่นกัน โดยปกติอัตราค่าระวางขนส่งทางเครื่องบินจะแพงกว่าการขนส่งโดยรถบรรทุกสองเท่าหรือสูงกว่าทางรถไฟโดยเฉลี่ยสิบสี่เท่า ถ้าพิจารณาอย่างถี่ถ้วนแล้วการขนส่งทางเครื่องบินสามารถลดค่าใช้จ่ายอื่นๆ เกี่ยวกับการกระจายตัวสินค้า ทำให้ระยะเวลาการเก็บเงินเร็วขึ้น ปริมาณการเก็บสินค้าคงเหลือต่ำทำให้ต้นทุนต่ำลดความเสียหายของผลิตภัณฑ์อันเนื่องมาจากการขนส่ง สินค้าที่นิยมขนส่งทางอากาศมักจะมี

น้ำหนักเบา มีราคา หรือต้องการความเร่งด่วน เช่น อัญมณี กล้วยไม้ ดอกไม้ อุปกรณ์ไฟฟ้า เป็นต้น นักการตลาด ได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับการกระจายสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่มีการใช้สินค้าด้วยความรวดเร็ว ดังนั้น การขนส่งทางอากาศ (Air Transportation) จึงมีบทบาทในการอำนวยความสะดวกสนองตอบความต้องการ โดยเร่งด่วนของสินค้า โดยการขนส่งที่มีประสิทธิภาพจะมีประโยชน์ คือ เป็นการก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) ก่อให้เกิดการแข่งขันมากขึ้นในการกระจายสินค้าไปยังตลาดที่อยู่ห่างไกล

บริษัทเดอะคาร์โก เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (2547: 8-11) กล่าวถึงตัวแทนผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) ไว้ว่า ตัวแทนผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศอาจทำหน้าที่หลายอย่าง เช่น บางรายทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการจัดหาและจัดการขนส่งสินค้าของผู้ส่งออกไปยังเมืองท่าปลายทาง บางรายทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ส่งสินค้ากับผู้รับขนส่งสินค้า และบางรายอาจทำหน้าที่เป็นผู้ขนส่งสินค้าโดยตรง ซึ่งอาจจะเป็นผู้ประกอบการขนส่งสินค้าหลายรูปแบบ (Multimodal Transport Operator) หรือผู้ให้บริการที่ไม่ใช่เจ้าของเรือ (Non-Vessel Operating Common Carrier (NVOCC)) ซึ่งบริษัทตัวแทนเหล่านี้จะมีบทบาท คือ จะให้บริการการขนส่งทางทะเล ทางอากาศ รวมทั้งการจัดการระวางบรรทุก จัดทำเอกสารนำเข้าและส่งออกต่างๆ ให้แก่ลูกค้า บริการรับ-ส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก บริการเก็บรักษาสินค้า รับจ้างบรรจุหีบห่อ บริการรวบรวม สินค้า (Groupage หรือ Consolidation) โดย Freight Forwarder มีสถานะเสมือนหนึ่ง ผู้รับขนส่งสินค้า ซึ่งสามารถที่จะลงนามในใบตราส่งสินค้าได้ ข้อดี คือ ผู้นำเข้าและผู้ส่งออกจะได้รับความสะดวกจากบริการ One Stop Service ของ Freight Forwarder ทั้งเมืองท่าต้นทางและเมืองท่าปลายทาง โดยบริษัทตัวแทนฯ จะมีข้อมูลของสายเดินเรือต่างๆ ทำให้ง่ายต่อการตรวจสอบตารางเดินเรือหรือการเปรียบเทียบค่าระวางเรือ และอาจได้ค่าระวางเรือที่ถูกกว่าการซื้อระวางเรือจากตัวแทนสายเดินเรือหรือสายเดินเรือ โดยตรง ส่วนข้อควรระวังคือ อาจได้ค่าระวางที่สูงกว่าการซื้อจากตัวแทนสายเดินเรือหรือสายการบินโดยตรง เพราะ Freight Forwarder มีรายได้หลักจากค่านายหน้าที่ได้รับจากบริษัทเรือผู้รับขนส่งสินค้า หรือรายได้จากการซื้อขายค่าระวางสินค้า การสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศที่ผู้ส่งออกใช้บริการของ Freight Forwarder อาจมีค่าบริการทางด้านเอกสาร เช่น ใบสั่งปล่อยสินค้า (Delivery Order) ที่เมืองท่าปลายทางสูงกว่าค่าบริการทางด้านเอกสารของสายเดินเรือซึ่งผู้นำเข้าไม่สามารถต่อตรงได้ เพราะถ้าหากผู้นำเข้าไม่จ่ายค่าบริการก็จะไม่สามารถขอรับหนังสือใบสั่งปล่อยจาก Freight Forwarder เพื่อนำไปตรวจปล่อยสินค้าได้ Freight Forwarder บางรายเรียกเก็บค่าบริการทางด้านเอกสารในอัตราที่สูงมากและการส่งสินค้าขาออกผ่าน Freight Forwarder อาจมีค่าบริการทางด้านเอกสารและค่าเช่าตู้ CFS Charge สูงกว่าค่าบริการของสายเดินเรือ