

บทที่ 5

ผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลของผู้ส่งออกสินค้าข้าวจากไทยไปยังประเทศซาอุดีอาระเบีย ซึ่งพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลของผู้ส่งออกกลุ่มนี้ วิเคราะห์โดยใช้แบบสอบถามและคำนวณโดยสถิติจากตัวเลือกที่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยทั่วไปตามทฤษฎีอุปสงค์ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบของทฤษฎีอุปสงค์และจำแนกเพิ่มเติมจากรายละเอียดที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลโดยทั่วไปจากทฤษฎีอุปสงค์และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลโดยทั่วไป โดยวิธีหาค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลการใช้บริการ โดยวิธีหาค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ โดยวิธีหาค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 5 วิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ โดยใช้การคำนวณตารางไขว้

ส่วนที่ 6 วิเคราะห์อุปสงค์ของการใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล โดยใช้สมการการถดถอย จากโปรแกรม STATA

5.1. การวิเคราะห์กรณีขนส่งทางทะเลโดยทั่วไป

5.1.1. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลโดยทั่วไปจากทฤษฎีอุปสงค์และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

เพื่อที่จะนำมาทำแบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าข้าวจากประเทศไทยไปยังประเทศซาอุดีอาระเบีย แบ่งได้ดังต่อไปนี้

- ราคาขนส่ง
- คุณภาพบริการ
- ความถี่ในการให้บริการ (Frequency of Service)
- ความรวดเร็วในการให้บริการ (Speed of Service)

- เวลาเดินทางของสินค้า (Transit Time)
- ความเชื่อถือได้ (Reliability of Services)
- ความหลากหลายของบริการ
- เทคโนโลยีในการให้บริการ
- ความสามารถของผู้ให้บริการ
- การให้เครดิตต่อผู้ใช้บริการ
- ความสามารถของผู้ประสานงาน ณ ท่าเรือปลายทาง
- การมีอำนาจและการตัดสินใจรวมทั้งการให้คำแนะนำและการดูแลเอาใจใส่
- การมีเครือข่ายในการให้บริการทั้งในและต่างประเทศ
- การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ
- ความถูกต้องรวดเร็วในเรื่องเอกสาร

5.2. การวิเคราะห์กรณีขนส่งสินค้าข้าวจากประเทศไทยไปประเทศซาอุดีอาระเบีย

5.2.1. การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยทั่วไป ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งเป็น ประเภทขององค์กร ขนาดขององค์กร ประเภทของธุรกิจที่ส่งออก ปริมาณการส่งออก และเส้นทางการขนส่งสินค้าในอนาคตโดยการหาร้อยละ (Percentage)

ตารางที่ 5.1
ประเภทขององค์กร

ประเภทขององค์กร	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
บริษัทมหาชน	19	19
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	36	36
บริษัทจำกัด	45	45
รวม	100	100.00

ที่มา : จากแบบสอบถามส่วนที่ 1

ตารางที่ 5.2
ขนาดขององค์กร

ขนาดขององค์กร	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1.00 ล้าน – 2.99 ล้าน	13	13
3.00 ล้าน – 5.99 ล้าน	17	17
6.00 ล้าน – 9.99 ล้าน	21	21
10.00 ล้าน – 14.99 ล้าน	16	16
15.00 ล้าน – 17.99 ล้าน	8	8
18.00 ล้าน – 20.00 ล้าน	7	7
20 ล้าน ขึ้นไป	18	18
รวม	100	100

ที่มา : จากแบบสอบถามส่วนที่ 1

ตารางที่ 5.3
ประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ผู้ค้า (นำเข้า/ส่งออก)	20	20
ตัวแทนส่งสินค้า (Buying & Trading)	33	33
ผู้ผลิตและผู้ส่งออก (Manufacturing)	47	47
รวม	100	100

ที่มา : จากแบบสอบถามส่วนที่ 1

ตารางที่ 5.4
ปริมาณการส่งออก

ปริมาณการส่งออก	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1-5 ตู้ / เดือน	14	14
6-10 ตู้ / เดือน	16	16
11-15 ตู้ / เดือน	16	16
มากกว่า 15 ตู้ / เดือน	54	54
รวม	100	100

ที่มา : จากแบบสอบถามส่วนที่ 1

ตารางที่ 5.5
ประเทศที่ต้องการขยายการส่งออก

ประเทศที่ต้องการขยายการส่งออก	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไทย – เอเชีย	11	6.96
ไทย – ยุโรป และเมดิเตอร์เรเนียน	39	24.68
ไทย – ออสเตรเลีย	22	13.92
ไทย – อเมริกาเหนือ	19	12.03
ไทย – แอฟริกา	67	42.41
ไทย – ตะวันออกกลาง	0	0
รวม	158	100

ที่มา : จากแบบสอบถามส่วนที่ 1

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 5.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นประเภทองค์กรแบบบริษัทจำกัดร้อยละ 45 จากตารางที่ 5.1 โดยบริษัทจำกัดตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 1096 บัญญัติความหมายของบริษัทจำกัดว่า “เป็นบริษัทประเภทตั้งขึ้นด้วยแบ่งทุนเป็นหุ้นมีมูลค่าหุ้นเท่าๆ กัน โดยผู้ถือหุ้นต่างรับผิดชอบจำกัดเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตนยังส่งใช้ไม่ครบมูลค่าของหุ้นที่ตนถือ” จะเห็นได้ว่าปัจจุบันนี้การประกอบธุรกิจในรูปแบบบริษัทจำกัดนี้เป็นที่นิยมมาก ทั้งในสินค้าหลายๆ ชนิด รวมทั้งสินค้าข้าวเพราะการประกอบธุรกิจส่วนใหญ่ก็ต้องใช้

เงินทุนจำนวนมาก การระดมเงินทุนกิจการในรูปแบบนี้มีการจัดทำได้ง่ายและได้จำนวนมาก นอกจากเงินทุนที่ได้จะได้จากเจ้าของกิจการผู้เริ่มก่อตั้งแล้ว ยังมีการระดมเงินทุนจากบุคคลทั่วไป ด้วย รวมทั้งการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพโดยผู้บริหารที่มีความสามารถร่วมกันดำเนินกิจการ ส่งผลให้เป็นกิจการที่มีความมั่นคงและน่าเชื่อถือมากประเภทหนึ่งเพื่อประโยชน์ต่อการส่งออก โดยปกติแล้วประเภทธุรกิจส่งออกข้าวที่มีส่งออกข้าวจากประเทศไทยไปประเทศซาอุดีอาระเบีย ส่วนใหญ่ ร้อยละ 47 เป็นประเภทธุรกิจแบบผู้ผลิตและส่งออก (Manufacturing) จากตารางที่ 5.3 นั่นคือ ประเภทธุรกิจที่มีกระบวนการผลิตเป็นของตนเอง โดยมักจะมีเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ประมาณ 6 ล้าน – 9.9 ล้าน จากตารางที่ 5.2 เพื่อซื้อที่ดินทำนา นำมาสร้างโรงสีข้าว เครื่องจักร อุปกรณ์ ยานพาหนะในการขนส่ง เครื่องมือสำนักงาน เป็นต้น ธุรกิจแบบผู้ผลิตและส่งออก โดยปกติจะมีการค้าขายทั้งภายในประเทศ¹³ และภายนอกประเทศ¹⁴ ด้วยอันเนื่องมาจากต้องการกระจายสินค้า ขยายตลาด ป้องกันราคาผลผลิตตกต่ำ สร้างมูลค่าสินค้าเพื่อให้ผลประโยชน์มีกำไรและอยู่รอดไปได้ โดยปริมาณการส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลกทั้งสิ้นมีปริมาณมากกว่า 15 คู่ 20 คู่ต่อเดือน จากตารางที่ 5.4 ซึ่งถือเป็นปริมาณที่มากที่สุดที่สุดในประเภทธุรกิจต่างๆ และประเทศที่มีความน่าสนใจที่สุดในการต้องการขยายตลาดการส่งออกเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันเข้าครอบคลุมส่วนแบ่งตลาดเพิ่มเติม ได้แก่ ประเทศแอฟริกา จากตารางที่ 5.5

¹³ การค้าขายในประเทศ หมายถึง การค้าขายที่ส่งตรงถึงมือผู้บริโภคภายในประเทศ การค้าขายที่ส่งไปยังร้านค้าต่างๆ เพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคภายในประเทศ และการค้าขายเพื่อกระจายสินค้าสู่ตัวแทนส่งสินค้าที่ถูกเรียกว่า Trading จากตารางที่ 5.1.3 ซึ่งมีสัดส่วนเป็นอันดับสองรองลงมาจากประเภทธุรกิจแบบผู้ผลิตและส่งออก (Manufacturing) หน้าที่ของตัวแทนส่งสินค้านี้ คล้ายกับผู้ผลิต (Manufacturing) ต่างกันตรงที่ตัวแทนส่งสินค้า (Trading) ไม่ต้องมีกระบวนการผลิตเป็นของตนเอง กล่าวคือ นำสินค้าจากผู้ผลิตในประเทศเพื่อส่งไปขายยังต่างประเทศ นั่นเอง

¹⁴ การค้าขายภายนอกประเทศ คือ ประเภทธุรกิจต่างๆ ได้แก่ ผู้ค้า (นำเข้าและส่งออก), ตัวแทนส่งสินค้า (Trading) และผู้ผลิตและส่งออก (Manufacturing) จากตารางที่ 5.1.3 ที่มีธุรกรรมการค้าขายกับต่างประเทศ

เนื่องจากผู้ส่งออกสังเกตเห็นถึงความต้องการสินค้าข้าวของประเทศแอฟริกา ซึ่งเป็นตลาดใหญ่และใหญ่เป็นอันดับที่ 2 ของการส่งออกข้าวไทย¹⁵

5.3. ข้อมูลด้านการให้บริการขนส่งสินค้าข้าวทางทะเลขาออกจากประเทศไทยไปประเทศซาอุดีอาระเบีย

การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งเป็น ความถี่ในการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ปริมาณการขนส่งสินค้าข้าวจากประเทศไทยไปประเทศซาอุดีอาระเบีย น้ำหนักการส่งออกข้าวจากประเทศไทยไปประเทศซาอุดีอาระเบีย ท่าเรือปลายทางที่ใช้บริการ ราคาค่าระวางเรือ ณ เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2552 พฤติกรรมการเลือกให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล โดยการหา ร้อยละ (Percentage)

ตารางที่ 5.6
ความถี่ในการให้บริการ

ความถี่ในการให้บริการ	ความถี่	ร้อยละ
มากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์	57	57
1 ครั้งต่อสัปดาห์	15	15
2-3 ครั้งต่อเดือน	25	25
1 ครั้งต่อเดือน	3	3
รวม	100	100

ที่มา : จากแบบสอบถามส่วนที่ 2

¹⁵ สรุปภาวะการค้าระหว่างประเทศไทย - แอฟริกา ปี 2552 (ม.ค-เม.ย.)

ที่มา : กรมส่งเสริมการส่งออก.

ตารางที่ 5.7

ปริมาณการส่งออกไปยังซาอุดีอาระเบีย

ปริมาณการส่งออก	ความถี่	ร้อยละ
1-5 ตู๋ / เดือน	38	38
6-10 ตู๋ / เดือน	22	22
11-15 ตู๋ / เดือน	12	12
มากกว่า 15 ตู๋ / เดือน	28	28
รวม	100	100

ที่มา : จากแบบสอบถามส่วนที่ 2

ตารางที่ 5.8

น้ำหนักการส่งออกไปยังซาอุดีอาระเบีย

น้ำหนักการส่งออก	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ตัน ต่อ ตู๋ 20 ฟุต	0	0
มากกว่า 18 ตัน แต่น้อยกว่า 21 ตัน	12	12
มากกว่า 21 ตัน แต่น้อยกว่า 24 ตัน	37	37
มากกว่า 24 ตันขึ้นไป	51	51
รวม	100	100

ที่มา : จากแบบสอบถามส่วนที่ 2

ตารางที่ 5.9

ท่าเรือปลายทางที่ใช้บริการ

ท่าเรือปลายทาง	ความถี่	ร้อยละ
DAMMAM	65	33.0
JEDDAH	83	42.1
RIYADH	49	24.9
รวม	197	100

ที่มา : จากแบบสอบถามส่วนที่ 2

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 5.10

ราคาค่าระวางเรือ ณ เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2552

ค่าระวาง	ความถี่	ร้อยละ
\$ 600 - \$ 700 / 20'DC	29	29
\$ 701 - \$ 800 /20'DC	32	32
\$ 801 - \$ 900 /20'DC	14	14
\$ 901 ขึ้นไป	25	25
รวม	100	100

ที่มา : จากแบบสอบถามส่วนที่ 2

ตารางที่ 5.11

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ

การตัดสินใจขึ้นอยู่กับ	ความถี่	ร้อยละ
ผู้ส่งออก	44	44
ลูกค้า	10	10
ข้อตกลงใน Letter Of Credit	46	46
รวม	100	100

ที่มา : จากแบบสอบถามส่วนที่ 2

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 5.12

การตัดสินใจเลือกใช้บริการเรือ (Direct) หรือนายหน้าขนส่งสินค้าทางทะเล (Forwarder)

การตัดสินใจขึ้นอยู่กับ	ความถี่	ร้อยละ
เรือ	25	25
นายหน้าขนส่งสินค้าทางทะเล (Forwarder)	75	75
รวม	100	100

ที่มา : จากแบบสอบถามส่วนที่ 2

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 5.13

เปอร์เซ็นต์ของผู้ที่มีการค้าแบบ L/C และสาเหตุของปัญหาสำหรับผู้ที่มีการค้าแบบ L/C

	คิด เป็น เปอร์ เซ็นต์	สาเหตุที่ประสบปัญหา					
		ทาง ด้าน เอกสาร		ขาดความรู้ จากพนักงาน		การเลือกใช้บริการเรือ ที่ตรงตามคุณลักษณะ L/C	
		N	%	N	%	N	%
ผู้ที่มีการค้าแบบ L/C	88 %	55	56.70	18	18.56	24	24.74

ที่มา : จากแบบสอบถามส่วนที่ 4

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

กำหนดให้ : N คือ จำนวนที่นับได้ และ % คือ ร้อยละจากจำนวนทั้งหมด 88 %

ผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 5.3 พบว่าความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลของผู้ส่งออกชาวไทย สัดส่วนที่มากที่สุด คือ มากกว่า 1 ครั้ง ต่อสัปดาห์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 57 จากตารางที่ 5.6 ซึ่งถือเป็นความถี่สูงสุด ในจำนวนนี้ปริมาณการขนส่งสินค้าข้าวจากประเทศไทยไปประเทศซาอุดีอาระเบีย สัดส่วนที่มากที่สุด คือ 1-5 ตู้ ต่อเดือน และรองลงมาเป็นมากกว่า 15 ตู้ต่อเดือน จากตารางที่ 5.7 แสดงว่า ผู้ส่งออกข้าวที่กรอกแบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่มีการขนส่งสินค้าไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลกในอัตราค่อนข้างสูง ซึ่งในอัตรานี้จะแบ่งเป็นปริมาณขนส่งสินค้าข้าวจากประเทศไทยไปยังประเทศซาอุดีอาระเบียในอัตราที่ต่ำประมาณ 1-5 ตู้ต่อเดือนที่เหลือส่งไปยังประเทศอื่น และอีกประเภทส่วนใหญ่จะส่งไปยังประเทศซาอุดีอาระเบียในอัตราสูง แต่ในทางกลับกัน ไม่ว่าจะส่งไปประเทศซาอุดีอาระเบียในปริมาณมากหรือน้อยนั้น น้ำหนักต่อตู้จะเฉลี่ยไม่ค่อยแตกต่างกัน ร้อยละ 51 จากตารางที่ 5.8 จะมีการบรรจุสินค้าข้าวลงใน 1 ตู้ 20 ฟุตคอนเทนเนอร์ ปริมาณเฉลี่ยสูงสุดถึงมากกว่า 24 ตันขึ้นไป ซึ่งจำเป็นต้องใช้ตู้พิเศษที่เรียกว่า ตู้ UP GRADE ซึ่งทำเรือปลายทางในประเทศซาอุดีอาระเบียที่ใช้บริการหลักๆ ได้แก่ JEDDAH, DAMMAM และ RIYADH โดยมีสัดส่วนร้อยละ 83, 65 และ 49 ตามลำดับ จากตารางที่ 5.9 โดยมีราคาค่าขนส่งหรือค่าระวางสินค้า โดยเฉลี่ย ณ เดือน กรกฎาคม พ.ศ.2552 ประมาณ 701 – 800 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา จากตารางที่ 5.10 ซึ่งการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลของผู้ส่งออกประเภทนี้นั้น โดยปกติจะเลือกใช้บริการตามข้อตกลงของ Letter Of Credit เป็นหลักคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46 และ เลือกใช้บริการตามความต้องการของตัวผู้ส่งออกเองเป็นหลักคิดเป็น

สัดส่วนร้อยละ 44 และที่เหลือ ร้อยละ 10 จากตารางที่ 5.11 เลือกตามความต้องการของคู่ค้าเป็นหลัก แสดงว่า โดยปกติผู้ส่งออกข้าวจากประเทศไทยไปประเทศซาอุดีอาระเบียส่วนใหญ่มีรูปแบบการค้าในทอม CNF¹⁶ มากที่สุด ร้อยละ 90 และมีรูปแบบการค้าในทอม FOB¹⁷ น้อยที่สุด ร้อยละ 10 ตามลำดับ ในส่วนการเลือกใช้บริการกับนายหน้าขนส่งสินค้าทางทะเล (Forwarder) คิดเป็น ร้อยละ 75 และใช้บริการเรือโดยตรงคิดเป็น ร้อยละ 25 จากตารางที่ 5.12 อันเนื่องมาจากอดีตธุรกิจขนส่งสินค้าทางทะเลมีโครงสร้างตลาดแบบค่อนข้างไปทางผูกขาด¹⁸ แต่เนื่องจากปัจจุบันมีการเกิดนายหน้าขนส่งสินค้าทางทะเลมากขึ้น ซึ่งหมายถึงตัวเลือกที่เพิ่มขึ้นของผู้ส่งออกไทยในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ส่งผลให้การแข่งขันทางด้านราคาของผู้ให้บริการมีมากขึ้น สิ่งนี้เองเป็นผลดีต่อผู้ส่งออกไทย แต่ปัญหาในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลในรูปแบบการค้าแบบ L/C ยังคงเกิดขึ้นอยู่จากตารางที่ 5.13 แสดงถึงปัญหาที่มักเกิดขึ้นต่อผู้ใช้บริการขนส่งข้าวจากประเทศไทยไปยังประเทศซาอุดีอาระเบียดังต่อไปนี้

ปัญหาแรกที่มีอันดับความสำคัญมากที่สุดอันเนื่องมาจากการมีร้อยละสูงสุด คือ ปัญหาที่เกิดจากเอกสาร คิดเป็นทั้งสิ้น 56.70 % โดยการผิดพลาดที่เกิดจากเอกสาร หมายถึง ความผิดพลาดที่เกิดจากตัวผู้ส่งออกเอง โดยเกิดจากการประมาทในการตรวจเอกสารและได้ทำการยืนยันความถูกต้องกับทางสายเรือ โดยปกติแล้วความผิดพลาดนี้จะส่งผลใน 2 ลักษณะคือ

ก. ในกรณีเอกสารยังคงสามารถแก้ไขได้แต่อย่างไรก็ตาม ก็ยังคงส่งผลให้เกิดการเสียเวลาและเสียค่าใช้จ่ายในการแก้ไข

ข. ในกรณีเอกสารไม่สามารถแก้ไขได้ ส่งผลให้จำเป็นต้องติด DISCREPANCY ในการขายผ่านธนาคารซึ่งมีค่าใช้จ่ายและความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นต่อตัวผู้ส่งออกเอง

ปัญหาที่มักเกิดขึ้นบ่อยๆ เป็นอันดับที่ 2 ในการขนส่งสินค้าข้าวจากประเทศไทยไปยังประเทศซาอุดีอาระเบีย คือ การเลือกใช้บริการเรือที่ตรงกับคุณลักษณะที่ระบุไว้ใน L/C ซึ่งมีสัดส่วน คิดเป็น 24.74 % โดยปัญหานี้จะพบก็ต่อเมื่อผู้ส่งออกขาดความรู้ความเข้าใจในการเลือกใช้บริการในกรณีการค้าแบบ L/C หรือขาดประสบการณ์ในกรณีเจอรูปแบบ L/C แบบใหม่ๆ

¹⁶ CNF คือ COST AND FREIGHT หรือ ผู้ขายหรือผู้ส่งสินค้าเป็นคนรับผิดชอบค่าขนส่ง

¹⁷ FOB คือ FREE ON BOARD หรือ เงื่อนไขการส่งมอบสินค้าที่ส่งมอบขึ้นเรือ ณ ท่าเรือต้นทาง ผู้ซื้อสินค้าเป็นผู้จ่ายค่าเรือค่าประกันภัยและอื่นที่เป็นค่าใช้จ่ายนอกประเทศทั้งหมด

¹⁸ ที่มา : บทที่ 2 วรณกรกรมปริทัศน์ เรื่องศึกษาโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของอุตสาหกรรมการขนส่งทางทะเลระหว่างประเทศไทย : วารุณี ถนอมศักดิ์ (2545).

ทำให้การเลือกใช้บริการเรือไม่ตรงตามที่ L/C ระบุไว้ ส่งผลให้เกิด DISCREPANCY เช่นเดียวกับในกรณีที่ 1

ปัญหาสุดท้ายที่มีความสำคัญน้อยที่สุดซึ่งมีสัดส่วนเท่ากับ 18.56 % คือ ปัญหาที่เกิดจากการขาดความรู้ความเข้าใจของพนักงานผู้ให้บริการ ในกรณีนี้มักเกิดจากความประมาทที่เกิดจากตัวผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ตัวอย่างเช่น ผู้ให้บริการแจ้งกับผู้ให้บริการว่าสามารถออกข้อความใดข้อความหนึ่งได้ จนได้ทำการซื้อขายกัน ผู้ให้บริการจึงทำการบรรจุสินค้าข้าวลงตู้คอนเทนเนอร์ พอต่อมาภายหลังผู้ให้บริการก็สามารถออกข้อความดังกล่าวให้แก่ผู้ให้บริการได้ จนเกิดความเสียหายที่ตามมาดังกรณีที่ 1 และ 2 คือ การติด DISCREPANCY โดยสาเหตุจากผู้ให้บริการเอง กรณีนี้ผู้ให้บริการจะเสียชื่อเสียงและขาดความไว้วางใจแก่ผู้ให้บริการต่อไป

ผลการศึกษาพบว่าเหตุผลในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าข้าวไทยไปซาอุดีอาระเบียจากนายหน้าขนส่งสินค้าทางทะเล ได้แก่ ได้รับเครดิต สะดวก มีคนรับส่งเอกสาร การให้บริการครอบคลุมมากกว่า (One stop service) ราคาถูกกว่า บริการดีกว่า คุ้ยง่ายกว่า เป็นต้น ในส่วนที่เลือกใช้บริการจากสายเรือโดยตรง โดยมีเหตุผล คือ สะดวก รวดเร็วไม่ต้องผ่านตัวกลาง ราคาถูกกว่า ไม่เสียภาษีบริการ (VAT) เป็นต้น

5.4. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าข้าวจากประเทศไทยไปยังประเทศซาอุดีอาระเบีย

ตารางที่ 5.14

พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลของผู้ส่งออกข้าวไทยไปประเทศซาอุดีอาระเบีย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ระดับความสำคัญ					Mean	ลำดับความสำคัญ
	5	4	3	2	1		
ปัจจัยด้านการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ							
1. ความเชื่อถือได้ของบริษัทผู้ให้บริการ	58	34	8	0	0	4.50	5
2. ปริมาณเรือต่อสัปดาห์	16	43	39	2	0	3.37	22
3. ความถี่และความสม่ำเสมอของเรือ	19	53	28	0	0	3.91	19**
4. เทคโนโลยีในการให้บริการ	13	46	41	0	0	3.72	23

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ระดับความสำคัญ					Mean	ลำดับความสำคัญ
	5	4	3	2	1		
5. ความหลากหลายของเส้นทางที่ให้บริการ	19	44	35	2	0	3.80	21
6 ระยะเวลาในการขนส่ง	63	31	5	1	0	4.64	2*
7. ความสามารถของผู้ประสานงาน ณ ท่าเรือปลายทาง	20	51	29	0	0	3.91	19**
8. ความปลอดภัยในการขนส่งสินค้าจากต้นทางไปสู่ปลายทาง	69	25	6	0	0	4.63	3
9. การตอบสนองและความรวดเร็วในการให้บริการ							
● ความพร้อมที่จะให้บริการและความรวดเร็วในการให้บริการตามความต้องการ	38	52	10	0	0	4.28	8
● ความรวดเร็วในเรื่องเอกสาร	65	30	5	0	0	4.60	4
● ความยากง่ายในการติดต่อ	55	39	6	0	0	4.49	6
● ความถูกต้องครบถ้วนและความเรียบร้อยของเอกสารต่าง ๆ	74	20	6	0	0	4.68	1
10. ความสามารถในการให้บริการ							
● ความเหมาะสมและความรวดเร็ว	35	53	11	1	0	4.22	12
● ความยืดหยุ่นในการให้บริการ	20	70	8	2	0	4.08	16
● ความพร้อมในการประสานงาน	22	65	13	0	0	4.09	15
● ความสามารถในการจัดหาและจองระวางเรือได้ตามความต้องการ	34	55	11	0	0	4.23	11
● ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำในด้านต่าง ๆ เช่นวิธีการขนส่งที่ประหยัดและรวดเร็ว	23	66	11	0	0	4.12	14
11. ความเป็นกันเองและควมมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ	29	48	22	0	1	4.04	18
12. มีอำนาจและความสามารถในการแก้ไข	42	54	4	0	0	4.38	7

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ระดับความสำคัญ					Mean	ลำดับความสำคัญ
	5	4	3	2	1		
ปัญหาอย่างถูกต้องและรวดเร็ว							
13. การเข้าถึงผู้ใช้บริการรวมทั้งการให้คำแนะนำและการดูแลเอาใจใส่	33	57	8	2	0	4.21	13
กลยุทธ์ทางการตลาด							
14. อัตราค่าบริการและค่าธรรมเนียมต่าง	71	22	7	0	0	4.64	2*
15. การมีเครือข่ายในการให้บริการทั้งในและต่างประเทศ	14	58	27	1	0	3.85	20
16. การให้ Credit ในการชำระค่าบริการ	53	20	11	7	9	4.01	17
17. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น มีส่วนลดค่า การสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล	21	37	20	11	11	3.46	24

ที่มา : จากแบบสอบถามตอนที่ 3

กำหนดให้ * คือ มีความสำคัญเท่ากันอันดับที่ 2

** คือ มีความสำคัญเท่ากันอันดับที่ 19

จากตารางที่ 5.14 แสดงลำดับความสำคัญในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าข้าวจากไทยไปยังประเทศซาอุดีอาระเบีย โดยปกติผู้ส่งออกข้าวไทยไปซาอุดีอาระเบียมีความต้องการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลแตกต่างจากประเทศอื่น อันเนื่องมาจากมีเอกสารที่ถูกระบุว่า L/C เข้ามาเกี่ยวข้องนั้นพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล กรณีศึกษาการส่งออกสินค้าข้าวไทยไปซาอุดีอาระเบีย พบว่า 5 อันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่

อันดับ 1 ความถูกต้องครบถ้วนและความเรียบร้อยของเอกสารต่าง ๆ ร้อยละเฉลี่ย 4.68

อันดับ 2 อัตราค่าบริการและค่าธรรมเนียมและระยะเวลาการในการขนส่ง ร้อยละเฉลี่ย 4.64

อันดับ 3 ความปลอดภัยในการขนส่งสินค้าจากต้นทางไปสู่ปลายทาง ร้อยละ 4.63

อันดับ 4 ความรวดเร็วในเรื่องเอกสาร ร้อยละ 4.60

อันดับ 5 ความเชื่อถือได้ของบริษัทผู้ให้บริการ ร้อยละ 4.50

จากทั้ง 5 อันดับแสดงให้เห็นถึงความสำคัญในเรื่องเอกสารเป็นหลักอันเนื่องมาจากการค้าขายแบบ L/C มีความสำคัญในเรื่องความถูกต้องของเอกสารที่ต้องระบุข้อความตาม L/C ให้ได้เพื่อผู้ส่งออกจะสามารถนำ B/L ไปขายที่ธนาคารและได้รับเงินเป็นค่าสินค้าที่ถูกต้องครบถ้วนนั่นเอง และอันดับต่อมาซึ่งจากการศึกษาค้นคว้าในผลงานวิจัยอื่นๆ จะพบว่าในเรื่องอัตราค่าบริการจะมีผลสำคัญที่สุดจากการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลของผู้ส่งออกแต่ในกรณีนี้ ได้ศึกษาการขนส่งสินค้าข้าวจากประเทศไทยไปประเทศซาอุดีอาระเบีย ผู้ส่งออกจะให้ความสำคัญรองลงมาเพื่อที่จะทำให้การค้าแบบ L/C ผ่านพ้นไปได้ และในอันดับเดียวกันนี้ยังคงให้ความสำคัญในเรื่องระยะเวลาในการขนส่งเพื่อที่จะให้ทันต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศซาอุดีอาระเบียได้ ในส่วนความปลอดภัยในการขนส่งสินค้าจากต้นทางไปสู่ปลายทางก็ถูกจัดลำดับให้ความสำคัญในอันดับต้นๆ อันเนื่องมาจากขั้นตอนในการส่งสินค้าจากต้นถึงปลายทางยังคงเป็นความรับผิดชอบของผู้ส่งออกเป็นหลัก และเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันผู้ส่งออกจำเป็นจะต้องเลือกเรือที่มีคุณภาพ ไว้วางใจได้ และยังคงต้องมีความรวดเร็วในเรื่องเอกสาร (อันดับที่ 4) เพื่อที่ผู้ส่งออกที่มีการค้าแบบ L/C จะได้นำเอกสารต่างๆ เพื่อไปแลกเปลี่ยนผลตอบแทนค่าสินค้าให้ได้เร็วที่สุดเพื่อนำมาซื้อปัจจัยการผลิตในการผลิตครั้งต่อไป รวมถึงความเชื่อถือได้ของบริษัทผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล เพื่อสนับสนุนความปลอดภัยในการขนส่งสินค้าทางทะเลจากต้นทางไปสู่ปลายทางนั่นเอง

5.5. การใช้ข้อมูลต่างๆ โดยวิเคราะห์โดยใช้ตารางไขว้ (Cross Table)

ตารางไขว้ เป็นการจัดทำตารางแจกแจงความถี่ ตั้งแต่ 2 ทางขึ้นไป โดยตัวแปรที่จะจัดทำในแถวบน และแถวตั้ง ต้องเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ หรือตัวแปรที่แบ่งกลุ่มแล้ว เช่น เพศ ชั้นปี ศาสนา ภูมิลำเนา อาชีพ เป็นต้น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากตารางที่ 5.15 แสดงประเภทขององค์กรต่อการใช้บริการระหว่างราคาค่าระวางระดับต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางการตั้งราคาขายบริการค่าระวางของแต่ละประเภทขององค์กร

บริษัทมหาชนส่วนใหญ่เลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลจากประเทศไทยไปประเทศซาอุดีอาระเบียในราคาค่าขนส่งต่ำสุด 600-700 ดอลลาร์สหรัฐ ในส่วนของห้างหุ้นส่วนจำกัดส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการในราคาระดับกลาง 701-800 ดอลลาร์สหรัฐ ในส่วนบริษัทจำกัดมีการเลือกใช้บริการในระดับกลาง 701-800 ดอลลาร์สหรัฐ และระดับสูงสุด 900 ดอลลาร์สหรัฐ

ขึ้นไป แสดงถึงความไม่แน่นอน ซึ่งในบางครั้งการคำนวณ L/C ของบริษัทจำกัด ก็จำเป็นต้องเลือกใช้บริการจากสายการบินเรือที่มีราคาสูงกว่าเพื่อทำตามข้อตกลงใน L/C ดังนั้นผู้ให้บริการจึงควรศึกษาจุดแข็งของสายการบินเรือของตนเองว่ามีคุณลักษณะอย่างไร และมีความแตกต่างจากสายเรืออื่นหรือไม่ อันนำมาซึ่งการตั้งราคาขายในกรณีที่ทราบว่าผู้ใช้บริการจำเป็นต้องใช้บริการเรือของตนเอง เพราะเหมาะกับคุณลักษณะตาม L/C ซึ่งแตกต่างจากสายเรือคนอื่นจึงไม่ควรแข่งขันทางด้านราคา เน้นสร้างความแตกต่าง ในทางกลับกันถ้าคุณลักษณะของเรือตนเองไม่มีความต่างจากสายเรืออื่นจึงควรกลับมาเน้นหลักการบริการและแข่งขันทางด้านราคานั่นเอง

ตารางที่ 5.15

ประเภทองค์กรต่อการใช้บริการระหว่างราคาค่าระวางระดับต่างๆ

ค่าระวาง		600-700		701-800		801-900		900 ขึ้นไป	
ประเภทขององค์กร	N	N	%	N	%	N	%	N	%
บริษัทมหาชน	19	10	52.64	4	21.05	2	10.52	3	15.79
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	36	10	27.79	12	33.33	7	19.44	7	19.44
บริษัทจำกัด	45	9	20	16	35.56	5	11.11	15	33.33
รวม	100	29	100	32	100	14	100	25	100

ที่มา : จากการคำนวณตารางไขว้ในโปรแกรม Excel

จากตารางที่ 5.16 เพื่อเป็นแนวทางให้แก่ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลและเป็นแนวโน้มตลาดส่งออกข้าวใหม่ๆ นอกจากประเทศทางแถบตะวันออกกลาง ซึ่งผลการศึกษพบว่าประเภทธุรกิจทั้ง 3 ธุรกิจ ประกอบไปด้วยผู้นำเข้าส่งออก, ตัวแทนส่งสินค้า และผู้ผลิตและส่งออก ให้ความสนใจประเทศที่เป็นเป้าหมายที่ต้องการขยายการส่งออกในอนาคต คือ แถบแอฟริกาเป็นอันดับแรก ซึ่งประเทศแอฟริกาเป็นประเทศที่มีความต้องการข้าวสูงสุด อันเนื่องมาจากภูมิภาคแอฟริกาเป็นตลาดข้าวขนาดใหญ่ และความต้องการบริโภคข้าวของแอฟริกามีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง มีการเพิ่มมากขึ้นของประชากรและการขยายตัวของเขตเมืองภายในประเทศแอฟริกา อันนำมาซึ่งความสำคัญของตลาดข้าวแอฟริกาต่อความสนใจของประเทศผู้ส่งออกข้าวที่สำคัญของโลก ไม่ว่าจะเป็นไทย เวียดนาม อินเดีย และปากีสถาน ดังนั้นหากเราต้องการจะครอง

ส่วนแบ่งตลาดข้าวแอฟริกามากขึ้น เราจะต้องศึกษาวัฒนธรรม สังคม ความเป็นอยู่ รวมถึงความต้องการของประชาชนในประเทศแอฟริกา อันนำมาความสัมพันธ์อันดีงามต่อกันเพื่อเป็นประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ต่อการเจริญเติบโตทางการค้าที่สำคัญ ดังนั้นผู้ให้บริการจึงควรมีการเตรียมพร้อมในการรองรับการเปิดตลาดใหม่เพื่อตอบสนองการใช้บริการในประเทศทางแถบแอฟริกาเพื่อสนับสนุนการค้าระหว่างประเทศอันนำมาซึ่งการพัฒนาทางเศรษฐกิจเพื่อครอบคลุมบริการให้มีหลากหลายเส้นทางอันนำมาซึ่งประสิทธิภาพและผลตอบแทนทางธุรกิจมากขึ้น

ในประเภทธุรกิจแบบผู้ผลิตและผู้ส่งออกผลการศึกษาค้นคว้าได้บ่งบอกถึงความต้องการขยายคู่ค้าไปยังประเทศยุโรปในอัตราใกล้เคียงกันกับแอฟริกาอันเนื่องมาจากตลาดยุโรปมีขนาดใหญ่ จึงมีความต้องการบริโภคสินค้ามาก ถ้าผู้ส่งออกสามารถแย่งส่วนแบ่งตลาดได้ จะเป็นที่ยอมรับปริมาณสินค้าข้าวที่ล้นตลาดภายในประเทศไทยได้ดี เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ส่งออกข้าวในการผลักดันให้ราคาสินค้าในประเทศเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงควรหันมาให้ความสำคัญต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลในแถบยุโรปเพิ่มมากขึ้นด้วย ถึงแม้ว่าประเทศยุโรปถึงจะประสบวิกฤติทางเศรษฐกิจแต่ยังคงเป็นประเทศที่มีสมาชิกหลายประเทศ ดังนั้น ความต้องการสินค้าหลายๆ ชนิดโดยเฉพาะสินค้าจำเป็นก็ยังคงปรากฏอยู่บ้าง และเพื่อรองรับสินค้าข้าวในอนาคตเพิ่มมากขึ้น ถึงแม้ว่าประเทศทางทวีปยุโรปจะมีมาตรการที่ค่อนข้างเข้มงวดต่อการนำเข้าสินค้า เช่น มาตรการสุขอนามัยพืชและสัตว์ (SPS), ใบรองรับสุขอนามัย (Health Certificate), ระบบเกี่ยวกับสุขอนามัยพืช (Plant Health) เป็นต้น แต่เนื่องจากสินค้าข้าวของประเทศไทยถูกจัดว่าเป็นสินค้าคุณภาพดี ดังนั้น มีความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จในการเปิดการค้ากับทวีปยุโรปเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

ตารางที่ 5.16

การขยายฐานลูกค้าที่ต้องการส่งออกข้าวจากไทยไปซาอุดีอาระเบียแบ่งตามประเภทธุรกิจส่งออก

	เอเชีย		ยุโรป		ออสเตรเลีย		อเมริกาเหนือ		แอฟริกา	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
ผู้ค้านำเข้าส่งออก Import & Export	2	1.27	9	5.7	3	1.9	5	3.16	14	8.86
ตัวแทนส่งสินค้า Trading	2	1.27	8	5.06	8	5.06	6	3.80	30	18.99
ผู้ผลิตและส่งออก Manufacturing	7	4.43	22	13.92	11	6.96	8	5.06	23	14.56
รวม	11	6.96	39	24.68	22	13.92	19	12.03	67	42.41

ที่มา : จากการคำนวณตารางใช้โปรแกรม Excel

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

กำหนดให้ : N คือ จำนวนที่นับได้ และ % คือ ร้อยละจากจำนวนทั้งหมด 158

5.6. การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Liner Regression)

5.6.1. การวิเคราะห์ข้อมูลที่นำมาใช้ด้วยสถิติพรรณนาได้ผลดังตารางดังนี้

จากตารางที่ 5.17 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation), ค่าต่ำสุด (Minimum) และ ค่าสูงสุด (Maximum) ของตัวแปรต่างๆ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์การกระจายของข้อมูล

ผลการวิเคราะห์

1. ปริมาณความต้องการซื้อ (Q) เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงให้เห็นว่า ปริมาณความต้องการซื้อโดยเฉลี่ยของคนกลุ่มนี้ คือ 13.5 ตู/เดือน และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 5.6183 ตู/เดือน

2. ราคาค่าระวาง (Freight) เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงให้เห็นว่า ราคาค่าระวางโดยเฉลี่ยที่คนกลุ่มนี้เลือกใช้บริการอยู่ที่ 785 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ต่อ คอนเทนเนอร์ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคนกลุ่มนี้อยู่ที่ 114.922 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ต่อ คอนเทนเนอร์

3. เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรหรือรายได้ของบริษัท เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงให้เห็นว่า รายได้โดยเฉลี่ยของบริษัทผู้ค้าข้าวที่ตอบแบบสอบถาม คือ 11.82 ล้านบาท และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 6.8955 ล้านบาท

4. ในส่วนค่าเฉลี่ยของระดับความถูกต้องรวดเร็วในเรื่องเอกสาร , ระดับความยากง่ายในการติดต่อ, ระดับการให้เครดิตในการให้บริการ, ระดับความถี่และความสม่ำเสมอของเรือ เรียงตามลำดับ ได้แก่ 4.60, 4.49, 4.01 และ 3.91 ตามลำดับ และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานใกล้เคียงกัน ในระดับต่ำ 0-1.3 แสดงให้เห็นว่า ค่ามีความคลาดเคลื่อนต่ำ นั่นเอง

ตารางที่ 5.17

ข้อมูลค่าตัวแปรต่างๆ

Variable	Observe	Mean	Standard Dev.	Min	Max
ln(Q)	100	2.4577	0.6231	1.0986	2.8903
ln(Freight)	100	6.6551	0.1451	6.4769	6.8564
ln(Asset)	100	2.2867	0.6221	1.5040	3.1354
Q	100	13.5	5.6183	3	18
Freight	100	785	114.922	650	950
Asset	100	11.82	6.8955	4.5	23
Company	100	0.45	0.5	0	1
Frequency	100	3.91	0.6830	3	5
Document	100	4.60	0.5860	3	5
Contact	100	4.49	0.6112	3	5
Credit	100	4.01	1.3218	1	5

ที่มา : จากการคำนวณในโปรแกรม STATA

5.6.2. การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Liner Regression)

$$\ln(Q) = 8.188 - 1.017 \ln(\text{freight}) + 0.091 \ln(\text{asset}) + 0.194(\text{company}) + 0.154(\text{frequency}) + 0.348(\text{document}) - 0.196(\text{contact}) - 0.145(\text{credit})$$

(0.017)
(0.419 **)
(0.102)
(0.115*)
(0.085*)
(0.120 ***)
(0.113*)
(0.044 ***)

กำหนดให้ Q คือ อุปสงค์ในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล

Freight คือ ราคาค่าระวาง

Asset คือ ปริมาณการลงทุนของสินทรัพย์ถาวรซึ่งเปรียบเทียบเมื่อนรายได้ของบริษัท ณ วันเริ่มทำการ

Company คือ ประเภทองค์กรแบบบริษัทจำกัด

Frequency คือ ระดับความสำคัญของความถี่และความสม่ำเสมอของเรือ

Document คือ ระดับความสำคัญของความเร็วในเรื่องเอกสาร

Contact คือ ระดับความสำคัญของความยากในการติดต่อ

Credit คือ ระดับความสำคัญของการให้เครดิตในการให้บริการ (เมื่อเทียบกับราคาขายที่สูงขึ้น)

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

*** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากสมการข้างต้นสามารถแปลความหมายความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ตามปัจจัยด้านอุปสงค์ได้ดังต่อไปนี้

1) จากค่า $b_1 = -1.017$ หมายความว่า ถ้าราคาค่าระวางเรือเพิ่ม 1 % ส่งผลให้ปริมาณความต้องการซื้อบริการขนส่งสินค้าทางทะเลกรณีส่งออกสินค้าข้าวจากประเทศไทยไปยังประเทศซาอุดีอาระเบียลดลง 1.017 % หรือความยืดหยุ่นของอุปสงค์การขนส่งต่อราคามีค่าเท่ากับ 1.017 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานตามทฤษฎีอุปสงค์ขนส่งและความยืดหยุ่นของอุปสงค์ขนส่งต่อราคาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ขนส่งต่อราคามี เท่ากับ 1.017 ซึ่งมีค่า ($1 < \text{Elasticity}$) อันเนื่องมาจาก ณ ปัจจุบันทางเลือกในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลจากประเทศไทยไปยังซาอุดีอาระเบียมีค่อนข้างมาก ซึ่งถือเสมือนสินค้าหรือบริการที่มีของทดแทนได้มาก ดังนั้นถ้ามีการเปลี่ยนแปลงระดับราคาเพิ่มขึ้นไม่ว่ามากหรือน้อย จะส่งผลต่อปริมาณความต้องการซื้อลดลงค่อนข้างสูง

2) จากค่า $b_2 = 0.091$ หมายความว่า ถ้ารายได้หรือการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเพิ่มขึ้น 1 % ส่งผลให้ปริมาณความต้องการซื้อบริการขนส่งสินค้าทางทะเลกรณีส่งออกข้าวจากไทยไปประเทศซาอุดีอาระเบียเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.091 % หรือความยืดหยุ่นของอุปสงค์ขนส่งต่อรายได้มีค่าเท่ากับ 0.091 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานตามทฤษฎีอุปสงค์ขนส่งและความยืดหยุ่นของอุปสงค์ขนส่งต่อรายได้

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ขนส่งต่อรายได้ เท่ากับ 0.091 มีค่าน้อย ($0 < \text{Elasticity} < 1$) อันเนื่องมาจากกรณีการขนส่งสินค้าทางทะเลจากประเทศไทยไปยังประเทศซาอุดีอาระเบีย ซึ่งเป็นสินค้าจำเป็นและมีใช้สินค้าด้อยคุณภาพ (*Inferior Goods*) ตามทฤษฎีอุปสงค์และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ขนส่งต่อรายได้

3) จากค่า $b_3 = 0.194$ หมายความว่า บริษัทจำกัดจะมีปริมาณความต้องการซื้อบริการขนส่งสินค้าทางทะเลกรณีส่งออกข้าวจากไทยไปประเทศซาอุดีอาระเบียมากกว่าบริษัทมีได้เป็นบริษัทจำกัด เท่ากับ 19.40 % อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

4) จากค่า $b_4 = 0.154$ หมายความว่า ถ้าระดับความสำคัญของความถี่และความสม่ำเสมอของเรือเพิ่มขึ้น 1 ระดับ ส่งผลให้ปริมาณความต้องการซื้อบริการขนส่งสินค้าทางทะเลกรณีส่งออกข้าวจากประเทศไทยไปประเทศซาอุดีอาระเบียจะเพิ่มขึ้น เท่ากับ 15.40 % ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานตามทฤษฎีอุปสงค์ขนส่ง ในส่วนของการพิจารณาองค์ประกอบของอุปสงค์การขนส่ง และยังสอดคล้องกับสมมติฐานตามทฤษฎีอรรถประโยชน์ (*Time Utility & Place Utility*) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

5) จากค่า $b_5 = 0.348$ หมายความว่า ถ้าระดับความเร็วในเรื่องเอกสารเพิ่มขึ้น 1 ระดับ มีผลต่อปริมาณความต้องการซื้อบริการขนส่งสินค้าทางทะเลกรณีส่งออกข้าวจากไทยไปประเทศซาอุดีอาระเบียจะเพิ่มขึ้น 34.80 % ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานตามทฤษฎีอุปสงค์ขนส่ง ในส่วนของการพิจารณาองค์ประกอบของอุปสงค์การขนส่ง สาระสำคัญคือ ขีดความสามารถในการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6) จากค่า $b_6 = -0.196$ หมายความว่า ถ้าระดับความต้องการติดต่อกับผู้ให้บริการยกขึ้น 1 ระดับ ส่งผลต่อปริมาณความต้องการซื้อบริการขนส่งสินค้าทางทะเลกรณีส่งออกข้าวจากไทยไปประเทศซาอุดีอาระเบียจะลดลง เท่ากับ 19.60 % ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานตามทฤษฎีอุปสงค์ขนส่ง ในส่วนของการพิจารณาองค์ประกอบของอุปสงค์การขนส่ง สารระสำคัญคือ ชีตความสามารถในการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

7) จากค่า $b_7 = -0.145$ หมายความว่า ถ้าผู้ให้บริการเพิ่มระดับการให้เครดิตต่อราคาสูงขึ้น 1 ระดับ มีผลต่อปริมาณความต้องการซื้อบริการขนส่งสินค้าทางทะเลกรณีส่งออกข้าวจากไทยไปประเทศซาอุดีอาระเบียลดลง เท่ากับ 14.50 % ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานตาม Lardner Law อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อันเนื่องมาจากโดยปกติสายการบินเรือจะไม่มีนโยบายการให้เครดิตกับผู้ให้บริการ ดังนั้นในกรณีที่ผู้ให้บริการเรียกร้องเพื่อเครดิตที่จะได้มา ผู้ให้บริการจะตอบสนองโดยการตั้งราคาค่าระวางให้สูงขึ้นโดยทันทีโดยที่ผู้ให้บริการไม่ทราบ เช่น ผู้ให้บริการขอเครดิต 7 วัน อาจขายอยู่ที่ 600 ดอลลาร์สหรัฐ หรือ ถ้าผู้ให้บริการขอเครดิต 14 วัน อาจขายอยู่ที่ 625 ดอลลาร์สหรัฐ เป็นต้น โดยปกติแล้วถ้าผู้ให้บริการต้องการเครดิต ผู้ให้บริการจะต้องหันมาให้บริการกับตัวแทนนายหน้าขนส่งสินค้าทางทะเล (Freight Forwarder) เพราะบริษัทประเภทนี้มีการให้เครดิตแก่ลูกค้าอยู่แล้ว ดังนั้น ค่าความสัมพันธ์ของบริษัทนายหน้า น่าจะมีค่ามากกว่า 0 หรือเป็นบวก ซึ่งต่างจากค่าความสัมพันธ์ของบริษัทเดินเรือธรรมดา ซึ่งมักจะดำเนินการตามนโยบายของบริษัท ในกรณีที่จะทำเกินกว่าที่นโยบายกำหนด ผู้มีอำนาจจะต้องเห็นถึงผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (Expected Return) ถ้าผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับเป็นที่น่าสนใจ อาจจะมีการให้เครดิตกับผู้ร้องขอนั้นๆ แต่ต้องพิจารณาปัจจัยอื่นควบคู่ไปด้วย เช่น ความเสี่ยงจากการไม่ได้รับชำระหนี้ เป็นต้น

เพราะเหตุใดบริษัทเดินเรือจึงไม่มีการให้เครดิต ผลการวิเคราะห์อันเนื่องมาจากการขนส่งสินค้าเป็นสินค้าจำเป็น และสายการบินเรือมีต้นทุนสูงในการปฏิบัติการทำให้การเข้าสู่ตลาดโดยเริ่มต้นค่อนข้างที่จะยากและการจะได้อะไรเกินปกติมันจะต้องมีภาวะการผลิตที่ประหยัดต่อขนาด (Economies Of Scale) นั่นคือจะต้องมีภาวะขนาดการผลิตที่เหมาะสมกับระยะทาง ยานพาหนะขนาดใหญ่และมียานพาหนะจำนวนมาก (จากทฤษฎีภาวะการผลิตที่ประหยัดต่อขนาด) และในจุดที่สำคัญโดยปกติสายการบินเรือในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นของคนต่างชาติ บริษัทเรือต่างๆ จะแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ เป็นบริษัทของคนในประเทศไทยเองซึ่งสถานะเป็นตัวแทนจำหน่าย(Agency) และเป็นบริษัทที่เจ้าของสายการบินเรือนั้นมาตั้งเป็นบริษัทสาขา ซึ่งเรียกว่าเป็น Branch ซึ่งมีได้มีนโยบายการให้เครดิตแต่อย่างไร อันเนื่องจากการให้เครดิตผู้ให้

เครดิตและผู้รับเครดิตจะต้องรู้จักสนิทสนมกันพอประมาณจึงมีการให้เครดิตกัน แต่เนื่องจากเจ้าของเป็นคนต่างชาติทำให้นโยบายข้อนี้ตกจากวัตถุประสงค์ไป

การวิเคราะห์โดยภาพรวมเพื่อนำมาเป็นประโยชน์เชิงธุรกิจ

ผลการวิเคราะห์พบว่าพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลจากประเทศไทยไปประเทศซาอุดีอาระเบียโดยเรียงลำดับจากความสำคัญมากไปยังความสำคัญน้อย โดยพิจารณาเฉพาะตัวแปรที่มีความสำคัญมาก ร้อยละ 99 และ ร้อยละ 95 ได้แก่

- ระดับความรวดเร็วในเรื่องเอกสารมีนัยสำคัญในเชิงบวกและระดับการให้เครดิตต่อราคาสูงขึ้นมีนัยสำคัญในเชิงลบต่อความต้องการใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ในกรณีส่งออกข้าวจากประเทศไทยไปยังประเทศซาอุดีอาระเบีย ที่ระดับความสำคัญร้อยละ 99 หมายความว่าถ้ามีการจัดอบรมพนักงานให้มีความรู้และเพียงพอต่อความต้องการใช้บริการในเรื่องเอกสาร เน้นความรวดเร็วในการออกเอกสารและความสามารถในการตอบคำถามต่าง ๆ ในเรื่องเอกสารต่อผู้ใช้บริการ (Customer Services) และถ้ามีการให้เครดิตเพิ่มมากขึ้นโดยที่ไม่ตั้งราคาให้สูงขึ้นด้วยจะทำให้ความต้องการใช้บริการ ณ สายการบินเรื่อนั้นเพิ่มมากขึ้น

- ราคาชำระวางเรือมีนัยสำคัญในเชิงลบต่อความต้องการใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลจากประเทศไทยไปยังประเทศซาอุดีอาระเบีย ที่ระดับความสำคัญร้อยละ 95 หมายความว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อราคาชำระเรือค่อนข้างมาก รองลงมาจากระดับความรวดเร็วในเรื่องเอกสารและระดับการให้เครดิตต่อราคาสูงขึ้น โดยชำระวางเรือถือเป็นต้นทุนรวมในปัจจุบันการผลิต ดังนั้น ผู้ใช้บริการมักจะเลือกใช้บริการสายการบินเรื่อที่มีค่าระวางไม่สูงจนเกินไป เพื่อให้ได้กำไรจากการผลิตสูงสุด โดยปกติทางเลือกสำหรับการค้ากับประเทศอื่นๆ ที่ปราศจาก L/C อาจจะสังเกตเห็นถึงความสำคัญของอัตราชำระสินค้าเป็นหลัก แต่ในกรณีการค้าในรูปแบบของ L/C จากผลการศึกษาจะมุ่งเน้นความสำคัญของเอกสารเป็นหลักนั่นเอง