

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ	(2)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง.....	(6)
สารบัญภาพประกอบ.....	(7)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1. ความสำคัญของการศึกษา.....	1
1.2. วัตถุประสงค์การวิจัย	8
1.3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
1.4. ขอบเขตของการศึกษา	9
2. วรรณกรรมปริทัศน์.....	10
2.1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
3. ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาและวิธีการศึกษา.....	15
3.1. ทฤษฎีอุปสงค์และอุปทาน.....	15
3.2. อรรถประโยชน์ของการขนส่ง หรือการขนส่งทำให้สินค้ามีค่า.....	18
3.3. LARDNER'S LAW และขนาดการผลิตที่ประหยัดต่อขนาด	19
3.4. กรอบการวิเคราะห์และวิธีการศึกษา	20
3.3. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	22
3.4. กลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษา	23

3.5. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	25
4.ภาพรวมของธุรกิจขนส่งสินค้าและวิธีชำระค่าสินค้าแบบ LETTER OF CREDIT	30
4.1. ภาพรวมการขนส่งสินค้าและวิธีการชำระเงินแบบ L/C	30
4.2. การวิเคราะห์การขนส่งจากประเทศไทยไปประเทศซาอุดีอาระเบีย	35
4.3. มุมมองการค้าขายและปัญหาที่เกิดจากการใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล	42
5. ผลการศึกษา	46
5.1. การวิเคราะห์กรณีขนส่งทางทะเลโดยทั่วไป	46
5.2. การวิเคราะห์กรณีขนส่งสินค้าข้าวจากประเทศไทยไปประเทศซาอุดีอาระเบีย	47
5.3. ข้อมูลด้านการใช้บริการขนส่งสินค้าข้าวทางทะเลขาออกจากประเทศไทยไป ประเทศซาอุดีอาระเบีย	51
5.4. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าข้าวจากประเทศไทย ไปยังประเทศซาอุดีอาระเบีย	56
5.5. การใช้ข้อมูลต่างๆ โดยวิเคราะห์โดยใช้ตารางไขว้ (CROSS TABLE)	59
5.6. การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (MULTIPLE LINER REGRESSION)	62
6. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	68
6.1. สรุปผลการศึกษา	68
6.2. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา	74
6.3. ข้อจำกัดของการศึกษาและข้อเสนอแนะเพื่อศึกษาต่อ	75
บรรณานุกรม	76
ภาคผนวก	
ก. การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมายที่ถูกเลือก	80
ข. แบบสอบถาม.....	82
ค. ตัวอย่างเอกสาร	89
ง. ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโดยใช้โปรแกรม STATA.....	91

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 มูลค่าการนำเข้า ส่งออก และดุลการค้าของไทย - ชาอูดีอาระเบีย	3
1.2 โครงสร้างสินค้าเข้าของไทยกับชาอูดีอาระเบีย	4
1.3 โครงสร้างสินค้าออกของไทยกับชาอูดีอาระเบีย.....	4
1.4 สินค้าส่งออกสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่.....	5
1.5 สินค้าส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศชาอูดีอาระเบีย	6
5.1 ประเภทขององค์กร	47
5.2 ขนาดขององค์กร	48
5.3 ประเภทของธุรกิจ.....	48
5.4 ปริมาณการส่งออก	49
5.5 ประเทศที่ต้องการขยายการส่งออก	49
5.6 ความถี่ในการใช้บริการ.....	51
5.7 ปริมาณการส่งออกไปยังชาอูดีอาระเบีย	52
5.8 หน้าที่การส่งออกไปยังชาอูดีอาระเบีย	52
5.9 ท่าเรือปลายทางที่ใช้บริการ	52
5.10 ราคาค่าระวางเรือ ณ เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2552.....	53
5.11 การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	53
5.12 การตัดสินใจเลือกใช้บริการเรือ (DIRECT) หรือนายหน้าขนส่งสินค้าทางทะเล (FORWARDER)	53
5.13 เฟอร์เซ็นของผู้ที่มีการค้าแบบ L/C และสาเหตุของปัญหาสำหรับผู้ที่มีการค้าแบบ L/C	54
5.14 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลของผู้ส่งออกชาวไทยไปประเทศ ชาอูดีอาระเบีย	56
5.15 ประเภทองค์กรต่อการใช้บริการระหว่างราคาค่าระวางระดับต่างๆ.....	60
5.16 การขยายฐานลูกค้าที่ต้องการส่งออกข้าวจากไทยไปชาอูดีอาระเบียแบ่งตามประเภท ธุรกิจส่งออก.....	62
5.17 ข้อมูลค่าตัวแปรต่างๆ.....	63

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1.1 อัตราการเปิดประเทศและมูลค่าสินค้าส่งออกต่อ GDP	1
1.2 สัดส่วนตลาดส่งออกปี 2551.....	2
3.1 กรอบการวิเคราะห์	21
3.2 แหล่งของข้อมูล	23
3.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	25
4.1 วิธีการค้าอย่างง่ายในกรณี LETTER OF CREDIT	32