ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ ของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

บุลาภรณ์ บุญด้วง

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน
คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2564

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ ของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

บุลาภรณ์ บุญด้วง

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน
คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2564

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

FACTORS INFLUENCING THE SELECTION OF SERVICE PROVIDERS TO CARRY OUT THE IMPORT AND EXPORT FORMALITIES FOR SEABORNE TRADE OF CONTAINERIZED CARGO OF ENTREPRENEURS IN LAEM CHABANG INDUSTRIAL ESTATE CHONBURI

BULAPORN BOONDUANG

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE MASTER DEGREE OF SCIENCE
IN LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT
FACULTY OF LOGISTICS
BURAPHA UNIVERSITY
2021

COPYRIGHT OF BURAPHA UNIVERSITY

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ได้พิจารณางานนิพนธ์ของ บุลาภรณ์ บุญด้วง ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานะ เชาวรัตน์)

คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์

..... ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธัญภัส เมืองปัน)

..... กรรมการ
(ดร.ชมพูนุท อ่ำช้าง)

..... กรรมการ
(ดร.จุฑาทิพย์ สุรารักษ์)

..... คณบดีคณะโลจิสติกส์
(รองศาสตราจารย์ ดร. ณกร อินทร์พยุง)
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ของมหาวิทยาลัยบูรพา

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.นุจรี ไชยมงคล)
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

61920226: สาขาวิชา: การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน; วท.ม. (การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน)

คำสำคัญ: ซัพพลายออร์เดินพิธีการนำเข้าและส่งออก, สินค้าคอนเทนเนอร์, การขนส่งทางทะเล

บุลาภรณ์ บุญด้วง : ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ ของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี. (FACTORS INFLUENCING THE SELECTION OF SERVICE PROVIDERS TO CARRY OUT THE IMPORT AND EXPORT FORMALITIES FOR SEABORNE TRADE OF CONTAINERIZED CARGO OF ENTREPRENEURS IN LAEM CHABANG INDUSTRIAL ESTATE CHONBURI) คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์: มานะ เชาวรัตน์, Ph.D. ปี พ.ศ. 2564.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี จำนวน 110 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple linear regression analysis) ด้วยการคัดเลือกโดยวิธีปกติ (Enter) ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการที่มีข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลการใช้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลแตกต่างกันมีการเลือกซัพพลายเออร์ผู้ให้บริการเดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเลแตกต่างกัน และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านมีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

61920226: MAJOR: LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT; M.Sc. (LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT)
KEYWORDS: SUPPLIER CUSTOMS CLEARANCE IMPORT AND EXPORT, CONTAINER GOODS, SEA FREIGHT

BULAPORN BOONDUANG : FACTORS INFLUENCING THE SELECTION OF SERVICE PROVIDERS TO CARRY OUT THE IMPORT AND EXPORT FORMALITIES FOR SEABORNE TRADE OF CONTAINERIZED CARGO OF ENTREPRENEURS IN LAEM CHABANG INDUSTRIAL ESTATE CHONBURI. ADVISORY COMMITTEE: MANA CHAOWARAT, Ph.D. 2021.

The objective of this research was to study the factors that influencing of selection the service providers who carry out the import and export formalities by using containers for shipping. The selection of factors base on 110 operators in Laem Chabang Industrial Estate, Chonburi. The data were analyzed by using frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, One-Way ANOVA, and multiple linear regression analysis and selected by the normal method (Enter).

The research results found the difference of basic information and import export information by using sea transportation of each entrepreneurs that have a different selection of suppliers, service providers for import and export clearance. Moreover, the marketing mix factors have influence on to select a service provider of import and export by container ship at a level of statistical significance of 0.05.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษางานนิพนธ์ เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ ของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยการให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ ของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานะ เชาวรัตน์ ท่านอาจารย์ที่ให้คำปรึกษา อีกทั้งยังช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในระหว่างการดำเนินการ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่าน ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธัญภัส เมืองปัน ประธานกรรมการสอบ ดร.จุฑาทิพย์ สุรารักษ์ และ ดร.ชมพูนุท อ่ำช้าง คณะกรรมการสอบ สำหรับคำแนะนำและปรับปรุงเนื้อหาให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณคณาจารย์ประจำภาควิชาและอาจารย์ที่สอนทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ทั้งแนวคิดและทฤษฎี ในหลักสูตรการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานให้แก่ผู้วิจัย ซึ่งเป็นความรู้และประสบการณ์ที่ดีเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในการทำงานรวมถึงในชีวิตประจำวันต่อไป

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามท่านที่กรุณาสละเวลาให้ข้อมูล โดยไม่หวังสิ่งตอบแทนซึ่งงานวิจัยฉบับนี้จะเสร็จสมบูรณ์ไม่ได้หากไม่ได้รับความกรุณาจากทุกท่านและขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโททุกคนที่เอื้อเฟื้อช่วยเหลือให้ความคล่องตัวในการประสานงานกับผู้วิจัยตลอดการศึกษา

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังว่างานนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่มีความสนใจศึกษาและเป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติมต่อไป คุณประโยชน์ใด ๆ ที่เกิดขึ้น ขอมอบแด่ มารดา บิดา อาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่ทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

บุลาภรณ์ บุญด้วง

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ

กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ

สารบัญ ..... ช

สารบัญตาราง ..... ญ

สารบัญภาพ ..... ฐ

บทที่ 1 บทนำ 1

ที่มาและความสำคัญของปัญหา 1

วัตถุประสงค์ 3

สมมติฐานการวิจัย 3

ขอบเขตของการวิจัย 3

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 4

นิยามศัพท์ 4

กรอบแนวคิดของการวิจัย 7

บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 8

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) 8

แนวความคิดเกี่ยวกับพิธีการทางศุลกากร 10

แนวความคิดเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ทางด้านอากรศุลกากร 17

แนวคิดเกี่ยวกับการคัดเลือกซัพพลายเออร์ 37

ทฤษฎีความรู้เกี่ยวกับตู้คอนเทนเนอร์ 37

ทฤษฎีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับตันทุนโลจิสติกส์ 41

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 41
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย 48
ประชากร วิธีสุ่มตัวอย่าง และการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง 48
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 49
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ 50
การเก็บรวบรวมข้อมูล 52
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย 52
สถิติที่ใช้ในการวิจัย 52
บทที่ 4 ผลการวิจัย 54
ส่วนที่ 1 ผลการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) 55
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานขององค์กรและข้อมูลการให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล 56
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ 60
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ 68
ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ 69
ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน 69
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 79
สรุปผลการวิจัย 79
อภิปรายผล 83
ข้อเสนอแนะ 85
บรรณานุกรม 87
ภาคผนวก 89

ประวัติย่อของผู้วิจัย 96

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 สรุปตัวแปรและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 46

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถามจากการทดสอบ (Try-out) 55

ตารางที่ 3 ค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลพื้นฐาน จำแนกตามทุนจดทะเบียนบริษัท.....56

ตารางที่ 4 ค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลพื้นฐาน จำแนกตามขอบเขตการใช้บริการ 56

ตารางที่ 5 ค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลพื้นฐาน จำแนกตามสัญชาติขององค์กร 57

ตารางที่ 6 ค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลพื้นฐาน จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการ 57

ตารางที่ 7 ค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลพื้นฐาน จำแนกตามขนาดขององค์กร 58

ตารางที่ 8 ค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลการให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล จำแนกตามการจ้างผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล.....58

ตารางที่ 9 ค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลการให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล จำแนกตามลักษณะผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่เคยจ้าง.....59

ตารางที่ 10 ค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลการให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล จำแนกตามลักษณะผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่ต้องการจ้างในอนาคต.....59

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล.....60

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล ด้านการบริการ 61

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล ด้านราคา.....62

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล ด้านช่องทางการให้บริการ.....63

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล ด้านการสนับสนุนการตลาด...64

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล ด้านพนักงานบริการ 65

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล ด้านกระบวนการการบริการ ...66

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล ด้านความเป็น มืออาชีพ.....67

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ 68

ตารางที่ 20 การทดสอบความแตกต่างข้อมูลพื้นฐานกับการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ จำแนกตามทุนจดทะเบียนบริษัท 70

ตารางที่ 21 การทดสอบความแตกต่างข้อมูลพื้นฐานกับการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ จำแนกตามขอบเขตการใช้บริการ 70

ตารางที่ 22 การทดสอบความแตกต่างข้อมูลพื้นฐานกับการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ จำแนกตามสัญชาติขององค์กร.....71

ตารางที่ 23 การทดสอบความแตกต่างข้อมูลพื้นฐานกับการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการ.....72

ตารางที่ 24 การวิเคราะห์เปรียบเทียบ (LSD) ของค่าเฉลี่ยระยะเวลาดำเนินกิจการกับการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ 72

ตารางที่ 25 การทดสอบความแตกต่างข้อมูลพื้นฐานกับการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ จำแนกตามขนาดขององค์กร.....73

ตารางที่ 26 การวิเคราะห์เปรียบเทียบ (LSD) ของค่าเฉลี่ยขนาดขององค์กรกับการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ 74

ตารางที่ 27 การทดสอบความแตกต่างข้อมูลการให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลกับการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ จำแนกตามการจ้างผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล 75

ตารางที่ 28 การทดสอบความแตกต่างข้อมูลการให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลกับการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์จำแนกตามลักษณะผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่เคยจ้าง 75

ตารางที่ 29 การทดสอบความแตกต่างข้อมูลการให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลกับการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์จำแนกตามลักษณะผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่ต้องการจ้างในอนาคต 76

ตารางที่ 30 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซัพพลายเออร์ผู้ให้บริการเดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเล 77

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....7

ภาพที่ 2 ขั้นตอนปฏิบัติพิธีการศุลกากรนำของเข้าทางบก.....13

ภาพที่ 3 กระบวนการนำเข้าทางอิเล็กทรอนิกส์.....16

บทที่ 1
บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ภาคอุตสาหกรรมมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยอย่างมาก เนื่องจากสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ถึงเกือบหนึ่งในสามของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งประเทศ และมีผลิตภาพแรงงาน (Labor Productivity) สูงสุดเมื่อเทียบกับภาคเกษตรและภาคบริการ (ณัฐ ธารพานิช, 2562) อีกทั้งมีสัดส่วนในมูลค่าการส่งออกไทยมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 80 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด รวมทั้งสำคัญในแง่ของการจ้างงาน โดยหนึ่งในสี่ของแรงงานทั้งหมดมีแหล่งรายได้หลักจากการทำงานในภาคอุตสาหกรรม มูลค่าเพิ่มภาคอุตสาหกรรมไทยในช่วงกว่า 2 ทศวรรษที่ผ่านมา (ปี 2538-2561) เติบโตได้ต่อเนื่องใน อัตราที่ใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยประเทศเกิดใหม่โดยขยายตัวเฉลี่ยที่ร้อยละ 3.5 ต่อปีอย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ปี 2554-2561 มูลค่าเพิ่มภาคอุตสาหกรรมไทยเติบโตชะลอลงเหลือเพียง ร้อยละ 1 ต่อปี เมื่อเทียบกับประเทศในภูมิภาคที่เติบโตถึง ร้อยละ 1.5-3 ต่อปี แม้ส่วนหนึ่งเป็นผลของปัจจัยเชิงวัฏจักร อาทิ สงครามการค้า การชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก เป็นต้น (ชุติกา เกียรติเรืองไกร, 2563)

การขนส่งสำหรับการค้าระหว่างประเทศในปัจจุบันมีความสำคัญอย่างมากเนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางโลจิสติกส์ ภาครัฐให้การสนับสนุนการพัฒนาโลจิสติกส์ของประเทศเพื่อให้เอกชน สามารถบริหารจัดการสินค้าตลอดกระบวนการทั้งการนำเข้าและส่งออกสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งเป็นการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันสำหรับการค้าระหว่างประเทศ การบริการที่ผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเสนอให้บริการแก่เจ้าของสินค้ามีตั้งแต่การจัดการเกี่ยวกับเส้นทางการส่งสินค้าและงานพื้น ๆ เช่น การจองระวางเรือให้แก่เจ้าของสินค้า หรือการดำเนินการ พิธีการศุลกากร จนถึงการให้บริการบรรจุภัณฑ์รวมถึงการจัดการทางด้านการขนส่งครบวงจรและกระบวนการจำแนกแจกจ่ายสินค้าไปยังที่ต่าง ๆ โดยการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศนั้นมีหลากหลายรูปแบบเช่น โดยเรือ โดยเครื่องบิน โดยรถบรรทุก และโดยรถไฟ เป็นต้น (เศรษฐศาสตร์พาณิชย์นาวี 3, 2560) โดยการขนส่งสินค้าทางทะเล เป็นส่วนประกอบที่สำคัญส่วนหนึ่งของระบบการค้าระหว่างประเทศ ทั้งใน อดีต ปัจจุบัน และในอนาคต เพราะเป็นเพียงการขนส่งชนิดเดียวที่ขนสินค้าได้คราวละมาก ๆ และค่าระวางมีราคาถูกกว่าการขนส่งในรูปแบบอื่น ๆ การขนส่งสินค้าทั้งขาเข้าและขาออกของไทยเป็นการขนส่งทางทะเลเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นการขนส่งด้วยระบบตู้คอนเทนเนอร์ (Container Box) โดยในปี 2563 มีจำนวนเรือตู้คอนเทน

เนอร์ที่ผ่านเข้าออกผ่านท่าเรือแหลมฉบัง จำนวน 3,278 ลำ มีจำนวนตู้คอนเทนเนอร์รวม 7.5 ล้านตู้ โดยเป็นจำนวนตู้ขาเข้า 3.7 ล้านตู้ และจำนวนตู้ขาออก 3.8 ล้านตู้ (การท่าเรือแห่งประเทศไทย, 2563)

จากข้อมูลปี พ.ศ. 2562 มีนิคมอุตสาหกรรมในประเทศไทย 53 แห่ง แห่งกระจายอยู่ใน 15 จังหวัด มีพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมรวมประมาณ 154,189 ไร่ ประกอบด้วย นิคมอุตสาหกรรมที่การนิคมอุตสาหกรรม (กนอ.) ดำเนินการเองจำนวน 11 แห่ง และร่วมดำเนินการกับเอกชนจำนวน 42 แห่ง โดยภาคตะวันออกมีสัดส่วนพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมมากที่สุดในไทย ประมาณร้อยละ 75.3 ภาคกลางร้อยละ 16.3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือร้อยละ 3.3 ภาคเหนือร้อยละ 2.8 ภาคใต้ร้อยละ 1.5 และภาคตะวันตกร้อยละ 0.8 โดยภาคตะวันออกเป็นภาคที่มีพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมมากที่สุดของไทยและได้รับความสนใจสูงสุดจากนักลงทุน จึงเป็นภาคที่มีศักยภาพในการเติบโตสูงสุดสำหรับนิคมอุตสาหกรรม จากศักยภาพของจังหวัดชลบุรีซึ่งเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่มีนิคมอุตสาหกรรมมากเป็นอันหนึ่งของประเทศ และเป็นที่ยอมรับในฐานะเมืองอุตสาหกรรมของประเทศไทย ด้วยการคมนาคมที่สะดวกเชื่อมโยงกับกรุงเทพฯ ด้วยถนนสายหลักทั้งถนนสุขุมวิทและมอเตอร์เวย์ และการเชื่อมต่อกับพื้นที่ข้างเคียง เช่น ถนนสาย 331 (ฉะเชิงเทรา-สัตหีบ) เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีบริการพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ครบคัน ซึ่งสนับสนุนการรองรับการประกอบอุตสาหกรรมทุกประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมที่สอดคล้องและต่อเนื่องจากโครงการฝั่งทะเลตะวันออก โดยมีท่าเรือน้ำลึกแหลมฉบังเป็นประตูการค้าที่สำคัญ จึงเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมและมีศักยภาพนักลงทุนเป็นอย่างมาก นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง ตั้งอยู่ในตำบลทุ่งสงขลา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี มีพื้นที่ทั้งหมด 3,556 ไร่ ปัจจุบันนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบังประกอบด้วยผู้ประกอบการทั้งสิ้น 145 ราย (ข้อมูล ณ เดือนเมษายน 2561) (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2562)

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า การขนส่งสินค้าทางทะเลเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันทางการค้าในตลาดโลก ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าและส่งออกสินค้าจึงควรจะศึกษาและทำความเข้าใจใน องค์ประกอบต่าง ๆ ที่สำคัญเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าทางทะเล แม้ว่าการขนส่งทาง เรือได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง เนื่องจากค่าใช้จ่ายถูก เหมาะกับสินค้าปริมาณ มากหรือมีขนาดใหญ่ แต่ข้อจำกัดคือเรื่องเวลา ลูกค้าหลายรายได้รับผลกระทบจากปัญหาล่าช้า ปกติทุกสาย เรือมีตารางเดินเรือที่แน่นอน แต่ในบางครั้งอาจเปลี่ยนแปลง สาเหตุจากสภาพอากาศ สินค้าแน่นตามช่วง ฤดูกาล หรืออื่น ๆ ซึ่งอยู่เหนือการควบคุม จากการศึกษางานวิจัยของ กาญจ์สิตา โฆษิตธัญญสิทธิ์ (2555) และกลยุทธ์ สงวนทรัพย์ (2559) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ตัวแทนนำเข้าส่งออก นอกจากนี้การศึกษาของสุกัญญา

แจ้งชุ่ม (2560) พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการในด้านสัญชาติของผู้ร่วมลงทุน และคุณภาพการให้บริการมีผลต่อการบริการด้านโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก ในเขตนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบังและนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี เพื่อให้ผู้ประกอบการด้านโลจิสต์ที่ให้บริการเดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเลนำข้อมูลที่ได้ไปบริหารการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานและข้อมูลการใช้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้ประกอบการที่มีข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลการใช้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีแบบสอบถามเป็น (Questionnaire) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย ปัจจัยด้านข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลการใช้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด กับการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์

ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา

ทำการศึกษาในเฉพาะในช่วงเวลา ตั้งแต่ เดือน เมษายน พ.ศ. 2564 ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2564

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลการใช้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์
3. ผู้ประกอบการด้านโลจิสต์ที่ให้บริการผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปบริหารจัดการการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าต่อไป

นิยามศัพท์

ผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้า (Shipping) หมายถึง ตัวแทนออกของที่เป็น นิติบุคคล หรือ บุคคลธรรมดา ที่ได้ลงทะเบียนกับกรมศุลกากรเพื่อทำหน้าที่แทนผู้นำของเข้าผู้ส่งของออก ซึ่งได้มอบอำนาจให้มาดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกรมศุลกากร ที่กรมศุลกากรกำหนดที่เรียกว่า การปฏิบัติพิธีการศุลกากร

การขนส่งแบบตู้คอนเทนเนอร์ (Container ship) หมายถึง การจัดส่งสินค้าทางทะเลแบบเต็มตู้คอนเทนเนอร์ และไม่เต็มตู้คอนเทนเนอร์ การขนส่งสินค้าในจำนวนมาก หรือในกรณีที่สินค้ามีขนาดใหญ่พิเศษ อาจจำเป็นต้องแพ็คสินค้าให้ดีเป็นพิเศษ ซึ่งจะอยู่ในรูปแบบของพาเลท หรือการตีลังไม้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะและประเภทของสินค้า

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง บริษัทที่ประกอบธุรกิจการผลิตในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี และมีสินค้าที่ต้องส่งออกไปให้ลูกค้ายังต่างประเทศ และมีความต้องการใช้บริการขนส่งทางเรือ

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาด ที่ธุรกิจใช้เป็นยุทธ์วิธีที่ผสมผสานการปัจจัยด้านต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ทุนจดทะเบียนบริษัท (Authorizes share capital) หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้เริ่มก่อการตกลงกันว่าจะใช้เงินลงทุนในการแจ้งจดทะเบียนบริษัท กับทางกรมพัฒนาธุรกิจการค้า และจำนวนทุนจดทะเบียนบริษัทจะปรากฏอยู่บนหนังสือรับรองบริษัทของเรา ตามกฎหมายระบุไว้ว่า ผู้เริ่มก่อการหรือในที่นี้คือผู้ร่วมทุน จะต้องมีอย่างน้อย 3 คนขึ้นไป

ขอบเขตการใช้บริการ (Scope of service) หมายถึง ขอบเขตพื้นที่การให้บริการภายในประเทศและต่างประเทศ ในภูมิภาคเอเชีย หรือทั่วโลก ที่ผู้ใช้บริการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออก

สัญชาติขององค์กร (Nationality) หมายถึง สัญชาติของเจ้าของกิจการหรือผู้ลงทุนในกิจการนั้น ๆ และสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ คือ เจ้าของกิจการที่มีสัญชาติไทย และเจ้าของกิจการที่เป็นต่างชาติ (ต่างด้าว)

ระยะเวลาดำเนินกิจการ (Period operate business) หมายถึง ระยะเวลาการจัดตั้งกิจการตั้งแต่เปิดกิจการ จนถึงปัจจุบันขององค์กร

ขนาดขององค์กร (Organization size) หมายถึง จำนวนพนักงานทั้งหมดที่อยู่ในองค์กร

ปัจจัยด้านการบริการ หมายถึง การให้บริการกับผู้รับบริการที่ไม่สามารถสัมผัสด้วยมือและมองเห็นด้วยตา แต่รับรู้ได้ถึงความพึงพอใจ

ปัจจัยด้านราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่มีผลกระทบต่อมูลค่าของผลตอบแทนหรือค่าธรรมเนียมการให้บริการ และสินค้า

ปัจจัยด้านช่องทางการบริการ (Place) หมายถึง วิธีการเข้าถึงการประสานงานสื่อสาร เพื่อรับรู้เข้าใจในการบริการ และรับรู้ความต้องการผู้ใช้บริการ

ปัจจัยด้านการสนับสนุนการตลาด (Promotion) หมายถึง กิจกรรมที่จัดขึ้นต่าง ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ทราบข่าวสาร

ปัจจัยด้านพนักงานบริการ (People) หมายถึง กลุ่มบุคคลที่ประสานงาน สื่อสารหรือดำเนินการเกี่ยวข้องกับการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ (Process) หมายถึง วิธีการของขั้นตอน ลำดับต่าง ๆ ในการให้บริการ

ปัจจัยด้านความเป็นมืออาชีพ (Professional) หมายถึง ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญและเป็นยอมรับในด้านการบริการ อย่างกว้างขวาง

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent variables)

ข้อมูลพื้นฐานองค์กรและข้อมูลการใช้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล

- ทุนจดทะเบียนบริษัท
- ขอบเขตการใช้บริการ
- สัญชาติขององค์กร
- ระยะเวลาดำเนินกิจการ
- ขนาดขององค์กร
- การจ้างบริษัทผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล
- ลักษณะของบริษัทที่จ้าง
- ลักษณะของบริษัทที่จะจ้างในอนาคต

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล

- ด้านการบริการ
- ด้านราคา
- ด้านช่องทางการให้บริการ
- ด้านการสนับสนุนการตลาด
- ด้านพนักงานบริการ
- ด้านกระบวนการให้บริการ
- ด้านความเป็นมืออาชีพ

ตัวแปรตาม (Dependent variables)

การเลือกซัพพลายออร์เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซัพพลายออร์เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล กรณีศึกษา บริษัท ABC” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิด และทฤษฎี จากเอกสาร หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P’s)
2. แนวความคิดเกี่ยวกับพิธีการทางศุลกากร
3. แนวความคิดเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ทางด้านอากรศุลกากร
4. แนวคิดเกี่ยวกับการคัดเลือกซัพพลายเออร์
5. ทฤษฎีความรู้เกี่ยวกับตู้คอนเทนเนอร์
6. ทฤษฎีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับต้นทุนโลจิสติกส์
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
8. กรอบแนวคิดของการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P’s)

Kotler (2004) กล่าวว่า กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคคลผู้ให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยทุกปัจจัยจะมีความเกี่ยวพันกันและเท่าเทียมกันขึ้นอยู่กับผู้บริหารจะวางกลยุทธ์โดยเน้นน้ำหนักที่ปัจจัยใดมากกว่าเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่ได้ถูกนำเสนอไปยังตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและเป็นทำให้เกิดคุณค่า (Value) เพื่อให้เกิดความพึงพอใจโดยผลิตภัณฑ์ที่เสนอแก่ผู้บริโภคจะต้องมีคุณประโยชน์หลัก (Core Benefit) และต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการและเกินความคาดหวังหรือคาดหวัง และยังรวมถึงการนำเสนอสินค้าที่มีศักยภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในอนาคตสินค้าที่นำเสนอให้แก่ผู้บริโภคอาจจับต้องได้ หรือจับต้องไม่ได้ ดังนั้นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จึงประกอบไปด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่องค์กรหรือบุคคลเป็นต้น

ปัจจัยด้านราคา (Price) หมายถึง ต้นทุนของสินค้าและกำไรของสินค้าที่ผู้บริโภคจะต้องชำระให้กับธุรกิจ ซึ่งการกำหนดราคาสินค้าเกิดจากการตั้งเป้าหมายทางการค้าไว้ว่าบริษัทต้องการกำไร ต้องการต่อสู้กับคู่แข่งขัน ต้องการขยายส่วนครองตลาด หรือเป้าหมายอื่น การตั้งราคาต้องได้รับการยอมรับจากกลุ่มตลาดเป้าหมาย ราคาสินค้าสอดคล้องกับคุณภาพของสินค้าและสามารถสู้กับคู่แข่งได้ รวมถึงเวลาความพยายามในการใช้ความคิดและการก่อพฤติกรรมซึ่งจะต้องจ่ายพร้อมราคาสินค้าที่เป็นตัวเงิน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ โดยจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบต่าง ๆ โดยเฉพาะทำเลที่ตั้งเพื่อให้อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่จะสนับสนุนให้เกิดกระบวนการสื่อสารทางการตลาด เพื่อให้มั่นใจได้ว่าตลาดและผู้บริโภคเข้าใจถึงคุณค่าในสิ่งที่ผู้ขายเสนอโดยมีเครื่องมือที่สำคัญ 4 ชนิดคือ

1. การขายโดยใช้พนักงานขาย Personal selling: เป็นการส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพที่สุด และสามารถกระตุ้นยอดขายได้มากแต่มีค่าใช้จ่ายสูง

2. การโฆษณา Advertising: เป็นการสื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ ให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มใหญ่เหมาะกับสินค้าที่ต้องการตลาดกว้าง และเป็นการขยายกลุ่มลูกค้า

3. การส่งเสริมการขาย Sales Promotion: เป็นการใช้สื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และเกิดความต้องการในตัวสินค้า

4. การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ Publicity and public relation: เป็นกิจกรรมเพื่อเสริมภาพพจน์หรือชดเชยเบี่ยงเบนความรู้สึกของผู้บริโภคต่อตัวผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ ซึ่งต้องมีความถูกต้อง และรวดเร็วเพื่อสร้างความประทับใจ และส่งผลให้เกิดพอใจ ซึ่งเป็นการอาศัยกระบวนการขั้นตอนบางอย่าง โดยเป็นสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและการบริการ

ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ (People) หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสินค้าและการบริการ รวมถึงลูกค้า ผู้จำหน่าย และผู้ที่ให้บริการหลังการขาย สำหรับผู้จำหน่ายหรือผู้ให้บริการนั้นองค์กรมีความจำเป็นที่จะต้องคัดเลือก ให้การฝึกอบรม และมีสิ่งจูงใจเพื่อทำให้ผู้จำหน่ายหรือผู้ให้บริการนั้นเกิดความความพึงพอใจ และนำไปสู่การขายสินค้าหรือการให้บริการที่ดี แตกต่างจากคู่แข่งขัน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) หมายถึง การแสดงให้เห็นคุณภาพของการบริการ โดยผ่านภาพลักษณ์ที่สามารถมองเห็นได้ เช่น การออกแบบตกแต่ง การแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการ ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นภาพลักษณ์หรือคุณค่าของบริการที่ส่งมอบและที่เหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างชัดเจน

แนวความคิดเกี่ยวกับพิธีการทางศุลกากร

พิธีการศุลกากรนำของเข้าทางบก

1. การรายงานยานพาหนะเข้าและการยื่นบัญชีสินค้าทางบก (Car manifest) ผู้รับผิดชอบควบคุมการขนส่งสินค้ามีหน้าที่รายงานยานพาหนะเข้าและยื่นบัญชีสินค้าทางบก (Car manifest) ตามแบบ ศบ.1 เมื่อยานพาหนะจากต่างประเทศมาถึงด่านพรมแดนทางบก โดยการส่งข้อมูลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์มายังระบบคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร เมื่อระบบคอมพิวเตอร์ของกรมฯ ได้รับข้อมูลและทำการตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้ว ต่อมาระบบฯ ทำการออกเลขที่รับรายงานยานพาหนะ (Received control number) ให้แก่ผู้รับผิดชอบการขนส่งเพื่อนำมาแสดงต่อพนักงานศุลกากร ณ ด่านพรมแดนทางบกที่ได้มาถึง เจ้าพนักงานศุลกากรตรวจสอบข้อมูลเพื่ออนุญาตให้ควบคุมยานพาหนะไปยังด่านศุลกากรเพื่อปฏิบัติพิธีการยื่นใบขนสินค้าขาเข้าต่อไป

กรณีผู้รับผิดชอบการขนส่งสินค้า ไม่สามารถส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์เองได้ ให้กรอกรายละเอียดในรายงานยานพาหนะเข้าและบัญชีสินค้าทางบก (Car manifest) ตามแบบ ศบ.1 ให้ครบถ้วน นำมายื่นแบบศบ.1 ต่อพนักงานศุลกากรประจำด่านพรมแดนเพื่อตรวจสอบและส่งข้อมูลเข้าระบบคอมพิวเตอร์ของกรมฯ เพื่อออกเลขที่รับรายงานยานพาหนะ (Received control number) ก่อนอนุญาตให้ควบคุมยานพาหนะไปยังด่านศุลกากร

2. การยื่นใบขนสินค้าขาเข้า เมื่อยานพาหนะที่บรรทุกสินค้าได้ผ่านด่านพรมแดนมายังด่านศุลกากร ในกรณีที่เป็นสินค้าทั่วไป ผู้นำของเข้าจะต้องจัดทำ “ใบขนสินค้าขาเข้าพร้อมแบบแสดงรายการภาษีสรรพสามิตและภาษีมูลค่าเพิ่ม (กศก. 99/1)” ตามมาตรฐานและรูปแบบที่กรมศุลกากรกำหนด โดยส่งข้อมูลใบขนสินค้าในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์มายังระบบคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร เมื่อระบบคอมพิวเตอร์ของกรมฯ ได้รับข้อมูลแล้วจะทำการตรวจสอบและตัดบัญชีสินค้าทางบก (Car Manifest) หากพบว่าข้อมูลถูกต้องตามมาตรฐานและรูปแบบที่กำหนด ระบบคอมพิวเตอร์จะตอบกลับและออกเลขที่ใบขนสินค้าขาเข้าเพื่อให้ผู้นำของเข้าไปดำเนินการชำระภาษีอากรและรอรับการตรวจปล่อยออกจากอารักขาศุลกากรต่อไป

2.1 ข้อมูลที่ควรจัดเตรียมเพื่อใช้ประกอบการยื่นใบขนสินค้าขาเข้า

- บัญชีราคาสินค้า (Invoice)
- บัญชีรายละเอียดบรรจุหีบห่อ (Packing list)
- ใบตราส่งสินค้า (Bill of lading)
- ใบแจ้งยอดเบี้ยประกัน (Insurance premium invoice)
- ใบอนุญาตหรือหนังสืออนุญาต กรณีเป็นของต้องกำกัดหรือสินค้าที่ต้องควบคุมการนำเข้า
- หนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า (Certificate of origin) (กรณีขอลดอัตราอากร)
- เอกสารอื่น ๆ เช่น เอกสารแสดงส่วนผสม คุณลักษณะและการใช้งานของสินค้า เป็นต้น

2.2 วิธีการส่งข้อมูลใบขนสินค้าขาเข้ามายังระบบคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร สามารถทำได้ 4 ช่องทางดังนี้

- ผู้นำของเข้าส่งข้อมูลใบขนสินค้าขาเข้าด้วยตนเอง โดยจะต้องลงทะเบียนเป็นผู้ผ่านพิธีการศุลกากรหรือดำเนินพิธีการศุลกากรกับกรมศุลกากรก่อน
- ผู้นำของเข้ามอบหมายให้ตัวแทนออกของ (Customs broker) เป็นผู้ส่งข้อมูลแทน
- ผู้นำของเข้าให้เคาน์เตอร์บริการ (Service counter) เป็นผู้ส่งข้อมูล
- ผู้นำของเข้ายื่นใบขนสินค้าขาเข้าในรูปแบบเอกสาร พร้อมทั้งแบบรายละเอียดข้อมูลใบขนสินค้าขาเข้า (ใบนำคีย์) ณ ด่านศุลกากรที่นำเข้า

3. การชำระค่าภาษีอากร เมื่อผู้นำของเข้าได้ยื่นข้อมูลใบขนสินค้าเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากรและได้รับการตอบกลับเลขที่ใบขนสินค้าแล้ว ผู้นำของเข้าจะต้องดำเนินการชำระค่าภาษีอากร (ถ้ามี) และค่าธรรมเนียมศุลกากรให้แล้วเสร็จก่อนไปดำเนินการรับการตรวจปล่อยของออกจากอารักขาศุลกากร โดยผู้นำของเข้าสามารถชำระค่าภาษีอากรและค่าธรรมเนียมศุลกากรได้ 3 ช่องทางดังต่อไปนี้

3.1 ชำระด้วยตนเองที่หน่วยรับชำระเงินทุกแห่งของกรมศุลกากร ทั้งในรูปแบบเงินสด บัตรภาษี บัตรเดบิต บัตรเครดิต และเช็คของผู้ประกอบการที่มีธนาคารค้ำประกันและได้รับอนุมัติจากกรมศุลกากร

3.2 ชำระในระบบ e-Payment คือ การชำระเงินค่าภาษีอากรพร้อมกับการส่งข้อมูลใบขนสินค้า โดยการตัดยอดบัญชีธนาคารของผู้นำของเข้าตามที่ได้แจ้งไว้กับกรมศุลกากร

3.3 ชำระในระบบ e-Bill Payment คือ การใช้เอกสารของกรมศุลกากร (เช่น ใบขนสินค้า ใบสั่งเก็บ)ซึ่งมี QR Code หรือ Bar Code หรือเลขอ้างอิงตามที่ปรากฏในเอกสารนั้น ไปชำระ

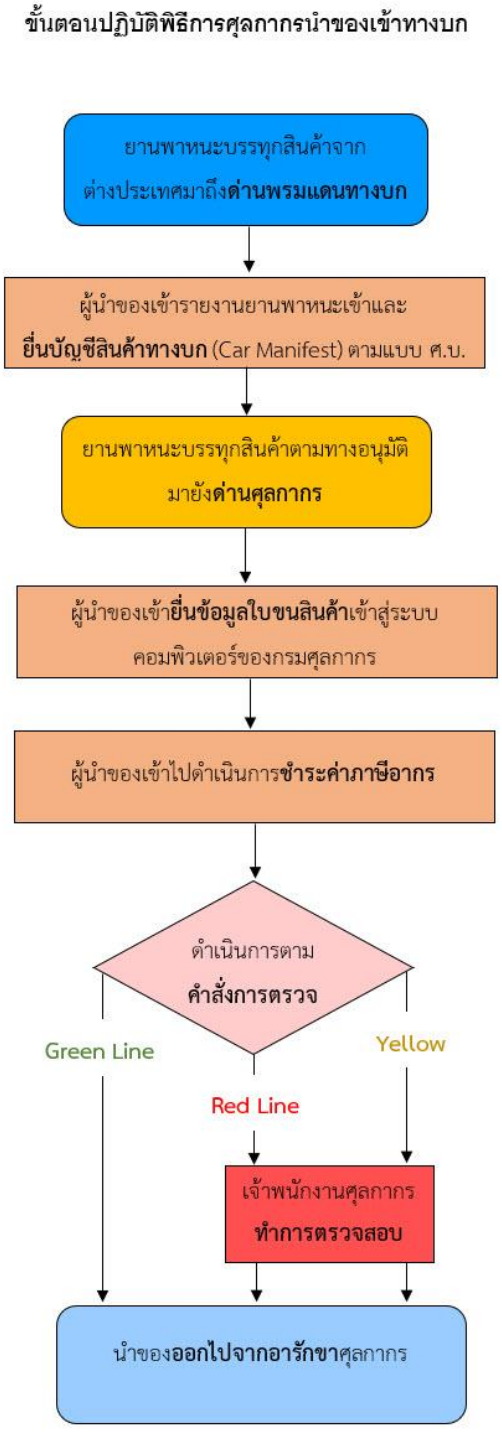
ณ เคาน์เตอร์ของธนาคาร หรือ Internet banking หรือ ATM หรือช่องทางการรับชำระเงินอื่น ๆ ของธนาคาร หรือ ผ่านตัวแทนรับชำระเงินที่ทำความตกลงกับกรมศุลกากร ได้แก่ เคาน์เตอร์เซอร์วิสของ 7-11 และ บิ๊กซี

4. การตรวจปล่อยของออกไปจากอารักขาศุลกากร เมื่อผู้นำของเข้าได้ยื่นใบขนสินค้าพร้อมชำระค่าภาษีอากรเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ระบบคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากรจะทำการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากข้อมูลในใบขนสินค้าดังกล่าว แล้วแจ้งคำสั่งการตรวจให้ผู้นำของเข้าทราบเพื่อดำเนินการตามคำสั่งการตรวจต่อไป เช่น

4.1 กรณีมีคำสั่ง “ยกเว้นการตรวจ (Green line)” ผู้นำของเข้าสามารถไปติดต่อเจ้าพนักงานศุลกากรเพื่อนำของออกจากอารักขาได้ทันที

4.2 กรณีมีคำสั่ง “ให้เปิดตรวจ (Red line)” ผู้นำของเข้าต้องติดต่อเจ้าพนักงานศุลกากรเพื่อทำการตรวจสอบของก่อนนำของไปจากอารักขา

4.3 กรณีมีคำสั่ง “ให้พบพนักงานศุลกากรเนื่องจากได้รับยกเว้นใบอนุญาต (Yellow line)” ผู้นำของเข้าต้องติดต่อเจ้าพนักงานศุลกากรเพื่อตรวจสอบเงื่อนไขการได้รับยกเว้นใบอนุญาตก่อนนำของไปจากอารักขา



ภาพที่ 2 ขั้นตอนปฏิบัติพิธีการศุลกากรนำของเข้าทางบก

ที่มา: https://www.customs.go.th วันที่ปรับปรุงล่าสุด : 19 มีนาคม 2563 18:51:13

กรมศุลกากรได้พัฒนานำระบบอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้ในการบริการผ่านพิธีการศุลกากร ซึ่งปัจจุบันเรียกว่าระบบ TCS ผู้ประสงค์จะดำเนินการผ่านพิธีการศุลกากรทางอิเล็กทรอนิกส์ จะต้องทำการลงทะเบียนกับกรมศุลกากร เพื่อบันทึกข้อมูลไว้ในฐานข้อมูลระบบคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร ซึ่งผู้ที่ลงทะเบียนแล้วสามารถเข้าสู่ระบบการผ่านพิธีการศุลกากรทางคอมพิวเตอร์ของตนเองหรือผ่าน Service counter ของเอกชนหรือที่จุดให้บริการของกรมศุลกากร ณ จุดนำเข้า-ส่งออก

การลงทะเบียนกับกรมศุลกากรต้องเตรียมเอกสารดังต่อไปนี้

1. คำร้องขอลงทะเบียนปฏิบัติงานเกี่ยวกับการออกของ (ตามแบบที่กรมศุลกากรกำหนด)

2. บัตรประจำตัวประชาชน

3. สำเนาทะเบียนบ้าน

4. บัตรประจำตัวผู้เสียภาษีอากร หรือหลักฐานการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

5. ประกาศนียบัตรผ่านการอบรมหลักสูตรตัวแทนออกของ จากสถาบันวิทยาการศุลกากร สำนักบริหารทรัพยากรบุคคล กรมศุลกากร จากสมาคมหรือสถาบันที่กรมศุลกากรรับรอง หรือ ประกาศนียบัตรผ่านการอบรมหลักสูตรผู้ชำนาญการศุลกากร จากสถาบันวิทยาการศุลกากร สำนักบริหารทรัพยากรบุคคล กรมศุลกากร

6. หนังสือรับรองการเป็นพนักงาน/ ลูกจ้างของตัวแทนออกของ (ยกเว้นบุคคลที่มีบัตรผ่านพิธีการศุลกากร หรือบัตรผู้ช่วยปฏิบัติพิธีการศุลกากร และได้ผ่านการอบรมและทดสอบจากสถาบันวิทยาการศุลกากรตามประกาศกรมศุลกากรที่ 13/ 2549 ภายในวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2551

7. รูปถ่ายหน้าตรงขนาด 1 นิ้ว จำนวน 1 รูป ซึ่งถ่ายไว้ไม่เกิน 6 เดือน

8. สำเนาเอกสารตามข้อ (2)-(5) อย่างละหนึ่งชุด พร้อมลงลายมือชื่อรับรองความถูกต้อง โดยยื่นคำร้องที่ ส่วนทะเบียนและสิทธิพิเศษ สำนักมาตรฐานพิธีการและราคาศุลกากร กรมศุลกากร หรือยื่นผ่านสำนักงานศุลกากร หรือด่านศุลกากร ทั้งนี้ผู้ลงทะเบียนจะสามารถปฏิบัติงานเกี่ยวกับการออกของได้สามปีนับแต่วันที่ได้รับอนุญาต

ระบบพิธีการนำเข้าทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Import)

เมื่อสินค้ามาถึงประเทศไทย ผู้นำเข้าต้องยื่นใบขนสินค้าและเอกสารที่เกี่ยวข้องสำหรับการนำเข้ากับเจ้าหน้าที่ศุลกากร ณ ท่าที่นำเข้า การส่งมอบสินค้าที่นำเข้าจะได้รับการอนุญาตจากเจ้าหน้าที่ศุลกากร

หลังจากสินค้า มาถึงท่าและได้ชำระภาษีอากรเรียบร้อยแล้ว ผู้นำเข้ามีความรับผิดชอบในการเตรียมสินค้าเพื่อการตรวจสอบ และปล่อยสินค้าออกจากอารักขาของศุลกากร นอกจากนี้ในบางกรณี

ผู้นำเข้ายังต้องขอใบอนุญาตในการนำเข้าสำหรับสินค้า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทสินค้า สินค้าบางรายการต้องได้รับการอนุญาตให้นำเข้าจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก่อนการนำเข้าสินค้า เอกสารที่จำเป็นในการยื่นเพื่อดำเนินพิธีการทางศุลกากรเพื่อนำเข้าประกอบด้วย

1. ใบขนสินค้าขาเข้า หรือเรียกว่า (Import entry declaration)
2. ใบตราส่งสินค้า หรือเรียกว่า (B/ L)
3. บัญชีราคาสินค้า หรือเรียกว่า (Invoice)
4. บัญชีรายละเอียดบรรจุหีบห่อ หรือเรียกว่า (Packing list)
5. ใบอนุญาตหรือหนังสืออนุญาตสำหรับสินค้าควบคุมการนำเข้า หรือเรียกว่า (License)
6. ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า หรือเรียกว่า (Certificate of origin) กรณีขอลดหรือยกเว้นอัตราอากรขาเข้า
7. เอกสารอื่น ๆ เช่น คู่มือ แค็ดตาล็อก เอกสารแสดงส่วนผสม เป็นต้น

ขั้นตอนการปฏิบัติพิธีการนำเข้าสินค้าทางเรือ

ผู้นำเข้าหรือตัวแทนจัดเตรียมข้อมูลใบขนสินค้าเข้าสู่เครื่องคอมพิวเตอร์ของตนเองหรือผ่าน Service Counter และให้ผู้นำเข้าหรือตัวแทนส่งข้อมูลใบขนสินค้ามายังเครื่องคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร ระบบคอมพิวเตอร์กรมศุลกากรจะตรวจสอบข้อมูลกับแฟ้มข้อมูลอ้างอิง การอนุมัติ/อนุญาต เกี่ยวข้องและตรวจสอบบัญชีสินค้าสำหรับเรือโดยอัตโนมัติผ่านระบบคอมพิวเตอร์ การตรวจปล่อยสินค้าจะนำระบบบริหารความเสี่ยง (Risk management) มาใช้ในการสั่งการตรวจตามเงื่อนไขที่หน่วยงานศุลกากรกำหนดไว้ในระบบ Profile เพื่อจัดกลุ่มใบขนสินค้าเป็น 2 กลุ่ม คือ ให้เปิดตรวจ (Red line) หรือให้ยกเว้นการตรวจ (Green line) เมื่อระบบตรวจสอบเสร็จแล้วจะกำหนดเลขที่ใบขนสินค้าและสั่งการตรวจให้อัตโนมัติ พร้อมกับแจ้งตอบกลับไปยัง ผู้ประกอบการทราบผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์และแจ้งโรงพักสินค้าหรือท่าเทียบเรือทราบถึงผลการสั่งการตรวจจากศุลกากร กรณียกเว้นการตรวจ ผู้ประกอบการสามารถติดต่อโรงพักสินค้าหรือท่าเทียบเรือรับมอบสินค้าได้ทันที กรณีให้เปิดตรวจ ผู้ประกอบการสามารถติดต่อโรงพักสินค้าหรือท่าเทียบเรือเพื่อเตรียมของเพื่อตรวจแล้วติดต่อเจ้าหน้าที่ศุลกากรเพื่อตรวจปล่อยสินค้า การชำระและวางเงินประกันค่าภาษีอากร ผู้ประกอบการสามารถเลือกชำระและวางเงินประกันที่สำนักงานศุลกากรหรือชำระและวางเงินประกันผ่านธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ได้

การวางค้ำประกันค่าภาษีอากร ผู้ประกอบการสามารถเลือกวางค้ำประกันที่สำนักงานศุลกากรหรือวางค้ำประกันผ่านธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Guarantee) ได้

การตรวจปล่อยสินค้าขาเข้า เป็นการตรวจ ณ ท่าที่ระบุในบัญชีสินค้าว่ามีชื่อส่งของถึงแต่ผู้ประกอบการสามารถแจ้งความประสงค์ขอขนย้ายสินค้าไปตรวจปล่อยนอกเขตท่าที่นำเข้าได้แต่ต้องแจ้งล่วงหน้าในขั้นตอนจัดเตรียมใบขนสินค้าก่อนส่งมายังระบบคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร

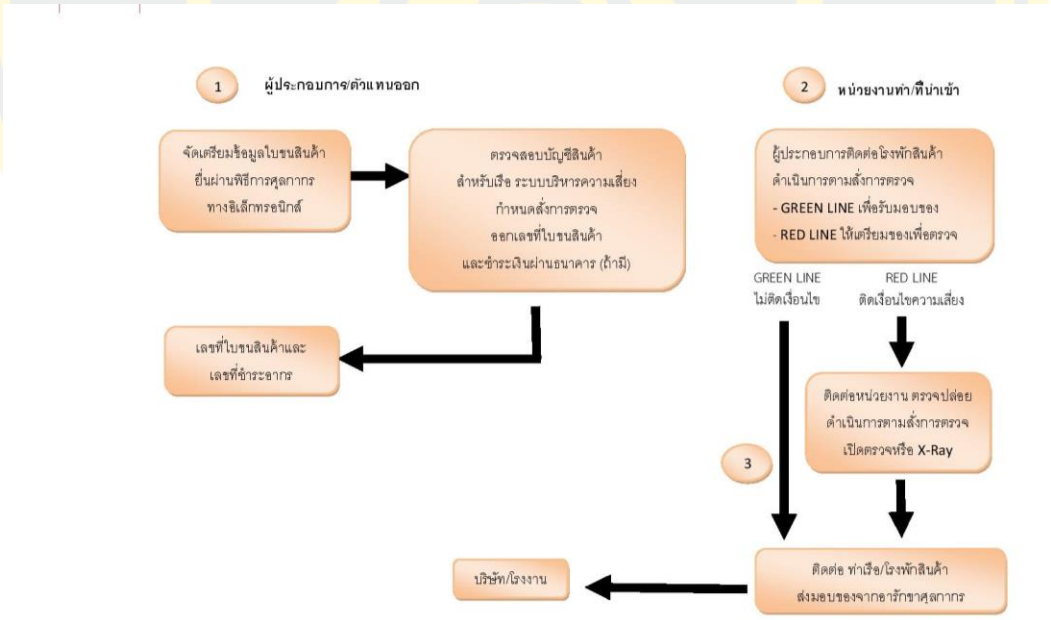
ผู้นำของเข้านำใบขนสินค้าพร้อมใบเสร็จเสียภาษีอากร เอกสาร Deliver order (D/ O) ไปดำเนินการตรวจปล่อยสินค้าในท่าเรือและขนถ่ายสินค้านำเข้ามาที่โกดังหรือโรงงาน หรือบริษัท

ผู้นำเข้าหรือตัวแทนต้องจัดเก็บข้อมูลบัญชีราคาสินค้าในรูปของสื่อคอมพิวเตอร์เป็นเวลาไม่น้อย 6 เดือน เพื่อใช้สำหรับการตรวจสอบใบขนสินค้าหลังการตรวจปล่อย โดยให้สามารถจัดพิมพ์เป็นรายงานเมื่อกรมศุลกากรร้องขอ ดังนี้

Import/ Export invoice list by declaration item

Import/ Export invoice list by invoice item

Import/ Export invoice list



ภาพที่ 3 กระบวนการนำเข้าทางอิเล็กทรอนิกส์

ที่มา: https://www.customs.go.th วันที่ปรับปรุงล่าสุด : 12 มิถุนายน 2560 11:47:27

แนวความคิดเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ทางด้านอากรศุลกากร

สิทธิประโยชน์ด้านภาษีอากรศุลกากรเพื่อการนำเข้า-ส่งออก ที่เป็นนโยบายสำคัญของทุก ๆ รัฐบาลที่มีให้การจะสนับสนุนนักธุรกิจและกิจกรรมของการผลิตนำเข้าและการส่งออกของผู้ประกอบกิจการ ให้มีต้นทุนการผลิตสินค้าที่ต่ำเพื่อเป็นการกำหนดราคาสินค้าที่เหมาะสมกับการแข่งขันในตลาดการค้าระหว่างประเทศได้ โดยมีการแบ่งเป็นประเภทย่อยได้ 6 ประเภท ดังนี้

1. การคืนอากรตามมาตรา 29

การคืนอากรตามมาตรา 29 แห่งพระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2560 การคืนอากรตามมาตรา 29 แห่งพระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2560 เป็นการคืนเงินอากรขาเข้าที่ผู้นำของเข้า (ผู้มีสิทธิขอคืนอากร) ที่ได้ชำระไว้ด้วยเงินสดและ/ หรือ ใช้หนังสือค้ำประกันของธนาคาร หรือระบบ e-Guarantee หรือ หนังสือค้ำประกันของกระทรวงการคลัง วางประกันแทนการชำระอากรขาเข้าด้วยเงินสด สำหรับของที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ เพื่อใช้ผลิต หรือผสม หรือประกอบ หรือบรรจุ หรือดำเนินการด้วยวิธีอื่นใด เป็นของที่ส่งออกไปนอกราชอาณาจักรภายใน 1 ปี นับแต่วันที่นำของเข้ามาในราชอาณาจักร และต้องยื่นขอคืนอากร ภายใน 6 เดือน นับแต่วันที่ส่งของออกไป ทั้งนี้ ของที่นำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อใช้ในการผลิต ผสม ประกอบ บรรจุ หรือดำเนินการด้วยวิธีอื่นใดตามมาตรา 29 หากโอนเข้าไปในคลังสินค้าทัณฑ์บน หรือจำหน่ายให้แก่ผู้มีสิทธิได้รับยกเว้นอากรตามกฎหมายว่าด้วยพิกัดอัตราศุลกากร หรือกฎหมายอื่น เช่น ตามกฎหมายส่งเสริมการลงทุน ตามกฎหมายการนิคมอุตสาหกรรม เป็นต้น ตามนัยข้อกฎหมายถือว่าของนั้นได้ส่งออกตามมาตรา 29 ในเวลาที่โอนหรือจำหน่ายเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการตามมาตรา 29 ที่จะให้ได้รับการคืนอากรสำหรับของที่นำเข้า แม้ไม่ได้ส่งออกนอกราชอาณาจักรซึ่งใช้บังคับเฉพาะกรณีโอนหรือจำหน่ายสินค้าสำเร็จรูป/ กึ่งสำเร็จรูปเท่านั้น ดังนั้นผู้นำของเข้าตามมาตรา 29 สามารถยื่นขอคืนอากรสำหรับของเช่นว่านั้นได้ตามระเบียบที่อธิบดีกำหนด

ของที่ได้รับคืนอากรตามมาตรา 29

1. วัตถุดิบที่เห็นได้ชัดเจนว่ามีอยู่ในของที่ผลิตเพื่อส่งออก เช่น ผ้า กระดุม ซิป ด้าย ในผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูป เม็ดพลาสติก แผ่นพลาสติก ในผลิตภัณฑ์ประเภทพลาสติก เป็นต้น

2. วัตถุดิบที่ใช้การผลิตโดยตรงที่มีอยู่ในของที่ผลิตเพื่อส่งออก แต่ไม่ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน เช่นเคมีภัณฑ์ที่ใช้รักษาสภาพอาหารในผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารกระป๋อง เคมีภัณฑ์ชนิดสเปรย์ที่ใช้ฉีดคอเสื้อให้แข็งในผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูป ตัวทำละลาย (Solvent) ที่ใช้ผสมกาวในผลิตภัณฑ์ประเภทเซโลเฟน (Cellophane) น้ำยากันสนิมในผลิตภัณฑ์ประเภทวงจรไฟฟ้า (I.C.) เป็นต้น

3. วัตถุดิบจำเป็นที่ใช้ในการผลิต เช่น เคมีภัณฑ์ที่ทำให้เส้นด้ายเหนียว หรือ (Sizing material) เคมีภัณฑ์ที่ใช้ในซักฟอก หรือ (Bleaching agent) ในผลิตภัณฑ์ประเภท สิ่งทอ กระดาษทราย ผงขัด น้ำยาขัดเงาสักหลาด น้ำยาผสมที่ใช้ในการขัด สิ่งที่ใช้ในการขัดต่าง ๆ ชอล์ค กระดาษคาร์บอน และแบบ หรือ (Pattern) เป็นต้น

ของที่ไม่ได้รับคืนอากรตามมาตรา 29

1. เครื่องจักร เครื่องมือเครื่องใช้ที่มีลักษณะคงทนใช้ซ้ำได้ เช่น แม่พิมพ์ หรือ (Mold) เครื่องใช้ในการผลิตชนิดต่าง ๆ เช่น ลูกกลิ้งบดแร่ต่าง ๆ หรือ (Grinding ball) ที่ใช้ในการบดแร่ เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทำจากทังสเตนคาร์ไบด์ หรือ (Tungsten carbide) ที่ใช้ในการผลิตนาฬิกา เป็นต้น

2. เชื้อเพลิงที่ใช้ในการผลิต และผลิตภัณฑ์หล่อลื่นเพื่อใช้สำหรับเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต เช่น ไม้ฟืน น้ำมัน ถ่านหิน แก๊ส และน้ำมันหล่อลื่น เป็นต้น

ข้อกฎหมาย

มาตรา 29, มาตรา 30 และ มาตรา 31 แห่งพระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2560

ขั้นตอนการขอคืนอากรวัตถุดิบที่นำเข้ามาผลิตเพื่อการส่งออกตามมาตรา 29

1. ผู้นำของเข้า ขออนุมัติหลักการคืนอากรตามมาตรา 29 และขอเลขทะเบียนสิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร

2. ผู้ส่งออก จะต้องขอเลขทะเบียนสิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร สำหรับการคืนอากรตามมาตรา 29

3. การนำของเข้า

4. การยื่นสูตรการผลิต

5. การยื่นตารางโอนสิทธิ์

6. การส่งของออก

7. การยื่นคำร้องขอคืนอากร

8. การชำระค่าภาษีอากรวัตถุดิบคงเหลือ

2. คลังสินค้าทัณฑ์บน

คลังสินค้าทัณฑ์บนคือ พื้นที่ที่ได้รับอนุญาตให้จัดตั้งเป็นคลังสินค้าทัณฑ์บนตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากรเพื่อใช้สำหรับเก็บของ หรือแสดงและขายของที่เก็บ หรือผลิต ผสม ประกอบ บรรจุ หรือดำเนินการด้วยวิธีอื่นใดกับของที่เก็บในคลังสินค้าทัณฑ์บน

ประเภทของคลังสินค้าทัณฑ์บน

2.1 คลังสินค้าทัณฑ์บนเพื่อเก็บของในคลังสินค้าทัณฑ์บน

2.1.1 คลังสินค้าทัณฑ์บนทั่วไป

2.1.2 คลังสินค้าทัณฑ์บนสำหรับเก็บก๊าซปิโตรเลียมเหลว

2.1.3 คลังสินค้าทัณฑ์บนสำหรับอู่ซ่อมหรือสร้างเรือ

2.1.4 คลังสินค้าทัณฑ์บนสำหรับเก็บน้ำมัน

2.2 คลังสินค้าทัณฑ์บนเพื่อแสดงและขายของที่เก็บในคลังสินค้าทัณฑ์บน

2.2.1 คลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทร้านค้าปลอดอากร

2.2.2 คลังสินค้าทัณฑ์บนสำหรับจัดแสดงหรือนิทรรศการ

2.2.3คลังสินค้าทัณฑ์บนเพื่อกิจการจำหน่ายสินค้าปลอดอากรบนเที่ยวบิน

3. คลังสินค้าทัณฑ์บนเพื่อผลิต ผสม ประกอบ บรรจุ หรือดำเนินการด้วยวิธีอื่นใดกับของที่เก็บในคลังสินค้าทัณฑ์บน

3.1 คลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทโรงผลิตสินค้า

3.2 คลังเสบียงทัณฑ์บน

สิทธิประโยชน์คลังสินค้าทัณฑ์บน

ยกเว้นการเก็บอากรขาเข้าและอากรขาออก แก่ของที่ปล่อยออกไปจากคลังสินค้าทัณฑ์บนเพื่อส่งออกนอกราชอาณาจักร ทั้งนี้ ไม่ว่าจะปล่อยออกไปในสภาพเดิมที่นำเข้า หรือในสภาพอื่น แต่ไม่รวมถึงการนำของในราชอาณาจักรที่ต้องเสียอากรขาออกเข้าไปในคลังสินค้าทัณฑ์บนและได้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักรในสภาพเดิม ยกเว้นการเก็บอากรขาเข้าและอากรขาออก แก่ของที่ปล่อยออกไปจากคลังสินค้าทัณฑ์บน หากเป็นการโอนเข้าไปในคลังสินค้าทัณฑ์บนอื่น หรือจำหน่ายให้แก่ผู้นำของเข้า ตามมาตรา 29 หรือ ผู้มีสิทธิได้รับยกเว้นอากรตามกฎหมายว่าด้วยพิกัดอัตราศุลกากรหรือกฎหมายอื่น ให้ถือว่าเป็นการส่งออกไปนอกราชอาณาจักร ในเวลาที่ปล่อยของนั้นออกไปจากคลังสินค้าทัณฑ์บน และการรับของที่ได้โอนหรือจำหน่ายดังกล่าว ให้ถือว่าเป็นการนำเข้ามาในราชอาณาจักร หรือนำเข้าสำเร็จในเวลาที่ปล่อยของนั้นออกไปจากคลังสินค้าทัณฑ์บน

คลังสินค้าทัณฑ์บนที่กรมศุลกากรประกาศกำหนดให้มีการจัดตั้งเพื่อขอรับสิทธิประโยชน์ด้านภาษีอากรมี 9 ประเภท ดังนี้

1. คลังสินค้าทัณฑ์บนทั่วไป
2. คลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทโรงผลิตสินค้า
3. คลังสินค้าทัณฑ์บนสำหรับจัดแสดงหรือนิทรรศการ
4. คลังสินค้าทัณฑ์บนสำหรับเก็บน้ำมัน

5. คลังสินค้าทัณฑ์บนสำหรับอู่ซ่อมหรือสร้างเรือ

6. คลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทร้านค้าปลอดอากร

7. คลังสินค้าทัณฑ์บนเพื่อกิจการจำหน่ายสินค้าปลอดอากรบนเที่ยวบิน

8. คลังเสบียงทัณฑ์บน

9. คลังสินค้าทัณฑ์บนสำหรับเก็บก๊าซปิโตรเลียมเหลว

รายละเอียดเอกสารที่เกี่ยวข้อง

1. ประกาศกรมศุลกากร ที่ 122/ 2561 เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับคลังสินค้าทัณฑ์บนทั่วไป

2. ประกาศกรมศุลกากร ที่ 127/ 2561 เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับคลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทโรงผลิตสินค้า

3. ประกาศกรมศุลกากร ที่ 125/ 2561 เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับคลังสินค้าทัณฑ์บนสำหรับจัดแสดงหรือนิทรรศการ

4. ประกาศกรมศุลกากร ที่ 156/ 2562 เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับคลังสินค้าทัณฑ์บนสำหรับเก็บน้ำมัน

5. ประกาศกรมศุลกากร ที่ 124/ 2561 เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับคลังสินค้าทัณฑ์บนสำหรับอู่ซ่อมหรือสร้างเรือ

6. ประกาศกรมศุลกากรที่ 44/ 2561 เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับคลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทร้านค้าปลอดอากร

7. ประกาศกรมศุลกากร ที่ 126/ 2561 เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับคลังสินค้าทัณฑ์บนเพื่อกิจการจำหน่ายสินค้าปลอดอากรบนเที่ยวบิน

8. ประกาศกรมศุลกากร ที่ 128/ 2561 เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับคลังเสบียงทัณฑ์บน

9. ประกาศกรมศุลกากร ที่ 123/ 2561 เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับคลังสินค้าทัณฑ์บนสำหรับเก็บก๊าซปิโตรเลียมเหลว

3. เขตปลอดอากร

เขตปลอดอากร คือ เขตพื้นที่ที่กำหนดไว้ เพื่อประโยชน์ทางอากรศุลกากรในการประกอบอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม หรือกิจการอื่นที่เป็นประโยชน์แก่การเศรษฐกิจของประเทศ โดยผู้ที่ประสงค์จะจัดตั้งเขตปลอดอากรต้องได้รับใบอนุญาตจากอธิบดี ผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการในเขตปลอดอากร คือ ผู้ที่ได้รับอนุญาตจากอธิบดีให้ประกอบอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม หรือกิจการอื่นใดที่เป็นประโยชน์แก่การเศรษฐกิจของประเทศในเขตปลอดอากร

สิทธิประโยชน์ในเขตปลอดอากร

1. ได้รับยกเว้นอากรขาเข้า สำหรับของที่นำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อเข้าไปในเขตปลอดอากรในกรณี ดังนี้

1.1 เครื่องจักร อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ รวมทั้งส่วนประกอบแห่งของดังกล่าวที่จำเป็นต่อการประกอบกิจการ โดยให้รวมถึงของที่ใช้ในการสร้าง ประกอบหรือติดตั้งโรงงานหรืออาคารในเขตปลอดอากร

1.2 ของที่นำเข้ามาเพื่อใช้ในการประกอบอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม หรือกิจการอื่นใด ที่เป็นประโยชน์แก่การเศรษฐกิจของประเทศ หรือ

1.3 ของที่ปล่อยออกมาจากเขตปลอดอากรอื่น

2. ได้รับยกเว้นอากรขาออก สำหรับของที่ปล่อยออกไปจากเขตปลอดอากรเพื่อส่งออกไปนอกราชอาณาจักร

3. ในกรณีที่มีกฎหมายบัญญัติให้ของใดได้รับยกเว้นหรือคืนอากรเมื่อส่งออกไปนอกราชอาณาจักร หากนำของนั้นเข้าไปในเขตปลอดอากร ให้ได้รับยกเว้นหรือคืนอากร โดยให้ถือว่าของนั้นได้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักรในเวลาที่ได้นำของนั้นเข้าไปในเขตปลอดอากร

4. ได้รับการยกเว้นไม่อยู่ภายใต้บังคับของกฎหมายในส่วนที่เกี่ยวกับการควบคุมการนำเข้ามาในราชอาณาจักร การส่งออกไปนอกราชอาณาจักร การครอบครองหรือการใช้ประโยชน์ซึ่งของที่นำเข้ามาในราชอาณาจักร หรือวัตถุดิบภายในราชอาณาจักร ซึ่งนำเข้าไปในเขตปลอดอากรเพื่อผลิต ผสม ประกอบ บรรจุ หรือดำเนินการด้วยวิธีอื่นใดกับของนั้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งออกไปนอกราชอาณาจักร สำหรับผู้ประกอบกิจการในเขตปลอดอากรในพื้นที่ต่อไปนี้

4.1 เขตปลอดอากร ณ สนามบินดอนเมือง สนามบินสุวรรณภูมิ และสนามบินอู่ตะเภา

4.2 เขตปลอดอากรที่จัดตั้งในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ

4.3 เขตปลอดอากรที่จัดตั้งในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

4. เขตประกอบการเสรี

เขตประกอบการเสรี (Free trade zone) หลักการทั่วไป พระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ได้มีการจัดตั้ง การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยขึ้นเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรมมีชื่อย่อว่า “กนอ.” มีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งหลายประการ โดยเริ่มจากการจัดหาที่ดินที่เหมาะสมเพื่อจัดตั้ง หรือขยายนิคมอุตสาหกรรม หรือเพื่อดำเนินธุรกิจอื่นที่จะเป็นประโยชน์ ดำเนินการปรับปรุงที่ดินเพื่อให้บริการ ตลอดจนจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน รวมทั้งสาธารณูปโภคต่าง ๆ ให้แก่ผู้ประกอบกิจการอุตสาหกรรมในเขตนิคมอุตสาหกรรม โดยพื้นที่เขตนิคมอุตสาหกรรมแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. พื้นที่เขตอุตสาหกรรมทั่วไป อันเป็นเขตพื้นที่ที่กำหนดไว้สำหรับการประกอบอุตสาหกรรมและกิจการอื่นที่เป็นประโยชน์หรือเกี่ยวเนื่องกับการประกอบอุตสาหกรรม

2. พื้นที่เขตประกอบการเสรี (เขตอุตสาหกรรมส่งออกเดิม) อันเป็นเขตพื้นที่ที่กำหนดไว้สำหรับ การประกอบอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม หรือกิจการอื่นที่เกี่ยวเนื่องกับการประกอบอุตสาหกรรมหรือ พาณิชยกรรม เพื่อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ การรักษาความมั่นคงของรัฐ สวัสดิภาพของประชาชน การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม หรือความจำเป็นอื่นตามที่คณะกรรมการกำหนด โดยของที่เข้าไปในเขตดังกล่าวจะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร และค่าธรรมเนียมเพิ่มขึ้นตามที่กฎหมายบัญญัติ

ในปัจจุบันเขตประกอบการเสรี ที่มีสำนักงานศุลกากรตั้งอยู่มีจำนวน 12 แห่ง ได้แก่

1. นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง (กรุงเทพฯ)
2. นิคมอุตสาหกรรมบางปู (สมุทรปราการ)
3. นิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ (ลำพูน)
4. นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง (ชลบุรี)
5. นิคมอุตสาหกรรมเหมราช (ชลบุรี)
6. นิคมอุตสาหกรรมบ้านหว้า (อยุธยา)
7. นิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน (อยุธยา)
8. นิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ซิตี้ (ฉะเชิงเทรา)
9. นิคมอุตสาหกรรมส่งออกภาคใต้ (สงขลา)
10. นิคมอุตสาหกรรมพิจิตร (พิจิตร)
11. นิคมอุตสาหกรรมอัญธานี (กรุงเทพฯ)
12. นิคมอุตสาหกรรมทีเอฟดี (ฉะเชิงเทรา)

เพื่อการส่งเสริมการส่งออกแก่ผู้ประกอบการทั้งในเขตอุตสาหกรรมทั่วไป และเขตประกอบการเสรี การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยได้ให้สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีอากรแก่ผู้ประกอบการในเขตประกอบการเสรี และเขตอุตสาหกรรมทั่วไปของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย โดยกรมศุลกากรจะเป็นผู้กำหนดระเบียบปฏิบัติสำหรับการปฏิบัติในเขตประกอบการเสรีตามบทบาทหน้าที่ในการควบคุมดูแล และรับผิดชอบในเรื่องภาษีอากรของรัฐ

กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับเขตประกอบการเสรี

1. พระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522
2. พระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2539
3. พระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2550

4. ประกาศการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยที่ 63/ 2551 เรื่อง แบบคำขอ แบบใบรับรอง แบบรายงาน และหนังสือรับรองการขอรับสิทธิประโยชน์

5. ประกาศการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยที่ 96/ 2551 เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการยกเว้นค่าธรรมเนียมพิเศษตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการลงทุนอากรขาเข้า ภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีสรรพสามิต สำหรับของเพื่อใช้ในการผลิตสินค้า หรือเพื่อพาณิชยกรรมในเขตประกอบการเสรี

6. ประกาศกรมศุลกากรที่ 43/ 2551 เรื่อง หลักเกณฑ์และพิธีการสำหรับเขตประกอบการเสรีตามกฎหมายว่าด้วยการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

พิธีการศุลกากรที่ควรทราบสำหรับผู้ประกอบการในเขตประกอบการเสรี

พิธีการศุลกากรในเขตประกอบการเสรี (เขตอุตสาหกรรมส่งออกเดิม)

1. ผู้ประกอบการยื่นใบขนสินค้าขาเข้าเพื่อนำของเข้าไปในเขตประกอบการเสรี โดยต้องมีหนังสือรับรองจากการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) ว่าเป็นผู้ประกอบการในเขตประกอบการเสรีแนบมาด้วย ส่วนกรณีเป็นการนำเข้าตามมาตรา 48 แห่ง พ.ร.บ.การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ต้องมีหนังสือยกเว้นอากรจากการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยเพิ่มเติมด้วย

2. ผู้นำของเข้าซึ่งการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยมีหนังสือรับรองว่าเป็นผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นผู้ดำเนินการขนย้ายสินค้า จะต้องทำหนังสือสัญญาประกันไว้กับกรมศุลกากรตามแบบที่กำหนด และการขนส่งต้องไปตาม เส้นทางที่กรมศุลกากรกำหนดด้วย

2. พิธีการศุลกากรในเขตอุตสาหกรรมทั่วไป

ถ้าผู้ประกอบการในเขตอุตสาหกรรมทั่วไปประสงค์จะปฏิบัติพิธีการ ณ สำนักงานศุลกากรประจำนิคมอุตสาหกรรมให้ปฏิบัติเช่นเดียวกับพิธีการศุลกากรในเขตประกอบการเสรี โดยมีหลักฐานแสดงว่าเป็นผู้ประกอบการเขตอุตสาหกรรมทั่วไปของการนิคมอุตสาหกรรม มาแสดงต่อเจ้าหน้าที่ด้วย

3. ความรับผิดชอบในการขนส่งออกจากท่าหรือที่นำเข้ามายังนิคมอุตสาหกรรม

ผู้นำของเข้าจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบหากเกิดความเสียหายต่อค่าภาษีอากร ค่าภาระติดพันหรือความเสียหายอื่นใดตามที่ได้ทำสัญญาประกันไว้ต่อกรมศุลกากร

4. การนำของออกจากเขตประกอบการเสรีเพื่อใช้หรือจำหน่ายในประเทศ

4.1 ผู้ประกอบการสามารถนำของออกจากเขตประกอบการเสรี เพื่อใช้หรือจำหน่ายในประเทศได้ โดยผู้มีภาระหน้าที่ในการชำระค่าภาษีอากรต้องยื่นใบขนสินค้าขาเข้า และหนังสือ

อนุญาตการนำของออกจากเขตประกอบการเสรี เพื่อใช้หรือจำหน่ายในประเทศของ กนอ. ต่อสำนักงานศุลกากรประจำนิคมฯ

4.2 สำหรับบัญชีราคาสินค้า ให้สำแดงราคาซื้อขายเป็นเงินบาท โดยกรมศุลกากรจะดำเนินการกับใบขนสินค้าขาเข้าเสมือนหนึ่งการนำของเข้าจากต่างประเทศ และของนั้นจะต้องเสียค่าธรรมเนียมพิเศษตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการลงทุน อากรขาเข้า และภาษีสรรพสามิต ภาษีเพื่อมหาดไทย และภาษีมูลค่าเพิ่มตามสภาพ ราคา และอัตราภาษีอากรที่เป็นอยู่ในวันที่นำของออกจากเขตประกอบการเสรี โดยถือเสมือนว่าได้นำเข้ามาในราชอาณาจักรในวันที่นำออกจากเขตประกอบการเสรี

4.3 ราคาพึงประเมินหรือราคาที่ใช้เป็นเกณฑ์คำนวณค่าภาษีอากร สำหรับของที่นำออกจากเขตประกอบการเสรีเพื่อใช้หรือจำหน่ายในราชอาณาจักรนั้น ให้ใช้ราคาศุลกากร ตามมาตรา 2 แห่ง พ.ร.บ.ศุลกากร พ.ศ. 2469

5. การนำของออกจากเขตประกอบการเสรีเพื่อการอื่นเป็นการชั่วคราว

5.1 ผู้ประกอบการสามารถนำของในเขตประกอบการเสรีออกจากเขตประกอบการเสรีเป็นการชั่วคราว เพื่อซ่อมแซม ดัดแปลง ปรับปรุง หรือเพื่อการอื่นตามความจำเป็น ได้โดยยื่นคำร้องต่อสำนักงานศุลกากรประจำนิคมอุตสาหกรรมและทำสัญญาประกันต่อกรมศุลกากรตามแบบที่กำหนด ทั้งนี้ เงินประกันตามสัญญาประกันจะต้องให้คุ้มค่าภาษีอากร ของตามรายการในคำร้องโดยบวกเพิ่มอีกร้อยละ 20

5.2 กรณีผู้ประกอบการไม่สามารถนำของที่นำออกไปจากเขตประกอบการเสรี กลับเข้าไปในเขตประกอบการเสรี ตามคำรับรองที่ให้ไว้ ผู้ประกอบการนั้นสามารถยื่นคำร้องขอขยายระยะเวลานำของกลับเข้ามาในเขตประกอบการเสรีได้เพียงครั้งเดียว และมีระยะเวลาไม่เกินกว่าที่ขอนำของออกไปในครั้งก่อนเว้นแต่มีเหตุจำเป็นอันสมควรก็ให้ขยายระยะเวลาเกินกว่า 1 ครั้ง

5.3 ถ้าผู้ประกอบการรายใดไม่ปฏิบัติตามคำรับรองที่ให้ไว้ ผู้ประกอบการรายนั้นต้องชำระค่าภาษีอากรพร้อมเงินเพิ่มร้อยละ 1 ต่อเดือน นับจากวันที่นำของออกจนถึงวันที่นำเงินมาชำระให้เสร็จสิ้นภายใน 15 วัน นับแต่วันที่ครบกำหนด

6. การนำสินค้าในราชอาณาจักรเข้าไปในเขตประกอบการเสรี

ผู้ประกอบการสามารถการนำสินค้าในราชอาณาจักรเข้าไปในเขตประกอบการเสรี ได้โดยยื่นคำร้องขอนำสินค้าในราชอาณาจักรเข้าไปในเขตประกอบการเสรี (กศก.122) ต่อเจ้าหน้าที่ศุลกากรประจำนิคมอุตสาหกรรม

7. ของที่นำเข้าเขตประกอบการเสรีเพื่อซ่อมและนำกลับออกไปโดยยกเว้นอากรตาม พ.ร.บ. พิกัดอัตราศุลกากร พ.ศ. 2530 ภาค 4 ประเภท 2

จะต้องเป็นของที่นำเข้ามาในราชอาณาจักรโดยชำระภาษีอากรครบถ้วนแล้ว และจะต้องได้รับอนุญาตจากการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) ด้วย

8. ของที่นำเข้าเขตประกอบการเสรี และนำกลับเข้ามาในราชอาณาจักรโดยได้รับยกเว้นอากร

ของในราชอาณาจักรหรือของจากต่างประเทศที่นำเข้ามาในราชอาณาจักรและได้ชำระอากรแล้ว หากนำเข้าในเขตประกอบการเสรี และภายหลังนำออกจากเขตประกอบการเสรีกลับเข้ามาใช้ในราชอาณาจักร โดยไม่เปลี่ยนแปลงลักษณะหรือรูปร่างแต่อย่างใด จะได้รับการยกเว้นอากร ทั้งนี้จะต้องมีหนังสืออนุญาตจากการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยมาแสดงด้วย

5. การชดเชยค่าภาษีอากร

การชดเชยค่าภาษีอากรสำหรับสินค้าส่งออกที่ผลิตในราชอาณาจักร

คำจำกัดความที่สำคัญในการชดเชยค่าภาษีอากร

คำว่า “สินค้า” หมายถึง สินค้าที่ผลิตในราชอาณาจักร

คำว่า “ผลิต” หมายถึง ประกอบ แปรรูป แปรสภาพ หรือทำการอย่างใดอย่างหนึ่งให้มีขึ้น ซึ่งสินค้าไม่ว่าด้วยวิธีใด ๆ

คำว่า “เงินชดเชย” หมายถึง เงินที่จะจ่ายชดเชยค่าภาษีอากรซึ่งมีอยู่ในต้นทุนการผลิตสินค้าส่งออกให้แก่ผู้มีสิทธิได้รับเงินชดเชยในรูปของบัตรภาษีตามพระราชบัญญัติชดเชยค่าภาษีอากรสินค้าส่งออกที่ผลิตในราชอาณาจักร พ.ศ. 2524

คำว่า “อัตราเงินชดเชยค่าภาษีอากร” หมายถึง อัตราเงินชดเชยสำหรับชนิดและประเภทสินค้าที่จะได้รับเงินชดเชยค่าภาษีอากรตามที่คณะกรรมการพิจารณาชดเชยค่าภาษีอากรสินค้าส่งออกที่ผลิตในราชอาณาจักรได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา

คำว่า “การส่งสินค้าออก” หมายถึง การส่งของออกตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากร รวมถึงการขายสินค้าภายในประเทศให้แก่ส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจตามโครงการเงินกู้หรือเงินช่วยเหลือจากต่างประเทศ และการขายสินค้าให้แก่องค์การระหว่างประเทศหรือหน่วยงานที่มีสิทธินำสินค้าเข้ามาในราชอาณาจักรโดยได้รับการยกเว้นอากรตามกฎหมายว่าด้วยพิกัดอัตราศุลกากร

ผู้ไม่มีสิทธิได้รับเงินชดเชยค่าภาษีอากร

ผู้ไม่มีสิทธิได้รับเงินชดเชยค่าภาษีอากร ได้แก่ผู้ส่งออกที่ได้ใช้สิทธิขอคืนหรือยกเว้นหรือลดหย่อนอากรขาเข้าสำหรับของที่ส่งออกที่ใช้สิทธิประโยชน์ ดังต่อไปนี้

1. การขอคืนอากรตามมาตรา 29 ตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากร

2. การยกเว้นอากรขาเข้าแก่ของที่ปล่อยออกไปจากคลังสินค้าทัณฑ์บน ประเภทโรงผลิตสินค้าเพื่อส่งออกไปนอกราชอาณาจักร ตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากร

3. การยกเว้นอากรขาเข้าเกี่ยวกับเขตประกอบการเสรี ตามกฎหมาย ว่าด้วยการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

4. การยกเว้นหรือลดหย่อนอากรขาเข้าที่ไม่ใช่เครื่องจักร ตามกฎหมายว่าด้วยส่งเสริมการลงทุน

5. การยกเว้นอากรขาเข้าเกี่ยวกับเขตปลอดอากรตามหมวด 6 ตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากร

ชนิดสินค้าที่ไม่ได้รับเงินชดเชย

สินค้าส่งออกที่ไม่ได้รับเงินชดเชย ได้แก่สินค้าส่งออกดังต่อไปนี้

1. สินค้าที่ไม่ได้ผลิตในราชอาณาจักรที่กำหนด

2. แร่ ตามกฎหมายว่าด้วยแร่ต่าง ๆ

3. สินค้าที่ต้องเสียอากรหรือค่าธรรมเนียมเมื่อส่งออกตามศุลกากร

4. สินค้าที่คณะกรรมการฯกำหนดไม่ให้ได้รับเงินชดเชย ดังนี้

5. ประกาศคณะกรรมการพิจารณาชดเชยค่าภาษีอากรสินค้าส่งออกที่ผลิตในราชอาณาจักรที่ 3/ 2527 ตามประกาศศุลกากรได้แก่ผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยไม้สัก ไม้มะค่าโมง ไม้พยุง ชิงชัง ไม้ประดู่ ขะเจ๊าะ (สาธร) และ มะเกลือ ที่ไม่เหมาะจะนำไปแปรรูปเป็นอย่างอื่น

6. ประกาศคณะกรรมการพิจารณาชดเชยค่าภาษีอากรสินค้าส่งออกที่ผลิตในราชอาณาจักรที่ 1/ 2535 ได้แก่

- ข้าวเจ้า ข้าวเหนียว ข้าวแข็ง ไม่ว่าจะเป็นข้าวเปลือก ข้าวขาว ข้าวกล้อง ข้าวนึ่ง ข้าวอบแห้ง ปลายข้าว หรือรำ
- ข้าวฟ่าง ข้าวสาลี
- ข้าวโพด ไม่ว่าเป็นฝักหรือเมล็ด อบ บด ตาก ทำให้เป็นซีกหรือชิ้น แต่ไม่รวมถึงแป้งข้าวโพด หรือข้าวโพด ที่ผ่านกรรมวิธีเพื่อทำเป็นอาหารนอกจากอาหารสัตว์ (ไม่รวมฝักข้าวโพดอ่อนที่เป็นฝัก)
- หนังสัตว์ที่ยังไม่ได้ฟอก รวมทั้งเศษตัด และเศษ
- ยางของต้นยางตระกูลฮีเวีย ไม่ว่าจะเป็นยางแผ่น ยางแท่ง เศษยาง ยางก้อน น้ำยาง หรือขี้ยางจากต้นยาง ยางปนดิน หรือปนเปลือกต้นยาง รวมทั้งยางในลักษณะอื่นซึ่งยังอยู่ในสภาพวัตถุดิบ
- รัง ไหม เส้นไหมดิบที่ยังมิได้ตีเกลียว และเส้นด้ายที่ทำด้วยไหม ขี้ไหม หรือเศษไหม

- ถั่วทุกชนิด ไม่ว่ากะเทาะเปลือก หรือทั้งเปลือก บด ทำให้เป็นซีกหรือชิ้น รวมทั้งกากถั่ว แต่ไม่รวมถึง แป้งถั่ว หรือถั่วที่ผ่านกรรมวิธีเพื่อทำเป็นอาหารนอกจากอาหารสัตว์ (ไม่รวมถึงถั่วฝักยาวที่เป็นฝัก)
- เมล็ดละหุ่ง
- ปอทุกชนิดรวมทั้งเศษปอ ไม่ว่าดิบหรือผ่านกรรมวิธีใด ๆ แล้ว รวมทั้งปอที่เป็นเส้นใย แต่ไม่รวมถึงปอที่ปั่นเป็นเส้นหรือวัตถุประดิษฐ์อื่นจากปอ
- ครั่งดิบ ครั่งเม็ด
- มันสำปะหลัง ไม่ว่าเป็นหัว หรือจัดทำเป็นผง แป้ง เส้น ก้อน แท่ง ฝอย ชิ้น เม็ด หรือจัดทำในลักษณะอื่น รวมทั้งกากมันสำปะหลัง
- น้ำตาลทราย น้ำตาลทรายดิบ หรือน้ำตาลดิบ
- กากน้ำตาล กากมะพร้าว
- ฝ้าย นุ่น งิ้ว ง้าว ไม่ว่าทั้งลูก กะเทาะเปลือกหรือแยกส่วนแล้ว รวมทั้งเมล็ด แต่ไม่รวมถึงปุยฝ้ายที่แยกเมล็ดออกแล้ว
- สัตว์ทุกชนิดที่มิใช่สัตว์น้ำและสัตว์ปีก รวมทั้งวัตถุพลอยได้จากสัตว์
- สัตว์น้ำที่มีชีวิต
- ทองคำ แพลทินัม ทองขาว เงิน นาค โลหะเจือของวัตถุดังกล่าว รวมทั้งสิ่งทำเทียมวัตถุหรือสินค้าดังกล่าวด้วย แต่ไม่รวมถึงสินค้าที่เป็นสิ่งที่ใช้ประดับกายหรือประดับเครื่องแต่งกาย

ขั้นตอนการขอชดเชยค่าภาษีอากร

ก่อนการส่งออกผู้ประสงค์จะขอใช้สิทธิในการขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากรสินค้าส่งออกที่ผลิตในราชอาณาจักรสำหรับการผ่านพิธีการศุลกากรทางอิเล็กทรอนิกส์แบบไร้เอกสาร ให้ปฏิบัติดังนี้

1. ให้ทำการลงทะเบียนเป็นผู้ผ่านพิธีการศุลกากรทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยลงทะเบียนเป็นผู้ประสงค์ยื่นคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากร ตามแบบคำร้องมอบอำนาจกระทำการแทนในการขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากรสำหรับสินค้าส่งออก ณ ฝ่ายทะเบียนและสิทธิพิเศษ กลุ่มงานมาตรฐานพิธีการและราคาศุลกากร หรือฝ่ายบริหารทั่วไปสำนัก/ สำนักงานศุลกากร หรือด่านศุลกากร

2. ให้ผู้ส่งของออกที่ใช้สิทธิขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากรสินค้าส่งออก จัดทำข้อมูลใบขนสินค้าขาออกตามมาตรฐานที่ศุลกากรกำหนดแล้วส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์เข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากร

- ในส่วนรายละเอียดของใบขนสินค้าขาออกแต่ละรายการ (Export declaration detail) ในช่องการใช้สิทธิชดเชยอากร (Compensation) ต้องมีค่าเท่ากับ Y เท่านั้น

- ในส่วนรายละเอียดของใบขนสินค้าขาออกแต่ละรายการ (Export declaration detail) ในช่องการใช้สิทธิพิเศษ (Privilege code) ให้ระบุค่าเป็น “ 003 “

- ในส่วนรายละเอียดของใบขนสินค้าขาออกแต่ละรายการ (Export declaration detail) ในช่องอัตราอากรขาออก (Export tariff) ให้ระบุค่าเป็น “ 9 PART 3 “

- ในส่วนรายละเอียดของใบขนสินค้าขาออกแต่ละรายการ (Export declaration detail) ในช่องพิกัดศุลกากร (Tariff code) ให้บันทึกพิกัดศุลกากรให้ตรงกับชนิดของของที่ส่งออก

การยื่นขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากร

การยื่นชุดคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากรสินค้าส่งออกที่ผลิตในราชอาณาจักร ให้ยื่นที่ฝ่ายชดเชยอากร ส่วนชดเชยค่าภาษีอากร สำนักสิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร สำหรับกรณีเป็นผู้ขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากรที่ยื่นชุดคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากรเป็นครั้งแรก ให้ยื่นหนังสือรับรองการจดทะเบียน นิติบุคคล กระทรวงพาณิชย์ และใบประกอบกิจการโรงงานที่ฝ่ายชดเชยอากร ก่อนยื่นชุดคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากร และหากมีการเปลี่ยนแปลงในรายละเอียดของเอกสารดังกล่าวให้แจ้งการเปลี่ยนแปลงพร้อมทั้งยื่นเอกสารหลักฐานทุกครั้ง

1. กรณีผู้ส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากร ให้ยื่นคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากรสำหรับสินค้าส่งออก ตามแบบ กศก. 20/ 1 ภายใน 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ส่งออกถึงวันที่ยื่นคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากร พร้อมเอกสารประกอบดังนี้

1.1 แบบแสดงรายละเอียดของสินค้าที่ได้ส่งออกและขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากรตามแบบ กศก. 20/ 1 ก ที่ลงลายมือชื่อและประทับตราบริษัท ห้าง ร้าน (ถ้ามี) โดยผู้มีอำนาจยื่นคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากร ทั้งนี้ แบบแสดงรายละเอียดของสินค้าตามแบบ กศก. 20/1 ก ให้มีจำนวนใบขนสินค้าขาออกไม่เกิน 10 ใบขนฯ และไม่เกิน 100 รายการต่อหนึ่งชุดคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากร (กรณีใบขนฯ ฉบับใดมีมากกว่า 100 รายการ ให้ถือว่าชุดคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากรนั้นเป็นหนึ่งชุดคำขอฯ)

1.2 บัญชีราคาสินค้า (Invoice)

1.3 เอกสารหลักฐานแสดงการรับชำระเงินค่าขายสินค้าส่งออก สำเนาใบเข้าบัญชี (Credit note/ Credit advice) หรือเอกสารหลักฐานการโอนเงินอื่น ๆ ที่ระบุว่าได้มีการนำเงินตราต่างประเทศหรือสกุลเงินบาท เป็นค่าขายสินค้าที่ส่งออก ส่งมาจากต่างประเทศตามใบขนสินค้าขาออกเข้าบัญชี ซึ่งออกโดยธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันการเงินที่ได้รับการรับรองจากธนาคารแห่งประเทศไทยให้ทำหน้าที่เหมือนธนาคารพาณิชย์ และเป็นสถาบันการเงินที่ได้รับชำระเงินค่าสินค้า

โดยตรงจากต่างประเทศ ทั้งนี้เอกสารดังกล่าวจะต้องมีข้อความระบุชื่อผู้รับเงิน (ผู้ส่งของออก) เลขที่บัญชีราคาสินค้า (Invoice) แหล่งที่มาของเงิน จำนวนเงินตราต่างประเทศหรือเงินบาท ซึ่งมีผู้มีอำนาจลงนามของธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันการเงิน ต้องลงลายมือชื่อรับรองความถูกต้อง โดยระบุชื่อ-สกุล ตำแหน่ง พร้อมประทับตราธนาคาร และผู้มีอำนาจลงนามของบริษัท ห้าง ร้าน ต้องลงลายมือชื่อพร้อมประทับตรา (ถ้ามี) เช่นเดียวกัน หากจำนวนเงินในหลักฐานดังกล่าวแสดงการชำระเงินค่าสินค้าตามบัญชีสินค้า (Invoice) หลายฉบับ ให้ระบุจำนวนเงินที่ชำระแต่ละบัญชีราคาสินค้า (Invoice) ให้ชัดเจน ซึ่งผู้มีอำนาจ ลงนามของธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันการเงิน ต้องลงลายมือชื่อรับรองรายละเอียดดังกล่าวด้วย และให้ผู้ส่งออกยื่นเอกสารเพิ่มเติมในแต่ละกรณี ดังนี้

1.3.1 กรณีที่มีการรับชำระเงินค่าขายสินค้าที่ส่งออกเป็นเช็ค/ ดราฟท์ของสถาบันการเงินต่างประเทศ ให้แนบสำเนาภาพถ่ายเช็ค/ ดราฟท์ ของธนาคารพาณิชย์ที่ทำการแลกเปลี่ยนเงินตรารับรอง

1.3.2 กรณีที่มีการชำระเงินค่าขายสินค้าที่ส่งออกเป็นเช็คเดินทาง ให้แนบสำเนาภาพถ่ายเช็คเดินทางที่ธนาคารพาณิชย์รับรอง และสำเนาภาพถ่ายหนังสือเดินทางเข้าประเทศไทยของผู้ซื้อ

1.3.3 กรณีที่มีการชำระเงินค่าขายสินค้าที่ส่งออกเป็นเงินสดด้วยสกุลเงินตราต่างประเทศ หรือสกุลเงินบาท ให้แนบหลักฐานการนำเงินเข้าประเทศ (Foreign currency declaration form)ตามแบบของกรมศุลกากร โดยเจ้าหน้าที่ด่านศุลกากรเป็นผู้รับรอง และแนบสำเนาภาพถ่ายหนังสือเดินทางเข้าประเทศหรือสำเนาภาพถ่ายหลักฐานการผ่านแดนเข้ามาในประเทศของผู้เดินทาง พร้อมเอกสารนำเงินฝากเข้าบัญชีธนาคาร ระบุเลขที่บัญชีสินค้า

4. กรณีการขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากรสำหรับสินค้าที่ส่งออกทางอากาศยาน ให้ผู้ส่งของออกแนบสำเนาใบตราส่งสินค้าทางอากาศยาน (Air waybill) ที่ระบุเลขที่บัญชีราคาสินค้าและเงื่อนไขการชำระค่าขนส่งของ โดยผู้ส่งของออกและตัวแทนบริษัทสายการบิน ลงลายมือชื่อและประทับตรารับรอง กรณีไม่สำแดงค่าขนส่งใน Air waybill ให้แนบเอกสารการชำระค่าขนส่งของเพิ่มเติมจากเอกสารที่ต้องยื่นตามปกติ

5. กรณีผู้ขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากรไม่ได้เป็นผู้ผลิตสินค้าที่ส่งออกและประสงค์จะโอนสิทธิในบัตรภาษีให้บุคคลอื่น และสินค้าที่ขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากรมีอัตราเงินชดเชยค่าภาษีอากร ตั้งแต่ร้อยละ 1.5 ขึ้นไปของราคาส่งออก ให้ยื่นใบกำกับภาษีหรือหลักฐานการซื้อขายอย่างอื่นที่ระบุผู้ซื้อและผู้ขายพร้อมสถานประกอบการของผู้ขาย ทั้งนี้ใบกำกับภาษีที่ยื่นประกอบชุดคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากร ต้องมีรายการดังต่อไปนี้

5.1 คำว่า “ใบกำกับภาษี” ในที่ที่เห็นได้เด่นชัด

5.2 ชื่อ ที่อยู่ และเลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากรของผู้ประกอบการจดทะเบียนที่ออกใบกำกับภาษี

5.3 หมายเลขลำดับของใบกำกับภาษีและหมายเลขลำดับของเล่ม (ถ้ามี) พร้อมวัน เดือน ปี ที่ออกใบกำกับภาษี

5.4 ชื่อ ที่อยู่ ของผู้ซื้อสินค้า

5.5 ชื่อ ชนิด ประเภท ปริมาณและมูลค่าของสินค้า

5.6 จำนวนภาษีมูลค่าเพิ่มที่คำนวณจากมูลค่าของสินค้าโดยให้แยกออกจากมูลค่าสินค้าให้ชัดเจน

6. อกสารหลักฐานอื่น ๆ เพื่อประกอบการพิจารณาตามความจำเป็น

กรณีขายสินค้าภายในประเทศซึ่งอยู่ในข่ายได้รับเงินชดเชยค่าภาษีอากร

1. ผู้ที่ขายสินค้าภายในประเทศให้แก่ส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจตามโครงการเงินกู้หรือเงินช่วยเหลือจากต่างประเทศ ซึ่งอยู่ในข่ายได้รับเงินชดเชยค่าภาษีอากรเช่นเดียวกับผู้ส่งสินค้าออกให้ยื่นคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากร ตามแบบ กศก. 21/ 1 และให้ปฏิบัติเช่นเดียวกับกรณีผู้ส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากร โดยมีเอกสารเพิ่มเติม ดังนี้

1.1 แบบแสดงรายละเอียดของสินค้าที่ขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากรตามแบบ กศก. 21/ 1 ก ที่ลงลายมือชื่อและประทับตราบริษัท ห้าง ร้าน (ถ้ามี) โดยผู้มีอำนาจยื่นคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากร

1.2 สำเนาสัญญาซื้อขาย (เฉพาะส่วนที่เกี่ยวกับสินค้าที่ขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากร) ถ้าสัญญาซื้อขายเป็นภาษาต่างประเทศให้แปลเป็นภาษาไทย และรับรองโดยผู้มีอำนาจลงลายมือชื่อ ชื่อ-สกุล ตำแหน่ง พร้อมประทับตราบริษัท ห้าง ร้าน (ถ้ามี) ไว้ด้วย

1.3 สำเนาหนังสือรับรองสัญญาซื้อขายจากส่วนราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ ว่าเป็นการซื้อขายสินค้าตามโครงการเงินกู้หรือเงินช่วยเหลือจากต่างประเทศ โดยเป็นการซื้อขายที่ผู้ขายได้รับการคัดเลือกในการประกวดราคานานาชาติหรือการสอบราคานานาชาติ

1.4 หนังสือรับรองการตรวจรับสินค้า หรือสำเนาหนังสือตรวจรับสินค้าของคณะกรรมการตรวจรับคุณภาพและปริมาณสินค้าจากส่วนราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ

1.5 สำเนาใบส่งสินค้าหรือสำเนาใบกำกับสินค้าซึ่งออกโดยผู้ผลิตสินค้า และสำเนาหลักฐานการรับเงินค่าขายสินค้าต้องสอดคล้องกัน โดยผู้ยื่นคำขอต้องลงลายมือชื่อและประทับตราบริษัท ห้าง ร้าน (ถ้ามี)

1.6 ยื่นคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากรภายใน 1 ปี นับแต่วันที่คณะกรรมการตรวจรับคุณภาพและปริมาณตรวจรับสินค้า หรือภายใน 1 ปี นับแต่วันที่คณะกรรมการตรวจรับแต่ละงวด

ให้นำสำเนาเอกสารพร้อมต้นฉบับ ตามข้อ (1)-(6) มายื่นโดยเฉพาะหนังสือของส่วนราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ ต้องลงลายมือชื่อ-สกุล ตำแหน่ง โดยหัวหน้าส่วนราชการ หรือรัฐวิสาหกิจหรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย เมื่อเจ้าหน้าที่ตรวจสอบเรียบร้อยแล้วจะคืนต้นฉบับไป

2. ผู้ที่ขายสินค้าให้แก่องค์การระหว่างประเทศหรือหน่วยงานที่มีสิทธินำสินค้าเข้ามาในราชอาณาจักร โดยได้รับการยกเว้นอากรตามกฎหมายว่าด้วยพิกัดอัตราศุลกากร ซึ่งอยู่ในข่ายได้รับเงินชดเชย ค่าภาษีอากรเช่นเดียวกับผู้ส่งสินค้าออก ให้ยื่นคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษี ตามแบบ กศก. 21/1 และให้ปฏิบัติเช่นเดียวกับกรณีผู้ส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากร โดยมีเอกสารเพิ่มเติม ดังนี้

2.1 หลักฐานแสดงว่าผู้ซื้อเป็นหน่วยงานที่มีสิทธินำสินค้าเข้ามาในราชอาณาจักร โดยได้รับยกเว้นอากรตามกฎหมายว่าด้วยพิกัดอัตราศุลกากร และกรมศุลกากรอนุมัติแล้ว

2.2 หนังสือรับรองการตรวจรับสินค้า หรือสำเนาเอกสารตรวจรับสินค้าจากผู้ซื้อพร้อมนำต้นฉบับมาแสดงด้วย

2.3 ยื่นคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากรภายใน 1 ปี นับแต่วันที่ผู้ซื้อตรวจรับสินค้า การจัดชุดคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากร ให้แยกชุดคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากรสำหรับใบขนสินค้าขาออกที่มีการส่งทางอากาศยานต่างหากจากชุดคำขอฯที่ส่งออกทางอื่น กรณีมีเหตุจำเป็นที่ผู้ยื่นชุดคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากรไม่สามารถดำเนินการนำเอกสารประกอบชุดคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากรมายื่นได้ครบถ้วน และสินค้าที่ขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากร จะครบกำหนดอายุ 1 ปี นับจากวันที่ส่งของออกถึงวันที่ยื่นเอกสาร ให้ผู้ยื่นชุดคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากร ยื่นคำร้องขอขยายระยะเวลายื่นเอกสารประกอบชุดคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากรตามแบบ กศก 159 โดยสามารถขอขยายระยะเวลาได้ภายใน 15 วันทำการ

กรณีผู้ยื่นชุดคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากรที่ได้รับอนุญาตให้ขยายระยะเวลาแล้ว ไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ หรือไม่สามารถดำเนินการได้ทันภายในกำหนดเวลาตามที่ขอไว้ ให้ถือว่า ผู้ขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากร ไม่ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามนัยมาตรา 28 แห่งพระราชบัญญัติชดเชยค่าภาษีอากรสินค้าส่งออกที่ผลิตในราชอาณาจักร พ.ศ.2524 เจ้าหน้าที่ผู้ควบคุมคำร้องขอขยายเวลาฯจะเสนอหัวหน้าฝ่ายชดเชยอากร เพื่อพิจารณาอนุมัติให้ยกเลิกชุดคำขอรับเงินชดเชย ค่าภาษีอากรฉบับนั้น

บัตรภาษี

บัตรภาษีมี 2 ชนิด คือ

1. บัตรภาษีชนิดกำหนดราคา

1.1 ราคา 100,000 บาท

1.2 ราคา 10,000 บาท

1.3 ราคา 1,000 บาท

2. บัตรภาษีชนิดไม่กำหนดราคา จำนวนเงินต่ำกว่า 1,000 บาท บัตรภาษี มีอายุ 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ออกบัตรภาษี

การโอนสิทธิในบัตรภาษี

ผู้มีสิทธิได้รับเงินชดเชยค่าภาษีอากร ที่ประสงค์จะโอนสิทธิในบัตรภาษีไปให้บุคคลอื่น ให้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และวิธีการ ดังต่อไปนี้

1. กรณีก่อนออกบัตรภาษี

1.1 ให้ผู้มีสิทธิได้รับเงินชดเชยค่าภาษีอากร ที่ประสงค์จะโอนสิทธิในบัตรภาษี แสดงความจำนงในแบบคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากร โดยระบุชื่อผู้รับโอนลงในช่องว่างของบรรทัดที่มีข้อความ “ประสงค์จะโอนบัตรภาษีให้.....” หากไม่ประสงค์จะโอนก็ให้ระบุข้อความว่า “ไม่โอน” ยื่นต่อ ฝ่ายชดเชยอากร หรือยื่นคำร้องเปลี่ยนแปลงการโอนสิทธิในบัตรภาษี ก่อนออกบัตรภาษี

1.2 ให้ผู้มีสิทธิได้รับเงินชดเชยค่าภาษีอากร ที่ประสงค์จะโอนสิทธิในบัตรภาษี ยื่นคำร้องขอรับโอนสิทธิในบัตรภาษีของผู้รับโอนตามแบบ กศก. 22/ 1 พร้อมคำขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากร โดยระบุจำนวนเงินให้ตรงกับยอดเงินที่ขอชดเชยค่าภาษีอากร ทั้งนี้ต้องลงลายมือชื่อ ระบุชื่อ-สกุล และประทับตราบริษัท ห้าง ร้าน (ถ้ามี) ของผู้รับโอนและผู้โอนร่วมกัน

2. กรณีหลังจากออกบัตรภาษีแล้ว จะโอนได้ในกรณีดังต่อไปนี้

2.1 การโอนให้ทายาทผู้รับโอนกิจการของผู้มีชื่อในบัตรภาษีซึ่งถึงแก่ความตาย

2.2 การโอนให้ผู้ซึ่งรับโอนกิจการของผู้มีชื่อในบัตรภาษีมาดำเนินการต่อไป

2.3 การโอนให้แก่บริษัท หรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลใหม่ อันเกิดจากการควบเข้ากันระหว่างนิติบุคคลผู้มีชื่อในบัตรภาษีและนิติบุคคลอื่น

2.4 การโอนให้แก่บุคคลอื่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจการของผู้มีชื่อในบัตรภาษี ในกรณีนี้อธิบดีกรมศุลกากรจะอนุมัติได้ต่อเมื่อได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ สำหรับการโอนตาม (2.1) ผู้รับโอนต้องแนบบัตรภาษีของผู้มีชื่อในบัตรภาษีซึ่งถึงแก่ ความตายมาขอเปลี่ยนบัตรภาษีใหม่ ภายในอายุบัตรที่กำหนดไว้ในบัตรภาษีเดิม หรือภายใน 1 ปี นับแต่วันที่ผู้มีชื่อในบัตรภาษี ถึงแก่ความตาย แล้วแต่วันใดจะเป็นวันหลัง พร้อมคำร้อง กรณีการโอนตาม (2.2) (2.3) และ (2.4) ผู้รับโอนต้องแนบบัตรภาษีของผู้โอนมาขอเปลี่ยนบัตรภาษีใหม่ภายในอายุบัตรที่กำหนดไว้ในบัตรภาษีเดิมพร้อมกับคำร้อง เว้นแต่ในกรณีที่อธิบดีกรมศุลกากรเห็นสมควรจะผ่อนผันให้นำ

บัตรภาษีมาขอเปลี่ยนบัตรภาษีใหม่ภายใน 60 วัน นับแต่วันที่บัตรภาษีหมดอายุก็ได้ บัตรภาษีที่ออกให้ใหม่มีอายุการใช้เท่ากับบัตรภาษีเดิม

การขอรับบัตรภาษี

เอกสารที่ต้องใช้ในการขอรับบัตรภาษี มีดังนี้

1. ใบรับคำขอชดเชยค่าภาษีอากร (กศก. 123)

2. บัตรประจำตัวประชาชนหรือหนังสือเดินทางของผู้รับบัตรภาษี

3. กรณีบุคคลผู้ขอรับบัตรภาษีเป็นผู้รับมอบอำนาจกระทำการแทนในการขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากรสำหรับสินค้าส่งออกจากผู้มีสิทธิได้รับเงินชดเชยค่าภาษีอากรต้องเป็นผู้ที่ได้ลงทะเบียนตามที่ระบุไว้ในฐานข้อมูลระบบทะเบียนผู้มาติดต่อของกรมศุลกากร ให้ผู้รับบัตรภาษี ลงลายมือชื่อรับบัตรภาษี ในแบบรายงานการรับ-จ่ายบัตรภาษี (รายงานที่ 4) และใบรับคำขอชดเชยค่าภาษีอากร (กศก. 123)

การต่ออายุบัตรภาษี

กรณีผู้มีชื่อในบัตรภาษีไม่สามารถนำบัตรภาษีไปใช้ประโยชน์ได้ภายในอายุ 3 ปี ให้ยื่นคำร้องขอต่ออายุบัตรภาษีตามแบบ กศก. 24 ก่อนที่บัตรภาษีจะหมดอายุ บัตรภาษีที่ต่ออายุแล้ว มีอายุการใช้ได้คราวละ 3 ปี และจะขอต่ออายุได้ไม่เกิน 2 คราว การเปลี่ยนบัตรภาษี

การขอเปลี่ยนบัตรภาษีจากชนิดราคาสูงเป็นชนิดราคาต่ำ จะทำการเปลี่ยนได้เมื่อผู้มีชื่อในบัตรภาษีไม่สามารถนำบัตรภาษีนั้นไปใช้ประโยชน์ได้จริง และได้เก็บบัตรภาษีไว้เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปี นับแต่วันรับบัตรภาษี สามารถเปลี่ยนบัตรภาษีจากชนิดราคาสูงเป็นชนิดราคาต่ำได้ไม่เกินชนิดละ 50 ฉบับ ในกรณีบัตรภาษีจะหมดอายุ และผู้มีชื่อในบัตรภาษีมีความประสงค์จะขอเปลี่ยนบัตรภาษีจากชนิดราคาสูงเป็นราคาต่ำ ให้ยื่นความจำนงขอเปลี่ยนบัตรภาษีก่อน แล้วจึงขอต่ออายุบัตรภาษีภายหลัง แต่ต้องยื่นก่อนบัตรภาษีจะหมดอายุ

การออกบัตรภาษีใหม่แทนบัตรภาษีที่ชำรุด สูญหายหรือถูกทำลาย

1. กรณีที่บัตรภาษีชำรุด ผู้มีชื่อในบัตรภาษียื่นคำร้องขอให้ออกบัตรภาษีใหม่ ตามแบบ กศก. 25 พร้อมแนบบัตรภาษีที่ชำรุด

2. กรณีที่บัตรภาษีสูญหายหรือถูกทำลาย ผู้มีชื่อในบัตรภาษียื่นคำร้องขอให้ออกบัตรภาษีใหม่ ตามแบบ กศก. 25 พร้อมหลักฐานการแจ้งเอกสารหายจากสำนักงานตำรวจแห่งชาติ โดยมีรายละเอียด เลขบัตรภาษี มูลค่าตามบัตรภาษี อายุของบัตรภาษี จำนวนบัตรภาษี และหลักฐานอื่น (ถ้ามี) บัตรภาษีที่ออกให้ใหม่แทนบัตรภาษีที่ชำรุด สูญหายหรือถูกทำลาย มีอายุการใช้และอาจต่ออายุได้เท่าระยะเวลาที่เหลืออยู่ในบัตรภาษีเดิม

สินค้าส่งออกที่ถูกส่งกลับคืนหรือการส่งสินค้าคืน

ผู้ส่งของออกที่ได้รับเงินชดเชยค่าภาษีอากรไปแล้ว ให้ส่งคืนเงินชดเชยค่าภาษีอากรที่ได้รับไปแล้ว ภายใน 60 วัน นับแต่วันที่นำสินค้ากลับคืน หากผู้มีสิทธิได้รับเงินชดเชยค่าภาษีอากรมิได้คืนเงินชดเชยค่าภาษีอากรตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ จะต้องเสียเงินเพิ่มในอัตราร้อยละ 2 ต่อเดือน เศษของเดือนให้นับเป็นหนึ่งเดือนของจำนวนเงินชดเชยค่าภาษีอากรที่ต้องคืน จนกว่าจะคืนเงินชดเชยค่าภาษีอากรครบถ้วน ทั้งนี้ผู้ส่งของออกสามารถชำระคืนเงินชดเชยค่าภาษีอากรที่ได้รับไปแล้วด้วยบัตรภาษี เช็คหรือดร๊าฟท์ ที่สั่งจ่ายเข้าบัญชีเงินฝากของกรมศุลกากร หรือเงินสด

6. การส่งเสริมการลงทุน

การส่งเสริมการลงทุน

1. การส่งเสริมการลงทุน เป็นมาตรการหนึ่งในการดึงดูดนักลงทุนจากต่างประเทศ ให้เข้ามาลงทุนในกิจการที่รัฐให้ความสำคัญโดยมีหน่วยงานหลักที่ดูแลรับผิดชอบ คือ สานักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สิทธิและประโยชน์ทางภาษีอากรที่ผู้ได้รับการส่งเสริมการลงทุนได้รับ เป็นไปตามที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติการส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ผู้ประกอบการที่ประสงค์จะขอรับสิทธิและประโยชน์ต้องยื่นคำขอรับการส่งเสริมและต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์วิธีการ ตามที่สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนกำหนด

2. คำจำกัดความ

“สำนักงาน” หมายความว่า สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

“ผู้ได้รับการส่งเสริม” หมายความว่า ผู้ได้รับบัตรส่งเสริมตาม พ.ร.บ.ส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ซึ่งรายชื่อผู้ได้รับการส่งเสริมสามารถค้นหาได้จาก www.boi.go.th

“เครื่องจักร” หมายความว่า เครื่องจักรที่จำเป็นต้องใช้ในกิจการที่ได้รับการส่งเสริมและเครื่องจักรที่จำเป็นต้องใช้ในการก่อสร้างโรงงาน ซึ่งรวมถึงส่วนประกอบ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้และโครงโรงงานสำเร็จรูป ที่นำมาติดตั้งเป็นโรงงาน

“วัตถุดิบ” (Material) หมายความว่า ของที่ใช้ในการผลิต หรือ ผสม หรือ ประกอบเป็นผลิตภัณฑ์ ซึ่งบางครั้งอาจไม่คงสภาพเดิม เมื่อผ่านกระบวนการแล้ว ทั้งนี้ให้หมายรวมถึงของที่ ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ด้วย

“วัสดุจำเป็น” (Essential Material) หมายความว่า ของซึ่งจำเป็นต้องใช้และเมื่อใช้แล้วสิ้นเปลืองในการผลิต หรือ ผสม หรือ ประกอบเป็นผลิตภัณฑ์ หรือ ผลิตผล เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพ คุณภาพ และมาตรฐาน ช่วยลดการสูญเสีย และเพิ่มผลผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์หรือผลิตผลดังกล่าว

“หนังสืออนุมัติสั่งปล่อย” หมายความว่า หนังสือที่สำนักงานอนุมัติให้เครื่องจักร วัตถุดิบ และวัสดุจำเป็น ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีอากรโดยการลดหย่อน หรือ ยกเว้นอากรขาเข้า และผู้

ได้รับการส่งเสริมต้องนำเครื่องจักร วัตถุดิบ และวัสดุจำเป็น เข้ามาตามช่วงระยะเวลาที่สำนักงานกำหนดไว้ในหนังสือโดยมี 2 รูปแบบ คือ

1. หนังสืออนุมัติสั่งปล่อยรายบัญชีราคาสินค้า (รายอินวอยซ์) คือบัญชีรายการและปริมาณเครื่องจักร/ วัตถุดิบ และวัสดุจำเป็น ตามที่ปรากฏในแต่ละบัญชีราคาสินค้า

2. หนังสืออนุมัติสั่งปล่อยรายงวด 6 เดือน (Maximum Stock) คือบัญชีรายการวัตถุดิบและวัสดุจำเป็นจำนวนสูงสุด ที่อนุมัติให้นำเข้า เพื่อใช้ในการผลิตส่งออกโดยได้รับยกเว้นอากรขาเข้า รายงวด 6 เดือน พร้อมประเภทพิกัดศุลกากรกำกับรายชื่อวัตถุดิบ และวัสดุจำเป็นแต่ละรายการ หนังสืออนุมัติสั่งปล่อย ให้หมายความรวมถึง หนังสือที่สำนักงานแจ้ง ให้กรมศุลกากรส่งมอบของให้แก่ผู้ได้รับการส่งเสริม โดยขอผ่อนผันให้ใช้หนังสือธนาคารพาณิชย์ในราชอาณาจักรค้ำประกันค่าภาษีอากรแทนการชำระอากรขาเข้า และภาษีมูลค่าเพิ่ม หนังสืออนุมัติสั่งปล่อย สามารถใช้เป็นหนังสือค้ำประกันและถอนประกันภาษีมูลค่าเพิ่มได้โดยปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขตามประกาศอธิบดีกรมสรรพากรเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่ม (ฉบับที่ 20) เรื่องกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการวางประกันและถอนประกันภาษีมูลค่าเพิ่ม ตามมาตรา 83/ 8 แห่งประมวลรัษฎากร ลงวันที่ 27 ธันวาคม พ.ศ. 2534 โดยสำนักงานจะแจ้ง การอนุมัติเป็นข้อความให้ใช้หนังสืออนุมัติสั่งปล่อยเป็นหนังสือค้ำประกัน และถอนประกันค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม

3. พิธีการศุลกากรสำหรับของนำเข้าที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน

3.1 ของที่นำเข้ามาในราชอาณาจักร โดยใช้สิทธิประโยชน์ตามกฎหมายส่งเสริมการลงทุน ให้ดำเนินการโดยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ณ ท่าหรือที่ ที่นำของเข้าตามที่ระบุไว้ในบัญชีราคาสินค้า ว่ามีชื่อส่งของถึง รวมทั้งของที่ระบุไว้ในหนังสืออนุมัติสั่งปล่อยรายงวด 6 เดือน ซึ่งนำเข้ามาทางท่าหรือที่ที่นำของเข้า ที่ไม่ได้ระบุไว้ในหนังสืออนุมัติสั่งปล่อยรายงวด 6 เดือน ให้ดำเนินการโดยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่ต้องยื่นคำร้องใด ๆ ผู้ได้รับการส่งเสริมหรือตัวแทนจัดทำข้อมูลใบขนสินค้าขาเข้า เพื่อนำของเข้ามาในราชอาณาจักรตามมาตรฐานที่ศุลกากรกำหนด และส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์เข้าสู่ระบบศุลกากรอิเล็กทรอนิกส์ ในช่องข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการใช้สิทธิประโยชน์ให้บันทึกข้อมูล ดังนี้

- ในส่วน Import declaration detail
- ในช่อง “BOI” มีค่าเท่ากับ “Y”
- ในส่วน Import declaration detail (Permit)
- ในช่อง “เลขที่ใบอนุญาต” ให้ระบุเลขที่หนังสืออนุมัติสั่งปล่อย เช่น อก 123567
- ในช่อง “วันที่ออกใบอนุญาต” ให้ระบุวันที่ออกหนังสืออนุมัติสั่งปล่อย

3.2 การชำระค่าภาษี หรือการวางประกันค่าภาษีอากร กรณีเป็นของที่ได้รับอนุมัติให้ลดหย่อนอากรขาเข้าหรือเป็นของที่ต้องชำระภาษีมูลค่าเพิ่มหรือเป็นของที่สำนักงานขอผ่อนผันให้ใช้หนังสือค้ำประกันของธนาคารพาณิชย์แทนการชำระอากรขาเข้าและภาษีมูลค่าเพิ่ม ให้ดำเนินการชำระค่าภาษีอากร หรือยื่นหนังสือค้ำประกันที่หน่วยบัญชีอากร ของสำนักงานศุลกากร หรือด่านศุลกากร

3.3 การตรวจปล่อยสินค้าและการรับมอบของไปจากอารักขาศุลกากร ผู้นำเข้านำใบขนสินค้าขาเข้า ที่ยกเว้นอากร หรือได้ชำระค่าภาษีอากร หรือวางประกันแล้ว พร้อมเอกสารอื่น ๆ ทั้งหมดไปขอรับสินค้า ณ ฝ่ายบริการศุลกากร เพื่อจะทำการตรวจปล่อยสินค้า เช่นเดียวกันกับการตรวจปล่อยสินค้าขาเข้าตามปกติ

3.4 ผู้นำเข้ายื่นหนังสืออนุมัติสั่งปล่อยในรูปแบบเอกสาร ให้เจ้าหน้าที่ศุลกากร ฝ่ายบริการศุลกากร เพื่อดำเนินการต่อไป

4. ข้อควรทราบสาหรับการสำแดงรายการในใบขนสินค้าขาเข้า

4.1 กรณีของที่นำเข้าเป็นวัสดุจำเป็น (Essential) ต้องชำระภาษีมูลค่าเพิ่ม แม้ว่าหนังสืออนุมัติสั่งปล่อยจะระบุ “ถอนประกันภาษีมูลค่าเพิ่ม” ก็ตาม

- หนังสือสำนักงานจะระบุหมายเหตุ “งวดนี้เป็นรายการวัสดุจำเป็นทั้งหมด” หรือ
- มีตัวอักษร “E” (Essential) หน้ารายการสินค้า ในเอกสารแนบหนังสืออนุมัติสั่งปล่อย

4.2 สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากรตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการลงทุนได้เฉพาะอากรขาเข้าและหรือถอนประกันภาษีมูลค่าเพิ่มเท่านั้น ดังนั้นของใดที่ต้องชำระภาษีสรรพสามิตและภาษีเพื่อมหาดไทย เช่น แบตเตอรี่ ต้องชำระภาษีสรรพสามิตและภาษีเพื่อมหาดไทย เว้นแต่สินค้าที่ได้รับการยกเว้นภาษีสรรพสามิตตามมาตรา 103 แห่ง พ.ร.บ. ภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 และการคำนวณภาษีสรรพสามิตให้เป็นไปตามมาตรา 8 (3) วรรค 2 แห่ง พ.ร.บ.ภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527

4.3 กรณีที่ได้รับอนุมัติให้ยกเว้นหรือลดหย่อนอากรขาเข้า ในการคำนวณภาษีมูลค่าเพิ่ม ต้องนำอากรขาเข้าที่ได้รับยกเว้น หรือลดหย่อน ภาษีสรรพสามิตและภาษีอื่น (ถ้ามี) มารวมเป็นมูลค่าของฐานภาษีมูลค่าเพิ่มด้วย ตามาตรา 79/ 2 แห่งประมวลรัษฎากร

5. พิธีการศุลกากรสาหรับการส่งของที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนออกไปนอกราชอาณาจักร

5.1 การจัดทำข้อมูลใบขนสินค้าขาออก และการยื่นใบขนสินค้าขาออก ผู้ได้รับการส่งเสริมหรือตัวแทนจัดทำข้อมูลใบขนสินค้าขาออกเพื่อส่งของออกไปนอกราชอาณาจักร และส่ง

ข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์เข้าสู่ระบบศุลกากรอิเล็กทรอนิกส์ โดยปฏิบัติพิธีการศุลกากร ณ ท่า หรือที่ที่ส่งของออก

การระบุค่าในช่องข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการใช้สิทธิประโยชน์ส่งเสริมการลงทน

- ในช่อง “BOI” มีค่าเท่ากับ “Y” (ในส่วน Import declaration detail)
- BOI License number = เลขที่บัตรส่งเสริมการลงทุน BOI
- Privilege Code = 003
- Export Tariff = 9 part 3
- Tariff Code = บันทึกพิกัดศุลกากรให้ตรงกับชนิดของของที่ส่งออก

5.2 การตรวจปล่อยสินค้า ใบกำกับการขนย้ายสินค้า และการดำเนินการในกระบวนการศุลกากรในการส่งออก ให้ปฏิบัติพิธีการศุลกากร ณ ท่าหรือที่ที่ส่งของออก โดยปฏิบัติเช่นเดียวกับการส่งออกสินค้าปกติ

แนวคิดเกี่ยวกับการคัดเลือกซัพพลายเออร์

การคัดเลือกซัพพลายเออร์ ในการเดินพิธีการ นำเข้าส่งออกทางทะเล สำหรับตู้คอนเทนเนอร์ ซัพพลายเออร์ คือ หน่วยงานที่ทำหน้าที่จัดหาและให้บริการแก่ภาคธุรกิจ การได้ซัพพลายเออร์ที่ดีและมีราคาการบริการที่น่าพอใจ เป็นสิ่งที่ส่งผลไปถึงต้นทุนในการดำเนินธุรกิจในเกิดประสิทธิภาพสูงสุด การคัดเลือกซัพพลายเออร์และสร้างความสัมพันธ์ที่ดี (ธีรารัตน์ เกลี้ยงกล่อม, 2557) ดังนี้

1. ซัพพลายเออร์ต้องมีการตอบสนองอย่างรวดเร็ว
2. มีความเชี่ยวชาญสูงและต้องสามารถให้ความมั่นใจลูกค้าได้
3. อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ต้องพร้อม
4. มีความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ
5. มีการดูแลเอาใจใส่ในงานและคำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้า

ทฤษฎีความรู้เกี่ยวกับตู้คอนเทนเนอร์

การขนส่งด้วยระบบตู้คอนเทนเนอร์ การขนส่งระหว่างประเทศทั่วโลกร้อยละ 90 เป็นการขนส่งทาง ทะเลซึ่งจัดเป็นการขนส่งที่มีความสำคัญที่สุดและใช้มากที่สุดของการขนส่งทุกประเภท เนื่องจากมีต้นทุนการขนส่งต่ำ มีค่าระวางบรรทุกถูกกว่าการขนส่งรูปแบบอื่น และสามารถขนส่งสินค้าได้คร่าวละมาก ๆ จากผลการศึกพาของธนาคารโลก พบว่าต้นทุนการขนส่งทางเรือที่ลดลงร้อยละ 1 จะช่วยเพิ่มส่วนแบ่งการค้าให้ผู้ส่งออกได้ถึงร้อยละ 5-8 และหากตันทุน

ด้านโลจิสติกส์รวมลดลงร้อยละ 10 จะช่วยเพิ่มปริมาณ การค้าได้มากถึงร้อยละ 20 แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการขนส่งทางทะเลกับโลจิสติกส์ การขนส่งสินค้าส่วนใหญ่จะใช้การขนส่งทางทะเลด้วยเรือประเภท Container vessel และธุรกิจการเดินเรือบรรทุกสินค้าตู้คอนเทนเนอร์เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในบรรดาธุรกิจเดินเรือขนส่งทั้งหมด หรือคิดเป็นร้อยละ 55 ของธุรกิจขนส่งทางทะเลการขนส่งโดยนำสินค้าบรรจุลงตู้คอนเทนเนอร์ เป็นการขนส่งที่สะดวกสะอาด รวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัดค่าใช้จ่าย จัดเป็นการขนส่งเพียงระบบเดียวที่สนับสนุนระบบโลจิสติกส์ได้อย่างสมบูรณ์ และปัจจุบันการเดินเรือบรรทุกสินค้าตู้คอนเทนเนอร์เติบโตขยายรวดเร็วมีสินค้าบางประเภทซึ่งเดิมไม่ได้ขนส่งด้วยระบบบคอนเทนเนอร์แต่ได้เปลี่ยนมาใช้การขนส่งด้วยระบบคอนเทนเนอร์มากขึ้น เช่น ข้าวหอมมะลิบรรจุถุงซึ่งปัจจุบัน 1 ใน 3 ของปริมาณข้าวที่ส่งออกของประเทศไทยขนส่งโดยระบบคอนเทนเนอร์ เป็นต้น

ตู้คอนเทนเนอร์สามารถแบ่งออกกว้าง ๆ จะมีหลายขนาดให้เลือกแล้ว ยังมีหลายประเภทอีกด้วย เพื่อให้สามารถบรรจุสินค้าได้เหมาะสมกับชนิดของสินค้า ดังนี้

1. ตู้คอนเทนเนอร์มาตรฐาน Dry cargoes/ Dry box

เป็นตู้คอนเทนเนอร์แบบทั่วไป ที่เราใช้บรรจุสินค้าที่มีการบรรจุหีบห่อหรือภาชนะมาอย่างดี และเป็นสินค้าที่ไม่ต้องควบคุมรักษาอุณหภูมิ ในการขนส่ง จะมีการทำที่กั้นเพื่อไม่ให้สินค้าเลื่อนหรือขยับในระหว่างการเดินทาง และใช้เชือกไนลอน ซึ่งเรียกว่า Lashing รัดหน้าตู้คอนเทนเนอร์ เพื่อเป็นการเสริมความแข็งแรงอีกชั้นหนึ่ง มีทั้งขนาด 20 ฟุต 40 ฟุต 40 ฟุตไฮคิวบ์ และ 45 ฟุตไฮคิวบ์ ใช้ขนสินค้าประเภทอาหารแห้งเครื่องใช้ไฟฟ้า ขนมขบเคี้ยว เสื้อผ้า ม้วนผ้าขนาดใหญ่ แผ่นยางพารา กระเป๋าเดินทาง เป็นต้น น้ำหนักในการบรรจุสินค้าของตู้ประเภทนี้ ตู้ขนาด 20 ฟุตจะบรรจุได้ไม่เกิน 21.7 ตัน และขนาด 40 ฟุตจะบรรจุได้ไม่เกิน 27.4 ตัน

2. ตู้คอนเทนเนอร์ควบคุมความเย็น Refrigerator Cargoes/ Reefer

ตู้ประเภทนี้ เป็นตู้สินค้าที่มีการติดตั้งเครื่องทำความเย็น และมีที่วัดอุณหภูมิเพื่อแสดงอุณหภูมิของตู้สินค้า จะใช้บรรจุสินค้าประเภทของสด อาหารทะเล ผลไม้ ไอศกรีม ช็อกโกแลต ยาเวชภัณฑ์ อุปกรณ์ทางการแพทย์เฉพาะอย่าง สารเคมีในห้องทดลอง หรือของที่จะต้องควบคุมความเย็นตามอุณหภูมิที่เหมาะสม

สามารถลดอุณหภูมิได้ถึง -25 องศาเซลเซียส และบางชนิดสามารถปรับได้ถึง -60 องศาเซลเซียสเลยทีเดียว ซึ่งราคาในการใช้บริการก็จะสูงกว่าตู้คอนเทนเนอร์ทั่วไป เพราะมีค่าไฟเพิ่มมาด้วย รวมถึงสินค้าจะมีความเสี่ยงในการควบคุมอุณหภูมิตลอดการเดินทาง จึงสมควรทำประกันสินค้าคุ้มครองความเสียหายระหว่างขนส่งด้วย

3. ตู้คอนเทนเนอร์ Open top

ตู้คอนเทนเนอร์ประเภทนี้มีขนาดใหญ่ และมีความสูงถึง 40 ฟุต โดยจะไม่มีหลังคาออกแบบมาให้ด้านบนเปิดโล่ง ตู้ประเภทนี้ใช้สำหรับขนส่งสินค้าขนาดใหญ่ที่ไม่สามารถขนย้ายผ่านประตูตู้ได้ หรือสูงเป็นพิเศษ (เกินกว่า 2.7 เมตร) เช่น เครื่องจักรในโรงงานอุตสาหกรรม ท่อชนิดต่าง ๆ เครื่องโม่หิน วัสดุก่อสร้างบางประเภท ยานพาหนะที่มีความสูงเป็นพิเศษ และอุปกรณ์อิเล็คทรอนิกส์ต่าง ๆ ที่มีขนาดใหญ่ เป็นต้น

ตู้ประเภทนี้ จะไม่สามารถวางตู้ซ้อนกันที่ด้านบนได้ ทำให้การใช้พื้นที่มีข้อจำกัดเพิ่มขึ้น ราคาจึงสูงกว่าการส่งแบบตู้ทั่วไป และในระหว่างการขนส่งจะมีการคลุมผ้าใบไว้เพื่อไม่ให้สินค้าได้รับได้รับความเสียหายจากฝน

4. คอนเทนเนอร์ Flat-rack

เป็นคอนเทนเนอร์แบบพื้นราบ (Platform) ที่มีขนาดกว้างและยาวตามขนาดของตู้สินค้ามาตรฐาน เปิดโล่งทั้งด้านบนและด้านข้าง ออกแบบมาเพื่อบรรจุสินค้าลักษณะพิเศษ ทั้งที่กว้างเกินไป และสูงเกินไป ใส่ตู้มาตรฐานไม่ได้ มีทั้งขนาด 20 ฟุต และ 40 ฟุต ใช้ขนส่งสินค้า เช่น เครื่องยนต์อุตสาหกรรม แท่งหิน หัวรถจักร เครื่องจักรประติมากรรม รถแทรกเตอร์ขนาดใหญ่ ท่อชนิดต่าง ๆ วัสดุก่อสร้าง ยานพาหนะที่มีลักษณะกว้างยาวสูงเป็นพิเศษ เพื่อให้จัดเรียงได้อย่างเป็นระเบียบและได้มาตรฐาน และแน่นอนว่าราคาในการขนส่งก็จะสูงกว่าการจัดส่งในตู้แบบทั่วไปอย่างแน่นอน เนื่องจากใช้พื้นที่มาก และไม่สามารถวางซ้อนกันได้

5. ตู้คอนเทนเนอร์ Garment Container

เป็นตู้สินค้าที่ออกแบบสำหรับใช้ในการบรรจุสินค้าที่เป็นเสื้อผ้าโดยเฉพาะ และมีราวสำหรับแขวนเสื้อ เป็นตู้สินค้าประเภทพิเศษที่ผลิตขึ้นมาใช้กับสินค้าที่เป็น Fashion เป็นหลัก และสามารถขนส่งได้โดยไม่ต้องพับ หรือบรรจุภัณฑ์สินค้าให้สินค้ายับ ไม่สวยงาม

6. ตู้คอนเทนเนอร์ Ventilated

ตู้คอนเทนเนอร์ประเภท Ventilated เป็นตู้ที่ออกแบบมาพิเศษ เพื่อใช้ในการบรรจุขนส่งสินค้าทางการเกษตรโดยเฉพาะ โดยจะมีช่องระบายอากาศให้ด้วย

7. ตู้คอนเทนเนอร์ Tank/ ISO Tank

คอนเทนเนอร์ประเภท Tank ถูกออกแบบมาให้เป็นเหมือนถังบรรจุของเหลว ที่มีโครงขนาดเท่าคอนเทนเนอร์ทั่วไปครอบอยู่ ตู้ประเภทนี้จะใช้กับสินค้าที่เป็นของเหลว โดยความจุของถังจะอยู่ที่ 11,000 ลิตรถึง 26,000 ลิตร ขึ้นอยู่กับประเภทของถัง รวมถึงใช้สำหรับขนส่งของเหลวที่เป็นอันตรายได้อีกด้วย สิ่งที่น่าสนใจของตู้ประเภทนี้คือ สามารถบรรจุของเหลวได้มากกว่าการบรรจุใส่ถังแล้วนำมาโหลดเข้าตู้ และยังขนย้ายได้ง่ายกว่าขนาดของตู้คอนเทนเนอร์

ตู้คอนเทนเนอร์ที่มีการใช้งานในการขนส่งอยู่นั้น ไม่ได้มีขนาดเดียว แต่มีหลายขนาด เพื่อให้ตอบโจทย์การบรรจุสินค้าได้ครบถ้วนมากขึ้น โดยขนาดของตู้คอนเทนเนอร์ที่ใช้กันอยู่ทั่วไป ใช้จัดส่งสินค้าทั่วไปที่ไม่ต้องควบคุมอุณหภูมิ เช่น ชิ้นส่วนรถยนต์, เครื่องสำอาง, วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้า, อาหารแห้ง, ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้หรือเหล็ก รวมไปถึง สินค้าอันตรายต่าง ๆ เป็นต้น มี 3 ประเภทหลัก ๆ ดังนี้

1. ตู้คอนเทนเนอร์ Container ขนาด 20 ฟุต (20”GP)

– ขนาดภายนอก มีความยาว 6.05 เมตร (19.85 ฟุต)/ กว้าง 2.43 เมตร (7.97 ฟุต)/ สูง 2.59 เมตร (8.5 ฟุต)

– ขนาดภายใน มีความยาว 5.86 เมตร (19.23 ฟุต)/ กว้าง 2.35 เมตร (7.71 ฟุต)/ สูง 2.38 เมตร (7.81 ฟุต)

มีปริมาตรสูงสุดประมาณ 33 คิวบิกเมตร มีน้ำหนักประมาณ 2.2 ตัน และสามารถโหลดสินค้าได้สูงสุดประมาณ 21-28 ตัน จึงเหมาะสมกับสินค้าหนัก เช่น เครื่องจักร

2. ตู้คอนเทนเนอร์ Container ขนาด 40 ฟุต (40”GP)

สำหรับตู้ขนาด 40 ฟุต จะมีความยาวเท่ากับตู้ขนาด 20 ฟุตสองตู้

– ขนาดภายนอก มีความยาว 12.19 เมตร (40 ฟุต)/ กว้าง 2.43 เมตร (8 ฟุต)/ สูง 2.89 เมตร (9.5 ฟุต)

– ขนาดภายใน มีความยาว 12.03 เมตร (39.47 ฟุต)/ กว้าง 2.35 เมตร (7.71 ฟุต)/ สูง 2.38 เมตร (7.81 ฟุต)

มีปริมาตรสูงสุดประมาณ 67-77 คิวบิกเมตร มีน้ำหนักประมาณ 3.8 ตัน และสามารถโหลดสินค้าได้สูงสุดประมาณ 26-27.5 ตัน เหมาะกับสินค้าประเภท Dry Cargoes หรือสินค้าเบาที่มีจำนวนมาก

3. ตู้คอนเทนเนอร์ Container ขนาด 40 ฟุตไฮคิวบ์ (40” HC) อีกประเภทหนึ่งคือตู้ขนาด 40 ฟุตไฮคิวบ์

– ขนาดภายนอก มีความยาว 12.19 เมตร (40 ฟุต)/ กว้าง 2.43 เมตร (8 ฟุต)/ สูง 2.89 เมตร (9.5 ฟุต)

– ขนาดภายใน มีความยาว 12.03 เมตร (39.47 ฟุต)/ กว้าง 2.35 เมตร (7.71 ฟุต)/ สูง 2.70 เมตร (8.86 ฟุต)

สามารถโหลดสินค้าได้สูงสุดประมาณ 26 ตัน มีปริมาตรสูงสุดประมาณ 75 คิวบิกเมตร และมีน้ำหนักประมาณ 3.9 ตัน เหมาะสำหรับสินค้าเบาที่มีจำนวนมากและมีขนาดใหญ่

ในตู้คอนเทนเนอร์ขนาด 40 ฟุตแบบทั่วไป และแบบไฮคิวบ์จะแตกต่างกันที่ส่วนสูงภายในเท่านั้น และนอกจากนี้ ในบางสายเรือยังอาจมีตู้ขนาดยาว 45 ฟุตให้บริการด้วย

หน่วยนับของตู้คอนเทนเนอร์

หน่วยนับของตู้คอนเทนเนอร์จะเทียบเป็นขนาดตู้ 20 ฟุตเสมอ และมีหน่วยเป็น TEU (Twenty-Equivalent Unit)

ตู้ 20 ฟุต = 1 TEU

ตู้ 40 ฟุต = 2 TEU

ตู้ 45 ฟุต = 2.5 TEU

ทฤษฎีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับต้นทุนโลจิสติกส์

ดวงพรรณ กรีชาญชัย (2550) ได้อธิบายถึงเรื่องต้นทุนโลจิสติกส์ไว้ว่า

กิจกรรมโลจิสติกส์ในโซ่อุปทานตามทฤษฎีสามารถได้เป็น 4 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

1. ต้นทุนด้านการขนส่ง
2. ต้นทุนด้านสินค้าคงคลัง
3. ต้นทุนด้านโกดังสินค้า
4. ต้นทุนการบริหารจัดการ

ในระดับมหภาค คือ ต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศไทย ในปี 2545 อยู่ที่ประมาณร้อยละ 19 ปี 2546 ประมาณร้อยระ 17 ปี 2547 ประมาณร้อยละ 15 แต่ในปี 2548 ปรับตัวสูงขึ้นมาอยู่ที่ประมาณร้อยละ 19 และคาดว่าจะปรับตัวขึ้นสูงอย่างต่อเนื่องเพราะมีปัจจัยด้านน้ำมันเข้ามามีผลเป็นอย่างมาก ในระดับจุลภาคหรือระดับปฏิบัติการ คือ ต้นทุนโลจิสติกส์ระดับอุตสาหกรรมมีความแตกต่างกับขึ้นอยู่กับกิจกรรมในอุตสาหกรรม ตัวอย่างเช่น อุตสาหกรรมสิ่งทอขนาดกลางมีต้นทุนโลจิสติกส์ประมาณร้อยละ 15 ต่อต้นทุนทั้งหมด โดยประกอบด้วย

-ต้นทุนด้านการขนส่ง ประมาณร้อยละ 36

-ต้นทุนด้านสินค้าคงคลัง ประมาณร้อยละ 27

-ต้นทุนด้านโกดังสินค้า ประมาณร้อยละ 20

-ต้นทุนด้านการบริหารจัดการ ประมาณร้อยละ 17

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปรียวิศว์ ขีระจิตต์ (2553) ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ของธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กที่ได้รับใบอนุญาตประกอบโลหกรรมตามพระราชบัญญัติ

แร่ พ.ศ. 2510 ว่ากิจกรรมโลจิสติกส์กำลังเป็นที่นิยมและรัฐบาลก็ให้การสนับสนุน เป็นสาเหตุให้เกิดการลงทุนที่เพิ่มมากขึ้น และเพื่อให้สามารถอยู่ได้ด้วยการหาลูกค้าใหม่ได้เพิ่มขึ้นและสามารถรักษาลูกค้าเก่าได้ ผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์จำเป็นที่จะต้องนำปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมาเป็นเครื่องมือเพื่อนำความพึงพอใจมาสู่ลูกค้า รวมถึงผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเป็นพิเศษ โดยการเรียงลำดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านการบริการ ด้านบุคคล ด้านราคา ด้านช่องทางบริการ การส่งเสริมการขายและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และหากผลการวิจัยสรุปได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) กับการจ้างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ด้านการบริการ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญต่อด้านการบริการและช่องทางการบริการ และความสัมพันธ์ระหว่าง 7Ps กับการจ้างด้านการบริหารคลังสินค้า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางด้านเทคโนโลยีและการตอบสนองที่หลากหลาย

บุณยวีรย์ วชิรวงศ์ภิญโญ (2554) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของกลุ่มบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของกลุ่มบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี และเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของกลุ่มบริษัท จำแนกตามลักษณะขององค์กร กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มบริษัทซึ่งตั้งอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี จำนวน 188 บริษัท เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนครมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มบริษัทมีความคิดเห็น อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับจากค่ามากไปน้อย คือ ด้านราคา และความคุ้มค่าในการให้บริการด้านความสามารถในการให้บริการรูปแบบ และเครือข่ายการให้บริการ ด้านบริการเสริมต่าง ๆ ด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่รองรับการให้บริการ และด้านประวัติการให้บริการและความน่าเชื่อถือ ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนสิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ ของกลุ่มบริษัท จำแนกตามลักษณะขององค์กร พบว่า กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาดำเนินการ โครงสร้างของคณะผู้บริหาร และจำนวนพนักงานในองค์กรต่างกันมีความคิดเห็นด้านประวัติการให้บริการ และความน่าเชื่อถือ โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงานในองค์กรต่างกัน มีความคิดเห็นด้านความสามารถในการให้บริการรูปแบบ และเครือข่ายการให้บริการ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สุชิน กาศธัญการ (2555) ศึกษาปัจจัยการเลือกใช้บริการตู้รีเฟอร์คอนเทนเนอร์ของตัวแทนขนส่งสินค้าทางเรือ ในอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่เยือกแข็ง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการเลือกใช้บริการ ปัญหาที่พบจากการใช้บริการ ความ แตกต่างระหว่างปัจจัยบริษัทกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการ (7Ps) และความแตกต่างระหว่างปัจจัยบริษัท กับปัญหาที่พบจากการใช้บริการ ต่อการเลือกใช้บริการตู้รีเฟอร์คอนเทนเนอร์ของตัวแทนขนส่งสินค้าทางเรือในอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่เยือกแข็ง เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา(Descriptive Research) ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Study) โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 ตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการเลือกใช้บริการ ปัญหาที่พบจากการใช้บริการตู้รีเฟอร์คอนเทนเนอร์ของ ตัวแทนขนส่งสินค้าทางเรือในอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่เยือกแข็งทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้าน ลักษณะทางกายภาพ โดยปัจจัยการเลือกใช้บริการมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และปัญหาที่พบจากการใช้บริการมี ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางทุกด้าน ปัจจัยบริษัทของผู้ใช้บริการตู้รีเฟอร์คอนเทนเนอร์ของตัวแทนขนส่งสินค้าทางเรือในอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่เยือกแข็ง ประกอบด้วย ลักษณะของธุรกิจ ทุนจดทะเบียนของบริษัท ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ จำนวนพนักงานในบริษัท การดำเนินของบริษัท แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (7Ps) และด้านปัญหาที่พบจากการใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตู้รี เฟอร์คอนเทนเนอร์ของตัวแทนขนส่งสินค้าทางเรือในอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่เยือกแข็งแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

กาญจ์สิตา โฆษิตธัญญสิทธิ์ (2555) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะองค์กรของผู้ใช้บริการในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P) ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสัญชาติของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่ใช้บริการ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 370 ราย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยมีการใช้บริการโลจิสติกส์ ซึ่งยังคงเลือกใช้บริการอยู่และมีแนวโน้มเพิ่มจำนวนการใช้บริการมากขึ้น ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์กรของผู้ให้บริการที่เป็นบรรษัทข้ามชาติ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะผู้ใช้บริการในด้านทุนจดทะเบียน ขอบเขตการให้บริการ ระยะเวลาการดำเนินกิจการ ขนาดขององค์กรที่แตกต่างกันจะมีการเลือกผู้ให้บริการ โลจิสติกส์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นิสาชล ปานจันดี (2557) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัวแทนออกสินค้า ของโรงงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี มี

วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัวแทนออกสินค้า ของโรงงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัวแทนออกสินค้าของโรงงานในเขตนิคม อุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นพนักงานแผนกนำเข้าและส่งออกจำนวน 225 คน เครื่องมือ ที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัวแทนส่งออกสินค้าของโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านผลิตภัณฑ์และการบริการเป็นลำดับที่ 1 รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับสุดท้าย ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พนักงานแผนกนำเข้าและส่งออกที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ต่างกันมีปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัวแทนออกสิค้า ไม่แตกต่างกัน ส่วนพนักงาน แผนกนำเข้าและส่งออกที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ใน การตัดสินใจเลือกใช้บริการตัวแทนออกสินค้าแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

กลยุทธ์ สงวนทรัพย์ (2559) ศึกษาคุณลักษณะขององค์การและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ตัวแทนออกของของผู้นำเข้าส่งออก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการใช้ตัวแทนออกของของผู้นำเข้าส่งออกที่มีคุณลักษณะขององค์การแตกต่างกัน ศึกษาคุณลักษณะขององค์การที่มีผลพลต่อการใช้ตัวแทนออกของ และศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ตัวแทนออก การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการ เก็บรวบรวมข้อมูล ทำการสุ่มตัวอย่างประชากรจากผู้ประกอบการนำเข้าส่งออกในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า าคุณลักษณะขององค์การมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ ตัวแทนออกในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ตัวแทนนำเข้าส่องของ

Rafael, Wayne and Mandar (2011) ได้ศึกษาเรื่องการพยากรณ์ปริมาณตู้คอนทนเนอร์เปล่า (Forecasting Empty Container Volumes) ของ 3 ท่าเรือคอนเทนเนอร์หลักในสหรัฐอเมริกา ประกอบด้วย ท่าเรือ Long Beach, Los Angeles และ Savannah เนื่องจากการสะสมของตู้คอนเทนเนอร์เปล่าและการเคลื่อนย้ายตู้คอนเทนเนอร์เปล่ากลายเป็นปัญหาสำคัญอันเกิดจากความไม่สมดุลระหว่างการส่งออกและการนำเข้าสินค้าโดยตู้คอนเทนเนอร์ของประเทศคู่ค้า ส่งผลให้เกิดต้นทุนและความท้าทายในการปฏิบัติการของท่าเรือคอนเทนเนอร์ หากการพยากรณ์

ปริมาณตู้เปล่ามีความถูกต้องมากเท่าไรก็จะส่งผลให้การวางแผนพัฒนาในการเคลื่อนย้ายตู้คอนเทนเนอร์เปล่ายิ่งมีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยเฉพาะด้านต้นทุน ในการศึกษานี้ใช้การเปรียบเทียบวิธีพยากรณ์ปริมาณตู้คอนเทนเนอร์เปล่าของ The Tiogo Group, United Nations และวิธี Winters พบว่าวิธี Winter ให้ผลการพยากรณ์ใกล้เคียงกับปริมาณตู้คอนเทนเนอร์เปล่าของท่าเรือคอนเทนเนอร์ทั้งสามแห่งมากที่สุด

Randall (1991 อ้างถึงใน Stone, 1999) ว่า ลูกค้าที่ได้รับการตอบสนองความต้องการและการแก้ปัญหาข้อร้องเรียนที่รวดเร็วจำนวน 72% ของลูกค้าทั้งหมด จะกลับมาเป็นลูกค้าอีกครั้ง และลูกค้าจำนวน 46% ที่ไม่ได้รับการตอบสนองเละการแก้ไขปัญหาตามความต้องการจะไม่มีความต้องการที่จะกลับมาเป็นลูกค้าอีกครั้ง

Kotler (2004, p. 450) ได้ให้ความหมายว่า ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps แบบดั้งเดิมทำงานได้ดีกับสินค้า แต่ธุรกิจบริการต้องให้ความสนใจกับปัจจัยตัวอื่นเพิ่มอีก 3Ps เพื่อใช้กับการตลาดบริการ ได้แก่ คน (People) กระบวนการ (Process) และเหตุการณ์ทางกายภาพ (Physical Evidence) เพราะการให้บริการโดยมากกระทำโดยคน ดังนั้นการคัดเลือกและฝึกอบรม และการจูงใจพนักงานสามารถร้างความแตกต่างในความพึงพอใจของลูกค้าอย่างใหญ่หลวง

Bulent, Balyer and Hakan (2015) กล่าวถึงการให้บริการทางด้านกิจกรรมโลจิสติกส์จากภายนอก แทนที่จะมาดำเนินการด้วยตนเอง รวมไปถึงการคัดเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลำดับที่ 3ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลยุทธ์ที่นำไปใช้แข่งขันกับบริษัทอื่น 1 การที่เลือกใช้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลำดับที่ 3 จะได้รับประ โยชน์ทางด้านความยืดหยุ่น, ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน, การยกระดับความสามารถทางด้านลูกค้าสัมพันธ์ การที่เลือก 3PL มาดำเนินกิจกรรมโลจิสติกส์ถือเป็นเรื่องที่ได้รับประ โยชน์อย่างสูง เนื่องจากถือเป็น Core Business ของ 3PL โดยงานวิจัยนี้ได้กล่าวถึงโครงสร้างและปัจจัยที่ใช้ในการเลือก 3PL

Ebrahimi and Ariani (2011) ศึกษาการนำโปรแกรมเชิงเส้นมาใช้กับการแก้ปัญหาด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจที่เกี่ยวกับยานยนต์เนื่องจากระยะห่างระหว่างโรงงานผลิตกับที่ตั้งตลาดเป้าหมายรวมถึงวิธีการขนส่งก็มีความหลากหลาย โดยมีวัตถุประสงค์ในการหาคำตอบที่จะทำให้ต้นทุนในการเคลื่อนย้ายรถใหม่ไปยังลูกค้าที่อยู่ต่างพื้นที่กันโดยใช้รถบรรทุกให้ต่ำที่สุด ซึ่งตัวแบบกำหนดการเชิงเส้นสามารถให้คำตอบที่หลากหลายได้แต่สุดท้ายล้วนเป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่จะเลือกคำตอบที่ให้ประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

ตารางที่ 1 สรุปตัวแปรและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตัวแปรและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ปรียาวิศว์ ชีระจิตต์ (2553)	บุณยวีร์ย์ วชิรวงศ์กิญโญ (2554)	สุชิน กาศธัญการ (2555)	กาญจ์สิตา ไพมิตธัญญสิทธิ์ (2555)	นิสาชล ปานจันดี (2557)	กลยุทธ์ สงวนทรัพย์ (2559)
ทุนจดทะเบียนบริษัท			✓	✓		
ขอบเขตการใช้บริการ				✓		✓
สัญชาติขององค์กร		✓		✓		
ระยะเวลาดำเนินกิจการ		✓	✓	✓		
ขนาดขององค์กร		✓	✓	✓		✓
การจ้างทำกิจกรรมด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล	✓			✓		
ลักษณะบริษัทผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่เคยจ้าง				✓		
ลักษณะบริษัทผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่จะจ้างในอนาคต				✓		
ด้านการบริการ	✓		✓	✓	✓	✓
ด้านราคา	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ด้านช่องทางการให้บริการ	✓		✓	✓	✓	✓
ด้านการสนับสนุนการตลาด	✓		✓	✓	✓	✓
ด้านพนักงานบริการ	✓		✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปรและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ปรียาวิศว์ ชีระจิตต์ (2553)	บุญยิรย์ วชิรวงศ์กิญโญ (2554)	สุชิน กาศธัญการ (2555)	กาญจ์สิตา ไพมิตธัญญสิทธิ์ (2555)	นิสาชล ปานจันดี (2557)	กลยุทธ์ สงวนทรัพย์ (2559)
ด้านกระบวนการการบริการ	✓		✓	✓	✓	✓
ด้านลักษณะทางกายภาพ	✓		✓		✓	✓
ด้านความเป็นมืออาชีพ		✓		✓		

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี” มีแนวทางการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากร วิธีสุ่มตัวอย่าง และการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร วิธีสุ่มตัวอย่าง และการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

1. การกำหนดประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี จำนวน 145 ราย (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2562)

2. การเลือกสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างของผู้วิจัยจะสุ่มตัวอย่างแบบใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability sampling) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างเลือกแบบตามสะดวก (Convenience sampling) โดยการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี จำนวน 110 ราย

3. การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1967, อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2553) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งมีสูตรคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$\text{สูตร} \qquad n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

โดย n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากร

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง (e = 0.05)

แทนค่าจากสูตร $= \frac{145}{1+[145(0.05^2)]}$

$= 109.19$

สามารถกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้เป็นจำนวน 110 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานขององค์กรและข้อมูลการให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล จำนวน 8 ข้อ โดยใช้คำถามแบบปลายปิด (Closed-ended question) ที่มีการกำหนดคำตอบไว้ล่วงหน้าแน่นอนแล้ว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check-list) แบบเลือกคำตอบเพียงคำตอบเดียว (Best answer)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการสนับสนุนการตลาด ด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการการบริการ และด้านความเป็นมืออาชีพ โดยให้แสดงระดับความสำคัญแบบมาตรส่วนประเมินค่า (Rating scale) โดยใช้แบบวัด Likert scale ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 การเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ โดยให้แสดงความคิดเห็นแบบมาตรส่วนประเมินค่า (Rating scale) โดยใช้แบบวัด Likert scale ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ ในการจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล

โดยเกณฑ์การให้คะแนนในแบบสอบถามส่วนที่ 2 และ 3 ซึ่งเป็นคำถามแบบมาตรส่วนประเมินค่า (Rating scale) โดยประยุกต์ใช้ตามรูปแบบของ Likert scale (บุญชม ศรีสะอาด, 2553) ซึ่งกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การวัด	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

วิธีการแปลผลแบบสอบถามส่วนนี้ได้ใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ตามเกณฑ์คะแนน ดังนี้

$$\text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.80$$

เกณฑ์การวัดและแปลความหมายในแบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ดังนี้

ระดับคะแนน		ความหมาย
ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	อยู่ในเกณฑ์	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	อยู่ในเกณฑ์	มาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	อยู่ในเกณฑ์	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	อยู่ในเกณฑ์	น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	อยู่ในเกณฑ์	น้อยที่สุด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม 9 ขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถาม และกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย

2. ทบทวนแนวคิด เอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้กำหนดตัวแปรในการสร้างคำถาม

3. กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และประโยชน์ของการวิจัย

4. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง และนำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นมาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับจุดประสงค์ของการวิจัย

5. แบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำของที่ปรึกษางานนิพนธ์ เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณา ทั้งนี้เพื่อพิจารณาในด้านเนื้อหาสาระและโครงสร้างของคำถามรูปแบบของแบบสอบถามตลอดจนภาษาที่ใช้

6. นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะของผู้เชี่ยวชาญมาดำเนินการทดลอง (Tryout) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงตัวอย่างในการวิจัย แต่ไม่ใช่ประชากรของการวิจัยนี้ จำนวน 30 บริษัท

7. นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ ทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability analysis)

8. ปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อแก้ไขปรับปรุงเพิ่มเติม เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพ

9. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) โดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณา และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence: IOC) โดยมีเกณฑ์การพิจารณาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เกณฑ์ค่าความสอดคล้องที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

การหาค่า IOC ของผู้เชี่ยวชาญจากการให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัย โดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ผู้วิจัยได้นำผลการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คนมาคำนวณค่า IOC เป็นรายข้อและคัดข้อรายการที่มีค่า IOC ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 แสดงว่า ข้อคำถามทุกข้อมีความตรงเชิงเนื้อหาผ่านเกณฑ์ที่กำหนดสามารถนำไปทดลองใช้ (try out) ได้

2. ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ไปทำการทดสอบ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จากนั้นจึง

นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาทดสอบความเชื่อมั่น ตามเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบังจังหวัดชลบุรี ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ซึ่งได้จากการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลโดยกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ คือ ผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบังจังหวัดชลบุรี

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary date) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ เช่นบทความ วารสาร ข้อมูลทางอินเตอร์เน็ต สารพิมพ์ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบดูความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสข้อมูล

3. บันทึกข้อมูลจากแบบสอบถามลงในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

4. ประมวลผลข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติ

5. วิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้สถิติ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

1.1 วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานขององค์กรและข้อมูลการให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

1.2 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล และวิเคราะห์การเลือกซัพพลายออร์เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics)

2.1 สมมติฐานที่ 1 ผู้ประกอบการที่มีข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลการใช้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลแตกต่างกัน มีการเลือกซัพพลายเออร์ผู้ให้บริการเดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเลแตกต่างกัน โดยการใช้วิธีการทดสอบ t-test สำหรับข้อมูลที่จำแนกเป็น 2 กลุ่ม และวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) สำหรับข้อมูลที่จำแนกมากว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และเมื่อพบความแตกต่างจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยแบบ LSD

2.2 สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการเลือกซัพพลายเออร์ผู้ให้บริการเดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเล โดยการใช้วิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple linear regression analysis) ด้วยการคัดเลือกโดยวิธี Enter

บทที่ 4
ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี” เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมประเภทผลิตเครื่องปรับอากาศที่ดำเนินกิจกรรมการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเล ในจังหวัดชลบุรี จำนวน 110 บริษัท และได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาเป็นจำนวน 110 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00 โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานขององค์กรและข้อมูลการให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การเลือกซัพพลายออร์เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ผลการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถามจากการทดสอบ (Try-out)

รายการ	จำนวนข้อ	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	**35**	**0.980**
ด้านการบริการ	5	0.881
ด้านราคา	5	0.923
ด้านช่องทางการให้บริการ	5	0.929
ด้านการสนับสนุนการตลาด	5	0.926
ด้านพนักงานบริการ	5	0.953
ด้านกระบวนการการบริการ	5	0.948
ด้านความเป็นมืออาชีพ	5	0.914
การเลือกซัพพลายออร์	**5**	**0.917**

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) จากกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่นระหว่าง 0.881-0.980

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานขององค์กรและข้อมูลการให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล

ตารางที่ 3 ค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลพื้นฐาน จำแนกตามทุนจดทะเบียนบริษัท

ทุนจดทะเบียนบริษัท	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ล้านบาท	7	6.40
5-10 ล้านบาท	16	14.50
11-20 ล้านบาท	10	9.10
21-30 ล้านบาท	33	30.00
31-100 ล้านบาท	30	27.30
101 ล้านบาทขึ้นไป	14	12.70
รวม	**110**	**100.00**

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนบริษัท 21-30 ล้านบาท มากที่สุด รองลงมาคือ มีทุนจดทะเบียนบริษัท 31-100 ล้านบาท และมีทุนจดทะเบียนบริษัทต่ำกว่า 5 ล้านบาทน้อยที่สุด

ตารางที่ 4 ค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลพื้นฐาน จำแนกตามขอบเขตการใช้บริการ

ขอบเขตการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช้บริการภายในประเทศ	13	11.80
ใช้บริการในเขตอาเซียน	19	17.30
ใช้บริการข้ามทวีป	6	5.40
ใช้บริการทั่วโลก	72	65.50
รวม	**110**	**100.0**

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีขอบเขตการใช้บริการทั่วโลก รองลงมาคือ ขอบเขตการใช้บริการในเขตอาเซียน ขอบเขตการใช้บริการภายในประเทศ และขอบเขตการใช้บริการข้ามทวีปน้อยที่สุด

ตารางที่ 5 ค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลพื้นฐาน จำแนกตามสัญชาติขององค์กร

สัญชาติขององค์กร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไทย	90	81.80
ต่างชาติ	20	18.20
รวม	**110**	**100.00**

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสัญชาติไทยมากกว่าต่างสัญชาติ

ตารางที่ 6 ค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลพื้นฐาน จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการ

ระยะเวลาดำเนินกิจการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-5 ปี	20	18.20
6-10 ปี	17	15.50
11-15 ปี	24	21.80
มากกว่า 15 ปีขึ้นไป	49	44.50
รวม	**110**	**100.00**

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ประกอบการตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินกิจการมากกว่า 15 ปีขึ้นไป รองลงมาคือ ระยะเวลาดำเนินกิจการ 11-15 ปี และระยะเวลาดำเนินกิจการ 6-10 ปี น้อยที่สุด

ตารางที่ 7 ค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลพื้นฐาน จำแนกตามขนาดขององค์กร

ขนาดขององค์กร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-100 คน	61	55.50
101-500 คน	15	13.60
501-1,000 คน	21	19.10
1,001 คนขึ้นไป	13	11.80
รวม	**110**	**100.00**

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ประกอบการตัวอย่างส่วนใหญ่ มีขนาดองค์กร 1-100 คน รองลงมาคือ มีขนาดองค์กร 501-1,000 คน และมีขนาดองค์กร 1,001 คนขึ้นไป น้อยที่สุด

ตารางที่ 8 ค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลการให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล จำแนกตามการจ้างผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล

การจ้างผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	99	90.00
ไม่เคย	11	10.00
รวม	**110**	**100.00**

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างเคยมีการจ้างผู้ให้บริการด้านพิธีการนำส่งออกทางทะเลมากกว่าไม่เคยจ้างผู้ให้บริการด้านพิธีการนำส่งออกทางทะเล

ตารางที่ 9 ค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลการให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล จำแนกตามลักษณะผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่เคยจ้าง

ลักษณะผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่เคยจ้าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัทของคนไทย	44	45.00
บริษัทข้ามชาติ	55	55.00
รวม	**99**	**100.00**

จากตารางที่ 9 พบว่า ตัวอย่างผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้บริการบริษัทข้ามชาติ นำเข้าส่งออกทางทะเล มากกว่าการใช้บริการบริษัทของคนไทย

ตารางที่ 10 ค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลการให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล จำแนกตามลักษณะผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่ต้องการจ้างในอนาคต

ลักษณะผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่ต้องการจ้างในอนาคต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัทของคนไทย	83	75.50
บริษัทข้ามชาติ	27	24.50
รวม	**110**	**100.00**

จากตารางที่ 10 พบว่า ตัวอย่างผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีแผนจ้างบริษัทของคนไทยบริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล มากกว่าจ้างบริษัทข้ามชาติ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล ประกอบด้วย ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการสนับสนุนการตลาด ด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการการบริการ และด้านความเป็นมืออาชีพ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
ด้านการบริการ	4.44	0.576	มากที่สุด	1
ด้านราคา	3.99	0.832	มาก	6
ด้านช่องทางการให้บริการ	4.23	0.898	มากที่สุด	5
ด้านการสนับสนุนการตลาด	3.95	0.860	มาก	7
ด้านพนักงานบริการ	4.41	0.669	มากที่สุด	3
ด้านกระบวนการการบริการ	4.40	0.631	มากที่สุด	2
ด้านความเป็นมืออาชีพ	4.38	0.703	มากที่สุด	4
รวม	**4.26**	**0.658**	**มากที่สุด**	

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านการบริการเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านกระบวนการการบริการ ด้านพนักงานบริการ ด้านความเป็นมืออาชีพ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านราคา และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการสนับสนุนการตลาด

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล ด้านการบริการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ			
ด้านการบริการ	$\bar{X}$	**S.D.**	**แปลผล**	**ลำดับ**
1. การบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน	4.52	0.674	มากที่สุด	2
2. มีการบริหารการบริการที่หลากหลาย	4.25	0.880	มากที่สุด	5
3. มีการบริการที่ถูกต้องตรงตามคำสั่ง	4.41	0.721	มากที่สุด	4
4. มีการบริการที่รวดเร็ว ตรงต่อเวลา	4.49	0.538	มากที่สุด	3
5. ใส่ใจความปลอดภัย รับประกันความเสียหาย	4.55	0.699	มากที่สุด	1
รวม	**4.44**	**0.576**	**มากที่สุด**	

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล ด้านการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญเรื่องใส่ใจความปลอดภัย รับประกันความเสียหายเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน และอันดับสุดท้าย คือ มีการบริหารการบริการที่หลากหลาย

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล ด้านราคา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ			
ด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1. ราคายุติธรรมเมื่อเปรียบกับผู้ให้บริการอื่น	3.94	0.849	มาก	3
2. มีราคาแบบเหมาจ่ายให้เลือก	4.08	0.879	มาก	2
3. มีการกำหนดราคาที่ให้บริการที่ชัดเจน	4.26	0.820	มากที่สุด	1
4. ช่วงระยะเวลาในการชำระเงิน	3.80	1.056	มาก	5
5. การมีส่วนลดและความยืดหยุ่นของราคา	3.89	1.120	มาก	4
รวม	3.99	0.832	**มาก**	

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญเรื่อง มีการกำหนดราคาที่ให้บริการที่ชัดเจน เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีราคาแบบเหมาจ่ายให้เลือก และอันดับสุดท้าย คือ มีช่วงระยะเวลาในการชำระเงิน

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล ด้านช่องทางการให้บริการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการให้บริการ	ระดับความสำคัญ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1. มีพนักงานติดต่อโดยตรง	4.25	0.999	มากที่สุด	3
2. ผ่านนายหน้าหรือตัวแทนที่เชื่อถือได้	3.95	1.078	มาก	5
3. มีระบบออนไลน์ที่ให้บริการ 24 ชม.	4.24	0.960	มากที่สุด	4
4. มีการบริการที่ครอบคลุมทั่วถึงทุกพื้นที่	4.26	0.983	มากที่สุด	2
5. การติดต่อใช้บริการที่สะดวกและติดต่อง่าย	4.45	0.973	มากที่สุด	1
รวม	**4.23**	**0.898**	**มากที่สุด**	

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล ด้านช่องทางการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญเรื่องการติดต่อใช้บริการที่สะดวกและติดต่อง่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีการบริการที่คลอบคลุมทั่วถึงทุกพื้นที่ มีพนักงานติดต่อโดยตรง และอันดับสุดท้าย คือ ผ่านนายหน้าหรือตัวแทนที่เชื่อถือได้

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล ด้านการสนับสนุนการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการสนับสนุนการตลาด	ระดับความสำคัญ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์	3.81	0.963	มาก	4
2. มีเงื่อนไขการขายแบบใหม่ ๆ ให้เลือก	4.01	0.914	มาก	2
3. มีการแจ้งล่วงหน้าเมื่อจะมีการเปลี่ยนแปลง	4.26	0.820	มากที่สุด	1
4. โปรโมชั่นต่าง ๆ	3.76	1.066	มาก	5
5. มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการจ้างงาน	3.89	1.120	มาก	3
รวม	**3.95**	**.860**	**มาก**	

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล ด้านการสนับสนุนการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญเรื่องมีการแจ้งล่วงหน้าเมื่อจะมีการเปลี่ยนแปลง เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีเงื่อนไขการขายแบบใหม่ ๆ ให้เลือก มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการจ้างงาน และอันดับสุดท้าย คือ มีโปรโมชั่นต่าง ๆ

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล ด้านพนักงานบริการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ			
ด้านพนักงานบริการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1. พูดจาสุภาพเรียบร้อย	4.43	0.748	มากที่สุด	3
2. แต่งกายเรียบร้อย สะอาด ถูกกาลเทศะ	4.28	0.780	มากที่สุด	5
3. กระตือรือร้นในการบริการ	4.46	0.750	มากที่สุด	2
4. ใส่ใจในการรับรู้และแก้ไขปัญหา	4.55	0.658	มากที่สุด	1
5. จำนวนพนักงานบริการที่เพียงพอ	4.34	0.733	มากที่สุด	4
รวม	**4.41**	**.669**	**มากที่สุด**	

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล ด้านพนักงานบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญเรื่องใส่ในการรับรู้และแก้ไขปัญหา เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ กระตือรือร้นในการบริการ พูดจาสุภาพเรียบร้อย และอันดับสุดท้าย คือ มีแต่งกายเรียบร้อย สะอาด ถูกกาลเทศะ

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล ด้านกระบวนการการบริการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการการบริการ	ระดับความสำคัญ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1. มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ได้มาตรฐาน	4.32	0.690	มากที่สุด	5
2. มีระบบและเทคโนโลยีที่ทันสมัย	4.40	0.693	มากที่สุด	2
3. มีการบริการแบบ One stop service	4.35	0.711	มากที่สุด	4
4. มีการติดต่อประสานงานและติดตามได้	4.54	0.631	มากที่สุด	1
5. มีการให้บริการแบบครบวงจร	4.38	0.729	มากที่สุด	3
รวม	4.40	0.631	**มากที่สุด**	

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล ด้านกระบวนการการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญเรื่อง มีการติดต่อประสานงานและติดตามได้ เป็นลำดับแรก รองลงมาคือ มีระบบและเทคโนโลยีที่ มีการให้บริการแบบครบวงจร และอันดับสุดท้าย คือ มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ได้มาตรฐาน

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล ด้านความเป็นมืออาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านความเป็นมืออาชีพ	ระดับความสำคัญ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1. ความน่าเชื่อถือ ความมั่นคงและปลอดภัย	4.45	0.750	มากที่สุด	3
2. ความรู้และความชำนาญในงาน	4.54	0.686	มากที่สุด	1
3. ความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า	4.48	0.713	มากที่สุด	2
4. ความมีชื่อเสียงขององค์กรของผู้ให้บริการ	4.31	0.821	มากที่สุด	4
5. สัญชาติของผู้ให้บริการ	4.14	1.079	มาก	5
รวม	**4.38**	**0.703**	**มากที่สุด**	

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล ด้านความเป็นมืออาชีพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญเรื่องความรู้และความชำนาญในงาน เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า ความน่าเชื่อถือ ความมั่นคงและความปลอดภัย และอันดับสุดท้าย คือ สัญชาติของผู้ให้บริการ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์

ผลการวิเคราะห์การเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์

การเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์	**ระดับความคิดเห็น**			
	$\bar{X}$	**S.D.**	**แปลผล**	**ลำดับ**
1. ท่านจะพิจารณาเลือกซัพพลายออร์ที่มีการตอบสนองอย่างรวดเร็ว	4.40	0.693	มากที่สุด	3
2. มีท่านจะพิจารณาเลือกซัพพลายออร์ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินงานอย่างยาวนาน	4.35	0.711	มากที่สุด	4
3. ท่านจะพิจารณาเลือกซัพพลายออร์ที่มีความพร้อมด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ	4.54	0.686	มากที่สุด	1
4. ท่านจะพิจารณาเลือกซัพพลายออร์ที่มีความแม่นยำในการให้บริการ	4.48	0.713	มากที่สุด	2
5. ท่านจะพิจารณาเลือกซัพพลายออร์ที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ	4.31	0.821	มากที่สุด	5
รวม	**4.42**	**0.635**	**มากที่สุด**	

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความเห็นว่าจะพิจารณาเลือกซัพพลายออร์ที่มีความพร้อมด้านอุปกรณ์และสิ่ง

อำนวยความสะดวกต่าง ๆ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ จะพิจารณาเลือกซัพพลายออร์ที่มีความแม่นยำในการให้บริการ จะพิจารณาเลือกซัพพลายออร์ที่มีการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และอันดับสุดท้าย คือ จะพิจารณาเลือกซัพพลายออร์ที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

จากการสอบถามปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ ในการจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างมีปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะดังนี้

1. การดำเนินการมีความล่าช้า การประสานงานต้องผ่านระดับผู้บริหาร
2. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสูง
3. การติดต่อสื่อสารมีความยากลำบาก
4. บริษัทไม่มีความชำนาญและล่าช้าในการเดินพิธีการศุลกากร

ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบระหว่างข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลการใช้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล กับการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ โดยการใช้วิธีการทดสอบ t-test สำหรับข้อมูลที่จำแนกเป็น 2 กลุ่ม และวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) สำหรับข้อมูลที่จำแนกมากว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และเมื่อพบความแตกต่างจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยแบบ LSD มีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้ประกอบการที่มีข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลการใช้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนบริษัทแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์แตกต่างกัน

ตารางที่ 20 การทดสอบความแตกต่างข้อมูลพื้นฐานกับการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ จำแนกตามทุนจดทะเบียนบริษัท

ทุนจดทะเบียนบริษัท	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
ต่ำกว่า 5 ล้านบาท	7	4.29	0.460	0.192	0.965
5-10 ล้านบาท	16	4.37	0.628		
11-20 ล้านบาท	10	4.40	0.800		
21-30 ล้านบาท	33	4.44	0.603		
31-100 ล้านบาท	30	4.39	0.629		
101 ล้านบาทขึ้นไป	14	4.54	0.762		

ตารางที่ 20 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีทุนจดทะเบียนบริษัทแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.965) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากทุนจดทะเบียนบริษัทไม่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ประกอบการที่มีขอบเขตการใช้บริการแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์แตกต่างกัน

ตารางที่ 21 การทดสอบความแตกต่างข้อมูลพื้นฐานกับการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ จำแนกตามขอบเขตการใช้บริการ

ขอบเขตการใช้บริการ	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
ใช้บริการภายในประเทศ	13	4.45	0.517	0.425	0.736
ใช้บริการในเขตอาเซียน	19	4.45	0.229		
ใช้บริการข้ามทวีป	6	4.13	0.103		
ใช้บริการทั่วโลก	72	4.43	0.744		

ตารางที่ 21 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีขอบเขตการใช้บริการแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.736) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากขอบเขตการให้บริการไม่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ประกอบการที่มีสัญชาติขององค์กรแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์แตกต่างกัน

ตารางที่ 22 การทดสอบความแตกต่างข้อมูลพื้นฐานกับการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ จำแนกตามสัญชาติขององค์กร

สัญชาติขององค์กร	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ไทย	90	4.52	0.601	0.981	0.324
ต่างชาติ	20	3.93	0.567		

ตารางที่ 22 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีสัญชาติขององค์กรแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.324) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากสัญชาติขององค์กรไม่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ประกอบการที่มีขอบเขตการใช้บริการแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์แตกต่างกัน

ตารางที่ 23 การทดสอบความแตกต่างข้อมูลพื้นฐานกับการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการ

ระยะเวลาดำเนินกิจการ	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1-5 ปี	20	4.48	0.407	9.776	0.000*
6-10 ปี	17	4.85	0.328		
11-15 ปี	24	4.68	0.486		
มากกว่า 15 ปีขึ้นไป	49	4.11	0.710		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 23 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์แตกต่างกัน (Sig. = 0.000) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้จึงทำการทดสอบรายคู่โดยวิธี LSD ดังนี้

ตารางที่ 24 การวิเคราะห์เปรียบเทียบ (LSD) ของค่าเฉลี่ยระยะเวลาดำเนินกิจการกับการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์

ระยะเวลาดำเนินกิจการ	$\bar{X}$	1-5 ปี	6-10 ปี	11-15 ปี	มากกว่า 15 ปีขึ้นไป
		4.48	4.85	4.68	4.11
1-5 ปี	4.48	-	0.367	0.203	0.370*
6-10 ปี	4.85		-	0.164	0.737
11-15 ปี	4.68			-	0.573
มากกว่า 15 ปีขึ้นไป	4.11				-

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 24 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการ 1-5 ปี มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์สูงกว่าผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการมากกว่า 15 ปีขึ้นไป เนื่องจากบริษัทที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการมากกว่า 15 ปีขึ้นไป อาจจะมีความความรู้ ความชำนาญในดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ จึงไม่จำเป็นต้องใช้บริการผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ประกอบการที่มีขนาดขององค์กรแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์แตกต่างกัน

ตารางที่ 25 การทดสอบความแตกต่างข้อมูลพื้นฐานกับการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ จำแนกตามขนาดขององค์กร

ขนาดขององค์กร	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1-100 คน	61	4.63	0.464	9.372	0.000*
101-500 คน	15	3.79	0.504		
501-1,000 คน	21	4.30	0.726		
1,001 คนขึ้นไป	13	4.32	0.806		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 25 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดขององค์กรแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ต่างกัน (Sig. = 0.000) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงทำการทดสอบรายคู่โดยวิธี LSD ดังนี้

ตารางที่ 26 การวิเคราะห์เปรียบเทียบ (LSD) ของค่าเฉลี่ยขนาดขององค์กรกับการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์

ขนาดขององค์กร	$\bar{X}$	1-100 คน	101-500 คน	501-1,000 คน	1,001 คนขึ้นไป
		4.63	3.79	4.30	4.32
1-100 คน	4.63	-	0.846*	0.338*	0.310
101-500 คน	3.79		-	0.209	0.336
501-1,000 คน	4.30			-	0.028
1,001 คนขึ้นไป	4.32				-

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 26 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดขององค์กร 1-100 คน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ สูงกว่าผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดขององค์กร 101-500 คน และ 501-1,000 คน เนื่องจากองค์กรที่มีขนาดใหญ่ มีจำนวนบุคลากรมากอาจจะมีการจ้างพนักงานที่เป็นผู้รับผิดชอบด้านการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ประจำเป็นของบริษัทตนเองเลยจังไม่มีความจำเป็นต้องใช้บริการผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้ประกอบการที่มีการจ้างผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์แตกต่างกัน

ตารางที่ 27 การทดสอบความแตกต่างข้อมูลการให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลกับการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ จำแนกตามการจ้างผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล

การจ้างผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล	**N**	**$\bar{X}$**	**S.D.**	**t**	**Sig.**
เคย	99	4.40	0.649	1.492	0.225
ไม่เคย	11	4.60	0.82		

ตารางที่ 27 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีการจ้างผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.225) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.7 ผู้ประกอบการที่มีลักษณะผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่เคยจ้างแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์แตกต่างกัน

ตารางที่ 28 การทดสอบความแตกต่างข้อมูลการให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลกับการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ จำแนกตามลักษณะผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่เคยจ้าง

ลักษณะผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่เคยจ้าง	**N**	**$\bar{X}$**	**S.D.**	**t**	**Sig.**
บริษัทของคนไทย	44	4.54	0.665	0.758	0.386
บริษัทข้ามชาติ	55	4.28	0.619		

ตารางที่ 28 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่เคยจ้างแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.386) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.8 ผู้ประกอบการที่มีลักษณะผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่ต้องการจ้างในอนาคตแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์แตกต่างกัน

ตารางที่ 29 การทดสอบความแตกต่างข้อมูลการให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลกับการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ จำแนกตามลักษณะผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่ต้องการจ้างในอนาคต

ลักษณะผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่ต้องการจ้างในอนาคต	**N**	**$\bar{X}$**	**S.D.**	**t**	**Sig.**
บริษัทของคนไทย	83	4.39	0.616	0.012	0.913
บริษัทข้ามชาติ	27	4.50	0.698		

ตารางที่ 29 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่ต้องการจ้างในอนาคตแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.913) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการเลือกซัพพลายเออร์ผู้ให้บริการเดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเล

ตารางที่ 30 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซัพพลายเออร์ผู้ให้บริการเดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (X)	การเลือกซัพพลายเออร์ผู้ให้บริการเดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเล (Y)				
	B	Std. error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	0.089	0.069	-	4.290	0.000
ด้านการบริการ (X1)	0.066	0.026	0.363	2.534	0.013*
ด้านราคา (X2)	0.244	0.061	0.064	4.022	0.000*
ด้านช่องทางการให้บริการ (X2)	0.046	0.016	0.122	2.878	0.005*
ด้านการสนับสนุนการตลาด (X4)	0.269	0.061	0.060	4.433	0.000*
ด้านพนักงานบริการ (X5)	0.116	0.029	0.320	3.980	0.000*
ด้านกระบวนการการบริการ (X6)	0.629	0.023	0.625	6.977	0.000*
ด้านความเป็นมืออาชีพ (X7)	0.422	0.018	0.467	3.273	0.000*

$R = 0.993$ $R^2 = 0.986$ R^2 adj $= 0.985$ Std.Error $= 0.077$ $F = 1052.102$ Sig $= 0.000$*

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 30 พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการบริการ (Sig. = 0.013) ด้านราคา (Sig. = 0.000) ด้านช่องทางการให้บริการ (Sig. = 0.005) ด้านการสนับสนุนการตลาด (Sig. = 0.000) ด้านพนักงานบริการ (Sig. = 0.000) ด้านกระบวนการการบริการ (Sig. = 0.000) และด้านความเป็นมืออาชีพ (Sig. = 0.000) มีอิทธิพลต่อการเลือกซัพพลายเออร์ผู้ให้บริการเดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีความสามารถในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงของการเลือกซัพพลายเออร์ผู้ให้บริการเดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเล (Adjusted R2) เท่ากับ 0.985 มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (Std. Error of the Estimate) เท่ากับ 0.077 โดยปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการเลือกซัพพลายเออร์

ผู้ให้บริการเดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเล (R^2) เท่ากับ 0.985 หรือคิดเป็นร้อยละ 98.50

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการการบริการ (Beta = 0.625) มีอิทธิพลต่อการเลือกซัพพลายเออร์ผู้ให้บริการเดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเล มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเป็นมืออาชีพ (Beta = 0.467) ด้านการบริการ (Beta = 0.363) ด้านพนักงานบริการ (Beta = 0.320) ด้านราคา (Beta = 0.064) ด้านช่องทางการให้บริการ (Beta = 0.122) และด้านการสนับสนุนการตลาด (Beta = 0.060) ตามลำดับ

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซัพพลายเออร์ผู้ให้บริการเดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเล สามารถเขียนให้อยู่ในรูปสมการเชิงเส้นตรง เพื่อทำนายการเลือกซัพพลายเออร์ผู้ให้บริการเดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเล ได้ดังนี้

$$\hat{y} = 0.089 + 0.066(X1) + 0.244(X2) + 0.046(X3) + 0.269(X4) + 0.116(X5) + 0.629(X6) + 0.422(X7)$$

บทที่ 5
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานและข้อมูลการใช้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี และ 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี จำนวน 110 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และทำการทดสอบสมมติฐานที่ 1 โดยการใช้วิธีการทดสอบ t-test สำหรับข้อมูลที่จำแนกเป็น 2 กลุ่ม และวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) สำหรับข้อมูลที่จำแนกมากกว่า 2 กลุ่ม และทดสอบสมมติฐานที่ 2 โดยการใช้วิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple linear regression analysis) ด้วยการคัดเลือกโดยวิธี Enter สามารถสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานขององค์กรและข้อมูลการให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานขององค์กรและข้อมูลการให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนบริษัท 21-30 ล้านบาท มีขอบเขตการใช้บริการทั่วโลก ส่วนใหญ่เป็นองค์กรสัญชาติไทย มีระยะเวลาดำเนินกิจการมากกว่า 15 ปีขึ้นไป มีขนาดองค์กร 1-100 คน ส่วนใหญ่เคยมีการจ้างผู้ให้บริการด้านพิธีการนำส่งออกทางทะเล โดยใช้บริการบริษัทข้ามชาติ นำเข้าส่งออกทางทะเล และมีแผนจ้างบริษัทของคนไทยในการบริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลในอนาคต

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.658 เมื่อพิจารณาอันดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดจากมากไปน้อย สรุปได้ดังนี้

ด้านการบริการ พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญเรื่องใส่ใจความปลอดภัย รับประกันความเสียหายเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน การบริการที่รวดเร็ว ตรงต่อเวลา มีการบริการที่ถูกต้องตรงตามคำสั่ง และอันดับสุดท้าย คือ มีการบริหารการบริการที่หลากหลาย

ด้านกระบวนการการบริการ พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญเรื่องมีการติดต่อประสานงานและติดตามได้เป็นลำดับแรก รองลงมาคือ มีระบบและเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีการให้บริการแบบครบวงจร มีการบริการแบบ One Stop Service และอันดับสุดท้าย คือ มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ได้มาตรฐาน

ด้านพนักงานบริการ พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญเรื่องใส่ในการรับรู้และแก้ไขปัญหา เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ กระตือรือร้นในการบริการ พูดจาสุภาพเรียบร้อย จำนวนพนักงานที่เพียงพอ และอันดับสุดท้าย คือ มีแต่งกายเรียบร้อย สะอาด ถูกกาลเทศะ

ด้านความเป็นมืออาชีพ พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญเรื่องความรู้และความชำนาญในงาน เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า ความน่าเชื่อถือ ความมั่นคงและความปลอดภัย ความมีชื่อเสียงขององค์กรของผู้ให้บริการ และอันดับสุดท้าย คือ สัญชาติของผู้ให้บริการ

ด้านช่องทางการให้บริการ พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญเรื่องการติดต่อใช้บริการที่สะดวกและติดต่อง่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีการบริการที่คลอบคลุมทั่วถึงทุกพื้นที่ มีพนักงานติดต่อโดยตรง มีระบบออนไลน์ที่ให้บริการ 24 ชม. และอันดับสุดท้าย คือ ผ่านนายหน้าหรือตัวแทนที่เชื่อถือได้

ด้านราคา พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญเรื่องมีการกำหนดราคาที่ให้บริการที่ชัดเจน เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ

มีราคาแบบเหมาจ่ายให้เลือก มีราคายุติธรรมเมื่อเปรียบกับผู้ให้บริการท่านอื่น การมีส่วนลดและความยืดหยุ่นของราคา และอันดับสุดท้าย คือ มีช่วงระยะเวลาในการชำระเงิน

ด้านการสนับสนุนการตลาด พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญเรื่องมีการแจ้งล่วงหน้าเมื่อจะมีการเปลี่ยนแปลง เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีเงื่อนไขการขายแบบใหม่ ๆ ให้เลือก มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการจ้างงาน มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และอันดับสุดท้าย คือ มีโปรโมชั่นต่าง ๆ

3. ผลการวิเคราะห์การเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล

ผลการวิเคราะห์การเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความเห็นว่าจะพิจารณาเลือกผู้ให้บริการที่มีความพร้อมด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ จะพิจารณาเลือกผู้ให้บริการที่มีความแม่นยำในการให้บริการ จะพิจารณาเลือกผู้ให้บริการที่มีการตอบสนองอย่างรวดเร็ว จะพิจารณาเลือกผู้ให้บริการที่มีประสบการณ์ในการดำเนินงานอย่างยาวนาน และอันดับสุดท้าย คือ จะพิจารณาเลือกผู้ให้บริการที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ประกอบการที่มีข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลการใช้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเลแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนบริษัทแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเลแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีทุนจดทะเบียนบริษัทแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเลไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.965) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ประกอบการที่มีขอบเขตการใช้บริการแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเลแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีขอบเขตการใช้บริการแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเลไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.736) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ประกอบการที่มีสัญชาติขององค์กรแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเลแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีสัญชาติขององค์กรแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเลไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.324) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเลแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเลแตกต่างกัน (Sig. = 0.000) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการ 1-5 ปี มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเล สูงกว่าผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการมากกว่า 15 ปีขึ้นไป

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ประกอบการที่มีขนาดขององค์กรแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเลแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดขององค์กรแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเลแตกต่างกัน (Sig. = 0.000) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดขององค์กร 1-100 คน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเล สูงกว่าผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดขององค์กร 101-500 คน และ 501-1,000 คน

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้ประกอบการที่มีการจ้างผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเลแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีการจ้างผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเลไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.225) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.7 ผู้ประกอบการที่มีลักษณะผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่เคยจ้างแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเลแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มี

ลักษณะผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่เคยจ้างแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเลไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.386) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.8 ผู้ประกอบการที่มีลักษณะผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่ต้องการจ้างในอนาคตแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเลแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลที่ต้องการจ้างในอนาคตแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเลไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.913) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเล ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการบริการ (Sig. = 0.013) ด้านราคา (Sig. = 0.000) ด้านช่องทางการให้บริการ (Sig. = 0.005) ด้านการสนับสนุนการตลาด (Sig. = 0.000) ด้านพนักงานบริการ (Sig. = 0.000) ด้านกระบวนการการบริการ (Sig. = 0.000) และด้านความเป็นมืออาชีพ (Sig. = 0.000) มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเล (R^2) เท่ากับ 0.985 หรือคิดเป็นร้อยละ 98.50

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการการบริการ (Beta = 0.625) มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเล มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเป็นมืออาชีพ (Beta = 0.467) ด้านการบริการ (Beta = 0.363) ด้านพนักงานบริการ (Beta = 0.320) ด้านราคา (Beta = 0.064) ด้านช่องทางการให้บริการ (Beta = 0.122) และด้านการสนับสนุนการตลาด (Beta = 0.060) ตามลำดับ

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี” สามารถอภิปรายผลการศึกษา ได้ดังนี้

1. จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างเคยมีการจ้างผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออก คิดเป็นร้อยละ 90.00 และมีแผนที่จะใช้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าส่งออก

ทางทะเลของบริษัทคนไทยในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 75.50 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรียวิศว์ ขีระจิตต์ (2553) ที่พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เลือกใช้บริการบริษัทภายนอกในด้านการขนส่งมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากต้นทุนการขนส่งเป็นต้นทุนที่สูงที่สุดในกิจกรรมทั้งหมดของด้านโลจิสติกส์ ดังนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงตัดสินใจจ้างบริษัทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์จากภายนอกเป็นผู้ดำเนินการเพื่อลดต้นทุนของกิจการ

2. จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกทางทะเล พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญด้านการบริการเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านกระบวนการการบริการ และด้านพนักงานบริการ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสาชล ปานจันดี (2557) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัวแทนส่งออกสินค้าของโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านผลิตภัณฑ์และการบริการเป็นลำดับที่ 1 รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับสุดท้าย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของบุณยวีรย์ วชิรวงศ์ภิญโญ (2554) พบว่า กลุ่มบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนครมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้การบริการโลจิสติกส์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ผู้ประกอบการที่มีข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลการใช้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกทางทะเลแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเลแตกต่างกัน จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการ และขนาดขององค์กรแตกต่างกัน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเลแตกต่างกันโดยผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการ 1-5 ปี มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเล สูงกว่าผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการมากกว่า 15 ปีขึ้นไป และผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดขององค์กร 1-100 คน มีการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเล สูงกว่าผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดขององค์กร 101-500 คน และ 501-1,000 คน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุชิน กาศธัญการ (2555) พบว่า ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการตู้รีเฟอร์คอนเทนเนอร์ของตัวแทนขนส่งสินค้าทางเรือในอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่เยือกแข็งแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกาญจ์สิตา โฆษิตธัญญสิทธิ์ (2555) พบว่า ขนาดขององค์กรที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการสนับสนุนการตลาด ด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการการบริการ และด้านความเป็นมืออาชีพ มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกลยุทธ์ สงวนทรัพย์ (2559) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ตัวแทนนำเข้าส่งออกในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางเรือด้วยการขนแบบตู้คอนเทนเนอร์ของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการการบริการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกพิธีการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าคอนเทนเนอร์ที่ขนส่งทางทะเล เป็นอันดับแรก ดังนั้นผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกควรให้ความสำคัญกับการติดต่อประสานงานและติดตามได้ และการมีระบบและเทคโนโลยีที่ทันสมัยให้บริการแบบครบวงจร

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านความเป็นมืออาชีพ ผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกควรให้ความสำคัญกับความรู้และความชำนาญในงาน รวมถึงความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า และความน่าเชื่อถือ ความมั่นคงและปลอดภัย

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการบริการ ผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกควรให้ความสำคัญกับการใส่ใจความปลอดภัย รับประกันความเสียหาย ให้การบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน และมีการบริการที่รวดเร็ว ตรงต่อเวลา

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านพนักงานบริการ ผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกควรให้ความสำคัญกับการใส่ใจในการรับรู้และแก้ไขปัญหา มีความกระตือรือร้นในการบริการ และพนักงานพูดจาสุภาพเรียบร้อย

5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกควรให้ความสำคัญกับการกำหนดราคาที่ให้บริการที่ชัดเจน มีราคาแบบเหมาจ่ายให้เลือก และมีราคายุติธรรมเมื่อเปรียบกับผู้ให้บริการอื่น

6. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกควรให้ความสำคัญกับการติดต่อใช้บริการที่สะดวกและติดต่อง่าย มีพนักงานที่สามารถติดต่อโดยตรง และมีการบริการที่ครอบคลุมทั่วถึงทุกพื้นที่

7. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการสนับสนุนการตลาด ผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกควรให้ความสำคัญกับการแจ้งล่วงหน้าเมื่อจะมีการเปลี่ยนแปลง รวมถึงการมีเงื่อนไขการขายแบบใหม่ ๆ ให้เลือก และมีการให้ส่วนลดตามปริมาณการจ้างงาน

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี เท่านั้น จึงทำให้ไม่ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเลของผู้ประกอบการอื่น ๆ รวมถึงไม่ทราบถึงความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเลเมื่อจำแนกตามลักษณะของธุรกิจ ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาจากผู้ประกอบการในจังหวัดอื่น ๆ และควรมีการจำแนกลักษณะผู้ประกอบการตามประเภทของธุรกิจ เพื่อให้นำข้อมูลที่ได้ไปบริหารจัดการการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าสูงสุด

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะข้อมูลพื้นฐานขององค์กรและข้อมูลการให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเลและปัจจัยด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเท่านั้น ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลในการเลือกผู้ให้บริการดำเนินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล เช่น ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ เป็นต้น

บรรณานุกรม

กลยุทธ์ สงวนทรัพย์. (2559). *คุณลักษณะขององค์การและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ตัวแทนออกของของผู้นำเข้าส่งออก ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล.* การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2562). *รายงานการศึกษาความเหมาะสมการจัดตั้งเขตส่งเสริมเศรษฐกิจพิเศษเพื่อกิจการอุตสาหกรรม นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง.* กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.

กาญจ์สิตา โฆษิตธัญญสิทธิ์. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , สาขาการจัดการวิศวกรรมธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี.

การท่าเรือแห่งประเทศไทย. (2563). *สถิติปริมาณเรือ สินค้า และตู้ผ่านท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี*. กองงานสถิติ การท่าเรือแห่งประเทศไทย.

ชุติกา เกียรติเรืองไกร. (2563). *10 ปีอุตสาหกรรมไทย เรามาไกลแค่ไหน*. กรุงเทพฯ: สายนโยบายการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย.

ณัฐ ธารพานิช. (2562). *การสร้างนวัตกรรมในภาคบริการ*. งาน สัมมนาวิชาการประจำปี 2562 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ครั้งที่ 41.

ดวงพรรณ กรีชาญชัย. (2550). *การจัดการโซ่อุปทาน กรณีศึกษา ปฏิบัติการจากภาคธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: ไอทีแอล เทรดมีเดีย.

ธีรารัตน์ เกลี้ยงกล่อม. (2557). *การคัดเลือกผู้จำหน่ายเครื่องปรับอากาศ: กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมบนเกาะ*. ปริญญานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการงานวิศวกรรม, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

นิสาชล ปานจันดี. (2557). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัวแทนออกสินค้า ของโรงงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี*. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.

บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

บุณยวีรย์ วชิรวงศ์ภิญโญ. (2554). *การตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของกลุ่มบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

ปรียวิศว์ ขีระจิตต์. (2553).*ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ของธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กที่ได้รับใบอนุญาตประกอบโลหกรรมตามพระราชบัญญัติแร่ พ.ศ. 2510.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เศรษฐศาสตร์พาณิชย์นาวี 3. (2560). *การขนส่งสำหรับการค้าระหว่างประเทศ*. เอกสารการสอนวิชาเศรษฐศาสตร์พาณิชย์นาวี วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

สุชิน กาศธัญการ. (2555). ปัจจัยการเลือกใช้บริการตู้รีเฟอร์คอนเทนเนอร์ของตัวแทนขนส่งสินค้าทางเรือ ในอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่เยือกแข็ง. *การประชุมวิชาการข่ายงานวิศวกรรมอุตสาหการ ประจำปี พ.ศ. 2555* (หน้า 17-19) ชะอำ ชลบุรี.

Bulent, A., Balyer, A., & Hakan, K. (2015). An Investigation of Undergraduates' Language Learning Strategies. *Social and Behavioral Sciences, 197*, 1348-1354.

Ebrahimi, S. S., & Ariani, M. G. (2011). Optimizing Logistic Problem in Automotive Corporations by Linear Programming. *International conference on business and economics research, 2011*(1), 49-51.

Kotler, P. (2004). *Principle of marketing*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

Rafael, D., Wayne, T., & Mandar, T. (2011). Forecasting Empty Container Volumes. *The Asian Journal of Shipping and Logistics, 27*(2), 217-236.

Randall, E. W. (1991). An instrument for the direct determination of oxygen utilisation rate. *Water SA, 17*(1), 11-18.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

"ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซัพพลายออร์เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล กรณีศึกษา บริษัท ABC"

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซัพพลายออร์เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยข้อมูลที่ตอบจะถือเป็นความลับและใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น

ส่วนที่ 1: ข้อมูลพื้นฐานขององค์กรและข้อมูลการให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในหน้าคำตอบที่ตรงกับองค์กรของท่าน

1. ทุนจดทะเบียนบริษัท

☐ 1) ต่ำกว่า 5 ล้านบาท ☐ 2) 5-10 ล้านบาท

☐ 3) 11-20 ล้านบาท ☐ 4) 21-30 ล้านบาท

☐ 5) 31-100 ล้านบาท ☐ 6) 101 ล้านบาทขึ้นไป

2. ขอบเขตการใช้บริการ

☐ 1) ใช้บริการภายในประเทศ ☐2) ใช้บริการในเขตอาเซียน

☐ 3) ใช้บริการข้ามทวีป ☐ 4) ใช้บริการทั่วโลก

3. สัญชาติขององค์กร

☐ 1) ไทย ☐ 2) ต่างชาติ

4. ระยะเวลาดำเนินกิจการ

☐ 1) 1-5 ปี ☐ 2) 6-10 ปี

☐3) 11-15 ปี ☐ 4) มากกว่า 15 ปีขึ้นไป

5. ขนาดขององค์กร

☐1) 1-100 คน ☐ 2) 101-500 คน

☐3) 501-1,000 คน ☐4) 1,001 คนขึ้นไป

6. องค์กรของท่านเคยจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล หรือไม่

☐1) เคย (กรุณาตอบคำถามข้อ 2) ☐ 2) ไม่เคย (ข้ามไปตอบในข้อที่ 8)

7. องค์กรของท่านเคยจ้างผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล ที่มี “ลักษณะบริษัท” เป็นรูปแบบใด

☐ 1) บริษัทของคนไทย ☐ 2) บริษัทข้ามชาติ

8. องค์กรของผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล ในอนาคตที่ท่านต้องการจ้างมี "ลักษณะบริษัท"เป็นรูปแบบใด

☐ 1) บริษัทของคนไทย ☐ 2) บริษัทข้ามชาติ

ส่วนที่ 2: ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล

<u>คำชี้แจง</u> โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องท้ายข้อความ ตอบเพียง "หนึ่งช่อง" ที่ตรงและสอดคล้องกับความคิดของท่าน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล	**ระดับความสำคัญ**				
	มากที่สุด 5	**มาก 4**	**ปานกลาง 3**	**น้อย 2**	**น้อยที่สุด 1**
ด้านการบริการ					
1. การบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน					
2. มีการบริหารการบริการที่หลากหลาย					
3. มีการบริการที่ถูกต้องตรงตามคำสั่ง					
4. มีการบริการที่รวดเร็ว ตรงต่อเวลา					
5. ใส่ใจความปลอดภัย รับประกันความเสียหาย					
ด้านราคา					
1. ราคายุติธรรมเมื่อเปรียบกับผู้ให้บริการอื่น					
2. มีราคาแบบเหมาจ่ายให้เลือก					
3. มีการกำหนดราคาที่ให้บริการที่ชัดเจน					
4. ช่วงระยะเวลาในการชำระเงิน					
5. การมีส่วนลดและความยืดหยุ่นของราคา					
ด้านช่องทางการให้บริการ					
1. มีพนักงานติดต่อโดยตรง					
2. ผ่านนายหน้าหรือตัวแทนที่เชื่อถือได้					
3. มีระบบออนไลน์ที่ให้บริการ 24 ชม.					
4.มีการบริการที่ครอบคลุมทั่วถึงทุกพื้นที่					
5. การติดต่อใช้บริการที่สะดวกและติดต่อง่าย					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านการสนับสนุนการตลาด					
1. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์					
2. มีเงื่อนไขการขายแบบใหม่ ๆ ให้เลือก					
3. มีการแจ้งล่วงหน้าเมื่อจะมีการเปลี่ยนแปลง					
4. โปรโมชั่นต่าง ๆ					
5. มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการจ้างงาน					
ด้านพนักงานบริการ					
1. พูดจาสุภาพเรียบร้อย					
2. แต่งกายเรียบร้อย สะอาด ถูกกาลเทศะ					
3. กระตือรือร้นในการบริการ					
4. ใส่ใจในการรับรู้และแก้ไขปัญหา					
5. จำนวนพนักงานบริการที่เพียงพอ					
ด้านกระบวนการการบริการ					
1. มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ได้มาตรฐาน					
2. มีระบบและเทคโนโลยีที่ทันสมัย					
3. มีการบริการแบบ One stop service					
4. มีการติดต่อประสานงานและติดตามได้					
5. มีการให้บริการแบบครบวงจร					
ด้านความเป็นมืออาชีพ					
1. ความน่าเชื่อถือ ความมั่นคงและปลอดภัย					
2. ความรู้และความชำนาญในงาน					
3. ความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า					
4. ความมีชื่อเสียงขององค์กรของผู้ให้บริการ					
5. สัญชาติของผู้ให้บริการ					

ส่วนที่ 3: การเลือกซัพพลายออร์เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องท้ายข้อความ ตอบเพียง "หนึ่งช่อง" ที่ตรงและสอดคล้องกับความคิดของท่าน

การเลือกซัพพลายออร์เดินพิธีการนำเข้าและส่งออกสินค้าคอนเทนเนอร์ผ่านการขนส่งทางทะเล	**ระดับคิดเห็น**				
	มากที่สุด 5	**มาก 4**	**ปานกลาง 3**	**น้อย 2**	**น้อยที่สุด 1**
1. ท่านจะพิจารณาเลือกซัพพลายออร์ที่มีการตอบสนองอย่างรวดเร็ว					
2. มีท่านจะพิจารณาเลือกซัพพลายออร์ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินงานอย่างยาวนาน					
3. ท่านจะพิจารณาเลือกซัพพลายออร์ที่มีความพร้อมด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ					
4. ท่านจะพิจารณาเลือกซัพพลายออร์ที่มีความแม่นยำในการให้บริการ					
5. ท่านจะพิจารณาเลือกซัพพลายออร์ที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ					

ส่วนที่ 4: ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ ในการจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมด้านพิธีการนำเข้าส่งออกทางทะเล กรุณาให้รายละเอียด

……

……

……

……

……

****

ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถามค่ะ

มหาวิทยาลัยบูรพา BURAPHA UNIVERSITY

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวบุลาภรณ์ บุญด้วง
วัน เดือน ปี เกิด	22 มิถุนายน พ.ศ. 2526
สถานที่เกิด	จังหวัดศรีษะเกษ
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 55/ 7 หมู่ 10 ตำบลโป่ง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี 20150
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2556-2558 แผนกธุรการ และ บีโอไอ บริษัท โคบาเทค (ประเทศไทย) จำกัด พ.ศ. 2568-ปัจจุบัน แผนกบีโอไอ นำเข้าและส่งออก บริษัท เอสเอ็นซี ครีเอติวิตี้ แอนโทโลจี จำกัด
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2552-2553 เทคโนโลยีอุตสาหกรรมและอัญมณีศาสตร์ (การจัดการอุตสาหกรรม) มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี พ.ศ. 2564 วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน) มหาวิทยาลัยบูรพา

BURAPHA UNIVERSITY