

ปัจจัยในการเข้าร่วมตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย

นางสาววราภรณ์ จินตนาควิชัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการด้านโลจิสติกส์ (สหสาขาวิชา)

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2551

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

FACTORS DETERMINING THE PARTICIPATION IN CHARTERING MARKET OF THAILAND

Miss Waraporn Jintanakwichai

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Science Program in Logistics Management

(Interdisciplinary Program)

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 2008

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ปัจจัยในการเข้าร่วมตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย

โดย

นางสาววราภรณ์ จินตนาวิชัย

สาขาวิชา

การจัดการด้านโลจิสติกส์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ศาสตราจารย์ ดร.กมลชนก สุทธิวาทนฤพุมิ

---

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร.พรพจน์ เปี่ยมสมบุญ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.พงศา พรชัยวิเศษกุล)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(ศาสตราจารย์ ดร.กมลชนก สุทธิวาทนฤพุมิ)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ สุพจน์ ขววิวรรณ)

วราภรณ์ จินตนาวิชัย : ปัจจัยในการเข้าร่วมตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย. (FACTORS DETERMINING THE PARTICIPATION IN CHARTERING MARKET OF THAILAND) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ศ.ดร. กมลชนก สุทธิวาหนฤพุดมิ, 104หน้า.

ในปัจจุบันรูปแบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่สำคัญของประเทศไทยคือการขนส่งทางทะเล ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 92 ของปริมาณการขนส่งสินค้าขาออกระหว่างประเทศ โดยสินค้าสำคัญหากพิจารณาในเชิงปริมาณการส่งออกแล้ว สินค้าการเกษตรจะมีปริมาณสูงที่สุด โดยสินค้าที่สำคัญคือ ข้าว ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และน้ำตาล จากการศึกษาพบว่าการส่งออกเหล่านี้ใช้กองเรือไทยเพียงร้อยละ 8 ซึ่งสาเหตุหลักมาจากการที่ผู้ส่งออกชาวไทยไม่ได้เป็นฝ่ายรับผิดชอบในการจัดการการขนส่งสินค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าการเกษตรที่ขนส่งโดยเรือสินค้าเทกองชนิดเรือจระ ทำให้ผู้ส่งออกผลกระทบความรับผิดชอบรับผิดชอบในการจัดหาเรือไปยังผู้ซื้อสินค้า หรือคนกลางจัดซื้อสินค้า(Trader) และเมื่อการขนส่งสินค้าตกอยู่ในการควบคุมของต่างชาติจึงส่งผลให้กองเรือไทยไม่ได้รับการพัฒนา นอกจากนี้การที่ผู้ส่งออกสินค้าไทยไม่ได้เป็นฝ่ายจัดระวางเรือเองยังทำให้ขาดประโยชน์ด้านค่าระวางเรือ และค่านายหน้า กล่าวคือผู้ขายสินค้าสามารถทำกำไรได้จากค่าระวางเรือโดยถือเป็นค่านายหน้าและค่าจัดการในการหาวางเรือ ซึ่งก่อให้เกิดรายได้เข้าสู่ประเทศในอีกรูปแบบหนึ่งอีกด้วย

งานวิจัยนี้จึงจัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยในการเข้าร่วมตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาจัดตั้งตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย เพื่อส่งเสริมให้มีข้อมูลด้านตลาดเช่าเหมาเรือสำหรับผู้ส่งออก เจ้าของเรือ และนายหน้าในการเช่าเหมาเรือ และส่งเสริมให้ผู้ส่งออกสามารถขายสินค้าในราคาที่รวมค่าขนส่งสินค้าได้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ส่งออกมีช่องทางที่จะทำกำไรได้มากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมธุรกิจพาณิชย์นาวีของไทย ที่จะส่งผลไปยังธุรกิจเกี่ยวเนื่องในที่สุด และกองเรือไทยจะได้รับการพัฒนาให้มีศักยภาพเทียบเท่ากองเรือของชาติอื่นๆ

ผลจากการศึกษาพบว่าร้อยละ 86.7 ของกลุ่มตัวอย่างมีความสนใจที่จะเข้าร่วมซื้อขายในตลาดแห่งนี้ที่ระดับความสนใจเฉลี่ยร้อยละ 61.5 โดยปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาดแห่งนี้ คือ ความถี่ในการเช่าเหมาเรือ ร้อยละในการเช่าเหมาเรือผ่านนายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ และความห่วงกังวลในเรื่องนโยบายขนส่งสินค้า

สาขาวิชาการจัดการด้านโลจิสติกส์  
ปีการศึกษา 2551

ลายมือชื่อนิสิต.....  
ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

# # 5087190320 : MAJOR LOGISTICS MANAGEMENT

KEYWORDS: CHARTERING / BULK CARGO / OCEAN TRANSPORT / BROKER / BALTIC EXCHANGE

WARAPORN JINTANAKWICHAI : FACTORS DETERMINING THE PARTICIPATION IN CHARTERING MARKET OF THAILAND. THESIS ADVISOR : PROF. KAMONCHANOK SUTHIWARTNARUEPUT, Ph.D., 104 pp.

Nowadays about 92% of export cargo volume from Thailand is done by the ocean transportation. The important cargo by volume is the agricultural product such as rice, tapioca and sugar. The studies indicate that only about 8% of export cargo volume is done by Thai flag vessels. The main reason for not ship the cargo by Thai flag vessels is because Thai export sell cargo on FOB (Free On Board) Term. So the buyers are the ones who need to arrange and control the transportation. This effect the promotes improvement of Thai flag fleet. Moreover, Thai exporter losses the benefit that they can make from the gap of ocean freight. Thai broker also losses the chance to fix the cargo and earns the commission.

This research is made to study the factors determining participation in chartering market of Thailand which will reveal the possibility to operate charter market in Thailand. This market will be the important source of chartering information for exporter; ship owner and ship broker. Exporter will have information of open vessel in the market, and Ship Owner will have information of open cargo in the market, while broker can fix the cargo based on the information given from this market. Finally the charter market will enhance the growth of Thai maritime industry.

From the research, 86.7% of sample population is interested in involving the charter market at average of interesting 61.5%. The factor that related to the decision to join the market is the charter frequency, the percentage of contact via broker and the concern of loading and discharging cargo.

Field of study Logistics Management Student's signature.....  
Academic year 2008..... Advisor's signature.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องด้วยความอนุเคราะห์ ความกรุณา และความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง จากศาสตราจารย์ ดร. กมลชนก สุทธิวาหนฤพุมิ อาจารย์ที่ปรึกษาที่คอยให้คำปรึกษา คำแนะนำ และให้ความกรุณาช่วยเหลือตรวจสอบข้อบกพร่อง ตลอดระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย นอกจากนี้ต้องขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.พงศา พรชัยวิเศษกุล ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ สุพจน์ ชววิวรรธน์ ผู้เป็นคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านทั้งสองได้สละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำ เพื่อช่วยให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ที่ได้อบรม สั่งสอนวิชาความรู้แก่ผู้วิจัย ซึ่งความรู้เหล่านั้นได้ถูกประมวลมาเป็นวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา ที่ให้การสนับสนุนการศึกษาของข้าพเจ้ามาโดยตลอด และขอขอบคุณครอบครัว ที่คอยเป็นกำลังใจอย่างดียิ่งและช่วยให้วิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณบริษัทตัวอย่าง และหน่วยงานต่างๆ ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยอย่างยิ่ง

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่หลักสูตรการจัดการด้านโลจิสติกส์ทุกท่านและเพื่อนร่วมหลักสูตรการจัดการโลจิสติกส์ รุ่น6 สำหรับความช่วยเหลือ กำลังใจ และมิตรภาพที่ดีเสมอมา

## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	

1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	5
1.4 ระเบียบวิธีวิจัย.....	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 การขนส่ง.....	8
2.1.1 ความหมายของการขนส่ง.....	8
2.1.2 หน้าที่ของการขนส่ง.....	9
2.1.3 รูปแบบการขนส่ง.....	10
2.1.4 การขนส่งทางน้ำ.....	11
2.1.5 สินค้าที่ขนส่งทางทะเล.....	11
2.1.6 ธุรกิจการขนส่งสินค้าทางทะเล.....	15
2.1.7 การเช่าเหมาเรือ.....	16
2.1.8 ตลาดค่าระวาง.....	19
2.1.9 องค์กรในตลาดเช่าเหมาเรือ.....	25
2.1.10 ห่วงโซ่ของการเช่าเหมาเรือ.....	26
2.1.11 นายหน้าของธุรกิจเช่าเหมาเรือ.....	27
2.1.12 ขั้นตอนในการเช่าเหมาเรือ.....	31
2.1.13 เงื่อนไขในการขนถ่ายสินค้า.....	32

2.1.14	ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อค่าระวางเรือ.....	33
2.1.15	ศูนย์ของระวางเรือและรวบรวมสินค้า.....	35
2.2	ตลาด.....	37
2.2.1	ความหมายของตลาด.....	37
2.2.2	ประเภทของตลาด.....	38
2.2.3	ตลาดเรือจรเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์.....	39
2.3	สรุปผลจากการทบทวนวรรณกรรม.....	40
3.	วิธีดำเนินการวิจัย.....	42
3.1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	42
3.2	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	43
3.3	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	46
3.4	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
4.	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
4.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	47
4.2	ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ.....	52
4.3	ความสนใจในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือ.....	53
4.3.1	ระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการซื้อขายในตลาด.....	53
4.3.2	คำถามแบบเลือกตอบ.....	57
4.3.3	คำถามแบบแสดงความคิดเห็น.....	61
4.4	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับความสนใจเข้าร่วมซื้อขาย.....	64
4.5	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ.....	70
4.6	การวิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจ.....	72
4.6.1	ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเข้าร่วมตลาดของเจ้าของสินค้า.....	72
4.6.2	ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเข้าร่วมตลาดของเจ้าของเรือ.....	75
4.6.3	ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเข้าร่วมตลาดของนายหน้า.....	77
4.6.4	ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเข้าร่วมตลาดของเจ้าของสินค้า เจ้าของเรือ และนายหน้า.....	80
4.7	สรุปผลการศึกษา.....	81



5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	82
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	82
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	83
5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย.....	86
5.4 ข้อเสนอแนะด้านการวิจัย.....	86
รายการอ้างอิง.....	88
ภาคผนวก.....	90
ภาคผนวก ก. แบบสอบถามความสนใจในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช้าหมาเร็ว ของประเทศไทย.....	91
ภาคผนวก ข. อัตราค่าธรรมเนียมในการเข้าร่วมตลาดบอลลติก.....	100
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	104

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 การขนส่งสินค้าขาออก.....	1
1.2 ปริมาณและมูลค่าสินค้าการเกษตรส่งออก 3 ชนิด ระหว่างปี 2545-2549.....	3
1.3 การขนส่งสินค้าขาออกจำแนกตามชนิดของสินค้า และชนิดของเรือที่ให้บริการ (พ.ศ.2544)...	3
1.4 การขนส่งสินค้าขาออกจำแนกตามชนิดของสินค้า และสัญชาติเรือที่ให้บริการ (พ.ศ.2544)...	4
2.1 การจัดอันดับรูปแบบการขนส่งตามจุดเด่นต่างๆ.....	11
2.2 ปริมาณการค้าทางทะเลของโลก พ.ศ.2549.....	12
2.3 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเข้าร่วมการซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือ.....	41
4.1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามประเภทธุรกิจ.....	47
4.2 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามชนิดสินค้า.....	48
4.3 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามระดับปฏิบัติการ.....	48
4.4 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามระดับการศึกษา.....	49
4.5 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามความถี่ของปริมาณการขนส่งในแต่ละครั้ง.....	49
4.6 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามความถี่ในการเช่าเหมาเรือต่อปี.....	50
4.7 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามปริมาณตันเฉลี่ยต่อการขนส่งต่อครั้ง.....	50
4.8 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามและวิธีการติดต่อเช่าเหมาเรือ.....	51
4.9 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามและการใช้บริการตลาดบอลติก.....	51
4.10 ระดับคะแนนด้านความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ.....	52
4.11 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยหลักที่มีผลต่อการพิจารณาเข้าร่วมตลาด.....	54
4.12 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการพิจารณาเข้าร่วมตลาด.....	55
4.13 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องวิธีการซื้อขายที่เหมาะสม.....	57
4.14 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องรูปแบบการซื้อขายที่เหมาะสม.....	58
4.15 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสม.....	57
4.16 ระดับความสำคัญของค่าธรรมเนียม (ค่าสมาชิก) ต่อการตัดสินใจเข้าร่วมตลาด.....	59
4.17 ระดับความสำคัญของค่าธรรมเนียม (ค่านายหน้า) ต่อการตัดสินใจเข้าร่วมตลาด.....	60
4.18 แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจ และไม่สนใจ เข้าร่วมซื้อขายในตลาด.....	60
4.19 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับความสนใจเข้าร่วมตลาด.....	65
4.20 ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ และประเภทธุรกิจ.....	70
4.21 ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ และระดับการปฏิบัติการ.....	71

4.22 ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ และการใช้บริการตลาดบอลติก.....	71
4.23 ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ และความสนใจในการเข้าร่วมตลาด.....	71
4.24 ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อการพิจารณาเข้าร่วมตลาดของเจ้าของสินค้ามากที่สุด	
10 อันดับแรก.....	72
4.25 ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อการพิจารณาเข้าร่วมตลาดของเจ้าของเรือมากที่สุด	
10 อันดับแรก.....	75
4.26 ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อการพิจารณาเข้าร่วมตลาดของนายหน้ามากที่สุด	
10 อันดับแรก.....	77
4.27 ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อการพิจารณาเข้าร่วมตลาดที่ร่วมกันของผู้ส่งออก	
เจ้าของเรือ และนายหน้า.....	80

## สารบัญญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
1.1 การขนส่งสินค้าออกตามปริมาณ.....	2
2.1 Cost element in Chartering.....	20
4.1 การแจกแจงความถี่ค่าความสนใจในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาด.....	61

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การส่งออกนับได้ว่าเป็นมีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากการส่งออกเป็นช่องทางสำคัญในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศ และยังก่อให้เกิดการจ้างงาน ทำให้มีเงินหมุนเวียนภายในประเทศ ทั้งยังส่งเสริมให้เกิดการลงทุน และสร้างความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอีกด้วย สำหรับในประเทศไทยนั้นสัดส่วนการส่งออกสินค้าและบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติอยู่ที่ ประมาณร้อยละ 60 และรูปแบบการขนส่งที่สำคัญ คือการขนส่งทางทะเล ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 92 ของปริมาณการขนส่งสินค้าขาออกระหว่างประเทศ

ตาราง 1.1 การขนส่งสินค้าขาออก

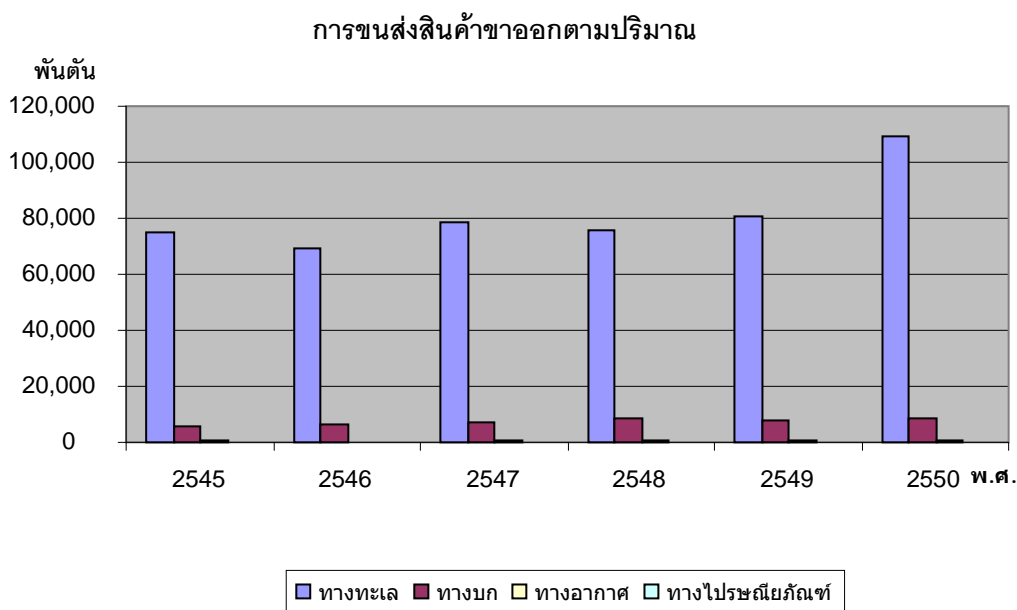
หน่วย : ล้านบาท

ภาคการขนส่ง สินค้า	2545	2546	2547	2548	2549	2550
ทางทะเล	1,945,814	2,167,715	2,555,664	2,919,223	3,230,003	3,477,441
ทางบก	136,866	194,183	241,969	264,424	320,213	318,847
ทางอากาศ	840,357	961,552	1,076,479	1,252,057	1,385,537	1,450,737
ทางไปรษณีย์ภัณฑ์	894	773	700	595	498	451
รวม	2,923,931	3,324,223	3,874,812	4,436,299	4,936,251	5,247,476

หน่วย : พันตัน

ภาคการขนส่ง สินค้า	2545	2546	2547	2548	2549	2550
ทางทะเล	75,302	69,185	78,422	75,622	80,959	109,238
ทางบก	5,645	6,072	7,096	8,608	8,170	8,877
ทางอากาศ	641	353	401	444	963	460
ทางไปรษณีย์ภัณฑ์	0	0	0	0	0	0
รวม	81,588	75,610	85,919	84,674	90,092	118,575

ภาพที่ 1.1 การขนส่งสินค้าขาออก



ที่มา : กรมศุลกากร

รวบรวมโดย : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักปลัดกระทรวงคมนาคม

จากข้อมูลสถิติการส่งออก ปี พ.ศ. 2550 ของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากรพบว่า หากพิจารณาตามมูลค่าของสินค้าส่งออกแล้ว เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ จะมีมูลค่าสูงสุด คิดเป็น ร้อยละ 11 หรือเท่ากับ 595,969.74 ล้านบาท ในขณะที่ กลุ่มสินค้าการเกษตรเช่น ยางพารา และผลิตภัณฑ์ ข้าว ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และน้ำตาลจะจัดอยู่ใน สินค้าส่งออกที่สำคัญ 30 รายการแรกตามมูลค่าสินค้า และเมื่อพิจารณาจากโครงสร้างการส่งออกจะพบว่า กลุ่มสินค้าเกษตรกรรม (กลีกรวม, ปศุสัตว์) จะมีมูลค่าเป็นอันดับ 2 คิดเป็นร้อยละ 10 รองจากกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 78.11 ของโครงสร้างสินค้าการส่งออกทั้งหมด แต่หากพิจารณาตามปริมาณสินค้าแล้วจะพบว่า สินค้าการเกษตรมีปริมาณการส่งออกสูงที่สุดเมื่อเทียบกับสินค้ากลุ่มอื่นๆ

ตาราง 1.2 ปริมาณและมูลค่าสินค้าการเกษตรส่งออก 3 ชนิด ระหว่างปี 2545 - 2549

ชนิดสินค้าส่งออก	ปี	2545	2546	2547	2548	2549
ข้าว	มูลค่าส่งออก (ล้านบาท)	70,004	75,775	108,352	92,996	97,623
	ปริมาณส่งออก (เมตริกตัน)	7,327,025	7,342,940	9,978,230	7,496,011	7,438,571
มันสำปะหลัง	มูลค่าส่งออก (ล้านบาท)	22,694	27,033	34,499	33,915	43,100
	ปริมาณส่งออก (เมตริกตัน)	4,232,734	5,368,371	7,004,396	4,977,748	6,878,812
น้ำตาล	มูลค่าส่งออก (ล้านบาท)	29,375	38,429	32,455	28,114	27,780
	ปริมาณส่งออก (เมตริกตัน)	4,032,003	5,075,405	4,587,174	3,012,117	2,238,809

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

การขนส่งสินค้าทางทะเล สามารถจำแนกตามประเภทของเรือได้เป็น 2 ประเภท คือ เรือคอนเทนเนอร์ และ เรือสินค้าทั่วไป สำหรับเรือสินค้าทั่วไปก็ยังสามารถแยกย่อยได้อีกเป็นเรือสินค้าสินค้าเทกอง ซึ่งเรือสินค้าเทกองจะประกอบไปด้วยเรือสองประเภทตามลักษณะการดำเนินงาน คือ เรือประจำเส้นทาง และเรือจร จากข้อมูลการขนส่งสินค้าทางทะเลของประเทศไทย ปีพ.ศ. 2544 พบว่า การส่งออกสินค้าโดยเรือสินค้าเทกองชนิดเรือจร เท่ากับร้อยละ 27 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด และการส่งออกสินค้าเทกองโดยใช้กองเรือไทยในการขนส่งคิดเป็นร้อยละ 8 ในขณะที่การขนส่งสินค้าเทกองขาออกโดยกองเรือต่างชาติมีสูงถึงร้อยละ 92

ตาราง 1.3 การขนส่งสินค้าขาออกจำแนกตามชนิดสินค้า และชนิดของเรือที่ให้บริการ (พ.ศ. 2544)

หน่วย : ตัน

ประเภทบริการ	สินค้าหีบห่อ	สินค้าเทกอง	สินค้าคอนเทนเนอร์	รวม
ชมรมเรือ ประจำเส้นทาง	174,049	1,379,074	3,693,536	5,246,659
นอกชมรมเรือ ประจำเส้นทาง	6,502,757	5,277,377	10,076,767	21,856,901
เรือจร	12,618,028	15,917,557	319,789	28,855,374
เรืออื่นๆ	26,907	2,374,373	49,064	2,450,344
<b>รวม</b>	<b>19,321,741</b>	<b>24,948,381</b>	<b>14,139,156</b>	<b>58,409,278</b>

ตาราง 1.4 การขนส่งสินค้าขาออกจำแนกตามชนิดของสินค้า และสัญชาติเรือที่ให้บริการ (พ.ศ. 2544)

หน่วย : ตัน

ประเภทบริการ	ชมรมเรือ ประจำเส้นทาง	นอกชมรมเรือ ประจำเส้นทาง	เรือจร	เรืออื่นๆ	รวม
เรือไทย	186,601	1,928,075	2,343,629	2,042,929	6,501,234
เรือต่างชาติ	5,060,058	19,928,826	26,511,745	407,415	51,908,044
<b>รวม</b>	<b>5,246,659</b>	<b>21,856,901</b>	<b>28,855,374</b>	<b>2,450,344</b>	<b>58,409,278</b>

ที่มา : กรมเจ้าท่า

รวบรวมโดย : ส่วนวิจัยและวางแผน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการพาณิชย์นาวี

จากข้อมูลของ UNCTAD พบว่า แม้ว่าประเทศไทยจะเป็นผู้ส่งออกสินค้าการเกษตรที่สำคัญของโลก แต่กองเรือไทยยังมีขนาดเล็กมากเมื่อเปรียบเทียบกับกองเรือโลก และยังคงน้อยกว่าประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เวียดนาม มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ เป็นต้น ซึ่งสาเหตุสำคัญมาจากการที่ผู้ส่งออกชาวไทยไม่ได้เป็นฝ่ายรับผิดชอบในการจัดการการขนส่งสินค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าการเกษตรที่ขนส่งโดยเรือสินค้าเทกองชนิดเรือจร เนื่องจากผู้ส่งออกขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องตลาดเช่าเหมาเรือ ขาดบุคลากรที่รับผิดชอบด้านการจัดหาเรือ ซึ่งต้องติดตามข่าวสารด้านตลาดเช่าเหมาเรืออยู่เสมอ และขาดช่องทางที่จะนำไปสู่ตลาดเช่าเหมาเรือ ทำให้ผู้ส่งออก ผลักภาระความรับผิดชอบต่อรับผิดชอบในการจัดหาเรือไปยังผู้ซื้อสินค้า หรือ คนกลางจัดซื้อสินค้า (Trader) และเมื่อการขนส่งสินค้าตกอยู่ในการควบคุมของต่างชาติจึงทำให้กองเรือไทยไม่ได้รับการพัฒนา ทั้งที่กองเรือชาติอื่นจะมีข้อกำหนดเพื่อเป็นการส่งเสริมกองเรือของตน เช่น Wood (2002) ระบุว่า 3 ใน 4 ส่วน ของธัญพืชที่ส่งออกโดยสหรัฐอเมริกา ภายใต้มาตรา 2 ของพระราชบัญญัติการพัฒนาค้าพืชผลการเกษตร (Title II of the Agricultural Trade Development Act) ต้องใช้กองเรือสหรัฐอเมริกา เพื่อเป็นการส่งเสริมกองเรือแห่งชาติ และยังส่งผลต่อธุรกิจต่อเนื่องอื่นๆ เช่น การประกันภัยทางทะเล การเงินของธุรกิจพาณิชย์นาวี การซ่อมบำรุงเรือ เป็นต้น นอกจากนี้การที่ผู้ส่งออกสินค้าไทยไม่ได้เป็นฝ่ายจัดระวางเรือเองยังทำให้ขาดประโยชน์ด้านค่าระวางเรือ และค่านายหน้า กล่าวคือผู้ขายสินค้าสามารถทำกำไรได้จากค่าระวางเรือโดยถือเป็นค่านายหน้า และค่าจัดการในการหาระวางเรือ ซึ่งก่อให้เกิดรายได้เข้าสู่ประเทศในอีกรูปแบบหนึ่งอีกด้วย



ความรับผิดชอบในการจัดหาระวางเรือจะขึ้นอยู่กับเงื่อนไขในการขายสินค้า หากเป็นการขายสินค้าภายใต้เงื่อนไข FOB (Free On Board) ภาระในการจัดหาระวาง และเช่าเหมาเรือในการขนส่งสินค้าจะตกเป็นของผู้ซื้อสินค้า แต่หากเป็นการซื้อภายใต้เงื่อนไข CFR (Cost and Freight) ผู้ขายสินค้าจะต้องเป็นผู้จัดหาระวางและเช่าเหมาเรือ โดยผู้ส่งออกอาจจะติดต่อโดยตรงไปยังเจ้าของเรือ ในกรณีนี้ที่ผู้ส่งออกมีความรู้ ประสบการณ์ และข้อมูลในการเช่าเหมาเรือ หากผู้ส่งออกขาดความรู้และประสบการณ์ในการเช่าเหมาเรือ ผู้ส่งออกสามารถดำเนินการในการจัดหาระวางเรือโดยผ่านนายหน้าที่ทำกรจัดหาระวางเรือ ซึ่งนายหน้าจะประกอบด้วย นายหน้าซึ่งเป็นตัวแทนของเจ้าของสินค้า / ผู้ส่งออก และ นายหน้าซึ่งเป็นตัวแทนของเจ้าของเรือ เนื่องจากนายหน้าจะเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจในตลาดเรือเช่า รวมถึงเอกสารสัญญาต่างๆ เป็นอย่างดี อีกทั้งนายหน้ายังมีข้อมูลเรื่องเรือเปิดในตลาดอีกด้วย ดังนั้นวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จึงจัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความปัจจัยในการเข้าร่วมตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อช่วยส่งเสริมให้มีข้อมูลด้านตลาดเช่าเหมาเรือสำหรับผู้ส่งออก เจ้าของเรือ และนายหน้าในการเช่าเหมาเรือ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ส่งออกสามารถขายสินค้าในราคาที่รวมค่าขนส่งสินค้าได้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ส่งออกมีช่องทางที่จะทำกำไรได้มากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมธุรกิจพาณิชย์นาวีของไทย ที่จะส่งผลไปยังธุรกิจเกี่ยวเนื่องในที่สุด และกองเรือไทยจะได้รับการพัฒนาให้มีศักยภาพเทียบเท่ากองเรือของชาติอื่นๆ

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยในการเข้าร่วมตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาเฉพาะสินค้าการเกษตร 3 ชนิด คือ ข้าว มันสำปะหลัง และน้ำตาล ที่ส่งออกจากประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2548 – 2551
2. ศึกษาเฉพาะ ข้าว มันสำปะหลัง และน้ำตาล ที่ทำการขนส่งโดยการเช่าเหมาเรือชนิดเรือจร ซึ่งเป็นรูปแบบการขนส่งหลักของสินค้าทั้งสามชนิดนี้เท่านั้น
3. ศึกษาจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 3 ฝ่าย
  - ผู้ส่งออก / ผู้ส่งสินค้า (Exporter / Shipper) สินค้าเกษตร 3 ชนิด ที่ทำการส่งออกจากประเทศไทย

- นายหน้าในการท่าเรือทั้งนายหน้าที่เป็นตัวแทนเจ้าของสินค้า (Cargo Broker) และ นายหน้าที่เป็นตัวแทนเจ้าของเรือ (Ship Broker) ที่ดำเนิน / ประกอบธุรกิจในประเทศไทย
- เจ้าของเรือ (Ship Owner) ที่ดำเนิน / ประกอบธุรกิจในประเทศไทย

#### 1.4 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้จะวิจัยในการเข้าร่วมตลาดท่าเรือของประเทศไทยนั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินงานตามระเบียบวิธีวิจัย โดยมีขั้นตอนการวิจัยดังต่อไปนี้

1.4.1 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย อันประกอบไปด้วย งานวิจัย บทความ ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้องเรื่องตลาด (Marketplace) และการขนส่งสินค้า เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวคิด ตลอดจนถึงปัจจัยที่มีความสำคัญในการจัดตั้งตลาดท่าเรือ

1.4.2 สร้างแบบสอบถามที่ลักษณะมีโครงสร้างอย่างเป็นทางการและมีวัตถุประสงค์เปิดเผยไม่ปิดบัง (Structure-Undisguised Questionnaire) จากปัจจัยที่สรุปได้จากการทบทวนวรรณกรรม เพื่อเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 3 ฝ่าย อันประกอบไปด้วย ผู้ส่งออก / ผู้ส่งสินค้า นายหน้าในการท่าเรือ เจ้าของเรือ เลือกรกลุ่มตัวอย่าง และเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อให้ได้มาซึ่งความสำคัญของปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการเข้าร่วมซื้อขายในตลาดท่าเรือ โอกาสในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาดท่าเรือหากมีการจัดตั้งขึ้นในประเทศไทย พร้อมทั้งเหตุผลและข้อเสนอแนะ

1.4.3 เก็บข้อมูลภาคสนามโดยการสัมภาษณ์แบบมีแบบสอบถาม

1.4.4 นำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์เชิงสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการประมวลผล เพื่อนำผลการวิเคราะห์ที่ได้ไปตีความข้อมูลถึงความสำคัญ และความเชื่อมโยงของปัจจัยต่างๆ

1.4.5 นำปัจจัยที่ได้คะแนนความสำคัญของแต่ละปัจจัย เพื่อสร้างรูปแบบตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง

1.4.6 สรุปรูปแบบตลาดที่เหมาะสม และผลงานวิจัยที่ได้รับพร้อมข้อเสนอแนะ

1.4.7 จัดทำรูปเล่มวิทยานิพนธ์และนำเสนอผลงาน

### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ส่งเสริมให้มีข้อมูลด้านตลาดเช่าเหมาเรือสำหรับผู้ส่งออก เจ้าของเรือ หรือ ตัวแทนเรือ และ นายหน้าในประเทศไทย
2. สนับสนุนให้เกิด การรวมกลุ่มของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพาณิชย์นาวี ( Shipping Cluster)ในประเทศไทย

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ประเด็นหลัก คือ ประเด็นเรื่องการขนส่ง และประเด็นเรื่องการตลาด โดยประเด็นเรื่องการขนส่งนั้นผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเริ่มจากการขนส่งในภาพรวม เพื่อมุ่งเน้นประเด็นไปยังการขนส่งทางทะเลและเชื่อมโยงไปถึงตลาดเช่าเหมาเรือ เพื่อศึกษารูปแบบตลาดของอุตสาหกรรมนี้ ตลอดจนฉายต่างๆ ที่ส่วนเกี่ยวข้องในตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งนายหน้าที่มีบทบาทสำคัญต่อตลาดแห่งนี้ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเรื่องตลาดแลกเปลี่ยนบอลติก และศูนย์จอร์จทาวน์เรือและรวบรวมสินค้าซึ่งเป็นแนวคิดของภาครัฐที่จะจัดตั้งขึ้นในประเทศ เพื่อให้ได้มาซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานตลาดเช่าเหมาเรือ และรูปแบบตลาดเช่าเหมาเรือที่เหมาะสม

ในส่วนของตลาด ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมในแง่ของเศรษฐศาสตร์ เพื่อทราบถึงองค์ประกอบและลักษณะของตลาดแบบต่างๆ และมุ่งเน้นไปยังตลาดแข่งขันสมบูรณ์ซึ่งเป็นรูปแบบของตลาดเช่าเหมาเรือ ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงองค์ประกอบเพื่อกำหนดรูปแบบของตลาดได้อย่างเหมาะสม

#### 2.1 การขนส่ง

ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่าการขนส่งมีบทบาทอย่างมากต่อทุกๆ หน่วยของสังคม ในด้านเศรษฐกิจการขนส่งเป็นกิจกรรมที่ช่วยเคลื่อนย้ายวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิตไปยังแหล่งผลิต และเคลื่อนย้ายผลผลิตไปสู่ตลาดที่มีความต้องการสินค้า ในขณะที่เดียวกันการขนส่งก็ยังช่วยสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดโดยการเคลื่อนย้ายสินค้าไปจากแหล่งผลิตไปสู่ผู้บริโภค เพื่อให้เกิดอรรถประโยชน์ด้านเวลาและสถานที่ นอกจากนี้การขนส่งยังช่วยบริหารสินค้า กล่าวคือเมื่อสินค้าที่แห่งใดแห่งหนึ่งมีจำนวนมากเกินความต้องการในการบริโภค ทำให้สินค้ามีราคาถูก การขนส่งก็ช่วยในการเคลื่อนย้ายไปยังจุดอื่นที่มีความต้องการสินค้าทำให้สินค้ามีราคาสูงขึ้นอีกด้วย

##### 2.1.1 ความหมายของการขนส่ง

ประชด ไกรเนตร (2531) แยกพิจารณาความหมายของการขนส่งไว้ 3 ประเภท

ดังนี้

1) ความหมายทั่วไป การขนส่ง หมายถึง การเคลื่อนย้ายบุคคลหรือสิ่งของจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ถ้าเป็นการเคลื่อนย้ายบุคคล เรียกว่า การขนส่งผู้โดยสาร หากเป็นการเคลื่อนย้ายสัตว์หรือสิ่งของต่างๆ เรียกว่า การขนส่งสินค้า

2) ความหมายตามกฎหมาย คือ พระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ.2522 บัญญัติไว้ในมาตรา 4 หมายความว่า “การขนส่งคน สัตว์ หรือสิ่งของโดยทางบกด้วยรถ” ซึ่งรถหมายความว่า ยานพาหนะทุกชนิดที่ใช้ในการขนส่งทางบก ซึ่งเดินด้วยกำลังเครื่องยนต์กำลังไฟฟ้า หรือพลังงานอื่นๆ และหมายความตลอดถึงรถพ่วงของรถนั้นด้วย ทั้งนี้เว้นแต่รถไฟ (ความหมายนี้ต้องการจำกัดลงอยู่เฉพาะการขนส่งที่พระราชบัญญัติมีบทบัญญัติควบคุมเท่านั้น)

3) ความหมายทางวิชาเศรษฐศาสตร์การขนส่ง หมายความว่า การจัดให้มีการเคลื่อนย้ายบุคคลหรือสิ่งของด้วยอุปกรณ์การขนส่งจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งตามความต้องการและเกิดอรรถประโยชน์

Stock และ Lambert (2001) ให้ความหมายของการขนส่งไว้ว่า คือการเคลื่อนย้ายสินค้าไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ ชิ้นส่วน อะไหล่ หรือสินค้าสำเร็จรูป จากแหล่งผลิตไปยังแหล่งบริโภคสินค้านั้นๆ เนื่องจากสินค้าที่แหล่งผลิตอาจมีมูลค่าต่ำ จึงต้องทำการเคลื่อนย้ายไปยังจุดที่ต้องการบริโภค ทำให้เกิดอรรถประโยชน์ด้านสถานที่ (Place Utility) นอกจากนี้การขนส่งยังก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ทางด้านเวลา (Time Utility) อันเนื่องมาจากการเก็บรักษาสินค้าไว้ในโรงพักสินค้าจนกระทั่งเกิดความต้องการในการบริโภคสินค้านั้นๆ ดังนั้นการขนส่งจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างอรรถประโยชน์ด้านเวลา เพราะการขนส่งเป็นตัวกำหนดความเร็วและความสม่ำเสมอในการเคลื่อนย้ายสินค้าจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง

### 2.1.2 หน้าที่ของการขนส่ง

ประชด ไกรเนตร (2531) อธิบายถึงหน้าที่ของการขนส่งไว้ดังนี้

1. เป็นสื่อกลางช่วยให้เกิดการผลิตและการบริโภค ทำให้มีการเชื่อมโยงระหว่างการผลิตและการบริโภค โดยทำหน้าที่เคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตเพื่อมาผลิต และเคลื่อนย้ายผลผลิตไปสู่ตลาดตามความต้องการทั้งเวลาและสถานที่

2. เป็นตัวสร้างอรรถประโยชน์เกี่ยวกับเวลาและสถานที่ การขนส่งทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าจากที่ที่สินค้ามีราคาต่ำ ไปยังที่อีกแห่งหนึ่งซึ่งมีความต้องการสินค้า ทำให้สินคาราคาสูงขึ้น และความเร็วในการขนส่งยังทำให้ประหยัดเวลาในการเดินทางและสามารถส่ง

สินค้าไปยังที่หมายในเวลาที่ต้องการ หรือความสามารถในการขนส่งที่จะเปลี่ยนเวลาให้ผลผลิตไปสู่แหล่งบริโภคในเวลาที่แตกต่างกันออกไปจากปกติ ก็เป็นการสร้างราคาให้เพิ่มขึ้น

3.เป็นตัวเชื่อมระหว่างสถานที่หนึ่งกับอีกสถานที่หนึ่ง การขนส่งจะช่วยให้สถานที่หรือบริเวณที่อยู่ห่างไกลกันสามารถติดต่อสัมพันธ์กันได้ และยังการขนส่งมีความรวดเร็วมากเท่าใด ยิ่งทำให้สถานที่ทั้งสองแห่งนั้นดูเหมือนเคลื่อนตัวมาอยู่ใกล้กันมากขึ้น

นอกจากความหมายและหน้าที่ของการขนส่งข้างต้นแล้ว Branch (1994) ได้อธิบายว่าอุปสงค์ในการขนส่งเป็นอุปสงค์ที่สืบเนื่องมาจากสิ่งอื่น ตัวอย่างเช่น อุปสงค์ในการขนส่งสินค้าเป็นอุปสงค์ที่ต่อเนื่องมาจากความต้องการสินค้าเป็นต้น โดยการขนส่งมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมอื่นๆ เช่น สังคม เศรษฐกิจ การทหาร ช่วยให้เกิดอรรถประโยชน์ด้านสถานที่ เช่น การนำสินค้าที่ผลิตได้จากที่ใดที่หนึ่งไปยังตลาดที่มีความต้องการในสินค้านั้นๆ

### 2.1.3 รูปแบบการขนส่ง

การขนส่งสามารถจำแนกรูปแบบได้หลายวิธีขึ้นอยู่กับปัจจัยในการพิจารณา เช่น แบ่งตามลักษณะของผู้ประกอบการ แบ่งตามประเภทสินค้า แบ่งตามลักษณะของบริการเป็นต้น หากพิจารณาตามลักษณะเส้นทางการขนส่งแล้ว สามารถจำแนกรูปแบบการขนส่งได้เป็น 5 รูปแบบดังต่อไปนี้

1. การขนส่งทางถนน
2. การขนส่งทางรถไฟ
3. การขนส่งทางน้ำ
4. การขนส่งทางอากาศ
5. การขนส่งทางท่อ

จิระภรณ์ จันดิษฐ์รัตนกุล (2531) กล่าวว่า การขนส่งแต่ละรูปแบบจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน โดยลักษณะเด่นและลักษณะด้อยจะมีอยู่ในทุกรูปแบบการขนส่ง การเลือกรูปแบบการขนส่งที่เหมาะสมจะมีส่วนช่วยในการลดต้นทุนค่าขนส่ง อันเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนสินค้า นอกจากนี้การขนส่งแต่ละรูปแบบยังมีประสิทธิภาพ และบริการที่จะต้องนำมาพิจารณาให้สอดคล้องกับความจำเป็นและความต้องการในการขนส่ง

## ตาราง 2.1 การจัดอันดับรูปแบบการขนส่งตามจุดเด่นต่างๆ

( 1 : มีประสิทธิภาพสูงสุด, 5 : มีประสิทธิภาพต่ำที่สุด )

รูปแบบการขนส่ง	ความรวดเร็วในการขนส่ง	ความถี่ในการขนส่ง	ความแน่นอนในการขนส่ง	ขีดความสามารถในการบรรทุก	ความสามารถในการให้บริการ	ต้นทุนในการขนส่ง/ตัน/ไมล์
ทางถนน	2	2	2	3	1	4
ทางรถไฟ	3	4	3	2	2	3
ทางน้ำ	4	5	4	1	4	1
ทางอากาศ	1	3	5	4	3	5
ทางท่อ	5	1	1	5	5	2

ที่มา : James L. Heskett, Robert J. Ivie and Nicholas A. Glaskowsky, Business Logistic (New York : Ronald Press) p.71

จากตารางข้างต้นพบว่า การขนส่งทางอากาศมีความรวดเร็วในการขนส่งมากที่สุด ส่วนการขนส่งทางท่อก็มีความรวดเร็วในการขนส่งน้อยที่สุด เหมาะกับการขนส่งสินค้าที่มีความถี่ในการขนส่งสินค้าสูงเป็นสินค้าที่ต้องขนส่งบ่อย เช่น น้ำมันและก๊าซ เป็นต้น นอกจากนี้การขนส่งทางท่อยังเป็นการขนส่งที่แน่นอนที่สุด เพราะสามารถขนส่งถึงที่หมายได้ในเวลาที่กำหนด ส่วนการขนส่งทางน้ำเป็นรูปแบบการขนส่งที่มีขีดความสามารถในการบรรทุกสูง บรรทุกสินค้าได้หลายประเภท โดยขนส่งได้ในปริมาณมากและเสียต้นทุนในการขนส่งต่ำที่สุด ส่วนการขนส่งทางถนนเป็นการขนส่งที่สามารถให้บริการตามจุดต่างๆ ได้มากที่สุด

### 2.1.4 การขนส่งทางน้ำ

การขนส่งทางน้ำเป็นรูปแบบการขนส่งที่สำคัญรูปแบบหนึ่งที่ใช้กันมาตั้งแต่สมัยโบราณ ทั้งในด้านการค้าขาย และการติดต่อสื่อสารกันระหว่างชนชาติ การขนส่งทางน้ำหมายรวมถึง การขนส่งทุกรูปแบบที่ดำเนินการขนส่งโดยทางน้ำ ทั้งการขนส่งทางน้ำภายในประเทศ การขนส่งชายฝั่งทะเล และการขนส่งระหว่างประเทศ

### 2.1.5 สินค้าที่ขนส่งทางทะเล

สินค้าทุกประเภทสามารถขนส่งทางทะเลได้ แต่สินค้าบางชนิดก็ไม่ใช่ที่นิยมที่จะทำการขนส่งสินค้าทางทะเล เช่น สินค้าที่มีมูลค่าสูงแต่น้ำหนักเบา และสินค้าที่เน่าเสียง่ายเป็น

ต้น ในปัจจุบันนี้พบว่ามากกว่าร้อยละ 90 ของการค้าระหว่างประเทศ ทำการขนส่งโดยการขนส่งสินค้าทางทะเล

โทรีเซน (2550) การขนส่งสินค้าโดยเรือเดินทะเล เป็นวิธีการขนส่งสินค้าวัตถุดิบ และสินค้าสำเร็จรูปครั้งละมากๆ ที่มีประสิทธิภาพที่สุด และบ่อยครั้งที่การขนส่งสินค้าครั้งละมากๆ นั้นทำได้โดยการขนส่งทางทะเลอย่างเดียว สินค้าที่ส่งทางทะเลจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ สินค้าแห้ง และวัสดุเหลว สินค้าแห้งรวมถึงสินค้าแห้งเทกอง สินค้าบรรจุในตู้คอนเทนเนอร์ และสินค้าที่บรรจุตู้คอนเทนเนอร์ไม่ได้ สินค้าแห้งเทกองจะบรรจุอยู่ในเรือบรรทุกสินค้าแห้งเทกอง ในขณะที่สินค้าสำหรับบรรจุในตู้คอนเทนเนอร์จะบรรจุอยู่ในตู้คอนเทนเนอร์ขนาด 20 หรือ 40 ฟุต โดยวางบนเรือสำหรับบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์โดยเฉพาะ สินค้าที่บรรจุในตู้คอนเทนเนอร์ไม่ได้ รวมถึงสินค้าแห้งอื่นๆ ที่ไม่สามารถบรรจุในตู้คอนเทนเนอร์ได้ เพราะมีขนาดน้ำหนักหรือมีข้อจำกัด ในการขนย้าย เช่นเครื่องมือขนาดใหญ่ เครื่องจักร หรือยานพาหนะขนาดใหญ่ที่ใช้ในอุตสาหกรรม สินค้าเหล่านี้ส่วนใหญ่จะถูกบรรจุไปในเรือบรรทุกสินค้าทั่วไป หรือเรือบรรทุกสินค้าอเนกประสงค์ วัสดุเหลวรวมทั้งน้ำมันดิบ ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการกลั่นน้ำมัน ก๊าซเหลว เคมีภัณฑ์ และสินค้าที่เกี่ยวข้องต่างๆ ทั้งหมดนี้จะถูกบรรจุในเรือบรรทุกน้ำมัน ที่ออกแบบมาเพื่อบรรทุกสินค้าเหล่านี้ โดยเฉพาะ

ตาราง 2.2 ปริมาณการค้าทางทะเลของโลก พ.ศ. 2549

สินค้า	ปริมาณ (ล้านตัน)	ร้อยละของปริมาณการค้าทางทะเลทั้งหมด
<b>สินค้าทั้งหมด</b>		
สินค้าเทกองแห้ง	4500	54.3
วัสดุเหลว	3782	45.7
<b>รวม</b>	<b>8282</b>	<b>100.0</b>
<b>สินค้าแห้ง</b>		
สินค้าเทกองแห้ง	2771	33.4
<b>สินค้าที่ขนส่งจำนวนมากต่อครั้ง</b>	<b>1685</b>	<b>20.4</b>
ถ่านหิน	701	8.5
แร่เหล็ก	722	8.7
ธัญพืช	262	3.2



สินค้าขนส่งจำนวนครั้งละไม่มาก	1086	13.1
สินค้าบรรจุคอนเทนเนอร์	1161	14.0
สินค้าไม่ได้บรรจุคอนเทนเนอร์ / สินค้าทั่วไป	568	6.9
จำนวนสินค้าทั้งหมด	4500	100.0

ที่มา : Drewry

กมลชนก สุทธิวาหนฤพุฒิ (2547) ได้แจกแจงสินค้าที่ทำการขนส่งทางทะเลไว้ทั้งสิ้น 3 ประเภทใหญ่ด้วยกัน คือ สินค้าเทกอง สินค้าทั่วไป และสินค้าตู้

1) สินค้าเทกอง หมายถึง สินค้าแห้งซึ่งทำการบรรจุขนถ่ายโดยเรือแบบดั้งเดิม (conventional type) ซึ่งไม่ใช่สายการเดินเรือประจำ สินค้าเทกองนับเป็นสินค้าที่มีปริมาณขนส่งทั่วโลกมากที่สุด ได้แก่ แร่เหล็ก เมล็ดพืช ถ่านหิน เป็นต้น

2) สินค้าทั่วไป ครอบคลุมสินค้าหลากหลายชนิดทั้งที่บรรจุในหีบห่อต่างๆ เช่น ถุง (bags) กล่อง (cases) ลัง (crates) ถัง (drums) รวมถึงสินค้าที่อยู่รวมกันเป็นกลุ่ม มัด หรือก้อน (bailing / bundle) และที่แยกเป็นชิ้น (pieces) เช่น เครื่องยนต์ เครื่องจักร ท่อ เป็นต้น

3) สินค้าตู้ หมายถึง สินค้าทั่วไป หรือสินค้าเทกองที่บรรจุอยู่ในตู้สินค้า หรือ container โดยตู้สินค้าขนาดมาตรฐานคือ กว้าง 8ฟุต สูง 8ฟุต และยาว 20ฟุต เรียกว่าขนาด 1TEU (Twenty Equivalent Unit)

### 2.1.5.1 สินค้าเทกองแห้ง

โทรีเซน (2550) ให้คำอธิบายว่า สินค้าเทกองแห้ง คือสินค้าแห้งเทกองที่ขนส่งเป็นปริมาณมากในแต่ละเที่ยว (Major Bulks) และสินค้าแห้งเทกองที่ขนส่งเป็นปริมาณไม่มากในแต่ละเที่ยว (Minor Bulk) ซึ่งทั้งหมดนี้จะบรรจุทุกโดยเรือบรรทุกสินค้าแห้งเทกอง สินค้าแห้งเทกองที่ขนส่งเป็นปริมาณมากในแต่ละเที่ยวได้แก่ แร่เหล็ก ถ่านหิน และธัญพืช (รวมถึงข้าวสาลี ธัญพืช หยาบ และถั่วเหลือง) สินค้าแห้งเทกองที่ขนส่งเป็นปริมาณไม่มากในแต่ละเที่ยว ได้แก่ผลิตภัณฑ์เกษตร ผลิตภัณฑ์จากแร่ (รวมทั้งสินแร่โลหะ) ซีเมนต์ ผลิตภัณฑ์จากป่าไม้ และผลิตภัณฑ์โลหะต่างๆ ซึ่งสินค้าเทกองแห้งยังสามารถแบ่งได้เป็น สินค้าเทกองหลัก (Major Bulks) และสินค้าทั่วไป

### 2.1.5.2 สินค้าเทกองหลัก (Major Bulks)

สินค้าเทกองหลัก ถือเป็นสินค้าที่บทบาทสำคัญต่อการขนส่งทางทะเล จากการศึกษาของ J.E. HYDE (2006) พบว่า ประมาณร้อยละ 70 ของสินค้าที่ทำการขนส่งทางทะเล เป็นสินค้าในกลุ่มสินค้าเทกองหลัก อันประกอบไปด้วย

1) แร่เหล็ก (Iron Ore) และสินแร่ (Ore Concentrates) เป็นวัตถุดิบพื้นฐานของอุตสาหกรรมต่างๆ โดยจะถูกแปรรูปเป็นเหล็กชนิดต่างๆ ซึ่งนำมาทำโครงสร้างอาคารบ้านเรือน และประกอบเป็นเครื่องจักรนาชนิดเป็นต้น จึงกล่าวได้ว่าแร่เหล็กและสินแร่เป็นสินค้าเทกองที่มีความสำคัญมากที่สุด นอกจากนี้ความต้องการในการผลิตเหล็กกล้าทั่วโลกก็มีเพิ่มขึ้นทุกวัน

2) เมล็ดพืช (Grain) หมายถึง ข้าวสาลี ข้าวโพด ข้าวเจ้า ข้าวบาร์เลย์ ข้าวโอ๊ต ข้าวไร (rye) และเมล็ดพืชอื่นๆ สำหรับแปรรูปเป็นอาหารมนุษย์และสัตว์ ความต้องการในการขนส่งของเมล็ดพืชเป็นที่ยากแก่การพยากรณ์ เนื่องจากมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก ได้แก่ สภาพดินฟ้าอากาศ การเมือง และอื่นๆ

3) ถ่านหิน (Coal) ในอดีตถ่านหินเป็นสินค้าเทกองที่มีปริมาณการขนส่งมากที่สุดในโลกพอๆ กับแร่เหล็ก แต่ได้ลดปริมาณลงเนื่องจากมีการค้นพบแหล่งพลังงานอื่นขึ้นทดแทนถ่านหิน การขนส่งส่วนใหญ่จะอยู่ในเส้นทาง ออสเตรเลีย-อเมริกา

4) ฟอสเฟต (Phosphate) ปัจจุบันความต้องการฟอสเฟตมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสภาพความแห้งแล้งของผิวดินและการขาดระบบชลประทานที่พอเพียง ทำให้ความต้องการขนส่งฟอสเฟตมีเพิ่มขึ้น แหล่งผลิตฟอสเฟตที่สำคัญของโลกอยู่ที่โมร็อกโค สหรัฐอเมริกา รัสเซียและบริเวณมหาสมุทรแปซิฟิก

5) บ็อกไซต์และอลูมินา (Bauxite & Alumina) เป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตอลูมิเนียม ซึ่งเป็นที่ต้องการของอุตสาหกรรมต่างๆ

### 2.1.5.3 รูปแบบการขนส่งสินค้าการเกษตร

สินค้าการเกษตรเป็นหนึ่งในสินค้าเทกองหลักทั้ง 5 รายการ ซึ่งทำการขนส่งโดยเรือสินค้าเทกองชนิดเรือจระเข้เป็นหลัก

วิศิษฎ์ สุวรรณพันธ์มณี (2547) สร้างงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกรูปแบบการขายเทอมซีเอฟอาร์ : กรณีการส่งออกข้าวบรรจุกระสอบ โดย ทำการศึกษาจากผู้ส่งออกข้าวบรรจุกระสอบที่ทำการส่งออกโดยใช้เรือสินค้าเทกองแห้ง (Dry Bulk Cargo Vessel) ชนิดเช่าเหมาเรือ โดยวิธีสัมภาระหนักแบบมีขอบเขต และวัดระดับ ความสำคัญของปัจจัยโดยการเปรียบเทียบปัจจัยแต่ละปัจจัยแบบหนึ่งต่อหนึ่ง พบว่าปัจจัยสำคัญ

ที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการขายสินค้าประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก คือ ประเด็น การค้าระหว่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วย การยอมรับราคาสินค้าเทอมซีเอฟอาร์ ปริมาณสินค้า คักยภาพด้านการเงินของผู้ขาย ลักษณะและระบบการขายข้าว ระบบธนาคาร และทิศทาง นโยบายหลักของบริษัท และประเด็นการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วย การบริการจัดการความเสี่ยงด้านเรือ ความรับผิดชอบของผู้ซื้อปลายทาง ความสามารถในการ ปฏิบัติงานเรือ ความสามารถจัดการเช่าเรือของผู้ขายสินค้า ระบบธนาคาร และสภาพการณ์ของ ท่าเรือปลายทาง

นอกจากนี้ยังพบว่าปัญหาและอุปสรรคในการขายรูปแบบซีเอฟอาร์ในประเทศไทย คือ การขาดการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงภายในบริษัท การขาดแคลนเครือข่าย การตลาดระดับโลกทำให้ต้องพึ่งพาคนกลางซื้อข้าวของบริษัทจัดซื้อระดับโลก เป็นผลให้ บทบาทในการจัดหาเรืออยู่ที่คนกลางซื้อขายสินค้า การขาดแคลนบุคลากรที่ชำนาญด้านการเช่า เรือ การขาดแคลนองค์กรในตลาดที่จำเป็นสำหรับตลาดเช่าเหมาเรือ การขาดศูนย์กลางซึ่งทำ หน้าที่ประสานงานระหว่างเจ้าของเรือและผู้เช่าเรือ การขาดแคลนศูนย์กลางที่เป็นเครือข่ายด้าน ข้อมูลสำหรับการเช่าเหมาเรือ เป็นต้น ทำให้ผู้ส่งออกข้าวหลายรายเลือกรูปแบบการขายเทอมเอฟ โอบี ซึ่งมีข้อดีเนื่องจากสามารถกำหนดการส่งมอบสินค้า ทำให้ผู้ส่งออกอาจต้องเผชิญปัญหา ในกรณีที่ไม่สามารถจัดเตรียมสินค้าได้ทันกับเรือที่มารับสินค้า ในด้านของรายได้ผู้ส่งออกจะ สูญเสียโอกาสในการทำกำไรจากส่วนต่างค่าระวางเรือ และค่าจัดการในการจัดหาระวางเรือ นอกจากนี้ยังไม่สามารถควบคุมการขนส่งสินค้าได้ ทำให้อาจได้รับเงินค่าสินค้าล่าช้า หากฝ่ายที่ จัดระวางเรือชำระค่าระวางล่าช้า

โดยผู้ทำวิจัยได้เสนอแนวทางแก้ปัญหาโดยการจัดตั้งศูนย์จอร์จระวางเรือแห่งชาติ ส่งเสริมและพัฒนากิจการพาณิชย์นาวี ส่งเสริมความรู้ด้านการเช่าเหมาเรือ และพัฒนาบุคลากร ด้านพาณิชย์นาวี เป็นต้น

### 2.1.6 ธุรกิจการขนส่งสินค้าทางทะเล

การดำเนินธุรกิจการขนส่งสินค้าทางทะเลสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ ธุรกิจเรือประจำเส้นทาง ธุรกิจเรือจร หรือธุรกิจเช่าเหมาเรือ และธุรกิจเรืออุตสาหกรรม

- ธุรกิจเรือประจำเส้นทางนั้น เจ้าของเรือจะลงทุนในตัวเรือ คนประจำเรือ การ ดูแลรักษาและซ่อมบำรุงตัวเรือ เพื่อนำเรือมาให้บริการในเส้นทางใดเส้นทางหนึ่งเป็นประจำ มีการ

กำหนดตารางเรือและประกาศให้ทราบผ่านสื่อต่างๆ เจ้าของเรือจะได้รับค่าตอบแทนเป็นค่าระวางเรือ

- ธุรกิจเรือจร หรือ ธุรกิจเช่าเหมาเรือ เจ้าของเรือจะนำเรือออกมาให้ผู้เช่าซึ่งอาจจะเป็นเจ้าของสินค้าที่ต้องการขนส่งสินค้า หรือเจ้าของเรือที่ต้องการขยายกองเรือ เช่าเรือของตน โดยเจ้าของเรือจะได้รับค่าตอบแทนเป็นค่าเช่าเรือ

- ธุรกิจเรืออุตสาหกรรม เป็นธุรกิจที่เจ้าของสินค้าดำเนินการขนส่งสินค้าของตนด้วยเรือของกิจการหรือในเครือของกิจการเอง

### 2.1.7 การเช่าเหมาเรือ

ประพันธ์ โลหะวิริยศิริ (2543) อธิบายว่า โดยทั่วไปนักวิชาการพาณิชย์นาวี หรือนักกฎหมายพาณิชย์นาวี จะให้คำจำกัดความการเช่าเหมาเรือว่า เป็นการว่าจ้างให้ผู้ขนส่ง (เจ้าของเรือ) นำเรือมาขนส่งสินค้าชนิดใด ชนิดหนึ่งจากท่าเรือแห่งหนึ่งหรือหลายแห่งไปยังท่าเรือแห่งหนึ่งหรือหลายแห่ง โดยผู้ว่าจ้างจะได้ผลตอบแทนเป็นค่าระวาง ซึ่งอาจจะคำนวณจากอัตราค่าระวางต่อหน่วย (น้ำหนักหรือปริมาณ) หรือ คิดเป็นแบบเหมารวม (Lump sum) ก็ได้ โดยที่ผู้เช่าเหมาเรืออาจจะเป็นผู้ซื้อหรือขายสินค้าก็ได้ ทั้งนี้แล้วแต่เงื่อนไขของการค้าว่าฝ่ายใดจะเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดการเรื่องภาระขนส่ง ในขณะที่เดียวกันผู้ขนส่งอาจจะเป็นเจ้าของเรือหรือไม่ใช่เจ้าของเรือที่แท้จริงก็ได้ เพราะผู้ที่เข้าทำสัญญารับจ้างขนส่งสินค้าแบบเช่าเหมาเรืออาจจะเป็นเพียงผู้ประกอบการที่ไม่มีเรือของตนเอง แต่ไปเช่าเรือจากเจ้าของเรือรายอื่นมารับจ้างขนส่งให้กับผู้ว่าจ้าง หรืออาจจะมีเรือแต่เรือของตนเองไม่เพียงพอหรือไม่อยู่ในตำแหน่งหรือจังหวะที่เหมาะสมที่จะรับขนส่งสินค้าในเวลานั้น

กมลชนก สุทธิวาทนฤพุมิ (2547) อธิบายว่าการเช่าเหมาเรือ คือการดำเนินธุรกิจการขนส่งสินค้าทางทะเลรูปแบบหนึ่ง ซึ่งผู้เช่าเหมาเรือได้ทำการเช่าเหมาเรือทั้งลำหรืออาจจะเป็นบางส่วนจากเจ้าของเรือเพื่อใช้ในการขนส่งสินค้า หรืออาจนำไปให้เช่าเหมาอีกต่อหนึ่ง การทำธุรกิจดังกล่าวก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนซื้อขายบริการขึ้นระหว่างบุคคลอย่างน้อย 2 ฝ่าย วิธีการลักษณะนี้ได้ก่อให้เกิด “ตลาด” ขึ้นในความหมายทางเศรษฐศาสตร์ ทั้งนี้เพราะในทางเศรษฐศาสตร์ได้ให้ความหมายของ “ตลาด” ว่าหมายถึงการตกลงซื้อขายสินค้าและบริการใดบริการหนึ่งโดยไม่จำเป็นจะต้องหมายถึงสถานที่เฉพาะที่มีการแลกเปลี่ยนกันเท่านั้น

### 2.1.7.1 ประเภทของการเช่าเหมาเรือ

กมลชนก สุทธิวาทนฤพุมิ (2547) จำแนกประเภทการเช่าเหมาเรือไว้ 3 ประเภทดังต่อไปนี้

1) การเช่าเรือเปล่า (bareboat / demise charter) เป็นการเช่าเรือทั้งลำโดยไม่มีคนประจำเรือ การเช่าเรือประเภทนี้ผู้เช่าเพียงแต่จัดเตรียมเรือให้มีความพร้อมใช้งาน และมีความถูกต้องตามกฎหมาย การเช่าเรือส่วนใหญ่จะมีกำหนดเวลาเช่าเป็นเวลานาน ส่วนผู้เช่าเรือมีภาระหน้าที่ และความรับผิดชอบทั้งหลายในตัวเรือเสมือนเป็นเจ้าของเรือ เพียงแต่ไม่ได้เป็นผู้จัดหาเรือมาเองเท่านั้น เช่นการจัดการเรือ คนประจำเรือ การประกอบภาระกิจของเรือ เป็นต้น ดังนั้น บางครั้งจึงเรียกผู้เช่าเรือประเภทนี้ว่า เจ้าของผู้ครอบครองเรือ (disponent owner)

การเช่าเรือเปล่าเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการใช้เรือเป็นเวลานานและสามารถควบคุมการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายต่างๆ ได้ นอกจากนี้ยังเป็นวิธีการสำหรับผู้ประกอบการที่ไม่มีเงินทุนเพียงพอต่อการซื้อเรือมาเพื่อเสริมระวางเรือของตน แต่สามารถจัดหาเรือมาใช้ได้โดยวิธีที่ไม่ต้องลงทุนมากในระยะเริ่มต้น คือการเช่าเหมาเรือเปล่าที่มีข้อตกลงพิเศษ ให้มีการโอนกรรมสิทธิ์ในตัวเรือเมื่อชำระค่าเช่าครบตามกำหนดเวลาที่ตกลงกัน ซึ่งก็คือ วิธีการเช่าซื้อ หรือ ลีสซิ่ง (Leasing) เรือ

2) การเช่าเรือแบบมีกำหนดเวลา (time charter) เป็นการเช่าเรือแบบมีกำหนดเวลาเป็นการเช่าเหมาเรือทั้งลำพร้อมคนประจำเรือ มีกำหนดเวลาที่แน่นอนตามที่ตกลงกัน การเช่าเรือประเภทนี้ผู้เช่ารับผิดชอบในการจัดหาเตรียมเรือให้มีความพร้อมในการใช้งาน พร้อมคนประจำเรือโดยถูกต้องตามกฎหมาย การเช่าเรือเปล่าส่วนใหญ่จะมีกำหนดเวลาเช่าเป็นเวลานาน การใช้เรือเช่าเป็นความรับผิดชอบของผู้เช่าที่จะบริหารให้เกิดประโยชน์แก่ธุรกิจของตน เช่น การทำตลาดสินค้า การเลือกเส้นทางการค้า เป็นต้น

การเช่าเรือแบบมีกำหนดระยะเวลาเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการใช้เรือเพื่อเสริมศักยภาพการประกอบการขนส่งทางทะเลเป็นระยะเวลาหนึ่ง และสามารถควบคุมการบริหาร การจัดการ และค่าใช้จ่ายด้านธุรกิจของเรือได้โดยที่ไม่ต้องรับผิดชอบต่อ ด้านการบริหารเรือและคนประจำเรือ ซึ่งเป็นการลดค่าใช้จ่ายที่สำคัญของการบริการเรือลงได้ เพียงแต่รับภาระค่าใช้จ่ายด้านค่าเช่าเรือ ซึ่งสามารถบริหารให้เกิดประโยชน์ได้ เช่นการให้เช่าช่วงเรือเป็นกำหนดเวลา หรือเป็นรายเที่ยว เป็นต้น

ระยะเวลาในการเช่าเรืออาจกำหนดเป็นวัน เดือน ปี หรือกำหนดเป็นเงื่อนไขอย่างอื่นก็ได้ เช่นกำหนดเป็นเที่ยวเรือที่ต้องให้บริการได้ภายในระยะเวลาที่เช่า คือ 10เที่ยวเรือภายในระยะเวลา 6 เดือน เป็นต้น

3) การเช่าเรือเป็นรายเที่ยว (voyage charter) เป็นการเช่าระวางเรือพื้นที่บรรทุกของเรือไม่ว่าเป็นทั้งลำหรือบางส่วน เพื่อขนสินค้าตามจำนวนที่กำหนดจากเมืองท่าต้นทางไปยังเมืองท่าปลายทางที่กำหนด การเช่าเรือลักษณะนี้เป็นการให้บริการขนสินค้าเป็นสำคัญ เจ้าของสินค้าที่มีความต้องการขนสินค้าโดยไม่ต้องการใช้บริการของเรือประจำเส้นทางก็จะเช่าเรือจากผู้ประกอบการเรือที่สามารถให้บริการได้ มาทำการขนส่งสินค้าไปยังจุดหมายปลายทางเฉพาะ เมื่อส่งมอบสินค้าที่ปลายทางแล้วก็ป็นอันสิ้นสุดการเช่าเรือ กรณีนี้ผู้ให้เช่าเรือมีความรับผิดชอบในการจัดเตรียมเรือให้มีความพร้อม มีคนประจำเรือถูกต้องตามกฎหมาย รวมทั้งการบริหารจัดการเรือแต่เพียงผู้เดียว ผู้เช่ารับผิดชอบแต่เพียงการนำสินค้ามาส่งมอบให้ตามจำนวนที่ตกลงกัน และค่าใช้จ่ายในการทำสินค้าเท่านั้น

การเช่าเรือเป็นรายเที่ยวเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการใช้เรือเพียงระยะสั้น และไม่ต้องการรับภาระการบริหาร การจัดการและค่าใช้จ่ายด้านธุรกิจของเรือ ยกเว้นด้านสินค้า ดังนั้นผู้ประกอบการขนส่งรายย่อยนิยมเช่าเรือเป็นรายเที่ยว

การกำหนดเวลาเช่าเรือเป็นรายเที่ยวไม่ได้กำหนดเป็นเวลา แต่กำหนดเป็นเที่ยวเรือ คือการเดินทางของเรือจากเมืองท่าบรรทุกไปยังเมืองท่าขนถ่ายซึ่งอาจใช้เวลาเดินทางเป็นเวลานานหรือสั้นก็ได้ โดยลักษณะสำคัญของการเช่าเรือประเภทนี้คือ สินค้าที่จะขนส่งมีจำนวนมาก เมืองท่าบรรทุก และเมืองท่าขนถ่ายเป็นท่าเดียวกัน อัตราค่าระวางกำหนดเป็นอัตราเดียวกันทุกเที่ยวเรือ

การเช่าเรือแบบ Voyage Charter สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะคือ

1) COA (Contract of Affreightment ) คือจะมีการกำหนดจำนวนเที่ยวในการขนส่งขั้นสูงสุดและต่ำสุดเอาไว้ เช่นภายใน 1 ปี จะต้องวิ่งเรือไม่ต่ำกว่า 25 เที่ยว เป็นการทำสัญญากับเจ้าของเรือ ซึ่งเจ้าของเรือสามารถนำเรือลำไหนมาให้ผู้เช่าก็ได้ คือไม่สามารถระบุเรือได้

2) CVC (Consecutive Voyage Charter) เป็นการเช่าเรือลำเดียวตลอดสัญญา การเช่าจะเป็นแบบต่อเนื่อง

3) Spot Charter คือการเช่าแบบเที่ยวเดียว แบ่งเป็น Tender System ซึ่งเป็นตลาดของผู้เช่าเรือ ที่ผู้เช่าเรือจะติดต่อผ่านนายหน้าของทุกเจ้าให้เสนอราคา และ Direct

Negotiation System ซึ่งเป็นตลาดของเจ้าของเรือ ที่ผู้เช่าเรือจะต้องติดต่อไปยังเจ้าของเรือโดยตรง

### 2.1.8 ตลาดค่าระวาง (The Freight Market)

Nick Collins (2000) อธิบายว่า ตลาดค่าระวาง คือ ตลาดที่มีการเสนอและทำสัญญาว่าจ้างการขนส่งสินค้าทางทะเล ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาดจะให้ความสนใจกับสัญญาการขนส่งทางทะเลล่าสุดในเส้นทางที่ตนสนใจ เพื่อให้ทราบอัตราค่าระวางในเส้นทางนั้นๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่เจ้าของเรือ และเจ้าของสินค้าใช้เป็นอัตราอ้างอิงที่หมายถึงค่าใช้จ่ายที่ผู้เช่าเหมาเรือต้องจ่ายออกไป และรายรับที่เจ้าของเรือจะได้รับ

สัญญาการเช่าเหมาเรือ (fixture) คือ ข้อตกลงระหว่างเจ้าของเรือ และผู้เช่าเหมาเรือสำหรับการว่าจ้างเรือเพื่อขนสินค้าของผู้เช่าเหมาเรือ โดยรายละเอียดของสัญญาจะมีการเผยแพร่และตีพิมพ์ในสื่อต่างๆ เช่น ตลาดแลกเปลี่ยนบอลติก และ Lloyds list เป็นต้น

อัตราค่าระวาง (Freight Rate) โดยมากจะหมายถึงอัตราค่าระวางต่อตันสินค้าในแต่ละเส้นทางสำหรับเรือขนาดต่างๆ เช่น อัตราค่าระวางของเรือ panamax สำหรับสินค้าในเส้นทางอ่าวสหรัฐอเมริกา ไปประเทศญี่ปุ่น เท่ากับ \$18 เป็นต้น

Stopford (2002) กล่าวถึงตลาดค่าระวางเรือว่า ตลาดแลกเปลี่ยนบอลติกเป็นตัวอย่างของตลาดค่าระวางดั้งเดิมที่ถูกจัดตั้งให้เป็นสถานที่ที่เจ้าของสินค้าที่ต้องการซื้อบริการการขนส่งสินค้าทางทะเลได้พบปะกับกัปตันเรือที่มองหาสินค้า ซึ่งในปัจจุบันแม้ว่าเทคโนโลยีในการสื่อสารสมัยใหม่จะเข้ามาแทนการตกลงทำสัญญาโดยการพบปะกันเช่นดังสมัยก่อน แต่ตลาดแลกเปลี่ยนบอลติกก็ยังคงไว้ซึ่งการเป็นสถานที่ที่ทำการตกลงซื้อขายบริการการขนส่งทางทะเลอยู่เช่นเดิม และด้วยความที่การสื่อสารทันสมัยมากขึ้น ทำให้เจ้าของเรือและเจ้าของสินค้ามีความต้องการจะตกลงสัญญาการขนส่งในสถานที่ที่เรืออยู่ หรือมีแผนจะเทียบท่า ทำให้เกิดตลาดค่าระวางเรือตามภูมิภาคต่างๆ ขึ้น นอกเหนือจากตลาดบอลติก

ตลาดค่าระวางมีความสัมพันธ์โดยตรงกับอุปสงค์และอุปทาน กล่าวคือ หากอุปสงค์ในการขนส่งสินค้ามีสูง เช่นมีความต้องการในการขนส่งสินค้าจำนวนมาก ค่าระวางจะสูง ในขณะที่หากอุปทานในการขนส่งสินค้า เข้ากองเรือโลก จำนวนเรือที่สั่งต่อใหม่ มีจำนวนมาก ค่าระวางจะลดลง

ภาพที่ 2.1 Cost element in chartering

		Voyage Charter	Time Charter	Bareboat Charter				
<p>Variable costs</p> <p>Despatch/demurrage</p> <p>Loading/discharging</p> <p>Stevedoring/trimming</p> <p>Port charges, fees</p> <p>Canal dues</p> <p>Bankers</p> <p>Other voyage costs</p> <p>Lubricants</p>	<p>Costs which are affected in connection with a longer interruption of the operation</p> <p>Manning costs</p> <p>Insurance (hull, war, P &amp; I)</p> <p>Repairs, maintenance</p>	<p>Costs that may be shared in different ways</p> <p>1</p>	<p>Costs of the charterer</p>	<p>Costs of the charterer</p>				
					<p>Administrative costs</p>	<p>Costs of the owner</p>	<p>Costs of the owner</p>	<p>2</p>

(1) Certain costs arising in connection with port calls are to be paid by charterer.

(2) Costs for insurance, repairs, maintenance, etc., are sometimes shared between the owner and charterer.

Both parties will have administrative costs.

ที่มา : Economics of Shipping Practice and Management



### 2.1.8.1 ตลาดแลกเปลี่ยนบอลติก (The Baltic Exchange หรือ The Baltic Mercantile and Shipping Exchange)

ตลาดแลกเปลี่ยนบอลติกก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1744 ที่เมืองลอนดอน ประเทศอังกฤษ ภายใต้ชื่อ Virginia and Baltic Coffee House ในตอนแรกเป็นศูนย์รวมในการแลกเปลี่ยนข่าวสารของกัปตันเรือ เจ้าของเรือ และพ่อค้าต่างๆ โดยเจ้าของร้านกาแฟจะรับเป็นธุระในการจัดหาหนังสือพิมพ์รวมถึงข่าวสารข้อมูลการค้าอื่นๆ ไว้บริการลูกค้าของตน เช่นเดียวกับการเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงตลอดถึงสินค้าที่จะทำการประมูลกัน ต่อมาได้จดทะเบียนเป็นบริษัท จำกัดในปี ค.ศ. 1900 เพื่อเป็นตลาดหรือสถานที่สำหรับการซื้อขายสินค้า ทำสัญญาการขนส่งสินค้าทางบกแบบเช่าเหมาเรือ และแลกเปลี่ยนข้อมูล ซึ่งสินค้าที่ทำสัญญาการขนส่งทางทะเลในขณะนั้นจะเป็นสินค้าการเกษตร

การดำเนินธุรกิจในตลาดแลกเปลี่ยนบอลติกจะดำเนินการผ่านนายหน้า (Broker) ซึ่งประกอบไปด้วยนายหน้าที่เป็นตัวแทนของเจ้าของสินค้าซึ่งมองหาเรือเพื่อทำการขนส่ง และนายหน้าที่เป็นตัวแทนเจ้าของเรือซึ่งมองหาสินค้า โดยตลาดแห่งนี้จะเปิดทำการทุกวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ ระหว่างเวลา 10.00 ถึง 16.30น.

Bill Allen (1980) อธิบายว่าหน้าที่พื้นฐานของตลาดแลกเปลี่ยนบอลติก คือ การจัดเตรียมให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดการทำสัญญาเช่าเหมาเรือ หรือสัญญาขนส่งสินค้าทางทะเล โดยได้จำแนกหน้าที่หลักของตลาดแลกเปลี่ยนบอลติกไว้ดังนี้

1) ตลาดค่าระวางเรือ (The freight Market) ตลาดแลกเปลี่ยนบอลติกเป็นศูนย์กลางของโลกสำหรับผู้เช่าเรือ และนายหน้าเช่าเหมาเรือ มีการเสนอ และประมูลสัญญาการเช่าเหมาเรือ หรือสัญญาการขนส่งสินค้าเป็นประจำทุกวัน ซึ่งการประมูลนั้นอาจจะดำเนินการในเวลาไม่กี่ชั่วโมง หรืออาจจะกินเวลาหลายวันก่อนที่จะทำสัญญาเช่าเหมาเรือ (Charter Party)

2) ตลาดธัญพืช และอาหารสัตว์ (The Grain and Feed Trade) ตลาดแลกเปลี่ยนบอลติกเป็นแหล่งรวมผู้ส่งออก ผู้ผลิตอาหาร และอาหารสัตว์ รวมถึงนายหน้าที่ทำหน้าที่เป็นคนกลางระหว่างผู้ส่งออกธัญพืช และผู้ผลิตอาหาร และอาหารสัตว์ซึ่งจะมีการซื้อขายกันในตลาดแห่งนี้

3) ตลาดซื้อขายสินค้าการเกษตรล่วงหน้า สำหรับข้าวสาลี และ ข้าวบาร์เลย์ (London Grain futures for wheat and barley) มีวัตถุประสงค์เพื่อประกันความเสี่ยงของผู้ส่งออก , เกษตรกร, พ่อค้า และผู้บริโภค จากการผันผวนของราคา

4) ตลาดน้ำมัน และเมล็ดพืชที่ให้น้ำมัน (Oil and oil seeds) น้ำมันที่มีการซื้อขายในตลาดเป็นน้ำมันชนิดรับประทานได้ ซึ่งมีไขมันสูง และอุดมไปด้วยโปรตีน เพื่อผลิตอาหารและอาหารสำหรับเลี้ยงสัตว์ เช่น น้ำมันปลา น้ำมันปลาดี น้ำมันถั่วเหลือง เมล็ดดอกทานตะวัน เป็นต้น

5) ตลาดเช่าเหมาลำเครื่องบิน (Air Chartering) ประกอบด้วยผู้ประกอบการเครื่องบินจากทุกมุมโลก เพื่อเข้ามาทำการเช่าเหมาลำเครื่องบิน เพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุดจากการดำเนินงานเที่ยวบินนั้นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งลดการบินเที่ยวเปล่าในขากลับ (return trip)

6) ตลาดซื้อขายเรือ (Sale and Purchase of ships) คาดกันว่ามกร้อยละ 50 ของคำสั่งซื้อขายเรือทั้งโลก เป็นคำสั่งซื้อขายที่ผ่านจากองค์กรที่มีตัวแทนอยู่ในตลาดแลกเปลี่ยนบอลติก โดยองค์กรเหล่านี้จะทำหน้าที่เป็นตัวแทนของเจ้าของเรือในการซื้อหรือขายเรือ โดยนายหน้าเหล่านี้จะมีการติดต่อสื่อสารกับเจ้าของเรือ นายหน้าอื่น จากทั่วทุกมุมโลกอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้คำแนะนำเจ้าของเรือเกี่ยวกับข้อมูลตลาดซื้อขายเรือ

Packard (2000) อธิบายว่าตลาดแลกเปลี่ยนบอลติกเป็นตลาดนานาชาติสำหรับค่าระวางสำหรับเรือเดินสมุทรแห่งเดียวในโลก และเป็นสถานที่ที่นายหน้าจะมาพบกันทุกวันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล และทำการซื้อขายค่าระวาง เรือ และสินค้า ตลาดแห่งนี้มีความชำนาญเฉพาะด้านสำหรับสินค้าเทกองแห้งชนิดที่ขนส่งโดยเรือจระ และการค้าสินค้าอื่นๆ โดยนายหน้าที่ทำธุรกิจในตลาดแห่งนี้จะต้องเป็นสมาชิกเท่านั้น และต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาดแลกเปลี่ยนบอลติก (Baltic Ethics) คือ การรักษาสัญญาที่ให้ไว้โดยคำพูด เพราะบางครั้งไม่อาจทำลายลักษณะอักษรได้ทันที หรือการห้ามไม่ให้เปิดเผยชื่อเรือ และข้อมูลของเรือจนกว่าจะได้รับอนุญาตจากเจ้าของเรือ เป็นต้น

ถึงแม้จะไม่มีข้อกำหนดคุณสมบัติของนายหน้าไว้อย่างชัดเจน แต่นายหน้าใหม่ทุกคนต้องได้รับการอบรมและสอบเกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นของการเป็นนายหน้าก่อนเข้ามาทำเจรจาธุรกิจในตลาดแห่งนี้ ส่วนประสบการณ์และความสามารถในการเจรจาธุรกิจแบบพบปะกัน ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของตลาดแลกเปลี่ยนบอลติกนั้น ต้องอาศัยการฝึกฝนต่อไป

ในปี 1985 ตลาดแลกเปลี่ยนบอลติกได้เริ่มจัดให้มีการซื้อขายล่วงหน้าสำหรับค่าระวางเรือ หรือที่รู้จักกันในนาม Freight Futures Exchanges

Branch (1988) กล่าวถึง The Baltic International Freight Futures Exchange (BIFFEX) ว่าเริ่มดำเนินงานในปี 1985 เพื่อเป็นวิธีที่ช่วยให้ธุรกิจพาณิชย์นำวิสามารถป้องกันตัวเองจากความผันผวนของค่าระวาง BIFFEX เป็นตลาดค่าระวางล่วงหน้าที่สามารถซื้อหรือขายค่าระวางล่วงหน้าได้ ซึ่งในความเป็นจริงแล้วผู้ค้าในตลาดล่วงหน้าแห่งนี้จะไม่ต้องการซื้อหรือขายบริการขนส่งสินค้าจริงๆ โดยท้ายสุดจำทำการจัดการกำไรหรือขาดทุนจากการซื้อขายล่วงหน้าเป็นตัวเงิน หรือนำไปหักลบกับบริการจริงที่ต้องการจะใช้ การซื้อขายลักษณะนี้จะเป็นเครื่องมือช่วยบริหาร และป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของตลาดค่าระวางได้

Parker (2001) แสดงความคิดเห็นเรื่องรูปแบบใหม่ของการสื่อสารในตลาดแลกเปลี่ยนบอติคได้ว่าในปี เดือนกันยายน ปี2001 ตลาดแลกเปลี่ยนบอติคได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการติดต่อระหว่างสมาชิกในตลาดจากการพบปะกัน (face to face) มาเป็นการติดต่อผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะส่งผลให้ตลาดแลกเปลี่ยนบอติคเป็นเพียงสถานที่ที่มีการพบปะเพื่อกิจกรรมทางสังคม การประชุม การอบรมหรือสัมมนาเท่านั้น นอกจากนี้ข่าวสารที่เคยมีในตลาดจะถูกเผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งสมาชิกเท่านั้นที่จะสามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้ ในอนาคตตลาดแลกเปลี่ยนบอติคอาจต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบของตนเองให้เป็นสมาคมหรือองค์กรของนายหน้าหรืออาจต้องปรับเปลี่ยนให้เป็นเครื่องมือหนึ่งที่น่าไปสู่การทำสัญญาเช่าเหมาเรือ หรือสัญญาขนส่งทางทะเล โดยที่สมาชิก ซึ่งก็คือนายหน้าจะนำเอาข้อมูลจากตลาดแลกเปลี่ยนบอติคไปใช้ในการอ้างอิงเพื่อทำสัญญาต่อไป

Collins (2000) ได้ให้ความเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของตลาดแลกเปลี่ยนบอติค ซึ่งแต่เดิมเป็นตลาดเช่าเหมาเรือที่ใหญ่ที่สุดในโลก ที่มีนายหน้าเขาไปทำการพบปะเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและทำสัญญาเช่าเหมาเรือกันว่า นับแต่การสื่อสารมีความเจริญก้าวหน้า ตั้งแต่มีโทรสาร อีเมล เข้ามาทำให้รูปแบบของการติดต่อสื่อสารในตลาดแลกเปลี่ยนบอติคเปลี่ยนแปลงไปโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยมากขึ้น จากเดิมที่นายหน้าต้องเข้าไปยังตลาดทุกวัน มาสู่การที่นายหน้าสามารถเช็คข้อมูลข่าวสารผ่านทาง telegrams มีผลให้ความสำคัญของตลาดบอติคในแง่ที่เป็นสถานที่ทำสัญญาเช่าเหมาเรือกันนั้นลดความสำคัญลงไป เห็นได้จากการที่จำนวนสมาชิกของตลาดมีสูงที่สุดในปี 1977 ถึง 2834ราย และลดลงมาเรื่อยๆ เป็น 1749 รายในปี 1992

อย่างไรก็ตามเนื่องจากลอนดอนเป็นศูนย์กลางทางการค้าและทางทะเลมานาน ทำให้มีนักธุรกิจและนักลงทุนจากหลายชาติเข้ามาตั้งฐานธุรกิจที่ลอนดอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจพ่อค้าคนกลาง (Trading Company) สำหรับสินค้าการเกษตร ทำให้ธุรกิจเช่าเหมาเรือเติบโตไปด้วย ด้วยเหตุที่พ่อค้าคนกลางต้องการค่าระวางเพื่อนำเสนอราคาให้ลูกค้าพร้อมกับค่าสินค้า นอกจากเจ้าของเรือ เจ้าของสินค้า และนายหน้าแล้ว ธุรกิจที่ปรึกษาทางกฎหมายทางทะเล ธุรกิจเงินทุนสำหรับพาณิชย์นาวี และสมาคมประกันภัยก็เป็นผลพลอยได้จากธุรกิจนี้ และธุรกิจเหล่านี้เองก็ได้เป็นกลุ่มลูกค้าใหม่สำหรับตลาดแลกเปลี่ยนบอลติก ตลาดบอลติกในทุกวันนี้จึงเป็นเสมือนสมาคมธุรกิจของกิจการพาณิชย์นาวีระดับโลกที่มีชื่อเสียงด้านจรรยาบรรณระดับสูง

นอกจากนี้ลอนดอนยังเป็นศูนย์กลางการเช่าเหมาเรือของโลก โดยเป็นศูนย์รวมของนายหน้านานาชาติที่ใหญ่ที่สุดในโลก และประมาณร้อยละ 30 – 50 ของการเช่าเหมาเรือทั่วโลก ทำผ่านตลาดแลกเปลี่ยนแห่งนี้ เป็นการยากที่ตลาดค่าระวางเรืออื่นๆ จะทำการแข่งขันกับตลาดลอนดอนทั้งนี้เนื่องจากลอนดอนเป็นศูนย์รวมของธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับพาณิชย์นาวี และพร้อมที่จะทำการเช่าเหมาเรือต่างชาติให้กับนายหน้าต่างชาติอีกด้วย ในขณะที่ตลาดเช่าเหมาเรืออื่นๆ จะทำเพียงระดับประเทศ หรือภูมิภาคเท่านั้น เช่น ตลาด Piraeus และ Oslo เป็นตลาดสำหรับเจ้าของเรือชาตินั้นๆ Hamburg เป็นตลาดของเจ้าของเรือคอนเทนเนอร์ ในขณะที่ Melbourne และ Sydney เป็นตลาดเช่าเหมาเรือสำหรับสินแร่ สินค้าการเกษตร และน้ำตาลที่ส่งออกจากออสเตรเลีย

จากการสืบค้น [www.balticexchange.com](http://www.balticexchange.com) พบว่าตลาดแลกเปลี่ยนบอลติกในปัจจุบัน ประกอบไปด้วย นายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ เจ้าของเรือ และผู้เช่าเหมาเรือ ซึ่งเกี่ยวข้องกับขนส่งสินค้าเทกองจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค นอกจากนี้ยังมี สถาบันทางการเงิน สำนักกฎหมายทางทะเล และธุรกิจเกี่ยวเนื่องต่างๆ โดยปัจจุบันมีสมาชิกมากกว่า 550 บริษัท และสมาชิกอิสระมากกว่า 2000 ราย (ข้อมูลปี 2006) ในจำนวนนี้มากกว่า 400 ราย เป็นบริษัทที่ตั้งอยู่ในประเทศอังกฤษ นอกจากนี้เป็นสมาชิกที่อยู่ที่ อเมริกา ยุโรป และตะวันออกกลาง

ในส่วนของการดำเนินงานนั้น ตลาดแลกเปลี่ยนบอลติกจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด และมีผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่คือสมาชิกของตลาด โดยตลาดบอลติกนั้นเปิดกว้างสำหรับสมาชิกทั่วไปซึ่งอยู่ในแวดวงการขนส่งทางทะเลโดยเรือสินค้าเทกอง

การจำแนกกลุ่มของสมาชิก แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

Principal คือ ผู้ที่ทำการซื้อขายเพื่อตนเอง เช่น เจ้าของเรือ และเจ้าของสินค้า

Broker คือ ผู้ที่ไม่ได้ทำการซื้อขายเพื่อตนเอง แต่จัดการซื้อขายให้กับ principal

เช่น นายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ

อื่นๆ คือ ธุรกิจเกี่ยวเนื่องอื่นๆ เช่น สำนักกฎหมาย สถาบันการเงิน ผู้จัดการเรือ เป็นต้น

เอกสารที่ต้องการสำหรับการสมัคร คือ งบการเงิน หนังสือรับรองจากประกันภัย และหนังสือแนะนำจากสมาชิกปัจจุบัน จากนั้นจะมีการตรวจเอกสารโดยคณะกรรมการของตลาด ซึ่งใช้เวลาประมาณ 6 สัปดาห์

บริการสำหรับสมาชิก ได้แก่ บริการข้อมูลด้านตลาดค่าระวางเรือ เช่น ดัชนีค่าเช่าเหมาเรือ รายงานการซื้อขายเรือ ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ แผนต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีบริการประกันสำหรับการดำเนินธุรกรรมระหว่างสมาชิก หากมีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งผิดสัญญา ทางตลาดจะชดใช้เบื้องต้น และมีบริการพัฒนา และอบรมเรื่องการขนส่งทางทะเล

ค่าธรรมเนียม แบ่งตามกลุ่มสมาชิก และขอบเขตในการเข้าถึงข้อมูล โดยค่าสมาชิกเริ่มตั้งแต่ 580 ปอนด์ จนถึง 26,255 ปอนด์ (รายละเอียดตามภาคผนวก)

### 2.1.9 องค์กรในตลาดเช่าเหมาเรือ

David Ng (2007) กล่าวว่าตลาดเช่าเหมาเรือ ประกอบด้วยบุคคลฝ่ายต่างๆ ดังต่อไปนี้

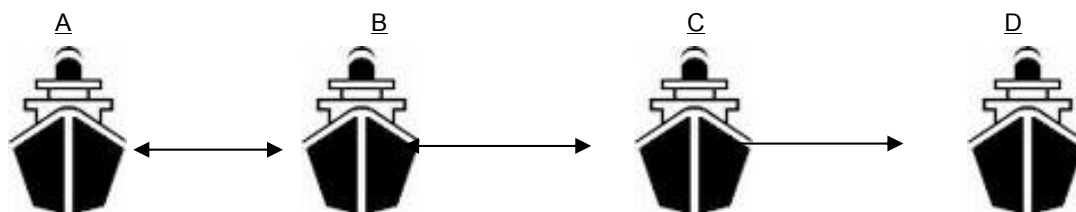
1) เจ้าของเรือ (Ship Owners) มีวัตถุประสงค์หลักในการขายบริการการขนส่ง ซึ่งเจ้าของเรือจะประกอบไปด้วย เจ้าของเรือ (Ship Owners) ที่มีเรือเป็นของตนเอง สมาคมเจ้าของเรือ (Pool) ที่เป็นการรวมกลุ่มกันของเจ้าของเรือ ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานด้านสินค้า (Operators) ที่อาจไม่ได้มีเรือมีเรือเป็นของตนเอง แต่เช่าเรือมาในระยะยาวเพื่อทำธุรกิจ โดยการปล่อยเรือให้เช่าอีกต่อหนึ่ง

2) ผู้เช่าเหมาเรือ (Charterers) มีวัตถุประสงค์ในการหาระวางเรือเพื่อใช้ขนส่งสินค้า หรือเพื่อเสริมกองเรือของตนเป็นต้น ซึ่งผู้เช่าเหมาเรือจะประกอบด้วย เจ้าของสินค้า (Cargo Owners) ที่ขายสินค้าแบบ CIF หรือ C&F หรือ ซื้อสินค้าแบบ FOB พ่อค้าคนกลาง (Trader) ที่ต้องการระวางเรือเพื่อขนส่งสินค้า ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานด้านสินค้า (Operators) ที่ต้องการเช่าเรือระยะยาวมาเพื่อทำธุรกิจ เจ้าของเรือ (Shipowners) ที่ต้องการหาเรือเพิ่มเสริมกองเรือของตน

3) นายหน้า (Brokers) เป็นคนกลางที่ช่วยประสานงานให้สัญญาการเช่าเหมาเรือสำเร็จไปได้ด้วยดี โดยการทำหน้าที่แลกเปลี่ยนข้อมูลด้านตำแหน่งเรือ สินค้า สัญญาการเช่าเหมาเรือ ในตลาดเช่าเหมาเรือ ผ่านเครือข่ายของตน อันประกอบไปด้วย เจ้าของเรือ เจ้าของสินค้า พ่อค้าคนกลาง นายหน้า โดยการประสานงานจะต้องประกอบไปด้วยทักษะในการเจรจาต่อรอง ความรู้ด้านการค้า สินค้า ตลาด และการเช่าเหมาเรือ จนนำไปสู่การร่างสัญญาเพื่อตกลงกันในที่สุด ทำหน้าที่สุดท้ายคือคอยติดตามผลทางด้านการปฏิบัติงานของเรือด้วย

#### 2.1.10 ห่วงโซ่ของการเช่าเหมาเรือ (Charter Chains)

Gorton and others (1990) กล่าวว่าเรือลำใดลำหนึ่ง ณ เวลาใดเวลาหนึ่งอาจผูกพันกับสัญญาเช่าเหมาเรือมากกว่า 1 ฉบับ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้



A คือ เจ้าของเรือที่แท้จริง ที่ลงทุนซื้อตัวเรือ เพื่อแสวงหากำไรจากค่าเช่าเรือ หรือ ค่าระวางเรือ และได้ทำข้อตกลงให้ B เป็นตัวแทนในการบริหารและจัดการตัวเรือ

B คือ ผู้รับผิดชอบในการบริการและจัดการตัวเรือ เช่น การบำรุงรักษา การซ่อมแซมตัวเรือ การจัดลูกเรือ และการประกันภัยเป็นต้น นอกจากนี้ยังมีความรับผิดชอบในเชิงพาณิชย์กับตัวเรือ แต่ความเสี่ยงด้านการบริหารเชิงพาณิชย์ก็ยังคงตกอยู่กับเจ้าของเรือที่แท้จริง หรือ A กล่าวคือหากตลาดค่าระวางเรืออยู่ในช่วงขาลง A จะได้รับผลกระทบนี้อย่างสมบูรณ์ ในกรณีเช่นนี้ A เป็นเจ้าของเรือ และ B เป็นตัวแทนของเจ้าของเรือ

แต่ถ้าหากสัญญาระหว่าง A และ B เป็นสัญญาเช่าเหมาเรือเปลือยเปล่า (Bareboat Charter) B จะกลายเป็น Functional Owner หรือ Disponent Owner ในทันที ซึ่ง

ความเสี่ยงเนื่องจากการผันผวนของตลาดค่าระวางจะถูกถ่ายโอนไปยัง B โดยสมบูรณ์ ในขณะที่ A จะได้รับค่าตอบแทนเป็นค่าเช่าเหมาเรือ

C คือผู้เช่าเหมาเรือแบบระยะเวลาต่อจาก B โดยมีสัญญาเช่าเหมาเรือแบบระยะเวลาระหว่างกัน ในกรณีเช่นนี้ B จะถูกเรียกว่า ตัวแทนเจ้าของเรือ / Disponent Owner ซึ่งขึ้นอยู่กับชนิดของสัญญาระหว่าง A และ B

D คือ ผู้ทำสัญญาเช่าเหมาเรือแบบรายเที่ยวกับ C ในกรณีเช่นนี้ C จะถูกเรียกว่า เจ้าของเรือแบบระยะเวลา (time chartered owner) และ D เป็นผู้เช่าเหมาเรือแบบรายเที่ยว

จากมุมมองของ A ในกรณีที่ทำสัญญาเช่าเหมาเรือแบบเปลือยเปล่ากับ B สามารถเรียก B ว่าผู้เช่าเหมาเรือ ในขณะที่ C และ D คือผู้เช่าช่วง (sub-charterer)

จากมุมมองของ B ในกรณีเช่นนี้ C จะถูกเรียกว่าผู้เช่าเหมาเรือ ส่วน D จะเป็นผู้เช่าช่วง

ในทางกลับกัน ในมุมมองของ D เจ้าของเรือคือ C

ในห่วงโซ่ของการเช่าเหมาเรือข้างต้น เป็นที่สังเกตว่าผู้ที่มีส่วนร่วมในห่วงโซ่ของการเช่าเหมาเรือจะรู้จักแต่เพียงผู้ที่อยู่ติดกันในห่วงโซ่นั้น และไม่อาจรู้ได้ว่าความสัมพันธ์ของโซ่อื่นๆ เป็นเช่นไร ดังนั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกฝ่ายในห่วงโซ่ของการเช่าเหมาเรือจะต้องระบุถึงหน้าที่ และความรับผิดชอบของสัญญาเช่าเหมาเรืออย่างละเอียดในทุกๆ ช่วงของการเช่าเรือ เช่น เมื่อ C ทำสัญญาเช่าช่วงกับ D จำเป็นจะต้องระมัดระวังถึงข้อสัญญาระหว่างตนและ B ด้วย เพื่อป้องกันปัญหาและความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นภายหลัง

### 2.1.11 นายหน้าของธุรกิจเช่าเหมาเรือ (Shipbroker)

Collins (2000) ให้ความเห็นว่า shipbroker มีความหมายที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับบริบท แต่โดยทั่วไปแล้วนายหน้า (broker) หมายถึง ตัวกลางระหว่างเจ้าของเรือ (หรือตัวแทน หรือนายหน้า ของเจ้าของเรือ) และผู้เช่าเหมาเรือ (หรือนายหน้า หรือตัวแทนของผู้เช่าเหมาเรือ) ซึ่งทำหน้าที่ประสานให้เกิดการตกลงเกิดขึ้น โดยได้ค่าตอบแทนเป็นค่านายหน้า

Lopez (1992) อธิบายว่า นายหน้าคือ คนกลางระหว่างสองฝ่ายเพื่อทำการตกลงในสัญญาระหว่างสองฝ่าย โดยทั่วไปนายหน้าจะเป็นตัวแทนของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเท่านั้น เพื่อทำการตกลงกับอีกฝ่ายหนึ่งโดยตรง หรือกับตัวแทนของอีกฝ่ายหนึ่ง และได้รับค่าตอบแทนเป็น ค่านายหน้า

Stopford (2002) กล่าวว่า นายหน้าคือตัวแทนที่เจ้าของเรือหรือเจ้าของสินค้า แต่งตั้งขึ้นเพื่อให้ดำเนินการในการตกลงสัญญาการขนส่งทางทะเลแทนตัวเอง โดยนายหน้าต้องทำการหาว่ามีสินค้า หรือเรือใดที่ต้องการการขนส่ง และราคาที่เจ้าของสินค้าต้องการจะจ่าย หรือเจ้าของเรือต้องการจะได้รับจากบริการการขนส่งทางทะเลเป็นเท่าใด และข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น โดยที่ลอนดอนเป็นศูนย์กลางนายหน้าที่ใหญ่ที่สุด นอกจากนี้ก็มีที่โตเกียว ฮองกง สิงคโปร์ ปิเรอูส ออสโล ฮัมบูร์ก เป็นต้น

### 2.1.11.1 บทบาทของนายหน้า

Collins (2002) กล่าวถึงบทบาทของนายหน้าดังต่อไปนี้

- ด้านข่าวสารข้อมูล (Information)

สิ่งสำคัญของตลาดเช่าเหมาเรือ คือ ข้อมูล นายหน้าเป็นผู้ที่รวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล เนื่องจากเจ้าของเรือต้องการทราบถึงสินค้าที่ดีที่สุดที่เหมาะสมกับตำแหน่งที่เรือของตนอยู่ และเจ้าของสินค้าก็ต้องการทราบถึงต้นทุนเรือที่ถูกที่สุด และทั้งสองฝ่ายต่างก็ไม่ทราบวิธีที่จะทำสัญญาการขนส่งสินค้าระหว่างกัน

- ทางเลือก (Options)

เนื่องจากเจ้าของเรือต้องการสินค้าที่จ่ายอัตราค่าระวางได้ดีที่สุด มีผู้เช่าเหมาเรือที่ไว้ใจได้ และได้ผู้เช่าเหมาเรือที่สำคัญมาเป็นระยะเวลานาน ในขณะที่เจ้าของสินค้าต้องการเรือที่จะมารับสินค้าได้ในเวลาที่ต้องการ และต้องตัดสินใจว่าจะทำสัญญาตามระยะเวลา หรือ ทำสัญญารายเที่ยวจึงจะเหมาะสม ทำให้มีทางเลือกมากมายที่ต้องทำการตัดสินใจ ดังนั้นคำแนะนำและคำอธิบายที่ดี จะทำให้เลือกทางเลือกที่ดีที่สุด

- คำแนะนำด้านตลาด (Market Advice)

นายหน้าที่มีประสบการณ์จะให้คำแนะนำทางการตลาดได้ เนื่องจากสินค้า และเรือมีความหลากหลาย นายหน้าที่ดี จะช่วยให้เจ้าของเรือได้รับสินค้าที่เหมาะสมกับเรือที่สุดในเงื่อนไขที่ดี เจ้าของเรือ หรือเจ้าของสินค้าบางรายอาจปฏิเสธการใช้นายหน้าเป็นตัวแทน เนื่องจากไม่ต้องการเสียค่านายหน้า อาจจะมีประมาณ 1.25% โดยที่ไม่ได้ตระหนักว่าจริงๆ แล้วเจ้าของเรืออยากติดต่อกับนายหน้าที่มีความรู้มากกว่า เจ้าของสินค้าที่ไม่ทราบระเบียบปฏิบัติ



- ที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์ (Strategic Advice)

เนื่องจากตลาดค่าระวางเรือเป็นตลาดที่เป็นไปตามวัฏจักร มีการขึ้นลงตามปัจจัยต่างๆ ที่เข้ามากระทบ ดังนั้นนายหน้าจึงเป็นที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์สำหรับเจ้าของเรือ หรือเจ้าของสินค้า เพื่อให้ทราบว่า ณ สถานการณ์นั้นๆ เจ้าของเรือ หรือเจ้าของสินค้าควรทำอย่างไร เพราะการตัดสินใจผิดเพียงนิดเดียว อาจทำให้สูญเสียเงินมหาศาลได้ ดังนั้นนายหน้าบางรายจึงมีคณะทำงานเพื่อทำการติดตามข่าวสาร หรือวิเคราะห์ข้อมูลตลาดเรือโดยเฉพาะ

- ตัวกลางในการเจรจาต่อรอง (Negotiating Buffer)

เมื่อทั้งสองฝ่ายต้องการที่จะตกลงทำสัญญากัน ย่อมต้องมีฝ่ายที่สามที่ช่วยเหลือในการเจรจาต่อรองเพื่อให้การทำสัญญาเป็นที่พอใจกับทั้งสองฝ่าย

- ผู้ช่วยในการร่างสัญญาเช่าเหมาเรือ (Administration of the Charter Party or COA)

หน้าที่ของนายหน้ารวมถึงการจัดทำสัญญาเช่าเหมาเรือ ให้สอดคล้องกับข้อตกลงของทั้งสองฝ่าย ซึ่งเป็นบทบาทที่สำคัญๆ กับการจับคู่ระหว่างสินค้าและเรือ และการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ซึ่งในบทบาทนี้ทำให้นายหน้าได้ค่านายหน้าเป็นค่าตอบแทน

- ผู้ช่วยแก้ปัญหาความขัดแย้ง (Assistance in resolution of disputes)

นายหน้าจะต้องมีความเชี่ยวชาญในการเจรจาต่อรอง และหลีกเลี่ยงปัญหาที่จะเกิดขึ้น แต่ถ้าเกิดมีปัญหากเกิดขึ้นจริงๆ นายหน้าจะต้องสามารถที่จะแนะนำวิธีการรอมชอมที่ดี เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ทั้งสองฝ่าย โดยไม่ต้องให้มีปัญหาไปถึงชั้นศาล

โดยสรุปแล้วนายหน้าจะต้องเป็นผู้รวบรวม วิเคราะห์ข่าวสารทางการตลาด รู้ความเคลื่อนไหวในตลาดของเจ้าของเรือ หรือเจ้าของสินค้าอยู่เสมอ เพื่อเป็นตัวกลางในการตกลงเพื่อให้ได้มาซึ่งสัญญาเช่าเหมาเรือ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องให้คำแนะนำทางด้านกลยุทธ์สำหรับสถานการณ์ตลาดขณะนั้นๆ ได้ด้วย และในยุคที่คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมาก ข้อมูลข่าวสารจึงเป็นสิ่งสำคัญ Collin เชื่อว่าในอนาคตธุรกิจ

นายหน้าจะแข่งขันกันบนข้อมูลข่าวสารเป็นสำคัญ สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลจำเป็นตัวชี้ทิศทางของธุรกิจพร้อมๆ ไปกับความรู้และประสบการณ์ของนายหน้าในตลาด

### 2.1.11.2 จำนวนนายหน้า

จำนวนของนายหน้าที่ต้องใช้แตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อม และลักษณะทางธุรกิจ แต่ก็ยังสามารถแยกได้ตามมุมมองของแต่ละกลุ่มที่อยู่ในตลาด

- มุมมองของเจ้าของเรือ ซึ่งต้องการให้เรือของตนได้รับการว่าจ้าง ดังนั้นจึงต้องแสวงหาโอกาสทุกโอกาสที่จะทำให้เรือของตนได้รับการว่าจ้างเจ้าของเรือควรจะติดต่อกับนายหน้าให้มากที่สุด เพื่อให้ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอต่างๆ ให้มากที่สุด ทำให้เจ้าของเรือได้โอกาสที่ดีที่สุดที่จะเลือกสินค้าได้ในเวลาที่เขาต้องการ ทำให้เจ้าของเรือบางคนต้องว่าจ้างพนักงานเพื่อรับผิดชอบด้านการเช่าเหมาเรือโดยเฉพาะ เพื่อครอบคลุมตลาดส่วนนี้

- มุมมองของเจ้าของสินค้า ต้องการคำแนะนำส่วนบุคคล ดังนั้นจึงต่างจากส่วนของเจ้าของเรือ ทำให้เจ้าของสินค้าต้องการนายหน้าไม่มากเนื่องจากลักษณะเฉพาะทางธุรกิจ ดังนั้นนายหน้าส่วนของเจ้าของสินค้าจึงไม่ควรเกิน 3 ราย ในบางกรณีอาจมีเพียงรายเดียวเท่านั้น ซึ่งจะเป็นการดีเพราะทำให้นายหน้าสามารถแสดงตัวเป็นเหมือนส่วนหนึ่งขององค์กรของเจ้าของสินค้า และทำให้สามารถให้คำแนะนำทางด้านกลยุทธ์ทางด้านค่าระวางได้ง่าย และเจ้าของสินค้าก็สามารถนำกลยุทธ์นั้นไปรวมกับกลยุทธ์ขององค์กรได้

Packard (2000) อธิบายว่าหน้าที่สำคัญของนายหน้าคือการทำให้คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลงทำสัญญาเช่าเหมาเรือกัน โดยฝ่ายหนึ่งทำการรับขนส่งสินค้า หรือเจ้าของเรือ และฝ่ายที่จัดหาสินค้ามาลงเรือ หรือ เจ้าของสินค้า นอกจากนี้ก็จะมีหน้าที่อื่นๆ คือ เป็นตัวแทนของเรือตามเมืองท่า ขายและซื้อเรือ (ทั้งสั่งต่อใหม่ และเรือใช้แล้ว หรือส่งไปทำลาย) เป็นต้น โดยจะมีสถาบันอบรมนายหน้าสำหรับการเช่าเหมาเรือ (Institute of chartered shipbrokers) สำหรับอบรมนายหน้าชาติต่างๆ ให้เข้ามาในธุรกิจนี้ และได้จำแนกประเภทของนายหน้าไว้สองประเภทคือนายหน้าเช่าเหมาเรือ (Chartering Broker) ซึ่งก็คือนายหน้าที่เป็นตัวแทนเจ้าของสินค้า มีหน้าที่

หาเรือเพื่อรับขนส่งสินค้า และนายหน้าเจ้าของเรือ (Owner Broker) ซึ่งก็คือนายหน้าที่เป็นตัวแทนเจ้าของเรือ มีหน้าที่หาสินค้าเพื่อใช้บริการเรือของเจ้าของเรือ

โดยหน้าที่ของนายหน้าประกอบไปด้วย 1) การร่างสัญญาเช่าเหมาเรือตามข้อตกลงของทั้งสองฝ่ายอย่างยุติธรรม 2) เorcaในส่วนที่ต้องการแก้ไข หรือเงื่อนไขที่ขอให้มีเพิ่มเติม 3) จัดการการสื่อสารระหว่างทั้งสองฝ่าย 4) ตกลงและจัดการเรือการเงินที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

โดยทั่วไปการทำเช่าเหมาเรือเพื่อขนส่งสินค้าทางทะเลนั้นจะประกอบด้วยนายหน้าสองฝ่าย ซึ่งฝ่ายหนึ่งเป็นตัวแทนเจ้าของสินค้า และอีกฝ่ายที่เป็นตัวแทนเจ้าของเรือ แต่ก็เป็นความเป็นไปได้ที่จะมีนายหน้าเพียงคนเดียวที่เป็นตัวกลางระหว่างทั้งสองฝ่าย ซึ่งในกรณีเช่นนี้นายหน้าต้องวางตัวเป็นกลางอย่างที่สุด เพื่อความเรียบร้อยในการทำสัญญาเช่าเหมาเรือ

Collins กล่าวว่าในอนาคตนายหน้าสามารถจับคู่ระหว่างสินค้า และเรือจากที่ใดก็ได้ในโลกที่มีอินเทอร์เน็ตเข้าถึง หรืออาจจะมีแนวทางการจับคู่สินค้าและเรือผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรืออาจมีเว็บไซต์สำหรับประมวลผลการขนส่งสินค้าโดยการเช่าเหมาเรือโดยเฉพาะ ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากความสะดวกสบายจากเทคโนโลยีทำให้นายหน้ามีเครื่องมือมาช่วยในการทำงาน นอกจากนี้ก็เป็นไปได้ว่าเจ้าของสินค้าจะทำการหาเรือเองเพื่อลดค่านายหน้า แต่ไม่ทราบว่าเทคโนโลยีจะเปลี่ยนไปอย่างไร นายหน้าก็ยังมีบทบาทสำคัญในการทำสัญญาเช่าเหมาเรือต่อไป เนื่องจากลักษณะเฉพาะของตลาดแห่งนี้ที่เจ้าของเรือต้องการทราบข้อมูลด้านสินค้าอย่างละเอียด เช่น อัตราการขนถ่ายสินค้าที่ทำเรือต้นทางและปลายทาง คุณลักษณะเฉพาะของสินค้า หรือแม้กระทั่งการต่อรองกำหนดการขนถ่ายสินค้าก็ตาม ในขณะที่เจ้าของสินค้าก็อยากที่จะทราบถึงสภาพ และเงื่อนไขของเรือ กำหนดการเดินทางของเรือเป็นต้น ทำให้นายหน้ายังคงมีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวกลางการทำสัญญาเช่าเหมาเรือต่อไป

### 2.1.12 ขั้นตอนในการเช่าเหมาเรือ

เมื่อเจ้าของเรือมีความต้องการที่จะได้รับผลตอบแทนจากเรือของตน ก็จะทำเรือเข้าสู่ตลาดเช่าเหมาเรือ ในขณะที่เจ้าของสินค้าเมื่อต้องการทำการขนส่งสินค้าก็จะนำสินค้าของตนเข้าสู่ตลาดเช่าเหมาเรือเช่นกัน ซึ่งขั้นตอนการเช่าเหมาเรือในตลาดเช่าเหมาเรือประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ การค้นหาและรวบรวมข้อมูล (investigation) การเจรจา (negotiation) และการติดตาม (follow up)

การค้นหาและรวบรวมข้อมูล เป็นขั้นตอนที่เจ้าของเรือ หรือนายหน้าของเจ้าของเรือ จะทำการพิจารณาสินค้าที่มีอยู่ในตลาด รวมถึงความเคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงของตลาด เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ตลาด ในขั้นตอนนี้เจ้าของเรือจะทราบได้ว่ามีสินค้าชนิดใด ราคาเข้าหาเรือตลาดอยู่ที่เท่าใด และเรือขนาดที่ตนมีควรได้รับผลตอบแทนเท่าใด เพื่อทำการพิจารณาว่าควรจะดำเนินการเจรจากับเจ้าของสินค้าหรือนายหน้าของเจ้าของสินค้าชนิดใด ในขณะที่เจ้าของสินค้าหรือนายหน้าของเจ้าของสินค้าก็จะทำการศึกษาตลาดเข้าหาเรือเช่นกัน เพื่อให้ทราบว่าค่าเช่าเรือสำหรับสินค้าของตนนั้นควรจะอยู่ที่เท่าใด มีเรือลำใดที่น่าจะอยู่ในตำแหน่งเรือ (position) ที่จะมารับขนถ่ายสินค้าของตนได้ในเวลาที่เหมาะสม เพื่อทำการเจรจาต่อไป

การเจรจา ภายหลังจากที่ทั้งฝ่ายเจ้าเรือ และฝ่ายเจ้าของสินค้าได้ทำการศึกษา และวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดในขณะนั้นๆ แล้ว ก็จะมีการติดต่อกันเพื่อเจรจาในหลักการสำคัญและรายละเอียดของสัญญาเช่าเรือ โดย

- 1) รายละเอียดของเรือที่สำคัญ ได้แก่ ชื่อเรือ อายุเรือ น้ำหนักบรรทุกของเรือ สัญชาติเรือ เป็นต้น
- 2) รายละเอียดของสินค้า ได้แก่ ชื่อสินค้า ปริมาณ วิธีการจัดขนถ่าย และการจัดวาง ข้อจำกัดอื่นๆ ของสินค้า เป็นต้น
- 3) รายละเอียดของสัญญาเช่าเรือ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่างๆ ว่าฝ่ายใดต้องรับผิดชอบ ค่าปรับหรือเงินรางวัลในกรณีทำงานล่าช้า หรือ ทำงานเสร็จก่อนกำหนด วิธีการชำระค่าระวาง เป็นต้น

การเจรจาในส่วนที่เป็นรายละเอียดของการเช่าเรือต้องใช้ความระมัดระวังเป็นอย่างมาก เพราะหมายถึงความรับผิดชอบ และภาระที่ทั้งสองฝ่ายพึงปฏิบัติต่อกัน การเจรจาในขั้นตอนนี้อาจใช้ระยะเวลามากหรือน้อยก่อนลงชื่อในสัญญา (Fixture Note) ก็แล้วแต่กรณีไป

การติดตามผล เป็นขั้นตอนสุดท้ายหลังจากได้รวบรวมข้อมูลและดำเนินการเจรจาเสร็จสิ้น ในขั้นตอนนี้จะมีการจัดทำเอกสารกรเช่าเรือที่สมบูรณ์และส่งมอบให้ทั้งสองฝ่าย หลังจากนั้นก็เป็นติดตามเรื่องการเดินทางของเรือ และการค่าใช้จ่ายต่างๆ

### 2.1.13 เงื่อนไขในการขนถ่ายสินค้า

f.i. (free in) หมายถึง ผู้เช่าเรือมีหน้าที่ในการรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการบรรทุกสินค้าที่เมืองท่าต้นทาง เช่น ค่ากรรมกรยกสินค้าหน้าท่า

f.o. (free out) หมายถึง ผู้รับสินค้า หรือ ผู้เช่าเรือมีหน้าที่ในการรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนถ่ายสินค้าที่เมืองปลายทาง

f.i.o. (free in and out) หมายถึง ผู้เช่าเรือมีหน้าที่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการบรรทุกสินค้าที่เมืองท่าต้นทาง และค่าใช้จ่ายในการขนถ่ายสินค้าที่เมืองท่าปลายทาง

f.i.o.s. (free in and out, stowed) หมายถึง ผู้เช่าเรือมีหน้าที่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการบรรทุกสินค้าที่เมืองท่าต้นทาง และค่าใช้จ่ายในการขนถ่ายสินค้าที่เมืองท่าปลายทาง รวมถึงการจัดเรียงสินค้าในระวางในเมืองท่าต้นทาง ทั้งนี้หากการจัดเรียงสินค้าไม่เรียบร้อยอาจทำให้สินค้าเคลื่อนที่ ซึ่งอาจทำให้เรือเสียการทรงตัวได้

f.i.o.s.t. (free in and out, stowed and trimmed) หมายถึง ผู้เช่าเรือมีหน้าที่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการบรรทุกสินค้าที่เมืองท่าต้นทาง และค่าใช้จ่ายในการขนถ่ายสินค้าที่เมืองท่าปลายทาง รวมถึงการจัดเรียงสินค้าในระวางที่เมืองท่าต้นทาง รวมทั้งการปาดเกลี่ยสินค้าในระวางเรือ

f.i.l.o. (free in, liner out) หมายถึง ผู้เช่าเรือมีหน้าที่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการบรรทุกสินค้าที่เมืองท่าต้นทาง และเจ้าของเรือมีหน้าที่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนถ่ายสินค้าที่เมืองท่าปลายทาง

l.i.f.o. (liner in, free out) หมายถึง เจ้าของเรือมีหน้าที่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการบรรทุกสินค้าที่เมืองท่าต้นทาง และผู้เช่าเรือมีหน้าที่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนถ่ายสินค้าที่เมืองท่าปลายทาง

f.l.t. (full liner term) หมายถึง เจ้าของเรือมีหน้าที่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการบรรทุกสินค้าที่เมืองท่าต้นทาง และค่าใช้จ่ายในการขนถ่ายสินค้าที่เมืองท่าปลายทาง

#### 2.1.14 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อค่าระวางเรือ

Blinkley และ Harrer (1981) ทำการศึกษาถึงปัจจัยหลักที่มีผลต่อผลกระทบต่อค่าระวางการขนส่งสินค้าทางทะเลสำหรับสินค้าธัญพืช (Grain) ซึ่งทำการขนส่งด้วยเรือขนส่งสินค้าเทกองชนิดเรือจระ โดยที่ค่าระวางในการขนส่งสินค้า เป็นข้อตกลงกันระหว่างเจ้าของสินค้า และผู้รับขนส่งสินค้า พบว่าตำแหน่งที่ตั้งของประเทศผู้ส่งออกสินค้ามีความสำคัญต่อค่าระวางเรือ เนื่องจากเมื่อประเทศนั้นๆ ทำการส่งออกจำนวนมากจะส่งผลให้สาธารณูปโภคที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งพัฒนาไปด้วย เช่นมีท่าเรือที่มีประสิทธิภาพ มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกับส่งออกที่มีประสิทธิภาพ

สูง นอกจากนี้การที่การส่งออกมีการเจริญเติบโตยังส่งผลให้วิธีการผลิต การทำการตลาดเพื่อการส่งออกมีประสิทธิภาพ ยังผลให้มีความสามารถในการแข่งขันทางการค้าในที่สุด

ในขณะที่ขนาดของเรือที่มีการพัฒนาให้มีขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อให้ได้รับประโยชน์จากการประหยัดจากขนาดนั้น ทำให้ต้องมีการลงทุนทางด้านท่าเรือเพื่อรองรับเรือขนาดใหญ่ขึ้น สำหรับขนาดของปริมาณสินค้าที่ส่งในหนึ่งครั้งนั้น ขึ้นอยู่กับ ข้อกำหนด และการกีดกันทางการค้า หากมีการกีดกันทางการค้ามาก ประเทศนั้นๆ ก็มีแนวโน้มที่จะไม่ลงทุนเพิ่มเติมในสาธารณูปโภค เช่นท่าเรือ

การกระจุกตัวกันของการขนส่งก็มีผลต่อค่าระวาง เพราะการที่ผู้ส่งออก หรือผู้นำเข้าอยู่ในละแวกเดียวกันจะทำเครื่องมือในการขนถ่ายในละแวกนั้นได้รับการพัฒนาทำให้การขนถ่ายทำงานได้สะดวกยิ่งขึ้น นอกจากนี้ชนิดของการขนส่ง และเทคโนโลยีของท่าเรือ และรูปแบบการค้า มีความสำคัญ ต่อค่าระวางการขนส่ง

ผู้ทำการศึกษาจึงสรุปว่าอัตราค่าระวางเรือในการรับขนส่งสินค้าขึ้นอยู่กับ ระยะทาง ขนาดของshipment ข้อตกลงในขนถ่ายสินค้า สัญชาติของเรือ ช่วงเวลาที่ทำสัญญารับขนส่งสินค้า ปริมาณของอัญพีชที่รับขนในเส้นทางนั้นๆ และท่าเรือต้นทางและปลายทาง

Teeuwen (2008) กล่าวว่าค่าระวางเป็นผลทางตรงจากอุปสงค์และอุปทานของตลาดในขณะนั้นๆ ค่าระวางเปรียบเสมือนสินค้าที่การซื้อขายกันทั่วโลก ตลอด 24 ชั่วโมง ใน 1 วัน

อุปสงค์ของตลาดเรือ ประกอบด้วย

- เศรษฐกิจโลก ทั้งอุตสาหกรรมการผลิต วัตถุดิบ และการใช้พลังงาน
- การค้าทางทะเล ผันผวนไปตามฤดูกาล เช่นการใช้พลังงานที่ขึ้นอยู่กับฤดูกาล ฤดูกาลเก็บเกี่ยวก็ผลให้มีความต้องการในการขนส่งเพิ่มมากขึ้น
- ระยะทางเฉลี่ยในการเดินทาง เช่นการขุดคลองสุเอซช่วยย่นระยะเวลาการเดินทาง ทำให้สามารถให้ประโยชน์จากระวางเรือได้เพิ่มขึ้น
- ค่าขนส่ง ราคาขนส่งของสินค้าในแต่ที่ที่มีความแตกต่างกันก็ทำให้ความต้องการในการขนส่งแตกต่างกัน เช่น ราคา CFR ของปุ๋ยที่ขนส่งโดยเรือเทกองออกจากอเมริกา หรือ จอร์แดนไปยังประเทศจีนที่ต่างกัน ก็ทำให้ความต้องการในการขนส่งต่างกันด้วย

- สถานการณ์ทางการเมือง เมื่อเกิดสงครามต่างๆ เช่น สงครามอ่าวเปอร์เซีย ก็ทำให้เส้นทางการเดินเรือเปลี่ยนแปลงไป
- อุปทานของตลาดเรือ ประกอบด้วย
- กองเรือโลก
  - ผลผลิตของอุตสาหกรรมเรือ
  - เรือที่เอาไปทำลาย หรือ สูญหาย ขึ้นอยู่กับอายุของกองเรือ การบำรุงรักษา ราคาการตัดซากเหล็ก
  - Fleet Productivity ขึ้นอยู่กับความเร็วเรือโดยเฉลี่ย ความหนาแน่นของท่าเรือ การใช้ระวาง
  - ค่าระวาง เนื่องจากค่าระวางมีผลกระทบโดยตรงต่อการเงินของเจ้าของเรือ ทำให้เจ้าของเรือตัดสินใจในการขยายกองเรือ ซื้อเรือใหม่ หรือตัดทำลายซาก

#### 2.1.15 ศูนย์จองระวางเรือ และรวบรวมสินค้า

ฝ่ายวิจัยสินค้าบริการ กองวิจัยสินค้า และการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2535) ได้ทำการศึกษาเรื่องการจัดตั้งศูนย์จองระวางเรือและรวบรวมสินค้า เพื่อคุ้มครองผลประโยชน์ และช่วยเหลือผู้ส่งออก เนื่องจากตระหนักดีว่าผู้ส่งออกประสบปัญหาในการต่อรองค่าระวางเรือ รวมถึงค่าธรรมเนียมอื่นๆ ที่มีการเรียกเก็บเพิ่มเป็นระยะๆ ทำให้ผู้ส่งออกซึ่งไม่มีอำนาจในการต่อรอง จำต้องยอมรับเงื่อนไขต่างๆ ที่ขมรมเรือกำหนดขึ้น อย่างที่ไม่สามารถจะปฏิเสธได้ นอกจากนี้ยังหวังว่า การจัดตั้งศูนย์จองระวางเรือ และรวบรวมสินค้า จะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ส่งออกใช้กองเรือไทยอีกด้วย

งานวิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลจากศูนย์จองระวางเรือประเทศต่างๆ อันได้แก่ สำนักงานศูนย์จองระวางเรือแห่งศรีลังกา สำนักงานศูนย์จองระวางเรือในประเทศฟิลิปปินส์ ศูนย์จองระวางเรือของประเทศสิงคโปร์ ศูนย์จองระวางเรือในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และศูนย์จองระวางเรือของมาเลเซีย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการก่อตั้งโดยสมาคมผู้ส่งสินค้าทางเรือ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เบื้องต้น คือการเจรจาต่อรองกับขมรมเรือ และพัฒนามาสู่การปกป้องผลประโยชน์ของผู้ส่งออก รวมถึงการให้ได้มาซึ่งค่าขนส่งที่ราคาถูกเพื่อทำให้สินค้าสามารถแข่งขันในด้านของราคาได้ในตลาดโลก ในส่วนของการดำเนินงานนั้น จะมีทั้งที่ภาครัฐเข้าไปควบคุมการดำเนินงานทั้งหมด หรือดำเนินงานในรูปแบบรัฐวิสาหกิจ จนถึงการทำงานโดยเอกชนอย่างสมบูรณ์ ทั้งนี้

ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบตลาดการขนส่ง ลักษณะทางเศรษฐกิจ ตลอดจนรูปแบบการปกครองเป็นสำคัญ ในขณะที่ค่าธรรมเนียมมีทั้งแบบเรียกเก็บจากสมาชิก และได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐบาล

ในส่วนของหน้าที่ และขอบเขตความรับผิดชอบจะคล้ายกัน คือ เป็นตัวกลางในการรับจองระวางสินค้า และส่งต่อไปยังสายเรือต่างๆ เพื่อการรวมกลุ่มกันของสินค้าจะทำให้มีอำนาจในการต่อรองมากขึ้น และเป็นศูนย์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนกิจกรรมการขนส่งสินค้าทางทะเล นอกจากนี้ในบางประเทศ ศูนย์จองระวางเรือจะมีขอบข่ายเพิ่มเติม คือการรวบรวมสินค้าเทกองเพื่อทำการเช่าเหมาเรืออีกด้วย

งานวิจัยได้กล่าวถึงปัจจัยพื้นฐานที่มีส่วนสำคัญในการจัดตั้ง และบริหารศูนย์จองระวางเรือ ว่าประกอบไปด้วย

- 1) เป้าหมายของศูนย์จองระวางเรือที่ต้องการสนับสนุนผู้ส่งออก
- 2) ความกระตือรือร้นของผู้ส่งสินค้าที่จะให้ความร่วมมือซึ่งกันและกัน
- 3) การจัดการ ประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือขององค์กร
- 4) ข้อมูลข่าวสารที่จัดเตรียมให้มีไว้
- 5) ความพร้อมด้านการเงิน
- 6) การจัดรูปแบบขององค์กรอย่างเหมาะสม

ในส่วนของแนวทางในการดำเนินการนั้น งานวิจัยได้สรุปไว้ว่า จะต้องมีการให้ข้อมูลข่าวสารกับผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านประโยชน์ที่จะได้รับ โดยข้อมูลต้องมีความชัดเจนเพื่อป้องกันความเข้าใจอันคลาดเคลื่อน นอกจากนี้ยังต้องมีการทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของการดำเนินงานต้องมีโครงสร้างที่เหมาะสม ชัดเจน มีการศึกษาด้านการเงิน และแหล่งเงินทุนต่างๆ

ประโยชน์ของการจัดตั้งศูนย์จองระวางเรือ และรวบรวมสินค้าในแง่ของผู้ส่งออกมีความชัดเจนอยู่มาก เนื่องจากทำให้ผู้ส่งออกมีต้นทุนในการขนส่งที่ต่ำลง ขณะเดียวกันผู้ทำการขนส่งเองยังได้ประโยชน์ในแง่ที่เมื่อเกิดการรวบรวมสินค้าขึ้นแล้ว ผู้ทำการขนส่งสามารถติดต่อเสนอการขนส่งมายังศูนย์จองระวางเรือ และรวบรวมสินค้าได้โดยตรง โดยไม่ต้องผ่านผู้ส่งออกรายย่อยจำนวนมากเช่นเดิม นอกจากนี้ยังทำให้ผู้ทำการขนส่งสามารถวางแผนเรื่องระวางสินค้าได้ดียิ่งขึ้น มีการคาดการณ์ความต้องการในการขนส่งได้ จึงไม่จำเป็นต้องให้บริการในเส้นทาง หรือพื้นที่ระวางที่เกินความต้องการอันจะทำให้ผู้ขนส่งมีต้นทุนที่ต่ำลง และสามารถลดอัตราค่าระวางให้กับผู้ส่งออกได้ในที่สุด



นอกจากการจัดตั้งศูนย์ของระวางเรือ และรวบรวมสินค้าจะช่วยปกป้องผลประโยชน์ของผู้ส่งสินค้า และลดต้นทุนที่ไม่จำเป็นของผู้ขนส่งแล้ว บทบาทของศูนย์ของระวางเรือและรวบรวมสินค้าในแง่ของการเป็นแหล่งข้อมูลทางวิชาการเพื่อให้ความรู้แก่ผู้ส่งสินค้าในด้านๆ ไม่ว่าจะเป็นการจัดเตรียมสินค้าให้เหมาะสมกับการขนส่ง การเช่าเหมาเรือ ความเข้าใจในสัญญาต่างๆ ก็จะส่งผลให้เกิดการพัฒนากิจกรรมพาณิชย์นาวีในประเทศในที่สุด

## 2.2 ตลาด

ในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม การซื้อขายเกิดขึ้นกันเมื่อมีการแลกเปลี่ยนในสินค้าและบริการระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยการซื้อขายเป็นไปตามกลไกตลาดที่ประกอบไปด้วยอุปสงค์และอุปทาน หากเมื่อใดที่อุปสงค์มีมากกว่าอุปทาน ราคาสินค้าและบริการจะปรับตัวสูงขึ้น ในทางตรงข้ามหากอุปทานมีมากกว่าอุปสงค์ ราคาสินค้าและบริการก็จะปรับตัวลดลง

### 2.2.1 ความหมายของตลาด

Moschandreas (2003) ให้ความหมายว่า ตลาด คือ กลุ่มผู้ซื้อ และผู้ขายที่ทำการแลกเปลี่ยนสินค้าชนิดเดียวกัน

ชัยวุฒิ ชัยพันธุ์ (2547) อธิบายว่า ตลาดนั้นประกอบไปด้วยผู้บริโภค และผู้ผลิตจำนวนมาก ซึ่งเข้ามาสู่ตลาดเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตนเองตัวเองตั้งเอาไว้ เช่นผู้บริโภคต้องการความพอใจในสินค้าและบริการ ส่วนผู้ผลิตจะนำสินค้าหรือบริการของตนออกมาจำหน่ายในตลาด เพื่อให้ได้กำไรสูงสุด

ประพันธ์ เสวตนันท์ และไพศาล เล็กอุทัย(2540) ให้ความหมายของตลาดว่า สถานที่ใดที่หนึ่ง ซึ่งมีสินค้าวางจำหน่าย และมีผู้ซื้อและผู้ขายมาเจรจาต่อรองราคากัน ซึ่งถ้าตกลงกันได้ จึงมีการส่งมอบสินค้าให้แก่กัน อย่างไรก็ตามในยุคปัจจุบัน วิวัฒนาการด้านการคมนาคมได้ก้าวหน้าไปอย่างกว้างขวาง ทำให้ผู้ซื้อ ผู้ขาย และสินค้าไม่จำเป็นต้องมาอยู่ที่เดียวกัน ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถติดต่อกันทางจดหมาย โทรสาร โทรเลข โทรศัพท์ หรือติดต่อผ่านนายหน้า หรือในปัจจุบันติดต่อผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น สถานที่เก็บสินค้าก็ไม่จำเป็นต้องอยู่ที่เดียวกันกับผู้ขายก็ได้ ผู้ซื้อและผู้ขายไม่จำเป็นต้องรู้จักกันเลย เช่น การซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ เป็นต้น

ดังนั้นคำว่าตลาดในวิชาเศรษฐศาสตร์ จึงสามารถเกิดขึ้นได้เสมอในทุกหนทุกแห่ง ถ้ามีอุปสงค์ และอุปทานต่อสินค้าก็ย่อมมีตลาดเกิดขึ้นได้ในทุกสถานที่

ตลาดเป็นกลไกที่ผู้ซื้อ (ผู้ต้องการซื้อ) และผู้ขาย (ผู้จัดจำหน่าย) ใช้ติดต่อซื้อขาย สินค้าและบริการร่วมกันโดยผ่านระบบราคา ตลาดปรากฏอยู่ในหลายรูปแบบ เช่น ตลาดสินค้า เกษตรตลาดอาหารทะเลสด ตลาดเครื่องตั้งน้ำอัดลม ตลาดร้านขายของรูปพรรณ ตลาดรถยนต์ ตลาดทุนหรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลาดเงินของธนาคารพาณิชย์ ตลาดเหล่านี้เป็น ตัวเชื่อมผู้ซื้อที่มีศักยภาพ (potential buyers) และผู้ขายที่มีศักยภาพ (potential sellers) ให้มา พบกัน

## 2.2.2 ประเภทของตลาด

2.2.2.1 ประเภทของตลาดตามสินค้า สามารถแบ่งตลาดออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

- 1) ตลาดปัจจัยการผลิต (Factor Market) คือ สถานที่ซึ่งมีการซื้อขายปัจจัยการผลิต เช่น ที่ดิน แรงงาน และทุน
- 2) ตลาดผลผลิต (Product Market) คือ สถานที่ที่มีการซื้อขายบริการขั้นสุดท้าย

2.2.2.2 ประเภทของตลาดตามลักษณะการแข่งขัน สามารถแบ่งตลาดออกได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

- 1) ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect Competition) เป็นตลาดที่มีผู้ซื้อและผู้ขาย จำนวนมาก สินค้าที่ขายมีมาตรฐานอย่างเดียวกัน เช่น สินค้าเกษตรต่างๆ เป็นต้น เป็นตลาดเสรี ซึ่งผู้ขายใหม่ที่อยู่นอกก็สามารถเข้าผลิตสินค้าขายแข่งกับผู้ขายรายเดิมก็ย่อมได้ ไม่มีข้อห้ามแต่ประการใด
- 2) ตลาดผูกขาดสมบูรณ์ (Pure Monopoly) เป็นตลาดที่มีผู้ซื้อและผู้ขาย เพียงรายเดียว ผู้ขายรายอื่นไม่สามารถทำธุรกิจแข่งขันได้ด้วยเหตุผลต่างๆ นานา อาจเป็นเหตุผลด้านเทคโนโลยีที่สูงเกินไป หรือมีกฎหมายคุ้มครองให้ผู้ประกอบการดำเนินกิจการได้เพียงผู้เดียว เป็นต้น เช่น กิจการของการไฟฟ้า การไปรษณีย์โทรเลข หรือโทรศัพท์ เป็นต้น
- 3) ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition) ตลาดประเภทนี้มี ลักษณะเหมือนตลาดแข่งขันสมบูรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีผู้ขายจำนวนมาก แต่มีความแตกต่าง

ในเรื่องสินค้าของผู้ผลิตแต่ละราย ซึ่งมีความแตกต่างกัน ไม่ใช่สินค้าที่มีมาตรฐานเหมือนกัน การเข้ามาค้าขายแข่งกันทำได้ง่าย ไม่มีข้อห้าม แต่ผลิตสินค้าที่เหมือนกับผู้ผลิตเดิมทุกประการไม่ได้ อย่างน้อยต้องต่างกันที่เครื่องหมายการค้า ตลาดสินค้าและบริการส่วนใหญ่อยู่ในประเภทนี้ทั้งสิ้น

4) ตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) เมื่อมีผู้ขายน้อยราย การกำหนดราคาและปริมาณการผลิตภายในหน่วยผลิตก็ย่อมไม่เป็นอิสระ ผู้ประกอบการจึงต้องคำนึงถึงนโยบายของหน่วยผลิตอื่นๆ ที่ประกอบสินค้าอย่างเดียวกันด้วย ผลผลิตจะเหมือนกัน หรือต่างกันได้ การเข้ามาดำเนินงานแข่งขันของหน่วยผลิตในอุตสาหกรรมอื่นๆ ทำได้ยากมาก

### 2.2.3 ตลาดเรื่อจรเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์

วันเพ็ญ ไกรเกียรติสกุล (2549) กล่าวว่า ตลาดเรื่อจรเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์ เนื่องจากเมื่อพิจารณาเทียบเคียงกับลักษณะของตลาดแข่งขันสมบูรณ์แล้วพบว่า

1. มีผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดจำนวนมาก ในตลาดเรื่อจรลูกค้าของธุรกิจเรื่อจรมีกระจัดกระจายทั่วโลก และในขณะเดียวกัน ผู้ให้บริการเรื่อจรส่วนใหญ่จะมีขนาดกองเรือไม่ใหญ่ การรับขนส่งสินค้า และเส้นทางให้บริการเป็นไปได้โดยอิสระ การตัดสินใจขนส่งสินค้าในเส้นทางใดของผู้ให้บริการจะขึ้นอยู่กับระดับของค่าระวางเป็นเกณฑ์ที่สำคัญ โดยปกติค่าระวางจะผันผวนตามระดับของอุปสงค์และอุปทาน

2. สินค้ามีลักษณะคุณภาพและมาตรฐานที่ใกล้เคียงกัน (Homogenous Product) การให้บริการรับขนส่งสินค้าของเรื่อจรมีลักษณะเหมือนกัน เนื่องจากให้บริการขนส่งสินค้าเทกอง ส่วนใหญ่เป็นสินค้ามูลค่าต่ำ

3. ผู้ผลิตรายใหม่สามารถเข้ามาดำเนินกิจการได้ง่าย (Free Entry) และสามารถออกจากธุรกิจได้ง่าย (Free Exit) เนื่องจากผู้ประกอบการเรื่อจรแต่ละรายมีขนาดกองเรือไม่ใหญ่ จึงทำให้ไม่มีผู้ประกอบการรายใดที่สามารถควบคุมตลาด และนำตลาดได้ แม้ในอดีตจะมีการรวมตัวกันแต่ต้องประสบกับความล้มเหลว จากการที่การรวมตัวของผู้ประกอบการเกิดขึ้นได้ยาก ผู้ประกอบการรายใหม่จึงไม่ถูกกีดขวางจากผู้ประกอบการรายเดิม ถึงแม้บางครั้งผู้ประกอบการอาจจะต้องมีทุนจำนวนหนึ่งในการซื้อเรือเพื่อเข้าสู่ตลาด แต่ในความเป็นจริงผู้ประกอบการอาจจะเช่าเรือ เพื่อให้บริการได้ ดังนั้นเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินกิจการจึงมีเพียงเงินทุนหมุนเวียนเท่านั้น ในส่วนการออกจากตลาดหากขาดทุนจากกิจการ ผู้ประกอบการสามารถทำได้โดยง่าย กล่าวคือ

เจ้าของเรือสามารถนำเรือไปขายในตลาดมือสอง หรือถ้าอายุของเรือมีมากจนไม่เป็นที่ต้องการของตลาด เจ้าของเรือจะนำเรือไปขายเป็นเศษเหล็กในตลาดขายเศษเหล็กต่อไป

4. สินค้า และปัจจัยการผลิตสามารถโยกย้ายได้สะดวก (Free Mobility) ผู้ประกอบการสามารถเลือกใช้ปัจจัยการผลิตทางด้านแรงงานหรือลูกเรือจากทั่วโลก เพราะในธุรกิจเรือจร เรือจรสามารถแล่นไปส่วนต่างๆ ของโลกได้อิสระมากกว่าเรือประจำเส้นทาง

5. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจสามารถหาได้อย่างสมบูรณ์ (Perfect Information) ข่าวสารในตลาดเรือจรของค้ำระวางที่ได้ตกลงกัน ระหว่างผู้เช่าเหมาเรือกับเจ้าของเรือ เส้นทางเดินเรือ จำนวนและชนิดสินค้า ได้มีการจัดทำเป็นประจำตามระยะเวลาหนึ่ง

### 2.3 สรุปผลจากการทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นที่ประกอบไปด้วย 2 ประเด็นหลัก คือ การขนส่ง และตลาด สามารถสรุปได้ดังนี้

ตลาดเช่าเหมาเรือซึ่งมีหน้าที่หลักในการเป็นสถานที่ที่เจ้าของเรือและเจ้าของสินค้าทำการตกลงในสัญญาการขนส่งสินค้าทางทะเลนั้นมีลักษณะเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์ และมีต้นแบบที่สำคัญคือ ตลาดแลกเปลี่ยนบอลติก ซึ่งเดิมมีลักษณะการเจรจาตกลงกันโดยวิธีพบปะกันในตลาด แต่ในปัจจุบันนี้ เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ตลาดแลกเปลี่ยนบอลติกได้เปลี่ยนรูปแบบการเจรจาตกลงกันมาเป็นผ่านทางอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตามตลาดแลกเปลี่ยนบอลติกก็ยังมีหน้าที่อื่นๆ ที่สำคัญนอกเหนือไปจากการเป็นสื่อกลางสำหรับการเช่าเหมาเรือ คือ เป็นแหล่งข้อมูลต่างๆ ของการเช่าเหมาเรือ เช่น ดัชนีอ้างอิงบอลติก รายงานการทำสัญญาเช่าเหมาเรือ (fixture list) เป็นต้น โดยจะมีนายหน้าเช่าเหมาเรือเป็นผู้ที่บทบาทอย่างสูงต่อตลาดเช่าเหมาเรือจากหน้าที่ และความรับผิดชอบที่ช่วยให้การเช่าเหมาเรือเป็นไปอย่างเรียบร้อย เป็นเครื่องมือช่วยให้เกิดการตกลงในสัญญาเช่าเหมาเรือ

ตารางที่ 2.3 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเข้าร่วมการซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือ

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเข้าร่วมการซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือ
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ประเด็นเรื่องความพร้อมของผู้มีส่วนร่วมในตลาดเช่าเหมาเรือ               <ol style="list-style-type: none"> <li>1) ปัจจัยด้านความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ</li> <li>2) ปัจจัยด้านความห่วงกังวล</li> </ol> </li>   <li>● ประเด็นเรื่องการดำเนินงานของตลาดเช่าเหมาเรือ               <ol style="list-style-type: none"> <li>1) ปัจจัยด้านอุปสงค์และอุปทานในตลาดเช่าเหมาเรือ</li> <li>2) ปัจจัยด้านการสื่อสารภายในตลาด</li> <li>3) ปัจจัยด้านการดำเนินงาน</li> <li>4) ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียม</li> <li>5) ปัจจัยด้านบริการด้านข้อมูล</li> <li>6) ปัจจัยด้านบริการอื่นๆ</li> </ol> </li> </ul>

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาปัจจัยในการเข้าร่วมตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัย บทความ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในหัวข้อทบทวนวรรณกรรม และได้บทสรุป คือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย จากนั้นผู้วิจัยจึงสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และให้ได้มาซึ่งความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมตลาดของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาด ซึ่งจะนำไปสู่การออกแบบรูปแบบตลาดที่เหมาะสมต่อไป โดยระเบียบวิธีวิจัยของผู้วิจัยนั้นมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.1.1 ประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 3 กลุ่ม คือ

1. ผู้ส่งออก หรือ ผู้ส่งสินค้า (Exporter / Shipper) ของสินค้าการเกษตร 3 ชนิด อันได้แก่ ข้าว มันสำปะหลัง และน้ำตาล ที่ทำการส่งออกจากประเทศไทย
2. นายหน้าเช่าเหมาเรือ ทั้งนายหน้าที่เป็นตัวแทนเจ้าของสินค้า (Cargo Broker) และ นายหน้าที่เป็นตัวแทนเจ้าของเรือ (Ship Broker) ที่ดำเนิน / ประกอบธุรกิจในประเทศไทย
3. เจ้าของเรือ (Ship Owner) ที่ดำเนิน / ประกอบธุรกิจในประเทศไทย

##### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

3.1.2.1 ผู้ส่งออก ประกอบด้วยผู้ส่งออกสินค้าการเกษตร 3 ชนิด ดังต่อไปนี้

- ผู้ส่งออกข้าว ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลรายชื่อผู้ส่งออกข้าวและปริมาณการส่งออกข้าวไปยังต่างประเทศจากสมาคมผู้ค้าข้าวส่งออกต่างประเทศในปี 2550 เป็นเกณฑ์
  - ผู้ส่งออกน้ำตาล ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลรายชื่อผู้ส่งออกน้ำตาลและปริมาณการส่งออกจากสมาคมผู้ส่งออกน้ำตาล ในปี 2550 เป็นเกณฑ์
  - ผู้ส่งออกมันสำปะหลัง ใช้ข้อมูลจากสมาคมการค้ามันสำปะหลังเนื่องจากข้อมูลในส่วนของปริมาณการส่งออกของผู้ส่งออกมันสำปะหลังไม่เป็นที่เปิดเผยสำหรับ

บุคคลภายนอก ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการสอบถามไปยังสมาคมการค้ามันสำปะหลังถึงรายชื่อผู้ประกอบการ เพื่อนำมาเป็นตัวแทนของอุตสาหกรรม

3.1.2.2 นายหน้าที่ทำการเช่าเหมาเรือ เนื่องจากไม่มีสมาคมนายหน้าเช่าเหมาเรือในประเทศไทย จึงไม่สามารถประเมินได้ถึงจำนวนของผู้ประกอบการนายหน้าเช่าเหมาเรือในประเทศไทย ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการส่งแบบสอบถามไปยังผู้ประกอบการที่ถือได้ว่าเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมนี้

3.1.2.3 เจ้าของเรือ จากข้อมูลของสมาคมเจ้าของเรือไทย ณ เดือนกันยายน 2551 สมาคมมีสมาชิกที่เป็นเจ้าของเรือสินค้าเทกองทั้งสิ้น 6 ราย

ดังนั้นผู้วิจัยจะทำการออกแบบสอบถามไปยังเจ้าของเรือทุกรายที่ถือได้ว่าเป็นตัวแทนของเจ้าของเรือที่ประกอบธุรกิจในประเทศไทย

จากประชากรทั้งหมด 3 กลุ่ม ผู้วิจัยจะทำการออกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 30 ราย อย่างไรก็ตามผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะทำการออกแบบสอบถามไปยังประชากรที่นอกเหนือจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดหากเวลาและโอกาสอำนวย ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจึงมี 30 รายเป็นอย่างน้อย

## 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสำหรับการศึกษาวิจัยในการเข้าร่วมตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ถูกกำหนดขึ้นจากปัจจัยที่ได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ในหัวข้อบททวนวรรณกรรม จากนั้นผู้วิจัยจึงได้ออกแบบสอบถาม เพื่อให้ได้มาซึ่งความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาดของกลุ่มตัวอย่าง

แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ และ ความสนใจในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล โดยใช้วิธีการตอบคำถามแบบเลือกตอบ และเติมข้อความ ซึ่งประกอบไปด้วย ประเภทของธุรกิจ

ระดับการปฏิบัติงาน ระดับการศึกษา รวมถึงรายละเอียดในการทำการเช่าเหมาเรือเป็นต้น เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างและนำไปวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อสรุปลักษณะของกลุ่มข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ เป็นส่วนที่วัดความพร้อมของผู้ตอบแบบสอบถามโดยทางอ้อม ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ โดยแต่ละข้อจะมีคำตอบให้เลือก 3 คำตอบ คือ ใช่ ไม่ใช่ และไม่แน่ใจ คำถามทดสอบมีทั้งสิ้น 10 คำถาม โดยแบ่งเป็นคำถามลักษณะเชิงบวก และคำถามลักษณะเชิงลบ โดยเกณฑ์การให้คะแนนเป็นดังนี้

คำตอบ	คำถามเชิงบวก	คำถามเชิงลบ
ใช่	1 คะแนน	0 คะแนน
ไม่ใช่	0 คะแนน	1 คะแนน
ไม่แน่ใจ	0 คะแนน	0 คะแนน

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้นั้นใช้เกณฑ์การตัดสินจากคะแนนที่ได้จากแบบสอบถามวัดความรู้ โดยมีคะแนนเต็ม 10 คะแนน พิจารณาโดยอิงเกณฑ์ระดับคะแนนแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

8-10 คะแนน	(ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป)	ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างมีความน่าเชื่อถือสูง
5-7 คะแนน	(ร้อยละ 50-70 )	ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างมีความน่าเชื่อถือ
0-4 คะแนน	(ต่ำกว่าร้อยละ 50)	ไม่สามารถนำข้อมูลมาประมวลผลได้

การวัดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ นอกจากจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยคัดกรองกลุ่มตัวอย่างแล้ว ยังสามารถนำมาพิจารณาเป็นตัวแปรด้านความรู้ความเข้าใจว่ามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าร่วมในตลาดเช่าเหมาเรืออย่างไรอีกด้วย

ส่วนที่ 3 ความสนใจในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือ เป็นคำถามที่ออกแบบมาเพื่อสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามด้านความสนใจในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการแบ่งปัจจัยออกเป็น 7 ด้าน ดังต่อไปนี้



1. ปัจจัยด้านอุปสงค์และอุปทาน
2. ปัจจัยด้านการสื่อสารในตลาด
3. ปัจจัยด้านการดำเนินงาน
4. ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียม
5. ปัจจัยด้านบริการข้อมูล
6. ปัจจัยด้านบริการอื่นๆ
7. ปัจจัยด้านความห่วงกังวล

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นรูปแบบของการวัดทัศนคติ ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งลักษณะคำถามออกเป็นสองแบบ

แบบที่หนึ่ง มีตัวเลือกให้ผู้เลือกตอบ 5 ระดับ

ปัจจัยตามคำถามมีผลต่อการตัดสินใจมาก	ระดับ 5
ปัจจัยตามคำถามมีผลต่อการตัดสินใจค่อนข้างมาก	ระดับ 4
ปัจจัยตามคำถามมีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	ระดับ 3
ปัจจัยตามคำถามมีผลต่อการตัดสินใจค่อนข้างน้อย	ระดับ 2
ปัจจัยตามคำถามมีผลต่อการตัดสินใจน้อย	ระดับ 1

แบบที่สอง มีตัวเลือกให้เลือกตอบคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด และเก็บคะแนนเป็นความถี่โดยทุกคำตอบจะได้ 1 คะแนน

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัว โดยการใช้สถิติเพียร์สัน และหาระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเรือ และนำความสำคัญของปัจจัยที่ได้ไปกำหนดรูปแบบในการดำเนินการ พร้อมทั้งวิเคราะห์ถึงปัญหาและอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นได้

ท้ายสุดผู้วิจัยได้ออกแบบให้มีส่วนของข้อเสนอแนะ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถให้คำเสนอแนะได้อย่างอิสระ เนื่องจากบางปัจจัย หรือบางหัวข้อ อาจไม่ครอบคลุมในแบบสอบถาม

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีสำรวจข้อมูลโดยการสัมภาษณ์จากแบบสอบถามที่กำหนดขึ้นมา และสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ที่จะนำเสนออธิบาย ถึงแนวคิดในการดำเนินการเปิดตลาดเช่าเหมาเรือในประเทศไทย ซึ่งเป็นแนวคิดใหม่ ดังนั้นในบางหัวข้ออาจจะยังไม่เป็นที่ชัดเจนต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงปรารถนาที่จะให้ข้อมูลที่ถูกต้อง และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยมากที่สุด เพื่อให้ผลของการวิจัยมีคุณภาพ และนำไปวิเคราะห์ได้อย่างแม่นยำ

ในบางกรณีอาจเกิดปัญหาเช่นผู้ตอบแบบสอบถามไม่สะดวกในการให้เข้าพบ ผู้วิจัยจะส่งแบบสอบถามทางโทรสาร หรือทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ พร้อมกับการติดตามผลทางโทรศัพท์ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และสามารถให้คำอธิบายในหัวข้อต่างๆ ที่ต้องการความชัดเจนได้

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่ทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ ความถูกต้อง และความสมบูรณ์แล้ว บันทึกรหัสลงในแบบลงรหัส (Coding Form) และนำไปประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for Social Science) หลังจากนั้นจึงนำผลมาสรุปรายงานการวิจัยเชิงสำรวจ

สำหรับรายงานผลการวิจัยนั้น ผู้วิจัยจะทำการสร้างรูปแบบการดำเนินงานของตลาดที่เหมาะสมสำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 3 ฝ่าย ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามในส่วนที่ 3 มาเป็นข้อมูลในการสร้างรูปแบบการดำเนินงานของตลาดที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม

ในขั้นสุดท้ายผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด รวมถึงรูปแบบตลาดที่เหมาะสมทั้ง 3 ตลาด เพื่อสรุปถึงรูปแบบของตลาดที่ดีที่สุด ที่จะสามารถสร้างความพึงพอใจ และกระตุ้นให้ทุกฝ่ายมีความต้องการที่จะเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเพียงรูปแบบเดียว พร้อมทั้งข้อเสนอแนะ และจัดทำรูปเล่มวิทยานิพนธ์ เพื่อนำเสนอผลงานในที่สุด

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาว่าปัจจัยใดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย ซึ่งผลลัพธ์ดังกล่าวจะนำไปสู่การออกแบบรูปแบบตลาดที่เหมาะสม ในขั้นต้นได้ทำการสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้ส่งออก เจ้าของเรือ และนายหน้าเช่าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งข้อมูลในแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ และความสนใจในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือ ซึ่งผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นดังนี้

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น ประเภทธุรกิจ ระดับการปฏิบัติงาน ความถี่ของการเช่าเหมาเรือ วิธีการเช่าเหมาเรือ เป็นต้น เพื่อนำมาใช้ในการพิจารณาว่าข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทยหรือไม่

ตารางที่ 4.1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ผู้ส่งออก	15	50
เจ้าของเรือ	6	20
นายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ	9	30
รวม	30	100

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 30 ราย ประกอบด้วย ผู้ส่งออกจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 50 เจ้าของเรือจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 20 และนายหน้าเช่าเหมาเรือจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 30 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 4.2 จำนวนผู้ส่งออกแบ่งตามชนิดสินค้า

สินค้า	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ข้าว	5	33.3
น้ำตาล	4	26.7
มันสำปะหลัง	6	40
<b>รวม</b>	<b>15</b>	<b>100</b>

ในส่วนของผู้ส่งออกนั้น สามารถแบ่งตามชนิดของสินค้าได้อีก 3 กลุ่ม คือ ผู้ส่งออกข้าว จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 33 ผู้ส่งออกน้ำตาลจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 27 และผู้ส่งออกมันสำปะหลัง จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 40 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ส่งออก

ตารางที่ 4.3 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามระดับการปฏิบัติงาน

ระดับการปฏิบัติงาน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	2	6.7
ผู้บริหารระดับสูง	4	13.3
ผู้บริหารระดับกลาง / ผู้จัดการ	14	46.7
พนักงานปฏิบัติการ	10	33.3
<b>รวม</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เจ้าของกิจการ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7 ผู้บริหารระดับสูง จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3 ผู้บริหารระดับกลาง/ผู้จัดการ จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.7 พนักงานปฏิบัติการ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 4.4 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	1	3.3
ปริญญาตรี	17	56.7
สูงกว่าปริญญาตรี	12	40
<b>รวม</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.7 การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 40 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 4.5 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามความถี่ของปริมาณการขนส่งในแต่ละครั้ง (เฉพาะผู้ส่งออกเท่านั้น)

ความถี่ของปริมาณการขนส่งในแต่ละครั้ง	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1000 ตันต่อครั้ง	9.3
1001 – 2000 ตันต่อครั้ง	6.0
2001 – 5000 ตันต่อครั้ง	23.3
5001 – 10000 ตันต่อครั้ง	32.0
มากกว่า 10000 ตันต่อครั้ง	29.3
<b>รวม</b>	<b>100</b>

ผู้ส่งออกมีความถี่ของปริมาณการขนส่งในแต่ละครั้ง ต่ำกว่า 1000 ตัน ที่ร้อยละ 9.3 ปริมาณการขนส่งในแต่ละครั้ง 1001 - 2000 ตัน ที่ร้อยละ 6.0 ปริมาณการขนส่งในแต่ละครั้ง 2001 - 5000 ตัน ที่ร้อยละ 23.3 ปริมาณการขนส่งในแต่ละครั้ง 5001 - 10000 ตัน ที่ร้อยละ 32.0 และปริมาณการขนส่งในแต่ละครั้ง มากกว่า 10000 ตัน ที่ร้อยละ 29.3

ตารางที่ 4.6 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามความถี่ในการเช่าเหมาเรือ / การปล่อยเรือเช่า / การจับคู่สัญญาเช่าเหมาเรือ ต่อปี

ความถี่ในการเช่าเหมาเรือต่อปี	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1-5 ครั้งต่อปี	8	26.7
6-10 ครั้งต่อปี	1	3.3
11-15 ครั้งต่อปี	4	13.3
มากกว่า 15 ครั้งต่อปี	12	40
ไม่ได้ทำการเช่าเหมาเรือ	5	16.7
<b>รวม</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

ความถี่ในการเช่าเหมาเรือของผู้ส่งออก การปล่อยเรือเช่าของเจ้าของเรือ และการจับคู่สัญญาเช่าเหมาเรือของนายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ ต่อปี ประกอบด้วย ความถี่ในการจัดหาเรือ 1-5 ครั้งต่อปี จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.7 ความถี่ในการจัดหาเรือ 6-10 ครั้งต่อปี จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3 ความถี่ในการจัดหาเรือ 11-15 ครั้งต่อปี จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3 ความถี่ในการจัดหาเรือมากกว่า 15 ครั้งต่อปี จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 40 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้ทำการเช่าเหมาเรือเองทั้งสิ้น 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 5 รายที่ไม่ได้ทำการจัดหาเรือเองในรอบปีที่ผ่านมา นั้น พบว่าเป็นผู้ส่งออกทั้งหมด ซึ่งขายสินค้าภายใต้เงื่อนไข FOB โดยผู้ซื้อสินค้ารับผิดชอบในการจัดหาเรือมารับสินค้า

ตารางที่ 4.7 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามปริมาณตันเฉลี่ยต่อการขนส่ง / รับขน / การจับคู่สัญญาเช่าเหมาเรือ ต่อครั้ง

ปริมาณตันเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10000 ตันต่อครั้ง	14	46.7
10001 – 20000 ตันต่อครั้ง	11	36.7
20001 – 40000 ตันต่อครั้ง	5	16.7
มากกว่า 40000 ตันต่อครั้ง	0	0
<b>รวม</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

สำหรับปริมาณต้นเฉลี่ยต่อการขนส่งของผู้ส่งออก ปริมาณต้นเฉลี่ยในการรับขนของเจ้าของเรือ และปริมาณต้นเฉลี่ยในการจับคู่สัญญาเช่าเหมาเรือของนายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.7 มีปริมาณต้นเฉลี่ยต่อครั้ง ต่ำกว่า 10000 ต้น ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.7 มีปริมาณต้นเฉลี่ยต่อครั้ง ระหว่าง 10001 - 20000 ต้น ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7 มีปริมาณต้นเฉลี่ยต่อครั้ง ระหว่าง 20001 - 40000 ต้น และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามรายใดที่มีจำนวนต้นเฉลี่ยมากกว่า 40000 ต้นต่อครั้ง

ตารางที่ 4.8 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามและวิธีการติดต่อเช่าเหมาเรือ

วิธีการติดต่อเช่าเหมาเรือ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ติดต่อผ่านนายหน้าเช่าเหมาเรือ	12	40
ติดต่อผ่านเจ้าของเรือ / เจ้าของสินค้าโดยตรง	1	3.3
ทั้งสองแบบร่วมกัน	17	56.7
<b>รวม</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

สำหรับการเช่าเหมาเรือ นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 12 ราย หรือร้อยละ 40 จะทำการติดต่อโดยผ่านนายหน้าเช่าเหมาเรือเท่านั้น ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 1 ราย หรือร้อยละ 3.3 ทำการติดต่อโดยผ่านเจ้าของเรือ หรือเจ้าของสินค้าโดยตรงเท่านั้น และ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 17 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 57 ทำการติดต่อผ่านทั้งนายหน้าเช่าเหมาเรือ และเจ้าของเรือ หรือ เจ้าของสินค้าโดยตรง โดยคิดเป็นอัตราส่วนเฉลี่ย การติดต่อผ่านนายหน้า ต่อการติดต่อโดยตรงกับเจ้าของสินค้า หรือเจ้าของเรือเป็นร้อยละ 61 ต่อ 39

ตารางที่ 4.9 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามและการใช้บริการตลาดบอลติก

การใช้บริการตลาดบอลติกในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคยใช้บริการ	4	13.3
ไม่เคยใช้บริการ	26	86.7
<b>รวม</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

การใช้บริการผ่านตลาดแลกเปลี่ยนบอลติกนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 4 ราย หรือร้อยละ 13.3 เคยใช้บริการผ่านตลาดแห่งนี้ในรอบปีที่ผ่านมา ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวน 26 ราย หรือ ร้อยละ 86.7 ไม่เคยติดต่อตลาดแลกเปลี่ยนบอลติกในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นสมาชิกของตลาดบอลติก และผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนไม่รู้จักและไม่ทราบวิธีที่จะทำการติดต่อไปยังตลาดแห่งนี้

สำหรับวิธีการหาข้อมูลการเช่าเหมาเรือในปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนายหน้าเช่าเหมาเรือจะได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เพื่อแจ้งสถานะเรือจากเจ้าของเรือ หรือนายหน้าเช่าเหมาเรืออยู่เป็นประจำ หรือสามารถหาข้อมูลได้จากอินเทอร์เน็ต เช่น [www.clarksons.com](http://www.clarksons.com) [www.icapshipping.com](http://www.icapshipping.com) เป็นต้น ในขณะที่เจ้าของสินค้าจะใช้วิธีการสอบถามจากนายหน้าอีกทีหนึ่ง

#### 4.2 ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ

แบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเพื่อทดสอบความรู้และความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ โดยแต่ละคำถามมีค่าคะแนนในคำตอบที่ถูกต้องที่ 1 คะแนน และไม่มีคะแนนสำหรับคำตอบที่ผิดหรือไม่แน่ใจ พิจารณาโดยอิงเกณฑ์ระดับคะแนนแบ่งออกเป็น 3 ระดับดังนี้

8-10 คะแนน	(ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป)	ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างมีความน่าเชื่อถือสูง
5-7 คะแนน	(ร้อยละ 50-70 )	ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างมีความน่าเชื่อถือ
0-4 คะแนน	(ต่ำกว่าร้อยละ 50)	ไม่สามารถนำข้อมูลมาประมวลผลได้

ตารางที่ 4.10 ระดับคะแนนด้านความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ

ระดับคะแนน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
8-10 คะแนน	9	30
5-7 คะแนน	21	70
0-4 คะแนน	0	0
<b>รวม</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับคะแนนอยู่ในช่วง 8-10 คะแนน มีจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 30 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับคะแนนอยู่ในช่วง 5-7 คะแนน มีจำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 70 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับคะแนน 0-4



#### 4.3 ความสนใจในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือ

แบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเพื่อหาคะแนนความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือ เพื่อนำมาสร้างรูปแบบของตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย ซึ่งปัจจัยที่นำมาสร้างแบบสอบถามประกอบไปด้วยปัจจัยหลักดังต่อไปนี้

- 1) ปัจจัยด้านอุปสงค์และอุปทานในตลาดเช่าเหมาเรือ
- 2) ปัจจัยด้านการสื่อสารภายในตลาด
- 3) ปัจจัยด้านการดำเนินงาน
- 4) ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียม
- 5) ปัจจัยด้านบริการด้านข้อมูล
- 6) ปัจจัยด้านบริการอื่นๆ
- 7) ปัจจัยด้านความห่วงกังวล

แบบสอบถามตอนที่ 3 นี้ ประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ

1) แบบสอบถามที่วัดระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการพิจารณาเข้าร่วมซื้อขายในตลาด โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญตั้งแต่ ระดับที่ 1 ซึ่งหมายถึง ปัจจัยตามคำถามมีความสำคัญต่อการตัดสินใจน้อย จนถึง ระดับที่ 5 ซึ่งหมายถึง ปัจจัยตามคำถามมีความสำคัญต่อการตัดสินใจมาก

2) แบบสอบถามแบบที่สอง เป็นคำถามแบบเลือกตอบ โดยมีตัวเลือกให้เลือกตอบคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ซึ่งเก็บคะแนนเป็นความถี่โดยทุกคำตอบจะได้ 1 คะแนน และ

3) คำถามปลายเปิดซึ่งให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นโดยอิสระ

4.3.1. ระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเข้าร่วมซื้อขายในตลาดแบบสอบถามในส่วนนี้ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือ ซึ่งมีระดับความสำคัญ ตั้งแต่ 1 ถึง 5 ดังต่อไปนี้

ปัจจัยตามคำถามมีความสำคัญต่อการตัดสินใจมาก	ระดับ 5
ปัจจัยตามคำถามมีความสำคัญต่อการตัดสินใจค่อนข้างมาก	ระดับ 4
ปัจจัยตามคำถามมีความสำคัญต่อการตัดสินใจปานกลาง	ระดับ 3
ปัจจัยตามคำถามมีความสำคัญต่อการตัดสินใจค่อนข้างน้อย	ระดับ 2

ปัจจัยตามคำถามมีความสำคัญต่อการตัดสินใจน้อย

ระดับ 1

ผลจากแบบสอบถามเรื่องระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเป็นดังนี้

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยหลักที่มีผลต่อการพิจารณาเข้าร่วมตลาด

( 1 = สำคัญน้อยที่สุด , 5 = สำคัญมากที่สุด)

ปัจจัยที่นำมาพิจารณา	ผู้ส่งออก	เจ้าของเรือ	นายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ	ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด
1. ด้านอุปสงค์และอุปทาน	3.8	3.3	4.4	3.8
2. การสื่อสารภายในตลาด	3.7	2.9	3.7	3.5
3. การดำเนินงาน	3.9	2.7	3.9	3.6
4. ค่าธรรมเนียม	4.3	3.2	3.9	4.0
5. บริการด้านข้อมูล	4.3	3.7	4.1	4.1
6. บริการอื่นๆ	2.1	2.3	2.2	2.2
7. ความห่วงกังวล	4.2	2.8	3.0	3.6

จากตารางแสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือ จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบริการด้านข้อมูลมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ที่ 4.1 ในขณะที่ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียม และปัจจัยด้านอุปสงค์และอุปทานมีค่าเฉลี่ยสูงเป็นลำดับถัดมา คือ 4.0 และ 3.8 ตามลำดับ

เมื่อแยกพิจารณาตามประเภทธุรกิจแล้วพบว่า ปัจจัยหลักที่ผู้ส่งออกให้ความสำคัญมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ค่าธรรมเนียม และบริการด้านข้อมูล มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ 4.3 เท่ากัน และ ความห่วงกังวล ที่ค่าเฉลี่ย 3.8

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมากที่สุด 3 ลำดับแรกของเจ้าของเรือ คือ บริการด้านข้อมูลที่มีค่าเฉลี่ย 3.7 ด้านอุปสงค์และอุปทานที่มีค่าเฉลี่ย 3.3 และค่าธรรมเนียมที่มีค่าเฉลี่ย 3.2

ในส่วนของนายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ด้านอุปสงค์และอุปทาน ที่มีค่าเฉลี่ย 4.4 บริการด้านข้อมูล ที่มีค่าเฉลี่ย 4.1 และ การดำเนินและค่าธรรมเนียมในค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน คือ 3.9

สำหรับปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญน้อยที่สุดคือ บริการอื่นๆ

หากพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยแล้ว จะได้ผลดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการพิจารณาเข้าร่วมตลาด

( 1 = สำคัญน้อยที่สุด , 5 = สำคัญมากที่สุด)

ปัจจัยที่นำมาพิจารณา	ผู้ส่งออก	เจ้าของเรือ	นายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ	ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด
<b>1. ด้านอุปสงค์และอุปทาน</b>				
1.1 ปริมาณสินค้าในตลาด (demand)	3.5	3.8	4.4	3.8
1.2 ความหลากหลายของชนิดสินค้า (demand)	2.8	3.8	4.0	3.4
1.3 ปริมาณระวางสินค้าในตลาด (supply)	3.7	3.3	4.3	3.8
1.4 ความหลากหลายของเส้นทางเดินเรือ (supply)	4.4	3.0	4.4	4.1
1.5 ความหลากหลายของประเภทเรือ (supply)	3.7	3.0	3.4	3.5
1.6 ความหลากหลายของขนาดเรือ (supply)	3.9	3.0	3.5	3.6
1.7 จำนวนนายหน้าเช่าเหมาเรือ	4.1	2.5	3.2	3.5
1.8 คุณภาพของนายหน้าเช่าเหมาเรือ	4.7	3.7	4.1	4.3
<b>2. การสื่อสารภายในตลาด</b>				
2.1 วิธีการซื้อขายภายในตลาด	3.7	3.0	3.6	3.5
2.2 การเปิดเผยข้อมูลในตลาด	3.6	2.8	3.8	3.5
<b>3. การดำเนินงาน</b>				

3.1 รูปแบบของการดำเนินงานในตลาด	3.9	2.7	3.9	3.6
<b>4. ค่าธรรมเนียม</b>				
4.1 ค่าสมาชิก	4.3	3.2	3.9	4.0
4.2 ค่านายหน้า (commission)	3.3	3.2	4.0	3.5
<b>5. บริการด้านข้อมูล</b>				
5.1 บริการข้อมูลด้านดัชนีราคาเช่าเหมาเรืออ้างอิง	3.9	3.7	3.6	3.7
5.2 บริการข้อมูลด้านรายงานสัญญาเช่าเรือ (fixture list)	4.0	3.7	4.2	4.0
5.3 บริการให้คำแนะนำด้านสัญญาเช่าเหมาเรือ	4.5	3.7	4.2	4.3
5.4 บริการให้คำปรึกษาด้านการเช่าเหมาเรือ	4.6	3.7	4.2	4.3
<b>6. บริการอื่นๆ</b>				
6.1 บริการบริหารกองเรือ (Fleet Management)	2.1	2.3	2.4	2.3
6.2 บริการบริหารเรือ (Ship Management)	2.2	2.3	2.7	2.4
6.3 บริการบริหารลูกเรือ (Crew Management)	1.6	2.7	2.4	2.1
6.4 บริการบริหารตู้คอนเทนเนอร์ (Container Management)	2.4	1.8	1.3	2.0
<b>7. ความห่วงกังวล</b>				
7.1 เงื่อนไขในการเช่าเหมาเรือ	4.2	2.8	3.0	3.6

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญมากที่สุด 3 ลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพของนายหน้าเช่าเหมาเรือ ปัจจัยด้านบริการให้คำแนะนำด้านสัญญาเช่าเหมาเรือ และปัจจัยด้านบริการให้คำปรึกษาด้านการเช่าเหมาเรือ โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากันคือที่ 4.3

เมื่อพิจารณาข้อมูลโดยแบ่งตามประเภทธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญมากที่สุด 3 ลำดับแรกของผู้ส่งออก คือ ปัจจัยด้านคุณภาพของนายหน้าเช่าเหมาเรือ 4.7 ปัจจัยด้านบริการให้คำปรึกษาด้านการเช่าเหมาเรือ 4.6 และปัจจัยด้านบริการให้คำแนะนำด้านสัญญาเช่าเหมาเรือ 4.5

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของเรือให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านปริมาณสินค้าในตลาด และปัจจัยด้านความหลากหลายของชนิดสินค้ามากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยที่

เท่ากัน คือ 3.8 รองลงมาคือปัจจัยด้านคุณภาพของนายหน้าเช่าเหมาเรือ บริการข้อมูลด้านดัชนีราคาเช่าเหมาเรืออ้างอิง บริการข้อมูลด้านรายงานสัญญาการเช่าเรือ บริการให้คำแนะนำด้านสัญญาเช่าเหมาเรือ บริการให้คำปรึกษาด้านการเช่าเหมาเรือ โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ 3.7

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญมากที่สุด 3 ลำดับแรก สำหรับนายหน้าเช่าเหมาเรือได้แก่ ปัจจัยด้านปริมาณสินค้าในตลาด 4.4 ปัจจัยด้านความหลากหลายของชนิดสินค้า 4.4 และปัจจัยด้านปริมาณระวางสินค้าในตลาดที่ค่าเฉลี่ย 4.3

4.3.2 คำถามแบบเลือกตอบ แบบสอบถามในส่วนนี้เป็นแบบสอบถามสำหรับเลือกตอบอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อนำตัวเลือกที่ถูกผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุดไปประกอบกันเป็นรูปแบบของตลาดที่เหมาะสม

ตารางที่ 4.13 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องวิธีการซื้อขายที่เหมาะสม

วิธีการซื้อขายที่เหมาะสม	ผู้ส่งออก		เจ้าของเรือ		นายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ		ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เจ้าของเรือและเจ้าของสินค้าติดต่อกันโดยตรง	0	0.0	1	16.7	1	11.1	2	6.7
2. ติดต่อกันผ่านนายหน้าเช่าเหมาเรือ	15	100.0	5	83.3	8	88.9	28	93.3

จากตารางแสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกวิธีการซื้อขาย และรูปแบบการซื้อขายที่เหมาะสม เมื่อพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด พบว่าวิธีการซื้อขายที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุดคือ การติดต่อผ่านนายหน้าเช่าเหมาเรือ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกวิธีนี้ จำนวน 28ราย คิดเป็นร้อยละ 93.3 และเมื่อแยกพิจารณาตามประเภทธุรกิจแล้ว พบว่าคำตอบไปในทิศทางเดียวกัน คือเลือกวิธีการติดต่อผ่านนายหน้าเช่าเหมาเรือ

ตารางที่ 4.14 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องรูปแบบการซื้อขายที่เหมาะสม

รูปแบบการซื้อขายที่เหมาะสม	ผู้ส่งออก		เจ้าของเรือ		นายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ		ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. พบปะกันในตลาด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
2. ซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต / โทรศัพท์ / โทรสาร	9	60.0	3	50.0	4	44.4	16	53.3
3. ทั้งสองรูปแบบร่วมกัน	6	40.0	3	50.0	5	55.6	14	46.7

ในส่วนของคุณูปแบบการซื้อขายที่เหมาะสม จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกรูปแบบการซื้อขายแบบต่างๆ มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกไม่ต่างกันมากนัก โดยการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต / โทรศัพท์ / โทรสาร มีผู้ตอบแบบสอบถามเลือกวิธีนี้จำนวน 16 ราย หรือร้อยละ 53.3 ในขณะที่รูปแบบการซื้อขายที่ผสมกันระหว่างการพบปะกันในตลาด และการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต / โทรศัพท์ / โทรสารนั้นมีผู้ตอบแบบสอบถามเลือกวิธีนี้ 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.7 และเมื่อพิจารณาแบ่งตามประเภทธุรกิจแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 กลุ่มให้คำตอบไปในทิศทางเดียวกันกับผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดคือ รูปแบบการซื้อขายที่เหมาะสมมีผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรูปแบบต่างๆ ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 4.15 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสม

รูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสม	ผู้ส่งออก		เจ้าของเรือ		นายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ		ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. จัดตั้งเป็นองค์กรเอกชน	8	53.3	3	50.0	1	11.1	12	40.0
2. ดำเนินงานและบริหารโดยสมาชิก	3	20.0	3	50.0	7	77.8	13	43.3
3. ดำเนินงานภายใต้ความร่วมมือของภาครัฐและเอกชน	4	26.7	0	0.0	1	11.1	5	16.7

ในส่วนของรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสมมีความใกล้เคียงกันระหว่างการจัดตั้งเป็นองค์กรเอกชนโดยมีผู้เลือกตอบจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 40 และดำเนินงานและบริหารโดยสมาชิก มีผู้เลือกตอบจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.3

หากพิจารณาแยกตามประเภทธุรกิจแล้ว จะพบว่ามีความแตกต่างกัน โดยผู้ส่งออกเลือกรูปแบบการดำเนินโดยการจัดตั้งเป็นองค์กรเอกชนมากที่สุด จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.3 ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ส่งออก ในขณะที่เจ้าของเรือเลือกการจัดตั้งเป็นองค์กรเอกชน และการดำเนินงานและบริหารโดยสมาชิกเป็นจำนวนเท่ากัน คือ 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 50 ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของเรือ ในขณะที่นายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือจะเลือกรูปแบบการดำเนินงานและบริหารโดยสมาชิกมากที่สุด ซึ่งมีผู้เลือกตอบจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 77.8 ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ

ตารางที่ 4.16 ระดับความสำคัญของค่าธรรมเนียม (ค่าสมาชิก) ต่อการตัดสินใจเข้าร่วมตลาด

( 1 = สำคัญน้อยที่สุด , 5 = สำคัญมากที่สุด)

ค่าสมาชิก	ผู้ส่งออก	เจ้าของเรือ	นายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ	ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด
30,000บาทต่อปี	2.8	3.5	1.9	2.7
20,000บาทต่อปี	3.3	3.7	3.0	3.3
10,000บาทต่อปี	3.9	3.7	3.7	3.8

ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียม ประกอบไปด้วยค่าสมาชิก และค่าธรรมเนียม ซึ่งนอกจากจะนำมาพิจารณาถึงระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายแล้ว แบบสอบถามฉบับนี้ยังมีในส่วนของ การพิจารณาเพื่อนำมาสรุปเป็นรูปแบบที่เหมาะสม และจากการศึกษาพบว่า ค่าสมาชิกที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด คือ ค่าสมาชิก 10000 บาทต่อปี

ตารางที่ 4.17 ระดับความสำคัญของค่าธรรมเนียม (ค่านายหน้า) ต่อการตัดสินใจเข้าร่วมตลาด

( 1 = สำคัญน้อยที่สุด , 5 = สำคัญมากที่สุด)

ค่านายหน้า	ผู้ส่งออก	เจ้าของเรือ	นายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ	ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด
2.5%	3.9	3.8	3.2	3.7
1.25%	3.8	4.5	4.0	4.0
0.63%	3.1	2.8	2.9	3.0

ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมในส่วนของค่านายหน้านั้น พบว่าค่านายหน้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับคะแนนมากที่สุด คือ ค่าธรรมเนียม 1.25% ซึ่งได้ระดับคะแนน 4.0

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจ และ ไม่สนใจ เข้าร่วมซื้อขายในตลาด

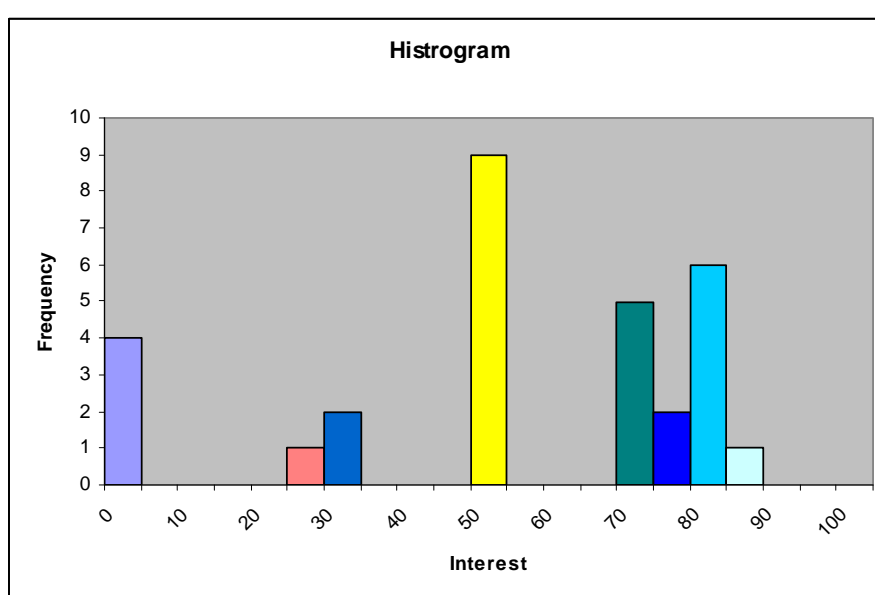
	ผู้ส่งออก		เจ้าของเรือ		นายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ		ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้สนใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือ	13	86.7	5	83.3	8	88.9	26	86.7
ผู้ไม่สนใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือ	2	13.3	1	16.7	1	11.1	4	13.3

จากตารางข้างต้น ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.7 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด สนใจที่จะเข้าร่วมซื้อขายในตลาด และเมื่อพิจารณาผู้ตอบแบบสอบถามตามลักษณะธุรกิจแล้ว พบว่าผู้ส่งออกมีความสนใจที่จะเข้าร่วมซื้อขายในตลาด



จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.7 ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มผู้ส่งออก เจ้าของเรือมีความสนใจที่จะเข้าร่วมซื้อขายในตลาด จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.3 ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มเจ้าของเรือ นายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือมีความสนใจที่จะเข้าร่วมซื้อขายในตลาด จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.9 ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มนายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ

ภาพที่ 4.1 ภาพแสดงการแจกแจงความถี่ค่าความสนใจในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาด



จากภาพที่ 4.1 เป็นการแจกแจงความถี่ของค่าความสนใจที่ผู้ตอบแบบสอบถามในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย ซึ่งผู้สนใจจะให้คะแนนความสนใจอยู่ในช่วง 1-100 คะแนน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจที่ระดับ 50 คะแนน มากที่สุด คือ จำนวน 9 ราย ในขณะที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจะให้คะแนนความสนใจอยู่ในช่วง 70-85 คะแนนมากที่สุด

4.3.3 คำถามแบบแสดงความคิดเห็น เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

#### 4.3.3.1 เหตุผลของการสนใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด

1. ตลาดเช่าเหมาเรือเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารทางด้านกรเช่าเหมาเรือ และเป็นช่องทางให้เจ้าของสินค้าทราบว่าเรือเปิดอยู่ที่ใด ขนาดระวางเท่าใด ในขณะที่เจ้าของเรือก็ทราบว่าสินค้าชนิดใด ปริมาณเท่าใดที่เสนอยู่ในตลาดขณะนี้ โดยทั้งหมดนี้จะผ่านนายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ ทำให้ทุกๆ ฝ่ายมีโอกาสทางการค้ามากขึ้น

2. หากเจ้าของเรือสามารถจัดหาระวางเรือได้เอง จะทำให้สามารถขายสินค้าภายใต้เงื่อนไข CFR และสามารถควบคุมการขนส่งสินค้า เนื่องจากในปัจจุบันมีกรณีที่เจ้าของสินค้าขายสินค้าภายใต้เงื่อนไข FOB ซึ่งผู้ซื้อต้องเป็นฝ่ายจัดหาเรือ แต่ในช่วงที่สินค้าราคาผันผวนหรือราคาสินค้าปรับขึ้นสูง ผู้ซื้อจะปฏิเสธการรับของโดยไม่ส่งเรือมารับสินค้า หรือจัดเรือมาล่าช้าเพื่อรอเวลาให้ราคาสินค้าปรับลดลง ทำให้ผู้ส่งออกได้รับเงินล่าช้า ดังนั้นการเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือ จะทำให้สามารถควบคุมการขนส่งสินค้าได้

3. การที่ตลาดมีบริการด้านข้อมูลต่างๆ เช่น ด้านดัชนีราคาเช่าเหมาเรืออ้างอิงบริการข้อมูลด้านรายงานสัญญาเช่าเรือ (fixture list) ช่วยให้ผู้ส่งออกมีข้อมูลเพื่อที่จะพยากรณ์แนวโน้มของค่าระวางสินค้า (freight rate) ในอนาคต เป็นประโยชน์สำหรับผู้ส่งออกในกรณีเสนอประมูลราคาสินค้าพร้อมค่าขนส่งล่วงหน้า ซึ่งเป็นธรรมเนียมปฏิบัติสำหรับการซื้อขายสินค้าการเกษตรระหว่างประเทศ

4. การเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือ ทำให้สมาชิก หรือ ผู้เข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือมีทางเลือกมากขึ้น กล่าวคือ มีสินค้า ระวางเรือ และนายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ มากกว่าที่ติดต่ออยู่ในปัจจุบัน ทำให้สามารถเลือกใช้บริการที่มีคุณภาพ ในราคาที่เหมาะสมได้

5. การจัดตั้งตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย ถือเป็นการส่งเสริมให้ผู้ส่งออกและเจ้าของเรือ มีความรู้เรื่องเงื่อนไขการซื้อขายสินค้า เงื่อนไขการขนถ่ายสินค้า และรายละเอียดการทำสัญญาเช่าเหมาเรือ ส่งผลให้ผู้ส่งออก และเจ้าของเรือ สามารถทำการเจรจาซื้อขายสินค้า หรือทำการเช่าเหมาเรือกับนานาชาติได้ดียิ่งขึ้น

6. การส่งเสริมให้มีตลาดเช่าเหมาเรือในประเทศไทย ถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมกิจกรรมโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพ เนื่องจากการขนส่งเป็นกิจกรรมหนึ่งในโลจิสติกส์ การเปิดให้มีการเสนอซื้อขายในตลาดอย่างกว้างขวางย่อมก่อให้เกิดการซื้อขายในราคาที่เหมาะสม และเกิดคุณภาพของการบริการเนื่องจากการแข่งขัน ดังนั้นจึงเกิดประสิทธิภาพทางโลจิสติกส์

7. ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกสินค้าการเกษตรรายใหญ่ของโลก จึงเป็นโอกาสอันดี หากเกิดการซื้อขายภายในประเทศ เพื่อสนับสนุนธุรกิจพาณิชย์นาวี และธุรกิจเกี่ยวเนื่องในประเทศ

#### 4.3.3.2 เหตุผลของการไม่สนใจหรือสนใจน้อยในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาด

1. ผู้ส่งออกขายสินค้าขายสินค้าภายใต้เงื่อนไข FOB เนื่องจากไม่ต้องการรับภาระด้านการจัดหาระวางเรือ พบว่ามีความสะดวก และไม่ต้องการจะเปลี่ยนเงื่อนไขการซื้อขายสินค้า เพราะไม่ต้องการรับภาระ และความยุ่งยากในการจัดหาเรือ นอกจากนี้ผู้ส่งออกยังเห็นว่าส่วนต่างของค่าระวางไม่ใช่สาเหตุดึงดูดให้เปลี่ยนเงื่อนไขการซื้อขาย

2. ผู้ส่งออกขาดบุคลากรที่มีความรู้ด้านการเช่าเหมาเรือ และไม่มีหน่วยงานที่ดูแลด้านการเช่าเหมาเรือโดยเฉพาะ ทำให้ไม่มีความพร้อมที่จะเข้าร่วมซื้อขายในตลาด

3. ในปัจจุบันการสื่อสารเป็นไปได้อย่างสะดวกโดยวิธีการติดต่อสื่อสารที่หลากหลาย เช่น โทรศัพท์ โทรสาร และ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ดังนั้นเจ้าของเรือ หรือนายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ ต่างก็มีความสามารถที่จะเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่มีอยู่อย่างมากมายในอินเทอร์เน็ต จึงไม่คิดว่าจะมีความจำเป็นที่ต้องใช้บริการเพิ่มเติม นอกจากนี้การเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่างๆ ในปัจจุบัน ยังสามารถทำได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ โด หากการเข้าร่วมตลาดต้องเสียค่าธรรมเนียมแล้ว ก็จะทำให้ผู้เข้าร่วมซื้อขายในตลาดต้องพิจารณาให้มากขึ้น

4. ตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทยมีขนาดเล็ก เนื่องจากปริมาณสินค้าน้ำน้อย และในฝั่งของเจ้าของเรือเองก็มีอยู่อย่างจำกัด ทำให้ต้องพึ่งพาสถาปัตยกรรมต่างประเทศมากกว่า

5. ผู้ส่งออกมีความเห็นว่า การขายสินค้าในเทอม CFR มีความเสี่ยงอยู่มาก ทั้งการจัดหาเรือในภาวะที่ค่าระวางเรือมีความผันผวน และการดูแลเรื่องอัตราการขนถ่าย ณ เมืองท่าปลายทาง ซึ่งทำให้ผู้ส่งออกมีความเสี่ยงเรื่องค่าปรับที่เมืองท่าปลายทาง จึงไม่ต้องการขายสินค้าภายใต้เงื่อนไข FOB

6. รูปแบบการดำเนินงานแบบตลาดกลาง ยังไม่เป็นที่นิยมสำหรับผู้ประกอบการไทย จึงอาจทำให้มีผู้เข้าร่วมซื้อขายในตลาดน้อย จนไม่ทำให้เกิดการสะท้อน อุปสงค์และอุปทานในตลาดอย่างแท้จริง

7. ประเทศไทยไม่ใช่ศูนย์กลางการขนส่งในสายตาต่างชาติ จึงไม่เห็นศักยภาพในการจัดตั้งตลาดขึ้นในประเทศไทย

8. แม้ว่าประเทศไทยจะมีสินค้าจำนวนมาก แต่การที่จำนวนของเรือไทยมีอยู่อย่างจำกัด และเป็นสัดส่วนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับกองเรือโลกแล้ว จะทำให้เกิดความไม่สมดุลกันในตลาด เนื่องจากมีแต่อุปสงค์ แต่ขาดอุปทาน

#### 4.3.3.3 ประเด็นที่ได้จากข้อเสนอแนะ

1. ผู้ส่งออกชาวไทยขายสินค้าภายใต้เงื่อนไข FOB ซึ่งผู้ซื้อสินค้าเป็นผู้ทำการจัดหาระวางเรือ ทำให้ไม่มีอุปสงค์ในเรื่องการเช่าเหมาเรือ จึงควรส่งเสริมการส่งออกภายใต้เงื่อนไข CFR ให้มากยิ่งขึ้น
2. ตลาดจะมีความน่าสนใจ หรือดึงดูดให้เข้าร่วมซื้อขายก็ต่อเมื่อมีสมาชิก หรือผู้เข้าร่วมตลาดจำนวนมาก จึงควรเสนอสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิกเพื่อการส่งเสริมให้มาซื้อขายในตลาดแห่งนี้ เช่นการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในเรื่องสิทธิประโยชน์ทางภาษีต่างๆ
3. ตลาดควรมีรูปแบบการบริหารและโครงสร้างตลาดที่ชัดเจน เนื่องจากผู้ส่งออกหลายรายพบว่าในการรวมตัวกันรูปแบบต่างๆ มีโอกาสที่จะเกิดการปฏิบัติอย่างไม่เหมือนกัน หรือผู้ได้ประโยชน์จากการรวมตัวกันเป็นเพียงคนกลุ่มหนึ่งเท่านั้น จึงควรมีรูปแบบองค์กรที่ชัดเจน
4. ประเทศไทยน่าจะมีการจัดศูนย์จอร์จระวางเรือแห่งชาติขึ้นดังเช่นในหลายๆ ประเทศ เพื่อช่วยเหลือผู้ส่งออกในการจัดหาระวางเรือ

#### 4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับความสนใจในการเข้าร่วมซื้อขาย

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่ทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ ความถูกต้อง และความสมบูรณ์แล้ว บันทึกรหัสลงในแบบลงรหัส (Coding Form) และนำไปประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for Social Science) หลังจากนั้นจึงหาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ กับการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด โดยใช้สถิติ Pearson Correlation ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะมีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง 1.00 และการอ่านค่าเป็นไปดังนี้

- ถ้ามีค่าติดลบ หมายความว่า ตัวแปร 2 ตัวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม
- ถ้ามีค่าเป็นบวก หมายความว่า ตัวแปร 2 ตัวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
- ถ้ามีค่าเป็นศูนย์ หมายความว่า ตัวแปร 2 ตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับความสนใจเข้าร่วมตลาด

ปัจจัย		นายหน้าทำ			ผู้ตอบ
		ผู้ส่งออก	เจ้าของเรือ	สัญญาเช่า เหมาเรือ	แบบสอบถาม ทั้งหมด
ประเภทของธุรกิจ	Pearson				0.022
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)				0.906
ประเภทของสินค้า (เฉพาะผู้ ส่งออก)	Pearson	-0.199			-0.199
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.477			0.477
ระดับการปฏิบัติงาน	Pearson	0.182	0.701	0.400	0.260
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.515	0.121	0.920	0.165
ระดับการศึกษา	Pearson	-0.080	-0.400	0.250	-0.096
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.777	0.432	0.516	0.615
ความถี่ของปริมาณการขนส่งใน แต่ละครั้ง (ต่ำกว่า 1000ตันต่อ ครั้ง)	Pearson	-0.756			-0.756
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.454			0.454
ความถี่ของปริมาณการขนส่งใน แต่ละครั้ง (1001 - 2000ตันต่อ ครั้ง)	Pearson	-0.134			-0.134
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.830			0.830
ความถี่ของปริมาณการขนส่งใน แต่ละครั้ง (2001 - 5000ตันต่อ ครั้ง)	Pearson	0.382			0.382
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.276			0.276
ความถี่ของปริมาณการขนส่งใน แต่ละครั้ง (5001 - 10000ตันต่อ ครั้ง)	Pearson	0.429			0.429
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.143			0.143
ความถี่ของปริมาณการขนส่งใน แต่ละครั้ง (มากกว่า 10000ตันต่อ ครั้ง)	Pearson	0.151			0.151
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.698			0.698
ความถี่ในการเช่าเหมาเรือ / การ ปล่อยเรือเช่า / การจับคู่สัญญาเช่า เหมาเรือ (fix) ต่อปี	Pearson	-0.480	-0.200	-0.267	-0.374
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.070	0.704	0.488	0.042

ปริมาณต้นเฉลี่ยต่อการขนส่ง / รับ ขน / การจับคู่สัญญาเช่าเหมาเรือ (fix) ต่อครั้ง	Pearson Correlation	0.291	0.415	-0.069	0.239
	Sig. (2-tailed)	0.292	0.413	0.859	0.203
การติดต่อผ่านนายหน้า	Pearson Correlation			-0.125	-0.073
	Sig. (2-tailed)			0.749	0.702
ร้อยละของการติดต่อผ่านนายหน้า	Pearson Correlation	0.758	0.178	0.480	0.496
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.736	0.228	0.006
การติดต่อทางสายเรือ / เจ้าของ สินค้า โดยตรง	Pearson Correlation	-0.419	-0.200	-0.250	-0.320
	Sig. (2-tailed)	0.120	0.704	0.516	0.084
ร้อยละของการติดต่อทางสายเรือ / เจ้าของสินค้า โดยตรง	Pearson Correlation	-0.717	0.000	-0.288	-0.283
	Sig. (2-tailed)	0.070	1.000	0.531	0.240
ประสบการณ์ในการติดต่อบริการ ผ่านทะเลบอลติก	Pearson Correlation		0.447	0.125	0.154
	Sig. (2-tailed)		0.374	0.749	0.417
ความรู้ และความเข้าใจในการเช่า เหมาเรือ	Pearson Correlation	0.271	1.000	-0.033	0.207
	Sig. (2-tailed)	0.329	0.000	0.933	0.272
ความหลากหลายของชนิดสินค้า (demand)	Pearson Correlation	-0.450	0.768	0.000	-0.046
	Sig. (2-tailed)	0.092	0.074	1.000	0.810
ปริมาณระวางสินค้าในตลาด (supply)	Pearson Correlation	0.233	0.539	0.125	0.276
	Sig. (2-tailed)	0.404	0.269	0.749	0.140
ความหลากหลายของเส้นทาง เดินเรือ (supply)	Pearson Correlation	-0.049	0.586	0.229	0.222
	Sig. (2-tailed)	0.862	0.222	0.553	0.238
ความหลากหลายของประเภทเรือ (supply)	Pearson Correlation	-0.166	0.586	0.229	0.185
	Sig. (2-tailed)	0.555	0.222	0.553	0.329
ความหลากหลายของขนาดเรือ (supply)	Pearson Correlation	-0.055	0.586	0.205	0.206
	Sig. (2-tailed)	0.847	0.222	0.596	0.275
จำนวนนายหน้าเช่าเหมาเรือ	Pearson Correlation	0.490	0.234	0.100	0.278
	Sig. (2-tailed)	0.064	0.656	0.798	0.136

คุณภาพของนายหน้าเช่าเหมาเรือ	Pearson Correlation	0.767	0.539	0.449	0.240
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.269	0.225	0.202
วิธีการซื้อขายภายในตลาด	Pearson Correlation	-0.098	0.775	0.236	0.116
	Sig. (2-tailed)	-0.727	0.070	0.541	0.541
การเปิดเผยข้อมูลในตลาด	Pearson Correlation	-0.257	1.000	-0.100	0.000
	Sig. (2-tailed)	0.356	0.000	0.798	1.000
วิธีการซื้อขายภายในตลาดที่เหมาะสม	Pearson Correlation		-0.200	-0.125	0.105
	Sig. (2-tailed)		0.704	0.749	0.581
รูปแบบการซื้อขายภายในตลาดที่เหมาะสม	Pearson Correlation	-0.080	0.447	0.395	0.170
	Sig. (2-tailed)	0.777	0.374	0.292	0.368
รูปแบบของการดำเนินงานในตลาด	Pearson Correlation	-0.073	0.400	0.359	0.165
	Sig. (2-tailed)	0.796	0.432	0.342	0.384
รูปแบบของการดำเนินงานในตลาดที่เหมาะสม	Pearson Correlation	-0.155	0.447	0.053	-0.121
	Sig. (2-tailed)	0.581	0.374	0.892	0.526
ค่าสมาชิก	Pearson Correlation	-0.439	0.908	0.316	0.193
	Sig. (2-tailed)	0.102	0.012	0.407	0.307
ค่าสมาชิก 30,000บาทต่อปี	Pearson Correlation	-0.163	0.417	0.244	0.039
	Sig. (2-tailed)	0.561	0.410	0.526	0.836
ค่าสมาชิก 20,000บาทต่อปี	Pearson Correlation	-0.256	0.632	0.433	0.007
	Sig. (2-tailed)	0.357	0.178	0.244	0.972
ค่าสมาชิก 10,000บาทต่อปี	Pearson Correlation	0.170	-0.108	0.177	0.099
	Sig. (2-tailed)	0.544	0.838	0.649	0.605
ค่านายหน้า (commission)	Pearson Correlation	-0.331	0.200	0.612	0.106
	Sig. (2-tailed)	0.227	0.704	0.080	0.576
ค่านายหน้า (commission) 2.5%	Pearson Correlation	0.163	-0.200	-0.197	-0.031
	Sig. (2-tailed)	0.563	0.704	0.612	0.869

ค่านายหน้า (commission) 1.25%	Pearson Correlation	-0.105	0.878	0.265	0.196
	Sig. (2-tailed)	0.710	0.021	0.490	0.299
ค่านายหน้า (commission) 0.63%	Pearson Correlation	-0.179	0.349	0.189	0.083
	Sig. (2-tailed)	0.524	0.497	0.626	0.663
บริการข้อมูลด้านดัชนีราคาเช่า เหมาเรืออ้างอิง	Pearson Correlation	-0.065	-0.316	0.516	0.107
	Sig. (2-tailed)	0.818	0.541	0.155	0.573
บริการข้อมูลด้านรายงานสัญญา การเช่าเรือ (fixture list)	Pearson Correlation	0.000	-0.316	0.472	0.120
	Sig. (2-tailed)	1.000	0.514	0.200	0.527
บริการให้คำแนะนำด้านสัญญา เช่าเหมาเรือ	Pearson Correlation	0.021	-0.316	0.100	0.009
	Sig. (2-tailed)	0.940	0.514	0.798	0.962
บริการให้คำปรึกษาด้านการเช่า เหมาเรือ	Pearson Correlation	0.064	-0.316	0.100	0.027
	Sig. (2-tailed)	0.820	0.514	0.798	0.889
บริการบริหารกองเรือ (Fleet Management)	Pearson Correlation	0.055	0.316	-0.236	0.008
	Sig. (2-tailed)	0.847	0.514	0.541	0.968
บริการบริหารเรือ (Ship Management)	Pearson Correlation	-0.113	0.316	-0.112	-0.053
	Sig. (2-tailed)	0.690	0.514	0.775	0.780
บริการบริหารลูกเรือ (Crew Management)	Pearson Correlation	0.055	-0.800	0.147	0.075
	Sig. (2-tailed)	0.845	0.056	0.705	0.695
บริการบริหารตู้คอนเทนเนอร์ (Container Management)	Pearson Correlation	-0.036	0.400	0.177	0.007
	Sig. (2-tailed)	0.898	0.432	0.649	0.714
เงื่อนไขในการเช่าเหมาเรือ	Pearson Correlation	0.367	0.768	0.474	0.411
	Sig. (2-tailed)	0.179	0.074	0.197	0.024

\* ค่านัยสำคัญที่ระดับ 95%



### สมมติฐานทางสถิติ

$H_0$  : ปัจจัยที่กำหนดไม่มีความสัมพันธ์กับความสนใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด

$H_1$  : ปัจจัยที่กำหนดมีความสัมพันธ์กับความสนใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด

### การทดสอบความสัมพันธ์

ตัดสินใจปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$  ถ้าค่าความน่าจะเป็น Sig. (2-Tailed) จากตารางค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด

ตัดสินใจยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  ถ้าค่าความน่าจะเป็น Sig. (2-Tailed) จากตารางค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด

ตาราง 4.19 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมซื้อขายในตลาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด คือ

1.ความถี่ในการเช่าเหมาเรือ / การปล่อยเรือเช่า / การจับคู่สัญญาเช่าเหมาเรือ (fix) ต่อปี โดยค่า Pearson Correlation เท่ากับ -0.374 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการเช่าเหมาเรือสูงจะไม่ต้องการเข้าร่วมในตลาด

2.ร้อยละของการติดต่อผ่านนายหน้า โดยค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.496 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการติดต่อผ่านนายหน้าสูง มีความสนใจที่จะเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือ

3.ปัจจัยด้านเงื่อนไขในการเช่าเหมาเรือ โดยค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.411 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญกับเงื่อนไขในการเช่าเหมาเรือสูง มีความสนใจที่จะเข้าร่วมซื้อขายในตลาด

หากพิจารณาแยกตามกลุ่มธุรกิจแล้วพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมซื้อขายในตลาดของผู้ส่งออก คือ ร้อยละของการติดต่อผ่านนายหน้า โดยค่า

Pearson Correlation เท่ากับ 0.758 และคุณภาพของนายหน้าเช่าเหมาเรือ โดยค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.767

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมซื้อขายในตลาดของเจ้าของเรือ คือ ความรู้และความเข้าใจในการเช่าเหมาเรือ โดยค่า Pearson Correlation เท่ากับ 1.000 ค่าสมาชิก โดยค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.908 และค่านายหน้า (commission) 1.25% โดยค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.878

สำหรับนายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือนั้น ไม่มีปัจจัยใดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมซื้อขายในตลาด ในระดับนัยสำคัญที่กำหนด

#### 4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ โดยใช้เครื่องมือ cross tab ในการวิเคราะห์

ตาราง 4.20 ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ และประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ			
	0-4 คะแนน	5-7 คะแนน	8-10 คะแนน	รวม
ผู้ส่งออก	0	12	3	15
เจ้าของเรือ	0	6	0	6
นายหน้า	0	3	6	9
รวม	0	21	9	30

จากตาราง 4.20 พบว่า ผู้ส่งออกส่วนใหญ่มีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรืออยู่ในระดับ 5-7 คะแนน ในขณะที่เจ้าของเรือทั้งหมดจะมีคะแนนระดับ 5-7 คะแนน สำหรับนายหน้านั้น พบว่ามีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือมากที่สุด ในบรรดาทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจ ทั้งนี้ เนื่องจากนายหน้าเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดสัญญาเช่าเหมาเรือ และโดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ร่าง และเตรียมสัญญาเช่าเหมาเรือ ดังนั้นจึงพบว่านายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือจึงเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือมากที่สุด

ตาราง 4.21 ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ และระดับการปฏิบัติการ

ระดับการปฏิบัติการ	ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ			
	0-4 คะแนน	5-7 คะแนน	8-10 คะแนน	รวม
เจ้าของธุรกิจ	0	2	0	2
ผู้บริหารระดับสูง	0	3	1	4
ผู้บริหารระดับกลาง / ผู้จัดการ	0	11	3	14
ระดับปฏิบัติการ	0	5	5	10
รวม	0	21	9	30

จากตาราง 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นระดับปฏิบัติการจะมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นระดับปฏิบัติการ จะต้องทำหน้าที่ที่มีความสัมพันธ์กับการติดต่อ และทำสัญญาเรื่องเช่าเหมาเรือ จึงจำเป็นต้องมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือมากที่สุด

ตาราง 4.22 ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ และการใช้บริการตลาดบอลติก

การใช้บริการตลาดบอลติก	ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ			
	0-4 คะแนน	5-7 คะแนน	8-10 คะแนน	รวม
ไม่เคยใช้บริการ	0	18	8	26
เคยใช้บริการ	0	3	1	4
รวม	0	21	9	30

เมื่อพิจารณาจากความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ และการใช้บริการตลาดบอลติก การใช้บริการตลาดบอลติกไม่มีความเกี่ยวข้องกับความรู้และความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 4.23 ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ และความสนใจในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาด

ความสนใจ	ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ			
	0-4 คะแนน	5-7 คะแนน	8-10 คะแนน	รวม
ไม่สนใจ	0	3	1	4
สนใจ	0	18	8	26
รวม	0	21	9	30

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือสูง (ระดับ 8-10) มีอัตราการการสนใจเข้าร่วมตลาดเช่าเหมาเรือมากกว่าผู้ที่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือที่ระดับ 5-7 จึงสามารถกล่าวได้ว่าความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือ

#### 4.6 การวิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจ

##### 4.6.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเข้าร่วมตลาดของเจ้าของสินค้า

ตารางที่ 4.24 ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อการพิจารณาเข้าร่วมตลาดของเจ้าของสินค้ามากที่สุด 10 อันดับแรก

( 1 = สำคัญน้อยที่สุด , 5 = สำคัญมากที่สุด)

ลำดับที่	ข้อปัจจัย	คะแนนเฉลี่ย
1	คุณภาพของนายหน้าเช่าเหมาเรือ	4.7
2	บริการให้คำปรึกษาด้านการเช่าเหมาเรือ	4.6
3	บริการให้คำแนะนำด้านสัญญาเช่าเหมาเรือ	4.5
4	ความหลากหลายของเส้นทางเดินเรือ	4.4
5	ค่าสมาชิก	4.3
6	เงื่อนไขในการเช่าเหมาเรือ	4.2
7	จำนวนนายหน้าเช่าเหมาเรือ	4.1
8	บริการข้อมูลด้านรายงานสัญญาการเช่าเรือ	4.0
9	ความหลากหลายของขนาดเรือ	3.9
9	รูปแบบของการดำเนินงานในตลาด	3.9
9	บริการข้อมูลด้านดัชนีราคาเช่าเหมาเรืออ้างอิง	3.9

เนื่องจากเจ้าของสินค้าส่วนใหญ่ขาดความรู้ ความชำนาญในการเช่าเหมาเรือ จึงดำเนินการเช่าเหมาเรือโดยผ่านนายหน้า มีเพียงเจ้าของสินค้ารายใหญ่บางรายเท่านั้นที่จะมีการจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบการจัดหาเรือของตนเอง หรือตั้งบริษัทที่ดูแลการขนส่งสินค้าทางทะเลขึ้นมาโดยเฉพาะ ดังนั้นปัจจัยที่เจ้าของสินค้าให้ความสำคัญมากเป็นอันดับหนึ่ง จึงได้แก่คุณภาพของนายหน้าเช่าเหมาเรือ และนอกจากนายหน้าเช่าเหมาเรือจะต้องได้คุณภาพแล้วเจ้าของสินค้ายังให้ความสำคัญกับจำนวนนายหน้าในตลาดเพื่อให้มีทางเลือกสำหรับตน นอกจากนี้การจัดเจ้าของสินค้ายังขาดประสบการณ์ในการเช่าเหมาเรือ จึงต้องการได้รับบริการด้านรายงานสัญญาการเช่าเรือ แบบบริการข้อมูลด้านดัชนีราคาเช่าเหมาเรืออ้างอิง ซึ่งในปัจจุบันนี้เจ้าของสินค้าจะ

ได้รับบริการเหล่านี้จากนายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือที่ตนติดต่อด้วย แต่ก็ยังต้องการได้รับการอบรมความรู้เรื่องเหล่านี้ เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับองค์กรของตน และพร้อมในการดำเนินการต่อรองกับเจ้าของเรือและนายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ

เงื่อนไขในการเช่าเหมาเรือ เช่น เงื่อนไขในการขนถ่ายสินค้า ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่เจ้าของสินค้านำมาพิจารณาในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือ เนื่องจากเจ้าของสินค้าพบว่าเงื่อนไขในการขนถ่ายสินค้าที่ต่างกันไป ทำให้ความรับผิดชอบของเจ้าของสินค้าแตกต่างกัน เช่น การขนถ่ายสินค้าภายใต้เงื่อนไข FIO (Free In and Out) เจ้าของสินค้าต้องรับผิดชอบการขนถ่ายสินค้าทั้งที่ต้นทาง และปลายทาง ในส่วนของการขนถ่ายสินค้าปลายทาง เจ้าของสินค้ามีความกังวลในเรื่องอัตราการขนถ่ายที่ทำเรือปลายทาง เนื่องจากการขนถ่ายที่ล่าช้าจะส่งผลให้เจ้าของเรือเรียกค่าเสียหาย (Demurrage) จากเจ้าของสินค้าในอัตราที่กำหนดไว้ในสัญญาเช่าเหมาเรือได้ นอกจากนี้ยังมีเรื่องของการจัดเตรียมคนงาน และเครื่องมือในการขนถ่ายสินค้าที่ทำเรือปลายทาง ทำให้เจ้าของสินค้าไม่ต้องการจัดหาเรือไปยังท่าเรือที่ตนเองไม่มีประสบการณ์ ทำให้เจ้าของสินค้าต้องพิจารณาเงื่อนไขในการขนถ่ายสินค้าเป็นสำคัญ

ในส่วนของอุปทานนั้น เจ้าของสินค้าให้ความสำคัญกับเส้นทางการเดินเรือที่หลากหลาย และความหลากหลายของขนาดเรือนี้ เนื่องจากเจ้าของสินค้าประสบปัญหาการไม่สามารถหาเรือได้ในบางเส้นทาง โดยเฉพาะหมู่เกาะแถบอเมริกา ตะวันออกกลางบางประเทศ และทวีปแอฟริกา โดยมีสาเหตุเนื่องมาจาก การเมืองของประเทศปลายทาง การขาดอุปกรณ์ขนถ่าย หรืออุปกรณ์ขนถ่ายไม่ได้มาตรฐาน ณ ท่าเรือปลายทาง และการต้องเดินเรือเปล่าในขากลับ(empty backhaul) ของเจ้าของเรือ ดังนั้นเจ้าของเรือจึงปฏิเสธการรับขนในเส้นทางที่มีความยากลำบากต่างๆ ด้วยเหตุนี้เจ้าของสินค้าจึงต้องการให้มีเส้นทางการเดินเรือที่หลากหลายในตลาดแห่งนี้ และในส่วนของขนาดนี้ที่หลากหลายนั้น เจ้าของสินค้ามีปริมาณการขนส่งต่อครั้งที่แตกต่างกันไปตามเส้นทางที่ขนส่ง จึงต้องการให้ตลาดเรือมีขนาดของเรือที่หลากหลายมานำเสนอ

นอกจากนี้เจ้าของสินค้ายังให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องค่าสมาชิก เนื่องจากปัจจุบันหากต้องการทำการขนส่งสินค้าทางทะเล เจ้าของสินค้าก็สามารถที่จะติดต่อนายหน้าเช่าเหมาเรือได้โดยตรง ซึ่งโดยทั่วไปเจ้าของสินค้าจะมีนายหน้าเช่าเหมาเรือที่ติดต่อกันเป็นประจำอยู่ 4-5 ราย โดยไม่ต้องจ่ายค่าธรรมเนียมใดๆ การจ่ายค่าสมาชิกจึงเป็นปัจจัยที่เจ้าของสินค้าให้ความสำคัญสำหรับในประเด็นเรื่องค่าสมาชิคนั้นเจ้าของสินค้าบางรายให้ความคิดเห็นว่าควรจะเรียกเก็บค่าสมาชิกในอัตราที่ค่อนข้างสูงเพื่อเป็นการคัดกรองผู้ที่เข้ามาเป็นสมาชิกอย่างจริงจัง

รูปแบบของการดำเนินงานในตลาดก็เป็นส่วนที่ผู้ส่งออกให้ความสำคัญเช่นกัน ผู้ส่งออกว่าควรมีการซื้อขายกันผ่านทางอินเทอร์เน็ต / โทรศัพท์ / โทรสาร เนื่องจากเป็นวิธีที่สะดวก ประหยัดและรวดเร็ว สำหรับการดำเนินงานนั้นควรอยู่ในรูปของการดำเนินงานโดยเอกชน เพื่อให้มีประสิทธิภาพ และความคล่องตัวในการทำงาน แต่อย่างไรก็ดีเจ้าของสินค้าเห็นว่า ในเบื้องต้นเมื่อตลาดยังไม่เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย ตลาดแห่งนี้ควรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อเป็นการส่งเสริมการจัดตั้งตลาด และทำให้ตลาดสามารถดำเนินการได้ เช่น สิทธิประโยชน์ทางภาษี เป็นต้น

#### 4.6.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเข้าร่วมตลาดของเจ้าของเรือ

ตารางที่ 4.25 ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อการพิจารณาเข้าร่วมตลาดของเจ้าของเรือมากที่สุด 10 อันดับแรก

( 1 = สำคัญน้อยที่สุด , 5 = สำคัญมากที่สุด)

ลำดับที่	ข้อบ่งชี้	คะแนนเฉลี่ย
1	ปริมาณสินค้าในตลาด	3.8
1	ความหลากหลายของชนิดสินค้า	3.8
3	คุณภาพของนายหน้าเช่าเหมาเรือ	3.7
3	บริการข้อมูลด้านดัชนีราคาเช่าเหมาเรืออ้างอิง	3.7
3	บริการข้อมูลด้านรายงานสัญญาเช่าเหมาเรือ	3.7
3	บริการให้คำแนะนำด้านสัญญาเช่าเหมาเรือ	3.7
3	บริการให้คำปรึกษาด้านการเช่าเหมาเรือ	3.7
8	ปริมาณระวางสินค้าในตลาด	3.3
9	ค่าสมาชิก	3.2
9	ค่านายหน้า	3.2

เจ้าของเรือให้ความสำคัญกับปริมาณสินค้าในตลาดมากเป็นอันดับหนึ่ง และความหลากหลายของสินค้าเป็นลำดับต่อมา เนื่องจากธุรกิจของเจ้าของเรือคือการหาสินค้าสำหรับเรือของตน จากแบบสอบถามพบว่าเจ้าของเรือส่วนใหญ่ติดต่อหาสินค้าโดยการผ่านเจ้าของสินค้าโดยตรง และผ่านนายหน้าเช่าเหมาเรือด้วยเช่นกัน ดังนั้นเจ้าของเรือจึงให้ความสำคัญกับปริมาณสินค้ามากกว่า อย่างไรก็ตามคุณภาพของนายหน้าเช่าเหมาเรือก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เจ้าของเรือให้ความสำคัญ เนื่องจากปัจจุบันมีนายหน้าทำการเช่าเหมาเรืออยู่จำนวนมาก ทั้งในส่วนที่ทำงานภายใต้บริษัท และดำเนินการเป็นนายหน้าเช่าเหมาเรืออิสระ ทำให้เจ้าของเรือขาดความเชื่อมั่นในเวลาที่ต้องติดต่อกับนายหน้าเช่าเหมาเรือรายใหม่ ดังนั้นจึงเห็นว่าคุณภาพของนายหน้าเช่าเหมาเรือในตลาดมีความสำคัญ



ในส่วนของการบริการข้อมูลด้านการเช่าเหมาเรือ ก็เป็นปัจจัยหลักที่เจ้าของเรือนำมาพิจารณาเช่นกัน เพราะเห็นว่ามีผลสำคัญเมื่อเกิดกรณีการขัดแย้งกันในสัญญาต่างๆ ที่ทำการตกลงกัน ในส่วนของบริการข้อมูลด้านดัชนีราคาเช่าเหมาเรืออ้างอิงนั้น เจ้าของเรือในความเห็นเห็นว่า ข้อมูลเหล่านี้เป็นที่เปิดเผยกันอย่างแพร่หลาย การมีบริการข้อมูลชนิดนี้ถือเป็นบริการเสริมที่น่าสนใจ แต่ถ้ามองไม่มี เจ้าของเรือก็ยังสามารถหาข้อมูลเหล่านี้ได้จากแหล่งอื่นๆ ได้

ค่าสมาชิกและค่านายหน้าก็มีส่วนสำคัญในการนำมาพิจารณาเข้าร่วมตลาด เนื่องจากเป็นค่าใช้จ่ายส่วนเพิ่มเติมจากปัจจุบัน และเจ้าของเรือก็ยังไม่มั่นใจถึงศักยภาพของตลาดว่าจะทำให้เกิดธุรกิจระหว่างสมาชิกได้จริง ในปริมาณที่คุ้มค่างับค่าสมาชิกที่เสียไป สำหรับค่านายหน้านั้นเจ้าของเรือบางส่วนพบว่าและหากมีการเช่าเหมาเรือผ่านนายหน้า ก็ควรที่จะมีอัตราที่เหมาะสม และการมีการกำหนดอัตราที่แน่นอนไว้ จะช่วยให้ไม่ต้องต่อรองเรื่องค่านายหน้าอีกต่อไป

#### 4.6.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเข้าร่วมตลาดของนายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ

ตารางที่ 4.26 ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อการพิจารณาเข้าร่วมตลาดของนายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือมากที่สุด 10 อันดับแรก

( 1 = สำคัญน้อยที่สุด , 5 = สำคัญมากที่สุด)

ลำดับที่	ข้อปัจจัย	คะแนน
1	ปริมาณสินค้าในตลาด	4.4
1	ความหลากหลายของเส้นทางเดินเรือ	4.4
3	ปริมาณระวางสินค้าในตลาด	4.3
4	บริการข้อมูลด้านรายงานสัญญาการเช่าเรือ	4.2
4	บริการให้คำแนะนำด้านสัญญาเช่าเหมาเรือ	4.2
4	บริการให้คำปรึกษาด้านการเช่าเหมาเรือ	4.2
7	คุณภาพของนายหน้าเช่าเหมาเรือ	4.1
8	ความหลากหลายของชนิดสินค้า	4.0
8	ค่านายหน้า	4.0
10	รูปแบบการดำเนินงานในตลาด	3.9
10	ค่าสมาชิก	3.9

สำหรับนายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือแล้วนั้น ปัจจัยที่นายหน้าให้ความสำคัญมาเป็นอันดับต้นๆคือ ปริมาณสินค้าในตลาด และความหลากหลายของเส้นทางเดินเรือ และปริมาณระวางสินค้าในตลาด เนื่องจากธุรกิจของนายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ คือการจับคู่กันระหว่างสินค้าในเส้นทางต่างๆ และระวางเรือ การที่ในตลาดมีสินค้าปริมาณมาก และมีระวางเรือจำนวนมากย่อมทำให้นายหน้าเช่าเหมาเรือมีโอกาสทางธุรกิจที่มากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่นำมาพิจารณาในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาด

สำหรับบริการด้านข้อมูลนั้น นายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือก็ให้ความสำคัญเช่นกัน เนื่องจากข้อมูลด้านรายงานการเช่าเหมาเรือ เป็นแหล่งข้อมูลที่จำเป็นสำหรับนายหน้า ตลอดจนการให้คำแนะนำด้านการเช่าเหมาเรือก็จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับตลาดที่มีผู้เชี่ยวชาญเรื่องการเช่าเหมาเรืออยู่อย่างจำกัด

นายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ ยังให้ความสำคัญต่อค่านายหน้า และค่าสมาชิก ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบัน การที่นายหน้าหาข้อมูลด้านระวางเรือ หรือสินค้านั้นไม่มีค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ หากมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นนายหน้าจำเป็นที่จะต้องพิจารณาก่อนว่าจะได้รับประโยชน์กลับมาคุ้มค่ากับค่าสมาชิกหรือไม่ นอกจากนี้การที่ตลาดมีการกำหนดอัตราค่านายหน้าอย่างตายตัว ซึ่งแตกต่างจากปัจจุบันที่มีการต่อรองได้ ทำให้นายหน้านำมาใช้เป็นปัจจัยหนึ่งในการพิจารณาเข้าร่วมในตลาด

รูปแบบการดำเนินงานในตลาดเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญเช่นกันในการตัดสินใจเข้าร่วมตลาดของนายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ โดยนายหน้าส่วนใหญ่เห็นว่ารูปแบบการติดต่อสื่อสารในตลาดควรเป็นทั้งการพบปะกันในตลาด และซื้อขายผ่านทาง อินเทอร์เน็ต / โทรศัพท์ / โทรสาร ตามแต่จะสะดวก แต่เห็นว่าควรใช้วิธีการซื้อขายผ่านทางช่องทางสื่อสารเป็นสำคัญ และให้มีการพบปะกันบ้างตามโอกาสที่สำคัญ และรูปแบบการดำเนินงานนั้น ควรดำเนินงานและบริหารงานโดยสมาชิก เพราะตลาดเช่าเหมาเรือเป็นตลาดที่มีลักษณะเฉพาะ การให้ผู้อื่นมาบริหารงานนั้น อาจขาดความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจจากสมาชิกในตลาดได้ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการซื้อขายในตลาดอย่างสูงสุด จึงควรดำเนินงานและบริหารโดยสมาชิกเพื่อวางแนวทางได้ถูกต้อง

4.6.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเข้าร่วมตลาดร่วมกันของผู้ส่งออก เจ้าของเรือ และ นายหน้า

ตารางที่ 4.27 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเข้าร่วมตลาดที่ร่วมกันของผู้ส่งออก เจ้าของเรือ และนายหน้า

ชื่อปัจจัย	ผู้ส่งออก	เจ้าของเรือ	นายหน้า
ปริมาณสินค้าในตลาด		X	X
ความหลากหลายของชนิดสินค้า		X	X
ปริมาณระวางสินค้าในตลาด		X	X
ความหลากหลายของเส้นทางเดินเรือ	X		X
ความหลากหลายของขนาดเรือ	X		
จำนวนนายหน้าเช่าเหมาเรือ	X		
คุณภาพของนายหน้าเช่าเหมาเรือ	X	X	X
รูปแบบการดำเนินงานในตลาด	X		X
ค่าสมาชิก	X	X	X
ค่านายหน้า		X	X
บริการข้อมูลด้านดัชนีราคาเช่าเหมาเรืออ้างอิง	X	X	
บริการข้อมูลด้านรายงานสัญญาเช่าเรือ	X	X	X
บริการให้คำแนะนำด้านสัญญาเช่าเหมาเรือ	X	X	X
บริการให้คำปรึกษาด้านการเช่าเหมาเรือ	X	X	X
เงื่อนไขในการเช่าเหมาเรือ	X		

จากตาราง 4.27 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ให้ความสำคัญร่วมกันของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด คือ คุณภาพของนายหน้าเช่าเหมาเรือ ค่าสมาชิก บริการข้อมูลด้านรายงานสัญญาการเช่าเรือ บริการให้คำแนะนำด้านสัญญาเช่าเหมาเรือ และบริการให้คำปรึกษาด้านการเช่าเหมาเรือ

#### 4.7 สรุปผลการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจที่จะเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือแห่งประเทศไทย โดยมีลำดับความสำคัญของปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านบริการด้านข้อมูล
2. ปัจจัยด้านอุปสงค์และอุปทาน
3. ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียม
4. ปัจจัยด้านการดำเนินงาน
5. ปัจจัยด้านความห่วงกังวล
6. ปัจจัยด้านการสื่อสารในตลาด
7. ปัจจัยด้านบริการอื่นๆ

ปัจจัยย่อยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมซื้อขายในตลาดคือ ความถี่ในการเช่าเหมาเรือ ระยะเวลาของการติดต่อผ่านนายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ และปัจจัยด้านความห่วงกังวลในเงื่อนไขต่างๆ เช่น เงื่อนไขการขนถ่ายสินค้า เป็นต้น

ในส่วนของรูปแบบของตลาดที่เหมาะสมคือ ตลาดที่จัดตั้ง ดำเนินงาน และบริหารงานโดยสมาชิก ทำการซื้อขายโดยการติดต่อผ่านนายหน้า โดยให้มีการส่งคำสั่งซื้อขายผ่านทางช่องทางการสื่อสารต่างๆ เช่น ทางอินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์ และทางโทรสาร เป็นต้น สำหรับค่าธรรมเนียมของการเป็นสมาชิกที่เหมาะสม คือที่ระดับ 10000บาทต่อปี และค่านายหน้า (commission) ที่เหมาะสมคือ 1.25%

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากแนวคิดในการจัดตั้งตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย เพื่อเสนอเป็นทางเลือกสำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาดเช่าเหมาเรือให้สามารถทำการเช่าเหมาเรือได้มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบไปด้วย เจ้าของสินค้า เจ้าของเรือ และนายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ จำนวน 30 ราย ในเรื่องความสนใจในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย ระหว่างเดือน ธันวาคม 2551 ถึง เดือน กุมภาพันธ์ 2552 และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ซึ่งได้ข้อสรุปของการวิจัยดังต่อไปนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 86.7 ให้ความสนใจในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย ที่ค่าความสนใจเฉลี่ย ร้อยละ 61.54 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการเข้าร่วมตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย ที่ค่าความสนใจอยู่ระดับปานกลาง

โดยปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจค่อนข้างมาก ถึงมาก (ระดับ 4 ถึง 5) มีทั้งสิ้น 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการให้คำแนะนำด้านสัญญาเช่าเหมาเรือ ที่ค่าเฉลี่ย 4.3 ปัจจัยด้านบริการให้คำปรึกษาด้านการเช่าเหมาเรือ ที่ค่าเฉลี่ย 4.3 ปัจจัยด้านความหลากหลายของเส้นทางเดินเรือ ที่ค่าเฉลี่ย 4.1 ปัจจัยด้านค่าสมาชิก ที่ค่าเฉลี่ย 4.0 ปัจจัยด้านบริการข้อมูลด้านรายงานสัญญาเช่าเรือ ที่ค่าเฉลี่ย 4.0 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับบริการด้านข้อมูล และ ด้านอุปสงค์และอุปทาน

ในส่วนของข้อมูล และปัจจัยที่มีส่วนสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย ได้แก่ ค่าความถี่ในการเช่าเหมาเรือ / การปล่อยเรือเช่า / การจับคู่สัญญาเช่าเหมาเรือ ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) -0.374 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเช่าเหมาเรือสูงมีแนวโน้มที่จะไม่สนใจในการเข้าร่วมตลาด ร้อยละของการติดต่อผ่านนายหน้า ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) 0.496 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีร้อยละของการติดต่อผ่านนายหน้าสูงมีแนวโน้มที่จะสนใจในการเข้าร่วมตลาด และ ปัจจัยด้านความห่วงกังวล เช่น เงื่อนไขในการเช่าเหมาเรือ ที่ค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) 0.411 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่ให้มีความสำคัญกับเงื่อนไขในการเช่าเหมาเรือสูงมีแนวโน้มที่จะเข้าร่วมตลาด

## 5.2 อภิปรายการวิจัย

จากผลการวิจัยที่ได้ทำการศึกษาในบทที่ผ่านมา แสดงให้เห็นถึงระดับความสำคัญของปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆและความสนใจในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาด และประมวลข้อคิดเห็นต่างๆ จากผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอนำเสนอแนวทาง และรูปแบบของตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย โดยอาศัยผลการวิจัยที่ได้ทำการศึกษามาแล้ว

### 5.2.1 ตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย

- ตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย คือ เครื่องมือที่ทำให้เกิดการซื้อขายกัน ระหว่างเจ้าของสินค้า เจ้าของเรือ และนายหน้าเช่าเรือ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมให้เจ้าของสินค้าสามารถทำการขายสินค้าในราคาโดยรวมค่าขนส่ง (CFR) ได้ และในขณะเดียวกัน ก็เป็นการส่งเสริมธุรกิจพาณิชย์นาวีของประเทศไทย ทั้งใน ส่วน เจ้าของเรือ นายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพาณิชย์นาวี เช่น การประกันภัยทางทะเล ตัวแทนเรือ เป็นต้น
- สมาชิกของตลาดเช่าเหมาเรือ ประกอบไปด้วย
  1. เจ้าของสินค้าที่ทำการส่งสินค้าออกจากประเทศไทยในรูปแบบเรือเทกอง สามารถเป็นได้ทั้งสินค้าเกษตร และสินค้าชนิดอื่นๆ เช่น เหล็ก ซีเมนต์ เป็นต้น
  2. เจ้าของเรือ หรือตัวแทนเจ้าของเรือชนิดเรือเทกอง ซึ่งอาจจะเป็นเจ้าของเรือไทย หรือต่างชาติก็ได้ ซึ่งมีขนาดของเรือที่แตกต่างกันไป เพื่อสร้างทางเลือกให้กับผู้เช่าเหมาเรือ
  3. นายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ ซึ่งต้องมีมาตรฐานและได้รับอนุญาตให้ทำการซื้อขายในตลาดได้ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ

- สินค้าและบริการ สามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท
  1. สินค้าและบริการพื้นฐาน คือ ตลาดที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางให้เกิดการทำสัญญาเช่าเหมาเรือ
  2. สินค้าและบริการเพิ่มเติม คือ
    - การเป็นแหล่งข้อมูล และเผยแพร่ความรู้ด้านการเช่าเหมาเรือ ซึ่งเป็นสิ่งที่สมาชิกในตลาดให้ความสำคัญ เช่น ข้อมูลด้านดัชนีราคาเช่าเหมาเรืออ้างอิง ข้อมูลด้านรายงานสัญญาเช่าเหมาเรือ บริการให้คำแนะนำด้านสัญญาเช่าเหมาเรือ บริการให้คำแนะนำด้านการเช่าเหมาเรือ เป็นต้น เนื่องจากผู้ส่งออกไทยขาดประสบการณ์ในการทำสัญญาเช่าเหมาเรือ ทำให้รู้สึกว่าการเช่าเหมาเรือเป็นเรื่องยุ่งยาก หรือ การขาดข้อมูลเรื่องการเช่าเหมาเรือ ทำให้เจ้าของเรือไม่สามารถคาดการณ์ตลาดในอนาคตได้ ดังนั้นบริการนี้จึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้สมาชิกในตลาดให้ความสนใจกับตลาด
    - บริการอื่นๆ เช่น การทำประกัน เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจต่อคู่ค้า ในการทำสัญญาระหว่างสมาชิกในตลาดด้วยกัน
- การดำเนินงาน จัดตั้งเป็นองค์กรเอกชน ที่บริหารงาน และดำเนินงานโดยสมาชิก โดยต้องมีโครงสร้างการบริหาร และแนวนโยบายในการบริหารที่ชัดเจน
- รายได้ของตลาด คือ รายได้จากค่าสมาชิก 10000บาทต่อปี และรายได้จากบริการอื่นๆ ที่จะจัดให้มีในอนาคต
- วิธีการซื้อขาย ทำการซื้อขายผ่านนายหน้าเช่าเหมาเรือที่ได้รับอนุญาตจากตลาด โดยการติดต่อซื้อขายผ่านทางเครื่องมือสื่อสาร เช่น โทรศัพท์ โทรสาร อินเทอร์เน็ต เป็นต้น และจัดให้มีสถานที่ เพื่อให้สมาชิกได้พบปะกันตามโอกาสต่างๆ

#### 5.2.2 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบริการด้านข้อมูล แสดงให้เห็นว่าผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาดเช่าเหมาเรือต่างก็ต้องการได้รับการสนับสนุนในเรื่องข้อมูล ข่าวสาร และความรู้ด้านการเช่าเหมาเรือ เพื่อสร้างศักยภาพของ



องค์กร และบุคลากรให้มีความรู้เพียงพอที่จะทำการเช่าเหมาเรือได้ ในเบื้องต้นภาครัฐ สมาคมผู้ส่งสินค้าทะเล สมาคมการค้าแห่งประเทศไทย หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถที่จะให้การสนับสนุนกลุ่มธุรกิจพาณิชย์นาวี โดยการจัดหลักสูตรอบรมความรู้ด้านพาณิชย์นาวีและการเช่าเหมาเรือ แก่ผู้ที่สนใจ และในภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจเช่นนี้ นับเป็นโอกาสอันดีหากภาครัฐจะมีการส่งเสริมโดยการเปิดหลักสูตรอบรมด้านพาณิชย์นาวี โดยการคัดเลือกผู้ที่สนใจ และให้ทุนเรียนฟรีเป็นระยะเวลาหนึ่ง ดังเช่นประเทศเวียดนามที่ภาครัฐให้ทุนอุดหนุนการอบรมด้านพาณิชย์นาวีแบบหลักสูตรเต็มเวลา ระยะเวลา 2 เดือน และให้ค่าตอบแทนสำหรับผู้เรียนจบจนผ่านหลักสูตร เพื่อเป็นการเตรียมบุคลากรของประเทศให้พร้อมต่อการพัฒนาในอนาคต

ในส่วนของอุปสงค์และอุปทานนั้น จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อเจ้าของสินค้า และเจ้าของเรือตอบรับการเป็นสมาชิก และให้ความร่วมมือในการแจ้งข้อมูลของตนเข้ามายังตลาด เพื่อให้เกิดอุปสงค์และอุปทานขึ้นในตลาด ในขณะเดียวกันนายหน้าเช่าทำสัญญาเช่าเหมาเรือก็ควรได้รับการพัฒนาให้มีความรู้ ความน่าเชื่อถือ เพื่อจูงใจให้เจ้าของสินค้า และเจ้าของเรือไว้ใจ และมาใช้บริการในตลาดแห่งนี้ ซึ่งผู้ดำเนินงานตลาดเช่าเหมาเรือมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องแจ้งถึงประโยชน์ต่างๆ ที่ผู้เข้าร่วมตลาดจะได้ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้มีอุปสงค์และอุปทานมากเพียงพอที่จะดึงดูดให้ฝ่ายต่างๆ เข้ามาร่วมมือกันในตลาดแห่งนี้ และนายหน้าซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในตลาดแห่งนี้ ควรที่จะคัดสรรคุณภาพของนายหน้า โดยการจัดให้มีการอบรม และสอบเป็นนายหน้าเช่าเหมาเรือของตลาดแห่งนี้ เพื่อให้ทุกฝ่ายมีความมั่นใจ

จากการสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนที่ไม่สนใจในการเข้าร่วมตลาด หรือสนใจในค่าความสนใจที่น้อยมีผลมาจากการไม่ต้องการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าขายเดิมที่เคยถือปฏิบัติมาในเงื่อนไข FOB ซึ่งในกรณีนี้หากมีการชี้แจงให้เห็นถึงความสำคัญของการขายสินค้าภายใต้เงื่อนไข CFR ซึ่งจะเป็นการช่วยพัฒนาของเรือไทย อีกทั้งยังมีประโยชน์ต่อผู้ส่งออกในด้านส่วนต่างของค่าระวางเรือแล้ว และการจัดหาเรือโดยมีตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทยคอยช่วยเหลืออยู่นั้นไม่ได้เป็นเรื่องยุ่งยากอย่างที่คาดหมายไว้ ก็จะทำให้ความสนใจในการเข้าร่วมตลาดมีมากขึ้น

ในปัจจุบันที่การสื่อสารเป็นไปอย่างสะดวก เจ้าของเรือและเจ้าของสินค้า สามารถติดต่อหาสินค้า และหาเรือได้จากทุกมุมโลก โดยไม่มีความจำเป็นที่ต้องยึดติดกับข้อจำกัดด้านภูมิภาคนั้น มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทยต้องสร้างความโดดเด่นที่ดึงดูดให้ผู้ให้บริการมีความสนใจมาเข้าร่วมในตลาด ซึ่งนอกจากการให้บริการด้านข้อมูลความรู้เรื่องการเช่าเหมาเรือแล้ว ตลาดเช่าเหมาเรือแห่งนี้อาจมีการเสนอประกันคุ้มครองสำหรับความเสียหายที่

เกิดขึ้นจากการผิดสัญญาของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในระหว่างคู่สัญญาที่เป็นสมาชิกด้วยกัน จะช่วยให้ผู้เข้าร่วมซื้อขายในตลาดมีความมั่นใจถึงความน่าเชื่อถือของคู่ค้าด้วยกัน และมีความยินดีจะเข้าร่วมในตลาดมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้การจัดตั้งบริษัทกลางในการจัดซื้อสินค้า (Trading Company) ของประเทศไทยเองนั้น จะช่วยลดการขายสินค้าผ่านไปยังบริษัทกลางจัดซื้อสินค้าที่เป็นสัญชาติอื่นๆ ซึ่งนิยมใช้กองเรือสัญชาติของตนลงได้ ทำให้กองเรือไทยมีโอกาที่จะได้รับการพัฒนา และเสริมศักยภาพกองเรือให้ดียิ่งขึ้น

อย่างไรก็ดีผู้วิจัยพบว่ามีความเป็นไปได้ในการเปิดดำเนินการตลาดเช่าเหมาเรือในประเทศไทย เนื่องจากผู้มีส่วนร่วมในตลาดให้ความสนใจที่จะเข้าร่วมซื้อขายในตลาด แต่ปัญหาเร่งด่วนของการเช่าเหมาเรือในประเทศไทยในขณะนี้ เกิดจากการขาดการพัฒนาบุคลากรที่ขึ้นมารองรับ และผู้ที่มีความรู้ก็มีอยู่อย่างจำกัด ทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ เกิดความไม่แน่ใจที่จะทำการจัดหาเรือเอง จึงผลักราะความรับผิดชอบไปยังผู้ซื้อ จึงทำให้ไม่สามารถจัดหาเรือได้เอง ในขณะที่เจ้าของเรือก็ไม่สามารถเสนอการขนส่งได้ เพราะผู้ตัดสินใจอยู่ที่ต่างประเทศ จึงไม่เกิดการเช่าเหมาเรือขึ้นที่ประเทศไทยเท่าที่ควร ดังนั้นหากต้องการจะเปิดตลาดเช่าเหมาเรือในประเทศไทย จึงควรเริ่มจากการเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรก่อน จากนั้นจึงเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์ของการเข้าร่วมซื้อขายในตลาด และท้ายที่สุดจึงทำการเปิดดำเนินการตลาดในรูปแบบข้างต้นที่ได้นำเสนอไปข้างต้น

### 5.3 ข้อจำกัดของการวิจัย

การสำรวจข้อมูลในครั้งนี้ ใช้วิธีออกแบบสอบถามไปยังผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาดเช่าเหมาเรือ อันได้แก่ เจ้าของสินค้า เจ้าของเรือ และนายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ ซึ่งจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่มมีอยู่อย่างจำกัด จึงทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างในจำนวนที่ไม่มากนัก และไม่สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในรูปแบบอื่นๆ เช่น Regression Analysis เป็นต้น

### 5.4 ข้อเสนอแนะด้านการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะไปยังปัจจัยในการเข้าร่วมตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย ซึ่งได้ข้อสรุปคือปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมตลาด และโอกาสที่จะจัดตั้งตลาดแห่งนี้ขึ้นมาได้ เนื่องจากผู้มีส่วนร่วมในตลาดเช่าเหมาเรือให้ความสนใจกับตลาดแห่งนี้ แต่

อย่างไรก็ดีผู้วิจัยพบว่ายังมีประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่อง และเหมาะแก่การทำการศึกษานในอนาคตดังต่อไปนี้

1. การศึกษาเงื่อนไขการค้า (Incoterm) ที่เหมาะสม และเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจพาณิชย์นาวีของไทย
2. แนวทางในการพัฒนา และสร้างมาตรฐานนายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือในประเทศไทย
3. กิจกรรมการเช่าเหมาเรือควรเป็นกิจกรรมที่ดำเนินการในบริษัท หรือจัดหาบริษัทภายนอกจัดการให้ เพื่อให้องค์กรได้ประโยชน์อย่างสูงสุด

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

กมลชนก สุทธิวาทนฤพุดิ. กลยุทธ์บริหารธุรกิจการขนส่งทางเรือ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: พับลิคโฟโต้และโฆษณา, 2547.

ชัยวุฒิ ชัยพันธุ์. หลักและทฤษฎีเศรษฐศาสตร์พื้นฐาน. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

โทรีเซนไทย เอเยนต์ซีส์ บมจ. รายงานประจำปี 2550. กรุงเทพมหานคร: (ม.ป.ท.), 2550.

ประพันธ์ เสวตนันท์ และไพศาล เล็กอุทัย. หลักเศรษฐศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ฝ่ายวิจัยสินค้าบริการ กองวิจัยสินค้า และการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. รายงานการศึกษาวิเคราะห์เรื่องศูนย์ของระวางเรือและรวบรวมสินค้า. 2535.

วิศิษฎ์ภู สุวรรณพันธ์มณี. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการชายเทอมซีเอฟอาร์ : กรณีการส่งออกข้าวบรรจุกระสอบ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการด้านโลจิสติกส์ (สหสาขาวิชา) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

วันเพ็ญ ไกรเกียรติสกุล. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าระวางการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ : กรณีศึกษาเส้นทางไทย-เชียงใหม่ และเส้นทางไทย-สิงคโปร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.

สมาชิกสมาคมเจ้าของเรือไทย [ออนไลน์]. 2551. แหล่งที่มา: <http://www.thaishipowners.com>  
[31 สิงหาคม 2551]

### ภาษาอังกฤษ

Alan E. Branch. Economics of Shipping Practice and Management. 2<sup>nd</sup> Edition. London : Chapman & Hall, 1988.

Bill Allen. The Baltic Exchange. Education & Training. (March 1980) : 90-91.

David Ng. Introduction to Shipping & Chartering Workshop on Shipping and Logistics, Hanoi, May 2007

Donald F. Wood, and others. International Logistics. 2<sup>nd</sup> Edition. USA : AMACOM, 2002.

- Frank Teeuwen. Introduction to Shipping & Chartering Workshop on Shipping and Logistics, Ho Chi Minh City, April 2008
- General Information [Online]. 2008. Available from: <http://www.balticexchange.com>  
[2008, September 15]
- J.E. Hyde. Dry Bulk Market Outlook 2006. U.K.
- James R. Stock, and Douglas M. Lambert. Strategic Logistics Management. 4<sup>th</sup> Edition. Singapore : McGraw-Hill Higher Education, 2001.
- John Parker. Baltic's Last Stand?. Traffic World. 30 (July 2001) : 40-41.
- Martin Stopford. Maritime Economics. 2nd Edition. Great Britain : TJ International, 2002.
- Nick Collins. The Essential Guide to Chartering and the Dry Freight Market. England : Halstan, 2000.
- Norman J. Lopez. Bes' Chartering and Shipping Terms. 11<sup>th</sup> Edition. London : Baker & Howard, 1992.
- William V. Packard. Trading. 6th Edition. Sea-Trading Volume 3. Great Britain : Fairplay Publications, 2000.

ภาคผนวก

### ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม เรื่องความสนใจในการเข้าร่วมซื้อขาย  
ในตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย

**แบบสอบถาม****เรื่อง ความสนใจในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย**

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความสนใจของท่านในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย โดยผู้ทำการวิจัยมีแนวคิดที่จะจัดตั้งตลาดเช่าเหมาเรือของประเทศไทย เพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารการเช่าเหมาเรือ และส่งเสริมให้มีเกิดการตกลงในสัญญาเช่าเหมาเรือที่ประเทศไทย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  $\surd$  ลงในช่อง ( ) หรือเติมข้อความในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

## 1. ประเภทของธุรกิจ

- ( ) ผู้ส่งออก (ระบุชนิดสินค้า).....
- ( ) เจ้าของเรือ (ระบุสัญชาติของเรือ).....
- ( ) นายหน้าทำสัญญาเช่าเหมาเรือ

## 2. ระดับการปฏิบัติงาน

- ( ) เจ้าของกิจการ
- ( ) ผู้บริหารระดับสูง
- ( ) ผู้บริหารระดับกลาง / ผู้จัดการ
- ( ) พนักงานปฏิบัติการ / ตัวแทนฝ่ายขาย / เจ้าหน้าที่ส่งออก

## 3. ระดับการศึกษา

- ( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ( ) ปริญญาตรี
- ( ) สูงกว่าปริญญาตรี



4. ความถี่ของปริมาณการขนส่งในแต่ละครั้ง (สำหรับผู้ส่งออกเท่านั้น)
- ต่ำกว่า 1000 ต้นต่อครั้ง ร้อยละ .....
- 1001 – 2000 ต้นต่อครั้ง ร้อยละ .....
- 2001 – 5000 ต้นต่อครั้ง ร้อยละ .....
- 5001 – 10000 ต้นต่อครั้ง ร้อยละ .....
- มากกว่า 10000 ต้นต่อครั้ง ร้อยละ .....
5. ความถี่ในการเช่าเหมาเรือ / การปล่อยเรือเช่า / การจับคู่สัญญาเช่าเหมาเรือ (fix) ต่อปี
- ( ) 1-5 ครั้งต่อปี
- ( ) 6-10 ครั้งต่อปี
- ( ) 11-15 ครั้งต่อปี
- ( ) มากกว่า 15 ครั้งต่อปี
6. ปริมาณตันเฉลี่ยต่อการขนส่ง / รับขน / การจับคู่สัญญาเช่าเหมาเรือ (fix) ต่อครั้ง
- ( ) ต่ำกว่า 10000 ต้นต่อครั้ง
- ( ) ระหว่าง 10001 - 20000 ต้นต่อครั้ง
- ( ) ระหว่าง 20000 - 40000 ต้นต่อครั้ง
- ( ) มากกว่า 40000 ต้นต่อครั้ง
7. วิธีการเช่าเหมาเรือ
- ( ) ติดต่อผ่านนายหน้า
- ( ) ติดต่อทางสายเรือ / เจ้าของสินค้า โดยตรง
- ( ) ทั้งสองแบบร่วมกัน กรุณาระบุสัดส่วน การติดต่อผ่านนายหน้า ร้อยละ .....
- ติดต่อโดยตรงกับเจ้าของเรือ หรือ เจ้าของสินค้า ร้อยละ .....
8. ท่านเคยใช้บริการผ่านตลาดแลกเปลี่ยนบอลติกหรือไม่
- ( ) เคย กรุณาระบุจำนวนครั้งในการติดต่อในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา .....
- ( ) ไม่เคย เพราะ .....
9. กรุณาระบุตลาด หรือ ช่องทางอื่นๆ ที่ท่านเคยทำสัญญาเช่าเหมาเรือ เช่น เว็บไซต์ สมาคม เป็นต้น
- .....
- .....


ตอนที่ 2 ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเช่าเหมาเรือ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างทางขวามือของแต่ละข้อ ตามความรู้และความเข้าใจของท่าน (กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ)


ความเข้าใจของท่าน	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ
1. การเช่าเหมาเรือสามารถทำได้ทั้งระหว่างเจ้าของเรือและเจ้าของสินค้า และระหว่างเจ้าของเรือและเจ้าของเรือ			
2. ความรับผิดชอบในการจัดหาเรือขึ้นอยู่กับสัญญาการซื้อขายสินค้า			
3. การเช่าเหมาเรือมีสองประเภทคือ การเช่าเหมาเรือรายเที่ยว และการเช่าเหมาเรือตามระยะเวลา			
4. การเช่าเหมาเรือสามารถทำได้เฉพาะสินค้าเทกองแห่งเท่านั้น			
5. ตลาดแลกเปลี่ยนบอลติกเป็นศูนย์กลางการเช่าเหมาเรือแห่งเดียวของโลก			
6. การเช่าเหมาเรือทุกครั้งต้องผ่านนายหน้าในธุรกิจเช่าเหมาเรือเท่านั้น			
7. BIFFEX คือสมาคมนายหน้าเช่าเหมาเรือระหว่างประเทศ			
8. GENCON และ NYPE ต่างก็เป็นรูปแบบมาตรฐานของสัญญาเช่าเหมาเรือ			
9. Disponent Owner คือ เจ้าของผู้ครอบครองเรือที่ได้มาจากการเช่าเหมาเรือชนิดเรือเปล่า			
10. สินค้าเกษตร เช่น ข้าว เป็น 1 ใน 5 ของสินค้าเทกองหลักของโลก			

ตอนที่3 ความสนใจในการเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเช้าเหมาเรือ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย  $\checkmark$  หรือ X บนตัวเลขทางขวามือของแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงระดับเดียว ตั้งแต่ระดับ 1 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจน้อย จนถึง ระดับ 5 มีผลต่อการตัดสินใจมาก และทำเครื่องหมาย  $\checkmark$  ลงในช่อง ( ) หรือเติมข้อความในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. ด้านอุปสงค์และอุปทาน	น้อย  มาก				
	1	2	3	4	5
1.1 ปริมาณสินค้าในตลาด (demand) <u>คำอธิบาย</u> ปริมาณสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด	1	2	3	4	5
1.2 ความหลากหลายของชนิดสินค้า (demand) <u>คำอธิบาย</u> ความหลากหลายของชนิดสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด	1	2	3	4	5
1.3 ปริมาณระวางสินค้าในตลาด (supply) <u>คำอธิบาย</u> ปริมาณระวางสินค้าของเรือ (space) ในตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด	1	2	3	4	5
1.4 ความหลากหลายของเส้นทางเดินเรือ (supply) <u>คำอธิบาย</u> ความหลากหลายของเส้นทางเดินเรือที่พร้อมให้บริการในตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด	1	2	3	4	5
1.5 ความหลากหลายของประเภทเรือ (supply) <u>คำอธิบาย</u> ความหลากหลายของประเภทเรือในตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด	1	2	3	4	5
1.6 ความหลากหลายของขนาดเรือ (supply) <u>คำอธิบาย</u> ความหลากหลายของขนาดเรือในตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด	1	2	3	4	5
1.7 จำนวนนายหน้าเช้าเหมาเรือ <u>คำอธิบาย</u> จำนวนนายหน้าเช้าเหมาเรือในตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด	1	2	3	4	5

1.8 คุณภาพของนายหน้าเช่าเหมาเรือ <u>คำอธิบาย</u> คุณภาพของนายหน้าเช่าเหมาเรือในตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด เช่น ประสิทธิภาพ ผลงาน เป็นต้น	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---


2. การสื่อสารภายในตลาด	น้อย  มาก				
2.1 รูปแบบการซื้อขายภายในตลาด <u>คำอธิบาย</u> รูปแบบซื้อขายภายในตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด เช่น การพบปะกันในตลาด ซื้อขายผ่านนายหน้า เป็นต้น	1	2	3	4	5
2.2 การเปิดเผยข้อมูลในตลาด <u>คำอธิบาย</u> การเปิดเผยข้อมูลในตลาด เช่น ชื่อเจ้าของสินค้า รายละเอียดของสินค้า มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด	1	2	3	4	5

### 2.ก วิธีการซื้อขายที่เหมาะสม

- ( ) เจ้าของเรือ และเจ้าของสินค้าติดต่อกันโดยตรง  
( ) ติดต่อกันผ่านนายหน้าเช่าเหมาเรือ

### 2.ข รูปแบบการซื้อขายที่เหมาะสม


- ( ) พบปะกันในตลาด (Floor Trade)  
( ) ซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต / โทรศัพท์ / โทรสาร  
( ) ทั้งสองรูปแบบร่วมกัน  
( ) อื่นๆ (ระบุ) .....


3. การดำเนินงาน	น้อย  มาก				
3.1 รูปแบบของการดำเนินงานในตลาด <u>คำอธิบาย</u> รูปแบบของการดำเนินงานในตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด เช่น รูปแบบสมาคม บริษัทร่วมทุน เป็นต้น	1	2	3	4	5


### 3.ก รูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสม

- ( ) จัดตั้งเป็นองค์กรเอกชน
- ( ) ดำเนินงานและบริหารโดยสมาชิก
- ( ) เป็นส่วนหนึ่งของภาครัฐ (ระบุหน่วยงาน) .....
- ( ) ดำเนินงานภายใต้ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน (ระบุหน่วยงานภาครัฐ)
- .....
- ( ) ดำเนินงานภายใต้สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือ
- ( ) อื่นๆ (ระบุ) .....

4. ค่าธรรมเนียม	น้อย  มาก				
4.1 ค่าสมาชิก <u>คำอธิบาย</u> การเก็บค่าสมาชิกในการเข้าร่วมตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายใน ตลาด	1	2	3	4	5
4.1.1 ค่าสมาชิก 30,000บาทต่อปี	1	2	3	4	5
4.1.2 ค่าสมาชิก 20,000บาทต่อปี	1	2	3	4	5
4.1.3 ค่าสมาชิก 10,000บาทต่อปี	1	2	3	4	5
4.2 ค่านายหน้า (commission) <u>คำอธิบาย</u> การเก็บค่านายหน้า (commission)ต่อการทำสัญญาเช่าเหมาเรือหนึ่งครั้งมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด	1	2	3	4	5
4.2.1 ค่านายหน้า (commission) 2.5%	1	2	3	4	5
4.2.2 ค่านายหน้า (commission) 1.25%	1	2	3	4	5
4.2.3 ค่านายหน้า (commission) 0.63%	1	2	3	4	5

5. บริการด้านข้อมูล	น้อย  มาก				
5.1 บริการข้อมูลด้านดัชนีราคาเช่าเหมาเรืออ้างอิง <u>คำอธิบาย</u> บริการข้อมูลด้านดัชนีราคาเช่าเหมาเรืออ้างอิงมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด	1	2	3	4	5
5.2 บริการข้อมูลด้านรายงานการเช่าเรือ (fixture list) <u>คำอธิบาย</u> บริการข้อมูลด้านรายงานการเช่าเรือ (fixture list) มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด	1	2	3	4	5
5.3 บริการให้คำแนะนำด้านสัญญาเช่าเหมาเรือ <u>คำอธิบาย</u> บริการให้คำแนะนำด้านสัญญาเช่าเหมาเรือมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด	1	2	3	4	5
5.4 บริการให้คำปรึกษาด้านการเช่าเหมาเรือ <u>คำอธิบาย</u> บริการให้คำปรึกษาด้านการเช่าเหมาเรือมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด เช่น ข้อตกลงการเช่าเหมาเรือ เป็นต้น	1	2	3	4	5

6. บริการอื่นๆ	น้อย  มาก				
6.1 บริการบริหารกองเรือ (Fleet Management) <u>คำอธิบาย</u> บริการด้านการบริหารกองเรือมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด	1	2	3	4	5
6.2 บริการบริหารเรือ (Ship Management) <u>คำอธิบาย</u> บริการด้านการบริหารเรือมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด	1	2	3	4	5
6.3 บริการบริหารลูกเรือ (Crew Management) <u>คำอธิบาย</u> บริการด้านการบริหารลูกเรือมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด	1	2	3	4	5
6.4 บริการบริหารตู้คอนเทนเนอร์ (Container Management) <u>คำอธิบาย</u> บริการด้านการบริหารคอนเทนเนอร์มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาด	1	2	3	4	5

7. ความห่วงกังวล	น้อย  มาก				
7.1 เงื่อนไขในการเช่าเรือ <u>คำอธิบาย</u> เงื่อนไขในการเช่าเรือมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมซื้อขาย ในตลาด เช่น เงื่อนไขในการขนถ่ายสินค้า (FIO, FLT) เงื่อนไขในการคำนวณ laytime เป็นต้น	1	2	3	4	5

8. หากมีการเปิดตลาดเช่าเหมาเรือขึ้นในประเทศไทย ท่านมีความสนใจเข้าร่วมตลาดมากน้อยเพียงใด

( ) สนใจ

กรุณาระบุค่าความสนใจ ..... (น้อยที่สุด = 1 ←————→ 100 = มากที่สุด)

( ) ไม่สนใจ

9. ท่านสนใจ / ไม่สนใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาดเนื่องจาก

.....

.....

.....

.....

10. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

===== ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างสูง =====

**ภาคผนวก ข**

อัตราค่าธรรมเนียมในการเข้าร่วมตลาดบอลติก





## Membership and freight market information access levels

Category	Benefits
Basic membership	Membership directory entry, lobbying support, publications, use of Baltic facilities, password to members area of <a href="http://www.balticexchange.com">www.balticexchange.com</a> (no freight market information).
Level 1	Access to headline freight market information - Baltic Dry, Capesize, Panamax, Supramax, Dirty Tanker, Clean Tanker indices and Dry market fixture list.
Level 2	Access to detailed freight market information - route rates, fixture and rate archive search, market reports, index alerts, mark-to-market FFA prices. <b>USE RESTRICTED TO WITHIN COMPANY.</b>
Level 3	Access to all freight market information for distribution to clients after 1700hrs (London).

### Rates

Subscriptions Year to 31 March 2010	UK		NON-UK	
	Basic £	FFA £	Basic £	FFA £
Sole Trader No Freight Market Information	580	n/a	520	n/a
Sole Trader	925	3,890	835	3,800
<b>Corporate Member with:</b>				
between 2 and 4 Relevant Employees	2,085	5,050	1,875	4,840
between 5 and 9 Relevant Employees	3,260	6,225	2,935	5,900
between 10 and 19 Relevant Employees	5,585	8,550	5,025	7,990
between 20 and 49 Relevant Employees	11,640	14,605	10,475	13,440
50 or more Relevant Employees	23,290	26,255	20,960	23,925
<b>Social Member</b>				
Corporate (up to 4 nominated people)	2,285	n/a	n/a	n/a
Individual	570	n/a	n/a	n/a
<b>Retired Member</b>				
	25	n/a	25	n/a

<b>Freight Market Information – Members</b>	<b>Level 1 £</b>	<b>Level 2 £</b>	<b>Level 3 £</b>
Sole Trader	160	1,995	1,995
<b>Corporate Member with:</b>			
between 2 and 4 Relevant Employees	395	1,995	2,260
between 5 and 9 Relevant Employees	465	1,995	2,660
between 10 and 19 Relevant Employees	465	2,390	3,060
between 20 and 49 Relevant Employees	465	2,790	3,455
50 or more Relevant Employees	465	2,790	3,455

<b>Freight Market Information - Non-Members</b>				
Number of passwords issued to the Subscriber	1st	2nd	3rd	Subsequent passwords
	£3,250	£540	£540	£270

### **ALL PRICES ARE SUBJECT TO UK VAT WHERE RELEVANT**

Relevant employees are defined as shipbrokers, commodity traders, employees engaged in trading in financial instruments and derivatives and such other employees of a member engaged in a relevant business as the Board shall in its absolute discretion determine

### **Reduced rates for freight market data**

Baltic Exchange members receive reduced rates for accessing all Baltic freight market products.

The Baltic is the world's only provider of high quality, independent freight market information covering the dry and wet markets. The range of data produced includes:

- Seven daily wet and dry indices
- More than 50 separate route assessments
- Settlement prices
- Mark-to-market information
- Four dry cargo reports
- Baltic Sale & Purchase assessments
- Daily dry cargo fixture list

- Searchable fixture database
- LPG route assessments
- Historical index and route rate database
- Charting facilities
- Downloadable raw data

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาววราภรณ์ จินตนาควิชัย เกิดเมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2521 ที่จังหวัด นครราชสีมา สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการบริหารการขนส่งระหว่าง ประเทศ จากคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อปีการศึกษา 2541 หลังจากนั้นได้เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการด้านโลจิสติกส์ คณะบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2550 ปัจจุบันทำงานในตำแหน่ง Marketing Executive บริษัท ไอ เอส เอส โทริเซน เอเยนซีส์ จำกัด