



**สมาคมชิปปิ้งแห่งประเทศไทย**  
THE CUSTOMS BROKER AND TRANSPORTATION  
ASSOCIATION OF THAILAND (CTAT)

## รายงานฉบับสมบูรณ์

### โครงการสำรวจ

พฤติกรรมการใช้บริการตัวแทนออกของ  
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของ และความต้องการ

โดย ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB)

เสนอ สมาคมชิปปิ้งแห่งประเทศไทย  
กุมภาพันธ์ 2562





สมาคมชิปปิ้งแห่งประเทศไทย  
THE CUSTOMS BROKER AND TRANSPORTATION  
ASSOCIATION OF THAILAND (CTAT)

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการสำรวจ  
พฤติกรรมการใช้บริการตัวแทนออกของ  
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของ และความต้องการ

โดย ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB)

เสนอ สมาคมชิปปิ้งแห่งประเทศไทย  
กุมภาพันธ์ 2562



## บทนำ

นับตั้งแต่กรมศุลกากรได้เปลี่ยนแปลงระบบพิธีการศุลกากรจากเดิมไปเป็นระบบพิธีการศุลกากรอิเล็กทรอนิกส์แบบEDI ในปี 2542 และเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเลือกดำเนินพิธีการด้วยตนเองหรือใช้บริการของตัวแทนออกของ(ชิปปิ้ง) เป็นจุดเริ่มต้นที่ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพจะลดการพึ่งพาตัวแทนออกของของการใช้บริการของเคาน์เตอร์เซอร์วิส จำนวนตัวแทนออกของที่มีมากขึ้น รวมทั้งธุรกิจข้ามชาติขนาดใหญ่ที่เข้ามาธุรกิจ ตลาด ล้วนทำให้ผู้ประกอบการมีอำนาจต่อรองเหนือชิปปิ้งมากกว่าแต่ก่อน การศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ และเหตุผลในการใช้บริการของผู้ประกอบการ จะช่วยทำให้ตัวแทนออกของ “รู้เขาและรู้เรา” เพื่อปรับเปลี่ยนตัวเองและยกระดับมาตรฐานการทำงานให้สนองความต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีความคาดหวังสูง ต้องสะดวก รวดเร็ว และไม่ยุ่งยาก

นับเป็นครั้งแรกในประเทศไทยที่มีการศึกษาวิจัยเพื่อให้รู้ถึงพฤติกรรมการใช้บริการตัวแทนออกของของผู้ประกอบการ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของ และความต้องการของผู้ประกอบการ สมาคมชิปปิ้งแห่งประเทศไทยหวังว่า ผลการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อสมาคม สมาชิกสมาคม และบุคคลในวงการตัวแทนออกของ(ชิปปิ้ง)ทั้งหลาย ในการนำไปวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและปรับปรุงมาตรฐานการให้บริการของตัวแทนออกของ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและสามารถแข่งขันได้ดีขึ้น

สมาคมชิปปิ้งแห่งประเทศไทยขอขอบคุณ กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ สมาคมผู้นำเข้าและผู้ส่งออกระดับมาตรฐานเออีโอ สมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA) และสมาคมตัวแทนขนส่งสินค้าทางอากาศไทย (TATA) ที่ได้กรุณาสับสนุนฐานข้อมูลรายชื่อประชากรเป้าหมาย ขอขอบคุณท่านผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าร่วมให้ข้อมูลและแสดงความคิดเห็น และขอบคุณศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาระบบและธุรกิจที่ได้ช่วยดำเนินโครงการจนสำเร็จตามเป้าหมายภายในระยะเวลาที่ต้องการ

สมาคมชิปปิ้งแห่งประเทศไทย

มีนาคม 2562

## บทสรุปผู้บริหาร

โครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการตัวแทนออกของ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของ และความต้องการ มุ่งสำรวจพฤติกรรมการดำเนินพิธีการศุลกากรของผู้ประกอบการ การใช้บริการและปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกใช้บริการชิปปิ้ง ความพึงพอใจ ตลอดจนปัญหาและข้อจำกัดจากการใช้บริการ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก และเอเยนต์ ในช่วงเดือนมกราคม 2562 จำนวนทั้งสิ้น 458 ตัวอย่าง ผลการศึกษาสรุปสาระสำคัญพอสังเขปได้ดังนี้

### พฤติกรรมของการดำเนินพิธีการศุลกากรนำเข้าส่งออก

- กว่า 3 ใน 4 ใช้บริการชิปปิ้ง โดยมาจากกลุ่มนำเข้า-ส่งออก เป็นส่วนใหญ่
- ในกลุ่มที่ไม่ใช้ชิปปิ้ง เหตุผลหลักคือบริษัทมีแผนกชิปปิ้ง หรือมีบุคลากรที่ชำนาญดำเนินการได้เอง
- ในกลุ่มที่ใช้ชิปปิ้ง เลือกใช้เพราะบริการครบวงจรเบ็ดเสร็จเป็นสำคัญ

#### เฉพาะตัวอย่างที่ดำเนินพิธีการศุลกากรด้วยตัวเองทั้งหมด

กว่าร้อยละ 80 ยังไม่เคยใช้บริการชิปปิ้งมาก่อน เหตุผลหลักมาจากบริษัทมีแผนกชิปปิ้ง หรือมีบุคลากรที่ชำนาญดำเนินการได้เอง และดำเนินการเองสะดวก รวดเร็วกว่า ปัจจัยหลักที่จะทำให้สนใจใช้บริการของชิปปิ้ง ได้แก่ ชิปปิ้งให้บริการครบวงจรเบ็ดเสร็จ และมีความเชี่ยวชาญ ให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มนี้มีอยู่ครึ่งหนึ่งที่ไม่ว่าอย่างไรก็ไม่ต้องการใช้บริการชิปปิ้ง เพราะมีแผนกชิปปิ้ง หรือมีบุคลากรที่ชำนาญดำเนินการได้เอง รวมถึงจัดตั้งบริษัทตัวแทนออกของ (ชิปปิ้ง) เอง

#### เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน

ภาพรวมใช้บริการชิปปิ้งมาแล้วเฉลี่ยประมาณ 12 ปี โดยมีทั้งใช้หลายรายมาตลอด และใช้รายเดียวมาตลอด นอกจากนี้ ยังพบว่ากว่าครึ่งมีการเปลี่ยนชิปปิ้งบ้าง ถ้าจำเป็น หรือนานๆ ที แต่ก็มีกว่า 1 ใน 3 ที่ใช้บริการชิปปิ้งรายเดิมมาโดยตลอด ปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกใช้ชิปปิ้ง ได้แก่ 1) บริการครบวงจรเบ็ดเสร็จ 2) มีความเชี่ยวชาญ ให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ 3) การดำเนินพิธีการได้รวดเร็ว ราบรื่น และ 4) ค่าบริการเหมาะสม

### ความพึงพอใจ ความต้องการ ปัญหาและข้อจำกัดจากการใช้บริการตัวแทนออกของ (ชิปปิ้ง)

- บริการที่ลูกค้าได้รับจริง ยังไม่มีประเด็นใดที่สามารถตอบสนองได้ตามระดับความคาดหวัง แต่ก็อยู่ในระดับที่ผู้ใช้บริการยอมรับได้ ไม่กระทบต่อความพึงพอใจ
- ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ “มากที่สุด”
- การทำงานล่าช้า เป็นปัญหาและข้อจำกัดสำคัญที่สุดของการใช้บริการ

### เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน

ตัวอย่างมีความคาดหวังต่อบริการอยู่ในระดับ “มากที่สุด” ทุกประเด็นที่นำมาศึกษา ส่วนบริการที่ได้รับจริง อยู่ในระดับ “มาก-มากที่สุด” ช่องว่างที่เกิดขึ้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกประเด็น แสดงว่าบริการที่ได้รับจริงยังไม่มีประเด็นใดที่ตอบสนองได้ตามระดับความคาดหวัง

อย่างไรก็ดี ผลการสำรวจความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการชิปปิ้ง ทั้งภาพรวม และจำแนกรายกลุ่ม ต่างอยู่ในระดับ “มากที่สุด” แสดงว่าแม้จะยังตอบสนองตามระดับความคาดหวังไม่ได้เต็มที่ แต่ก็อยู่ในระดับที่ผู้ใช้บริการยอมรับได้ โดยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจประกอบด้วย 1) มีความเชี่ยวชาญด้านพิธีการ 2) งานคุณภาพ ถูกต้องตามระเบียบ 3) มีการรายงานความคืบหน้า และ 4) มีสาขาบริการตามด้านทั่วภูมิภาคตามลำดับ

การให้บริการของชิปปิ้ง ควรครอบคลุมบริการ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) พิธีการศุลกากร 2) ตรวจสอบเอกสาร 3) ขอบใบอนุญาต 4) ให้คำแนะนำสิทธิประโยชน์ทางภาษี และ 5) จัดหารถขนส่งสินค้าในประเทศสำหรับปัญหาและข้อจำกัดในการใช้บริการชิปปิ้ง ภาพรวม พบว่า 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) ชิปปิ้งทำงานล่าช้า 2) ชิปปิ้งไม่เชี่ยวชาญพอ/ ไม่รู้ระเบียบ พิภตภาษี 3) แจ้งข้อมูลไม่ตรง/ ทำงานผิดพลาด 4) ชิปปิ้งไม่ใส่ใจบริการ/ ไม่รักษาสหทธิประโยชน์ให้ลูกค้า/ ทำงานไม่เรียบร้อย และ 5) ไม่อัปเดตการทำงาน แจ้งข้อมูลล่าช้า

### อภิปรายผล

1. กลุ่มลูกค้าหลักของตัวแทนออกของ (ชิปปิ้ง) คือ กลุ่มนำเข้า-ส่งออก ซึ่งมีการใช้บริการชิปปิ้งในการดำเนินพิธีการศุลกากร ในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มเอเย่นต์อย่างชัดเจน

2. ความสามารถในการดำเนินพิธีการศุลกากรได้เองของกลุ่มลูกค้า เป็นเหตุผลหลักที่ทำให้ลูกค้าไม่ได้ใช้บริการชิปปิ้ง ซึ่งกลุ่มที่ไม่ได้ใช้ส่วนใหญ่ยังไม่เคยใช้มาก่อน ประเด็นสำคัญจึงไม่ใช่ไม่พอใจแล้วเลิกใช้บริการ

3. กลุ่มที่ไม่ได้ใช้บริการชิปปิ้งในปัจจุบัน และยังไม่เคยใช้มาก่อน สามารถเปลี่ยนใจให้สนใจมาใช้บริการได้ โดยปัจจัยสำคัญ 3 ประการที่จะช่วยส่งเสริม ได้แก่ 1) การให้บริการครบวงจรเบ็ดเสร็จ 2) การมีความเชี่ยวชาญ ให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ และ 3) การมีความรู้และประสบการณ์ สามารถออกของได้สะดวก รวดเร็ว

4. กลุ่มที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน มีพฤติกรรมการใช้บริการชิปปิ้งไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงมากนัก โดย 3 ปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกใช้บริการชิปปิ้ง ยังคงเป็นลักษณะเดียวกับข้างต้น

5. ลูกค้ามีความคาดหวังสูงมาก ในขณะที่การบริการที่ได้รับจริงยังไม่มีประเด็นใดสามารถตอบสนองได้ตามระดับความคาดหวัง อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ไม่กระทบต่อความพึงพอใจโดยรวม

6. ความพึงพอใจโดยรวมจะลดลง หากการให้บริการลดคุณภาพลงใน 4 ประการ ประกอบด้วย 1) มีความเชี่ยวชาญด้านพิธีการ 2) งานคุณภาพ ถูกต้องตามระเบียบ 3) มีการรายงานความคืบหน้า และ 4) มีสาขาบริการตามด้านทั่วภูมิภาค

7. ปัญหาและข้อจำกัดในการใช้บริการชิปปิ้ง ส่วนใหญ่เกิดจากการทำงานของชิปปิ้งเอง ทั้งด้านความล่าช้า ไม่เชี่ยวชาญพอ การทำงานผิดพลาด การไม่ใส่ใจบริการ ไม่ติดตามงาน และไม่อัปเดตการทำงาน

### ข้อเสนอแนะ

1. การพัฒนาปรับปรุงการให้บริการชิปปิ้งที่สำคัญประกอบด้วย 3 แนวทาง ประการแรก ชิปปิ้งจะต้องมีบริการครบวงจรเบ็ดเสร็จ โดยควรครอบคลุมการให้บริการพิธีการศุลกากร การตรวจสอบเอกสาร การขอใบอนุญาต การให้คำแนะนำสิทธิประโยชน์ทางภาษี และการจัดการขนส่งสินค้าในประเทศ ประการที่สอง ชิปปิ้งจะต้องมีความเชี่ยวชาญ ให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ และประการที่สาม ชิปปิ้งจะต้องสามารถดำเนินพิธีการ ออกของได้โดยสะดวก รวดเร็ว และราบรื่น

จากข้างต้น ประการแรก เป็นสิ่งที่ตัวแทนออกของ (ชิปปิ้ง) ต่างๆ จะพิจารณาขยายการให้บริการหรือหาพันธมิตรเครือข่ายในเชิงธุรกิจ เพื่อให้สามารถดำเนินการได้ครบวงจรเบ็ดเสร็จ ส่วนประการที่สอง และสาม เป็นสิ่งที่พัฒนาได้ด้วยการเรียนรู้ โดยเฉพาะการเปิดอบรม ซึ่งจำเป็นจะต้องปรับปรุงข้อมูลความรู้ให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

2. ต้องคำนึงถึงความคาดหวังของลูกค้า และพยายามตอบสนองให้ได้ตามความคาดหวัง โดยเฉพาะประเด็นที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ ได้แก่ 1) มีความเชี่ยวชาญด้านพิธีการ 2) งานคุณภาพ ถูกต้องตามระเบียบ 3) มีการรายงานความคืบหน้า และ 4) มีสาขาบริการตามด่านทั่วภูมิภาค

3. ควรพยายามลดปัญหาและข้อจำกัดต่างๆ ที่สำคัญคือ ทำงานด้วยความรวดเร็ว ภายใต้ความละเอียดรอบคอบ ระมัดระวัง ไม่ก่อให้เกิดความผิดพลาด และต้องใส่ใจบริการ เน้นรักษาสิทธิประโยชน์ให้ลูกค้ามากขึ้น

## คำนำ

โครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการตัวแทนออกของ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของ และความต้องการ เป็นโครงการวิจัยที่กำหนดขึ้นโดยสมาคมชิปปิงแห่งประเทศไทย (CTAT) ที่ได้ร่วมกับ ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) ในการกำหนดขอบเขตเนื้อหา การพัฒนาเครื่องมือวัด (แบบสอบถาม) ตลอดจนการจัดเตรียมฐานข้อมูลกลุ่มประชากรเป้าหมาย โดยศูนย์วิจัยฯ ได้สุ่มตัวอย่างและ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการโทรศัพท์สัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก และเอเยนต์ รวมทั้งสิ้น 458 ตัวอย่าง ในช่วงเดือนมกราคม 2562 ดำเนินโครงการภายใต้ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ อย่างเคร่งครัด

ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) นำข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้เข้าสู่กระบวนการจัดการ ข้อมูล วิเคราะห์ประมวลผล และจัดทำเป็นรายงานฉบับนี้ โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง ประกอบกับแผนภาพ แสดงผลการสำรวจ การพรรณนาผล พร้อมกับอภิปรายผล จำแนกออกเป็นส่วนต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งคณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อสมาคมชิปปิงแห่งประเทศไทย (CTAT) และสมาชิกสมาคมฯ ในการนำไปประกอบการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการ ให้สอดคล้องกับ พฤติกรรมการใช้บริการ และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้

ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) ขอขอบคุณสมาคมชิปปิงแห่งประเทศไทย (CTAT) สำหรับการสนับสนุนงบประมาณโครงการ ขอขอบคุณกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ สมาคมผู้นำเข้า และผู้ส่งออกกระดุมมาตรฐานเออีไอ สมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA) และสมาคม ตัวแทนขนส่งสินค้าทางอากาศไทย (TAFAT) สำหรับการสนับสนุนฐานข้อมูลบัญชีรายชื่อประชากรเป้าหมาย และขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าร่วมให้ข้อมูลและแสดงความคิดเห็น คณะผู้วิจัยขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

คณะผู้วิจัย

ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB)

กุมภาพันธ์ 2562

## สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	i
คำนำ	iv
สารบัญ	v
สารบัญตาราง	vi
สารบัญแผนภาพ	vii
<b>บทที่ 1</b>	<b>บทนำ</b>
	ที่มาของโครงการ
	วัตถุประสงค์
	นิยามเชิงปฏิบัติการ
<b>บทที่ 2</b>	<b>ระเบียบวิธีวิจัย</b>
	ระเบียบวิธีวิจัย
	ประชากรเป้าหมาย
	การกำหนดขนาดตัวอย่าง
	การสุ่มตัวอย่าง (Sampling)
	ผลการเก็บรวบรวมข้อมูล
	การสร้างเครื่องมือวัด
	การให้คะแนน และการแปลผล
	การควบคุมคุณภาพ
	การปกปิดข้อมูล และลิขสิทธิ์
<b>บทที่ 3</b>	<b>ผลการศึกษา</b>
	ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
	ตอนที่ 2 พฤติกรรมของการดำเนินพิธีการศุลกากรนำเข้าส่งออก
	ตอนที่ 3 ความพึงพอใจ ความต้องการ ปัญหาและข้อจำกัดจากการใช้บริการตัวแทน ออกของ (ชิปปิง)
<b>บทที่ 4</b>	<b>บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>
	บทสรุป
	อภิปรายผล
	ข้อเสนอแนะ
<b>ภาคผนวก</b>	<b>36</b>



## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	ประเภทการจดทะเบียนผู้ทำธุรกิจนำเข้า และส่งออก	3
2	ผลการเก็บรวบรวมข้อมูล	5
3	เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	8
4	ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	8
5	ประเภทของธุรกิจ	8
6	ทุนจดทะเบียน	9
7	ขนาดธุรกิจ	9
8	ธุรกิจสัญชาติ	10
9	ภูมิภาคที่ตั้งบริษัท	10
10	การใช้บริการตัวแทนออกของ (ชิปปิ้ง) ในการดำเนินพิธีการศุลกากร	11
11	ประสบการณ์การเคยใช้บริการของชิปปิ้งมาก่อน (เฉพาะตัวอย่างที่ดำเนินพิธีการศุลกากรด้วยตัวเองทั้งหมด)	12
12	เหตุผลหลักที่ไม่ต้องการใช้บริการชิปปิ้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ดำเนินพิธีการศุลกากรด้วยตัวเองทั้งหมด)	13
13	ปัจจัยหลักที่ทำให้สนใจใช้บริการของชิปปิ้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ดำเนินพิธีการศุลกากรด้วยตัวเองทั้งหมด คำนวณโดยใช้ร้อยละถ่วงน้ำหนัก)	15
14	เหตุผลหลักที่ไม่สามารถเปลี่ยนใจให้มาใช้บริการชิปปิ้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ดำเนินพิธีการศุลกากรด้วยตัวเองทั้งหมด และระบุว่าไม่ว่าอย่างไรก็ตามต้องการใช้บริการชิปปิ้ง)	17
15	ระยะเวลาที่ใช้บริการชิปปิ้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน)	18
16	จำนวนชิปปิ้งที่ใช้บริการ (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน)	19
17	การเปลี่ยนชิปปิ้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน)	20
18	ปัจจัยหลักที่คำนึงถึงก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการของชิปปิ้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน คำนวณโดยใช้ร้อยละถ่วงน้ำหนัก)	21
19	ค่าเฉลี่ยความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริง (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน)	25
20	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการชิปปิ้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน)	26
21	การวิเคราะห์การถดถอย (Regression) ช่องว่างของความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริง ที่มีผลต่อความพึงพอใจ	27
22	ความคาดหวังต่อลักษณะการให้บริการของชิปปิ้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	28
23	ปัญหาและข้อจำกัดที่พบจากการใช้บริการชิปปิ้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	30

## สารบัญแผนภาพ

แผนภาพ		หน้า
1	การใช้บริการตัวแทนออกของ (ชิปปิ้ง) ในการดำเนินพิธีการศุลกากร	12
2	ประสบการณ์การเคยใช้บริการของชิปปิ้งมาก่อน (เฉพาะตัวอย่างที่ดำเนินพิธีการศุลกากรด้วยตัวเองทั้งหมด)	13
3	เหตุผลหลักที่ไม่ต้องการใช้บริการชิปปิ้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ดำเนินพิธีการศุลกากรด้วยตัวเองทั้งหมด)	14
4	ปัจจัยหลักที่ทำให้สนใจใช้บริการของชิปปิ้ง 5 อันดับแรก (เฉพาะตัวอย่างที่ดำเนินพิธีการศุลกากรด้วยตัวเองทั้งหมด คำนวณโดยใช้ร้อยละถ่วงน้ำหนัก)	16
5	เหตุผลหลักที่ไม่สามารถเปลี่ยนใจให้มาใช้บริการชิปปิ้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ดำเนินพิธีการศุลกากรด้วยตัวเองทั้งหมด และระบุว่าไม่ว่าอย่างไรก็ไม่ต้องการใช้บริการชิปปิ้ง)	17
6	จำนวนชิปปิ้งที่ใช้บริการ (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน)	19
7	การเปลี่ยนชิปปิ้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน)	20
8	ปัจจัยหลักที่คำนึงถึงก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการของชิปปิ้ง 4 อันดับแรก (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน คำนวณโดยใช้ร้อยละถ่วงน้ำหนัก)	22
9	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการชิปปิ้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน)	26
10	ความคาดหวังต่อลักษณะการให้บริการของชิปปิ้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	29
11	ปัญหาและข้อจำกัดที่พบจากการใช้บริการชิปปิ้ง 5 อันดับแรก (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	31

# บทที่ 1

## บทนำ

### ที่มาของโครงการ

สมาคมชิปปิงแห่งประเทศไทย (CTAT) เป็นตัวแทนของผู้ประกอบการอาชีพตัวแทนออกของ และเป็นศูนย์กลางความร่วมมือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของสมาชิก ตลอดจนส่งเสริมปกป้องคุ้มครองสิทธิประโยชน์ที่พึงได้ของสมาชิก นอกจากนี้ ยังมีบทบาทในการส่งเสริมการศึกษา วิจัย และพัฒนาความรู้ความสามารถของสมาชิก เพื่อยกระดับมาตรฐานการประกอบอาชีพตัวแทนออกของให้เป็นสากลก้าวหน้าและทันสมัย

ในการศึกษาวิจัย กล่าวได้ว่า การทำความเข้าใจต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ปัญหา ข้อจำกัด รวมถึงทัศนคติ ความคิดเห็นต่างๆ ถือเป็นประเด็นการศึกษาวิจัยสำคัญที่จะทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้บริการ และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ ในการนี้ สมาคมชิปปิงแห่งประเทศไทย (CTAT) จึงจัดให้มีการดำเนินการ “โครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการตัวแทนออกของ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของ และความต้องการ” ในครั้งนี้ขึ้น โดยร่วมกับ ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) เพื่อดำเนินโครงการตามระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์

### วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อสำรวจพฤติกรรมเคลียร์สินค้า (ดำเนินพิธีการศุลกากร) ของผู้ประกอบการในปัจจุบันว่า ดำเนินการด้วยตัวเอง หรือเลือกใช้บริการตัวแทนออกของ (ชิปปิง) รวมถึงเหตุผลของการที่ตัดสินใจใช้บริการหรือไม่ใช้บริการตัวแทนออกของ (ชิปปิง)
- 2) เพื่อสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการตัวแทนออกของ (ชิปปิง) ปัจจุบัน รวมถึงรูปแบบการเปลี่ยนแปลงการใช้บริการ เช่น จากเดิมเคยใช้บริการตัวแทนออกของ เปลี่ยนมาทำเอง หรือเคยใช้รายเดียว เปลี่ยนมาใช้หลายราย เป็นต้น
- 3) เพื่อสำรวจปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัวแทนออกของ (ชิปปิง) รวมถึงการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการออกของ (ชิปปิง) รายใหม่
- 4) เพื่อสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการในปัจจุบัน ปัญหาและข้อจำกัดที่พบจากการใช้บริการตัวแทนออกของ (ชิปปิง)
- 5) เพื่อสำรวจบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ นอกเหนือจากบริการด้านเคลียร์สินค้า (ดำเนินพิธีการศุลกากร)

## นียมเชิงปฏิบัติการ

- 1) พฤติกรรมการใช้บริการตัวแทนออกของ หมายถึง พฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกันระหว่างผู้ประกอบการแต่ละราย ขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจ ชื่อเสียง ขนาดของกิจการ ทุนจดทะเบียน สัญชาติ บุคคลที่มีอำนาจตัดสินใจ (อายุ เพศ ตำแหน่ง) ฯลฯ
- 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของ หมายถึง ปัจจัยที่ผู้ประกอบการใช้ในการพิจารณาคัดเลือกตัวแทนออกของ เช่น ประสิทธิภาพ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน มาตรฐาน ยี่ห้อ ความน่าเชื่อถือ ราคา ความซื่อสัตย์ มีผู้แนะนำ ฯลฯ
- 3) ความต้องการ หมายถึง ความคาดหวังของผู้ประกอบการที่ต้องการให้บริการของตัวแทนออกของครอบคลุมเรื่องอะไรบ้าง เช่น พิธีการศุลกากร ขอบใบอนุญาต สิทธิประโยชน์ทางภาษี ตรวจสอบเอกสาร จัดส่งสินค้า ประกันภัย ติดต่อธนาคาร ฯลฯ

## บทที่ 2

### ระเบียบวิธีวิจัย

#### ระเบียบวิธีวิจัย

ประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Methodology) ด้วยการโทรศัพท์สัมภาษณ์ (Phone Survey) โดยอาจใช้วิธีการอื่นๆ ร่วมด้วย อาทิ โทรสาร อีเมล ขึ้นอยู่กับความสะดวกของผู้ให้ข้อมูล เป็นสำคัญ

#### ประชากรเป้าหมาย

ประชากรเป้าหมายในการสำรวจครั้งนี้จำแนกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1) ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก (สัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือตัวแทนที่สามารถให้ข้อมูลได้) โดยผลการค้นคว้าข้อมูล จากกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ และสมาคมผู้นำเข้าและผู้ส่งออกกระดุมมาตรฐาน เออีโอ พบว่ามีการจัดประเภทการจดทะเบียนผู้ทำธุรกิจนำเข้า และส่งออกดังนี้

#### ตารางที่ 1 ประเภทการจดทะเบียนผู้ทำธุรกิจนำเข้า และส่งออก

ประเภทธุรกิจนำเข้า	ประเภทธุรกิจส่งออก
สินค้าเชื้อเพลิง	สินค้าเกษตรกรรม (กลสิกรรม, ปศุสัตว์, ประมง)
สินค้าทุน	สินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร
สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป	สินค้าอุตสาหกรรม
สินค้าอุปโภคบริโภค	สินค้าแร่และเชื้อเพลิง
ยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง	อื่นๆ (ธุรกิจพิเศษ เช่น ของที่ออกไปกับตน)
อาวุธ ยุทธปัจจัย และสินค้าอื่น ๆ	

2) เอเยนต์<sup>1</sup> (สัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือตัวแทนที่สามารถให้ข้อมูลได้) โดยได้รับการสนับสนุนฐานข้อมูลบัญชีรายชื่อจากสมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA) และสมาคมตัวแทนขนส่งสินค้าทางอากาศไทย (TAFAT)

<sup>1</sup> “เอเยนต์” ในที่นี้หมายถึง ผู้รับจัดการขนส่งสินค้า (Freight Forwarder) ทั้งทางน้ำ และทางอากาศ

## การกำหนดขนาดตัวอย่าง

1) ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก กำหนดขนาดตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 384 ตัวอย่าง โดยประยุกต์ใช้การกำหนดขนาดตัวอย่าง ในกรณีที่ไม่มีการรอบประชากรที่ชัดเจน (ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน) ดังนั้น จึงใช้สูตรการคำนวณแบบไม่ทราบขนาดประชากร ของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ดังรายละเอียด

สูตรในการคำนวณ

$$n = \frac{p(1-p)z^2}{e^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดตัวอย่าง

p แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม (กำหนด 50% หรือ 0.50)

z แทน ระดับความเชื่อมั่น (ในที่นี้เท่ากับ 1.96)

e แทน ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (ในที่นี้เท่ากับ 0.05)

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าในสูตร} &= \frac{0.50 (1-0.50) 1.96^2}{0.05^2} \\ &= 384 \quad \text{ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

2) เอเยนต์ ทำการสำรวจจำนวนไม่น้อยกว่า 50 ตัวอย่าง ตามฐานข้อมูลบัญชีรายชื่อที่ได้รับจากสมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA) และสมาคมตัวแทนขนส่งสินค้าทางอากาศไทย (TAFA)

## การสุ่มตัวอย่าง (Sampling)

ประยุกต์ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบผสมผสาน ระหว่างการสุ่มเชิงชั้นภูมิ (Stratified Sampling) การกำหนดโควตา (Quota Sampling) และการสุ่มเชิงระบบ (Systematic Sampling) เพื่อเลือกตัวอย่าง ทั้งนี้ โดยอ้างอิงฐานข้อมูลบัญชีรายชื่อที่ได้รับ

## ผลการเก็บรวบรวมข้อมูล

ศูนย์วิจัยฯ สามารถดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลได้จริง รวมทั้งสิ้น 458 ตัวอย่าง สูงกว่าที่กำหนดไว้ร้อยละ 5.5 จำแนกได้ดังนี้

### ตารางที่ 2 ผลการเก็บรวบรวมข้อมูล

ลำดับ	ผลการเก็บรวบรวมข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
1	ผู้ประกอบการนำเข้า	204	44.5
2	ผู้ประกอบการส่งออก	203	44.4
3	เอเย่นต์	51	11.1
รวม		458	100.0

## การสร้างเครื่องมือวัด

การพัฒนาเครื่องมือวัด (แบบสอบถาม) มีกรอบเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ในการพัฒนาเครื่องมือวัด คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดขั้นตอนในการจัดทำเครื่องมือวัดแบบสอบถามครั้งนี้ ประกอบด้วย

- 1) พัฒนาแบบสอบถาม ส่งให้คณะทำงานของสมาคมฯ พิจารณา
- 2) ปรับปรุงตามคำแนะนำของคณะทำงานของสมาคมฯ
- 3) นำไปทดลองใช้ในเบื้องต้น แล้วสรุปประเด็นการปรับปรุงแก้ไขนำเสนอให้คณะทำงานของสมาคมฯ

พิจารณาอีกครั้ง

- 4) คณะทำงานของสมาคมฯ พิจารณานุมัติ เพื่อนำไปใช้เก็บข้อมูล

ทั้งนี้ แบบสอบถาม มีโครงสร้างจำแนกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 พฤติกรรมของการดำเนินพิธีการศุลกากรนำเข้าส่งออก

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจ ความต้องการ ปัญหาและข้อจำกัดจากการใช้บริการตัวแทนออกของ (ชิปปิง)

ตอนที่ 3 ข้อมูลทั่วไป

## การให้คะแนน และการแปลผล

ในส่วนของ การวิจัยเชิงปริมาณ มีการให้คะแนนการประเมินในประเด็นต่าง ๆ โดยกำหนดคะแนนจาก 0 – 10 ซึ่งการแปลผล ประยุกต์ใช้แนวคิดการแบ่งช่วงของ John W. Best<sup>2</sup> ดังนี้

ไม่เกิน 2.00	=	น้อยที่สุด
ระหว่าง 2.01 ถึง 4.00	=	น้อย
ระหว่าง 4.01 ถึง 6.00	=	ปานกลาง
ระหว่าง 6.01 ถึง 8.00	=	มาก
มากกว่า 8.01	=	มากที่สุด

## การควบคุมคุณภาพ

1) การเก็บรวบรวมข้อมูล พนักงานเก็บข้อมูลผ่านการคัดเลือกและอบรมความเข้าใจต่อแบบสอบถาม รวมถึงวิธีการเก็บข้อมูล โดยมีหัวหน้าทีมควบคุมการทำงาน ทั้งนี้หัวหน้าทีมทำการตรวจสอบความถูกต้อง และรายงานผลต่อหัวหน้าโครงการวิจัยเป็นรายวัน

2) ระบบป้องกันข้อมูลที่ป้องกันข้อผิดพลาด เพื่อสามารถควบคุมข้อมูลให้มีความถูกต้องตรงตามแบบสอบถาม ทีมงานใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่ป้องกันข้อผิดพลาดต่างๆ อาทิ การป้อนตัวเลขผิด ป้อนตัวเลขเกินจำนวน หรือการป้องกันความไม่สอดคล้องกันของข้อมูล เป็นต้น

3) การตรวจสอบความสอดคล้องของคำตอบและการวิเคราะห์ข้อมูล ทำการตรวจสอบความถูกต้อง และสอดคล้องของข้อมูลที่มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน ก่อนนำเข้าสู่ขั้นตอนการป้อนข้อมูล ประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา หรือขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของข้อมูลเป็นสำคัญ

## การปกปิดข้อมูล และลิขสิทธิ์

การดำเนินโครงการครั้งนี้ ศูนย์วิจัยฯ ถือเป็นการรับผิดชอบต่อสูงสุดที่จะปกปิดข้อมูลของบุคคล บริษัท หรือหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และลิขสิทธิ์ของข้อมูลทุกประเภทเป็นของผู้ว่าจ้าง

---

<sup>2</sup> Best, J. W. (1970). *Research in Education*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.



## บทที่ 3

### ผลการศึกษา

การนำเสนอผลการศึกษาในแต่ละประเด็น มีการนำเสนอทั้งผลภาพรวม และจำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก กับเอเยนต์ โดยประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของการดำเนินพิธีการศุลกากรนำเข้าส่งออก

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจ ความต้องการ ปัญหาและข้อจำกัดจากการใช้บริการตัวแทนออกของ (ชิปปิง)

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ในภาพรวม ตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามเป็นหญิงมากกว่าชาย คิดเป็นร้อยละ 77.3 : 22.7 โดยเกือบ 2 ใน 3 หรือร้อยละ 64.9 อยู่ในช่วงอายุ 30 – 49 ปี ซึ่งเมื่อจำแนกเป็นกลุ่มนำเข้า-ส่งออก กับกลุ่มเอเยนต์ ก็พบแนวโน้มเช่นเดียวกันทั้งด้านเพศ และอายุ

เมื่อพิจารณาประเภทธุรกิจ พบว่าร้อยละ 60.3 ประกอบธุรกิจทั้งนำเข้าและส่งออก โดยมีร้อยละ 20.1 ส่งออกเพียงอย่างเดียว และร้อยละ 8.5 นำเข้าเพียงอย่างเดียว ขณะที่ร้อยละ 11.1 เป็นเอเยนต์ ด้านทุนจดทะเบียน ภาพรวม กลุ่มใหญ่สุดเกือบ 1 ใน 3 หรือร้อยละ 31.4 ระบุมากกว่า 200 ล้านบาท ซึ่งมาจากกลุ่มนำเข้า-ส่งออก มากกว่ากลุ่มเอเยนต์ที่โดยมากมีทุนจดทะเบียน 1,000,001 – 5,000,000 บาทสอดคล้องกับขนาดธุรกิจ ตามที่พบว่าภาพรวม โดยมากร้อยละ 39.5 ระบุเป็นขนาดใหญ่ ซึ่งมาจากกลุ่มนำเข้า-ส่งออก มากกว่ากลุ่มเอเยนต์ที่ส่วนใหญ่เป็นขนาดเล็ก สำหรับสัญชาติของสถานประกอบการ ภาพรวม พบว่ากว่าครึ่งเป็นธุรกิจสัญชาติไทย ส่วนที่เหลือเป็นต่างประเทศ และร่วมทุนไทย-ต่างประเทศ โดยมีลักษณะเดียวกันทั้งกลุ่มนำเข้า-ส่งออก และกลุ่มเอเยนต์

สำหรับที่ตั้งสำนักงานใหญ่ หรือที่ตั้งสาขาประจำประเทศไทย (สำหรับธุรกิจสัญชาติต่างประเทศ) เมื่อจำแนกตามภูมิภาค ภาพรวม พบว่ามีการกระจายไปทุกภูมิภาค โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 61.1 อยู่ในกรุงเทพฯ ปริมาณลด รองลงมาคือร้อยละ 16.8 ภาคตะวันออก และร้อยละ 9.2 ภาคกลาง ขณะที่ภาคใต้ ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีอยู่ไม่ถึงร้อยละ 5 ซึ่งเป็นการกระจายตัวในลักษณะเดียวกันกับกลุ่มนำเข้า-ส่งออก แต่สำหรับกลุ่มเอเยนต์ เกือบทั้งหมดอยู่ในกรุงเทพฯ ปริมาณลด

#### (พิจารณาตามตารางที่ 3 - 9)

ตารางที่ 3 เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลำดับ	เพศ	นำเข้า-ส่งออก		เอเยนต์		ภาพรวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ชาย	85	20.9	19	37.3	104	22.7
2	หญิง	322	79.1	32	62.7	354	77.3
รวม		407	100.0	51	100.0	458	100.0

ตารางที่ 4 ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลำดับ	ช่วงอายุ	นำเข้า-ส่งออก		เอเยนต์		ภาพรวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	20 – 29 ปี	47	11.5	6	11.8	53	11.6
2	30 – 39 ปี	162	39.8	17	33.3	179	39.1
3	40 – 49 ปี	101	24.8	17	33.3	118	25.8
4	50 – 59 ปี	54	13.3	8	15.7	62	13.5
5	60 ปีขึ้นไป	7	1.7	2	3.9	9	2.0
6	ไม่ระบุ	36	8.9	1	2.0	37	8.0
รวม		407	100.0	51	100.0	458	100.0

ตารางที่ 5 ประเภทของธุรกิจ

ลำดับ	ประเภทของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
1	นำเข้า	39	8.5
2	ส่งออก	92	20.1
3	นำเข้าและส่งออก	276	60.3
4	เอเยนต์	51	11.1
รวม		458	100.0

ตารางที่ 6 ทุนจดทะเบียน

ลำดับ	ทุนจดทะเบียน	นำเข้า-ส่งออก		เอเยนต์		ภาพรวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เกิน 1 ล้านบาท	7	1.7	0	0.0	7	1.5
2	1,000,001 – 5,000,000 บาท	51	12.5	20	39.2	71	15.5
3	5,000,001 – 10,000,000 บาท	30	7.4	9	17.6	39	8.5
4	10,000,001 – 20,000,000 บาท	31	7.6	11	21.6	42	9.2
5	20,000,001 – 50,000,000 บาท	50	12.3	7	13.6	57	12.4
6	50,000,001 – 100,000,000 บาท	37	9.1	1	2.0	38	8.3
7	100,000,001 – 200,000,000 บาท	33	8.1	1	2.0	34	7.4
8	มากกว่า 200 ล้านบาท	143	35.1	1	2.0	144	31.4
9	ไม่ระบุ	25	6.2	1	2.0	26	5.8
	<b>รวม</b>	<b>407</b>	<b>100.0</b>	<b>51</b>	<b>100.0</b>	<b>458</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 7 ขนาดธุรกิจ

ลำดับ	ขนาดธุรกิจ	นำเข้า-ส่งออก		เอเยนต์		ภาพรวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ขนาดเล็ก (มูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือ การจ้างงานไม่เกิน 50 คน)	106	26.0	36	70.6	142	31.0
2	ขนาดกลาง (มูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 200 ล้านบาท หรือ การจ้างงานไม่เกิน 200 คน)	103	25.3	8	15.7	111	24.2
3	ขนาดใหญ่ (มูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดิน มากกว่า 200 ล้านบาท หรือ การจ้างงานมากกว่า 200 คน)	174	42.8	7	13.7	181	39.5
4	ไม่ระบุ	24	5.9	0	0.0	24	5.3
	<b>รวม</b>	<b>407</b>	<b>100.0</b>	<b>51</b>	<b>100.0</b>	<b>458</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 8 ธุรกิจสัญชาติ

ลำดับ	ธุรกิจสัญชาติ	นำเข้า-ส่งออก		เอเยนต์		ภาพรวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ไทย	206	50.6	28	54.9	234	51.1
2	ต่างประเทศ อาทิ ญี่ปุ่น อเมริกา เกาหลีใต้ เยอรมัน มาเลเซีย จีน อังกฤษ	98	24.1	11	21.6	109	23.8
3	ร่วมทุน ไทย-ต่างประเทศ อาทิ ญี่ปุ่น ไต้หวัน อังกฤษ จีน อเมริกา เยอรมัน	92	22.6	12	23.5	104	22.7
4	ไม่ระบุ	11	2.7	0	0.0	11	2.4
รวม		407	100.0	51	100.0	458	100.0

ตารางที่ 9 ภูมิภาคที่ตั้งบริษัท

ลำดับ	ภูมิภาคที่ตั้งบริษัท	นำเข้า-ส่งออก		เอเยนต์		ภาพรวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	กรุงเทพฯ ปริมณฑล	230	56.5	50	98.0	280	61.1
2	ภาคตะวันออก	77	18.9	0	0.0	77	16.8
3	ภาคกลาง	41	10.1	1	2.0	42	9.2
4	ภาคใต้	21	5.2	0	0.0	21	4.6
5	ภาคเหนือ	20	4.9	0	0.0	20	4.4
6	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	18	4.4	0	0.0	18	3.9
รวม		407	100.0	51	100.0	458	100.0

## ตอนที่ 2 พฤติกรรมของการดำเนินพิธีการศุลกากรนำเข้าส่งออก

ภาพรวม พบว่าตัวอย่างกว่า 3 ใน 4 หรือร้อยละ 76.2 ใช้บริการตัวแทนออกของ (ชิปปิ้ง) ในการดำเนินพิธีการศุลกากร แต่เมื่อจำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย พบว่ากลุ่มนำเข้า-ส่งออก มีการใช้บริการสูงกว่าร้อยละ 80 ในขณะที่กลุ่มเอเยนต์มีอยู่เพียงประมาณร้อยละ 30

### 2.1 เฉพาะตัวอย่างที่ดำเนินพิธีการศุลกากรด้วยตัวเองทั้งหมด

กลุ่มนี้มีอยู่ไม่มากนักเพียงร้อยละ 9.0 จากทั้งหมด ภาพรวมพบว่ามิตัวอย่างสูงถึงร้อยละ 82.9 ที่ยังไม่เคยใช้บริการชิปปิ้งมาก่อน โดยเป็นลักษณะเดียวกันทั้งกลุ่มนำเข้า-ส่งออก และกลุ่มเอเยนต์ เหตุผลหลักที่ไม่ต้องการใช้บริการชิปปิ้ง ภาพรวมมาจาก 2 เหตุผลสำคัญ ประการแรก คือ บริษัทมีแผนกชิปปิ้ง หรือมีบุคลากรที่ชำนาญดำเนินการได้เอง และประการที่สอง คือ ดำเนินการเองสะดวก รวดเร็วกว่า คิดเป็นร้อยละ 41.5 และ 22.0 ตามลำดับ ในส่วนกลุ่มนำเข้า-ส่งออก นอกจากเหตุผลสองประการนี้แล้ว ยังมาจากค่าบริการแพง ต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย ขณะที่กลุ่มเอเยนต์ มีเหตุผลอันดับสองที่ต่างออกไปคือ มีการนำเข้า-ส่งออกไม่บ่อย และจำนวนไม่มากนัก

เมื่อสอบถามต่อไปถึงปัจจัยหลักที่จะทำให้สนใจใช้บริการของชิปปิ้ง ภาพรวม<sup>3</sup> พบว่ามี 2 ปัจจัยสำคัญ ประการแรก คือ ชิปปิ้งให้บริการครบวงจรเบ็ดเสร็จ อาทิ พิธีนำเข้า-ส่งออก จัดหาระวางขนส่งสินค้า ขอใบอนุญาตประกันภัย ติดต่อธนาคาร ฯลฯ และประการที่สอง คือ ชิปปิ้งมีความเชี่ยวชาญ ให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับพิธีการ กฎหมาย พิภคอัตราศุลกากรและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ในการนำเข้า-ส่งออก คิดเป็นร้อยละ 21.6 และ 13.2 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างที่ดำเนินพิธีการเองนี้มีอยู่ครึ่งหนึ่งที่ไม่ว่าอย่างไรก็ไม่ต้องการใช้บริการชิปปิ้ง เมื่อสอบถามลึกลงไป พบว่าภาพรวม ร้อยละ 54.5 ให้เหตุผลว่าบริษัทมีแผนกชิปปิ้ง หรือมีบุคลากรที่ชำนาญดำเนินการได้เอง ซึ่งพบมากในกลุ่มเอเยนต์ รองลงมาร้อยละ 18.3 ให้เหตุผลว่าจัดตั้งบริษัทตัวแทนออกของ (ชิปปิ้ง) เอง ซึ่งพบมากในกลุ่มนำเข้า-ส่งออก

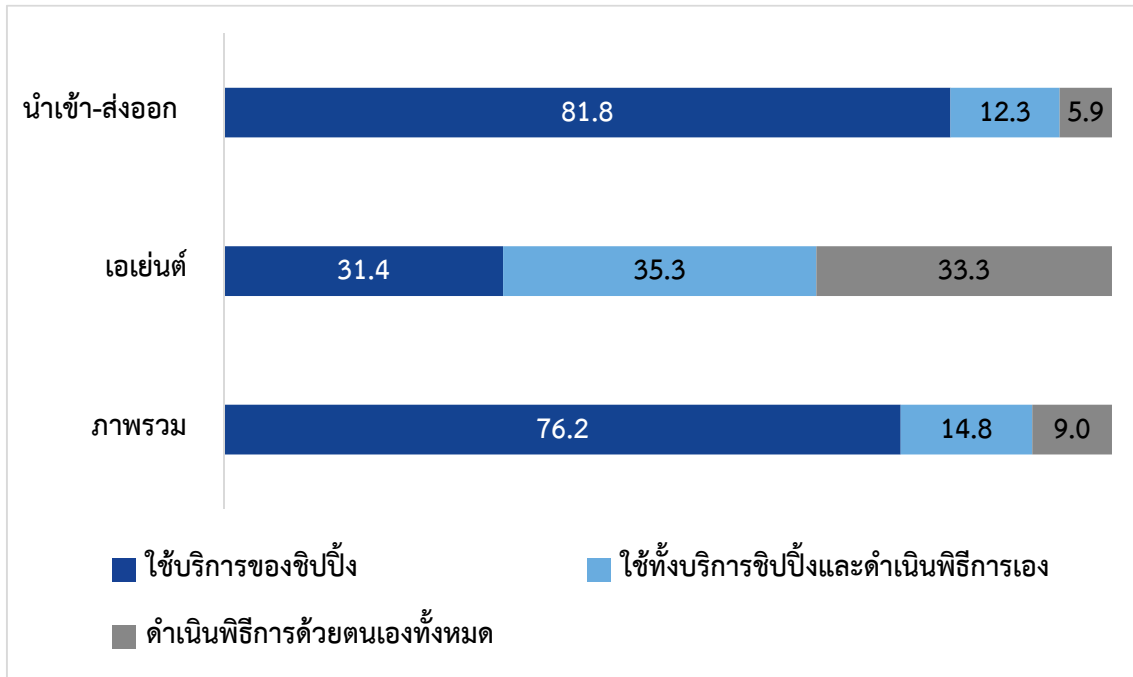
### (พิจารณาตามตารางที่ 10 – 14 และแผนภาพที่ 1 – 5)

ตารางที่ 10 การใช้บริการตัวแทนออกของ (ชิปปิ้ง) ในการดำเนินพิธีการศุลกากร

ลำดับ	การใช้บริการตัวแทนออกของ (ชิปปิ้ง)	นำเข้า-ส่งออก		เอเยนต์		ภาพรวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ใช้บริการของชิปปิ้ง	333	81.8	16	31.4	349	76.2
2	ใช้ทั้งบริการชิปปิ้งและดำเนินพิธีการเอง	50	12.3	18	35.3	68	14.8
2	ดำเนินพิธีการด้วยตนเองทั้งหมด	24	5.9	17	33.3	41	9.0
รวม		407	100.0	51	100.0	458	100.0

<sup>3</sup> เนื่องจากจำนวนตัวอย่างที่เข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์มีน้อย จึงควรพิจารณาเฉพาะภาพรวม ไม่สามารถจำแนกตามกลุ่มเป้าหมายได้

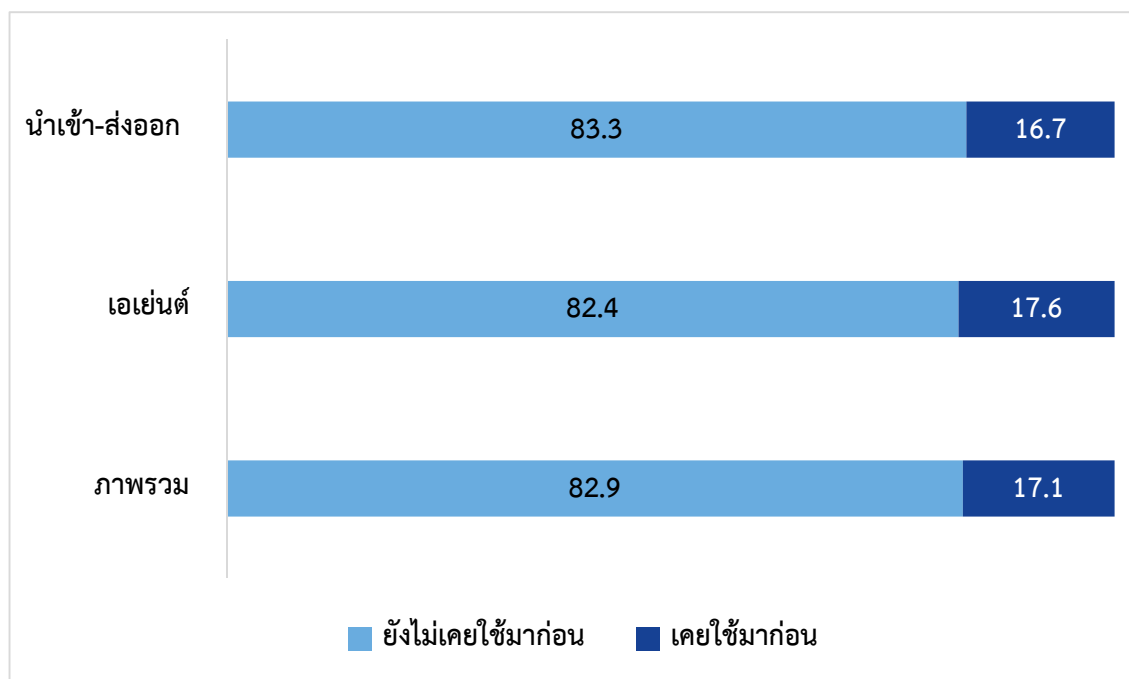
แผนภาพที่ 1 การใช้บริการตัวแทนออกของ (ชิปปิ้ง) ในการดำเนินพิธีการศุลกากร



ตารางที่ 11 ประสบการณ์การเคยใช้บริการของชิปปิ้งมาก่อน (เฉพาะตัวอย่างที่ดำเนินพิธีการศุลกากรด้วยตัวเองทั้งหมด)

ลำดับ	ประสบการณ์การเคยใช้บริการของชิปปิ้งมาก่อน	นำเข้า-ส่งออก		เอเย่นต์		ภาพรวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ยังไม่เคยใช้มาก่อน	20	83.3	14	82.4	34	82.9
2	เคยใช้มาก่อน*	4	16.7	3	17.6	7	17.1
รวม		24	100.0	17	100.0	41	100.0
*เฉพาะผู้ที่เคยใช้มาก่อน							
	- ใช้มาแล้วเฉลี่ย (ปี)	7		5		6	
	- ไม่ได้ใช้มาแล้วเฉลี่ย (ปี)	13		11		12	

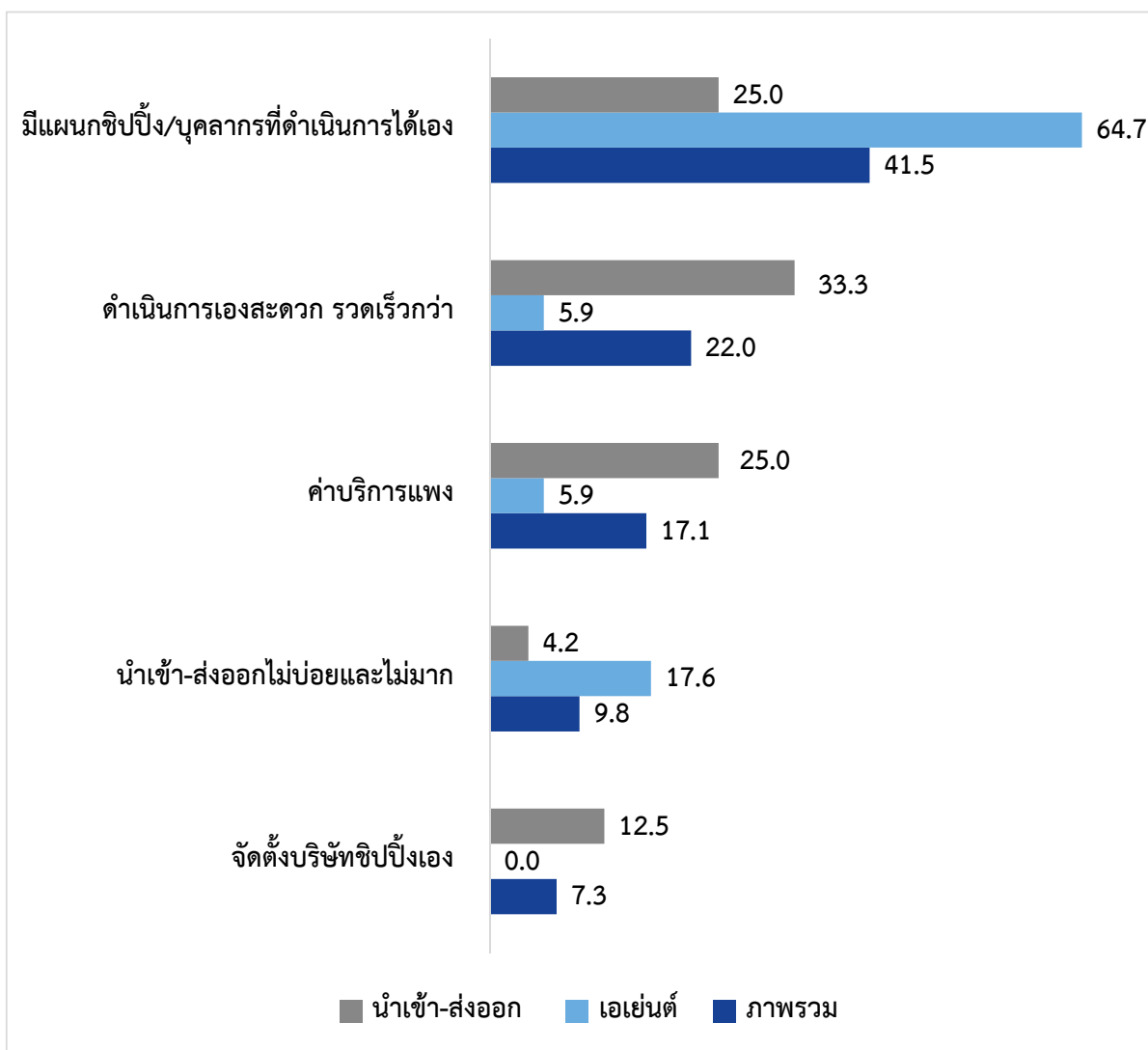
แผนภาพที่ 2 ประสบการณ์การเคยใช้บริการของชิปปิ้งมาก่อน  
(เฉพาะตัวอย่างที่ดำเนินพิธีการศุลกากรด้วยตัวเองทั้งหมด)



ตารางที่ 12 เหตุผลหลักที่ไม่ต้องการใช้บริการชิปปิ้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ดำเนินพิธีการศุลกากรด้วยตัวเองทั้งหมด)

ลำดับ	เหตุผลหลักที่ไม่ต้องการใช้บริการชิปปิ้ง	นำเข้า-ส่งออก		เอเย่นต์		ภาพรวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	บริษัทมีแผนกชิปปิ้ง หรือมีบุคลากรที่ชำนาญดำเนินการได้เอง	6	25.0	11	64.7	17	41.5
2	ดำเนินการเองสะดวก รวดเร็วกว่า	8	33.3	1	5.9	9	22.0
3	ค่าบริการแพง ต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย	6	25.0	1	5.9	7	17.1
4	มีการนำเข้า-ส่งออกไม่บ่อยและจำนวนไม่มากนัก	1	4.2	3	17.6	4	9.8
5	จัดตั้งบริษัทตัวแทนออกของ (ชิปปิ้ง) เอง	3	12.5	0	0.0	3	7.3
6	ไม่ระบุ	0	0.0	1	5.9	1	2.3
รวม		24	100.0	17	100.0	41	100.0

แผนภาพที่ 3 เหตุผลหลักที่ไม่ต้องการใช้บริการชิปปิ้ง  
(เฉพาะตัวอย่างที่ดำเนินพิธีการศุลกากรด้วยตัวเองทั้งหมด)

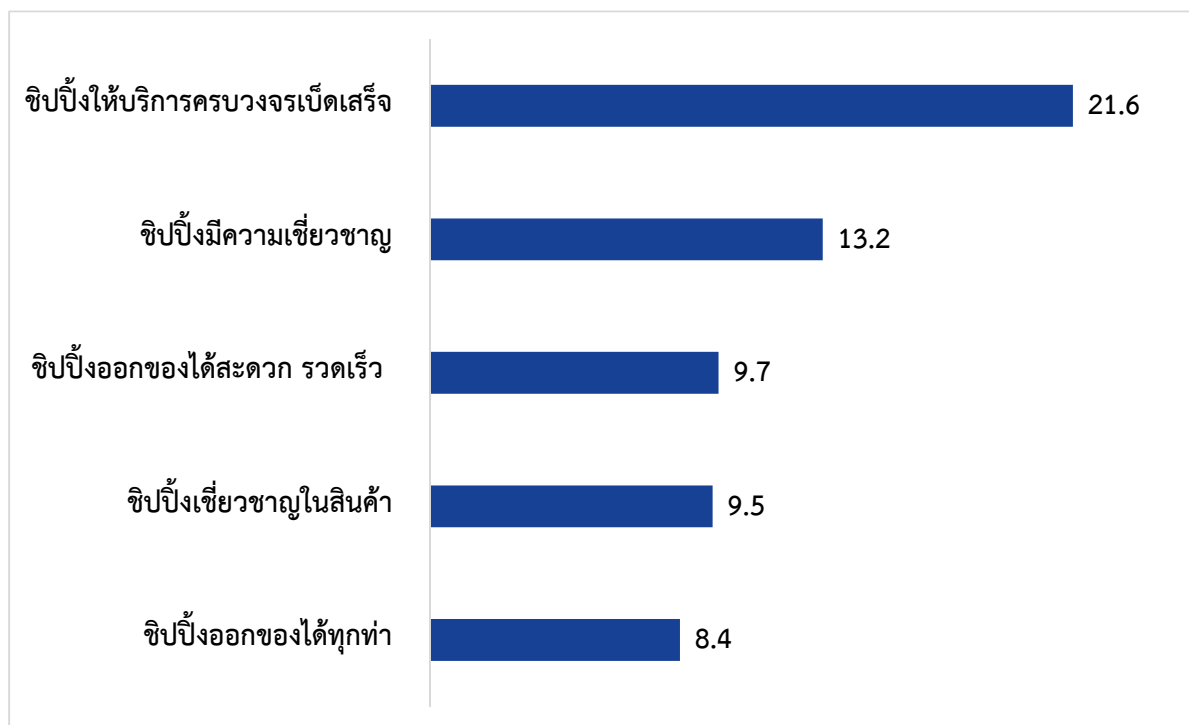




ตารางที่ 13 ปัจจัยหลักที่ทำให้สนใจใช้บริการของชิปปิ้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ดำเนินพิธีการศุลกากรด้วยตัวเองทั้งหมด  
 จำนวนโดยใช้ร้อยละวงน้ำหนักร) (n = 19)

ลำดับ	ปัจจัย	ร้อยละ
1	ชิปปิ้งให้บริการครบวงจรเบ็ดเสร็จ อาทิ พิธีนำเข้า-ส่งออก จัดหาระวางขนส่งสินค้า ขอใบอนุญาตประกันภัย ติดต่อธนาคาร ฯลฯ	21.6
2	ชิปปิ้งมีความเชี่ยวชาญ ให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับพิธีการ กฎหมาย พิภักดิ์อัตรา ศุลกากรและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ในการนำเข้า-ส่งออก	13.2
3	ชิปปิ้งมีความรู้และประสบการณ์ในพิธีการศุลกากร สามารถออกของได้สะดวก รวดเร็ว	9.7
4	ชิปปิ้งเชี่ยวชาญในสินค้า บางชนิดต้องขออนุญาตก่อนนำเข้า ลดความเสี่ยงจากการ กระทำผิดกฎหมายศุลกากรเพราะความรู้เท่าไม่ถึงการณ์	9.5
5	ชิปปิ้งออกของได้ทุกท่า คล่องตัว แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ ตอบสนองความต้องการได้ดี	8.4
6	ค่าใช้จ่ายโดยรวมถูกกว่าการดำเนินพิธีการเอง	7.6
7	ชิปปิ้งต้องผ่านการอบรม ขึ้นทะเบียนกับกรมศุลกากร และสังกัดสมาคมผู้ประกอบการอาชีพ ตัวแทนออกของ มีความน่าเชื่อถือกว่าในอดีต	5.5
8	หากมีสินค้าหลายรายการ ดำเนินการเองไม่ทัน	4.9
9	หากบริษัทเติบโต มียอดจำหน่ายมากขึ้น	4.9
10	หากต้องใช้ท่าเรือที่อยู่ไกลบริษัท	4.9
11	การมีสาขาให้บริการตามด่านภูมิภาค	4.2
12	มีการให้บริการอื่นๆ ครบวงจรในสายงานโลจิสติกส์	3.7
13	ยกระดับคุณภาพการบริการให้มีมาตรฐานในระดับ ISO 9001/2015 หรือ AEO (Authorized Economic Operator)	1.9
<b>รวม</b>		<b>100.0</b>

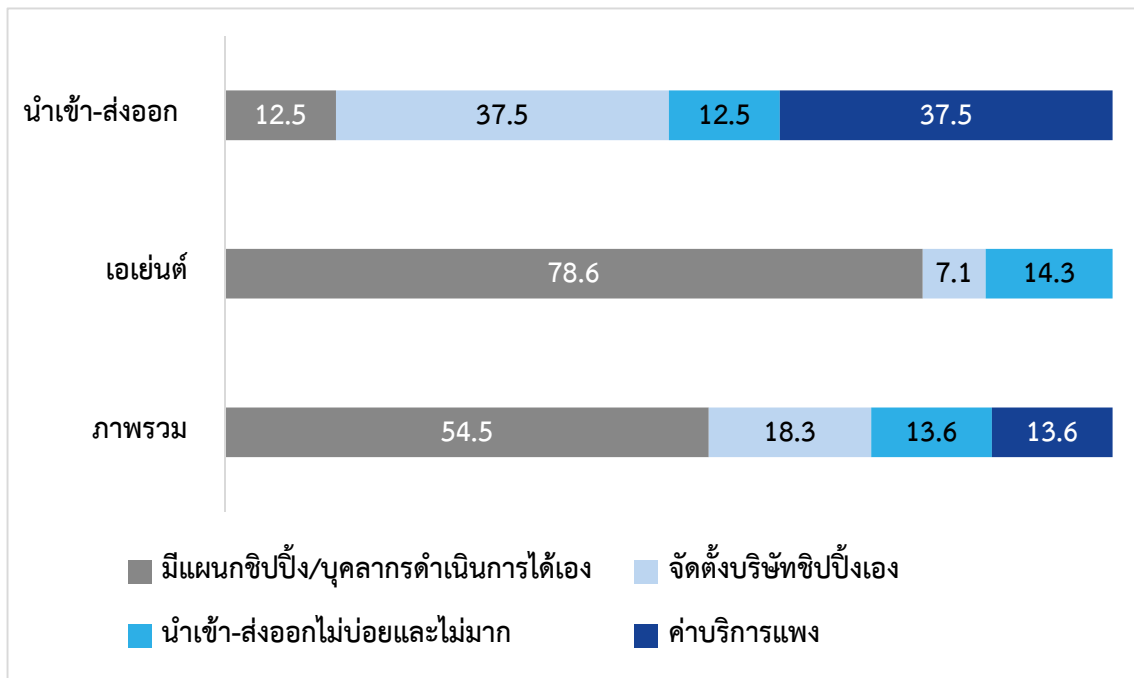
แผนภาพที่ 4 ปัจจัยหลักที่ทำให้สนใจใช้บริการของชิปปิ้ง 5 อันดับแรก  
(เฉพาะตัวอย่างที่ดำเนินพิธีการศุลกากรด้วยตัวเองทั้งหมด คำนวณโดยใช้ร้อยละวงน้ำหนั)



ตารางที่ 14 เหตุผลหลักที่ไม่สามารถเปลี่ยนใจให้มาใช้บริการชิปปีง (เฉพาะตัวอย่างที่ดำเนินพิธีการศุลกากรด้วยตัวเองทั้งหมด และระบุว่าไม่ว่าอย่างไรก็ไม่ต้องการใช้บริการชิปปีง)

ลำดับ	เหตุผลหลักที่ไม่สามารถเปลี่ยนใจให้มาใช้บริการชิปปีง	นำเข้า-ส่งออก		เอเยนต์		ภาพรวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	บริษัทมีแผนกชิปปีง หรือมีบุคลากรที่ชำนาญดำเนินการได้เอง	1	12.5	11	78.6	12	54.5
2	จัดตั้งบริษัทตัวแทนออกของ (ชิปปีง) เอง	3	37.5	1	7.1	4	18.3
3	มีการนำเข้า-ส่งออกไม่บ่อยและจำนวนไม่มากนัก	1	12.5	2	14.3	3	13.6
4	ค่าบริการแพง ต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย	3	37.5	0	0.0	3	13.6
รวม		8	100.0	14	100.0	22	100.0

แผนภาพที่ 5 เหตุผลหลักที่ไม่สามารถเปลี่ยนใจให้มาใช้บริการชิปปีง (เฉพาะตัวอย่างที่ดำเนินพิธีการศุลกากรด้วยตัวเองทั้งหมด และระบุว่าไม่ว่าอย่างไรก็ไม่ต้องการใช้บริการชิปปีง)



## 2.2 เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน

ภาพรวม ตัวอย่างมีประสบการณ์การใช้บริการชิปปิ้งมาแล้วเฉลี่ยประมาณ 12 ปี ซึ่งไม่แตกต่างกันนัก ระหว่างกลุ่มนำเข้า-ส่งออก กับกลุ่มเอเยนต์ ด้านจำนวนชิปปิ้งที่ใช้บริการชิปปิ้ง ภาพรวม พบว่าร้อยละ 44.4 ใช้หลายรายมาตลอด ขณะที่ร้อยละ 30.7 ใช้รายเดียวมาตลอด โดยมีแนวโน้มเช่นเดียวกันทั้งสองกลุ่มเป้าหมาย แต่สังเกตได้ว่ากลุ่มเอเยนต์จะใช้หลายรายมาตลอดในสัดส่วนที่สูงกว่าค่อนข้างชัดเจน สำหรับการเปลี่ยนชิปปิ้ง ภาพรวม พบว่ากว่าครึ่งหรือร้อยละ 51.3 มีการเปลี่ยนชิปปิ้งบ้าง ถ้าจำเป็น หรือนานๆ ที่รองลงมาร้อยละ 38.1 ใช้บริการชิปปิ้งรายเดิมมาโดยตลอด โดยมีแนวโน้มเช่นเดียวกันทั้งกลุ่มนำเข้า-ส่งออก และกลุ่มเอเยนต์

การศึกษาปัจจัยหลักที่คำนึงถึงก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการของชิปปิ้ง ภาพรวมพบ 4 ปัจจัยสำคัญ ประการแรก คือ บริการครบวงจรเบ็ดเสร็จ อาทิ พิธีนำเข้า-ส่งออก จัดหาระวางขนส่งสินค้า ขอใบอนุญาต ประกันภัย ติดต่อธนาคาร ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 23.9 ประการที่สอง คือ มีความเชี่ยวชาญ ให้คำปรึกษาแนะนำ เกี่ยวกับพิธีการ กฎหมาย พิภคอัตราศุลกากร และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ในการนำเข้า-ส่งออก คิดเป็นร้อยละ 19.3 ประการที่สาม คือ การดำเนินพิธีการและนำสินค้าผ่านด่านศุลกากรได้รวดเร็ว ราบรื่น และประการที่สี่ คือ ค่าบริการเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 12.2 โดยมีแนวโน้มเช่นเดียวกันทั้งกลุ่มนำเข้า-ส่งออก และกลุ่มเอเยนต์

### (พิจารณาตามตารางที่ 15 – 18 และแผนภาพที่ 6 – 7)

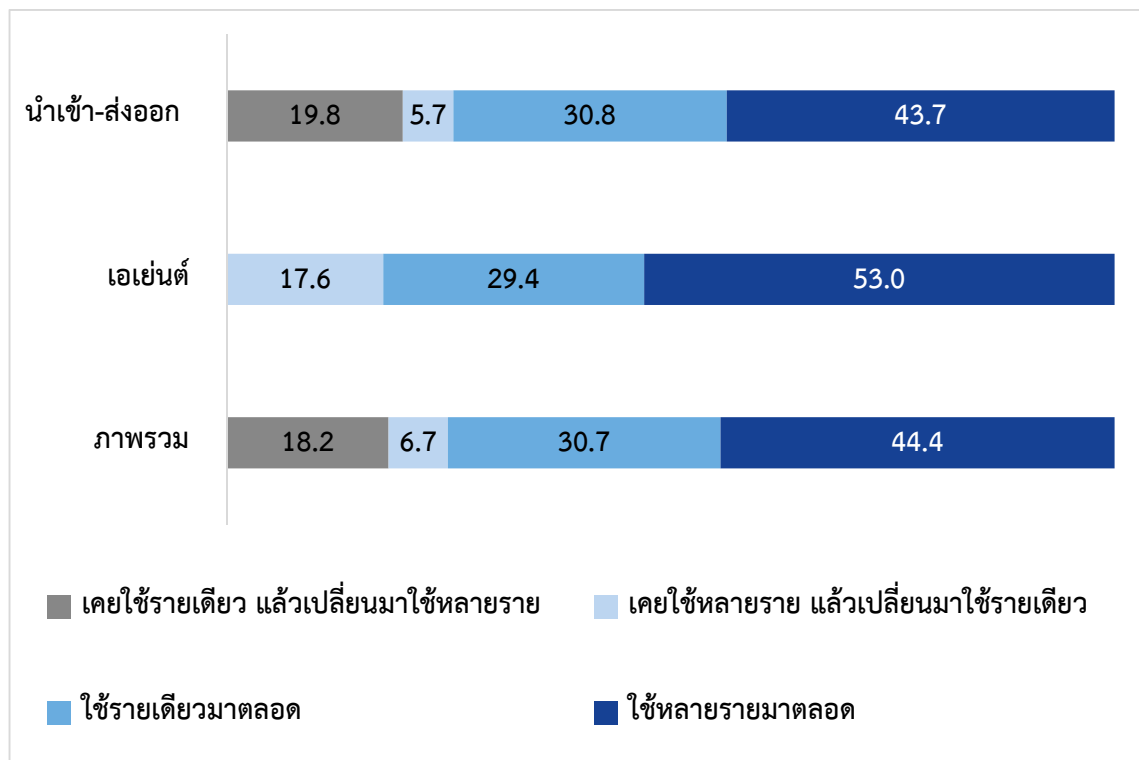
ตารางที่ 15 ระยะเวลาที่ใช้บริการชิปปิ้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน)

ลำดับ	ระยะเวลาที่ใช้บริการชิปปิ้ง	นำเข้า-ส่งออก		เอเยนต์		ภาพรวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	1 – 2 ปี	21	5.5	0	0.0	21	5.0
2	3 – 5 ปี	86	22.5	4	11.8	90	21.6
3	6 – 10 ปี	130	33.9	15	44.1	145	34.8
4	11 – 15 ปี	46	12.0	9	26.5	55	13.2
5	16 – 20 ปี	52	13.6	5	14.7	57	13.7
6	มากกว่า 20 ปี	48	12.5	1	2.9	49	11.7
<b>รวม</b>		<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>34</b>	<b>100.0</b>	<b>417</b>	<b>100.0</b>
ค่าเฉลี่ย (ปี)		11.88		12.32		11.92	
ค่าต่ำสุด (ปี)		1		3		1	
ค่าสูงสุด (ปี)		55		30		55	

ตารางที่ 16 จำนวนชิปปีงที่ใช้บริการ (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปีงอยู่ในปัจจุบัน)

ลำดับ	จำนวนชิปปีงที่ใช้บริการ	นำเข้า-ส่งออก		เอเยนต์		ภาพรวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	เคยใช้รายเดียว แล้วเปลี่ยนมาใช้หลายราย*	76	19.8	0	0.0	76	18.2
2	เคยใช้หลายราย แล้วเปลี่ยนมาใช้รายเดียว	22	5.7	6	17.6	28	6.7
3	ใช้รายเดียวมาตลอด	118	30.8	10	29.4	128	30.7
4	ใช้หลายรายมาตลอด	167	43.7	18	53.0	185	44.4
<b>รวม</b>		<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>34</b>	<b>100.0</b>	<b>417</b>	<b>100.0</b>
*รวมเฉลี่ยประมาณ (ราย)		4		-		4	
ค่าต่ำสุด (ราย)		1		-		1	
ค่าสูงสุด (ราย)		11		-		11	

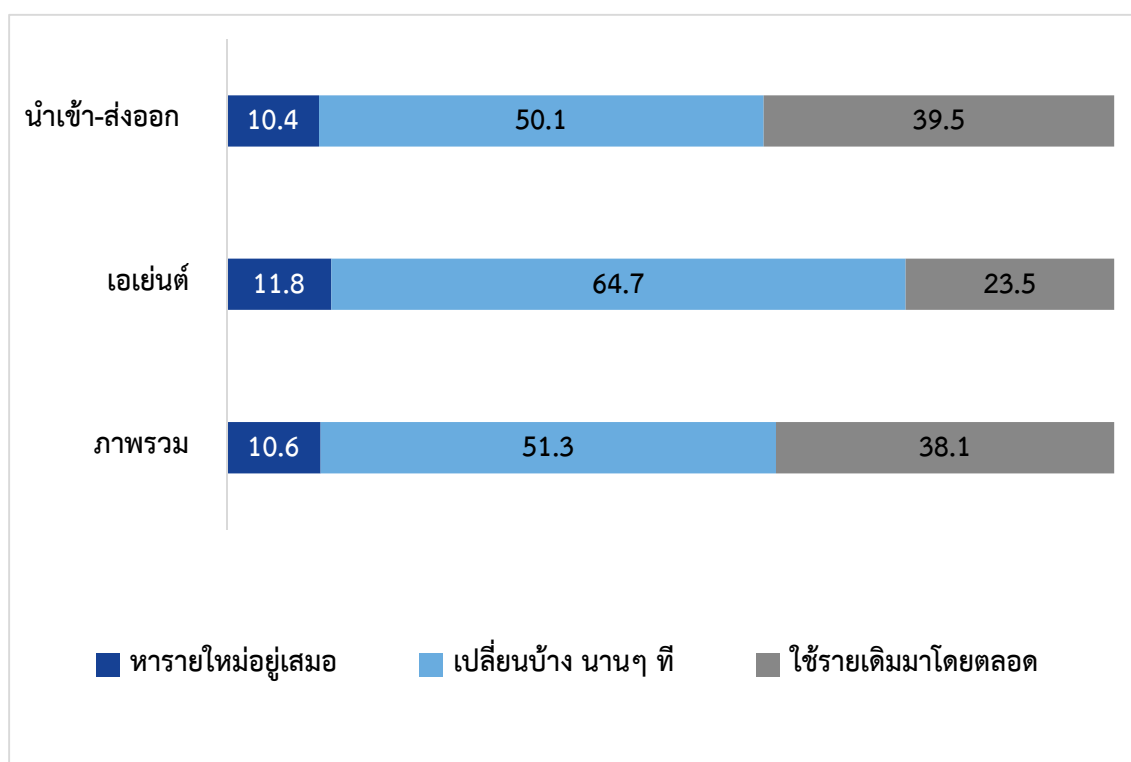
แผนภาพที่ 6 จำนวนชิปปีงที่ใช้บริการ (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปีงอยู่ในปัจจุบัน)



ตารางที่ 17 การเปลี่ยนชิปปีง (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปีงอยู่ในปัจจุบัน)

ลำดับ	การเปลี่ยนชิปปีง	นำเข้า-ส่งออก		เอเยนต์		ภาพรวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	แสวงหาทางเลือกชิปปีงรายใหม่อยู่เสมอ	40	10.4	4	11.8	44	10.6
2	มีการเปลี่ยนชิปปีงบ้าง ถ้าจำเป็น หรือนานๆ ที่	192	50.1	22	64.7	214	51.3
3	ใช้บริการชิปปีงรายเดิมมาโดยตลอด	151	39.5	8	23.5	159	38.1
	<b>รวม</b>	<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>34</b>	<b>100.0</b>	<b>417</b>	<b>100.0</b>

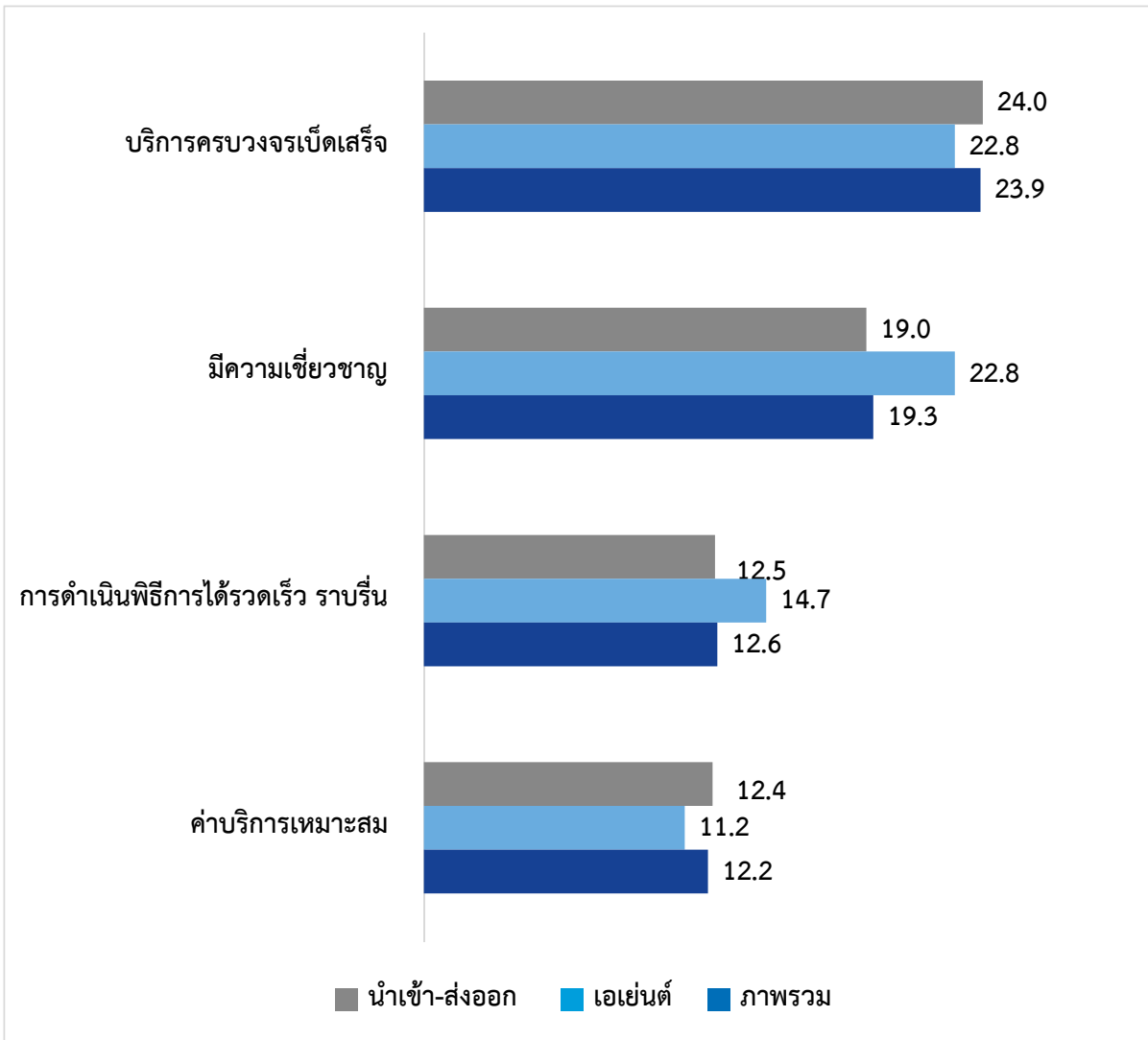
แผนภาพที่ 7 การเปลี่ยนชิปปีง (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปีงอยู่ในปัจจุบัน)



ตารางที่ 18 ปัจจัยหลักที่ค่านึงถึงก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการของชิปปิง (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิงอยู่ในปัจจุบัน คำนวณโดยใช้ร้อยละถ่วงน้ำหนัก)

ลำดับ	ปัจจัย	นำเข้า-ส่งออก	เอเยนต์	ภาพรวม
1	บริการครบวงจรเบ็ดเสร็จ อาทิ พิธีนำเข้า-ส่งออก จัดหา ระวางขนส่งสินค้า ขอบใบอนุญาตประกันภัย ติดต่อ ธนาคาร ฯลฯ	24.0	22.8	23.9
2	มีความเชี่ยวชาญ ให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับพิธีการ กฎหมาย พิศัตว์ตราศุลกากร และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ในการนำเข้า-ส่งออก	19.0	22.8	19.3
3	การดำเนินพิธีการและนำสินค้าผ่านด่านศุลกากรได้ รวดเร็ว ราบรื่น	12.5	14.7	12.6
4	ค่าบริการเหมาะสม	12.4	11.2	12.2
5	มีการตรวจสอบจำนวนและสภาพของสินค้า ไม่ให้สูญหาย หรือเสียหาย พร้อมระบบการรับประกันที่เชื่อถือได้	6.0	6.5	6.1
6	มีมาตรฐานรองรับ อาทิ ISO 9001/2015 หรือเป็น ผู้ประกอบการระดับมาตรฐาน AEO (Authorized Economic Operator)	5.0	6.2	5.1
7	เชื่อมั่นในความซื่อสัตย์ ไม่มีค่าใช้จ่ายนอกระบบ (ค่าน้ำร้อน น้ำชา)	5.1	1.2	4.8
8	มีประสบการณ์ในอาชีพมายาวนาน	4.8	3.8	4.7
9	มีการให้บริการอื่นๆ ครบวงจรในสายงานโลจิสติกส์	3.8	8.1	4.2
10	มีความสัมพันธ์ส่วนตัวที่ดีต่อกัน	2.5	0.6	2.3
11	เป็นบริษัทชั้นนำที่มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	2.3	1.2	2.2
12	มีผู้แนะนำหรือได้รับการบอกต่อ	1.3	0.0	1.2
13	การมีสาขาให้บริการตามด่านภูมิภาค	0.6	0.9	0.7
14	อื่นๆ อาทิ ลูกค้าเป็นผู้กำหนดการเลือกใช้ตัวแทนออก ของ (ชิปปิง) และขึ้นอยู่กับปลายทางที่สะดวก	0.7	0.0	0.7
<b>รวม</b>		<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

แผนภาพที่ 8 ปัจจัยหลักที่คำนึงถึงก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการของชิปปิ้ง 4 อันดับแรก  
 (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน คำนวณโดยใช้ร้อยละวงน้ำหนัก)





### ตอนที่ 3 ความพึงพอใจ ความต้องการ ปัญหาและข้อจำกัดจากการใช้บริการตัวแทนออกของ (ชิปปิง)

สำหรับตอนที่ 3 สอบถาม เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิงอยู่ในปัจจุบัน การศึกษาถึงความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริง โดยกำหนดคะแนน 0 – 10 คะแนน ภาพรวม พบว่าตัวอย่างมีความคาดหวังต่อการให้บริการชิปปิงในประเด็นที่นำมาศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 8.85 – 9.79 คะแนน ซึ่งอยู่ในระดับ “มากที่สุด” ทุกประเด็น โดยประเด็นที่ประเมินไว้สูงสุดคือ มีความเชี่ยวชาญด้านพิธีการ กฎหมายศุลกากร พิภักดิ์ อัตราภาษี และสิทธิประโยชน์ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 9.79 คะแนน) รองลงมาใกล้เคียงกันคือ ความซื่อสัตย์สุจริต น่าเชื่อถือ ตรวจสอบได้ (ค่าเฉลี่ย 9.75 คะแนน) และงานคุณภาพ ถูกต้องตามระเบียบ และมีมาตรฐานการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 9.74 คะแนน) ส่วนบริการที่ได้รับจริง มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 7.66 – 8.79 คะแนน ซึ่งอยู่ในระดับ “มาก-มากที่สุด” โดยประเด็นที่ประเมินไว้สูงสุดคือ ความซื่อสัตย์สุจริต น่าเชื่อถือ ตรวจสอบได้ (ค่าเฉลี่ย 8.79 คะแนน) รองลงมาคือ ดูแลสินค้าไม่ให้สูญหาย/เสียหาย และการรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 8.53 คะแนน) และงานคุณภาพ ถูกต้องตามระเบียบ และมีมาตรฐานการทำงาน และค่าบริการสมเหตุสมผล ไม่มีค่าใช้จ่ายนอกระบบ (ค่าเฉลี่ย 8.47 คะแนนเท่ากัน) เมื่อพิจารณาช่องว่างที่เกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริง พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.96 – 1.35 คะแนน ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. < 0.05) ทุกประเด็น แสดงว่าบริการที่ได้รับจริงยังไม่มีประเด็นใดที่ตอบสนองได้ตามระดับความคาดหวัง เมื่อจำแนกรายกลุ่ม พบว่าทั้งกลุ่มนำเข้า-ส่งออก และกลุ่มเอเยนต์ ต่างก็มีผลสอดคล้องกับผลในภาพรวม

ผลการสำรวจความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการชิปปิง จากคะแนน 0 - 10 คะแนน ภาพรวม พบว่ามีความพึงพอใจเฉลี่ย 8.37 คะแนน อยู่ในระดับ “มากที่สุด” โดยไม่แตกต่างกันนักเมื่อจำแนกรายกลุ่ม กล่าวคือ กลุ่มนำเข้า-ส่งออก มีความพึงพอใจเฉลี่ย 8.39 คะแนน ส่วนกลุ่มเอเยนต์ มีความพึงพอใจเฉลี่ย 8.18 คะแนน ซึ่งอยู่ในระดับ “มากที่สุด” ทั้งสองกลุ่ม

คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอย (Regression) เพื่อค้นหาว่าคุณลักษณะการให้บริการชิปปิงที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน คุณลักษณะใดบ้างที่มีผลต่อความพึงพอใจ และคุณลักษณะใดมีผลมากกว่ากัน โดยมีเฉลี่ยช่องว่างของความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริงเป็นตัวแปรอิสระ (12 ตัวแปร) และความพึงพอใจโดยรวมเป็นตัวแปรตาม ผลการวิเคราะห์พบคุณลักษณะ 4 ประการที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. < 0.05) โดยเรียงตามลำดับการมีอิทธิพลจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ 1) มีความเชี่ยวชาญด้านพิธีการ กฎหมายศุลกากร พิภักดิ์อัตราและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ( $b = -0.23$ )<sup>4</sup> 2) งานคุณภาพ ถูกต้องตามระเบียบ และมีมาตรฐานการทำงาน ( $b = -0.15$ ) 3) มีการรายงานความคืบหน้าของการดำเนินพิธีการเป็นระยะ ( $b = -0.14$ ) และ 4) มีสาขาบริการตามด้านทั่วภูมิภาค ( $b = -0.11$ )

<sup>4</sup> ค่า b หรือ beta เป็นค่าที่บ่งบอกขนาดความสัมพันธ์ ในที่นี้ ค่า b ติดลบ แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ในทางตรงข้าม ดังนั้น หากลดช่องว่างลง จะเพิ่มความพึงพอใจมากขึ้น ยกตัวอย่าง เช่น ตัวแปรมีความเชี่ยวชาญด้านพิธีการ ถ้าลดช่องว่างลง 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจเพิ่ม 0.23 หน่วย หรือคิดเป็น 23%

สำหรับความคาดหวังต่อลักษณะการให้บริการของชิปปิ้งที่ควรครอบคลุมบริการต่างๆ ภาพรวมพบว่า 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) พิธีการศุลกากร (ร้อยละ 91.6) 2) ตรวจสอบเอกสาร (ร้อยละ 78.4) 3) ขอบินอนุญาต (ร้อยละ 73.1) 4) ให้คำแนะนำสิทธิประโยชน์ทางภาษี (ร้อยละ 72.4) และ 5) จัดหารถขนส่งสินค้าในประเทศ (ร้อยละ 54.0) ซึ่งมีแนวโน้มเช่นเดียวกันทั้งกลุ่มนำเข้า-ส่งออก และกลุ่มเอเยนต์

ในส่วนสุดท้าย ตัวอย่างได้สะท้อนปัญหาและข้อจำกัดในการใช้บริการชิปปิ้ง ภาพรวมพบว่า 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) ชิปปิ้งทำงานล่าช้า (ร้อยละ 25.4) 2) ชิปปิ้งไม่เชี่ยวชาญพอ/ ไม่รู้ระเบียบ พิภักดิ์ภาษี (ร้อยละ 18.5) 3) แจ้งข้อมูลไม่ตรง/ ทำงานผิดพลาด (ร้อยละ 13.7) 4) ชิปปิ้งไม่ใส่ใจบริการ/ ไม่รักษาสีทธิประโยชน์ให้ลูกค้า/ ทำงานไม่เรียบร้อย (ร้อยละ 13.2) และ 5) ไม่อัปเดตการทำงาน แจ้งข้อมูลล่าช้า (ร้อยละ 13.2) ซึ่งเมื่อจำแนกรายกลุ่ม พบความแตกต่างอยู่บ้าง โดยกลุ่มนำเข้า-ส่งออก ประสบปัญหาและข้อจำกัดใน 5 อันดับแรกสอดคล้องเช่นเดียวกับภาพรวม ขณะที่กลุ่มเอเยนต์ กล่าวถึงขั้นตอนพิธีการมีความยุ่งยาก ล่าช้า เพิ่มเติมเข้ามา แทนประเด็นไม่อัปเดตการทำงาน แจ้งข้อมูลล่าช้า และสังเกตได้ว่าการระบุถึงปัญหาชิปปิ้งไม่ใส่ใจบริการ/ ไม่รักษาสีทธิประโยชน์ให้ลูกค้า/ ทำงานไม่เรียบร้อย มาเป็นอันดับแรก

(พิจารณาตามตารางที่ 19 – 23 และแผนภาพที่ 9 – 11)

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริง (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการซึ่งปัจจุบัน)

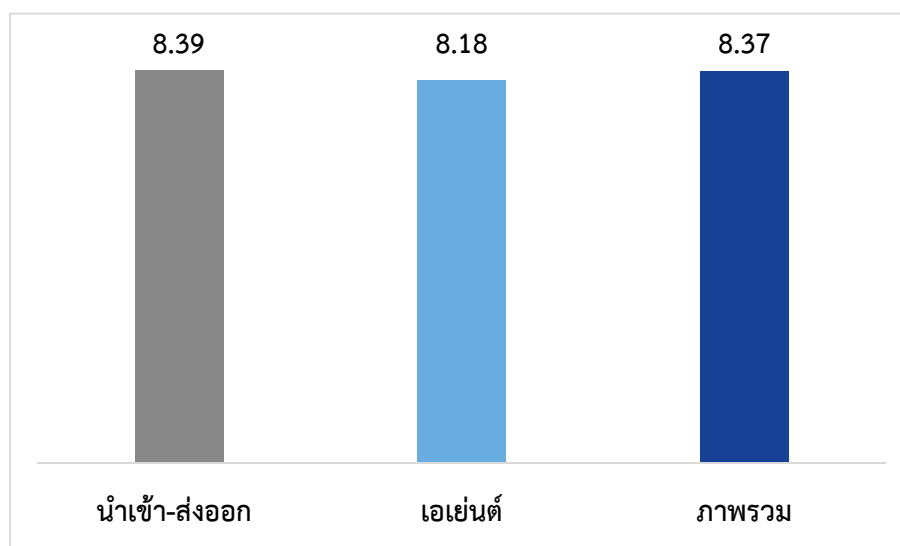
ลำดับ	คุณลักษณะการให้บริการซึ่งใช้ในปัจจุบัน	นำเข้าสู่ออก		เอเยนต์		ภาพรวม	
		ความคาดหวัง	ช่องว่าง*	ความคาดหวัง	ช่องว่าง*	ความคาดหวัง	ช่องว่าง*
		คาดหวัง	คาดหวัง	คาดหวัง	คาดหวัง	คาดหวัง	คาดหวัง
1	บริการครบวงจรตรงต่อความต้องการได้ทุกรูปแบบ	9.35	8.23	9.79	8.15	9.39	8.23
2	ทำงานรวดเร็วคล่องตัว ตรงนัดหมาย	9.63	8.42	9.85	8.24	9.65	8.40
3	งานคุณภาพ ถูกต้องตามระเบียบ และมีมาตรฐานการทำงาน	9.72	8.48	9.91	8.44	9.74	8.47
4	มีความเชี่ยวชาญด้านพิธีการ กฎหมายศุลกากร พิกัดอัตราภาษี และสิทธิประโยชน์ต่างๆ	9.78	8.45	9.88	8.32	9.79	8.44
5	ความซื่อสัตย์สุจริต น่าเชื่อถือ ตรวจสอบได้	9.74	8.81	9.85	8.62	9.75	8.79
6	ค่าบริการสมเหตุสมผล ไม่มีค่าใช้จ่ายนอกกรอบ	9.60	8.49	9.85	8.21	9.62	8.47
7	ดูแลสินค้าไม่ให้เสียหาย/ เสียหาย และการรับประกันสินค้า	9.71	8.56	9.85	8.26	9.72	8.53
8	สามารถโทรจองจ่ายค่าภาษีและค่าใช้จ่ายออกของให้ก่อน	9.35	8.30	9.88	8.21	9.39	8.29
9	มีการรายงานความคืบหน้าของการดำเนินพิธีการเป็นระยะ	9.56	8.29	9.88	8.32	9.58	8.29
10	ระยะเวลาการให้เครดิต	9.36	8.40	9.79	8.18	9.40	8.38
11	ความถูกต้องของการจัดทำเอกสารและการส่งข้อมูลระบบไปเอสเอส	9.69	8.47	9.76	8.29	9.70	8.45
12	มีสาขาบริการตามด่านพรมแดน	8.77	7.64	9.71	7.85	8.85	7.66

\*ช่องว่างที่เกิดขึ้น พบร้อยละความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05 ทุกประเด็น

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการชิปปิ้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน)

ลำดับ	คะแนน	นำเข้า-ส่งออก		เอเยนต์		ภาพรวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ต่ำกว่า 5 คะแนน	1	0.3	0	0.0	1	0.2
2	5 - 6 คะแนน	6	1.6	1	2.9	7	1.7
3	7 - 8 คะแนน	199	52.0	22	64.7	221	53.0
4	9 - 10 คะแนน	171	44.6	11	32.4	182	43.6
5	ไม่ระบุ	6	1.5	0	0.0	6	1.5
<b>รวม</b>		<b>383</b>	<b>100.0</b>	<b>34</b>	<b>100.0</b>	<b>417</b>	<b>100.0</b>
ค่าเฉลี่ย		8.39		8.18		8.37	
แปลผล		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด	
ค่าต่ำสุด		1		5		1	
ค่าสูงสุด		10		10		10	

แผนภาพที่ 9 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการชิปปิ้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน)



ตารางที่ 21 การวิเคราะห์การถดถอย (Regression) ช่องว่างของความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริง  
ที่มีผลต่อความพึงพอใจ

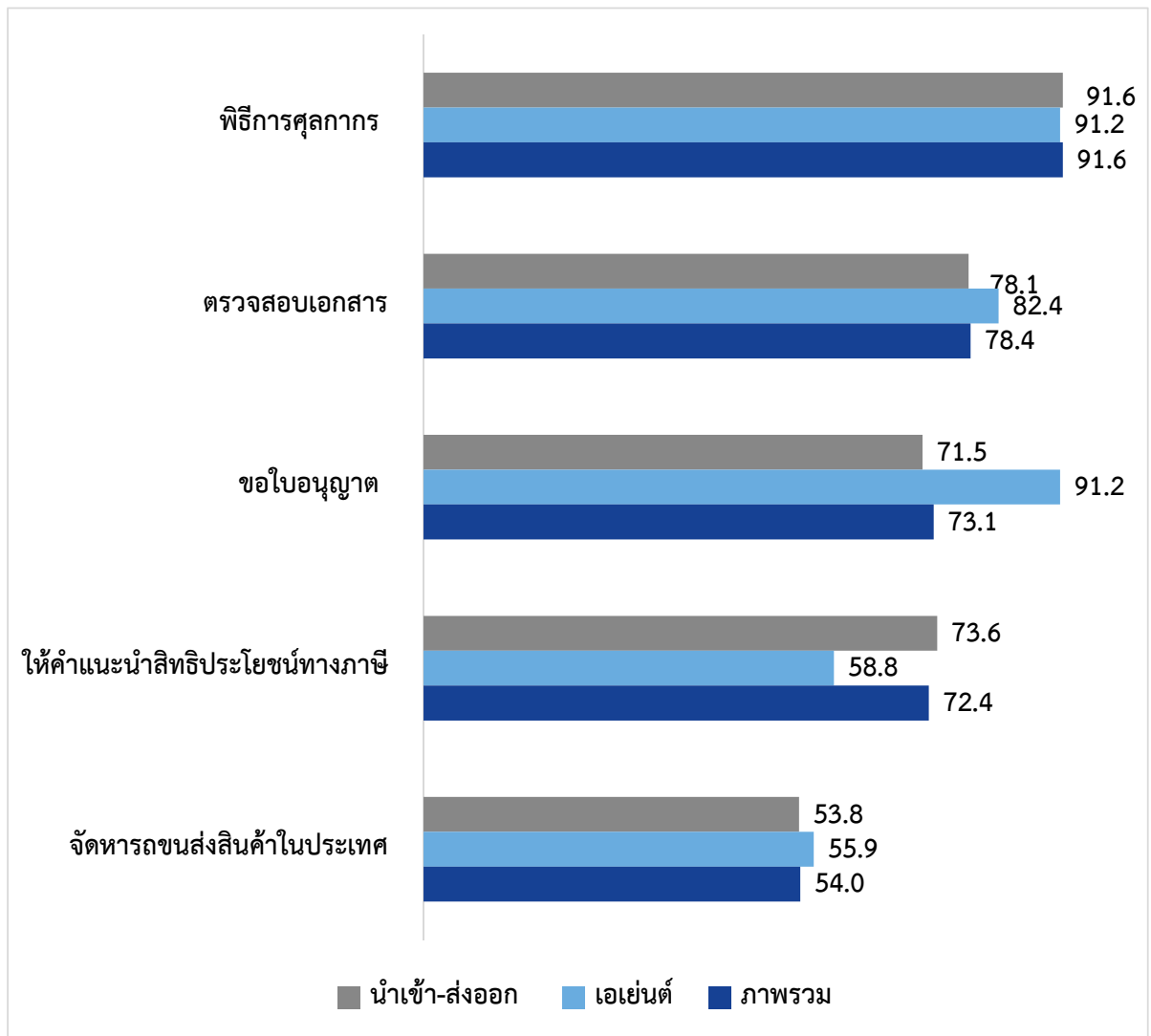
คุณลักษณะการให้บริการชิปปีงที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน	B	SE	t	Sig.
1) บริการครบวงจรตอบสนองความต้องการได้ทุกรูปแบบ	0.05	0.04	1.20	0.23
2) ทำงานรวดเร็วคล่องตัว ตรงนัดหมาย	-0.04	0.05	-0.68	0.50
3) งานคุณภาพ ถูกต้องตามระเบียบ และมีมาตรฐานการทำงาน	-0.15	0.06	-2.55	0.01*
4) มีความเชี่ยวชาญด้านพิธีการ กฎหมายศุลกากร พิภักดิ์อัตราและสิทธิประโยชน์ต่างๆ	-0.23	0.05	-4.54	0.00*
5) ความซื่อสัตย์สุจริต น่าเชื่อถือ ตรวจสอบได้	0.06	0.06	1.01	0.31
6) ค่าบริการสมเหตุสมผล ไม่มีค่าใช้จ่ายนอกระบบ	-0.03	0.06	-0.47	0.64
7) ดูแลสินค้าไม่ให้สูญหาย/เสียหาย และการรับประกันสินค้า	-0.07	0.05	-1.51	0.13
8) สามารถตรงจ่ายภาษีและค่าใช้จ่ายออกของให้ก่อน	-0.04	0.04	-1.02	0.31
9) มีการรายงานความคืบหน้าของการดำเนินพิธีการเป็นระยะ	-0.14	0.05	-2.94	0.00*
10) ระยะเวลาการให้เครดิต	0.04	0.05	0.79	0.43
11) ความถูกต้องของการจัดทำเอกสารและการส่งข้อมูลระบบเปเปอร์เลส	-0.06	0.05	-1.25	0.21
12) มีสาขาบริการตามด่านทั่วภูมิภาค	-0.11	0.04	-2.92	0.00*
F		22.39*		
Adjusted R <sup>2</sup>		0.39		
Std.Error of the Estimate		0.76		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 22 ความคาดหวังต่อลักษณะการให้บริการของชิปปิ้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลำดับ	การให้บริการของชิปปิ้ง	นำเข้า-ส่งออก		เอเยนต์		ภาพรวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	พิธีการศุลกากร	351	91.6	31	91.2	382	91.6
2	ตรวจสอบเอกสาร	299	78.1	28	82.4	327	78.4
3	ขอใบอนุญาต	274	71.5	31	91.2	305	73.1
4	ให้คำแนะนำสิทธิประโยชน์ทางภาษี	282	73.6	20	58.8	302	72.4
5	จัดหารถขนส่งสินค้าในประเทศ	206	53.8	19	55.9	225	54.0
6	ขอคืนเงินอากรในเงื่อนไขต่างๆ	179	46.7	10	29.4	189	45.3
7	จัดหาประกันภัย	166	43.3	18	52.9	184	44.1
8	ติดต่อธนาคาร	123	32.1	11	32.4	134	32.1
9	จัดหาเรือ เครื่องบิน หรือพาหนะขนส่งระหว่างประเทศ	125	32.6	8	23.5	133	31.9
10	จัดหาแรงงานและเครื่องทุ่นแรง	118	30.8	6	17.6	124	29.7
11	อื่นๆ อาทิ จัดหาที่จัดเก็บสินค้า และครอบคลุมระบบของกรมประมง	7	1.8	1	2.9	8	1.9

แผนภาพที่ 10 ความคาดหวังต่อลักษณะการให้บริการของชิปปิ้ง  
 (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

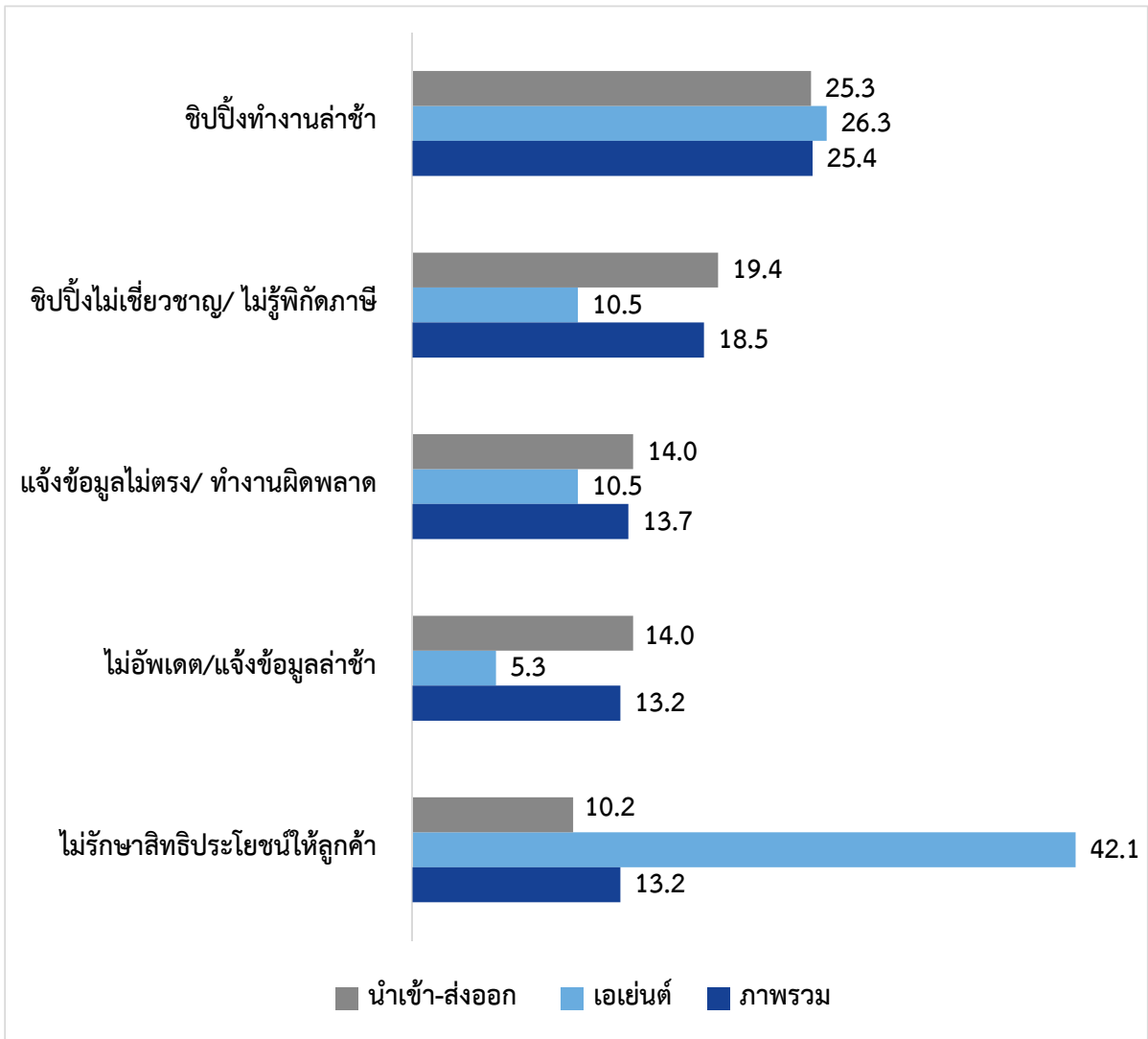


ตารางที่ 23 ปัญหาและข้อจำกัดที่พบจากการใช้บริการชิปปิ้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลำดับ	ปัญหาและข้อจำกัด	นำเข้า-ส่งออก		เอเยนต์		ภาพรวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ชิปปิ้งทำงานล่าช้า	47	25.3	5	26.3	52	25.4
2	ชิปปิ้งไม่เชี่ยวชาญพวง/ ไม่รู้ระเบียบ พิภักดิ์ ภาษี	36	19.4	2	10.5	38	18.5
3	แจ้งข้อมูลไม่ตรง/ ทำงานผิดพลาด	26	14.0	2	10.5	28	13.7
4	ชิปปิ้งไม่ใส่ใจบริการ/ ไม่รักษาสีทธิ ประโยชน์ให้ลูกค้า/ ทำงานไม่เรียบร้อย	19	10.2	8	42.1	27	13.2
5	ไม่อัปเดตการทำงาน แจ้งข้อมูลล่าช้า	26	14.0	1	5.3	27	13.2
6	ขั้นตอนพิธีการมีความยุ่งยาก ล่าช้า	14	7.5	4	21.1	18	8.8
7	ขนส่งล่าช้า	16	8.6	1	5.3	17	8.3
8	ค่าบริการแพง	14	7.5	0	0.0	14	6.8
9	ประสานงานยาก ติดต่oไม่ได้ในวันหยุด	13	7.0	0	0.0	13	6.3
10	ไม่ระมัดระวังในการขนส่ง สินค้าเสียหาย	10	5.4	2	10.5	12	5.9
11	การบริการไม่ครบวงจร/ จัดการไม่ได้ตามที่ ต้องการ	8	4.3	0	0.0	8	3.9
12	รถขนส่งไม่เพียงพอ	6	3.2	0	0.0	6	2.9
13	ระยะเวลาให้เครดิตน้อยไป	5	2.7	0	0.0	5	2.4
14	เรือขนส่งไปต่างประเทศไม่เพียงพอ	2	1.1	0	0.0	2	1.0
15	อื่นๆ อาทิ ช่องทางชำระเงินน้อย ตู้เก็บ สินค้าไม่เพียงพอ และสินค้าไม่ครบตามที่สั่ง	2	1	1	5.3	3	1.5



แผนภาพที่ 11 ปัญหาและข้อจำกัดที่พบจากการใช้บริการชิปปิ้ง 5 อันดับแรก  
(เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)



## บทที่ 4

### บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

โครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการตัวแทนออกของ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของ และความต้องการ มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อสำรวจพฤติกรรมการดำเนินพิธีการศุลกากรของผู้ประกอบการ การใช้บริการและปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกใช้บริการชิปปิ้ง ความพึงพอใจ ตลอดจนปัญหาและข้อจำกัดจากการใช้บริการชิปปิ้ง ประชากรเป้าหมายจำแนกเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก และเอเยนต์ เก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม 2562 จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 458 ตัวอย่าง

#### บทสรุป

##### 1. พฤติกรรมของการดำเนินพิธีการศุลกากรนำเข้าส่งออก

ภาพรวม ตัวอย่างกว่า 3 ใน 4 ใช้บริการตัวแทนออกของ (ชิปปิ้ง) ในการดำเนินพิธีการศุลกากร เมื่อจำแนกรายกลุ่ม พบว่ากลุ่มนำเข้า-ส่งออก มีการใช้บริการสูงกว่าร้อยละ 80 ในขณะที่กลุ่มเอเยนต์มีอยู่เพียงประมาณร้อยละ 30

##### เฉพาะตัวอย่างที่ดำเนินพิธีการศุลกากรด้วยตัวเองทั้งหมด

ภาพรวมพบตัวอย่างกว่าร้อยละ 80 ยังไม่เคยใช้บริการชิปปิ้งมาก่อน โดยเป็นลักษณะเดียวกันทั้งกลุ่มนำเข้า-ส่งออก และกลุ่มเอเยนต์ เหตุผลหลักที่ไม่ต้องการใช้บริการชิปปิ้ง ภาพรวม ได้แก่ บริษัทมีแผนกชิปปิ้งหรือมีบุคลากรที่ชำนาญดำเนินการได้เอง และดำเนินการเองสะดวก รวดเร็วกว่า ในส่วนกลุ่มนำเข้า-ส่งออก นอกจากเหตุผลสองประการนี้แล้ว ยังมาจากค่าบริการแพง ต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย ขณะที่กลุ่มเอเยนต์ มีเหตุผลอันดับสองที่ต่างออกไปคือ มีการนำเข้า-ส่งออกไม่บ่อยและจำนวนไม่มากนัก

ปัจจัยหลักที่จะทำให้สนใจใช้บริการของชิปปิ้ง ได้แก่ ชิปปิ้งให้บริการครบวงจรเบ็ดเสร็จ และชิปปิ้งมีความเชี่ยวชาญ ให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับพิธีการ กฎหมาย พิภคอัตราศุลกากรและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ในการนำเข้า-ส่งออก อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างที่ดำเนินพิธีการเองนี้มีอยู่ครึ่งหนึ่งที่ไม่ว่าอย่างไรก็ไม่ต้องการใช้บริการชิปปิ้ง ทั้งนี้ มาจากบริษัทมีแผนกชิปปิ้ง หรือมีบุคลากรที่ชำนาญดำเนินการได้เอง รวมถึงจัดตั้งบริษัทตัวแทนออกของ (ชิปปิ้ง) เอง

##### เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน

ตัวอย่างมีประสบการณ์การใช้บริการชิปปิ้งมาแล้วเฉลี่ยประมาณ 12 ปี โดยพบว่ากว่าร้อยละ 40 ใช้หลายรายมาตลอด ขณะที่ร้อยละ 30 ใช้รายเดียวมาตลอด โดยสังเกตได้ว่ากลุ่มเอเยนต์จะใช้หลายรายมาตลอดในสัดส่วนที่สูงกว่าค่อนข้างชัดเจน ด้านการเปลี่ยนชิปปิ้ง พบว่ากว่าครึ่งมีการเปลี่ยนชิปปิ้งบ้าง ถ้าจำเป็นหรือนานๆ ที แต่ก็มีกว่า 1 ใน 3 ที่ใช้บริการชิปปิ้งรายเดิมมาโดยตลอด

ปัจจัยหลักที่คำนึงถึงก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการของชิปปิง ประกอบด้วย 4 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ 1) บริการครบวงจรเบ็ดเสร็จ 2) มีความเชี่ยวชาญ ให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับพิธีการ กฎหมาย พิภดอัตราศุลกากร และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ในการนำเข้า-ส่งออก 3) การดำเนินพิธีการและนำสินค้าผ่านด่านศุลกากร ได้รวดเร็ว ราบรื่น และ 4) ค่าบริการเหมาะสม

## 2. ความพึงพอใจ ความต้องการ ปัญหาและข้อจำกัดจากการใช้บริการตัวแทนออกของ (ชิปปิง)

### เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการชิปปิงอยู่ในปัจจุบัน

ตัวอย่างมีความคาดหวังต่อบริการชิปปิงในประเด็นที่นำมาศึกษา อยู่ในระดับ “มากที่สุด” ทั้งสิ้น โดยประเด็นที่ประเมินไว้สูงสุดคือ มีความเชี่ยวชาญด้านพิธีการ กฎหมายศุลกากร พิภดอัตราภาษี และสิทธิประโยชน์ต่างๆ รองลงมาใกล้เคียงกันคือ ความซื่อสัตย์สุจริต น่าเชื่อถือ ตรวจสอบได้ และงานคุณภาพ ถูกต้องตามระเบียบ และมีมาตรฐานการทำงาน ส่วนบริการที่ได้รับจริง อยู่ในระดับ “มาก-มากที่สุด” โดยประเด็นที่ประเมินไว้สูงสุดคือ ความซื่อสัตย์สุจริต น่าเชื่อถือ ตรวจสอบได้ รองลงมาคือ ดูแลสินค้าไม่ให้สูญหาย/เสียหาย และการรับประกันสินค้า และงานคุณภาพ ถูกต้องตามระเบียบ และมีมาตรฐานการทำงาน และค่าบริการสมเหตุสมผล ไม่มีค่าใช้จ่ายนอกระบบ เมื่อพิจารณาช่องว่างที่เกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริง พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกประเด็น แสดงว่าบริการที่ได้รับจริงยังไม่มีประเด็นใดที่ตอบสนองได้ตามระดับความคาดหวัง

อย่างไรก็ดี ผลการสำรวจความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการชิปปิง ภาพรวม พบว่ามีความพึงพอใจเฉลี่ย 8.37 คะแนน อยู่ในระดับ “มากที่สุด” โดยกลุ่มนำเข้า-ส่งออก มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มเอเยนต์เล็กน้อย คือ 8.39 : 8.18 คะแนน ซึ่งอยู่ในระดับ “มากที่สุด” ทั้งสองกลุ่ม

ผลการวิเคราะห์การถดถอย (Regression) พบปัจจัย 4 ประการที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวม เรียงตามลำดับความสำคัญได้ดังนี้ 1) มีความเชี่ยวชาญด้านพิธีการ กฎหมายศุลกากร พิภดอัตราและสิทธิประโยชน์ต่างๆ 2) งานคุณภาพ ถูกต้องตามระเบียบ และมีมาตรฐานการทำงาน 3) มีการรายงานความคืบหน้าของการดำเนินพิธีการเป็นระยะ และ 4) มีสาขาบริการตามด้านทั่วภูมิภาค

ความคาดหวังต่อลักษณะการให้บริการของชิปปิง ควรครอบคลุมบริการ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) พิธีการศุลกากร 2) ตรวจสอบเอกสาร 3) ขอใบอนุญาต 4) ให้คำแนะนำสิทธิประโยชน์ทางภาษี และ 5) จัดหารถขนส่งสินค้าในประเทศ สำหรับปัญหาและข้อจำกัดในการใช้บริการชิปปิง ภาพรวม พบว่า 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) ชิปปิงทำงานล่าช้า 2) ชิปปิงไม่เชี่ยวชาญพอ/ไม่รู้ระเบียบ พิภดภาษี 3) แจ้งข้อมูลไม่ตรง/ ทำงานผิดพลาด 4) ชิปปิงไม่ใส่ใจบริการ/ไม่รักษาสหทธิประโยชน์ให้ลูกค้า/ ทำงานไม่เรียบร้อย และ 5) ไม่อัปเดตการทำงาน แจ้งข้อมูลล่าช้า โดยกลุ่มนำเข้า-ส่งออก มีผลสอดคล้องกับภาพรวม ขณะที่กลุ่มเอเยนต์มีความแตกต่างออกไป โดยกล่าวถึงขั้นตอนพิธีการมีความยุ่งยาก ล่าช้า เข้ามาแทนประเด็นไม่อัปเดตการทำงาน แจ้งข้อมูลล่าช้า และสังเกตได้ว่าการระบุถึงปัญหาชิปปิงไม่ใส่ใจบริการ/ไม่รักษาสหทธิประโยชน์ให้ลูกค้า/ ทำงานไม่เรียบร้อย มาเป็นอันดับแรก

## อภิปรายผล

1. จากผลการสำรวจในเบื้องต้นเห็นได้ว่า กลุ่มลูกค้าหลักของตัวแทนออกของ (ชิปปิ้ง) คือ กลุ่มนำเข้า-ส่งออก ซึ่งมีการใช้บริการชิปปิ้งในการดำเนินพิธีการศุลกากร ในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มเอเยนต์อย่างชัดเจน ส่วนหนึ่งเป็นเพราะกลุ่มเอเยนต์มักมีแผนกชิปปิ้ง หรือมีบุคลากรที่ชำนาญดำเนินการได้เอง

2. กล่าวได้ว่า ความสามารถในการดำเนินพิธีการศุลกากรได้เองของกลุ่มลูกค้า เป็นเหตุผลหลักที่ทำให้ลูกค้าไม่ได้ใช้บริการชิปปิ้ง ทั้งนี้ ยังพบว่ากลุ่มที่ไม่ได้ใช้บริการชิปปิ้งในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ดำเนินการเองมาตั้งแต่แรก (ยังไม่เคยใช้บริการชิปปิ้งมาก่อน) ดังนั้น ประเด็นสำคัญจึงไม่ใช่ไม่พอใจแล้วเลิกใช้บริการ

3. องค์กรที่ดี ในกลุ่มที่ไม่ได้ใช้บริการชิปปิ้งในปัจจุบัน และยังไม่เคยใช้มาก่อน เมื่อวิเคราะห์ต่อไปพบว่า สามารถเปลี่ยนใจให้สนใจมาใช้บริการได้เกือบครึ่งหนึ่ง โดยปัจจัยที่ส่งเสริม ประกอบด้วย 3 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ 1) การให้บริการครบวงจรเบ็ดเสร็จ 2) การมีความเชี่ยวชาญ ให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับพิธีการกฎหมาย พิภคอัตราศุลกากรและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ในการนำเข้า-ส่งออก และ 3) การมีความรู้และประสบการณ์ในพิธีการศุลกากร สามารถออกของได้สะดวก รวดเร็ว

4. ในกลุ่มที่ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่าพฤติกรรมการใช้บริการชิปปิ้งไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงมากนัก จากผลสำรวจที่พบว่าส่วนใหญ่ไม่ค่อยเปลี่ยนจำนวนชิปปิ้งที่ใช้บริการ (ทั้งใช้รายเดียวมาตลอด และใช้หลายรายมาตลอด) รวมถึงมีเป็นส่วนน้อยที่แสวงหาทางเลือกชิปปิ้งรายใหม่อยู่เสมอ โดย 3 ปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกใช้บริการชิปปิ้ง ยังคงเป็นลักษณะเดียวกับข้างต้น

5. ลูกค้ามีความคาดหวังสูงมาก ในขณะที่การบริการที่ได้รับจริงยังไม่มีประเด็นใดที่สามารถตอบสนองได้ตามระดับความคาดหวัง อย่างไรก็ตาม ช่อว่างที่เกิดขึ้นนั้นยังอยู่ในระดับที่ลูกค้ายอมรับได้ ไม่กระทบต่อความพึงพอใจโดยรวม ซึ่งอยู่ในระดับ “มากที่สุด”

6. จากข้างต้น ความพึงพอใจโดยรวมจะลดลง หากการให้บริการลดคุณภาพลง ใน 4 ประเด็น ประกอบด้วย 1) มีความเชี่ยวชาญด้านพิธีการ กฎหมายศุลกากร พิภคอัตราและสิทธิประโยชน์ต่างๆ 2) งานคุณภาพ ถูกต้องตามระเบียบ และมีมาตรฐานการทำงาน 3) มีการรายงานความคืบหน้าของการดำเนินพิธีการเป็นระยะ และ 4) มีสาขาบริการตามด่านทั่วภูมิภาค

7. ปัญหาและข้อจำกัดในการใช้บริการชิปปิ้ง ส่วนใหญ่เกิดจากการทำงานของชิปปิ้งเอง ทั้งด้านความล่าช้า ไม่เชี่ยวชาญพอ การทำงานผิดพลาด การไม่ใส่ใจบริการ ไม่ติดตามงาน และไม่อัปเดตการทำงาน โดยพบเป็นส่วนน้อยที่กล่าวถึงระบบ เช่น ขั้นตอนพิธีการมีความยุ่งยาก ล่าช้า รถ-เรือขนส่งไม่เพียงพอ ตู้เก็บสินค้าไม่เพียงพอ

## ข้อเสนอแนะ

1. แนวทางการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการชิปปิ้ง ที่จะทำให้ลูกค้าปัจจุบันตัดสินใจเลือกใช้บริการ และยังสร้างความสนใจให้กับลูกค้าเป้าหมายในอนาคต (กลุ่มที่ยังไม่เคยใช้มาก่อน) ได้ด้วย ประกอบด้วย แนวทางสำคัญ 3 ประการ ประการแรก ชิปปิ้งจะต้องมีบริการครบวงจรเบ็ดเสร็จ โดยครอบคลุมการ ให้บริการพิธีการศุลกากร การตรวจสอบเอกสาร การขอใบอนุญาต การให้คำแนะนำสิทธิประโยชน์ทางภาษี และการจัดหารถขนส่งสินค้าในประเทศ เป็นสำคัญ ประการที่สอง ชิปปิ้งจะต้องมีความเชี่ยวชาญ ให้คำปรึกษา แนะนำเกี่ยวกับพิธีการ กฎหมาย พิภกั้อัตราศุลกากรและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ในการนำเข้า-ส่งออกได้ และ ประการที่สาม ชิปปิ้งจะต้องสามารถดำเนินพิธีการศุลกากร หรือออกของได้โดยสะดวก รวดเร็ว และราบรื่น

จากข้างต้น ประการแรก เป็นสิ่งที่ตัวแทนออกของ (ชิปปิ้ง) ต่างๆ จะพิจารณาขยายการให้บริการ หรือหาพันธมิตรเครือข่ายในเชิงธุรกิจ เพื่อให้สามารถดำเนินการได้ครบวงจรเบ็ดเสร็จ ส่วนประการที่สอง และ สาม เป็นสิ่งที่พัฒนาได้ด้วยการเรียนรู้ โดยเฉพาะการเปิดอบรมเกี่ยวกับกฎหมาย พิภกั้อัตราศุลกากร และสิทธิ ประโยชน์ต่างๆ ในการนำเข้า-ส่งออก ซึ่งจำเป็นจะต้องปรับปรุงข้อมูลความรู้ให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ อันมาจาก นโยบายการค้าระหว่างประเทศ หรือบริบทแวดล้อมที่อาจเปลี่ยนแปลงไป

2. แม้ลูกค้าผู้ใช้บริการจะไม่ค่อยเปลี่ยนตัวแทนออกของ (ชิปปิ้ง) รายใหม่บ่อยนัก แต่การให้ ความสำคัญกับการรักษาลูกค้าเดิมไว้ก็เป็นสิ่งที่จำเป็นเสมอ ซึ่งนอกจากการพัฒนาตนเองตามข้างต้น ตัวแทน ออกของ (ชิปปิ้ง) ยังต้องคำนึงถึงความคาดหวังของลูกค้า และพยายามตอบสนองให้ได้ตามความคาดหวัง โดยเฉพาะประเด็นที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ ได้แก่ 1) มีความเชี่ยวชาญด้านพิธีการ กฎหมายศุลกากร พิภกั้อัตราและสิทธิประโยชน์ต่างๆ 2) งานคุณภาพ ถูกต้องตามระเบียบ และมีมาตรฐานการทำงาน 3) มีการ รายงานความคืบหน้าของการดำเนินพิธีการเป็นระยะ และ 4) มีสาขาบริการตามด่านทั่วภูมิภาค

3. นอกจากการให้บริการเพื่อมุ่งสร้างความพึงพอใจแล้ว ตัวแทนออกของ (ชิปปิ้ง) ยังควรพยายามลด ปัญหาและข้อจำกัดต่างๆ ที่สำคัญคือ การทำงานด้วยความรวดเร็ว ภายใต้ความละเอียดรอบคอบ ระมัดระวัง ไม่ก่อให้เกิดความผิดพลาด และต้องใส่ใจบริการ เน้นรักษาสีทธิประโยชน์ให้ลูกค้ามากขึ้น

## ภาคผนวก

**ตอนที่ 1 พฤติกรรมของการดำเนินพิธีการศุลกากรนำเข้าส่งออก**

1. ปัจจุบัน บริษัทของท่านใช้บริการตัวแทนออกของ (ชิปปิ้ง) ในการดำเนินพิธีการศุลกากรหรือไม่  
 1 ใช้บริการของชิปปิ้ง       2 ใช้ทั้งบริการชิปปิ้งและดำเนินพิธีการเอง       3 ดำเนินพิธีการด้วยตนเองทั้งหมด

**เฉพาะผู้ที่ดำเนินพิธีการศุลกากรด้วยตัวเอง (ตอบ 3 ในข้อ 1) โปรดตอบข้อ 2 – 4 แล้วข้ามไปตอบข้อมูลทั่วไป**

2. ท่านเคยใช้บริการของชิปปิ้งมาก่อนหรือไม่  
 1 เคยใช้มาก่อน       ใช้มาแล้ว.....ปี/  ไม่ได้ใช้มาแล้ว.....ปี  
 2 ยังไม่เคยใช้บริการของชิปปิ้งมาก่อน
3. ถ้าท่านเลือกดำเนินพิธีการเอง โดยไม่ต้องการใช้บริการชิปปิ้งเหตุผลหลัก คือ.....
4. ข้อต่อไปนี้เป็นข้อใดบ้างที่ท่านเห็นว่าสำคัญ และเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ท่านสนใจใช้บริการของชิปปิ้ง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 หากปัจจัยต่างๆ ที่ท่านเลือกนั้น คิดเป็น 100% ท่านจะให้น้ำหนักความสำคัญกับแต่ละปัจจัยกี่เปอร์เซ็นต์

**ชี้แจง 1) ผู้ตอบเลือกปัจจัย 2) ผู้ตอบให้น้ำหนักเป็นเปอร์เซ็นต์ในทุกปัจจัยที่เลือกโดยรวมกันแล้วจะเท่ากับ 100%**

[ 1 ]	ชิปปิ้งให้บริการครบวงจรเบ็ดเสร็จ อาทิ พิธีนำเข้า-ส่งออก จัดหาระวางขนส่งสินค้า ขอใบอนุญาตประกันภัย ติดต่อธนาคาร ฯลฯ	.....	[ 2 ]	ชิปปิ้งมีความเชี่ยวชาญ ให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับพิธีการ กฎหมาย พิศดัตราศุลกากร และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ในการนำเข้า-ส่งออก	.....
[ 3 ]	ชิปปิ้งมีความรู้และประสบการณ์ในพิธีการศุลกากร สามารถออกของได้สะดวก รวดเร็ว	.....	[ 4 ]	ชิปปิ้งออกของได้ทุกท่า คล่องตัว แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ ตอบสนองความต้องการได้ดี	.....
[ 5 ]	ชิปปิ้งเชี่ยวชาญในสินค้า บางชนิดต้องขออนุญาตก่อนนำเข้า ลดความเสี่ยงจากการกระทำผิดกฎหมายศุลกากรเพราะความรู้เท่าไม่ถึงการณ์	.....	[ 6 ]	ชิปปิ้งต้องผ่านการอบรม ขึ้นทะเบียนกับกรมศุลกากร และสังกัดสมาคมผู้ประกอบการอาชีพตัวแทนออกของ มีความน่าเชื่อถือกว่าในอดีต	.....
[ 7 ]	ค่าใช้จ่ายโดยรวมต่ำกว่าการดำเนินพิธีการเอง	.....	[ 8 ]	การมีสาขาให้บริการตามด่านภูมิภาค	.....
[ 9 ]	มีการให้บริการอื่นๆ ครบวงจรในสายงานโลจิสติกส์	.....	[ 10 ]	ยกระดับคุณภาพการบริการให้มีมาตรฐานในระดับ ISO 9001/2015 หรือ AEO (Authorized Economic Operator)	.....
[ 11 ]	อื่นๆ ระบุ .....	.....			
<b>รวมน้ำหนัก (คะแนน) ทั้งหมด 100%</b>					

[ ] อย่างไม่รู้ไม่ใช้ เพราะ .....(พนักงานไม่ต้องอ่านตัวเลือกนี้)

**เฉพาะผู้ใช้บริการชิปปิ้งอยู่ในปัจจุบัน (ตอบ 1 และ 2 ใน ข้อ 1) โปรดตอบข้อ 5 – 10 และข้อมูลทั่วไป**

5. ท่านมีประสบการณ์การใช้บริการของชิปปิ้งมาแล้วประมาณ .....ปี
6. รูปแบบการใช้บริการชิปปิ้งของท่านเป็นอย่างไร
- 6.1 จำนวนชิปปิ้งที่ท่านใช้บริการ
- ( ) 1 เคยใช้รายเดียว แล้วเปลี่ยนมาใช้หลายรายรวมประมาณ ..... ราย      ( ) 2 เคยใช้หลายราย แล้วเปลี่ยนมาใช้รายเดียว
- ( ) 3 ใช้รายเดียวมาตลอด      ( ) 4 ใช้หลายรายมาตลอด

6.2 นโยบายการเปลี่ยนชิปปีง

- ( ) 1 แสวงหาทางเลือกชิปปีงรายใหม่อยู่เสมอ ( ) 2 มีการเปลี่ยนชิปปีงบ้าง ถ้าจำเป็น หรือนานๆ ที่  
 ( ) 3 ใช้บริการชิปปีงรายเดิมมาโดยตลอด

7. ปัจจัยที่ท่านคำนึงถึงก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการของชิปปีงรายใดรายหนึ่ง

**ชี้แจง 1) ผู้ตอบเลือกปัจจัย 2) ผู้ตอบให้นำน้ำหนักเป็นเปอร์เซ็นต์ในทุกปัจจัยที่เลือก โดยรวมกันแล้วจะเท่ากับ 100%**

[ 1 ]	บริการครบวงจรเบ็ดเสร็จ อาทิ พิธีนำเข้า-ส่งออก จัดหาระวางขนส่งสินค้า ขอใบอนุญาตประกันภัย ติดต่อธนาคาร ฯลฯ	.....	[ 2 ]	มีการตรวจสอบจำนวนและสภาพของสินค้า ไม่ให้สูญหายหรือเสียหาย พร้อมระบบการรับประกันที่เชื่อถือได้	.....
[ 3 ]	มีมาตรฐานรองรับ อาทิ ISO 9001/2015 หรือ เป็นผู้ประกอบการระดับมาตรฐาน AEO (Authorized Economic Operator)	.....	[ 4 ]	การดำเนินพิธีการและนำสินค้าผ่านด่านศุลกากรได้รวดเร็ว ราบรื่น	.....
[ 5 ]	มีความเชี่ยวชาญให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับพิธีการ กฎหมาย พิภคอัตราศุลกากร และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ในการนำเข้า-ส่งออก	.....	[ 6 ]	เชื่อมั่นในความซื่อสัตย์ ไม่มีค่าใช้จ่ายนอกระบบ (ค่าน้ำร้อน น้ำชา)	.....
[ 7 ]	ค่าบริการเหมาะสม	.....	[ 8 ]	เป็นบริษัทชั้นนำที่มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	.....
[ 9 ]	มีประสบการณ์ในอาชีพมายาวนาน	.....	[ 10 ]	มีผู้แนะนำหรือได้รับการบอกต่อ	.....
[ 11 ]	มีความสัมพันธ์ส่วนตัวที่ดีต่อกัน	.....	[ 12 ]	การมีสาขาให้บริการตามด่านภูมิภาค	.....
[ 13 ]	มีการให้บริการอื่นๆ ครบวงจร ในสายงานโลจิสติกส์	.....	[ 14 ]	อื่นๆ ระบุ .....	.....
<b>รวมน้ำหนัก (คะแนน) ทั้งหมด 100%</b>					

**ตอนที่ 2 ความพึงพอใจ ความต้องการ ปัญหาและข้อจำกัดจากการใช้บริการตัวแทนออกของ (ชิปปีง)**

8. จากการใช้บริการชิปปีงในปัจจุบัน ท่านคาดหวังกับบริการต่อไปนี้น้อยน้อยเพียงใด และประเมินบริการที่ได้รับจริงเป็นอย่างไร มีมากน้อยเพียงใด (กำหนด 0 - 10 คะแนน)

คุณลักษณะการให้บริการชิปปีงที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน	ให้ความสำคัญแค่ไหน	บริการที่ได้รับจริงแค่ไหน
1) บริการครบวงจรตอบสนองความต้องการได้ทุกรูปแบบ		
2) ทำงานรวดเร็วคล่องตัว ตรงนัดหมาย		
3) งานคุณภาพ ถูกต้องตามระเบียบ และมีมาตรฐานการทำงาน		
4) มีความเชี่ยวชาญด้านพิธีการ กฎหมายศุลกากร พิภคอัตราภาษี และสิทธิประโยชน์ต่างๆ		
5) ความซื่อสัตย์สุจริต น่าเชื่อถือ ตรวจสอบได้		
6) ค่าบริการสมเหตุสมผล ไม่มีค่าใช้จ่ายนอกระบบ		
7) ดูแลสินค้าไม่ให้สูญหาย/เสียหาย และการรับประกันสินค้า		
8) สามารถตรงจ่ายค่าภาษีและค่าใช้จ่ายออกของให้ก่อน		
9) มีการรายงานความคืบหน้าของการดำเนินพิธีการเป็นระยะ		
10) ระยะเวลาการให้เครดิต		
11) ความถูกต้องของการจัดทำเอกสารและการส่งข้อมูลระบบเปเปอร์เลส		
12) มีสาขาบริการตามด่านทั่วภูมิภาค		



9. จากการใช้บริการซิปป์ในปัจจุบัน ท่านมีความพึงพอใจโดยรวมมากน้อยเพียงใด (กำหนด 0 – 10 คะแนน)..... คะแนน

10. ท่านความคาดหวังให้บริการของซิปป์ ครอบคลุมเรื่องอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |   |   |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1 พิธีการศุลกากร                                    | <input type="checkbox"/> 2 ขอใบอนุญาต                   | <input type="checkbox"/> 3 ให้คำแนะนำสิทธิประโยชน์ทางภาษี |
| <input type="checkbox"/> 4 ตรวจสอบเอกสาร                                     | <input type="checkbox"/> 5 จัดหารถขนส่งสินค้าในประเทศ   | <input type="checkbox"/> 6 จัดหาประกันภัย                 |
| <input type="checkbox"/> 7 ติดต่อธนาคาร                                      | <input type="checkbox"/> 8 ขอคืนเงินอากรในเงื่อนไขต่างๆ | <input type="checkbox"/> 9 จัดหาแรงงานและเครื่องทุ่นแรง   |
| <input type="checkbox"/> 10 จัดหาเรือ เครื่องบิน หรือพาหนะขนส่งระหว่างประเทศ | <input type="checkbox"/> 11 อื่นๆ ระบุ .....            |   |

11. ปัญหาและข้อจำกัดที่พบจากการใช้บริการซิปป์

- 1) .....
- 2) .....
- 3) .....

### ตอนที่ 3 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศของผู้ตอบ  1 ชาย  2 หญิง
2. อายุของผู้ตอบ.....ปี
3. ตำแหน่งของผู้ตอบ .....
4. ประเภทของธุรกิจ  1 นำเข้า  2 ส่งออก  3 นำเข้าและส่งออก  4 เอเยนต์
5. ทุนจดทะเบียน  1 ไม่เกิน 1 ล้านบาท  
 2 1,000,001 – 5,000,000 บาท  
 3 5,000,001 – 10,000,000 บาท  
 4 10,000,001 – 20,000,000 บาท  
 5 20,000,001 – 50,000,000 บาท  
 6 50,000,001 – 100,000,000 บาท  
 7 100,000,001 – 200,000,000 บาท  
 8 มากกว่า 200 ล้านบาท
6. ขนาดธุรกิจ  1 S : Small (มูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือ การจ้างงานไม่เกิน 50 คน)  
 2 M : Medium (มูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 200 ล้านบาท หรือ การจ้างงานไม่เกิน 200 คน)  
 3 L : Large (มูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดิน มากกว่า 200 ล้านบาท หรือ การจ้างงานมากกว่า 200 คน)
7. ธุรกิจสัญชาติ  1 ไทย  2 ต่างประเทศ ระบุ .....
8. สถานที่ตั้งบริษัท (สำนักงานใหญ่) จังหวัด.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือ

# SAB

Research Centre for Social and Business Development Co.,Ltd.

## บริษัท ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ จำกัด Research Center for Social and Business Development Co.,Ltd.

ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม พ.ศ.2557 ด้วยทุนจดทะเบียน 2,000,000 บาท สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 51/3 อาคารวิภาวดีทาวเวอร์ ชั้น 19 ห้อง 1 ถนนงามวงศ์วาน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทร/โทรสาร 02-9411757 email : [research@sabcentre.com](mailto:research@sabcentre.com)

ผู้บริหาร	นายธน หาพิพัฒน์	ผู้อำนวยการ
	ดร.สุรียัน บุญแท้	ผู้จัดการฝ่ายวิจัย

### ตัวอย่างผลงานวิจัย

- ปี 2561 - โครงการสำรวจคุณลักษณะของลูกค้า และพฤติกรรมการจับจ่ายเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการของห้าง Happy Land Center
- ปี 2560 - โครงการสำรวจการประชาสัมพันธ์โครงการ “มหานครไร้สาย” (โครงการเปลี่ยนระบบสายไฟฟ้าอากาศเป็นสายไฟฟ้าใต้ดิน) ถนนสุขุมวิท ของการไฟฟ้านครหลวง ประจำปีงบประมาณ 2560
- ปี 2559 - โครงการสำรวจมูลค่าตลาด จำนวนสมาชิก และแนวทางการดำเนินธุรกิจขายตรง และโครงการสำรวจพฤติกรรมการจับจ่าย และทัศนคติต่อธุรกิจขายตรงของกลุ่มเป้าหมายบุคคลทั่วไป
- ปี 2558 - โครงการสำรวจความนิยมเอียงของพฤติกรรมในการบริโภคอาหารของนิสิตนักศึกษา ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- โครงการสำรวจพฤติกรรมการซื้อหนังสือของคนไทย



## สมาคมชิปปิงแห่งประเทศไทย

ขอขอบคุณ

กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์  
สมาคมผู้นำเข้าและผู้ส่งออกระดับมาตรฐานเออีโอ  
สมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA)  
สมาคมตัวแทนขนส่งสินค้าทางอากาศไทย (TAFA)

และ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน  
ที่สนับสนุนข้อมูล ตอบแบบสอบถาม ให้สัมภาษณ์ และแสดงความคิดเห็นในงานวิจัยครั้งนี้



## สมาคมชิปปิ้งแห่งประเทศไทย

THE CUSTOMS BROKER AND TRANSPORTATION  
ASSOCIATION OF THAILAND (CTAT)

137-141 ถนนสุนทรโกษา เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทร : 02-249-1995, 02-671-9662, 02-350-2845-6

แฟกซ์ : 02-249-5732, 02-671-9663

อีเมล : [info@ctat.or.th](mailto:info@ctat.or.th), [ctatinfo@gmail.com](mailto:ctatinfo@gmail.com)

[www.ctat.or.th](http://www.ctat.or.th)

